

PHOENIX

LOGIK MORAL MAGIE

Designthema



Andreas Diefenbach, Geschäftsführender Gesellschafter von Phoenix Design und Mitglied im Fachbeirat des Diesellkuratoriums

Fellowship-Programm zu Digitalmarken Fachliche Unterstützung für Doktoranden

Stuttgart, 03.09.2019: Markenmehrwert wird auch in digitalen Erlebniswelten durch Design geschaffen. Deshalb begleitet PHOENIX fachlich Promovierende am Graduiertenkolleg der Dieselmédaille im Bereich Nachahmungsunterdrückung durch IP, gemeinsam mit dem Rat für Formgebung und GMK Markenberatung.

Am Rande des CTO-Frühjahrsforum des Diesellkuratoriums beantwortete Andreas Diefenbach Fragen zum Fellowship-Programm und Design in der digitalen Zeit.

Wie unterscheidet sich die Arbeit eines Designers von der eines klassischen Entwicklers?

Eine sehr gute Frage. Ich bin der Meinung, dass diese zwei Felder zunehmend zusammenwachsen müssen. Auch, dass die Entwickler zunehmend in einem Warum-Modus denken müssen, also neue Produkte denken müssen, nicht nur das Wie. Nicht wie mache ich das, sondern warum mache ich das? Und umgekehrt für den Designer ist es wichtig zu verstehen wie bringe ich das auf die Straße.

Was macht gutes Produktdesign in digitalen Ecosystemen aus?

Ein gutes Produktdesign in digitalen Ecosystemen ist vor allem eines, sich um die Menschen kümmern. Ich bin der Meinung, dass die Produkte zunehmend intelligenter werden, es werden zunehmend Wissensprodukte. Und somit ist es auch ein Wissensdesign. Das heißt es geht zunehmend darum, die Interaktion zwischen Produkt und Mensch zu gestalten. Und dazu gehört natürlich auch dem Produkt einen Charakter zu geben – das Äußere, das Erscheinungsbild. Aber vor allem die Interaktion mit mir und dem Produkt zu gestalten.

Wie wichtig ist für Sie die Einzigartigkeit der User Experience?

Es ist natürlich eine große Veränderung heutzutage von einer reinen Product Experience zu einer User Experience, vor allem in der Experience Economy. Das heißt in der Tat, die Produkte lösen sich auf und erfinden sich neu. Das heißt auch das Paradigma des Produktes oder der Charakter des Produktes erfindet sich neu, aber vor allem – wie ich schon sagte – das, was das Produkt mit dem Menschen tut. Und das ist im Wesentlichen die Interaktion mit dem Produkt in der Welt und

PHOENIX

LOGIK

MORAL

MAGIE

mit anderen Menschen. Und das ist eigentlich die User Experience. Und die User Experience ist auch eine Unpacking Experience, das heißt wie packe ich das Produkt aus, wie schalte ich es eine, brauche ich eine Gebrauchsanleitung. Das ist eigentlich etwas, das uns viele Jahre schon beschäftigt. Aber zunehmend kommt hinzu, wie das Produkt mit mir spricht und mit anderen Produkten innerhalb der Welt.

Was ist aus Ihrer Sicht die Wirkung der Dieselmedaille?

Für mich steht die Dieselmedaille vor allem für Innovations- und Erfindergeist. Und das ist sehr stark auch mit dem Standort Deutschland verbunden. Und zunehmend auch mit dem kritischen Geist. Das heißt es geht nicht nur darum etwas Neues zu erfinden in der Quantität, sondern vor allem das kritisch zu bewerten, sich zu entscheiden und zu fokussieren. Und dafür steht für mich der kritische deutsche Erfindergeist, der auch unmittelbar mit der Dieselmedaille verbunden ist.

Für wie wichtig halten Sie die Förderung von jungen Nachwuchskräften?

Wichtiger denn je, weil die Entwicklung von Technologie, Entwicklung von Produkten, Entwicklung von unserer Welt wird immer schneller. Und es entstehen zunehmend Bottle Necks bei erfahrenen Leuten zwar in Unternehmungen, aber es gibt nicht so viele davon. Das heißt wir müssen zunehmend die Verantwortung in die Teams übertragen. Das heißt zunehmend wird auch sehr viel aus den Teams heraus entwickelt, die in der Regel auch von jungen, sehr talentierten, sehr motivierten Leuten besetzt sind. Und umso wichtiger ist es eben diesen jungen Leuten eine richtige Rolle zu geben, ihnen auch genügend Verantwortung zu geben und auch loszulassen. Das ist das Thema: Loslassen und Vertrauen geben an die Jugend.

Über Phoenix Design:

Phoenix Design ist ein Design- und Innovationsstudio, das smarte, sinnvolle und substantielle Markenerlebnisse schafft, die Menschen berühren – heute, für morgen. Seit 1987 entstehen Produkte, Interaktionen und digitale Ökosysteme basierend auf den Grundwerten Logik, Moral und Magie. Mehr als 800 Designpreise (Platz 1 – iF World Design Index, Design Studios) bestätigen die Qualität und Kontinuität der Arbeit weltweit, unter anderem der Ehrentitel "Red Dot: Design Team of the Year 2018". Heute gestaltet das 80-köpfige internationale Team an den Standorten Stuttgart, München und Shanghai zusammen mit seinen Partnern eine gemeinsame Vision von Smart Living. | www.phoenixdesign.com

Kontakt:

Silvia Olp, Head of Communications

sol@phoenixdesign.com

T +49 711 955976 55

M +49 160 8894377

Carolin Schobel, Communication Manager

csh@phoenixdesign.com

T +49 711 955976 75

M +49 173 7294632