

entdecke design  


**GESTERN. HEUTE. DU.**

Vergangenheit verstehen - Zukunft gestalten.

 **STIFTUNG  
DEUTSCHES  
DESIGN  
MUSEUM**

***PwC-Stiftung***  
*Jugend • Bildung • Kultur*

entdecke design

EINFÜHRUNG

FÜR PÄDAGOG\*INNEN

INHALT

**GESTERN. HEUTE. DU.**

**Vergangenheit verstehen - Zukunft gestalten**

**Alles was von Menschenhand erschaffen worden ist, wurde gestaltet. Aus Produktentwicklungen der vergangenen Jahrzehnte werden gemeinsam wirtschaftliche, gesellschaftliche und technische Rückschlüsse gezogen.**

Auf dieser Grundlage entstehen eigene Entwürfe, die aufzeigen, wie heutige und zukünftige Bedürfnisse Produktkonzeptionen beeinflussen. Die erlernten Visualisierungsmöglichkeiten sind themenunabhängig und übertragbar. Schüler\*innen entwickeln eigene, zukunftsweisende Entwürfe. Sie werden für Form, Material und Funktion sensibilisiert und ermutigt, unserer Umwelt aktiv mitzugestalten.

GESTERN. HEUTE. DU. | Vergangenheit verstehen - Zukunft gestalten

# ÜBERSICHT PROJEKTPHASEN

## 1. AUFGABENSTELLUNG

Ziel der Projektwoche

## 2. EINLEITUNG

Was ist Design?

- Aufgabe von Design
- Design als Spiegel der Zeit

## 3. RECHERCHE

Bedürfnisanalyse

## 4. IDEEN FINDEN

Entwickle auf der Basis  
Deiner Bedürfnisse  
zukunftsfähige Ansätze

## 5. KONZEPTE UMSETZEN

Plakatentwicklung

## 6. PRÄSENTATION

Stelle Deine Ideen vor!

entdecke design

1. AUFGABENSTELLUNG



WIR GESTALTEN UNSERE ZUKUNFT!

# 1. AUFGABENSTELLUNG

## WIR GESTALTEN UNSERE ZUKUNFT!

Diese Präsentation leitet Euch an, auf der Basis Eurer individuellen Ziele und Bedürfnisse sinnvolle und zukunftsfähige Konzepte zu entwickeln.

Diese können beispielsweise Produkte, Dienstleitungen oder Organisationen sein, die einen grundlegenden Teil der Lebensqualität bereichern.

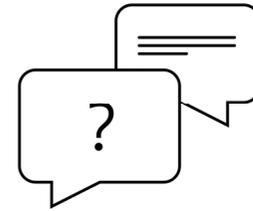
Dabei helfen folgende drei BAUSTEINE:

# BAUSTEINE

**1. Produkte analysieren**



**2. Bedürfnisse definieren**



**3. Konzepte entwickeln  
und umsetzen**



# Ablaufplan

1. Produkte **analysieren**

2. **Bedürfnisse** definieren

3. **Konzepte** entwickeln und umsetzen

## 1. Produkte **analysieren**

Wir schauen zurück auf einige Produktklassiker der 50er bis 80er Jahre:

**WAS WAR DAS ZIEL DIESER PRODUKTE UND  
WARUM GENAU WURDEN SIE ERWORBEN?**

**WELCHES BEDÜRFNIS WURDE HIER BEDIENT?**

## 2. **Bedürfnisse** definieren

Wir nehmen uns die Maslowsche Bedürfnispyramide zur Hilfe:

**WELCHE BEDÜRFNISSE SIND DIR DIE WICHTIGSTEN?**

### **3. Konzepte** entwickeln und umsetzen

Auf der Grundlage Deiner Bedürfnisse entwickeln wir Ideen und setzen diese in Plakaten um:

**WAS WÜRDST DU GERNE VERÄNDERN?**

# BAUSTEIN 1

## 1. Produkte **analysieren**

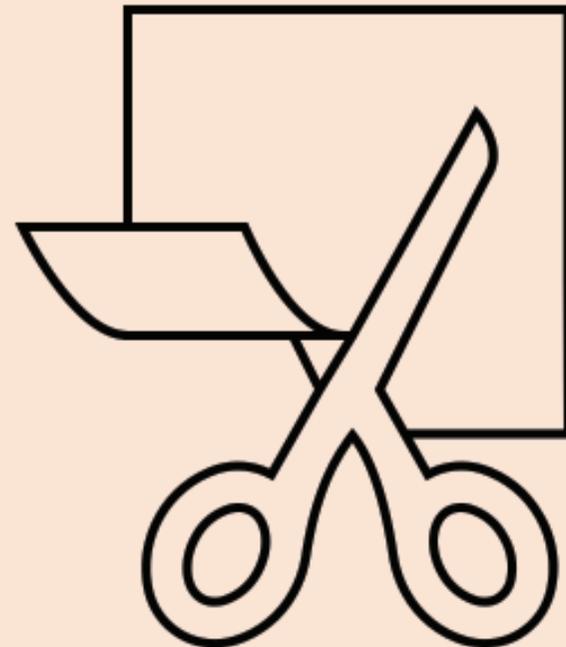


# entdecke design

## 1. EINLEITUNG

Was ist Design?

