

Design und sein Wert

Der Red Dot Design Award ist mehr als ein Preis für Kreative. In den letzten Jahren wuchs die Rotpunkt-Vereinigung zu einem kleinen Wirtschaftsimperium. Und Red Dot-Chef Peter Zec ist angetreten, den Zusammenhang zwischen gutem Design und guten Zahlen zu dokumentieren.

Von Suzanne Sudermann

Der kleine rote Punkt ist ein simples Zeichen – und eines mit hoher Symbolwirkung. Bei einer Ausstellung kennzeichnet so ein roter Punkt meist Exponate, die schon verkauft wurden. Für die symbolhafte Verquickung von Kreativität und Kommerz steht auch der „Red Dot“, ein mittlerweile weltweit herzeigbares Qualitätssiegel für ausgezeichnetes Design; für

Design, das kommerziellen Erfolg befeuert. Diesen Konnex zwischen künstlerischem Anspruch und wirtschaftlichem Bedarf propagiert einer besonders: Peter Zec, als Leiter des Designzentrums Nordrhein-Westfalen auch Chef des Red Dot Institutes. „Wer im Design nicht zu überzeugen vermag, hat keine echte Chance, in der Kommunikationsarbeit erfolgreich zu sein“, sagt Zec.

Designrendite

Zur Rendite von Design hat Zec nun auch noch ein Buch geschrieben: „Der Designwert. Eine neue Strategie der Unternehmensführung“. Zecs Grundthese und Forderung zugleich: „Design darf nicht länger nur als Kostenfaktor in der Unternehmensbilanz aufscheinen, sondern muss sich auch auf der Einnahmenseite als

Wo die roten Punkte wohnen

Der rote Punkt trägt mittlerweile ein kleines Designimperium. Red Dot Projects organisiert Veranstaltungen und Konferenzen, Red Dot on Tour geht mit Ausstellungen von herausragenden Projekten auf Reisen, Red Dot Edition ist ein Fachverlag für Designpublikationen, Red Dot Trend Reports fertigt Studien zu Designtrends an und im Red Dot Design Museum in Essen findet man mehr als 1.500 Exponate zeitgenössischer Kreativarbeiten. Eine Filiale des Museums gibt es mittlerweile auch in Singapur. Alle ausgestellten Projekte haben einen der Awards abgestaubt.



Wir haben, was Sie wollen.

4c verlost ein Exemplar von „Der Designwert“, dem neuen Buch von Peter Zec.

Wer als Erster per Mail an martin.schwarz@4-c.at seinen Willen bekundet, das Buch zu besitzen, wird es kriegen.



Red-Dot-Chief Peter Zec: Versucht, Börsenperformance und Designanspruch in Beziehung zu setzen.

BEIGESTELLT

Teil des Ertrags wiederfinden.“ Weil Zec aber eben auch Marketingexperte und ehrlicher Makler der eigenen Interessen ist, hat er begonnen, seine Thesen auch halbwegs wissenschaftlich und illustrativ zu untermauern und den Red Dot Design Index entwickelt. In dem Index zusammengefasst werden börsennotierte Unternehmen, die Produkt- und Kommunikationsdesign

besonders konsequent einsetzen und deren Designteams mit dem Ehrentitel „red dot: design team of the year“ ausgezeichnet wurden. Darin enthalten sind Adidas, Apple, Audi, BMW, Daimler, LG Electronics, Nokia, Philips, Siemens, Sony und Tupperware. Als Vergleich ziehen die Designtüftler die Aktienindizes des Dow Jones und des Euro Stoxx 50 heran. Wenig

überraschend: Die Performance der Red-Dot-Gewinner an den Börsen liegt konsequent über dem Durchschnitt des jeweiligen Index. Womit allerdings noch nicht schlüssig bewiesen ist, ob Designstrategie tatsächlich unmittelbar mit Aktienperformance zu tun hat. Ein starkes Bild hat Zec mit dem Index allemal geschaffen – und wohl auch die eigene Geschäftsgrundlage

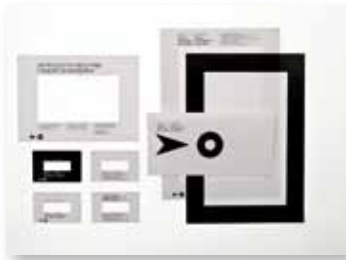
weiter stabilisiert, denn in den Index aufgenommen werden nur Unternehmen, die beim Award mitrittern.

Die Gewinner der diesjährigen Awards stehen schon fest. In drei Disziplinen – Produktdesign, Konzeptdesign und Kommunikationsdesign – wurden die Siegerarbeiten bereits ermittelt, die roten Punkte werden dann im Dezember in Essen vergeben. ■

Die Galerie der Gewinner finden Sie auf der nächsten Seite ►►

Die Galerie der Besten.

Eine Auswahl der Arbeiten, die in diesem Jahr den Best of the Best-Award gewinnen werden.



Geknipst.

Museum of Photography, Thessaloniki

Das kürzlich renovierte Fotografiemuseum im griechischen Thessaloniki hat sich eine neue visuelle Identität erschaffen. Konsequenterweise durchgezogenes Motiv: das menschliche Auge.

Design: Beetroot Design Group



Zerbrechlich.

Dibern Porzellanbuch – The Fine Bone China Book

Durch den außergewöhnlichen Einband aus original chinesischem Porzellan erhält der Kunde nicht nur ein edles Buch, sondern auch ein handgefertigtes Stück feinstes Porzellan. Ein typisches Coffee-Table-Book, das unter dem Stapel an Zeitschriften garantiert nicht untergeht.

Design: Wischmann Media, Deutschland



Angezogen.

Yalook.com

Einzelne Teile der neuen Online-Fashion-Marke der Otto Group wurden in Form von Fashion Faces zum Leben erweckt. Aus einzelnen Kleidungsstücken der ersten Kollektion entstanden zwölf ganz individuelle Charaktere, die zu den Stars der Launchkampagne gemacht wurden.

Design: Future Brand Germany



Ausgezogen.

Eizo Pin-up-Kalender 2010

Das Design und der spezielle Rahmen des Kalenders erinnert die medizinische Zielgruppe an einen Monitor, der Röntgenaufnahmen zeigt, die sie vorher vermutlich noch nie gesehen hat.

Design: Butter, Berlin/Düsseldorf



Gegessen.

Mc Donald's Deutschland

Das Plakat vermittelt, dass ein Burger notfalls auch mehr sein kann als ein Mittel gegen Hunger. Er kann im Falle eines Katers auch die Kopfschmerztablette sein, auf die nicht vergessen werden sollte.

Design: Heye Group

