

Verlichting

LED zorgt voor
nieuwe mogelijkheden

Strategisch design

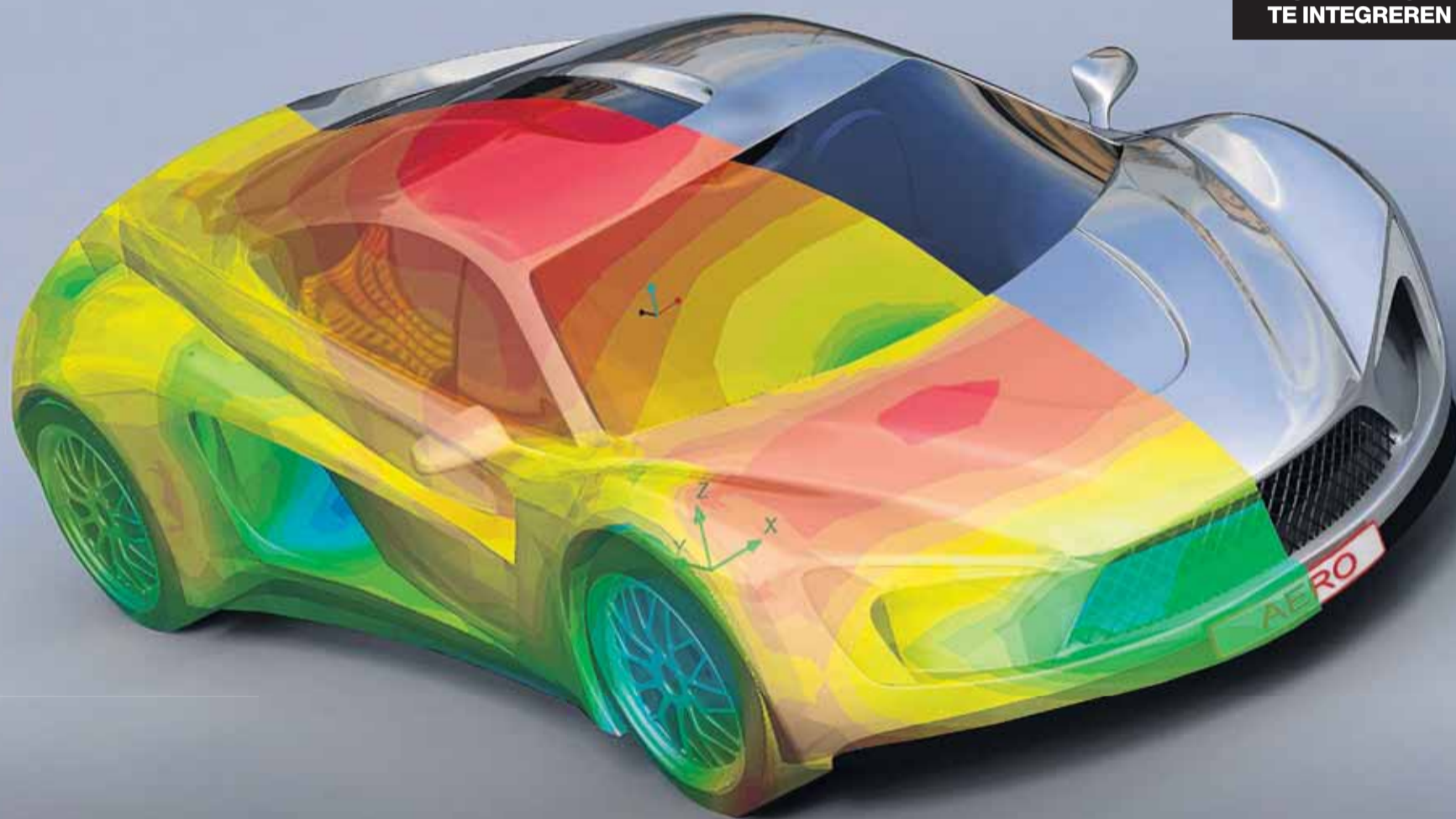
'Best' fit merk, product
en gebruiksbeleving

Professionals

Zij tillen uw product
naar een hoger niveau

**MEDIA
PLANET**

DESIGN



MEER DAN ESTHETIEK

FOTO: VOXDALE

Achilles. Design Standaard.



UITDAGING

“Eind vorige eeuw verwierf design in Vlaanderen meer krediet op maatschappelijk vlak dan al de jaren voordien. Bedrijven, overheid en publiek beschouwen design niet langer als een artistieke ver-van-mijn-bed show, maar als een **instrument waarmee producten en diensten verbeterd kunnen worden**”, zegt Johan Valcke, Directeur van Design Vlaanderen.

“Nadruk leggen op kwaliteit, innovatie en creativiteit”

Het is de erkenning van de fundamentele bestaansredenen van design, dat concepten en methodes wil aanreiken om de menselijke materiële wereld te verbeteren. Design werd voordien ook ontdekt als holistisch gegeven dat aangedreven wordt door meerdere krachten zoals ergonomie, ecologie, esthetiek, marketing en financiën, omdat de toepassing ervan kostenbesparend werkt in de productie, het materiaalgebruik en de constructie. Een tendens die zich bevestigde en uitbreidde naar sociaal design, gericht op het verbeteren van een maatschappelijk gegeven.

Schoonheid

1 Productontwikkeling als dusdanig bestaat uitertaard nog, getuige de vele firma's die de laatste twintig jaar design omarmden en succesvol toepasten. In Vlaanderen was er de introductie van design in de textiel- en meubelindustrie. Dit kwam tot uiting in het ontwerpen en produceren van bagage en outdoor-meubels, in de mobiliteitssector en zet zich vandaag door in alle soorten bedrijven. Het ontwerpen van producten voor een lifestyle-omgeving, zal steeds het leeuwendeel blijven van alle designproducties. Lifestyle-producten lenen zich namelijk bijzonder goed voor het esthetische aspect van design en dat is een zeer be-

langrijke component, want zonder een inbreng van schoonheid is er geen design. Productontwikkeling vormt ook de hoofdmoot in het studiepakket van onze drie hogescholen (Artesis Antwerpen, Howest Kortrijk en MAD-Faculty Genk). Producten zijn het meest tastbare dat design, via zijn concepten en methodes, kan tonen aan een publiek.

Duurzaam design

2 Die behoefte, of dit verlangen naar objecten, deed in de veranderende, ecologisch denkende maatschappij de visie van duurzaam design ontstaan. Designers dachten niet alleen meer kostenbesparend of esthetisch, maar introduceerden duurzaamheid in hun concepten. In veel gevallen werden materialen en technieken getoetst aan hun ecologische voetafdruk, vooraleer ze in de productie betrokken werden. De Openbare Vlaamse Afvalmaatschappij heeft bijvoorbeeld recent een heel succesvolle “Ecolizer 2.0” ontworpen, een serie staalkaarten van hoofdzakelijk materialen waarmee fabrikant en designer duidelijk de milieu-impact van een product kunnen inschatten. Design heeft daarmee zijn imago van modegebonden en wegwerpproduct volledig doorbroken.

Service design

3 Minder tastbaar is service design, zowat de jongste telg in de designfamilie. Er zijn de laatste vijf

“We willen de promotie van design voeren met de nadruk op kwaliteit, innovatie en creativiteit”



Johan Valcke
Directeur Design Vlaanderen

jaar een aantal nieuwe loten aan die designtak ontstaan. Naast service design, is er user-centered design, human design en heel recent social design. In deze nieuwe ontwikkelingen worden de wortels van het fenomeen design herontdekt, namelijk om te ontwerpen vanuit de mens, vanuit de gebruiker. Design staat hier duidelijk ten dienste van de mensen. De gebruiker wordt cocreator en dat plaatst het gegeven design in een breed maatschappelijk perspectief.

