

Kulturelle, soziale und technische Herausforderungen im Produktdesign

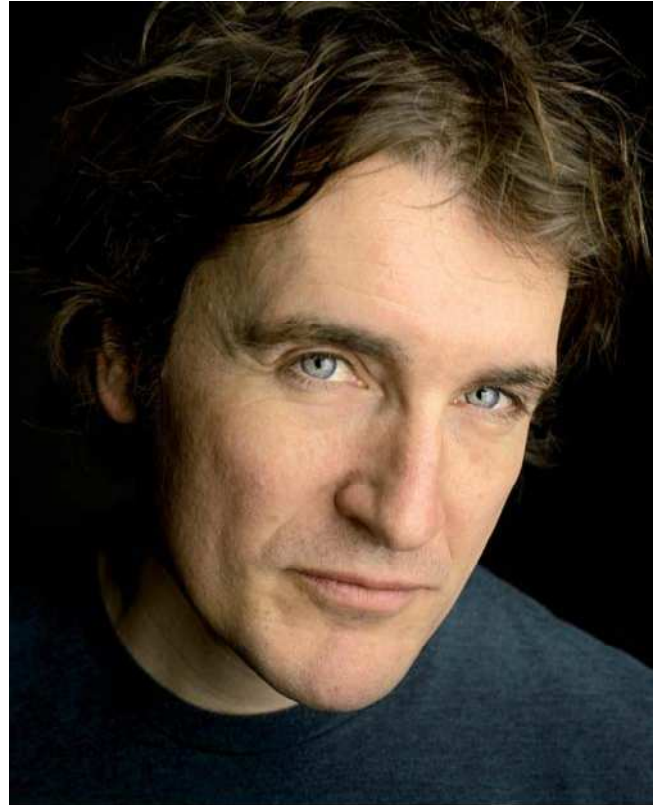
Ein Gespräch mit Jörg Boner, Geschäftsführender Gesellschafter von Jörg Boner Product Design

Sehr geehrter Herr Boner, die Themen Globalisierung und Regionalisierung beeinflussen die Entscheidungen von Unternehmen in vielen Bereichen. Wie manifestieren sich diese Trends im Bereich Produktdesign?

Jörg Boner: Produktdesign liegt in diesem Spannungsfeld. Es stellt sich die Frage wo man, unter welchen Umständen, produziert. Das kann einmal sehr regional sein und ein anderes Mal irgendwo auf unserem Planeten. Die Frage ist immer auf welchem kulturellen, sozialen und technischen Humus man aufbauen will und was das Produkt verlangt. Die zeitnahe Verfügbarkeit von sehr vielen Informationen weltweit täuscht manchmal darüber hinweg, dass verteilte Produktion und übrigens auch der Vertrieb oft viel mehr benötigt, als die sofortige Verfügbarkeit aller scheinbar nötigen Informationen. Das kollektive Bewusstsein einer Gesellschaft ist viel komplexer strukturiert. Es beeinflusst den Umgang mit Produktion in hohem Masse. Das gilt es immer mit zu bedenken.

Das Produktdesign beschränkt sich nicht nur auf das Aussehen bzw. die äusserliche Erscheinung eines Produkts. Welche zentralen Aspekte müssen Sie bei Ihren Projekten berücksichtigen?

Das Aussehen oder die äusserliche Erscheinung, wie Sie das genannt haben, ist für mich der schwierige, aber der selbstverständliche Teil, den ein Kunde von uns erwarten kann. Deswegen fragt er uns ja in erster Linie an. Um diese Aufgabe aber lösen zu können, brauche ich sehr viel Wissen über die spezifischen Umstände unseres Auftraggebers. Ich denke an Bedingungen in der Produktion, an handlungsspezifische Gegebenheiten und vieles andere. Ich muss mich als Designer also erst mal daran machen, diese Bedingungen, die für unsere Gestaltung eminent wichtig sind, zusammenzutragen. Bei dieser Aufgabe komme ich immer unweigerlich in den Dialog mit unseren Auftraggebern. Das führt zu Fragen und Antworten in beide Richtungen. Auch scheinbar Gegebenes kann hinterfragt werden. Erst danach beginnt sich eine Aufgabe zu konkretisieren. Und dann geht es darum, dass die Schönheit und der Anmut sich mit Intelligenz in der Produktion, der Anwendung, der Art und Weise des Vertriebs mischt und wir im besten Falle der Firma nicht nur ein neues, schönes Objekt planen, sondern auch ein smarteres, vielleicht kostengünstigeres, effizienteres, cleverer produziertes Produkt. Dann erst haben wir unsere Aufgabe gelöst.



