

DIESE PERFEKTE  
**BALANCE**



**Text**  
Lutz Fügener

**Fotos**  
WE! shoot it.



WAS BRAUCHT ES FÜR EINE **DESIGN-IKONE**? GENAU. SO WENIG DESIGN WIE MÖGLICH, DAZU EINE PHILOSOPHIE, DIE NEBEN ÄSTHETIK AUCH NUTZERFREUNDLICHKEIT UND INNOVATION FOKUSSIERT. DANN WIRD'S IM BESTEN FALLE EINFACH SCHÖN – EBEN EIN ECHTER KLASSIKER.



#### AIR MULTIPLIER VON DYSON

Funktioniert anders – sieht anders aus.  
Dyson bricht mit gelernten Erscheinungsbildern, stellt generische Gestaltungen infrage und provoziert damit gekonnt Kontroversen.

■ Fangen wir da an, wo es aufhört: an den Rändern. Die sind im Falle des Designs unscharf und Grenzen bisweilen schwer zu ziehen. Schon der Begriff – ein auf den ersten Blick recht praktischer Internationalismus – erweist sich im Umgang als kompliziert. Der englischsprachige Begriffsinhalt des Wortes »design« ist mit dem deutschen »Design« alles andere als deckungsgleich. Während dem Briten das Wort zur Beschreibung jeglicher kreativer Handlung zur Verfügung steht, muss für eine unkommentierte deutschsprachige Verwendung zwingend ein künstlerischer Anteil nachweisbar sein – alles andere führt zu Missverständnissen. So bleibt uns nichts anderes übrig, als dem viel benutzten Begriff nie ganz zu trauen und uns die Bedeutung jeweils aus dem Kontext zu filtern. Wie anspruchsvoll das sein kann, zeigt die letzte der »Zehn Thesen über gutes Produktdesign« des berühmten Industriedesigners Dieter Rams: »Gutes Design ist so wenig Design wie möglich.« Kann man schon mal eine Weile drüber nachdenken.

Nicht nur der Begriff des Designs ist schwammig. Auch was ein Designer ist, scheint Auslegungssache. Die Berufsbezeichnung jedenfalls ist in Deutschland nicht geschützt und steht somit jedem zur freien Verwendung offen – man kann somit »über Nacht« zum Designer werden. Wie man hört, profitieren insbesondere B-Promis hin und wieder von dieser märchenhaften Verwandlung.

Festhalten kann man eines: Designer bewegen sich auf der Grenzlinie zwischen der messbaren Welt der Ingenieure und der per Definition nicht rational evaluierbaren Kunst, pendeln mal auf diese, mal auf jene Seite. Am »Juicy Salif Citrus Squeezer« des französischen Stardesigners Philippe Starck vergegenständlicht sich eine Amplitude dieser Ausschläge. Die seit 1990 vertriebene Zitronenpresse hat dem Unternehmen Alessi kommerziellen Erfolg und sich selbst die Aufnahme in die Liste der populärsten kontemporären Designobjekte gebracht. Niemand, der sie gesehen hat, vergisst ihre



#### ZITRONENPRESSE »JUICY SALIF« VON PHILIPPE STARCK

Die ikonische Küchenskulptur für designaffine Hobbyköche wandelt auf der Grenze zwischen Design und Kunst. Immerhin: Das Auspressen von Zitrusfrüchten ist damit möglich.

## KLEINBILDKAMERA LEICA M10

Sie schüttelt mit Leichtigkeit alles Retrospektive ab – besser kann man den Unterschied zwischen modern und modisch kaum vergegenständlichen. Die noch durch Filmrollen bedingte Gehäuseform hat sich dank ihrer ergonomischen Qualitäten längst von der alten Technologie emanzipiert.



ikonische Form. Ästhetik und Funktion scheinen hier in perfekter Balance, auch wenn manch einer das anders sieht, denn: zum Auspressen von Zitronen ist der Squeezer, ehrlich gesagt, nur bedingt geeignet. Das verortet ihn im Randbereich zur Kunst, zur Küchenskulptur hoher Ästhetik und funktionaler Selbstbeglaubigung – als zutiefst eklektisches Produkt, typisch für die Gestaltungsauffassung der Postmoderne. Konsequenterweise erscheint es, dass der in limitierter Stückzahl vertriebenen vergoldeten Version des Squeezers ein Hinweis beilieg, er sei nicht zum Auspressen von Zitrusfrüchten geeignet.

