



Design-Lexikon

AXOR[®]
hansgrohe

Inhalt

A - D	4 - 12
E - H	13 - 16
I - L	17 - 21
M - P	22 - 28
Q - T	28 - 34
U - Z	34 - 35

Vorwort

Wer sich für Design interessiert oder sich beruflich mit Design beschäftigt, dem wird in den letzten Jahren eine zunehmende Unschärfe im Umgang mit Design aufgefallen sein. Je massiver über Design geredet wird, desto plumper wird es vermarktet und letztlich auch zerredet. Wir wollen mit unserem kleinen Designlexikon nicht ins selbe Horn stoßen, sondern vielmehr einen Beitrag dazu leisten, sachlich und professionell mit Designbegriffen umzugehen, die uns nicht nur im Bad immer öfter begegnen. Die vorliegende Version des Designlexikons kann kaum einen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, doch sie liefert einen Grundstock an Begriffen, in denen wir über Design zu denken gewohnt sind. Unsere Hoffnung ist, dass dieser Grundstock sich im täglichen Umgang bewährt und mit der Zeit und Ihrer Hilfe vielleicht zu einem umfangreicheren Werk heranwächst. Wir verstehen das Designlexikon als ein Projekt, das mit Hilfe seiner Leser und ihres Feedbacks an Qualität gewinnen soll.



Wir haben versucht, die Bedürfnisse von Designvermittlern und Designinteressierten gleichermaßen zu berücksichtigen. Dabei wird beiden Seiten beim Lesen einiger Paragraphen schnell klar werden, dass der jeweils andere unter ein und demselben (Stil-) Begriff etwas völlig anderes verstehen kann. Denn kaum etwas ist so stark der individuellen Interpretation unterworfen wie Begriffe der Ästhetik und des persönlichen Geschmacks. Wenn man sich darüber im Klaren ist, hilft es, Missverständnisse zu vermeiden, sich auf Kundenwünsche besser einzustellen. Darum werden in manchen Definitionen auch mehrere Bedeutungsebenen angesprochen, um Klischees aufzuzeigen und Missverständnisse zu vermeiden.

Als Designer-Marke sind wir an einem sachlichen, kompetenten Dialog über Design interessiert. Es geht also nicht darum, allgemein gültige Definitionen im Sinne einer verbindlichen Norm zu finden, sondern eine kompetente Basis für einen professionellen Dialog. Das Designlexikon ist deshalb in erster Linie gedacht als ein Handwerkszeug für das Verständnis und die Weitervermittlung von Design. Es soll Lust auf die Beschäftigung mit Design machen und das Bewusstsein für den Wandel schärfen, der in der ästhetischen wie in der praktischen Wahrnehmung von Design stattfindet.

In diesem Sinne wünsche ich viel Erfolg beim Suchen und Finden interessanter Einblicke...

Ihr
Philippe Grohe

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping loops and lines, representing the name Philippe Grohe.

Accessoires

Dem Französischen entlehnter und meist im Plural verwendeter Sammelbegriff für **ergänzendes Zubehör** (franz. „accessoires“ = Nebensachen). Vor allem im Modedesign wird mit Accessoires gearbeitet, um stark trendabhängige Akzente zu setzen (vgl. Styling).



Foto: Axor Massaud, Jean-Marie Massaud (ohne und mit Accessoires/Styling)

Im Interior Design weniger stark der Mode verpflichtet, **sorgen** Accessoires wie Textilien, Deko-Artikel, Bilder, Kerzen, Vasen bzw. im Badbereich zusätzlich (Seifen-)Schalen, Handtücher, Spiegel, dekorative Wandgestaltungselemente etc. für die **Durchgängigkeit/Konsistenz eines Gestaltungskonzepts** bzw. „Looks“.

Alessi

Die italienische Metallwarenfabrik Alessi (gegründet 1921) steht beispielhaft für den strategischen Wandel eines Herstellers von konventionellen Haushaltswaren zum designorientierten Unternehmen, das als Herausgeber von Designer-Entwürfen zum **renommierten Lifestyle-Anbieter** wurde. Ab 1955 begann Carlo Alessi, externe Designer zu beauftragen.

Unter Alberto Alessi wurde das Sortiment nach einem kulturtheoretischen Programm ausgerichtet, das **Massenprodukte mit künstlerischem Anspruch** vertrat. Prägend war die Zusammenarbeit mit Ettore Sottsass seit 1972. Der Wasserkessel von Michael Graves, die Hot Bertaa und die Zitruspresse Juicy Salif von Philippe Starck wurden zu Kultobjekten der Postmoderne.

Ambiente

Ambiente ist eine Bezeichnung für „Umfeld“, „Umwelt“, „Milieu“ im Sinne einer **besonderen Atmosphäre, die eine Persönlichkeit, einen Raum oder ein Kunstwerk umgibt oder ihm eigen ist**. Im Interior Design stellt das Ambiente das Ergebnis der gezielten ästhetischen Gestaltung dieser Atmosphäre dar und bezeichnet die **Ausstrahlung eines Raumes**.



Foto: Axor Starck, Philippe Starck

Axor-Info: Die Axor Kollektionen greifen den allgemeinen Trend „weg von der Wand“ auf und eignen sich daher besonders für eine Inszenierung als **Kompletraum**, in dem auch die Mitte des Bades gestaltet ist. Da der Erzeugung eines bestimmten Ambientes auch in der Verkaufsausstellung immer größere Bedeutung zukommt, lohnt sich die stimmungsvolle Inszenierung mithilfe sämtlicher in den Axor Raumkonzepten und Verkaufshilfen beispielhaft aufgeführten Hilfsmittel, um ein emotionsstarkes Bild zu erzeugen – etwa durch Wasser, Accessoires und das Anzünden von Kerzen im Axor Massaud Bad.

amorph

In gewissem Sinne das Gegenteil von Design, denn der Begriff bedeutet **formlos, gestaltlos, irgendwo zwischen fest und flüssig**.



Foto: Porro, Truffe, Jean-Marie Massaud

Zerfließende, an keine festen, geometrischen oder gegenständlichen Formen erinnernde Gebilde werden als **amorph** bezeichnet. Amorphe Formen können auch organisch wirken, wenn etwa Möbel als Volumen und nicht als Strukturen gestaltet werden.

Archetyp

Als archetypisch (gr. arche: Anfang; typos: das Geprägte; **Urbild, Urform**) können Formen bezeichnet werden, die in unserem kulturellen Gedächtnis verhaftet sind und beispielhaft oder symbolisch für eine bestimmte Funktion stehen: Ein Haus hat für uns immer noch einen

rechteckigen Grundriss und ein Satteldach, obwohl es heute eine Vielfalt anderer Haustypen gibt. Ein Eimer Wasser wurde von Philippe Starck als Archetyp des Waschbeckens bezeichnet und diente ihm zusammen mit der Pumpe als Urbild der Armatur, als Vorbild seiner Kollektion Starck 1, genauso wie die Waschschüssel als Vorbild seines Schalenbeckens eine neue Art von Waschplatzgestaltung wieder populär machte.



Foto: Axor Starck, Philippe Starck

Im Produktdesign werden Formen als Archetypen bezeichnet, die eine neue Produktklasse eröffnen oder diese beispielhaft verkörpern, wie etwa der Kreuzgriff die Armaturengriffe, der Porsche 911 den Sportwagen, Mart Stams Stahlrohrstuhl „S34“ (1926) den Fleischwinger usw.

architektonisch

Alles, was einen Raum konstruiert und nicht unabhängig von ihm zu sehen ist – sowohl konstruktiv als auch gestalterisch. „Architektonische Gestaltung“ im Produktdesign basiert zumeist auf geometrischen (Grund-)Formen. Geradlinige, wenig expressive, puristische Formen und ein auf alles Unnötige verzichtender, manchmal technisch wirkender Stil werden als „architektonisch“ empfunden. Die Produkte wirken dabei wie architektonische, d. h. bauliche (Lasten und Funktionen tragende) Elemente und passen sich dem Raum an (anstatt ein skulpturales Eigenleben zu entwickeln). Solche Produkte sind oft wand-/bodengebunden oder/und strukturieren den Raum, ohne der Architektur ein eigenes Ordnungssystem entgegenzusetzen. Sie sind auch nicht rein dekorativ, sondern haben einen körperbetonten Charakter.

Architektur

Eine der ältesten Kunstformen menschlicher Zivilisation. Die Grenzen zwischen Zweckbau und Baukunst sind heute fließend – Kaufhaus, Konzerthalle, Kirche und Wohnung sind in unseren Augen gleich wert, gestaltet zu werden.



Foto: Messe Mailand, Rho-Però, Missimiro Liano Fuksas

Die Verbindung von Architektur und Geometrie ist so alt wie die Architektur selbst. Die Auffassung der Architektur als Raumhülle und konstruktives Gerüst sowie die richtungsbetonte Axialität (Ausrichtung an Achsen) verdanken wir der römischen Antike. Die seither im Massivbau entwickelten Prinzipien werden heute mit modernen Konstruktionsmaterialien (Stahlskelett, Beton, Glas etc.) fortgeführt. Der Raum wird dabei durch Maß, Proportion, Form und Kompositionsweise gestaltet.

Ästhetik

Ästhetik ist die Theorie von der sinnlichen Wahrnehmung (von griech. „aisthesis“ = Wahrnehmung). Gemeint ist also nicht „das Schöne“ an sich, sondern die Lehre von den Gesetzmäßigkeiten und Grundlagen des Schönen (Harmonie), wie sie etwa in der Natur und der Kunst zu erkennen sind. Auch die Frage, ob die ästhetischen Eigenschaften als objektiv gegeben anzunehmen sind oder ob die Schönheit im Auge des Betrachters liegt, wird hier untersucht. Dabei geht es weniger um den persönlichen Geschmack als um die allgemein menschliche bzw. die allgemein gesellschaftliche Wahrnehmung dessen, was schön ist („Goldener Schnitt“).

ästhetisch

Die Alltagssprache verwendet den Begriff oft als Synonym (= gleichbedeutend) für „schön, ausgewogen, geschmackvoll, ansprechend“. Eigentlich sind damit allerdings sämtliche sinnlich erfahrbare Eigenschaften zu verstehen, die darüber entscheiden, wie wir unsere Umwelt und die Objekte wahrnehmen – insbesondere, warum wir sie als schön oder hässlich empfinden. Häufig werden ausgewogene Proportionen, gleichmäßige oder hierarchisierende/abstufende Rhythmen und harmonische Farbkombinationen als besonders ästhetisch bzw. schön und angenehm empfunden. Was wir als ästhetisch empfinden, ist zum Teil biologisch begründet, aber auch soziologisch (durch das persönliche Umfeld vorgegeben) und kulturell erlernt. Ebenso viele Faktoren bestimmen, ob wir ein Design als ästhetisch bzw. ästhetisch überzeugend empfinden oder nicht. In manchen Kulturen gelten reduzierte und harmonisch proportionierte Formen als schön, in anderen wiederum eine reiche Ornamentik.

asymmetrisch

Das Adjektiv bezeichnet das nicht symmetrische oder nicht gleichmäßig gewichtete Verhältnis von Elementen in einer Gesamtkomposition.



Foto: Serralunga, Missed trees, Jean-Marie Massaud

Dies führt zu einer Schiefelage in der Optik oder sogar der Statik von gebauten Konstruktionen und Produkten. Manche Gestalter wählen eine asymmetrische Komposition aber auch bewusst, um einen Spannungsbogen aufzubauen. Im Dekonstruktivismus wiederum haben asymmetrische Konstruktionen das Ziel, den Gleichgewichtssinn des Betrachters und sein Harmonieempfinden durch technische Tricks zu irritieren.

ausgewogen

Genau, sorgfältig abgestimmt, harmonisch – und damit auch: wenig dynamisch, bewegt, gerichtet. Keines der Gestaltungs- oder Stilelemente erhält Übergewicht oder wird auffällig betont. Eine ausgewogene Formgebung setzt (etwa geometrische) Elemente oder unterschiedliche Stile in ein harmonisches Verhältnis. Eine ausgewogene Gesamtgestaltung „ruht in sich“.

Ausstellungskonzept

Entscheidend ist die Gestaltung einer Ausstellung nach einem durchgehend erkennbaren Prinzip, um Erfolg bei der gewünschten Zielgruppe zu erreichen. Die Spezialisierung auf verschiedene Marktsegmente (Luxusbad, Schnelldreher) oder Stilwelten (mediterran, Landhaus, modern, minimalistisch, traditionell) bewirken die Ansprache der entsprechenden Klientel. Dabei ist der klassische Aufbau in Kojen mit an der Wand aufgereihten Objekten nicht immer ausreichend, um dem Anspruch gerecht zu werden, jeweils eine ganze Welt abzubilden – hierfür sind zunehmend Raumkonzepte und raumgreifende Inszenierungen vonnöten, die die Komplexität eines Themas/einer Kollektion mithilfe von innenarchitektonischen Mitteln (Farbklima, Boden- und Wandgestaltung, Licht) abbilden. Je wirklichkeitsgetreuer die Inszenierung der einzelnen Bäder (Accessoires, Beleuchtung, abgetrennte Räume mit Decke, vollständige Bäder), desto erfolgreicher wird die Vorstellungskraft der Kunden angeregt.

Authentizität/authentisch

Authentizität (von griech./lat. = Echtheit, Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit) bedeutet Echtheit, ein authentisches Objekt bezeichnet immer ein Original oder ein mit dem Original identisches Produkt (etwa in der Serienfertigung).

Im übertragenen Sinne kann auch eine Form oder eine Haltung als authentisch (als Gegensatz zu vordergründig, oberflächlich, vorgeblich) wahrgenommen werden, wenn sie zwar nicht das Original kennzeichnet, wohl aber dessen ursprüngliche Qualität und „wahrhaftige“ Identität aufweist. Eine Corporate Identity kann demnach authentisch sein, wenn sie glaubhaft vertreten wird, ein Formzitat oder ein Re-Design ist authentisch, wenn es „im Sinne“ des Originals verwandt/gestaltet ist. Glaubwürdigkeit erscheint im Zeitalter unbegrenzter Reproduzierbarkeit verlässlicher als das Original, das kopiert werden kann, ohne seine „Seele“ zu besitzen.

Avantgarde/avantgardistisch

Kunsthistorisch bezieht sich der Begriff Avantgarde auf Künstlerinnen und Künstler, die mit ihren Ideen und Kunstwerken ihrer Zeit vorausgreifen.



Foto: Serralunga, Missed trees, Jean-Marie Massaud

„Avantgarde“ (frz.: ‚l’avantgarde‘ = Vorhut) steht dabei für eine neue Kunst des (beginnenden) 20. Jahrhunderts. Der Begriff ist eng mit der Moderne verbunden. Ziel einer avantgardistischen (meist elitären, sich als Vordenker verstehenden) Bewegung war ursprünglich immer eine gesellschaftliche Veränderung.

In den künstlerischen Avantgarden, die sich vor allem zu Beginn des 20. Jahrhunderts aus Künstlergemeinschaften und -bewegungen entwickelten – etwa der italienische Futurismus, der russische Konstruktivismus, De Stijl (Holland) oder das Bauhaus in Deutschland – ist fast immer ein idealistischer Fortschrittsglaube festzustellen. Gemeinsam ist allen diesen Bewegungen, dass sie die jeweils herrschenden Geschmacksnormen ablehnen. Als avantgardistisch kann daher kein einzelner Stil bezeichnet werden, sondern vielmehr eine künstlerische oder intellektuelle Haltung.

Als avantgardistisch wird heute im Allgemeinen eine betont moderne künstlerische Ausdrucksweise verstanden, die provozieren will, um für ein neues ästhetisches oder gesellschaftliches Ideal zu werben. Selbst wenn

das Ideal nicht verwirklicht werden kann, haben avantgardistische Bewegungen häufig einen großen Einfluss auf eine ihr nachfolgende Mode bzw. die künstlerischen Trends und Designentwicklungen ihrer Zeit.

Axor

Axor ist die **Designmarke des Schwarzwälder Unternehmens Hansgrohe AG**. Sie setzt mit einer Vielzahl erfolgreicher Kollektionen nachhaltige Trends im Bad. Die Einführung der Marke 1993 trägt der Entwicklung der Nasszelle zum persönlichen Refugium, vom Gebrauchsgegenstand zum Designobjekt, vom Einzelprodukt zur Kollektion Rechnung, die das Unternehmen Hansgrohe früh erkannt und maßgeblich mitgestaltet hat.



Foto: Axor Armaturenwerk in Schiltach

Für Axor zählt heute nicht mehr nur die kleine Zone auf Waschtisch, Wanne oder Wand, sondern **der ganze Raum**. Im intensiven Dialog mit Designern und Architekten liefert Axor Konzepte für das Bad von morgen, welche die Gestaltung des gesamten Raumes, ja sogar den Übergang in den übrigen Wohnbereich mit einbeziehen.

Die Marke arbeitet langfristig mit **international renommierten Designern** wie Philippe Starck, Antonio Citterio, Jean-Marie Massaud, Patricia Urquiola, Ronan und Erwan Bouroullec und Phoenix Design zusammen. Gemeinsam mit diesen Designern und Architekten bietet Axor umfassende Kollektionen, die durch ihre Ausdruckskraft, Konsequenz und Einzigartigkeit bereits zu Ikonen im Bad-Design geworden sind. Sie eröffnen mit ihrer Bandbreite und Produktvielfalt einen kreativen Freiraum, der es erlaubt, das Bad gemäß eigener Wünsche, Bedürfnisse und Stile als individuellen Lebensraum optimal zu gestalten. Basierend auf einer Linientiefe von mehr als 60 Produkten pro Kollektion bietet Axor Lösungen und Kombinationsmöglichkeiten für Waschtisch, Wanne und Dusche bis hin zu den passenden Bad-Accessoires.

Die hohe Qualität, die Forschung, Entwicklung und Produktion der Marke Axor haben ihre **Wurzeln in der über 100-jährigen Sanitär-Kompetenz der Hansgrohe AG**. Das visionäre Konzept der Marke Axor, verbunden mit der Tradition von Hansgrohe, haben Axor zu einer Design-Marke von höchster Qualität gemacht. Hinter der Marke Axor steht **Philippe Grohe** (* 1967),

der Enkel des Firmengründers Hans Grohe. Nach dem Abitur, der Ausbildung und der Arbeit als Fotograf studiert Philippe Grohe Internationales Marketing. 1998 übernimmt er die Geschäftsführung der Hansgrohe-Vertriebsgesellschaft in Paris. Seit 2000, zurück in der Zentrale, baut er den Bereich Corporate Marketing auf. Seit 2001 ist Philippe Grohe für die Marke Axor verantwortlich.

