

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 26 (2013)  
**Heft:** [5]: Luzerner Schule : die Auseinandersetzung mit dem Material und der Handwerkstradition prägt die Designausbildung an der Hochschule Luzern (HSLU)  
  
**Artikel:** Wie die Wirtschaft zum Design kommt  
**Autor:** Ernst, Meret  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-392377>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

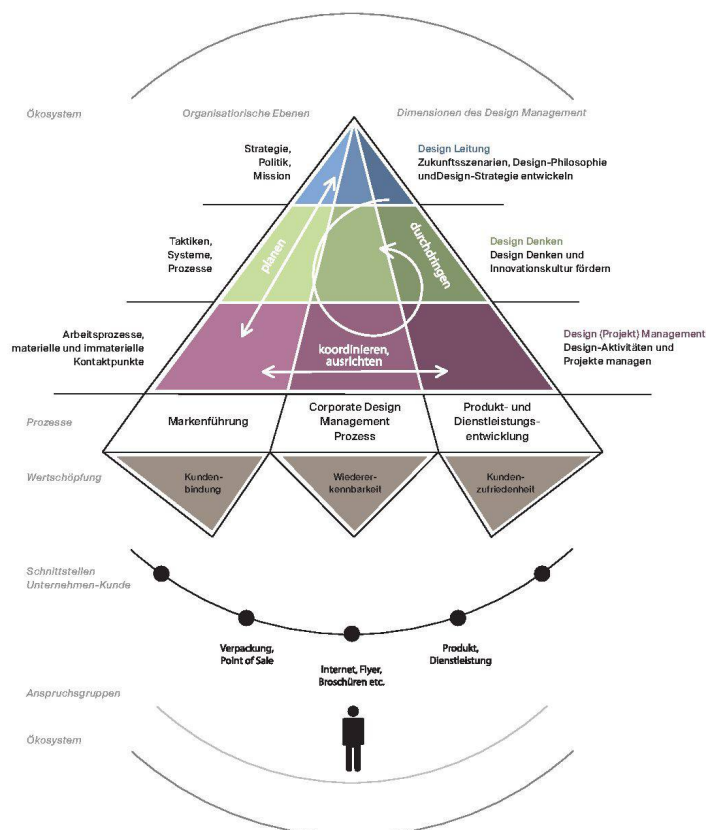
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

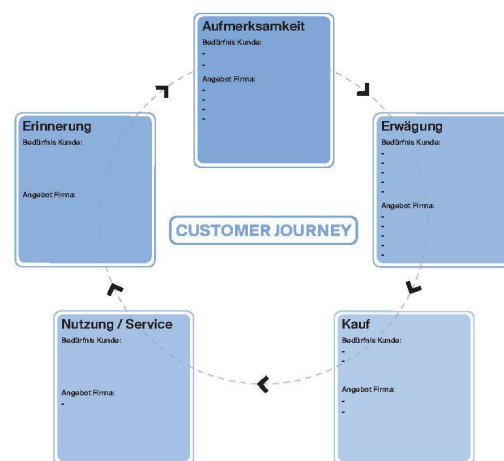
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 07.01.2026

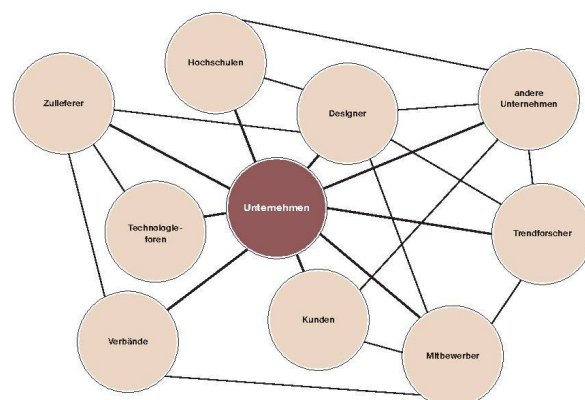
**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



Alles zusammengefasst: das Luzerner Modell des integrierten Design Managements.



