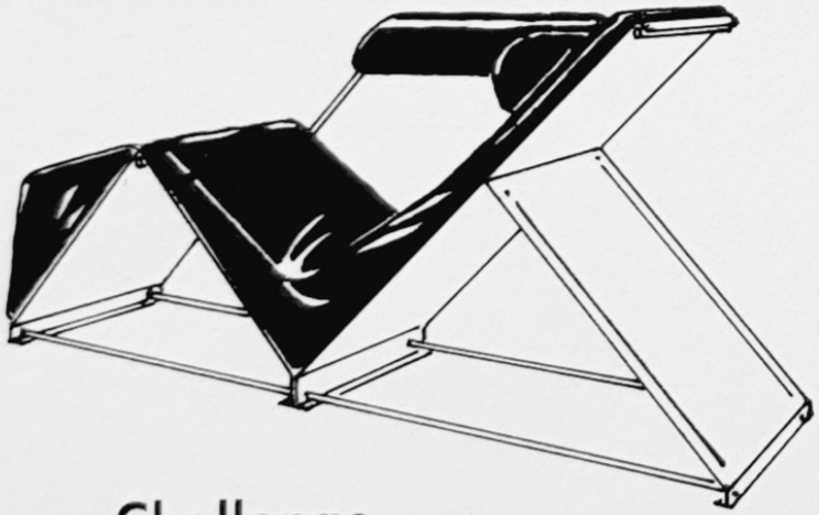
Designer stellen sich vor:

Mit dem nachfolgenden Beitrag wollen wir eine Serie starten, in deren Rahmen Designer – in ganz besonderem Maße Jungdesigner – zu Wort kommen sollen.
Als ersten Gast konnten wir in unseren Redaktionsräumen die Jungdesignerin Brigitte Haas begrüßen, die sich, neben ihrem mehr technisch ausgerichteten Industriedesign-Studium an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach, ganz besonders mit Lederdesign beschäftigt hat.

