

transfers statt. Der Vortrag soll zeigen, wie sich die globalisierte Welt im Design manifestiert und wie Design für die globalisierte Welt entwickelt wird. Dabei wird von einem Designbegriff ausgegangen, der Architektur, Grafik-, Medien-, Mode- und Produktdesign genauso umfasst wie das Design von Lebenswelten, Kommunikations- und Produktionsprozessen.

Dr. Nicole Schadewitz / Roman Wilhelm

Open University, England / Multilingual Typography Research Group, Zürich

Transkulturelle Design-Prozesse in internationalen Workshops am Beispiel von interaktiven Produkten und Type Design

Wir sind umgeben von und benutzen transkulturelle Designs täglich. Aber wie entstehen diese Dinge und Systeme? Unser Beitrag wird Arbeitsweisen und Ergebnisse von internationalen Design-Workshops in den Bereichen Interaction Design, Typografie und Type Design vorstellen. Der Schwerpunkt dieser Workshops ist die Entwicklung und Lehre von lokalen und globalen, also transkulturellen Designs.

Prof. Dr. Wolfgang Welsch

Friedrich-Schiller-Universität Jena, Institut für Philosophie

Transkulturalität und Design

Zunächst werden einige Aspekte des Konzepts der Transkulturalität erörtert (äußere und innere Transkulturalität, Abgrenzung gegen Multikulturalität und Interkulturalität, Verhältnis zu Nationalkultur, Globalisierung etc.). Dann wird gefragt, was „transkulturelles Design“ bedeuten kann. Dabei hoffe ich, nicht nur eingängige, sondern auch verblüffende Beispiele und Fragen zu präsentieren.

Shuai Yang

Designer, München

Profiling China. Eine designstrategische Telefonstudie

Interkulturelle Studien belegen unterschiedliche Wahrnehmungen von Produktdesign in Deutschland und China. Eine designstrategische Studie an Hand schnurloser Telefone von Siemens-Gigaset entwickelt eine Methodencocktail und konkrete Richtlinien, um deutsche Produkte an chinesische Verbrauchergewohnheiten anzupassen.



Gesellschaft für Designgeschichte e.V.
www.gfdg.org
info@gfdg.org

Das Eigene und das Fremde: Transkulturelles Design

Vierte Jahrestagung der Gesellschaft für Designgeschichte e.V.

Weimar, 6. und 7. Mai 2011

Bauhaus-Universität Weimar,

Hauptgebäude: Oberlichtsaal, Universitätsbibliothek: Audimax

Abstracts

Minami Eguchi

University of Tsukuba, Japan

Von einem japanischen Moga zur Neuen Frau. Wandel in Stil und Mode am Beispiel der Bauhäuslerin Mityiko Yamawaki

Als Zwanzigjährige ging Mityiko Yamawaki (1910-2000) gemeinsam mit ihrem Ehemann für zwei Jahre an das Bauhaus nach Dessau. Als Tochter eines wohlhabenden Grundbesitzers war sie zwar mit der hohen japanischen Teekultur (Cha-no-yu) aufgewachsen, jedoch aufgrund ihrer privilegierten Stellung ebenso mit moderner westlicher Kultur vertraut. Ihren Stilwandel vollzog Mityiko Yamawaki in nur zwei Jahren, zwischen 1930 bis 1932. Anfangs griff sie als ein sogenanntes Moga (Modern Girl in Japan) die neuesten Modetrends des Westens auf: Sie trug kurze Haare und modische Hosen. Aber bereits im Vorkurs am Bauhaus bevorzugte sie eher praktische Kleidung, bestehend aus Hose und Kurzarmhemd. Als sie nach Tokyo zurückkam, importierte und verbreitete sie die Ideen des Bauhauses und lebte das Ideal der Neuen Frau in Japan.

Renate Flagmeier, Dr. Fabian Ludovico

Werkbundarchiv Museum der Dinge, Berlin

Das Museum der fremden Dinge?

Das Werkbundarchiv – Museum der Dinge ist ein Museum der Produktkultur des 20. und 21. Jahrhunderts. Kernthema des Museums ist die Programmatik und Geschichte des Deutschen Werkbundes, woraus sich eine Konzentration auf die deutsche Produktkultur ableiten lässt. Seit 2007 befindet sich das Museum in Berlin-Kreuzberg in einer Umgebung, die stark migrantisch geprägt ist. Aufgrund dieser Nachbarschaft und der unmittelbaren Greifbarkeit des Themas „Migration“ in der Produktkultur dieser Umgebung bietet die Kooperationsausstellung „NeuZugänge. Migrationsgeschichten in Berliner Sammlungen“ (bis 27.3.2011 im Kreuzberg-Museum) einen Anlass, das Thema Migration für das Museum aufzugreifen.

Karianne Fogelberg, MA (RCA)

Design-Journalistin | Design-Beratung, München

Folk Design: Dekotrend oder Paradigmenwechsel?