- Design hat viele Facetten
- Design als Spiegel der Zeit



# DESIGN HAT VIELE FACETTEN

## Was heisst Design?

Design ist ein Objekt oder eine Dienstleistung



## Was kann Design?

Design ist eine Aufgabe



## Wer macht Design?

Design als Tätigkeit



## Was lehrt Design?

Design als Methode



## Wie geht Design?

Design ist eine Denkweise



EINFÜHRUNG PRAXISTEIL

## DESIGN HAT VIELE FACETTEN



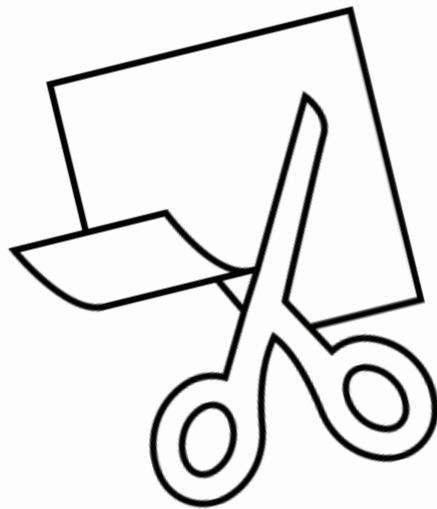
### Was heißt Design?

Design ist ein Objekt oder eine Dienstleistung

Design kann ein physisches Produkt sein, wie beispielsweise die Perlenflasche. Es kann aber auch komplexe Zusammenhänge wie das Berliner Verkehrsnetz grafisch darstellen und so Systeme für die Nutzer\*innen verständlich machen.

EINFÜHRUNG PRAXISTEIL

# DESIGN HAT VIELE FACETTEN



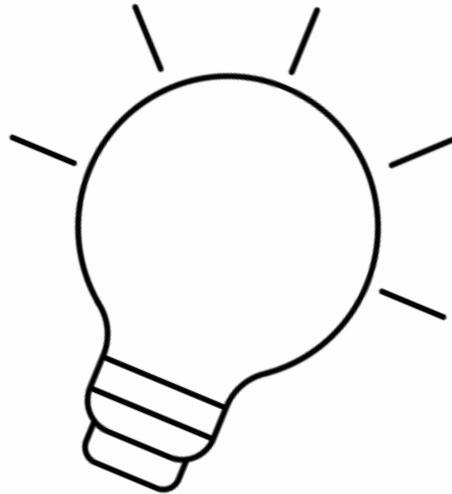
## **Wer macht Design?**

### Design als Tätigkeit

Designer\*innen probieren Dinge aus, scheitern, entwickeln weiter, um am Ende eine Idee erfolgreich umzusetzen.

EINFÜHRUNG PRAXISTEIL

# DESIGN HAT VIELE FACETTEN



## **Was kann Design?**

### Design ist eine Aufgabe

Eine der Aufgaben von Design ist es, gesellschaftliche Herausforderungen aufzugreifen und Dinge für die Menschen besser nutzbar zu machen.

EINFÜHRUNG PRAXISTEIL

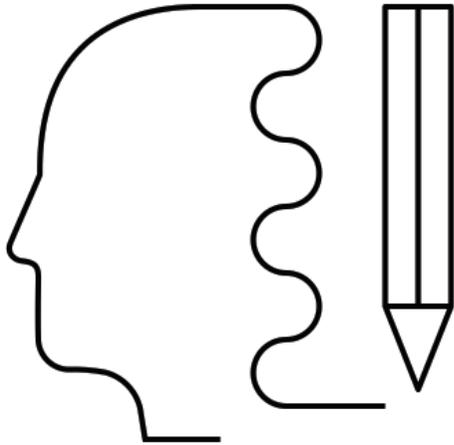
# DESIGN HAT VIELE FACETTEN



## **Was lehrt Design?**

### Design als Methode

Recherchen effektiv auswerten,  
Feedbackschleifen einplanen, Prozesse effektiv  
strukturieren, konzeptionelles Entwickeln, aktiv  
eigene Ideen umsetzen, Ergebnisse verständlich  
präsentieren,...



### **Wie geht Design?**

## Design ist eine Denkweise

Um neue Wege zu denken und zu gehen, ist es von großer Bedeutung, wie man eine Aufgabe angeht. Um kreative Prozesse erfolgreich umzusetzen, braucht es: Empathie, Aufgeschlossenheit, Optimismus, Tatendrang, Leidenschaft, Entdeckerfreude, Neugier, die Freude an Vielfalt und den Mut, aus Fehlern zu lernen.