Durchaus spannende Randbedingung bei der Gestaltung einer Zitronenpresse ist die Abwesenheit eines Innenlebens, die für eine ganze Gruppe von Produkten typisch ist – auf ihrer Oberfläche sind Form und Funktion untrennbar verbunden, da es ein Interieur nicht gibt. Eines der komplexesten Gestaltungsobjekte, ohne Innenleben und deshalb immer eine Herausforderung für Designer, ist das Fahrrad. Im Umfeld einer steigenden Zahl an elektronischen Produkten, deren

Inhalte für den Nutzer weder sichtbar sind noch verständlich wären, stellt das Rad den Gestalter vor geradezu archaische Aufgaben, denn es lässt keine Hintertüren offen. Die Gesamtheit aller Eigenschaften eines Rades ist auf einen Blick erfassbar, man kann ihm beim Funktionieren zuschauen. Dazu erweist es sich heute im urbanen Raum zusehends als geeignet zur Imagebildung. Ein irgendwo in der Tiefgarage geparkter und daher unsichtbarer Ferrari kann nur schwer beeindruckend – das hippe Speedbike mit Hightech-Equipment lässt sich lässig über der Schulter tragen. Fahrraddesigner – ein Beruf mit Zukunft.

Am anderen, rationaleren und auf den ersten Blick gänzlich unironischen Ende des Pendelausschlags finden sich Produkte zeitloser Funktion und Ästhetik. Oft leiden diese jedoch an ihrer Selbstverständlichkeit, Nachvollziehbarkeit und Logik – und treten so meist hinter glamouröse und exaltierte Entwürfe zurück. Der Plastic Chair von Charles und Ray Eames macht kein großes Aufheben und ist mit seiner alterslosen Gestalt doch einer der größten Prominenten der

Designwelt. Das Erkennen und Nutzen der Möglichkeiten eines innovativen Materials, die Ergonomie, die Modularität und Universalität machen den Plastic Chair zu einer, vielleicht sogar zu der Vergegenständlichung der klassischen Werte des Designs, wie sie Rams später in seine zehn Thesen gegossen hat. Sein Ruf als herausragendes Beispiel der Designgeschichte steht dem Plastic Chair allein schon als erstem in Serie produzierten Kunststoffstuhl zu, doch ungeachtet aller historischen Bedeutung ist er auch grandios: Er sitzt sich einfach gut – auch heute noch.

Die wahre Könnerschaft des Designers zeigt sich oft dort, wo die Spielräume eng und die Ansprüche groß sind. Anfang der Sechzigerjahre unternahm der Limonadenhersteller Afri-Cola den gewagten Versuch, den weltgrößten Mitbewerber Coca-Cola auf dem hiesigen Markt anzugreifen. Dass man der allseits bekannten Corporate Identity der Amerikaner gestalterisch etwas Ebenbürtiges entgegenzusetzen musste, verstand sich von selbst. Berühmte Protagonisten der deutschen Designlandschaft wie Jupp Ernst und



## RASIERER SIXTANT VON BRAUN

Eine programmatische Absage an jegliches Ornament – die These »so wenig Design wie möglich« in eine Form gegossen.

Wilhelm Wagenfeld wagten sich an diese Herkulesaufgabe. Die Ergebnisse ließen sich sehen – Ernst schuf eine Flasche mit nicht minder ikonischer Form, ergonomisch und schön. In einer Broschüre mit dem pointierten Titel »Kampf dem Kitsch« schrieb Ernst: »Die Erzeugung von Waren sollte eine Erzeugung von Werten sein.« Touché!

