

Design-Power-Test

With permission of Linde

ARCLINE® PAW

Linde

**Design, das verkauft –
Ist Ihre Maschine bereit für den Markt?**

**Prüfen Sie Ihr Produktdesign und entdecken Sie versteckte
Potenziale für mehr Wettbewerbsfähigkeit und Absatz**

Vorwort

Lässt sich Industriedesign bewerten?



Eine gelungene Symbiose von ästhetischer Funktion, praktischer Funktion und symbolischer Funktion: Der Linde Plasma-Schweißbrenner ARCLINE® PAW. Picture with permission of Linde AG

Kennen Sie das, dass Sie Energie, Zeit und "Hirnschmalz" in eine Entwicklung gesteckt haben, und sich dennoch fragen, ob die Innovationskraft sichtbar wird? Und wird das fertige Produkt auch die Käufer und Nutzer überzeugen?

Oder doch nicht? Mit dieser Checkliste werden Sie feststellen: Design ist keine Kunst, sondern ein planbarer Prozess. Sicher, zu Beginn einer Zusammenarbeit können weder Gestalter noch Auftraggeber im Detail absehen, wie die optimale Lösung für die Aufgabenstellung aussehen wird. Doch am Ende stehen immer überprüfbare Ergebnisse.

Anziehungskraft ist planbar
"Über Geschmack lässt sich nicht streiten", so die weitverbreitete Meinung. Gemeint ist damit meist, dass es keine objektiven Kriterien gibt, um die Qualität einer Konstruktion oder eines Designs zu bewerten. Und dass es daher schwer fällt zu beurteilen, ob etwas verbesserungswürdig ist: Das liegt ja ganz im Auge des Betrachters!

Gezielt innovativ wirken
Wie wird das Ziel erreicht, ein Produkt und dessen Hersteller innovativ wirken zu lassen? Diese Checkliste gibt Ihnen erste Hinweise auf die Stellschrauben, die Einfluss auf den Markterfolg haben.



+32.0%

McKinsey: Die Unternehmensberatung hat den McKinsey Design Index (MDI) entwickelt und eine starke Korrelation zwischen hohen MDI-Werten und überdurchschnittlicher Unternehmensleistung festgestellt. Unternehmen, die im oberen Viertel der MDI-Scores liegen, steigerten ihren Umsatz über einen Zeitraum von fünf Jahren deutlich schneller als ihre Branchenkollegen. Laut McKinsey kann das ein um 32 Prozentpunkte höheres Umsatzwachstum für den Gesamtzeitraum ausmachen.

Quelle: www.mckinsey.com/Wbusiness-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design

Die drei Funktionsdimensionen von Design

Ästhetische Funktion

Damit ist das Aussehen, die Schönheit und die Wirkung des Produktes gemeint. Egal, wie ein Produkt gestaltet ist – es kommuniziert etwas. WAS das Produkt vermittelt, hängt direkt mit seiner Farbgebung, den verwendeten Materialien und ihren spezifischen Anmutungen zusammen. Auch die Formgestaltung an sich und die Proportionen einzelner Elemente sowie des gesamten Objekts spielen eine große Rolle.

Praktische Funktion

Das Produkt sollte sowohl der Optik nach seinen Zweck erfüllen, als auch technisch gut funktionieren. Die Anforderungen an die Produkt-Funktionen haben also maßgeblichen Einfluss auf die Formgebung, die Materialwahl und auch die Proportionen des Gegenstandes als Ganzes und im Detail. Auf den ersten Blick sollte das Produkt vermitteln, dass es für seinen Zweck optimal geeignet ist. Einzelne Teile des Produktes sollten wiederum zu erkennen geben, wie das Produkt bedient wird.

Symbolische Funktion

Über den rein praktischen Nutzen hinaus hat jedes Produkt Eigenschaften, die seine Wertigkeit bestimmen und auf die Benutzer zugeschnitten sein sollten. Jedes Design sollte (unter anderem über seine Formensprache) klar definierte Produkt- oder Markenwerte vermitteln. Erst wenn auch dieser Aspekt fundiert berücksichtigt ist, ergibt sich zusammen mit der Erfüllung der praktischen Funktionen und ästhetischen Funktionen ein stimmiges Produktdesign.

