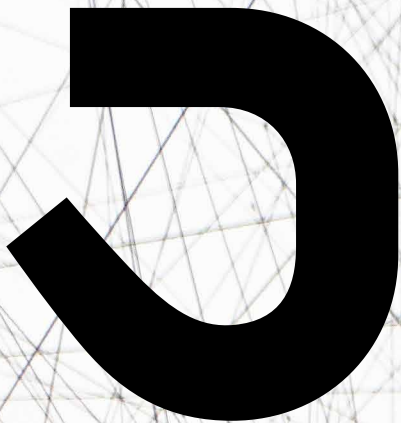




STIFTUNG **DEUTSCHES
DESIGN
MUSEUM**

**TÄTIGKEITSBERICHT
2021**



Design Networking Hub
Unterstützung der Kreativ-
wirtschaft: Internationale
Netzwerkplattform

Historisches Fotoarchiv
Ein anderer Blickwinkel:
Menschen in der
Produktfotografie

Design hilft
Die Vermittlung von
Erster Hilfe in einem
kreativem Prozess

MENSCH IM MITTELPUNKT

Der Mensch im Mittelpunkt

Die Grundlage eines jeden Designs ist ein menschliches Bedürfnis. Haben wir dieses Bedürfnis erst einmal definiert, eröffnet uns die interdisziplinäre Herangehensweise des Designs kreative Prozesse, die uns inspirieren und beflügeln können. Dabei entstehen neue Formen ebenso wie neue Dienstleistungen, Produkte und neue Prozesse. Im Idealfall vereinfachen oder bereichern die Ergebnisse unser Leben und werten es auf.

Doch mit Blick auf den Zustand unserer Erde wird klar: Wenn wir weiter wie bisher den Bedürfnissen folgen, die wir im Sinne eines globalen Wirtschaftswachstums für uns definiert haben, fügen wir unserem Planeten zwangsläufig auch weiter großen Schaden zu. Die Zeit ist reif, unser Denken grundsätzlich neu auszurichten.

Designer:innen sind mit Fragen dieser Art vertraut, denn es liegt in der Natur ihres Mindsets, nach neuen Ansätzen und neuen Wegen zu suchen. Als Stiftung Deutsches Design Museum sehen wir dieses Umdenken unserer Gesellschaft als einen wichtigen Gestaltungsprozess an, den wir mit unserer Arbeit wirkungsvoll unterstützen können.

»Die Zeit ist reif, unser Denken grundsätzlich neu auszurichten.«

Durch unsere Workshops befähigen wir junge Menschen und deren Lehrkräfte, ihr eigenes Potenzial und ihre Möglichkeiten zur (persönlichen) Veränderung stärker auszuschöpfen. Der Designprozess vermittelt ihnen Wege, ihre Perspektiven – auch im Sinne einer nachhaltigen Zukunft – neu und eigenständig zu gestalten.

Mit Workshopangeboten wie DESIGN HILFT haben insgesamt weit über 20 000 Schüler:innen ihre Verantwortungsfähigkeit und Engagement erweitern können. Dank der Workshopreihe UPCYCLE YOUR HOME konnten viele junge Menschen lernen, ressourcenorientiert im Sinne der Circular Economy zu denken.

Zudem hat der Design-Workshop ZEICHEN SETZEN den Teilnehmenden auch 2021 eine Erweiterung des eigenen Horizonts durch eine bewusste Reflexion der eigenen Werte ermöglicht. Damit die Workshops selbstständig von Pädagog:innen an Schulen umgesetzt werden können, wurden die dazugehörigen Handreichungen auf der Plattform DESIGNWISSEN zur Verfügung gestellt.

Seit 2015 betreuen wir das Historische Fotoarchiv des Rat für Formgebung. In dieser Sammlung sind unzählige Produkte dokumentiert, die zu den Designklassikern zählen. Mit ihrer gestalterischen Qualität und Langlebigkeit sind diese Produkte beste Beispiele für Nachhaltigkeit.

Und nicht zuletzt hat uns die Arbeit rund um den neu ins Leben gerufenen DESIGN NETWORKING HUB gezeigt, dass der Wunsch nach einer Verbesserung unserer Lebenswelt auch auf bilateraler und multikultureller Ebene die treibende Kraft hinter den Ansätzen und Ideen junger Designer:innen ist.

Wir laden Sie, liebe Förder:innen und Unterstützer:innen, liebe Freund:innen und Partner:innen, nun herzlich ein, auf den folgenden Seiten einen etwas genaueren Blick mit uns auf die spannenden Projekte und Unternehmungen des Jahres 2021 zu werfen.

Wir danken Ihnen herzlich für Ihr breit gefächertes Engagement! Nur durch Ihren Einsatz konnten wir viele junge Menschen in zahlreichen Projekten dabei unterstützen, den Herausforderungen des für uns alle so notwendigen Perspektivwechsels mit außergewöhnlichen Ideen und engagierten Ansätzen zu begegnen.

Ihre Julia Kostial & Lutz Dietzold



JULIA KOSTIAL
GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND

Stiftung Deutsches Design Museum

LUTZ DIETZOLD
VORSITZENDER DES VORSTANDES

Stiftung Deutsches Design Museum

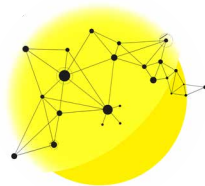
6

BRAUN × HIGHSNOBIETY



8

INTERCULTURAL AFFAIRS
DER DESIGN NETWORKING HUB



17

SCHÜLERFIRMA BIOLABOPUS
MARKENWARTER



22

UPCYCLING WORKSHOPS
NACHHALTIGKEIT IN
ANWENDUNG



28

DESIGN HILFT WORKSHOPS
DIE WELT DER POSTER

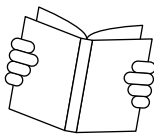


32

DESIGN TALKS

33

TAG DER BILDUNG



34

NEUE HANDREICHUNGEN
FÜR DEN UNTERRICHT



52

ONLINE: DAS HISTORISCHE
FOTOARCHIV WIRD ENTDECKT



42

MENSCHEN IN DER
PRODUKTFOTOGRAFIE
HISTORISCHES FOTOARCHIV



54

DAS TEAM

56

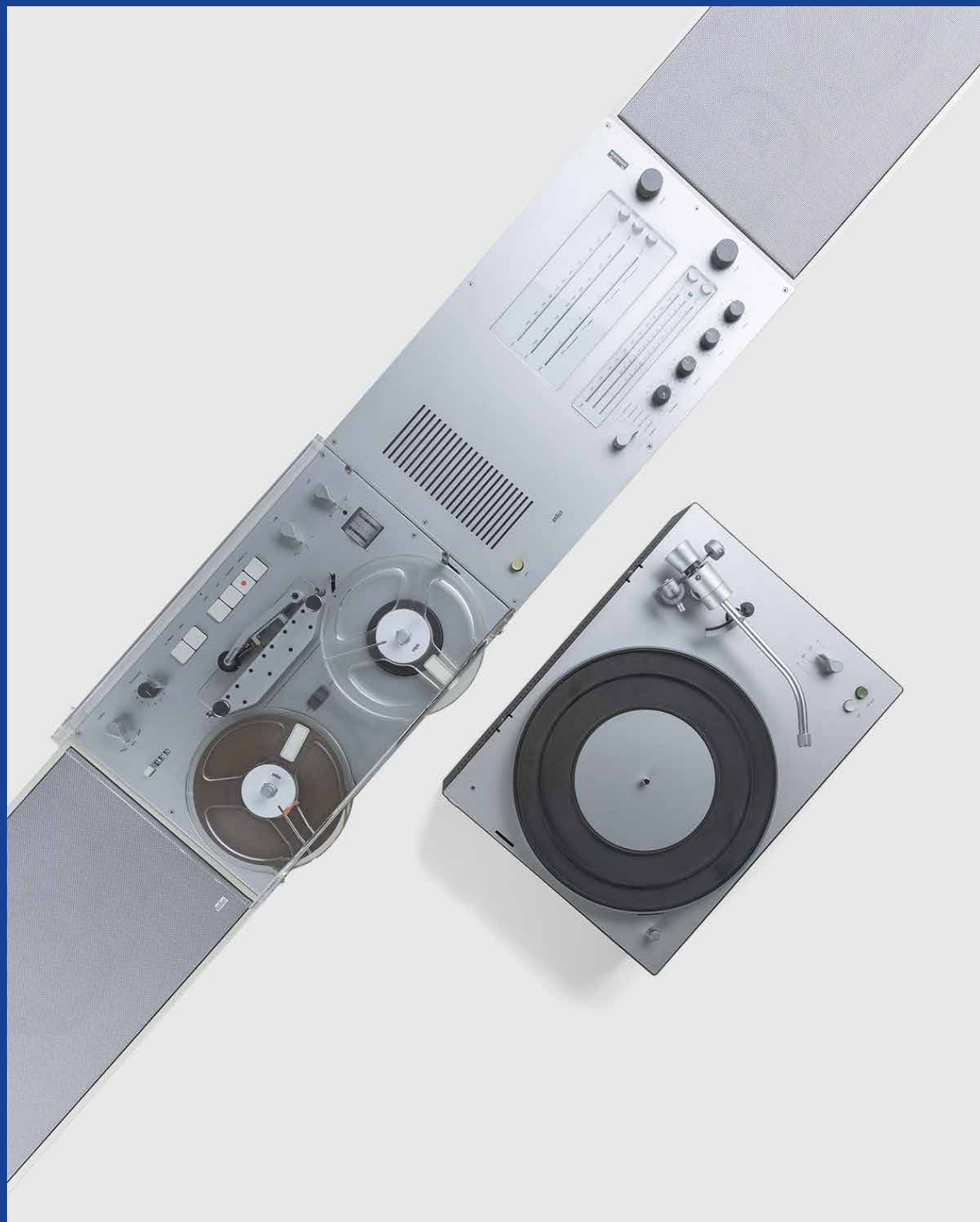
PARTNER:INNEN & CO

58

IMPRESSUM

60

FOTONACHWEIS



CHARITY AUKTION VON BRAUN UND HIGHSNOBIETY

Anlässlich ihres 100-jährigen Jubiläums hat die deutsche Kultmarke Braun beschlossen, ein ganz besonderes Sammlerstück zur Versteigerung anzubieten und den Erlös der Stiftung Deutsches Design Museum zukommen zu lassen.

Die von Dieter Rams 1964/65 entworfene Wandanlage gilt bis heute als äußerst begehrtes Liebhaberstück. Zu dem System gehören der TS 45 Receiver, das TG 60 Tonbandgerät, der PS 1000 Plattenspieler, zwei L 450 Lautsprecher mit entsprechender Wandhalterung und ein Regal von Vitsoe.

Kommuniziert und umgesetzt wurde die Versteigerung über die Plattform des Streetwear-Blogs Highsnobiety, mit der Braun seit Jahren in enger Zusammenarbeit verbunden ist.

Da es sich bei diesem speziellen Angebot dazu um ein besonders gut erhaltenes Exemplar handelte, durfte man getrost auf außergewöhnliche Gebote und eine spannende Auktion hoffen.

Der erzielte Endpreis von 28.000 € hat dennoch alle Erwartungen übertroffen. »Wir sind sprachlos und begeistert«, erklärte Julia Kostial, Geschäftsführerin der Stiftung Deutsches Design Museum.