Kwaliteit, innovatie en creativiteit

4 Design zal echter de wereld niet redden. Daar zijn we ons van bewust. Toch willen we de promotie van design voeren met de nadruk op kwaliteit, innovatie en creativiteit, door deze drie troeven van design op te zoeken en te tonen. Het zijn de troeven waarmee onze hedendaagse industriële en maatschappelijke uitrusting zichzelf kan verjongen en klaarmaken voor een globale economie en maatschappij in de 21ste eeuw en later. Onze zoektocht verloopt via de kennismaking van startende designers, die we actief opzoeken. We vragen hen een dossier te presenteren over hun recente werken, concepten en projecten en leggen dit voor aan een jury van peers. Het is een talentscouting die, als ze positief verloopt, een kwaliteitslabel oplevert en deuren opent.



IN DE KIJKER

Eric Dumortier
Designexpert

PAGINA 7

“Het integreren van design leidt tot duurzame bedrijfsresultaten”

MEDIA PLANET

We make our readers succeed!

DESIGN, EERSTE EDITIE,
SEPTEMBER 2012

Managing Director:

Christophe Demir

Editorial Manager:

Evi Vanparys

Junior Production Manager:

Daan De Becker

Project Manager: Pauwel Grepdon

Tel: +32 2 421 18 35

E-mail: pauwel.grepdon@mediaplanet.com

Business Developer:

Leoni Smedts

Redactie: Bert Verbeke, Philip Willaert,

Roosje Lowette, Daan De Becker

Lay-out: Lii Treimann

Print: Corelio

Distributie: De Standaard

Mediaplanet informatie:

Tel: +32 2 421 18 20

Fax: +32 2 421 18 31

E-mail: info.be@mediaplanet.com

D/2012/12.996/10

@MediaplanetBE

/MediaplanetBelgium

Mediaplanet ontwikkelt hoogwaardige bijlagen die zich richten op een specifiek thema en de daarbij behorende doelgroep. Zo brengen wij lezer en adverteerder dichterbij elkaar. Deze bijlage wordt gepubliceerd door Mediaplanet en valt niet onder de verantwoordelijkheid van de redactie van De Standaard.

Design Vlaanderen
presenteert

HENRY VAN DE VELDE labels 2012

Voor meer informatie www.designvlaanderen.be/nl/nieuws

DE LAUREATEN

Beams, Studio Segers voor Vasco

Hybrid design, Filip De Coene

Marina, Bruno Fattorini & Partners voor Extremis

MIOS, Concrete & Pantopicon

Nomad, Alain Gilles voor O-Sun Systeem Limited

Subjective Atlas of Hungary/Subjective Atlas of Mexico, Annelys De Vet

Tuinhaspel, Concrete voor ZEE

design
vlaanderen
 Vlaanderen
In Actie
Pact 2020

NIEUWS

TIP

1

BEKIJK HET BREDE PLAATJE



Proefproject met 5 bedrijven

“Om vorm en zichtbaarheid te geven aan de SIS Toolkit zijn we volop bezig met het lanceren van proefprojecten”, zegt Jan Verheyen, woordvoerder bij OVAM. Momenteel krijgen vijf Belgische bedrijven professionele begeleiding in hun traject.

Aanstekelijk

Opzet van het begeleidingsinitiatief is deze vijf bedrijven (Beneens, Janssen Pharmaceutica, Ontex, Tupperware en WinWatt) vertrouwd te maken met de duurzame mogelijkheden van de toolkit. Na toepassing in de eigen



DUURZAAMHEID
De toolkit is nuttig voor elk onderdeel van het innovatie- en designproces.
FOTO'S: SHUTTERSTOCK

Duurzaam innoveren met de SIS toolkit



Vraag: Hoe duurzame innovatie een centrale plaats geven in uw bedrijf?
Antwoord: De SIS Toolkit is een doeltreffend instrument om u hierbij te ondersteunen.

U beslist om duurzame innovatie een centrale plaats te geven in uw bedrijf? Dat is een uitstekend idee. Maar het duurzaamheidsprincipe concreet in uw bedrijfsvoering integreren is niet zo eenvoudig. Met de OVAM SIS Toolkit komt u beslissen een heel eind verder. SIS staat voor Sustainable Innovation System. Het is een creatief instrument dat bedrijven actief ondersteunt in hun zoektocht naar duurzame oplossingen. Origineel en vernieuwend is dat de tool het begrip duurzaamheid in een breed perspectief ziet. Heel wat aspecten van duurzaamheid komen op die manier eenvoudig, helder en overzichtelijk aan bod in deze toolkit.

Diverse doelgroepen

De meeste ecodesigntools focussen op het meetbaar maken van de impact van producten op het milieu. Deze kit daarentegen kijkt verder dan een strikt ecologische dimensie en overstijgt het zuivere design-technische aspect. Het in-

strument is dan ook nuttig in elk innovatie- en designproces. Ongeacht of het gaat over de ontwikkeling van producten, diensten of productdienstconcepten. De beoogde doelgroep is bijgevolg heel divers: designmanagers, designconsultants, productontwikkelaars, service designers, (interieur) architecten en ook stadsplanners.

HOU REKENING MET HET MILIEU

- **Neem tijdens** de ontwerpfase maatregelen rond ecodesign.
- **Integreer meteen** de levenscyclus van een product in je ontwerp.
- **Gebruik de Ecolizertool** om de milieu-impact van een product te berekenen. Herbekijk de behoefte van een product, zonder het product zelf voor ogen te houden.
- **Stel de vraag** of je meerdere functies kan combineren in één product?
- **Zoek onschadelijke** alternatieven voor schadelijke stoffen die mogelijk in een product voorkomen.
- **Gebruik** herbruikbare en gerecycleerde materialen
- **Ga de efficiëntie** van de productie na.

Ondersteunende vragen

In het pakket komen drie perspectieven op duurzaamheid aan bod: een waardecreatieperspectief, een strategisch- en functioneel perspectief. Hieruit resulteert een matrix. Vijf vormen van waardecreatie - menselijk kapitaal, intellectueel kapitaal, financieel kapitaal, sociaal kapitaal

- **Vermijd** overdimensionering en bespaar gewicht door optimalisering.
- **Evalueer** de verpakking en het distributiesysteem.
- **Hou het** energieverbruik van een product onder controle.
- **Zorg dat** de consument het product correct gebruikt.
- **Vergelijk** de geschatte technische- en economische levensduur van het product.
- **Vermijd** modegevoelige producten.
- **Zorg dat** verouderende componenten makkelijk vervangbaar zijn.
- **Zorg dat** een product bij afschrijving makkelijk recycleerbaar is
- **Zet reeds** gerecycleerde materialen in.

en natuurlijk kapitaal - worden belicht met een strategisch-functionele bril en met de levenscyclusinvashoek. Welke ambitie streeft de opdrachtgever na? Wat is de behoefte van het publiek? Hoe rijk het designproces in? Dat zijn enkele van de dertig ondersteunende vragen die de gebruiker uitnodigen om na te denken over waardecreatie, hetzij vanuit strategische of functionele overweging, hetzij vanuit een bepaalde fase in de levenscyclus van een product of dienst.

