

Designkritik

Modul DG26 – Design und Kommunikation
SS 2016, 6. Semester

Bergische Universität Wuppertal

Prof. Dr. Brigitte Wolf

Dipl. Des. Daniel Einars, Dipl. Des. Anne Kurth

Lehrstuhl: Designtheorie, Schwerpunkt: Methodik, Planung, Strategie

Fakultät für Design und Kunst, Abteilung Industrial Design

Industriedesign-Studierende der Bergischen Universität Wuppertal stellen Konzepte vor, mit denen zukünftig Verpackungsmaterialien reduziert werden

Studierende des sechsten Semesters der Abteilung Industrial Design der Bergischen Universität Wuppertal haben im vergangenen Sommersemester (2016) in dem Seminar Designkritik nachhaltige Strategien zur Vermeidung von Verpackungsabfällen entwickelt. Das Seminar fand unter der Leitung von Prof. Dr. Brigitte Wolf, Inhaberin des Lehrstuhls für Designtheorie und strategisches Design, und ihren wissenschaftlichen Mitarbeitern Dipl. Des. Daniel Einars und Dipl. Des. Anne Kurth statt.

In Kooperation mit der Verbraucherzentrale NRW und der Aktion „Plastiktüten verhüten“ setzten sich die Studierenden mit den umweltbelastenden Faktoren von Plastiktüten und Coffee to go-Bechern intensiv auseinander – mit dem Ziel, nachhaltige, strategische Konzepte zu entwickeln, die sowohl für die Konsumenten attraktiv sein (z. B. durch Nutzungsvorteile) als auch vom Handel (durch Akzeptanz) umgesetzt werden können.

Diese Strategien haben der Aufgabenstellung entsprechend Lösungen skizziert, die Verpackungsmüll vermeiden, die durch den Gebrauch von Plastiktüten und Coffee to go-Blechern entstehen. In diesem Designprozess analysierten die Studierenden, welche funktionalen, sozialen, persönlichen, ökonomischen, kommunikativen, kulturellen und historischen Faktoren mit Kaffee trinken und Verpacken verbunden sind. Diese Erkenntnisse wurden dann Teil der Lösungen.

Die Recherchephase der Seminararbeit beinhaltete theoretische Grundlagen zu den Themen „User Experience Components wie das Erlebnis des Ein- und Auspacken“, „Lifestyle, Imagebildung und Kommunikation sowie sich daraus ergebende Verhaltensänderungen“ und „Mode und Trends (Wie entsteht ein Trend?)“. Ökologische und ökonomische Daten und Fakten zu diesen Themen vermittelte Philipp Heldt von der Verbraucherzentrale NRW eindrucksvoll.

Methodisch wurde der Designprozess durch diverse Kreativitätsmethoden erweitert. Die Studierenden wurden ermutigt, beide Themen auch vollkommen neu zu denken.

Die Arbeitsergebnisse wurden am Semesterende den externen Partnern vorgestellt. Teile der Konzepte werden im Folgenden kurz skizziert:

Alternativen zu Coffee to go-Blechern

Idee 1:

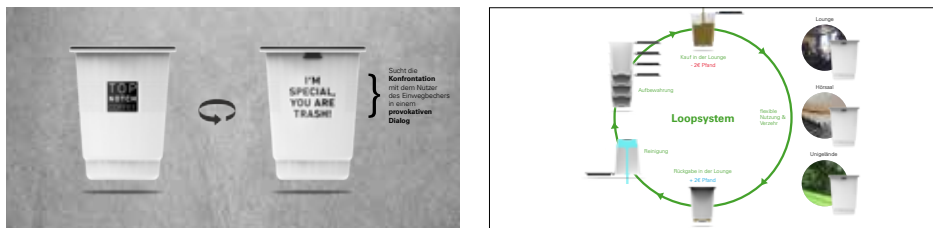
Lounge- und Mehrwegbecherkonzept

von Adrian Heymann und Timo Janzon

Lounge- und Mehrwegbecher sollen wie bei einer „Grassroot-Bewegung“ an der Bergischen Uni eingesetzt werden – also verbunden mit dem Wunsch, dass diese Idee sich dann über die Uni hinaus trägt. Die Studierenden haben durch ihre Recherchen erkannt, dass Zeit in zweierlei Hinsicht der zentrale Aspekt des Kaffeetrinkens ist: Ursprünglich war das Kaffeetrinken mit Attributen wie Geselligkeit, Genuss und Plausch verbunden, heute gilt es, unter Zeitdruck schnell einen Kaffee mit auf den Weg zu nehmen. Im Mittelpunkt dieser Idee steht daher das Ziel, eine Verhaltensänderung des Kaffeekonsums zu erreichen. Dies soll durch die besonderen Lounges an der Uni erreicht werden, die die Nutzer zum Verweilen einladen – die Kaffeepause als wirkliche Pause.

Darüber hinaus werden die Mehrwertbecher mit provokativen Sprüchen bedruckt, welche die Idee des Mehrwegloopsystems transportieren sollen. Der Nutzer wird mit dem Thema Müll konfrontiert und kann wieder erlernen, was es bedeutet, eine Pause zu machen.

Die Studierenden empfanden es wichtig, mit einer Idee klein anzufangen und das Konzept als Experiment im Uni-Kontext zu sehen.



Idee 2

How many coffees do you need to wake up?

von Laura Scagliarini und Anja Assadi

Die beiden Studentinnen sprechen die Konsumenten direkt an, mit Hilfe von Cartoons in Kampagnen und auf den CCoffee to go-Bechern, die kritisch auf das Müll-Problem hinweisen. Die Becher selbst sollen aus Bambus gefertigt werden, einem schnell nachwachsenden Rohstoff, der für diese Verwendung gut einsetzbar ist.

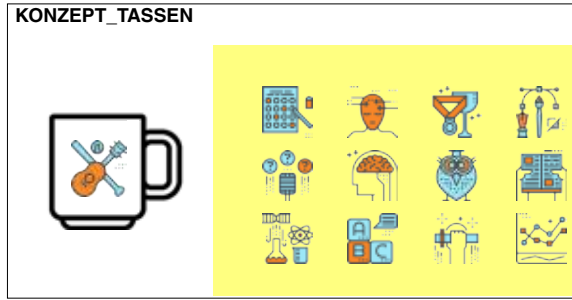


Idee 3

Kaffee to Go

von Pauline Martchouk und Liang Zhang

Hier wurde ein Konzept entwickelt, bei dem kostenpflichtige, besonders schön gestaltete Tassen mit besonderen Dekoren versehen werden. Das hochwertige Design soll einladen, diese bevorzugt zu nutzen. Die Tassen sind leicht zugänglich und können gesammelt werden, Pappbecher hingegen werden weniger gut erreichbar platziert und an der Ausgabe der Pappbecher steht ein Warnhinweis, der auf das Umwelt-Problem hinweist. Das Projekt ist als Pilotprojekt an der Uni Wuppertal vorgesehen. Das Design der Tassen kann von Studierenden gestaltet werden.



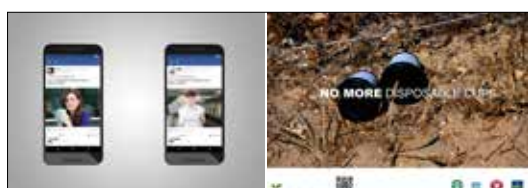
Idee 4

Ein platzsparender Becher, Kampagne und App von Cheng Gong und Sabrina Haus

Teilidee 1: Ein platzsparender Thermobecher ermöglicht den Transport eines eigenen Bechers, der mitgebracht wird (durch beispielsweise eine zusammenfaltbare Umsetzung).

Teilidee 2: Eine App, die für große Kaffee-Ketten konzipiert ist (wie beispielsweise Starbucks) ermöglicht durch Mitgliedschaft das Sammeln von Punkten, sofern auf einen Coffee to go-Becher verzichtet wird. Dieses Punktesystem wird vervollständigt durch eine Rabattfunktion, die auf der App für den Kunden ersichtlich ist. Hier wächst bildlich aus einer kleinen Pflanze während des Sammelns nach und nach ein Baum, dessen „Früchte“ vom Nutzer geerntet werden können. Diese Ernte ist dann das Einlösen der gesammelten Punkte in einer entsprechenden Filiale.