Die Diplomarbeit: ein Sitz- und Liegemöbel aus Stahl und Leder

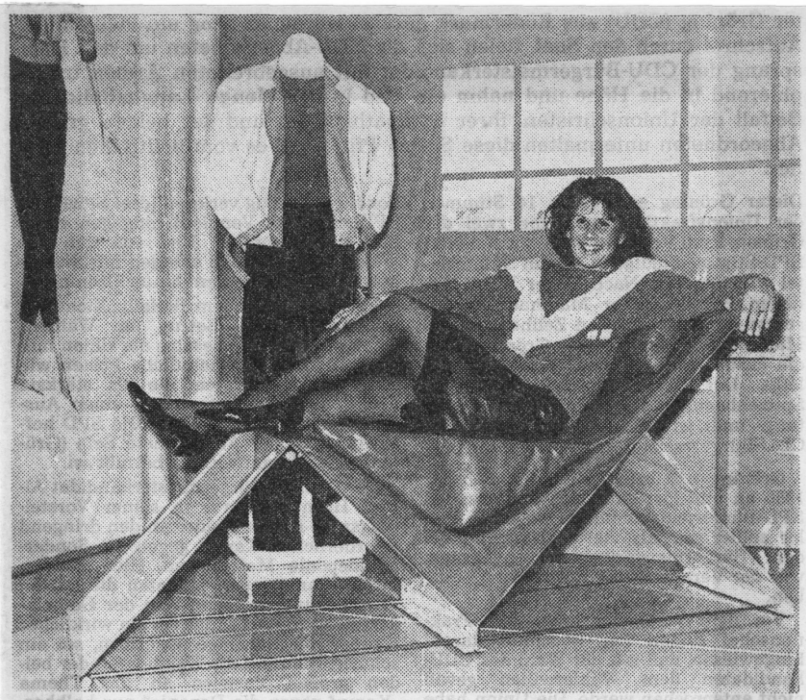
IL: Sie haben im Oktober letzten Jahres ihr Studium als Diplom-Designerin beendet. Wenn man fertig wird, begibt man sich normalerweise auf die Suche, man fragt sich wohin der Weg gehen soll, was die Zielrichtung ist. Sie besitzen eine ganz besondere Affinität zum Leder. Das ist der Bezugspunkt, der uns hier zusammengebracht hat. Deshalb meine erste Frage: Was reizt Sie besonders an dem Material Leder?
B.H.: Es ist ein Naturmaterial und als solches echt und unnachahmlich. Für mich geht allein von der Materialbeschaffenheit, vom Griff, vom Geruch, eine ganz besondere Faszination aus. Abgesehen davon ist Leder ein sehr gut formbares und dadurch vielseitiges Material, das durch seine große Gestaltungsmöglichkeit in vielen Bereichen eingesetzt werden kann. Leder stellt auch einen großen Wertbegriff dar, und ich glaube, daß jeder Dinge schaffen möchte, die Wert besitzen.
Ich fing schon in der Schule auf einer mehr hobbymäßigen Ebene mit der Verarbeitung vom Leder an. Ich stellte kleine Anstecknadeln und später dann Täschchen und Accessoires her, die ich dann auf dem Flohmarkt verkaufte. Erst als man mich ansprach, ob ich nicht eine Lederbekleidungskollektion entwerfen und gestalten wolle, vertiefte sich mein Kontakt zum Leder.
IL: Wie wir gesehen haben, machen Sie heute auch Taschen mit vielen pfiffigen Ideen, entwerfen aber auf der anderen Seite auch technische Produkte wie Kaffeeautomaten, Pulsmeßgeräte oder Reisewecker. Mode und Industriedesign, eine ungewöhnliche Kombination. In welche Richtung tendieren Sie mehr? Wollen Sie sich spezialisieren oder wird es keine konkrete Festlegung geben?
B.H.: Abgesehen davon, daß ich glaube, daß meine Schwerpunkte im modischen wie im technischen Bereich mir mehr Wege offenlassen, bin ich der Meinung, daß der Prozeß der Gestaltung eines Produktes, egal ob modischer oder technischer Natur, immer der gleiche ist. Als Designer muß man sich in die Materie einarbeiten, man muß Sensibilität für die Zielgruppe entwickeln, sich einfühlen können und die wichtigen Faktoren einfangen und im Produkt umsetzen. Es ist eine ständige Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Veränderungen.
IL: Uns interessiert natürlich in erster Linie der modische Bereich Ihrer Arbeit und hier ganz besonders die Taschenmode. Wie schätzt eine junge Designerin das deutsche Taschenangebot ein?
B.H.: Diese Frage ist nicht so leicht zu beantworten, da ein Großteil der Produktion eine Zielgruppe anspricht, die für mich weniger interessant ist. Ich meine die Zielgruppe der über 50jährigen. In diesem Bereich nimmt die Bedeutung der Tasche ja auch stark zu. Ich glaube, daß aber gerade im Bereich der jungen und mittleren Taschenmode sehr viel mehr geschehen müßte. Mir fehlt hier die Sensibilität für das Material. Man ist zu unbeweglich, ohne Pep. Man sollte sich daran erinnern, daß auch ganz normales Leder viele Gestaltungsmöglichkeiten bietet. Im Bereich der klassischen Modelle ist das Angebot gut. Im Kofferbereich, besonders im Alukofferbereich, kann man kaum etwas verbessern.
IL: Wie stehen Sie zu der Aussage, daß in der deutschen Lederindustrie viel zu wenige Designer, und viel zu viele Mustermacher die Produkte gestalten?
B.H.: Ich glaube, daß diese Aussage der Realität sehr nahe kommt. Dem Mustermacher fehlt die Kreativität und die Sensibilität für die Absatzmärkte. Ein Designer macht mehr als nur Muster, er setzt sich ständig mit gesellschaftlichen Veränderungen und Werten auseinander und stellt die Zielgruppenüberlegung an erste Stelle. Er gestaltet also auf den zukünftigen Kunden zu. Der Designer macht auch nicht nur ein gutes Produkt, er präsentiert es auch entsprechend. Man muß immer wieder festhalten, daß das beste Produkt nichts taugt, wenn das sonstige Auftreten nicht stimmt. Der Begriff der Corporate Identity spielt hier sehr stark hinein.
IL: Design ist ein Begriff, der bei vielen Leuten Gedanken an unbezahlbare Summen hervorruft. Ist gutes Design wirklich so teuer? Können Sie ungefähr Beträge, beispielweise für eine Tasche nennen?
B.H.: Designer werden nach Stunden und Modellbauaufwand bezahlt, das heißt, es ist nicht so einfach eine konkrete Zahl zu nennen. Der Stundenlohn eines Designers liegt etwa so hoch wie der eines Technikers, also ca. 60,– bis 80,– DM. Da eine Tasche relativ schnell entworfen ist, müßte man ungefähr mit 2 000,– DM rechnen. Wobei die Erstellung einer Musterkollektion natürlich teuer würde. Allerdings würde sich auch dieser Einsatz lohnen, wenn man eine Grundkollektion erstellt, die dann in der nächsten Saison durch Veränderung von Farben und Details redesigned würde. Wenn die Kollektion gut ist, kann sie so mehrere Jahre laufen und es hat den Vorteil, daß eine ganz unverkennbare Linie durch dieses spezielle Programm läuft. Im übrigen sollte man noch anmerken, daß auch Design eine Investition ist.
IL: Insgesamt zeichnet sich im Markt langsam aber sicher die Tendenz ab: weg von der Masse, hin zu mehr Individualität. Wo sehen Sie Ihre zukünftigen Kunden?
B.H.: Ich möchte weiterhin Einzelmodelle und kleinere exklusivere Serien entwerfen und fertigen. Die Zielgruppen splitten sich immer weiter auf und man muß immer direkter auf sie zugehen. Ständige gesellschaftliche Veränderungen, der Zeitgeist, das Zeitgefühl, haben Einfluß auf die Gegenstände, mit denen wir uns umgeben und beeinflußt so auch das Design. Gesellschaftliche Werte müssen durch die Designer in Gestaltung und Funktionalität umgesetzt werden.