Die Wiederentdeckung regionaler Identitäten im zeitgenössischen Design ist offenkundig. Handelt es sich dabei lediglich um einen Dekotrend, eine moderne Ausprägung des Kulturimperialismus? Oder vielmehr um einen Paradigmenwechsel, dessen Protagonisten fremde Kulturen als ebenbürtig betrachten?

Prof. Dr. Dieter Hassenpflug

Bauhaus-Universität Weimar, Stadtsoziologie

Designkonzepte der Fiktionalisierung städtischen Raums in China

Für die Entlastungsstädte des sich schnell urbanisierenden China gilt Europa als wichtigster Lieferant narrativer Gestaltungsideen. Dabei müssen dann jedoch zwei urbane Konzepte zusammenkommen: die abgeschlossene, zelluläre, introvertierte und orientierte chinesische und die offene, zentrierte, extravertierte und weitgehend orientierungsfreie (alt-)europäische Stadt. Eine literaturwissenschaftlich inspirierte Analyse der Stadtfiktionen ergibt drei Designstrategien, die Parodie, die Travestie und die mimetische Transposition der europäischen Stadt. Funktionieren kann nur einer dieser drei Ansätze...

Regula Iselin

Ethnologin, Basel

Die Gestaltung der Dinge. Rezeption/ Wahrnehmung und Verwendung außereuropäischer Kulturgüter in der Designgeschichte

Die Rezeption von Artefakten, die den europäischen Kulturen fremd sind, ist eine Konstante in der Designgeschichte der Moderne. Die Wahrnehmung und die Verwendung außereuropäischer Kulturgüter sind Teil des Stilpluralismus im 19. Jahrhundert und sie tragen dazu bei, diesen zu überwinden. Die Rezeption fremder Artefakte insbesondere auch im Bereich gestalterischer Aus- und Weiterbildung gehört zu den produktivsten und wirksamsten Faktoren in der europäischen Designgeschichte.

Prof. Dr. Thomas Pöpper

Westfälische Hochschule, Fakultät Angewandte Kunst

Zum Konzept der Transkulturalität in kunsthistorischer Perspektive

Der Vortrag untersucht das Konzept der Transkulturalität und fahndet nach Widerlagern in der Geschichte der Kunst – mit dem Ziel, anwendungsorientierte Exempel für eine zukunftsfähige, Identität stiftende Gestaltungspraxis zu finden.

Christian Ritter

ZHdK, Departement Kunst & Medien, Institut für Theorie

Migration Design. Ästhetische Strategien und Design im Kontext transkultureller Identitätsbildung

Als Agent in sozialen In- und Exklusionsprozessen ist Design beteiligt am Transfer kultureller Werte und Narrative und an der Konstruktion von Identitäten im «Dazwischen» und «Sowohl-als-auch» der Kulturen und Lebensstile. Design funktioniert dabei als ein dynamischer Prozess des Verdichtens, des Samplings und der Modifikation. Der Vortrag zeigt, wie sich Jugendliche durch Prozesse von Gestaltung und Design in den lebensweltlichen Zusammenhängen von globaler Kultur, Herkunftskultur und Jugendkultur im Web 2.0 positionieren, wie sie dabei ihre Herkunft und Traditionen berücksichtigen und einen eigenen ästhetischen Sinn entwickeln.

Klemens Rossnagel

Leitung Concept Design München

Transkulturalität im Automobildesign. Eine Lösung zum Problem der diskrepanten Anforderungen von Kunde und Marke

Automobildesign muss Differenzierungswünsche sowie Zugehörigkeitszeichen berücksichtigen. Diese werden nicht nur von der Marke als psychosoziales Konstrukt, sondern auch von den Kunden in den verschiedenen Kulturkreisen eingefordert. Erst wenn Kunden das Automobil als Objekt bei der sozialen Interaktion verwenden können und wenn es als gesellschaftlichen Zeichen in den verschiedenen Kulturen auch verstanden wird, findet es die nötige Akzeptanz, die die Grundlage für den ökonomischen Erfolg darstellt.

Angeli Sachs

Zürcher Hochschule der Künste / Museum für Gestaltung Zürich

Global Design und Kulturtransfer

Kulturtransfer ist kein neues Phänomen, sondern schon seit Jahrtausenden Bestandteil einer globalen kulturellen Entwicklung, in der die Welt durch Migration und ein zunehmend komplexer werdendes Produktions- und Handelsgeflecht verbunden wurde. Dabei wirkte der Globalisierungsprozess nicht nur in Richtung der jeweiligen Expansion, sondern auch auf die Initiatoren zurück und veränderte ihre Ernährungsgewohnheiten, Produktionstechniken und Kultur. In der Globalisierung seit den 1970er Jahren findet eine zunehmende Ausbreitung und Intensivierung des Kultur-