Die Reise, die der Kunde macht, ist hier schematisch erfasst.



Strategische Gespräche, die geführt werden müssen – im Modell erfasst.

# Wie die Wirtschaft zum Design kommt

**Die kleinen und mittleren Unternehmen wissen um den Stellenwert von Innovation. Doch sie unterschätzen oft den Nutzen von Design. Ein Forschungsprojekt schafft Abhilfe.**

Text:  
Meret Ernst

Welche Rolle spielt Design, wenn neue Produkte auf den Markt kommen? Dieser Frage will das Forschungsprojekt Dipro auf den Grund gehen. Initiiert wurde es von Claudia Acklin, der Leiterin des Competence Centers Design & Management. «Wir konnten beobachten, dass designgetriebene Innovation ungenutztes Potenzial erschliesst, wenn sie strategisch eingesetzt und vorbereitet wird. Damit wird zusätzliche Wertschöpfung erzielt.»

Im Lauf von zwei Jahren stiess Acklin mit ihrem Forschungsteam in knapp einem Dutzend kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) Projekte an, um dieses Potenzial zu nutzen. Die Firmen selber hatten davor in der Regel keine oder nur vereinzelte Erfahrungen mit externen Design-

nern gemacht. Sie wurden vom Briefing über die Auswahl einer passenden Designerin bis hin zur Implementierung der nötigen Prozesse im Unternehmen begleitet.

Weshalb richtet sich das auf vier Jahre angelegte Forschungsprojekt an KMU? Es sind in erster Linie kleine und mittlere Unternehmen, die die Schweizer Wirtschaft prägen. Knapp 98 Prozent der hiesigen Firmen fallen unter diese Kategorie. Dabei beschäftigen rund 88 Prozent aller Firmen als sogenannte Mikrounternehmen weniger als zehn Angestellte. Rund zehn Prozent sind kleine Unternehmen, die bis zu 49 Mitarbeitende auf der Lohnliste haben. «Solche kleinen Unternehmen sind im Unterschied zu grossen agil und flexibel», beobachtet Claudia Acklin. «Sie verfügen über gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.» Egal, ob sie im High-techbereich tätig sind oder Lowtechprodukte wie Möbel, Mode oder Dienstleistungen herstellen: Innovation ist für

sie heute ein Muss. Das ist den Unternehmen durchaus klar. Aber wie soll man solche Innovationsprojekte anpacken? Und welche Rolle spielt dabei das Design?

#### Der Design-Check

Vaporsana hat diese Erfahrung eins zu eins gemacht. Der Firmengründer Walter Hunziker entwickelte Ende der Siebzigerjahre das erste Schweizer Kräuterdampfbad und erfand die Dampfdusche. Sie produziert Dampf durch das Erhitzen von Wasser und nicht wie sonst üblich durch Druck. Der Enkel des Firmengründers, Thomas Hunziker, wusste, dass nach über dreissig Jahren die Zeit für ein Redesign gekommen war. 2009 veranlasste er einen Design-Check durch Swiss Design Transfer, eine gemeinnützige Organisation, die Designwissen an KMU vermittelt. Ein Jahr später wurde Vaporsana als eine von zwölf Firmen in das Forschungsprojekt Dipro aufgenommen. Die Bedingungen waren erfüllt: die Zusammenarbeit mit einem Designer oder einer Agentur und der Wille, sich von den Forschern um Claudia Acklin begleiten zu lassen.

