



dandelon.com

© 2008 AG Information Management Consultants  
Ulrich Kern • Petra Kern  
All rights reserved. This document is intended for personal use only or by libraries associated to the [dandelon.com](http://www.dandelon.com) network.

# Designmanagement Die Kompetenzen der Kreativen

**O**

Georg Olms Verlag  
Hildesheim • Zürich • New York  
2005

# Inhalt

Vorbemerkung	5
Kapitel 1	
Design - es steckt mehr drin als drauf steht	9
Kapitel 2	
Zum Verständnis von Design und Designmanagement - und was der Pferdeführer mit dem Manager gemeinsam hat	13
Kapitel 3	
Designer in der Praxis: Von klein und fein bis global und prominent	21
Kleine Designspezialisten in Marktnischen	22
Große Designbüros im Wettbewerb	27
Angestellte Designer in Unternehmen	34
Prominente Top-Designer	40
Unterschiedliche Arbeits Situationen — gemeinsame Kompetenzen	48
Kapitel 4	
Kompetenzen: Kreativität im Doppelpack	49
Kern-Kompetenz: Professionalität in Ergebnis und Prozess	53
Komplementär-Kompetenz: Qualifikation in Organisation und Marktbearbeitung	55
Kreativität - Antriebskraft für Kern- und Komplementär-Kompetenz	57
Kapitel 5	
Die neuen Metathemen im Design - oder warum die Uhren heute anders ticken	61
Emotionalisierung der Artefakte — Herzklopfen durch Designprodukte	63
Beschleunigung der Entwicklung — die Wirtschaft macht Tempo	65
Konvergenz der Disziplinen — die organisatorische Vernetzung der Spezialisten	69
Ubiquität der Anbieter — Durchsetzungsstrategien auf engen Märkten sind gefragt	74
Metathemen im Design — neue Herausforderungen brauchen angepasste Lösungen	77

Kapitel 6	
Das Modell des kreativen Kompetenz-Doppels - oder warum die verwirrende Vielfalt der Praxis einen roten Faden braucht	79
Kapitel 7	
Kreative Kern-Kompetenz: Gestalterische Professionalität	83
<i>Ergebnis-Modul: Vom Kalkül des Konzepts zum Enthusiasmus des Entwurfs</i>	86
Konzept: Der Plan im Kopf	87
Briefing - die Wunschliste des Kunden	88
Leitidee — der Lösungsansatz in Kurzform	90
Entwurf: Gestaltung auf gesicherter Basis	91
Markenidentität — die Seele des Produkts	91
Ästhetische Positionierung — den richtigen Ton treffen	93
Fallstudie 1: Konzept und Entwurf für einen Geschäftsbericht — oder wie aus einem nüchternen Zahlenwerk eine Story mit Gefühl wird	96
<i>Prozess-Modul: Von der unklarereren Strategie zur effizienten Methodik</i>	102
Strategie: Zukunftsplanung von langer Hand	103
Marktrelevanz — die ökonomische Dimension der Gestaltung	106
Innovationsgrad - das Neue zwischen Schein und Sein	109
Methodik: Schrittfolge mit Kreativität und Systematik	113
Kreativtechniken — Ideen zum Sprudeln bringen	114
Projektmanagement — systematische Ergebnissicherheit im Prozess	116
Fallstudie 2: Strategie und Methodik für eine neue Produktgeneration — oder wie aus Funktionsträgern kreative Design-Innovatoren werden	120
Kapitel 8	
Kreative Komplementär-Kompetenz: Unternehmerische Qualifikation	127
<i>Das Modul Organisation: Von der flexiblen Leistungsentwicklung Zur dynamischen Unternehmensmodellierung</i>	129
Leistungsentwicklung: Zuschnitt eines marktgerechten Angebots	130
Portfolio - den kreativen Schatz heben	132
Wertschöpfung - Kreativität schafft Werte	135

Unternehmensmodellierung: auf der Suche nach der richtigen Form	138
Managementsystem — das große Ganze im Griff	142
Kooperationsvernetzung — intelligente Leistungen für innovative Lösungen	145
Fallstudie 3: Leistungsentwicklung und Unternehmensmodellierung einer Innenarchitektin — oder wie sich eine Kreative erfolgreich organisiert	151
<i>Das Modul Marktbearbeitung: Von der nachhaltigen Wettbewerbsexposition zur aussichtsreichen Auftragsakquisition</i>	156
Wettbewerbsexposition: Profil gewinnen in der Menge der Anbieter	158
Branchenentwicklung — die Zeichen der Zeit erkennen	161
Trendsetting — Kreative denken nicht nur nach, sondern auch vor	164
Auftragsakquisition: der heiße Draht zum Kunden	168
Marktinformation — Werbung mit Breitenwirkung	170
Kundendialog — Kommunikation mit Tiefgang	173
Fallstudie 4: Wettbewerbsexposition und Auftragsakquisition einer Schmuckdesignerin — oder wie sich eine Kreative durchsetzt	176
Kapitel 9	
Kompetenzen: Zur Theorie der Professionalität	183
Anmerkungen	191
Abbildungen	199
Grundlegende Literatur	201
Zu den Autoren	203