

Red Dot Design Museum Essen

Gelsenkirchener Str. 181
45309 Essen
+49 201 30104-60
museum@red-dot.de
www.red-dot-design-museum.de

Öffnungszeiten

Di-So: 11-18 Uhr (in den NRW-
Schulferien auch montags geöffnet)
Letzter Eintritt: 17 Uhr
Freitags: Pay What You Want
Aktuelle Hinweise auf
www.red-dot-design-museum.de

Individuelle Führungsbuchung

telefonisch unter +49 201 30104-60

Weitere Informationen zu allen ausgestellten Produkten
finden Sie auf www.red-dot.org

Cover Foto

FELISSIMO 500
Farbstifte
FELISSIMO, Japan
In-house Design: Kazuhiko Yazaki
Design: monogoto (Marie Uno), USA
Poppie Pack, Australien
Red Dot: Best of the Best 2019

MILESTONES IN CONTEMPORARY DESIGN 2019

DESIGN ON STAGE 2019





Bei vielen Exponaten der Ausstellung ist Anfassen und Ausprobieren ausdrücklich erlaubt.

Design on Stage 2019

Von Australien über Mexiko bis nach Vietnam – ausgezeichnete Produkte aus 49 Ländern sind ein Jahr lang zu Gast im Red Dot Design Museum. Die rund 1.800 Exponate, allesamt ausgezeichnet im Red Dot Award: Product Design 2019, stammen aus allen Lebensbereichen. Verteilt über fünf Etagen bietet die Ausstellung Besucherinnen und Besuchern einen umfassenden Überblick über aktuelle Trends und Entwicklungen im Produktdesign.

Neben den aktuellen Preisträgern sind zudem Sonderpräsentationen der Firmen Grohe und Kaldewei, Installationen der Firmen Lenovo, Dark, Audi und AutoGyro sowie einige Siegerprodukte der vergangenen Jahre zu sehen.

Milestones in Contemporary Design 2019

Die Ausstellung in der White Hall präsentiert die 80 besten Produkte des Jahres 2019 – die derzeitigen Meilensteine im internationalen Produktdesign. Sie erfüllen die vier Qualitäten guten Designs, die Qualität der Funktion, des Gebrauchs, der Verführung und der Verantwortung. Diese Produkte setzen neue Standards in ihrer jeweiligen Branche und heben sich durch ihre Innovationskraft und ihre Gestaltung in funktionaler und ästhetischer Hinsicht klar vom Wettbewerb ab. Bei jedem Produkt werden diese vier Qualitäten anhand einer Infografik anschaulich gemacht.



Arpino OXS Design Line
Stadtmöbiliar
Arpino, Angola/Portugal
In-house Design
Red Dot: Best of the Best 2019

Was macht gutes Design aus?

Es gab und gibt viele verschiedene Ansätze, gutes Design zu definieren. Sie alle haben ihre Stärken und Schwächen. Letztlich ist gutes Design vielschichtig – ein Produkt sollte auf mehreren Ebenen überzeugen können. Dafür muss es die folgenden vier Qualitäten guten Designs in sich vereinen:

- » Die Qualität der Funktion
- » Die Qualität der Verführung
- » Die Qualität der Verantwortung
- » Die Qualität des Gebrauchs

Diese Qualitäten sind bei jedem Produkt unterschiedlich stark ausgebildet. Keiner dieser vier Aspekte darf jedoch ganz fehlen.

ALPHA Series (XQG100-P1DL)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Funktion									
Verführung									
Verantwortung									
Gebrauch									



ALPHA Series (XQG100-P1DL)
Waschmaschine
Panasonic Appliances Washing
Machine, China
In-house Design:
Panasonic Design Center
Design: Studio F. A. Porsche, Österreich
Red Dot: Best of the Best 2019

Die Qualität der Funktion

Zu Beginn der Produktentwicklung steht die Frage: Wie kann ein bestimmter Zweck zum Ding werden? Welche Form ergibt sich aus dem Zweck, welche Technik, welches Material eignet sich hierfür besonders? Aus den Antworten auf diese Fragen entsteht ein funktionierendes Produkt. Allerdings lässt sich nicht alles, was funktional ist, auch gut gebrauchen.

