

Eine Zusammenfassung des Vortrages vom 13. Dezember 2017 im designforum Steiermark und Information zum nächsten Buchprojekt von Peter Schreckensberger.

DESIGN MANAGEMENT BASISWISSEN.

EINE GEDANKENREISE ZU DESIGN UND KOORDINIERTER KOMMUNIKATION.

Dass Design wichtig ist, haben die meisten von uns schon bemerkt – nur wenige würden widersprechen, aber wie und in welcher Weise Design unser tägliches Leben beeinflussen und verbessern kann ist kaum bekannt.

Um als Gestalter oder Unternehmer zu verstehen, welche geheimen Signale und Botschaften von Produkten bzw. intelligenten Produktsystemen (Produkt 5.0) ausgehen und diese positiv als Wettbewerbsvorteil anzuwenden sind, dem widmet sich dieser illustrierte Vortrag mit dem Titel „Design Management - Basiswissen“.

Der Zuhörer wird in leicht verständlicher Form an die wesentlichen Verständnisschritte zu Design Management (DM) und an wirtschafts- und designrelevante Aspekte herangeführt.

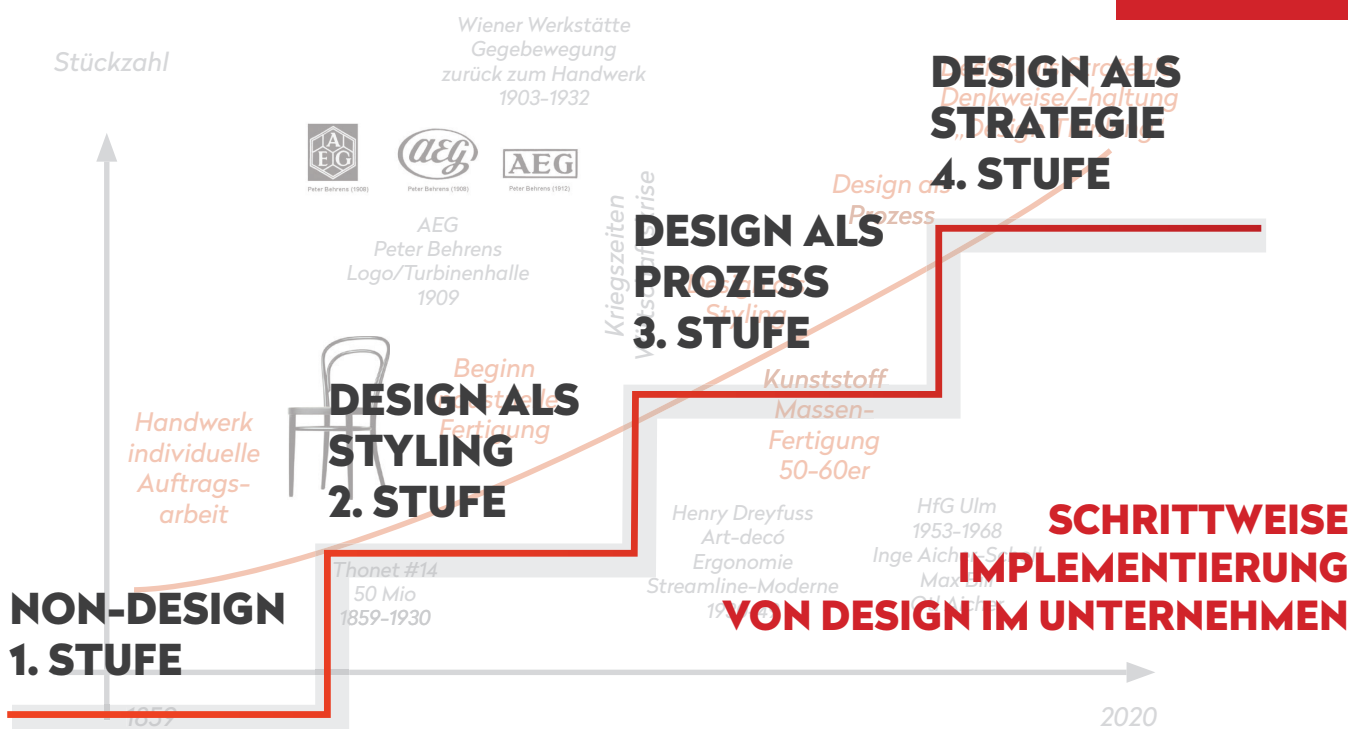
Ausgehend von Watzlawicks These „Man kann nicht nicht kommunizieren“ startet die Gedankenreise und wird zur grundlegenden Ausgangsbasis für Designverständnis. Die Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren, gilt somit nicht nur für uns Menschen, sondern lässt sich auch auf die Produktwelt übertragen. Signale (nonverbal, visuell, auditiv und taktil) gehören bewusst gestaltet und obliegen dem Aufgabenbereich des Gestalters.

