

# **Was nützt Design dem Mittelstand?**

Andrej Kupetz

# Design

Design hat sich zu einem wichtigen, in einigen Branchen sogar zum wichtigsten Wirtschaftsfaktor überhaupt entwickelt.

Umso bedeutender ist ein professioneller Umgang mit der „kreativen Disziplin“ Design.

# Wirtschaftsfaktor Design

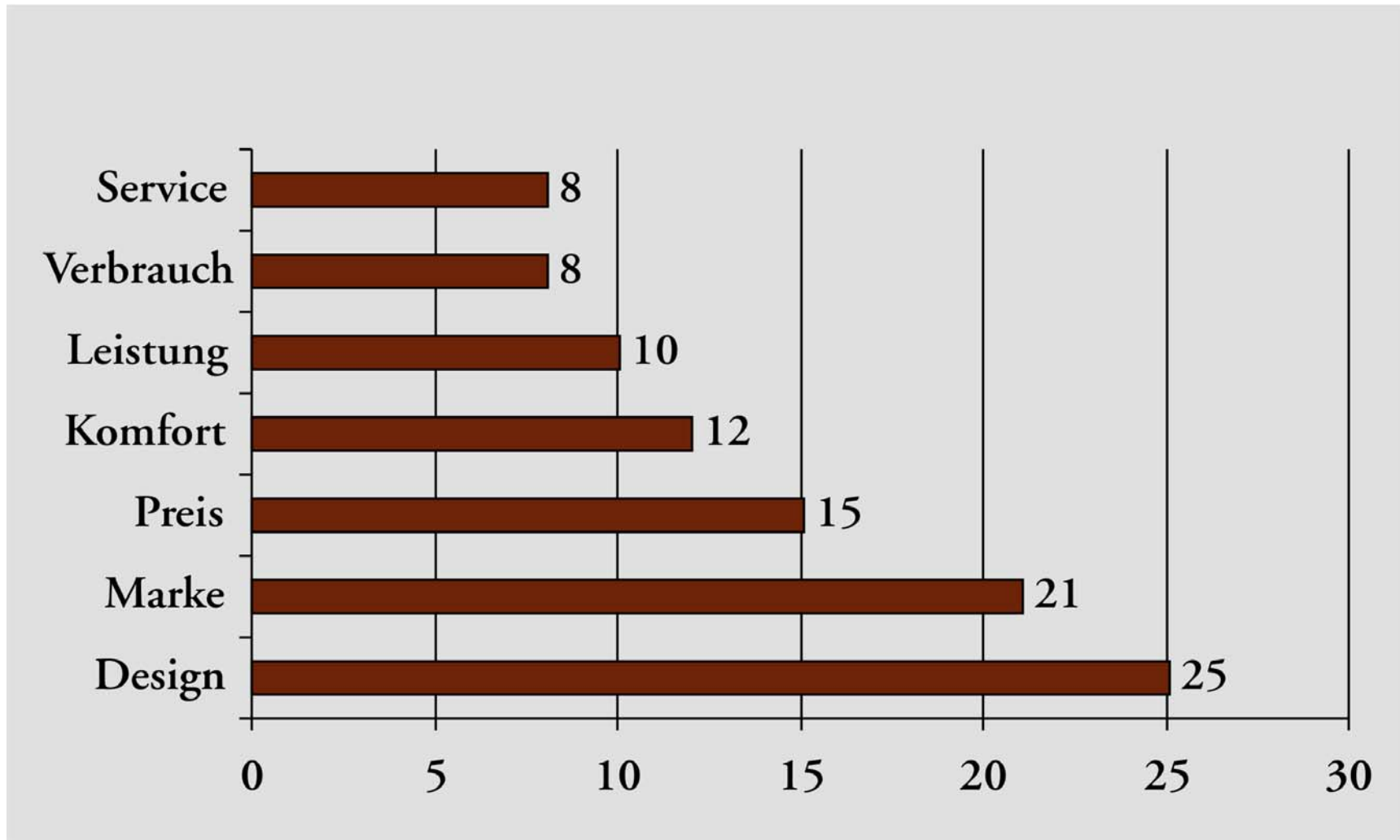
Jeder 7. Arbeitsplatz in Deutschland hängt vom Design ab.

# Wirtschaftsfaktor Design

Jeder 7. Arbeitsplatz in Deutschland ist von der Automobilindustrie abhängig.

# Kundenpräferenzen beim Autokauf

Design ist ausschlaggebender Faktor



# Marken im Mittelstand

COR

DORN  
BRACHT

hansgrohe

GIRA

ERCO

e15™

BREE

DURAVIT

bulthaup

B.  
Berker Schalter

LOEWE.

interlübke

koziol

SSS SIEDLE

FSB

ClassiCon  
CLASSIC CONTEMPORARY DESIGN

# Designmanagement

Designmanagement, als strategische Disziplin verstanden, ist integraler Bestandteil der umfassenden Unternehmenspolitik und beruht auf langfristigen, ganzheitlichen Zielen.

Um diese Ziele zu erreichen, setzt das Designmanagement auf Methoden, die im Kontext der jeweiligen Aufgabe spezifiziert werden.

# Profilierung im Wettbewerb

Chance für mittelständische Unternehmen

**Kostenführerschaftsstrategie**

Niedrig- Preis- Strategie	Norm- Produkt- Strategie	Modische Billig- Produkt- Strategie
---------------------------------	--------------------------------	--

