



**Gute Figur:** Taucherflosse X-Stream, Mares, Red Dot 2010 (M.); Audioteiler Music Branches, Fadtronics Innovation, iF Award 2010 (l. und r. o.); M2 Monitor Arm, SL! International für Humanscale, iF Award 2010 (l. und r. u.); Lautsprecher Music Balloon, Idea International, iF Award 2010 (r. o.)



# Gestaltherrschaft

Designpreise. Woran erkennt man eigentlich gutes Design? Daran, dass es ausgezeichnet wurde? Von wegen. Nur wer bezahlt, wird von einer Jury auch prämiert

Text: Katharina Altemeier,  
David Schumacher

- Groß in Form:**
1. iPod, Apples erster MP3-Spieler, Red Dot 2002, iF Award 2003
  2. Loft Lounge Chair, Shelly Shelly für Bernhardt Design, Red Dot 2010
  3. USB-Sticks Kissing Octopus Couple, Adata Technology, Red Dot 2009, iF Award 2009

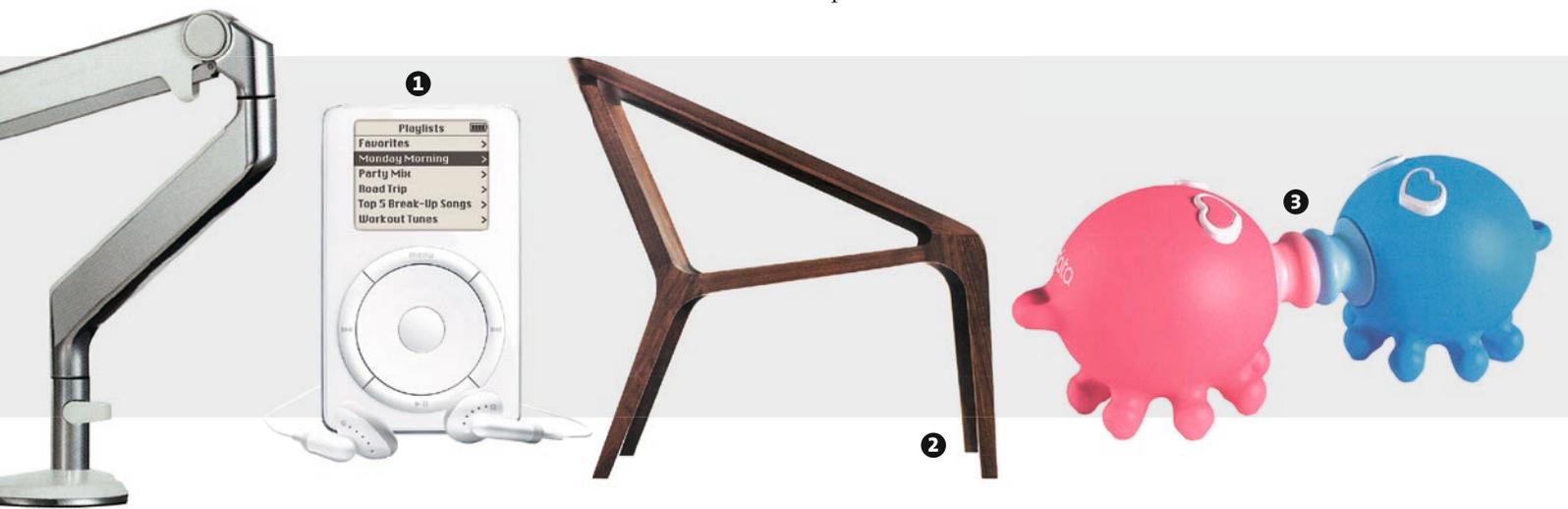
Da knutschen zwei, ja was denn eigentlich? Zwei achtbeinige Elefanten? Zwei Schweinchen, eins in Rosa, eins in Blau? Wir lösen auf: Es sind Tintenfische. Warum die wichtig sind? Nun, dieses „Kissing Octopus Couple“ hat eine der begehrtesten Trophäen der internationalen Designwelt errungen. Einen Preis, mit dem sich auch Apple, Philips, BMW, Rolls-Royce, Samsonite und Loewe gern schmücken: den Red Dot Award.

Die Münder der küssenden Kopffüßer sind magnetisch, lassen sich aus den Körpern herausnehmen – und beherbergen einen USB-Stick. Man ringt nach Worten, aber für die Erklärung der Designwelt ist ja eine Preisjury da. Sie kommentiert: „Die verspielte Gestaltung des Kissing Octopus steht in deutlichem Kontrast zu einer hoch technisierten Welt.“ Subtile Gesellschaftskritik per Datenträger also, mit Gütesiegel eines international besetzten Expertenkreises.