Neben einem allgemeinen Versuch der Begriffsdefinition von „Design“ und dessen mittlerweile unüberschaubaren facettenreichen Anwendungsgebieten, wird das inflationäre Wort schlussendlich als „Design - Ein Begriff im Wandel“ deklariert.

Diese Behauptung wird mit einem historischen Abriss, im Zusammenhang mit der industriellen Revolution und der Entstehungsgeschichte aus dem Entwurfsprozess der ersten bewussten Gestalter, dem Architekten, beschrieben. So hat der österreichische Architekt Josef

SKANDINAVISCHES DESIGNLEITER IM UNTERNEHMENSKONTEXT.

B. WAS IST DESIGN ?



(Abb. adaptiert nach: SVID, 2005)

Hoffmann (Wiener Werkstätte, 1903–32) erstmals Kleinserien in Zusammenarbeit mit Handwerksunternehmen (z.B.: Augarten Porzellan, Lobmeyr Glas und Wittmann Möbel etc.) gestaltet.

Die rasante Weiterentwicklung und Erschließung neuer Aufgabengebiete des Designs in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts, wird mit der gesteigerten Nachfrage von Produkten (Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt) begründet. Nach Sättigung der Märkte verfolgen Unternehmer neue Ansätze des Marken-Denkens, mittels gezielter Differenzierung und Positionierung der Produkte in Märkten (Marketing) erhält Design eine neue produktbehübschende und somit absatzfördernde Bedeutung. Erst später werden die eigentlichen Wünsche und Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt aller Unternehmens- und Designaktivitäten gestellt.

Peter Schreckensberger versucht in seiner eigenen Wortkreation „Produkt 5.0“ diese fünf Evolutionsschritte der wirtschaftlichen Primate zum Ausdruck zu bringen. Vom

einfachen Produkt hin zum „**Primat der intelligenten (Produkt)Systeme**“. In Zusammenhang mit neuen Technologien wie Cloudsystemen muss die Begrifflichkeit Produkt neu überdacht werden. Ursprünglich reale Produkte sind nun nur mehr ein kleiner sichtbarer Teil komplexer Service- und Dienstleistungsbündel (Eisberg-Prinzip).

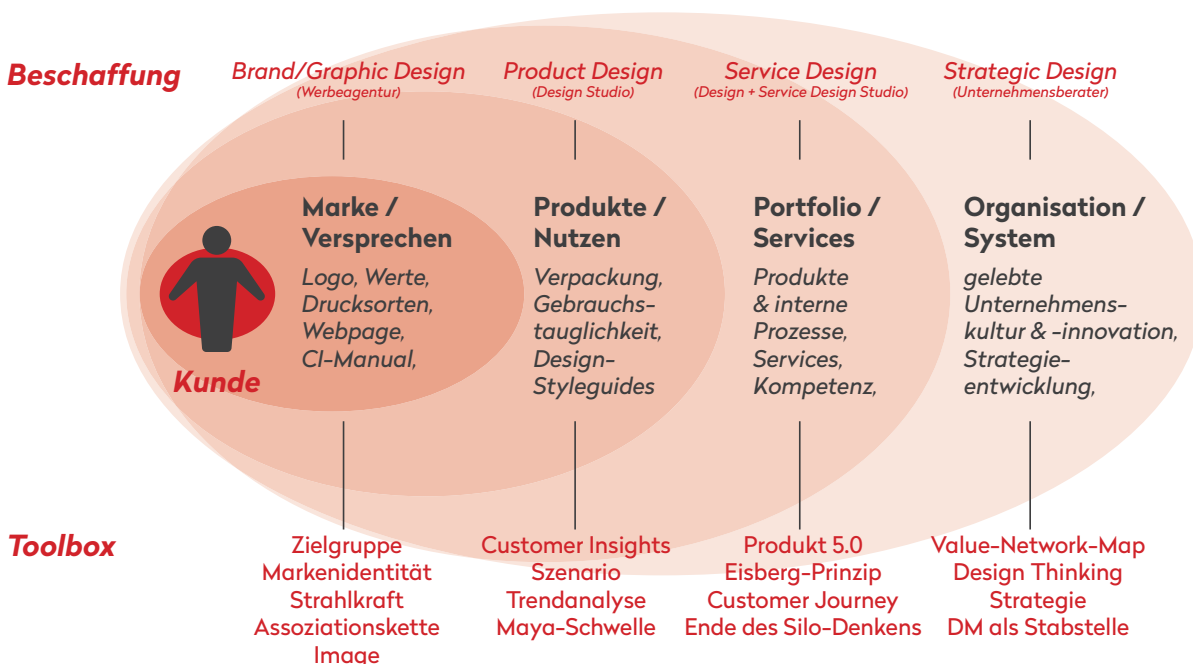
„Design ist ein problemlösungsorientierter, kundenzentrierter Prozess und eine Denkhaltung mit zielgerichtetem Handwerk und Methodik.“

