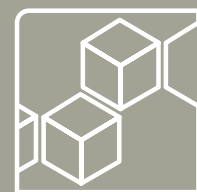


# DESIGN FÖR ENTREPRENÖRSKAP



PROJEKTET INGÅR I DESIGNSATSNINGEN DESIGN SOM UTVECKLINGSKRAFT UNDER PERIODEN 2003-2005

## Designanvändning med samarbete i centrum

För Hans A. Tell har betoningen i projektet genomgående legat på samverkan. Professioner behöver mötas och samarbeta, likväl som företagsledningar behöver möta designers och få insikt i vad de kan tillföra företaget. Östergötland och Västervik är två goda exempel på entreprenörsanda, menar Hans A. Tell.

Här har SVID medverkat till att starta upp nya projekt med informationstillfällen, analystillfällen och upptaktsmöten. I Västervik ligger ett nybildat designföretag i startgroparna, sprunget ur ett tidigare sommardesignkontor och samarbetsprojekt där SVID varit en av parterna. Projektet kommer även att arbeta med riskkapitalföretag och hur design kan vara en strategisk fråga för de företag de ska investera kapital i.

Design för entreprenörskap handlar hela tiden om att inspirera och kommunicera för människor vad design har för betydelse inom ett aktuellt område.

### Designens betydelse för Sveriges entreprenörer

Inom projektet har man enats om att se design som själva resan. Det är en arbetsmetodik och en process, inte enbart något man kan ta på. I fokus ligger ständigt frågorna "varför" och "hur".

– Hur ska företagen kommunicera det företaget vill? Hur upplever vi saker och ting? Hur gör vi en bra produkt eller tjänst? Varför ska vi göra på det här viset? Varför säljer inte en produkt? Hur och varför ställer frågor om strategier. Det övergripande målet jag jobbar med är att design ska bli en naturlig och medveten del i företagets affärsstrategier.

De senaste tre åren har marknaden växt. Innan dess var informationen kring design som affärsstrategi och konkurrensmedel knapphändig. Idag har både SVID och andra aktörer satsat på att föra ut kunskap om området.

– Idag ligger utmaningarna i att fortsätta föra ut kunskap om design som ett strategiskt konkurrensmedel till Sveriges företag. För Sveriges designkår ligger det också en utmaning i att utveckla sin affärsmässighet. Jag ser team med affärskonsulter, industridesigners och designmanagementkonsulter inom en snar framtid. Det är särskilt viktigt att design får ett utökat tillträde till företagets ledningsfunktioner.

### Designårets påverkan

Enligt Hans A. Tell erfarenheter har Designåret gjort människor öppnare för att tala om design och designens betydelse. Det har blivit lättare att få människor att lyssna. Han betonar dock att det som sker nu är att plattformen byggs.

– Detta är bara startåret. Det är nu det börjar!



#### Kontaktperson:

För mer information om projektet, kontakta projektledaren Hans A. Tell.  
Telefon 0708 72 77 20, e-post: hans.tell@svid.se



»Design är en investering och ett konkurrensmedel som handlar om att kommunicera företagets affärsidé och själ«

Hans A. Tell, Projektledare för Design för Entreprenörskap



## Design påverkar företagens utveckling

**Design möjliggör ökad tillväxt.** Design är en investering som underlättar, effektiviserar och bättre kommunicerar ett företags affärsidé. Design är att ta tillvara på en produkts eller tjänsts möjligheter från idé till slutresultat. Design utgår ifrån kund- och brukarbehovet och svarar på frågan: varför vill jag köpa och använda just den här produkten eller tjänsten?

”Design är att kommunicera” menar projektledaren Hans A. Tell. Design för entreprenörskap tar ett helhetsgrepp om entreprenörsandan och designkompetensen i Sverige. Fokus ligger på teamarbete. På kurser och utbildningar möts olika kompetenser och får kunskap i hur de kan utveckla sina egna verksamheter, såväl som sitt samarbete. Som ett stöd i dessa utbildningar används det CD-baserade utbildningsverktyget Design i affärsutveckling (DiA) som bygger på ett antal företagsexempel beskrivna med utgångspunkt i designprocessens olika faser.

**Målet är att** företagen ska öka sin konkurrenskraft och designera sin affärsidé. Med nyvunnen kompetens uppmuntras designköpare och yrkesverksamma konsulter att föra projektets själ vidare i nya samarbetsformer. Ett utökad utbyte mellan företag och designerges positiva tillväxteffekter åt båda håll.

## Resultat

**1 500 deltagare i designutbildningar, 20 utbildade designköpare, 10 företag som genomfört utvecklingsprojekt med hjälp av designmetodik, åtta ALMI-företag har tillgång till DiA, 35 utbildade design- och affärskonsulter samt fem designföretag som använder DiA, är exempel på den spridning projektet uppnått fram till oktober 2005.**

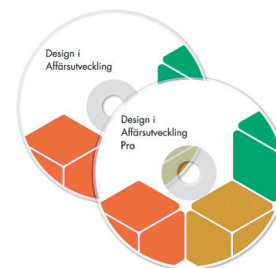
**Företagsanalyser och Designgenomgångar** har genomförts i 45 företag. Det är metoder som syftar till att gå igenom och utveckla hur ett företag hanterar designfrågor.

**Svenskt designföretag bildat i Hongkong.** Genom samarbete mellan SVID, UD och Hongkong Design Center har man lyckats påbörja arbetet med att uppfylla målet att etablera fler svenska designföretag utomlands.

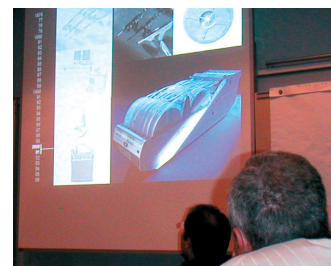
## Affärsdesign är en del av framtiden

**Designrörelsen lanserad.** Under 2005 lanseras en ny utbildningssatsning i samverkan med SVID kallad Designrörelsen. I utbildningsprogrammet ingår olika kursmoment som fungerar som en grundläggande och bred inspirationsutbildning inom designområdet. Materialet vänder sig till företag, offentliga myndigheter, designere och en designintresserad allmänhet.

**Framtida utmaningar** är att fortsätta på den inslagna vägen och öka förståelsen för design som ett konkurrensmedel och en del av affärsstrategin. Målet är att design ska vara naturligt och medvetet för alla som arbetar med att göra affärer.



Biblioteket Design i affärsutveckling (DiA) är ett CD-baserat utbildningsverktyg som bygger på en rad företagsexempel.



DiA-biblioteket fylls ständigt på med nya företagsexempel.



Fler än 1 300 deltagare har hittills deltagit i DiA:s olika designutbildningar.



### Kontaktperson:

För mer information om projektet, kontakta projektledaren Hans A. Tell.  
Telefon 0708 72 77 20, e-post: hans.tell@svid.se

