

“Nye generationer af byggekomponenter”

- oplæg til prisopgave for indbudte studerende ved arkitekt- og designskoler, forårssemestret 2002
Annette Krath Poulsen fortæller ud fra sin vinkel som arkitektuddannet industriel designer om et konkret produktudviklingsprojekt med Hudevad Radiatorfabrik A/S og kommer med sine synspunkter om den industrielle designers rolle i udviklingen af fremtidens byggekomponenter.

Læs mere om prisopgaven på www.nyindustrialisering.dk og læs artiklen og de øvrige artikler !

“Den industrielle designers rolle i produktudvikling - af byggekomponenter med mere” af Annette Krath Poulsen, industriel designer m.a.a.

Baggrund

De første erfaringer fra en produktionsvirksomhed fik jeg gennem udviklingsafdelingen på Hudevad Radiatorfabrik, hvor jeg var “in-house” designer i tre år. Jeg var nyuddannet fra Kunstakademiets Arkitektskoles afdeling for Industriel design (1994), og havde hverken lært om procedurer for produktudvikling eller om begrebet logistik i produktionen.

Sammen med udviklingsafdelingen på radiatorfabrikken designede jeg i løbet af de tre år en række forskellige produkter, og lærte samtidig meget om de daglige arbejdsgange og kulturen i en produktionsvirksomhed. En af de væsentligste erkendelser jeg gjorde, handlede om vigtigheden af at kunne kommunikere med alle parter i udviklingsteamet. Lige fra marketingchefen til den store smed i værkstedet og produktionen. Men jeg fandt også min identitet som industriel designer og blev opmærksom på, hvilken rolle jeg skulle udfylde i udviklingsteamet.

For at opnå et godt samarbejde med et udviklingsteam i industrien er det ikke tilstrækkeligt at beherske produktionens begreber og kende processerne. Det er en forudsætning at designeren besidder evner og egenskaber udover de traditionelle designfærdigheder, for at opnå en vellykket udviklingsproces, og dermed et godt slutprodukt.

Design eller kagepynt - industriens fordom

Jeg oplever jævnligt at begrebet “design” bliver anskuet på samme vis som “kagepynt”; en ingrediens, der kan tilsættes i sidste arbejdsgang for at gøre produktet salgbart.

På trods af at der er tale om en misopfattelse, så er det en fasttømret fordom og en af de barrierer, der står i vejen for industrielle designeres udfoldelser i produktudviklingen.

Oftest inddrages designeren, når produktudviklingen er så fremskreden, at der ikke er råderum til at afprøve nye og innovative tanker og idéer. Derved får fordommen ny næring, da det i disse tilfælde kun er muligt for designeren at arbejde med “overfladedesign” såsom farver, teksturer, overflader etc.

Som udgangspunkt kræver det derfor tålmodighed og energi at føre en dialog omkring design med industrien, som forlanger hårdtslående argumenter og beviser, før de vover at inddrage designeren i produktudviklingen.

En direkte konsekvens heraf er bl.a., at nyuddannede designere tilbyder sig uden beregning, for at få lov at trænge igennem til industrien. Et forhold, som i særdeleshed er underminerende for designfaget.

Fremtidens produktdesign

Konkurrencen fra internationale markeder betyder, at der vil blive stillet stadig flere krav om nye egenskaber, som produkterne skal besidde. Som en del af designovervejelserne skal der udover form og funktion arbejdes med eksempelvis lyd, ergonomi, historiefortælling og oplevelsesværdi i produkterne, mens der som en del af konstruktions- og produktionsovervejelserne skal arbejdes med eksempelvis miljøregnskaber, som redegør for produkternes livscyklus og en rationel masseproduktion.

Derfor vil der i højere grad blive behov for at vi som designere formår at koordinere alle disse krav og sikre, at kravene tilgodeses i fremtidens produkter. En opgave, som kun kan løses i tæt samarbejde med andre faggrupper og eksperter.

Design resulterer i innovativ produktudvikling

Stadig flere produktionsvirksomheder får øjnene op for, at designeren kan tilbyde langt mere end “kagepynt” i produk-

tudviklingen. Takket være Erhvervsfremmestyrelsens initiativer *1 for at fremme design, så er det de seneste år blevet lettere at komme i dialog med industrien omkring design i produktudviklingen.