Teilidee 3: In Form einer Onlinekampagne ist es möglich, viele Leute in kurzer Zeit zu erreichen und vor allem junge Menschen über soziale Netzwerke wie Facebook auf das Problem durch die Nutzung von Coffee to go-Bechern aufmerksam zu machen. Eine Möglichkeit ist auch hier das Weitergeben einer Challenge, wie zum Beispiel bei der erfolgreichen Icebucket-Challenge, die wie ein Lauffeuer um die Welt ging.



Idee 5

CircleCup

von Thomas Hanke und Pascal Stüsser

Die beiden Studierenden haben sich an Hand eines geschlossenen Systems (am Beispiel der Insel Spiekeroog) überlegt, wie man ein umweltfreundlicheres Coffee to go-Becher-System umsetzen könnte. Der Konsument kann einen Coffee to go-Becher verbunden mit einem Chip-System (über eine App oder über den Becher selbst) an einem der teilnehmenden Shops erwerben und an allen teilnehmenden Kaffee ausschenkenden Einrichtungen nutzen (benutzten Becher abgeben, Pfand gut geschrieben bekommen oder neuen befüllten Becher eintauschen bzw. Becherrückgabe). Der Nutzungskreislauf ist beliebig lang; sollte der Konsument das Produkt nicht mehr nutzen möchten, so kann er gegen Rückerstattung des Erst-Invests sein Geld wiederbekommen. Simuliert wird die Idee am Beispiel der Insel, kann aber durchaus auch über diese Grenzen hinaus einen Einsatz finden.



Alternativen zu Plastiktüten

Idee 1

Bonussystem für Papiertüten

von Lara Schewe und Albert Ibragimov

Die Studierenden konzentrierten sich auf ein Bonussystem, welches in Verbindung mit nachhaltig hergestellten Papiertüten korrespondieren soll. Wohl wissend, dass Papiertüten keine wirkliche ökologische Alternative sind, zielen die Studierenden mit der Einführung von Stempelkarten darauf ab, dass der Konsument wenigstens mit dem Problem konfrontiert wird. Denn Stempel werden nur verteilt, wenn der Kunde entweder seine eigene Tasche mitbringt oder er vor Ort auf die Plastiktüte verzichtet und eine nachhaltige Papiertüte kauft. Bei einer vollen Stempelkarte gibt es einen Einkaufsrabatt. Mit Hilfe der Stempelkarte soll dem Kunden sein Verhalten gespiegelt werden. An jede eingesparte Plastiktüte soll eine Spende gekoppelt sein.



Idee 2

Boxensystem für Supermärkte

(Einsatz an der Obst- und Gemüsetheke)

von Ute Peppersack und Ilja Kolbertanz

Ein großes Problem stellen die dünnen Plastiktüten an den Obst- und Gemüsetheken in Supermärkten, auf Märkten und auch in Bioläden dar. Die beiden Studierenden konzentrierten sich daher auf diesen Einsatzbereich und entwickelten ein kluges Boxensystem aus einem Bioverbundstoff, welches etliche Male eingesetzt und von den Konsumenten auch zu Hause genutzt werden könnte.



Idee 3

Punkte (Belohnung) sammeln

von Mia Pupeter und Jiao Jing

Der Konsument kann bei diesem Konzept Umweltpunkte sammeln, indem er einen Einkaufskorb oder selbst mitgebrachte Taschen mit in die Geschäfte bringt. Am Eingang werden diese Punkte gut geschrieben und können für Rabatte und Prämien eingetauscht werden, ähnlich dem Payback-System. So erhält der Konsument Belohnung in Form von Prämien, welche bestimmten nachhaltigen Kriterien entsprechen.