Wahrscheinlich hat jeder den Red Dot, den roten Punkt, der aussieht wie eine akkurat geschälte Orangenpelle, schon einmal auf einer Anzeige für eine Kaffeemaschine oder ein Internetradio oder einen Plastikstuhl gesehen. Mit dem roten Logo des iFAward wird ebenfalls gern geworben, hin und wieder auch mit dem etwas nach Geheimsymbol aussehenden Designpreis der Bundesrepublik Deutschland.

Im elitären Kreis der Topdesigner strebt man schon seit Jahrzehnten nach solchen Auszeichnungen. Sie signalisieren der Zunft, wer die Trendnase vorn, wer das coolste Auto, die atemberaubendste Uhr, den cleversten Staubsauger entworfen hat. Und nicht nur der Zunft.

Ohne ausgefallenes Design lässt sich heute kaum noch ein Produkt verkaufen. Design oder Nichtsein. Die Objekt-Oscars sind längst keine milden Gaben von gütigen Expertenzirkeln mehr. Sondern knallhartes Geschäft. ▶



Das fängt damit an, dass jeder, der sich um einen Preis bewirbt, eine ordentliche Gebühr hinblättern muss. Wer das Spielchen nicht mitmacht, kann das großartigste Design der Welt hinlegen – wird aber nie einen Award abräumen. Was dem Ganzen ein wenig den Ruch der Käuflichkeit verleiht.

Was taugen all die schönen Auszeichnungen, von denen so mancher Experte behauptet, sie nähmen allmählich inflationäre Ausmaße an? Und wer sitzt eigentlich in der Jury? Lauter Preisfragen.

Ganz oben in der internationalen Liga: Auszeichnungen aus Deutschland. Der Red Dot, der aus dem Designforum Nordrhein-Westfalen hervorgeht und ein eigenes Museum in Essen hat. Der iF-Preis (steht für Industrie Forum Design), der mit der Hannover Messe verknüpft ist. Und der Designpreis der BRD vom Bundeswirtschaftsministerium, für den nur Produkte nominiert werden, die bereits einen Preis gewonnen haben. Ihre Geschichte reicht bis in die 50er- und 60er-Jahre zurück, als deutsche Wertarbeit in der Welt wieder populär gemacht werden sollte. Was die Reputation angeht, kann es aus dem Ausland allenfalls der Good Design Award aus Chicago mit den großen drei aufnehmen.

Früher hätten die Unternehmen nicht viel mit solchen Preisen anfangen können, sagt Andreas Haug, einer der erfolg-

## Designwert Reifer Apfel

Wie viele andere hat auch Design einen Wert für Unternehmen. Red-Dot-Experten berechnen dessen Höhe

Rang	Unternehmen	Designwert 2010*	Designwert 2009*
1	Apple	25,8	20,9
2	Nokia	15,1	16,2
3	BMW	12,2	9,7
4	Hewlett-Packard	12,1	11,4
5	Mercedes-Benz	8,8	7,1
6	Dell	8,5	7,3
7	LG Electronics	8,0	7,4
8	Honda	7,4	6,7
9	Volkswagen	6,9	5,9
10	Samsung	6,5	5,9

\* Angaben in Mrd. Euro€. Quelle: Red Dot Institute

reichsten deutschen Produktdesigner. „Dafür können wir uns nichts kaufen“, lautete die Standardantwort. „Das hat sich dramatisch verändert“, so Haug. Er kenne keinen Hersteller, der die Preise heute noch ignoriere.

Gute Gestaltung ist mittlerweile Allgemeingut. Spätestens seit dem radikalen Design-Demokratisierer Ikea. Die Elektronikserien von Braun ebneten den gefeierten Apple-Produkten den Weg. Inzwischen kommt kaum mehr ein Kugelschreiber ins Verkaufsregal, ohne dass sein Design gepriesen wird.

Bei Burkhard Jacob vom Red Dot Institute For Advanced Design Studies in Essen häufen sich die Anrufe von Normalverbrauchern, die wissen wollen: Warum hat diese Kaffeemaschine oder jener Kleiderbügel einen Preis bekommen? Sich mit Design auszukennen ist so wichtig geworden wie Riesling von Chardonnay unterscheiden zu können.

Doch scheitern Laien in der Regel an der simplen Frage: Woran erkenne ich gutes Design? Da kommt ein Votum von unabhängigen Experten sehr zupass. Jacob schlägt bei solchen Anfragen im Jahrbuch nach und schickt die Begründung der Jury raus.

