DER BUNDESPREIS ECODESIGN 2014

Der Bundespreis Ecodesign 2014 wird in vier Kategorien vergeben: Produkt, Service, Konzept und Nachwuchs. Es können Projekte aus sämtlichen Unternehmensbranchen und Designsparten eingereicht werden – vom klassischen Industrie-, Produkt- oder Modedesign über das Grafik- und Kommunikationsdesign bis hin zum Interaction- oder Service-Design. Innovative Lösungen aus den Bereichen Mobilität, nachhaltiges Bauen und Wohnen sowie Urban Design sind ebenfalls gefragt. Darüber hinaus sind auch Projekte, die den Fokus auf eine technische Innovation richten, ausdrücklich erwünscht. Wichtig ist, dass das eingereichte Produkt auf dem deutschen Markt erhältlich ist bzw. sich als Service oder Konzept an diesen richtet. Unter dieser Prämisse sind auch internationale Unternehmen als Wettbewerbsteilnehmer zugelassen.

Bewerbungen sind bis zum 14. April 2014 möglich. Alle notwendigen Informationen finden Sie unter www.bundespreis-ecodesign.de

72 73

Es werde grün!

VIEL MEHR ALS NUR EIN WEITERER DESIGN-AWARD: Der Bundespreis Ecodesign bewertet erstmals die Umweltverträglichkeit von Produkten genauso hoch wie ihre Designqualität. pure, Medienpartner des seit 2012 vom Bundesumweltministerium (BMUB) sowie vom Umweltbundesamt in Zusammenarbeit mit dem Internationalen Design Zentrum Berlin (IDZ) vergebenen Awards, stellt die aktuellen Preisträger vor und spricht mit Veranstalterin Cornelia Horsch

Von Klaus-Peter Bredschneider

Gutes Design ist bekanntlich viel mehr als Form und Farbe. Das Design entscheidet über Nutzbarkeit, Langlebigkeit und nicht zuletzt Umweltverträglichkeit, es ist also eng mit dem Wesen eines Produktes verknüpft. Gutes Design basiert auf langlebigen Materialien und umweltverträglicher Produktion – je länger ein Produkt hält, desto besser für die Umwelt. Und wenn es sich am Ende seines Lebenszyklus wiederverwerten lässt, ist das mehr als nur ein weiterer ökologischer Pluspunkt. All das hat sich der Bundespreis Ecodesign auf die Fahne geschrieben: Er macht nicht an der äußeren Hülle halt, sondern begibt sich auf die Suche nach dem Wesen von Produkten, Dienstleistungen und Konzepten.

Die Auszeichnung erfolgt in den vier Kategorien Produkt, Service, Konzept und Nachwuchs. Für den Nachwuchspreis können sich Studierende sowie Absolventinnen und Absolventen bewerben, sofern der Studienabschluss nicht länger als drei Jahre zurückliegt. In der Wettbewerbskategorie "Produkt" können Produkte aus allen Branchen und Designsparten eingereicht werden, die auf dem deutschen Markt erhältlich sind, das Spektrum fällt hier ex-

trem breit aus, weil der Bundespreis Ecodesign auf die üblichen Produktkategorien verzichtet. In der Kategorie "Service" können Dienstleistungen und Systemlösungen eingereicht werden, die einen erkennbaren Beitrag zur Umweltentlastung leisten; die zugrunde liegenden Prozesse sollten zugänglich und nutzerfreundlich gestaltet sein. Schließlich werden in der Wettbewerbskategorie "Konzept" zukunftsweisende Konzepte, Studien und Modellprojekte eingefordert, die sowohl aus Design- als auch aus Umweltsicht einen hohen Innovationsgrad aufweisen.

Ein wesentliches Merkmal ist der Verzicht auf die weitverbreitete Inflationierung von Kategorien und Preisen, der Bundespreis Ecodesign zeichnet nämlich nur maximal 15 Preisträger aus. Und wenn die unabhängige Experten-Jury zu dem Ergebnis kommt, dass nicht ausreichend viele Kandidaten den Preis wirklich verdient haben, dann wird auch dieses Limit nicht ausgeschöpft – so aktuell geschehen mit lediglich zwölf Preisträgern. Ein durchaus gestrenger und ernsthafter Award also, der ganz nach vorne gerichtet ist und Innovationen fordert. Produkte, Dienstleistungen oder Konzepte, die ihrer Zeit voraus sind.

