

Rat für Formgebung: Was ist Industrie-Design?

„Industrial-Design ist eine gestaltende Tätigkeit, die darin besteht, die formalen Eigenschaften der Gegenstände zu bestimmen, die industriell hergestellt werden sollen. Unter formalen Eigenschaften' wären jedoch nicht nur die äußeren Merkmale zu verstehen, sondern vor allem die funktionellen und in strukturellen Beziehungen, die vom Standpunkt sowohl des Herstellers als auch des Verbrauchers aus einem Gegenstand eine kohärente Einheit machen. Denn während die Beschäftigung mit rein äußerlichen Merkmalen eines Gegenstandes häufig dem Wunsch gehorcht, diesen Gegenstand etwas attraktiver erscheinen zu lassen oder konstitutive Schwächen zu übertünchen, sind die formalen Eigenschaften eines Gegenstandes - wenigstens wie ich sie hier verstehe -immer das Resultat einer Integration verschiedenartiger Faktoren, seien sie funktioneller, kultureller, technologischer oder ökonomischer Art. Anders gesagt, während die äußeren Merkmale so etwas wie eine fremde Realität bilden, das heißt dem Gegenstand nicht verhaftet sind und sich nicht mit ihm entwickelt haben, machen seine formalen Eigenschaften eine Realität aus, die seiner inneren Organisation entspricht, die ihr verhaftet ist und die sich mit ihr entwickelt.“

Definition von Thomas Maldonado, verwendet vom ICSID International Council of Societies of Industrial Design

„Industrie-Design ist die gestaltende Tätigkeit innerhalb der fortschreitenden Arbeitsteilung der industriellen Produktion. Aufgabe der Industrie-Designer ist es, in Zusammenarbeit mit Planung, Entwicklung, Konstruktion und Vertrieb Industrieerzeugnisse zu gestalten. Die Gestaltung besteht im Erfassen der produktbestimmenden Faktoren, Entwickeln von Gestaltungskonzepten, Darstellen von Entwürfen und in dem Mitwirken bei der Realisation. Anspruch und Ziel der Arbeit der Industrie-Designer ist die Erfüllung der funktionalen und ästhetischen Bedürfnisse der Gebraucher und Benutzer industrieller Produkte. Industrie-Designer sind an Planung und Gestaltung unserer Umwelt beteiligt.“

Definition des Verbandes Deutscher Industrie Designer

Vom Menschen erdachte und hergestellte Gegenstände gibt es seit dem Beginn der Menschheitsgeschichte. Mit dem historischen Wandel der Herstellungsweisen aber änderten sich auch die Produkte und der Umgang mit den Produkten selbst. Dies gilt insbesondere seit der industriellen Revolution, aus der das hervorging, was wir heute als Designprodukt bezeichnen. Mit Designprodukten meinen wir Gegenstände, die serienmäßig hergestellt und unter Berücksichtigung funktionaler und formaler Gesichtspunkte bewusst gestaltet werden. Der Produktgestalter ist dabei zum Spezialisten in einem vielfach arbeitsteilig gegliederten Herstellungsprozess geworden.

Dinge, die der Mensch sich zum Gebrauch oder zum Tausch schafft, entstehen ebenso in Abhängigkeit von den sozioökonomischen Bedingungen und den ästhetischen Leitbildern der herrschenden Kultur wie von den bestehenden technologischen Möglichkeiten der Produktion. Diese am Designobjekt selten direkt ablesbaren Einflüsse sollten daher aus keiner Designbetrachtung ausgeblendet werden.

Die Analyse dessen, was wir mit dem Begriff Design belegen, wird verschieden ausfallen, je nachdem, welchen Standpunkt der Betrachter einnimmt. Aus der Sicht des Produzenten werden eher die materiellen und die Tauschwertgesichtspunkte im Vordergrund stehen. Den Verhaltenswissenschaftler interessieren primär die Einflüsse der Objekte auf das zwischenmenschliche Verhalten und die Beziehung des Menschen zu den Objekten; der Politiker hat den Beitrag im Auge, den das Design für die Verbesserung der Lebensqualität beisteuern kann; der Konsument wird hauptsächlich nach dem Gebrauchs- und Geltungsnutzen fragen. Produktion und Konsum sind durch vielfache Mechanismen (Werbung, Leitbilder ...) vermittelt, u. a. auch durch Design, insofern es dazu beitragen kann, durch seine formal-visuellen Gestaltungselemente nicht nur die Freude am Produkt, sondern auch die Begehrlichkeit zu steigern, also den Prestigenutzen und damit den Tauschwert zu erhöhen. Die Ästhetik der Waren kann dem modischen Wechsel, dem

schnellen Verbrauch im Sinne der Absatzsteigerung, der Produktprofilierung auf einem weithin gesättigten, unter Konkurrenzdruck stehenden Markt dienen. Sie kann aber auch die emotionale Erlebnisqualität, die im Umgang mit Dingen liegt, meinen, indem sie die Form sucht, die Identität und Dauer stiften will.

Die Vielfalt der Produkte in einer hoch entwickelten Konsumgesellschaft macht es dem einzelnen immer schwerer, dem Warenangebot seinen Nutzen kritisch abzufragen. Deshalb ist sachliche Produktanalyse und Produktinformation notwendig. Die Designinstitutionen sollten diese im Zusammenwirken mit den Verbraucherinstitutionen anbieten.

Die Fragen des Designs sind somit nicht aus dem Rahmen gesamtgesellschaftlicher Verantwortung herauszulösen. Die Designinstitutionen sollten sich dieser Verantwortung bewusst sein und sie bewusst machen. Was Design bedeutet, wird sich nur erschließen lassen, wenn man auch seine gesellschaftliche Rolle analysiert. Im Mittelpunkt der Diskussion steht das Verhältnis Mensch - Objekt mit seinen verschiedenen Auswirkungen.
[...]

Aus: Ulrich Hellmann, Industrial Design, Hannover, 1983