Ein Ziel war von Beginn weg klar: Die Dampferzeugung sollte optimiert werden. Die verantwortlichen Designer Daniel Hunziker und das Rapperswiler Designbüro Fontana Design Works wurden von einem Physiker unterstützt. Der Wirkungsgrad der Dampferzeugung stieg bei gleichzeitiger Reduktion der Zahl der Komponenten. Die Produktion wurde dadurch vereinfacht und konnte nun zum grössten Teil von Vaporsana selbst übernommen werden. «Die Herstellungskosten reduzierten sich damit um rund einen Viertel», bestätigt Thomas Hunziker. «Aber es war absehbar, dass diese Entwicklungsarbeit kostenintensiv war.» Deshalb beantragte er eine Förderung über die Neue Regionalpolitik (NRP), was wiederum mit der Auflage verknüpft war, regionale Partner für die Entwicklung und als spätere Zulieferer an Bord zu holen.

#### Markt- und Nutzeranalysen

Technische Verbesserung und Fördermittel allein machen noch kein gutes Produkt aus. Wer kauft in Zukunft eine Kräuterdampfdusche? In welche Räume wird sie integriert, wie wird sie benutzt? Zielt sie auf Kunden, die ihre Gesundheit fördern wollen? Erreicht sie ein Publikum, das sich in erster Linie wohlfühlen will? Die Markt- und Nutzeranalysen bei bestehenden Kunden gaben Antworten, die dem Designteam halfen, Szenarien und Gestaltungsvorschläge zu entwickeln. Dabei kamen die Schwachpunkte der bisherigen Produkte zum Vorschein. Zu klein war etwa die Möglichkeit, die Dusche, die ab 17000 Franken zu haben ist, auf eigene Bedürfnisse hin auszugestalten. Also schlugen die Designer neue Möglichkeiten vor: mit Kräutergefässen, Kopftellerbrausen, Bildmotiven auf der Rückwand, LED-Leuchten und Sitzgelegenheiten.

Mit der neuen Dusche Lotus habe sich das Marktpotenzial erhöht, meint der Unternehmer Thomas Hunziker. «Und wir konnten unser Familienunternehmen verjüngen.» Das neue Produkt blieb nicht lange allein. Es zog die Auffrischung der Marke nach sich. Damit die Botschaft, die das Produkt vermittelt, auch auf der Website und in den Broschüren zum Tragen kommt.

Was hält Thomas Hunziker im Rückblick vom begleiteten Designprozess, der sich im Dreischritt von reduzieren, optimieren und modernisieren abspielte? Und in dessen Verlauf die vom Forschungsprojekt Dipro entwickelten Werkzeuge wie den Design-Management-Reiseführer, die Nutzerszenarien-Analyse oder Moodboards eingesetzt wurden? Die Investition habe sich gelohnt, ist der Geschäftsmann überzeugt. Nicht nur, was das Produkt, sondern auch, was den Prozess betreffe. ●

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE LUZERN**

Design & Kunst  
FH Zentralschweiz

MANÖVER SARNEN  
ABSCHLUSSAUSSTELLUNG  
MASTER OF ARTS IN FINE ARTS

ERÖFFNUNG  
IN SARNEN  
20.6. /  
19 UHR

HOCHSCHULE LUZERN  
WERKSCHAU

WERKSCHAU  
DESIGN & KUNST  
30.6.13

VERNISSAGE  
21.6. /  
19 UHR

MESSE  
LUZERN

SCHWERPUNKTHEMA:  
POSTDIGITALE MATERIALITÄT  
27. / 28.6.

MESSE LUZERN

**SITAGEGO –**  
CLEVER SITZEN

 **swiss workstyle**



Design: Volker Eysing



SITAGEGO verbindet in einzigartiger Weise die Vorteile eines Netzzrückens mit den Vorteilen klassischer Polstertechnik. Klar und einfach bedienbar gibt er seinem Benutzer Unterstützung wo nötig, ohne ihn jedoch einzuengen.

SITAG AG, Simon Frick-Str. 3, CH-9466 Sennewald  
T +41 (0) 81 758 18 18, info@sitag.ch, www.sitag.ch

**SITAG**  
swiss style at work