Brainstormsessie

Leuk detail: in de toolkit zit een reeks fiches, drie posters en twee dobbelstenen. Brainstormsessies met de medewerkers rond designprocessen organiseren in een sfeer van spel, opent gemakkelijker nieuwe wegen. Heeft u zin om van duurzame innovatie een échte bonus te maken voor uw bedrijf? Dan is het beslist de moeite om het pakket aan te vragen.

Heeft u nog een extra steuntje in de rug nodig? Geen probleem. Een aantal bureaus is gecertificeerd om uw bedrijf te begeleiden naar een meer duurzame insteek.

PHILIP WILLAERT
redactie.be@mediaplanet.com

PHILIP WILLAERT
redactie.be@mediaplanet.com

INSPIRATIE



VISIE
Dankzij een speelse bedlamp weten kinderen wanneer het tijd is om te gaan slapen en op te staan.
FOTO: PRIVÉ

“De mens staat centraal”

“Designers zijn de antennes van een organisatie. Ze pikken wereldwijd signalen op en vertalen die naar nieuwe productvormen. Designers werken niet op een eiland maar realiseren innovaties samen met andere afdelingen”, opent Heleen Engelen, Senior Design Director bij Philips Lighting.

EXPERTISE

“Nieuwe technologieën en innovaties komen voortdurend op ons af. Daarnaast evolueren de behoeftes van de consument razendsnel en als organisatie moet je in staat zijn om een antwoord te geven op deze veranderingen. Wereldwijd focussen trendresearchers op gedragsveranderingen, maar ook op de heersende esthetische voorkeuren: wat is mooi en cool, en wat zijn de favoriete kleuren? Ze bezoeken hiervoor beurzen en winkels, kijken naar het werk van collega's en gaan rechtstreeks in gesprek met de consument thuis. Uit al deze bevindingen worden nieuwe trends gefilterd. Eens een nieuw product op de markt wordt aan de hand van feedback gezocht naar manieren om de producten nog verder te verfijnen.”

Bedlamp

“In onze designvisie staat de mens centraal: hoe kunnen wij het leven van onze consument makkelijker en aangener maken? Zo ontwierpen wij een speelse bedlamp waardoor kinderen weten wanneer het tijd is om te slapen en op te



Heleen Engelen
Expert verlichting

De behoeftes van de consument evolueren snel. Als organisatie moet je in staat zijn om een antwoord te geven op deze veranderingen

staan. De lamp past zelf de lichtintensiteit aan de omstandigheden aan. Van zodra ze zijn ingeslapen, laat het zachte maanlicht de kinderen weten dat het te vroeg is om mama en papa wakker te maken. Wanneer het tijd is om op te staan ruimt de gloed van het maanlicht plaats voor een stralend zonlicht en

weten de kinderen dat er een nieuwe dag is aangebroken en het tijd is om op te staan.”

Investeren

“Een designafdeling is niet voor alle bedrijven weggelegd. Een organisatie moet over een bepaald volume beschikken om een designafdeling te kunnen draaien. Innovatie is een strategische toprioriteit in onze organisatie en design speelt daarin een cruciale rol. Het doel is om technologie en design te integreren in oplossingen die afgestemd zijn op de mensen. Het gaat daarbij bijvoorbeeld niet alleen om de vorm van een verlichtingsobject maar ook om het lichteffect. Op die manier grijpen design en technologie in elkaar in en breng je een product met een meerwaarde. Ook de afdeling marketing speelt een essentiële rol in het vertalen van nieuwe concepten naar de consument. Investeren in design zorgt niet alleen voor vernieuwing maar vormt ook een mooi uit-

LED SCHEPT NIEUWE OPPORTUNITEITEN

- **De komst van LED-verlichting** heeft de industrie op zijn kop gezet en opende nieuwe mogelijkheden voor productontwerpers.
- **LED beschikt** over een aantal bijzondere eigenschappen: klein, compact, hittebestendig, lange levensduur, makkelijk aan te sturen...
- **Omwille van zijn hitte-**

Wereldwijd focussen trendresearchers op gedragsveranderingen, maar ook op de heersende esthetische voorkeuren: wat is mooi en cool, en wat zijn de favoriete kleuren?

hangbord voor toekomstige medewerkers. Jonge mensen willen zich immers graag ontplooien in een innovatieve omgeving.”

BERT VERBEKE
redactie.be@mediaplanet.com

- bestendigheid kan LED geïntegreerd worden in onder meer textiel en hout.
- **Doordat LED digitaal** regelbaar is, komen er nog allerlei andere toepassingen binnen handbereik.
- **LED genereert** door deze unieke eigenschappen nieuwe vormen van verlichting voor het huis.



RED DOT
DESIGN AWARD



reddot design award

De red dot design awards worden georganiseerd door het Design Zentrum Nordrhein Westfalen, en is één van de grootste en belangrijkste ontwerp-wedstrijden ter wereld. Sinds 1955 kunnen designers en producenten hun producten voordragen voor deze belangrijke prijs.

■ Jaarlijks worden de inzendingen door een internationale jury beoordeeld op criteria zoals innovativiteit, functionaliteit en kwaliteit. De jury bestaat uit bekende designers en designexperts. Om te zorgen voor een betrouwbare en onafhankelijke jury wordt de samenstelling jaarlijks veranderd. Het krijgen van de red dot design award is voor veel designers het hoogst haalbare en is een bevestiging van hun kunde en expertise. Red dot staat synoniem voor het beste van het beste in modern design. De award wordt in onderstaande drie categorieën uitgereikt.

Product design

1 Deze categorie telt 19 subcategorieën. Dit jaar namen maar liefst 1.800 bedrijven uit 58 verschillende landen deel aan deze competitie, goed voor 4.515 inzendingen. Ook wordt er sinds 1991 een speciale prijs uitgereikt aan het beste designteam. Deze prestigieuze prijs staat ook bekend als de Radius.

Design concept

2 Deze award wordt uitgereikt in 16 subcategorieën, maar het paradepaardje in deze categorie is de Red Dot Luminary. Op 19 oktober worden de winnaars van 2012 bekendgemaakt.

Communication design

3 De uitblinker in deze categorie is de 'Red Dot Grand Prix'. De 'Red Dot Junior Prize' bekroont het werk van de beste student. Op 24 oktober worden de winnaars van 2012 bekendgemaakt.

De winnende producten krijgen allemaal een eigen plek in het red dot design museum in Duitsland en Singapore. Het spreekt voor zich dat elke winnaar gebruik kan maken van het red dotlabel in hun communicatie- en marketingcampagnes over de hele wereld.

DAAN DE BECKER
redactie.be@mediaplanet.com

WHAT CAN YOU DO
WITH A STRAIGHT LINE?



NICK - KNACK

EÉN LIJN, TAL VAN MOGELIJKHEDEN



Oswaldo Cavandoli's cartoon La Linea uit de jaren '70, deed een man tot leven komen uit een enkele rechte lijn. De Nick-Knack, de nieuwe vloerlamp van Lirio by Philips, werd geïnspireerd door hetzelfde idee: met een rechte lijn en twee scharnieren zet je de Nick-Knack in 16 verschillende posities voor directe en indirecte verlichting.

De lamp is beschikbaar in 5 verschillende kleuren en kan onder meer gebruikt worden als leeslamp, schilderij- of sfeerverlichting. De combinatie van design en technologie maakt van deze Nick-Knack een uniek ontwerp.

Lirio by Philips stelt je een nieuwe collectie voor die je zal inspireren bij het creëren van licht en schaduw.

