

” Oavsett vad man gör finns det vinster i att arbeta strategiskt med design **Robin Edman, vd SVID Sid 2**

Lösningen
Enklare telefoner tog Lundaföretaget Doro till nya höjder **Sid 10**

VibFinder håller koll på vibrationerna **Sid 7**



Design & Affärer

OM DESIGN FÖR AFFÄRSUTVECKLING | 2011



MED KUNDEN I FOKUS

Merete Salmeling på SEB Retail hjälper småföretagare att hitta rätt i försäkringsdjungeln **Sid 6**

GUIDE. VÄGEN TILL FRAMGÅNGSRIK DESIGN **Sid 15**

”Design gör skillnad”

Företag som investerar i design har högre omsättning, större vinst, anställer mer personal, är mer innovativa och exporterar mer. Design som innovationskraft och konkurrensmedel är viktigare än någonsin.

Nästan alla företag och organisationer arbetar för att skapa ett attraktivt erbjudande för sina kunder. Oavsett om man utvecklar varor, tjänster, processer, budskap eller miljöer finns det stora vinster att göra om man arbetar strategiskt med design. Men att arbeta med design i sin affärsutveckling kan innebära olika saker för olika företag. Det som är gemensamt för alla är att design är en arbetsprocess för att utveckla med utgångspunkt från kundens behov.

På SVID arbetar vi för att fler företag, organisationer och offentliga verksamheter ska använda design i sin affärsutveckling. Vi vill att svenska verksamheter ska bli världsledande

i att arbeta med design, både strategiskt och operativt. I Design & Affärer kan du läsa om företag och organisationer som på olika sätt använder design som konkurrensmedel. Här handlar affärsutvecklingen ofta inte längre om att sälja en eller flera produkter utan att erbjuda en helhet, en tjänst, där produkter ofta ingår. Det är viktigt att skapa mervärde för kunden och i dag finns oändliga möjligheter att skapa ett attraktivt utbud.

Jag hoppas att du kommer att bli inspirerad! Hör av dig till oss på SVID så kan vi berätta mer om hur vi kan hjälpa dig och din organisation att göra ännu bättre affärer.

Robin Edman, vd för SVID,
Stiftelsen Svensk Industridesign



FOTO: MAGNUS LÄNJE

Läs mer om framgångsrik design

Collectric kollar elen
Sundsvallsföretaget som hjälper konsumenter att få kontroll över elförbrukningen. **Sid 7**

Svenska innovationer
SVT Play, Skype, Spotify, Mag+ och Bilddagboken är bara några exempel på banbrytande digitala tjänster. **Sid 8**

Sommardesignkontoret
När studenter får fundera fritt kan lösningarna på problemen bli väldigt oväntade. **Sid 12**

SVID hjälper dig till bättre affärer

■ DET HÄR ÄR SVID

SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign arbetar för att företag, organisationer och offentliga verksamheter ska använda design i sin affärsutveckling. Vårt fokus ligger på näringslivsutveckling – även när vi arbetar med utbildning, forskning och offentlig verksamhet.

SVID arbetar på uppdrag av Näringsdepartementet och Tillväxtverket. Vi finns i hela landet och har sex regionala kontor som arbetar lokalt med att driva projekt och inspirera näringslivet till utveckling av produkter, tjänster och verksamheter med hjälp av design. Kontakta ditt närmaste SVID-kontor för att få veta mer om hur vi kan hjälpa dig och din verksamhet.

■ HITTA SVID NÄRA DIG

Stockholm: Projektledare Claes Frössén, 08-406 84 45, claes.frossen@svid.se

Malmö: Projektledare Marie Loft, 0706-80 27 73, marie.loft@svid.se

Göteborg: Projektledare Kaj Abbestam, 0705-63 65 46, kaj.abbestam@svid.se

Växjö: Projektledare Gisela Mattisson, 0706-44 26 87, gisela.mattisson@svid.se

Sundsvall: Projektledare Bengt Sandström, 0706-78 03 48, bengt.sandstrom@svid.se

Luleå: Projektledare Gry Holmgren Hafskjöld, 0706-15 11 52, gry.holmgren@svid.se

■ SVID PÅ WEBBEN

På svid.se hittar du bland annat mer information om hur du som företagare kan arbeta med design och hur SVID kan hjälpa just din verksamhet. Här finns också all information om seminarier, kurser och projekt som är på gång.



Så blir du medlem i Intressentföreningen

Intressentföreningen för SVID är en ideell förening där företag, akademiker och offentliga verksamheter träffas, nätverkar och kompetensutvecklas. Läs mer på www.svid.se/intressentforeningen

Design & Affärer

Design & Affärer: Ges ut av SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign, Sveavägen 34, 11134 Stockholm
Tel 08-406 84 40
e-post info@svid.se

Ansvarig utgivare:
Robin Edman, vd SVID
Redaktör och produktion:
Ann Olin, Tidningskompaniet
Karin Stener, SVID

Form: David Linder, Tidningskompaniet
Tryck: Trydells Tryckeri
Citera gärna Design & Affärer men ange källan.

Intro

Hur ökade ni vinsten med hjälp av design?



Stefan Ytterborn, vd, POC

– I min värld går det inte att bryta ner design och sätta den i relation till kronor eller procent. När man säljer en produkt handlar det om att skapa en positiv upplevelse och paketera den för tilltänkta kunder. Så för oss är design något som alltid finns närvarande i arbetet med att planera för nöjda kunder.



Kicki Theander, vd och grundare, Middagsfrid

– När vi startade 2007 hade vi mycket lite kapital men ändå valde vi att lägga en stor del av pengarna på att ta fram en grafisk profil som används i allt från matkassar, receptblad, hemsida och brevpapper till chaufförernas klädsel. Den enhetliga designen har varit en viktig del i uppbyggnaden av företaget.



Fabian Öhlund, teknikchef, Sund Birsta

– Vi har haft en designkonsult här som hjälpt oss med utvecklingen av vår nya serie kompaktorer och den har sålt otroligt bra. Som jag ser det har designerns arbete gjort att vi tvingats samordna olika delar av konstruktionsarbetet bättre. Maskinerna blir mer användbara och bättre ur brukarperspektiv.

