

Studio F.A. Porsche: So entsteht gutes Design

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

08/07/2022 Es ist ein langer Weg, bis aus einer Idee ein perfektes Produkt wird. Mehrere Hürden sind zu überwinden, Blockaden zu verkraften. Christian Schwamkrug, Design Director im Studio F.A. Porsche, weiß, wie man sie überwindet.

Zu den Schwierigkeiten des Lebens als Schriftsteller, Ku□nstler, Architekt und natu□rlich auch Designer geho□rt der Kampf mit dem leeren weißen Blatt Papier. Wie beginnen? Mit welchen Worten? Mit welchen Gedanken? Wie aus dem Nichts eine neue Welt erschaffen? Es gibt unza□hlige Berichte von Autorinnen und Autoren u□ber die qua□lende Zeit des Anfangens, des Reinfindens in einen Text. Designer kennen das ebenfalls: Die schweigende Anklage des leeren Blatts, das stille Gefecht, das man mit ihm fu□hrt: „So, nun ist es an dir, etwas mo□glichst Bahnbrechendes auf mich zu zeichnen!“ Gedanken nehmen dann in schwarzen Strichen Form an. Die Skizze wird verworfen, neu gezeichnet, verfeinert. Der lange Weg zum fertigen Produkt, die schrittweise Materialisierung einer Idee in Titan,

Edel stahl oder Aluminium haben ihren Ursprung hier am Zeichentisch. Es ist eine Abfolge von Herausforderungen, der sich die Designer stellen mu×ssen. Bei Porsche Design sind sie besonders groß: „Ein Entwurf von uns sollte gestalterisches Neuland betreten, ein vorhandenes Prinzip neu denken, außerordentlich funktional und selbstversta×ndlich problemlos technisch umsetzbar sein“, sagt Christian Schwamkrug, Design Director im Studio F. A. Porsche.

Diese Anforderungen sind in die DNA des Unternehmens von Anfang an eingeschrieben. Professor Ferdinand Alexander Porsches Entwurf des Chronograph I etwa erfu×llte sie in vollem Maße. Die Uhr sah mit ihrer schwarzen Beschichtung komplett anders aus als traditionelle Modelle ihrer Zeit, sie war radikal auf Funktionalita×t ausgelegt, schon durch die besondere Gestaltung des Zifferblatts, auf dem bei schwierigen Lichtverha×ltnissen und in Extremsituationen die Zeit einwandfrei ablesbar sind. Wie ein Schriftsteller uns mit seiner Geschichte eine neue Perspektive auf die Wirklichkeit schenkt, macht dies ein Designer mit einem gut gestalteten Produkt.

Es erfreut uns mit seiner klaren Scho×nheit und erleichtert uns den Alltag mit seiner eindeutigen Funktionalita×t auf eine neue Weise. Die komplexe Arbeit an ihm sieht man idealerweise nicht, aber sie ist durchaus entbehrungsreich. „Es ist vor allem nicht leicht, einer Sache, deren Prinzip eigentlich schon sehr gut durchdacht ist, noch einmal etwas Neues abzugewinnen“, sagt Christian Schwam krug. So hatte das Studio F. A. Porsche zum Beispiel vor nicht allzu langer Zeit den Auftrag, einen Dachziegel zu entwerfen. Und der hat ja eigentlich schon eine fast archetypische Form, die jedes Kind zeichnen kann. Außerdem setzen festgelegte Dinge wie das Material Ton, das genormte Maß und der Herstellungsprozess der Gestaltung enge Grenzen. „Wo soll man da ansetzen? Was ko×nnen wir noch auf neue Art anders machen, so dass es unseren Anspru×chen und denen des Kunden entspricht? Unsere Skepsis war am Anfang groß.“

Doch solche Momente trennen eben die wahrlich Kreativen von allen anderen. Im Studio machten sich die Designer Gedanken u×ber die Funktion und die Form von Dachziegeln, etwa daru×ber, wie sie bei Regen den Wasserabfluss u×ber die Ziegel verbessern ko×nnten oder wie sie das Sonnenlicht reflektieren. "Es entstand eine intensive, kreative Dynamik", sagt Christian Schwamkrug. Und so er gaben sich elf Designs, die den Dach ziegel vor allem als Architekturelement betrachteten, die ein besonderes Lichtspiel, je nach Lichteinfall, ermo×glichen, die jedem Haus ein neuartiges Aussehen verleihen. Aus solchen Ansa×tzen wa×hlt Christian Schwamkrug als Design Direc tor im Normalfall vier bis fu×nf Konzepte aus, die dann mit 3D-Programmen visualisiert und letztlich gerendert werden, sodass sie schon sehr naturgetreu erscheinen und den Kunden vorgestellt werden ko×nnen. »Im Fall der Dachziegel war der Favorit schnell gefunden. Er hatte eine pra×gnante V-Form, der Wasserabfluss wurde optimiert, die Reflexion des Lichts war als gestalterischer Effekt integriert", sagt Christian Schwamkrug. Der Kunde entschied sich sehr schnell, und nur zwo×lf Monate nach der ersten Skizze ging der Designdachziegel V11 in Serienproduktion. "Und er hat sich sehr erfolgreich im Markt etabliert", sagt Christian Schwamkrug.

