

Handwerkliche Produktgestaltung

Das Handwerk hat neben der Ausführung von Dienstleistungen auch die Aufgabe, selbst Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und anzubieten. Handwerkliche Produktgestaltung heißt, einen Entwurf zu erarbeiten und zu präsentieren und die Planung und Umsetzung auf die betrieblichen Möglichkeiten und ökonomischen und ökologischen Voraussetzungen abzustimmen. Mit professioneller Gestaltung und entsprechender Beratungskompetenz nutzen Handwerksbetriebe vielversprechende Möglichkeiten, sich gegenüber Mitbewerbern zu behaupten und aktiv Einfluss zu nehmen auf einen nachhaltigen Umgang mit unserer Produktwelt. Um den Gestaltungsprozess zu professionalisieren, empfiehlt es sich, den Ablauf zu systematisieren und in die wichtigsten Arbeitsschritte aufzuteilen.

Vorgehen:

Sehr übersichtlich und hilfreich ist das „3-plus-3-Modell“ (siehe unten) der Akademie Gestaltung aus Münster. Die Nachhaltigkeit dieses Modells besteht in der methodischen Veranschaulichung der Produktgestaltung. Die aufgeführten Punkte sollten im Zusammenhang berücksichtigt werden und eine auftragsgerechte Umsetzung finden. Gelingt der Gestaltungsprozess, dann werden

1. die verantwortlichen und beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motiviert,
2. die Kunden zufrieden gestellt und – nicht zu vergessen –
3. potenziell neue Kunden gewonnen.

Alle Beteiligten im Betrieb sowie Kunden und mögliche Neukunden sollten die gestalterische Qualität des Produkts und die entsprechende Kompetenz des handwerklichen Betriebs erkennen.

Die einzelnen Bausteine des „3-plus-3-Modells“ werden auf den folgenden Seiten erläutert.

Literaturhinweise:

- Akademie Gestaltung im Handwerk Münster (Hg.): Nachhaltige Gestaltung – ganz praktisch. Ein Arbeitsbuch für Gestalter und Handwerker, Münster 2000
- Werkstatt für Nachhaltigkeit. Handwerk als Schlüssel für eine zukunftsfähige Wirtschaft. Christine Ax (Hg.): Politische Ökologie, Sonderheft 9, Januar 1997
- Ursula Tischner u.a.: Was ist EcoDesign? Ein Handbuch für ökologische und ökonomische Gestaltung, Frankfurt 2000

Weblinks:

- www.akademie-gestaltung.de

Das „3-plus-3-Modell“ im Überblick.

Die 3 *Eckpunkte* geben Orientierung bei den Schritten im gestalterischen *Prozess*:

3 Eckpunkte zu den Anforderungen

- A. Gebrauchswert und Nutzen
- B. Kundenorientierung
- C. Gestaltungsmerkmale

3 Phasen des Prozesses

1. Entwurfentwicklung
2. Planung und Umsetzung
3. Präsentation und Dokumentation

A. Gebrauchswert und Nutzen

„Gebrauchswert und Nutzen“ ist – neben „Kundenorientierung“ und „Gestaltungsmerkmale“ – einer von drei Eckpunkten, die im Vorfeld der Entwurfentwicklung fixiert werden sollten. Keiner der drei Punkte hat prinzipiell Vorrang.

Zu „Gebrauchswert und Nutzen“ stellen sich Fragen nach den funktionellen Anforderungen an das zu entwickelnde Produkt: Was soll das Produkt können? Für welchen Zweck wird es genutzt, und in welchem Zusammenhang wird es gebraucht? Weitere Fragen zielen auf die Geschichte des geforderten Nutzens und die Eigenständigkeit des Produkts: Wodurch wurde der zu erwartende Gebrauchswert des Produkts bisher erfüllt? Gibt es vergleichbare Produkte, auf die man sich beziehen kann?

Vorgehen:

Zur Vorbereitung der Entwurfentwicklung sollte sich möglichst ein kleines Gestaltungsteam bilden. Mit etwas Routine geht das mit zwei bis drei Beteiligten bei zwei oder mehr Terminen pro Auftrag.

