

## IONDESIGN GmbH sieht die aktuelle Wirtschaftskrise als Herausforderung

Datum: 17.03.2009 - 17:20

Kategorie: [Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen](#)

Pressemitteilung von: [IONDESIGN Berlin](#)

PR Agentur: **com berlin communications**



(openPR) - „Produkte und Endverbraucher können nur gewinnen.“, sagen die Berliner Designer

Berlin, im Februar 2009. Gingen die Zeichen bis in den Sommer 2008 noch in Richtung Aufschwung, wurden die Aussichten ab der zweiten Jahreshälfte in Wogen an Negativ-meldungen von der Wallstreet und aus den anderen Finanzzentren der Welt gebrochen. Welche Auswirkungen hat die Wirtschaftskrise für die Gestaltung von Produkten, Räumen und Gebäuden?

Verändert sich ggf. die Arbeit des Gestalters? Die geschäftsführenden Gesellschafter von IONDESIGN GmbH aus Berlin, Anja Götz und Christoph Fleckenstein, haben sich dazu geäußert.

Frage: Wie sehen Sie die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf ihren eigenen Berufsalltag?

Anja Götz: „Unsere Auftragslage ist momentan gut. Von daher spüren wir selbst noch keine wirtschaftlichen Einbußen. Das Leben geht weiter und Unternehmen werden nach wie vor ihre Produkte und Dienstleistungen anbieten und Kunden darauf zurückgreifen. Was sich verstärkt, sind Überlegungen zur Notwendigkeit und zum Nutzen für den Alltag. Der Konsum wird stärker überdacht. Langlebigkeit, Funktionalität und Wertigkeit rücken für Viele mehr in den Vordergrund. Weil unser Anspruch an Design von eben diesen Attributen geprägt ist, sehen wir optimistisch in die Zukunft.“

Frage: Bedeutet das für Sie als Designer nicht, dass die Nachfrage nach Ihren Dienstleistungen – zumindest partiell – sinkt?

Christoph Fleckenstein: „Wir entwerfen z.B. Verpackungen, Geräte aus der Medizintechnik oder dem Lichtdesign, Häuser oder Stadtmöbel. Das sind alles Dinge, die für den Lebens- oder Arbeitsalltag von Menschen geschaffen sind. Und diese Dinge werden auch nach wie vor gebraucht. Unser Anspruch ist es, langlebigen Nutzwert zu schaffen. Dafür suchen wir ständig nach Verbesserungen in technischer, ökonomischer, ergonomischer und ästhetischer Hinsicht. Wir beschäftigen uns nicht mit kurzlebigen Moden oder Produkten, deren äußere Erscheinung ihren Nutzen einschränken. Für uns ist Design niemals Selbstzweck, sondern immer mit der Verbesserung und Optimierung der Produktanwendung verbunden. Mit unserer Gestaltung sollen unsere Kunden wirklich verbesserte Produkte anbieten, Ressourcen sparen und sich damit eigenständig auf dem Markt behaupten können.“

Anja Götz: „Wir denken, dass gerade die verschärften Auswahlkriterien auf dem Markt neue Herausforderungen an das Design stellen. Ökologie, menschnahe Dienstleistungen und soziale Innovationen sind Aspekte, die vor allem jetzt stärker zum Tragen kommen. Das Wort Nachhaltigkeit wird heutzutage immer herangezogen, häufig überstrapaziert. Wir verstehen darunter auch Qualität, Dauerhaftigkeit, Werthaltigkeit, auch gesunde Konstanz.“

Christoph Fleckenstein: „Diese Betrachtung kommt unserem Anspruch als Gestalter sehr nahe. Objekte und Räume sind für uns Gebrauchsgegenstände, die ihren Zweck und ihr Wesen erkenn- und nutzbar machen sollen.“

Frage: Bedeutet das, dass ein Wandel in Design und Architektur stattfindet?