Challenge

»Challenge ist die gestalterische Verknüpfung von Sitz- und Liegefunktion. Einfache Handgriffe verwandeln diese Liege zum Sitzmöbel. Das asymmetrische Gesamtbild bewirkt eine dynamische, lässige Eleganz.

Brigitte Haas



Neun Studenten des Fachbereichs „Produktgestaltung" der Offenbacher Hochschule für Gestaltung stellen ihre Diplomarbeiten in der Schloßstraße aus. Unser Foto zeigt Brigitte Haas, die einen Liegestuhl entworfen hat. Außerdem präsentieren 20 Studenten ihre fotografischen Arbeiten (dazu untenstehender Bericht). (lz/FR-Bild: Ungarisch)

Funktionell und formschön

HfG-Studenten zeigen Diplomarbeiten / Auch Fotos zu sehen

OFFENBACH. Die aufregende und spannende Verfolgungsjagd in den kleinen Loren durch das Labyrinth eines Bergwerkes in dem US-Triller „Tempel des Todes" entstand mit Hilfe von Computern und Designern, nicht etwa in einem alten Bergwerk „live", sondern in einem Puppenstuben-Studio. Die Schauspieler bei dieser Alptraum-Jagd wurden als kleine Gummipuppen nachgebildet.

Othmar Osina und Thomas Bürger, Studenten der Offenbacher Hochschule für Gestaltung (HfG), haben sich in ihren Diplomarbeiten zum Abschluß des Studiums mit der Zukunft des Kinos, mit seinen Produktionsmethoden per Computer beschäftigt. Fasziniert standen die Besucher am Dienstagabend in der HfG-Aula bei der Vernissage zur Vorstellung der Diplomarbeiten vor einer riesigen Leinwand und lernten, wie Verfolgungsjagden nur noch auf den Computer-Bildschirmen „konstruiert" werden, gar nicht mehr in einer faßbaren Realität stattfinden.

Zwei Studentinnen und sieben Studenten des Fachbereichs Produktgestaltung präsentieren ihre Abschlußarbeiten. Sie rufen dem Betrachter ins Bewußtsein zurück, daß selbst so simple Gebrauchsgegenstände wie eine Kaffeetasse das Ergebnis intensiven Grübelns über das rechte Verhältnis zwischen Funktion und schöner Form ist.

Simone Fehrmann hat ein solches kugelförmiges rose-türkisfarbenes Kaffeeservice entworfen, Brigitte Haas ein neues Sitz- und Liegemöbel aus Stahlblech, Stahlrohr und Leder. Bernd Heidlindemann und Oliver Spoeck stellen Küchenmöbelsysteme vor, Jörg Schaffrina ein „Videovortragspult", Manfred Wolf einen Ausziehtisch für viele Gelegenheiten und Klaus Endres futuristische Stühle.

Klaus Endres aber hat auch eine Druckmaschine entwickelt. Sie ist jedoch nicht bei der Ausstellung in der HfG zu sehen. Ein deutscher Hersteller hat für diese Maschine bereits die Serienproduktion übernommen. Die Maschine wird 1986 auf der „Drupa" in Düsseldorf vorgestellt.

