

독일 브라운 사의 디자인 전략 분석

Analysis of Braun Design and its Strategy

이병종

Lee, Byeong-Jong

한국과학기술원

KAIST

1. 머릿말

제 2 차 세계대전 이후 브라운 사(Braun AG)는 그 제품의 디자인을 통하여 독일의 디자인 발전에 지대한 영향을 끼쳤다. 또한 브라운 사의 디자인 전략이 수립되어 전체 제품 프로그램의 재 디자인 제품들을 내놓기 시작한 60년대 부터, 객관화 된 곳 디자인의 총괄적인 개념으로서, 즉 시간을 초월한 즉물적인 훌륭한 디자인으로서, 전 세계적으로 인정을 받고 많은 제품디자인 영역에서 하나의 대표적인 본보기가 되어왔다. 이러한 브라운 사의 디자인에 대하여, 그 발전과정과 60년대 부터 브라운 디자인을 이끌어온 디터 람스 그리고 일명 브라운 스타일이라고 불리어 지는 것등, 세 부분으로 나누어 고찰하고자 한다.

2. 브라운 사 (Braun AG)

브라운 사는 1921년 막스 브라운(Max Braun)에 의해 창립되고, 1950년 부터 그의 아들 어빈 브라운(Erwin Braun)과 아투어 브라운(Artur Braun)이 브라운 사의 경영과 기술분야를 인계받으면서, 그 사업영역을 라디오와 건축에서 부터 전기면도기와 주방기기 그리고 사진용 전자 플래시 등으로 확장시켜 나갔다. 이들 두 형제는 당시 제품시장 상황의 주의있는 관찰을 통하여, 새로운 제품들을 시장에 내놓을 때에는 새로운 디자인이 필요하다는 것을 깊이 인식하고, 1954년부터 브라운 사 전체제품들에서 통일된 "좋은 생활양식(Guter Wohnstil)"을 표출시킬 수 있는 새로운 디자인의 개발을 시작하게 되었다.

브라운 디자인실의 초대 실장인 프리츠 아이홀러(Fritz Eichler) 박사는 새로운 디자인의 가이드라인 개발을 위하여, 울름조형대학(Hochschule fuer Gestaltung Ulm)과 산학협동을 추진하였다. 그 결과, 한스 구젤로(Hans Gugelot)와 오틀 아이허(Otl Aicher)에 의하여 기업의 이미지를 표현하는, 즉 형태적 표현의 측면에서 제품들의 조화를 이룸으로서 기업의 이미지가 각각의 제품들을 통하여 재인식 되는, 첫번째 중요한 바탕들이 만들어졌다. 여기에서 공통적으로 표현되어지는 형태는, 수평-수직적인 구

조에 명료한 선의 흐름 그리고 현대적 건강한 삶의 의미를 지닌 백색의 사용 등을 기초로한 디자인에 의해 나타났다.

이러한 새로운 디자인 프로그램은 라디오 기기와 주방기기와 면도기 그리고 사진광학기기의 네 가지 사업분야에서 우선 시작되었다. 이 프로그램의 초기에는 한스 구젤로가 지도적 역할을 하여, 새로운 브라운 디자인에 커다란 영향을 끼쳤다. 그 첫번째 새로운 디자인은 라디오 "TS-G Super (1955)"였다. 이는 당시의 일반 라디오에서 아직 크게 벗어나지는 못하였지만, 당시의 잘못된 화려한 장식등에서 과감히 탈피하여, 그 기능들에만 충실하게 만들어졌다. 무엇보다도 개념적인 커다란 진보는 1956년 한스 구젤로와 디터 람스가 공동으로 개발한 라디오-건축-음비네이션 "SK 4"에서 이루어졌다. 이 "SK 4"에서 바로 기본개념과 설계 그리고 형태 사이의 완벽한 조화가 이루어 졌다. 그리고 이 "SK 4"의 디자인 개발을 계기로 디자인에 대한 경험을 쌓은 디터 람스는 브라운 사의 디자인실에서, 울름조형대학의 한스 구젤로와 나란히 병행하여 전체 제품 프로그램을 새로이 디자인해 나갔다.

3. 디터 람스(Dieter Rams)

디터 람스는 1947년에서 1953년 비스바덴(Wiesbaden)의 수공예학교(Handwerker-Kunstgewerbeschule)에서 건축을 공부하였고, 1955년 브라운 사에 건축과 실내건축 분야로 입사를 하였다. 그러나 곧 "SK 4"의 디자인에서의 경험을 바탕으로 브라운 디자인실에서 전체 제품의 새로운 디자인을 시작하였다. 그는 디자인에 대하여 한스 구젤로의 생각을 이어받아, 구젤로와 같은 방향의 디자인을 이끌어 갔다. 그러나 그는 구젤로의 디자인을 이해하고 따르는 것에 그치지 않고, 이를 더욱 발전시켜 성숙하게 만들었다. 그는 디자인에서 진실되고 공평하고 단순하며 겸손한 것이 바로 미적인 것이라고 보았다. 그리고 우리가 살고 있는 주변환경에서 혼돈(Chaos)의 문제들을 해결하는데 일역을 담

당하는 것이 디자이너의 가장 중요한 의무중의 하나라고 생각했다(7). 그에게 있어서 제품은 생활환경 속에 종속되어 있어야만 하는 것이지, 결코 환경에 어울어지지 않고 계속 사람의 시선과 관심을 끌어서는 안되는 것이었다. 그의 디자인에 대한 이러한 입장은 즉 “적은 디자인 일수록 더 훌륭한 디자인”으로 대표된다.

