



# machen

ZWÖLF GESPRÄCHE ÜBER DAS PRODUKTDESIGN-STUDIUM IN WEIMAR

Bauhaus-  
Universität  
Weimar

## MACHEN.

INTRO

CARLOTTA WERNER

LEONHARD OSCHÜTZ

NILS VOLKMANN

CHRISTOPH THETARD

45 KILO

WASSILIJ GROD

LAURA STRABER

KARSTEN GUTH

PHILIPP BELZ

CHRISTIAN KRÜGER/  
PAUL WINKLER

CHRISTIAN GUDER

HELENE STEINER/  
PETER SCHWARTZ

IMPRESSUM

AN DIE AUTOREN

3 INTRO

NEU MACHEN. BESSER MACHEN.  
GEDANKEN MACHEN. SINN MACHEN.  
FEHLER MACHEN. KARRIERE MACHEN.  
WEITER MACHEN. EINFACHER MACHEN.  
EINFACH: MACHEN! – LEICHT GESAGT.

Produktgestalter sind Macher. Sie sind Handwerker, Ingenieure, Planer und Denker, Soziologen, Philosophen und nicht zuletzt Künstler. Und Produktdesigner sind alles ein bisschen zur gleichen Zeit. Mit ihrer Fähigkeit, Zusammenhänge disziplinübergreifend zu verstehen, sind sie in der Lage, die Probleme unserer Welt nicht nur theoretisch zu erörtern, sondern auch praktische Lösungsvorschläge für den Gebrauch anzubieten.

Designer oder Designerin zu werden oder unter gegenwärtigen Voraussetzungen zu sein, erfordert kooperative Arbeitsweisen, offene Menschen, die gegenseitigen Konsens suchen, aber gleichzeitig Persönlichkeiten, die in der Lage sind, Position zu beziehen.

Da wir das Produktdesign-Studium in Weimar als aktiven Prozess der Selbstbestimmung als Gestalter verstehen, sehen wir uns als Vertreter des Studiengangs mit der Herausforderung konfrontiert, ein Umfeld zu bieten, in dem sich unter Berücksichtigung des permanent im Wandel befindlichen Verständnisses von Design zukunftsfähige Gestalterpersönlichkeiten entwickeln können. Doch welche Kompetenzen, Fähigkeiten und Eigenschaften erworben werden müssen, damit Absolventen erfolgreich berufstätig sein können und langfristig in der Lage sind, dem stetigen Wandel mit zukunftsfähigen Konzepten zu begegnen, lautet fortwährend unsere Frage. Wir denken, dass sie nur durch einen offenen und lebendigen Diskurs zu beantworten ist, der schließlich auch Ausgangspunkt für diese Broschüre sein soll.

Wir wollen die Ergebnisse unserer Arbeit zeigen, anders jedoch als üblich. Weil sich für uns das Resultat der Lehre am deutlichsten in der Entwicklung der Studierenden zeigt, soll in diesem Heft weniger eine lose Auswahl einzelner Entwürfe als vielmehr das Porträt individueller Persönlichkeiten im Fokus stehen:



WENN WIR AN DER BAUHAUS-UNIVERSITÄT HEUTE VON PRODUKTDESIGN SPRECHEN, MEINEN WIR WENIGER «DESIGNTE» PRODUKTE, SONDERN VIELMEHR EINE ZUGRUNDE LIEGENDE STRATEGIE, KOMPLEXE AUFGABENSTELLUNGEN HINSICHTLICH GESTALTERISCHER KRITERIEN ZU LÖSEN – AUF METHODISCHE, INTUITIVE, VORAUSSCHAUENDE, NACHHALTIGE UND VOR ALLEM ABER INDIVIDUELLE ART UND WEISE.

PRODUKTDESIGN IST FÜR UNS EINE ART, SICH SEINEN EIGENEN KOPF ZU MACHEN UND PRODUKTIV PROBLEME ZU LÖSEN.

➤ Auf welche Art und Weise nutzen die angehenden Designer die Freiheiten, die ihnen ihr Studium bietet? Welche individuellen Strategien und Arbeitsweisen verfolgen sie bei der Umsetzung ihrer Visionen? Und vor allem: Wie interpretieren sie für sich den Beruf des Produktdesigners? Wir glauben, dass die Darstellung von Projekt- und Diplomarbeiten erst dann Relevanz erhält, wenn man sie im Kontext individueller Arbeitsweise zeigt. Dass unsere Darstellung deshalb von den Studierenden ausgeht und nicht von einem theoretischen Lehrkonzept, ist schließlich konsequent – ist es doch die Gestalterpersönlichkeit, die das «Weimarer Modell» in einer ganz individuellen Interpretation mit Leben füllt. Nur durch sie wird offenbar, dass Zweifeln und Experimentieren genauso zum Studium gehören, wie pragmatisches Handeln, dass Erfolge nicht vorprogrammiert sind, aber auch keine Eintagsfliegen sein müssen, wenn man stetig daran arbeitet.

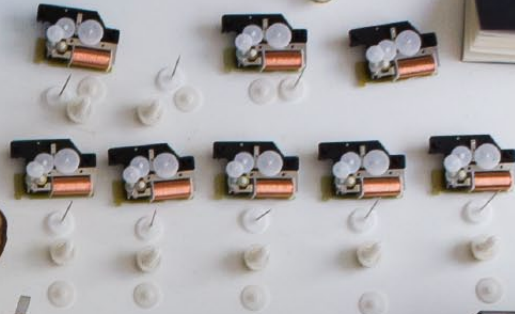
In den folgenden Interviews zeigen wir, dass Kritik- und Reflexionsvermögen und Offenheit gegenüber stetigen Veränderungen gepaart mit den Erkenntnissen aus eigenen Experimenten bei der praktischen Arbeit die Schlüssel zu erfolgreichem Design und für die Studierenden darüber hinaus Anlass zur Suche nach ihrer individuellen Position sind. Sie beziehen Stellung und formulieren ihren eigenen Designbegriff und dessen normative Kriterien anhand ihrer Arbeit.

Bei aller Ernsthaftigkeit zeigen wir aber auch, dass das Studium am Ende Spaß machen muss und Weimar auch dafür der denkbar beste Ort ist.

Das vorliegende Heft liefert schließlich ein spannendes und treffendes Bild vom Entwurf in Lehre und Praxis. Unser Berufsfeld wird nicht mit leeren Phrasen beschönt, sondern markant und selbstbewusst durchdacht.

Die Redaktion







|| LAURA STRABER

... DASS ES EIGENTLICH IM  
STUDIUM AUCH DARUM GEHT,  
EINE PERSÖNLICHKEIT WEITERZU-  
BILDEN. DAS IST ETWAS  
SEHR ABSTRAKTES ...

**LAURA, WAS IST DAS FÜR EIN  
GEFÜHL, AUS EINER SELBST ENT-  
WORFENEN UND PRODUZIERTEN  
TASSE ZU TRINKEN?**

Das ist ein schönes Gefühl, na klar. Die Becher des Services benutze ich auch zu Hause. Tatsächlich erfreue ich mich wirklich daran und denke nicht wie bei anderen Sachen: «Oh, hätte ich es an der Ecke vielleicht doch ein bisschen anders gemacht.»

**DU HAST WÄHREND DES STUDI-  
UMS BEGONNEN, DICH FÜR POR-  
ZELLAN ZU INTERESSIEREN UND  
BIST DABEI GEBLIEBEN. WANN  
HAT DAS EIGENTLICH ANGEFAN-  
GEN UND WIE HAST DU DAS MA-  
TERIAL FÜR DICH ENTDECKT?**

2005 habe ich angefangen, mit dem Material zu arbeiten, als ich zum Austausch am «Pratt Institute» in New York war. Dort hatte ich einen Kurs belegt, in dem es um Keramik ging. Bis dahin war ich an der Uni in Weimar auch ein bisschen verloren. Ich hatte nicht so ganz für mich entdeckt, was ich eigentlich für meinen späteren Werdegang aus dem Studium herausziehen soll. Das hat mir dann grundsätzlich diese New York-Erfahrung gezeigt. Als ich zurückkam, habe ich weiter mit Porzellan gearbeitet, weil mir das Material und vor allem der Arbeitsprozess sehr gut gefallen haben.

LAURA STRABER ARBEITET SEIT 2006 ALS PORZELLANGESTAL-  
TERIN, UNTER ANDEREM AUCH IN KOOPERATION MIT MILIA  
SEYPPPEL UNTER DEM PSEUDONYM FRENCHKNICKER.  
2008 SCHLOSS SIE IHR DIPLOM AN DER BAUHAUS-UNIVERSITÄT  
AB UND BETREIBT SEITHER IHR EIGENES STUDIO IN WEIMAR.







DU SAGST, DASS DU MIT DEINEN ENTWÜRFEN LIEBHABERSTÜCKE SCHAFFEN MÖCHTEST. WIE KANN MAN DIESES POTENZIAL IN EINEM PRODUKT ANLEGEN?

Es ist wichtig, immer ein Stück eigene Persönlichkeit hineinzulegen. Wenn dann die Produkte zusätzlich noch einen eigenen Charakter haben und vielleicht auch ein wenig herausstechen, dann passiert es ganz automatisch, dass sich nur die Personen dafür entscheiden, die diese Geschichte darin auch sehen. Und diese Leute möchten sich dann auch nicht wieder so schnell davon trennen, sondern die Produkte in ihr Leben integrieren, weil sie auch etwas persönlich damit verbinden. Dadurch entstehen Liebhaberstücke. Es ist aber auch ein Unterschied, über welche Art von Produkten man redet. Das Material Porzellan bringt selbst schon einen gewissen Wert mit sich und wenn man diesen richtig ausschöpft und darstellt, dann ist man schon sehr weit auf dem Weg zum Liebhaberstück.

VIELE DEINER PRODUKTE SIND MITTLERWEILE IN PRODUKTION. WAS BRAUCHT EIN PRODUKT ÜBER DIE ANGESPROCHENEN QUALITÄTEN HINAUS, UM SICH AUCH AM MARKT BEHAUPTEN ZU KÖNNEN.

Das ist eine schwierige Frage. Fest angestellte Designer von Firmen, die eine Designabteilung haben, sind viel näher dran am tatsächlichen Marketing, weil Entscheidungen meist gemeinsam mit dem Marketing gefällt werden. Wenn man aber als Autoredesigner allein arbeitet, dann ist natürlich das spätere Marketing und die Frage, ob sich das Produkt millionenfach oder nur zehnmals verkauft, nicht ganz so im Vordergrund, auch wenn ich versuche, das immer mit einzubeziehen.

IRGENDWIE TUN DESIGNER GERNE SO, ALS OB SIE SICH ÜBER MARKETING UND SELBSTVERMARKTUNG KEINE GEDANKEN MACHEN WÜRDEN ODER BRÄUCHTEN – ABER NATÜRLICH MÜSSEN DESIGNER DAS.

Aber es ist tatsächlich so, dass ich bei manchen Produkten selbst überrascht bin, dass sie so gut laufen. Bei anderen Produkten wiederum hatte ich ein bisschen ein Gefühl dafür. Und dann ist da noch die Frage, welche Firma dein Produkt letztendlich unter

>

DEIN ENTWURF EINER MÜSLISCHALE › SPLIT MILK BOWL › GIBT ES MITTLERWEILE AUS SILIKON FÜR \$ 12,95 IM MOMA-STORE UND BEI AMAZON. HAST DU DIR SCHON MAL DIE KUNDEN-BEWERTUNGEN DURCHGELESEN? › EVERY CEREAL EATER NEEDS ONE OF THESE! › [...] › MY BOYFRIEND IS A CEREAL FANATIC AND HE LOVES THIS BOWL!! THINKING OF ORDERING TWO MORE SO HE CAN USE IT FOR THREE MEALS A DAY! ›

IST ES SCHWIERIG GEWORDEN, DEN KUNDEN UND PRODUZENTEN DIE QUALITÄT VON PORZELLAN ZU VERMITTELN?

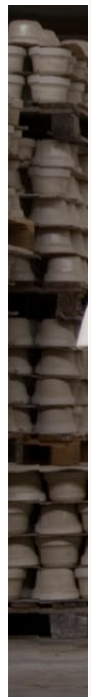
> Vertrag nimmt. Sprich, in welcher Qualität machen sie es und an welche Händler und Läden wenden sie sich? Das beeinflusst das Ganze natürlich enorm und man muss sich genau überlegen, mit wem man welches Produkt am Markt platziert.

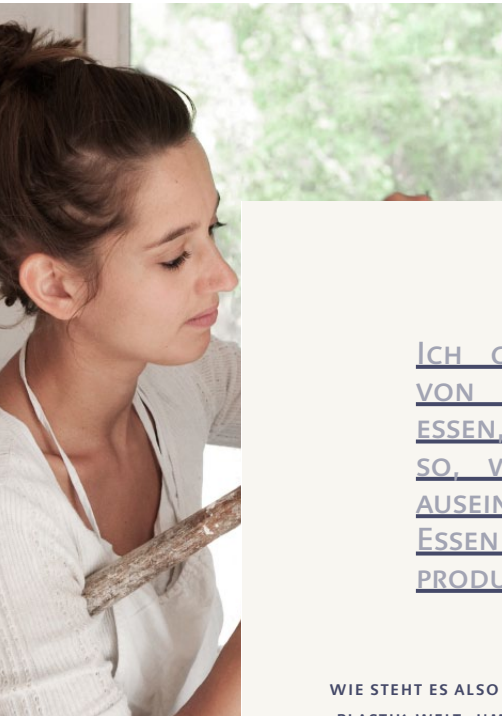
Das klingt ganz großartig. Die Schale ist ein Produkt, bei dem es Milia [Seyppe], Anm. d. Red.] und mich sehr überrascht hat, dass sie so gut ankommt. Der ursprüngliche Entwurf war ja in Porzellan und wir haben uns lange gestraubt, ihn in Silikon zu fertigen. Mittlerweile ist das Produkt unser Bestseller. Im Endeffekt könnte man fast schon sagen, dass die Schale unsere Miete zahlt. Offenbar ist dieses Bild so stark, dass es darüber hinwegtäuscht, dass die Produktion vielleicht nicht hundertprozentig perfekt gearbeitet hat. Aber es läuft gut und verkauft sich. Besser so, als anders herum.

›THE BEST CEREAL BOWL EVER! MY SON WHO EATS 5 BOXES A WEEK SAYS IT MAKES HIS BREAKFAST MORE FUN!›

Den Produzenten nicht, die wissen um die Qualität von Porzellan. Den Kunden ja, vor allem, weil der Preis vermeintlich hoch ist. Aber da gelangt man wieder zum Liebhaberstück. Möglicherweise steckt in alledem sogar die Frage nach Nachhaltigkeit, denn wenn man sich etwas Neues anschafft, dann sollte man davon ausgehen, dass man mit diesem Produkt ein Stück Lebenszeit verbringt und dann finde ich, ist es durchaus richtig, darüber nachzudenken, wie das Ganze aussieht, ob es funktioniert, ob es ergonomisch ist, ob es in den Schrank passt, ob man davon auch alles essen kann, was man essen will. Auf diese Weise kann man also durchaus dafür

>





ICH GLAUBE, DASS DER WUNSCH, VON SCHÖNEM GESCHIRR ZU ESSEN, WIEDER ZUNIMMT, GENAUSO, WIE WIR UNS MEHR DAMIT AUSEINANDERSETZEN, WO UNSER ESSEN HERKOMMT, WIE ES

WIE STEHT ES ALSO IN UNSERER «PLASTIK-WELT» UM DAS GUTE ALTE PORZELLAN UND DIE WERTE, DIE DAMIT VERBUNDEN SIND?

> argumentieren, zum teureren Porzellan zu greifen, anstatt zum billigeren, nicht ganz so hochwertig hergestellten Geschirr oder zu Kunststoff.

Ich glaube, dass sich die Käuferschaft verändert hat, wie sich auch die Gesellschaft kontinuierlich verändert. Früher war Porzellan etwas, das man nur sonntags heraus geholt hat, einfach ein Status-Symbol. Das ist mittlerweile nicht mehr so, weil Porzellan günstiger geworden ist. Und das ist eigentlich auch gut, weil man es sich deshalb leisten kann. Der Wunsch aber, von schönem Geschirr zu essen, nimmt wieder zu, genauso wie wir uns mehr damit auseinandersetzen, wo unser Essen herkommt und wie es produziert wird. Man kann durch diese Entwicklung auch gewinnen, muss sie aber zu nutzen wissen oder vielleicht auch unterstützen wollen.

BIST DU GLÜCKLICH MIT DEINEM SCHWERPUNKT ODER HAST DU MANCHMAL DAS GEFÜHL, DASS DEINE SPEZIALISIERUNG EINER BREITEREN BETÄTIGUNG ALS DESIGNERIN IM WEGE STEHT?

Meine Strategie ist ja, etwas zu entwerfen und auf einer Messe zu zeigen oder einer Firma zu schicken. Wenn ich mit einer Firma zusammenarbeite, die nicht nur Porzellan macht und ich dort etwas aus Holz, Blech oder Kunststoff vorstelle, dann sagen die nicht von vornherein, dass das nicht zu Laura Straßer passt, sondern sind offen dafür. Man sieht dann schon eher meine eigentliche Handschrift. Das bedeutet, dass ich mir diese Einschränkung mit dem Porzellan selbst auferlege und nicht die Leute, mit denen ich zusammenarbeite. Außerdem kommt dazu, dass ich nicht als Porzellan-designerin ausgebildet bin. Es gibt für mich aufgrund der vermeintlichen Veranlagung durch mein Studium eigentlich mehr Wege. Was die Frage der Bestätigung

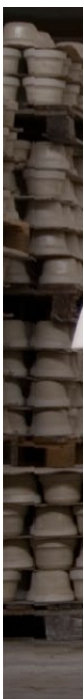
> betrifft, so glaube ich, dass jeder Mensch Dinge tut, um Feedback von seiner Umwelt zu bekommen. Wir sind soziale Wesen. Das Feedback, das ich bekomme, macht mich glücklich und reicht mir aktuell auf jeden Fall.

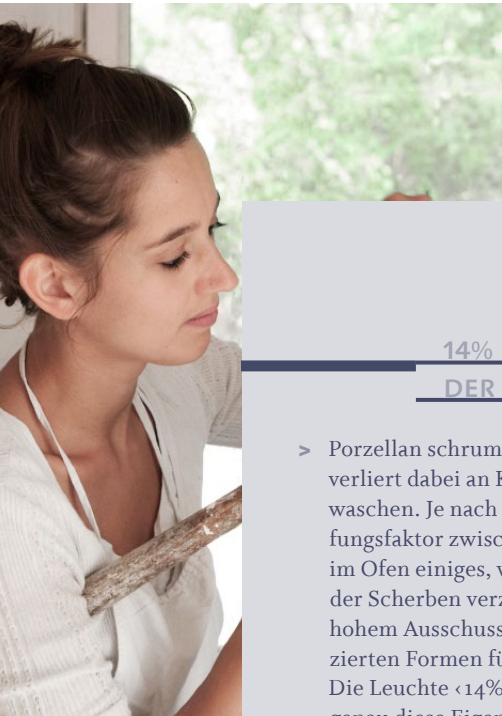
DAS HEIßT, DASS DEINE SPEZIALISIERUNG EINERSEITS AUS DER LEIDENSCHAFT FÜR DIESES MATERIAL ENTSTANDEN IST, DU SIE ANDERERSEITS ABER JETZT AUCH ALS MARKETINGINSTRUMENT AUFBAUST, UM MIT DEINER EIGENEN HANDSCHRIFT GESEHEN ZU WERDEN.

Absolut. Ich werde meist von Magazinen, Vereinen und Museen als die Künstlerin gesehen, die mit Porzellan arbeitet. Das heißt, dass ich dann auch gefragt werde, ob ich etwas Neues in Porzellan habe, was ich dazu beisteuern kann. Irgendwie tun Designer gerne so, als ob sie sich über Marketing und Selbstvermarktung keine Gedanken machen würden oder bräuchten – aber natürlich müssen Designer das. Ich weiß, dass diese Nische und dieses Alleinstellungsmerkmal, die ich mir erarbeitet habe, durchaus hilfreich sind und dass es auch wichtig ist, dies zu bewahren und auch zu pflegen.

DU WARST WÄHREND DEINES STUDIUMS UND DARÜBER HINAUS AN VIELEN ERFOLGREICHEN INITIATIVEN BETEILIGT. MAN BEKOMMT FAST DEN EINDRUCK, DASS DU MIT DER IN WEIMAR BETONT FREIEN ARBEITSSTRUKTUR NIE PROBLEME HATTEST. GAB ES DENNOCH MOMENTE IM STUDIUM, WO DU DAMIT GEHADERT HAST, WO ES DICH WOMÖGLICH HINFÜHREN WIRD?

Ja! Wie gesagt, das, was mir im Studium vermittelt werden sollte, war mir die ersten fünf Semester nicht klar. Ganz ehrlich. Mit dem Abstand von New York aus nach Weimar zu blicken – da habe ich eigentlich erst realisiert, worum es hier geht und konnte dies als Chance für mich nutzen. Ich hatte so gesehen eine ziemlich lange Leitung. Womit ich rückblickend vielleicht noch Schwierigkeiten hatte, war, dass ich mir manchmal eingebildet habe, mir würde das nötige Rüstzeug fehlen. Wobei das vielleicht auch eine Erfahrung ist, durch die jeder Designer während seiner Ausbildung gehen muss. Man fragt sich, wie man mit all dem später Geld verdienen soll, aber eigentlich geht es im Studium auch darum, eine Persönlichkeit weiterzubilden. Das ist etwas sehr Abstraktes, was man am Anfang des Studiums noch nicht begreifen kann. Und das kommt auch erst mit der Zeit.





## 14% – DIE REPRODUKTION DER REPRODUKTION DER REPRODUKTION

- > Porzellan schrumpft im heißen Glasurbrand und verliert dabei an Kontur, wird regelrecht weich gewaschen. Je nach Porzellanmasse liegt der Schrumpfungsfaktor zwischen 13%–16%. Und dabei geschieht im Ofen einiges, was nicht immer vorhersehbar ist: der Scherben verzieht sich, kann reißen. Das kann zu hohem Ausschuss von Porzellanen gerade bei komplizierten Formen führen.

Die Leuchte <14%> erfordert bei ihrer Herstellung genau diese Eigenschaft der Porzellanmasse. Jeder Porzellanschirm ist ein Abguss des vorangegangenen, größeren Schirms und selbst Abgussvorlage für den nächstkleineren. Der Nachbildungsprozess wird fünfmal ausgeführt. Somit wiederholt sich mit jedem Abguss der Einfluss, den der Brand auf den Porzellanscherven hat. Laura Straßer kreierte so eine recht eigenwillige Leuchte, die gerade deshalb so spannend ist, weil die Porzellanmasse das Ergebnis mitgeformt hat und die sanfte und dennoch sichtbare Modifikation von Schirm zu Schirm nachvollziehbar ist.

IN DER DRESDNER PORZELLANSAMMLUNG FINDEN SICH STÜCKE AUS DER GANZ FRÜHEN MEIßNER SCHAFFENSZEIT, DIE MITTELS ABGUSS VON CHINESISCHEN ORIGINAL ENSTANDEN. GERADE IM VERGLEICH VON CHINESISCHEM ORIGINAL UND MEIßNER NACHBILDUNG WIRD EINE EIGENSCHAFT VON PORZELLAN AUGENSCHENLICH, DIE DIE KOPIE ALS SOLCHE EINDEUTIG ENTLARVT.

## MILCHMOMENTE

- > Ein in Porzellan eingefangener Moment, der mit dem bloßen Auge nicht zu erfassen ist: die Wasserkrone. Erst mit der Entwicklung der Hochgeschwindigkeitsfotografie Ende des 19. Jahrhunderts sind uns solche Bilder geläufig. <Milchmomente> hält dieses Phänomen für mehr als einen Augenblick fest. Die Müslischale entstand in Zusammenarbeit mit Milia Seyppel. In Porzellan wird sie von der traditionsreichen Thüringer Porzellanmanufaktur <Reichenbach> hergestellt, in Silikon dagegen vom US-amerikanischen Unternehmen <Fred and Friends> vertrieben.

MILCHMOMENTE IST ERHÄLTLICH  
BEI ILMGOLD.COM

WWW.LAURA-STRASSER.DE/  
INFO@LAURA-STRASSER.DE







