



Die Vielfalt von Shampoo-Flaschen in einem Supermarkt-Regal

Design: Ästhetische Erforschung von Alltagsgegenständen – Shampooflaschen analysieren und entwerfen

In den letzten Jahren hat der Bereich Designpädagogik als Förderschwerpunkt im Kunst- und Werkunterricht besondere Aufmerksamkeit erlangt. Ausgangspunkt ist die Erkenntnis, dass es im gegenwärtigen Alltag kein Ding gibt, das nicht von Menschen gestaltet wurde. Fast jeder Handgriff, jeder Blick, jede Bewegung sind von Produktdesignern und Architekten vorgedacht und in eine gebrauchsfertige Form gebracht worden, die unsere Sinne genauso wie unsere Handlungen und unser Symbolverständnis beeinflussen. Bei dieser Allgegenwart von Gestaltung scheint es daher notwendig, die Beschaffenheit und die Wirkung von Produkten zu analysieren, um sie bewusster wahrzunehmen, um Stärken und Schwächen von Gestaltung zu erkennen, aber ebenso, um ein kritisches Konsumentenbewusstsein auszubilden.

Ein Aha-Erlebnis am Morgen

Jeder kennt dieses Gefühl: Man steht unter der Dusche, spürt das warme Wasser, greift zum Shampoo oder zum Duschgel und sofort breitet sich mit dem Duft dieser Waschmittel ein angenehmes Gefühl aus. Das ist Erfrischung oder Entspannung pur. Uns ist dabei meist nicht klar, dass solche Empfindungen von Designern regelrecht entwickelt werden. Die Produktgestaltung betrifft hier nicht nur das nach Früchten oder Kräutern duftende Waschmittel, sondern ebenso die schützende Hülle, die als visueller und taktile Anreiz dient. Genaugenommen befinden wir uns beim Benutzen von Waschmitteln in einer multisensuellen Situation, bei der neben dem Geruchs- und dem Tastsinn auch das Sehen und indirekt der Geschmack angesprochen werden.

Bei der Auseinandersetzung mit solchen alltäglichen Konsumartikeln wie einer Shampooflasche kann man grundsätzliche Zusammenhänge heutiger Produktdesigns verstehen. Durch eigene Gestaltungsarbeit ist es möglich, die einzelnen Aspekte des Gesamtdesigns nachzuvollziehen.

Klassenstufe 7/8

INTEGRALE SUBJEKTSCHWERPUNKTE

- ganzheitlich
- psychisches, körperliches, kulturelles und materiell-technisches Subjekt

TEILKOMPETENZEN

- Wahrnehmen der Vielfalt von Artikeln innerhalb einer Produktgruppe
- Forschende Auseinandersetzung mit einem persönlich genutzten Alltagsprodukt
- Unterschiedliche Gestaltungs- und Bedeutungsaspekte eines Alltagsproduktes erkennen
- Formanalyse mit Schattenrissgestaltung
- Formanalyse mittels einer plastischen Gestaltung
- Zeichnerische Formanalyse
- Qualitative und quantitative Farbanalyse
- Schriftanalyse mit Blick auf den Zusammenhang von Form und symbolischer Bedeutung
- Recherche von Inhaltsstoffen eines Shampoo und kritische Auseinandersetzung damit mittels einer Collage
- Entwurf einer eigenen Shampooflasche – dabei sollten Form- und Farbgestaltung eine symbolische Aussage erzeugen

MATERIALIEN

- Shampooflasche(n)
- farbige Papiere, Schere, Leim
- Zeichenmaterial eigener Wahl (Bleistift, Buntstifte, Kreiden), A3-Papier
- Deckfarben
- Plasteline/farbige Modellierknete
- verschiedene Materialien für die Collage
- Internetzugang zur Informationsrecherche