5 TRENDER INOM SVENSK INDUSTRI-DESIGN

1

Företag satsar mer på design

Allt fler svenska företag arbetar strategiskt med design. Företag som arbetar integrerat med design är mer innovativa, exporterar mer och satsar ännu mer på design.

2

Design i tjänstutveckling växer

Fler och fler företag ser produkten som en del i en helhet som ska levereras. Leveransen blir en tjänst där en eventuell vara ingår som del. Och för att skapa attraktiva tjänster måste användarens behov vara i centrum.



3

Design för utveckling av verksamheter

Att använda designmetoder för att se över hela verksamheter blir allt vanligare både inom företag och offentlig verksamhet. Ett exempel är hur Designhögskolan i Umeå använder designmetoder för att utveckla den egna utbildningen.

4

Innovation för tillväxt

Regeringen har påbörjat arbetet med en ny innovationsstrategi och förra året kom EU-kommissionens strategi Innovation Union. Design är en drivande kraft i innovationsprocessen och en av de viktigaste faktorerna som måste tillföras för att idéer ska bli framgångsrika.



5

Hållbar design självklar

Få företag skulle i dag våga välja bort hållbarhetsaspekten när de utvecklar en produkt eller tjänst. 80 procent miljöpåverkan från en produkt eller tjänst bestäms i de tidiga stadierna av utvecklingsprocessen, därför är det extremt viktigt att designtänkandet är med från start.



HITTA RÄTT DESIGNKOMPETENS

På svid.se kan du söka bland Sveriges designföretag för att hitta dem som bäst passar din verksamhets krav och behov. Läs mer och sök på www.svid.se, "för företag".



Designerns uppgift är att tillföra en process som kan göra att personerna på företaget själva börjar tänka nyskapande

Anna Valtonen, rektor på Designhögskolan i Umeå
Läs intervjun med Anna på sidan 11

Design i framkant

VAKNA RÄTT MED SLEEP CYCLE

Lägg din telefon i sängen innan du somnar så får du inte bara veta om du sovit tillräckligt. Du blir också väckt när du sover som lättast. Maciek Drejak, som driver företaget Labs AB i Göteborg är hjärnan bakom Sleep Cycle, en applikation till Iphone och Ipod.

Den har sålt i enorma upplagor och har legat i topp på App Stores försäljningslistor i hela världen.

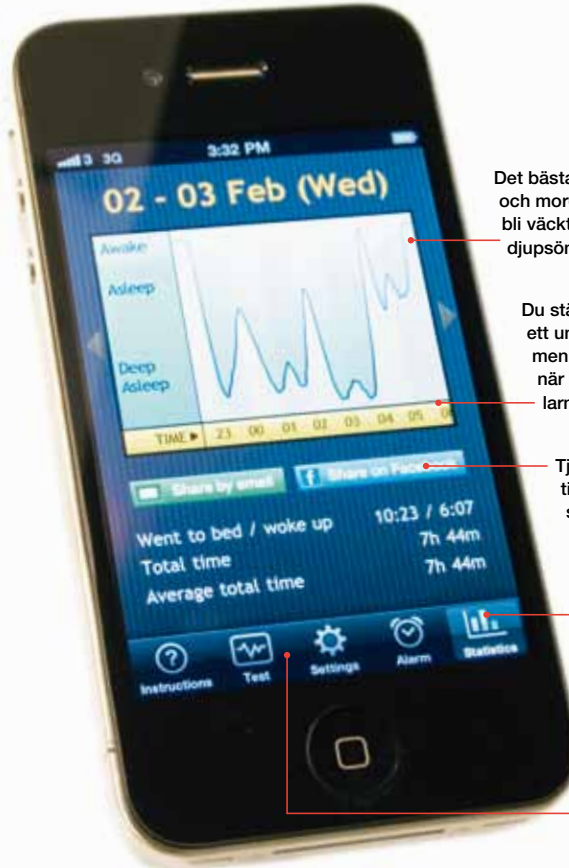
Vad är hemligheten, Maciek Drejak?

– Helt avgörande för framgången är att designen är enkel och användarvänlig. Det finns andra sömnappar med krångligare gränssnitt och många funktioner och de kommer ingenstans. Jag hade hundratals funktioner som jag ville lägga in men skalade bort allt utom det allra viktigaste.

– Men det är självklart viktigt att den är snygg också.

Folk som använder Iphone är kräsna när det gäller formen.

Tekniken bakom appen bygger på att telefonens accelerometer känner av rörelser i sängen för att analysera hur djupt du sover under natten och när du ska vakna för att må som bäst. Tanken är inte ny. Men klockor med de här funktionerna är i allmänhet mycket dyra. Den här kostar sju kronor i App Store.



Det bästa för både kropp och morgonhumör är att bli väckt på väg upp ur djupsömn.

Du ställer in väckningen på ett ungefärligt klockslag men din sömnkurva avgör när exakt det är dags för larmet att ringa.

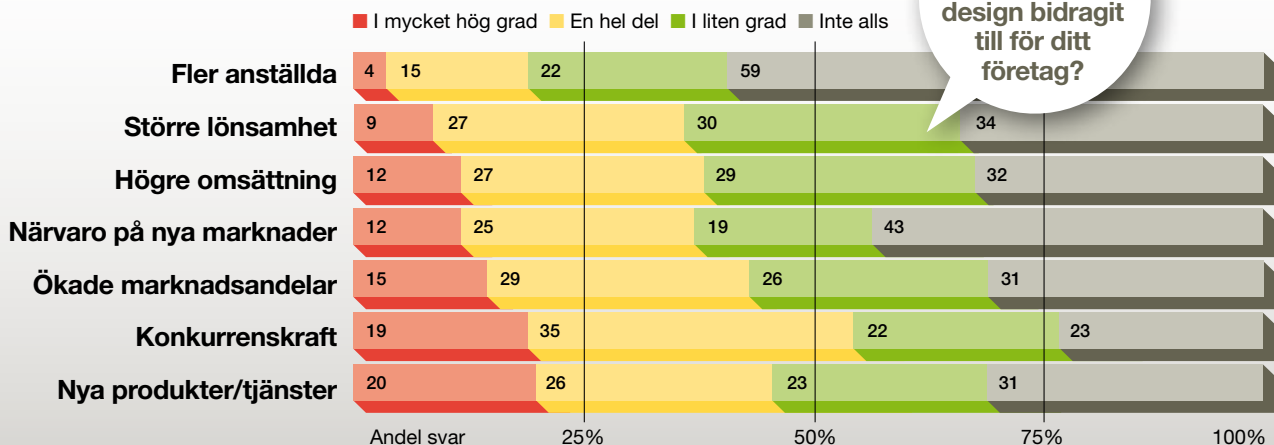
Tjänsten är kopplad till Facebook för den som vill dela med sig av sin sovkurva till bekantskapskretsen.