디터 램스는 디자인에서 무엇보다 기능성과 외부로 보여지는 표현형태 사이의 조화를 중요시 하였다. 여기에서 디자인의 시작점이자 목표는 바로 제품의 기능과 일상생활에서의 사용성 이었다. 이에 대하여 램스는 “하나의 뚜렷한 미적인 효과는 곱게 꾸미고 과장시켜서 나타나는 것이 아니라, 형태의 균형과 명확한 비례 그리고 침묵 및 자제에서 나온다(7).”라고 설명하였다. 이 말은 일종의 “인본적인 세상”에 대한 것으로, 즉 높은 질서의 수준을 갖는 세상을 디자인 한다는 것을 뜻한다. 이러한 생각에 따라, 램스에게 있어서의 디자인은 또한 환경디자인(Umweltgestaltung)과 연관된 질서의 기능들과 인본적인 기능들로서 파악된다. 또한 램스는 공업디자인을 제품에 대한 전체적인 디자인을 체계적으로 조직화 함으로서 그 제품의 모든 각각의 기능들을 가능한 완벽하게 충족시키는, 그러한 하나의 테크놀로지로 이해함으로써, 디자이너라는 직업을 기술과 생산 그리고 마케팅 분야에서 확정되어 주어지는 사항들과 같은, 여러가지 다양한 요소들을 구체적인 제품에 통합시키는 “디자인 엔지니어”라고 칭하였다.

이러한 맥락 속에서 디터 램스는 1985년 한 세미나 발표에서, 무엇이 굿 디자인 인가에 대하여 다음과 같은 열가지 중요한 특징들을 들어 설명하였다. 굿 디자인은 혁신적이고, 미적이고, 두드러지지 않고, 정직하고, 오래가며, 작은 미세한 부분까지 일관되어지고, 환경보전적이고(ecological), 가능한 적은 디자인(weinig Design)으로, 이를 통하여 제품을 최적으로 사용가능하게 하고 쉽게 이해할 수 있도록 만드는 것이다. 디터 램스는 여기에서 그에게 가장 중요시 되는 원리들 중의 하나인 가능한 한 “적은 디자인”을 설명하면서, 중요한 것을 강조하기 위해 중요하지 않은 것들을 모두 없애 버리라고 역설하였다.

4. 브라운 스타일(Braun Style)

디터 램스가 이와 같은 디자인 원리들을 모든 브라운 제품들에 통일적으로 적용시킴으로서, 브라운 제품들의 디자인에 대해 외형적으로 나타나는 이미지를 가지고서 칭하는 “브라운 스타일(Braun Style)” 이란 말이 생겨나게 되었다. 1962년 미국의 디자인 전문지 “인더스트리얼 디자인”에서 리차드 모스(Richard Moss)는 “브라운 스타일”을 다

음과 같이 설명하였다. “사람들은 모든 브라운 제품들이 일정한 규칙에 따라 엄격하게 디자인 되어진 느낌을 받는다. 그러나 이 규칙은 그 어떤 양식형태론의 규칙을 따른 것이 아니고, 일종의 디자인 윤리의 법칙을 따른 것이다. 브라운의 각각의 모든 디자인 개발은 다음과 같은 세가지의 일반적인으로 통용되는 법칙들을 따른 것 같이 보인다. 질서의 법칙과 조화의 법칙 그리고 절약의 법칙(2).” 그리고 여기에서의 절약성에 대하여 리차드 모스는, 가능한 적고 간단한 수단을 사용하여 조화를 이루는 형태를 실현시키는데 보여지는, 자제에 대한 것으로 설명하였다.

이에 대하여 브라운 사는 디터 램스의 굿 디자인에 대한 열가지 중요한 기준들을 바탕으로, 브라운 사 자체적으로 지켜지온 다음과 같은 열한가지 디자인 원칙을 밝히고 있다. 진실성의 원칙, 기능성의 원칙, 정보의 원칙, 인간공학의 원칙, 단순성의 원칙, 질서의 원칙, 자연성의 원칙, 성실성의 원칙, 미의 원칙, 시간적 초월성의 원칙, 그리고 이 열가지 원칙들의 통일. 이 원칙들은 오늘날 까지 통용되는 브라운 제품디자인의 모범적 이상형으로, 이를 토대로 “Corporate Identity”와 기업의 이미지를 결정적으로 잘 드러내고 있다.

이러한 것들은 바로 기능주의적인 생각이 브라운 디자인 원칙들의 중심을 이루고 있다는 것을 말해주고 있다. 결과적으로 브라운 디자인의 특징은 다른 무엇보다도 다음과 같은 사항으로 설명할 수 있다. 높은 사용 적합성과 높은 기능적 질서와 인간공학적이고 생리적 요구들의 충족 그리고 사용자의 욕구들과 행동방식 뿐만아니라 혁신적 기술들에 기초한 지적인 디자인.

참고문헌

1. Braun AG (ed.), Braun im Ruckblick 1921-1989 1990, Frankfurt a.M.
2. Braun AG (ed.), Ansichten zum Design 1990, Frankfurt a.M.
3. Braun AG (ed.), Braun Design - Grundsätze und Richtlinien, 1990, Frankfurt a.M.
4. Dieter Rams, Hören und Sehen im System, in form 29/1965
5. Museum fuer Kunst und Gewerbe Hamburg (ed.) Mehr oder Weniger - Braun Design im Vergleich
6. Michael Erlhoff (ed.) Deutsches Design 1950-1990
7. Industrie Form Design Hannover (ed.) Dieter Rams, Designer - Die leise Ordnung der Dinge
8. B.E. Buerdek, Design - Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, DuMont, 1991 Koeln