PREISTRÄGER KATEGORIE PRODUKT

bionic fire // Attika Feuer AG

JURYSTATEMENT: "Der Kaminofen bionic fire ist ein groβer Schritt in die richtige Richtung. Die Werte für Emissionen und Wirkungsgrad sind hervorragend, die Feuerungstechnik innovativ, die Bedienung einfach. Das Gerät ist leicht zu reparieren und insgesamt langlebig. Ein absolut preiswürdiges Produkt."



Hilti TE-YX // Hilti AG

JURYSTATEMENT: "Lebensdauer und Produktnutzen sind Grundlage des innovativen Herstellungsprozesses der Hilti TE-YX. Zusätzlich wurde der Materialeinsatz um 30 % verringert und das Gewicht drastisch reduziert. Eine einzigartige Funktions- und Leistungsgarantie, über die der Bohrer kostenlos ersetzt wird, komplettieren den Produktlebenszuklus."



LifeCycle Tower – intelligente Lösung

für nachhaltigen Städtebau // Cree

▶ JURYSTATEMENT: "Der LifeCycle Tower ist eine Konstruktions- und Bauweise für Gebäude bis zu 30 Stockwerken. Das Holz-Hybrid-Bausystem wird weitestgehend industreilt vorgefertigt und besteht überwiegend aus dem nachhaltigen Werkstoff Holz. Beton wird nur partiell eingesetzt. Das Ergebnis dieser innovativen Konstruktionsweise bedeutet eine Halbierung der eingesetzten Ressourcen und bis zu 90 % CO₂-Einsparung. Fantastisch!"

Metro-Plattform Inspiro // Siemens AG

▶ JURYSTATEMENT: "Verminderter Materialeinsatz, reduzierter Energieverbrauch und gute Recyclingfähigkeit zeichnen die Metro-Plattform aus. Der besondere Mehrwert wird durch den gesteigerten Fahrgastkomfort generiert. Die öffentlichen Verkehrsmittel erfahren eine Aufwertung, was den Umstieg vom Individualverkehr zum öffentlichen Nahverkehr fördert."



Handgefertigte Upcycling-Teppiche // Second Life
Rugs Ute Ketelhake

JURYSTATEMENT: "Ein gut durchgedachtes Upcycling-Produktionskonzept, das Produktionsabfälle aus bereits gesponnener und gefärbter Schurwolle aus kontrolliert biologischer Tierhaltung ästhetisch gelungen in von Hand gefertigten Teppichunikaten verwertet. Wertvolle Rohstoffreste werden so innovativ zu einem anspruchsvollen Produkt weiterverarbeitet."



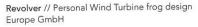
JURYSTATEMENT: "Mich beeindruckt nicht nur die Finesse des Antriebes – ein Elektroantrieb ohne Getriebe und Differential, der in der Mitte des Rades sitzt, die Bremsenergie zurückspeist und dadurch die Effizienz im Vergleich zu einem Verbrennungsmotor erheblich steigert. Überzeugend ist zudem, dass der Antrieb problemlos in bestehende Busse eingesetzt werden kann – das eröffnet neue Möglichkeiten der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel."



PYUA – Ecorrect Outerwear // Sportsman's Delight GmbH

JURYSTATEMENT: "Eine konsequent umweltbewusste und intelligente Produktentwicklung – besonders hervorzuheben sind die fluorcarbonfreie Ausrüstung. Nutzung von Recyclingfasern und Recyclingfähigkeit mitsamt Rücknahmesystem. Stilbewusst, funktional ausgereift, stark in der Farbgebung und mit Kultstatus unter Kennern. Die Macher kennen ihr Produkt und ihre Produktionskette und machen so glaubhaftes, innovatives Ecodesign vor. Respekt!"

