

# Design als essentiële schakel in het industrieel proces

Marc Dubois • Designmeester Kortrijk

Het Engelse woord "design" gebruiken wij vrij recent. Pas sinds de industriële revolutie zijn wij goederen op grote schaal gaan produceren. Een gemechaniseerd productieproces en standaardisatie verplichten ons om na te denken over de vorm van de producten.

Alles is design, alles is immers vormgegeven, maar daarom nog niet op een inventieve of creatieve wijze. Bepaalde creaties komen nooit in productie, andere behoren tot de iconen van de 20<sup>ste</sup> eeuw.

Maar, al te vaak kijken wij enkel naar de vorm van de ontwerpen, terwijl het vernieuwende meestal ligt in de directe relatie met de ontwikkeling van nieuwe materialen en bijzondere productiewijzen. Wie zorg besteedt aan beide aspecten – vorm en technologie – heeft alvast meer kans op succes.

## Technische mogelijkheden

Nieuwe technieken en materialen hebben op hun beurt ook bijgedragen tot een an-

dere (kijk op) vormgeving. Kunnen wij onze wereld nog voorstellen zonder kunststoffen? Toen de *Panton* stoel in 1968 op de markt kwam, was de verbazing groot. Het was de eerste stoel gefabriceerd in één materiaal en in één doorlopende vorm zonder montage, tevens te verkrijgen in felle kleuren. Dit ontwerp van Verner Panton werd een mijlpaal in de designgeschiedenis, niet enkel door de vorm, maar ook door een vernieuwend productieproces.

Ook op andere gebieden is het verleggen van de technische mogelijkheden het vertrekpunt van designcreaties die tot de verbeelding spreken. De technische evolutie van de verlichting is indrukwekkend: van de gloeilamp, via de TL lamp en de halogeenlamp naar de LED verlichting. Tien jaar geleden was de LED nog experimenteel en onbetaalbaar, vandaag heeft deze grensverleggende verlichtingstechnologie ingang gevonden in veel toepassingen. De LED zal ingrijpende gevolgen hebben in onze interieurs. In nog veel andere sectoren is het niet zozeer de vorm, maar zijn het de nieuwe materialen, of de verbetering van gekende materialen, die grensverleggend zijn. Glas en beton zijn al lang niet meer hetzelfde als vijftig jaar geleden, met nieuwe spijttechnologie ontstaan nieuwe toepassingen met zowel een kwaliteitsverbetering als betere productiemogelijkheden.

## Inventieve design

Er is een groot verschil tussen "styling" en "design". Het eerste is gericht op het uiterlijke, op het aanpassen en verbeteren van de uiterlijke verschijningsvorm. Design gaat verder dan het beeld, het stelt fundamentele vragen, het zoekt naar een inventieve oplossing voor een specifiek probleem en reikt oplossingen aan die de ambitie hebben om het leven aangener te maken.

Bedrijven die extra zorg besteden aan het uiterlijk van hun producten, verstevigen op die manier hun concurrentiepositie. Daarnaast moet men



© Hans Hansen/Vitra



Met een betrouwbare energieleverancier doet u altijd de beste zaken. Luminus, de tweede grootste energieleverancier in Vlaanderen, kent die markt door en door. Wij zijn sterk op twee gebieden, namelijk gas en elektriciteit. Wilt u meer te weten komen over de voordelen die wij uw bedrijf kunnen bieden? Bel dan vandaag nog naar het telefoonnummer 011/72.26.16 of neem een kijkje op [www.luminus.be](http://www.luminus.be). Onze medewerkers helpen u graag verder.





een permanente voeling houden met de nieuwe uitdagingen die in de samenleving aanwezig zijn. De smaak en de consumptiepatronen van de mensen veranderen en een product dat hierbij aansluit "ligt in de markt" en resulteert in een commercieel succes.

Het voorbeeld bij uitstek van een inventieve designbenadering is ongetwijfeld het verhaal van *Swatch*. Op het einde van de jaren zeventig werd Europa overspoeld door uurwerken met de nieuwe kwartstechnologie waardoor de Zwitserse uurwerkindustrie terechtkwam in een diepe crisis. Als antwoord hierop lanceerde Swatch in 1983 haar eerste uurwerk. Een goedkoop product met een doordachte strategie en communicatie. Swatch werd meer dan een object dat de tijd aangeeft, het product sloot naadloos aan bij een trend van personaliseren en individualiseren in de samenleving.

### Het succes van een goed ontwerp

Welke is de formule om tot een goed en succesvol product te komen? Een verklaring vinden naderhand is eenvoudiger dan een voorspelling op voorhand. Aan de hand van twee voorbeelden is het mogelijk om te peilen naar het succes van een goed vormgegeven product.

In 1994 presenteerde het **Mechelse kantoormeubelbedrijf Bulo** haar nieuwe bureaumeubel, de H2O ontworpen door de ontwerpers *Bataille & ibens*. Terwijl het bedrijf voordien nauwelijks exporteerde werd de H2O collectie een voltreffer over de gehele wereld. Het bedrijf kende een opmerkelijke groei, ook op het gebied van de werkgelegenheid. Waar ligt nu het succes van deze collectie? In een wereld waarin meer en meer een vervaging tussen woon- en werkruimte ontstaat kozen de ontwerpers voor de meest elementaire vorm van een tafel. De kruisvormige poten bezitten iets universeels, een uiterst herkenbare universele vorm. Samen met een goede communicatie / reclame is goede productdesign van essentieel belang om zich beter te profileren op een concurrerende markt.

In de wereld van de barbecuetoestellen is **Barbecook®** een internationaal begrip geworden. Barbecook® is een geregi-



foto: Bulo

streerd merk van **Saey Home & Garden uit Kortrijk / Heule**. Het is een innovatief product met een uniek aanmaaksysteem (QuickStart®). Reeds meer dan één miljoen stuks van deze collectie werden verkocht. Het succes ligt hem niet enkel in het technisch aspect, ook het stijlvolle design (de gekende rode bolvorm!) en de keuze voor kwaliteitsvolle materialen zijn mede bepalend geweest. Maar ook de strategie om na de aankoop de consument persoonlijke te informeren alsof hij of zij behoort tot de grote Barbecook® familie is een niet te onderschatten onderdeel van het succes.

In beide gevallen gaat het om meer dan een technisch goed product. De ontwerpers en de bedrijfsleiding hebben hun product ook op een sterke conceptuele wijze weten te positioneren in een marktsegment.

### Besluit

Om tot een succesvol product te komen is vandaag meer nodig dan technische vernieuwing, ook de vormgeving en de communicatie zijn een integraal onderdeel van het creatief proces. Met enkel technische innovatie maakt men geen succesvolle producten. Design is meer dan elegante vormen bedenken, het is een wezenlijke schakel in een industrieel proces. ■



foto: Barbecook®