

K U N S T M A G A Z I N
PARNASS

RICHARD GERSTL

Leopold Museum

LAND ART

50 Jahre

CARAVAGGIO & BERNINI

Kunsthistorisches Museum Wien

IM PORTRÄT

Sigalit Landau

Monica Bonvicini

Rudi Stanzel

LEIPZIG & DRESDEN

Kunst- und Kulturraum

DESIGN – MEHR ALS EINE KOMBINATION AUS ÄSTHETIK UND FUNKTION

EIN GESPRÄCH MIT JANINA FEY, HEAD OF PRODUCT DESIGN BEI GAGGENAU

SILVIE AIGNER

Gaggenau ist die Luxusmarke für Hausgeräte. Als solche steht sie für jahrhundertealte Tradition, herausragende Leistung sowie inspirierendes Design. Auch das weltweit tätige österreichische Unternehmen steininger.designers setzt in seinen skulpturalen Küchenblocks auf die Qualität von Gaggenau. So auch im ikonenhaften Metallblock „Fold“ – ein Design von Martin Steininger. Hier wird die Küche zum raumprägnanten Kunstobjekt, das mit einer puristischen Eleganz den Raum für sich einnimmt, technisch jedoch alle Anforderungen an eine Küche mehr als erfüllt. Janina Fey ist Head of Product Design bei Gaggenau und für Konzeption und Verwirklichung der anspruchsvollen Küchengeräte der Marke verantwortlich. 2019 wurde sie in die Jury des österreichischen Staatspreises für Design berufen. Wir sprachen mit ihr über die aktuellen Entwicklungen im Produktdesign.

PARNASS: „Design ist für mich ein komplexer Prozess, bei dem es um mehr als nur die Kombination aus Funktion und Ästhetik geht. Viel-

mehr geht es darum, neugierig zu sein, den Menschen und seine Bedürfnisse besser zu verstehen und haptisch, visuell sowie akustisch ein sinnliches Erlebnis zu schaffen“, meinten Sie in einem Interview aus Anlass des diesjährigen Staatspreises für Design 2019. Die Bedürfnisse haben sich in den letzten Jahren durch die „Digitale Moderne“, ein Begriff, den der Direktor des MAK, Christoph Thun-Hohenstein prägte, massiv verändert. Wie stellt sich Design den neuen Herausforderungen? **JANINA FEY:** Die Herausforderung für das Design liegt darin, neben Formen und Funktionen in digitalen Schnittstellen zu denken. Dabei geht es um die Vernetzung von Geräten untereinander und um Anbindungen an virtuelle Assistenten wie Alexa und Google Home. Zusätzlich entwickeln sich aus der Digitalisierung neue Geschäftsbereiche und Services rund um das Produkt herum. Am Beispiel von Hausgeräten stellen sich so simple Fragen wie: Wie wird mit dem Kundendienst kommuniziert? Wie verändert sich der Kochprozess, wenn die Geräte weitgehend automatisiert laufen? Diese Fragen müssen schon im Design-Prozess berücksichtigt werden.



JANINA FEY | © Gaggenau

Zukünftig wird es noch mehr intelligente, sensorgesteuerte Produkte geben, die Prozesse automatisieren und dem Kunden so mehr Erlebnis bieten sowie Raum für neue Erlebnisse schaffen. Für das Produkt kann die Digitalisierung eine zunehmende Entmaterialisierung bedeuten. Wenn sich Produkte auf wenige sichtbare Elemente reduzieren, werden sie vergleichbarer. Das Interface wird mehr und mehr zum Gesicht, das Produkterlebnis und Details werden präsenter, und eine hochwertige und präzise Umsetzung wird immer wichtiger. Dadurch rücken andere Aspekte wie die Haptik, Materialität und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt. **P:** In Ausstellungen wie „Das Alter“ (Belvedere Wien) oder auch in den diversen Projekten der Vienna Design Week und der Vienna Biennale wurde Artificial Intelligence in Verbindung mit Design in den Fokus gestellt – sowohl mit den damit verbundenen positiven als auch negativen Aspekten. Wie sehen Sie die Zukunft des Produkt Designs in einer zunehmend digitalisierten Welt? **JF:** Die Entwicklung der Digitalisierung und der damit verbundenen Technologien schafft neue Möglichkeiten. Daraus entstehen wieder neue Be-

dürfnisse, auf die wir eine Antwort finden müssen. In unserer Branche beschäftigen wir uns neben den klassischen Hausgeräten zum Beispiel auch mit Ernährungskonzepten der Zukunft sowie damit verbundenen Fragen, zum Beispiel was ist Essen in der Zukunft? Wie wird Essen zubereitet und inwiefern verändert das die Küche als Wohn- und Lebensraum. Gestalter sind auch gefragt, wenn es um die Kreation neuer Genusswelten sowie um neue Produkte geht, die diese Aspekte für den Nutzer erlebbar machen. Auch das Trendthema Urbanisierung, demzufolge bis zum Jahr 2050 70 Prozent der Menschheit in Städten leben werden, wirft Fragen zur damit verbundenen Schaffung neuer Lebensräume auf, mit denen wir uns im Design-Bereich schon heute beschäftigen. Wie wird sich die Architektur durch die Urbanisierung verändern? Wie werden wir zukünftig zusammenleben? Wird Wohnraum kleiner? Was bedeutet das für die Küche? Wo erhalten wir digitale Unterstützung und welche Prozesse wollen wir nicht aus der Hand geben? Daraus

ergeben sich Anforderungen an neue Konzepte zur Anpassung an diese neuen Lebenswelten.