# GRUPPENAUFGABE

- 1 **Bildet Gruppen mit max. vier Teilnehmenden**
- 2 **Schaut Euch in Eurer unmittelbaren Umgebung im Raum um: Welche Gegenstände wurden wohl industriell hergestellt?**

*Alles, was industriell produziert wurde,  
wurde von Menschenhand in Form gebracht...*

# GRUPPENAUFGABE

- 1 **Bildet Gruppen mit max. vier Teilnehmenden**
- 2 **Schaut Euch in Eurer unmittelbaren Umgebung im Raum um: Welche Gegenstände wurden wohl industriell hergestellt?**

*Wann ist ein Design "gut"?*

# GRUPPENAUFGABE

- 3** Wählt gemeinsam pro Gruppe ein Produkt aus und untersucht es auf Funktionalität, Nutzbarkeit, Nachhaltigkeit, Hygiene, Schlichtheit, Schönheit,...

**Was macht Dein Produkt besonders?**

**Welche Unterschiede fallen Dir zu ähnlichen Produkten auf?**

# GRUPPENAUFGABE

*Gibt es vielleicht versteckte Funktionen?*

- 3** Wählt gemeinsam pro Gruppe ein Produkt aus und untersucht es auf Funktionalität, Nutzbarkeit, Nachhaltigkeit, Hygiene, Schlichtheit, Schönheit,...

**Was macht Dein Produkt besonders?**

**Welche Unterschiede fallen Dir zu ähnlichen Produkten auf?**

**WEIßT DU, WARUM...?**



... die Kappe von Stiften oft nicht komplett geschlossen ist?

**WEISST DU, WARUM...?**

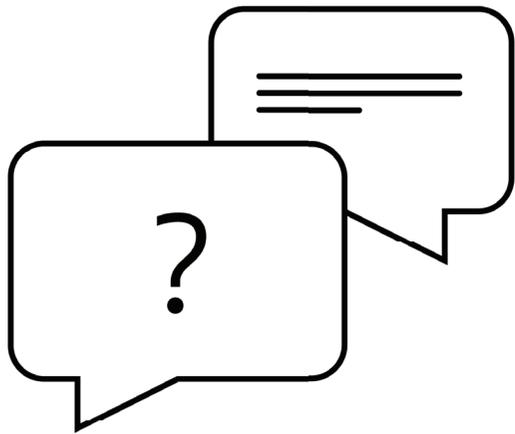


... die Kappe von Stiften oft nicht komplett geschlossen ist?

Falls sie von Kindern mal ungewollt verschluckt wird,  
bildet sich so kein Vakuum und blockiert so nicht die Atmung.

# 10 THESEN

für gutes Design  
von Dieter Rams



Gutes Design...

... ist **innovativ**

... macht ein Produkt **brauchbar**

... ist **ästhetisch**

... macht ein Produkt **verständlich**

... ist **unaufdringlich**

... ist **ehrlich**

... ist **langlebig**

... ist **konsequent** bis ins letzte Detail

... ist **umweltfreundlich**

... ist so **wenig Design** wie möglich

# GRUPPENAUFGABE



*Tauscht Euch aus, dann:*

- 4 **Stellt Euch die Besonderheiten der untersuchten Produkte gegenseitig vor!**

entdecke design

KURZE DISKUSSION

WAS IST FÜR DICH

**DESIGN?**

## **BEDÜRFNISANALYSE** UND FRAGE NACH NOTWENDIGKEITEN

Die nun folgenden Produkte sind Klassiker der 50er bis 80er Jahre.

Sie werden später auf die mit ihnen bedienten Bedürfnisse untersucht.

# BEDÜRFNISANALYSE UND FRAGE NACH NOTWENDIGKEITEN



## KLEINE DISKUSSION



Warum empfinden wir einige der gezeigten Beispiele als »altmodisch«, andere als »modern/zeitgemäß« und wieder andere als »zeitlos«?

Warum eigentlich sieht man manchen Produkten nicht (sofort) an, aus welcher Zeit sie stammen (oder zumindest, dass sie alt sind), anderen hingegen schon?

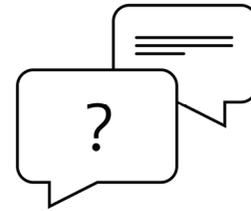
## KLEINE DISKUSSION

Warum empfinden wir einige der gezeigten Beispiele als »altmodisch«, andere als »modern/zeitgemäß« und wieder andere als »zeitlos«?

Warum eigentlich sieht man manchen Produkten nicht (sofort) an, aus welcher Zeit sie stammen (oder zumindest, dass sie alt sind), anderen hingegen schon?

