



Vermittlungskonzept

## ZWECKENTFREMDEN = ZWECKENTDECKEN

Konzept: UNFORMAT

Katharina Fleischmann, Katrin Nora Kober,  
Evelyn Sutterlütü und Petra Zauner

„Zweckentfremden = Zweckentdecken“ ist Teil  
des Vermittlungsangebots von design°mobil

[www.designmobil.at](http://www.designmobil.at)

Bei design°mobil Veranstaltungen schlüpfen die Teilnehmenden in die Rolle von Designer/innen. Sie erproben Ideenfindungs- und Entwurfsstrategien und lernen Designprozesse als schöpferische Handlungsstrategien kennen.

Zu unseren Themen zählen die Auseinandersetzung mit Style Codes, Ergonomie und Useability, Markenbildung, Improvisation und Human Factors. Wir beschäftigen uns mit Userprofilen und Fragen des zielgruppenorientierten Designs. Darüber hinaus setzen wir uns mit dem Faktor „DesignKreativität“ beim Entwickeln neuartiger Produktideen auseinander: etwa mit dem Verändern der Größenwahrnehmung und dem Innovationspotenzial vorhandener Gegenstände.

Die Vermittlungskonzepte wurden von Studierenden und Absolvent/innen der Abteilung DAE - Design, Architektur & Environment für Kunstpädagogik - entwickelt.

Projektleitung:  
Univ.-Prof. James Skone

Projektkonzeption und Organisation:  
design°mobil – Verein zur Vermittlung von Design  
Katharina Fleischmann, Katrin Nora Kober,  
Evelyn Sutterlüti und Petra Zauner  
Oskar Kokoschka-Platz 2  
1010 Wien

Partner und Förderer:  
Universität für angewandte Kunst Wien  
KulturKontakt Austria

## Zweckentfremden = Zweckentdecken

### KURZBESCHREIBUNG

Dieses Modul beschäftigt sich mit der Entwicklung von neuartigen Produktideen. Vorhandene Dinge werden auf ihre spezifischen Eigenschaften untersucht und ihr Potenzial zur Lösung eines Designproblems ausgelotet. Die Gestaltungsaufgabe (das *Briefing*) wird dabei von den Teilnehmer/innen selbst im Laufe des Arbeitsprozesses entwickelt: Ziel ist das Finden einer Produktidee, die auf Gebrauchsanforderungen in konkreten Situationen abgestimmt ist (*user-orientiertes Design*).

In den Produkten, die uns tagtäglich umgeben, werden kulturhistorische, technologische und gesellschaftspolitische Hintergründe und Voraussetzungen ihrer Entwicklung und Produktion sichtbar. Die Auseinandersetzung mit Dingen kann daher zum Ausgangspunkt einer differenzierten Beschäftigung mit der Warenwelt bzw. der materiellen Kultur unseres Alltagslebens werden. Das Heranziehen von in einer gegebenen Situation verfügbaren Dingen bzw. Mitteln dient zudem einem gesteigerten Bewusstsein für individuellen Gebrauchsspielraum. Das „Entfremden“ von Dingen wird so zum spielerischen „Entdecken“ von persönlichen Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit Gebrauchsgegenständen.

### ZIELE

- Anknüpfen an die Alltagswelt der Teilnehmer/innen
- Kennenlernen einer Kreativitätstechnik (Transferdenken)
- ungenutztes Potenzial sichtbar machen, Ressourcen erkennen → Innovation schaffen
- zu Eigenverantwortung und aktivem Handeln hinführen

### METHODEN

- bekannte Gebrauchsgegenstände werden einer neuen Nutzung zugeführt
- Materialanalyse
- selbständige Definition eines Designproblems (keine konkrete Aufgabenstellung)

### ALTERSEMPFEHLUNG

8 - 16 Jahre

### ABLAUF

0. Einstieg: Auseinandersetzung mit unserer Dingwelt (optional)
1. Einleitung
2. Materialanalyse
3. Aufgabenstellung (*Briefing*)
4. Ideenfindungsprozess
5. Verfassen eines Konzeptpapiers
6. Umsetzung
7. Präsentation

### 0. EINSTIEG: AUSEINANDERSETZUNG MIT UNSERER DINGWELT

In einem durchschnittlichen europäischen Haushalt befinden sich rund 10 000 Gebrauchsgegenstände, von der Büroklammer bis zur Unterhose. Mit vielen dieser Dinge werden persönliche Geschichten verbunden.

In der Einstiegsrunde geht es darum, die Rolle zu thematisieren, die Produkte in unserem Leben spielen. Jede/r Schüler/in nimmt dazu einen persönlichen Gegenstand zur Hand und stellt sich selbst kurz anhand des gewählten Dings vor. Durch die Beschreibung der Beziehung zwischen Ding und Individuum wird thematisiert, dass Gebrauchsgegenstände nicht nur über eine technisch-praktische Funktion verfügen. Sie werden ganz gezielt auch aufgrund ihrer symbolischen Funktionen gekauft und gebraucht.