Die Diplomarbeiten können noch einige Tage in der HfG von jedermann besichtigt werden. Außerdem stellen bis zum 19. November rund 20 Studenten der Fachbereiche „Visuelle Kommunikation" und „Produktgestaltung" ihre faszinierenden Fotos aus. lz

Die Designer-Stars mit der Blech-Liege

Diese sechs Absolventen der Offenbacher Hochschule für Gestaltung konnten sich auf der großen Ausstellung „Unikate" in Köln ganz besonders freuen: Sie gehörten zu den Stars unter den Designern aus ganz Deutschland. Zum einen ob ihrer avantgardistischen Eigenentwürfe, wie beispielsweise die vielbewunderte Blech-Liege von Brigitte Haas, zum anderen wegen ihres Messe-Spiels. Um das Publikum mit der Praxis ins Thema Möbel-Entwürfe einzuführen, konnte jeder Gast an ihrem Stand eigene Phantasien erstellen. Unser Bild zeigt (von links): Carlos Castellanos, Jean-Marc da Costa, Martina Becker, Peter Raab, Brigitte Haas und Manfred Wolf. Foto: Kammerer

Brigitte setzt aufs Blech

Frauen sind mutiger als Männer: Brigitte Haas und ihre Superliege. Foto: Grosse

Die saloppe Feststellung von Familienministerin **Prof. Rita Süßmuth,** daß Frauen viel mehr als Männer aufs Blech hauen müssen, um für ihre Arbeit Anerkennung zu finden, hat die aparte Diplom-Designerin **Brigitte Haas** (25) aus Offenbach wörtlich genommen. Ihr neuester Beitrag zum Thema **„Wohnen im Wandel der Zeit"** ist eine Blechliege. Sie hat so großen Anklang gefunden, daß dieses ungewöhnlich dynamische und zugleich praktische Möbelstück Starmodell einer Ausstellung bei **R-Raumgestaltung** am 30. Oktober und im Januar auf der Kölner Möbelmesse wird.

Brigitte Haas, Tochter eines Wiesbadener Diplom-Ingenieurs, die ihren eleganten Prototyp für „avantgardistisches Liegen und Sitzen" in sechsmonatiger Arbeit selbst gefertigt hat, verkörpert den Typ „Selbst ist die Frau". Daß sie mit Blechmobiliar so großes Aufsehen erregt, ist der sportlichen Junggesellin, die in spätestens zehn Jahren frauengerechtere Autos gestalten will, sehr willkommen. „Industrie-Frauen haben es im Design besonders schwer, aufzufallen, obwohl sie in ihren Formen fast immer mutiger sind als Männer."

Sind Möbel aus Blech die Einrichtung der Zukunft? Brigitte Haas, die abends mal gerne in eine Disco geht und das **„Eins, zwei"** in Frankfurt für lockeren Plausch favorisiert, hat bei ihren Studien erkannt: „Besonders die 25- bis 45jährigen suchen individuelle Möbel, die ein Abheben von der Masse garantieren. Auf Blech liegt man da genau richtig."

Horst Reber

TAG UND NACHT

Pic, der Poet, erobert die Herzen der Frauen

Bislang haben sich **178 000** Frankfurter im **„Circus Roncalli"** an der Bockenheimer Warte gute Laune geholt. Die Publikums-Resonanz auf das mit viel Komik und Poesie, aber auch atemberaubender Artistik und Raubtier-Odeur prall gefüllte Programm ist nach wie vor so groß, daß es im Interesse derer, die „Roncalli" bislang nicht erleben konnten, wünschenswert wäre, nochmals zu verlängern.

Viele Firmenchefs waren im übrigen so stark vom „Roncalli"-Zauber beeindruckt, daß sie sowohl ihre besten Mitarbeiter als auch besonders gute Kunden mit Eintrittskarten belohnten.

Für **„Pic"**, den Superstar in der Manegen-Revue, ist Frankfurt **die** Entdeckung. Am späten Sonntagabend zog der stets mit Fußgetrampel frenetisch umjubelte Pantomime im Verein mit der ebenso hübschen wie tüchtigen PR-Chefin **Marlene Schwieger** im **„Alten Zollhaus Heiligenstock"** bei **Hugo Hell** und **Manfred Knödler** Bilanz. Der trotz seiner Erfolge ganz bescheiden auftretende Schweizer erzählte mir: „Alle Artisten bekommen so viele nette Einladungen, kleine Geschenke und persönliche Briefe als Dank, daß wir gerne noch länger hier spielen würden."

Umschwärmt: Clown Pic

Daß „Pic" auch besonders viel Post von Damen aller Altersgruppen mit Bitten um ein Rendezvous erhält, ist jedermann klar, der die weiblichen Besucherinnen bei „Pics" romantischen Auftritten beobachtet. Nur: „Pic" spricht nicht darüber, ein Gentleman aus dem Wohnwagen Nr. 38.