**Leistungsführerschaftsstrategie**

**Emotionsstrategie**

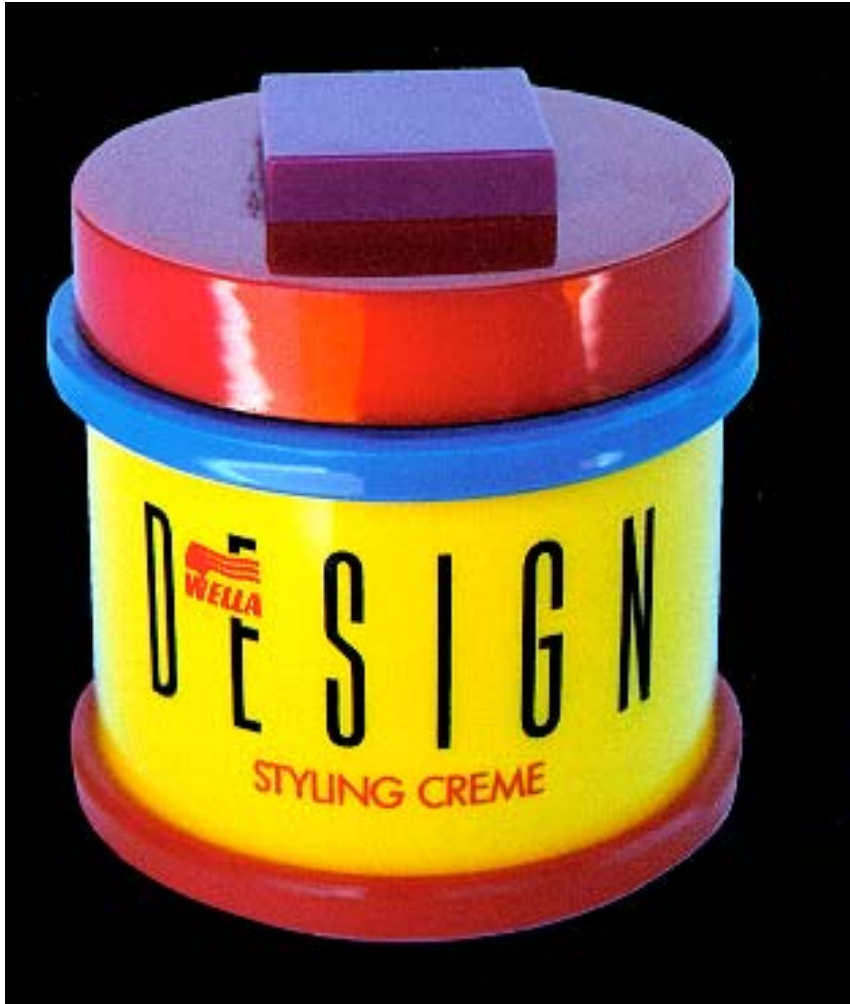
Technische  
Faszination

Ästhetische  
Faszination

Gute  
Partnerschaft

# Profilierung durch Design: Vom Zufall zur Strategie

## Grundlagen für einen strategisch motivierten Gestaltungsansatz

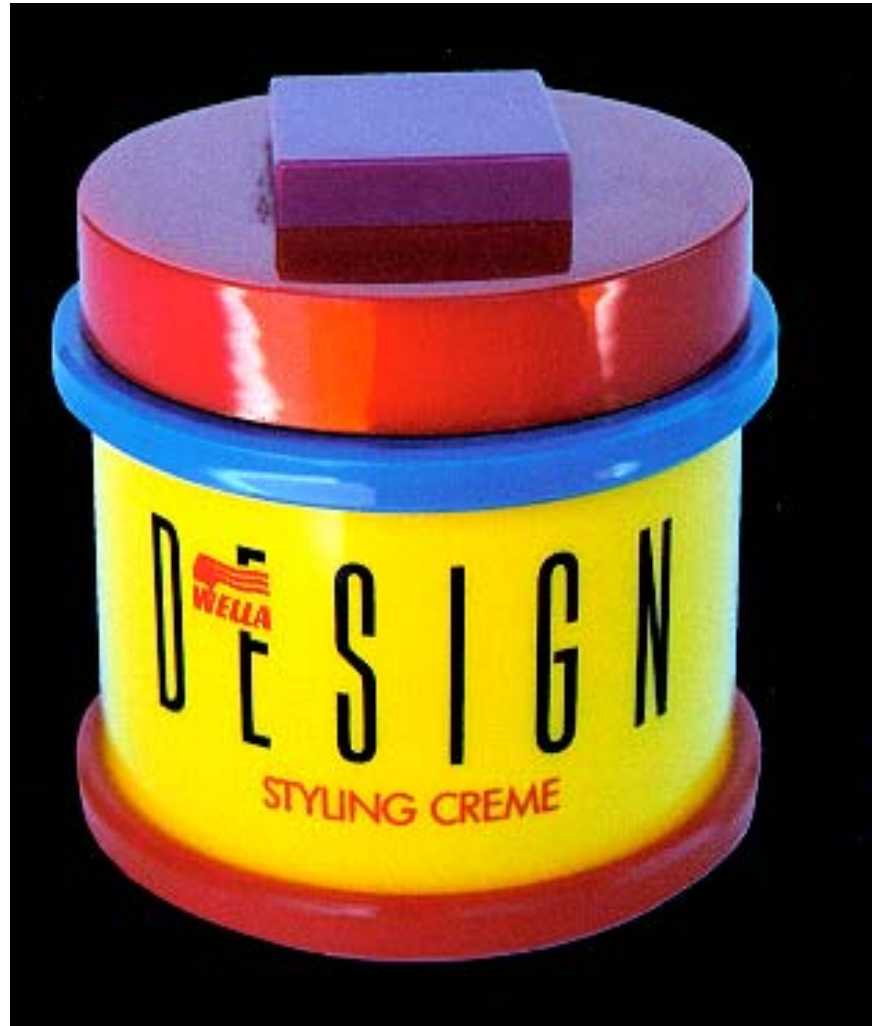


# Klärung des Design-Begriffs

# Form follows function?

# Kommunikation als primäre Designfunktion

Wertewandel: Bedürfnis nach Multifunktionalität



# Kommunikation als primäre Designfunktion



# Wie gut „funktioniert“ Design?

## Kommunikation als Designfunktion

### Die Haltungs-Ebene, z.B.:

offen, freundlich, einladend, hell

arrogant, abweisend, düster, introvertiert

### Die Gestalt-Ebene, z.B.:

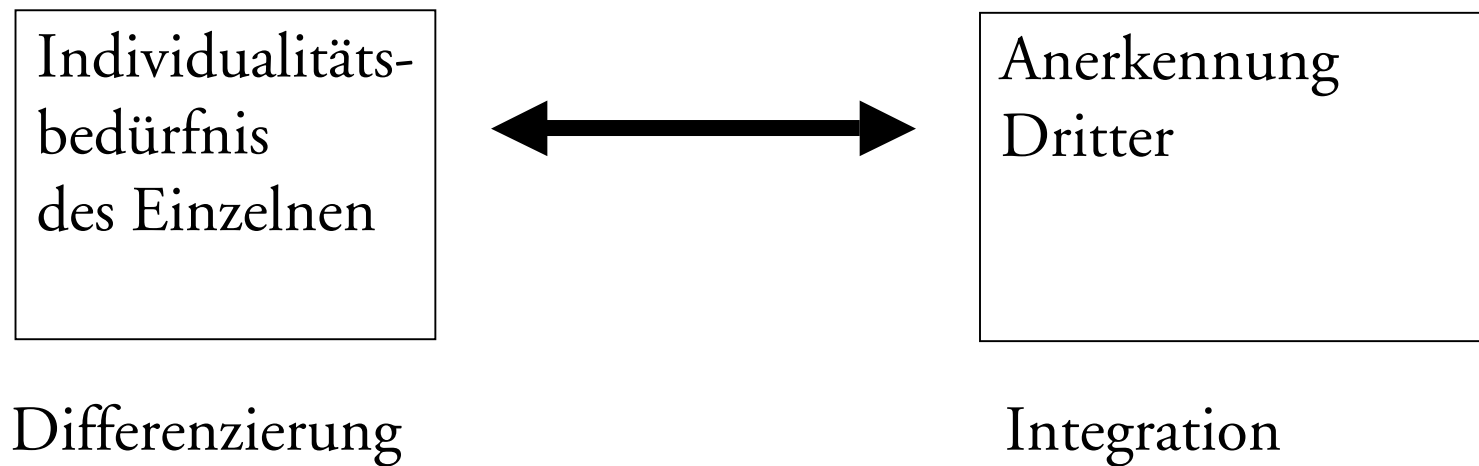
metallisch, rauh, dick und grün

hölzern, glatt, dünn und blau

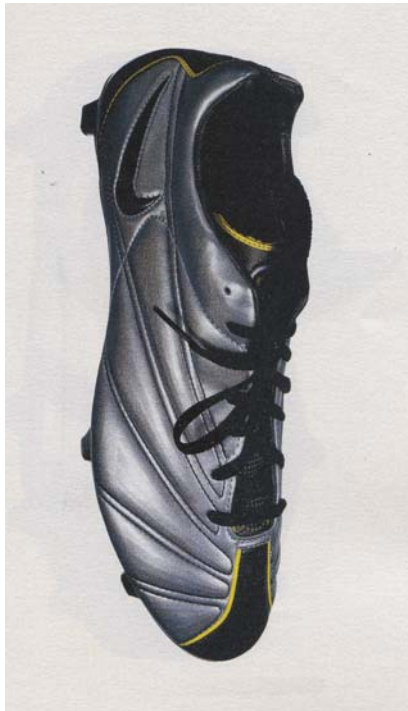
# Wie gut „funktioniert“ Design?

## Kommunikation als Designfunktion

### Kommunikationskonflikt



# Design ermöglicht Integration und Differenzierung Brand / Interface

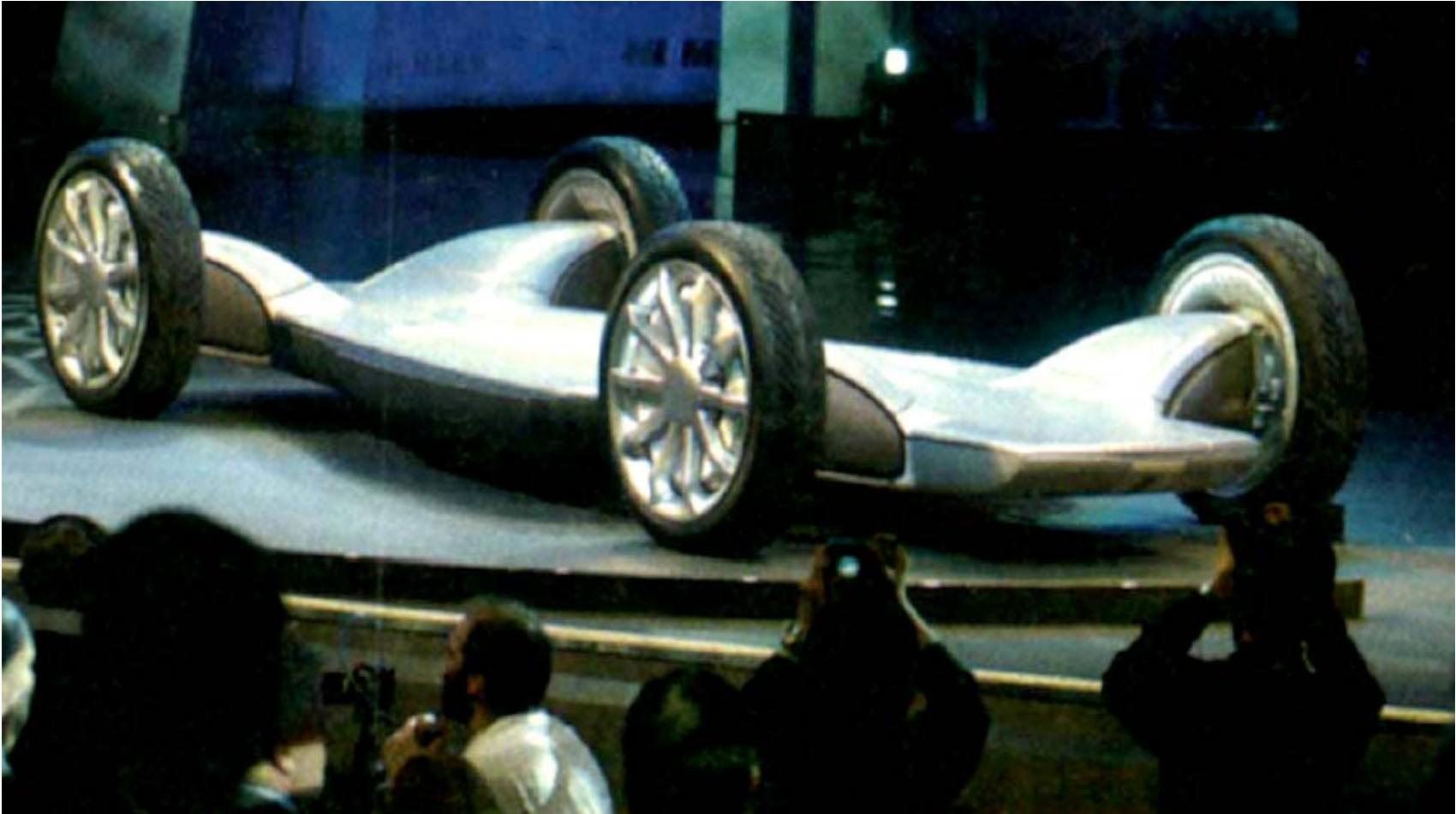


# Design ermöglicht Integration und Differenzierung Brand / Interface



# Design ermöglicht Integration und Differenzierung

## Plattformstrategie



© Andrej Kupetz

**Designmanagement**

03 | 07

18

# Erfolgreich mit Design Strategie

Design in Beziehung setzen

- zur Marke  
*und*
- zum Kunden

# Was ist eine Marke?

# Was ist eine Marke?

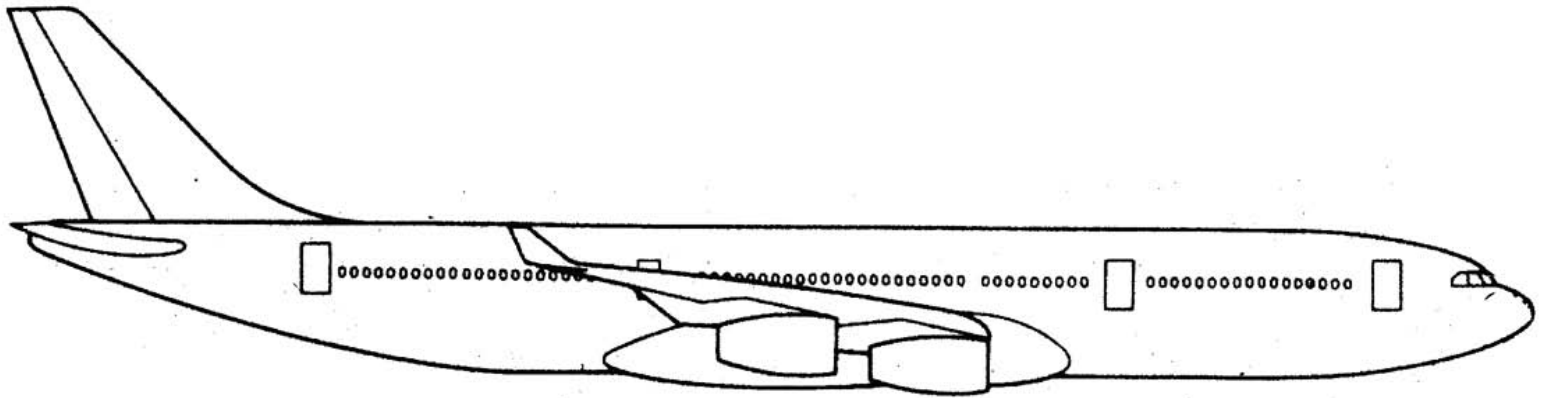
Definition aus Marketingsicht

Eine Marke ist die Summe aller Assoziationen\*), d.h. aller Erfahrungen, Gefühle und Erwartungen, die ein Kunde mit einem Produkt oder einer Dienstleistung verbindet.

\*) **Assoziation – Projektion.** Die Projektionsfläche beeinflusst das Ergebnis der Projektion, der Assoziation, der Gefühle, der Erwartung.

# Vertrauen?

Qualität der Projektionsfläche



# Vertrauen!

Qualität der Projektionsfläche



# Der Kunde – der große Unbekannte?



# Verortung von Zielgruppen im Milieumodell

Soziale Lage

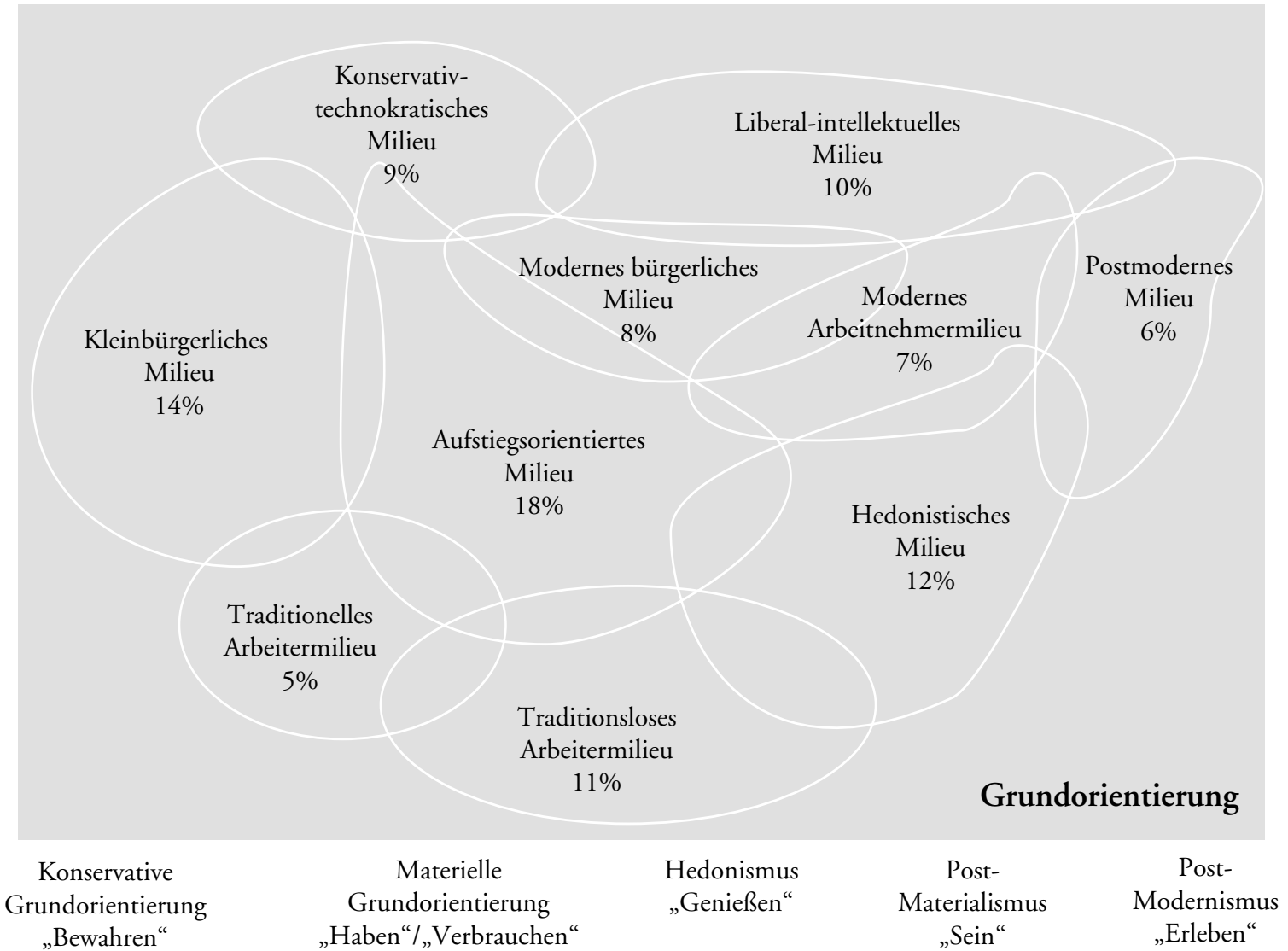
Oberschicht

Obere  
Mittelschicht

Mittlere  
Mittelschicht

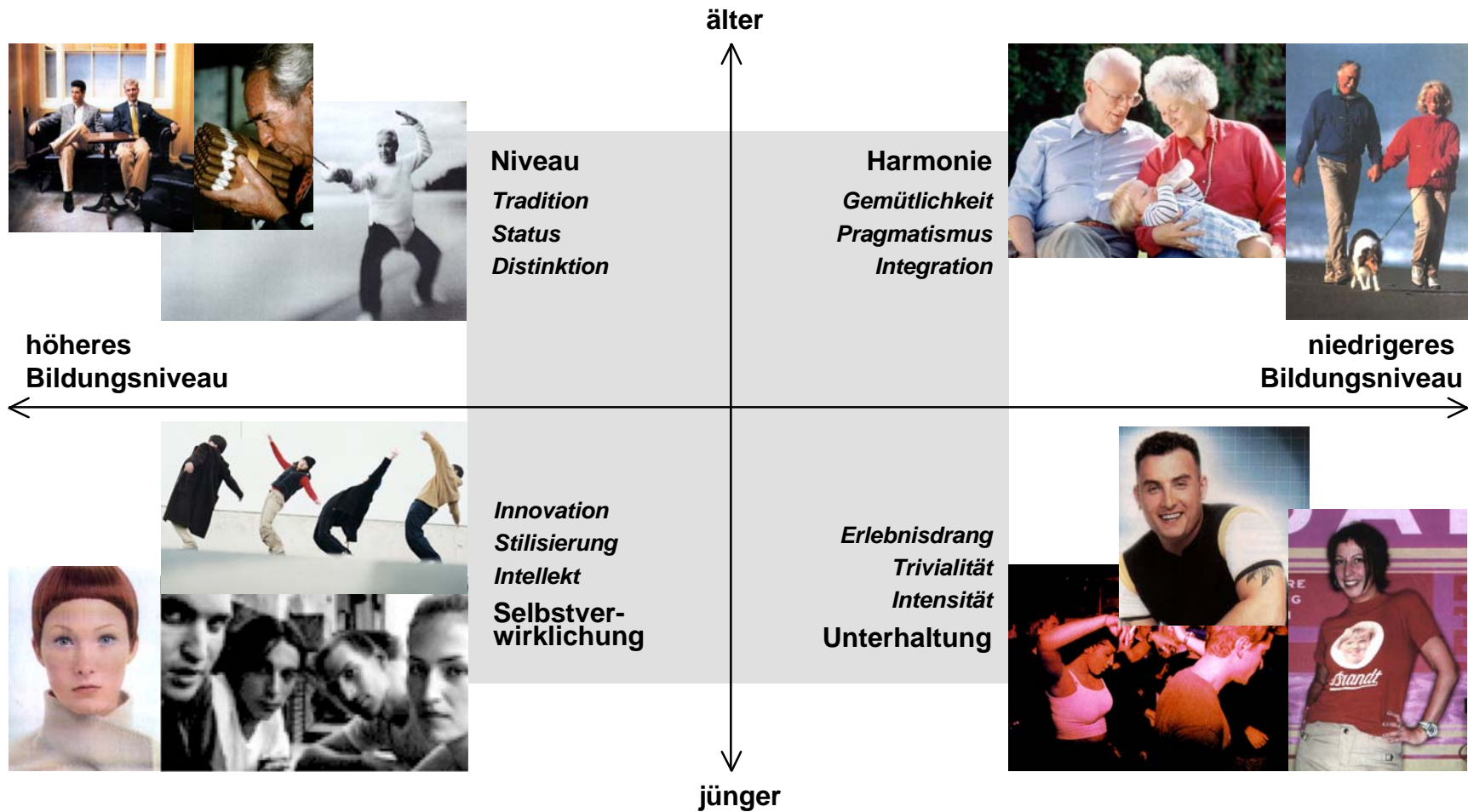
Untere  
Mittelschicht

Unterschicht



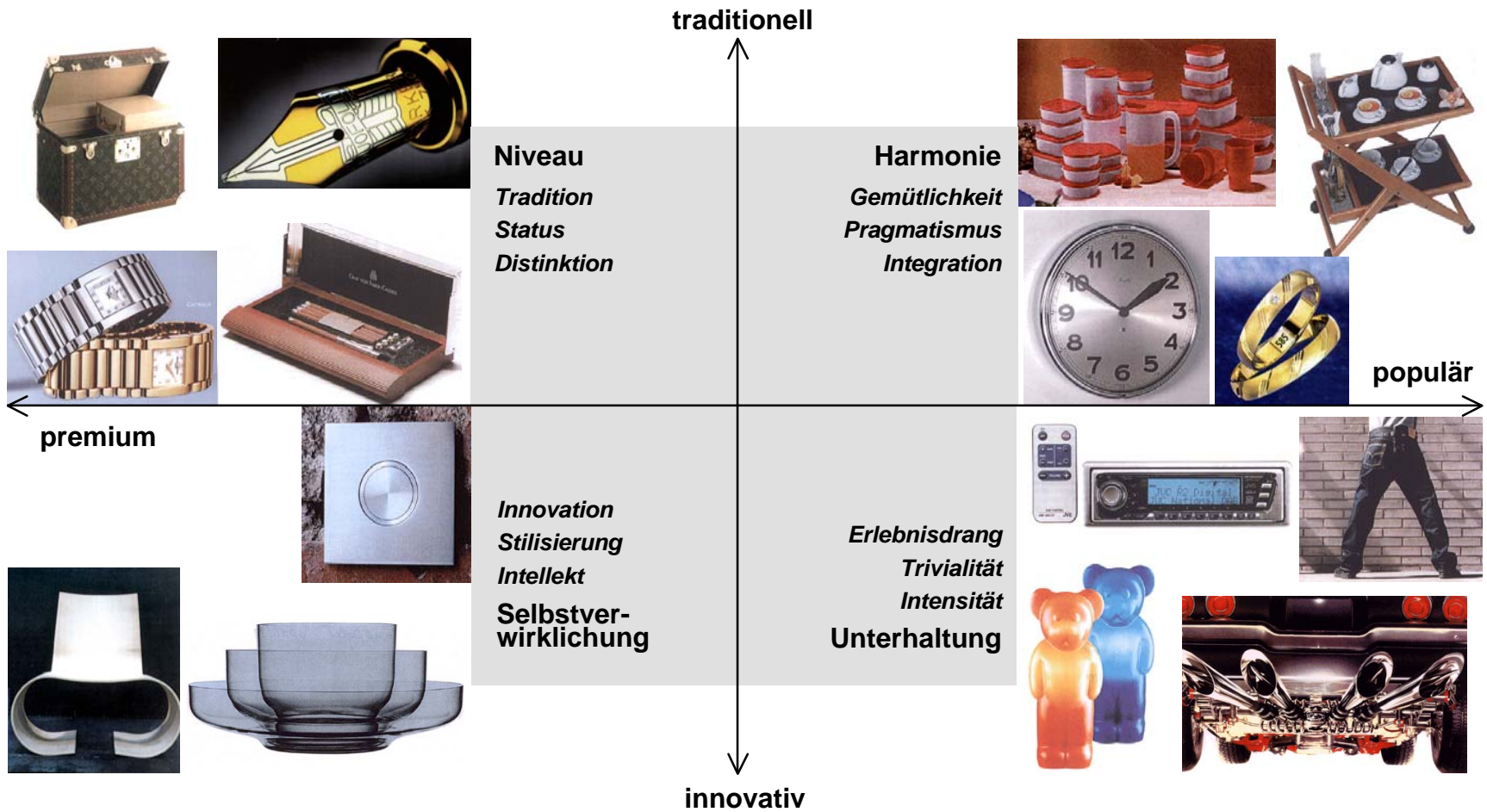
# Positionierung von Zielgruppen im Milieumodell

## Wertvorstellungen im Milieumodell



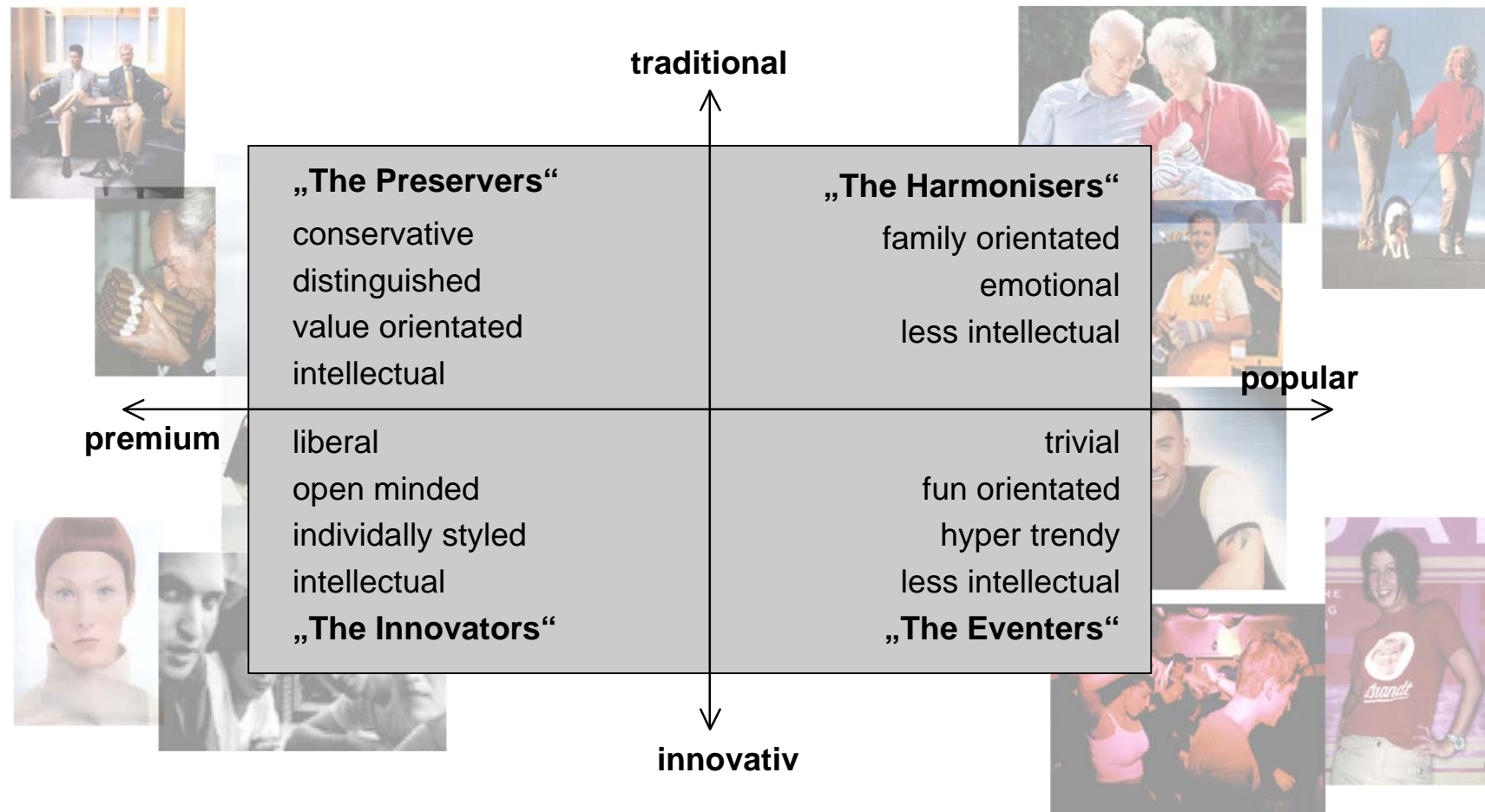
# Positionierung von Zielgruppen im Milieumodell

## Zugangsmotivationen



# Positionierung von Zielgruppen im Milieumodell

## Typologien



# Lifestyles – Ästhetische Präferenzen

## Preservers

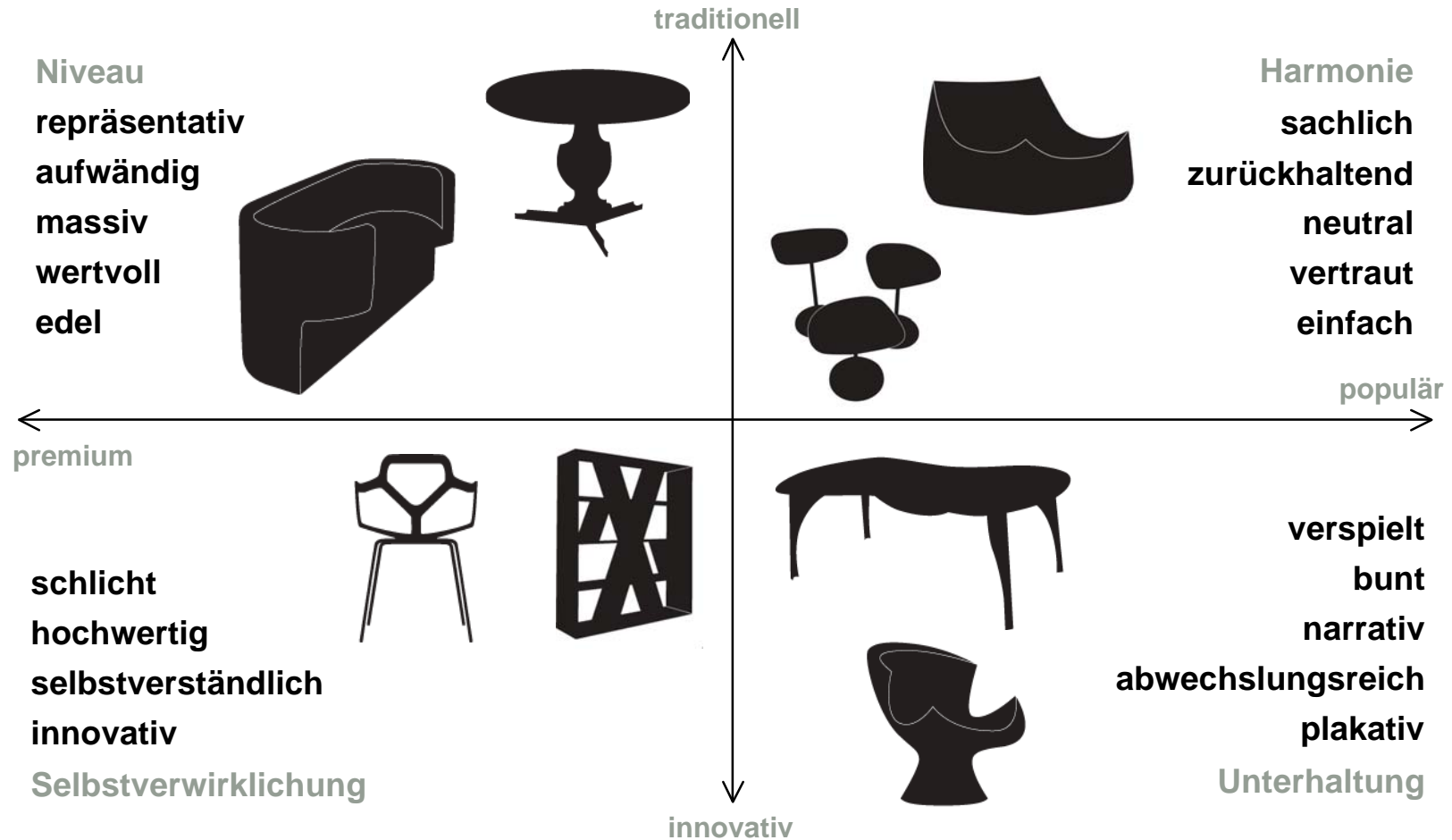
### Beispiel Modern Classic

*Keyword: The truth* – Combining geometrical shapes, well balanced proportions, “golden cut appearance“, traditional materials, using their own colours, timeless sophisticated appearance



# Ästhetische Präferenzen im Milieumodell

## Beispiel Möbeltrends



# Design strategisch planen

## Grundlagen

# 1. Identität zeigen

Welche Sprache spreche ich?

Differenzierung vom Wettbewerb. Klare Identitäten entstehen in der Polarisierung

schwarz

München

BMW

Gucci

weiß

Hamburg

Mercedes-Benz

Prada

# Gucci verspricht Sex, Drogen und Popstargefühle

Marken identifizierbar und eindeutig visualisieren

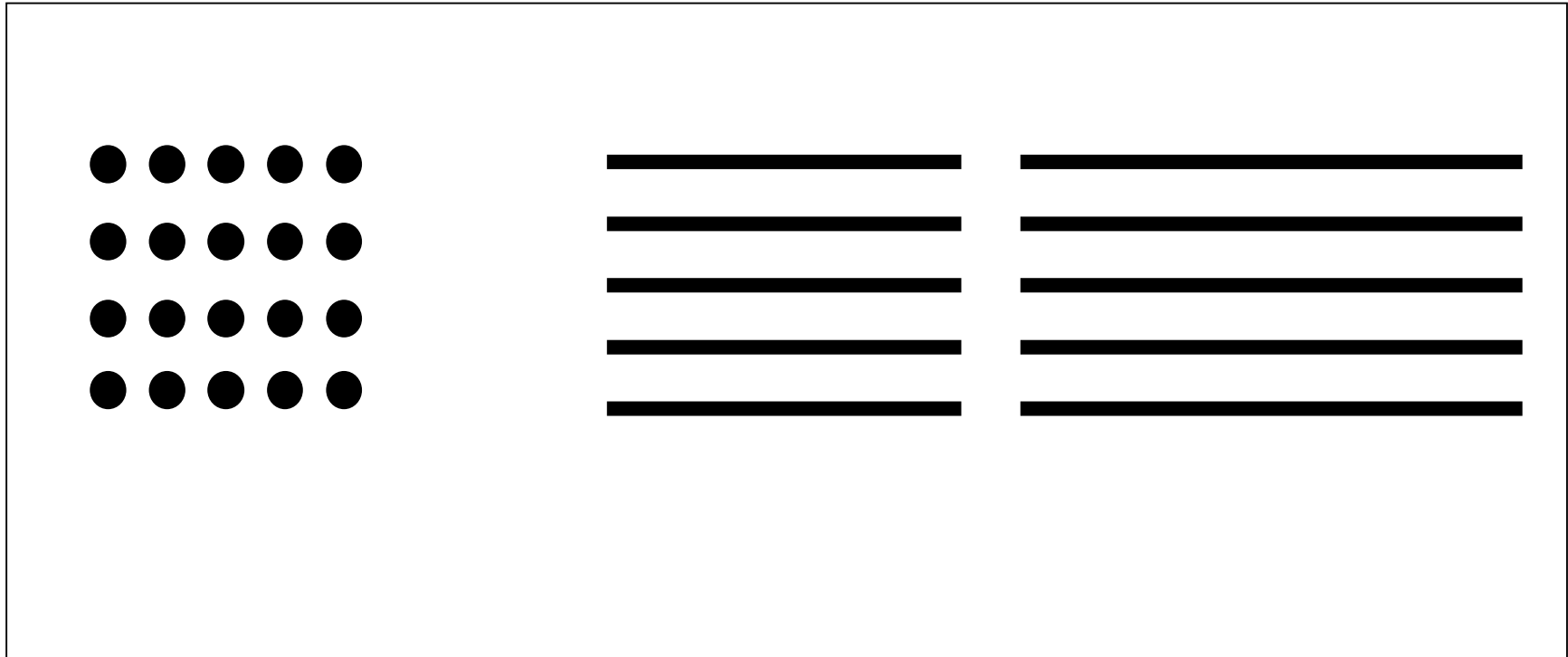


# Prada ist Protestantismus für Besserverdienende

Marken identifizierbar und eindeutig visualisieren



# Spezifische Designsprachen identifizieren



# Designsprachen werden gelernt

Die deutsche Moderne als Pate für Zukunftssehnsüchte



# Deutsches Design als Role Model

## Die Moderne als Pate für Zukunftssehnsüchte



Powerbook G4  
Jonathan Ive  
Apple 2003



CD player  
Naoto Fukasawa  
Muji 1999



coffee maker  
Jasper Morrison  
Rowenta 2004

## 2. Konsistenz

At first glance



## 2. Konsistenz

### Deklaration der Designsprache



# 3. Entwicklungsfähigkeit

# Entwicklungsfähigkeit – Line Extension



# Design hilft Marken zu visualisieren und zu entwickeln

Kontinuierliche Markenführung bedeutet ständige Anpassung an den Wandel (Prozess der Markenaktualisierung)

## Warum?

- Schnellerer Wertewandel und damit schnellerer Wandel der Kundenbedürfnisse
- Fortschritte in der Technologie
- Zunehmende Intensität des Wettbewerbs

# Line Extension heute

Prinzip der selbstähnlichen Reproduktion

## Früher:

Mehr Gewinn aus einer Marke erwirtschaften

## Heute:

Positive Rückkopplung (Aktualisierung, Imageverbesserung) vom Erweiterungsprodukt auf die Stammmarke erzielen

# Erfolg durch das Prinzip Selbstähnlichkeit

Sehnsüchte der Menschen treffen



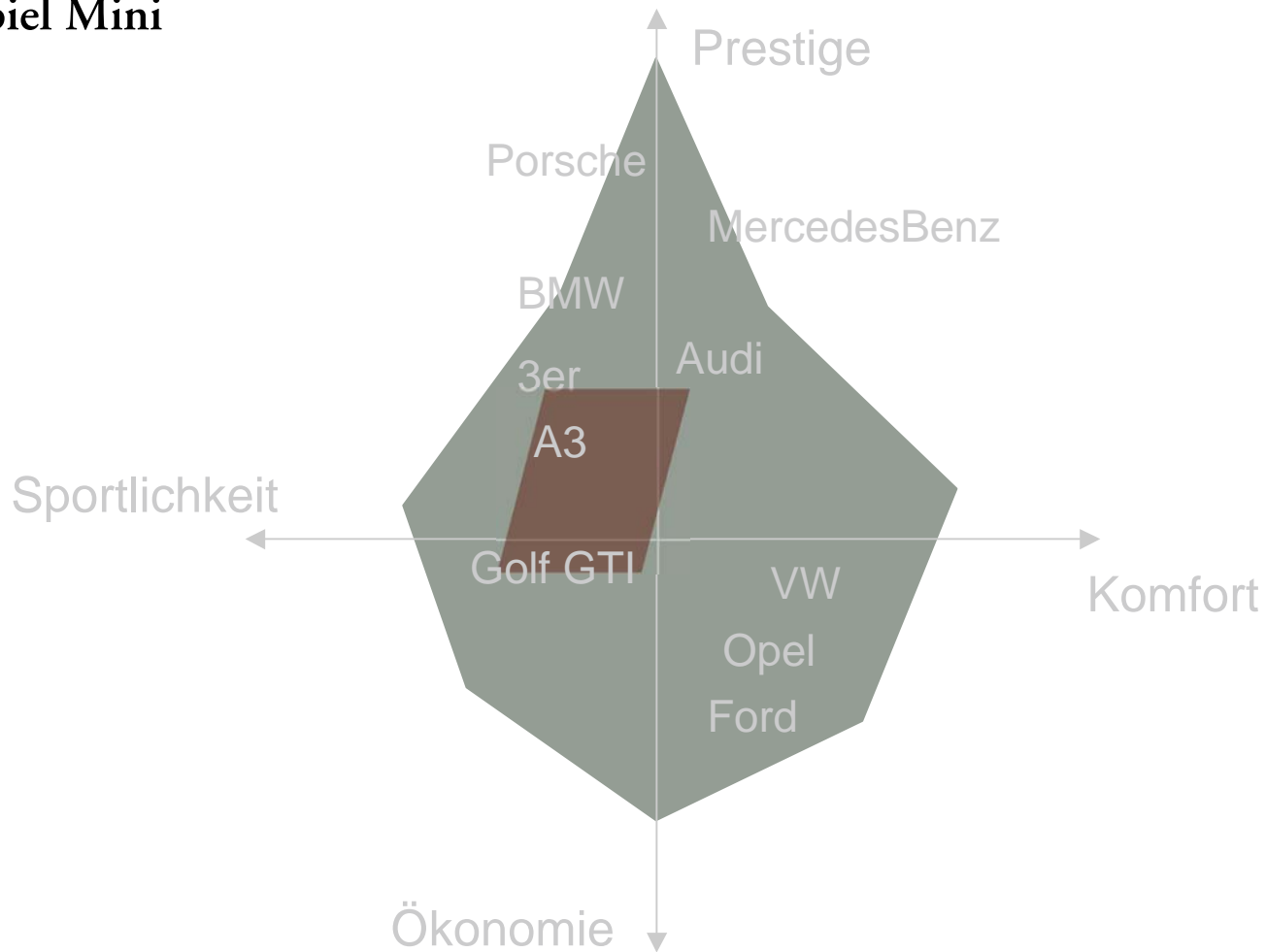
## 4. Ganzheitlichkeit

You cannot not communicate

# Strategische Positionierung

Angebote für Bedürfnisse schaffen

## Beispiel Mini



# Positionierung des Mini im Milieumodell

Soziale Lage

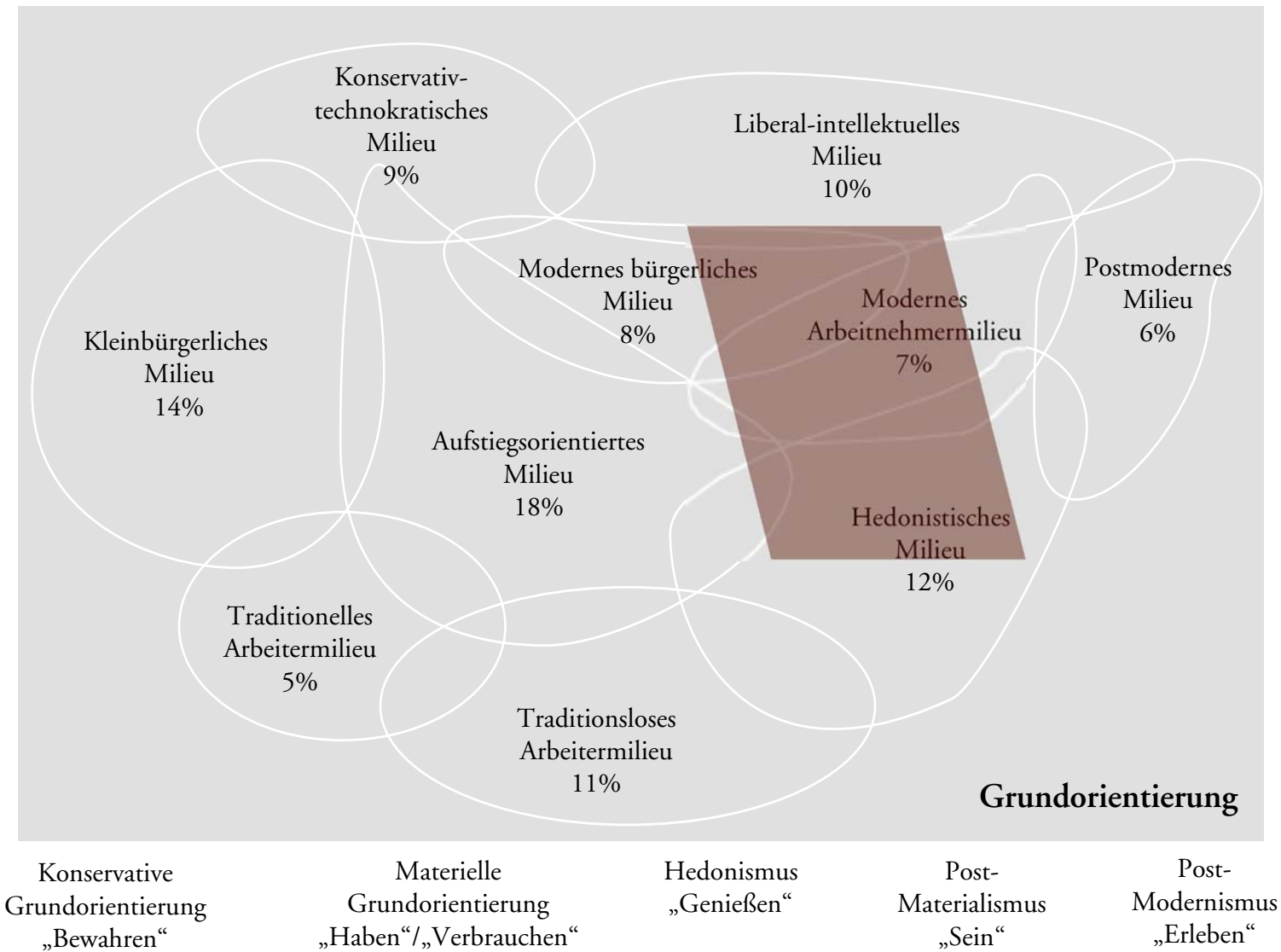
Oberschicht

Obere  
Mittelschicht

Mittlere  
Mittelschicht

Untere  
Mittelschicht

Unterschicht



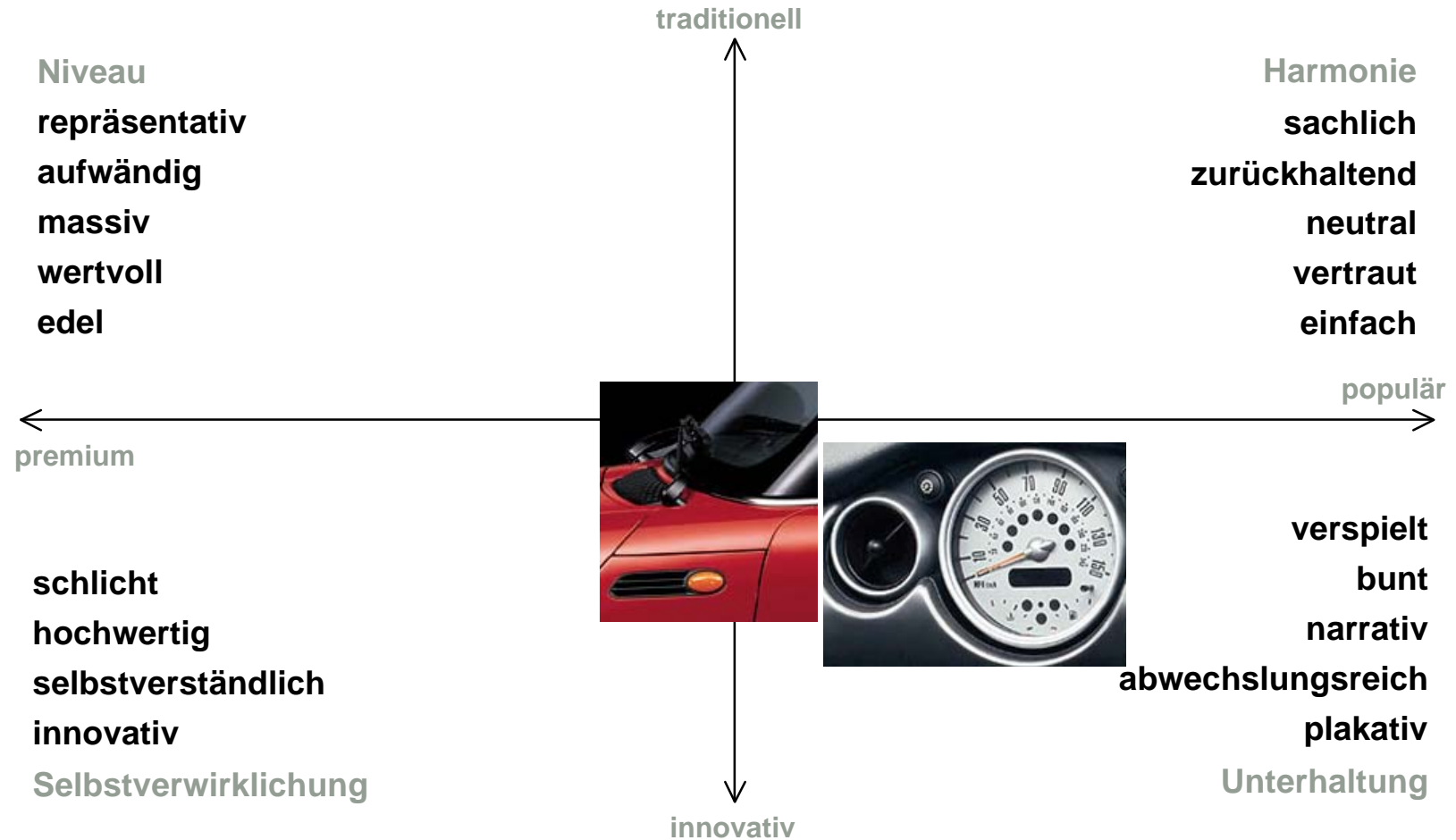
# Automobil Design

## Beispiel Mini



# Automobil Design

## Entwicklung der Designsprache



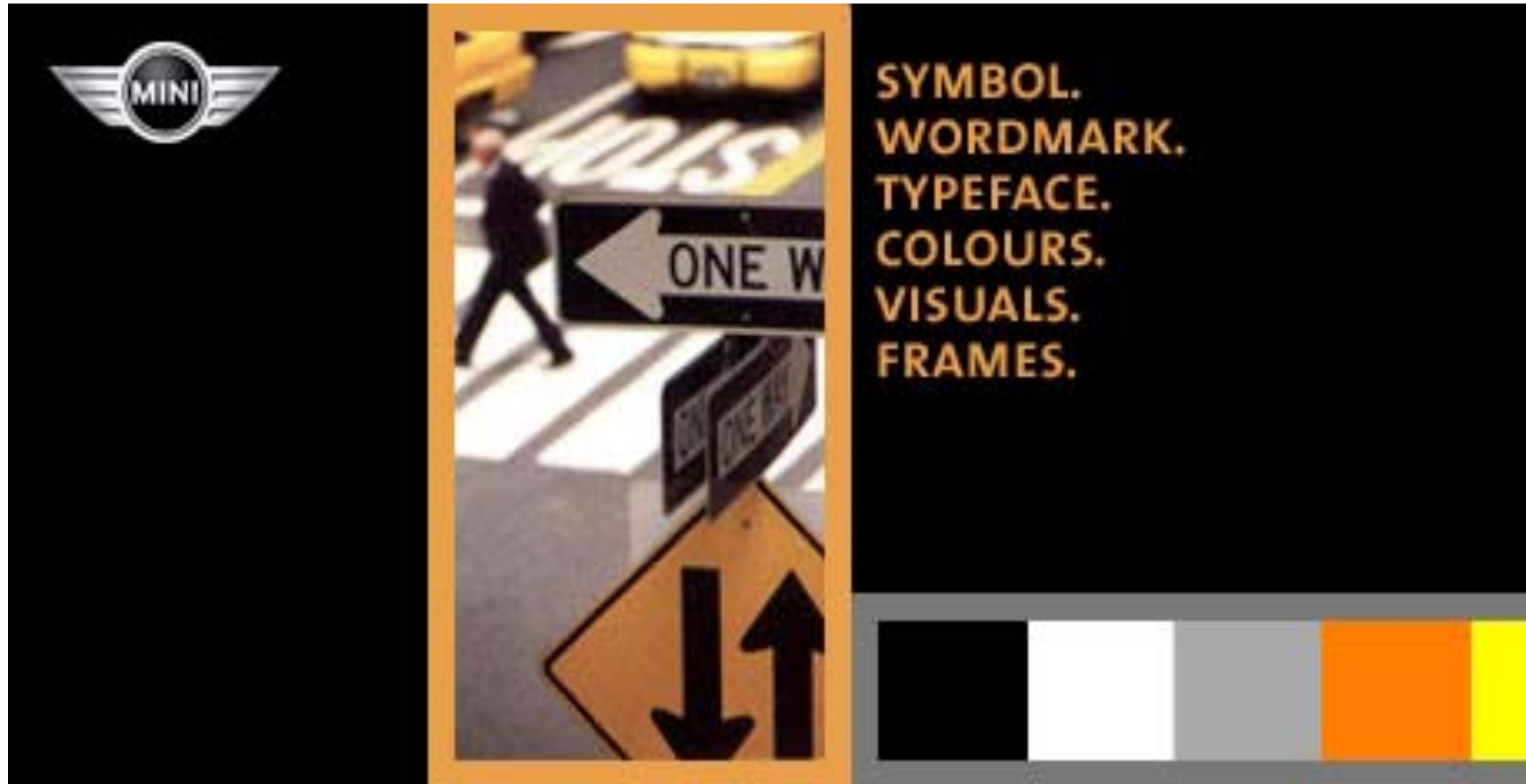
# Kommunikation 2d / Bildsprache

## Beispiel Mini



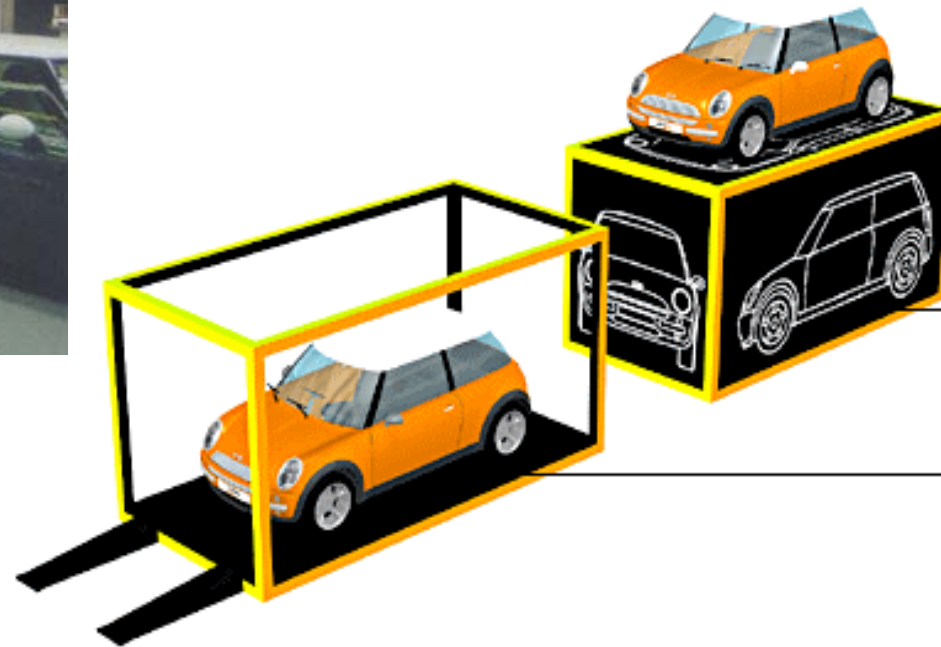
# Corporate Design 2d

## Beispiel Mini



# Corporate Design 3d

## Beispiel Mini



## 5. Zukunftsfähigkeit

Langfristige Trends erkennen, Wertewandel integrieren

# Rezeption des Wertewandels

## Personalisierung am Beispiel Sony

Früher:  
It's a **SONY**

Heute:  
Make it a **SONY**

# Customizing von Produktangeboten

## Beispiel Car Configurator



Special Leather - Boxster Red  
Extra charge: US\$ 3,700

Models	▶	Leatherette / Leather				
Exterior Color	▶					
Cabriolet Tops	▶	Leather				
Wheels	▶					
Spoiler	▶	Natural Leather				
Interior Color	▶					
Equipment	▶					
<b>Configuration</b>	Your Porsche	Compare Models	Load / Save Configuration	Dealer Contact	Print	Help

# Costumizing von Produktangeboten

## Beispiel Sneaker und TVConfigurator



# Personalisierung: Der Kunde als Partner

## ... in Design und Produktion



# Design identifiziert Charaktere

Toyota Pod: Interaktion zwischen Mensch und Produkt



**Vielen Dank**

[www.zollverein-school.de](http://www.zollverein-school.de)