Impulsfragen:

- Hast du diesen Gegenstand gekauft oder geschenkt bekommen?
- Wie lange besitzt du diesen Gegenstand schon?
- Gibt es ein Erlebnis, das du mit diesem Gegenstand verbindest?
- Was sind die spezifischen Eigenschaften des Gegenstandes? (Material, Oberfläche, Ergonomie, Flexibilität, praktische Aspekte, ...)
- Was erleichtert bzw. ermöglicht dieser Gegenstand?
- Was gefällt dir an ihm besonders?
- Würdest du den Gegenstand aufgrund von Gebrauchsspuren oder anderen besonderen Merkmalen sofort wieder erkennen?

## 1. EINLEITUNG



Wir erinnern uns an die Gegenstände, die in der Einstiegsrunde besprochen wurden. Alle diese Dinge wurden von Designer/innen entwickelt, um einen bestimmten Zweck zu erfüllen.

In diesem Workshop geht es nun aber nicht um diese „Erstzwecke“. Die zentrale Frage lautet stattdessen: Welche neuen Funktionen und Nutzungsmöglichkeiten ergeben sich, wenn man Gegenstände anders gebraucht, als dies beim Entwurf vorgesehen wurde?

Zusatzinformation:

Schon in den 1960er Jahren beschäftigte sich der in Österreich geborene Designer Victor Papanek mit der Umnutzung von Dingen. Unter anderem entwickelte er ein Radio, dessen Gehäuse aus einer gebrauchten Getränkedose bestand (*Tin can radio*). Papanek wollte damit sowohl auf Seite der Produktdesigner/innen wie auch auf Seite der Konsument/innen Sensibilität für ökologische Fragestellungen sowie ressourcenschonendes Produzieren und Konsumieren fördern. Bevor man sich etwas Neues kauft, sollte man stets erwägen, ob nicht etwas Anderes, das man bereits besitzt, denselben Zweck erfüllen könne, so Papanek.

Das Workshopthema wird mit Hilfe von Bildbeispielen verdeutlicht. Es werden jeweils Bildpaare besprochen: Auf dem ersten Foto eines Paares ist ein Alltagsgegenstand (Schraubenmutter, Feuerzeug, etc.) zu sehen. In der Gruppe wird überlegt, wie dieser Gegenstand herkömmlicherweise benutzt wird.

Im folgenden Bild wird beispielhaft gezeigt, wie dieser Alltagsgegenstand zweckentfremdet und in einen neuen Kontext gestellt wurde. Der Gegenstand erhält dadurch von dem/der Nutzer/in eine neue Funktion. Er wird den Bedürfnissen der jeweiligen Situation angepasst gebraucht. Weitere Ideen zur Umnutzung werden gesammelt.

Der zuletzt gezeigte Gegenstand ist in unserem Konzept ein Abwaschschwamm. (Der Gegenstand kann durch andere Dinge, wie etwa Kabelbinder, Getränkeflaschen etc. ersetzt werden.) Auf dem zweiten Bild ist ein Fragezeichen zu sehen.

Die Aufgabenstellung bzw. das *Briefing* sieht also keine konkrete Gestaltungsaufgabe vor. Es geht vielmehr darum, auf Basis einer Materialanalyse neuartige Nutzungskontexte zu (er)finden und unkonventionelle Produktideen für die gewählten Gebrauchssituationen zu entwickeln.

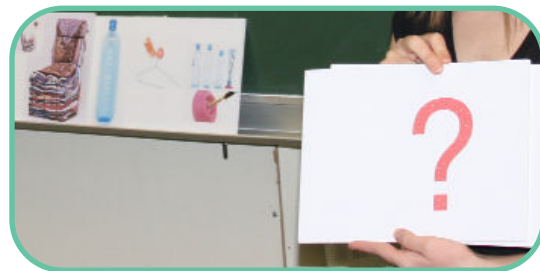
## 2. MATERIALANALYSE



Jede/r Teilnehmer/in erhält einen Abwaschschwamm. Die Eigenschaften des „Materials“ Abwaschschwamm (Schaumstoff) werden gemeinsam untersucht. Wichtig ist, dass dabei alle Sinne Berücksichtigung finden. In einem Gruppen-Brainstorming werden alle gefundenen Eigenschaften notiert.

