

PERSÖNLICH | STEFAN BRODBECK: DEN BENUTZER IM FOKUS

GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN: PRODUKTE, DIE IHREN URSPRUNG IN DEN KÖPFEN DES DESIGNTEAMS AUS DEM HAUSE BRODBECK DESIGN HABEN, LEBEN LANGE. WEIL SIE ZEITLOS SIND UND DENNOCH DEM ZEITGEIST FOLGEN, WEIL SIE NACHHALTIG SIND UND SOMIT MENSCHEN HEUTE WIE AUCH MORGEN BEGEISTERN. TREIBENDE KRAFT HINTER DEM ERFOLGREICHEN UNTERNEHMEN IST DER INDUSTRIE- UND MÖBELDESIGNER STEFAN BRODBECK.

Herr Brodbeck, was bedeutet für Sie Design?

Design bedeutet aus meiner Sicht intensives Nachdenken, um sinnvolle Produkte zu kreieren. Dabei geht es auch um Innovation. Darum, Vorhandenes zu überdenken, zu analysieren, um daraus passendere, bessere Lösungen zu schaffen. Design hat auch viel mit Psychologie zu tun. Damit, wie ein Produkt wirkt, was als schön empfunden wird. Das Produkt sollte selbstverständlich und einfach anzuwenden sein und es soll Spass machen, damit umzugehen. Gutes Design übernimmt auch Verantwortung, grenzt nicht aus, zeigt den Mut und Respekt einer Marke.

Ihre Designobjekte sollen den Zeitgeist überdauern und generationsübergreifend gefallen. Wie gelingt dieser hohe Anspruch?

Unsere Produkte orientieren sich natürlich an den Themen der Zeit wie Farben, Materialien, Oberflächen, Formensprachen. Sonst würden sie nicht gekauft. Sie sind aber nicht modisch, im Sinne von «heute chic, morgen out», sondern bewusst so ausgewogen gestaltet, dass man sie über einen langen Zeitraum anschauen und benutzen kann. Um dies zu erreichen, spielt die Beschäftigung mit den gesellschaftlichen Megatrends und deren Auswirkung auf das Design eine grosse Rolle.

Welche weiteren Informationen benötigen Sie vor dem Entwerfen eines Objekts?

Wir arbeiten nach dem Prozess «design based on people». Das heisst, wir erforschen sehr genau, von wem, wie und wo ein Produkt benutzt wird. Die Gewohnheiten und auch die Ansprüche an die Ästhetik sind sehr unterschiedlich. Jeder Markt ist anders. Deshalb muss man die Kulturen verstehen und sich intensiv mit der Nutzungssituation beschäftigen, um Produkte zu gestalten, die nachhaltig erfolgreich sind. Zentral ist auch der Herstellungsprozess, um herauszufinden, was möglich ist und wie viel es kosten darf.

Widersprechen sich Analytik und Kreativität nicht?

Nein, im Gegenteil. Über die Analyse von Funktion, Anwendung, Ansprüchen und technologischen Möglichkeiten gepaart mit Kreativität entstehen neue, wirklich spannende und zukunftsweisende Produkte. Design Thinking wird dieser designanalytische Prozess genannt. In sogenannten Innovationsworkshops zerlegen wir Produkte komplett – eigene wie auch jene von Mitbewerbern – und hinterfragen jeden Aspekt. Kürzlich untersuchten wir zum Beispiel eine Duschkabine. Wir analysierten, ob sie gut zu reinigen ist, die Türe gut schliesst, leicht zu montieren ist. Die Anforderungen der Monteure sind genauso wichtig wie jene der Anwender, damit das Produkt gekauft wird. Danach prüfen wir, was heute relevant ist. Zum Beispiel: Wie erreicht man einen barrierefreien Einstieg? Wie kann man die Dusche in den Wohnraum integrieren? Und so weiter. Dieses analytische Vorgehen bringt Differenzierung im Wettbewerb durch Alleinstellungsmerkmale, die neben einer guten Gestaltung schliesslich den Mehrwert ausmachen.





Die Beratung ist also ein wichtiger Bestandteil Ihrer Arbeit.

Ja, ich sehe mich auch als Berater, nicht nur als kreativen Gestalter. Wir beraten Firmen, wie sie Produkte besser und marktfähiger machen und durch Innovationen Nachhaltigkeitsaspekte schaffen können.

Belohnt der Markt Ihre umfassende Analysearbeit mit hoher Nachfrage?

Ja, ganz deutlich. Die Firmen, mit denen wir zusammenarbeiten, haben verstanden, dass Innovation und gutes Design der Schlüssel zum Erfolg ist. Je klarer die Strategie und die Botschaft, um so erfolgreicher auch die Produkte und folglich das Unternehmen. Über eine solche konsequente Design- und Innovationsstrategie machten wir zum Beispiel aus einem deutschen, mittelständischen Unternehmen aus der Büromöbelbranche einen Designmarkenführer. Entscheidend ist die Differenzierung, andere Argumente zu haben.

Neben generationenübergreifendem Design prägt auch Nachhaltigkeit Ihre Arbeit. Was bedeutet das konkret?

Das Thema ist mir persönlich und dem ganzen Team sehr wichtig. Aus der Sicht des Designs bedeutet Nachhaltigkeit, dass das Produkt langlebig ist, dass es also lange genutzt und auch repariert wird, und dass

es altern kann. Bei vielen neuen Produkten sieht es hässlich aus, wenn die Oberfläche zerkratzt ist. Wenn man aber einen alten Bauertisch mit all seinen Kerben und Kratzern anschaut, dann hat das eine bestimmte Ästhetik. Da wir Produkte gestalten, die in Serie produziert werden, ist auch die Materialreduktion ein Thema sowie die Verwendung möglichst umweltverträglicher Werkstoffe. Das hat einerseits viel mit Gestaltung zu tun und ist andererseits eine hochtechnologische Thematik, die den Beruf des Industriedesigners stark erweitert, da man sowohl generalistisch als auch spezialisiert sein muss.

Was zeichnet Möbel aus Ihrem Designbüro aus?

Unser Ansatz «design based on people». Die Produkte werden an die Bedürfnisse der Nutzer angepasst, tragen einen Innovationscharakter in sich und sind durch die intensive Auseinandersetzung mit der Zukunft lange im Einsatz. Wir setzen uns ganzheitlich damit auseinander, wie Räume gestaltet werden sollten, damit die Lebens- und Arbeitswelt der Menschen gesünder, lebenswerter und emotional ansprechender wird. Das spiegelt sich in den Produkten wieder, die wir entwickeln. Dass dieses Vorgehen erfolgreich ist, zeigt sich auch dadurch, dass praktisch jedes Produkt, das wir gestaltet haben, einen Designpreis erhalten hat.

Sie setzen auch Schiebelösungen ein. Worin liegen die Vorteile?

Der grosse funktionale Vorteil von Schiebelösungen ist, dass die Türen wenig Platz in Anspruch nehmen. In vielen Situationen wie in Gängen und Büros ist der Raum begrenzt. Da ist es angenehm, wenn die Türen nicht aufschlagend sind und den Platz versperren. Selbiges gilt im Wohnbereich. Eine flache, geschlossene Oberfläche hat einen hohen ästhetischen Reiz.

Was schätzen Sie an den EKU-Produkten besonders?

Ich schätze die Schweizer Präzision. Es sind wirklich ausgereifte Produkte, was auch viel mit Design, mit gutem Engineering zu tun hat. Die EKU-Produkte empfinde ich als sehr vielfältig und gehören technologisch zur Spitzenklasse. Bei Produkten, die in Serie produziert werden, spielen auch eine schnelle Montage, die Materialreduktion und die Kosten eine grosse Rolle. Gute Komponenten und die richtigen Partner sind da entscheidend.

Auf welche Ihrer Entwürfe sind Sie im Rückblick besonders stolz?

Da gibt es verschiedene Blickwinkel. Stolz bin ich zum Beispiel darauf, einen Kunden während 14 Jahren begleitet und dessen erfolgreiche Produktwelt massgeblich geprägt zu haben. Oder auf die Entwicklung eines Büromöbelsystems, mit dem der Mitarbeiter spontan entscheiden kann, wie er arbeiten möchte. Ein drittes Produkt ist der Bürostuhl Embrace, der sich auch als Essstuhl verwenden lässt. Dessen Rückenschale ist aus Sperrholz geformt und war technologisch eine absolute Innovation und Herausforderung. Ein Produkt zu schaffen, das einerseits ästhetisch und ergonomisch, andererseits auch nachhaltig ist, macht stolz. Dahinter steht aber immer eine Teamarbeit. Mein Team trägt viel dazu bei, dass wir solch erfolgreiche Produkte entwickeln.

Und noch zum Schluss: Haben Sie beruflich Träume, die Sie verwirklichen möchten?

Ich wünsche mir noch viele spannende Herausforderungen und Kunden, die wirklich verstehen, wovon wir reden. Mich interessieren die Prozesse, ob es dann ein Segelschiff oder die Kinderstation eines Krankenhauses ist, spielt keine Rolle. Wenn wir die Aufgaben nach unserer Art und Weise angehen, kommen immer gute Lösungen heraus.

Herzlichen Dank für das Gespräch



© brodbeck design

STEFAN BRODBECK: EIN PORTRAIT

Stefan Brodbeck wurde 1962 in München geboren. Er absolvierte ein Studium in Produktgestaltung und Architektur in Kassel und startete danach seine berufliche Laufbahn im Wiener Architekturbüro Eichinger oder Knechtl. Später war er als Industriedesigner für das renommierte Büro frogdesign in Deutschland und in Palo Alto, USA, tätig. 1994 gründete er in München sein Designbüro brodbeck design, das nach dem eigenen designstrategischen Ansatz «design based on people» für nationale und internationale Kunden arbeitet und dafür mit über 40 Designpreisen ausgezeichnet wurde.

www.brodbeckdesign.de