Die meisten Unternehmen stehen vor der Herausforderung, wie sie Design als Disziplin in ihr Unternehmen implementieren.

Ausgehend von der „**Skandinavischen Designleiter**“ (SVID, 2005) wird ein schrittweiser Aufbau von Designmanagement-Kompetenz, als eine Art „**gutartiger Design-Virus im Unternehmen**“ (Schreckensberger, 2017) beschrieben, welcher nach einer gewissen Inkubationszeit unterschiedliche Stadien

WO SOLLEN WIR BEGINNEN? FÜR VIELE UNTERNEHMEN EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG!

**C. WAS IST
DESIGN
MANAGEMENT?**



(Abb.: Schreckensberger, 2017)

durchläuft: Von initiativen Leistungen einzelner designaffiner Mitarbeiter bis hin zur einer gelebten Designkultur mit strategischem Innovationscharakter.

„Jedes Signal also jeder Berührungspunkt (Touchpoint) zwischen Nutzer und Organisation, sollte kompetent gestaltet werden.“

Design Management verbindet die Vorteile der unterschiedlichen Denkweisen von **Designer** (denkt lateral, chaotisch und irrational) und die der **Manager** (denkt kausal und organisiert). Der Designer bedient sich seiner Gabe und Ausdruckskraft der bildhaften Darstellung (Handskizzen, Aufbereitung von Information zu Grafiken etc.). Der Manager wiederum, handelt sehr kostenbewusst und möchte ehestmöglich gesteckte Ziele erreichen.

Erst die Kombination dieser Denkweisen „**Designer + Manager = Business**“ (Greger, 2015) ermöglicht eine Generierung von unkonventionellen Problemlösungsansätzen im Unternehmenskontext.

Der Disziplin des Designmanagements im Unternehmen kann somit folgende Aufgabe zugeschrieben werden:

➤ **Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit** durch vernetztes Denken und einer untypischen Annäherung an Probleme (*strukturieren*).

➤ **Projektmanagement** zur Optimierung der Prozesse und Einsatz von Ressourcen, Koordination von interner und externer Design-Beschaffung (*effektiv und effizient*).

➤ **Qualitätsmanagement** über alle Aktivitäten und Kommunikationskanäle innerhalb und außerhalb des Unternehmens (*Art Director für das ganze Unternehmen*).

Design vermittelt Sicherheit konstanter Qualität einer Marke, liefert Kaufargumente und unterstützt den Konsumenten, sich in gesättigten Produktmärkten zu orientieren.

Wie genau sich dies als Form von Designmanagement steuern lässt, wird in drei Abschnitten und wirtschafts-/designrelevanten Praxisbeispielen leicht verständlich erklärt und anschaulich dargestellt.

Das Handbuch richtet sich an StudentInnen, zukünftige ProfessionistenInnen und Interessierte der unterschiedlichen Design-Disziplinen.

Peter Schreckensberger ist Designstrategie, Berater und zertifizierter systemischer Coach – er unterstützt Unternehmen, Kommunen und Institutionen bei der Entwicklung einzelner Produkte, Dienstleistungen und Serviceangebote sowie ganzheitlicher (Produkt)Systeme.

Mail: peter@uniteddesignpartners.com



**UNITED
DESIGN
PARTNERS**