

Eisele | Klassiker des Produktdesign

Petra Eisele
Klassiker
des Produktdesign

Reclam

Durchgesehene und aktualisierte Ausgabe 2019

RECLAMS UNIVERSAL-BIBLIOTHEK Nr. 19643

2014, 2019 Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG,

Siemensstraße 32, 71254 Ditzingen

Gestaltung: Anja Weißner, Sarah Schmitt, entstanden im Rahmen
eines interdisziplinären Seminars Buchgestaltung/Designgeschichte
an der Hochschule Mainz unter der Leitung von Prof. Dr. Petra Eisele
und Prof. Johannes Bergerhausen

Umschlagabbildung: Courtesy Alessi

Druck und Bindung: Kösel GmbH & Co. KG,

Am Buchweg 1, 87452 Altusried-Krugzell

Printed in Germany 2019

RECLAM, UNIVERSAL-BIBLIOTHEK und

RECLAMS UNIVERSAL-BIBLIOTHEK sind eingetragene Marken

der Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, Stuttgart

ISBN 978-3-15-019643-4

www.reclam.de

Inhalt

Vorwort 8

Industrialisierung. Von der Industrieform

zum Kunstgewerbe 14

Sachlichkeit. Von der Reformbewegung

zum Werkbund 32

Klassische Moderne. Das Bauhaus und die Avantgarde der

Zwanzigerjahre 50

Internationale Entwicklungen. Die Dreißiger-

und Vierzigerjahre 90

Nachkriegsmoderne. Gute Form 136

Funktionaler Minimalismus. HfG Ulm + Braun 164

Plastic Fantastic. Sixties Design 195

Disegno radicale. Anti- und Radical Design 245

Postmoderne. Von der Funktionalismus-Kritik

zum Neuen Design 280

Objekte von A bis Z 368

Designer von A bis Z 376

Literaturverzeichnis 381

Abbildungsnachweis 403

Vorwort

Ein »Klassiker« zu sein, ist kein objektives Merkmal eines Designobjekts. Vielmehr entstehen Designklassiker in komplexen Prozessen gesellschaftlicher Auseinandersetzung und Aneignung. Prädestiniert dafür, sich als Designklassiker zu etablieren, sind Produkte, die in ihrer eigenen Zeit und darüber hinaus als besonders gültige Gestaltungslösungen verstanden werden. Es sind Produkte, die Maßstäbe gesetzt haben, indem sie über Generationen hinweg als besonders wichtig oder gar vorbildhaft anerkannt wurden; Objekte, die durch Zeigen und Abbilden, durch Reden und Schreiben immer wieder neu reflektiert und durch museale und mediale Inszenierungen zu einem System von Bedeutungen geworden sind; Objekte, die weit über ihren praktischen Nutzen hinausweisen: Ob im musealen Kontext wie ein Kunstobjekt präsentiert oder medial zum Mythos überhöht, wurden Produkte, die ursprünglich für einen zutiefst alltäglichen, praktischen Gebrauch entwickelt wurden, zu Objekten der Begierde und/oder der sozialen Distinktion.

Zunehmend der Bildkommunikation verpflichtet, konzentriert sich die aktuelle Rezeption dieser Objekte auf das Zeigen und Abbilden. In unendlichen Variationen immer

wieder neu in Szene gesetzt und als »Loop« unendlich wiederholt, verankern Bilder bestimmte Objekte als »Klassiker« in unserem kulturellen Gedächtnis. Das Reden und Schreiben hingegen rückt als sinnbildende intellektuelle Tätigkeit sukzessive in den Hintergrund.

Mit dieser Publikation soll das eigentlich Außerordentliche der Designklassiker in Wort *und* Bild gefasst werden: Mit kurzen Texten und wenigen, aber besonders charakteristischen Bildern wird das designhistorisch Bedeutende vorgestellt – das, was die zutiefst banalen Alltagsdinge zu Klassikern des Produktdesigns macht. Die Chronologie der Objekte schreitet vom 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart. Eingebunden in diese lineare Folge sind kurze Essays, die den designhistorischen Kontext in groben Zügen erläutern.

