Design für Übergänge

Autor(en): **Gerber, Eva**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **12 (1999)**

Heft [4]: **1. Industrie Design Tag : Arbeit sichern - Arbeit gestalten, 1. Juli 1999**

PDF erstellt am: **28.03.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-121140

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Design für Übergänge

Industrial Design für Maschinen und grosse Apparate wird selbstverständlich. Damit nimmt die Industrial Designerin Einfluss auf die Arbeitswelt. Doch es genügt nicht: Sie muss auch die Übergänge zwischen Arbeits- und Nichtarbeitswelt neu gestalten.

Emotion ist eines der Zauberworte am Ende des Jahrhunderts. Nach den coolen Jahren in Schwarz, Stahl und Techno, nach den Lobgesängen auf das zwar schmerzhafte, aber vernünftige – weil auf harten Fakten beruhende – ‹Down-Sizing und Reengineering› in den Unternehmen, schwenke das Pendel, liest man, zu den ‹Soft Factors›. Emotionen werden geweckt, gelebt und genutzt mit Erdfarben, Holzmöbeln und Schlagerschnulzen. Unternehmensberater wie Daniel Goleman und Trendforscher wie David Bosshart unterfüttern dieses angeblich neue kollektive Bedürfnis mit einträglichen Merksätzen. An Management-Tagungen ertönt das Lied der ‹Emotionalen Intelligenz› und des ‹EQ2›, des ‹Emotion-Managements› und des ‹Emotional Designs›. Und um die Jahrtausendwende verlassen wir die nüchterne Informationsgesellschaft und brechen auf in die ‹Dream Society›. Wie schön.

Emotionale Anker

Weil sich die Wirtschaft globalisiert, kulturelle Identitäten sich verwischen, gibt es so viele Informationen wie nie. Wir ertrinken, emotionale Anker sind nötig. Im Verlangen nach Emotionen, nach Traum- und Erlebniswelten wird Design eine Schlüsseldisziplin. Designerinnen gestalten Investitionsgüter, Konsumartikel und Dienstleistungen, die Aufmerksamkeit wollen. Sie steigern so Konkurrenzfähigkeit und helfen Arbeitsplätze sichern. Designer gestalten Zeichen und Symbole und verbinden so soziale Welten und sie sorgen dafür, dass Informationen bestimmte Bedeutung bekommen. Das ist schon lange so, die dauernde Präsenz von Medien, das fröhliche Babylon überall, sorgt dafür, dass die Arbeit der Designer zunimmt. Die Kraft der Bilder bestimmt heute die Konkurrenz ebenso wie die Kraft der Hardware. Das nicht nur auf dem Markt der Güter, sondern auch dort, wo soziale Beziehungen angebahnt werden, wo Bilder wesentlich mitbestimmen, wer mit wem was zu tun haben will. Oder nicht.

Sinnbilder für Investitionen

Industrial und Graphic Designer entwerfen Bilder für technische Entwicklungen, damit die neue Maschine als lukrative Investition oder verheissungsvoller Fortschritt Sinn machen soll. Nach den Produzenten von Salzstreuern, Hi-Fi-Anlagen und Snowboards haben das mittlerweile auch die Product-Manager von Transport-, Web- und Landwirtschaftsmaschinen gemerkt. Wer technische Erfindungen oder Dienstleistungen wie Bahnreisen verkauft, der vertraut nicht mehr allein auf Funktionalität und Preis. Zur Technik gehört das Sinnbild, das einen Traum transportiert, heisse dieser nun ‹Vision› oder ‹Perfection› oder ‹Comfort›. Das war immer schon so, neu ist, wie auch dieser Teil der Produktion eines Gutes oder eines Services arbeitsteilig gestaltet wird, professionalisiert, debattiert und zum Hoffnungsträger für den Erfolg auf den Märkten wird.

Kompetenz statt Emotionalismus

Zwar begreifen erst 20 Prozent der deutschen Unternehmen – in der Schweiz dürfte es ähnlich sein – Design als wichtigen Konkurrenzvorteil. Dank der Wiederentdeckung und Vermarktung der Sinnlichkeit als eines grundlegend menschlichen Bedürfnisses, wird die Nachfrage nach Design steigen, auch im Bereich der Investitionsgüter. Die Industrial Designer werden dafür sorgen, dass diese Entwicklung nicht zum ‹Emotionalismus› – form follows emotion – und als Kosmetik und Marketing-Gag missverstanden wird. Das bedingt, dass Designer zwar Bilder produzieren, dabei aber ihre Kompetenz und ihr Wissen über Systeme selbstbewusst in die Produktentwicklung einbringen. Eine Kompetenz, die funktionierende Technik und zufriedene Menschen im Blick hat. Denn Designerinnen können die Arbeitswelt humaner – sinnlicher – einrichten, indem sie bei deren Gestaltung an unsere Augen, Ohren und Nasen, aber auch an unser Bedürfnis nach Bewegung, nach Schutz und nach sozialen Kontakten denken.

Neue Gestaltungsaufgaben

Wir wissen es, die Industrie ist immer weniger auf menschliche Arbeitskraft angewiesen. Neue Arbeitsplätze entstehen vorab im Dienstleistungssektor. Teleworking und neue Selbständigkeit werden unter dem Label ‹New Work› gefeiert, während die, die darauf weder vorbereitet waren noch wurden, die nächsten Jahre in Beschäftigungsprojekten und Qualifizierungsprogrammen verbringen. Diese gestalten heisst darum auch die Erwerbslosigkeit gestalten, heisst neue Formen und Sinn-Bilder finden für ein Leben, das die einfache Trennung in Arbeits- und Freizeit nicht mehr zulässt. Designer werden in Zukunft nicht nur Schnittstellen zwischen Mensch und Technik gestalten wollen, sondern auch mitreden, wie Verbindungen und Übergänge zwischen Arbeits-, Lern-, Sozial- und Erholungszeit gestaltet werden sollen.

Eva Gerber

Eva Gerber ist Soziologin. Sie arbeitet als Programmleiterin des Design Centers in Langenthal. Sie hat den 1. Industrial Design Tag auf die Beine gestellt und wird ihm in einem Jahr den 2. folgen lassen.

Eva Gerber, die Leiterin des Design Centers



Bild: Christoph Schütz