Auch heute lässt sich Design kaum betrachten oder gar bewerten, ohne auf das Verhältnis zwischen Form und Funktion Bezug zu nehmen. Ob man dem modernen Begriff dieses Leitsatzes oder den postmodernen Versuchen seiner Neuinterpretation oder gar Substitution mehr abgewinnen kann, ist dabei zweitrangig. Wie ein Gebirge steht Sullivans »Form Follows Function« in der Designlandschaft, und dessen Fundament sind genau die Objekte, bei denen das von Rams geforderte »möglichst wenig Design« im Extrem erfüllt ist. Was haben Sicherheitsnadeln, das gute alte, weiße Rundhals-T-Shirt und ein Stealth-Bomber gemeinsam? Sie sind formales Ergebnis einer funktionalen Optimierung und entwickeln trotzdem, oder eben gerade deshalb – gewollt oder zufällig –,



### PLASTIC CHAIR VON CHARLES UND RAY EAMES

Früher Versuch mit einem neuen Material - und ein Volltreffer: Dem Ehepaar Eames ist ein überragend gutes Sitzmöbel gelungen, gänzlich unabhängig von Zeit und Ort. Der Begriff Design-Klassiker ist hier beinahe zu retrospektiv - der Entwurf ist so zeitlos, er könnte erst gestern entstanden sein.

WAHRE KÖNNERSCHAFT ZEIGT SICH GERNE DA, WO DIE SPIELRÄUME ENG UND DIE ANSPRÜCHE GROSS SIND. DA HILFT DANN OFT EINES: KAMPF DEM KITSCH!



© Mineralbrunnen Überkingen-Teinach GmbH & Co. KGaA

### AFRI-COLA-FLASCHE VON JUPP ERNST

Funktionalität und Ästhetik in spielerischer Symbiose - gestaltet vor dem Hintergrund des omnipräsenten und übermächtigen Vorbilds und Konkurrenten Coca-Cola. Ge krönt durch ein Grafikdesign, das in Sachen Zeitlosigkeit und Wiedererkennbarkeit locker mit dem amerikanischen Platzhirsch mithalten kann.

### TUDOR BLACK-BAY, AUTOMATIK-TAUCHERUHR

Verpflichtet ihrer Funktion: in jeder Situation mit einem Blick ablesbar, so robust wie nötig, so ästhetisch wie möglich – sonst nichts. Dieses Design muss man nie mehr ändern.