So fließend und glatt la×uft es nicht immer. Wie Schriftsteller oder Ku×nstler kennen auch Designer Blockaden, wenn jeder Entwurf schal, kein Fortschritt mehr mo×glich ist. „Dann hilft es nur noch, sich zuru×ckzunehmen, fu×r einige Zeit an etwas anderes zu denken und – besonders wichtig – mit den

Kollegen ins Gespra✕ch zu kommen“, sagt Christian Schwamkrug.

Im Studio F. A. Porsche wird eine Kultur des Austauschs gelebt. Es bedarf vielerlei Perspektiven auf eine Sache, Diskussionen und Gespra✕che, bis sich ein ausgewogener und unvergleichlicher Entwurf aus den unterschiedlichen Grundgedanken herausscha✕lt. Eine Herausforderung sind auch die mannigfaltigen Mo✕glichkeiten, die heute die Designsoftware bietet. Sie beschleunigt den Prozess der Gestaltung ungemein, denn aus einer Handskizze wird fix ein Rendering, das dann schon sehr greifbar und umsetzbar anmutet. „Es besteht die Gefahr, dass man sich als Designer zu schnell zufriedengibt, weil das virtuelle Modell schon nahezu perfekt wirkt. Doch es kommt auf die Details an, und die u✕bersieht man dann leicht“, sagt Schwamkrug.

Deswegen gibt es viele Gespra✕che, in denen er mit dem Team diskutiert, warum jede einzelne Entscheidung getroffen wurde. „Ist das Argument des Designers fu✕r eine bestimmte Designentscheidung nicht plausibel und u✕berzeugend, muss er nochmal ran“, sagt Schwamkrug, „und andererseits muss auch ich Standpunkte akzeptieren, wenn sie logisch begru✕ndbar, aber nicht unbedingt meine sind.“ Und so na✕hert sich das Studio Schritt fu✕r Schritt dem Ziel. Ein Projekt hat ungefa✕hr sechs bis acht interne Abstimmungsrunden, bis es der Kunde oder der Herstellungspartner pra✕sentiert bekommt. Entscheidend ist auch: Der Entwurf darf nicht nur eine innovative und attraktive A✕sthetik haben, er muss auch ohne enormen Aufwand umsetzbar sein. Die Designer treten schon fru✕h in Kontakt mit den Ingenieuren der Hersteller, um sicherzustellen, dass sie dem Produkt nicht etwas einschreiben, was konstruktiv nicht realisierbar ist.

Durch diesen ausbalancierten, pra✕zisen Ablauf kann das Studio F. A. Porsche komplexe Auftra✕ge u✕bernehmen, etwa fu✕r eine Serie von Zahnarztstu✕hlen fu✕r das japanische Unternehmen Morita, die spezielle Anforderungen in Sachen Ergonomie und Einsatzbereich an das Team stellte. Jeder Stuhl sollte sich an die Bedu✕rfnisse des jeweiligen Zahnarztes anpassen lassen, sollte modular und trotz Serienproduktion individuell konfigurierbar sein. „Eine schwierige Aufgabe, die wir aber sehr gut gemeistert haben“, sagt Christian Schwamkrug. Die Dentaleinheit-Serie Signo 500T gewann 2019 den Red Dot Best of the Best Design Award. Nur einer der mehr als 250 Preise, die das Studio F. A. Porsche in seiner Geschichte gewonnen hat. Die Arbeit reiht sich nahtlos in das erfolgreiche Erbe von Porsche Design ein, das voller Produkte ist, die zu Klassikern wurden.

Darunter natu✕rlich der Chronograph I, die Wechselglasbrille P'8478 und der Kugelschreiber LaserFlex, der F. A. Porsches Formel „Wenn man die Funktion eines Produktes u✕berdenkt, ergibt sich die Form manchmal wie von allein“ geradezu perfekt umsetzt. Der Schaft des Stiftes besteht aus Edelstahl, und dennoch ist er flexibel, weil er mit Lasertechnologie in feine Ringe geteilt wurde. Sie sind durch ihre feine Ma✕anderstruktur nicht voneinander lo✕sbar. Zwischen den Ringen befinden sich Fugen; addiert man diese Fugen, ergibt sich genau der Weg, der beno✕tigt wird, um die Mine herausfahren oder wieder zuru✕ck in den Schaft gleiten zu lassen. Der ganze Stift verdichtet sich, wenn man den Schaft dru✕ckt, und die Mine springt heraus. Die initiale Konzentration auf die Funktion eines Kugelschreibers fu✕hrte zu einer Form, die außergewo✕hnlich und neuartig ist.