Balance

Balance bezeichnet einen **Zustand des Gleichgewichts und der Ausgewogenheit mehrerer Elemente**. Wenn sich zwei formale Aussagen die Waage halten, kann man von einer Balance in der Gestaltung sprechen – etwa, wenn ein Material trotz schlanker Außenform solide wirkt oder organische Ausdruckskraft und geometrische Klarheit (wie bei Axor Massaud) ein harmonisches Gesamtbild ergeben.



Foto: Axor Massaud, Jean-Marie Massaud

Barock

Gegensatz zu schlicht; eine barocke Formgebung bezeichnet die (zitierende) Verwendung von dekorativen, üppigen Formen und bauchigen Rundungen sowie rankender Ornamentik in Anlehnung an den historischen Stil des Barock (ca. 1580/1600 bis 1730/1750). Hier wurde die Form nicht als Ausdruck einer Funktion, sondern als ihre Verhüllung oder Verschönerung/Überhöhung begriffen.



Foto: Axor Spiegel Hello Lovely, Tord Boontje

Der erst im 18./19. Jahrhundert geprägte Begriff leitet sich vom portugiesischen „barucca“ oder italienischen „barocco“ (schief, eigenartig) ab.

Es gibt wieder eine Lust am Ornament. Im Zuge dessen werden wieder gerne barocke Formen zitiert, um sie mit der modernen Welt in Kontrast zu setzen.

Bauhaus

Das Bauhaus ist **Deutschlands berühmteste Kunst-, Design- und Architekturschule der Klassischen Moderne**, die von 1919 (Weimar) über den Neubau von Walter Gropius in Dessau (1925 - 1932) bis 1933 (Berlin) bestand. Von den Nationalsozialisten geschlossen, entwickelt die Schule über ihre in der ganzen Welt verstreuten Schüler einen **großen Einfluss auf die internationale Architektur-, Kunst- und Designszene**. Der „internationale Stil“ in der Architektur (auch „Neues Bauen“ genannt) und das moderne Produktdesign haben u. a. im Bauhaus ihre Wurzeln. Ursprüngliches Ziel von Gründer Walter Gropius war die Bildung einer neuen, zeitgemäßen Einheit von Kunst und Technik, um die Kunst im Volk zu verbreiten und zu einer Massenbewegung zu machen. Zu diesem Zweck wurden neu entwickelte, schlichte Formen und neue Materialien wie das Stahlrohr verwendet, die sich für die industrielle Massenfertigung eigneten. Einfache Geometrien und die Beschränkung auf das Grundfarbenspektrum in Kombination mit Schwarz, Grau und Weiß sind die klassischen Bauhaus-Stilmerkmale.



Foto: Martin Brück 2005, Stiftung Bauhaus Dessau

Die funktionsorientierte Gestaltung wurde als Mittel zur Überwindung der Stile und zur Optimierung der industriellen Fertigung zugunsten bezahlbarer Produkte begriffen. Die neuen Möbel und hellen Bauwerke sollten der Arbeiterklasse eine moderne Lebenseinstellung vermitteln. Der Bauhaus-Funktionalismus entwickelte sich jedoch zum Stil einer kleinen, intellektuellen Elite. Wichtige Vertreter des Bauhauses waren neben Gropius vor allem Mies van der Rohe, Marcel Breuer und Wilhelm Wagenfeld.

bildhaft

Anschauliche Darstellung oder Gestaltung anhand von Bildern; eine bildhafte Sprache enthält viele Vergleiche (ein Mann wie ein Baum, ein Brausenstrahl wie ein Regenschauer) und zum Teil kräftige Ausdrücke. Auch ein Produkt kann bildhaft gestaltet sein, wenn es einen Gegenstand zum Vorbild nimmt und Assoziationen anklängen lässt.



Foto: Axor Massaud, Jean-Marie Massaud

Axor-Info: Der freistehende Handtuchhalter von Axor Massaud kann als Beispiel für Bildhaftigkeit verstanden werden: Das organische Produkt erinnert an einen Ast.

Bildsprache

Eine **Bildsprache ist ein Weg, mit Bildern anstelle von Worten zu kommunizieren**. Benutzt werden realistische Bilder, aber auch stilisierte Bilder wie etwa Piktogramme: Sie weckt Assoziationen. Geeignet sind dafür etwa Bilder, die einen bestimmten Zusammenhang anklingen lassen – zum Beispiel Motive, die für Natur, antike Klassik oder Motorsport stehen. Eine Formensprache kann auch **direkte Zeichenfunktion** annehmen und auf die Art der Nutzung des Produkts oder Gebäudes hinweisen – etwa eine Würstchenbude in Form eines Hotdogs, das nach oben aufgeschwungene Dach eines Flughafens-Terminals, der Handgriff mit Mulden wie von Fingerabdrücken etc.

bodenständig

Verwurzelt; Gegensatz zu abgehoben und überkandidelt; wird oft verwendet, um **eine schlichte, grundsolide Qualität** zu beschreiben. Gemeint sind damit auch Handwerkskunst, **Tradition, bewährte Qualität** und eine relative Unabhängigkeit von äußeren Einflüssen (Mode, Technologie etc.). **Negativ verwendet kann bodenständig auch beschränkt, konservativ oder in veralteten Traditionen verhaftet** bedeuten. Bei einer positiven Verwendung dieses Begriffes ist deshalb immer auf den Kontext zu achten und eine eindeutig positive Haltung einzunehmen.

Boontje, Tord

Seine Markenzeichen sind **romantische Blumenmotive und Fabelwelten** voller Einhörner, Hirsche, Rehe und Elfen: **Tord Boontjes Design-Welt ist poetisch, farbenfroh und verspielt**. Seine Muster entspringen allesamt seiner Fantasie, er nimmt jedoch bewusst Bezug auf Motive aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Durch diese

Inspirationsquelle übersetzt Boontje alte Techniken in die heutige Zeit der industriellen Fertigungsweise. Er greift auf die Stilmittel verschiedener Künstler früherer Epochen zurück und gilt dadurch als **Vertreter des Eklektizismus**. So sind seine Muster kunsthandwerklichen Ursprungs, seine Methoden jedoch modern.



Foto: Designer Tord Boontje

1968 in Enschede geboren, studiert Tord Boontje Industriedesign an der Eindhoven Design Academy und dem Royal College of Art, London. 1996 eröffnet er, gemeinsam mit seiner Frau Emma, sein erstes Design-Studio in London. Boontjes Werke werden in renommierten Museen, wie dem Institute of Modern Contemporary Arts oder der Tate Gallery in London, ausgestellt. Er arbeitet für bekannte Unternehmen wie **Moroso, Swarovski und Alexander McQueen**. Im Fuorisalone-Programm setzte Tord Boontje die Kollektion Axor Montreux unter dem Titel „Bitter-Süß“ kunstvoll in Szene. Dazu passend sind auch seine Keramik-Accessoires für den Waschplatz sowie die beiden Spiegel unter der Marke Axor entstanden.
www.tordboontje.com

Bouroullec, Ronan und Erwan

Die Brüder Ronan Bouroullec (geb. 1971) und Erwan Bouroullec (geb. 1976) arbeiten seit über zehn Jahren zusammen. Ihre Arbeitsgemeinschaft ist ein permanenter Dialog, der sich aus ihren unterschiedlichen Persönlichkeiten und ihrem beiderseitigen Perfektionismus nährt. Ihren Durchbruch feierten sie 1997 mit der Präsentation ihrer „Disintegrated Kitchen“ auf dem Salon du Meuble in Paris. Dabei wurden sie von Giulio Cappellini entdeckt, der ihnen ihre ersten industriellen Designprojekte – „Lit clos“ (Closed Bed) und „Spring Chair“ – übertrug. Entscheidend für den weiteren Weg der Gebrüder Bouroullec war ihre Begegnung mit Vitra im Jahr 2002. Sie ebnete auch den Weg zur Zusammenarbeit mit anderen renommierten Möbelherstellern. Seit 2004 arbeiten Ronan und Erwan Bouroullec auch mit Magis, für die sie die zwei kompletten Möbelkollektionen „Striped“ und „Steelwood“ entwarfen.

Zu ihren bekanntesten Produkten zählen die textilen Wandsysteme „North Tiles“ oder „Clouds“ für den

Hersteller Kvadrat. Heute arbeiten Ronan und Erwan Bouroullec für eine Vielzahl renommierter Marken des internationalen Wohndesigns wie Vitra, Kvadrat, Magis, Established and Sons, Kartell, Ligne Roset, aber auch für Issey Miyake und Cappellini. Gleichzeitig unterstützen sie ein experimentelles Projekt, wodurch sich ihre Arbeit in der Galerie kreo, Paris, entscheidend entwickelt hat. Nicht umsonst wurden ihnen dort seit 2001 fünf Ausstellungen gewidmet. Weiter bringen Sie sich in architektonische Projekte ein wie das „Maison flottante“ [“Floating House“] (im Jahr 2006) oder den „Camper“ Ladengeschäften in Paris und Copenhagen (2009) und das „Casa Camper“ Hotelrestaurant Don Palillos in Berlin (2010). Sie und ihre Kreationen wurden ausgezeichnet mit verschiedenen internationalen Designpreisen; ihnen wurden mehrere Ausstellungen gewidmet und ihre Produkte finden sich in verschiedenen bedeutenden Museen.

Ronan und Erwan Bouroullecs klare und leichte Designsprache ist die Grundlage für ihr Prinzip: Sie bieten Basiselemente, die sich individuell zurücknehmen, systemischen Charakter haben und in Kombination zu einem stimmigen Ganzen werden. Dabei geben sie dem Nutzer einzelne Elemente an die Hand, die er dann nach eigenen Wünschen und Bedürfnissen kombiniert.

www.bouroullec.com



Designer Ronan und Erwan Bouroullec, Foto: Ora Lindal

Charakter

Die **Summe aus mentaler Wesensart und (Verhaltens-) Merkmalen, die einen Menschen oder einen Gegenstand ausmachen**. In Kunst und Design wird darunter auch der Eindruck verstanden, den ein Objekt auf seine Umwelt macht. Er wird bestimmt durch die **Proportion** (etwa Ehrfurcht einflößend oder niedriglich), **Farbe** (düster oder licht, trist oder vital) und **Form** (kantig abweisend oder rund und einladend) eines Gegenstandes. Gemeint ist mithin der Gesamteindruck, der sich aus der Summe dieser Eigenschaften, der stilistischen Verortung (klassisch, blumig, puristisch) und des Kontextes/der Umgebung zusammensetzt.

Citterio, Antonio

Der **Architekt und Designer** Antonio Citterio (* 1950) gründete 1972 nach einem Architekturstudium am Polytechnikum in Mailand sein eigenes Studio. Zwischen 1987 und 1996 arbeitete er zusammen mit Terry Dwan und entwarf zahlreiche Gebäude in Europa und Japan. 1999 gründete er das Büro „Antonio Citterio und Partner“ zusammen mit der Mailänderin Patricia Viel.



Foto: Architekt und Designer Antonio Citterio

In dem **Mailänder Studio** arbeiten rund 40 Mitarbeiter an **Wohneinheiten, Apartments, Hotels, Geschäften, Büros und Showrooms** sowie **Unternehmensauftritten**. Ein weiteres Büro wurde 2000 in Hamburg eröffnet. Citterio arbeitet u. a. für **B&B Italia, Flexform, Flos, Guzzini, Iittala, Kartell, Inda, Pozzi Ginori, Sanitec Gruppe, Axor, Vitra**. Seine erste Badezimmer-Kollektion (Axor) kam 2003 auf den Markt. 2004 öffnete das Aufsehen erregende Bulgari Hotel in Mailand, es folgt aktuell ein weiteres Bulgari Hotel auf Bali. Seit 2006 kommt Citterio erneut einer Lehrtätigkeit als Professor an der Universität Lugano nach. www.antoniocitterioandpartners.it

Colani, Luigi

Der **Designer** Luigi Colani (eigentlich: Lutz Colani) (*2. August 1928 in Berlin) ist vor allem durch seine aerodynamischen, biomorphen Formen für Schiffe, Motorräder, Flugzeuge, Brillen und Fotoapparate bekannt geworden. Sein **Design hat Ergonomie als oberstes Gestaltungsziel**.



Foto: Villeroy & Boch, Luigi Colani

Mit dem Einsatz von thermoplastischen Kunststoffen in der Serienproduktion konnte Colani in den 70er-Jahren

seine Vorstellungen in konkrete Produkte fassen. In der Sanitärbranche machte er sich mit einer der ersten Sanitär-Kollektionen (1971) für Villeroy & Boch einen Namen. Diese Arbeit gilt als der erste ganzheitliche Ansatz, modernes und ergonomisches Design im Badezimmer zu integrieren. Die Kollektion erfreute sich vor allem bei den Installateuren größter Beliebtheit.

Collage

Collage ist eine Kreativtechnik, die in der **Bildenden Kunst** entwickelt wurde. Dabei wird aus aufgefundenen Bruchteilen zum Teil unterschiedlichster Herkunft ein neues Ganzes geschaffen. Häufig werden Zeitungsausschnitte, Stücke farbigen Papiers und Teile von Fotografien neu arrangiert und zusammengeklebt (frz. „coller“ = kleben).

Im Design und im Interior Design wird die Collagetechnik **heute häufig genutzt, um in Musterblättern das Zusammenspiel von Farben und Materialien in bestimmten Kombinationen auszutesten**.

Contemporary Design

Gegenwartsdesign (in Entsprechung etwa zum Begriff der Gegenwartskunst) bzw. das Design, das heute entwickelt wird bzw. den aktuellen Geschmack trifft (engl. contemporary = heutig, zeitgemäß, zeitgenössisch). Der Begriff findet hauptsächlich im angelsächsischen Raum Verwendung.

Corporate Design

Das Corporate Design – meist abgekürzt „CD“ – bezeichnet das **gesamte visuelle** und möglichst einheitliche **Erscheinungsbild eines Unternehmens** oder einer Organisation, das eine **klare Identifikation ermöglicht** und ggf. auch **bestimmte Werte (CI) vermittelt** und sich dem Betrachter intuitiv erschließt.



Foto: Volvo, C70

Aufgabe des Corporate Designs ist die Vereinheitlichung der Kommunikationsmittel (Logo/Firmenzeichen, Briefpapier, Werbemittel etc.) sowie möglichst auch der Architektur, Fahrzeuge, Firmenkleidung, Verpackung etc. In produzierenden Industrien bestimmt das Corporate Design auch die Gestaltung von Produkten wesentlich mit (besonders deutlich etwa in der Automobilindustrie).

Corporate Identity

Unter der Corporate Identity (CI), auch **Unternehmensidentität**, versteht man die „**Persönlichkeit**“ bzw. den „**Charakter**“ eines Unternehmens, das als einheitlicher Akteur – mit quasi menschlichen Eigenschaften – handelt und wahrgenommen wird.

Es ist **Aufgabe der Unternehmenskommunikation, Unternehmen** zu einer Persönlichkeit zu verhelfen bzw. zu bewirken, dass es als Person bzw. **charakterliche Einheit** wahrgenommen wird.

Die Identität einer Person ergibt sich für den Beobachter normalerweise aus der Art und Weise zu sprechen, zu handeln und aus der optischen Erscheinung. Die Identität eines Unternehmens lässt sich mit einer **Strategie einheitlichen Handelns, Kommunizierens und visuellen Auftretens** vermitteln. Die CI umfasst die Unternehmensphilosophie, das Leitbild, die Begrifflichkeiten, die Handlungsrichtlinien, den Namen, das Logo und weitere visuelle Zeichen.



Foto: smart

Sie wird durch drei Unterbereiche gebildet: Corporate Design (CD), Corporate Communication (CC) und Corporate Behaviour (CB). Zum Corporate Behaviour als Unternehmenskultur gehören neben bestimmten ethischen Grundsätzen (etwa in Bezug auf Sozialstandards, Umweltschutz, Nachhaltigkeit etc.) auch das Verhalten der Mitarbeiter untereinander, gegenüber Kunden sowie zu Lieferanten und Partnern.

Design

Design (dt.: „Gestaltung“) hat **zwei Hauptbedeutungen**: Zum einen ist der **Entwurf** gemeint – im Sinne einer Zeichnung, einer Idee, eines kreativen Gestaltungskonzepts; zum anderen die **konkrete Formgebung von Möbeln, Haushaltsobjekten, Industrieprodukten, Maschinen, technischen Geräten, Autos** sowie (etwa im internationalen Sprachgebrauch) von größeren Strukturen, wie dem **Interior Design** und der **Architektur**. Design ist ein Lehnwort aus dem Englischen, das wiederum aus dem Lateinischen abgeleitet ist (designare = [be]zeichnen) und in viele Sprachen Eingang gefunden hat.

Ursprünglich im Bereich des Kunsthandwerks entstanden, entwickelten sich bis heute zahlreiche Teildisziplinen. Die wichtigsten sind das **Produktdesign** (etwa Möbel und Haushaltsgegenstände) bzw. **Industriedesign** (ein Begriff, der ursprünglich das Design von industriell gefertigten Produkten im Gegensatz zur Disziplin des Kunsthandwerks meinte, heute aber teilweise mit der Bedeutung einer Spezialisierung auf

Maschinen der industriellen Fertigung gebraucht wird), das **Interior Design** (Innenarchitektur/Raumkunst), **Grafikdesign** (Design von Kommunikationsmitteln wie Schrift, Druckgrafik, Werbung), **Kommunikationsdesign**, **Verpackungsdesign**, **Mode- und Textildesign**, **Farbdesign** etc.

Design umfasst dabei nicht nur die optische bzw. ästhetische Gestaltung eines Gegenstandes oder eines Kommunikationsmittels, **sondern auch seine Funktionalität und Konstruktion**. Produktkonzeption, Materialwahl und -verarbeitung sowie die eingesetzte Technik sind Aufgabenbereiche des Designers. Weitere designbestimmte Eigenschaften sind die **Ergonomie** sowie die **leichte Verständlichkeit und Bedienbarkeit** von Gerätschaften, die den Menschen im Alltag begleiten und unterstützen sollen. Auch die **emotionale Funktion** wird als Teil des Designs verstanden und rückt heute zunehmend in den Vordergrund. Ein Produkt ist dann gut designet, wenn es seine Funktion optimal erfüllt, die Funktion verständlich kommuniziert und zudem Freude bereitet – und das über einen längeren Zeitraum hinweg.