Jeg har store forventninger til, at alle de gode historier og eksempler medvirker til en bedre dialog med industrien og flere projekter med designerinddragelse i fremtiden.

Toneangivende internationale designtegnestuer som Continuum (*2) og IDEO (*3) har sat dagsordenen for fremtidens designtegnestuer. Design bliver i højere grad en ekspertise, der integreres på ledelsesniveau, i forbindelse med klientens strategiske overvejelser omkring eksempelvis "Corporate Identity", "branding" og planlægning af mål og visioner.

Disse designtegnestuer arbejder med brugerobservationer og forskning, som en naturlig del af en strategisk innovationsproces for klienterne, og baserer deres eksistens på at være med i hele forløbet fra den tidligste idéfase hele vejen gennem produktionen.

Både IDEO og Continuum arbejder udfra filosofier baseret på tværfaglighed, og flytter grænsen for designerens traditionelle rolle, så den udvides til også at omfatte videnudvikling.

Hjemme i Danmark er der lidt langt imellem de innovative produktdesigns, selvom konkurrencen fra internationale producenter presser hårdt på hjemmemarkedet. I det lange løb vil det forhåbentlig gå op for producenterne, at en metode til at erobre markedet er innovativ produktudvikling.

Innovativ produktudvikling opstår, når den industrielle designer får mulighed for at træde i karakter i sin rolle som den, der formår at samle alle trådene i et tværfagligt produktudviklingsteam.

Og den rolle kan designeren kun udfylde, såfremt design tænkes med i virksomhedens strategi og integreres i alle udviklingsprocessens faser fra analyse og idéfase over konceptualisering, visualisering og afprøvning til udvikling og markedsføring.

Måske er der hos industriens parter en forventning om at innovativ produktudvikling er en bekostelig affære, som kun er mulig i større virksomheder, såsom eksempelvis B&O eller Lego.

Og større virksomhederne benytter sig også i højere grad af designere og af at afholde brainstorming seancer med eksterne designere, som inspiratorer for den etablerede in-house design- og produktudviklingsstab.

Ikke desto mindre er det er min erfaring, at også mindre virksomheder kan opnå grænsebrydende resultater, ved at inddrage en industriel designer i det eksisterende udviklingsteam.

Forudsætningen for innovativ produktudvikling i en hvilken som helst størrelse virksomhed er, at designeren inddrages i den første problemsøgning, fra første brainstorming eller i den første dialog med brugerne. Derved er der plads til at træde et skridt tilbage og anskue problemer og muligheder med et åbent sind.

Når dialogen med virksomhedens udviklingsteam indledes meget tidligt i udviklingsforløbet, opstår nye muligheder og fundamentet til innovative produkter støbes.

Dette sker dels fordi designeren kommer udefra og alene af den grund formår at stille spørgsmålstejn ved traditionelle metoder og vaner i virksomheden. Det sker også fordi designeren i de tidlige skitser genererer anderledes og udfordrende idéer, hvilket i sig selv kan inspirere de øvrige omkring bordet til at bryde grænser. Og så sker det ikke mindst fordi den dygtige designer evner at omsætte krav og behov til løsningsmodeller og sandsynlige koncepter, som danner udgangspunkt for den videre proces og afprøvning.

Designerens rolle i fremtidens produktudviklingsteam

I mit arbejde som industriel designer har jeg, udover at arbejde med en radiatorproducent, arbejdet med en række små og mellemstore møbel- og hjælpemiddelproducenter (*4). En meget typisk kundegruppe for en dansk industriel design tegnestue.

Der har været forskellige modeller for udviklingsforløb, størrelse og sammensætning af udviklingsteamet, men i intet tilfælde har jeg arbejdet alene om at frembringe et produkt.

Særligt indenfor hjælpemiddelområdet er der et behov for at arbejde i meget tværfaglige udviklingsteams, idet produkterne er sammensat af meget komplekse egenskaber og indeholder eksempelvis elektronik, lyd, lys, betjeningsflader udover de mekaniske bevæge funktioner.

I denne type udviklingsprojekter, hvor produkterne udvikles til ældre og handicappede, er det nødvendigt at inddrage

videnskaber indenfor eksempelvis ergonomi/fysionomi, lægevidenskab, sygepleje, kognition, psykologi, brugergrænsefladedesign, lyddesign, lysdesign udover de traditionelle kompetencer indenfor teknologi, produktion, salg, marked etc.

Foruden disse specialister er de ældre og handicappede, brugerne, en meget væsentlig ekspertgruppe. Det er dem, der skal købe og bruge produkterne i den sidste ende. Og da de sjældent er en homogen masse, er det i sig selv en egenskab at kunne omsætte deres forskelligartede krav og behov til specifikationer og løsningsforslag.

Trods forskelligartede projekter har min rolle i disse udviklingsteams gennemgående været at integrere de respektive specialisters idéer og ekspertise i det endelige produktdesign. Og det har været en forudsætning, at der arbejdes i et fordomsfrit miljø, med respekt for samarbejdspartners viden og kompetencer.

På samme måde er der i forbindelse med udvikling af byggekomponenter tale om tværfagligt samarbejde, hvor det er ekspertise og idéer fra specialister, som eksempelvis installatører, arkitekter og ingeniører, der udover de traditionelle kompetencer skal integreres i designerens løsningsrum.

Designerne skal blive bedre til kommunikation og samarbejde

Desværre er det min opfattelse, at vi designere selv har været medvirkende til at bygge en barriere og skabe fordomme.

Hvis virksomhederne oplever bedrevindende designere valse ind på fabrikkerne med flotte skitser, som ikke tilnærmelsesvis kan realiseres, efterlader det et dårligt indtryk.

Ligeledes er det ikke befordrende for dialogen, hvis designerne har skyklapper på og ikke evner at lytte til virksomhedernes ønsker og visioner, inden de færdige designforslag bliver præsenteret.

I samme ånd kan de færreste designere formentlig sige sig fri for at have fordomme om samarbejdspartnerne i industrien. Eksempelvis får virksomhederne ofte skyld for at være traditionsbundne og ufleksible, uden forståelse for mulighederne i produktudvikling eller effekten af at bruge designere som kompetence til at opnå merværdi.

I betragtning af, at produktionsvirksomhederne er en uundværlig ressource i forbindelse med designfagets eksistens, er det strengt nødvendigt og i hele fagets interesse, at disse fordomme bliver ryddet af vejen.

Det vil i den sammenhæng være nærliggende at starte i uddannelsesinstitutionerne med at udbrede kendskabet og anerkendelsen af fremmede fag og virksomhedskulturer og allerede tidligt prioritere praktik og industrikontakt meget højt.

Et fælles træk for alle de projekter, jeg har været en del af, har været nødvendigheden af at formidle og synliggøre tanker og idéer. Evnen til at omsætte brugernes ønsker, tanker og idéer til konkrete, håndgribelige forslag er en af designerens fornemmeste færdigheder, som skal bruges flittigt i kommunikationen.

Men jeg deler Continuum's syn på designprocessen og mener, at vi for at blive bedre industrielle designere skal kunne mere end beherske vores grundliggende kreative design færdigheder og have talent. Vi skal besidde evner og egenskaber, såsom ydmyghed, indlevelse, kollegialitet, intuition, analyse og visioner, der fremmer kommunikationen og dermed evnen til at samarbejde i et tværfagligt udviklingsteam.

Det skal ligeledes erkendes at godt design ikke opstår takket være den industrielle designer alene. Godt industrielt design bliver til i et samarbejde. Med det udgangspunkt skal vi som designere være med til at udvikle idéer og koncepter i højere grad end at komme med færdige løsninger som ikke står at ændre.

Det lyder meget banalt, men er alligevel nødvendigt at understrege: Hele essensen i begrebet industrielt design er, at produkterne kan produceres rationelt, i forhold til produktionens kapacitet og at de opfylder produktionsvirksomhedens langsigtede mål og strategier. Og så skal brugerne være villige til at aftage produkterne.

Især ved udvikling af produkter som byggekomponenter, der har virkelig mange tværfaglige berøringsflader, handler det om at besidde evnen til at kommunikere med, og respektere, specialister og interessenter, hvis idéer og ekspertise skal omsættes til produktgenskaber.

Når den industrielle designer træder i karakter i den rolle kan den omgivende verden se værdien af at invitere designerne med i produktudviklingen. Og så vil der være udsigt til, at nye generationer af byggekomponenter også bliver godt industrielt design!