Vind je verkooppunt op www.lirio.eu



THE FIRST LINE OF A GREAT STORY

Lirio
by
PHILIPS



NIEUWS

“KWALITEIT TREKT KOPER OVER DE STREEP”

TIP

2

WERK MET
PROFESSIONALS

■ **Vraag:** Welke meerwaarde bieden doordacht ontworpen producten voor consument en bedrijf?

■ **Antwoord:** Een ontwerp dat niet 100% doordacht is, kan achteraf veel duurder uitvallen, of erger nog, niet verkopen.

Alles kan beter. Maar hoe precies, daarachter schuilt een doorgedreven onderzoek, vaak nog te weinig uitgevoerd door ontwerp bureaus. Ervaren ontwerper Pieter Lesage en zijn team vertellen over hun werkwijze en benadrukken de meerwaarde van goed ontworpen producten voor consument en bedrijf.

■ **Design klinkt als een duur woord dat meteen de associatie oproept van fancy stoelen die eerder dienst doen als kunstobject dan als gebruiksvoorwerp.**

Pieter Lesage: “In Vlaanderen heeft ‘design’ inderdaad een statusconnotatie. Voor ons draait het niet alleen om vormgeving, maar vooral om het vinden van de oplossing voor de juiste probleemstelling. Hoe creëer je een product dat het leven van de mensen eenvoudiger, goedkoper, leuker, ecologischer en veiliger maakt.

■ **Hoe gaat dat precies in zijn werk?**

“Als ontwerper moet je een evenwicht zoeken tussen de noden van de eindgebruiker en de opdrachtgever. Daarom is onderzoek zo belangrijk: als ontwerper observeren en praten we niet alleen met gebruikers, maar we betrekken hen doorheen het volledige ontwerpproces. Een goede ergonomie en uitstekend gebruiksgemak zijn een absoluut minimum. Inspelen op de gevoelsmatige waarden zoals emotie, empathie, stigma ... daarin liggen de grote uitdagingen. Veel klanten komen naar ons met al een deel van de oplossing, maar soms moeten we een stap terug zetten en onderzoeken of er wel vanuit de juiste vraag vertrokken is. Op die manier kan het zijn dat we tot een totaal ander product, interieur of andere dienst komen, maar met een veel grotere impact.”

■ **Je zegt ‘gebruikers’, maar wie zijn dat?**

“Die groep kun je heel ruim nemen. Niet alleen de mensen die het product effectief zullen kopen en gebruiken, maar ook de arbeiders die het produceren, de transporteurs die het verdelen, de winkeliers die het aanbieden, de installateurs die het plaatsen, ... Ieder van hen komt op een bepaald moment in aanraking met het pro-

duct en heeft zijn eigen noden en wensen die een impact kunnen hebben op het eindresultaat. Een product voor kinderen? Dan houden we ook rekening met de ouders.”

■ **Hoe komt een ontwerper tot een goed product?**

“Ik geloof niet in de ‘masterontwerper’ die alles alleen doet. Een succesvolle designer valt niet alleen terug op een bekwaam team met ontwerpers uit verschillende disciplines, maar ook op onderzoekers, technici, modelbouwers, ... Werk dus multidisciplinair en complementair. De kruisbestuiving tussen deze verschillende mensen tilt ideeën, producten of diensten naar een hoger niveau.”

■ **Het klinkt alsof een dergelijk ontwerpproces behoorlijk veel tijd en energie vraagt. Dan kost dit design toch een stevige duit?**

“Tijdens het hele ontwikkelingsproces verliezen we de kostprijs geen moment uit het oog. In de ontwerpfasen worden heel wat beslissingen genomen die de productie en de volledige levensloop van een product bepalen. In de engineeringfase optimaliseren we het ontwerp verder voor een kostefficiënte productie. Een ontwerp dat niet 100% doordacht is, kan achteraf veel duurder uitvallen, of erger nog, niet verkopen. Kostprijs is niet alles, met een goed product dat inspeelt op echte noden zijn veel betere marges te verdienen. De Vlaamse consument is geen prijskoper. De kwaliteit, die trekt hem over de streep.”

ROOSJE LOWETTE

redactie.be@mediaplanet.com

Pieter Lesage
Designexpert

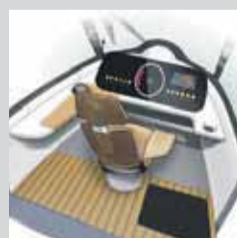
IN DE PRAKTIJK



■ **Probleem:** Vroeger kregen senioren warme maaltijden aan huis geleverd, tegenwoordig mag dit niet meer en moeten deze mensen zelf hun maaltijd opwarmen. Iedereen heeft een ander type microgolf, de ene al complexer in bediening dan de andere, waardoor het onmogelijk is om een goede handleiding bij de maaltijd te leveren.

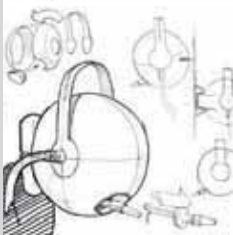
■ **Oplossing:** Pieter en zijn team ontwikkelden een type kooktoestel dat volgens de principes van slow cooking werkt: eten traag opwarmen op lagere temperaturen. Dit komt niet alleen de kwaliteit ten goede, bovendien kan de gebruiker zich ook nooit verbranden en kan de maaltijdleverancier blijven gebruik maken van kunststofborden.

■ **De Mealbutler** voldoet aan alle randvoorwaarden voor deze doelgroep: eenvoudig te bedienen, veilig in gebruik en gemakkelijk te reinigen. Maar visueel ziet het product er niet uit als een zorgproduct waardoor het stigmatiseren van de doelgroep vermeden wordt.