*Hier geht es um Euren persönlichen Eindruck.*

# BAUSTEIN 2



## 2. Bedürfnisse definieren

# **BAUSTEIN 2**

**Was sind eigentlich Bedürfnisse?**

# BEDÜRFNISPYRAMIDE NACH MASLOW



# BEISPIELE

## **AUTONOMIE**

Freiheit, Selbstbestimmung

## **KÖRPERLICHE BEDÜRFNISSE**

Luft, Wasser, Bewegung, Nahrung, Schlaf, Distanz, Unterkunft, Wärme, Gesundheit, Heilung, Kraft, Lebenserhaltung

## **INTEGRITÄT/ STIMMIGKEIT MIT SICH SELBST**

Authentizität, Einklang, Eindeutigkeit, Übereinstimmung mit eigenen Werten, Identität, Individualität

## **SICHERHEIT**

Schutz, Übersicht, Klarheit, Abgrenzung, Privatsphäre, Struktur

## **VERBINDUNG**

Wertschätzung, Nähe, Zugehörigkeit, Liebe, Intimität/Sexualität, Unterstützung, Ehrlichkeit, Gemeinschaft, Geborgenheit, Respekt, Freundschaft, Achtsamkeit, Aufmerksamkeit

## **ENTSPANNUNG**

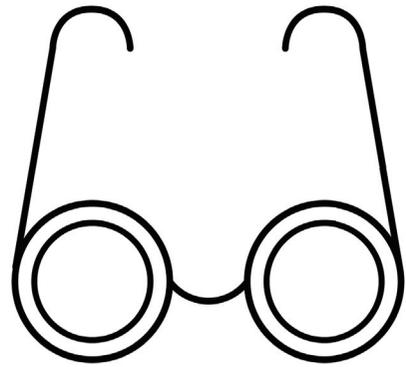
Erholung, Ausruhen, Spiel, Leichtigkeit, Ruhe

## **GEISTIGE BEDÜRFNISSE**

Harmonie, Inspiration, »Ordnung«, (innerer) Friede, Freude, Humor, Abwechslungsreichtum, Ausgewogenheit, Glück, Ästhetik

## **ENTWICKLUNG**

Wachstum, Anerkennung, Erfolg im Sinne von Authentizität, Gelingen, Kreativität, Sinn, Bedeutung, Übereinstimmung mit eigenen Werten, Effektivität, Kompetenz, Bildung, Feiern

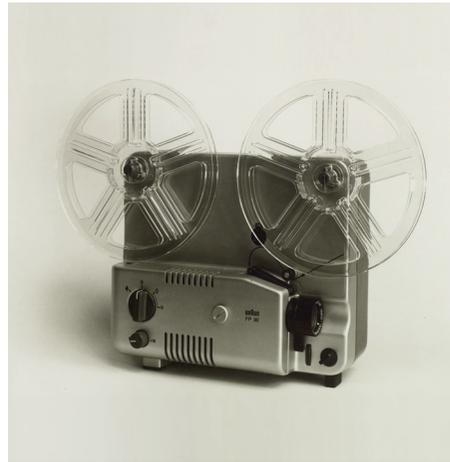


**WIR UNTERSUCHEN NUN DIE PRODUKTKLASSIKER**

>> Auf welche **Bedürfnisse**  
reagieren diese Produkte?

# BEDÜRFNISANALYSE

Bildet wieder Gruppen und sucht Euch nach der folgenden Vorstellung ein Produkt aus, das Ihr auf Bedürfnisse untersuchen wollt. Bitte keine Doppelungen!





Siemens

## **Bildfernsprecher Bildtelefon**

Entwurfjahr: 1969/71

Material: Blech & Thermoplast

Terminal für den Datenverkehr über  
Fernsprechanlagen – Kommunikation in  
Bild und Sprache.

*Fotonachweis: Siemens Bildfernsprecher,  
1969/71.*

*Mit freundlicher Genehmigung der Siemens  
AG / Siemens Historical  
Institute.*



