



v.l.n.r.:
 Der technologische Klassiker: Michael Thonet
 Der technologisch-soziologische Klassiker: Marcel Breuer
 Der zukünftige Klassiker: James Dyson
 Der non-materielle Klassiker: Steve Jobs

Vordenker für die Massen

VIELE PRODUKTE, DIE WIR HEUTE ALS KLASSIKER ANHIMMELN, HABEN KLEIN ANGEFANGEN. Als Idee. In den Köpfen von Unternehmern. Entscheidend war das so arg abgenutzte Wort „Vision“ – von anstehenden technischen und gesellschaftlichen Veränderungen

Von Elmar Schüller

Begonnen hat die Ära der Klassiker mit dem Zeitalter der Industrialisierung. Mit der Möglichkeit serielle Massenprodukte zu entwerfen. Zuvor war das Handwerk die Königin der Künste und deren zentraler Zusammenschluss fand in den Dombauhütten statt – gekrönt von den Künsten des handwerklichen Ornaments.

Ein Pionier der seriellen Produktion war der Schreiner, Visionär und Unternehmer Michael Thonet. Der bis heute bestehende und bekannteste Klassiker ist sein „Stuhl Nummer 14“, jetzt Modell 214, besser bekannt als „Wiener Kaffeehausstuhl“. Erdacht und entworfen bereits anno 1859. Die technologische Innovation bestand darin, dass Thonet sehr früh versuchte, durch Verformung des starren Holzes eine Biegung zu erlangen – während der traditionelle Tischler eine Schwingung durch Sägen, Hobeln oder Schnitzen aus dem vollen Holzblock versuchte. Die Vorteile dieses Verfahrens lesen sich wie das Innovationsbriefing eines modernen Produktes: Kostensenkung, Reproduzierbarkeit auch von angelegten Hilfskräften, Materialersparnis (kaum Holzabfälle), kurze Produktionszeit, geringes Gewicht (Transport, Export), niedriger Verkaufspreis, Haltbarkeit (Verschraubungen nachvollziehbar) und Wiedererkennbarkeit.

Auch in der Materialauswahl war Thonet seiner Zeit voraus. Als besonders geeignetes Holz suchte er Rotbuche aus. Sie war flexibel

und stabil und in Europa weit verbreitet. Zudem spielte bei dieser Technologie das Alter des Baumes keine Rolle für die spätere Verwendung. Der Stuhl wurde nach dem Bausatzprinzip in Einzelteilen als flaches Paket in alle Welt ausgeliefert und erst vor Ort montiert. Neu war ebenfalls die Verbindung der gebogenen Teile durch Verschraubungen und nicht wie sonst üblich durch Leim. Thonet nahm so auch das IKEA-Prinzip vorweg.

Ein ganz anderer Visionär seiner Zeit war Marcel Breuer, einer der Hauptakteure des Bauhauses in Dessau. Er gilt als der Schöpfer der legendären Stahlrohrmöbel, deren bekanntester Klassiker der 1925 entworfene Stahlclubsessel „B3“ ist, der erst in den 1960er-Jahren den Beinamen „Wassily“ erhielt und bis heute produziert wird. Technologisch und auch unter gesellschaftspolitischen Aspekten nach wie vor ein genialer Entwurf – in Bezug auf seinen eigentlichen Verwendungszweck aber als Flop zu bezeichnen.

Der Hintergrund dazu liegt in der Vision des Bauhauses begründet. Während seiner Gründungszeit im Jahre 1919 waren große gesellschaftliche Umbrüche an der Tagesordnung. Durch die Industrialisierung wurde die Landflucht der Arbeiter gefördert und eine neue Form von Armut Alltag. Die Bauhäusler waren geleitet von der Utopie, diese neue Welt mit Zuversicht und Visionen in eine

neue Ära zu führen. Interessanterweise wurde ihnen die Kathedrale des Mittelalters wieder zum Leitbild. Sie versuchten, Künste, Bildhauerei, Malerei, Kunstgewerbe und Handwerk zu einer neuen Baukunst zu vereinen.

Ihr Ansatz war die Demokratisierung des Alltags und sie wollten mit ihren innovativen Produkt- und Möbelentwürfen das bescheidene Leben der Bevölkerung verbessern. Aber die Bevölkerung hatte weder das innere Bedürfnis noch die nötigen finanziellen Mittel, sich mit Bauhausprodukten einzurichten.

