

PROTOKOLL

WORKSHOP 5: INNOVATION MIT DESIGN IN DER AUTOMOBILZULIEFERINDUSTRIE

LEITUNG Martin Mangold, Leitung Marketing & Design, HP Pelzer Gruppe, Witten

MODERATION Frank Dehnke, Design Manager, LEGO Systems A/S, Billund (Dänemark)

PROTOKOLL Katharina Nieradzik

Zu Beginn des Workshops stellte Workshopleiter Martin Mangold in einer kurzen Präsentation sein Unternehmen, die HP Pelzer Group, vor. Das Unternehmen bietet weltweit für spezifische Fahrzeugklassen maßgeschneiderte Lösungen für Akustiksysteme und Verkleidungsteile an. Speziell entwickelte Computerprogramme visualisieren dem Kunden das Endprodukt.

Besonderheiten der Branche sind eine lange Vorausplanung und hohe Komplexität. Viele kleine Automobilzulieferer sind den momentanen Anforderungen nicht gewachsen und sterben aus. Ausgangspunkt für den weiteren Verlauf war nun die Frage, wie die HP Pelzer Group in Zukunft konkurrenzfähig bleiben kann. Hierbei wurde vorgeschlagen, den Designprozess als Integrationsfunktion zu charakterisieren und zu etablieren, um so in den internen Strukturen sowie nach außen einen Mehrwert zu schaffen.

Als Beispiel und Diskussionsgrundlage wurde ein Projekt zwischen der HP Pelzer Group und dem Auftraggeber Jaguar vorgestellt. Jaguar schrieb ein Pitch zwischen drei Unternehmen aus. Die HP Pelzer Group förderte während der Ausarbeitungszeit die Zusammenarbeit der Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen. Dies begünstigte den internen Kommunikationsprozess, jedes know-how zählte, was zu hoher Motivation der Mitarbeiter und Identifikation mit dem Projekt führte. Der so entstandene Entwurf für ein neues Jaguar-Interieur kommunizierte nach außen, dass die HP Pelzer Group anders „tickte“ und der Auftrag war an Land gezogen. Dazu Martin Mangold: „Selbst wenn der Auftrag für die HP Pelzer Group nicht geklappt hätte, wäre das Projekt ein „Selbstfindungs-Wir-Gefühl-Prozess“ gewesen.“ Es wurde festgestellt, dass Design verbindet, wenn es als Innovations- und Kommunikationsprozess verstanden wird. Die Integration von Bereichen, die an sich einzeln stehen, überzeugte den Kunden. Zudem ist der Umgang mit Design in der Zulieferbranche nicht üblich, was wiederum einen Mehrwert für das Unternehmen darstellen kann.

Es kam die Frage auf, ob man als Kunde von einem Unternehmen, das Designkompetenz zeigt, erwarten kann, dass die Kommunikation funktioniert? Hierzu stellte Hans-Jörg Müller, Produktmanagement-Leiter bei GIRA fest: „Anregungen kommen oft aus technischen Bereichen, werden auch gerne angenommen. Designanregungen sowie Designkonzepte hingegen kommen eher selten.“ Dabei sind Anregungen von Außen sowie von Innen wichtig. Sie bringen neue Lösungen z.B. durch Querdenken mit (Neuwert). Doch wohin mit Anregungen, wer ist für welche Anregung der geeignete Ansprechpartner? Und wo gibt es Schnittstellen zwischen den unterschiedlichen Bereichen? Oft weiß der Mitarbeiter oder ein Außenstehender nicht, wen man ansprechen kann, um eine neue Idee oder einen Problemlösungsansatz zu kommunizieren. Besonders, wenn ein Unternehmen International ausgebaut ist, ist der Designprozess oft nicht optimal gelöst. Fazit: Selbstbild und Fremdbild über die Integration von Designprozessen sind unterschiedlich.

Weiterhin wurde festgestellt, dass oft externe Unternehmen zur Marktanalyse, bzw. Marktforschung beauftragt werden, wenn die Kommunikation nicht richtig funktioniert. Letztendlich treffe dies jedoch nicht den Kern des Problems. In vielen Fällen blickt die Marktforschung in die Vergangenheit, anstatt in die Zukunft.

D.h. es wird analysiert, wie Produkte früher aussahen und nicht auf die zukünftigen Bedürfnisse eingegangen. Kooperation und Kommunikation sind heute sehr wichtig. Ohne sie geht es nicht mehr.

Abschließend wurde die Frage der Transparenz in einem Unternehmen diskutiert. Transparenz ist notwendig, damit Kommunikation überhaupt stattfinden kann. Jedoch sind Transparenztools, wie z.B. Veranstaltungen mit Präsentationen der Projekte oft nicht im Einsatz. Dabei wäre es effektiver solche einzusetzen, denn sie können als Informations-, Meinungs- oder Ideenplattform dienen.