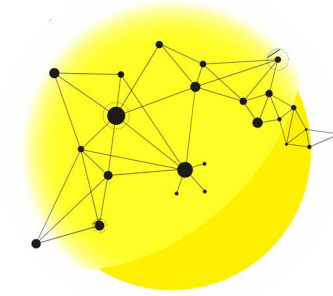
»Unser Dank gilt vor allem Braun, Highsnobiety und natürlich dem/der Käufer:in. Durch den hohen Erlös können wir künftige Projekte unserer Initiative ENTDECKE DESIGN weiter unterstützen.«

Intercultural Affairs

Der Design Networking Hub



Interkulturelle Zusammenarbeit – wie gelingt das?
Mit einem Konzept, das unter anderem auf diese Frage eine Antwort geben wollte,
bewarb sich die Stiftung Deutsches Design Museum bei einer Ausschreibung
des Auswärtigen Amts. Und wurde ausgewählt.



Die Kreativwirtschaft ist ein Motor des Wandels, wird in dem Aufruf an die potenziellen Bewerber:innen Michelle Müntefering, Staatsministerin für Internationale Kulturpolitik im Auswärtigen Amt, zitiert. »Als Auswärtiges Amt tragen wir bereits einiges zu ihrer Internationalisierung bei. Dies zu bündeln und zu konzentrieren, haben wir uns – mit den Schwerpunkten digitale Gesellschaft und Design in Afrika und Europa – zur Aufgabe gemacht. Wir freuen uns auf frische Ideen zu länderübergreifender Vernetzung von Kreativen, breiten Zugängen zu Kunst und Kultur, nachhaltigen Lösungen und kulturellen Ko-Produktionen. Und gern darf ein Schuss Utopie und Weitblick dabei sein.«

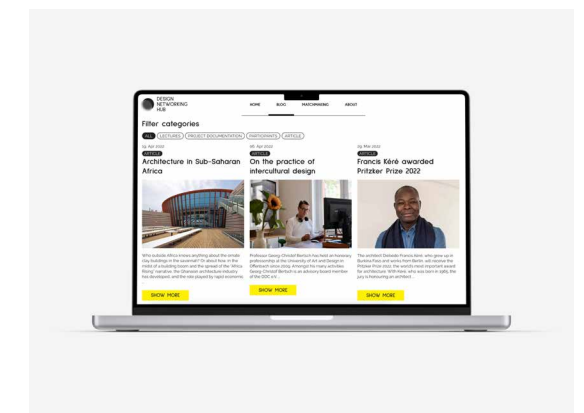
»Wir sind der Meinung, dass sich Gesellschaften nur dann tiefer miteinander verwurzeln können, wenn dieses Bestreben von den Menschen und nicht von den Regierungen ausgeht«, erklärt Dr. Peter Kettner, Leiter des Referats Strategie und Planung der Auswärtigen Kultur- und Kommunikationspolitik.

Die neu konzipierte Wissens- und Netzwerkplattform »Design Networking Hub« der Stiftung Deutsches Design Museum verfolgt dieses Anliegen, indem sie Kreative verschiedener Länder miteinander verbindet und gemeinsame Kooperationsprojekte im Bereich Design und Architektur unterstützt.

Die Stiftung Deutsches Design Museum hatte bereits in den vergangenen Jahren die Möglichkeit, einige Auslandsprojekte mit Unterstützung des Auswärtigen Amts durch-

zuführen. Dieses Mal sollten es zwei Länder zweier Kontinente sein, die miteinander verbunden werden würden: Deutschland und Kenia.

Kenia ist einer der wichtigsten Handelspartner Deutschlands auf dem afrikanischen Kontinent. Außerdem ist es ein Land mit einer sehr aktiven Design-Szene und einem nicht minder ausgeprägten Lehrsystem in den Feldern Design und Architektur.

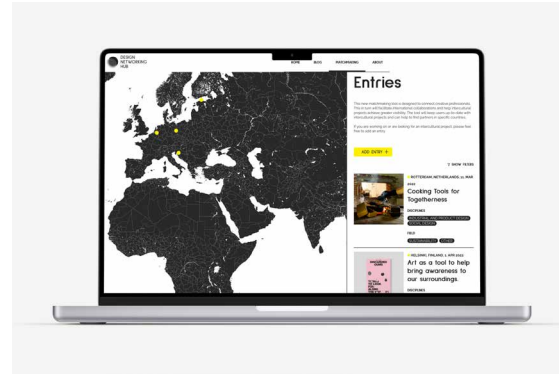


»Es geht beim Design Networking Hub nicht nur darum, Designer:innen und Architekt:innen zu vernetzen, sondern auch Institutionen miteinander in Kontakt zu bringen und deren Austausch zu verstärken«, sagt Julia Kostial.

Faktoren von großer Wichtigkeit, wenn man gemeinsam Projekte von Bedeutung entwickeln möchte. Im Fokus können dabei sowohl Non-Profit-Konzepte stehen als auch Ideen für kommerzielle Produkte, die zukunftssträftig auf dem europäischen und/oder afrikanischen Markt implementiert werden könnten.

Eine effektive Zusammenarbeit über Ländergrenzen und Bürokratien hinweg ist immer eine Herausforderung. Zumal, wenn sie durch eine Pandemie vornehmlich auf ein digitales Niveau begrenzt ist. Umso mehr kommt es auf die richtigen Partner:innen an. Partner:innen wie die Design Kenya Society.

Kyesubire Greigg, die dort für Kommunikation und Logistik verantwortlich ist, zeigte sich von Anfang an begeistert: »Wir suchen immer nach internationaler Zusammenarbeit. Als Designer:innen in Kenia wissen wir, dass das, was für uns als normal gilt, andernorts völlig ungewöhnlich sein mag. Genau da sind die interessanten Reibungspunkte. Dort können wir beginnen, Projekte zu diskutieren, die unsere internationale Gesellschaft tatsächlich bereichern.«



» Wir suchen immer nach internationaler Zusammenarbeit. Als Designer:innen in Kenia wissen wir, dass das, was für uns als normal gilt, andernorts völlig ungewöhnlich sein mag.«

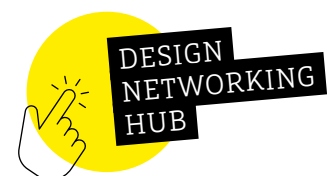
Kyesubire Greigg | Design Kenya Society



Zunächst wurde eine bilaterale Pilotgruppe zusammengestellt, die in einer Art agilen Probelauf erschließt, was es bedarf, um erfolgreich interkulturelle Kooperationsprojekte für den deutschen oder kenianischen Markt zu realisieren.

Aus einem Portfolio von 130 Bewerber:innen wählten die Partnerorganisationen fünf deutsche und fünf kenianische Designer:innen und Architekt:innen aus, die eine möglichst breite Fächerung von Talent und Expertise repräsentierten. Außerdem wurden drei Themenschwerpunkte festgelegt.

Mit den Themenfeldern Wohnen, Mobilität und Digitalisierung waren Sujets definiert, die allen sozialen Aspekten ebenso entsprachen, wie sie auch die Prämisse erfüllten, den Mensch in den Mittelpunkt des Vorhabens zu rücken.



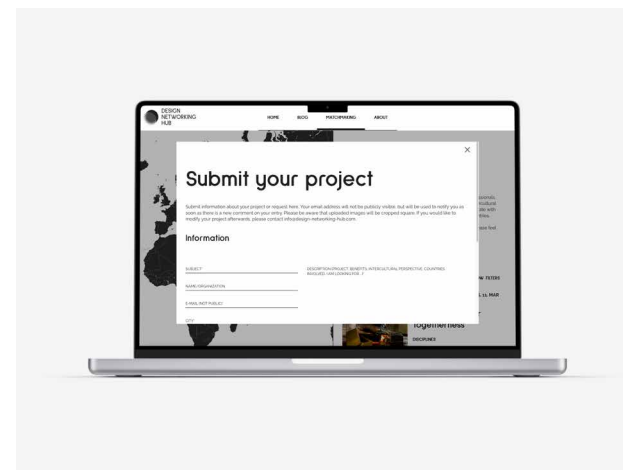
»Dass ein solches Pilotprojekt ein sehr agiles Unterfangen sein würde, war uns von Anfang an bewusst«, erklärt Julia Kostial. Durch »learning by doing« galt es, Schritt für Schritt mehr über das Potenzial herauszufinden, das eine solche Plattform entwickeln könnte. »Wir sind buchstäblich mit dem Projekt gewachsen.«

Und gewachsen ist der Design Networking Hub seit dem Startschuss. Nicht nur durch die einzelnen Projekte der Pilotgruppe, sondern auch in seinem strukturellen Angebot.

Unterdessen verfügt die Plattform über einen **Blog**, in dem Einträge von all jenen willkommen sind, die etwas Interessantes zu den entsprechenden Themenfeldern beizutragen haben. Außerdem gibt es ein **Match-making-Tool**, wo User:innen ihre Projekte vorstellen, sich vernetzen und nach internationalen Kooperationen suchen können. Und das Angebot wird weiterwachsen. Der Projektverlauf der Pilotgruppe wird auf der

Website des Hubs dokumentiert. So wird zum Ende des Projekts ein großer digitaler Wissensspeicher entstehen, der weitere Kreative motivieren und befähigen soll, gemeinsame Projekte erfolgreich umzusetzen.

Als es der Verlauf der Pandemie dann im vergangenen Herbst ermöglichte, wieder zu reisen, stand einem ersten physischen Treffen der Pilotgruppe in Nairobi nichts mehr im Wege. Das persönliche Kennenlernen und das Entwickeln eines Gefühls für sein Gegenüber und dessen Land bedeutete eine enorme Steigerung an Effektivität und gegenseitigem Verständnis.



Wie wichtig solche Schritte der Zusammenarbeit auch aus der Sicht des Auswärtigen Amts als Förderer sind, weiß Dr. Peter Kettner sehr genau:

»Die Beziehung zwischen Regierungen kann sich schnell verändern. Eine stabile Beziehung zwischen den Menschen ist dagegen weitaus beständiger. Uns als staatlicher Institution geht es in multilateralen Projekten immer auch darum, Frieden zu erhalten. Und genau das geschieht hier: Konfliktprävention und die Sicherung eines friedlichen Zusammenlebens zweier Nationen durch profunde persönliche Beziehungen der Menschen zueinander.«

Wir bedanken uns bei unseren Partnern:



Auswärtiges Amt Federal Foreign Office



Design Networking Hub — Die Pilotgruppe

Team Housing

Das Team »Wohnen« beschäftigt sich mit der Entwicklung von flexiblen, modularen Wohneinheiten für Geflüchtete und Obdachlose.



Julita Afande, Kenia
Nairobi Design Institute
Fachrichtung: Kommunikationsdesign
Themenschwerpunkt: sexuelle und reproduktive Gesundheit



Betty Mwema, Kenia
University of Edinburgh
Fachrichtung: Kommunikationsdesign
Themenschwerpunkt: Bedürfnisdefinition und entsprechende Lösungen



William Otuoke, Kenia
Glasgow School of Art
Fachrichtung: Architektur
Themenschwerpunkt: Selbstgestaltung von Wohn- und Lebensräumen



Hannah Weirich, Deutschland
Hochschule für Gestaltung in Offenbach
Fachrichtung: Produktdesign
Themenschwerpunkt: Design als politisches Mittel

Team Technology

Probleme in der Nahrungsmittelproduktion zu lösen und eine nachhaltige, effiziente Selbstversorgung zu ermöglichen, ist der Themenschwerpunkt der Gruppe »Technologie«.



