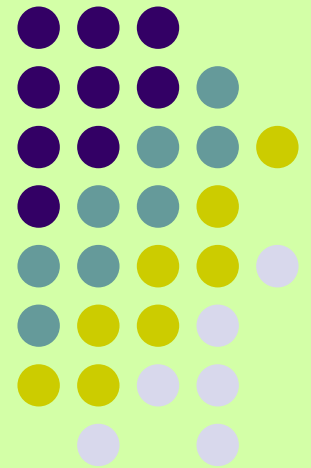
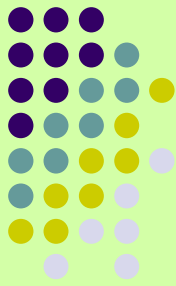


Design + Innovation = Entreprenörskap²

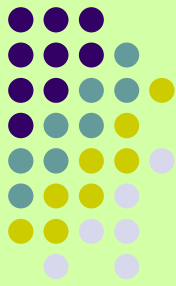
Daniel Hjorth (Fil.Dr., Docent)
ESBRI, Malmö Högskola och
Växjö Universitet





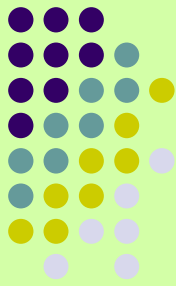
Var har design hållit hus?

- Design tillhör det som estetiken ofrivilligt hållit som gisslan
- Estetik är:
 - kunskapen om det sensoriska, om sinnesförmåelserna, om kroppens förhållande till människor och saker.
 - kraften hos sinnesrörelsen; kraften hos 'upplevandet'
 - förmåelsernas språk
- Det estetiska upplöser relationen mellan 'det uppfattade – känslan av något – och åsikten'
 - en treenighet som ofta reproduceras som färdiga paket
 - och som gör att vi tänker i slagdängor; förhåller oss via slentrian
- Det estetiska – som i mötet med konst – tar oss tillbaka till arbetet att tänka, d.v.s. att på nytt reda ut vår relation till människorna och tingen



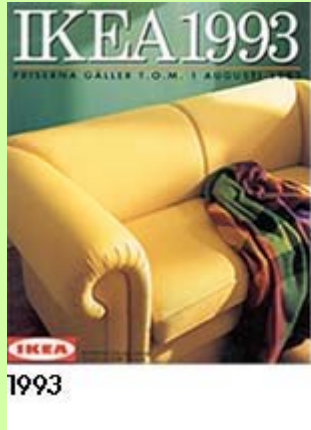
Vad är då design?

- Definitionsmässigt är det hela ganska enkelt. Att designa är att tillföra ett prefix till ett arbetssätt/föremål/tjänst så att dess mening, roll, eller funktion markeras med hjälp av en aura eller affekt, d.v.s. med hjälp av en sinnesrörelse eller känslöstämning.
- Design kan visst öka lönsamheten i ett företag, men , det gör ekonomisk och teknisk kunskap lika bra
- Designens unika bidrag är alltså det estetiska; det är det som inte kan tas bort utan att design förlorar sin roll
- Det estetiska (kunskapen, perspektivet) kan alltså bidra till att 'avbryta slagdängan', 'svårlicgöra slentrianen', stoppa kunden i det vardagliga pågåendet och får henne/honom att tänka pånytt



Exempel:

- Från ...till ...på 5 år.

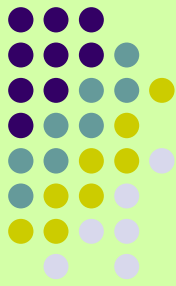


...till

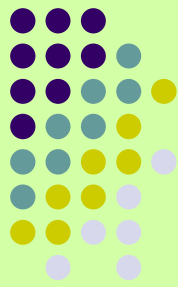


- Från produktkatalog till inrednings- och designhjälp

PS



- Den första IKEA PS kollektionen lanserades **1995** i Stockholm och Milano och orsakade mycket uppmärksamhet i designvärlden. **1999** kom den andra generationen IKEA PS, och serien kom att bli ett naturligt komplement till det övriga IKEA sortimentet. Temat för den **tredje** lanseringen är ytan mellan inne och ute; en plats för våra individuella behov av avslappning och nöje. Målet är som alltid att **göra förstklassig design tillgänglig för de många människorna.**



Exempel 2:

- Alessi

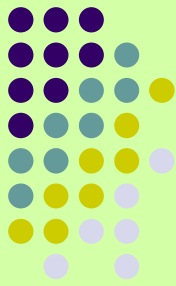


Against the dogma:
form follows
function

- Alessi, driven by: Family follows fiction

Cosi:

research → metaprojekt → workshop

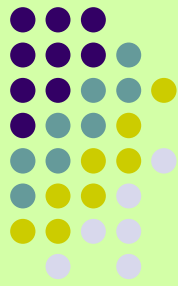


- **Research** provides theoretical foundations for the elaboration of the concept on which the metaproject will be based.