Designpreise

Designpreise werden in den unterschiedlichsten Kategorien und Designdisziplinen, von diversen Institutionen, Gesellschaften, Vereinen, Messen, Unternehmen sowie Ministerien vergeben als Auszeichnung für herausragende Designqualität oder persönliche Verdienste um das Design. In der Regel wird ein Preisträger – Person oder Produkt – im Rahmen eines öffentlich ausgeschrieben Wettbewerbs durch eine Jury bestimmt. Auch wenn die auslobenden Organisationen heute nicht mehr durchgehend gemeinnützig sind, sondern sich zunehmend selbst finanzieren und entsprechend wirtschaftlich agieren müssen, gelten die angesehensten unter ihnen als objektive Benchmark und Orientierungsmaßstab für designorientierte Unternehmen und Konsumenten. Die meisten großen internationalen Designpreise wurden mit dem Aufblühen des industriellen Produktdesigns nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs begründet, wie etwa der **Compasso d’Oro** in Italien, der **red dot design award** (damals noch unter anderem Namen durch das **Design Zentrum Nordrhein-Westfalen** vergeben) sowie der **if award**. Beide in Deutschland beheimatete Preise zählen zu den weltweit begehrtesten Auszeichnungen. Als dritter wichtiger Designpreis Deutschlands gilt der durch den Rat für Formgebung im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Technologie verbundene **Designpreis der Bundesrepublik Deutschland**, der ohne öffentliche Auslobung ausschließlich an Träger eines der renommierten Designpreise verliehen wird. In Baden-Württemberg, dem Standort von Axor, zählt der vom **Design Center Stuttgart** verbundene **Internationale Designpreis Baden-Württemberg „Focus Open“** zu den Highlights der Designszene.

Design Report

Derzeit einzige in Deutschland herausgegebene **Design-Fachzeitschrift** mit Schwerpunkt auf Produktdesign und disziplinäre Fragestellungen (www.design-report.de).



Foto: Konradin Medien Verlag, Design Report ISH 2007 special

dezent

Eigentlich ein Synonym für „schicklich, geziemend“ oder „diskret“, bezeichnet das Adjektiv als ästhetischer Begriff eine zurückhaltende/unauffällige und subtile Präsenz eines Gestaltungselements oder einer Gesamtkomposition, bei der sich formal keines der einzelnen Elemente in den Vordergrund drängt.

Dimension

Dimension bezeichnet einen **Raum**. Dabei kann sich der Begriff auf die physikalische Größe beziehen und damit Raum und Zeit bzw. die Raumzeit meinen. Auf die realen Lebensverhältnisse bezogen macht der Begriff uns bewusst, dass Handlungen und Ereignisse eine bestimmte Auswirkung, eine Reichweite auf andere Menschen, Lebensbereiche oder die Zukunft haben können.



Foto: Axor Waterdream, Ronan und Erwan Bouroullec

Fast schon banal mutet dagegen die Bedeutung im **gestalterischen Kontext** an, wo sich Dimension lediglich auf die **Größe eines Körpers** oder Raums bezieht. Durch die **Verhältnismäßigkeit der Volumen und Produktdetails** wiederum gewinnt die Dimension an Bedeutung, indem sie Bezüge stiftet, proportionale Spannungen und Harmonien bedingt oder schlicht durch relative Größe oder Miniaturisierung beein-

druckt. Die Kunst des Gestalters ist es, die Erfahrung von Dimension als eine Frage der Perspektive zu begreifen – dies gilt für Architektur genauso wie für Objekt- oder Innenarchitektur oder die Gestaltung von kindgerechten Möbeln und Interior Designs.

Display

Eine **Anzeige bzw. Anzeigetafel** (engl. „to display“ = anzeigen). Im täglichen Gebrauch wird unter Display ein elektronischer Datenträger verstanden – also das Anzeigenfeld eines Handys, der Bildschirm eines Computers, ein Fernsehbildschirm etc. In der **Verkaufsförderung** jedoch ist ein Display ein **Informationsträger**, der nicht nur auf ein Produkt Aufmerksamkeit lenken soll, sondern auch nonverbale Aussagen über ein Produkt oder eine Veranstaltung etc. macht. Ein Display muss gut strukturiert sein und sich auf wesentliche Informationen beschränken, um seine Botschaft zu vermitteln; darüber hinaus sollte es aber auch stilistisch (nicht marktschreierisch o. Ä.) und gestalterisch zu dem beworbenen Gegenstand passen.

dominant

Vorherrschend, Gegenteil zu „dezent“. Ein dominierendes Gestaltungselement unterdrückt andere Einflüsse und **wirkt prägend auf die Gesamtkomposition**.

durchgängiges Design

Man spricht von einem durchgängigen Design, wenn eine komplette **Linie/Produktpalette** oder aber ein **Markenauftritt** (im Sinne eines Corporate Design) in **einem einheitlichen Stil** gestaltet ist.



Foto: Axor Uno², Phoenix Design

dynamisch

Dynamik (von griech. „dynamiké“ = mächtig bzw. „dynamis“ = Kraft) ist die **Lehre von der Bewegung von Körpern unter Einfluss von Kräften**. Dynamisch ist als Charakterisierung von Menschen, Umgebungen und Gegenständen gebräuchlich und meint, dass etwas oder jemand voll innerer Kraft, **lebendig, bewegt und beschwingt** ist. Damit kennzeichnet dynamisch den **gegenteiligen Zustand von „statisch“**. Dynamik bezeichnet aber auch die innere Bewegung eines Kunstwerkes oder eines Designobjekts, eines Gebäu-

des oder eines gestalteten Raums. Ein dynamischer bzw. bewegt wirkender Eindruck kann durch gezielte Abstufungen, Rhythmus oder organisch geschwungene Linienführung hervorgerufen werden.

Eklektizismus/eklektisch

Eklektizismus ist ein Gestaltungsprinzip, bei dem unterschiedliche Objekte, Stile, Materialien oder Elemente kombiniert und zu etwas Neuem zusammengefügt werden.



Foto: Kartell, Louis Ghost, Philippe Starck

Als künstlerische Ausdrucksweise, die sich ganz offen bereits vorhandener, oft historischer Kunstleistungen bedient, war der Eklektizismus jahrhundertlang entscheidend für den Kreativitätsbegriff. Er ist außerdem kennzeichnend für die Stilepochen der europäischen Kunst seit Beginn des Klassizismus. Daher wurde Eklektizismus lange als ein Kritikbegriff benutzt, wenn es einer gestalterischen Leistung an Originalität mangelte. In der Kunst und teilweise auch im Design ist das eklektische Prinzip heute eine gängige Technik, um Zitate verfremdend oder neu interpretiert zu einem originellen – das heißt schöpferischen und innovativen – Formerlebnis zu gestalten. Im modernen Design steht der Begriff für eine Technik, um die zu einem bestimmten Zeitpunkt dominanten Formen neu zu interpretieren. So entsteht aus den jeweils etablierten Objekten etwas Neues. Häufig wird daraus ein Spiel mit Zitaten und Symbolen aus der Welt des Designs und der Architektur.

Eleganz/elegant

Mit Eleganz wird ein gehobener, stilischerer Geschmack verbunden, der repräsentativ und glatt wirkt. Menschen, die sich elegant kleiden oder einrichten, wollen einem verfeinerten – also einem geübten, kultivierten – Geschmacksempfinden Ausdruck verleihen (von frz. „*élégance*“ = Feinheit, Zierlichkeit). Meist wird dabei auf klassische, harmonisch abgestimmte Elemente zurückgegriffen; allzu laute oder verspielte Elemente werden vermieden, weil sie als vulgär empfunden werden.



Foto: Axor Citterio M, Antonio Citterio

Ergonomie/ergonomisch

„Ergonomisch“ wird meist gleichbedeutend mit „körpergerecht“ oder „nutzungsoptimiert“ benutzt. Ergonomie ist ursprünglich eine Methode der effizienten und körperschonenden Arbeitsplatzgestaltung.



Foto: Kanera, 1E, Craft

Eine ergonomische Gestaltung hat zum Ziel, die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine zu verbessern und handhabbare bzw. komfortable zu benutzende Produkte herzustellen.

extravagant

Heute ist „extravagant“ als Bezeichnung für Menschen gängig, die eine überspannte, übertriebene Art und einen ausgefallenen Geschmack haben. Ursprünglich bedeutet extravagant aber einfach nur „ausgefallen, außergewöhnlich“. Als Produktcharakterisierung ist damit jedoch meist die negative Bedeutungsebene gemeint, wenn nämlich eine Form oder eine Ausstattungsqualität aus der Rolle fällt, übertrieben und fehl am Platze wirkt.

Farbklima

Ein Fächer von aufeinander abgestimmten Farben zur Erzielung eines unverwechselbaren Erscheinungsbildes oder eines bestimmten farblichen Ausdrucks (etwa eines Raumes). Im Corporate Design wird eine bestimmte Farbpalette festgelegt, die zur Gestaltung sämtlicher Publikationen, Signets und öffentlicher Auftritte (Messestand etc.) benutzt werden dürfen. Ein Farbklima schafft aber auch eine Atmosphäre und emotionale Grundstimmung, die mehr oder weniger kühl oder warm wirken kann – daher wohl die Namensgebung „Klima“.



Foto: Axor Massaud, Jean-Marie Massaud

Je nach Farbdominanz eines warmen oder kühlen Tons bzw. nach der Zugehörigkeit der Farbpalette zum warmen oder kühlen Spektrum (warm: z. B. Rot, Orange, Gelb; kühl: z. B. Blau, Grün, Violett) kann ein in einem bestimmten Farbklima ausgestatteter Raum kühl oder warm auf den Menschen wirken. Die subjektive Temperaturempfindung von Räumen mit warmer oder kalter Farbpalette kann dabei bis zu sieben Grad Celsius schwanken.

Form

Die Form (lat. Lehnwort von „forma“ = äußere Gestalt, Umriss) gibt einem Stoff bzw. einem Material Gestalt. Form definiert sich über den **äußeren Umriss eines Stoffes sowie über das Verhältnis der Einzelteile zueinander**; sie definiert den **äußeren Rahmen**. Auch wenn die Formung keine Wesensveränderung eines Materials bedeutet, hat sie dennoch eine (ästhetische, kommunikative und praktische) Wirkung auf die Art und Weise, wie Menschen dieses Material wahrnehmen, konsumieren oder nutzen können.

Formensprache

Die Art und Weise, wie ein Gegenstand/Raum mithilfe von formalen Elementen einen bestimmten Ausdruck erzielt. Räume und Gegenstände kommunizieren hier nicht mithilfe von Worten, sondern durch die Art ihrer Anordnung und durch bildliche Verweise – etwa, wenn ein Griff geformt ist wie ein Blatt. Der Begriff „Formensprache“ nimmt das Bild auf, dass die einzelnen Elemente (Grundkörper, Linien, Farben etc.) durch die Art ihres Arrangements wie die Wörter einer Sprache einen bestimmten Ausdruck erzielen können: Ein Gegenstand kann daher weich oder aggressiv, expressiv oder konzentriert, dezent oder laut, minimalistisch oder skulptural wirken.

Form follows function

Form follows function (dt.: Die Form folgt der Funktion) ist ein **Gestaltungsleitsatz aus Design und Architektur**. Er fordert, dass die Form sich aus ihrer Funktion, d. h. ihrem Nutzzweck ableiten soll.

Der Begriff ist Teil eines berühmten Zitats des amerika-

nischen Architekten Louis Henry Sullivan (1856 bis 1924), der mit den ersten vielstöckigen Büro- und Kaufhäusern in Skelettbauweise zu den Begründern der modernen Architektur zählt.



Foto: Siemens, Porsche Design, Second Edition

In Deutschland wurde der Gestaltungsgrundsatz erstmals vom Bauhaus konsequent angewandt und in der Folge oftmals mit funktionalistischer Gestaltung identifiziert. Diese verzichtet auf jedes Dekor und wendet eine ausschließlich geometrische Formsprache an.

Unbeachtet blieb Sullivans ganzheitlicher Gestaltungsgrundsatz, demzufolge jede Form, jeder Gegenstand und jedes strukturierende, dekorative oder typisierende Gebäudeelement auch eine semiotische Funktion hat – d. h., **das Äußere wirkt zeichenhaft, erläuternd, identifizierend**. Diese Funktion kann in Übereinstimmung mit Sullivans Theorien ebenso gut durch eine organische oder eine dekorative Formgebung erfüllt werden.

Frog Design

Frog Design ist eines der **bekanntesten internationalen Gestalterbüros**.



Foto: Hartmut Esslinger

Frog Design wurde 1969 von **Hartmut Esslinger in Altensteig im Schwarzwald** zunächst als „**Esslinger Design**“ gegründet. Mit seinem internationalen Durchbruch 1982 mit seinem mittlerweile legendären Design für den **ersten Apple Macintosh** folgte die **Umbenennung in Frog Design**. Das Akronym FROG ist eine Abkürzung von „**Federal Republic Of Germany**“. Aufgrund seiner weltweiten Aktivitäten verlegte das expandierende Unternehmen seine Zentrale ins kalifornische Silicon Valley und spezialisierte sich auf die Verbindung von Produktdesign, Branding und Digitale Medien.

www.frogdesign.de

Funktionalismus

Eine wichtige Strömung in Architektur und Design im 20. Jahrhundert (mit Höhepunkten in der Klassischen Moderne und während des sog. „Internationalen Stils“ nach dem Zweiten Weltkrieg bis Ende der 70er-Jahre), in der die Eigenständigkeit der Form als rein ästhetischer Wert zurückgedrängt wird.



Foto: Kartell, Oxo, Antonio Citterio und Oliver Löw

Im Vordergrund steht die aus dem Verwendungszweck des Gebäudes oder des Geräts sich notwendig ergebende Form. Die Funktionalisten beriefen sich dabei auf die berühmte, gleichwohl weitgehend fehlinterpretierte Maxime von Louis Henry Sullivan, „form follows function“.

Abgrenzungspunkte zu anderen Richtungen der Moderne ist die Ablehnung einer emotionalisierenden Dynamik. Typisch ist eine betont sachliche, geradlinige, nüchterne Gestaltung. In der Architektur ist das Organisationsprinzip die Rasterung komplexer Konstruktionen in kleine Einheiten und deren Vervielfältigung. Stahlskelettbau, grazile Stützenkonstruktionen mit flexiblem Grundriss, die scheinbare Aufhebung der Schwerkraft und der modulare Aufbau sind Kennzeichen des funktionalistischen Bauens. Ziel ist nicht nur eine ästhetische, sondern auch eine geistige Ausgewogenheit und Klarheit. Dementsprechend wirken funktionalistische Bauten und Produktarrangements häufig nicht nur rational, sondern auch unterkühlt. Die Suche nach der „reinen Form“ steht dabei oftmals im Konflikt mit Individualität und Vielfalt. Das Ideal der Ordnung wird im Funktionalismus gegen das Chaos und die Komplexität der Erscheinungen gesetzt.

Während die funktionalistische Architektur mit den Künstlern des Bauhaus emigrierte und sich als „Internationale Moderne“ mit zum Teil nüchterner, zum Teil organisch gestalteter Ausrichtung weiterentwickelte, setzte sich der Funktionalismus im Produktdesign nach dem Zweiten Weltkrieg vor allem in Deutschland durch. An der Hochschule für Gestaltung in Ulm (HfG Ulm) wurde die sogenannte „Gute Form“ zum Gestaltungsideal erklärt, das in der Marke Braun seine reinste Umsetzung fand; der ihr zugrunde liegende Regelkatalog führte jedoch durch stupide Anwendung durch Designer und Industrie zu einer einfallslosen

Standardisierung bzw. zu monotonen Bürogebäuden und Arbeitsplätzen.

futuristisch

Beschreibt ein zukunftsbezogenes Konzept und eine experimentelle Formgebung, die veränderte Lebensbedingungen voraussetzt bzw. simuliert, wie z. B. der Axor WaterDream von Phoenix Design.



Foto: Axor WaterDream, Phoenix Design

Goldener Schnitt

In der Kunst und Architektur wird der Goldene Schnitt oft als ideale Proportion verschiedener Längen zueinander angesehen. Er gilt als Inbegriff von Ästhetik und Harmonie und wurde schon intuitiv angewandt, bevor die entsprechende Formel gefunden wurde. Der Goldene Schnitt bezeichnet die harmonische Teilung einer Strecke in einen kleineren und einen größeren Abschnitt im mathematischen Verhältnis von $b : a = a : c : b$. Dementsprechend verhält sich der größere Teil genauso zur Gesamtlänge wie der kleinere Teil zum größeren Teilabschnitt.

Grafikdesign

Das klassische Grafikdesign ist die Gestaltung von Kommunikationsmitteln in zweidimensionalen Medien – im Printbereich, bei der Verpackungsgestaltung, bei der Gestaltung von Logos und in der Werbung. Mit dem Wandel der Medien und dem allgemein gestiegenen Kommunikationsbedürfnis umfasst das Aufgabengebiet auch die Gestaltung von Bedienoberflächen bzw. der entsprechenden Computerprogramme und anderer audiovisueller Medien.

Zentrale Teildisziplinen im Grafikdesign bleiben jedoch die Typographie (hauptsächlich Print) und die Konzeption und Gestaltung von Erscheinungsbildern. Die dabei festgelegten Regeln werden in sog. Design Manuals festgelegt.

grafisch

Eine Grafik (von griech. „graphikós“ = zeichnerisch, zum Malen geeignet) ist eine zweidimensionale Zeichnung oder systematische Darstellung.

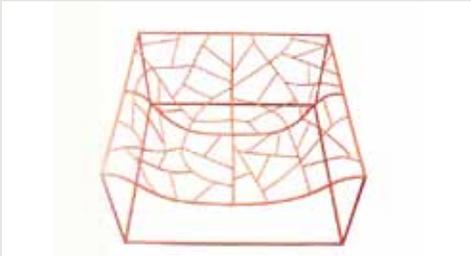


Foto: Jean-Marie Massaud, Chaos, Prototyp

Man kann aber auch beim Produktdesign von einer grafischen Gestaltung sprechen, wenn die Volumen zugunsten einer strukturbetonten, linearen Formensprache bis auf ein Minimum zurückgenommen werden und dabei ein zeichnerisches Profil entsteht.