Nur hilft die meist auch nicht weiter. Ein Text, der sich an der „verspielten Gestaltung“ eines USB-Tintenfishs ergötzt, gibt eher Rätsel auf. Und was die Veranstalter der wichtigsten deutschen Preise ungern laut preisgeben: Die Teilnahme kostet Geld, einige Tausend Euro. Oftmals sind die Preise gestaffelt – die höchste von üblicherweise drei Preiskategorien ist am teuersten. Wer nicht zahlt, wird nicht berücksichtigt.

Das finden sogar die Veranstalter problematisch. Nils Holger Moormann zum Beispiel, Präsidiumsmitglied des Rates für Formgebung, der den Designpreis der BRD organisiert. Moormann bemängelt, dass es zu wenige Auszeichnungen gibt, „die wirklich Preise sind, also für die man



Geld bekommt“. Die gängige Praxis sei schon irgendwie „verkehrte Welt“.

Moormann führt eine Firma, die häufig prämiert wurde. Aber er gesteht: „Wir überlegen uns jedes Mal wieder, ob wir mitmachen sollen, weil es ein teures Instrument ist.“

Die Gebühren seien nötig, um die Kosten zu decken, sagen die Veranstalter. Große Hersteller wie Samsung, Philips und Apple zahlen die Beträge aus der Portokasse. Diese Weltmarken räumten in den vergangenen drei Jahren die meisten iF Awards ab (siehe Ranking rechts). Für junge Unternehmen und unabhängige Designer stellen einige Tausend Euro Preisgeld indes eine oft schwer zu nehmende Hürde dar.

Ausgezeichnet wird also nicht zwingend der schickste, neue Kugelschreiber. Und auch nicht allein der beste Teilnehmer seiner Sparte. Einen Preis gibt's, wenn der Hersteller die Teilnahmegebühr hinblättert und die Jury die Bedingungen für eine Auszeichnung erfüllt sieht. In der Regel sind dies Qualitätskriterien wie gute Ergonomie, hohe Funktionalität und Innovation.

Jeder Gewinner erwirbt über seine Gebühr das Recht, mit dem Preislogo zu werben. Das Produkt wird im üppig gestalteten Jahrbuch abgebildet und ist Teil einer Ausstellung, die auch international auf Tour geht. Ausgewählte Red-

## Hersteller Techies vorn

Der Ausrichter des iF Award rechnet nach, wer in den letzten drei Jahren die meisten Designpreise bekommen hat

Position	Firma	Land
1	Samsung	Südkorea
2	Philips	Niederlande
3	Apple	USA
4	Siemens	Deutschland
5	Bosch	Deutschland
6	Sony	Japan
7	Panasonic	Japan
8	Asus	Taiwan
9	Miele	Deutschland
10	Loewe	Deutschland

Quelle: www.ifdesign.de

Dot-Preisträger waren vor Kurzem auf der Design-Biennale im belgischen Kortrijk zu sehen.

Die Logik der hohen Gebühren: je mehr Teilnehmer und je mehr Preise, desto besser das Geschäft für den Auslober. Red Dot und iF Design haben 2010 jeweils um die 800 Awards vergeben.

Schon mehren sich die Stimmen, die warnen, die Flut an Auszeichnungen würde die Preise entwerten. Wie bei einer Inflation. „Wenn irgendwann jedes Produkt einen Preis bekommt, kann man's bleiben lassen“, mahnt Gestalter Haug.

Haug ist Mitgründer von Phoenix Design aus Stuttgart. Seine Agentur hat in den vergangenen Jahren mehr Preise eingeheimst als jeder Konkurrent. Fernseher für Loewe, Bäder für Duravit, Armaturen für Hansgrohe, Soundanlagen für LG, Ölkessel für Viessmann, Nussknacker für Rösle. Für Haug steht also einiges auf dem Spiel: „Die Auslober müssen dafür sorgen, dass die Preise nicht leiden.“

Wenn es nach dem Verhältnis von Nominierungen zu Preisen geht, darf sich der Designpreis der Bundesrepublik Deutschland als härtester Wettbewerb rühmen, gefolgt vom Red Dot aus Essen. Die Gestaltungsfürsten von der Ruhr verweisen gern darauf, dass die Kollegen vom iF Award aus Hannover bereits jedem dritten Teilnehmer einen Preis hinterherwerfen.

iF-Chef Ralph Wiegmann interpretiert das eher als Qualitätsmerkmal, seine Teilnehmer würden ja gezielt ihre besten Produkte ins Rennen schicken. „So entsteht eben eine entsprechend hohe Anzahl an Auszeichnungen.“

Zu wenige dürfen es tatsächlich auch nicht sein. Würde die Zahl der Awards zu sehr beschränkt, dann würden die üblichen Verdächtigen wie Apple und Samsung alles abräumen. Eine Gratwanderung.