Dennoch waren und sind Marcel Breuers Möbelentwürfe produktgewordene Visionen. Die Entmaterialisierung der Möbel, bis man als Endziel auf Luft sitzen sollte. Auch die Thonet-Buchholzmöbel, sowie die neuen Sitze aus Metall für Autos, Traktoren und Flugzeuge inspirierten Marcel Breuer zu seinen Entwürfen. Als er 1925 zum Jungmeister und Leiter der Möbelwerkstatt am Bauhaus Dessau ernannt wurde, entwarf er im selben Jahr in Kooperation mit den in Dessau ansässigen Junkers Flugzeugwerken seine ersten Stahlrohrmöbel. Sein Trick bestand darin, die Stahlrohre mit Sand zu füllen, so dass man sie biegen konnte, ohne sie zu knicken. Nach seiner Philosophie sollten Produkte idealerweise aus möglichst gleichartigen, nur geringfügig variierenden Einzelteilen zusammengefügt sein. Wobei er das konstruktive Prinzip – beispielsweise die sichtbaren Schraubenverbindungen – als formales Element hervorgehoben und nicht versteckt haben wollte.

Ein völlig anderes Produkt – noch oder schon auf dem Weg in den Himmel der Klassiker – ist der erst im Herbst 2009 auf den Markt gekommene Tischventilator „Air Multiplier“ des Briten James Dyson, eines neuzeitlichen Visionärs, der sich mittels Erfindergeist, Willensstärke und Zuversicht durch seine beutellosen Staubsaugermodelle einen Namen machte.

1980 meldete er dazu sein erstes Patent an. Nachdem er 5.127 Prototypen entworfen hatte, baute er schließlich 1983 sein erstes beutellostes Staubsaugermodell, das 1991 durch eine Auszeichnung für die Japaner zum Statussymbol wurde. Die Lizenzgelder für dieses Produkt erlaubten es Dyson, im Juni 1993 endlich sein eigenes Unternehmen mit Entwicklungsabteilung und Produktion zu gründen.

Der von ihm entworfene Tischventilator funktioniert nach einem neuartigen Prinzip – ohne sichtbare Rotorflügel. Das hat eine völlig neue Formsprache ermöglicht, die Dyson so archetypisch reduziert, dass man sie sich nur noch schwer anders vorstellen

kann. Und das, obwohl wir gelernt haben, dass Ventilatoren immer Propeller haben, die sie wie einstige Flugzeugantriebe aussehen lassen. Diese Form von formaler Selbstverständlichkeit, gepaart mit den ganz neuen funktionalen Errungenschaften und der ikonographischen Gestaltung, reservierte dem Produkt bereits bei seiner Markteinführung den Klassikerstatus.

Aufgrund der Digitalisierung und der damit verbundenen neuen technologischen Möglichkeiten findet einen Großteil der heutigen Innovationen im Bereich der Bits and Bytes, der Benutzeroberflächen und der Dialogstrukturen von Produkten statt.

Bereits Anfang der 2000er-Jahre hatte der Apple-CEO Steve Jobs die Idee, einen Multi-Touch-Bildschirm zu entwickeln, auf dem man wie auf einer Computertastatur tippen konnte. Dieser Bildschirm war ursprünglich für ein Tablet gedacht, Jobs entschied sich jedoch, ihn zuerst in ein Telefon einzubauen. 2004 begann Apple also unter dem Codenamen „Project Purple“ mit der Entwicklung des iPhones, das dann 2007 erstmals der staunenden Öffentlichkeit vorgestellt wurde.

Sicherlich wird auch die ikonographische Form dieses Produkts einen Platz im Klassiker-Himmel finden – viel interessanter ist aber die Gestaltung seiner äußerst funktionellen, intuitiv zu bedienenden Benutzeroberfläche: Die virtuelle Tastatur wird nur bei Bedarf eingeblendet, wodurch auf dem Bildschirm mehr Platz für Inhalte bleibt. Das Drehen und Vergrößern von Bildern mittels zweier sich voneinander wegbewegender Finger ist uns inzwischen schon in Fleisch und Blut übergegangen.

Diese Handhabungs-Idee war so genial, dass sie innerhalb weniger Jahre von nahezu allen Konkurrenten übernommen wurde und nunmehr bei elektronischen Geräte jeder Art Standard geworden ist oder noch werden wird.

Ein Fazit? Schwierig. Das Design der Produkte ist ein Spiegel unserer Kultur. Wenn sich unsere Kultur ändert, weiterentwickelt, müssen sich auch die Produkte ändern. Zu Beginn der Industrialisierung vollzogen sich die Innovationen im handwerklich-technischen Bereich, dann kamen die soziale und die politische Komponente hinzu. Heutige Innovationen liegen oftmals im Bereich der intelligenten Benutzerführung und der Interaktion. Damit wird auch der Begriff „Klassiker“ eine neue Bedeutung erhalten. Was ein Produkt auf dem langen Weg zur Ikone aber weiterhin begleiten wird, sind mutige, visionäre unternehmerische Entscheidungen – und die Angst vor dem Scheitern.