## 3. AUFGABENSTELLUNG (BRIEFING)

Die Teilnehmer/innen werden zu *Zweckentdecker/innen*: Auf dem zuletzt gezeigten Bildpaar sind ein Abwaschschwamm und ein Fragezeichen zu sehen. Die Frage lautet: Wie kann ich einen Abwaschschwamm entgegen seiner intendierten Nutzungsweise verwenden? Und welche neuen (ästhetischen, technisch-praktischen und/oder symbolischen) Funktionen ergeben sich daraus?



## 4. IDEENFINDUNGSPROZESS

Basierend auf den besprochenen Materialeigenschaften erarbeiten die Teilnehmer/innen – einzeln oder in der Gruppe – Nutzungskontexte bzw. *Designprobleme*, in denen Abwaschschwämme neue Funktionen übernehmen können. Anschließend werden konkrete *Designlösungen*, also Produkte bestehend aus Abwaschschwämmen entwickelt (Prototypen und/oder Ideenskizzen).



Impulsfragen:

- Welche Eigenschaften eines Abwaschschwamms können in anderen Zusammenhängen nutzbar sein?
- Können aus diesen Erkenntnissen neue Produkte bzw. Produktideen entwickelt werden?
- Wie kann ich Prototypen dieser Produkte anfertigen?

Optional: Eine Mappe, die mit Beispielen von Zweckentdeckungen aus den Bereichen Industriedesign und Kunst (siehe Links und Literaturhinweise im Anhang) bestückt ist, kann die Aufgabenstellung verdeutlichen und den Teilnehmer/innen zusätzliche Impulse liefern.

## 5. KONZEPTPAPIER

Das Verschriftlichen von Ideen dient dazu, den Entwicklungsprozess zu strukturieren. Auf einem Blatt Papier werden daher folgende Überlegungen festgehalten:

- Welche Eigenschaften des Schwamms will ich bzw. wollen wir nutzen?
- Welche Funktionen können diese Eigenschaften erfüllen?
- Welches Produkt / welche Produktidee kann ich bzw. können wir daraus entwickeln?
- Welcher Name scheint geeignet, die spezifischen Eigenschaften des neu entstandenen Produkts zu unterstreichen?



Optional:

Anstelle kleinformatiger Konzeptpapiere können Werbeplakate angefertigt werden, die bei der abschließenden Präsentation die Produktidee zusätzlich - durch einen Produktnamen, einen Slogan, eine Gebrauchsanweisung etc. - verdeutlichen - siehe Abbildung oben.

## 6. UMSETZUNG



Nach einer Phase der Ideenfindung geht es darum, einen Prototyp des Produkts anzufertigen bzw. das Produkt zeichnerisch darzustellen. Arbeitsmaterialien wie Scheren, Nähzeug, Klammermaschinen, Drähte, Gummiringe etc. (siehe auch: Materialliste) werden dafür zur Verfügung gestellt. Jede/r Teilnehmer/in erhält 10 Stück Abwaschschwämme. Werden Designteams gebildet, können diese entsprechend der Gruppengröße über eine höhere Schwammanzahl verfügen.

## 7. PRÄSENTATION

Zum Abschluss des Workshops wird eine Präsentation der Arbeiten in der Großgruppe durchgeführt. Die Teilnehmer/innen, die das Produkt bzw. Konzept entwickelt haben, erläutern die bearbeitete Problemstellung und schildern die dafür konzipierte Lösungsmöglichkeit. Wie auch im professionellen Designalltag geht es dabei um eine Argumentation der eigenen Produktidee gegenüber Auftraggeber/innen bzw. einer Designjury. In unserem Fall nehmen die Klassenkolleg/innen die Rolle der Designjury ein und hinterfragen die Gestaltungsidee.

Optional:

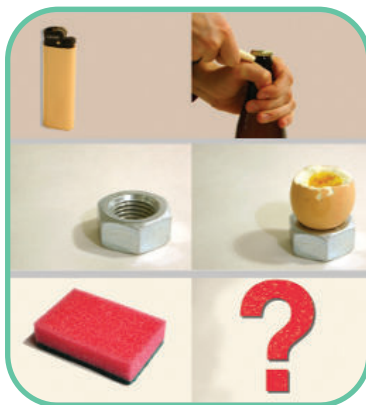
Zur Dokumentation wird von jedem Objekt samt Konzeptpapier ein Foto gemacht werden.



## MATERIALLISTE

- A4 Papier für Konzeptpapiere
- Optional: große Papierbögen für Plakate
- Unterschiedliche Stifte (Filz-, Farb-, Bleistifte und dicke wasserfeste Stifte)
- Lineale
- 10 Stück Abwaschschwämme pro Teilnehmer/in
- Scheren
- Spagat, Wolle, Packschnur
- Dünne Gummibänder
- Nadeln in verschiedenen Größen
- Blumendraht
- Zangen (zum Drahtbearbeiten)
- Klammermaschine und Klammern
- Fotoapparat zum Dokumentieren

## BILDТАFELN



Es werden Bildpaare gezeigt: Bild 1 zeigt die übliche Nutzungsweise eines Dings, Bild 2 zeigt den Gegenstand in einem neuen Gebrauchszusammenhang:

- PET-Flasche,
- Altkleidung
- Feuerzeug
- Schraubenmutter
- Abwaschschwamm

Die Liste ist beliebig mit anderen Dingen, die in einen ungewöhnlichen Kontext gestellt werden, ergänzbar.