© Tudor

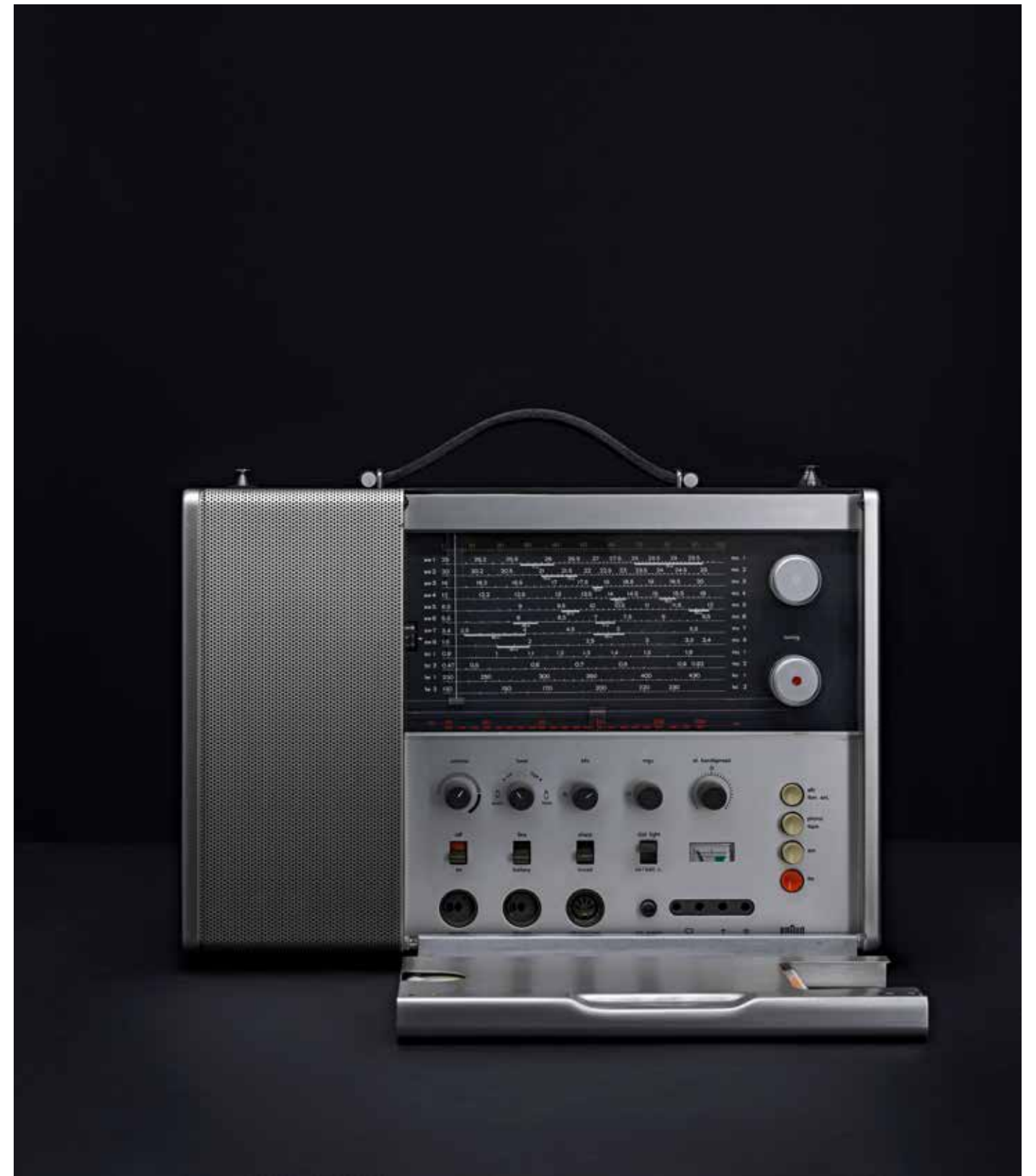
eine Ästhetik, die dauerhaft Gültigkeit als Referenz erlangt. Hier steht das Pendel an seinem maximalen Ausschlag in Richtung der Technik – oder eben der Funktion.

Schlägt das Pendel jedoch wieder in die andere Richtung aus, ist die Gefahr des Abgleitens ins Dekorativ große. Als sich in den 1950ern in den USA die Gestaltung von Automobilkarosserien nahezu völlig von den Erfordernissen der technischen Basis emanzipierte und die große Zeit der Showcars begann, entstanden futuristische Skulpturen, Zirkuspferde auf Rädern, behängt mit verrückten Details, nicht immer gelungen, aber oft grandios. Nicht alle Protagonisten dieser Ära beschränkten sich in ihrem gestalterischen Wirken auf das Automobil. Doch oft stehen ihre anderen Arbeiten in dessen Schatten.

Die automobilen Fantasien des Harley Earl beispielsweise sind unvergessen, doch ein ganz anderer Entwurf aus seinem Designunternehmen hatte das Zeug zum Klassiker: der Tintenfüller Waterman CF. Die Nutzung der in den Fünfigern

noch innovativen Technik der Tintenpatronen (CF = Cartridge-Filling) sollte sich auch im Äußeren des Produkts niederschlagen. Earl und seine Mitarbeiter integrierten die Feder in die Gesamtform und führten die Linien mit der Handschrift, die von ihren automobilen Arbeiten bekannt war, hier jedoch mangels Projektionsfläche in unverspielter, strenger Eleganz zutage tritt. Die Grundidee war so gut und die formale Lösung so zeitlos, dass man den Waterman CF-Versionen der vergangenen sechzig Jahre ihr Alter selten ansieht – Harley Earls Autos dagegen sehr.