Die Fragen zu „Gebrauchswert und Nutzen“ (sowie im weiteren zu „Kundenorientierung“ und „Gestaltungsmerkmale“) sollten pragmatisch erörtert und möglichst schriftlich und mit einfachen Skizzen festgehalten werden.

Checkliste Gebrauchswert und Nutzen:

- Definition des Gebrauchswerts, der vom Produkt erfüllt werden soll (_ Aufschreiben)
- Recherche über vergleichbare Produkte (_ Visualisierung mit Bildern)
- Einsatzhäufigkeit und Lebensdauer des Produkts (_ Aufschreiben)

Zu den ökologischen Anforderungen gehört neben einem umweltfreundlichen Materialeinsatz besonders die Langlebigkeit des Produkts.

Checkliste Langlebigkeit:

- Zuverlässigkeit
- Zerlegbarkeit
- auswechselbare Verschleißteile
- Service- und Reparaturfreundlichkeit
- Patinafähigkeit (Gebrauchsspuren unerheblich oder erwünscht)
- visuelle Langlebigkeit (Trendresistenz)
- Identifikationspotential
- Eigenständigkeit

Literaturhinweise:

- Friedrich Schmidt-Bleek u. Ursula Tischner: Produktentwicklung. Nutzen gestalten – Natur schonen, Wien 1995
- Ernst Ulrich von Weizsäcker u. a.: Faktor 4. Doppelter Wohlstand – halbiertes Naturverbrauch, München 1995/97

Weblinks:

- www.wupperinst.org
- www.econcept.org

B. Kundenorientierung

Die „Kundenorientierung“ stellt sich der Frage, für wen und unter welchen Alltagsbedingungen das Produkt zum Einsatz kommt. Hier geht es direkt um die ‚emotionale‘ Qualität des Produkts, nicht mehr allein um die Funktion. Es sind also die Anforderungen des Kunden und seine Vorlieben zu erörtern, um die eigenen Ideen dazu in Beziehung zu setzen.

Vorgehen:

Sehr hilfreich ist eine kompetente gestalterische Kundenberatung, bei der man sich ein Bild vom Kunden und seinen Vorstellungen zum Produkt macht. Arbeitet man nicht nach einem konkreten Auftrag, dann ist die Kundenorientierung zwar nur imaginär, aber dennoch wichtig: Man muss sich zumindest vorstellen, wer der Kunde sein kann, welches Produktprofil sich ergeben sollte und woraus sich dieses Profil zusammensetzt.

Checkliste Kunden- und Einsatzprofil:

- Einrichtungsstil (bisher; weitere Vorgaben, Vorstellungen oder/und Neuorientierung. Hilfsmittel: Fotos, Abbildungen)
- Örtlichkeit und Umgebung des Produkteinsatzes (Hilfsmittel: Fotos, Zeichnungen)
- Imageanforderung (Was soll das Produkt aussagen und zeigen und wie kann es Aufmerksamkeit auf sich ziehen?)
- Prestige, Klasse/Schicht, Einkommen (Preisgestaltung, Repräsentation)

Literaturhinweise:

- Dagmar Steffen (Hg.): Welche Dinge braucht der Mensch?, Frankfurt 1996
- Heinrich Spies: Integriertes Designmanagement, Köln 1993

C. Gestaltungsmerkmale

Die „Gestaltungsmerkmale“ vereinen die Anforderungen an den „Nutzen und Gebrauch“ sowie der „Kundenorientierung“ vor dem Hintergrund anderer Produkte und ihrer Gestaltungsmerkmale. Dazu stellen sich folgende zwei Frageblöcke:

1. Durch welche Gestaltungselemente lassen sich Nutzen und Gebrauch nachhaltig erfüllen?
2. Wie sollte das Produkt aussehen? Wodurch kann die gewünschte Aussage des Produkts vermittelt werden? Auf welche Produkte und Produktkultur kann man sich sinnvoll beziehen (Designgeschichte; ästhetische Bezüge)?

Um die Kundenbindung an das Produkt und den Handwerksbetrieb zu stärken, sind Überlegungen zur Produkteinbindung und -ergänzung (siehe unten) sinnvoll.