## WEITERE IDEEN FÜR ARBEITSMATERIALIEN

Plastikflaschen, Tetrapack, Kleidung (Stoffe), Kabelbinder etc.

## ZWECKENTDECKUNGEN IN DESIGN UND KUNST

*Curious* von Nicole Knauer  
*Fountain* von Marcel Duchamp  
*Tire Lamp* von Robert Rauschenberg  
*Rag Chair* von Droog Design  
*Sella* von Achille & Pier Giacomo Castiglioni  
*Tool Time* und *Bottleboy* von Walking Chair  
*Sommerpedale* und *Antitropf* von Atelier V

## WEITERFÜHRENDE ÜBERLEGUNGEN FÜR DEN WERKUNTERRICHT

Aufarbeitung der Designgeschichte zu den Themen Readymade, Re-Use bzw. Recycling-Design



## WEITERFÜHRENDE ÜBERLEGUNGEN FÜR FÄCHERÜBERGREIFENDES ARBEITEN

Physik: Thema Schäume (Was hat ein Abwaschschwamm mit Brot gemeinsam?)

Biologie: Thema Naturschwämme (Schwammtaucher)

Deutsch, Englisch: Verfassen von Texten für Werbeplakate; Sprichwörter wie „Schwamm drüber“ etc.

Bildnerische Erziehung: Thema Readymade in der Kunst (Marcel Duchamp, Robert Rauschenberg, Nicole Knauer, etc.)

## UNTERNEHMEN, DIE ZWECKE ENTDECKEN

Atelier-v

[www.atelier-v.ch](http://www.atelier-v.ch)

Droog Design

[www.droogdesign.nl](http://www.droogdesign.nl)

Upcycling Design garbarage

[www.garbarage.at](http://www.garbarage.at)

OK-Versand

[www.okversand.com](http://www.okversand.com)

Trash Design

[www.trashdesign.at](http://www.trashdesign.at)

Designstudio Walking Chair

<http://www.walking-chair.com/>

## LITERATUR

Alhadeff, Gini: "The Designer & the Readymade". In: I.D. Mai/Juni 1993. S.58-63

Betsky, Aaron: re: droog. In: Ramakers, Renny (Hg.): simply droog. 10 + 1 years of creating innovation and discussion. Amsterdam: Droog 2004, S.14-22

Brandes, Uta/ Miriam Steffen/ Sonja Stich: "Alltäglich und medial - NID: Nicht intentionales Design". In: Gisela Ecker und Susanne Scholz (Hg.): UmOrdnungen der Dinge. Königstein/ Taunus: Helmer 2000, S.115-131

Brandes, Uta / Stich, Sonja / Wender, Miriam: Design durch Gebrauch. Die alltägliche Metamorphose der Dinge. Birkhäuser: Basel 2008

Brodbeck, Karl-Heinz: Entscheidung zur Kreativität. Wege aus dem Labyrinth der Gewohnheiten. 3. Aufl., Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2007

Certeau, Michel de: Kunst des Handelns. Merve: Berlin 1988

Dorschel, Andreas: Gestaltung. Zur Ästhetik des Brauchbaren. Universitätsverlag Winter, Heidelberg 2003

Düllo, Thomas / Liebl, Franz (Hg.): Cultural Hacking. Kunst des *strategischen* Handelns. Springer Verlag: Wien 2004

Groiss, Hans: „Spielzeug und Chipmusik. Jeder Zweck hat seine Entfremdung“, Ö1 Radiokolleg 4.12.2007

Gros, Jochen: „Alternativdesign – selber gemacht“. In: Kunst+Unterricht. Ausg. 56/1979, S.34f

Morsch, Oliver: Sandburgen, Staus und Seifenblasen. Wiley-VCH Verlag: Weinheim 2005

Papanek, Victor: Design für die reale Welt. Wien (u.a.): Springer 2009

Schneckenburger, Manfred: „Vom ‚Readymade‘ zum surrealistischen Objekt“. In: Ingo F. Walther (Hg.): Kunst des 20. Jahrhunderts. Band 1. Köln: Taschen Verlag 2005, S.457-468

Williams, Gareth: „use it again“. In: Ramakers, Renny (Hg.): simply droog. 10 + 1 years of creating innovation and discussion. Amsterdam: Droog 2004, S.24-33