



Neue Materialien haben Auswirkung auf die Gestaltung, wie am bekannten und aus reinem Kunststoff bestehenden Panton Chair von Verner Panton leicht zu erkennen ist. Bild: Marco Schmidt

Interview

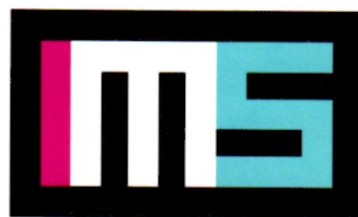
Designexperte Marco Schmidt gibt in einem Interview Einblicke in seine **Interpretation von Zeitgeist und State of the Art Design heute**. Kernkompetenz seines Designbüros ist die Gestaltung von Displays, Accessoires und Kleinmöbeln

DISPLAY: Herr Schmidt, welche Trends und Tendenzen zeichnen sich allgemein ab?

MARCO SCHMIDT: Es ist nicht immer leicht zu erkennen was nun Trends oder gar Megatrends sind. Dagegen liegt anderes wiederum offensichtlich auf der Hand. Um Megatrends zu erkennen gilt es, wie ein Seismograph, alle politischen, wirtschaftlichen, humanistischen beziehungsweise psychologischen und philosophischen Veränderungen zu betrachten. Das ist eine enorme Aufgabe.

- Anzeige -

IMS: Die neue Plattform! Systemanbieter und Integratoren zeigen zukunftsorientierte Lösungen.



INTEGRATED MEDIA SOLUTIONS

Patronat

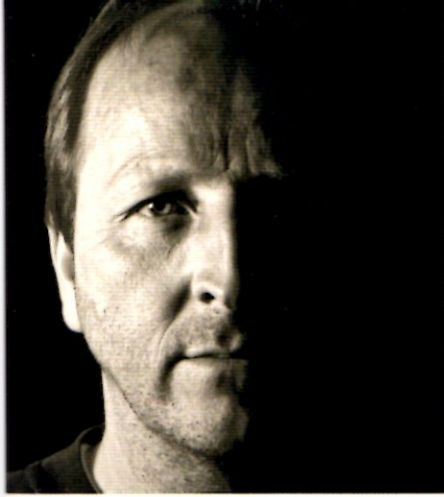


Veranstalterin



**9.-11. OKTOBER 2016
MESSE LUZERN**

ims-expo.ch



„Zeitgeist ist der Seismograph aller politischen, wirtschaftlichen, humanistischen und philosophischen Veränderungen.“

Marco Schmidt, Designexperte

So gibt es Studien die belegen, dass die Welt in den letzten Jahren tatsächlich weniger in extremer Armut lebende Menschen verzeichnet. Anschläge und radikale Extreme als auch die derzeit schwierigen Veränderungen durch Migration erzeugen in der Bevölkerung Ängste, die ein neues Sicherheitsdenken in der breiten Bevölkerung verursachen. Daran lassen sich langfristige Veränderungen ausmachen, die dann auch relevant für das Kaufverhalten sind. Ein Trend, der unabdingbar jeden Einzelhändler beschäftigt, ist der direkte Onlinehandel. Hier wird es sich zeigen wie kreativ, sinnvoll und vor allem schnell die Kommunikationswelt so in den Einzelhandel eingebunden wird, dass es auch morgen noch Geschäftsstraßen und Innenstädte geben wird wie wir sie kennen.

DISPLAY: Gibt es Megatrends, sprich übergeordnete Trendströmungen?

MARCO SCHMIDT: Trends und Tendenzen, die sich derzeit abzeichnen sind an oberster Stelle im Bereich Health festzustellen. Dieser Bereich umfasst ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein wie Klimawandel und eine biologisch einwandfreie Ökologie und einen vernünftigen Umgang mit Natural Resources. Der Foodbereich wird in Zukunft eine besondere Rolle spielen, da der Kunde einen noch größeren Wert auf seine Ernährung legen wird als bisher. Das Besondere dabei ist, dass der Verbraucher in Zukunft immer kritischer wird und durch das Internet Fachwissen erlangt, das ihn befähigt sehr genau zu entscheiden, welche Produkte zum Beispiel zu seinem Gesundheitsdenken passen. Was allein diese Veränderung für die Gesellschaft und damit auch für den POS bedeutet ist sehr vielfältig.