Alle Bilder © Mito Keller

Jörg Boner, Geschäftsführer von Jörg Boner Product Design

Inwieweit bemerken Sie die Nachfrage nach regionalen, nachhaltigen Elementen beim Produktdesign?

Nachhaltigkeit ist ein riesiges Thema zu Recht. Es ist aber, so glaube ich, falsch Nachhaltigkeit und regionale Produktion über einen Leisten zu ziehen. Regionaler Produktion haftet manchmal auch ein bisschen Lokalpatriotismus an.

Zur Person

Seit 2001 entwirft Jörg Boner (*1968) mit seinem Industrial-Designstudio in Zürich Gebrauchsgegenstände, Leuchten und Möbel. Seine Auftraggeber sind produzierende Unternehmen und Kollektionen aus der Schweiz, Italien, Österreich, Deutschland und Dänemark. Immer wieder stellen seine Entwicklungen althergebrachte Produktionsweisen in Frage. Das Wissen um und die Nähe zur Produktion zeichnen die Arbeiten von Jörg Boner aus. Die Innovation in der Herstellung und die Funktion in der Benutzung stehen genauso im Zentrum seiner Arbeit, wie die Schönheit und die Anmut der Dinge. Jörg Boner gehört zu den wichtigsten Schweizer Designern der Gegenwart und ist Träger des Schweizerischen Grand Prix Design (2011).

Nähere Infos unter info@weissman.ch



Moving Walls

Die regionale Produktion ist in einigen Fällen sicher richtig und angebracht. Die regionale Produktion ist vielleicht die ehrlichste. Die Güter werden unter den gleichen Bedingungen produziert, wie sie verkauft werden. Da können natürlich die Anforderung an Designer und Ingenieure sehr hoch werden. Man muss ja dann allenfalls viel cleverer produzieren und konstruieren, damit man am Produkt auch noch ein bisschen Marge abringen kann. Gerade technologisch anspruchsvolle Produkte sind oft die, die auch im eigenen Land produziert werden. In der Schweiz kann man das neue Swatch Automatik Werk als Beispiel nehmen. Gründe für eine weiter entfernte Produktion kann es aber immer geben. Wenn ich beispielsweise ein Produkt weltweit vertreibe, dann kann es durchaus auch Sinn machen das Lokalkolorit der Produktion ebenfalls zu verlassen. Vertreibe ich aber im Umkreis von 200 km dann macht es selbstverständlich Sinn, dass auch die Produktion in der Nähe bleibt.

Welche wesentlichen (10) Tipps können Sie abschliessend allen Unternehmen geben, deren Produkte «glokal» funktionieren müssen?

Die 10 Tipps, nach welchen ich arbeite und lebe und die ich auch gerne weitergeben möchte, sind jene der schönsten und treffendsten Liste, die ich kenne. Sie ist auf viele, vielleicht sogar auf alle Bereiche des Lebens anwendbar und stammt vom Schweizer Künstlerduo Fischli Weiss. Auch in Bezug auf die Themen der «Glokalisierung» gibt sie meines Erachtens die richtigen Anstösse, um den damit verbunde-

nen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen. Die Arbeit von Fischli Weiss nennt sich «How to work better», die ich hier gerne zitiere:

- 1) Do one thing at a time
- 2) Know the problem
- 3) Learn to listen
- 4) Learn to ask questions
- 5) Distinguish sense from nonsense
- 6) Accept change as inevitable
- 7) Admit mistakes
- 8) Say it simple
- 9) Be calm
- 10) Smile



Thermos