Haptik/haptisch

Haptik (von griech. „haptikos“ = greifbar) ist die Lehre vom Tastsinn. Über die Berührung von Oberflächen bzw. durch das Berührt-Werden nehmen Lebewesen vielseitige Reize und Informationen auf. Im Design beeinflusst die Haptik eines Gegenstandes unser Wohlbefinden – unsere Reaktionen wie Sympathie oder Ekel, Wärme- oder Kälteempfinden, Vertrautheit oder Irritation sind intuitiv und von uns nicht steuerbar.



Foto: Axor Citerio, Antonio Citterio

Das Griffempfinden für die Oberflächengestaltung bestimmt weitgehend unsere emotionale Beziehung zu einem Objekt, aber auch unser Vertrauen in die ergonomische Qualität, etwa eines Sitzmöbels oder Instruments. Dennoch wird die haptische, über Material und Verarbeitung zu steuernde Qualität von Designobjekten gegenüber der ihrer visuellen Wirkung gerne unterschätzt.

Harmonie/harmonisch

Harmonie (lat.-gr. „harmonia“ = Zusammenfügung, Einklang) ist ein Begriff der Ästhetik für das konfliktfreie Zusammentreffen und Nebeneinander (zweier oder vieler) unterschiedlicher, aber zusammenpassender Teile und ihre gegenseitige Ergänzung zu einem (harmonischen) ausgewogenen Ganzen. Im Idealfall entsteht daraus eine neue Einheit, ohne dass die unterschiedlichen Teile dabei ihre Identität verlieren müssen.

Voraussetzung für die Kompatibilität der zusammenstreichenden Elemente ist in den meisten Systemen – etwa in der Musik oder in der Farbe – eine gemeinsame Wurzel auf einer tiefer liegenden Ebene (z. B. die Zugehörigkeit zur selben Tonlage oder zur selben Farbkategorie).

Hightech

Hightech ist eine „Nichtübersetzung“ des englischsprachigen Wortes „high technology“. Gemeint ist hier eine Technik, die dem aktuellen technischen Stand entspricht. Das deutsche Äquivalent ist „Spitzentechnik“ oder „Spitzentechnologie“. Doch mit dem Begriff Hightech sind noch weitere Bedeutungsebenen verknüpft – Computerisierung, smarte Produktionstechniken, Individualisierbarkeit und sogar bestimmte formale Eigenschaften.



Foto: Axor Steel, Phoenix Design

Denn entgegen der in den 70er- und 80er-Jahren gültigen Assoziation mit Hightech als rohr- und kabeldurchgezogene mechanische oder durch metallene Leitfäden dargestellte Strukturen, wie sie im „High Tech Style“ transparent inszeniert wurden (etwa mit dem Centre Pompidou oder im durchsichtigen Swatch-Uhren-Gehäuse), wird Hightech heute mit Mikroprozessen, Bionik und Leichtbauweise in Verbindung gebracht. Entsprechend grazile Strukturen, materialreduzierte Formfindungen und fast zellulär anmutende Konstruktionsprinzipien stehen heute für Hightech im Design.

Hochparterre

Bedeutende schweizer Zeitschrift für Gestaltung und Architektur.

www.hochparterre.ch

homogen

Homogenität (von griech. „homos“ = gleich; „genos“ = Art; „homogenos“ = von gleicher Art) bezeichnet die Gleichheit einer Eigenschaft über die gesamte Ausdehnung eines Systems bzw. die Gleichartigkeit von Objekten, Erscheinungen, Elementen eines Systems. Ein homogenes Design ist harmonisch und durchgängig gestaltet, eine homogene Farbgebung arbeitet mit wenig Kontrasten und Abtönungen innerhalb eines Farbklimas (etwa kühle oder aber warme Töne, Grau-Weiß-Abstufungen etc.).

Identität

Identität (von lat.: „identitas“ = Wesenseinheit) ist die komplexeste Größe, die es für Menschen, aber auch für künstlich erzeugte Phänomene und Produkte gibt.



Foto: Loewe AG, Individual, Phoenix Design

Sie unterstellt nicht nur **Einzigkeit** (für deren Zustandekommen es bei der Unzahl an Individuen und Produkten viele unterschiedliche Faktoren im Spiel sein müssen, um relevante Unterschiede zu ergeben), sondern **auch Einheit** (der sie bestimmenden Faktoren). Mit anderen Worten: **Viele Faktoren müssen so zusammenspielen, dass sich eine einheitliche, nicht beliebige Form ergibt**. Innere Widersprüche im Charakter eines Menschen genauso wie im Gesamteindruck und in der Kommunikation eines Produktes/einer Kollektion führen zu Konflikten.

Il bagno

Titel eines wichtigen **italienischen Sanitär-Fachmagazins**, das seine Aufgabe vor allem in der Abbildung der Vielfalt der (italienischen) Markenprodukte sieht.
www.reedbusiness.it

Image

Image (engl. „image“ = Bild) bezeichnet das **innere Bild**, das sich **eine Person von einem Objekt oder einer Person macht**, inklusive der an dieses Bild geknüpften Assoziationen und Emotionen und inklusive des daraus resultierenden Ansehens oder Rufs. Dieses Bild wird immer mehr zu einem Produkt, das gezielt von außen geformt wird. Das Urteil über ein Objekt, eine Idee oder eben eine Person und deren charakterliches Verhalten wird u. a. auch über äußere (optische) Eigenschaften beeinflusst. In diesem Sinne hat das Produkt- und Kommunikationsdesign eine große Bedeutung beim Imageaufbau und -transfer, etwa bezüglich des Images einer Marke.

Individualität/Individualisierung

Die Summe dessen, was eine Person (oder im übertragenen Sinne auch einen Gegenstand oder eine Sache) **einzigartig macht** und sie von allen anderen (ihrer/seiner Art) unterscheidet. Das Konzept von Individualität ist kulturell und historisch jedoch sehr unterschiedlich. In unserer westlich geprägten Kultur beginnt sich seit Renaissance und Aufklärung die Überzeugung durchzusetzen, dass der Mensch ein Recht

auf Entwicklung und Entfaltung seiner einzigartigen Eigenschaften habe. Das sich durch den Konflikt mit familiären oder gesellschaftlichen Interessen ergebende Spannungsfeld wird heute als Teil unserer individualistischen Kultur akzeptiert, die durch eine Vielfalt an Lebensstilen und Gruppierungen, aber auch zur Vereinzelung geprägt wird. In anderen Gesellschaften wird Individualität gegenüber dem Gemeinwohl als weniger wichtig empfunden. Die individualistische Kultur führt u. a. zu einem sich stetig erweiternden, variantenreichen Konsummarkt und zu einer großen Produkttiefe - d.h., von einem Produkt werden viele unterschiedliche Ausführungen angeboten, die sich durch ein System individueller Kombinationsmöglichkeiten zu einzigartigen Produkten bzw. Arrangements gestalten lassen.

Innenarchitektur

Die **Raumkunst** bzw. Innenarchitektur hat die **künstlerische Innenausstattung/Dekoration** eines Raumes zum Ziel; hierbei wurden viele Disziplinen des Kunstgewerbes einbezogen.



Foto: Yoo, Philippe Starck

Die Trennung von Architektur und Innenarchitektur suchten die Vertreter des Bauhauses aufzuheben. Ihre Auffassung von Architektur, Raumkunst, Kunst und Produktdesign als ganzheitliche Gestaltungsaufgabe ist heute wieder weit verbreitet.

Innovation/innovativ

Innovation heißt wörtlich „Neuerung“ oder „Erneuerung“. Im Deutschen wird der Begriff im Sinne von **neuen Ideen und Erfindungen** verwendet.



Foto: Hansgrohe, Raindance, Phoenix Design

Innovationen bedeuten also keine Variantenbildung (etwa durch eine modifizierte Produktneuheit), sondern einen **Entwicklungsschritt**, der zum Beispiel wichtige Produkteigenschaften verbessert oder hinzufügt, eine neue Nutzungs- oder Anwendungsmöglichkeit bringt oder gar die Evolution einer Produktkategorie einläutet. Es gibt **technische, materialbestimmte und formale Innovationen**, die für das Design relevant sind. Doch der Begriff „innovativ“ sollte nicht gleichbedeutend mit „neu“ oder „originell“ verwandt, sondern sparsam und gezielt eingesetzt werden. Er wurde (und wird) zu inflationär eingesetzt. Nicht jede Messeneuheit ist eine Innovation. Beispiele für eine Innovation im Badezimmer sind z. B. beschichtete Keramikoberflächen mit Nano-Effekt oder ein Produkt wie die Raindance Handbrause, die mittels neuer Proportionen im Design und optimierter Technik die gewohnten Nutzungs- und Sehgewohnheiten der Produktgattung revolutionierte.

Interni

Titel eines wichtigen **italienischen Design-Fachmagazins mit Schwerpunkt Wohnen/Möbel**.

www.internimagazin.it

Jacobsen, Arne

Arne Emil Jacobsen (1902-1971) ist ein **weltberühmter dänischer Designer und Architekt**, der gemeinhin dem **modernen Funktionalismus** zugeordnet wird, dessen Bauten aber dem menschlichen Maß verpflichtet blieben. Der Allround-Designer Jacobsen hat ein umfangreiches Werk geschaffen, das durch seine Ganzheitlichkeit, eine originelle Formfindung sowie durch die Verbindung von industrieller Fertigung und handwerklicher Tradition gekennzeichnet ist. Jacobsen verfolgte den Traum eines Gesamtkunstwerks, in das Architektur, Garten, Möblierung und Ausstattung vom Sessel über die Tapete bis zum Handlauf, ja sogar die Grafik und der „Gedechte Tisch“ miteinbezogen wurde.



Foto: Piotr & Co, Schwan und Ei, Arne Jacobsen
www.fritzhanzen.com

Berühmt sind vor allem sein Stuhl „Ameise“ (1952 für Fritz Hansen) und seine in den späten 50er-Jahren entstandenen Schalensessel „Schwan“ und „Ei“ in organischem Design. Sein 1969 für die Ausstattung der

Dänischen Nationalbank in Kopenhagen entworfene Armaturenserie Vola war das **erste auf Basis eines Rastersystems modular aufgebaute, unter Putz installierte Einbauprogramm und zeigte somit die erste unmittelbar „aus der Wand“ tretende Armatur** mit einer Trennung von Griff und Hahn. Sie wird seither in nahezu unverändertem Design von der Firma Vola AS produziert.

Jugendstil

Der Jugendstil ist eine **kunstgeschichtliche Epoche** um die Jahrhundertwende vom 19. zum 20. Jahrhundert. Weitere Bezeichnungen sind Art Nouveau, Modern Style, Modernismo, Stile Liberty oder Wiener Secession. Er gilt als eine der ersten Stilrichtungen, die überwiegend durch Design und weniger durch Kunst geprägt war und in der sich ein moderner Designbegriff entwickelte. Das Kunsthandwerk entwickelte dabei eine eigenständige Formensprache und avancierte durch seine industriellen Produkte (Lampen, Möbel, Guss-eisenelemente) im ganzheitlichen Zusammenspiel mit der Architektur zu einem gleichberechtigten Partner.

Klassiker

In der Bildenden und Angewandten Kunst sowie in der Architektur umfasst die sogenannte **Klassische Moderne** Künstler und Werke der Zwischenkriegszeit. Das bekannteste Beispiel ist die Kunst-, Design- und Architekturschule Bauhaus.



Vitra, Lounge Chair, Ray&Charles Eames, Foto: Hans Hansen

Klassiker gelten als perfekte Form und sind **musterbildend** d.h., sie finden Nachahmung, die allerdings niemals die ursprüngliche Qualität erreichen kann – nicht nur, weil ihre Form einzigartig ist, sondern eher noch, weil sie die erste ihrer Art darstellt. Im Design kommt der Klassiker dem formalen Ideal, der ihm zugrunde liegenden Idee am nächsten, auch wenn sie funktional vielleicht nicht so perfekt ist wie die Nachfolgeprodukte. Ein typischer Klassiker der Moderne ist der Lounge Chair von Ray und Charles Eames, in der Gegenwart ist der iPod bereits ein Klassiker.

klassisch

Als klassisch wird eine Form bezeichnet, die typisch für ihre Zeit ist und trotzdem so perfekt und rein, dass sie zugleich zeitlos wirkt. Klassische Formen gelten als

formvollendet und harmonisch – unabhängig von der Epoche oder Disziplin, der sie zuzurechnen sind. Klassische Beispiele finden sich daher sowohl in Musik, Architektur, Mode, Kunst, Design, Literatur sowie auf allen anderen Gebieten, in denen menschliche Leistung zum Maßstab wird.

Komplexität/komplex

Im Design bezeichnet der Begriff eine vielschichtige Struktur, deren beziehungsreicher Zusammenhang bzw. deren Ordnung nur schwer nachvollziehbar ist.



Foto: Koelnmesse; Vitra, Alguies, Ronan & Erwan Bouroullec

In der Ästhetik wird die Qualität einer Gestaltung auch dahingehend bewertet, wie gut sie Ordnung (Einheitlichkeit) und Komplexität (Mannigfaltigkeit) zu vereinen weiß. Eine **komplexe Form** stellt den Gegensatz zu einer einfachen, schlichten Form dar. Sie **fordert Aufmerksamkeit** und **erschließt sich dem Benutzer/Betrachter nicht intuitiv**; dafür kann sie ihn, **wenn sie gut gestaltet ist**, immer wieder überraschen und wird **nicht so schnell langweilig**. Heute verbirgt sich hinter einer schlichten Außenform häufig eine komplexe Struktur – sichtbar gemacht etwa beim legendären transparenten Gehäuse des Apple Rechners.

konkav

Als konkav (von lat.: „concavus“ = ausgehöhlt, einwärts gewölbt) bezeichnet man u. a. in der Mathematik und in der Optik Formen (Flächenteile, Linien), die **nach innen gewölbt** sind und sich dem Betrachter als **hohle Einbuchtung** zeigen, wie etwa eine Griffmulde, eine Beckeninnenform etc. Im **Gegensatz** dazu erscheint eine **konvexe** Form bauchig und erhaben.

konservativ

Konservativ (von lat.: „conservativus“ = bewahrend) bedeutet „am Hergebrachten festhaltend“ oder auch „**althergebracht**“. Im positiven Kontext meint konservativ das Bewahren von etwas Wertvollem/Bewährten, im negativen das fortschrittsfeindliche oder unkritische Festhalten am Überlieferten.

Konsistenz/konsistent

Das Wort Konsistenz (von lat.: „con“ = zusammen + „sistere“ = halten) bedeutet **Bestand, Zusammenhang, Geschlossenheit und In-sich-Ruhen**. Es wird meist

verwendet, um den **Zustand eines Stoffes** oder Werkstoffes zu beschreiben, und zwar in Bezug auf seine Struktur, Verarbeitbarkeit und Formbeständigkeit. So kann ein Stoff starr, flexibel, teigig, spröde oder flüssig, dehnbar und flexibel sein, er kann seine Konsistenz ändern, brüchig werden oder versteifen etc. Von einer **konsistenten Gestaltung** kann aber auch gesprochen werden, wenn ein **widerspruchsfreies, logisches Konzept** oder ein **durchgängiges, zusammenhängendes Design** gemeint ist – etwa bei ganzheitlicher Raumgestaltung, Übereinstimmung von Form und Inhalt bzw. Aussage, formaler Logik oder besonders harmonischen Kollektionen.

konstruktiv

Im Design und in der Architektur sind **konstruktive** Elemente diejenigen Teile eines Möbels oder Gebäudes, die das **tragende**, die Gestalt auf funktionale Weise vorgebende **Gerüst** bzw. die statische Struktur ausmachen – also etwa die belastbaren Rahmen eines Sessels oder das Stahlskelett eines Bürogebäudes.



Foto: B&B Italia, Freetime, Antonio Citterio

Konstruktivismus

Stilbegriff, der die **Beschränkung** auf reine Harmonien einfacher **geometrischer Formen** bezeichnet; gegenständliche Motive werden dabei ausgeschlossen. Geht auf die 1915 von Wladimir Tatlin in Moskau gegründete Kunstphilosophie zurück, die weitere Kunstbewegungen der Moderne wie De Stijl und Bauhaus beeinflusste. Unter dem Eindruck der dynamischen Ästhetik des Maschinenzeitalters wurden Künstler zu Ingenieuren, Architekten, Designern, Typographen. Konstruktion und Materialeigenschaften bestimmen die Gestaltung. Diese „konstruktivistischen“ Gestaltungsprinzipien förderten die Entstehung einer funktionalen Ästhetik in Kunst und Design. Die wichtigsten Impulse kamen aus der Kunst und prägen noch heute mit einfachen geometrischen Formen und einer auf die Grundfarben reduzierten Palette, die von Weiß, Grau und Schwarz dominiert wird, das Verständnis von modernem Design.

Kontrast

Als Kontrast wird klassischerweise ein Helligkeitsunterschied bezeichnet, der sich durch **Farb- und Lichtunterschiede** (etwa in der Malerei) manifestiert, insbesondere natürlich durch Schwarz-Weiß-Abfolgen (in der Fotografie stilprägend).



Foto: Federico Cedrone, Bisazza

Aber auch **Inhalte** können im Falle starker Abweichungen im Kontrast zueinander stehen bzw. ein „Kontrastprogramm“ bilden. Das Gleiche gilt für Design (**formale Kontraste** wie von unterschiedlichen Volumen oder Materialien, Kontrast von Form und Inhalt etc., vgl. „Polarisierung“) sowie für das Interior Design.

konventionell

Das Adjektiv hat neben der Bedeutung, den (**gesellschaftlichen**) **Konventionen** zu **entsprechen**, auch die von **herkömmlich** oder hergebracht.

konvex

Konvexe (lat.: „convexus“ = gewölbt, gerundet) Formen (Flächenteile, Linien) sind **nach außen gewölbt** bzw. erscheinen vorgewölbt und erhaben (Gegenteil: konkav).

Konzept/konzeptionell

Ein Konzept ist ein **Plan**, ein **Programm für ein Vorhaben**, das vor jeder materiellen Umsetzung bereits einen künstlerischen oder gestalterischen Wert darstellen kann.