Braun

## **Röhren-Fernsehgerät**

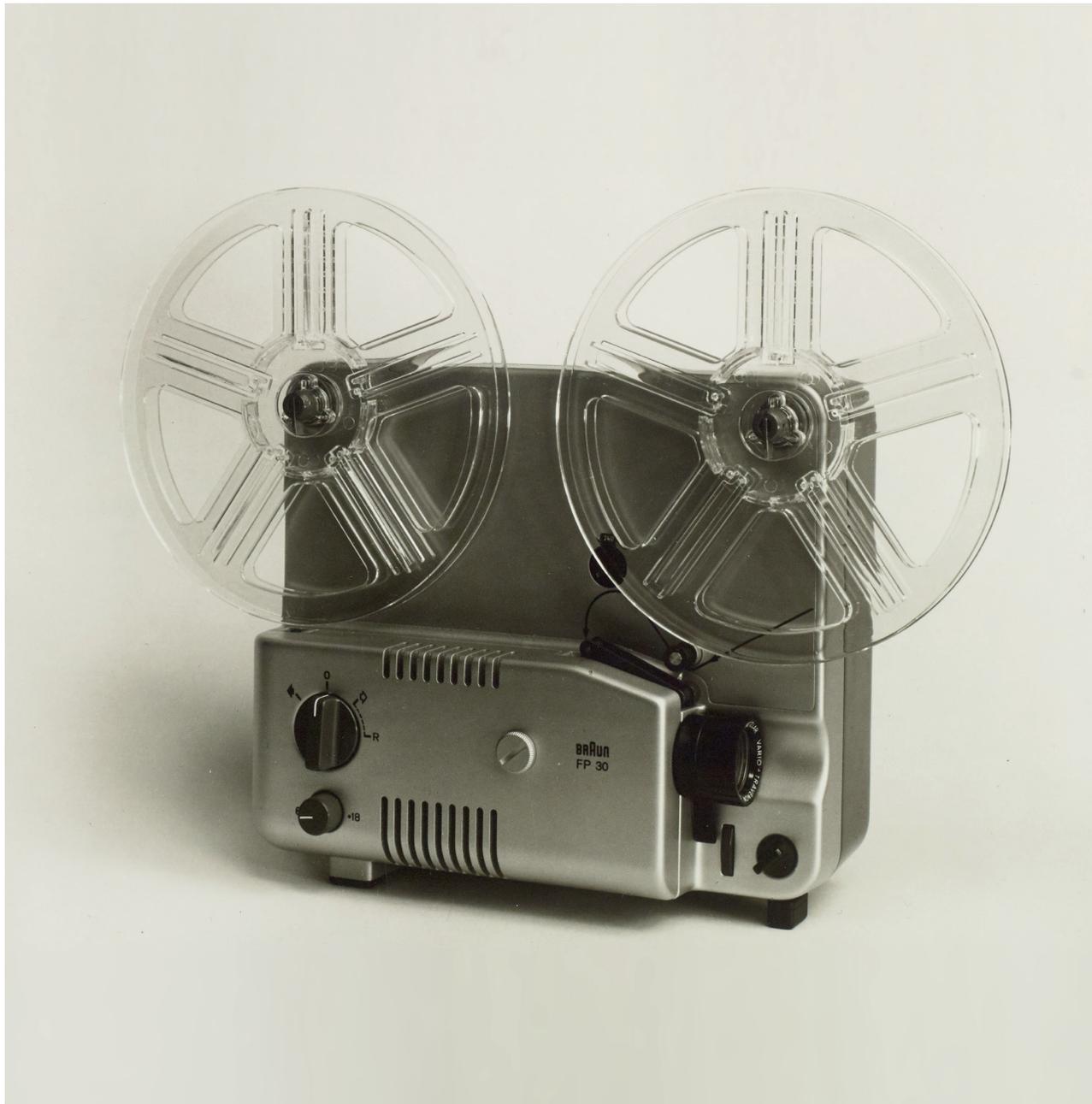
Entwurfjahr: 1964

Material: Holz & Kunststoff & Aluminium

*Fotonachweis:*

*Braun Röhren-Fernsehgerät „FS 80“ aufgestellt auf einem Metallgestell, 1964.*

*Mit freundlicher Genehmigung der BRAUN P&G / Braun Archive Kronberg.*



Braun  
**Filmprojektor „FP 30“**

Entwurfjahr: 1971

Material: Kunststoff & Metall

*Fotonachweis: Braun Filmprojektor „FP 30“  
von Robert Oberheim mit Will-Wetzlar Ob-  
jektiv „Vario-Travenon“ 1:1.3 / 16,5-30mm,  
1971.*

*Mit freundlicher Genehmigung der BRAUN  
P&G / Braun Archive Kronberg.*



Braun  
**Blitzgerät**  
**Kleinbildkamera & Objektiv**

Blitz Entwurfsjahr: 1964/1965

Blitz Material: Novodur & Aluminium

Kamera Entwurfsjahr: 1957/1958

*Fotonachweis: Braun Blitzgerät hobby „F 200“ von Dieter Rams, 1964/65, und Leica Kleinbildkamera „M2“ mit Leitz Wetzlar Objektiv „Summicron“ 1:2 / 50mm, 1957/58.*

*Mit freundlicher Genehmigung der BRAUN P&G / Braun Archive Kronberg.*



Philips  
**Kleintonbandgerät**

Entwurfjahr: 1963

Das Kleintonbandgerät des Modells  
„Taschen Recorder 3300“  
der Firma Philips.

*Fotonachweis: Philips Kleintonbandgerät  
„Taschen Recorder 3300“, 1963.*

*Mit freundlicher Genehmigung von Philips  
International / Philips Company Archives.*

Siemens  
**Personal-Computer**

Entwurfjahr: 1983

Der Personal-Computer „PC 16-10“ von Siemens ist ein autonomer Arbeitsplatz und intelligentes Terminal für den zentralen Rechner.

*Fotonachweis: Siemens Personal-Computer „PC 16-10“, 1983.*

*Mit freundlicher Genehmigung der Siemens AG / Siemens Historical Institute.*





Junghans  
**Herrenarmbanduhr**

Entwurfjahr: 1969

Material: Edelstahl

*Fotonachweis: Junghans Herrenarmbanduhr  
„electronic“ „dato-chron“ „67/4751“ von Udo  
Schultheiss aus Edelstahl, 1969.*

*Mit freundlicher Genehmigung der Uhren-  
fabrik Junghans GmbH & Co. KG.*



Siemens  
**Zugauskunftsautomat**  
**T 31 65 FMA 649 B**

Entwurfjahr: 1964/65

Material: Aluminium & Stahlblech

Der elektrisch gesteuerte Zugauskunftsautomat, ein etwa mannshohes Gerät, hat ein übersichtliches und klar gegliedertes Bedienungsfeld.