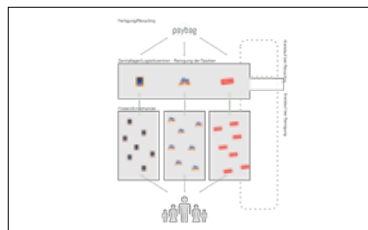


Idee 4

Paybag

von Süleyman Dereli und Maurice Bray

Das Konzept Pay-Bag soll eine Alternative zu Einwegtaschen und Tüten sein. Dahinter steht ein simples Pfandsystem und eine breite Verfügbarkeit. Das Konzept formuliert folgende Kernpunkte: Geschäfte und Ketten aus verschiedenen Branchen bieten unter einer Dachmarke Mehrwegtaschen an, die der Endkunde gegen ein Pfand benutzen kann. Diese Taschen können in jedem Geschäft der Kooperation gegen eine andere Tasche eingetauscht werden oder (unter Rückgabe des Pfandes) zurückgegeben werden. Für den Endkunden entstehen somit bei einer Rückgabe keinerlei Kosten. Durch einen kontrollierten Kreislauf kann ein Cradle-to-Cradle-System entstehen, bei dem alle Elemente immer wieder dem System zugeführt werden, der Einfluss auf die Umwelt wäre somit äußerst gering. Um das Konzept zu veranschaulichen, zeigen die Studierenden den kompletten Lebenszyklus einer Tasche anhand eines Beispiels.



Idee 5

Glücksbeutel

von Steffen Beckman und Xia Pan

Die beiden Studierenden haben sich der Fragestellung gewidmet, wie man einen Anreiz dazu schaffen kann, einen Einkaufsbeutel immer zum Einkauf mit sich zu führen. Beantwortet wurde die Frage mit einem Einkaufsbeutel als Träger eines Treuesystems (Payback-Code/der Beutel ersetzt quasi die Treuepunkte-Karte). Das Unternehmen profitiert von der Treue, die entstehen kann. Darüber hinaus können die Beutel als Werbung genutzt werden. Und der Kunde hat den Anreiz, den Beutel.



Idee 6

Payback

von Michael Morath und Rujun Shen

Baumwolle erscheint hier als die geeignete Alternative zu Plastiktüten. Damit sicher gestellt wird, dass die Nutzer ihren Baumwollbeutel auch weiterhin zum Einkaufen mitbringen, sehen die beiden Studierenden folgenden Anreiz: Immer dann, wenn der Kunde mit seiner Paybacktasche bei einem der Partnerunternehmen einkauft, bietet sich die Möglichkeit, Extra-Punkte zu sammeln. Aus Sicht der Partnerunternehmen stärkt das Payback-Programm vor allem die Treue ihrer Kunden. Durch diese Verknüpfung an das Thema können teilnehmende Unternehmen ein umweltfreundlicheres Image erhoffen, sofern sie daran teilnehmen. Neben diesem Aspekt eignen sich die langlebigen Baumwolltüten auch hervorragend als besonders hochwertige Werbeträger, wodurch sich deren Refinanzierung rechtfertigen lässt. Die Studierenden haben ihre Idee in einem kurzen Film erläuternd umgesetzt.



Zu dem Seminar

Eine kritische Haltung und die Fähigkeit zu Reflexion sind die wesentlichen Lernziele des Seminars „Designkritik“. Die Studierenden sollen erlernen, ein Produkt oder eine Dienstleistung aus einer komplexeren Sichtweise heraus zu beurteilen. Durch Beobachtung, Analyse und Reflexion des realen Nutzungskontexts erarbeiten sich die Studierenden in diesem Seminar umfassende Bewertungskriterien, um Produkte und Dienstleistungen aus der funktionalen, sozialen, kulturellen, ökologischen und ökonomischen Perspektive zu bewerten. Die methodischen Mittel für dieses Vorgehen werden den Studierenden in dem Seminar vermittelt.

Externe Partner

Kaffeebecher to go

Friederike Farsen

Philipp Heldt

Bereich Ernährung und Umwelt,

Gruppe Umwelt

Verbraucherzentrale NRW
Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf
Tel: 0211/3809-165
Fax: 0211/3809-244
www.verbraucherzentrale.nrw/duesseldorf

Plastiktüten
Elita Wiegand
Werte und Wandel
UG gemeinnützig (haftungsbeschränkt)
Grunerstr. 39
40239 Düsseldorf
<http://werteundwandel.de/inhalte/werte-und-wandel-unterstuetzt-initiative-plastiktuetenverhueten/>