Foto: Axor WaterDream, Ronan & Erwan Bouroullec

Dabei stellt ein Konzept schon die Weiterentwicklung einer Idee dar und berücksichtigt bereits viele Faktoren, die bei der Umsetzung, dem Erfolg und der Wirkung etwa eines neuen Produkts eine Rolle spielen. Dabei ist der **konkrete Entwurf der letzte Schritt eines Konzepts**. Das Konzept ist aber auch noch im fertigen Produkt erkennbar, und zwar als zugrunde liegende formale Idee sowie als Funktion. Die **konzeptionelle Qualität eines Produkts** zeigt sich in der Langlebigkeit des Designs genauso wie in der guten Nutzbarkeit.

Konzeptdesign hingegen, in den 70er-Jahren von der Konzeptkunst inspiriert, will eine Reaktion provozieren. Die Funktion wird dabei entweder ironisiert, kontrariert oder übertrieben. Es geht also mehr um die geistige Auseinandersetzung mit einem Gegenstand als um den praktischen Wert für den Nutzer. Tendenzen des Konzeptdesigns finden sich im Radical und Antidesign, etwa bei italienischen Gruppen wie Alchimia sowie bei Gaetano Pesce u. a. m., sowie im Neuen Deutschen Design (vgl. „Neues Design“). Besonders bei visionären Produktkonzepten spielen die Integration und der Einfluss der Mikroelektronik eine immer größere Rolle. In Zeiten virtueller Welten und hochtechnisierter Entwicklungs- und Entwurfsmethoden ist der Wert eines Konzepts oder einer Konzeption aber auch an sich schon fast so viel wert wie das reale Ergebnis. Das zeigt sich etwa an dem anscheinend erfolgreichen Versuch des red dot award, im asiatischen Raum einen eigenen „design concept“-Wettbewerb mit Produktkonzepten zu etablieren.

Axor-Info: Mit dem WaterDream hat Axor ein Format gefunden und zu etablieren verstanden, das konzeptionelles Potenzial entwickelt, ohne die visionäre Idee durch die Probleme seiner realen Umsetzung zu sehr einzuschränken, wie dies bei den so genannten Concept Cars, den schon mehr oder weniger fahrtüchtigen Produktkonzepten der Automobilindustrie oft der Fall ist. Statt dessen verkörpern die WaterDreams von Phoenix Design, Jean-Marie Massaud, Patricia Urquiola und den Bouroullec-Brüdern die Idee zu einem zwar prinzipiell umsetzbaren, aber nicht unter den Gesichtspunkten Nützlichkeit und Ökonomie entwickelten Produkt. Auch im Falle der Kollektion Axor Massaud wurden diese Überlegungen nachträglich angestellt, als der Wunsch nach einer realen Umsetzung aufkam.

kubisch

Synonym für würfelförmig. Ein Würfel oder Hexaeder (von griech. „hexáedron“ = „Sechsfächner“, oder Kubus, von lat. „cubus“ = Würfel) ist ein **geometrischer Körper mit sechs gleichen Seiten**. Er zählt zu den fünf platonischen Körpern (besonders regelmäßige „Vielfächner“). Als kubisch werden aber **auch Formen bezeichnet**, die nicht in diesem mathematischen Sinne perfekt gleiche Flächen aufweisen, sondern **annähernd kubisch gestaltet** sind – d. h. mehr oder weniger quaderförmig, betont geometrisch, würfelförmig geschichtet etc.

Kult

Mit Kult werden zumeist **Gegenstände der Massenkultur** assoziiert, die wohl eine große Anziehungskraft ausüben und **begeisterte Anhängerschaft** auslösen, die aber kaum Anspruch darauf erheben, im Kulturbetrieb als hohe und herausragende kulturelle und kulturtragende Leistungen wertgeschätzt zu werden.



Foto: BMW, Mini Cooper S, Werksdesign

Kennzeichnend für ein Kult-Phänomen ist die **starke Identifikation einer bestimmten Gruppe** von Konsumenten oder Fans mit einem Kult-Produkt bzw. einer Kultmarke.

Kultur

In unserer Gesellschaft steht der Begriff zunächst einmal für kulturelle Einrichtungen und Aktivitäten wie Theater, Musik, Bildende Kunst und Literatur sowie in zweiter Linie für Bildung und Wissenschaft. Doch das sind nur die sichtbarsten Äußerungen einer innerhalb einer Gemeinschaft entwickelten Kultur, die von Sprache, Politik und Rechtswesen, von Familienstrukturen, Wertvorstellungen, Religion und Konventionen, von Erziehung und Kommunikationskompetenz, von Konsumgewohnheiten, Wohnkultur und Gesundheitspflege sowie von sozialem Verhalten und verantwortlichem Handeln gegenüber dem Einzelnen, der Gesellschaft und der Umwelt und von vielen weiteren Faktoren bestimmt wird. Das komplexe Phänomen kultureller Identität ist in unserer europäischen Kultur eng mit dem Konzept der Zivilisation (als theoretischer Gegenpol zu Naturzustand, Triebverhalten und Machtmissbrauch) verknüpft, das mit der Aufklärung im 18. Jahrhundert zu einem neuen Bild von Gesellschaft und Staat führte.

Kultur kann jedoch auch als ein Konzept begriffen werden, das im Kleinen genauso wie im Großen funktioniert. So entwickelt nicht nur jedes Individuum seine eigene Kultur, sondern jede Gemeinschaft auf Basis von familiären, sozialen und religiösen Strukturen. Was für den Einzelnen vielleicht nur eine besondere Art körperlicher Identität und Gesundheitspflege oder der Wohnkultur ist, stellt sich in den etwas größeren Strukturen als Subkultur dar.

Auch auf Unternehmensebene führen Wertvorstellungen, Historie, markenspezifische Einstellungen zu Qualität und Nachhaltigkeit sowie sozialverantwortliches Verhalten zu einer Kultur, die eine bestimmte Identität formt (vgl. „Corporate Identity“).

Lifestyle

Das Lehnwort aus dem Englischen steht für **Lebensart** oder **Lebensstil**. Gemeint ist damit eigentlich die **individuelle Art und Weise der Lebensführung**.

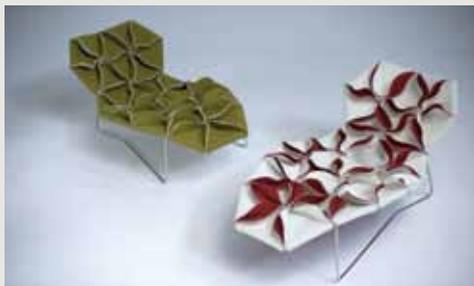


Foto: Moroso, Antibodi, Patricia Urquiola

Davon abgeleitet und in der Umgangssprache gängig ist die nicht auf den Einzelnen bezogene Bedeutung einer kulturellen Identität. So spricht man vom amerikanischen, westlichen oder östlichen Lifestyle. Er steht nicht nur für bestimmte **Werte**, sondern auch für modische, musikalische oder andere **Vorlieben**.

Auch die **Haltung** zu Gesundheit, Beruf, Freizeit, Familie und die Art der sozialen Beziehungen sind Teil des Lifestyles. Häufig werden mit dem **modischen Schlagwort** insbesondere Lebensstile im jugendkulturellen Spektrum bezeichnet sowie andererseits Lebensstile, die stark auf Genuss, Konsum und Ästhetik ausgerichtet sind. **Lifestyle-Orientierung** beinhaltet daher auch die **bewusste Gestaltung der Persönlichkeit** (durch kulturelle und modische Attribute) und des Wohnumfelds. Dabei überwiegt derzeit eine gehobene, repräsentativ-edle Ausstattung gegenüber einem Styling, das etwa eine ökologische oder gesellschaftskritische Orientierung transportieren soll. Das **Ideal jedes Lifestyles**, egal welcher Couleur, ist die Kreation und **Kommunikation einer Individualität**. Die Kunst dabei scheint es zu sein, eine überzeugende (authentische) Balance zwischen Individualität/Originalität und der Anpassung an den „Zeitgeist“/die Konvention zu erreichen.

Luxus/luxuriös

Luxus steht für Verhaltensweisen und Aufwendungen, die über das in einer Gesellschaft als notwendig und für sinnvoll erachtete Maß hinausgehen.



Foto: Axor Citterio, Antonio Citterio

Luxus aber nicht als negativ empfunden, gilt vielmehr als eine erstrebenswerte Lebenssituation, die dem Individuum nicht nur Komfort beschert, sondern es auch von Sorgen befreit. Auch ein zeitlich begrenzter Luxus ist gesellschaftlich „en vogue“ und markiert besondere Momente im Leben. Eindeutig negativ hingegen ist eine von Launen motivierte, verantwortungslose und verschwenderische Lebensweise. Luxus und Norm sind nicht unabhängig voneinander zu verstehen. Luxus ist eine relative Abweichung von einem Mangel oder von einer Norm, also von einem kulturell als normal definierten Zustand.

Vor dem Hintergrund eines relativen Wohlstands bei gleichzeitig stark empfundener Beeinträchtigung der Lebensqualität wird Luxus zunehmend nicht mehr über materielle Dinge, sondern über immaterielle Werte definiert, wie etwa Zeit haben, Gesundheit und Gesundheitspflege, Naturerlebnis, Familienleben, Platzangebot und Ästhetik, Eigenbestimmung, Genuss von Körper und (guter) Ernährung, Weiterbildung etc.

Marke

Eine rechtlich geschützte Kennzeichnung von Wirtschaftsprodukten.



Foto: Messe Frankfurt, Messestand Audi/Design Annual

Durch Hersteller oder Handelsunternehmen zur Gewährleistung der Herkunft aus einem Hersteller- oder Handelsbetrieb einerseits und gleichbleibenden Eigenschaften (des Produkts oder des Unternehmens) andererseits.

Eine Marke zeichnet sich durch ein gleichbleibendes Niveau in Bezug auf Qualität, Designcharakter, Stil und Preis aus. Sie kann bei konsistentem Corporate Design und authentischer Corporate Identity eine feste Größe werden, die dem Konsumenten Verlässlichkeit und Vertrautheit bietet.

Massaud, Jean-Marie

Eine Symbiose zwischen Mensch, Natur und Raum herzustellen – das ist die Leitidee des französischen Designers Jean-Marie Massaud. 1966 in Toulouse/Frankreich geboren, besuchte er die renommierte Schule „Les Ateliers“, Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle in Paris.



Jean-Marie Massaud, Foto: Studio Massaud

Sein gestalterisches Ziel ist die Verschmelzung von Design und Architektur. 2000 gründete er zusammen mit Daniel Pouzet das Studio Massaud, in dem sie gemeinsam architektonische Projekte wie das Tanabe House in Fukuoka, Japan, realisieren. Immer das Individuum im Fokus, ist Jean-Marie Massauds Arbeitsweise stets geleitet von der Suche nach dem Essenziellen. Eine Arbeit, bestimmt vom Streben nach Sinn, Magie und Vitalität.

Massauds mit zahlreichen Preisen ausgezeichnete Arbeiten im Bereich Produktdesign reichen von industriellen Produkten bis hin zu Möbelstücken. Im architektonischen Bereich zählen namhafte Projekte wie Renaults internationaler Auftritt auf Automobil-Ausstellungen oder die Lancôme Stores in Paris, New York und Hong Kong zu Massauds Werken. Gerade wurde sein bislang größtes Architekturvorhaben, das spektakuläre Fußballstadion Estadio Chivas im mexikanischen Guadalajara fertiggestellt.

Nach erfolgreichen Projekten für namhafte Firmen wie Armani, Cacharel, Cassina, Cappellini oder Baccarat arbeitet Jean-Marie Massaud nun auch für Axor, die Designermarke der Hansgrohe AG. Bereits 2005 entwickelte Massaud seine Idealvorstellung vom Bad im Rahmen des Projekts „Axor WaterDream“. Konkrete Formen hat sie jetzt in der Kollektion Axor Massaud angenommen.

www.massaud.com

materialgerecht

Das Entgegenkommen von Form und Material: Wenn die Herstellung und die Gestaltung eines Produkts dem verwendeten Material entspricht, sodass kein übermäßiger Energieverbrauch, Materialverbrauch oder Qualitätsverlust auftreten, spricht man im Design von materialgerechter Gestaltung.

Minimalismus/minimalistisch

Eigentlich handelt es sich beim Minimalismus nicht um einen Stil, sondern um einen Gestaltungsgrundsatz, der in unterschiedlichen Stilen Verwendung finden kann. Ästhetisches Ziel im Minimalismus ist es, durch eine Reduzierung der Mittel auf das Wesentliche,

durch **Beschränkung auf den Kern einer Sache** ein funktionales und visuelles Ergebnis zu erzielen, das durch Eleganz, geringen Materialeinsatz und formale Konzentration charakterisiert ist. Das Motto „Weniger ist mehr“ geht von der auch im asiatischen Kulturkreis bekannten ästhetischen Regel aus, dass durch **Weglassen häufig ein stärkerer Ausdruck erzielt wird, weil nichts Überflüssiges von der „Idee“ ablenkt.**



Foto: Cassina, Aspen, Jean-Marie Massaud

Das entsprechende Adjektiv „minimalistisch“ wird oft gleichbedeutend mit „klar“, „einfach“, „reduziert“ verwendet.

Typisch für die minimalistische Gestaltung in Architektur und Design ist die Vermeidung jeglicher Überfrachtung, der Einsatz von Primärfarben (Rot, Gelb, Grün, Blau) bzw. geometrischen Primärformen (z. B. Kreis, Quadrat, Dreieck) und kleinen Dimensionierungen bei großflächiger Formensprache. Glatte Oberflächen dominieren. Damit ist oft auch eine kühle, rationale Ausrichtung verbunden, häufig mit funktionalistischer Tendenz – doch kann genauso gut auch bei organischer oder klassischer Formensprache minimalistisch gearbeitet werden. Im Design verbindet man mit dem Begriff Minimalismus eine elementare, puristische Tendenz, die sich in den 80er-Jahren bewusst vom Studio Alchimia und Memphis absetzte. Das Ideal des Minimalismus ist die Einfachheit. Einfachheit bedeutet, dass nur wenige Faktoren zum Entstehen einer Form beitragen bzw. nur wenige Einwirkungsfaktoren erkennbar sind. Die höchsten Ansprüche an ein minimalistisches Design entstehen deshalb, wenn komplexe Faktoren zusammenkommen, aber harmonisch und quasi unsichtbar in eine schlichte Form integriert werden müssen. Häufig verbirgt gerade eine minimalistische Produktgestaltung ein sehr komplexes Innenleben bzw. eine komplexe Materialverarbeitung. Denn Komplexität (von technischen Geräten oder diffizilen Strukturen) soll hier in eine Form höchster Ordnung überführt werden.

modern

Im allgemeinen Sprachgebrauch bedeutet modern **zeitgemäß, aktuell, fortschrittlich oder auch angesagt bzw. der neusten Mode entsprechend.** Den Begriff als Synonym von „modisch“ zu verwenden, greift aber zu

kurz, da er weiter greift und **auf den neusten Stand der gesellschaftlichen, wissenschaftlichen und technischen Entwicklung hinweist.** Im Design ist meist ein zeitaktueller Bezug gemeint.

Weniger gängig ist die Verwendung des Begriffs im Sinne der Klassischen Moderne (frühes 20. Jahrhundert), die meist im Kontext spezifiziert wird.

modular

Das **Modul** ist ein **Bauteil eines größeren Gesamtsystems.** Modularisierung bedeutet dabei das Aufteilen eines Ganzen in Teile. Bei der Modulbauweise werden Gesamtsysteme aus standardisierten Einzelbauteilen zusammengesetzt. In der industriellen Fertigung verbessert die Modularisierung die Effizienz, während das fertige, modulare Produkt vor allem Nutzervorteile mit sich bringen kann. So sind manche hoch entwickelte, vor allem aber gängige Produktlinien im Automobil- und Möbelbereich modular aufgebaut, sodass eine Kollektion sich individualisieren und/oder den sich verändernden Gegebenheiten flexibel anpassen lässt.

monochrom

Als Adjektiv bedeutet monochrom **einfarbig**, als Substantiv verweist der Begriff auf ein einfarbiges Gemälde.



Foto: Duravit, E-Mood, Adreas Struppler

Die ultramarinen, von buddhistischer Zen-Malerei beeinflussten Werke des französischen Malers Yves Klein (1928–1962) provozieren eine bis dato nur von Mark Rothkos Gemälden bekannte, durch Farbflächen erzielte meditative Versenkung in einen gegenstandslosen Raum, der nur durch die Farbe Tiefe gewinnt und ins Unendliche abzutauchen scheint. Ein gänzlich weißer Farbraum hat eine ähnliche Wirkung, wenn er dem Auge wenig oder keine Kontraste bietet.

monoton

Monotonie bezeichnet in der Umgangssprache oft eine Form der Langeweile oder auch Eintönigkeit (z. B. bei wenig abwechslungsreichen Tätigkeiten). Eine Kollektion, die keinerlei Varianz in der Formgebung mehr aufweist, oder ein emotionsloses, einseitig funktionalistisch gestaltetes Produktdesign läuft sehr schnell Gefahr, monoton und damit langweilig zu wirken.

Monotonie auf Basis minimalistischer Gestaltung wiederum, kann einen reizvoll meditativen Effekt haben.

monumental

Denkmalartig, in großen Dimensionen gehalten und daher beeindruckend.

naturalistisch

So realitätsgetreu dargestellt wie technisch möglich, räuschend echt, perspektivisch überzeugend, detailgetreu und nichts beschönigend. Dabei bietet die äußere Richtigkeit, die der Photorealismus auf die Spitze trieb, allerdings keine Garantie für innere Wahrheit. Der Begriff geht auf den Naturalismus zurück, eine Strömung in Literatur, Kunst und Theater von ca. 1880 bis 1900.

Nature Inspired Design

Im allgemeinen Sprachgebrauch wird die Bezeichnung meist als **Synonym für „natürlich“** im Sinne von „unverbindlich“ gebraucht – also um einen natürlichen Zustand zu beschreiben, der noch nicht durch Zivilisation und Bildung verändert wurde. In Bezug auf Design und Architektur hat sich der Begriff als geeignet erwiesen, um ein **Gestaltungsprinzip** zu beschreiben, das auf biologische Prinzipien verweist und naturhafte Assoziationen erlaubt.