PREISTRÄGER KATEGORIE KONZEPT



JURYSTATEMENT: "Energetische Autarkie ist ein aktueller Anspruch an alle Lebensbereiche. Nachdem Solarzellen in Textilien oder Rucksäcke eingearbeitet wurden und so für mobile Menschen Ladeoptionen für ihre elektronischen Geräte bereitstellen, nimmt sich das Projekt Revolver – Personal Wind Turbine der Stromerzeugung durch Windkraft für unterwegs an. Die Windturbine als Mitnahmeobjekt für Traveller oder Outdoor-Aktivisten wird durch den Einsatz der Darrieus Turbine, die mit einer Leistung von 35 Watt im Verhältnis zur Baugröße äußerst effizient zu sein scheint, eine Energieerzeugungsalternative für naturverbundene Menschen, die dennoch auf ihre Zivilisationstools nicht verzichten wollen und einen hohen Anspruch an Design haben.



Integrated Urban Morphologies // Florian Krampe, Christopher Voss

JURYSTATEMENT: "Bei dem Projekt Integrated Urban Morphologies handelt es sich um ein Entwurfsprogramm, mit dem unter Berücksichtigung der jeweiligen Klimabedingungen und der Lage eines Grundstücks die bestmögliche Anordnung, Form, Ausrichtung, Strukturierung und Ausstattung des Gebäudes ermittelt werden kann. So reduziert sich der Energiebedarf sowohl im Bau als auch im späteren Betrieb des Gebäudes. Ein hervorragendes Tool!"



PREISTRÄGER KATEGORIE SERVICE

SOLARKIOSK // SOLARKIOSK GmbH

JURYSTATEMENT: "Der Solarkiosk überzeugt als Gesamtkonzept und in der gestalterischen Umsetzung. Über eine solarenergie-basierte Stromversorgung ermöglicht er der lokalen Bevölkerung Zugang zu Energie. Darüber hinaus bietet er eine Geschäftsgrundlage für kleine, lokale Unternehmen und dient als sozialer Treffpunkt."



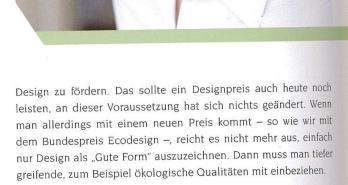


JURYSTATEMENT: "In Zeiten, in denen alles online geteilt werden kann, hat das Meteor Collectif eine pfiffige Idee für das analoge Teilen entwickelt: Nachbarn können Dinge, die sie nicht so oft brauchen, einfach gemeinsam nutzen. Toll illustriert, kinderleicht in der Anwendung – was will man mehr!"



STARTKLAR // Esther Bätschmann

 JURYSTATEMENT: "Die Kollektion zeichnet sich durch eine gelungene Gestaltung aus, sie ist sehr stilsicher und authentisch. Die verwendeten Materialien und Hilfsmittel sind aus Umweltsicht vorteilhaft und auch die Einhaltung sozialer Standards wurde im Blick behalten." Seit 2008 leitet Cornelia Horsch das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ), das sich zum Ziel gesetzt hat, den Mehrwert von Design als wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und ökologischen Faktor zu profilieren. Vor zwei Jahren wurde das IDZ vom Bundesumweltministerium und vom Umweltbundesamt mit der Organisation und Durchführung des Bundespreises Ecodesign beauftragt, der erstmals gutes Design auf der Basis ökologischer Kriterien auszeichnet. Cornelia Horsch, der die Leitung des Projektes obliegt, studierte Design in Basel, Straßburg und Berlin. Nach ihrem Diplom an der Universität der Künste in Berlin 1997 arbeitete die Produkt- und Kommunikationsdesignerin freiberuflich in den Bereichen Konzeption, Visuelle Kommunikation und Informationsgestaltung sowie als Dozentin für Gestaltung. Bei designtransfer, einer Galerie und Transferstelle der Universität der Künste Berlin, war sie von 2004 bis 2007 für Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich, bevor sie 2008 die Leitung des IDZ übernahm.



Das ist dann auch der wesentliche Unterschied zu vorhandenen Awards? Dank enger Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium

und dem Umweltbundesamt verfügen wir über Möglichkeiten in der Materialbeurteilung, die andere einfach nicht haben. Allein über das Umweltbundesamt stehen uns rund 40 Experten zur Verfügung, die sämtliche Einreichungen unter ökologischen Gesichtspunkten betrachten und bewerten. Dieses erste Feedback ist ein unschätzbarer und auch unbezahlbarer Vorteil. Einreichungen, die grundlegende ökologische Kriterien nicht erfüllen, werden über diese Vorauswahl aussortiert. Das ist ein wesentlicher Unterschied zu anderen Awards, die einfach nur das Design auszeichnen – auch weil sie zu einer belastbaren ökologischen Betrachtung gar nicht in der Lage sind. Es ist diese Ernsthaftigkeit, die den Bundespreis Ecodesign von allen anderen unterscheidet.

