

## Der Designer muss Visionär sein

DESIGN BESTIMMT UNSER LEBEN IN DER FORM VON GEGENSTÄNDEN, DIE WIR TÄGLICH BENUTZEN – von der Zahnbürste bis zum Wasserglas, von der Heizungsregelung bis zum Sportgerät. Was zeichnet die Designer aus? Wie entsteht aus einer ersten Idee ein fertiges Produkt? Der Designexperte Elmar Schüller im Gespräch mit dem Industriedesigner Dirk Schumann (im Bild links) ÜBER DIE INFLATION DES DESIGNBEGRIFFS, SPAZIERGÄNGE IM WELTALL UND WEGE ZU EINER NACHHALTIGEN GESTALTUNG

pure: Herr Schumann, der Begriff "Design" ist derzeit in aller Munde. Können Sie sich als Industriedesigner überhaupt noch mit ihm identifizieren?

Schumann: Das Wort "Design" wird mittlerweile sehr inflationär verwendet. Verbraucher verbinden mit ihm heute besondere Vorstellungen, die seine eigentliche Bedeutung leider zunehmend verwässern. Gerade Industriedesign ist nicht so glamourös, wie es in den Medien oft erscheint. Es ist ein vielschichtiger Beruf, der vor allem eine Dienstleistung für die Industrie darstellt, bei der es nicht in erster Linie auf die schöne Form, sondern auf die Konzeption eines Produktes ankommt.

pure: Wie weit reicht der Wirkungskreis eines Designers?

Schumann: Der Designer arbeitet auf vielen Ebenen – bis in die Psychologie hinein. Gegenüber dem Marketing und der technischen Entwicklungsabteilung eines Unternehmens erfüllt er eine vermittelnde Funktion. Er ist aber auch Erfinder, der neue Konstellationen aus Formen, Materialien und Funktionen knüpft, aus denen wieder neue Produkte entstehen. Vor allem jedoch muss er Visionär sein, damit er sich bereits am Anfang Dinge vorstellen kann, die schlussendlich in eine industrielle Fertigung münden sollen.

pure: Der Designer hat eine geniale Idee und entwirft dann einen Stuhl, auf dem man nicht sitzen kann. Spaß beiseite: Welche Forderungen stellen Sie an nachhaltige Gestaltung?

Schumann: Ich arbeite zum Beispiel in der Medizintechnik. Hier kann die Gestaltung eines Operationsinstrumentes unter Umständen über Leben mit entscheiden. Es darf zu keiner Informationsüberflutung kommen. Die Geräte müssen absolut ergonomisch und klar strukturiert sein. Auch sollten die Formen und Materialien die Intelligenz eines Produktes transportieren.

pure: Wie geht das Entwerfen eines neuen Produktes vor sich?

Schumann: Am Anfang steht immer ein gemeinsames Briefing. bei dem Marketing, Engineering sowie Design die jeweiligen Zielsetzungen und Produktionsmöglichkeiten festlegen. Dann beginnt die eigentliche Arbeit mit dem Suchen und Finden von Ideen, die sich oftmals auch aus anderen Industrie- und Produktionsbereichen herleiten lassen. Der nächste Schritt liegt in der Visualisierung dieser Ideen anhand von Skizzen, die durch weitere Selektionsprozesse in ihrer Form konkretisiert werden. Darauf folgt die Visualisierung in fotorealistischen Darstellungen am Computer und schließlich in dreidimensionalen Modellen. In der Phase des Modellbaus erfolgen oft wichtige Korrekturen, da unsere dreidimensionale Wahrnehmung wesentlich komplexer ist und Fehler leichter erkennt als die zweidimensionale Darstellung. Nach einer weiteren Korrekturphase erfolgt die Umsetzung des Entwurfs in präzise Geometriedaten, die als Grundlage für das Engineering dienen. In enger Abstimmung mit den Ingenieuren entsteht dann das finale Produkt.

pure: Design ist auch ein Spiegel unserer Kultur. Bei einem Film können wir anhand von Kleidung, Autos oder Interieurs feststellen, wann und in welchem Land er gedreht wurde. Wie geht der Industriedesigner mit modischen Strömungen um?