Stephanie Nyairo, Kenia
Chapman University, Kalifornien
Fachrichtung: Produktdesign
Themenschwerpunkt: zukünftige Technologien

Philip Kohlbecher, Deutschland
Hochschule München
Fachrichtung: Produktdesign
Themenschwerpunkt: Recycling, Refurbishing

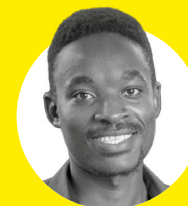


Madita Morgenstern-Antao, Deutschland
Hochschule für Gestaltung in Offenbach
Fachrichtung: Produktdesign
Themenschwerpunkt: Lebensqualität und soziales Miteinander



Team Mobility

Das Team »Mobilität« nutzt den Social-Design-Ansatz, um eine digitale Währung (»community coin«) zu entwickeln, die Mobilität vor allem in Kenia erschwinglicher und zugänglicher machen soll.



George Wekesa, Kenia
University of Nairobi
Fachrichtung: Architektur
Themenschwerpunkt: Design als Bauelement

Timm Donke, Deutschland
Design Academy Eindhoven
Fachrichtung: Produktdesign
Themenschwerpunkt: Austausch zwischen Kulturen



Marvin Kasper, Deutschland
Bauhaus Universität Weimar
Fachrichtung: Produktdesign
Themenschwerpunkt: Umweltverschmutzung und Überproduktion

Aus
Markendesigner



wird
Markenwarte

Nach den beachtenswerten Erfolgen des Markendesigner-Workshops in den vergangenen Jahren war es der Dr. Hans Riegel-Stiftung ebenso wie uns als ausführendem Organ ein großes Anliegen, die im Workshop gegebene Unterstützung auch für einen größeren Kreis von Schülerfirmen über eine Onlinepräsenz nutz- und abrufbar zu machen.

Wir wären wohl keine Designer:innen, wenn nicht in der Frühphase eines solchen Unterfangens die Entwicklung eines entsprechenden Namens samt dazugehörigem Logo stünde. So wurde in einem ersten Schritt aus »Markendesigner« die »Markenwarte«.

Schülerfirma BIOLABOPUS

Markenwarte



In den vergangenen Jahren ist vermutlich kaum ein Mensch daran vorbeigekommen, einen PCR-Test zu machen. Dass man mit einem solchen Prozedere aber weit mehr als Coronaviren entdecken kann, wissen nur die Wenigsten. Und genau zu diesen Wenigen gehören die Schüler:innen der Dietrich-Bonhoeffer-Schule in Lich.



Dort werden nämlich – unterdessen beinahe in Serie – Thermocycler gebaut, mit deren Hilfe man eine Polymerase-Kettenreaktion (PCR) selbstständig durchführen kann. Das war zwar eigentlich so nie geplant, dennoch ist es die logische Konsequenz aus dem konzeptionellen Ansatz der Schülerfirma BIOLABOPUS, deren unternehmerisches Kerngeschäft sich um die Untersuchung von Insektenarten dreht.

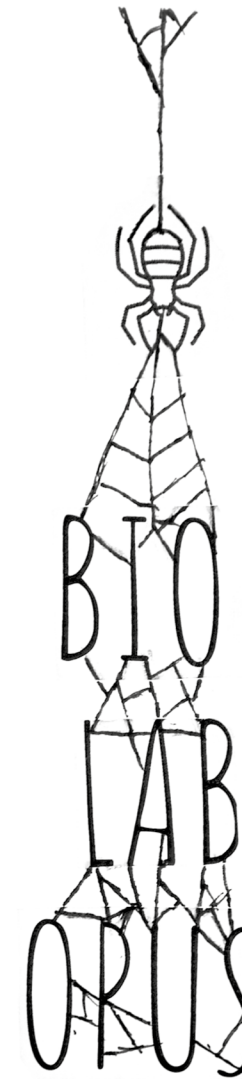
Sterben einheimische Insekten aus? Mit Hilfe ihres Thermocyclers gehen die Schüler:innen von BIOLABOPUS dieser Frage nach, indem sie das Erbgut von Insekten rund um das Schulgelände untersuchen. Basierend auf zyklischen Temperaturwechseln werden dabei kleinste DNA-Spuren vervielfältigt, damit man anschließend anhand der – in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut erzielten – Ergebnisse feststellen kann, ob ähnlich oder fast gleich aussehende Arten tatsächlich verwandt sind oder keinerlei genetische Übereinstimmungen aufweisen.

Doch, um diesen Nachweis wirklich flächendeckend zu erbringen, müssen dieselben Gattungen an den unterschiedlichsten Stellen der Republik unter die Lupe genommen werden. Deshalb hat der Lehrer Bernhard Krenig beschlossen mit seiner Schülergruppe selbstgebaute Thermocycler auch anderen Schulen anzubieten.

BIOLABOPUS ist eines von fünf Jahresprojekten, das die Dr. Hans Riegel-Stiftung gemeinsam mit der Stiftung Deutsches Design Museum durchführt. Besonders stolz ist man in der Dietrich-Bonhoeffer-Schule darauf, dass die Schülerfirma als einziges Unternehmen ihrer Art vom Land Hessen eingeladen wurde, sich mit einem eigenen Stand auf der »IdeenExpo« in Hannover vom 2. bis 10. Juli 2022 vorzustellen.

Im Prozess des Werdens entpuppte sich das Unternehmen BIOLABOPUS als eine besondere Herausforderung. Schließlich geht es hier nicht um eine, sondern gleich um drei Aufgabenfelder, die die Schüler:innen unternehmerisch aufzubereiten und zu bewältigen haben: das Untersuchen der Insekten, die Herstellung von Thermocyclern und deren Vertrieb an andere Schulen.

Besonders spannend war es, den Weg zu dem entsprechenden Selbstverständnis der jungen Unternehmer:innen zu betreuen. Wer sind wir? Was machen wir eigentlich genau? Erst der Prozess des Marke-Werdens hat die komplexe Firmenstruktur verständlich auf den Punkt gebracht, sodass die Schüler:innen die Dreifaltigkeit von Forschung, Produktion und Vertrieb als ein großes, zusammengehörendes Ganzes durchdringen konnten. Schließlich stand am Anfang von all dem nichts weiter als nur ein ausgeprägter Forschergeist. Auch so kann Schule gehen.



**Sterben einheimische
Insekten aus?**

EIN TAG ZU GAST BEIM MARKENWARTEN-WORKSHOP FÜR BIOLABOPUS

Wie vielfältig sich die Arbeit am Aufbau einer Schülerfirma gestalten kann, zeigt sich besonders deutlich an diesem Nachmittag, der ganz im Zeichen von Marketing und Werbung steht.

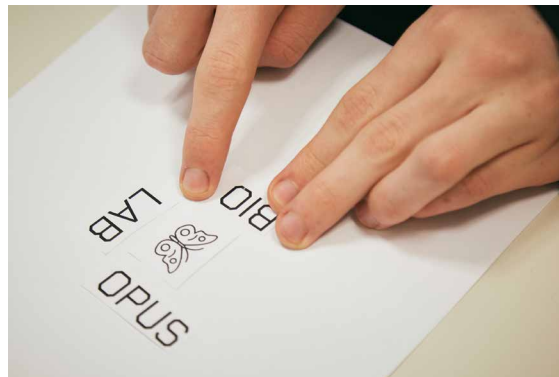
Wer Thermocycler verkaufen will, der muss sich um einen Absatzmarkt kümmern, indem er potenzielle Kund:innen über sein Produkt informiert und eine Begehrlichkeit in ihnen weckt. Ist dieses Bedürfnis erst einmal gesetzt, muss es nachhaltig gesteigert werden.

Eine Aufgabe, für die sich die AG von Bernhard Krenig in verschiedene Gruppen und Zuständigkeitsbereiche aufteilt. Während ein Teil sich um die Präsenz in den sozialen Netzwerken kümmert, erarbeiten andere Schüler:innen das Konzept der BIOLABOPUS-Website.

Eine dritte Gruppe schließlich entwirft Strichbilder und Vektordateien für einen Erklärfilm, der weitere Schüler:innen anderer Schulen informieren und motivieren soll, wie das gemeinschaftliche Forschungsprojekt gelingen kann. Am Ende soll ein Clip entstehen, der zum Kauf eines eigenen Thermocyclers animiert.

Tatsächlich ist das Potenzial hinter einem solchen Gerät enorm und auch durchaus geeignet, andere Visionen zu wecken. Denn so ein Thermocycler kann viel mehr, als nur Insekten-DNA vergleichen oder Coronaviren entdecken. Theoretisch könnte man mit ihm alle erdenklichen Krankheiten aufspüren. So wäre es zum Beispiel auch möglich, nachzuweisen, ob ein gewisses Insekt Gelbfieber überträgt oder nicht.

Während das Filmteam seine Idee weiter ausarbeitet, ist eine vierte Gruppe von Mitschüler:innen mit den Vorbereitungen zu einem eigenen Messestand von BIOLABOPUS auf der »IdeenExpo« in Hannover beschäftigt.



» Fortschritt funktioniert nicht auf Knopfdruck, sondern durch echte Inspiration. Und inspiriert wird man dann, wenn man die Materie mit Spaß an der Sache durchdringt.«

Bernhard Krenig
Diplom-Chemiker und Lehrer der Dietrich-Bonhoeffer-Schule, Lich

BERNHARD KRENIG ÜBER DAS PROJEKT

»Mein Unterricht ist etwas hemdsärmelig«, sagt Diplom-Chemiker Bernhard Krenig, der nach seinem Referendariat zunächst in Wirtschaft und Forschung tätig war. Was er damit meint, ist, dass Wissenschaft Freude bereiten muss. »Fortschritt funktioniert nicht auf Knopfdruck, sondern durch echte Inspiration. Und inspiriert wird man dann, wenn man die Materie mit Spaß an der Sache durchdringt.«

Mit BIOLABOPUS scheint dieses Konzept bei seinen Schüler:innen auch vollkommen aufzugehen. »Meist ist es einfach die richtige Atmosphäre, die die Leistung schafft«, so Krenig. »Wenn die Jungs und Mädels meinen, sie können sich beim Tanzen kurz abreagieren und sind danach konzentrierter – warum nicht?« So wun-

dert sich an der Dietrich-Bonhoeffer-Schule kaum jemand über das, was aus Krenigs Physikraum nach außen dringt. Mal ist es laute Musik, mal ein Hauch frisch gebrühten Kaffees oder der Duft einer in den Unterricht gelieferten Pizza.

Ein Projekt wie BIOLABOPUS als ein praxisorientiertes Unternehmen aufzuziehen, das entspricht in Krenigs Augen Wissenschaft zum Anfassen. Inklusiv eines echten Nutzens für die Umwelt.

»Die Schüler:innen fühlen sich als Teil von etwas Großem«, erklärt Krenig. »Sie bewegen etwas mit ihrer Forschung. Erzeugen Fortschritt. Sie spüren, dass Zukunft entstehen kann, wenn sich junger Unternehmerteil mit Wissenschaft vereint.«

Durch den Markenwarten-Workshop der Stiftung Deutsches Design Museum haben die Schüler:innen die nötige Platt-

form, um diese Welt aus der professionellen und nahezu ganzheitlichen Disziplin des Designs heraus zu entdecken.