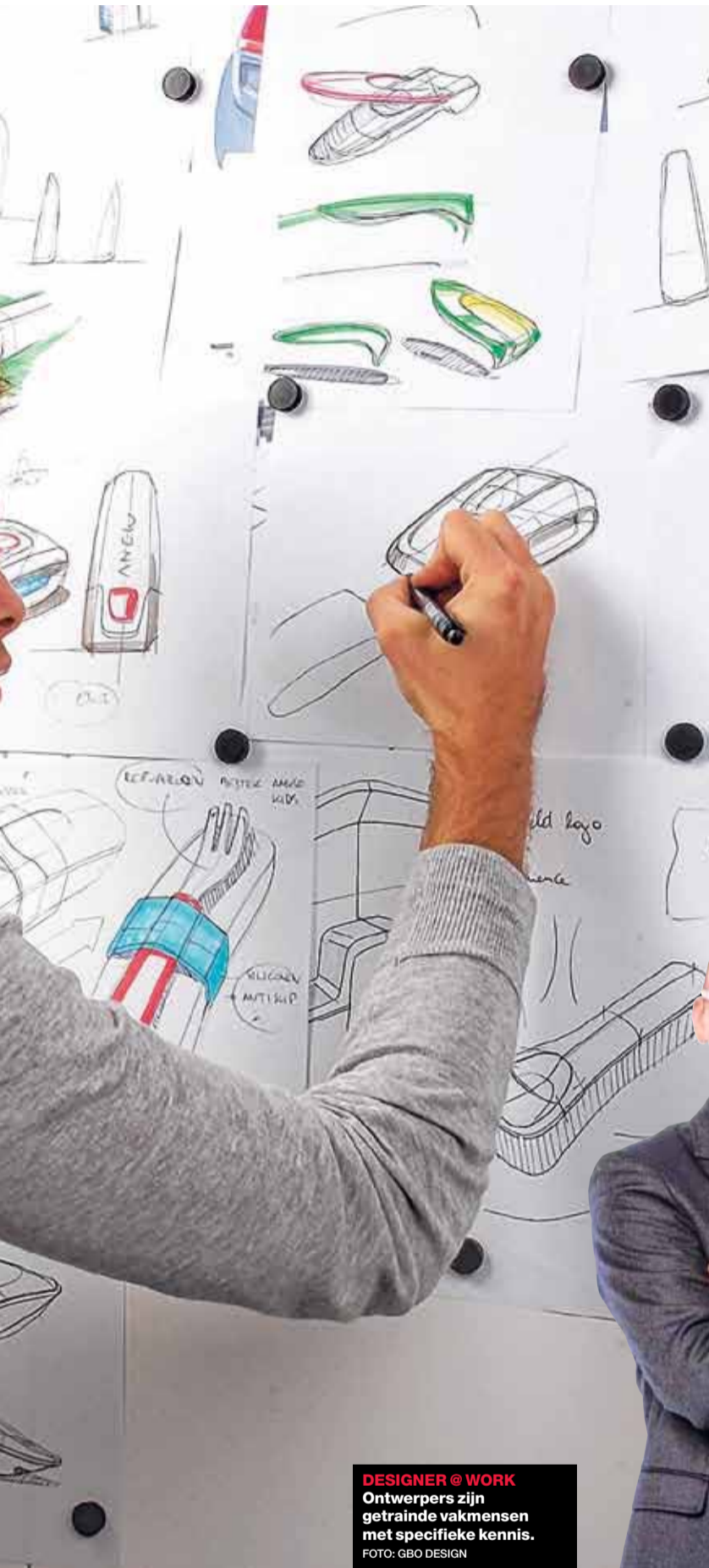
concrete
all-round creative

www.concrete.be



ontwerp van producten, diensten, omgevingen, interacties en ervaringen, waarbij de functie en interacties met de mens centraal staan zonder de kostprijs uit het oog te verliezen

bekijk onze projecten op www.concrete.be



“Goed product verkoopt zichzelf”

Bedrijven investeren massaal in hun imago via websites, advertenties, promoties, het wagenpark... Evenveel aandacht dient geschonken te worden aan het imago van de producten zelf. Design biedt hier het antwoord.

EXPERTISE

“Design is de sleutel tot succesvolle producten en diensten waarmee hedendaagse bedrijven zich onderscheiden vanuit hun kernwaarden en zich duidelijker positioneren naar hun consumenten toe. Het is een professionele en doordachte oefening die zijn vruchten afwerpt. Design staat niet op zichzelf, het maakt deel uit van een integrale productontwikkeling. Het verbetert de producten, onze omgeving én de bedrijfsresultaten”, vertelt designexpert Eric Dumortier.

Design is business

“Design maakt business van je ideeën. Het maakt producten beter: beter voor de gebruiker, beter voor de omgeving en beter voor de bedrijfsresultaten. Onze ontwerpers vormen hierbij de brug tussen de bedrijfsvoering en de consument door opportuniteiten om te

zetten in succesvolle producten.”

“Hier hebben we het lang niet meer enkel en alleen over vormgeving, maar over de kennis om een consument, een trend, een techniek, een prijs te begrijpen en te vertalen naar marktvernieuwing, verbetering en groei.”

Positieve beleving

“Uit onderzoek blijkt dat in een supermarkt 70% van de aankoopbeslissing gebeurt voor het winkelschap zelf, op de plaats waar het product ‘alleen’ tegenover de consument staat. Uit onderzoek is niet gebleken dat 70% van het marketing- en productontwikkelingsbudget geïnvesteerd wordt in dat face to face moment tussen product en gebruiker. Een goed ontworpen product hoort zichzelf te kunnen verkopen, het hoort een consument te kunnen aantrekken, te overtuigen en te verleiden. Design speelt hier waardevol op in, en maakt een product ook aantrekkelijk na de aankoop, tijdens het uitpakken, het installeren, het gebruiken, het wegbergen, afdanken of recyclen... Een goed product (en dus design) zorgt voor een positieve beleving.”

Werk met professionals

“Een professioneel ontwerp bureau biedt meerwaarde aan zijn klant over de hele lijn. Van innovatiestrategie, over productontwikkeling tot en met de productie van het product zelf.”

“Ontwerpers zijn getrainde vakmensen die werkzaam zijn in zeer diverse sectoren en dagelijks in contact komen met consumenten, tendensen en nieuwe materialen. De diversiteit aan kennis die zij bieden, samen met snelheid en professionalisme maakt van hen een sterke partner om groei door innovatie in een bedrijf te activeren.”

DESIGNER @ WORK
Ontwerpers zijn getrainde vakmensen met specifieke kennis.
FOTO: GBO DESIGN

Eric Dumortier
Designexpert

BERT VERBEKE
redactie.be@mediaplanet.com

2

BEST PRACTICES



Piano's Maene - Doutreligne Seven

1 Doutreligne Seven van Piano's Maene doorbreekt het 200 jaar bewandelde pad van de klassieke vleugel, maar blijft trouw aan het klassieke dna van de piano. Met zijn schuin geplaatste poten knielt de piano naar zijn pianist om bespeeld te worden, zoals de pianist naar zijn publiek buigt. Design is hier geen eenmalige stylingoefening, maar een vertaling van sterke tendensanalyses en muziektchnische verbeteringen naar een hedendaags instrument dat jonge muzikanten zin geeft hun creativiteit uit te leven.



Bekaert Textiles - SmartSleeve

2 SmartSleeve is een nieuw product van Bekaert Textiles voor de slaapmarkt en verbetert je matras met een hoogtechnologisch weefsel. Denk dan aan regulering van lichaamstemperatuur, ventilatie of rustgevendende geuren. Design zorgde hier voor een zeer gebruiksvriendelijke one-size-fits-all bevestiging op elke matras, efficiënte productietechniek, een aantrekkelijke presentatie en een verleidelijk product.



(GBO) DESIGN

GBO DESIGN ontwerpt en ontwikkelt innoverende verpakkingen, consumenten producten en industriële producten voor ambitieuze bedrijven!
Interesse? - kijk op www.GBO.be - bel ons op 03 233 10 31 - mail ons naar hello@gbo.be





BRAINSTORM
Strategisch design vraagt intensief overleg
tussen de betrokken partijen.
FOTO: PRIVÉ

“Best-fit tussen product, merk en gebruiksbeleving”

Vraag: Waar staat strategisch design voor?
Antwoord: Strategisch design betekent dat iedere opdracht benaderd wordt vanuit de relatie product - merk - service.

In het designproces staan de gebruiker en zijn beleving centraal. Een positieve ervaring met producten en services draagt bij tot een positieve merkbeleving en versterkt het merk. “Strategisch design moet al van in het vroegste stadium deel uitmaken van een ontwikkelingsopdracht en het volledige designproces begeleiden. Gebeurt dit niet, dan daalt de kans om tot een succesvolle oplossing te komen. Deze oplossing kan bijvoorbeeld een product, een omgeving, een systeem, een gebruiksproces of een visuele communicatie zijn, en dit voor alle mogelijke sectoren”, openen Koen Elsen, Jürgen Oskamp en Diana Schneider van ontwerp-bureau Achilles. “Strategisch design betreft een intensief overlegtraject tussen een designbureau en de klant - hetzij multinationals, kmo's, openbare orga-

nisaties, start-ups. In een eerste fase trachten wij te achterhalen wat de waarden/missie/visie van een bedrijf zijn. Dit is niet altijd even makkelijk omdat je ontastbare, soms tegenstrijdige elementen uit een bedrijfscultuur, management en portfolio gaat analyseren en concretiseren, wat vaak tijd en discussie vergt om tot een juiste positionering

Strategisch design moet al van in het vroegste stadium deel uitmaken van een ontwikkelingsopdracht

te komen. Daarnaast trachten wij ons ook een beeld te vormen van de waarden en de leefwereld van de eindklant. Het juist vertalen van de waarden van een bedrijf naar een oplossing die bij de waarden van hun klanten aansluit is een cruciale doelstelling van strategisch design.”

