



„Die Gestaltung prägt das Markenerlebnis“ Robert Sachon über den Erfolg des Bosch Designs, die aktuellen Trends bei Hausgeräten und die Kunst, wandlungsfähig zu bleiben

September 2016

PI 8729-0916

München. Seit rund zehn Jahren leitet er das Design Team der Bosch Hausgeräte GmbH – in dieser Zeit hat er die ästhetischen Leitlinien des Unternehmens maßgeblich geprägt: Chefdesigner Robert Sachon. 2015 wurden er und seine Mitarbeiter für ihre Arbeit mit dem Titel Red Dot: Design Team of the Year ausgezeichnet. Vier Fragen rund ums Design an einen, der es wissen muss.

Die Küche wird immer digitaler: Hausgeräte sind vernetzt und werden per App gesteuert, Sensoren tragen zum besseren Gelingen bei, Touch-Displays erleichtern die Bedienung. Wie würden Sie die Wechselwirkung zwischen der technischen und der ästhetischen Entwicklung bei Hausgeräten beschreiben?

Der Einfluss moderner Anzeige- und Bedientechnologien prägt zunehmend auch die Gestaltung von Hausgeräten. Die damit einhergehende Reduktion der Bedienelemente passt hervorragend zum Trend nach immer schlichteren Wohnumfeldern, in denen der Blick auf das Wesentliche gerichtet ist. Der Fokus des Designers liegt immer mehr auf der Gestaltung digitaler Oberflächen. Im Zuge der Vernetzung werden künftig nicht-essentielle Funktionen verstärkt auf mobile Geräte ausgelagert. Damit können die Bedienoberflächen der Hausgeräte selbst noch weiter vereinfacht werden.

Bosch hat sich das Leitmotiv „Einfach zum perfekten Ergebnis“ auf die Fahnen geschrieben. In welcher Weise nimmt das Design, also die visuelle und haptische Gestaltung, aktiven Einfluss auf die Qualität der Ergebnisse – zum Beispiel auf Kochresultate oder die Sauberkeit von Wäsche oder Geschirr?

Das Design als solches kann nur bedingt zum eigentlichen Ergebnis beitragen. Gut gestaltete, intuitive Bedienoberflächen können aber durchaus den Weg dorthin erleichtern. Heute geht es neben reiner Funktionalität und Gebrauchstauglichkeit ja auch darum, ein spielerisches Element zu vermitteln. Das Design prägt das Markenerlebnis – schließlich soll das Bedienen der Geräte nicht nur leicht von der Hand gehen, sondern auch Spaß machen. Deshalb kreieren wir bei Bosch eigene Styleguides für Bilderwelten und beschreiben, mit

welcher Art von Animationen Bedienvorgänge visualisiert werden, um den Kunden so sicher wie möglich zum perfekten Ergebnis zu führen.

Besteht bei aller Zweckorientierung des Designs auch noch das „L’art pour l’art“-Prinzip? Anders ausgedrückt: Wie viel gestalterische Freiheit lässt modernes Industriedesign zu?

Bei Bosch definieren wir unsere eigenen Regeln. Da unser Design sehr funktional und puristisch ist, gibt es darin wenig Raum für formale Spielereien. Den einzelnen Elementen kommt damit eine umso größere Bedeutung zu. Ein übergreifendes Designleitbild sorgt dafür, dass sämtliche Gerätekategorien im Hausgerätebereich die gleiche Designsprache sprechen. Neben der Wiedererkennbarkeit geht es vor allem darum, Markenwerte wie technische Perfektion und demonstrative Qualität in unseren Produkten erlebbar zu machen.

Auch beim Design ist der Wettbewerb hart. Sich von Mitbewerbern abzuheben, wird immer schwieriger – und ist zugleich unverzichtbar. Wie meistert Bosch diese Herausforderung?

Allgemeine ästhetische Trends im Wohnumfeld und im Bereich der Consumer Products bringen automatisch eine Annäherung des Designs mit sich. Wer aus der Masse hervorstechen will, muss den anderen immer einen Schritt voraus sein und zugleich wandlungsfähig bleiben. Bei Bosch ist uns das in den vergangenen zehn Jahren gut gelungen. Wir waren die Ersten, die den Trend der Öffnung der Küche zum Wohnraum erkannt und konsequent mit unserer ColorGlass-Produktlinie unterstützt haben. Als sich die zunehmende Digitalisierung der Hausgerätewelt abzeichnete, haben wir unser Team frühzeitig im User-Interface Design verstärkt und mit unserer vernetzten Serie 8-Einbaugerätegeneration Zeichen gesetzt. Weit über 500 internationale Designpreise in dieser Zeit sprechen für sich. Speziell die Auszeichnung als „Design Team of the Year“ 2015 hat uns enorm beflügelt. Dieser Erfolg hat auch dazu geführt, dass das Design in seiner Bedeutung für die strategische Ausrichtung der Marke immer klarer wahrgenommen wird.

Pressebilder: 8729_01

Journalistenkontakt:

Astrid Zászló

+49 (0)89 4590 2906

presse.bosch@bshg.com

Der Name Bosch steht seit Generationen für wegweisende Technik und herausragende Qualität. Diesem Anspruch sind die Hausgeräte von Bosch seit über 80 Jahren verpflichtet: Bosch ist Europas führende Hausgerätemarke. Mit ihr verbinden Konsumenten weltweit effiziente Funktionalität, verlässliche Qualität und ein international ausgezeichnetes Design.

Der respektvolle Umgang mit Mensch und Natur, der sich nicht zuletzt im Leitgedanken „Technik fürs Leben“ widerspiegelt, ist selbstverständlich für Bosch. Er drückt sich unter anderem in nachhaltigen Produkten und ressourcenschonenden Prozessen aus.

Mehr Informationen unter www.bosch-home.de.