Schumann: Für mich muss gutes Design modern, aber nicht modisch sein. Die Geräte der Firma Stiebel Eltron, für die ich seit 20 Jahren sämtliche Haustechnik-Produkte entwerfe, befinden sich im Schnitt 15 Jahre oder länger im Gebrauch. Aus diesem Grund sollte auf allzu modische Aspekte verzichtet werden, denn während sich die Mode rasch wieder ändert, ist die Technologie dieser Produkte auf bis zu 20 Jahre ausgerichtet. Daher schätze ich vor allem einfache Formen und Geometrien, kombiniert mit emotionalen Elementen, die die Marke visualisieren und eindeutig identifizierbar machen. Die Einfachheit der Geometrie wird vom Nutzer schnell und unterbewusst erfasst, woraus eine psychologische Sicherheit im Umgang mit den Produkten erwächst. So entstehen langlebig gestaltete Geräte, die auch nach Jahrzehnten noch auf dem Markt sind. Auf diese Form der Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung bin ich als Designer stolz.

pure: Welche Rolle spielen regionale Unterschiede? Lässt sich ein Produkt für den asiatischen Markt nach unseren Kriterien entwerfen?

Schumann: Für ein Tochterunternehmen von Stiebel Eltron habe ich in Bangkok speziell Geräte für den asiatischen Markt entworfen, die bewusst in der europäischen oder sogar deutschen Formensprache gestaltet sind. Denn deutsche Produkte genieβen in ihrer Qualität global ein sehr hohes Ansehen. Seit 14 Jahren bin ich für das italienische Unternehmen "Immergas" aus dem Bereich der Gaswärmegewinnung tätig. Obwohl Mailand als Designmetropole ganz in der Nähe des Unternehmens liegt, hat man sich bewusst für deutsches Design und die deutsche Formensprache entschieden, da diese als ein Qualitätskriterium wahrgenommen werden. Interessanterweise spiegelt sich das auch im Firmennamen wider.

pure: Die Verschmelzung unterschiedlicher Disziplinen wie Naturwissenschaft, Technologie und Kultur scheint Sie sehr zu interessieren. Sie entwerfen nicht nur Produkte für die Industrie, sondern entwickeln ebenso neue Lebensräume unter Wasser. Was führt Sie dorthin?

Schumann: Im Alter von zehn Jahren wollte ich gerne Baumeister werden, den Pfad der Architektur habe ich auch nie ganz verlassen. Als Sporttaucher faszinieren mich wiederum Ästhetik, Vielfalt und Raumempfinden der Unterwasserwelt. Aus dieser Symbiose wuchs die Idee, diese Welt für viele Leute zugänglich zu machen. Daraus ist wiederum das Projekt "Palinurus" entstanden – eine Mischung aus Hausboot und Unterwasserboot. Es bietet Aufenthaltsbereiche über sowie einen Wohnbereich unter der Wasseroberfläche. Auch gibt es eine Aussichtskuppel, aus der sich die Unterwasserwelt entspannt über einen längeren Zeitraum hinweg erkunden lässt. In diesem Zusammenhang ist auch die soziale Komponente für mich von Bedeutung. Denn je mehr Menschen diese Lebensräume wahrnehmen, desto stärker wird das Bewusstsein für den Erhalt unseres Planeten werden.

pure: Wie wollen Sie Ihre Idee in die Realität umsetzen?