All sömnstatistik sparas i arkivet. Du kan se hur mycket du sovit, hur dags du somnat, hur dags du vaknat och hur mycket du sovit i genomsnitt.

Utformningen är enkel, avskalad och funktionell. Instruktionerna är kortfattade och tydliga.

Statistik

Affärsnytta genom design



Ur undersökningen "Svenska företag om design 2008"
www.svid.se/undersokningar

(80)

procent av de svenska företagen jobbar med design. Det blir allt vanligare både bland tjänste- och produktföretag.

AIRBAG SOM CYKELHJÄLM
Industridesignerna Anna Haupt och Terese Alstin har utvecklat "Hövding" – en cykelhjälm som fungerar som en airbag som blåser upp sig när cyklisten faller. Airbagen är annars gömd i en snygg sjal runt halsen. Kan förbeställas på www.hovding.com



Hallå där!
Hur ska Orvar minska energiförbrukningen?

SVID-satsningar under 2011

Lokalt, kreativt och hållbart

DESIGNREGION SMÅLAND

1 Småland sjuder av kreativt företagande men företagen hittar inte alltid varandra.

För att hjälpa företagen att knyta kontakter och att tänka design arrangerar Designregion Småland en mängd seminarier, workshops och företagsbesök. Projektet pågår till och med 2012.

Läs om hur du kan delta på

www.designregionsmaland.se



KOSTA BODA ART HOTEL



TVÅSPRÅKIG HÅLLBARHETSGUIDE

2 Allt fler vill jobba med hållbar design men vad innebär det egentligen?

SVIDs hållbarhetsguide vill hjälpa designere, arkitekter, samhällsutvecklare, produktutvecklare, företagare, studerande, forskare och organisationer att hitta rätt i ekodjungeln. Nu finns Hållbarhetsguiden även på engelska. www.sustainabilityguide.se
www.hallbarhetsguiden.se

DESIGN I NORRBOTTEN

3 I Norrbotten finns massor av innovativa företag som står på kö för att få hjälp med design.

Designarena Nord, som drivs av Centek i Luleå, fortsätter nu de senaste årens framgång med att satsa på turistanläggnings form och funktion. Fokus kommer också att läggas på miljö-, tjänste- och destinationsdesign. Läs mer på www.designarenanord.se



Linn Westanbäck deltar tillsammans med sex andra ingenjörstudenter på Mälardalens Högskola i SVID Design Open.

Ni tävlar med energimonstret Orvar som märker om jag stänger kylskåp och tv, som berömmar mig när jag duschar snabbt, åter upp mina kvitton och ler om jag handlat ekologiskt. Hur kom ni på Orvar?

– Vi ville hitta ett sätt att få vår egen generation att tänka hållbart utan att det blir negativt och jobbigt. Orvar visar känslor men han är alltid positiv. Om du glömmar mata Orvar med positiva energiupplevelser blir han trött i ögonen och till slut faller han omkull men du blir aldrig bestraffad.

Hur tänkte ni då?

– I stället för att fokusera på att spara pengar så vände vi på det och försöker förändra världen med en positiv attityd och feedback.

Men är det här verkligen genomförbart i verkligheten?

– Vi har bara byggt in teknik som redan finns. Tekniken i själva Orvar kan du tänka dig som en mobiltelefon fast från år 2000 utan display, med andra ord varken avancerad eller dyr.

SVID DESIGN OPEN 2010

1 300 deltagare tävlar i två klasser, en för högskola och en för gymnasium. Temat är "Energi i vardagen". Syftet är att skapa nya innovationer och affärsidéer med hjälp av design och förhoppningen är att tävlingsbidragen ska förverkligas. Tävlningen arrangeras av SVID i samarbete med Energimyndigheten, Vattenfall, Fagerhult, IKEA och Skanska.

Före/efter

En spjutspets inom arbetskläder

Om vd både ska leda företaget och designa kläder är det lätt hänt att designen kommer i andra hand. När Bengt Lassgård på företaget Toni Lee i stället anlät designern Charlotta Schill fick både han och bolaget en kreativ injektion.

– Det var skönt med någon utifrån som såg på våra kläder med nya ögon. Samarbetet mellan mig och Charlotta klickade direkt. Vi kunde bolla idéer mellan oss och det gav oss snabbt två nya storsäljare på jacksidan, säger Bengt Lassgård.

I och med designsatsningen bestämde sig företaget för att bli en spjutspets inom arbetskläder. I en bransch där alla kopierar varandra vill Toni Lee vara den som de andra kopierar.

– Vår satsning på ny design är ett sätt för oss att sticka ut bland de stora drakarna i branschen, säger Bengt Lassgård.



FÖRE

Traditionell vinterjacka i pilotmodell med två korta vertikala dragkedjor framtill. Praktisk, men något klumpig.

EFTER

Modernare snitt ger en mer slimmad profil. Längre dragkedjor. Horisontal passpoal i reflex.

WEBB-TV

Designsatsningen ingår i SVIDs projekt Expandera i Skåne och Blekinge. Se filmen om Toni Lees designsatsning på: www.expandera.org

Energimonstret Orvar.



MED KUNDEN I FOKUS

För att lyckas med en ny produkt är det viktigt att veta vad användarna behöver. Vi har träffat tre företag i olika branscher som har tagit fram nya produkter och tjänster i nära samarbete med sina kunder.

