

Der Marktplatz Design : der Designer als Servicedesigner und Dienstleister? : der SID befragt ein werdendes Berufsbild

Autor(en): **Michel, Ralf**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **12 (1999)**

Heft 4

PDF erstellt am: **19.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-121076>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Aus dem Künstler, der einst dem Produkt die äussere Form gab, ist ein Dienstleister geworden, der alle Probleme, die das Design eines Gegenstandes aufwirft, mitbedenken und lösen soll. Was das für den Beruf des Industrial Designers heisst, will der SID (Schweizerischer Verband Industrial Designer) im April beantworten.

Marktplatz Design

Laut dem Bundesamt für Statistik setzen sich in der Schweiz die Kunden der Designer aus 62 Grossunternehmen und 22 800 kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) mit mehr oder weniger grossem Designbedarf zusammen. 1370 zur Zeit eingetragene Grafik- und Industrial Design Büros teilen oder besser «streiten» sich um den vor allem durch KMUs geprägten Markt; wenige nur exportieren ihre Leistungen. Diese Situation prägt die Struktur der Designbüros: Nur 10, der in der Schweiz tätigen Büros, haben mehr als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die geringe durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter macht eine Bearbeitung von umfangreichen Designprojekten praktisch unmöglich.

Neue Strukturen

Auf diese Entwicklung reagieren neugegründete und einige alte Industrial Design Büros, indem sie sich mit Partnern aus der Kommunikation, des Engineerings oder mit ehemaligen Konkurrenten zusammenschliessen. Jüngstes Beispiel ist die Gründung des Büros Formpol (HP 3/99). «Unsere Kunden verlangen von uns mehr als nur die Produktgestaltung», sagt der Industrial Designer Michael Krohn, «die Anforderungen reichen oft von den Markt- abklärungen über die Gestaltung des Gegenstandes oder der Kommunikation bis zur Begleitung des Produktionsprozesses und der Markteinführung.» Formpol besteht aus Industrial Designern, Bühnenbildner, Innenarchitekt, Grafikerin und Schmuckgestalterin. Um das Büro versammeln sich noch Programmierer und andere Spezialisten, die bei Bedarf beigezogen werden. Britta Pukall, geschäftsführende Partnerin bei Milani Design sagt: «Der Markt für Industrial Design in der Schweiz ist klein. Wer sich vergrössern will, muss versuchen, an international ausgeschriebene Aufträge zu gelangen. Die wird aber nur bekommen, wer das gesamte Spektrum von der Produktentwicklung bis zur Kommunikation abdecken kann.» Milani Design verbindet eine enge Partnerschaft mit

Zühlke Engineering, einer der grössten ingenieurtechnischen Entwicklungsfirmen der Schweiz. Der Vorteil liegt auf der Hand: Die kurzen Wege vereinfachen die Zusammenarbeit. Ingenieur und Designerin arbeiten vom Beginn des Projektes an eng zusammen, das spart Entwicklungszeit und Geld.

Design ist Dienstleistung

Etliche Unternehmen verplanen mehr als die Hälfte der für die Produktentwicklung zur Verfügung stehenden Gelder bereits in der Konzeptionsphase. Die Mehrheit der SID Mitglieder beklagte sich 1998 in einer Umfrage des Verbandes darüber, dass sie für Projekte häufig zu spät beigezogen würden. Damit sinkt ihr Einfluss auf das Entwicklungsbudget und zusätzlich können konzeptionelle Vorschläge nicht mehr in die Entwicklung einfließen. Etliche Industrial Designer fühlen sich laut der Umfrage als «Form-Kosmetiker» missverstanden. Welcher Weg aus dieser Sackgasse herausführt, zeigt die Geschichte von Nose Design Intelligence. Die Zürcher Designer haben früh erkannt, dass Design eine umfassende Dienstleistung ist. «Für uns war immer klar: Je früher wir in ein Projekt involviert sind, desto mehr Einfluss können wir auf das Design nehmen. Das, was wir betreiben, wird heute Service Design genannt. Die Kunden bekommen bei uns das komplette Spektrum von der Marktanalyse bis zur Einführung des Produktes aus einer Hand. Dabei unterscheiden wir nicht, ob das Produkt ein Gegenstand oder eine Kommunikation ist», beschreibt Ruedi Alexander Müller die Arbeit der Nose Designer. Das Büro besteht mittlerweile aus 17 Mitarbeitern verschiedener Designdisziplinen und aus Programmierern. Was das Tagesgeschäft bestimmt, verändert das Selbstverständnis der Industrial Designer und die Erwartungen der Kunden. Erfahrungen, die an der SID Tagung im April gesammelt werden. Geplant ist ein Verbandsprojekt zur «beruflichen Identität des Industrial Designers» auf die Beine zu stellen. **Ralf Michel**



Die SID Mitgliederversammlung mit anschliessendem Workshop findet am 16. und 17. April im Design Center Langenthal statt.

Programm:

Freitag, 16. April

14.30 h: Mitgliederversammlung

16.30 h: «Wie verkauft sich das Industrial Design im Rahmen eines gemeinsamen Selbstverständnisses gegenüber der Industrie?» (Ruedi Alexander Müller/Nose Design Intelligence)

17.00 h: Apéro

18.30–19.30 h: Beginn des Workshops «Welches sind unsere übergeordneten Gemeinsamkeiten unter Einbezug der Tatsache, dass wir auch KonkurrentInnen sind?» (Gregor Naef, SID-Vizepräsident)

20.00 h: Abendessen

Samstag, 17. April

09.00 h: Workshop in vier parallelen Gruppen:

1. Design-Leistung im Rahmen des Entwicklungsprozesses (Moderation Wolfgang K. Meyer-Hayoz)
 2. Honorierungsvarianten (Moderation Britta Pukall, Milani Design)
 3. Möbel- und Textildesign (Moderation Karl Odermatt)
 4. Rolle und Vernetzung des Industrial Designers im künftigen Markt (Moderation Susanne Schwarz-Raacke, Ascom Design)
- 12.30 h: Lunch
13.30 h: Präsentation der Workshop-ergebnisse
14.10 h: Feedback der Workshop-beobachter
14.20 h: Formulierung konkreter Projektthemen, die der SID im kommenden Jahr in Angriff nimmt
15.20 h: Pause
15.40 h: Wahl von Projektbeauftragten bzw. Projektgruppen
16.20 h: Schlusswort vom SID-Präsidenten Roman Grazioli

Anmeldungen und mehr Informationen zu Preis, Anreise und Übernachtung erhält man im SID-Sekretariat, Weinbergstrasse 31, Zürich, Tel. 01 / 262 03 11.



Illustration: Gefa