

Im Studium konzentrierte sich Hellen Caroline Nagl auf den Schwerpunkt Technische Produkte und Produktsysteme, in Zukunft sieht sie sich als Expertin für markenorientiertes Produktdesign. Dafür arbeitete sie zunächst bei der Peter Schmidt Group und nun als Doktorandin bei der Medienwissenschaftlerin Verena Kuni.



Hat systemisch gestalten gelernt: Hellen Caroline Nagl studierte an der Hochschule für Gestaltung Offenbach. Foto: www.nicolasritter.com

■ Direkt nach Abschluss des Studiums ins Brand-Strategy-Team der Peter Schmidt Group – viele Jungdesigner dürften sich nach diesem geglückten Start ins Berufsleben erst einmal zufrieden zurücklehnen. Hellen Caroline Nagl dagegen trennte sich noch vor Ablauf der Probezeit von ihrer Stelle bei der Markenagentur – aus Begeisterung an ihrer Arbeit. „Die Markenkommunikation ist ein extrem vielschichtiges Thema, das bei mir das Bedürfnis nach einem eigenen Wissensfundament geweckt hat“, begründet die

Produktdesignerin ihre Entscheidung. In den nächsten Wochen wird sie mit ihrer Doktorarbeit an der Goethe-Universität in Frankfurt am Main beginnen. Dort konnte sie die Kunst- und Medienwissenschaftlerin Verena Kuni für das Thema, das die Designerin voraussichtlich die nächsten zwei Jahre beschäftigen wird, gewinnen.

„Mich interessiert, mit welchen Kommunikationsstrategien es Unternehmen schaffen, Kunden im Internet zum Kauf zu bewegen. Dann also, wenn

wir vor unserer Entscheidung das Produkt weder anfassen noch prüfen können“, erklärt Nagl, die als Basis ihrer Dissertation zunächst einmal Fallanalysen und Zielgruppenbefragungen durchführen wird. Für Kuni, Professorin für Visuelle Kultur am Institut für Kunstpädagogik der Frankfurter Goethe-Universität, stand die Entscheidung, die Dissertation zu betreuen, schon nach dem ersten Gespräch fest. Und auch der Faden zur Peter Schmidt Group wird nicht reißen. Der Markenstrategie

Report Newcomer

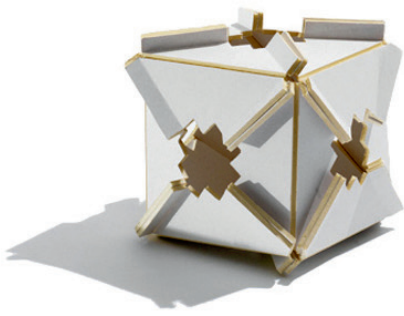
60 Immer dem roten Faden nach

3/12
design report

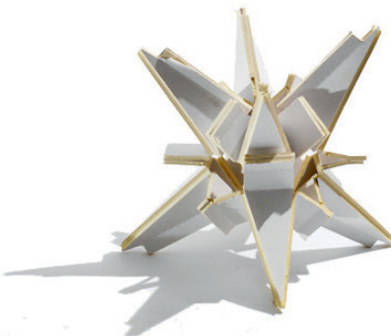


Der Kühlschrank „Icoobe“ setzt auf größtmögliche individuelle Anpassung. Durch Modularisation, Symmetrie und Rastermaße erreicht der Entwurf ein Höchstmaß an Flexibilität – und kann so ganz unterschiedlichen Wünschen gerecht werden. Studienkooperation mit Siemens Hausgeräte München





Die Flexibilität der Beschränkung: in ihrer Diplomarbeit untersuchte die Designerin das Beziehung von Modul und Varianz



Alex Buck steht der Doktorandin mit seinem Fachwissen beratend zur Seite.

„Ich lasse mich von meinen Interessen treiben“, gibt die 28-Jährige zu und wirkt dabei nicht im Geringsten sprunghaft. „Das sieht vielleicht unstrategisch aus, aber trotzdem baut ein Schritt auf den anderen auf. Einmal begeistert, möchte ich den Dingen auf den Grund gehen.“ So war das schon im Studium, das sie an die Hochschule für Gestaltung (HfG) nach Offenbach führte. Bereits nach einem Jahr stieg Nagl aus ihrem Designstudium aus, um bei Luigi Colani zu arbeiten. Eine Exkursion führte die Studentin zu dem exzentrischen Formenschöpfer, mit dem sie bis heute im engen Kontakt steht. Ein Jahr lang unterstützte sie Colanis Entwicklungsteam in Karlsruhe, schulte ihre Fertigkeiten im Formen-, Modell- und Prototypenbau und assistierte im Projektmanagement.

Zurück an der HfG verlegte sich die angehende Designerin auf den Schwerpunkt Technische Produkte und Produktsysteme, das Lehrgebiet von Frank Zebner. „Mich hat bei den Projekten vor allem die Komplexität der Anforderungen gereizt“, so Nagl, die ihr Interesse mit einem postgradualen Studienprogramm noch vertiefte. „Das Studium hat mir die Vielschichtigkeit und Vernetztheit des Designs vor Augen geführt – ein Aspekt davon: das Wechselspiel zwischen Marke und Produkt.“

Und so schloss ihr letztes Projekt dann in gewisser Weise den Kreis: Kooperationspartner war das oberfränkische Unternehmen Wöhner, als Marke seit 15 Jahren von der Peter Schmidt Group betreut. Für den Hersteller elektrotechnischer Systeme galt es, ein auf die Marke abgestimmtes Produktdesign zu entwickeln, am Beispiel eines Sicherungsschalters. „Die Kraft, die ein markenstrategischer Entwurf entfalten

kann, hat mich beeindruckt.“ Die Marke als große Klammer – die Produktdesignerin sieht darin einen ganzheitlichen Argumentationsansatz, den sie für sich weiter ausbauen will. Zunächst bei der Peter Schmidt Group, nun mit ihrer Dissertation – und danach? Nagl ist gelassen: „Mal sehen, was als Nächstes kommt. Ich sehe mich sowohl im markenorientierten Produktdesign als auch in der strategischen Designberatung.“

Die Gegenwart finanziert sich die Designerin als Freelancerin in der Designentwicklung und Markenkommunikation bei Lufthansa. Aber auch über die Zukunft macht sie sich keine Sorgen: „Ich mag Aufgaben, bei denen ich erst am Ende einschätzen kann, was sie mir gebracht haben. Vor allem aber bewege ich mich in einem Netzwerk und weiß, meine Interessen zu kommunizieren.“

Pauline Klünder
<http://hellennagl.com>