Merete Salmeling, affärsutvecklare på SEB Retail

”Enkelhet och trygghet viktigt för småföretagare”

Innan SEB tog fram ett nytt försäkringspaket för egenföretagare bestämde de sig för att undersöka vilka önskemål och behov de potentiella kunderna hade. De anlätte servicedesignkonsulterna på Transformator Design för att ta fram konceptet till den nya paketylösningen. Efter intervjuer med olika typer av småföretagare kunde Transformator Design konstatera att oron för skatter, intäkter och utrustning var större än oron för den egna personen.

– Företagarna upplevde den här sortens försäkringar som en djungel. Därför blev enkelhet och trygghet viktigt för att hjälpa kunden, säger Merete Salmeling.

Resultatet blev försäkringspaketet Trygga företagaren som samlar tre försäkringar: TjänsteGruppliv, Vårdförsäkring special och Olycksfallsförsäkring. Intresset bland företagarna var rekordstort och försäljningen kom igång redan innan SEB började marknadsföra sin nya produkt. Sedan dess har Trygga företagaren överstigit den förväntade försäljningen med över 150 procent.

– Tack vare samarbetet med Transformator Design visste vi vad vi skulle fokusera på och lyckades på det sättet nå fram med vår produkt, säger Merete Salmeling.

Merete Salmeling, affärsutvecklare på SEB Retail, lyssnade på kunderna och tog fram försäkringspaketet Trygga företagaren.



FOTO: RICKARD KILSTRÖM

Collectric AB deltar i SVIDs projekt "Utveckling av cleantechföretag med design". Projektet syftar bland annat till att bygga starka varumärken och utveckla affärskoncept med hjälp av design.



FOTO: KRISTOFER LÖNNÄ

Urban Jonsson, marknadschef på Collectric "Medvetna kunder kan spara på elen"

Hur mycket el går åt? Det är frågan som Sundsvallsföretaget Collectric hjälper till att svara på. Med produkten Min el erbjuder de sina kunder att enkelt följa sin elkonsumtion.

– Många betalar fortfarande sin elräkning en gång om året. Det är som att köra bil genom backspeglarna. Man märker först efteråt att man har kört på en sten, säger företagets marknadschef Urban Jonsson.

Min el riktar sig huvudsakligen mot bostadsrättsföreningar och fastighetsbolag. Collectrics mätsystem visar hur elförbrukningen fördelar sig i fastighetens olika enheter. Informationen kan sedan användas som underlag vid fakturering för fastighetsägaren. Även lägenhetsinnehavaren kan studera sin energiförbrukning på nätet och på så sätt få möjlighet att påverka den.

Från början var det bara rena mätdata som rapporterades, men fler funktioner har utvecklats tillsammans med kunderna.

– I dag kan slutanvändaren gå in och se precis varför det blev dyrt eller billigt en månad. Efter förslag från kunder tog vi också fram en funktion som gjorde att de kan jämföra sin förbrukning med genomsnittet i området, säger Urban Jonsson.

Jens Sperens, vd och grundare av Norrvision

"En intelligent och lätt vibrationsmätare"

Jens Sperens upptäckte behovet av en bärbar vibrationsmätare när han var på konsultuppdrag hos olika byggföretag. Nya direktiv från EU krävde att arbetsgivarna skulle se till att vibrationerna arbetarna utsattes för från sina verktyg inte var för stora. Men arbetsgivarna hade inte något enkelt sätt att mäta dessa. Jens Sperens hörde runt bland kunderna om vilka funktioner som skulle vara viktiga för dem.

– De önskade en produkt som var enkel att bära och som gjorde att man kunde använda båda händerna. De ville också att den skulle vara estetiskt tilltalande, säger Jens Sperens.

Han menar att en genomarbetad industridesign lyfter en teknisk pryl till sitt rätta värde. Ett handplockat team har arbetat med såväl tekniken och designen av produkten. Resultatet blev VibFinder, en vibrationsmätare som påminner om en armbandsklocka. Den mäter både hur kraftiga vibrationerna är och hur länge arbetaren utsätts för dem. Informationen läggs sedan automatiskt ut på nätet där arbetsgivaren, skyddsombudet eller arbetaren själv kan läsa av den.

– Design handlar om att utgå ifrån användaren och efter som VibFinder är framtagen tillsammans med dem som ska använda den, tror jag att den har mycket stor chans att klara sig på marknaden, säger Jens Sperens.



Genom SVIDs projekt Designarena Nord fick Jens Sperens möjlighet att prova på en industridesigner. Resultatet blev så lyckat att Norrvision valde att fortsätta samarbetet i egen regi. Läs mer på www.designarenanord.se

FOTO: ANDERS WESTEREGREN



"Designen är anledningen till att Skiptrip överhuvudtaget finns och att vi är framgångsrika", säger företagets vd Urban Stårner, som här demonstrerar videokonferensens enkelhet.

DE GÖR DET SVÅRA ENKELT

Ibland dyker det upp digitala produkter och tjänster som förändrar hur vi använder teknik. De hittar behov som vi inte visste att vi hade och möjligheter som vi inte kunde drömma om. Men, vad är egentligen hemligheten bakom de digitala innovationer som slår sig fram genom bruset och in i de svenska hemmen?

Text: Sara Wilk **Foto:** Rickard Kilström

De dyker upp som svampar ur jorden, de digitala innovationerna som hela tiden ger oss nya möjligheter. Vi är mitt i en teknisk revolution och smarta telefoner, roliga filmklipp på internet och videosamtal har blivit mer regel än undantag. Skype och Spotify är två svenska varumärken som kvalar in på 2000-talets digitala topplista. De gick i bräschen för tjänster som i dag är en självklarhet i vardagen.

Ett nytt svenskt företag som också gett sin in på arenan för digitala tjänster är Skiptrip. Företagets affärsidé är att arrangera videokonferenser från färdiga konferensrum. Motparten sitter antingen på ett eget system eller i något av de rum ute i världen som är kopplade till företaget. Här är enkelheten i fokus – kunden ska inte behöva bry som om tekniken eller trycka på en enda knapp.

– Vi såg att branschen hade misslyckats. Många av systemen för videokonferenser var utvecklade av ingenjörer – och de var så krångliga att de bara kunde användas av ingenjörer, konstaterar Urban Stårner som är vd på företaget.