Vernachlässigen Sie dabei nicht den Designaspekt?

Nein, beides ist wichtig. Gutes Design ja – aber bitte in Verbindung mit ökologischer Verantwortung. Schließlich kann das Design auch maßgeblich zum Erfolg umweltverträglicher Produkte beitragen. Deshalb ist die Kombination aus Ökologie und Design für uns entscheidend. Wir wollen dazu beitragen, dass sich entsprechende Produkte erfolgreich am Markt etablieren.

Bereits bei der Einreichung erwarten Sie von den Unternehmen eine argumentative ökologische Begründung. Was bezwecken Sie damit?

Bei uns ist die Bewerbung etwas anstrengender für die Unternehmen, weil sie nicht einfach vorgefertigte Produktbeschreibungen abliefern können. Sie müssen formulieren, wo genau die besonderen gestalterischen und ökologischen Qualitäten ihrer Einreichung liegen. Es geht darum, Differenzierungsmerkmale herauszustellen – was kann das Produkt besser als andere, welche Umweltentlastung bringt es, wodurch hebt es sich aus der Masse vergleichbarer Angebote heraus? So machen wir bereits bei der Bewerbung deutlich, dass Design und ökologische Qualität gleichwertig nebeneinanderstehen.

pure: Design-Awards gibt es inzwischen wie Sand am Meer. Welche Gefahren birgt diese Inflationierung?

Horsch: Es entsteht dadurch eine Sättigung, die wiederum eine gewisse Orientierungslosigkeit zur Folge hat – welcher Award ist wirklich aussagekräftig und welcher weniger? Beim Konsumenten kommen aber offensichtlich Aufkleber gut an, auf denen Design draufsteht.

Weil es kaum noch Fachberatung im Handel gibt, weil die Produkte in ihren technischen Eigenschaften immer austauschbarer werden und das Design als Unterscheidungsmerkmal bemüht werden muss?

Die Unternehmen haben verstanden, dass das Design zu einem immer wichtigeren Differenzierungsmerkmal geworden ist. Heute kauft man über das Design ein Image, und deshalb gibt es ein wachsendes Interesse, Markenimages über Awards zu festigen, die dadurch zu einem Marktpositionierungsinstrument geworden sind.

Was aber herzlich wenig mit der Ausgangsidee zu tun hat?

Am Anfang wurden Designpreise von Designzentren wie dem Rat für Formgebung entwickelt, um gutes Design auszuzeichnen und bei Industrie wie Verbrauchern das Bewusstsein für gutes

"Es ist die Ernsthaftigkeit, die uns unterscheidet"

DER BUNDESPREIS ECODESIGN zeichnet erstmals Design auf der Basis ökologischer Kriterien aus. Leiterin Cornelia Horsch über Design als Differenzierungsmerkmal, Awards als Marketinginstrumente und ökologisches Design als Alleinstellungsmerkmal

FRAGEN AN CORNELIA HORSCH

Sie verzichten außerdem auf die sonst für Awards typischen Produkt-

Unter Marketinggesichtspunkten sind Produktkategorien nach-vollziehbar, wir haben uns dennoch dagegen entschieden und fassen z. B. unter der Kategorie "Produkt" wirklich alles zusammen, was am Markt erhältlich ist – von Mode bis Spiel, von Auto bis Küche. Nach unserer Erfahrung wirken Produktkategorien einengend. Wo wollen Sie denn zum Beispiel einen Solarkiosk einordnen? Das ist mobile Architektur, aber auch ein soziales Designprojekt und gleichzeitig eine systemisch gedachte Dienstleistung. Zu eng am bestehenden Marktangebot abgefasste Kategorien schlieβen unter Umständen viele hochinteressante oder auch gerade die visionären Projekte aus. Aber diese wollen wir genauso erreichen. Schlieβlich wurde der Preis ja nicht primär als Marketinginstrument aufgesetzt, sondern als höchste Auszeichnung für Innovationen und zukunftsweisende Leistungen im ökologischen Design.