P: Kann Design auch dazu beitragen, Produktionsbedingungen zu verändern? Weg von der Massenproduktion, wieder zurück zu mehr Handwerk, Materialästhetik, Qualität und zu einer nachhaltigen Produktion? **JF:** Auf der einen Seite entstehen neue Produktionsprozesse und Technologien wie 3D-Druck, die nachweislich ressourceneffizient sind. Ein positiver Effekt ist, dass damit schneller und individueller auf Anforderungen reagiert werden kann. Dadurch ist auch die Produktion kleinerer Stückzahlen möglich. Auf der anderen Seite sehen wir uns in der heutigen, zunehmend automatisierten und schneller werdenden Welt mit der Sehnsucht und dem Wunsch nach dem Ursprünglichen, Analogen und „den guten alten Dingen“ konfrontiert. In einer Welt, in der die Digitalisierung eine neue Sprache ist, mit der Ideen kommuniziert werden, gibt es dennoch etwas, das moderne Technologien nicht ersetzen können – Handwerk und Manufakturen. Berührungen, natürliche Materialien und die Liebe, die man in Handgemachtem spürt – all das haucht den Dingen Seele ein.



KITCHEN FOLD
TOMBAK METAL



reddot award 2019
brand



STEININGER

Showrooms: Sankt Martin · Weinleiten 1 · Linz · Hauptstraße 12 · Vienna · Schuberting 4
Hamburg · Große Bäckerstraße 3 · London · 104-110 Goswell Road, EC1V 7DH · www.steinger-designers.com

KITCHEN INTERIOR DESIGN ARCHITECTURE

P: Beispiele, wie Nachhaltigkeit und Ökologie mit Design zusammengehen, zeigte unlängst E00S auf der Triennale von Mailand. Wie kann Design hier eine führende Rolle einnehmen und damit auch inhaltliche Innovationen vorantreiben?

JF: Design ist schon immer mehr gewesen als nur Nutzen zum Zweck und eine schöne Hülle. Wir als Designer haben eine Verantwortung, uns bei neuen Produktentwicklungen mit den Problemen der heutigen Zeit auseinanderzusetzen, Ressourcenschonung und Umweltschutz zu fördern, mit neuen Produkten einen Mehrwert für die Entwicklung der Gesellschaft sowie der Umwelt zu schaffen und damit unsere zukünftige Welt zu gestalten. Gutes Design muss beides schaffen und sowohl optisch als auch inhaltlich Innovationstreiber sein.

P: Sie waren Teil der unabhängigen siebenköpfigen Fachjury des österreichischen Staatspreises Design 2019 und Entscheidungsträgerin für die Verleihung der drei Preise in den Kategorien „Produktgestaltung Konsumgüter“, „Produktgestaltung Investitionsgüter“ und „Räumliche Gestaltung“ sowie des Sonderpreises „DesignConcepts“. Wohin ging der Trend bei den Einreichungen? Kann man überhaupt eine gemeinsame Ausrich-

tung festmachen? Wie fiel Ihre Entscheidung aus und warum? **JF:** Unter all den Einreichungen zeichnete sich eindeutig der Wunsch nach einer „besseren“ Welt ab. Viele Unternehmen und Designer beziehen eine klare Stellung zu den Themen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung und fordern damit zu einer täglichen Auseinandersetzung mit dem Umweltschutz auf. Dieses Engagement wurde von der Jury positiv wahrgenommen und zeigt die wegweisende Fortschrittlichkeit der österreichischen Kreativwirtschaft. Ein weiterer klar erkennbarer Trend ist die Digitalisierung. Intelligente Produkte und das Zusammenwachsen verschiedener Technologien boten ein abwechslungsreiches Spektrum. Auf der anderen Seite stehen Ideen, die sich diesem Trend bewusst entgegensetzen und unsere Aufmerksamkeit wieder auf das Analoge, Ursprüngliche und die Auseinandersetzung mit dem Hier und Jetzt sowie die Natur richten.

P: Für Ihren Diplomabschluss im Jahr 2007 untersuchten Sie „das Geheimnis der Schönheit“ in einem interkulturellen Kontext, aus dem neue Schönheitspflegegeräte für den europäischen Markt hervorgingen. Wie definieren Sie Schönheit? Und muss gutes Design per se schön oder

funktionell sein? **JF:** Das ist nicht so einfach mit einem Satz zu beantworten. Schönheit ist subjektiv und liegt bekanntlich im Auge des Betrachters. Was für den einen schön ist, ist für den anderen langweilig – Schönheit kann polarisierend sein. Darin eingeschlossen sind vielfältige Aspekte, die aus der Wahrnehmung und dem persönlichen Hintergrund in die Betrachtung einfließen: die Kultur, Erfahrungen, Vorurteile, Emotionen und vieles mehr. Für da Vinci lag die Schönheit vor allem in der Symmetrie und ausgeglichenen Proportionen. Für mich profitiert gutes Design von ausgeglichenen Proportionen und reduzierten Grundformen. Dennoch sehe ich uns auch in der Verantwortung zu provozieren, Sehgewohnheiten in Frage zu stellen und bisherige Annahmen über unsere Umwelt aufzuheben. Designer haben die Aufgabe, mit Konzepten und Produkten zum Nachdenken und Umdenken aufzufordern. Nur durch dieses „Infragestellen von Gewohntem“ können wir auf Missstände und Umweltentwicklungen hinweisen und daraus Neues erschaffen.

P: Als Head of Product Design entwickelten Sie für die renommierte Marke Gaggenau eine neue Backofenserie und die Neuauflage des Klassi-