Det första som rök var de stora, knappbeklädda fjärrkontrollerna. Ut med komplicerad teknik och in med enkelhet och effektivitet.

– När det gäller digitala tjänster tror jag inte att någon är intresserad av själva tekniken. När man säljer en digital tjänst handlar det i stället om att skapa en upplevelse, konstaterar Urban Stårner. Ett lyckat koncept som vinner användarnas gunst verkar vara ett som är anpassat för just dem. Det ska vara enkelt, lättanvänt och tillgängligt. På frågan om det egentligen inte handlar om självklarheter svarar Urban Stårner snabbt:

– Man förstår inte vad enkelhet innebär förrän man ser det.

För Skiptrip har tankar om användbarhet och design gått hand i hand. Alla företagets val är baserade på just det, från tjänstens inramning till mötesrummens inredning.

– Designen är anledningen till att Skiptrip över huvud taget finns och att vi är framgångsrika. De psykologiska aspekterna och känslan man får när man använder tjänsten är jätteviktiga, säger Urban Stårner.

SVT Play är ytterligare ett bra exempel som näst intill revolutionerade hur vi ser på tv i datorn.

– SVT har haft rörlig bild på nätet under många år, men när vi utvecklade SVT Play handlade det mycket om att skapa ”tv-känsla” i datorn. Nu skulle

man även kunna se hela program och inte bara klipp, säger Erik Hedin, projektledare SVT Play.

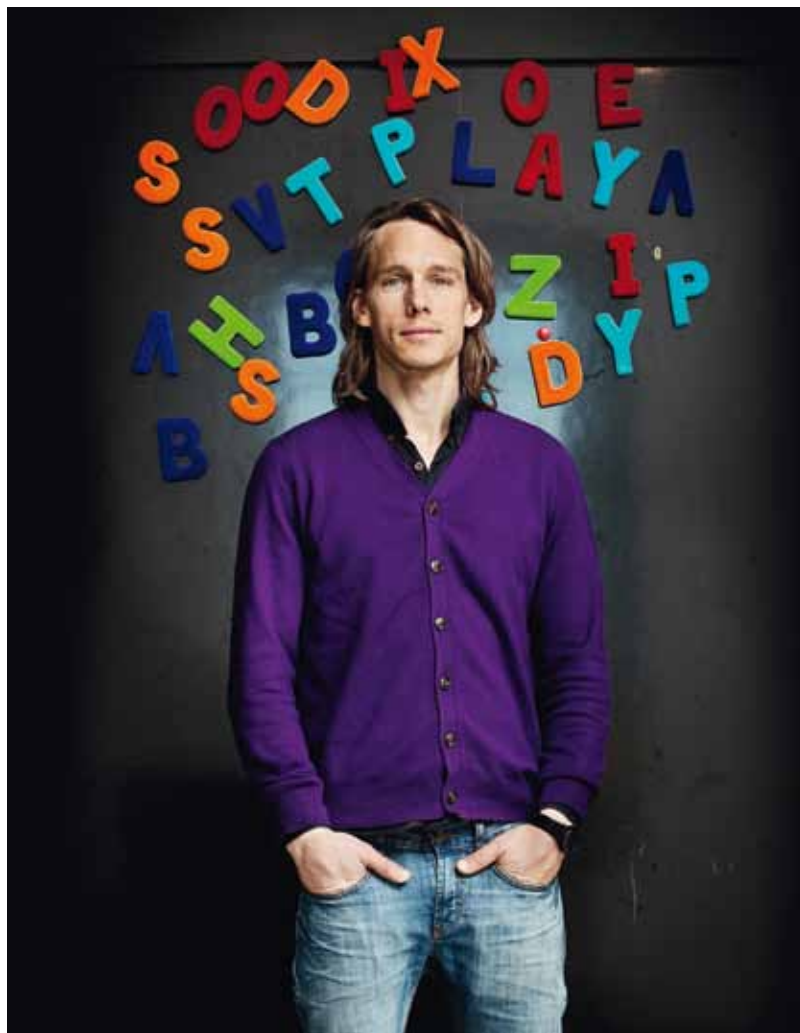
Andra framgångsfaktorer för SVT Play var en användarvänlig design, teknik som funkade från start och innehållet, det vill säga SVTs program. För att utveckla tjänsten samarbetade SVT med designbyrån Doberman.

– När vi började arbeta var det viktigt att vi redan i insiktsfasen, och under researchen, utgick från användarna. Men vi delade inte upp dem demografiskt, utan utifrån deras beteende på internet och deras mognadsgrad när det gäller tv på nätet, säger Anders Frostenson, kundansvarig på Doberman.

– För SVT Play var fokuset på användarna väldigt viktigt. Ledorden blev tillgänglighet och enkelhet och det genomsyrade hela arbetet. Från tjänstens utformning till den grafiska profilen, säger han.

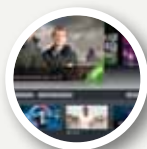
Anders Frostenson, som arbetat med många digitala tjänster, menar att det finns tre perspektiv som man alltid måste bära med sig: organisationens, användarens och teknikens.

– När man skapar någonting nytt handlar det om att hitta ett epicentrum där de tre perspektiven möts. Det händer någonting magiskt när man lyckas och samtidigt gör någonting svårt väldigt enkelt, konstaterar han. ■



Anders Frostenson,
kundansvarig på
designbyrån Doberman.

Svenska digitala innovationer



SVT Play

SVT Play var en av tjänsterna som tog in tv i datorn i de svenska hemmen. Plötsligt kunde alla ta del av SVTs program när och hur de ville. Tack vare enkelhet och användarfokus har varumärket Play blivit något av en standard för tv on demand.



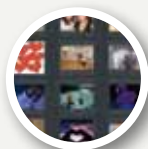
Skype

Den svenska innovationen som tog världen med storm. På ett enkelt sätt har tjänsten gjort det möjligt att ringa gratis till nästan vem som helst i vilket land som helst – allt som behövs är en dator, en internetuppkoppling och ett Skype-konto.