Wie bei allen Überblicksdarstellungen mussten auch bei den *Klassikern des Produktdesigns* Schwerpunkte gesetzt werden, die in einer deutschsprachigen Publikation notwendigerweise die speziell deutschen Gestaltungsdiskurse und Gestaltungstraditionen im Deutschen Werkbund, am Bauhaus sowie an der Ulmer Hochschule für Gestaltung, aber auch die Positionen des in Auseinandersetzung damit erwachsenden »Neuen deutschen Designs« in den Fokus rücken. Natürlich werden auch international stilbildende Produkte berücksichtigt, die für die bundesdeutsche Designentwicklung von Bedeutung waren und sind.

Angesichts der Beschränkung auf 150 Objekte war aus der großen Bandbreite eine Auswahl zu treffen, die sich auf die Frage nach der Innovationskraft eines Produkts in seiner Zeit konzentriert und die genannten Wechselwirkun-

gen mit medialen und rezeptionsästhetischen Phänomenen berücksichtigt, letztlich aber auch aus den subjektiven Erfahrungen und Bewertungen der Autorin schöpft.

Die ausgewählten Gegenstände spiegeln zum einen die Tradition der dekorativen Künste, zu der Dinge des täglichen Gebrauchs wie Möbel oder Geschirr gehören, die früher manuell beziehungsweise handwerklich hergestellt wurden. Zum zweiten werden Gegenstände behandelt, die keine kunsthandwerklichen Vorbilder haben – klassisches Industriedesign: Automobile, elektrische oder elektronische Geräte bis hin zu mobilen digitalen Endgeräten. Vertreten sind jedoch auch konzeptionelle Entwürfe, die nie massenindustriell umgesetzt wurden, oder Kleinserien, die als gestalterische Statements ihrer Zeit gelten mögen. Dies trägt der Tatsache Rechnung, dass Produktdesign im Kern zwar auf Vervielfältigung zielt, aber auch experimentelle Momente beinhalten kann, die über ihre Zeit hinaus Wirksamkeit entfalten.

Bei den neuen und neuesten gestalterischen Positionen wurde eine fehlende historische Distanz zugunsten der Aktualität bewusst in Kauf genommen. Ihre Auswahl will als Anregung dafür verstanden werden, über ihre mögliche historische Gültigkeit und die Frage nachzudenken, welche Formen eigentlich *unserer* Zeit in besonderer Weise gerecht werden.

Dieses Nachschlagewerk möchte dem Leser in Kürze über epochemachende gestalterische Positionen des Produktdesigns informieren. Die Einzeldarstellungen der Objekte sowie die Zusammenfassung der designhistorischen Entwicklungen sollen einem allgemein interessierten Publikum Orientierung, aber auch die Möglichkeit bieten,

sich dem Thema nach eigenem Interesse zu nähern. Entsprechend eröffnet das Buch ganz unterschiedliche Zugänge: Gebräuchliche Bezeichnungen, unter denen die Produkte bekannt geworden sind, erleichtern den schnellen inhaltlichen Einstieg. Die Chronologie der Produktionsjahre nutzt die dem Medium Buch ureigene Linearität zur

Orientierung. Darüber hinaus erlauben

Vorwort

die systematisch gesetzten Verweise zwischen den Objekt- und Epochendarstellungen sowie zwischen den Objekten selbst das Verfolgen

inhaltlicher und historischer Bezüge; Personen- sowie Objektregister laden zum gezielten Nachschlagen ein.

Natürlich möchte das Buch auch als Anregung zum vertiefenden Weiterlesen verstanden werden, weshalb das Literaturverzeichnis wichtige Publikationen auflistet, die sich inhaltlich an der Gliederung des Buches orientieren. Diejenigen Publikationen, aus denen wesentliche Informationen der Essays entnommen wurden, finden sich jeweils direkt im Anschluss.

Die Recherchen zu dieser Publikation gestalteten sich vielschichtig und komplex. Zahlreiche inhaltliche Fragen waren zu klären, beispielsweise ob ein erster Entwurf, der Prototyp, die Erstpräsentation, das Datum des Patents oder die Produktion eines Produkts, das sich in den verschiedenen Ländern wiederum zum Teil gravierend unterscheiden kann, als historischer Referenzpunkt der Orientierung dienen sollte. Recherchen in einschlägigen Standardwerken und Katalogen, aber auch Gespräche mit Fachkolleginnen und -kollegen bestätigten die Schwierigkeiten und Widersprüchlichkeiten bei der Datierung von Designobjekten.