Ein Beispiel für die Qualität der Funktion ist die Philips X-treme-Ultinon gen2 LED, die mit ihrer durchdachten Funktionalität und hohen Kompatibilität ein unkompliziertes Nachrüsten von LED-Lampen bei Fahrzeugen ohne LED-Leuchten ermöglicht. Die Scheinwerferlampen arbeiten dabei mit einer optimierten Lichtfarbe und erzeugen einen intensiven, neutralweißen Lichtstrahl für mehr Sicherheit und Fahrkomfort, gerade auch bei Nacht.



Philips X-tremeUltinon gen2 LED retrofit
LED-Fahrzeugbeleuchtung
Lumileds, Frankreich
Design: Signify Design Team, China;
Philips Design, Niederlande
Red Dot: Best of the Best 2019

Die Qualität der Verführung

„Hässlichkeit verkauft sich schlecht“ wusste schon der französisch-amerikanische Designer Raymond Loewy (1893–1986), der als einer der Pioniere des Produktdesigns gilt. Zu den funktionalen Designaspekten tritt die ästhetische Qualität hinzu, die nicht in erster Linie am Nutzen und Gebrauch einer Sache orientiert ist, sondern auf dem Streben nach dem Schönen beruht.

Ein Beispiel für ein Produkt, bei dem die Qualität der Verführung deutlich sichtbar wird, ist der Hyundai Robot YL012. Dieser Arbeitsroboter ist alles andere als rein funktional gestaltet. Seine fließende Formensprache verleiht ihm eine lebendige Anmutung, nimmt Berührungssängste und weckt Sympathien.



Hyundai Robot YL012
Kollaborativer Roboter
Hyundai Robotics, Südkorea
In-house Design
Design: Hyundai Heavy Industries,
Südkorea
Red Dot: Best of the Best 2019

Die Qualität des Gebrauchs

„Gutes Design macht ein Produkt brauchbar“ – so lautet eine der zehn Thesen für gutes Design des deutschen Industriedesigners Dieter Rams (*1932), der vor allem als Braun-Chefdesigner Welt-ruhm erlangte. Die Qualität des Gebrauchs scheint auf den ersten Blick eng mit der Qualität der Funktion verknüpft, meint jedoch etwas anderes: Es gibt Dinge, die für sich genommen hervor-ragend funktionieren, aber nur schlecht zu gebrauchen sind. Je leichter sich ein Produkt bedienen – das heißt gebrauchen – lässt, desto größer ist der Nutzen für den Anwender.

Faszinierend im Gebrauch ist der Teslasuit – im Prinzip eine Ganz-körperschnittstelle zwischen Nutzer und digitaler Umgebung, die ein Höchstmaß an Bewegungsfreiheit bietet. Der Anzug integriert die anspruchsvolle Technologie perfekt und weckt beim Nutzer das Gefühl, mit der digitalen Realität zu verschmelzen.



Teslasuit
Haptischer Ganzkörperanzug
VR Electronics, Großbritannien
In-house Design
Red Dot: Best of the Best 2019

Die Qualität der Verantwortung

Kann Design die Lebensqualität auf eine verantwortungsvolle Art steigern? Schon angesichts des Klima- und des demografischen Wandels ist die Qualität der Verantwortung heute wichtiger denn je. Denn mit der Gestaltung eines Produkts geht immer auch eine Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt einher. Unternehmen und Designer können schon im Vorfeld einer Produktent-wicklung überlegen, wie sie es nachhaltiger und langlebiger und so umweltverträglicher gestalten und produzieren können.

Die Cranio-Orthese Talee dient der Therapie kindlicher Schädel-deformationen und bietet dank Nutzung von 3D-Technologie die Möglichkeit einer individuellen Anpassung. Durch ihre freundliche, kindgerechte Gestaltung wirkt sie zudem einer Stigmatisierung der Kinder entgegen.