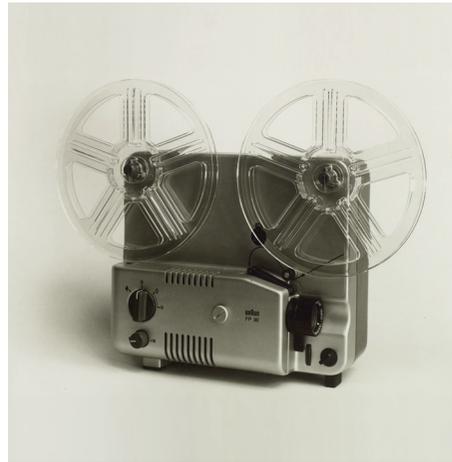
*Fotonachweis: Siemens Zugauskunftsautomat T 31 65 FMA 649 B, 1964/65.*

*Mit freundlicher Genehmigung der Siemens AG / Siemens Historical Institute.*

# BEDÜRFNISANALYSE

Sammelt Bedürfnisse und schreibt sie auf.

*Legt Euch auf max. fünf Begriffe fest!*

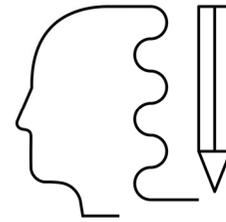


# BEDÜRFNISSE

**Tragt Eure Begriffe aus den Gruppen zusammen,  
indem Ihr sie an die Tafel/auf ein Board schreibt.  
Doppelungen lasst Ihr bitte weg.**

*Welche Bedürfnisse sind Dir am wichtigsten?  
Wähle max. drei drei davon aus!*

# BAUSTEIN 3



**3. Konzepte** entwickeln und umsetzen

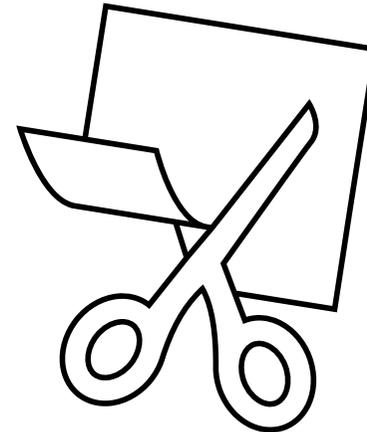
# ZUKUNFT

**Eure Aufgabe:**

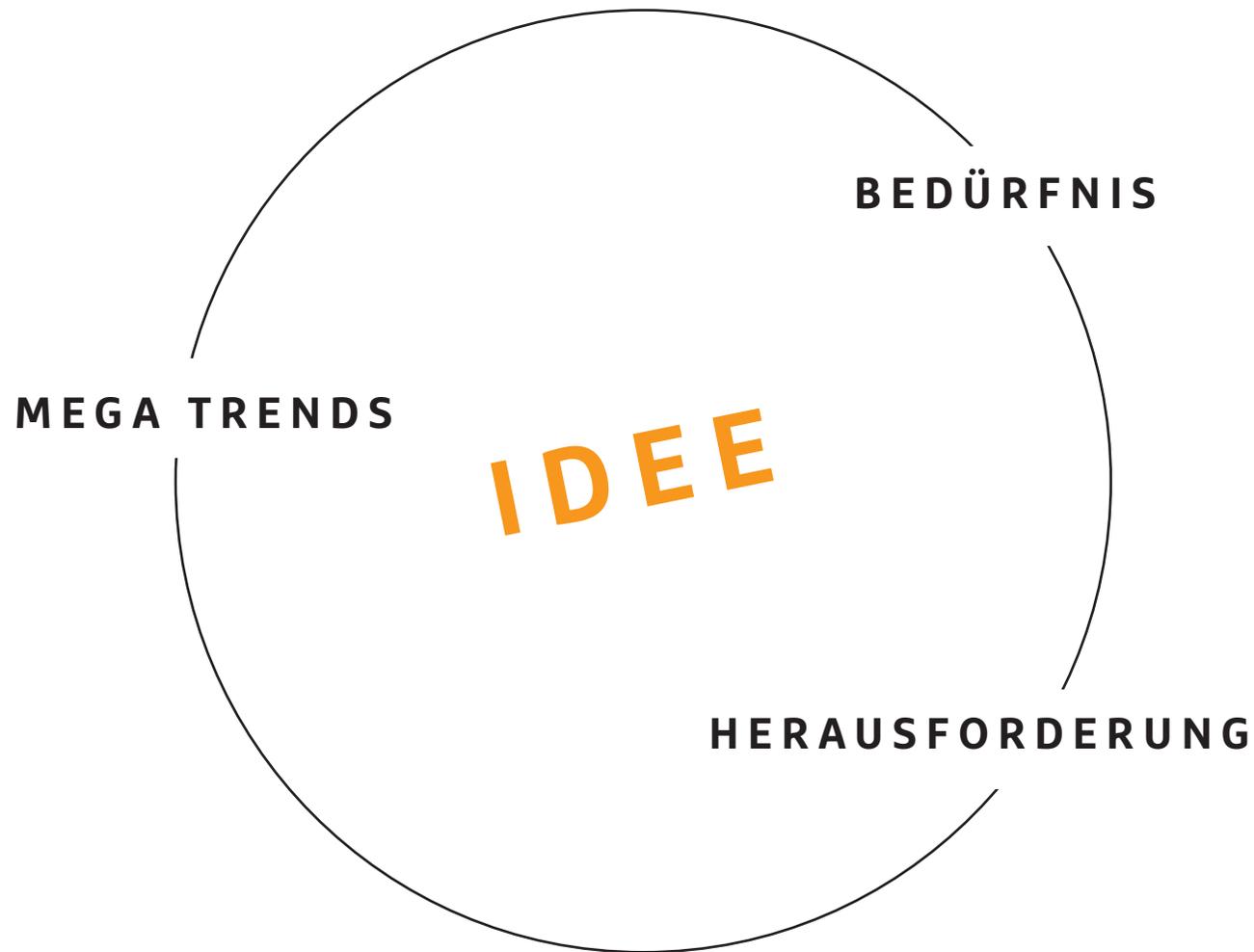
**Stellt Euch die Welt in fünf Jahren vor.**