Gebonden aan context

“In een tweede fase bepalen we het speelveld: aan welke randvoorwaarden moet een designoplossing voldoen? Het antwoord hierop is afhankelijk van een reeks factoren: wat is technisch mogelijk? Wat is economisch haalbaar zowel op het vlak van productie als marketing? Hoe wil de klant vorm geven aan het esthetisch gedeelte? Wat doet de concurrentie en hoe kunnen wij ons hiervan onderscheiden? Omdat er meestal een groot aantal randvoorwaarden zijn, zal uiteindelijk een combinatie van deze factoren in een iteratief proces leiden tot een oplossing waar alle betrokken partijen zich maximaal in kunnen vinden.”

Evolutie

“In een volgende fase worden systeemoplossingen ontwikkeld die aan deze voorwaarden en de voorafgaande positionering voldoen. Ook hier komen diverse elementen aan bod. Als designbureau trachten wij deze te segmenteren en op verschillende manieren te combineren. Dit gebeurt in meerdere fases, waar-

door een veelvoud aan oorspronkelijke ideeën geleidelijk verder evolueert en convergeert naar een handvol concrete oplossingen. Uiteindelijk worden deze geëvalueerd en wordt er samen met de klant een keuze gemaakt voor één oplossing die uitgroeit tot een concept. Het concept wordt van dan af verder getest, verbeterd en gedetailleerd uitgewerkt, wat veel tijd in beslag neemt, onder meer al vanwege de noodzakelijke aanmaak van proefmodellen en prototypes. De eindfase betreft de productie.”

Looptijd

“Het is moeilijk om de duur van een traject te bepalen, dit kan verschillen van een paar maanden tot een paar jaar. Veel is afhankelijk van de grootte van het project, de complexiteit van een product en het aantal producttypes. De ervaring van de klant op het vlak van productontwikkeling en het aantal veranderingen tijdens het proces spelen ook een rol.”

5

DISCIPLINES



‘Design’ is geëvolueerd tot de gemeenschappelijke noemer voor een breed spectrum aan disciplines die de grenzen tussen de design- en de businesswereld overbruggen.

1 Product-service-system: de focus ligt op de manier waarop producten in een context van interactie- en merkbeleving ontwikkeld worden. Het fysieke product en de niet-grijpbare elementen van de dienst errond bepalen zich daarbij onderling.

2 Brand-driven design: betreft de ontwikkeling van een product - merk - service tot een coherente gebruiksbeleving. Veel bedrijven investeren aanzienlijk in de communicatie van hun merkwaarden door middel van marketing en advertising maar vergeten het potentieel van hun producten als merkambassadeurs. Branding is geen geïsoleerd gegeven van logo's maar de implementatie van het merk en zijn verhaal in alle producten, diensten en communicatie.

3 Design engineering: combineert twee tegenovergestelde denkwijzen, skills en competenties - de rationele, analytische ingenieur en de intuïtieve, experimentele ontwerper - tot een integratieve aanpak door het volledige proces heen.

4 Value by design: is het ontwerpen en ontwikkelen aan de hand van waarden van de onderneming en de eindgebruiker. De waarden worden vertaald naar producten, interactiebelevingen en een coherente dienstverlening. Hierdoor verhoogt de ‘fit’ tussen bedrijf en klant en wordt waarde gegenereerd die zich in imago, merkloyaliteit en verkoop uit.

5 Service design: is een relatief nieuwe ontwerpdiscipline waarbij technieken en denkwijzen uit design toegepast worden op de dienstensector om tot een optimale klantervaring en efficiënt gebruiksbeleving te komen. Service design helpt diensten te creëren of bestaande diensten te verbeteren. Het kan zowel uit tastbare als niet-tastbare zaken bestaan zoals een betere flow in een ziekenhuis, een communicatievorm en -stijl voor een sportcomplex, een smartphone app voor een pedagogische toepassing,...

BERT VERBEKE

redactie.be@mediaplanet.com



Virtuele simulatie geeft innovatie meer kans

Vraag: Wat is de belangrijkste meerwaarde van virtuele simulaties bij productontwikkeling?

Antwoord: Met virtuele simulatie krijgen ideeën die onmogelijk lijken een kans.

Innoveren betekent radicaal durven denken over nieuwe concepten en producten. Al te vaak worden goede ideeën in een vroege fase om uiteenlopende redenen afgeschoten, zodat deze nooit de weg naar ontwikkeling vinden. Voor deze en andere innovaties kan virtuele simulatie een oplossing bieden. Virtuele simulatie kan van toepassing zijn voor alle mogelijke producten in de meest uiteenlopende sectoren. Er zijn heel wat redenen waarom bedrijven voor deze vorm van productontwikkeling kiezen. In de eerste plaats biedt simulatie een enorme tijdswinst. Een voorbeeld is het ontwerpen en bouwen van



COMPETITIE. De architectuur en het ontwerp van succesvolle Formule 1 en Formule 2 boten werden virtueel geoptimaliseerd in functie van materiaalgebruik, fluid, aërodynamica en stevigheid. FOTO: VOXDALE

Innoveren is radicaal durven denken over nieuwe concepten en producten

een nieuw lossysteem voor schepen. In de 'klassieke' methode worden eerst kaaien en infrastructuur opgebouwd. Virtuele simulatie kan dit in een minimum van tijd weergeven en er kunnen meteen virtuele testen plaatsvinden.

Kostenbesparing

Daarnaast leent het proces zich ook perfect voor vooruitstrevende concepten: risicovolle ideeën kunnen afgetoetst worden op haalbaarheid en zelfs geoptimaliseerd nog voor

de bouw van een prototype. Bovendien zorgt virtuele simulatie voor een aanzienlijke kostenbesparing omdat het ontwikkelingstraject fors inkort. Om het beeld compleet te maken: met virtuele simulaties kan een product volledig geoptimaliseerd worden. Het teveel gebruik van grondstoffen maakt een product duurder, virtuele simulatie berekent precies hoeveel en welke

grondstof nodig is. Een vergelijkbaar voorbeeld betreft de warmtehuishouding van producten. Virtuele simulatie kan de opwarming van een toestel visualiseren en voorspellen.

Kruisbestuiving

Virtuele simulatie leidt tot kruisbestuiving: ontwerpers kunnen uit eerdere ervaringen putten bij het ontwerp van nieuwe produc-

ten. Het gaat hierbij onder meer om specifiek toegepaste concepten, maar ook om materiaalgebruik of thermische theorieën. Continue correlatie met gekende parameters en metingen zorgen ervoor dat virtuele simulaties de test met reële situaties probleemloos doorstaan.

Opportunities

Virtuele simulatie is nog een vrij onbekend domein. Vandaag maken voornamelijk grote bedrijven er gebruik van. De techniek biedt nog volop opportuniteiten, maar net als bij andere 'early adapters' kijken bedrijven de kat uit de boom en wachten ze nog even af tot zowel de kostprijs als de performantie van het systeem verder geoptimaliseerd wordt.

