

Jan Lucassen sieht vornehmlich historische Ursachen für das relativ geringe Interesse an der industriellen Formgestaltung: „Der Handel ist bei uns von alters her wichtiger als das Produzieren“, sagt er. In der Nachkriegsperiode, als sich die Niederlande in einer großen Aufhol-Aktion in eine moderne, industrielle Gesellschaft verwandeln mußten, hat sich die Grundhaltung im Wesen nicht verändert, findet er. Eine Integration der industriellen Formgestaltung in unsere nationalen Produktionsbetriebe hat nicht stattgefunden, auch nicht infolge des industriellen Aufschwungs, der seinen Höhepunkt in einem beispiellosen Wachstum der Konsumgüterproduktion fand.

Jan Lucassen: „Die Industrie hat sich – mit Ausnahme von ein paar Gebieten, in denen der Konsument ganz spezifische ästhetische Forderungen stellte – wenig darum gekümmert, wie das Produkt aussieht, auch nicht in den sechziger und siebziger Jahren. Damals bestand eine so massive Nachfrage, ein solches Marktwachstum, daß sozusagen jedes Produkt, das man in den Markt stopfte, sowieso verkauft wurde. Erst nach der Energiekrise, der eine ökonomische Rezession folgte, ist etwas Interesse für die Frage entstanden: Wie können wir etwas sorgfältiger mit dem Produkt umgehen, und was kann man damit in Beziehung auf den Markt tun? Aber inzwischen haben wir ganze Märkte verloren, in den Niederlanden und anderswo.“

Als ein markantes Beispiel dafür sieht er die Entwicklung der niederländischen Möbelindustrie an. „An dieser Branche“, sagt er, „kann man klar ablesen, welchen Einfluß die industrielle Formgestaltung als Marketing-Instrument auf das Funktionieren einer Industrie haben kann. Der Rückgang unseres Exports sowie der Verlust eines Teils unseres Binnenmarktes laufen ziemlich parallel mit der Entwicklung des Designs im Ausland. Wir waren stark im Sektor der traditionellen, klassischen Möbel vertreten, und wir haben zu spät auf neue Produkte umgeschaltet. Die Entwicklung und Produktion von modernen Möbeln ist in Skandinavien und später in Italien, aber eigentlich auch im Nachbarland Bundesrepublik Deutschland, viel schneller aus dem Mustopf gekommen. Man

muß nur mal nachprüfen, wieviel Arbeitsplätze das in unserer Möbelbranche gekostet hat.“ Doch er will nicht nur der Industrie die Schuld geben. „Die professionellen Designer haben es sich zum großen Teil auch selbst zuzuschreiben, daß sie von den Unternehmern nur sehr zögernd akzeptiert werden. Das Design ist noch immer von einer Aura umgeben, der Aura von Kunst und Künstlertum. So ist unsere Ausbildung auch, zu Recht oder Unrecht, als künstlerische Ausbildung klassifiziert. Es ist noch nicht vollends gelungen, der Industrie deutlich zu machen, daß Industrie-Design nicht nur das Entwerfen schöner und guter Formen ist, sondern einen viel breiteren und tiefergehenden Beitrag zum Entwickeln, Produzieren und Kommunizieren von Produkten leisten kann. Ich bin der letzte, der abstreiten würde, daß Design ein kreatives Fach ist – aber die Kreativität steht sicher im Dienste des Unternehmens und hat auch viele nüchterne, sachliche Seiten. Zum Beispiel wenn es um die Organisation der Produktion geht, um die Untersuchung der Ergonomie und der Semantik von Produkten und die Einbeziehung von Resultaten der Marktforschung.“

„Durch die Ausbildung in Eindhoven und Delft versuchen wir, auch die Auffassungen der Unternehmer zu verändern. Gestaltung von Einzelobjekten (autonomus design) ist nur ein begrenzter Teil unserer Ausbildung. Es ist sehr wichtig, dieses Feld weiterhin als Freiraum für Experimente mit Formen und Materialien zu entwickeln; aber der Hauptteil der Ausbildung richtet sich auf „angewandte“ Aufgaben. Die Aura der Kunstsinnigkeit, mit der die Unternehmer hierzulande ihre Probleme haben, wird, ohne Zweifel, allmählich verschwinden. Aber das braucht Zeit. Überhaupt ist es wohl auch ein typisch niederländisches Problem. Sind wir nicht ein bißchen gehemmt, wenn es um das Äußere geht? Aber das wandelt sich. Das Interesse am Design wächst. Die Menschen lernen zu sehen, daß es nicht nur um ‚Kosmetik‘ geht, um die bloße Hülle der Dinge, obwohl ich letzteres nicht verdammen will. Industrielle Formgestaltung beschäftigt sich auch mit der Außenseite, mit dem Styling von Produkten.“

Jan Lucassen leugnet nicht, daß er in der Vergangenheit bei der Ausbildung in Eindhoven den Entwerfer vornehmlich als individuellen Schöpfer von Produkten gesehen hat. Er meint aber, daß diese Haltung durch eine andere ersetzt werden muß, in der der multidisziplinäre Charakter der Produktentwicklung mehr zum Ausdruck kommt.

„Industrielle Formgestalter können im gesamten Entstehungsprozeß von Produkten eine Rolle spielen. Es geht nicht darum, daß man am Ende des Prozesses der Produktoberfläche eine Form gibt. Vom Anfangsstadium an können Designer einen Beitrag zur Beantwortung der Frage leisten, welche funktionelle Bedeutung ein Produkt hat. In diesem Prozeß kommt eine Vielzahl von Forderungen auf den Tisch, die die künftigen Nutzer an das Produkt stellen werden. Innerhalb der Unternehmen arbeitet man daran in zunehmendem Maße im Team, und innerhalb so eines Teams beschäftigt sich der Designer mit den Aspekten der Formgebung (und zwar nicht nur der äußerlichen) in bezug auf Herstellungsmethoden, Materialeinsatz usw. Wir dürfen nur nicht denken, daß er/sie der Mann oder die Frau ist, der/die ganz allein und aufs neue das Rad erfindet.“

Er ist Mitglied eines Teams, das zusammen zu neuen Produkten kommen kann. Bei ganz einfachen Produkten kann der Designer vielleicht noch in der Rolle des Innovators auftreten, in der Rolle des selbständigen Schöpfers. Aber man landet gegenwärtig doch sehr schnell bei komplexeren Produkten, wofür auch andere Spezialisten gebraucht werden.“

„Die Entwicklungen in der Technologie und auf dem Markt verlaufen so schnell und führen zu so komplizierten Prozessen der Produktentwicklung und des Verkaufs, daß eine immer höhere Qualität aller darin eingebrachten Elemente verlangt wird. Es ist ein ganzheitlicher Prozeß. In allen Phasen kann der Designer eine verbindende Rolle spielen, doch er ist eher ein Initiator als ein Innovator. An der TU Delft hat man sich ganz deutlich für diese Auffassung entschieden und legt den Hauptakzent auf die analytischen und Management-Aufgaben des Designers. Wir in