Diese qualifizierte Herangehensweise holt die jungen Unternehmer:innen noch ein wenig weiter aus ihrem schulischen Umfeld und verlegt BIOLABOPUS gefühlt ein Stückchen näher ins reale Wirtschaftsleben.

»Das spüren wir alle gleichermaßen«, sagt Krenig mit einem Leuchten in den Augen.

Wir bedanken uns bei
unserem Partner:



Nachhaltigkeit

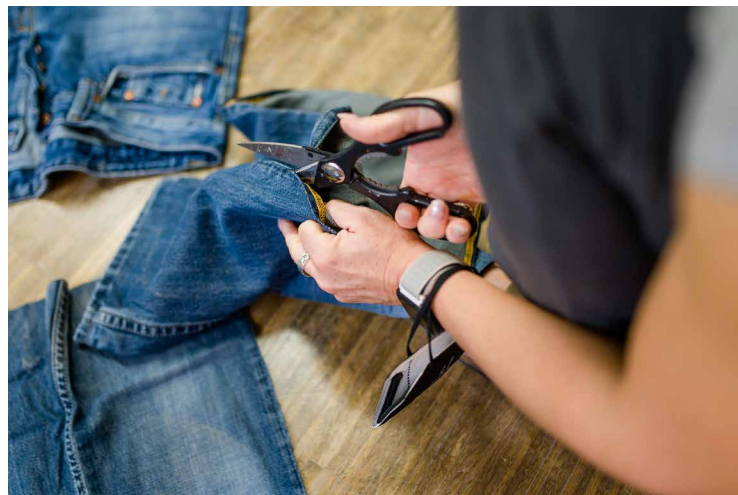


WORKSHOPIMPRESSIONEN

Für große Teile der jüngeren Generation manifestiert sich die Sorge um die Erhaltung unserer Erde längst in einer kritischen Haltung gegenüber unserer Art zu leben. Die gemeinsame Lebenswelt und deren Bedürfnisse anstelle eines gewinnmaximierten Wirtschaftssystems in den Mittelpunkt zu rücken, scheint dabei ebenso konsequent wie dringend nötig.

Die effektiv richtigen Maßnahmen für solch gewaltige Veränderungen zu erkennen, ist dabei nicht immer einfach. Dass es jedoch kaum ein Fehler sein kann, bei sich selbst im Kleinen zu beginnen, haben viele Schüler:innen längst verstanden.

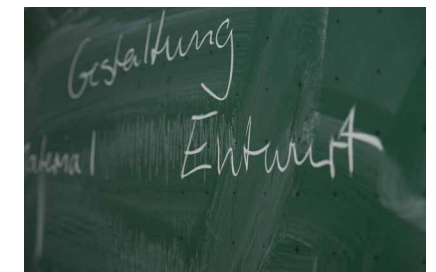
Diesem Gedanken folgend, fördert die IKEA Stiftung unter dem Motto »Ein nachhaltiges Leben zu Hause« Wohnkultur-Initiativen und Projekte für Kinder. Eines davon ist der im Rahmen der Initiative ENTDECKE DESIGN ins Leben gerufene Workshop »UPCYCLE YOUR HOME« von der Stiftung Deutsches Design Museum.



Ob Kleidung aus zweiter Hand oder die Umfunktionierung ausgemusterter Gebrauchsgegenstände – solche Trends sind nicht nur nachhaltig, sondern sie machen auch Spaß und regen die eigene Kreativität an.

Geleitet von professionellen Designer:innen haben wir an sechs Schulen Projektwochen realisiert, in denen die Teilnehmenden ausranierte Werkstoffe neuen Bestimmungen zuführten. Unter zuvor definierten Upcycling-Regeln entstehen eigene ressourcenschonende Entwürfe für den Wohn- oder Schulbereich.

Die ersten beiden Tage des Workshops nutzen die Schüler:innen hauptsächlich zur Inspiration und Ideenfindung. Danach wird die Idee in den verbleibenden drei Tagen umgesetzt. Neben dem Erleben der eigenen Kreativität geht es dabei auch um die Förderung des Themenspektrums Design.



Vor allem ist es die bewusste Auswahl an Elementen, Formen, Farben und nachhaltigen Materialien, die Unikate mit Symbolcharakter und persönlicher Bedeutung hervorbringen. Interdisziplinäres Designbewusstsein kann Schüler:innen weit über ihre – oft nur eingebildeten – Grenzen hinaus motivieren und inspirieren.

Im Themenfeld Design und Umwelt bedeutet dies, die Wertschöpfungskette maximal auszureizen und Ressourcen mehrmals zu nutzen. Das sensibilisiert auch für die Reflexion von nachhaltigen Prozessen und innovativen Produktionsabläufen.

»Nehmen wir beispielsweise eine alte Schullandkarte, die nicht mehr gebraucht wird und zum Ausschuss sortiert wurde. Nach etlichen Jahren ist sie zu einem Müll-objekt geworden und wird als solches nun in den Mittelpunkt der Ideenfindung für eine neue Nutzung gestellt. Nach einer relativ kurzen Phase der Betrachtung wandelt sich der vermeintliche Müll unvermittelt in ein Objekt der Begierde. Plötzlich hätten die Schüler:innen gerne nicht nur eine, sondern mehrere dieser Karten, denn in Gedanken sind sie bereits zu Taschen, Schachteln und Sitzbezügen geworden«, erklärt Silke Meister, die den Workshop betreuende Projektmanagerin der Stiftung Deutsches Design Museum. »Die eigene Wahrnehmung wandelt sich also. Und das ist ein wirklich spannender Prozess.«



Dass ein simples Konsumverbot als Regulator unserer Nachhaltigkeit nicht funktioniert, haben wir unterdessen gelernt. Wenn wir neue Wege gehen wollen, sind intrinsische Ansätze die bessere Wahl. Eine Veränderung muss auf vielen Ebenen gewollt sein, ehe sie als nachhaltig funktioniert.

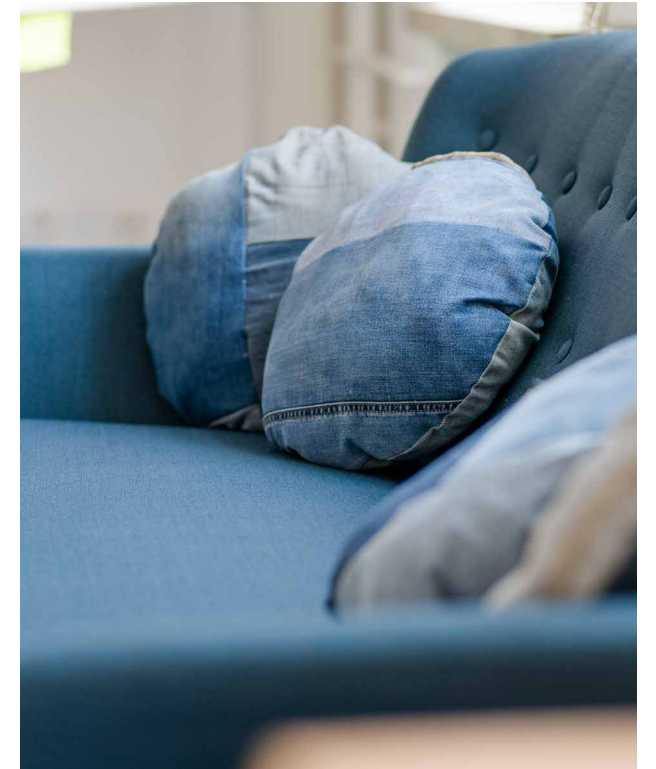
»Es geht darum, ein ethisches Regelwerk zu skizzieren, nach dem heranwachsende Konsument:innen möglichst bewusste Kaufentscheidungen treffen können«, so Silke Meister. »Dies geschieht am besten, wenn sie selbst Einblicke in kreativ-produktive Prozesse erhalten und durch gute Produktbeispiele optimierte Kreislaufwirtschaft grundlegend nachvollziehen können. Jungen Menschen dieses Wissen zu vermitteln und dabei zuzusehen, wie sie es individuell mit Leben füllen, ist eine wunderschöne Aufgabe.«



Ausgediente Overheadprojektoren dienen nun als Beistelltisch im Lesebereich der schuleigenen Bibliothek.



Wir bedanken uns bei unserem Partner:



Design hilft

Die Welt der Poster



Hilfe ist für alle von uns, die durch einen Unfall oder ein Unglück verletzt worden sind, ein elementares Bedürfnis. Doch solange wir von solch tragischen Zwischenfällen verschont bleiben, spielt die Bedeutung des Helfens in unseren Köpfen eine sehr abstrakte Rolle. Entsprechend zeigen sich viele von uns in einer Extremsituation eher paralysiert und überfordert. Denn helfen muss man im Zweifel nicht nur wollen, sondern vor allem muss man es auch können.

Unterstützt von der Rittal Foundation haben wir deshalb den Workshop »Design hilft« ins Leben gerufen, der junge Menschen motivieren soll, das Helfen als wichtige Fähigkeit im Leben zu verstehen und sich als Ersthelfer:in ausbilden zu lassen.

Letztlich ist es für die Helfende/den Helfenden eine ebenso große Bereicherung wie für die verletzte Person, im Falle eines Falles an einer Unfallstelle nicht aus Angst, Fehler zu begehen, nur daneben stehen zu müssen. Der erste Lerneffekt des Workshops für die meisten Schüler:innen ist stets die Erkenntnis, dass nur keine Hilfe falsche Hilfe ist.

So wesentlich diese Einsicht auch ist, bildet sie doch nur einen der Gründe, warum es sich lohnt, das Projekt als Lehrer:in mit der eigenen Klasse durchzuführen oder als Fördernde/r zu unterstützen. Denn neben dem praktischen Output ist auch der kreative Prozess innerhalb des Workshops eine wertvolle Erfahrung, von der Schüler:innen ebenso wie Lehrer:innen profitieren.



Das Thema Erste Hilfe in einem kreativen Prozess auf einen visuellen Punkt zu bringen, ist ein sehr einprägsamer Vorgang. Allein während der Motivsuche verändert sich bereits das Verständnis für den gesamten Handlungsablauf.

Bis das jeweilige Plakat dann vollends durchdacht und ausgestaltet ist, hat ein alternativer Prozess der Kernfindung stattgefunden. Man spricht während der Ausarbeitung über das Helfen oder teilt persönliche Erfahrungen oder Erlebnisse, die ihrerseits in die Gestaltung einfließen.

Ein Großteil der Schüler:innen positioniert sich neu zum Thema Helfen und öffnet sich während des Prozesses eventuell selbst dafür, künftig eine aktivere Rolle als Ersthelfer:in zu übernehmen.

Wir bedanken uns
bei unserem Partner:



DESIGN TALKS

Seit jeher spielt ein bewusster und zukunfts-fähiger Umgang mit Ressourcen eine große Rolle in den Projekten der Stiftung Deutsches Design Museum. Das wird nicht zuletzt durch einen genauen Blick auf unsere Design-Workshops deutlich.

Mit der digitalen Veranstaltung »Design Talks – hands on! Nachhaltigkeit in der Praxis« am 14. Dezember 2021 des Rat für Formgebung konnten wir unsere Projekte und die dazugehörigen Förderer einem breiten Online-Publikum vorstellen.