Es soll aber auch geworben werden mit Ihrer Auszeichnung?

Natürlich ist der Bundespreis auch ein Marketinginstrument, schließlich wollen Unternehmen ja nicht nur Gutes tun, sondern auch darüber reden. Dabei hilft der Preis, dafür ist das Logo da, das übrigens ohne zusätzliche Kosten für die Produktwerbung auf allen Märkten weltweit eingesetzt werden darf.

Welchen Bestand soll der Bundespreis Ecodesign haben, wie lange dürfen die Unternehmen damit werben?

Die Dauer der Logonutzung ist nicht eingeschränkt, das wird sich von selbst ergeben – schließlich ist ja anhand der Jahreszahl im Logo ersichtlich, wann der Preis vergeben wurde. Ich gehe davon aus, dass Projekte, die wir dieses Jahr auszeichnen können, in zwei bis drei Jahren von besseren Konkurrenten überholt werden. Das genau ist es ja, was der Preis erreichen möchte: neue Entwicklungen und stetige Verbesserungen auf dem Feld des ökologischen Designs voranzutreiben.

Der Bundespreis Ecodesign wird von der Bundesregierung finanziell unterstützt. Könnte man ihn nicht wirtschaftlich betreiben?

Nicht in der Ernsthaftigkeit und Glaubwürdigkeit, wie sie der Preis derzeit hat. Allein schon die Expertisen des Umweltbundesamtes zurökologischen Qualität der Einreichungen wären nicht bezahlbar. Die Unabhängigkeit dieser Auszeichnung von wirtschaftlichen Inte-

ressen ist ein großer Trumpf. Deshalb sind wir auch sehr glücklich, dass der Preis für weitere fünf Jahre finanziell gesichert ist.

Wer die erste Hürde genommen hat und von den Experten des Umweltbundesamtes für ökologisch lauglich befunden wurde, kommt in die engere Auswahl der Jury. Wie hat man sich die Jurysitzung vorzustellen? Alle Produkte, welche die Vorbegutachtung überstanden haben, werden hier bei uns im Flughafen Tempelhof aufgebaut und von der interdisziplinären Jury unter die Lupe genommen. Darin ist das Öko-Institut ebenso vertreten wie das Umweltministerium, wir haben Werner Aisslinger als Produktdesigner dabei und Erik Spiekermann als Kommunikationsdesigner. Experten für Nachhaltigkeit sind ebenso vertreten wie Mode- und Architektur-Spezialisten. Ich nehme an der Jurysitzung nur als Moderatorin teil, aber die Diskussionen sind wirklich extrem spannend und lehrreich. Im ersten Durchgang wird nominiert, im zweiten ausgezeichnet.

Noch ist die Zahl der Awards limitiert. Soll es dabei bleiben?

Das Bundesumweltministerium hat die Zahl auf maximal 15 Preisträger limitiert. Diese Limitierung soll die Exzellenz des Preises unterstreichen und zugleich verhindern, dass die Nominierungen abgewertet werden, die ja auch schon eine beachtliche Auszeichnung bedeuten. Letztes Jahr hatten wir übrigens zwölf Preisträger, während es im Jahr davor noch 14 waren. Und wenn die Jury in diesem Jahr nur acht Einreichungen für preiswürdig finden sollte, wäre das auch in Ordnung. Da reden wir der Jury überhaupt nicht rein.

Worauf sind Sie besonders stolz und welche Ziele verfolgen Sie für die

Es ist uns erfreulicherweise gelungen, kleine Lösungen zu fördern, die für ein Umdenken stehen – gleichzeitig aber auch etablierte Produkte mit entsprechender Marktdurchdringung auszuzeichnen. Unter den Einreichern finden wir verstärkt groβe Unternehmen, gleichzeitig haben wir jedoch auch zahlreiche Einreichungen von Studierenden mit oftmals hoch spannenden Ansätzen. Ich wünsche mir, dass der Preis auch weiterhin in diesem Spannungsfeld immer deutlicher die Speerspitze des Fortschritts im ökologischen Design zeigt. Es bleibt unser Ziel, jedes Jahr die besten Vorreiter zu erreichen und auszuzeichnen.