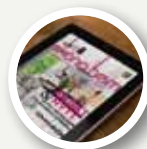
Spotify

Det var först när Spotify lanserades som strömmande musik över internet blev en självklarhet. Genom att tillfredsställa användarnas behov har man skapat en tjänst som nu finns i var och varannan dator och som på många sätt förändrat vårt sätt att lyssna på musik via datorn.



Bilddagboken

Bilddagboken är en svensk internetgemenskap där användarna kan ladda upp och dela med sig av sina bilder. "Fokus ligger på att tjänsten ska vara enkel och personlig. Det som är utmaningen är att vad som är enkelt och personlig hela tiden förändras", säger Joakim Grönvall som är en av grundarna.



Mag+

Bonniers egna publiceringssystem för digitala läsplattor har redan ett antal stora svenska magasin på kundlistan. "Utgångspunkten är själva magasinupplevelsen. Vi har försökt att skapa ungefär samma flöde som när man läser en historia i verktyget", konstaterar Fredrik Strömberg som är konceptansvarig.



Skiptrip

Genom att låta designen genomsyra hela verksamheten har man skapat videokonferenser som är långt ifrån de tekniska monsterprojekt som de en gång var. För Skiptrip är enkelheten i fokus – kunden ska inte behöva bry som om tekniken eller trycka på en enda knapp.

”Design är ett sätt att skapa kreativitet i företag”

Design är ett viktigt redskap för nytänkande och tillväxt i näringslivet. Därför är samarbetet mellan skola och näringsliv viktigare än någonsin. Vi träffade Anna Valtonen, rektor på Designhögskolan i Umeå för att få veta mer om design och affärer på högskolan.

NYSKAPANDE
Anna Valtonen tycker att det är viktigt att designern ska vara kreativ och nyskapande istället för att vara reaktiv till det som redan har hänt i världen.

1 Hur arbetar ni på Designhögskolan för att design ska leda till innovation och tillväxt?

– Designer är ett av de få yrken där man skolas till att tänka annorlunda. Det är därför designerns uppgift att få andra personer inom företaget att tänka på ett nyskapande sätt. Det är alltså inte designern som nödvändigtvis kommer med alla nya idéer. Uppgiften är snarare att tillföra en process som kan göra att personerna på företaget själva börjar tänka nyskapande.

2 På vilket sätt samarbetar ni med näringslivet?

– På många sätt. Alla studenter samarbetar med flera externa partner under utbildningen. Detta för att de ska få erfarenhet av olika sorters företag och organisationer. Många studenter gör också slutarbeten tillsammans med näringslivet. Dessutom har vi diverse event där vi bjuder in både studenter, personal och näringslivsrepresentanter för att få igång diskussioner mellan dessa olika parter.

Vi har samarbete med inhemska och globala företag. Det är viktigt för oss med internationella kontakter eftersom 70 procent av studenterna kommer från andra länder än Sverige. Många av dem reser sedan ut i världen efter examen med en kännedom om Sverige och den svenska kulturen i bagaget.

3 Vad kan näringslivet lära sig av att arbeta med designprocessen?

– Det är en stor fråga. Vad är alternativet? Om alternativet är att gå vidare som man alltid har gjort blir det ju ingen förnyelse. Designprocessen är ett medvetet sätt att skapa kreativitet, men det är också ett sätt att tänka på kunden och nå resultat. Ett företag som inte tänker på slutanvändaren och nyskapande får det svårt.

” Uppgiften är snarare att tillföra en process som kan göra att personerna på företaget själva börjar tänka nyskapande.

4 Vilka erfarenheter från ditt jobb som ansvarig för designforskningen på Nokia har du användning för i ditt nuvarande jobb?

– Jag vill gärna ta in designprocessen för att förnya utbildningen. Ett exempel är ett projekt som vi kallar Prototyping the future. Under en vecka i vintras fick all personal och alla elever diskutera framtidens designutbildning. Vi satte ihop workshops med externa lärare från olika områden. Utifrån dessa workshops och diskussionerna de skapade hoppas vi kunna utveckla de befintliga utbildningarna, men i förlängningen också skapa nya. På det här sättet har vi samlat kunskap om



vad som händer ute i världen för att skapa ett material på vilket vi kan ta strategiska beslut.

5 Förutom att vara rektor är du även forskare. Vad handlar din forskning om?

– Den delen har blivit lite begränsad, men jag hoppas att det ska bli mer av det. Det jag allra helst skriver om är hur designprofessionen utvecklas. Ofta i relation till hur näringslivet utvecklas. Jag är nyfiken på att undersöka vad som får en yrkesgrupp att utvecklas. ■

ANNA VALTONEN

Yrke: Rektor på Designhögskolan i Umeå

Född: 1974 i Helsingfors

Bor: Umeå

Familj: Man och ett barn

Bakgrund: Tidigare designforskningschef på Nokia i Helsingfors. Disputerade 2007 med en avhandling om den professionella utvecklingen av industridesign i Finland sedan början av 1990-talet. Har varit gästprofessor vid ESSEC Business School i Paris.

Kuriosa: Samlar på små jordglobar. "Kanske för att påminnas om hur liten världen egentligen är."

MÖTET GAV MILJONER IDÉER

I mötet mellan studenter och företag kan lösningarna bli något helt nytt. Följ med till Sommar designkontoret Botkyrka där studenterna hjälpte byggföretaget Veidekke att tänka nytt kring miljonprogrammen.

Text: Sara Wilk **Foto:** Linnea Arbab Svensson

Det var inte den lättaste av frågeställningar som studenterna på Sommar designkontoret i Botkyrka fick jobba med. Miljonprogram och betongföroret är ord som inte ger associationer till hembygd och trivsel, konstaterade Veidekke i sin uppdragsbeskrivning, samtidigt som man gav de åtta studenterna i uppdrag att luska ut hur man skulle kunna utveckla miljonprogrammet i Alby.

– Det var ett väldigt öppet uppdrag. Veidekke ville lyfta upp och engagera sig i ett område som hamnat lite i periferin, säger Emelie Bergström som var en av kontorets åtta studenter.