Unter den Interessierten fanden sich viele Vorreiter des Themas Nachhaltigkeit wie beispielsweise Dorothea und Heinz Hess von Hess Natur, für die der nachhaltige Umgang mit Ressourcen bereits seit der Gründung ihres Betriebes vor 45 Jahren zum festen Bestandteil Ihres Firmenkongzeptes gehört.

Für die Stiftung Deutsches Design Museum sind Talks wie dieser von enormer Bedeutung. Einerseits, um unsere Aktivitäten einem breiten Publikum vorzustellen, andererseits, um das Interesse potenzieller Förder:innen zu gewinnen und Ideen für neue Workshops zu sammeln.

Wir bedanken uns
bei unserem Partner:



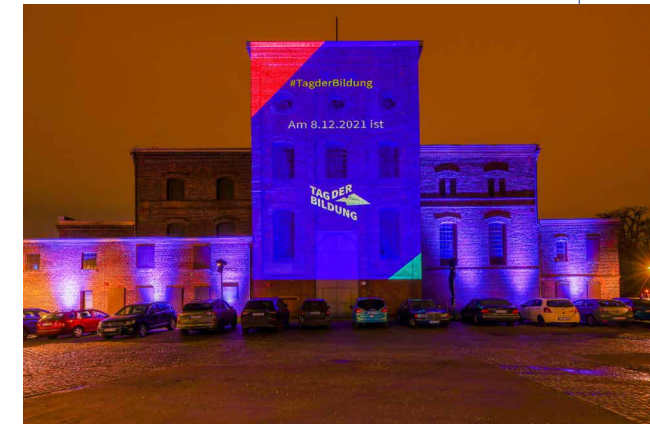
TAG DER BILDUNG

»Bildung verändert die Welt«, schreibt die Initiative TAG DER BILDUNG in ihrem Mission Statement. »Sie ist einer der wichtigsten Schlüssel für Persönlichkeitsentwicklung und Selbstbewusstsein, für ein selbstbestimmtes und eigenständiges Leben, für Sozialkompetenz, interkulturelle und internationale Kompetenz. Sie ist der Grundstein zur Lösung globaler Probleme und einer gerechteren, inklusiven Gesellschaft.«

Das sind Worte, die uns aus dem Herzen sprechen. Jährlich am 8. Dezember findet die ganzjährige Initiative »Tag der Bildung« im Rahmen eines Aktionstages ihren Höhepunkt. Zahlreiche Akteurinnen und Akteure aus Politik, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Medien engagieren sich dann in vielfältiger Weise, um dem Thema Bildung in der Öffentlichkeit mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen.

2021 stand die Aktion unter dem Motto »Lernen und Lehren in Zeiten digitaler Transformation«. Das Programm umfasste Dialoge, Networking-Veranstaltungen und vieles mehr. Der Beitrag der Stiftung Deutsches Design Museum war die Mitmachaktion DESIGN TRIFFT ETHIK.

In dem Online-Workshop wurden Pädagog:innen der Fächer Ethik, Religion und Kunst darauf vorbereitet, unter Zuhilfenahme der kostenfreien Handreichung ZEICHEN SETZEN mit ihren Schüler:innen einen kreativen Prozess zu gestalten, dessen Ziel es war, die eigenen Werte in einem individuellen Zeichen zu visualisieren.



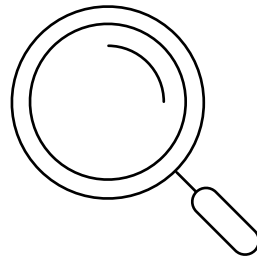
Die durch den Workshop kommunizierte Botschaft ist dabei für die Teilnehmenden stets erhellend: Der Designprozess ist ein mächtiges Instrument, mit dem strategisch Lösungswege angegangen werden können. Im Kleinen wie im Großen, im Innen wie im Außen kann dieser Prozess zur Lösung unterschiedlicher Herausforderungen beitragen. Das inspiriert und beflügelt. Und es ist einer der besten Wege, um kulturelle Bildung mithilfe von Design neu erlebbar zu machen.

Bisher haben sich zwölf Pädagog:innen zu Botschaftern ausbilden lassen, die in ihrer Schule nun ZEICHEN SETZEN.

Die Handreichung ZEICHEN SETZEN steht kostenfrei unter www.designwissen.net zur Verfügung.



Neue Handreichungen für den Unterricht



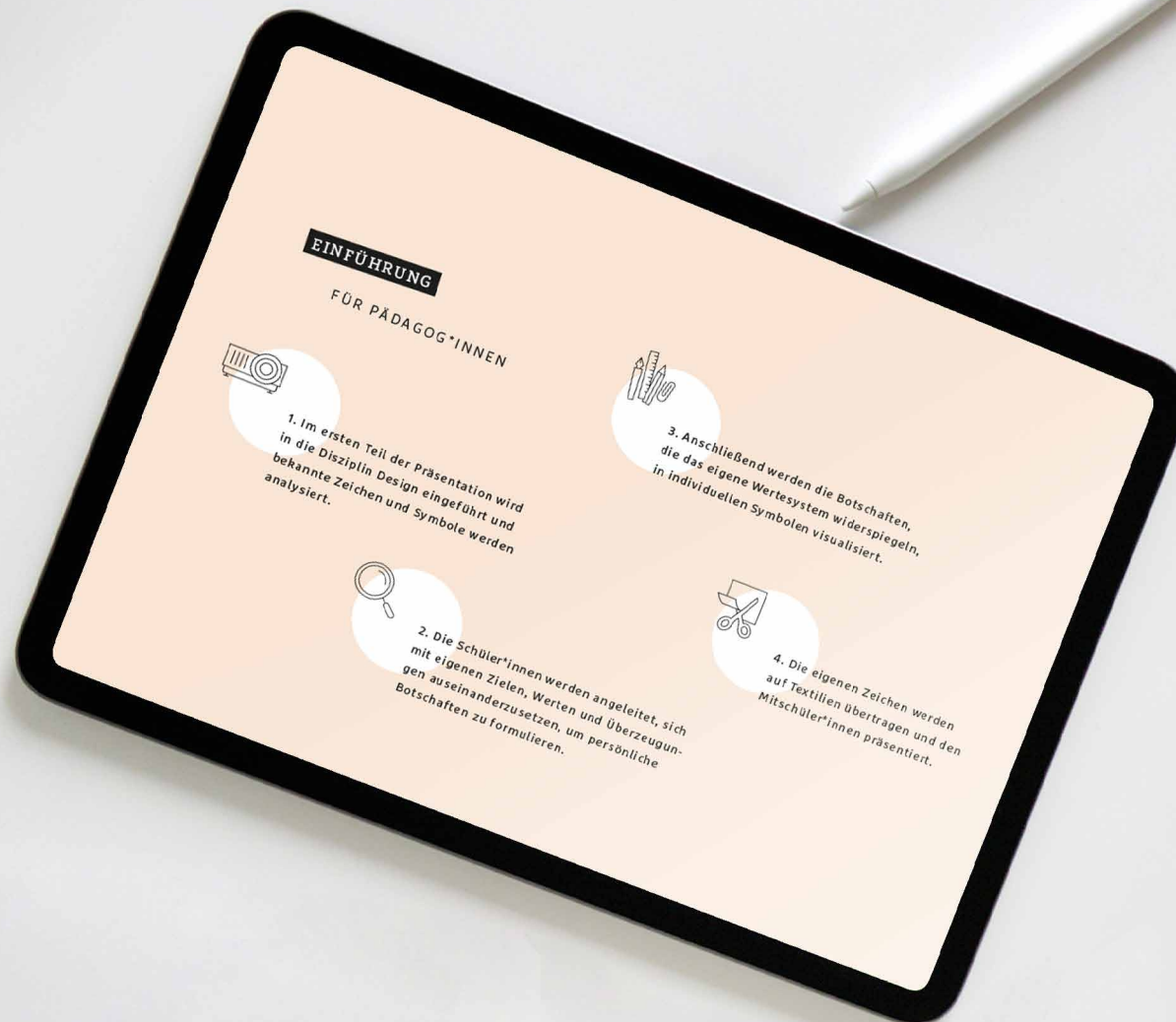
Seit 2016 ergänzen Pädagog:innenfortbildungen das Vermittlungsprogramm der Stiftung Deutsches Design Museum. Auf diese Weise sollen unsere Design-Workshops fester Bestandteil des Schulalltags werden. Um den Lehrer:innen so viel Unterstützung wie möglich zu bieten, werden die Pädagog:innenfortbildungen durch sogenannte Handreichungen ergänzt, die wie eine Unterrichts-Gebrauchsanweisung angewendet werden können.

Sie werden einerseits begleitend zu den Workshops ausgegeben, andererseits ermöglichen sie es Lehrer:innen und Lehrern aber auch, die Workshops nach einer kurzen Fortbildung ohne weitere Unterstützung durchzuführen.



BEDÜRFNISPYRAMIDE NACH MASLOW





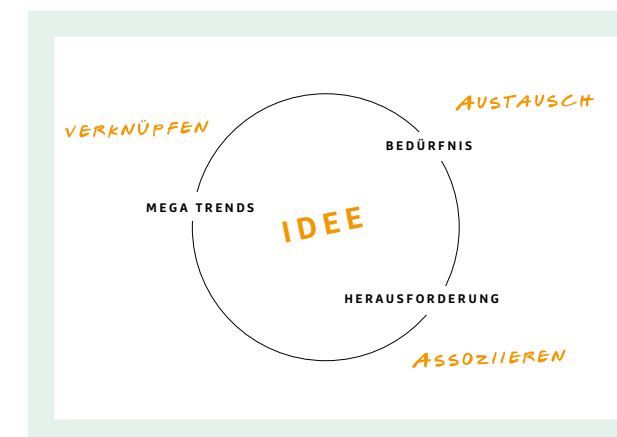
Da der Inhalt der Fortbildung auch in Form einer Einführung für Pädagog:innen auf den ersten Seiten der Handreichungen wiederzufinden ist, können Lehrerinnen und Lehrer im Nachgang weitere Kolleg:innen selbstständig in die Thematik einweisen. Das macht die Workshops der Stiftung Deutsches Design Museum besonders nachhaltig.

Grundsätzlich stehen die Handreichungen zu allen Workshops der Stiftung Deutsches Design Museum auf der stiftungseigenen Website designwissen.net zum Download zur Verfügung. In Einzelfällen kann darüber hinaus ein Starter-Kit mit Workshopmaterialien beantragt werden.

HANDREICHUNG ZUM WORKSHOP »GESTERN. HEUTE. DU.«

Wer die Zukunft gestalten will, der muss die Vergangenheit verstehen.

BEDÜRFNISANALYSE
Sammelt Bedürfnisse und schreibt sie auf.
Legt Euch auf max. fünf Begriffe fest!

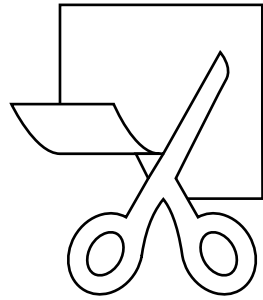


Unter dieser Prämisse lernen die Schüler:innen im Workshop »Gestern. Heute. Du« die Denkweise des Designs kennen und definieren eigene Bedürfnisse.