The **Metaprojekt** defines the typologies of objects to design, collects the company's needs, and gives the esthetical criteria as well as the cultural and visual stimuli to the designers. Designers are selected according to their affinity with a specific metaprojekt.

Through the **Workshop** the metaprojekt is elaborated and ideas exchanged with the selected designers and the technical team of Alessi. The CSA (which act as a director) coordinates this exchange, addresses the first draft of designs and selects the group of projects that will be further developed for production purposes. The first two operations - metaprojects conceptualised and coordinated by Laura Polinoro for CSA were: "**Memory Containers**" and "**Family Follows Fiction - FFF**".

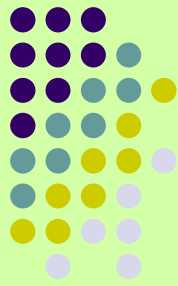
Exempel 3:



- Från VW till **VW**

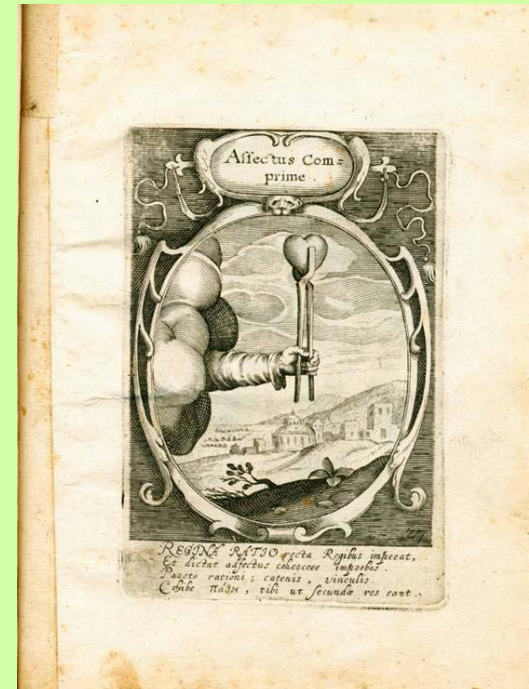


HUR gör design en skillnad?

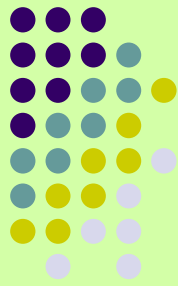


1. Genom att bryta ned en gammal ordning av oberoende sfärer för tanken & praktiken: estetik | vetenskap | etik
2. Genom estetisk kunskap/perspektiv på organisering av (affärs-)verksamhet tänks helheten om: estetik ingen kosmetik som läggs till på slutet, utan en lika relevant kunskapsform som ekonomi och teknologi
3. Ett grepp som håller på att släppa:

- Greppet mellan 1175 – 1500: modern vetenskaps födelse
- En Aristotelisk ordning har hållit estetiken på plats...
- ...i söndagskulturen, bortom...
- ...vardagens produktion av allvar...
- ...dominerad av logiken: ekonomisk rationalitet = rationalitet



Design & Entreprenörskap



- Entre + Prendre: entreprenörskap som skapandet och användandet av mellanrum
- Design som skapar sinnesrörelse och upplevelse 'bryter av' och 'klipper konventionella associationsbanor': vi blir avbrutna → ett mellanrum, en paus " || "
- Däri tvingas vi arbeta med det sensoriska (estetik) och det reflekterande → vi skapar en upplevelse
- Mellanrummet är en möjlighet som entreprenörskap skapar
- Den kan användas för att 'skapa affär', 'erbjuda lösning'
- Entreprenörskap 2000 → handlar om att skapa mellanrum med hjälp av design (estetisk kompetens)
- BMW designar ljudet av en kvalitetsdörr som slår igen; kupéljudet av en förstklassig motor
- Efter argumentet (t.o.m. 1970; marknadsföring) vill vi bli övertygade (1980-1990; kvalitet) och efter övertygelsen vill vi bli förförda (2000-)