**Wie könnten Eure Bedürfnisse zukünftig  
bestmöglich bedient werden?**

*Hier noch eine Hilfestellung!*



So könnt Ihr die Idee weiterentwickeln:



*VERKNÜPFEN*

*AUSTAUSCH*

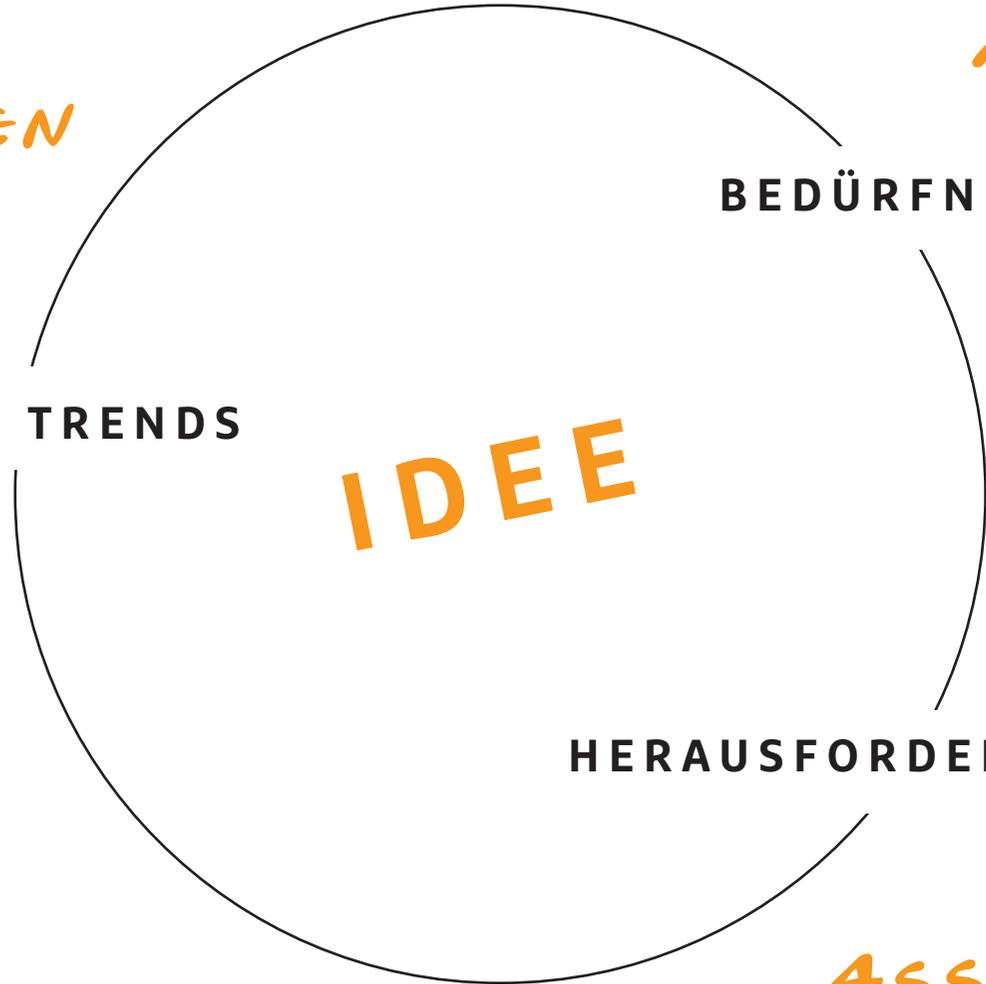
BEDÜRFNIS

MEGA TRENDS

*IDEE*

HERAUSFORDERUNG

*ASSOZIIEREN*



Wollt Ihr einem technischen, sozialen oder kulturellen Trend folgen?

Welchen Lebensbereich wollt Ihr verbessern?