Um den Vorteil der Elektronikkonzerne mit ihren breiten Produktpaletten nicht übermächtig werden zu las-

### Dingfahndung abgeschlossen:

1. Wasserreiniger Vaarenta, HAA Design für GS Shop, Red Dot 2010
2. Tischleuchte A' 650 Magni, Andersen Lighting, Red Dot 2010
3. LCD-Fernseher Reference 52, Loewe-Design und Phoenix Design für Loewe, Red Dot 2010, iF Award 2010
4. Porsche Rodel, Porsche Design Studio für Swiss Rodel, Red Dot 2010
5. Schreibsekretär Remix 2 – Desk, Gesa Hansen für H+H Furniture, Red Dot 2010



sen und ein einigermaßen sauberes Ranking der besten Designfirmen zu erstellen, haben die Experten des Red Dot eine neue Methode erdacht: Sie berechnen seit Neuestem den Designwert. Er setzt den Erfolg beim Wettbewerb in Relation zum Unternehmensergebnis. Und schon rücken Autokonzerne auf ins Feld der Champions (siehe Kasten Seite 128).

Die Frage bleibt, ob selbst solche Berechnungen ein faires Bild erlauben. Mirko Borsche etwa, einer der renommiertesten Zeitschriftengestalter Deutschlands und Mitglied der Jury des Designpreises der BRD, hält eigentlich nichts davon, Design mit Gold- und Silbermedaillen zu bewerten: „Will man so Kreativität messen?“

Andere Juroren möchten über das Thema lieber gar nicht öffentlich sprechen. Hinter vorgehaltener Hand aber lästern sie, wie erratisch die Prämierung ablaufe.

Über die Preisvergabe befinden durchweg Fachleute aus der Branche. Peter Zec, der Geschäftsführer der Red Dot GmbH, postuliert, seine Jurys seien die unabhängigsten – weil keine Unternehmenslenker darin säßen. „Wie kann ein Designchef von Philips oder Samsung völlig ohne Vorbehalte über Produkte seiner härtesten Wettbewerber urteilen?“

Beim Designpreis der BRD hingegen entscheidet auch Roland Heiler mit, Ma-

ning Director von Porsche Design. Er ist sogar Chef der Jury. In seiner Laudatio auf den Goldmedaillengewinner von 2010, den Audi A5 Coupé, hat er dessen „ungewöhnlich filigrane Emotionalität“ gepriesen. Audi und Porsche Design gehören inzwischen mehrheitlich zum Volkswagen-Konzern.

### Empörung über happige Gebühren

Der „Preis der Preise“, der vom Bundeswirtschaftsministerium ausgelobt wird, zieht schon länger scharfe Kritik auf sich. Für Schlagzeilen sorgte vor fünf Jahren die Grafikerin Juli Gudehus, die im selben Brief nominiert – und zur Zahlung aufgefordert wurde. „Entweder der Staat will was fördern, dann darf er sich das aber nicht bezahlen lassen. Oder er kann es sich nicht leisten, dann soll er es bleiben lassen.“ Empört über die happige Teilnahmegebühr beschwerte sie sich schriftlich beim damaligen Minister Michael Glos. Antwort aus dem Ministerium: Das habe man immer schon so gemacht.

Immerhin loben viele Veranstalter inzwischen Nachwuchspreise aus – gebührenfrei. Der Designpreis der Bundesrepublik Deutschland vergibt seit 2010 sogar eine mit 8000 Euro dotierte Auszeichnung für einen jungen Gestalter. Der Chef des Ausrichters, Andrej Kupetz, hat

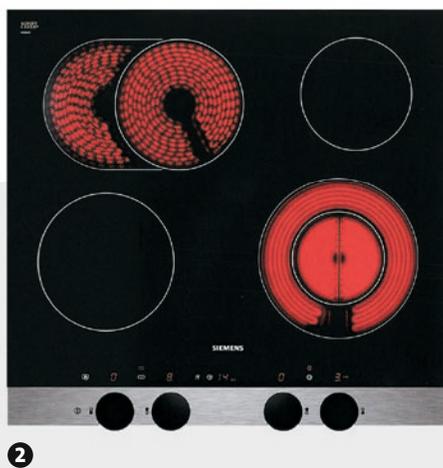
angekündigt, das ganze Konzept überarbeiten zu wollen. Gudehus glaubt nicht daran, sie will demnächst einen alternativen Designpreis ins Leben rufen.