Foto: Axor WaterDream, Jean-Marie Massaud

In diesem Sinne bedeutet naturhaft: **der Natur nachempfunden, mit dem Ziel, einen der Natur ähnlichen/ ihm adäquaten Gesamteindruck zu erzielen, um das Wohlbefinden zu erhöhen.** Dazu werden beim formalen Entwurf und bei der Wahl der Materialien alle Faktoren berücksichtigt, die die menschlichen Sinne ansprechen – visuelle Wahrnehmung, taktiles Erleben, räumliche Wahrnehmung, Geruchs-, Wärme- und Kälteempfinden sowie kulturelle Konnotationen.

natürlich

Das Adjektiv hat im Allgemeinen die Bedeutung von „echt“, „authentisch“, „ursprünglich“ und „naturgemäß“. Diese Bedeutungsebene ist in der Aufklärung durch die Philosophie Rousseaus geprägt worden und betont den Unterschied zwischen einer natürlichen und einer zivilisierten Lebensweise. Erst mit der industriellen Entwicklung, der Einführung von künstlichen

Werkstoffen und künstlich hergestellten Lebensmitteln ist die Bedeutungsebene „biologisch“, „in der Natur vorkommend“ und „rein“ dominant geworden. Mit der zunehmenden Technisierung unseres Lebensumfelds und der Entfremdung von Natur und Traditionen erhält die Vorstellung eines natürlichen Umfelds immer stärker idealen oder gar utopischen Charakter.

Neue Bescheidenheit

Auch als „Neue Einfachheit“ bekannt gewordene, in der englischen Avantgarde formulierte „back to basic“-Designphilosophie, die in den 90er-Jahren in Ablehnung des Trends zum Luxus und Konsumkult der 80er-Jahre eine betont schlichte Ästhetik und Produktnutzung entwickelte.

Als Hauptvertreter neben Ron Arad, Tom Dixon u. a. gilt vor allem Jasper Morrison. Raue Materialien wie unbehandelter Stahl, Schichtholz oder Beton, eine experimentelle oder minimalistische Formgebung und die Verarbeitung vorgefundenen Materials zu Ready-mades sind charakteristische Elemente dieses sich aus dem Neuen Design entwickelnden Stils. Seine Motivation liegt wohl weniger im Konsumverzicht als in der **Aufforderung zu Konsumselektion und einer konsequenteren Qualitätsorientierung.**



Foto: Axor, Duravit und Hoesch, Starck 1 (1994)

Neues Design

Sammelbegriff für diverse **theoretische, experimentelle und praktische Neuansätze im Design der späten 70er- und 80er-Jahre**, die in Abkehr vom klassischen Funktionalismus und zunächst außerhalb der industriellen Fertigung nach neuen Lösungen suchten. Damit sind stilistisch gänzlich verschiedene formale Äußerungen zwischen Anarcho-Design, Neobarock und Minimalismus umfasst. **Ironie, Provokation, Stil- und Materialmix** waren die angesagten gestalterischen Mittel. Eine typische Organisationsform des Neuen Designs sind Gestalter- und Produzentengruppen, in denen Unikate und Arbeiten von nahezu kunsthandwerklichem Charakter realisiert werden konnten – ein Prinzip, das heute noch von einzelnen Designern wie Michele de Lucchi betrieben und von anderen Designern neu entdeckt wird, die ihre Entwürfe als Unikate fertigen und von Galerien auf Kunstmesen verkaufen lassen.



Foto: Established & Sons, The Crate, Jasper Morrison

Im Neuen Deutschen Design, vertreten von Gruppen wie Kunstflug und Gingbande sowie von Einzelpersonen wie Stiletto, entwickelte sich aus der Philosophie des Neuen Designs eine Kombination von künstlerischem Elitebewusstsein und Individualismus, dem folgerichtig Breitenwirksamkeit verwehrt blieb.

Nostalgie/nostalgisch

Die Erinnerung an die gute alte Zeit: Gefühle unbestimmter, rückwärts gewandter Sehnsucht, die zur Verklärung und/oder zum Wiederbeleben vergangener (Stil-)Erscheinungen in Kunst, Musik, Mode u. a. motivieren.



Foto: Axor Carlton, Phoenix Design

Dies kann sich in designten Welten im Landhausstil oder in klassischer Manier genauso verwirklichen wie im Zitieren von Flower-Power-Stilelementen der 60er-Jahre oder 80er-Jahre-Musik. Dabei geht es um die möglichst genaue Rekonstruktion von etwas Vergangenen, ohne etwas Neues hinzuzufügen oder durch die Kombination von Altem und Modernem einen neuen Gestaltungsansatz zu finden (vgl. „retro“).

Opulenz/opulent

Üppige Formen (von lat. „opulentia“ = Wohlhabenheit, Reichtum, Üppigkeit, Überfluss), die meist einen übertrieben wirkenden Eindruck machen, wenn sie nicht in einem stilistisch authentischen Zusammenhang stehen (etwa innerhalb eines organischen Designkonzepts).



Foto: ligne roset, bloom, Hiroshi Kawano

Organische Gestaltung

Organisches Design steht sowohl für eine Stilrichtung als auch für einen Gestaltungsgrundsatz bzw. ein Konstruktionsprinzip. Als Stilbegriff bildet es den Gegensatz zu geometrischen, funktionalistisch-sachlichen Stilrichtungen, da es sich an organischen Formen und gelegentlich auch an anorganischen, insbesondere kristallinen Strukturen orientiert, die aber beide in der Natur vorkommen.



Foto: Cor, Lava, Designstudio Vertijet

Kraftvolle Wölbungen und dynamische Rundungen sind klassische Kennzeichen organischer Gestaltung. Typischerweise, aber nicht ausschließlich, werden amorphe, natürlich anmutende und die Natur symbolisierende Formen verwendet, um einen wohlthuend natürlichen Eindruck zu erzielen. Viele Entwürfe spielen auf gewachsene oder von Naturgewalten geschliffene Strukturen an.

Als Gestaltungsprinzip ist das organische Design in vielen verschiedenen Stilrichtungen anzutreffen, es gibt hierfür keine stilistische Einheit; organische Formfindung ist vielmehr sowohl in traditioneller als auch in Hightech- oder minimalistischer Stilgebung anzutreffen. Charakteristisch ist hier nicht der stilistische Ausdruck, sondern das der Natur nachgeahmte Konstruktionsprinzip (zellular, vernetzt, skelettartig, kristallin etc.), in dem die klassische statische Stützenlasten-Kombination zugunsten einer elastischer und freier wirkenden Konstruktion aufgegeben wird. Gemeinsam ist allen organischen Objekten eine von innen nach außen entwickelte Formgebung und eine Betonung des emotionalen Ausdrucks. Wiederkehrende Techniken sind ein asymmetrischer Aufbau, fließende Linienführung und weiche Formgebung, gerichtete Strukturen, plastische Volumen und eine dynamische Formensprache. In der organischen Architektur scheinen die Bauten mal zu wachsen, mal förmlich von innen nach außen zu explodieren.

In der Architektur haben Frank Lloyd Wright (Guggenheim Museum New York), Le Corbusier, Eero Saarinen und im deutschen Raum vor allem Hans Scharoun wegweisend gewirkt. Die Architektur Rudolf Steiners hingegen führte zu einem Sonderweg. Heute weisen futuristisch wirkende Architekturen eines Frank O. Gehry, einer Zaha Hadid oder des Grazer Kunsthauses von Peter Cook wieder vermehrt organische Gestaltungselemente auf. Als herausragende Vertreter des

organischen Designs gelten neben Vordenkern wie etwa Charles Eames vor allem Ron Arad, Joe Colombo, Luigi Colani, Massimo Iosa-Ghini und Ross Lovegrove (Sitz für Japan Airlines, 2002).

Original

(Von lat.: „origo“ = Ursprung) hat eine mehrschichtige Bedeutung. Im Gegensatz zur Fälschung wird damit ein **echtes Produkt** oder Ding bezeichnet. Als Gegensatz zur Kopie steht das Original als das vom Künstler selbst geschaffene, unveränderte, nicht reproduzierte Exemplar. Es kann aber auch die Bedeutung einer **Urfassung** oder eines **Vorbildes** haben und dann die erste Fassung eines Textes, Buches, Bildes, Kunstwerks oder auch das abgebildete Modell bezeichnen.

originell

In seiner Art neu, schöpferisch, geistreich, ursprünglich.

Ornament

Das Ornament (von lat. „ornare“ = schmücken, zieren) ist ein **meist sich wiederholendes, oft abstraktes oder abstrahiertes Muster**. Als Schmuckform, aber auch als Symbol hatte es eine jahrtausendealte Geschichte, bevor es **nach einem Höhepunkt im Jugendstil** von den Funktionalisten verteuftelt wurde.

Phoenix Design

Das in **Stuttgart** ansässige Designbüro mit Niederlassung in Tokio liefert Bestseller am laufenden Band. Die beiden **Partner Tom Schönherr (links) und Andreas Haug** sind Designer aus Leidenschaft.



Foto: Phoenix Design, Tom Schönherr und Andreas Haug

Im Sanitärbereich arbeiten sie seit der Gründung des Büros 1987 vor allem mit dem Schwarzwälder Armaturenspezialisten **Hansgrohe** zusammen. Mit Armaturen wie der Axor Steel oder der Hansgrohe Talis S, mit cleveren Brausensystemen und Pharo-Duschpaneelen haben sie das designorientierte Sortiment des familienbetriebenen Unternehmens entscheidend mitgeprägt.

Ein großer Coup der Stuttgarter: die **Raindance Handbrause**. Die Umkehrung der Proportionen – kurzer Griff, großer Brausenteller – war wohl eine ihrer genialsten Eingebungen. Doch auch mit Sanitärkeramik wie der

schon über zehn Jahre lang erfolgreichen **Duravit-Kollektion Caro** oder mit Badewannen von **Kaldewei** ist das Gestaltungsprinzip der mit dem Lucky Strike Award ausgezeichneten Designergruppe – „form follows emotion“ – in vielen Badezimmern auf der ganzen Welt vertreten. Ganz zu schweigen von den exklusiven Fernsehgeräten von **Loewe**, den Handys von **Siemens** sowie den zahlreichen Accessoires wie Armbanduhren und Füllfederhaltern, die den Alltag verschönern sollen. www.phoenixdesign.com

Plagiat

Diebstahl geistigen Eigentums. Von einem Plagiat (von lat. „plagium“ = Menschenraub abgeleitet) wird gesprochen, wenn die Vorlage fremden geistigen Eigentums bzw. eines fremden Werkes als eigenes Werk oder als Teil eines eigenen Werkes ausgegeben wird.



Foto: Hansgrohe, Kampf gegen Plagiate

Es ist unter bestimmten Voraussetzungen strafbar und verpflichtet dann den Plagiator zum Schadenersatz. Im **Unterschied zur Kopie oder Fälschung** ist ein Plagiat **nicht unbedingt identisch mit der Vorlage**; es wird auch nicht vorgetäuscht, dass es sich bei dem Plagiat um das Original handelt. Vielmehr wird abgestritten, dass es sich um ein Nachahmer-Produkt handelt.

Axor-Info: Die Marke Axor beschäftigt namhafte Designer, die professionelle Trendforschung betreiben und visionäre Entwürfe entwickeln. Um eine solch zeitintensive Produktentwicklung zu betreiben, ist nicht nur unternehmerische Weitsicht und nachhaltige Markenpolitik erforderlich – sie ist auch mit erheblichem finanziellem Aufwand verbunden. Konsumenten und Absatzmittler können diese designbestimmte Wertschöpfung und nachhaltige Qualitätsorientierung durch ein entsprechendes Kaufvotum unterstützen.

plastisch

Erhaben, dreidimensional, in den Raum hinein wirkend. Bei einer zweidimensionalen oder sprachlichen **Darstellung** spricht man von einer plastischen Wiedergabe eines Gegenstandes/einer Idee, wenn sie **perspektivisch überzeugt bzw. lebendig, lebensnah und eindrücklich geschildert** ist.

Polarisierung

Polarisierung bezeichnet ganz allgemein den Prozess des **Auseinanderdriftens zweier oder mehrerer entgegengesetzter Positionen**. Auch Meinungen und Eigenheiten von Personen, aber auch Fragen des Geschmacks, können polarisieren – das heißt, dass sie entweder besonders große Zustimmung oder Ablehnung hervorrufen.

In der Gestaltung kann der Aufbau von gegensätzlichen Polen einem bewussten Spannungsaufbau dienen – etwa durch eine Kombination von organischer und geometrischer Formensprache, von unterschiedlichen Materialien oder Farben oder auch von widersprüchlichen Botschaften, wie sie etwa beim Auseinanderdriften von Form und Inhalt, beim Zusammenbringen von bekannten Formen und ungewöhnlichen Funktionen o. Ä. entstehen können.

Postmoderne

Als Epochenbegriff bezeichnet Postmoderne (= Nachmoderne) die **Zeit nach der fortschrittsgläubigen Moderne**. In der Philosophie, der Sprachforschung und allen gestaltenden Disziplinen hatte die Postmoderne großen Einfluss auf die gesamte westliche Kultur.



Foto: Alessi, Zitruspresse, Philippe Starck

Mitte der 70er-Jahre formierte sich die Avantgarde-Bewegung, die in den 80er-Jahren stilprägend wurde. In der Architektur wurde sie hauptsächlich durch die Amerikaner Robert Venturi und Charles Jencks und im Design durch Persönlichkeiten wie Ettore Sottsass oder Alessandro Mendini bzw. durch italienische Gruppen wie Alchimia und Memphis inspiriert. **Ursprünglich als Protest gegen die emotionsleere funktionalistische Gestaltung gedacht**, war der postmoderne Stil im Design ein **großer kommerzieller Erfolg**, dem aber bald unpraktische und beliebige Formgebung und ein z.T. kitschiger Stil vorgehalten wurde.

In der Postmoderne werden Formen meist als Zitat eingesetzt – spielerisch, dekorativ und oft ohne eine wirkliche Funktion. Nicht die Neufindung, sondern die Rekombination und neue Anwendung von Formen und Ideen gilt als originell. Als künstlerische Techniken dominieren die Dekonstruktion, das Sampling und Mixen von Vorgefundenem. Vergangene Stile werden z.T. ironisch in Szene gesetzt. Das Weltbild der

Postmoderne war pluralistisch, fraktal, von zufälligen Kreisläufen bestimmt.

Die vornehmlich in der Architektur geführte Postmoderne-Diskussion über die Bedeutung der Formen (in Abwendung vom monotonen Funktionalismus im „Internationalen Stil“) fand auch im Design Widerhall. Die **kommunikative Funktion der Gegenstände geriet wieder stärker ins Blickfeld**. Architektur und Design setzen sich seither wieder stärker mit der „Sprache der Objekte“ auseinander.

Produktdesign

Entwurf und Entwicklung von Produkten für die industrielle Herstellung. Im Gegensatz zu anderen Disziplinen des Designs, wie insbesondere zum Grafikdesign, werden im Produktdesign dreidimensionale Gegenstände entwickelt, die für die Benutzung durch den Menschen gedacht sind und deshalb bestimmte Anforderungen erfüllen müssen: Sie müssen funktional sein (d. h. ihren Zweck optimal erfüllen), gebrauchsfreundlich bzw. praktisch, ergonomisch gestaltet und haltbar sein. Da sie alle Sinne des Menschen ansprechen sollen, werden auch hohe Anforderungen an die ästhetische Erscheinung des Produkts gestellt – der Gegenstand soll (möglichst lange) schön sein (Optik), sich gut anfühlen (Haptik), gut riechen und klingen (etwa im Automobildesign wichtig) und evtl. auch eine neue sinnliche Erfahrung vermitteln. Eine weitere wichtige Aufgabe des Produktdesigns ist die Nachhaltigkeit, durch umweltfreundliche Materialien und Herstellungsprozesse, Langlebigkeit, Möglichkeit des Produkt-Recyclings und dass eine günstige Energiebilanz bei Produktion und Benutzung gewährleistet wird.

Ein wichtiger Aspekt bei der Produktentwicklung ist zudem, den Entwurf auf die industrielle Massenfertigung abzustimmen, sodass das Produkt sich maschinell oder mit wenigen Arbeitsschritten, mit möglichst wenig Materialeinsatz und damit möglichst preisgünstig herstellen lässt. Dieser Aspekt wird heute allerdings nicht immer berücksichtigt. Die Massen(produktions-)tauglichkeit eines Designobjekts wird nicht mehr von allen Designern als verpflichtende Aufgabe betrachtet. Diese Entwicklung ist wohl teils der technischen Entwicklung geschuldet, die es möglich macht, sehr individuell und in kleinen Auflagen zu produzieren; zum anderen führt auch die Annäherung der Disziplin Design und Kunst zu der Entstehung von immer mehr – meist sehr teuren – Produkten in limitierter Edition.

Profil

Eigentlich bedeutet Profil in der Architektur und im Design lediglich einen **Querschnitt, eine Seitenansicht oder den Umriss einer Form**. Im Kontext der heutigen Formen- und Produktfülle steht Profil – als ästhetisches Äquivalent zum Konzept der Identität – aber für weit mehr, nämlich für Differenzierung (vom Markt), für Originalität, Eingängigkeit und Individualität.

Paradoxerweise gewinnen Produkte genauso wie Personen an Profil, wenn sie sich durch bestimmte Handlungen, ergänzende Eigenschaften oder formale Effekte „profilieren“, also dadurch, dass sie in den Augen der Konsumenten und des Publikums „Tiefe“ gewinnen, die das ursprünglich zweidimensionale Bild (denn ein Profil ist ja eigentlich nicht mehr als ein Scherenschnitt) mit Charakter füllen. Dass dieser Charakter dann vielleicht mehr einem künstlichen Image bzw. dem Wunschdenken und nicht unbedingt dem echten Inhalt entspricht, müssen mit der Zeit nicht nur Wähler, sondern auch viele Konsumenten feststellen. Auch im Design lautet die Herausforderung, die richtige Balance zwischen klassischen, zeitlosen Eigenschaften und trendgerechten oder originellen Formgebungen zu finden.

Proportion/proportional

In der Ästhetik bezeichnet Proportionalität für das Auge besonders „angenehme“ Größen- oder Längenverhältnisse.



Foto: Cassina, Privé, Philippe Starck

In der Bildenden Kunst wird mit Proportion das (als idealer Maßstab geltende) Verhältnis der Körperteile zueinander und zum Ganzen gemessen und in der Architektur die Breiten-, Höhen- und Tiefenmaße in Beziehung zum Gesamtbauwerk (vgl. „Goldener Schnitt“). Das Empfinden von Ausgewogenheit der Proportionen ist kein Zufallsprodukt, sondern biologisch, ästhetisch und kulturell determiniert – so erscheinen dem Europäer US-amerikanische Autos zwar insgesamt überproportioniert, aber immerhin in sich harmonisch, während das Schönheitsideal überlanger Hälse bei afrikanischen Kulturen unser Proportionsempfinden tief greifend irritiert, da hier das Verhältnis eines Teils zum Ganzen gestört erscheint.

