



Leseprobe

Zehn Thesen für gutes Design: Dieter Rams

»Kein Wunder, dass der Prachtband bei Prestel schon beim Draufschaun Freude macht. (...) Dieses Buch gehört auf jeden Fall in den Welt-Veränderungs-Kanon.« *Die Welt*

Bestellen Sie mit einem Klick für 49,95 €



Seiten: 416

Erscheinungstermin: 02. Oktober 2017

Mehr Informationen zum Buch gibt es auf

www.penguinrandomhouse.de

Inhalte

- Buch lesen
- Mehr zum Autor

Zum Buch

»Kein Wunder, dass der Prachtband bei Prestel schon beim Draufschaun Freude macht. (...) Dieses Buch gehört auf jeden Fall in den Welt-Veränderungs-Kanon.« Die Welt

Dieter Rams, geboren 1932, schuf Design-Ikonen des 20. Jahrhunderts: Die Radio-Plattenspieler-Kombination SK 4 („Schneewittchensarg“), den Weltempfänger T1000, die Hi-Fi-Komponenten Regie oder das Regalsystem 606. Er prägte maßgeblich das Erscheinungsbild des Braun-Konzerns, sein Name steht außerdem hinter dem Portfolio des Möbelproduzenten Vitsoe. Basierend auf dem Leitspruch „So wenig Design wie möglich“, sind Rams` Entwürfe schlicht, aufs Wesentliche reduziert und klar in der Form.

Rams` Einfluss ist bis heute spürbar. So nennt unter anderem Jonathan Ives, Chief Design Officer des Apple-Konzerns und verantwortlich für die Gestaltung der wichtigsten Apple-Produkte von iBook bis iPhone, Rams als tragende Inspirationsquelle.

Seine Gestaltungsprinzipien legte Rams in seinen „10 Thesen für gutes Design“ nieder:

Gutes Design ist innovativ.

Gutes Design macht ein Produkt brauchbar.

Gutes Design ist ästhetisch.

Gutes Design macht ein Produkt verständlich.

Gutes Design ist unaufdringlich.

Gutes Design ist ehrlich.

Gutes Design ist langlebig.

Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail.

Gutes Design ist umweltfreundlich.

**Zehn Thesen
für gutes Design:
Dieter Rams**



**Zehn Thesen
für gutes Design:
Dieter Rams**

Die Sammlung

Jorrit Maan

Herausgegeben von Cees W. de Jong

Beiträge von Klaus Klemp und Erik Mattie

Prestel

München · London · New York

Inhalt



- 8 **Eine wichtige Frage**
Cees W. de Jong
- 12 **„Just what is it that makes today’s homes so different, so appealing?“**
Klaus Klemp
- 20 **Ein Dialog mit Dieter Rams**
Erik Mattie
- 34 **Design – Ritual einer hoffnungsfrohen Gesellschaft?**
Dieter Rams
- 40 **Tokyo-Manifest**
Dieter Rams
- 48 **Geburt einer neuen Designhaltung**
Dieter Rams und die Entstehung der Braun Designethik 1955–1961
Klaus Klemp
- 74 **Design – eine grundsätzliche Angelegenheit**
Erik Mattie
- 92 **Zehn Thesen für gutes Design**
Dieter Rams
- 134 **Industrielles Design ist immer ein Zusammenspiel**
Braun Designer Team
- 158 **Braun**
- 164 **Vitsoe**
- 180 **Hundert Produkte**
Die Sammlung Jorrit Maan
- 212 **Hundert Produkte im Detail**
Die Sammlung Jorrit Maan
- 412 **Biografie**
- 414 Literaturverzeichnis
- 415 Bildnachweis



In den späten 70er-Jahren des letzten Jahrhunderts machte sich Dieter Rams zunehmend Sorgen um den Zustand einer Welt, die er als „eine undurchschaubare Verwirrung von Formen, Farben und Geräuschen“ empfand.

Im Bewusstsein, dass auch er zu dieser Welt beitrug, stellte er sich eine wichtige Frage: Ist mein Design gutes Design?

Er formulierte zehn Anforderungen, denen gutes Design seiner Meinung nach gerecht werden müsse. (Manchmal werden sie auch als die „Zehn Gebote“ bezeichnet.)

Wenn Sie diese Thesen mit anderen teilen möchten, beachten Sie diese Grundsätze.

Eine wichtige Frage

Cees W. de Jong

Dieter Rams, Produktgestalter und Hochschullehrer, hat die Aufgaben und Lösungen des Designprozesses auf einzigartige und treffliche Weise definiert und darüber hinaus als Designer eine Reihe alltäglicher Gebrauchsgeräte verständlich, brauchbar, langlebig und menschlich gestaltet.

Seine Produktgestaltung und sein Designethos sind international prägend. Heute und in Zukunft finden Designer, Hersteller und Verbraucher Inspiration in Dieter Rams' Produkten und in seinem Vermächtnis, den „Zehn Thesen für gutes Design“.

Dieses Buch entstand, weil Dieter Rams für mich persönlich eine Quelle der Inspiration ist. Das Gespräch, das ich mit ihm in seinem Haus in Kronberg führte und dabei auch seine Frau Ingeborg kennenlernen durfte, war ein besonderes Erlebnis. Darüber hinaus habe ich mich sehr gefreut, dass Dieter Rams positiv auf unser Buchprojekt reagierte.

Folgenden Personen und Institutionen möchte ich für Rat und Tat meinen Dank aussprechen:

Dies gilt im Besonderen für Klaus Klemp, der immer beratend zur Seite stand und die benötigten Informationen beisteuerte. Jorrit Maan hat bei der Auswahl der „Hundert Produkte“ einen wesentlichen Beitrag aus seiner Sammlung bereitgestellt. Erik Mattie hat nach unserem Besuch und dem Gespräch mit Dieter Rams in Kronberg ein Essay über das Vermächtnis von Dieter Rams, den „Zehn Thesen für gutes Design“, verfasst.

Mein Dank gilt auch der Dieter & Ingeborg Rams-Stiftung, Frankfurt am Main; Britte Siepenkothen, WPM Consulting, Kronberg; Paola Mulas, Braun P&G Braun Communications, Petit-Lancy; Julia Schulz, Vitsø, London.

Dank ihrer Unterstützung und ihres Einsatzes konnte dieses Buch entstehen.

Als Designer versucht man, Ideen eine Form zu geben. Dieses Buch macht deutlich, dass dies gewissen Regeln unterworfen ist. Dieter Rams hat wie kein anderer einen Standpunkt formuliert, der nichts von seiner Aktualität eingebüßt und weiterhin globale Bedeutung hat.

**„Just what is it that makes
today's homes so different,
so appealing?“**

Klaus Klemp

„Auch in der Gestaltungshaltung von Dieter Rams, Braun und Vitsoe zeigt sich eine kulturelle und nicht zuletzt bedeutende künstlerische Haltung. Allerdings eine leise und keine laute.“

„Just what is it that makes today's homes so different,
so appealing?“

**So betitelte der englische Künstler Richard Hamilton
1956 seine Collage für die Londoner Ausstellung „This is
tomorrow“, die zum Startschuss der British Pop Art wurde.
Der imaginäre Wohnraum dieses Bildes besteht aus lauter
Bildzitate, die amerikanischen Magazinen entnommen sind
und auf die entstehende Konsumgesellschaft verweisen.
Es ist mehr Allegorie und Parodie mit einem guten
Schuss Humor als ein künstlerisches Werk wie diejenigen
des zeitgleichen Informel. Hamilton zeigte eine andere,
neue Welt, die von einer neuen Körperlichkeit, von
Eitelkeit, von Unternehmensmarken und von technischen
Medien bestimmt wird. So findet sich in diesem Bild
neben Fernseher und Staubsauger auch das tragbare
Tonbandgerät „Reporter“ der englischen Firma Boosey &
Hawkes aus dem Jahr 1953 in der Maschinenästhetik der
1940er-Jahre. Das war seit Peter Behrens' wegweisender
Arbeit für die AEG von 1907 bis 1914 State of the Art, auch
bei anderen technischen Geräten. So sahen 1953 auch noch
die Küchenmaschinen des Frankfurter Herstellers Braun
aus. Knapp 10 Jahre später entdeckte Hamilton dann völlig
andere Braun Haushaltsgeräte für sich und bewunderte
deren zurückhaltend elegante Ästhetik. Er, der auch
selbst als Designer gearbeitet und unterrichtet hatte, war**

Ende der 1950er-Jahre in seiner Wohnung höchst modern eingerichtet, sicher nicht ohne das eine oder andere neue Gerät von Braun.