Ohne die Namen Braun und Leica ist jeder Text über Designklassiker unvollständig. Kaum ein Unternehmen hat seinerzeit mehr für die Akzeptanz der Gestaltungsleistung und vor allem ihrer Emanzipation zum gleichwertigen, wertschöpfenden Teil des Entwicklungsprozesses geleistet. Das heutige Selbstverständnis des Designers gründet auf der atemberaubenden Zeitlosigkeit, auf der ästhetischen und funktionalen Gültigkeit ihrer Produkte. Dieter Rams hatte bei Braun die Gelegenheit, seine zehn Gebote für gutes Design ins Werk



### WELTEMPFÄNGER BRAUN T1000 VON DIETER RAMS

Visionen, die Wirklichkeit wurden, erscheinen aus heutiger Sicht wenig spektakulär – völlig zu Unrecht. Rams befreit eine ganze Generation elektronischer Geräte von ihrer Datierbarkeit. Auch heute wären sie in der Ausstellung eines Elektronikmarktes völlig unauffällig.

### ERSTER IPOD VON JONATHAN IVE - EINEM ERKLÄRTEN BEWUNDERER DER ARBEIT VON RAMS

Seine Formen sind nicht mehr vorgegeben vom Inhalt - sie sind reines Interface. Damit steht der Ur-iPod exemplarisch für eine ganze noch junge Kategorie von Produkten. Apropos jung: Ives Entwurf altert ausschließlich am rasanten Fortschritt der Display-Technologien.



© Stockphoto LP

zu setzen, und so illustriert seine Arbeit für den Elektrogeräte-Hersteller bis heute diese Ansprüche in idealer Weise. Viele seiner Entwürfe - wie das Transistorradio Braun TP1/TP2, der Weltempfänger T1000 oder der Rasierer Sixtant SM2 - ragen heute in ihrer unverschnörkelten Schlichtheit beinahe mahnend aus der Masse austauschbarer Konsumgüter heraus und gelten nicht zu Unrecht als Vorbilder der von Apple vertretenen Designlinie: Jonathan Ive - gestalterischer Vater der erfolgreichen Produktfamilie aus Cupertino - ist erklärter Bewunderer Rams.

Fast logisch erscheint es, dass Jonathan Ive auch seine Spuren auf Produkten des Unternehmens Leica hinterlassen hat, das sich ebenso den Grundsätzen des Dieter Rams verpflichtet sieht. Die Wetzlarer exponieren das Thema Design weit mehr als die meisten Mitbewerber und verpflichten immer wieder

namhafte Designer. Neben Ive zeichneten auch der Australier Marc Newson und der ehemalige VW-Konzern-Designchef Walter de Silva für Leica. Sie alle müssen sich dabei immer wieder an den schwer zu erreichenden Vorbildern messen lassen. Ob diese eher Fluch oder Segen bei der Gestaltung eines Nachfolgers sind, bleibt dahingestellt. Herausforderung sind sie allemal.

Spannend ist die Frage nach den Designklassikern der Zukunft. Neben den erwähnten Produkten mit dem Apfel erheben die des britischen Ingenieurs James Dyson heute bereits diesen Anspruch, doch wer sich mit seinen Entwürfen in die illustre Ahnengalerie einreihen darf, erweist sich meist erst in der Rückschau. Für eine erste Abschätzung taugen bis heute jedoch die Regeln des Dieter Rams: Wer sie erfüllt, hat die Qualifikation schon mal geschafft.



### SIEGFRIED VON SCHINDELHAUER BIKES

So harmlos es daherkommt: Das Fahrrad ist das wohl komplexeste Designobjekt ohne Innenleben. Alles spielt sich auf der Oberfläche ab, die funktionalen und gestalterischen Fragestellungen bleiben konstant - und traditionelle, handwerklich gut gestaltete Lösungen deshalb stets relevant.