In der Mode wandelt sich der Geschmack schneller als in anderen Bereichen, während etwa in der Architektur die Proportionen auch strukturbedingt berechnet werden müssen. Im Design sind derzeit leichte Verzerrungen der Volumenproportionen in Richtung XXL festzustellen, während die minimalistische Proportionsgestaltung etwa bei hightechbetonten Produkten und Strukturen ins umgekehrte Extrem tendiert.

Purismus/puristisch

Purismus wird heute meist gleichgesetzt mit „Schlichtheit“ und „Einfachheit“. Der Begriff stammt jedoch ursprünglich aus der Sprachkritik, wobei ein reiner, unverfälschter, von allen Fremdkörpern befreiter Stil gefordert wird. Purismus will eine kulturelle Eigenart so authentisch, ursprünglich und rein erhalten, wie es geht. Insofern kann auch eine stilreine klassizistische Gestaltung als puristisch verstanden werden. Purismus ist daher immer mit einer gewissen Strenge verbunden.

Als gestalterische Haltung ist der Purismus entstanden aus einer sich vom russischen Konstruktivismus herleitenden Ästhetik, der eine klare, strenge Kunst auf der Basis rein architektonischer und geometrischer Formen forderte. Das Ideal ist die Komposition aus elementaren geometrischen Formen bei Vermeidung rein dekorativer Effekte.

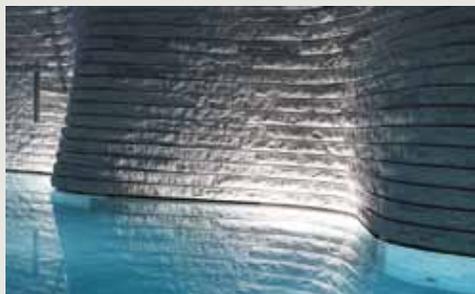


Foto: Tschuggen Grand Hotel, Bergamo Tschuggen

Im heutigen, vornehmlich auf Design bezogenen Sinne bezeichnet Purismus eine extrem reduzierte Formensprache mit schon fast asketischer Ästhetik. Hierbei kann auch eine moralische Komponente anklingen: Bescheidenheit in der äußeren, formalen Gestaltung, die eine fast schon sakrale Konzentration auf innere Qualitäten befördern soll. Da der Purismus auch das Ideal der Echtheit vertritt, wird hier – im Unterschied etwa zum Minimalismus – nichts kaschiert, um homogener und glatter zu wirken. Alle Dinge sollen für sich sprechen.

Typisch sind ein reduzierter Materialmix, unbehandelte Oberflächen, Klarheit durch scharfe Linienführung, geometrische oder archetypische Formen (auch traditionelle, einfache Formen), eine farblich tendenziell homogene Gestaltung oder harte Kontraste mit wenigen Primärfarben, Schwarz-Weiß-Kombinationen und Grauschattierungen.

Qualität

Qualität (von lat.: „qualitas“ = Beschaffenheit, Eigenschaft, Zustand) bezeichnet die Beschaffenheit und Eigenschaft oder den Zustand von Stoffen, Objekten oder Vorgängen.



Foto: Konradin Medien Verlag, Axor Citterio, Antonio Citterio

Damit ist Qualität an sich streng genommen noch **kein Wert, sondern eine Maßeinheit**, die erst noch in „hoch“ oder „niedrig“ zu bewerten ist. Meist jedoch wird mit dem Begriff eine hohe Qualität gemeint. Selbst im Produktdesign gibt es unterschiedliche Arten von Qualität zu beurteilen: **ästhetische Qualität** – wobei ein Produkt trendorientierte oder zeitlose Qualitäten besitzen kann –, **Material- und Verarbeitungsqualität, Funktionalität, Verlässlichkeit, Langlebigkeit etc.**

Ob die Designqualität eher im Trendfaktor gesucht oder in der langen Gültigkeit bzw. im mit der Zeit eher wachsenden Sympathiewert gesehen wird, ist natürlich Geschmackssache. Premiummarken wie Axor haben sich entschieden, ihren Kunden letztere Qualität anzubieten.

Radical Design

In den späten 60er- bis zu den späten 70er-Jahren aktive **italienische Gegenbewegung zum trist-funktionalistischen wie auch zum leicht-konsumierbaren und fetischistischen Design**. Ihre Vertreter waren **gesellschaftskritisch motiviert**, drückten sich aber weniger durch konkrete Produkte als durch **Zeichnungen, Fotomontagen und Projektionen** aus. Die dem Radical Design zugehörigen Gruppen Superstudio, Archizoom, Alchimia u. a. vertraten anti-industrielle Tendenzen. Als geistiger Vater gilt Ettore Sottsass, der in der Alchimia-Nachfolgegruppe Memphis u. a. zusammen mit Michele De Lucchi eine Werbung, Industrie und Konsum behaftende Gestaltungsphilosophie vertrat.

Raumkonzept

Ein konkretes Raumkonzept umfasst diverse **architektonische und innenarchitektonische Faktoren**. Ein gutes Raumkonzept **berücksichtigt die Raumnutzung in Anbetracht verschiedener Lebensszenarien** und ermöglicht somit bestimmte Nutzungsstrukturen.

Die Raumwahrnehmung wird insbesondere durch die Beziehung der Raumteile (Sichtachsen und Nischenbildung, Lufträume durch Galerien oder halbhohe Wände etc.), Licht und Materialien sowie durch die

Formgebung und das Farbklima bestimmt.



Foto: Axor Citterio, Antonio Citterio

retro

Retro (von lat. „retro“ = rückwärts) ist ein Trendphänomen bzw. ein kulturelles Phänomen der Neuzeit, bei dem **kulturelle Erinnerungsstücke** zurückliegender Jahrzehnte, vom Alltagsgegenstand bis zum Musikstück, auf unterschiedliche Weise **wieder aufgenommen und neu verarbeitet werden**. Da es sich eher um ein **Stilprinzip** als um einen speziellen Stil (etwa den der 70er-Jahre) handelt, ist ein **Retro-Stil nicht an eine bestimmte Epoche gebunden**.



Foto: Kartell, Louis Ghost, Philippe Starck

Im Design äußert sich dies durch formale Anlehnung an traditionelle Vorbilder, ohne dass sich der Designer dabei an das Original gebunden fühlt. Auch wenn es im Retro-Design durchaus nostalgische Anklänge gibt, so steht doch das Interesse an formaler Variation im Vordergrund. Bei den hochwertigen Retro-Beispielen geht es daher eher um eine **sinngemäße Nachahmung** bzw. um eine formale Assoziationen anwendende Neuschöpfung als um eine reine Kopie.

Axor-Info: Axor hat sich mit der Armaturenkollektion Montreux dem Bedürfnis nach einem Retro-Stil angenommen. Die Gestaltung bezieht sich auf die Zeit des beginnenden 20. Jahrhunderts (Jahrhundertwende; Art Deco etc.). Dabei handelt es sich jedoch um eine detailgetreue, der ursprünglich handwerklichen Qualität verpflichtete Übertragung des historischen Designs auf eine moderne, hochfunktionale Armatur.

rustikal

Die traditionelle Bedeutung ist „**ländlich**“, „**schlicht**“, „**bäurisch**“. Im Design werden rustikale Stilelemente

gerne zitathaft verwandt, um eine traditionelle Formgebung zu betonen und gleichzeitig einen Verfremdungseffekt zu erzielen. Dabei werden einzelne konstruktive oder rein dekorative Formelemente sowie Oberflächen größer oder grober ausgeführt, als es notwendig oder technisch machbar wäre, um einen **ursprünglichen, handwerklich anmutenden Charakter** zu erzielen. Aus dem gleichen Grund werden **natürliche Materialien wie Holz** (oder deren Imitationen) verwandt. Als Stilebene verweist ein rustikales, ländlich anmutendes Design auf das Ideal eines „einfachen Lebens“.

SBZ

Titel einer wichtigen Fachzeitschrift aus dem Stuttgarter A.W. Gentner Verlag. SBZ steht für Sanitär-Installation Blechverarbeitung Zentralheizungsbau und berichtet heute 14-tägig über die Themen Sanitär, Heizung und Klima. Dem Thema Design widmet die SBZ spätestens mit der Vorstellung der ersten Kollektion von Philippe Starck regelmäßige Fachbeiträge. Neben interessanten Hintergrundberichten und Interviews reflektiert die SBZ den zunehmenden Stellenwert des Wettbewerbsfaktors Design in der SHK-Branche und beschreibt den Wandel des Badezimmers vom Funktions- zum Wohnraum. www.sbz-online.de

selbsterklärend

Wenn ein Design selbsterklärend ist, ist keine Erklärung notwendig; **das Produkt „spricht“ für sich selbst**, d. h., seine Zeichenfunktion und Ergonomie sind so gelungen, dass sich die **Bedienung, der Verwendungszweck** oder die Integration des Produkts in einen bestimmten (ästhetischen oder funktionalen) Kontext **intuitiv erschließen**.

skulptural

Eine Skulptur ist ein **plastischer, dreidimensionaler Körper**, meist mit künstlerischem Anspruch, der seine Wirkung dadurch entfaltet, dass er aus mehreren Perspektiven formale und häufig symbolische Ausdruckskraft besitzt und sich von seiner Umgebung deutlich abhebt.



Foto: B&B, Overscaled Candles, Jean-Marie Massaud

Ein **skulpturales Designelement** entwickelt eine eigene, selbstständige Aussage, indem es sich aus seiner Umgebung löst und die **Raumwahrnehmung nachhaltig beeinflusst**. In diesem Sinne sind skulpturale Elemente die Gegenspieler zu den „architektonischen“ zu verstehen und einzusetzen.

solide

Gediegen, echt, fest, unerschütterlich und quasi unverwundlich.

Spannung/spannend

In der Physik bezeichnet Spannung eine **Kraft im Innern** eines elastischen Körpers. Im Design gilt dasselbe, nur dass der Körper meistens nicht elastisch ist und die Kraft sich nicht als physikalische, sondern **als visuelle und emotionale Energie entfaltet**. Spannung wird durch Polarisierung oder Hierarchisierung erzielt und trägt dazu bei, ein Objekt begehrenswert und langfristig attraktiv zu machen.

Starck, Philippe

Der Franzose Philippe Starck (* 18. Januar 1949 in Paris) ist der **derzeit vielleicht bekannteste Designer**. Seine Arbeiten umfassen ein weites Feld vom **Interior Design über Produkt- und Fooddesign bis zur Architektur**. Starck studierte an der Pariser École Nissim de Camondo, gründete 1968 eine Firma für aufblasbare Objekte und war 1971–72 als Art Director für Pierre Cardin tätig. Die von ihm gestalteten Nachtclubs La Main Bleue (1976) und Les Bain-Douches (1978) begründeten seinen Ruf als Trendsetter. 1980 gründete er das Produktions- und Marketingstudio Starck Product.



Philippe Starck, Foto: Jean-Baptiste Mondino

Die Ausstattung des Café Costes (1981) und die von Staatspräsident François Mitterrand in Auftrag gegebene Inneneinrichtung des Élysée-Palasts (1983) sind prominente Beispiele für das sich in Frankreich vorzüglich im Einrichtungsbereich manifestierende **Neue Design**.

Viele der in den 80er- und 90er-Jahren entstandenen Entwürfe von Alltagsgegenständen und Accessoires – unter anderem für **Thomson** und **Alessi** – erzielten aufgrund einer betont emotionalen und postmodern inspirierten Produktsprache eine hohe **Popularität**.

Seine undogmatische Vorstellung von einem demokratischen, d. h. erschwinglichen und damit massenkulturell wirksamen Design führte u. a. zu Produktserien für Kaufhausketten. Gleichzeitig entwarf er das Interior Design für eine Reihe von Luxushotels, die – angefangen mit dem Royalton (1988) und dem Paramount (1990) in New York – für die Entstehung eines neuen Hotelimagine bestimmend waren. In den 90er-Jahren überrascht er durch **klassische und ironische Formen** in ungewohnten Materialkombinationen, etwa durch im Spritzgussverfahren gefertigte Kunststoff-Sitzmöbel oder einen Hocker in Form eines Gartenzwergs.

Seine Vision von einem „Salon d’Eau“ verwirklichte Starck zusammen mit den deutschen Unternehmen **Duravit, Hoesch und Hansgrohe** (1994). Seine insgesamt vier Badkollektionen dokumentieren mit ihrer minimalistischen Ästhetik eine zunehmende Reduktion seiner Formensprache.

Starck macht sich selbst zum Objekt, wie etwa in der von ihm selbst gestalteten Retrospektive im Pariser Centre Georges Pompidou (2003). Selbstinszenierung und Selbstdemontage erscheinen in den Arbeiten Philippe Starcks als Einheit, da sie die Widersprüchlichkeit selbst immer wieder thematisieren. So vereinen sich in seinen für Flos entwickelten Leuchten „Collection Guns“ und „Collection La Vie“ Konsumkritik und -lust, Moral und Ironie zum vorgefertigten Kultobjekt.

www.starck.com

Statik/statisch

Statik (von altgriech. „statike“ [techné] = [Kunst des] Wagens, „statikos“ = zum Stillstand bringend) bezeichnet allgemein **Ruhendes oder Unbewegliches** sowie die physikalischen und bautechnischen Mechanismen, die zum Ruhen der Kräfte führen. Das entsprechende Adjektiv steht darüber hinaus für eine gewisse Unbeweglichkeit im Leben, und in gestalterischen Fragen für einen ruhenden, ja starren Zustand (im Gegensatz zu flexibel, beweglich, dynamisch). Negativ kann damit eine spannungslose, uninspirierte Komposition beschrieben werden, positiv eine in sich ruhende Zusammenfügung von Elementen zu einer ausdrucksstarken (monumentalen) Einheit.

Stil

Stil ist in erster Linie der **Ausdruck von Persönlichkeit**. Er kann aber nicht nur eine individuelle Ausdrucksweise bezeichnen, sondern auch die typische Darstellungs- und Ausdrucksweise einer Epoche (wie der Jugendstil), einer Region (etwa das italienische „Bel Design“) oder eines Künstlers/einer Gruppe von Künstlern oder Designern (Bauhaus, Memphis etc.).

Ein Stil ist gekennzeichnet durch **wiederkehrende, charakteristische Merkmale**, durch die Auswahl und die Anwendung von Formen. Bilden diese Merkmale ein **einheitliches, bei vielen Individuen nachzuweisendes Muster**, spricht man in der bildenden Kunst von

einer **Stilrichtung**. Bilden diese Ausdrucksmittel sich zu einem **persönlichen Stil** aus, spricht man von einem **Individualstil**, der in der Kunst, im Design oder in der Mode wieder zu finden ist. Ein Stil kann aber auch unabhängig von Persönlichkeiten und Zeiten als „archaisch“, „ideal“ oder als „naturalistisch“ bezeichnet werden. Im Design sind besonders die stilistischen Kategorien funktionalistisch, minimalistisch, organisch und klassisch verbreitet.

Stilmix

Kombination von Stilelementen unterschiedlicher Herkunft – etwa verschiedener historischer Zusammenhänge (vgl. „Eklektizismus“) oder ästhetischer Gestaltungsrichtungen. In der Regel werden hierbei jeweils **Produkte unterschiedlichen Designs** eingesetzt, und nicht etwa verschiedene Stile **innerhalb eines Produkts/einer Kollektion vermischt, sodass die Stile erkennbar bleiben**. Im Interior Design ist es eine gängige Methode; hierbei werden die Stilelemente meist sparsam dosiert, um Akzente und Kontraste zu setzen, um so eine Spannung aufzubauen und gewohnte Sichtweisen aufzulockern, wodurch einem minimalistischen oder puristischen Ambiente ein individuelles Gepräge gegeben werden kann. Eine Motivation ist, eine frische Sicht auf Dinge zu provozieren, die aufgrund ihrer glatten Perfektion als ästhetische Norm gelten.



Foto: Axor Montreux, Phoenix Design

stilvoll

In angemessenem Stil; einen charakteristischen Stil aufweisend. Eine **stimmige** Gestaltung, die durch **Harmonie der einzelnen Elemente** wie durch das **einheitliche Gesamtbild** überzeugt, erweckt zumeist auch den Eindruck einer **stilvollen Hand**.

stringent

Bündig, zwingend, streng sowohl im logischen als auch im ästhetischen Sinn. Ein stringenter Aufbau in der Gestaltung bezeichnet einen **konsequenten, logischen** oder sich notwendig ergebenden **Zusammenhang**, der sowohl ästhetisch als auch funktional begründet sein kann (vgl. auch „durchgängiges Design“).



Foto: Axor Steel, Phoenix Design

Stromlinienform

Als Stromlinienform bezeichnet man allgemein die **tropfenförmige Idealform** eines Körpers oder Gegenstandes, die sich durch einen **geringen Strömungswiderstand** gegenüber dem umströmenden Medium, zumeist Luft oder Wasser, auszeichnet. Vorbilder finden sich häufig in der Natur. Im Transportdesign ist sie meist das Ergebnis **aerodynamischer** Studien im Flugzeug- und Automobilbau etc. Typisch sind die spitz auslaufenden Formen, wie sie etwa ein Rennhelm im Radsport aufweist.

In der Designgeschichte spielt die Stromlinienform vor allem in den USA der 30er- bis 50er-Jahre eine große Rolle, von wo aus sie sich als dekoratives Gestaltungselement auch im Wirtschaftswunder-Deutschland verbreitete. Die „**streamline**“ wurde hier als Zeichen für Fortschritt und Dynamik auf beliebige Alltagsgegenstände übertragen. Nicht nur Autos und Busse, sondern auch Gebäude, Kinderwagen, Kaffeemaschinen und Bleistiftanspitzer dieser Zeit wiesen turbinenähnliche Formen und spitz auslaufende Zierleisten auf.

strukturiert

Unter Struktur (von lat.: „structura“ = ordentliche Zusammenfügung, Bauwerk) versteht man den **(inneren) Aufbau einer Sache oder eines Systems**. Im Design ist diese Struktur nicht immer erkennbar, wenn etwa die konstruktiven Teile eines mehrschichtig aufgebauten Körpers durch eine äußere Schicht oder Polsterung ergänzt oder kaschiert werden, die entweder eine Nutzungsfunktion (wie ein Polster) oder eine formale Aussage tragen (plastische Form, Hülle, Verbindungen und Verblendungen).