BERT VERBEKE

redactie.be@mediaplanet.com

Kostbare tijdswinst bij ontwikkeling product

Na virtuele simulatie en optimalisatie kan prototyping zorgen voor de echte validatie van het ontwerp van een product.

Rapid prototyping laat toe dat ontwerpers op een goedkope en snelle manier hun product of systeem in 3D kunnen opbouwen of printen in diverse materialen: kunststoffen, aluminium, magnesium en andere metalen. Dankzij deze prototypes winnen ontwerpbureaus kostbare tijd bij het op punt stellen van een nieuw ontwerp. In enkele uren of dagen beschikken ze over een nauwkeurig prototype dat kan gebruikt worden in de echte gebruiksomstandigheden. Hierdoor worden ontwerpfouten of functionele gebreken



van het product tijdens de studiefase blootgelegd en kunnen ze gecorrigeerd worden voordat men zwaar in productiemateriaal investeert.

Nieuwe markten

Veel toepassingen situeren zich in de sector van de medische apparaten of prothesen. Maar rapid prototyping heeft het afgelopen decennium haar weg gevonden naar de auto-industrie en de lucht- en ruimtevaartsector, maar ook naar de wereld van de consumentengoederen. De techniek biedt de mogelijkheid om een product functioneel en visueel te presenteren in een ontwerpstadium of als kleine serie.

BERT VERBEKE

redactie.be@mediaplanet.com

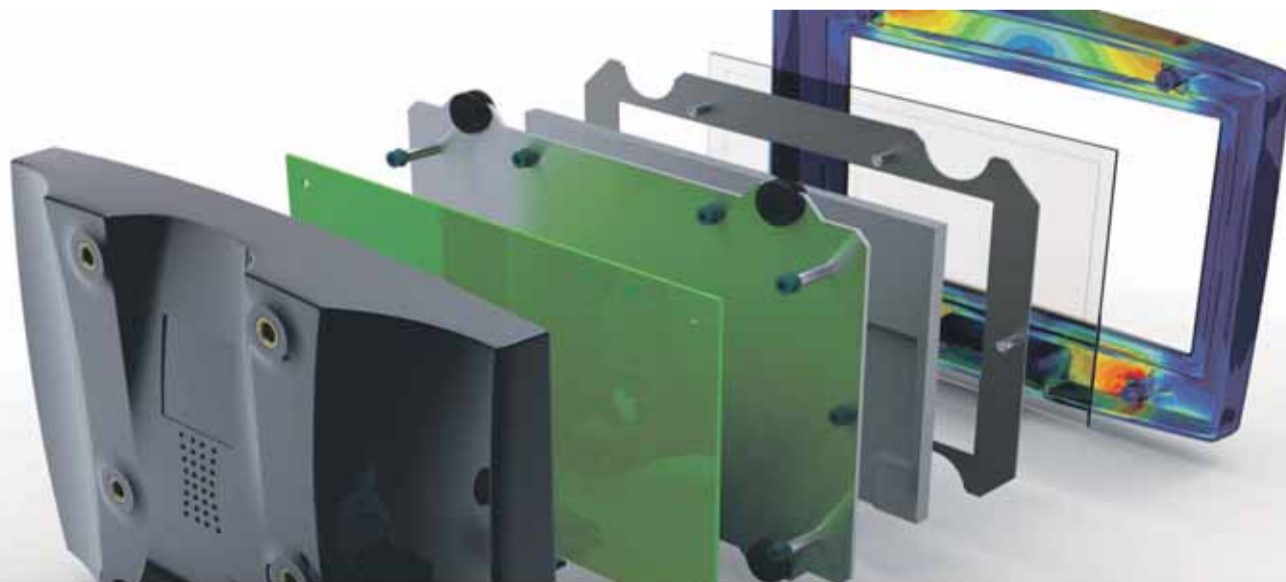
STAPPENPLAN

De eerste en belangrijkste stap is de conceptdefinitie: gekke ideeën, niet voor de hand liggende systeemarchitecturen of risicovolle maar hoogperformante oplossingen kunnen het onderscheid maken.

Vervolgens worden de te simuleren of optimaliseren parameters vastgelegd. Bijvoorbeeld:

materiaal bepalen en besparen, energieverbruik beperken, betrouwbaarheid verhogen, volume verkleinen of rendement verbeteren.

Tot slot zorgt een iteratief proces van een virtueel simulatiemodel voor de meest optimale, betrouwbare, radicale en verrassende ontwerpkeuzes.

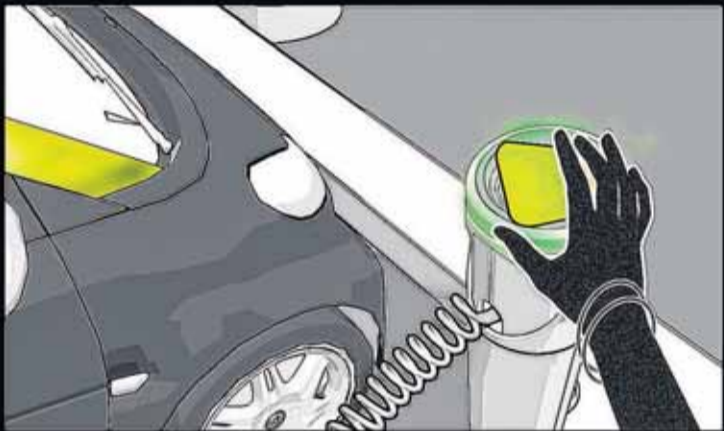


productontwikkeling | simulatie | prototyping

www.voxdale.be

TIP

4

CONSULTEER
DE GEBRUIKER

MOBILITEIT
Het project Autolib (Parijs) werd ontwikkeld gebaseerd op een design dat voor coherentie zorgt op het gebied van service, functionele logica en esthetiek voor het hele systeem.

FOTO: YELLOW WINDOW

VALKUILEN BIJ
SERVICE DESIGN

➔ Wees behoed voor overpromise: het aan beide zijden creëren van verwachtingen die onmogelijk kunnen gemaakt worden. Zo worden frustraties gecreëerd in plaats van oplossingen.

➔ Niet voorbereid zijn op of niet kunnen omgaan met tegenkanten op nakende veranderingen. Die komt er nageenog altijd wanneer routines dreigen aangepast te worden.

➔ Je mag ook niet te ver gaan en de gewenste ervaring volledig willen vastleggen. Dat is wat men bijvoorbeeld bij Disney doet. Disney was de eerste die 'service design' toepaste: alles vervatten in scripts, niets is spontaan. Als bezoeker weet je daar dat je in een 'fake' wereld stapt. Dat kan je uiteraard niet in de realiteit toepassen.

➔ Er niet in slagen de juiste mensen rond de tafel te krijgen, dit is onontbeerlijk om de juiste input te verkrijgen en de oplossing effectief in de praktijk te brengen. Helaas weet je dit soms pas als het te laat is.

➔ Het is essentieel om te ontdekken wat de gebruiker en de medewerker echt nodig hebben. Om tot die echte achterliggende drijfveer te komen, moeten we vijf keer de waarom-vraag stellen (techniek ontwikkeld door Sakichi Toyodaj). In service design moet je precies inspelen op de achterliggende behoeften. Het talent van de designer wordt hier belangrijk. Sterk innovatieve bedrijven staan heel sterk in service design. Zij slagen erin om de 'latente noden' van een mens te achterhalen. Zo kom je tot producten waarvan je niet eens wist dat je het nodig had.

➔ Als je in de analysefase niet diep genoeg graaft, riskeer je te blijven steken in te oppervlakkige oplossingen. Een designer moet de maturiteit en competentie hebben om de juiste vragen te stellen en hier adequaat op in te spelen.

Diensten op maat van de eindgebruiker

■ **Vraag:** Hoe kan je als bedrijf een dienst ontwikkelen die alle wensen van de klant inlost?

■ **Antwoord:** Met behulp van service design ontwikkel je een dienst volledig op maat van de gebruiker.

"Service design is een methode om de kwaliteit van de dienstverlening te verbeteren. Deze verbeteringen richten zich niet enkel naar de gebruiker, maar eveneens naar de medewerker van het bedrijf of de organisatie", vertelt experte Caroline Van Cauwelaert.

Innovatief

"Innoveren in diensten is niet nieuw. Elke organisatie die diensten verleent, denkt op een bepaald ogenblik na over het verbeteren van haar dienstverlening. Nieuw is wel dat deze innovatie vanuit een mensgericht 'design-denken' wordt aangepakt. Bij deze methode wordt vertrokken vanuit de noden en wensen van de gebruikers en wordt samen met hen en andere belanghebbenden naar oplossingen gezocht. Ideeën worden snel concreet gemaakt door middel van foto's, tekeningen en maquettes en altijd afgetoetst met de gebruikers. In service design komen verschillende vakgebieden samen, zoals etnografie, consumentenonderzoek, interactieontwerp, productontwerp, industrieel ontwerp, marketing en bedrijfsstrategie."

"Service design gaat uit van een integrale kijk op de dienst-



"Service design is de essentie om echte diensteninnovatie te realiseren"

Caroline Van Cauwelaert
Experte service design

verlening. De wisselwerkingen van de gebruiker met een dienst worden van A tot Z bestudeerd en uitgewerkt. In plaats van naar één aspect te kijken, bijvoorbeeld de website, een brochure of de ontvangstbalie, wordt uitgegaan van het doel dat de gebruiker voor ogen heeft, bijvoorbeeld een nieuwe identiteitskaart aanvra-

TOEKOMST

■ **Als methodologie heeft** 'design thinking' zijn waarde reeds bewezen in productontwikkeling. Het is logisch dat diensten nu op dezelfde manier aangepakt worden.

■ **De maatschappij is verschoven** van een product- naar een dienstenindustrie. De levensstandaard stijgt en bijgevolg stijgen de eisen voor producten en diensten.

■ **In de naoorlogse periode** werd geconcurrereerd op prijs en productkwaliteit, vanaf de jaren 80 werd design ingeschakeld om een commercieel onder-

gen in het gemeentehuis of een reis naar Australië maken."

Gebruiker staat centraal

"Tijdens de analyse en het ontwerp van de dienst worden de stappen, die de gebruikers moeten doorlopen om hun doel te bereiken, visueel in kaart gebracht. Er wordt aangegeven welke mid-

scheid te maken. Nu is het aan de dienstverlening om het verschil te maken.

■ **Service design moet nog** groeien en rijpen. Het is een mix van marketingonderzoekstechnieken, consultancy, business modeling, design,...

■ **De vraag is niet of de** discipline een toekomst heeft, maar wel of ze nog zal bedreven worden door ontwerpers. Zij maken de toekomst van service design. Zo niet, zullen anderen overnemen, bijvoorbeeld management consultants of marketeers.

delen de dienst daarvoor ter beschikking stelt. Daarnaast wordt er geluisterd naar de noden en wensen van de medewerkers. Vanuit deze inzichten wordt bekeken wat vandaag goed is, wat beter kan en wat ontbreekt. Er worden oplossingen over de verschillende diensten heen bedacht en gevisualiseerd."

Resultaat

"Eenvoudig gesteld leidt service design tot een efficiëntere dienstverlening (met lagere kosten) en een grotere tevredenheid zowel bij de gebruikers als bij de medewerkers. Dit lijkt paradoxaal, maar is het niet. Door de dienstverlening in haar geheel te bekijken, wordt een totaalbeeld gegenereerd, waardoor de verschillende diensten en de onderliggende processen beter op elkaar kunnen worden afgestemd. Er ontstaat eveneens een dynamiek waarbij iedereen zich betrokken voelt omdat de vernieuwde diensten samen met uw medewerkers geanalyseerd, gevisualiseerd en ontworpen worden. Hierdoor wordt het draagvlak vergroot bij alle betrokkenen en op die manier wordt weerstand voorkomen. Door de dienstverlening, de processen en de verschillende actoren op een visuele manier voor te stellen, weet iedereen waar het over gaat. Een beeld zegt meer dan duizend woorden."

INSPIRATIE

GADGETS



BUZZIBOOTH

* Op kantoor wordt tegenwoordig vaak in open ruimtes gewerkt. Daardoor zijn de plekken waar we even rustig kunnen bellen of alleen werken op de laptop schaars geworden. Ontwerper Alain Gilles bedacht als oplossing hiervoor de BuzziBooth. Een 'telefooncel' als akoestisch vilt die geluiden van buitenaf dempt. Zo kan je zelfs in de luidruchtigste ruimte even alleen zijn.

ROCA W+W

* De W+W of waterbasin + water closet bestaat uit delicate lijnen en innovatieve technologie die samen een object vormen dat duurzaamheid hoog in het vaandel draagt. Het hervulstelsysteem filtert het water van de wasbak zodat het kan hergebruikt worden om de wc door te spoelen. De perfecte match tussen gesofisticeerd design en liefde voor de planeet.



EXTREMIS HOPPER

* Deze minimalistische tuintafel ontworpen door designer Dirk Wynants is geïnspireerd op de breugeliaanse biertafel. De Hopper is een gestileerde biertafel waarvan het gelakt aluminium van de tafelpoten doorloopt in de zitbanken. Deze tafel wordt nog indrukwekkender met de optionele luifel.

COAT CHECK CHAIR

* De Coat check chair van Joey Zeledón is op dit moment nog niet in productie maar zeker de moeite waard om even bij stil te staan. Over een stalen, buisvormige frame dienen klerhangers geschoven te worden om van het frame een echte stoel te maken.



PHILIPS NICK-KNACK

* Vertrekkende van één enkele eenvoudige vorm biedt Nick-Knack verrassende en veelzijdige mogelijkheden voor de verlichting en de esthetische vormgeving van je kamer. Het product is geïnspireerd op de Italiaanse animatie van de La Linea-filosofie, waarbij personages met één enkele trek worden getekend. Een andere inspiratiebron was de Nederlandse kunstenaar Mondriaan, die als geen ander lijnen en levendige kleuren combineerde.



Op zoek naar een stevige bonus?



Maak werk van duurzame innovatie met de OVAM SIS Toolkit.



Wilt u duurzame innovatie een centrale plaats geven in uw bedrijf? Maar weet u niet meteen hoe u het duurzaamheidsprincipe concreet in uw bedrijfsvoering integreert? De OVAM heeft nu een nieuw instrument om u daarbij te ondersteunen: de OVAM SIS Toolkit. Ga met dat creatieve instrument actief op zoek naar duurzame oplossingen voor uw bedrijfsvoering. Voor procesbegeleiding kunt u een beroep doen op professionele begeleiding.

Zin om van duurzame innovatie een échte stevige bonus te maken voor uw bedrijf? Bestel meteen de OVAM SIS Toolkit op www.ovam.be/ecodesignlink.