Schumann: In Regionen wie dem Roten Meer ist das Konzept für die Tourismusindustrie sicherlich interessant, da die Infrastrukturen bereits bestehen. Ein anderer Aspekt liegt in den ökologischen Zusammenhängen bei der Installation solcher Anlagen. Es empfiehlt sich, das Boot als eine Art ausgelagerte Appartementanlage großer Hotels in einem kleinen Atoll zu installieren, um von dort einen direkten Blick in die Meereswelt zu erlangen. Seit das Projekt den "Gold Prize" der angesehenen "Japan Design Foundation" erhalten

hat, ist das öffentliche Interesse an diesem Konzept gewachsen.. So bin ich mit einem Unternehmen aus dem Yachtbau in Kontakt gekommen, mit dem ich die "Architectura Navaris GbR" zur Realisierung und Vermarktung des Projektes gegründet habe.

pure: Auf der Suche nach neuen Lebensräumen begeben Sie sich auch in die Weiten des Weltalls ...

Schumann: Mich reizt die Erkundung neuer Lebensräume unter besonderen physikalischen und psychologischen Bedingungen. Das gilt auch für den orbitalen Raum, der in gewisser Weise der Unterwasserwelt ähnelt. Es herrschen dort Schwebezustände, weshalb die gesamte Architektur neu definiert werden muss. Es gibt keinen Boden, keine Wände und keine Decke. Alles ist austauschbar. Die Gestaltung der Räume wird so zu einer interessanten Herausforderung, da ihre Wahrnehmung und Definition völlig neue Bedeutungen und Interpretationsmöglichkeiten gewinnt.

pure: Seit der amerikanische Multimillionär Dennis Anthony Tito als erster Weltraumtourist auf der Internationalen Raumstation ISS in die Geschichte eingegangen ist, entwickelt sich der Weltraumtourismus dynamisch. Das veranlasste Sir Richard Branson, mit "Virgin Galactic" einen neuen Industriezweig aufzubauen. Wollen Sie ihm nachziehen?

Schumann: Mein Interesse dient nicht diesen konsumhaltigen. kurzen Suborbitalflügen, sondern vielmehr einem nachhaltigen Erlebbarmachen des Weltalls. Um Touristen einen längerfristigen Aufenthalt im Erdorbit zu ermöglichen - bei gleichzeitiger Reduzierung der Kosten -, habe ich ein spezielles, nach dem russischen Raumfahrtpionier Ziolkowski benanntes Modul entwickelt. Es entstand in Zusammenarbeit mit Dr. Dr. Robert Goehlich, dem ersten Professor für Weltraumtouristik an der Keio Universität in Yokohama. Er hat die Kosten- und Rentabilitätsberechnung durchgeführt, während ich Konzeption und Gestaltung übernahm. Die Idee sieht vor, das Modul an die ISS anzudocken, die dann die Energieversorgung der Kapsel übernehmen und ihren konstruktiven Aufwand deutlich verringern kann. So ergibt sich auch aus Kosten- und Marketingperspektive eine interessante Symbiose. Mittlerweile haben wir dieses Projekt in Indien auf Weltraumkonferenzen, auf der Internationalen Tourismus Messe in Berlin gemeinsam mit dem Astronauten Ulf Merbold und in verschiedenen Weltraumausstellungen und Kongressen präsentiert. Es ist interessant, zu beobachten, wie das Projekt immer mehr in die Weltraumtechnologie driftet. So entstehen neue Netzwerke, die einen auf eine immer umfassendere Reise gehen lassen. Auch nach 20 Jahren weiß man immer noch nicht, wohin sie einen bringen wird.

## **DIRK SCHUMANN**

Der vielfach international ausgezeichnete Designer Dirk Schumann, Jahrgang 1960, führt in Münster seit 1992 sein eigenes Büro für Formentwicklung. Als Industriedesigner gestaltet er für seine weltweit ansässigen Kunden (beispielsweise Stiebel Eltron, Schüco International, Magnüs Analytics Indien, BP und Volkswagen) Produkte für die Bereiche Sanitär-, Solar-, Medizinund Kommunikationstechnik, aber auch für den Wohnraumund den Freizeitbereich. Als Visionär entwickelt er für neue Lebensräume im Weltraum und in den Tiefen der Ozeane Konzeptarchitekturen, die bereits mit dem "Gold Prize" der "Japan Design Foundation" geadelt wurden.