Talee
Cranio-Orthese
Invent Medical Group,
Tschechische Republik
In-house Design
Red Dot: Best of the Best 2019

Form follows function

Das Designprinzip „form follows function“ wurde zu Beginn des 20. Jahrhunderts von dem US-amerikanischen Architekten Louis Henry Sullivan (1856–1924) geprägt und später zum Glaubenssatz vieler Designergenerationen. Verstanden wird darunter, dass sich beim Design von Produkten die zweckmäßige und bestmögliche Form zwangsläufig aus ihrer Funktion heraus ergibt. Der naheliegende Schluss ist, dass unter diesem Leitsatz sehr reduzierte, sachliche – eben rein funktionale – Produkte entstehen. Sullivan selbst jedoch vertrat die Ansicht, dass auch zusätzliche Elemente wie Ornamente an einem Gebäude eine Funktion erfüllen könnten, etwa, indem sie es besonders repräsentativ machten.

TE 60-A36

Akku-Kombihammer
Hilti Corporation,
Liechtenstein
In-house Design
Design: Matuschek Design &
Management, Deutschland
Red Dot 2019



Form follows emotion

„Form follows emotion“ ist ein Gestaltungsansatz, der vom deutsch-US-amerikanischen Designer Hartmut Esslinger (*1944), dem Gründer von frogdesign, formuliert wurde. Esslinger kritisierte in den 1980er Jahren die noch junge Hightech-Industrie dafür, dass ihre Produkte für den Massenmarkt wie rein technische Instrumente aussähen. Er wiederum wollte, dass der Anblick, vor allem aber der Gebrauch solcher Produkte zu einem emotionalen, sinnlich aufgeladenen Vorgang wird. Esslingers Ziel war es, das Verhältnis von Menschen und Geräten mitzuformen und ihnen dadurch den Zugang zu technischen Produkten zu erleichtern.

Prime X299-Deluxe II

Motherboard
ASUSTeK Computer, Taiwan
In-house Design
Red Dot 2019



Qualitätsfaktoren im Design

Die dominante Form

Eine markante Formgebung verleiht Produkten einen hohen Wiedererkennungswert. Solche Produkte stechen aus der Masse heraus und prägen sich in unser Gedächtnis ein. Ikonische Formen verhelfen Produkten dazu, zu Designklassikern zu werden, die sich manchmal über Jahrzehnte hinweg am Markt halten können. Wahre Qualität in der Form ist zeitlos.



Infinissima
Kapsel-Kaffeemaschine
Nescafé Dolce Gusto, Schweiz
Design: Multiple, Schweiz
Red Dot 2019

Die Ausführung

Eine besonders präzise und sorgfältige Herstellung offenbart sich Menschen oft erst im Gebrauch. Solche Produkte erfüllen Erwartungen, von denen der Käufer nicht einmal wusste, dass er sie hatte. Die Qualität wird zum Erlebnis. Allerdings hat solche Qualität auch ihren Preis: Die letzten zehn Prozent Qualitätszuwachs können die Herstellungskosten noch einmal verdoppeln.



Joewell SPM Black
Haarschneideschere
Tokosha, Japan
In-house Design
Red Dot 2019

Neue und intelligente Materialien

Materialien sind eine wichtige Inspirationsquelle für die Entwicklung innovativer Produkte. Hierunter fallen nicht nur neue Materialien im engeren Sinne, sondern auch neue Technologien oder neue Möglichkeiten der Bearbeitung und Produktion. Sie sind einer der stärksten Innovationstreiber im Produktdesign, denn sie ermöglichen sowohl die Schöpfung völlig neuer Produkte als auch die stetige Verbesserung existierender Gegenstände.



Steelworks

Fahrradrahmen aus Stahl
thyssenkrupp Steel Europe,
Deutschland
In-house Design
Red Dot: Best of the Best 2019

Markenaufbau mittels Design

Apple ist eines der Paradebeispiele dafür, wie sehr Design alle Bereiche eines Unternehmens durchdringen und dieses formen und erfolgreich machen kann. Hardware, Software, Brand und Corporate Design, Anzeigenkampagnen, Services, Packaging und Retaildesign – selbst die Inszenierung der eigenen Person bei den Produktpräsentationen waren zur Zeit von Steve Jobs (1955–2011) bis ins letzte Detail durchgestaltet. Damit demonstriert das Beispiel Apple, dass Design, richtig verstanden, ein Qualitätsschaffender Faktor in Produktentwicklung und Unternehmenskommunikation ist.



Mac mini

Apple, USA
In-house Design
Red Dot 2019