Anleitung

Ihr Produkt ist technisch einwandfrei – aber verkauft es sich auch so gut, wie es sollte? Diese Checkliste zeigt Ihnen, ob Ihr Maschinendesign die volle Markt-Power entfaltet. Beantworten Sie die folgenden Fragen und bewerten Sie Ihr Produktdesign auf einer Skala von 1 bis 4 mit entsprechender Punktzahl:

- 1 – Trifft nicht zu
- 2 – Muss verbessert werden
- 3 – Teilweise zutreffend
- 4 – Trifft zu

Am Ende erhalten Sie eine klare Einschätzung und erfahren, welche Schritte Sie unternehmen sollten, um das volle Potenzial Ihres Produktdesigns auszuschöpfen.

Analyse 1 Ästhetische Funktion — Aussehen und Wirkung

Hat Ihr Produkt die gewünschte optische Wirkung auf den Markt?

Ob ein vorhandenes Objekt unter ästhetischen Gesichtspunkten gut "funktioniert", lässt sich meist objektiv und zuverlässig überprüfen. Das werden Sie feststellen, wenn Sie die Punkte unten durchgehen.

Eine echte Herausforderung für Ungeübte ist jedoch: Das Chaos unterschiedlichster Anforderungen, die es bei einer Design-Überarbeitung oder einer kompletten Neugestaltung zu berücksichtigen gilt, in den Griff zu bekommen. Tipp: Der geübte Blick von außen hilft ungemein.

Frage	1	2	3	4
Ist die Form klar und wiedererkennbar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Passen Farben und Formen harmonisch zusammen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vermittelt das Produkt einen hochwertigen Eindruck?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterstützen die Materialien die Designwirkung (Kontraste, Textur)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fügen sich die Formen und Materialien nahtlos in das Umfeld ein?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Analyse 2 Praktische Funktion — Benutzerfreundlichkeit und Funktionalität

Versteht der Nutzer auf den ersten Blick, wie das Produkt funktioniert?

Meine Erfahrung zeigt, dass insbesondere bei hochtechnischen Produkten Kundenwünsche berücksichtigt werden und nach und nach neue Funktionen implementiert werden. Was zunächst gut gemeint ist, führt leicht dazu, dass das Produkt nicht mehr intuitiv zu bedie-

nen ist. Hier kann der Designer gut "aufräumen", in dem er hinterfragt, analysiert und neu ordnet. Ziel ist dabei das nutzerzentrierte Produkt, mit dem sich die Anwender wohl fühlen und zufrieden sind. Und das jeden Tag aufs Neue.

Frage	1	2	3	4
Ist die Bedienung intuitiv und leicht verständlich?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sind alle Bedienelemente logisch angeordnet und leicht erreichbar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lässt sich die Maschine sicher und ermüdungsfrei bedienen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sind Wartungs- und Pflegearbeiten schnell und einfach durchführbar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ist die Montage einfach und selbsterklärend?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Analyse 3

Symbolische Funktion – Markenwirkung und Wiedererkennbarkeit

Vermittelt das Design die Markenwerte Ihres Unternehmens?

Lassen Sie uns strategisch vorgehen und herausfinden, ob Ihr Produkt schwer, stabil, schlank, schnell, freundlich, aggressiv, zurückhaltend, fordernd, raffiniert oder grob wirken sollte.




Es gibt erstaunlich viele Produkte, die "irgendwie", also ohne erkennbare Produktaussage gestaltet sind. Käufer und Nutzer fühlen sich dann nicht in geeigneter Weise angesprochen und der emotiona-

le Funke will nicht überpringen. Auch fehlen dem Produkt dann die dringend notwendigen Alleinstellungsmerkmale, um in umkämpften Märkten für Aufmerksamkeit zu sorgen.

Frage	1	2	3	4
Ist die Produktgestaltung konsistent mit Ihrem Corporate Design?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Werden die technologischen Vorteile Ihres Produkts optisch sichtbar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ist das Produktdesign klar von Wettbewerbern unterscheidbar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vermittelt das Design Innovationskraft und Fortschritt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirkt das Produkt vertrauenswürdig und professionell?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ergebnis

Zählen Sie die Punkte zusammen und sehen Sie Ihre Bewertung:

-  **50–60 Punkte:**
Ihr Produktdesign ist auf einem sehr hohen Niveau. Feinabstimmungen könnten den Marktauftritt weiter optimieren.
-  **30–49 Punkte:**
Gute Ansätze sind vorhanden – aber es gibt klare Potenziale für eine bessere Marktpräsenz und Kundenansprache. Eine Überarbeitung könnte hier den entscheidenden Unterschied machen.
-  **0–29 Punkte:**
Ihr Produktdesign verschenkt wertvolle Marktchancen. Es lohnt sich, die Gestaltung strategisch zu überarbeiten, um die Verkaufschancen und den Markenauftritt nachhaltig zu stärken.

Jetzt handeln – Ihr Produkt kann mehr!



Möchten Sie die Ergebnisse genauer besprechen? Lassen Sie uns gemeinsam herausfinden, wie Ihr Produktdesign zu einem Verkaufstreiber wird!

Buchen Sie jetzt ein kostenfreies Design-Potenzial-Gespräch:

– Damit Sie nicht vom Wettbewerb überholt werden. –

Design-Update

7 gute Gründe, warum Sie jetzt von professionellem Maschinen- und Gerätedesign profitieren sollen

1. Grund

Ihre Produkte werden endlich Ihre Innovationen zeigen

Sie stecken Energie, Zeit und "Hirnschmalz" in eine Produktentwicklung, die konkrete Probleme ihrer Kunden löst – womöglich auf innovative Art und Weise. Das ist gut. Noch besser ist, wenn Ihr Produkt auch entsprechend innovativ wirkt. Denn ist die Innovationskraft sichtbar, dann wird das Produkt ganz automatisch attraktiver. Dieser Mehrwert durch Design erhöht den Unternehmenserfolg.

2. Grund

Ihre Kunden werden sich über die einfache Bedienung Ihrer Produkte freuen

Reine Funktionserfüllung war gestern. Wer heute mit seinem Produkt langfristig überzeugen und am Markt bestehen möchte, muss die Bedürfnisse der Nutzenden voll berücksichtigen. Mit anderen Worten: Auch Ihre Maschinen oder Geräte sollten so einfach zu bedienen sein wie ein Smartphone.

3. Grund

Für den (Verkaufs-)Erfolg ihrer Produkte ist deren Produktdesign ein entscheidender Faktor

Wie wirkungsvoll ein Design ist, kann nach objektiven Kriterien bewertet werden. Sind Design und Funktion richtig aufeinander abgestimmt? Wirkt das Produkt bereits attraktiv? Und drückt es die richtigen Werte aus? Industriedesign ist also keine reine Geschmackssache. Mit einem professionellen Industriedesign investieren Sie stattdessen gezielt in Ihren langfristigen Unternehmenserfolg.

4. Grund

Sie werden sich entschieden und positiv vom Wettbewerb abgrenzen

Wenn Sie Ihre Maschinen oder Geräte professionell gestalten lassen, werden unverwechselbare Alleinstellungsmerkmale eine hohe Wiedererkennbarkeit bewirken. Ein gekonntes Produktdesign hilft, in unübersichtlichen Märkten aufzufallen, präsent zu sein und Interessenten zu überzeugen.

5. Grund

Markantes Produktdesign stärkt Ihre Marke

Ein funktionales Industriedesign, das im Einklang mit Ihren Unternehmenswerten steht, ist langlebig. Über diesen langen Zeitraum wirken Ihre Produkte als Markenbotschafter. Jeden Tag. An jedem Ort, wo Ihre Maschine oder Ihr Gerät im Einsatz ist. Es gibt wohl keine bessere Werbung für Ihr Unternehmen.

6. Grund

Mit einem passenden neuen Design wird der Preisdruck gemildert

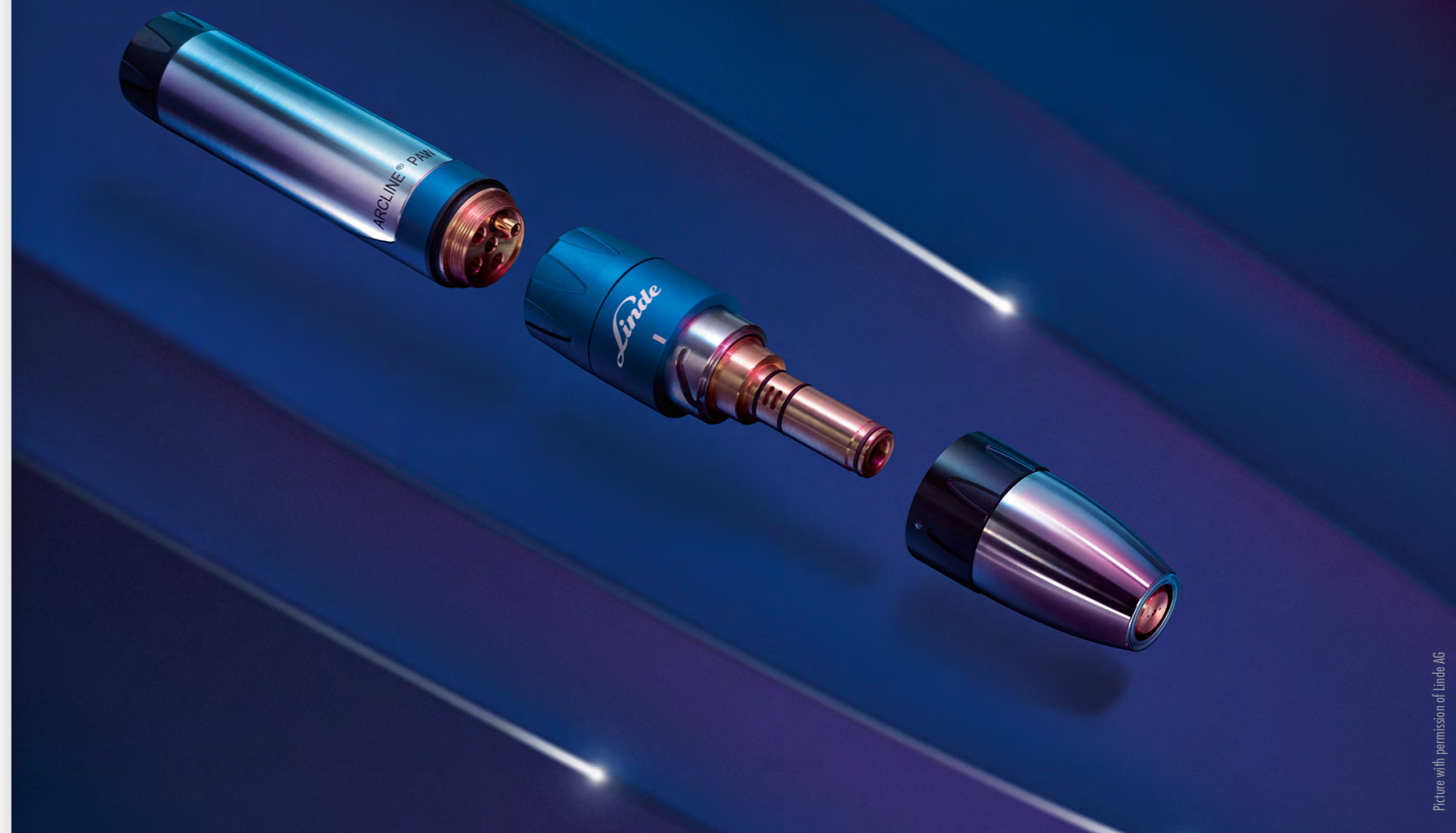
Ein solides Design macht die Produktqualitäten spürbar. Und da Kunden nur für Werte bezahlen, die sie auch wahrnehmen, ist das von Vorteil für Sie. Denn sie erhalten nun endlich die Möglichkeit, dem allgemeinen Preisdruck etwas entgegenzusetzen.

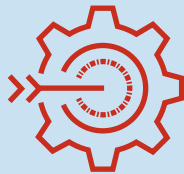
7. Grund

Ein neues Design hält den Montage- und Service-Aufwand klein

Ein kluges Produktdesign ermöglicht eine einfache, schnelle Montage und hält den Zeitaufwand im Servicefall gering. Ihre Kunden werden es Ihnen danken. Steigern Sie auf diese Weise ganz konkret die Kundenbindung.

Wie Sie sehen gibt es eine ganze Reihe von Vorteilen für den Produkterfolg. Gute Gründe, warum Sie jetzt Ihre technischen Produkte professionell gestalten lassen sollten.





Sind Sie bereit, das Design-Potenzial Ihrer Maschinen voll auszuschöpfen?

Vereinbaren Sie jetzt Ihr kostenfreies Design-Potential-Gespräch:

In nur 30 Minuten erfahren Sie, wie Sie durch gezieltes Maschinendesign:

- » das volle **Design-Potenzial** Ihrer Maschinen **ausschöpfen**,
- » Ihre Maschinen als **Premium-Produkte** im Markt positionieren und
- » sich klar von Ihren **Wettbewerbern abheben**.

– Damit Sie nicht vom Wettbewerb überholt werden. –



Adresse

GREWER INDUSTRIEDesign
Dipl.-Designer (FH) Michael Grewer
Vogelmauer 37
D-86152 Augsburg



Telefon

Telefon
+49 (0)821 8 10 36 01
Mobil
+49 (0)177 9 76 27 82



Online

E-Mail
mg@grewer-industriedesign.de
Website
www.grewer-industriedesign.de



Mitglied im VDID



VERBAND
DEUTSCHER
INDUSTRIE
DESIGNER