Anja Götz: „Nein. Es ist viel mehr eine Rückkehr zu den Ursprüngen der Gestaltung, die ja immer den Zweck hatte, dem Nutzen zu dienen und das Leben des Menschen zu verbessern.“

Christoph Fleckenstein: „Wir denken, dass die gesellschaftliche Verantwortung eines Jeden, also auch von uns Designern, jetzt wieder stärker greifen muss. In den letzten Jahren hat sich in vielen Bereichen die Gestaltung zu sehr vom eigentlichen Nutzen für den Menschen entfernt.“

Frage: Sprechen Sie letztlich damit nicht auch einen Wertewandel der globalen Gesellschaft an?

Anja Götz: „Die jeweiligen Situationen, Phasen und Umstände im Leben des Menschen sollten konsequent ins wirtschaftliche Handeln miteinbezogen werden. Dies hat unmittelbar Einfluss auf das Verhalten der Nutzer und die Haltung zu den Produkten. Qualität und Produktlebensdauer spielen dabei eine wichtige Rolle.“

Christoph Fleckenstein: „Die heutige Situation muss sich zu Gunsten einer tatsächlichen Verbesserung des Lebens und damit hin zu Wertigkeit und Qualität verbessern. Wir als Designer sehen unsere Verantwortung und wollen unseren Teil zur Verbesserung des menschlichen Lebens beitragen. Wenn andere Berufszweige ähnlich denken, kann sich das Leben der Menschen in vielen Aspekten verbessern.“

[www.iondesign.de](http://www.iondesign.de)

Pressekontakt:  
Karsten Grebe  
T: +49 (0) 30 / 30 87 86-14  
E: [grebe@comberlin.com](mailto:grebe@comberlin.com)

com berlin communications  
Benita-Angelica Hahm  
Auguste-Viktoria-Straße 64  
14199 Berlin  
[www.comberlin.com](http://www.comberlin.com)

IONDESIGN wurde 1993 von den Industrie-Designern Anja Götz und Christoph Fleckenstein in Berlin gegründet. Ihre Entwürfe und Entwicklungen orientieren sich an einem ganzheitlichen und übergeordneten Ansatz, der den Nutzen, die Wünsche und die Anforderungen des Endverbrauchers in den Mittelpunkt stellt. Nicht allein der Entwurf eines einzelnen Produktes, sondern ganzheitliche Systemlösungen prägen den Stil ihrer Arbeit.

Das Ziel ist die Entwicklung sinnvoller Produkte, deren formale Gestaltung nach ergonomischen, technischen, ökonomischen und ästhetischen Gesichtspunkten erfolgt.

Das Team von IONDESIGN arbeitet fachübergreifend und interdisziplinär in den Bereichen:

- Product Design,
- Packaging Design,
- Medical Design,
- Interior Design,
- Exhibition Design,
- Public Design und
- Architektur.

Besonders erfolgreich ist die Zusammenarbeit mit dem international tätigen Außenwerber und Stadtmöblierer Wall AG, für die IONDESIGN im Bereich Corporate Architecture und Corporate Design gestaltend und beratend tätig sind. Die Gestalter von IONDESIGN entwarfen nicht nur neue Firmenniederlassungen, sondern auch Stadtmöbel – von multi-medialen Bluespot-Terminals über Plakatsysteme bis zu öffentlichen Toilettenanlagen –, die mittlerweile in sieben Ländern und dutzenden Städten vertreten sind. Seit Mai 2008 sind IONDESIGN und die Wall AG zu einer strategischen Kooperation verbunden.

Zahlreiche Auszeichnungen – die erste bereits 1995 – erhielt IONDESIGN für die Monoverpackung, eine Kunststoff-Flasche, die den Verschluss erstmals zum integralen Bestandteil des Flaschenkörpers werden lässt. Die Modelle sind seit 1997 in der ständigen Sammlung des Design Museums London zu sehen. Hervorzuheben sind u.a. auch die raketenförmige Ketchupflasche für Kraft Foods, der Bluespot-Terminal, Geldwechselautomaten für Banken und Spielcasinos, die öffentlichen Toilettenanlagen am Berliner Breitscheid- und Alexanderplatz sowie medizintechnische Geräte.

[Diese Pressemitteilung finden Sie Online hier](#)