Große Unternehmen sehen das Thema pragmatisch. Philippe Grohe, Chef der Designermarke Axor des Badspezialisten Hansgrohe, investiert gerade mal 0,1 Prozent seines Marketingbudgets in die Teilnahme an Awards. Das kann er sich selbst in schlechten Zeiten leisten. Zumal die Preise „ein wichtiges Verkaufsargument“ seien. Ein Waschtisch der spanischen Designerin Patricia Urquiola bekam 2009 einen Red Dot und heimste jetzt den Designpreis der BRD ein.

In der Szene entwickeln die Preise nicht selten eine unangenehme Eigendynamik. Denn wer auf Dauer leer ausgeht, auch weil er sich der Masche verweigert, hat es als Designchef nicht leicht. So mancher soll schon gefeuert worden sein, weil die vom Unternehmensboss erhofften Auszeichnungen ausblieben.

Der Designer der küssenden Tintenfische des taiwanischen Herstellers Adata wird wohl bleiben dürfen. Zum Red Dot gab's noch den iF Award. „Dieses reizende Paar weckt Kindheitserinnerungen“, befanden die Kritiker aus Hannover. Die Designkompetenz von Adata könne auf Weltklasseniveau bestehen, jubilierten die PR-Strategen aus Taiwan.

Na dann, aufgepasst Apple! ■



**Heiße Ware:** 1. Bürostuhl Sitagego, Volker Eysing für Sitag, Red Dot 2010  
2. Kochstelle ET685DN11D, Siemens, iF Award 2010 3. Vibrator Delight, Fun Factory, iF Award 2010

## Designpreise Reine Formsache

Kaum ein Land würdigt die funktionale Gestaltung so hingebungsvoll wie Deutschland. Gleich drei Auszeichnungen haben internationale Geltung. Voraussetzung für den Designpreis BRD: Ein Produkt wurde schon anderswo prämiert

	Geschichte	Träger	Kategorien	Produktdesignpreise 2010	Jury
<b>Red Dot Design Award</b>  reddot design	Der Vorläufer „Design Innovationen“ wurde ab 1955 vom Design Zentrum NRW verliehen, seit 1992 unter dem Namen „Der rote Punkt“, seit 2000 als Red Dot	Red Dot GmbH & Co. KG und Design Zentrum NRW; Hauptsitz: Essen	Produktdesign, Kommunikationsdesign, Designkonzept, Designteam des Jahres, Designagentur des Jahres	Einsendungen: 4252 Nationen: 57 Auszeichnungen Red Dot: 830 Auszeichnungen Red Dot „best of the best“: 45 Auszeichnungen „honourable mention“: 198	International besetzt, jeweils 15 bis 30 unabhängige Fachleute
<b>iF Design Award</b> 	Die Zentralstelle zur Förderung deutscher Wirtschaft organisierte 1953 erstmals die „Sonderschau formgerechter Industrieerzeugnisse“, 1959 umbenannt in „Die gute Industrieform“. Seit 2001 werden die iF Design Awards jährlich vergeben	iF International Forum Design GmbH/iF Industrie Forum Design; Hauptsitz: Hannover	Produktdesign, Kommunikationsdesign, Material, Verpackung, Konzept und ein extra Designpreis China	Einsendungen: 2486 Nationen: 39 iF Product Design Award: 728 iF Product Design Award Gold: 50	International besetzt, jeweils 15 bis 26 Designer und Unternehmer, die in der Regel nur maximal zweimal in Folge jurieren
<b>Designpreis der Bundesrepublik Deutschland</b> 	Vorläufer war ab 1969 der Bundespreis „Gute Form“; seit 2006 jährlich unter dem Namen Designpreis der Bundesrepublik Deutschland verliehen	Ausgelobt vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und veranstaltet vom Rat für Formgebung	Produktdesign, Kommunikationsdesign, Designpersönlichkeit	Einsendungen: 685 Auszeichnung Gold: 5 Auszeichnung Silber: 18	Zehn Vertreter von Industrie, Hochschule, Design und Medien, für die Dauer von vier Jahren vom Bundesminister für Wirtschaft und Technologie berufen



**Wegbereiter: 1.** Gehstock Bengala Erlanger, Mendes-Hirth, iF Award 2010  
**2.** Sportboot Sea-Doo Challenger 210, BRP, Red Dot 2010 **3.** Unbemannter Hubschrauber KOAX X-240, Swiss UAV, Red Dot 2010