Bedürfnisse waren und sind stets die Grundlage der Entwicklung von Produkten. Am Beispiel einiger Designklassiker erforschen die Jugendlichen die vielseitigen Facetten des Designs, bevor sie schließlich selbst eigene Entwürfe für eine Welt von morgen gestalten.

Der Workshop »Gestern. Heute. Du.« bietet den Schüler:innen nicht nur eine kreative Auseinandersetzung mit Form, Material und Farbe, sondern fördert auch deren eigene Wahrnehmung als aktiver und gestaltender Bestandteil unserer Gesellschaft und Umwelt.

HANDREICHUNG ZUM WORKSHOP »ZEICHEN SETZEN«



Im Workshop »Zeichen setzen« dreht sich im Kern alles um eine intensive ethische Auseinandersetzung mit den eigenen Einstellungen, Zielen und Werten. Um sich im Leben weiterentwickeln zu können, ist es zunächst nötig, die eigenen Bedürfnisse und Bedeutsamkeiten zu definieren und gegebenenfalls im Anschluss zu hinterfragen.

»Zeichen setzen« ermöglicht Schüler:innen diese Selbstbetrachtung, indem sie den Designprozess auf kreative Weise zur Visualisierung der eigenen Persönlichkeit nutzen.

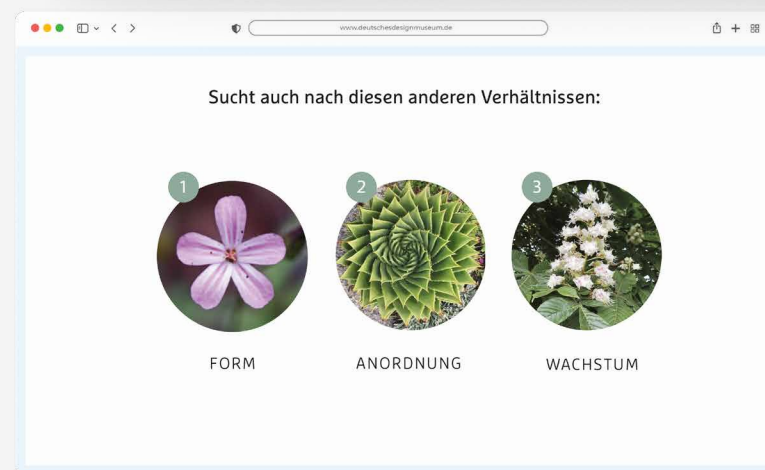
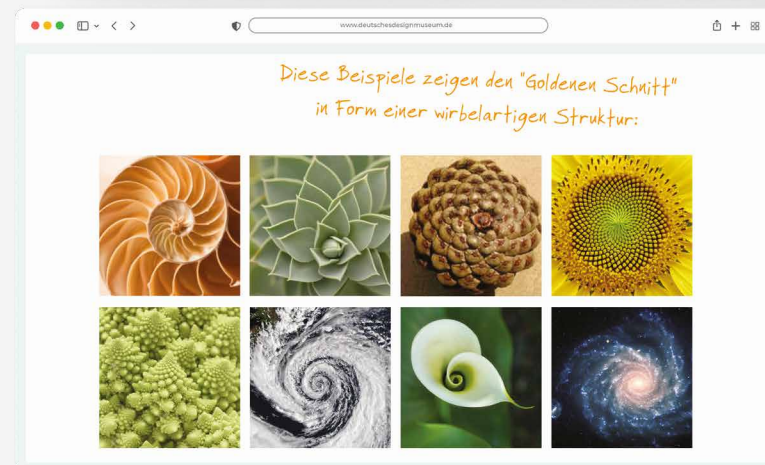
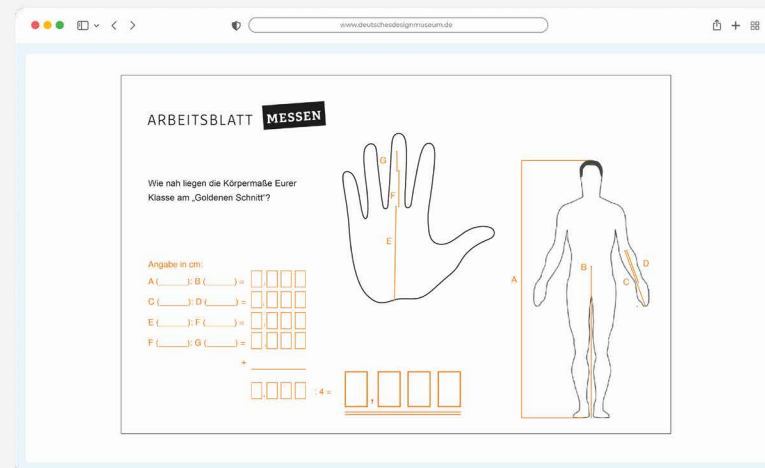
Für viele Schüler:innen ist der Workshop ein nachhaltiges Hilfsmittel im Findungsprozess der eigenen Zukunft, beziehungsweise des künftigen Berufes.

Die digitale Handreichung zum Workshop »Zeichen setzen« kann unter designwissen.net heruntergeladen und in den eigenen Unterricht integriert werden.



Wir bedanken uns
bei unserem Partner:





HANDREICHUNG ZUM WORKSHOP »MATHEMAGIE«

Mathematik erlebnisreich und kreativ

Wie das genau funktioniert, erklärt
die Handreichung zum Workshop
»Mathemagie«.



Grundlage aller natürlicher Zauberei ist die Zahl 1,61803399 – der Goldene Schnitt. Dieses einmalige Teilungsverhältnis bildet die Natur tausendfach ab: Ob in den Planetenbahnen, den Kreisstrukturen eines Wasserstrudels oder der Nautilus-Muschel – in nahezu allen Facetten unseres Lebens begegnet uns diese magische Zahl.

Im Workshop »Mathemagie« messen die Teilnehmenden die Längenverhältnisse unseres Körpers nach und lernen, dass sogar sie selbst zu vielen Teilen dem Goldenen Schnitt entsprechen.

Mit diesem neuen Wissen ausgerüstet, geht es im nächsten Schritt darum, selbst Formen, Produkte oder Modelle im Verhältnis des Goldenen Schnitts zu kreieren. Für viele Schüler:innen ist es eine faszinierende Erfahrung, dass so viele unterschiedliche Strukturen und Formen alle demselben Prinzip entsprechen können.

Ziel von »Mathemagie« ist es, über eine kreative Herangehensweise mit Beispielhaftem und Praxisnahem einen weiteren Zugang zur Mathematik anzubieten.

Wir bedanken uns
bei unserem Partner:





MENSCHEN IN DER PRODUKTFOTOGRAFIE

Der Rat für Formgebung hat seit seiner Gründung als gemeinnützige Stiftung 1953 bis in die 1980er-Jahre hinein ein umfangreiches Fotoarchiv aufgebaut, das heute eine einzigartige historische Sammlung von Zeitzeugnissen zum deutschen und europäischen Produktdesign sowie zur zeitgenössischen Sachfotografie darstellt. Die Stiftung Deutsches Design Museum erhielt 2015 den Auftrag, diese Sammlungsobjekte konservatorisch sowie digital dauerhaft zu sichern, nach wissenschaftlichen Standards zu erschließen und der Forschung wie auch der interessierten Öffentlichkeit online zugänglich zu machen. Mittlerweile sind 20 000 Fotografien und rund 1 400 Kleinbilddias in der Deutschen Fotothek veröffentlicht.

Multimax MX 32
Braun AG, Frankfurt am Main
Braun Gestaltungsabteilung, 1963
Braun Werkfoto

Gesammelt wurden Dias und Fotografien von Industrieerzeugnissen, aber auch zu hervorragendem Kunsthandwerk. Alles in allem Vertreter der klassischen Produktfotografie. Im Gegensatz zur Werbefotografie präsentiert sich dieser fotografische Ansatz grundsätzlich sachlich. Er bildet auf gekonnte Weise ab, was da ist. Licht und Schatten dokumentieren nichts als die reine Realität.

Dennoch sind die Grenzen zwischen Produkt- und Werbefotografie fließend. Denkt man beispielsweise an den Katalog – seit der Weimarer Republik der Botschafter des Versandhandels schlechthin – so begegnen einem dort beide Formen in einer bunten Mischung.

Obwohl man in den Beständen des Fotoarchivs hauptsächlich Werke aus der Sachfotografie findet, gibt es auch eine kleine Auswahl an Bildern, die dem Grenzbereich zur Werblichkeit zuzuordnen sind. Bilder, die wegen ihrer besonderen Stimmung oder Inszenierung Emotionen bei den Betrachter:innen wecken. Und genau auf diese Aufnahmen wollen wir uns in diesem Artikel konzentrieren.

Allen voran sticht zuerst ein Merkmal besonders auffällig ins Auge: Auf allen von uns ausgewählten Beispielen sind Produkte abgebildet, die von Menschen genutzt werden. Traditionell ist die Einbindung des Menschen in Produktaufnahmen einer der deutlichsten Hinweise auf Werbefotografie. Dennoch treffen uns hier keine direkten Blicke der Protagonist:innen. Keine geschickten Gesten, die uns auffordern, unser Augenmerk auf das Produkt in der Hand des Modells zu richten.

Vielmehr blickt man den Menschen in scheinbar völlig gewöhnlichen Alltagssituationen über die Schulter. Der Moment, in dem die Kamera ausgelöst wird, wirkt wie willkürlich gewählt.

Multimix 111 und Multimix MX 32
Braun AG, Frankfurt am Main
Braun Gestaltungsabteilung, 1965/66 und 1963
Braun Werkfoto



BRAUN »MULTIMIX MX 1 11« UND »MULTIMIX MX 32«

Welches kleine Mädchen wünschte sich das im Jahr 1966 wohl nicht? Einmal den gleichen Standmixer wie die Mutter, aber im Kinderformat, zu bedienen, um mitmachen zu können.

Da beide Küchengeräte zwar von unterschiedlicher Größe, jedoch sonst völlig baugleich sind und auch der kleinere funktionsfähig ist, hilft es auch in diesem Fall sehr, Mutter und Tochter mit in das Bild zu integrieren.

rieren. Die klassische Sachfotografie, die nur das Produkt abbildet, hätte den Multimix 111 als Küchengerät für Kinder nur unzureichend vermitteln können.

Doch trotz Menschen im Bild erleben wir auch hier keine aufgesetzte Inszenierung, kein Schauen und kein Lächeln in die Kamera. Ganz im Gegenteil wirken beide sehr versunken in ihre Welt und ihre gemeinsame Tätigkeit.



AEG HEISSWASSER- BEREITER »THERMOFIX«

1962 ist dieses Gerät ein solches Novum in den Haushalten, dass sogar der Mann im Haus gern zur Spülbürste greift. Denn vorbei sind die Zeiten von großen Wasserkesseln auf immer heißen Kohlenofenplatten: Aus der dünnen Leitung des Boilers fließt heißes Wasser in das Spülbecken. Bis heute hat der Boiler eine Schlüsselfunktion in Altbauten und Häusern, die noch vor der Zeit der Zentralheizung gebaut wurden.

Dass es hier ein Mann in Bürokleidung ist, der den Abwasch erledigt, zeigt auch, welch große Arbeitserleichterung mit dieser Erfindung einhergeht. Spülen geht ab jetzt ganz nebenbei. Eine Botschaft, die das Produkt allein nie hätte überbringen können.

