

Chilloutecken für die Landesgartenschau

Projektvorstellung des Technischen Gymnasiums Nagold

Zwei bis drei Monate beschäftigten sich die Abiturienten des TGs der gewerblichen Schule mit dem Schwerpunkt Gestaltungs- und Medientechnik mit dem Projekt „Chilloutmöbel“. Die Aufgabenstellung von der Landesgartenschau GmbH für die Schüler war es ein Outdoormöbel zu entwerfen, das in die Landesgartenschau-Landschaft integrierbar ist.

Am Dienstag stellten die kreativen Köpfe die entstandenen 3D-Modelle einem Plenum von vier Profifach-Lehrern, 40 Klassenkameraden sowie Landesgartenschau-Geschäftsführer Richard Kuon vor. Zur Projektvorstellung gehörte es sich das Szenario auszudenken, die Chilloutecke auf einer Messe, vor der Landesgartenschau GmbH oder auf dem Marktplatz zu präsentieren und ein entsprechendes Werbekonzept zu entwickeln.

Nur sieben Minuten standen den Schülern zur Verfügung um die Nachfrage an ihrem Produkt zu wecken. Entstanden sind bei diesem Projekt Möbel, die den Bausteinen aus dem Spiel „Tetris“ gleichen, Bankelemente, die auf Schienen individuell verschiebbar sind, Sitzelemente zum selbst zusammensetzen, Möbel in Wellenform oder Hängeliegen in Form des „N“ des Nagold-Logos.



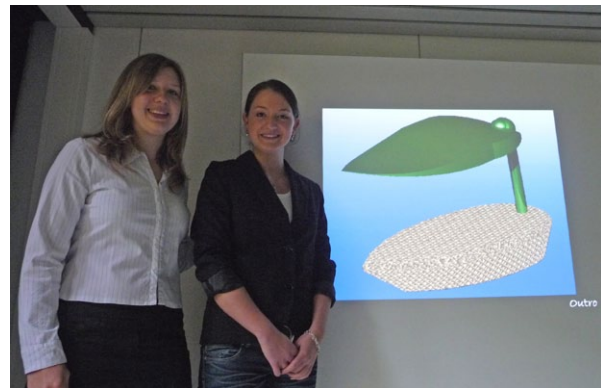
TG-Abiturienten des Zuges Gestaltungs- und Medientechnik

Auch hängende Vogelnester, aufblasbare Körper mit Infosäule in der Mitte und Outdoorseats, die man auf Stelzen stellen und über dem Wasser platzieren kann, wurden mit Hilfe des Bildbearbeitungsprogramms MegaCAD konstruiert. Favorisierter und meist verwendeter Werkstoff war dabei Polyrattan.

Teil der Aufgabe war es ebenso das Gegenüber mit einem entsprechenden Werbe-, und Marketingkonzept vom Sitzmöbel zu überzeugen. Webseiten, Werbefilme, Flyer, Aufkleber und Plakate wurden so entwickelt. Die Schüler lernten darüber hinaus die

Aufmerksamkeit des potentiellen Kunden mittels eines Eye-Catchers auf ihr „peppiges Produkt“ zu lenken und den Besitzwunsch beim Käufer nach dem „AIDA-Prinzip“ auszulösen, das den Bedarf nach dem Produkt bei diesem überhaupt erst weckt.

Desweiteren dachten sich die 13er eine sog. „Corporate Identity“; eine eigene Unternehmenspersönlichkeit und Firmenphilosophie aus und steckten sich klare Ziele ab, wer ihre Zielgruppe ist und was diese sich wünscht.



Ann-Kathrin Hahn und Marén Kübler.

Die Chilloutecke „ship“ von Marén Kübler wurde für die Wanderausstellung 30Grün.de der FGS von den Nagolder Firmen gebaut.

Ein geniales Ergebnis dieser Überlegungen stellt ein „Mutter-Kind-Möbel“ dar, das für die Mutter Entspannung und dem Kind Spielfreude in unmittelbarer Nähe an einem Drehpilz geben soll, der am ergonomischen Sitzmöbel festgesteckt ist.

Besonders berücksichtigt wurde von den Schülern die modulare Bauweise. Diese eröffnet die Reparatur einzelner Möbelteile und ist damit eine Möglichkeit dem Problem des Vandalismus zu begegnen, der im öffentlichen Raum stattfindet.

Richard Kuons Interesse an den Chilloutecken war jedenfalls geweckt. Der Landesgartenschau-Geschäftsführer war begeistert von den kreativen Ideen und dem Einfallsreichtum der Schüler und er strebt an noch mehr der Entwürfe für die Landesgartenschau umsetzen zu lassen.