

Dansk design tror på ny guldalder

Danish Post-modern. Dansk Design Center og brancheforeningen Design Denmark er gået sammen om budskabet om, at design kan bidrage til værdiforøgelsen af en lang række processer i erhvervslivet.



Af Astrid Ildor
asil@berlingske.dk

Hvor meget design kan der være i en maskine, der skærer sardiner op, suger indvoldene ud og pakker dem hoved mod hale i små firkantede dåser?

Ganske meget, er svaret. For udover genemtænkt æstetik er design nemlig også en proces, hvor afprøvning og brugervenlighed i fokus.

Cabinplant på Fyn har specialiseret sig i at fremstille specialdesignede maskiner til forarbejdning af fødevarer, og da en græsk kunde bad om en maskine, der kunne automatisere arbejdet med at forarbejde og pakke sardiner, allierede virksomhedens ingeniører sig med designvirksomheden **Brahe Design**.

»Forespørgslen gik egentligt bare på at fremstille en maskine, der kunne automatisere pakkeprocessen, men vi fandt hurtigt ud af, at hvis maskinen skulle være rentabel, skulle den også kunne forarbejde og størrelsessortere. Det stiller langt højere krav til det tekniske og i forhold til brugervenlighed og hygiejne,« forklarer Cabinplants udviklingsdirektør, Henning Ingemann Hansen.

Cabinplant udarbejdede en prototype af maskinen, som er omkring 12 gange halvanden meter lang. »Et stort monstrum, hvor man havde fået afklaret funktionen,« som Brahe Designs direktør, Jakob Brahe-Pedersen, beskriver den.

I tæt dialog med Cabinplant videreudviklede designerne på fiskemaskinens udførelse, satte spørgsmålstegn ved placeringen af forskellige løsedele, og optimerede på udførelsen af maskinens cabinet, så den blev billigere at producere, nemmere at betjene og lettere at rengøre.

Designprocessen tog godt et halvt år og er blot ét eksempel på, hvordan designere i flere og flere tilfælde indgår i samarbejde med industrien og erhvervslivet om at opkvalificere produkter.

Større kompleksitet kræver bedre design

Ifølge Dansk Design Centers direktør, Christian Bason, er der et stigende behov for at få gjort mødet med teknologi og andre komplekse systemer simple, intuitive og tiltalende.

For det er ikke bare fiskemaskinen, der skal kunne løse flere opgaver. Vores telefoner, kontorstole, biler, aviser og hospitaler skal alle sammen kunne mere og mere, og hvis vi stadig skal have en chance for at kunne betjene dem, er det nødvendigt at brugerfladen er rigtig tænkt. Det er her designeren kommer ind i billedet.

Morten Grøn er direktør for brancheforeningen Design Denmark, og sammen med Christian Bason vil han genskabe design som rådgivende branche og udbrede budskabet om, at design ikke blot kan bidrage til en højere grad af æstetik, men også til en værdiforøgelse.

»Design er historisk ofte blevet forbundet med produkter, men i dag anerkendes designkompetencer også som værdiskabende i fx strategiprocesser, design af services og digitale løsninger. Verden har fået øjnene op for, at den metode, der ligger bag verdens bedste skalstol kan bidrage til innovation og nye forretningsmodeller. Nu handler det om at få det udbredt og opskalaret, så



Dansk Design Centers direktør, Christian Bason (tv.), er uddannet i statskundskab. Han kan analysere, beregne og tænke, men har ifølge sig selv, sammen med resten af erhvervslivet, meget at lære fra designerne, her repræsenteret af Design Danmarks direktør, Morten Grøn (th.).
Foto: Thomas Lekfeldt.

FAKTA



Danish Design Award

■ Den danske designbranche har ikke haft en samlet pris siden 2012. Det får de nu igen med en pris, der favner alle designdiscipliner og, som noget nyt, har fokus på både form, funktion og værdiskabelse. Bag prisen står Danish Design Center og Design Denmark.

■ Ud over teknisk udførelse og æstetik bliver kandidaterne bedømt på kriterier om, hvorvidt løsningen har skabt værdi for mennesker, virksomheder og samfund, og om den udtrykker forståelse for brugerens behov.

■ I alt uddeles 15 priser fordelt på 11 forskellige kategorier samt fire særpriser – heriblandt en pris til en løsning, der reducerer omkostninger, og en pris til en løsning, der enkelt og effektivt deler ressourcer mellem mange. Alle priser overrækkes i Industrien Hus 7. april.

■ Alle virksomheder, såvel private som offentlige, og alle designere kan deltage, blot én af parterne bag løsningen er dansk.

KILDE: DANISH DESIGN CENTER / DESIGN DENMARK

designs bidrag til samfundsøkonomien for alvor kan realiseres,« siger Morten Grøn.

Kendskabet skal udbredes ved hjælp af en ny designpris, der i stedet for at hædre et unikt stole- eller lampedesign hædrer dem, der gennem design har skabt øget værdi. Med prisen håber Christian Bason og Morten Grøn at kunne starte en ny æra for dansk design.

»Tidspunktet for at bringe dansk design i spil er unikt lige nu. Ligesom dansk designs guldalder udsprang af de store teknologiske og samfundsmæssige omvæltninger efter Anden Verdenskrig, ændrer teknologien sig massivt i disse år,« siger Christian Bason og tilføjer:

»Designerne har en opgave i at fremlægge deres proces og fortælle erhvervslivet, hvad den kan bidrage med.«

Ikke nogen nem opgave

Og den opgave er ikke helt let. For hvor man med de fleste andre udviklingsprocesser og businessplaner kan beregne effekten i forhold til omkostningerne, er det svært præcist at sætte fingeren på den værdi, designprocessen kan tilføre et givent produkt.

»Designprocessen bygger netop på, at

man ikke fra start kan sige, hvad løsningen bliver. Man ved måske ikke engang præcist, hvad problemet er. Og derfor kan det være svært at overbevise en virksomhed om, at det er en god forretning at investere i design,« siger Christian Bason.

Hos Cabinplant har de heller ikke kunne gøre udkastet af samarbejdet med Brahe Design op i kroner og ører, men design-samarbejdet omkring fiskemaskinen har ført til flere efterfølgende udviklingsprocesser i dialog med Brahe Design.

»Det er noget vi har valgt at investere i, fordi vi har en eller anden tro på, at det kan betale sig. Vi forventer at kunne bruge basisløsningen i fiskemaskinen til andre opgaver også, og så er det vigtigt, at den er gennemtænkt fra start,« siger Henning Ingemann Hansen og tilføjer:

»Når vi viser maskinen frem på udstillinger, fremstår den jo flot og genemtænkt – har man overskud til at lave noget flot, så har man sikkert også styr på funktionaliteten. Vi er i en branche, hvor vi sjældent kan vise kunden lige nøjagtig det anlæg, han får, fordi vi specialproducerer vores maskiner. Derfor sælger vi meget på troværdighed, og dér har udseende meget at sige.«



Cabinplants sardinbehandlingsanlæg – udviklet i samarbejde med Brahe Design.