ARBEITSZEIT 180 MINUTEN

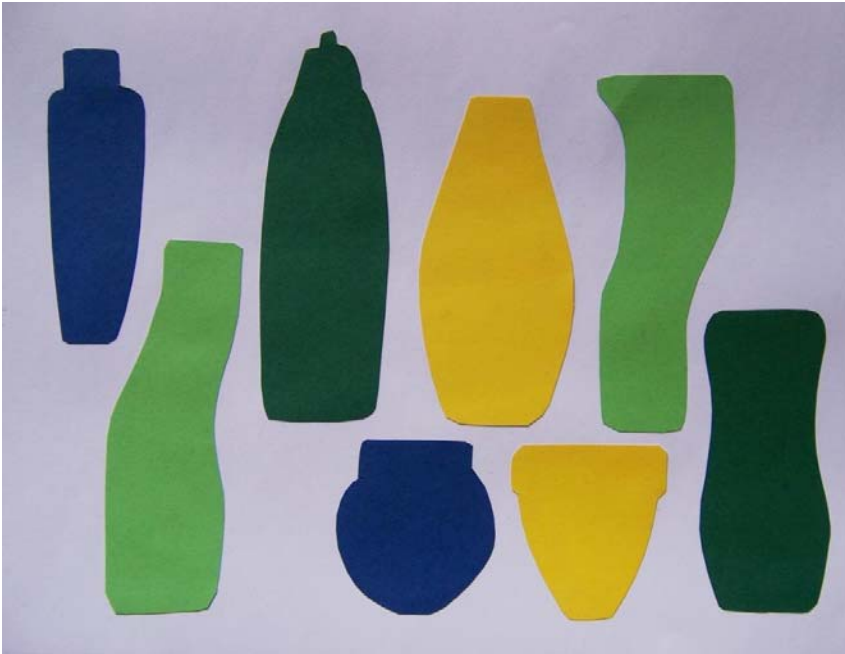
LITERATURHINWEISE

JOACHIM PENZEL: Das geht unter die Haut. Gestaltung und Wirkung von Designprodukten erkunden, in: BÖKWE Fachblatt des Berufsverbandes österreichischer Kunst- und WerkerzieherInnen, Nr.3, Wien 2013, S.13-16

© Autor/Fotos: J. Penzel

Die Vielfalt der Formen erkennen

Formen von Waschmittelflaschen fallen sehr individuell aus. Keine Produktform gleicht einer anderen, obwohl sie sich doch sehr ähneln. Diese feinen Unterschiede können in dreifacher Weise erfasst werden:



a) Am einfachsten ist die Herstellung von Umrisszeichnungen derartiger Flaschen auf farbigem Papier, die im Anschluss ausgeschnitten und zu einer schattenbildartigen Collage ausgebreitet werden.



b) Mit Knetmasse lässt sich die Form der jeweiligen Flaschen auch dreidimensional nachbilden. Die Herausforderung besteht hierbei darin, die Originalgröße etwa maßstabsgerecht in einer kleineren Form (ca. handgroß) wiederzugeben.

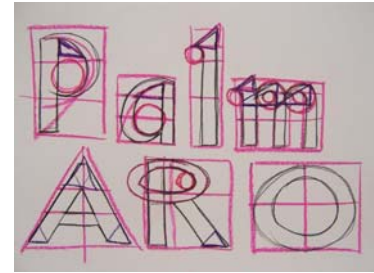
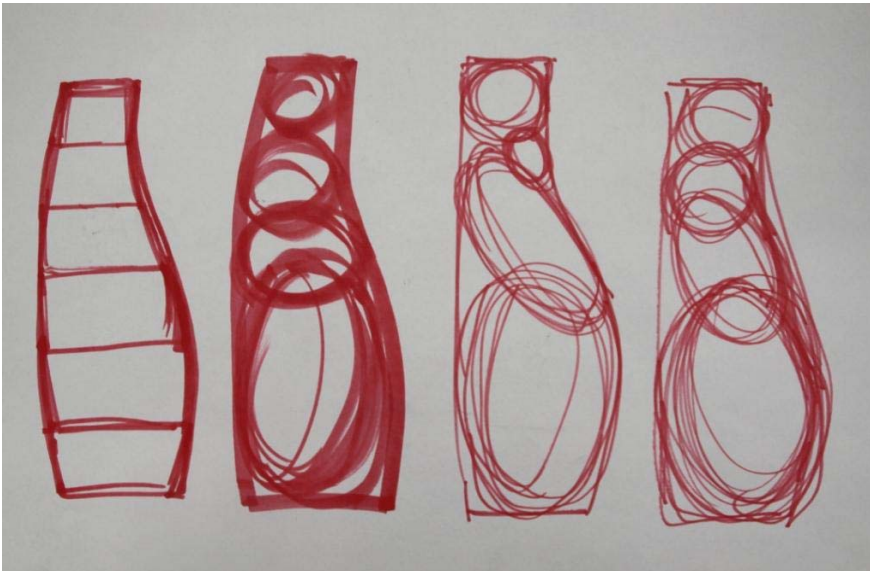
c) Am schwierigsten finden Schüler erfahrungsgemäß eine zeichnerische Analyse. Hier gilt es, die kompakte Form der Flasche in verschiedene Teilformen zu zerlegen, um besondere Feinheiten der Verpackungen zu er-



Selbst hergestellte Farbpapiere – experimenteller Weg zu einem neuen Farbdesign



kennen. Ziel dieser Übung ist es, mit einfachen Gestaltungstechniken einen Alltagsgegenstand genauer wahrzunehmen und dabei die Komplexität und Schönheit der Formen von Industrieprodukten zu erkennen.



