

L. Bruce Archer, Dozent am Royal College of Art in London, ist durch seine Untersuchungen und Methoden auf dem Gebiet des Design international bekannt geworden. Er hat sich als Gestaltungs-Theoretiker und -Praktiker einen Namen gemacht. Wir drucken aus der Übersetzung aus dem Englischen (von uns bearbeitet und unwesentlich gekürzt) einen Artikel ab, den L. Bruce Archer aus der Sicht der gesellschaftlichen Ordnung seines Landes, mit vielseitigen Hinweisen und interessanten Gedankengängen zur Problematik des Gestaltungsprozesses für „form + zweck“ geschrieben hat.

Die Redaktion

Gestalten ist wie das „Verkaufen“ oder „Verwalten“ eine Tätigkeit, die von jedermann verrichtet wird. Sie ist keine Eigenschaft wie „Stil“ oder „Stabilität“, die ein Erzeugnis haben kann oder nicht. Die Tätigkeit des Design ist die Formulierung einer Vorschrift für einen geplanten Gebrauchsgegenstand vor seiner Herstellung. Der Gebrauchsgegenstand kann ein Gebäude, eine Maschine, ein Nahrungsmittel, eine Reklameauslage oder ein Druckerzeugnis sein. Ist es ein Gebäude, nennen wir die Gestaltung „Architektur“; ist es eine Maschine, nennen wir sie „Projektierung“, und ist es ein Druckerzeugnis, bezeichnen wir das als „Typographie“. Es gibt einen Bereich von Erzeugnissen, bei dem der ästhetische Eindruck und die Bequemlichkeit beim Gebrauch eine sehr große Rolle spielen, wie bei Möbeln, häuslichen Einrichtungen und Büromaschinen. Gestaltung dieser Art wird als „industrial design“ bezeichnet.

Bei der Produktgestaltung besteht die Schwierigkeit für den Designer stets darin, eine geeignete Vorschrift für Form, Größe und Material der Bestandteile eines geplanten Erzeugnisses zu erreichen, um die miteinander konkurrierenden Anforderungen der verschiedenen, damit verbundenen Interessen – nämlich der Verbraucher, der Hersteller und der Verkäufer – zu befriedigen.

Der Verbraucher verlangt ein Erzeugnis, das funktioniert, so widerstandsfähig ist, daß es lange hält und bequem zu benutzen ist.

Der Hersteller will ein Erzeugnis, das billig und leicht herzustellen ist, wofür Nachfrage besteht und das leicht zu transportieren und zu lagern ist.

Der Verkäufer wünscht ein Produkt, das at-

traktiv ist, den richtigen Preis und nachweisbare Verkaufseigenschaften besitzt. Entweder soll das neue Erzeugnis dem Firmengesicht des betreffenden Unternehmens entsprechen oder eine völlige Neuentwicklung darstellen. Jedes Produkt hat seine spezifischen Besonderheiten, wobei aber in den meisten Fällen die folgenden Forderungen berücksichtigt werden müssen:

Funktion

Ergonomie

Mechanismus

Beschaffenheit

Herstellung

Wirtschaftlichkeit

Ästhetik

Motivierung

Funktion

Zuerst muß der Designer feststellen, welchen Zweck das Erzeugnis erfüllen soll. Das ist nicht immer so deutlich, wie es scheinen mag. Es stimmt, eine Waschmaschine dient dazu, Wäsche zu waschen. Aber was geht eigentlich beim Waschen der Wäsche genau vor sich? Wahrscheinlich muß eine Reihe von Fremdkörpern aus der Wäsche entfernt werden. Zugleich dürfen jedoch Farbe oder Teile der Wäsche selbst nicht leiden. Natürlich ist das Schwenken der Wäsche in warmem Seifenwasser eine erprobte Methode. Aber was gehört heutzutage alles zur Wäsche? Sind das jetzt auch Anzüge und Oberbekleidung sowie Laken und Unterwäsche? Werden Plastfolien ebenso behandelt wie Gewebe aus synthetischen Fasern? Und wie reagieren sie auf Wärme und Chemikalien? Außerdem: warum benutzt eine Hausfrau eine Maschine für die Wäsche? Um schwere körperliche Arbeit zu vermeiden, um zu verhindern, daß ihre Hände rissig werden, um heißeres Wasser und stärkere Waschmittel zu verwenden, oder nur, um sich mit anderen Dingen beschäftigen zu können, während sich die Wäsche von selbst wäscht? Diese Überlegungen führen zwangsläufig zum zweiten Punkt der Gestaltungsbedingungen.

Ergonomie

Ergonomie befaßt sich mit der Untersuchung