DISPLAY: Welche Materialien entsprechen diesen Trends?

MARCO SCHMIDT: So wie in der Kunst das Denken (oder Umdenken) Albert Einsteins oder Sigmund Freuds parallel ein Umdenken in der Kunst bewirkt hat, so ist auch das Design immer in direktem Zusammenhang mit modernen Gedanken und modernen Materialien zu verstehen. Wenn man in die Vergangenheit blickt und als Beispiel den bekannten Stuhl (Panton Chair) von Verner Panton betrachtet, wird klar welche Auswirkung ein neues Material auf die Welt des Gestaltens hat. Dass die intelligente Elektronik und Elektrotechnik natürlich bei nahezu jedem neuen Entwurf eines Produktes mit einbezogen werden muss, liegt auf der Hand. Reine Materialien sind da schon schwerer auszumachen. Eigentlich müssen diese noch erfunden werden. Auf jeden Fall müssen sie ökologisch abbaubar, leicht, recyclebar und ästhetisch sein. Nachdem ich von einem Kunden die Aufgabe bekommen habe, für einen bekannten Getränkehersteller ein absolut recyclebares Display zu entwerfen, kam ich überraschender Weise zu dem für mich irritierenden Entschluss, es kann nur ein Kunststoff sein. Es wird sehr spannend zu sehen, was da noch kommt.

DISPLAY: Was bedeutet Zeitgeist im Design und was sehen wir davon heute und in Zukunft?

MARCO SCHMIDT: Zeitgeist im Design ist für mich ein Kampf für eine bessere Welt! Der Zeitgeist, der Wunsch und Wille der Gesellschaft ist nicht in erster Linie ein billiges Produkt. Zumindest kann man das hoffen. Von der Kraft der Verführung, die wir ja beherrschen, wollen wir mal absehen, weil es keine rationale Kaufentscheidung, also kein durchdachtes Verhalten ist. Der Wunsch nach langlebigen und clever durchdachten Produkten kann eigentlich nur der Sinn und Zweck eines guten Designs sein. Der amerikanische Bildhauer Horatio Greenough oder auch später Raymond Loewy's Spruch „form follows function“ hat bis heute einen großen Stellenwert. Darüber hinaus sind die Verantwortung und die Anforderung an das Design enorm gewachsen. Die Funktion beschränkt sich nicht mehr allein auf die Nutzungszeit des Produktes, sondern auch auf die Zeit danach! Die große Problematik ist immer wieder der Preiskampf. Wer billig kauft, und manchmal sieht man sich dazu gezwungen, kauft unter Umständen Giftiges, Menschen- und Umweltzerstörendes. Also ist die Frage in Zukunft vor allem, „Was bin ich bereit für gutes Design zu bezahlen?“

gekarte

displays terminals consulting co

16

17

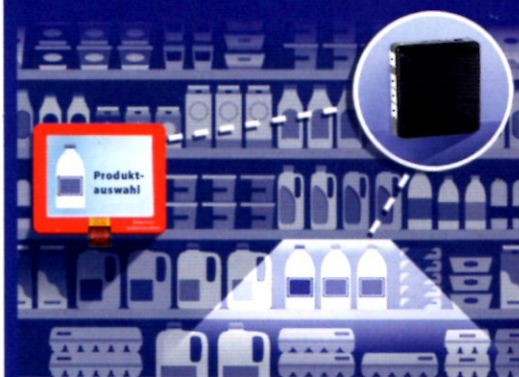


Attraktive Produktinszenierung mit innovativer POS-Technik



POS-Tablets Beratung mit Touchscreen

Interaktive Werbung am POS mit kabelloser Lichtsteuerung



POS-QuickFind Produkte sofort finden

www.gekartel.de

gekartel AG
Julius-Otto-Str. 7
01219 Dresden
Tel: +49 351 8732140