Heißwasserbereiter Thermofix
AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft),
Berlin-Grunewald
Werksentwurf, 1962
AEG Werkfoto



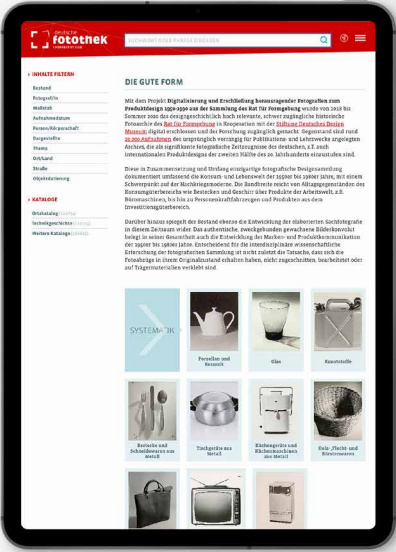
THOMAS-PORZELLAN »MEHRZWECKGESCHIRR« AUS LURAN

Dieses völlig neue Produkt der Firma Thomas-Porzellan konnte bei seiner Erscheinung in vielerlei Hinsicht Aufsehen erregen. Von einer Jury rund um Wilhelm Wagenfeld zum Gewinner eines Designwettbewerbs der Badischen Anilin- und Sodafabrik gekrönt, überzeuhte es wegen seiner ideenreichen Verwendung des neuen BASF-Kunststoffs Luran.

Die Inszenierung einer anmutig sitzenden, jungen Frau auf den Felsen am Wasser mag zwar auch ein wenig an die kleine Meerjungfrau in Kopenhagen erinnern, sollte aber vor allem durch den ungewöhnlichen Ort auf die Unzerbrechlichkeit und die Leichtigkeit des neuen Produktes und seines Materials hindeuten. Aus einer Tasche, die mehr an eine elegante Schultertasche als an eine Picknicktasche erinnert, deckt die elegant gekleidete Frau das Geschirr auf dem Felsen auf. Damit passte das Reise- und Campinggeschirr perfekt zum Lebensgefühl des späten Wirtschaftswunders. Man lebte eine neue Freiheit, fuhr mit dem eigenen Auto in den Urlaub und entdeckte das Camping für sich. Der Name der Bildserie, aus der diese Aufnahme entnommen ist, kommt daher nicht von ungefähr: Wohnen im Freien.

Mehrzweckgeschirr aus der Serie »Thomas-Luran«
Thomas-Porzellanfabriken, Selb, Bayern.
Bolta-Werke GmbH, Nürnberg
Entwurf: Tapio Wirkkala, 1963/64
Thomas-Porzellan Werkfoto

Hier geht es zu dem digitalisierten Bestand unseres Historischen Fotoarchivs bei der Deutschen Fotothek.





HOLZÄPFEL SCHRANK- UND TRENNWANDSYSTEM »INWAND«

Das Schrank- und Trennwand-Konzept »INwand« wurde 1961 von Herbert Hirche als modulares Montagesystem entworfen und galt für seine Zeit als bahnbrechend. Die gelungene Mischung aus Wohnzimmer und Büromöbel eröffnete den Nutzer:innen ein völlig neues Raumkonzept und Lebensgefühl.

Egal, ob zu Hause oder bei der Arbeit, war die Devise. Man brauchte nicht mehr als eine Wand, um beides voneinander zu trennen. Oder miteinander zu vereinen. Das lag ganz im Auge des Betrachters oder der Betrachterin.

In der Aufnahme macht wieder der Mensch den Unterschied. Auf einer Fotografie ohne Personen wäre die »INwand« in ihren vielfältigen Funktionen nicht verständlich und völlig spannungslos: nichts als eine glatte Wand von Türen und Fächern unterbrochen.

Schrank- und Trennwandsystem INwand
Möbelfabrik Christian Holzäpfel KG
Entwurf: Herbert Hirche, 1961
Unbekannter Fotograf

Siemens Bedienungsplatz für Zentraleinheit
»/150«, »/151« und »/230« der
Datenverarbeitungsanlage »System 4004«
Siemens AG, München
Werksentwurf
Siemens-Pressebild, 1974



SIEMENS BETRIEBSPLATZ FÜR ZENTRALEINHEIT DES SIEMENS »SYSTEM 4004«

Im Jahr 1974 ist der Begriff EDV – elektronische Datenverarbeitung – in aller Munde. Doch noch denkt ein Großteil der Menschen bei dem Wort Datenverarbeitung an ein stockwerk Hohes Platinengebilde, das höchstens in Kreisen der Forschung oder der bemannten Raumfahrt eine Rolle spielt.

Mit der EDV verändert sich auch die Arbeitswelt der berufstätigen Frauen im Büro. Deshalb ist es auch eine junge Frau, die an diesem Wunder von Maschine sitzt. Wie drastisch der Wandel hin zu einem neuen Zeitalter jedoch bald schon werden wird, ist noch nicht wirklich abzusehen. Bill Gates ist zu diesem Zeitpunkt schließlich erst 19 Jahre alt. Es wird noch ein Jahr dauern, bevor er eine Firma namens »Microsoft« gründet.



Schwebenhaube MH 5500
Siemens AG, München
Werksentwurf
Siemens-Pressbild, 1974

SIEMENS SCHWEBEHAUBE »MH 5500«

Im Jahr 1974 ermöglicht das revolutionäre Luftkissen-Prinzip die Schwebenhaube. Ein Produkt wie dieses zusammengefaltet und nur für sich selbst abzulichten, würde wohl mehr Fragen aufwerfen, als Antworten liefern.

Das Modell im Bild zeigt uns jedoch weit mehr als nur den Anblick des Produktes im Einsatz. Mit ihrer kartoffelschälenden Eleganz zeigt sie die dazugewonnene Bewegungsfreiheit und die enorme Zeitersparnis dank des neuen Produktes. Was bislang nur im Friseursalon oder mit einer eigenen Standtrockenhaube möglich war, verlagert sich auf einmal mit der Schwebenhaube wie nebensächlich in die Aktivitäten des täglichen Lebens. Die Schwebenhaube ermöglichte die perfekte mit Lockenwicklern gelegte Frisur – und das ganz entspannt neben Familie, Beruf und Haushalt.

Wir bedanken uns bei
unserem Förderer:



Zusammengefasst lässt sich wohl feststellen, dass es die scheinbare Zufälligkeit dieser Aufnahmen ist, die ihnen einen besonderen Reiz verleiht. Sie wirken durch das Abbilden von Alltag und Arbeit beinahe dokumentarisch und erhalten damit eine gewisse Authentizität, die eine subtilere Begehrlichkeit als die emotionsgeladenen werblichen Bilder weckt.

Ein interessanter Bogen spannt sich übrigens auch ins Hier und Jetzt. Denn letztlich ist es die Digitalisierung, die es uns Menschen ermöglicht, all diese suggestiven »wir sind mittendrin«-Aufnahmen heute mit unseren Smartphones selbst und völlig freiwillig zu machen und zu verbreiten.

Spätestens seit dem Einzug der Sozialen Netzwerke in unser Leben ist es für viele Menschen völlig normal, sich gleich nach einem Shopperlebnis mit den gekauften Gütern (von der neuen Hose bis zum Rasenmäher) in Aktion abzulichten und diese Bilder mit dem Freundeskreis und Gleichgesinnten zu teilen. Für Unternehmen ist dies ein völlig kostenfreier Multiplikator in Sachen Außenwahrnehmung und Werbung.

Die klassische Produktfotografie gibt es trotzdem nach wie vor. Sie hat in ihrer Vielfältigkeit nichts eingebüßt, ist heute oft ein aktiverer Teil der Werbung und begegnet uns – mitunter als Freisteller – in zahllosen Onlineshops ebenso wie eingebunden in die unterschiedlichsten Kampagnen.

ONLINE: DAS HISTORISCHE FOTOARCHIV WIRD ENTDECKT

Seit Sommer 2020 stehen 20 000 Fotografien und rund 1 400 Kleinbilddias aus dem designhistorisch bedeutenden Fotoarchiv des Rat für Formgebung online für die interessierte Öffentlichkeit und die Forschung zur Verfügung. Mit seiner Onlinestellung ist diese einzigartige fotografische Designsammlung für die Forschung und Ausstellungsprojekte zugänglich und somit nutzbar geworden. Zwei Beispiele für die wissenschaftliche Nutzung und Relevanz des Fotoarchivs stellen wir hier vor.

»DEUTSCHES DESIGN 1949 – 1989. ZWEI LÄNDER, EINE GESCHICHTE«

Zwei Länder, eine Geschichte. Oder auch: ein Land, zwei Geschichten. Mehr als 30 Jahre nach der Wiedervereinigung Deutschlands zeigte im Zeitraum von März 2021 bis Februar 2022 das Vitra Design Museum und das Kunstgewerbemuseum, Staatliche Kunstsammlungen Dresden, die Ausstellung »Deutsches Design 1949-1989. Zwei Länder, eine Geschichte«, eine Gesamtschau des Designs in der DDR und der BRD. Geprägt durch Bauhaus und Werkbund, erlangte das deutsche Design zu Beginn des letzten Jahrhunderts weltweite Bedeutung. Durch die Trennung der beiden Länder Ost- und Westdeutschland

zwischen 1949 und 1989 war die Situation des deutschen Designs in dieser Zeit einzigartig. Die Ausstellung und der Katalog präsentierten diesen Zeitraum erstmals in einer umfassenden Gesamtschau. In der Ausstellung wurden ikonische Möbel, Leuchten, Grafik, Industriedesign und Innenrichtung bis hin zu Textilien, Schmuck und Mode gezeigt. Neben den Unterschieden in Industrie, Politik und Gesellschaft offenbaren sich auch die Parallelen und Querverbindungen zwischen dem Design in Ost und West. Das Historische Fotoarchiv des Rat für Formgebung konnte sowohl zur Ausstellung wie auch zum Katalog zahlreiche Fotografien beisteuern.



»AUSSTELLUNGSFIEBER«

Die 1950er- und 1960er-Jahre machten die breite Öffentlichkeit in ebenso zahlreichen wie beliebten Messen und Ausstellungen auf das Thema Design aufmerksam. Fachleute sprachen gar von einem regelrechten »Ausstellungsfieber«. Von diesem Fieber erfasst war auch die Hochschule für Gestaltung in Ulm. Mit der Ausstellung »HfG Ulm: Ausstellungsfieber« widmete sich das HfG-Archiv Ulm erstmals dieser eigenen Ausstellungstätigkeit und zeigte dabei auch bislang unveröffentlichtes Material wie Architekturmodelle, historische Fotografien und Designkonzepte. Die Hochschule nutzte damals das Konzept Ausstellung nicht nur, um den eigenen Standpunkt zu manifestieren und auf ihre individuell entwickelten Lehrmethoden aufmerksam zu machen. Man hatte darüber hinaus auch so einiges aus der realen Produkte-Welt vorzuzeigen. So entwarfen Angehörige der Hochschule unter anderem Ausstellungssysteme für deutsche Premiummarken wie Braun und BASF oder trugen mit Exponaten im Deutschen Pavillon zur Weltausstellung 1967 in Montréal bei. Das Historische Fotoarchiv des Rat für Formgebung hat für die Schau »Ausstellungsfieber« eine Reihe von Fotografien zu dem Thema »Ausstellungssysteme« als Leihgabe zur Verfügung gestellt. Die Ausstellung war von Mai bis September 2021 in Ulm zu sehen und wurde im Anschluss im Bauhaus Dessau, Bauhausgebäude, von Oktober 2021 bis März 2022 gezeigt.



