

Ende gut, alles gut

25/03/2017 Der renommierte japanische Industriedesigner Naoto Fukasawa über die Bestimmung von Design, und warum das Heck eines Autos wie das letzte, perfekt passende Puzzlestück ist.

Als Kind musste ich oft Kartoffeln schälen. Dabei sind immer Erdreste hängen geblieben. Egal wie sehr ich mich bemühte, die Kartoffeln blieben schmutzig. Sobald ich sie aber ins Wasser legte, waren sie sauber, verwandelten sich in Skulpturen, lagen vertraut in meiner Hand. Das habe ich nie vergessen. Als ich Jahrzehnte später ein Handy gestaltete, stellte ich mir vor, dass die Nutzer es häufig in der Hosentasche abtasten werden. Dabei erinnerte ich mich an mein Kartoffelerlebnis und zeichnete bewusst keine aerodynamischen Linien. Denn jede Hand sucht unwillkürlich Kanten, will Texturen fühlen, mit ihnen spielen oder sich an ihnen orientieren. Bei einem Auto ist es nicht anders, selbst wenn wir Linien und Kanten nicht ständig mit den Händen, sondern mit den Augen berühren. Das ist unser Spiel mit deren Schönheit.

Die Welt des Designs hat sich drastisch verändert. Grafik, Produkte, Inneneinrichtung, Ton, Film und Kunst stehen im ständigen Wechselspiel miteinander. Überall in unserer Nähe sind Wände. Und zwischen ihnen und dem Menschen befinden sich Gegenstände, die wir geschaffen haben. Der Trend zeigt, dass diese Objekte nun wandern, entweder hin zur Wand – oder zu uns. Die früher so klobigen

Fernseher sind flachen Geräten gewichen, die wir an die Wand hängen. Die schweren alten Haustelefone dagegen sind zu uns gekommen und schmiegen sich in unsere Hände. Audiosysteme? Sind entweder zur Wand gewandert oder ins Ohr. Licht, Klimaanlage, Kühlschrank? Orientieren sich mehr denn je zur Wand. Unsere Welt wird sauberer, geordneter, schlichter. Das ist ein Kernaspekt der Tätigkeit eines Designers. Natürlich gibt es noch immer Ur-Objekte wie Tische, Stühle, Töpfe, Teller, die das bleiben, was sie immer waren. Auch ein Auto wird immer ein Ur-Objekt bleiben. Und die Form eines Porsche ist dabei so etwas wie die Ur-Form: seit jeher geordnet, schlicht, makellos. Ein Ruhepol der Schönheit für unsere Augen in dieser überbordenden Welt.

Harmonie im Gesamtbild

Früher war ein Interface gleichbedeutend mit Software und Bildschirm. Heute ist jedes erfolgreiche Produkt ein Interface – ein Scharnier zwischen Mensch und Umwelt. Wie es ein Auto mit seiner klaren Bestimmung schon lange ist. Nur durch ständige Beobachtung im Alltag komme ich zum richtigen Ergebnis, kann Formen finden, die Teil dessen sind, was uns verbindet: Kultur, Gewohnheiten, Erinnerungen, Geschichte. Dabei suche ich nach skurrilen Zufallsmomenten aus dem urbanen Leben. Sie erlauben mir den Einblick in das Verhalten der Menschen. Und daraus entwickle ich Produkte. Hat jemand keinen Türstopper zur Hand, nimmt er einen Gummistiefel. Die perfekte, spontane Lösung: Die Tür ist nicht zu weit geöffnet und das Gummi schont das Holz. Warum also nicht einen Stiefeltürstopper kreieren? Eine Frau mit einer Einkaufstasche steht an einer Straßenkreuzung. Der Regen hat aufgehört, die Frau stützt sich auf den Regenschirm und hängt die Tasche über den Griff, wo sie aber abrutscht. Daraus entstand die Idee zu einem Schirm mit Kerbe im Griff. Unbewusst tragen die Menschen im Alltag Lösungen bereits mit sich herum. Deshalb sagen sie häufig zu mir: Ihr Design habe ich schon einmal irgendwo gesehen. Und ich entgegne dann: Bestimmt nicht, Sie haben es durch mich nur wiederentdeckt.