Die Besonderheiten der Farbe wahrnehmen

Die farbige Gestaltung von Pflegeprodukten ist sehr bestimmend für die Kaufentscheidung. Mittels Farbe werden nicht nur Erinnerungen an Düfte und an Geschmack geweckt, die man von der Flüssigkeit in der Flasche erwarten kann. Über die Farbe werden auch bestimmte Charaktereigenschaften und Persönlichkeitsmerkmale der potenziellen Käufer angesprochen. So signalisiert Grün meist Natur und Umweltbewusstsein, Blau und Rot bzw. Rosa sprechen Männer oder Frauen besonders an usw. Die Schüler bereiten sich ein A4-Blatt mit einem aufgezeichneten Gitternetzraster vor. Die ca. 20 bis 25 quadratischen Flächen füllen sie mit denjenigen Farben, die auf ihrer Shampooflasche zu beobachten sind. Es geht hierbei sowohl um exaktes Nachmischen als auch um die Wiedergabe der mengenmäßigen Farbanteile der Vorlage. Mittels einer rekonstruierenden Gestaltung werden diejenigen Farbkontraste und -harmonien erkannt, mit denen die einzigartige Produktatmosphäre erzielt wird.



Den Symbolgehalt der Schrift erkennen

Jedes Produkt besitzt eine eigene, unverwechselbare Schriftgestaltung, bei der bestimmte Schriftzüge die Herstellerfirma und die Produktmarke reprä-

sentieren und andere über Anwendungsbereiche und Inhaltsstoffe informieren. So entsteht ein individuelles Erscheinungsbild, ein sogenanntes Image, das auf den jeweiligen Anbieter bzw. den Produzenten hinweist. Auf Verpackungen finden sich meist mehrere Schriften, die trotz ihrer Unterschiedlichkeit ein Gesamtbild entstehen lassen. Die Schüler wählen einzelne markante Buchstaben vom Etikett ihrer Flasche aus und versuchen, deren Formen zeichnerisch auf einem A4-Blatt nachzuvollziehen. Dabei achten sie auf die Verhältnisse von Groß- und Kleinbuchstaben sowie auf besondere Formauffälligkeiten einzelner Buchstaben. Auf dem Blatt notieren sie anschließend Assoziationen, die sie mit diesen Buchstabenformen verbinden. Damit ist es möglich, die Ausdrucksqualität von Schrift im Alltag zu erkennen.

MIT ARBEITEN VON

Jenny Maria Ahlers
 Susanne Kaiser
 Kristin Sachse
 Wieken Turba



Produktökologie untersuchen

Auf den Etiketten von Shampoo- und Duschgelflaschen finden sich auch die Inhaltsstoffe aufgelistet. Diese meist technisch klingenden Bezeichnungen entziehen sich allerdings dem Verständnis der Konsumenten. Die Schüler recherchieren im Internet die Begriffe, ergründen deren Bedeutung und fragen beispielsweise nach deren medizinischer Wirkung, deren Belastung für die Umwelt oder die Anwendung von Tierversuchen bei der Verträglichkeitsprüfung der Inhaltsstoffe. Diese Informationen werden als Bild- und Schriftcollage aufbereitet. (Im Seminarprojekt hat sich u. a. gezeigt, dass fast alle genutzten handelsüblichen Waschmittel krebserregende Stoffe enthalten.)



Eine eigene Shampooflasche gestalten

In einer abschließenden Unterrichtssequenz werden die gestalterischen Erfahrungen aus der Analyse zusammengeführt. Jeder Schüler soll nun eine eigene Flasche für ein Pflegeprodukt entwerfen. Auf einem Mindmap werden zunächst Eigenschaften des Produkts zusammengestellt: Welche Personengruppen sollen angesprochen werden? Welcher Duft bzw. was für ein Geschmack soll von dem Produkt ausgehen? Welche Assoziationen lassen sich zum Produktcharakter finden – soll es vielleicht an ein Tier, eine/n Filmhelden/in, eine Fantasiefigur oder eine Lieblingsspeise erinnern? Danach werden Formen, Farben und Schriften gesucht, die diesem Charakter entsprechen. Die Bilder der entwickelten Flaschen werden abschließend im Klassenplenum diskutiert.