A✕hnlich war es bei der sogenannten Fru✕hstu✕cksserie fu✕r Siemens, die bis heute zu Christian

Schwamkrugs Lieblingsprodukten geho✖rt. Auch weil ihre Entstehungsgeschichte ungewo✖hnlich ist. „Bis Mitte der 1990er Jahre waren Kleinku✖chengera✖te meistens aus Kunststoff und recht einfachem Material hergestellt. Als wir den Auftrag von Siemens erhielten, solche Gera✖te zu entwerfen, standen eine hochwertige Anmutung und Materialauswahl im Vordergrund“, sagt Christian Schwamkrug. Also gestaltete das Studio F. A. Porsche einen Toaster, einen Wasserkocher und eine Kaffeemaschine von klarer, schno✖rkelloser Scho✖nheit und in Aluminium gehu✖llt. Objekt und Gera✖t in einem. „Ich war u✖berzeugt von unseren Entwu✖rfen, dachte, das kann u✖berhaupt nicht schiefgehen“, so Schwamkrug.

Trotzdem belegte das Studio bei der ersten Kundenbefragung nur den zweiten Platz hinter einem Konkurrenten, den Siemens ebenfalls beauftragt hatte, ein Konzept fu✖r Kleingera✖te zu entwickeln. "Ich war schockiert", sagt Christian Schwamkrug. Doch dann passierte etwas Ungewo✖hnliches: Der Gescha✖ftsfu✖hrer Kleingera✖te bei Siemens folgte seinem Bauchgefu✖hl und nicht dem ersten Eindruck der Kunden und gab dem Studio F. A. Porsche den Auftrag. „Das war sehr mutig von ihm, es ha✖tte ja auch nach hinten losgehen ko✖nnen.“ Der Mut sollte sich auszahlen. Aufgrund des hohen Verkaufspreises – Aluminium ist nicht gu✖nstig, die Herstellungskosten waren vergleichsweise teuer – ermittelte Siemens, dass mindestens 100.000 verkaufte Exemplare – kalkuliert fu✖r den Wasserkocher – notwendig waren, um den Breakeven zu erreichen. Letztlich waren es aber dann unglaubliche 1,2 Millionen.

Mehr als das Zehnfache. „Die Serie weckte eine ganz eigene Begehrlichkeit. Plo✖tzlich war man stolz, eine solche Kaffeemaschine zu besitzen oder diesen Wasserkocher. In deutschsprachigen Krimiserien wie ›Tatort‹ oder ›Derrick‹ waren sie oft in den Ku✖chen zu sehen. Niemand ha✖tte diesen Erfolg prophezeien ko✖nnen“, sagt Schwamkrug. Und doch ist er kein Zufall. Natu✖rlich kann man Erfolg nicht planen, aber man kann ihn wahrscheinlicher machen. Porsche Design beweist das immer wieder aufs Neue, indem die Designer des Unternehmens sich mit jedem Detail intensiv auseinandersetzen, bis es keine Fragen mehr offenla✖sst; in dem sie nicht vergessen, wie wichtig Material, Funktionalita✖t und die puristische Form sind. Es ist jedes Mal ein kleines Wunder, wenn aus einer Idee, aus vielen Gedanken ein Produkt wird, das man beru✖hren und verwenden kann, das einem den Alltag erleichtert und bereichert. Damit dieses Wunder Wirklichkeit wird, muss man viele Hu✖rden nehmen. Porsche Design weiß seit 50 Jahren sehr genau, wie man dieses Ziel erreicht.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Image Sublines

Path: media/Bilder/Bild_1.jpg
Title: Christian Schwamkrug, Design Director at Studio F.A. Porsche, 2022, Porsche AG
Subline: Manchmal muss man noch einmal einen Schritt zurückgehen und neu über ein Design nachdenken. Christian Schwamkrug in seinem Büro in Zell am See.

Path: media/Bilder/Bild_3.jpg
Title: Christian Schwamkrug, Design Director at Studio F. A. Porsche, 2022, Porsche AG
Subline: Auch frühere Designs können inspirierend sein. Christian Schwamkrug im Archiv des Studio F. A. Porsche.

Path: media/Bilder/Bild_4.jpg
Title: Large number of customers with very different backgrounds, 2022, Porsche AG
Subline: Zahlreiche Kunden mit sehr unterschiedlichen Hintergründen. Die Designer des Studio F. A. Porsche arbeiten überaus vielseitig.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2022/unternehmen/porsche-interview-christian-schwamkrug-design-director-studio-fa-porsche-29006.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/63a89ec4-1ee5-4bc8-92f4-058e6da58917.zip

External Links
https://www.studiofaporsche.com/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart