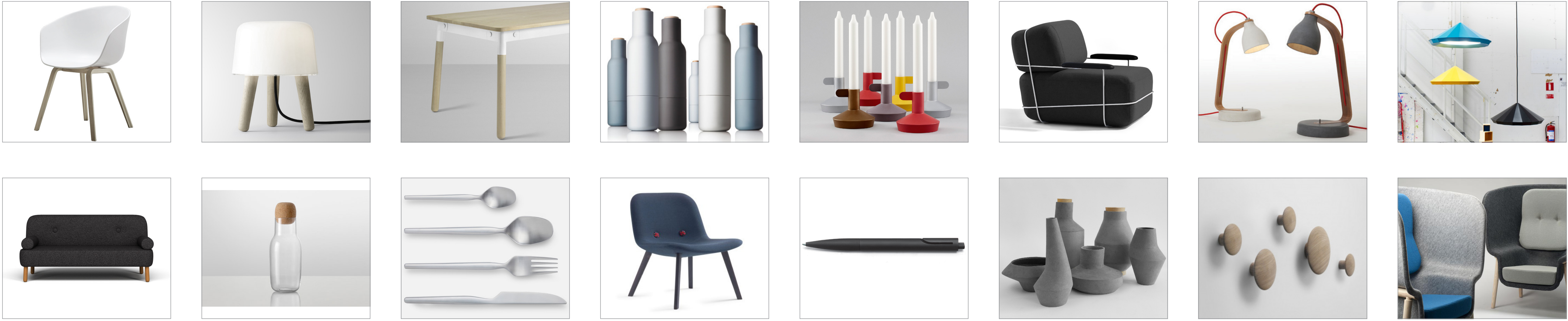


»New Scandinavian«

OBJEKTE



MERKMAL

Typisierung

Die Objekte erscheinen sympathisch, niedlich, harmlos, natürlich und vertraut. Sie sind eher rund und leise wirken mehr handwerklich als industriell. Verwendet werden gedeckte und natürliche Farben im Kontrast jedoch zu knalligen, monochromen Farben. Typisch sind matte, satinierte, natürliche oder melierte Oberflächen. Die Produkte funktionieren, sind logisch und konsequent produziert und sind klar und auf Langlebigkeit konzipiert.

Externe Ordnung

Im Allgemeinen wird auf den Einsatz von Ornamenten verzichtet, die Form steht im Vordergrund.

Interne Ordnung

Das Cluster basiert auf den puren, klassisch skandinavischen Formen der 50er und 60er. Es sind oft Zitate mit moderner Formensprache.

Metaphänomen

In der hektischen Welt hat der Mensch heute den Wunsch nach einem geordneten Teilbereich seines Lebens, den er selbst gestalten kann, in den er gerne zurückkehrt. Dieses Bedürfnis bedient das skandinavische Design, indem es eine gemütliche und zurückhaltende Umgebung schafft.

KONZEPT

Ursprung

Der Ursprung liegt im skandinavischen Design der 50er und 60er Jahre. Vorbilder sind Alvar Aalto, Eero Saarinen, Eero Arno, Fritz Hansen, Arne Jacobsen. Aktuelle Vertreter sind GamFratesi, Harri Koskinen und Benjamin Hubert. Typische Firmen sind Artek, iittala, Hay und Muuto.

Kontext

Das Cluster entstammt dem eher wohlhabenden Bildungsbürgertum, das ein hohes Maß an Kulturverständnis besitzt und sich für Gestaltung und Handwerk interessiert.

Entwurfsmotiv

Die Objekte wirken eigenständig aber unaufdringlich. Sie sind so entworfen, dass sie untereinander einen hohen Grad an Kombinierbarkeit zulassen, so dass es dem Verbraucher leicht gemacht wird, eine homogene Wohnumgebung zu schaffen. Nutzen und Funktionalität stehen im Vordergrund, die Produkte sind schnell zu erfassen und ermöglichen einen einfachen Gebrauch.

Identifikation / Distinktion

Den Rezipienten umgibt ein gewisses Understatement, die Objekte sind luxuriös aber nicht protzig. Sie zeugen von Kulturverständnis nach außen und dem Wunsch nach Wohlfühlen und Selbstverwirklichung nach innen. Grundsätzlich gibt einem die riesige Auswahl an Produkten das Gefühl, man könne seine Wohnung vollkommen individuell gestalten. Die Masse an Produkten ist aber so

homogen und kompatibel, dass man gar nicht wirklich daneben greifen kann.

METHODE

Entwurfsmethoden

Hier hat eine Weiterentwicklung stattgefunden. Die Dinge versprechen nun meist etwas handwerklich Gemachtes zu sein, sind aber tatsächlich etwas maschinell Produziertes ( das durchaus für Massenproduktion konzipiert wurde ). Man sieht heute in vielen Objekten das Erbe der handwerklichen Produktion. Grundsätzlich sind die Entwurfsmethoden wenig experimentell, nur das Verändern des Kontextes kann innovativ sein.

Formale Charakteristika

Formal sind die Entwürfe klar, geordnet und aufgeräumt. Die Formen sind überwiegend rund und freundlich und bieten keine Details, an denen der Blick hängen stocken und die Angriffsfläche für Kritik bieten könnten. Das Material spielt eine wichtige Rolle, ist aber selten der Ausgangspunkt.

Semiotische Intention

Skandinavisches Design zeichnet sich durch eine starke Orientierung an Archetypen aus. Die Entwürfe kommunizieren Verlässlichkeit und bieten durch den Bezug auf Tradition und Archetypen Rückhalt, eine Konstante. Sie wirken sympathisch und harmlos.

KRITIK

Formale und inhaltliche Entwicklung

Die Entwicklung geht in Richtung starker, monochromer Farben, wobei die gedeckten, traditionellen Töne weiterhin bestehen bleiben. Der Grund liegt wohl auch darin, dass heute ganz andere Farbbrillianzen möglich sind, als vor 50 Jahren. Genauso verhält es sich mit dem Umgang mit Oberflächen, Lacken und insbesondere Kunststoff. Die Verarbeitungsqualität ist heute oft industriell-perfekt, auch bei traditionellen Materialien wie Glas und Porzellan.

Allgemeine Kritik und Reaktion

Die Objekte machen mich zum Mittelpunkt. Sie strahlen keine Dominanz aus, drängen sich mir nicht auf sondern ich entscheide mich bewusst dafür. Das spricht stark dafür, dass genau das kulturbewusste Bildungsbürgertum Hauptzielgruppe ist und dennoch richten sich die Produkte an alle, ohne Vorbehalte und offen für alles. Diesem demokratischen Ansatz kann man in letzter Konsequenz eine Uniformierung der Gesellschaft vorwerfen, wie sie z.B. durch IKEA in höchstem Maße betrieben wird und die zur Entmündigung des Individuums führt. Der Mensch unterliegt schnell der Schwarmintelligenz und versteht unter gutem Design skandinavisches Design, hat er es nur oft genug gesehen. Allerdings tritt der Effekt eben nur bei den Gesellschaftsgruppen ein, die die Vorbildung und das Gefühl für Gestaltung mitbringen.

MOODBOARD