Varje år samlar Sommar designkontor runt om i

Mikael
Lidström,
regionchef
Veidekke

Lars
Snickert,
student

Emelie
Bergström,
student



Sverige studenter från hela världen. Tillsammans arbetar de med projekt från bland annat företag och kommuner. Det handlar om idéorienterade uppdrag och det är precis vad arbetet tillsammans med Veidekke skulle bli ett lyckat exempel på.

– Utgångspunkten för det här projektet var att sätta sig in i vad människorna i Alby vill och ringa in den övergripande identiteten i området, för att få en förståelse för förutsättningarna, förklarar Lars Snickert, en av studenterna som var involverade i projektet.

Därför inleddes ett omfattande undersökningsarbete. Studenterna talade med invånare, makthavare och företagare för att få grepp om områdets potential, samtidigt som de kartlade bland annat topografi, infrastruktur och byggnadstyper. Till slut mynnade arbetet ut i tre möjliga scenarier: att man kan bygga nytt bland det gamla, riva delar av området och addera nya byggnader eller riva allt och bygga nytt.

– På något sätt var vår uppgift att visa på alternativ och möjligheter. Det var inte upp till oss att säga att något alternativ var bättre än det andra, säger Lars.

Det är en underdrift att säga att studenternas tankar blev väl mottagna. Deras arbete har legat till grund för en rad förslag som Veidekke planerar att presentera för Botkyrkabyggen, en av fastighetsägarna i Alby. Men tankarna har också varit grogrund för idéer som inte alls fanns med på kartan innan sommaren.

– Vi har planer på att erbjuda arbetslösa ungdomar jobb på våra byggen så att de får en chans att lära sig hantverksyrket. Samtidigt vill vi ge dem möjlighet att läsa upp sina gymnasiebetyg, berättar Mikael Lidström, regionchef på Veidekke, och tillägger:

– Ofta fungerar det så att vi kommer till ett område, bygger ett hus och sedan drar därifrån. Men där ska ju folk leva och bo, då är det bättre att försöka skapa engagemang och en lokal anknytning samtidigt. ■

VILL DU FÅ HJÄLP AV SOMMARDDESIGNKONTORET?

Sommardesignkontoret har funnits sedan 1998 och drivs sedan 2001 av SVID på flera olika platser i landet. Tillsammans med uppdragsgivarna – till exempel företag, kommuner och länsstyrelser – arbetar studenterna med idéorienterade projekt där målet är att komma med idéer till koncept, inte att presentera färdiga lösningar. Syftet är att ge en inblick i vad designarbete är och hur det kan förbättra en produkt, verksamhet eller idé. Mer information finns på www.svid.se/sommardesignkontoret



Hur får man ett grått miljonprogramsområde att leva upp och grönska?

Fyra andra exempel på nytänkande från Sommarbdesignkontoret 2010



Scandidelux

- **Varför:** Uppdragsgivaren, som har lång erfarenhet av armaturer för industri och offentlig miljö, ville undersöka möjligheterna att använda LED-teknik i sina produkter. Därför fick Sommarbdesignkontoret Arvidsjaur/Arjeplog/Haparanda i uppdrag att ta fram konceptförslag för tre olika typer av armaturer: pollare, tunnelbelysning och parkbelysning.
- **Vad:** Tre stilrena och robusta ledarmaturer som bygger på kostnadseffektiva produktionsmetoder.
- **Uppdragsgivare:** Scandidelux Lighting, Seskarö.
- **Nästa steg:** Företaget har inte beslutat hur man ska gå vidare med konceptet, men man söker finansiering och undersöker samtidigt de tekniska möjligheterna.



Fagerstahallen

- **Varför:** Utgångspunkten för projektet var att Fagerstahallen behöver ett lyft. I dagsläget upplevs den som lite trist och omodern, skriver man bland annat i projektrapporten från Sommarbdesignkontoret Fagersta/Norberg. Därför ville kommunen ta fram ett helt nytt koncept för att framhäva hallens fulla potential och göra den mer attraktiv för besökarna.
- **Vad:** Ett nytt, färgsprakande och livfullt koncept för att lyfta Fagerstahallen.
- **Uppdragsgivare:** Fagersta kommun, Fagersta.
- **Nästa steg:** Kommunen har fått pengar för att renovera hallen. Hur ombyggnationerna kommer att se ut är ännu inte bestämt, men kommunen har studenternas förslag i åtanke.



Alimak Hek

- **Varför:** Alimak Hek tillverkar hissar till bland annat byggen och industrier. För att hålla koll på att allt fungerar ute hos kunderna skickas både drift- och serviceinformation via deras eget webbsystem. Men, systemet var lite för komplicerat. Därför fick Sommarbdesignkontoret Skellefteå i uppgift att förenkla användarstrukturen och harmonisera det grafiska uttrycket med företagets varumärke.
- **Vad:** Ett uppdaterat och förenklat system för drift- och serviceinformation och ett uppräschat utseende på företagets webbverktøy.
- **Uppdragsgivare:** Alimak Hek, Skellefteå.
- **Nästa steg:** Företaget har valt att gå vidare med konceptet. Två av projektmedlemmarna har anlitats till det team som arbetar med den fortsatta utvecklingen i företagets regi.



Schine Innovation

- **Varför:** Entreprenörsföretaget Schine Innovation uppmärksammade att kuskar lätt drabbas av problem med synen, eftersom de till vardags får utstå bland annat stenscott, lerstänk och vinddrag. Sommarbdesignkontoret Gävleborg/Dalarna fick därför i uppdrag att utveckla professionella skyddsglasögon för kuskar.
- **Vad:** Ett koncept för hur professionella skyddsglasögon för kuskar skulle kunna se ut.
- **Uppdragsgivare:** Schine Innovation, Falun.
- **Nästa steg:** Företaget hade redan kommit en bit på väg i arbetet med skyddsglasögonen. Men efter Sommarbdesignkontorets förslag tog man några steg tillbaka och tänkte om. Nu arbetar man vidare med studenternas koncept som bas, bland annat med hjälp av professionella designkonsulter.

Problem

Doro hade svårt att hitta sin plats på telekommarknaden med en negativ utvecklingspiral som följd.

En satsning på telefoner för seniorer som utgick ifrån målgruppens behov gjorde att företaget bytte inriktning.