Ich habe einmal beobachtet, wie ein Mädchen entspannt auf einem umgefallenen Baumstamm saß und las. Ich dachte: Wow! Wenn sich dieses Mädchen auf einem Baumstamm so wohlfühlt, sollte ich eine Bank entwerfen, die wie ein Baumstamm aussieht. Tatsächlich wurde dieses Möbelstück erfolgreich – doch nicht so erfolgreich wie mein CD-Player für die Firma Muji. Er hängt wie ein Ventilator an der Wand. Um ihn einzuschalten, muss man an einer Schnur ziehen. Die CD dreht sich wie ein Rotorblatt – nur produziert das Gerät keinen Wind, sondern Musik. Ein perfektes Interface. Das Design schmilzt förmlich in unsere Erfahrungswelt hinein, spielt mit Assoziationen wie Uhr, Schuhband, Ventilator, es ist humorvoll und natürlich auch funktionell.

Das Heck prägt den Charakter eines Fahrzeugs

Steht man zu lange zu nah vor einem Objekt, übersieht man die Zusammenhänge und kann nicht zu einer praktischen Lösung kommen. Ich bin kein Produktdesigner, der am Tisch zu zeichnen beginnt, mit Formen, Flächen und Farben spielt und auf diese Weise versucht, das bestmögliche Produkt zu schaffen – isoliert von der Außenwelt und ohne Zusammenhänge zu sehen. Wer so arbeitet, ist weltfremd.

Man stelle sich ein Puzzle vor: Hundert Einzelteile repräsentieren das Umfeld eines Produkts. Das letzte Teil fehlt noch, das Produkt selbst. Studiert man alle Puzzleteilchen, findet sich bestimmt eine Form, die perfekt zu den anderen passt. Wenn man aber alle anderen ignoriert, während man das letzte Fragment zeichnet, wie kann es dann ins Gesamtbild passen? Die Harmonie wäre zerstört. So ähnlich ist es auch bei einem Sportwagen: Seine Bestimmung ist die Beschleunigung, entsprechend umspielen alle Linien seine Form und münden im Heck. Bei einem Porsche mit seinen charakteristischen Konturen ergibt sich das Heck so selbstverständlich wie das letzte Puzzleteil, das perfekt ins Gesamtbild passt. Die Front mag das Gesicht eines Fahrzeugs sein, aber das Heck prägt seinen Charakter.

Porsche-Modelle mit markanter Heckansicht

Naoto Fukasawa (61) zählt zu den gefragtesten Industrie- und Produktdesignern der Welt. Ob Toaster, Kühlschrank, Lampe, Handy oder Klappstuhl – es gibt kaum einen Alltagsgegenstand, den der Japaner nicht gestalterisch neu interpretiert hätte. „Menschen wollen Dinge abtasten", sagt er. „Mit Händen und Augen, ständig."

Diese Einsicht ist Ausgangspunkt all seiner Entwürfe und hat ihm mehr als 50 Auszeichnungen beschert. Dabei sieht er sich weniger als Künstler, der Gegenstände formt, sondern vielmehr als Interface-Designer – als jemand, der den Raum zwischen Mensch, Gegenstand und Umwelt beeinflusst. Fukasawa unterrichtet an der Kunsthochschule Tama, 20 Kilometer südwestlich von Tokio, ist jedes Jahr prominent auf der Mailänder Möbelmesse Salone del Mobile vertreten und berät mit seinem Designbüro Unternehmen weltweit.

Mehr Informationen: www.naotofukasawa.com

Der heute 54-jährige Leiter Style Porsche und Chef des Volkswagen Konzerndesigns machte 1981 sein Abitur am Kolleg St. Blasien in Baden-Württemberg. Anschließend studierte er an der bekannten Hochschule Pforzheim im Fachbereich Transportation Design. Als Designchef von Porsche ist er seit 2004 tätig und damit verantwortlich für die Linienführung und Hecks vieler Modelle.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/christophorus/ausgabe-380/porsche-christophorus-industriedesigner-naoto-fukasawa-design-heck-13421.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/d6ffc9f2-5ddf-4968-bc04-94d0767f56ca.zip

Externe Links
http://www.porsche.com/germany/aboutporsche/christophorusmagazine/

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