¹ Eröffnungsrede von Richard Hamilton zur IDZ-Ausstellung in Westberlin am 28. November 1980. In: François Burkhardt / Inez Franksen (Hg.): *Design: Dieter Rams*, Katalogbuch zur gleichnamigen Ausstellung im IDZ Berlin, Berlin 1980, Vorsatzpapier, S. 2.

Das große Thema der Pop-Art, eine Bezeichnung, die Hamilton übrigens vehement ablehnte, war die künstlerische Auseinandersetzung mit den Dingen des Alltags. Als Eröffnungsredner zu einer Rams-Ausstellung in Berlin 1980 führte er dabei aus: „Es war meine – von Marcel Duchamp übernommene – Angewohnheit, die Dinge auf ihre Dichotomie der Gegensätze hin zu untersuchen. Ich fragte mich oft, ob die Vulgarität des ‚Pop‘-Basismaterials ein für diese Kunst wesentliches Merkmal war. Als ich später diese Fragestellung auf ihre Stichhaltigkeit prüfen wollte, suchte ich nach einem Gegensatz zum heißen Würstchen, dem Softeis-Hörnchen oder der Colaflasche. In einer plötzlichen Eingebung kam mir der Gedanke, dass die Braun-Produkte ihre genaue Antithese waren. Das Ideal, dessen Zusammenfassung Braun für mich war, hatte für mich auch einen praktischen Wert. Ich brauchte nur wenig dazu zu tun. Je mehr ich mich darin einmischte, um so weniger gut wurde das Bild – also bestand die Kunst darin, fast nichts zu verändern, so wenig wie möglich.“¹ In einem vorausgegangenen Brief an François Burkhardt äußerte Hamilton den Hinweis, dass er sich schon seit Jahren von Dieter Rams Designsensibilität in einzigartiger

Weise angezogen fühle und für ihn das Braun-Design in seinem Herzen und in seinem Bewusstsein das Gleiche sei wie der Mont Sainte-Victoire für Cézanne.² Nimmt man den etwas pathetischen Anklang einmal zur Seite, so bleibt doch als Faktum, dass hier ein außerordentlich reflektierter Künstler wie Richard Hamilton die Ästhetik des Braun-Designs nicht nur wie Duchamp den Flaschentrockner als umzuwidmendes Readymade betrachtete, sondern als visuellen Forschungsgegenstand für seine eigene künstlerische Produktion. Von 1965 bis 1968 verwendete er drei Braun-Produkte in seinen Arbeiten, pikanterweise wurde keins davon von Dieter Rams selbst, sondern von Teammitgliedern entworfen.³ Aber Hamilton ging es fraglos nicht nur um diese konkreten Produkte, sondern um die Gestaltungshaltung, Ästhetik und Präsenz von Braun-Produkten, und damit hatte er auch die richtige Person, nämlich Dieter Rams adressiert, der seit 1955 genau daran mit einem immer größer werdenden Team arbeitete. Auch die sachliche Braun-Werbesprache der Zeit bezog Hamilton in seine Arbeit ein, und zwar in Umdeutung auf seine eigene Arbeit.

Dabei wirkte das Braun-Design in den 60er-Jahren doch wie ein Gegenmodell zur Popkultur der bunten Farben, Verfremdungen und semantischen Aufladungen. Viele, vor allem deutsche Designer und Kritiker, sahen in den

² Brief von Richard Hamilton vom 24.2.1980 an François Burkhardt aus Anlass der Ausstellungsvorbereitungen der Dieter-Rams-Ausstellung in Berlin. In: ebd., S. 183.

³ Gegenstand der Arbeit „Still-life“, 1965, Fotografie mit Sprühfarbe, war der Kombinationsgrill HG 1, 1962 von Reinhold Weiss. Die Druckgrafik „Toaster“ von 1967 (Aufl. 75) orientierte sich am Braun-Toaster HT 2, 1963, ebenfalls von Reinhold Weiss, und das Multiple „The Critic Laughs“ (Aufl. 60), Galerie René Block, 1968–1972 und 2014, bezog sich auf die erste Elektrozahnbürste „mayadent“, 1963 von Willi Zimmermann.