Lösning

Doros snilleblix – telefoni för seniorer

En satsning på telefoner för seniorer blev en nytändning för Doro. Genom att noga kartlägga efterfrågan bland äldre tog man fram en serie telefoner som levde upp till deras önskemål.

– Vår filosofi är att de som ska använda våra produkter ska vara med och utveckla dem, säger företagets vd Jérôme Arnaud.

Året var 2006. Konkurrensen på telekommarknaden var stenhård och företagets siffror på väg nedåt. Då kom snilleblixen: en satsning på telefoner för seniorer utformad efter deras egna önskemål.

Intresset för mobiltelefoner bland äldre var stort, men i utbudet saknades vad de efterfrågade. Nämligen en enkel telefon utan några tekniska finesser och med stora tydliga knappar. Doro tog fram en testvariant som togs väl emot av marknaden. Det var starten på den strategiska satsningen Care Electronics med olika produkter riktade mot seniorer.

För att få bättre förståelse för vilka problem som äldre hade i samband med telefoni gjorde Doro tillsammans med

konsluterarna på Ergonomidesign ett antal användarstudier. Man samarbetade bland annat med pensionärsorganisationer och föreningar för olika funktionsnedsättningar för att få underlag till produkternas utformning.

Tillsammans med designteamet på Ergonomidesign tog de fram en serie telefoner för äldres specifika behov. Gemensamt för telefonerna är att de är tåliga och lätta att greppa. De har stora knappar som är separerade från varandra och stora siffror med hög kontrast. Och framför allt är de enkla att använda.

– Designen har varit mycket viktig för vår succé. Framgångarna beror på att vi har lyckats ta fram produkter som både är funktionella och snygga, säger Jérôme Arnaud.

Användarvänligheten har inte bara resulterat i en ökad omsättning utan också gett företaget flera internationella designpriser, bland andra iF Gold Award, Wonder Vision Award och IDEA



Jérôme Arnaud, vd och Camilla Nilsson, marknadschef.

Bronze Award. Samarbetet med Ergonomidesign fortsätter och nya modeller tillkommer efterhand.

Det huvudsakliga området är mobiltelefoner, men Doro satsar också på andra produkter riktade mot äldre som fastnätstelefoner, fjärrkontroller och sakföremål. Med riktad marknadsföring har seniortelefonernas andel av företagets omsättning ökat rekordsnabbt. 2006 stod Care Electronics för 7 procent av omsättningen, 2010 var samma siffra 82 procent.

– Care Electronics har

DORO

Plats: Lund
Gör: Telekomprodukter med fokus på seniorer
Grundat: 1972
Företagsform: Aktieföretag
Omsättning: 493 Mkr (2009)
Antal anställda: 60
Designkonsult: Ulrika Ewerman, designstrateg Ergonomidesign samt Maria Benktzon och Jan Puranen, produktdesigner på Ergonomidesign

snabbt blivit vårt huvudsakliga affärsområde och har gjort att Doro i dag finns representerat i över trettiofem länder på fem kontinenter, säger Jérôme Arnaud. ■



DORO PHONEEASY 410 GSM

Doros telefoner utmärker sig genom sin tydlighet. Funktionerna är enkla med några snabbkommandon och larmfunktion.

START. Här börjar designresan

1 Offert

Du vet att något behöver förbättras men du behöver idéer och kontaktar en designer. Men innan något arbete kan påbörjas måste man enas om två saker: vad som ska göras och vad det får kosta. För att det ska vara möjligt att fastställa detta måste det finnas en komplett uppdragsbeskrivning. För att arbetet ska fortlöpa utan problem är det viktigt att hela projektet är noggrant beskrivet i offerten.

Insikt

För att få ut bästa möjliga resultat av samarbetet med ett designföretag är det bra att veta hur en designer jobbar. Designern är inte bara en person som ger produkten en tilltalande form. En lika viktig del av designerns jobb är att analysera förutsättningar, produkt, företag, kunder och marknaden.

2

3 Förslag

Nästa steg i processen är att designern tar fram ett antal förslag baserade på analysen som är gjord utifrån behov, funktion och affärsmodeller. Förslagen kan presenteras nedskrivna, som skisser, datoranimeringar eller enkla modeller. En idé kan testas i simulerad miljö eller i verkligheten för att undvika dyra förändringar senare.

4

4 Genomförande

Designarbetet är en gemensam process mellan beställare och designer. Tillsammans kommer man fram till vad som måste förändras och förbättras i de första förslagen. Ringa in vad som ska förverkligas och ta fram en modell eller en prototyp. När alla är nöjda är det dags att göra konstruktions- och produktionsunderlag.

Vägen till rätt design

Design kan öka både konkurrenskraft, lönsamhet och omsättning för ett företag. Det gäller både produkter och tjänster. Men helhetsgreppet är viktigt. Den här guiden tar dig igenom processen för ett lyckat designarbete.

6

6 Formskydd/patent

För att den nya produkten ska vara unik på marknaden så länge som möjligt, är det viktigt att skydda sin investering. Patent- och Registreringsverket handhar skydd för form och varumärke. Om ni har utvecklat en unik lösning, bör en patentbyrå kopplas in.

5

5 Kvalitet

I samband med produktionsplaneringen och provserierna uppstår ofta oväntade problem som kan behöva rättas till. En designer kan i dessa fall hjälpa till att kontrollera att kvaliteten blir fortsatt hög och att produkten uppfyller avsedda behov och förväntningar.

7

7 Lansering


Marknadsplaneringen är en process som bör löpa parallellt med designarbetet. En nära kontakt mellan er marknadsavdelning, reklambyrå och designföretaget är därför viktig för att underlätta en snabb lansering när produkten är färdig.

8

8 Implementering/utvärdering

När produkten är färdig och har nått marknaden bör samarbetet följas upp och utvärderas. Har det fungerat? Blev resultatet det önskade? Har produkten hittat rätt på marknaden? Tveka inte att ta kontakt med designern för återkoppling på arbetet.

LADDA NER BROSCHYREN!

 En utförligare version av guiden finns att ladda ned på www.svid.se/vagentillrattdesign. Du kan också ta kontakt med ditt regionala SVID-kontor.

www.svid.se