Vorgehen:

Checkliste Objektcharakter:

- Dimensionen
- Materialien
- Oberflächen und Farben
- Formgebung (Linien, Verbindungen, Übergänge, Brüche, Verläufe, Anschlüsse ...)
- Stilweise und Stilelemente

Checkliste Produkteinbindung und -ergänzung:

- modulare Ergänzungen
- Pflegeanleitung, Pflegemittel etc. zum Produkt
- Serviceangebot nach dem Verkauf

Literaturhinweise:

- Bernhard E. Bürdek: Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Köln 1991
- Holger van den Boom, Felicidad Romero-Tejedor: Design. Zur Praxis des Entwerfens, Hildesheim 2000

Weblinks:

- www.design-germany.de

1. Entwurfentwicklung

Sind die drei Eckpunkte der Produkthanforderungen realisiert, kann mit der eigentlichen Entwurfsbearbeitung begonnen werden. Die Schwierigkeit besteht darin, die Anforderungen und gesammelten Informationen konkret in einem Produkt umzusetzen. Wie setzt man den Gestaltungsprozess in Gang?

Vorgehen:

Bei der Ideenentwicklung und kreativen Umsetzung des Anforderungsprofils können einige Techniken helfen, Teilbereiche transparenter zu machen, um letztlich nachvollziehbare Entscheidungen zu treffen. Wichtig ist anzufangen, d.h. seine Ideen zu skizzieren und diese am besten im Team zu besprechen und weiter zu entwickeln.

Checkliste Ideenentwicklung:

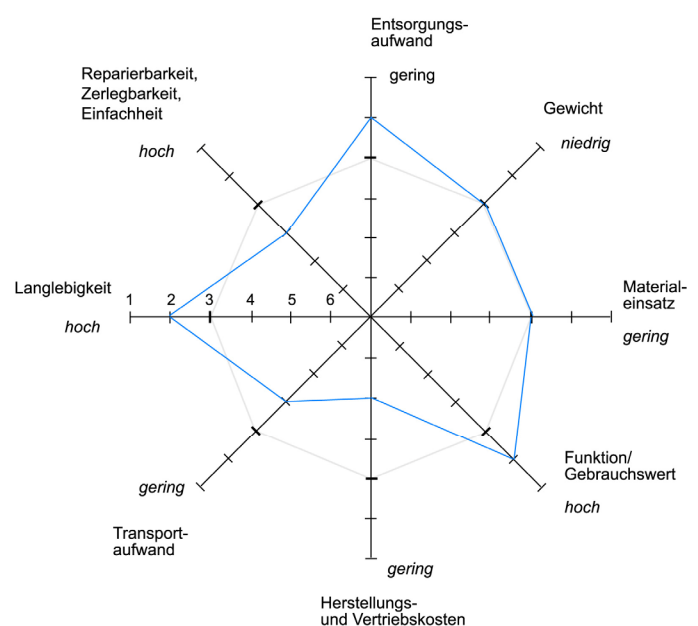
- Worte und Begriffe assoziieren, aufschreiben und sortieren (Brainstorming, Mind-Mapping)
- Ideen skizzieren (z. B. Freihandzeichnen)
- Visualisierung der gestalterischen Elemente mit Zeichnungen, Abbildungen, Materialvorstellungen etc.
- Modelle bauen, Varianten ausprobieren und bewerten
- Auswertung der Entwurfentwicklung und Entscheidung zur Umsetzung

Eine gute Möglichkeit, ein Produkt zu bewerten oder mehrere zu vergleichen, bietet das Radar- oder Spinnennetzdiagramm: Ein Koordinatensystem mit den 8 wichtigsten Kriterien wird festgelegt. Die Erfüllung der Kriterien kann mit einer graduellen Einteilung von z.B. 1 – 6 entsprechend dem deutschen Schulnotensystem bewertet werden. Der Mittelwert einer Bewertung liegt bei 3. Je weiter das Radar reicht, umso besser werden die Kriterien erfüllt. Nach der Einschätzung lassen sich die Punkte verbinden, so dass ein Spinnennetz oder ‘Radar’ entsteht.

Die Radar-Grafik ist sehr anschaulich und für viele Aufgaben ein sehr gutes Mittel, um komplexe Sachverhalte – die Umsetzung der Anforderungskriterien – und ihre Einschätzung einfach darzustellen!

Literaturhinweise:

- Ed van Hinte and Conny Bakker: Trespassers. Inspirations for eco-efficient design, Rotterdam 1999
- Peter Weiler: Kreativitätstraining. Mind Mapping, München 1997
- Frank Krüger: Mind Mapping. Kreativ und erfolgreich im Beruf, München 1997



2. Planung und Umsetzung

Die Fragen, die sich stellen, sind: Welche Materialien und Techniken können sinnvoll eingesetzt werden? Wie lässt sich die Herstellung/Umsetzung am besten planen? Welche Möglichkeiten bieten sich an und welche hat der Betrieb, um eine ökonomisch tragfähige und ökologisch sinnvolle Leistung anzubieten?

Vorgehen:

Diese Phase betrifft den üblichen handwerklichen Alltag z.B. in der Arbeitsvorbereitung und Werkstatt. Die wichtigsten Kriterien für den Materialeinsatz einer nachhaltigen Produktgestaltung sind folgende:

Checkliste Materialeinsatz

Ist das Material ...

- alterungsfähig?
- regenerativ?
- recyclebar?
- emissionsarm?
- lokal beschaffbar?
- frei von ökologisch problematischen Verbundmaterialien?

Literaturhinweise:

- Thomas Theisohn und Helmut Haybach: Umweltorientiert Wirtschaften. Leitfaden für Tischler, Schreiner & Co, Düsseldorf 1998
- Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt (Hg.): Handbuch Umweltcontrolling, München 1995
- Rudolf Schrickler: Darstellungsmethodik, Stuttgart 1989
- Eberhard Holder: Design – Darstellungstechniken, Wiesbaden und Berlin 1987

Weblinks:

- www.tischler.de
- www.tischler.de/umweltgemeinschaft
- www.newcraft.de
- www.cocollection.de

3. Präsentation und Dokumentation

Wie präsentiere und kommuniziere ich das Produkt und vorher möglicherweise schon den Entwurf? Wie bringe ich es an den Kunden und in die Öffentlichkeit? Wie dokumentiere ich das Produkt für das Marketing meines Betriebs? Eine kompetente Präsentation und Dokumentation dient dazu, Dritten eine möglichst genaue Vorstellung zu geben über die Qualitäten und Vorzüge eines Produkts und die darin eingeflossenen handwerklich-gestalterischen Dienstleistungen.

Vorgehen:

Über Art und Weise, Stilmittel, Medien und Umfang hinaus, sollte man sich bei der Darstellung über folgende Punkte im klaren sein.

Vorabklärung der Zielrichtung, der inner- und außerbetrieblichen Kommunikation:

- Bedeutung für den Kunden
- Bedeutung für den Betrieb

Checkliste zur Produktkommunikation:

- Image und Name des Produkts
- Elemente der Präsentation
- Abbildungen/Grafiken
- Erläuterungen/Text
- Modelle (bis zu 1:1)
- Präsentationsmedien/-materialien

Arten von Präsentationen bzw. Dokumentationen:

- Mappe
- Poster
- Flyer/Prospekt
- Website
- Ausstellungen, Messen, Tage der offenen Tür
- weitere Werbung

Mit einer guten Präsentation und Dokumentation zeigt ein Betrieb seine Kompetenzen nach innen und außen. Die Visualisierung und Kommunikation der eigenen Produktarbeit wirbt für weitere Kunden und ist ein wichtiges Marketinginstrument.

Schlussbemerkung

Zur Umsetzung der vorgestellten methodischen Instrumente und Hinweise braucht es neben den handwerklich-technischen und betriebswirtschaftlichen Fertigkeiten natürlich ein gewisses Maß an gestalterischer Erfahrung:

Man muss sich auskennen oder zumindest ein Gefühl entwickelt haben für moderne Produktgeschichte, Gestaltungs- und Stilrichtungen, Kundenkommunikation und Darstellungstechniken.

Gestalterische Erfahrung kann aber anhand der dargestellten Produktgestaltungselemente nach und nach auch erarbeitet und angeeignet werden.

Die Ausführungen zur Produktgestaltung sollen gezielte Hinweise geben und als Anregung dienen, um die berufliche und betriebliche Entwicklung interessierter Handwerker weiter voran zu bringen!