Welche Zielgruppe wollt Ihr erreichen?

BEDÜRFNIS

HERAUSFORDERUNG

MEGA TRENDS

WAS STÖRT  
DICH?

WAS IST DIR  
WICHTIG?

WAS WILLST DU  
VERÄNDERN?

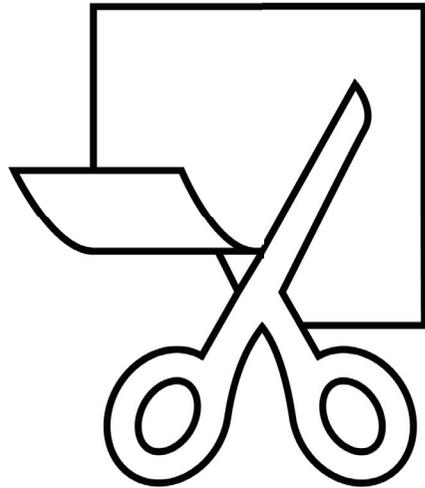
# IDEENENTWICKLUNG



**Entwickle Deine Idee!**

**Natürlich macht eine Gruppenarbeit hier nur Sinn,  
wenn Ihr die selben Bedürfnisse verfolgt...**

# GRAFIKDESIGN



## PLAKATPORTRAIT

A3 Blatt (weiß)

A4 Tonpapier

Buchstaben PDF (ausgedruckt)

Schere

Kleber

# GRAFIKDESIGN

PLAKATPORTRAIT

IDEE ALS HEADLINE



# GRAFIKDESIGN

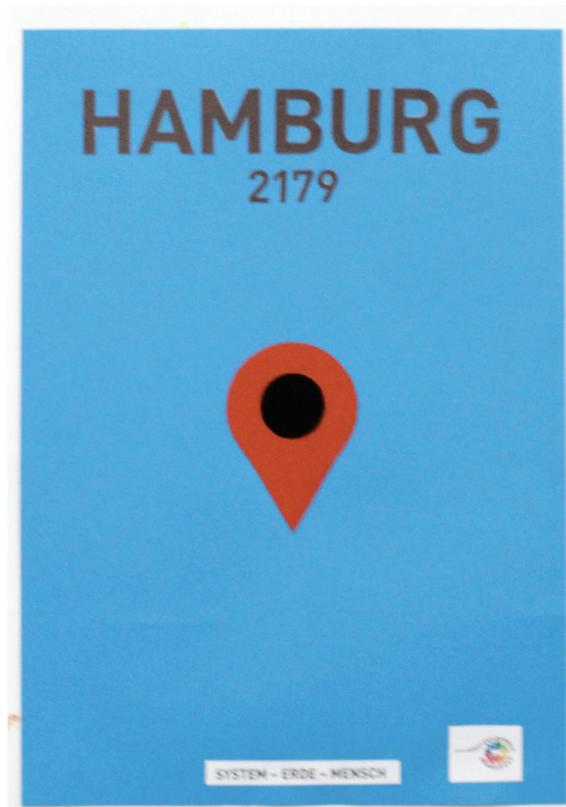
PLAKATPORTRAIT

## STRUKTUR

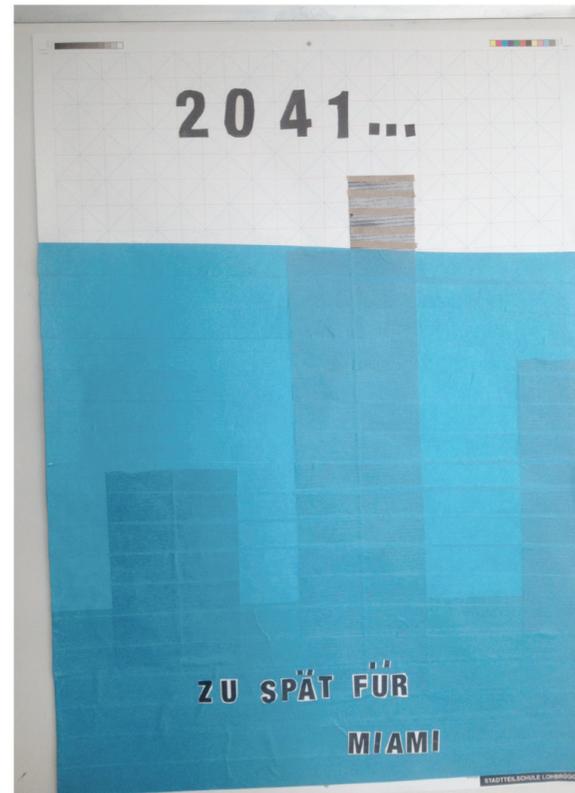


# GRAFIKDESIGN

PLAKATPORTRAIT



FARBIGE AKZENTE



# GRAFIKDESIGN

PLAKATPORTRAIT

BILDER ERZEUGEN EMOTION



# GRAFIKDESIGN

PLAKATPORTRAIT

WENIGER IST MEHR!



# PRÄSENTATION

Stelle Deine Idee vor!