Hier geht es zu dem digitalisierten Bestand unseres Historischen Fotoarchivs bei der Deutschen Fotothek.

Wir bedanken uns bei unserem Förderer:





Das Team

Bei unseren Projekten steht immer der Mensch im Mittelpunkt. Der persönliche Kontakt und Austausch mit Partner:innen, Förder:innen, Dienstleister:innen und dem großen Netzwerk, das uns unterstützt, ist zentral für unsere Arbeit. Für die großartige Zusammenarbeit – zum Teil schon seit Gründung unserer Stiftung – möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bedanken.

Wir schauen gespannt in die Zukunft und freuen uns auf anstehende Aufgaben, Herausforderungen und Kooperationen.

»WIR«

das sind (v.l.n.r.):

Lutz Dietzold
Vorsitzender des Vorstandes

Esther Walldorf
Projektmanagement Historisches Fotoarchiv

Isabel Zech
Volontärin

Silke Meister
Projektmanagement Entdecke Design

Julia Kostial
Geschäftsführender Vorstand

Linda Robens
Projektmanagement Drittmittelprojekte

PARTNER:INNEN & FÖRDER:INNEN

Die **Rat für Formgebung Service GmbH** fördert durchgängig Projekte der Stiftung Deutsches Design Museum

Die **Rat für Formgebung Stiftung** fördert durchgängig Projekte der Stiftung Deutsches Design Museum

Das **Auswärtige Amt** fördert den Design Networking Hub, der deutsch-kenianische Kooperationen im Bereich Design unterstützt.

Die **Dr. Hans Riegel-Stiftung** fördert die Reihe »Markenwarte«, in der Schülerfirmen in Jahresprojekten ein Corporate Design für ihr Unternehmen entwickeln

Die **PwC-Stiftung Jugend – Bildung – Kultur** fördert die Reihe »Gestern. Heute. Du. Vergangenheit verstehen – Zukunft gestalten«

Die **Stiftung Polytechnische Gesellschaft** fördert die Verbindung von rationalem Denken und kreativen Ideen im Mathematikunterricht mit der Workshoparbeit »Mathemagie«

Die **KulturRegion RheinMain** fördert Upcycling-Workshops im Rahmen der Route der Industriekultur Junior (Hessen)

Die **Karl Schlecht-Stiftung** fördert die Verbindung von Design und Ethik mit dem Projekt »Zeichen setzen«

Die **Rittal Foundation** fördert die Workshopreihe »Design hilft«.

Dank der Spende von **Braun** und **Highsnobiety** können wir weitere Projekte im Bereich der Designvermittlung umsetzen.

Die **IKEA Stiftung** fördert die Workshops »Upcycle your home« mit dem Themenschwerpunkt nachhaltige Gestaltung.

KOOPERATIONEN & NETZWERKE

Deutsche Fotothek in der Sächsischen Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden (SLUB)
Kontinuierlicher Kooperationspartner für die Erschließung und Digitalisierung des Historischen Fotoarchives

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung
Multiplikatorenfunktion und Kooperationspartner bei Designworkshops für Schülerfirmen

Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR Gemeinnützige GmbH (IW Junior)
Multiplikatorenfunktion und Kooperationspartner bei Designworkshops für Schülerfirmen

Die **Design Kenya Society** und das **Goethe Institut Nairobi** unterstützen den »Design Networking Hub«.

kobra.net
Multiplikatorenfunktion und Kooperationspartner bei Designworkshops für Schülerfirmen

Rat für Formgebung Stiftung
Dauerleihgeber des Historischen Fotoarchives an die Stiftung Deutsches Design Museum

Universität Vechta
Strategischer Partner im Bereich Wissenschaft und Forschung, insbesondere Designpädagogik

Arbeitsstelle Kulturelle Bildung an Schulen (KuBiS) im Fachbereich 21 – Erziehungswissenschaften an der Philipps-Universität Marburg
Partner bei »Design in Education / Designing Education«

Stiftung Weltethos
Inhaltlicher Partner des Projektes »Zeichen setzen«

Leuchtturm1917
Unterstützt Projekte der Stiftung Deutsches Design Museum

ENTDECKE DESIGN 2021 – BOTSCHAFTER:INNEN

Christoph Jochims
bub

Meike Langer
STUDIO MEIKE LANGER

Silke Meister
die kleinen gestalter

Michael Menge
oppa franz

André Nickels
büro für grafik- und kommunikationsdesign

Martin Schmidt
FORMWERK

Anna Schrödter

Jan Christian Schulz

Kai Staudacher
merkwürdig GmbH

Sandra Schrade

Jennifer Moos

DIE STIFTUNG DEUTSCHES DESIGN MUSEUM

VORSTAND

Lutz Dietzold
Vorsitzender des Vorstandes

Julia Kostial
Geschäftsführender Vorstand

PROJEKTMANAGEMENT

Silke Meister, Diplom-Designerin (FH)
Projektmanagement Entdecke Design

Linda Robens, M.A.
Projektmanagement Drittmittelprojekte

Esther Walldorf, M.A.
Projektmanagement Historisches Fotoarchiv

Anton Viehl, Diplom-Designer
Projektmanagement designwissen.net

Isabel Zech, B.A.
Volontärin

STIFTUNGSRAT

Dr. Martin Lockl
Vorsitzender des Stiftungsrates
Rechtsanwalt

Jochen Klösger
Stellv. Vorsitzender des Stiftungsrates
Vorstandsvorsitzender der Aareal Bank AG

Peter Feldmann
Dipl.-Politologe und Sozialbetriebswirt,
Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt am Main

Sylvia von Metzler
Vorsitzende der Metzler-Stiftung sowie des
Städelschen Museums-Vereins

Dr. Detlev Schwab
Geschäftsführer Synius GmbH,
Mitglied der Stiftung Polytechnische Gesellschaft

Zweck der am 12. September 2011 gegründeten Stiftung Deutsches Design Museum ist die Förderung und Vermittlung von Design als bedeutsamem Bestandteil der angewandten Kunst und der Alltagskultur an eine breite Öffentlichkeit. Unsere innovativen Förderaktivitäten und -programme bereichern die deutsche Stiftungslandschaft und werden in den Bereichen Kunst und Kultur, Wissenschaft und Forschung, Aus- und Weiterbildung umgesetzt.

KONTAKT

Stiftung Deutsches Design Museum
Messeturm
Friedrich-Ebert-Anlage 49
60327 Frankfurt am Main

Geschäftsführung
Julia Kostial
T .49 (0) 69 – 24 74 48 638
kostial@deutschesdesignmuseum.de

Gemeinnützigkeit
Die Stiftung Deutsches Design Museum ist mit Bescheid vom 31.10.2013 als gemeinnützig anerkannt. Sie wird beim Finanzamt für Körperschaften Berlin unter der Steuernummer 27/605/59280 geführt.

Urheberrecht
Alle Rechte vorbehalten. Texte, Bilder, Grafiken sowie deren Anordnung und grafische Aufbereitung unterliegen dem Schutz des Urheberrechts und weiterer Schutzgesetze. Eine Verwendung, Verbreitung oder Veränderung der Inhalte ist ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung der Stiftung Deutsches Design Museum nicht gestattet.

TEXT

Jan Hellstern
www.thecontentlab.de

ARTDIREKTION & GESTALTUNG

Lara Hies
www.larahies.de

Oliver Genzel
Rat für Formgebung Medien GmbH

Redaktionsschluss: 19. August 2022

FOTONACHWEIS

COVER

Clarisse Croset via Unsplash

INNENSEITEN

Christof Jakob
Abb. S. 3, 17-18, 20, 30-31, 41, 54

Christof Jakob, Fotomontage via mrmockup
Abb. S. 28/29, 31

Braun
Abb. S. 6

Kenneth Kinoti
Abb. S. 8, 9, 10-12

Simon Malik
Abb. S. 22-27

Rat für Formgebung
Abb. S. 32

Tag der Bildung
Abb. S. 33

Katja Wickert
Abb. S. 34, 38

Sidorova Alice, via Unsplash, Fotomontage
Abb. S. 35

Marc Lange
Abb. S. 39

Abb. S. 42
Inv.-Nr. sddm_hf_0003208_002
Foto: Braun Werkfoto
Multimix MX 32
Entwurf: Braun Gestaltungsabteilung, 1963
Braun AG, Frankfurt am Main
© Braun P&G

Abb. S. 44
Inv.-Nr. sddm_hf_0011940_002
Foto: Braun Werkfoto
Multimix 1 11 und Multimix MX 32
Entwurf: Braun Gestaltungsabteilung,
1965/66 und 1963
Braun AG, Frankfurt am Main
© Braun P&G

Abb. S. 45
Inv.-Nr. sddm_hf_0007050_001
Foto: AEG Werkfoto
Heißwasserbereiter Thermofix
Werksentwurf, 1962
AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft),
Berlin-Grunewald
Mit freundlicher Genehmigung des Deutschen
Technikmuseums Berlin

Abb. S. 5 und 46
Inv.-Nr. sddm_hf_0001911_002
Foto: Thomas-Porzellan Werkfoto
Mehrzweckgeschirr aus der Serie Thomas-Luran
Entwurf: Tapio Wirkkala, 1963/64
Thomas-Porzellanfabriken, Selb, Bayern.
Bolta-Werke GmbH, Nürnberg
Mit freundlicher Genehmigung der Rosenthal GmbH,
Selb

Abb. S. 48
Inv.-Nr. sddm_hf_0006152_001 und
Inv.-Nr. sddm_hf_0006142_001
Foto: Unbekannter Fotograf
Schrank- und Trennwandsystem INwand
Entwurf: Herbert Hirche, 1961
Möbelfabrik Christian Holzäpfel KG
© König + Neurath AG

Abb. S. 49
Inv.-Nr. sddm_hf_0004032_002
Foto: Siemens-Pressebild, 1974
Siemens Bedienungsplatz für Zentraleinheit »/150«,
»/151« und »/230« der Datenverarbeitungsanlage
»System 4004«
Werksentwurf
Siemens AG, München
© Siemens Historical Institute

Abb. S. 50
Inv.-Nr. sddm_hf_0003958_002
Foto: Siemens-Pressebild, 1974
Schwebenhaube MH 5500
Werksentwurf
Siemens AG, München
© Siemens Historical Institute

Abb. S. 5 und 52
© Vitra Design Museum, 2021, Design: Daniel Streat,
Visual Fields

Abb. S. 5 und 53
© HfG-Archiv / Museum Ulm, Design: Studio Erika,
Kempten

Wir fördern und vermitteln die Disziplin Design mit dem Ziel, nachhaltige Veränderungen auszulösen. Vor allem jungen Menschen soll die aktive Mitgestaltung von Alltag und Umwelt ermöglicht werden. Dafür engagiert sich die Stiftung Deutsches Design Museum mit interdisziplinären Förderprogrammen: Neu erworbenes Wissen soll zu mehr Kreativität und Handlungskompetenz führen. Um diesen Stiftungszweck nachhaltig zu verankern und gemeinsam weitere Zielgruppen zu fördern, sind im Jahr 2021 entscheidende strategische Kooperationen und Partnerschaften aufgebaut worden.