Styling

Styling bedeutet die **formalästhetische Überarbeitung eines Produkts im Sinne einer Verschönerung der Hülle mit dem Ziel besserer Verkäuflichkeit**. Styling bezeichnet einen meist **geringfügigen, rein äußerlichen Feinschliff**. Hiermit wird die Wahl des Kunden durch den

hohen optischen Reiz beeinflusst. Styling wird in verschiedensten Bereichen angewendet, z. B. Essen, Blumen, menschlicher Körper, Innenraumausstattung. Dies gilt auch für Ausstellungen oder Ausstellungsbäder, die mithilfe angemessener Dekoration (vgl. **Accessoires**) an Attraktivität für den Endkunden gewinnen. Durch die Auswahl an Styling-Elementen (Formen, Materialien, Farben, Licht) können verschiedene Zielgruppen angesprochen werden.

Styling am einzelnen funktionalen Produkt hat sich in den 30er- bis 50er-Jahren in den USA zum dominanten Stilprinzip entwickelt. Eine Form wird nicht aufgrund einer funktionalen Anforderungen gewählt, sondern weil sie einen hohen optischen Reiz bietet.

Als Begründer des Stylings gilt Raymond Loewy. Seine berühmtesten Produkte neben diversen Kühlschränken oder dem Greyhound-Bus sind wohl die Lucky-Strike-Zigarettenpackung und das Shell-Logo. Das Styling entwickelte sich aus der Werbung und wurde als Ausdruck des Fortschrittgläubens zum Inbegriff des American Way of Life. Hier galt Design in erster Linie als Marketingfaktor, während die europäische Schule (William Morris, Werkbund, Bauhaus, HfG Ulm) Design immer mit moralischen, künstlerischen und gesellschaftlichen Ambitionen verknüpfte. Charakteristisches formales Merkmal des Stylings ist die Stromlinienform (vgl. Stromlinienform).

Symbol

Symbol (lat./griechischen Ursprungs) ist ein Bild für etwas anderes, ein über Konventionen definierter Bedeutungsträger, der als Kennzeichen, Emblem oder Sinnbild fungiert. Seine Funktion als Zeichen erhält es dadurch, dass es **stellvertretend für etwas nicht Wahrnehmbares steht**. **Symbolisch** meint also zunächst einmal „stellvertretend“ oder „auf einen tieferen /verborgenen Sinn hinweisend“.

Im Designkontext sind Symbole weniger direkte oder unmittelbare Zeichen (als die sie etwa in der Sprachtheorie gelten und auf Verkehrsschildern auftauchen) als indirekte bzw. mittelbare Zeichen. Ein Symbol steht für etwas anderes als der Gegenstand selbst und weist über ihn hinaus.

Symbole, wie sie in Religion, Mythos oder Kunst vorkommen, lassen sich in ihrer Bedeutung oft nicht rational übersetzen oder interpretieren. Ähnliche Bedeutungstiefe lässt sich zwar auch im Design finden, doch haben Symbole hier eher eine emotionale Funktion. Entweder die Form selbst repräsentiert eine vertraute, konventionelle Welt (wie etwa der Ohrensessel oder die einer Pumpe nachempfundene Axor Starck 1 Armatur, siehe Foto „Archetyp“), oder einzelne Gestaltungselemente stehen für etwas außerhalb Liegendes – etwa die Farbe Gold für Luxus oder Orient und Chrom für Hightech oder die Blattform einer Liege für Natur. Die symbolische Funktion von Design (im Unterschied zur Anzeichenfunktion, mit dem Verwendungs-

zweck und Bedienung angezeigt werden) zeigt sich im Verweis auf gesellschaftliche Kontexte. So symbolisierte der Bauhausstil Avantgarde-Denken, der Funktionalismus den industriellen Fortschritt, der Landhausstil das einfache Leben und Minimalismus Kultiviertheit und Hightech-Komfort.

Symmetrie

In der griechischen Antike wurde das ästhetische Prinzip der Symmetrie erstmals beschrieben als die Ausgewogenheit, die sich im Verhältnis des Ganzen zu seinen Teilen zeigt. Später – insbesondere im Barock – stand die Spiegelbildlichkeit aller entlang einer Mittellinie angeordneten Teile eines Ganzen im Vordergrund.

In der Gestaltung bedeutet Symmetrie soviel wie **Ebenmaß** – zwei oder mehr **Elemente sind proportional und formal gleich angelegt und stehen räumlich in einem eindeutigen Bezug zueinander**. Ein symmetrischer Aufbau arbeitet meistens mit **geometrischen Grundformen**; dadurch wird ein klassischer Eindruck erzielt. Bewegung innerhalb eines symmetrischen Aufbaus hat immer eine klare Ausrichtung. Spiegelbildliche Anordnung, Axialität und wiederkehrende Formen ergeben dann einen gerichteten Bild- oder Raumeindruck.



Foto: Axor Starck, Philippe Starck

Wahrnehmungspsychologisch kommt die Symmetrie dem **menschlichen Bedürfnis nach Ordnung entgegen**. So galt die symmetrische Gliederung des menschlichen Körpers in der Renaissance als ultimativer Maßstab für die Kunst. Wo sich in der Natur Symmetrie zeigt – bei einer Muschel, kristallinen Strukturen, einem See oder einem regelmäßig ändernden Flusslauf –, fällt dem Menschen das Wiedererkennen bzw. die **Orientierung leichter**, und er empfindet den **Anblick als angenehm**. Die Verhaltensforschung hat gezeigt, dass symmetrische Gesichtszüge von den meisten Menschen als attraktiv empfunden werden. In der Architektur ist die Symmetrie unter statischen Gesichtspunkten wichtig. Aber auch ästhetisch bewirkt ein symmetrischer Aufbau immer einen **Spannungsausgleich**.



Foto: Axor Starck X, Philippe Starck

Axor-Info: Seit Armaturen nicht mehr nur rein funktionell konzipiert werden (man denke an den seitlichen Pumpenschwengel, den einseitigen Kaltwasser-Regler etc.), sondern auch nach ästhetischen Regeln gestaltet sind, erscheint ihr Aufbau in der Regel streng symmetrisch: ein mittiger Auslauf, der von zwei Reglergriffen flankiert oder mit einem meistens mittig positionierten, zumindest aber linear ausgerichteten Einhebelmischer-Griff begleitet wird; diese Armatur wird zudem in der Regel auf eine mittig am Waschbecken positionierte Hahnlochbank installiert. Die Kollektion Starck X stellt mit ihrem runden Waschbecken und der quadratischen Form des Armaturenauslaufs eine idealtypische symmetrische Komposition dar.

Trend

Ein Trend (von engl. „trend“; aus dem Mittelhochdeutschen „trendeln“, kreiseln, nach unten rollen) ist eine meist kurzlebige **Modetendenz, die Richtung, in die eine Entwicklung geht**.

Im Badezimmer werden Trends aufgrund der geforderten Langlebigkeit einer Badausstattung meist in abgemilderter, konventionell gebrochener Form umgesetzt. Dennoch beobachten die Axor-Designer aktuelle Trendentwicklungen, Wohntrends und Architekturströmungen genau, um entsprechend der erkennbaren langfristigen formalen und bedarfsrelevanten Entwicklung neue Produkte zu entwickeln, die eine lange Gültigkeit besitzen.



Foto: Apple, iPod, Werksdesign

Typographie

Die im Grafikdesign wichtige Lehre von der Kunst, Buchstaben und andere Zeichen so zu setzen, dass ein Text gut lesbar, ästhetisch und unverwechselbar ist. Besonders künstlerische/originelle typographische Gestaltungen können die Aufmerksamkeit erhöhen und eine Textbotschaft zu einem künstlerischen Zeichen machen – insbesondere in der Plakatkunst.

Ulmer Schule

Die Hochschule für Gestaltung (HfG) Ulm (1953 bis 1968) gilt als **Nachfolge-Schule des Bauhauses**, in der unter Bauhaus-Schüler Max Bill die Bauhaus-Ästhetik systematisiert und in den modernen Funktionalismus überführt wurde, der jahrzehntlang das Verständnis von Design prägte.

Unikat

Unikat bezeichnet (lat. „unus“, einer, ein einziger) ein **Objekt oder ein Produkt, das es so nur einmal gibt**. Obwohl das (demokratische) Wesen des Designs sich eigentlich in der Möglichkeit zur Vielfältigung und seine Qualität sich in der Serienproduktion erweist, sind Unikate heute nicht mehr nur auf dem Kunstmarkt zu finden; vielmehr werden auch Designprodukte in Form von Sonderauflagen eines Seriedesigns oder als einzigartiger Entwurf zu entsprechenden Preisen gehandelt.

Universal Design

Ein Design von Produkten, Gebäuden und öffentlichem Raum, das allen Altersgruppen gerecht wird und auch für Menschen im hohen Alter funktional ist, ohne die Notwendigkeit, besondere Ausstattungselemente hinzuzufügen oder darauf verzichten zu müssen. Im deutschen Sprachraum ist hierfür der nicht ganz so weit greifende Begriff „barrierefrei“ gängig, im asiatischen Raum hingegen ist „universaldesign“ breit anerkannt. In den USA wird das Konzept altersunabhängigen Designs mit „design for all“ eher umschrieben, während in Großbritannien die integrative Grundhaltung durch die Formel „inclusive design“ ausgedrückt wird.

Die wichtigsten Gestaltungsprinzipien des Universal Design sind – neben den grundsätzlichen Anforderungen an gutes Design wie etwa Ästhetik und Langlebigkeit – die breite Nutzbarkeit, die Flexibilität in der Nutzung, die einfache und intuitive Benutzung, die hohe Fehlertoleranz und Sicherheit sowie die Ergonomie. Ziel ist die Schaffung einer flexiblen, generationen-übergreifenden Wohn- und Lebenssituation.

Urquiola, Patricia

Die in Oviedo (Spanien) geborene Designerin lebt und arbeitet heute in Mailand. Sie absolvierte zunächst ein Studium an der Facultad de Arquitectura de Madrid und studierte dann am Polytechnikum Mailand, wo sie

ihren Abschluss mit einer Arbeit bei Achille Castiglioni gemacht hat. An diesem Institut war sie anschließend sowohl für ihn als auch für Eugenio Bettinelli als Assistenzehrkraft tätig. Parallel dazu – von 1990 bis 1996 – leitete sie die Produktentwicklung von De Padova und zeichnet gemeinsam mit Vico Magistretti für die Produkte „Flower“, „Loom Sofa“ und „Chaise Longue“ verantwortlich. Mehrere Jahre spezialisierte sie sich auf Architekturprojekte wie Showrooms, Restaurants, Wohn- und öffentliche Bauten, bevor sie 1996 die Designchefin des Studios Lissoni Associati wurde. Im Jahr 2001 eröffnete sie ihr eigenes Designstudio in Mailand. Ausgezeichnet mit zahlreichen international renommierten Design- und Architekturpreisen wurden ihr Ausstellungen in Spanien, Italien, den Niederlanden, Belgien und Deutschland gewidmet. Das New Yorker Museum of Modern Art (MoMA) hat mehrere ihrer Werke gekauft.

Patricia Urquiola bereits berühmte und mit zahlreichen Designpreisen ausgezeichnete Arbeiten für das „Who is Who“ des internationalen Wohndesigns wie Alessi, B&B Italia, De Padova, Triade, Kartell, Molteni, Moroso und Rosenthal – nur um einige aus ihrer langen Klientenliste aufzuzählen – spiegeln ihre vielfältige Kreativität und enorme Schaffenskraft wider. Das kreative Multitalent Patricia Urquiola hat eine unverwechselbar poetische und vitale Handschrift. Sie zählt schon seit Jahren zu den Größen für zeitgenössisches Design.



Foto: Patricia Urquiola

Volumen

Volumen (von lat. „volumen“ = Buch, Windung, Krümmung; aus *volvere* = wälzen, rollen) ist der **räumliche Inhalt eines mathematischen Körpers**.

Zeitgeist

Der Zeitgeist, ein ursprünglich aus der Philosophie Hegels (1770–1831) stammender und international verwendeter Begriff, **spiegelt das allgemeine intellektuelle und kulturelle Klima einer Zeit bzw. Epoche wider**. In den 80er-Jahren wurde er als Schlagwort für eine lifestyleorientierte, konsumfreundige Gesellschaft populär, erhielt mit dem politischen und gesellschaftlichen Wandel der 90er-Jahre aber wieder eine ernsthaftere Bedeutung.

zeitgenössisch

Meist wird das Adjektiv als Synonym zu aktuell verwandt. Doch streng genommen verweist der Begriff nicht auf die gegenwärtig aktuelle Situation, sondern auf den **zu einem bestimmten (historischen) Zeitpunkt gültigen Stand der Dinge**. Schiller beispielsweise war ein Zeitgenosse Goethes, und damit war die zeitgenössische literarische Strömung von Sturm und Drang, von klassischen Idealen sowie von revolutionären Tendenzen bestimmt.

zeitlos

Nicht zeitgebunden. Bezeichnet einen als ideal empfundenen, alterslosen Zustand, den wir uns nicht nur für unsere Person, sondern auch für unsere Wohnungsausstattung wünschen, wenn wir klassische Formen wählen.



Foto: Axor Starck, Philippe Starck

Zitat

Das Wort kann aus dem lateinischen Wort „citare“ (= herbeirufen) hergeleitet werden und hat die Bedeutung einer wörtlich übernommenen Stelle aus einem Text. Im Architektur- und Designkontext bedeutet es die Wiederverwendung von Teilen eines älteren/historischen Entwurfs für die Gestaltung eines neuen. Das Zitieren ist eine schon in vielen Kunstepochen beliebte, im 20. Jahrhundert vor allem von der Postmoderne wiederbelebte Technik. Während das Zitat in der Postmoderne vor allem ironisch und spielerisch eingesetzt wurde, suchen Designer des modernen Eklektizismus mithilfe des Zitierens zu neuen Forminterpretationen und damit zu neuen Formen zu finden.

Notizen

Index

A

Accessoires	4
Alessi	4
Ambiente	4
amorph	4
Archetyp	4
architektonisch	5
Architektur	5
Ästhetik	5
ästhetisch	5
asymmetrisch	6
ausgewogen	6
Ausstellungskonzept	6
Authentizität/authentisch	6
Avantgarde/avantgardistisch	6
Axor	7

B

Balance	7
Barock	7
Bauhaus	8
bildhaft	8
Bildsprache	8
bodenständig	8
Boontje, Tord	8
Bouroullec, Ronan und Erwan	9

C

Charakter	9
Citterio, Antonio	10
Colani, Luigi	10
Collage	10
Contemporary Design	10
Corporate Design	10
Corporate Identity	11

D

Design	11
Designpreise	11
Design Report	12
dezent	12
Dimension	12
Display	12
dominant	12
durchgängiges Design	12

dynamisch	12
-----------	----

E

Eklektizismus/eklektisch	13
Eleganz/elegant	13
Ergonomie/ergonomisch	13
extravagant	13

F

Farbklima	13
Form	14
Formensprache	14
Form follows function	14
Frog Design	14
Funktionalismus	15
futuristisch	15

G

Goldener Schnitt	15
Grafikdesign	15
grafisch	15

H

Haptik/haptisch	16
Harmonie/harmonisch	16
Hightech	16
Hochparterre	16
homogen	16

I

Identität	17
Il bagno	17
Image	17
Individualität/Individualisierung	17
Innenarchitektur	17
Innovation/innovativ	17
Interni	18

J

Jacobsen, Arne	18
Jugendstil	18

K

Klassiker	18
klassisch	18
Komplexität/komplex	19
konkav	19
konservativ	19
Konsistenz/konsistent	19

konstruktiv	19	Profil	27
Konstruktivismus	19	Proportion/proportional	28
Kontrast	19	Purismus/puristisch	28
konventionell	20	Q	
konvex	20	Qualität	28
Konzept/konzeptionell	20	R	
kubisch	20	Radical Design	29
Kult	20	Raumkonzept	29
Kultur	21	retro	29
L		rustikal	29
Lifestyle	21	S	
Luxus/luxuriös	21	SBZ	30
M		selbsterklärend	30
Marke	22	skulptural	30
Massaud, Jean-Marie	22	solide	30
materialgerecht	22	Spannung/spannend	30
Minimalismus/minimalistisch	22	Starck, Philippe	30
modern	23	Statik/statisch	31
modular	23	Stil	31
monochrom	23	Stilmix	31
monoton	23	stilvoll	31
monumental	24	stringent	31
N		Stromlinienform	32
naturalistisch	24	strukturiert	32
Nature Inspired Design	24	Styling	32
natürlich	24	Symbol	32
Neue Bescheidenheit	24	Symmetrie	33
Neues Design	24	T	
Nostalgie/nostalgisch	25	Trend	33
O		Typographie	34
Opulenz/opulent	25	U	
Organische Gestaltung	25	Ulmer Schule	34
Original	26	Unikat	34
originell	26	Universal Design	34
Ornament	26	Urquiola, Patricia	34
P		V	
Phoenix Design	26	Volumen	34
Plagiat	26	Z	
plastisch	26	Zeitgeist	34
Polarisierung	27	zeitgenössisch	35
Postmoderne	27	zeitlos	35
Produktdesign	27	Zitat	35

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Eine Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Zugänglichmachung ist daher ohne ausdrückliche Genehmigung nicht gestattet. Das Logo Axor ist eine eingetragene Marke der Hansgrohe AG. Weitere hier verwendete Kennzeichnungen sind Marken ihrer jeweiligen Eigentümer und durch das jeweils einschlägige Kennzeichenrecht geschützt.

Die Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH hat die Genehmigungen zur Verwendung des wiedergegebenen Bildmaterials eingeholt, soweit dies zur Veröffentlichung erforderlich war.

Herausgeber: Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH, Austraße 5-9, 77761 Schiltach
Projektleitung: Yvonne Huber **Grafik/Umsetzung:** MarGate-MedienDesign,
www.margate.de **Idee/Text:** FAR_consulting, Idee: Frank A. Reinhardt, Text: Claudia
Wanninger, www.far-consulting.de **Auflage:** 2. Auflage, August 2010



Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH · Postfach 1145 · D-77757 Schiltach
Tel. +49 7836 51-0 · Fax +49 7836 51-1099 · info@hansgrohe.de
www.hansgrohe.de · www.axor-design.com