



## Designere er centrale fortolkere i *co-creation*

Tidligere var teknologi en hoveddrivkraft for innovation i virksomheder. Men i takt med globaliseringen og den teknologiske udvikling vil virksomheders innovation fremover også være drevet af andre faktorer, og ikke mindst design vil blive et væsentligt konkurrenceparameter for mange virksomheder, mener medlem af Designrådets bestyrelse og leder af Cisco Consumer Products' europæiske design center, Eskild Hansen. Både han og Jørgen Rasmussen, lektor og leder af Institut for Design ved Arkitektskolen Aarhus, mener at designere spiller en central rolle som fortolkere af brugernes reaktioner og input i *co-creation*-processer, hvor virksomheder skaber løsninger sammen med brugerne.

Af Irene Houstrup

Eskild Hansen, medlem af Designrådets bestyrelse og leder af virksomheden Cisco Consumer Products' europæiske design center er ikke i tvivl om, at design vil spille en stor rolle i mange

virksomheders innovation i fremtiden. I Cisco, som er en global producent af netværksløsninger og forbrugerelektronik, er design placeret centralt i organisationen.

### Design får central rolle i fremtidens innovation

”Inden for f.eks. forbrugerelektronik, som er et af Ciscos forretningsområder, er det i dag ikke kun teknologien, der konkurreres på, men i høj grad også design. For 10 år siden var det *features*, elektronikvirksomhederne konkurrerede på, altså hvad der ville blive den næste *killer-applikation*, f.eks. indbygget kamera og termometer i mobiltelefoner osv. I dag konkurrerer vi snarere på konceptet som helhed - målgruppe, brugervenlighed, design og funktioner. Teknologien er stadig vigtig, men innovationen drives også af andre processer, og design får fremover en mere central rolle,” mener Eskild Hansen.

### Co-creation som innovationsdriver

Han peger på den internationale undersøgelse *New Nature of Innovation*, som Erhvervs- og Byggestyrelsens analyseenhed FORA har udarbejdet for OECD i samarbejde med Økonomi- og Erhvervsministeriet i Finland. Undersøgelsen identificerer fire



nye innovationsdrivere for virksomheder, herunder co-creation – hvor virksomheder skaber unikke individuelle løsninger sammen med brugerne – og brugerdriven innovation. Og i metoder, hvor man får forbrugere til at interagere i f.eks. udviklingsprocesser, er rollen som fortolker af forbrugernes input central, mener Eskild Hansen.

*”Design skal placeres centralt i virksomheden og forankres på det strategiske niveau, ligestillet med andre væsentlige områder. Og så er det vigtigt, at designområdet løbende tilføres ressourcer og investeringer for at holde området opdateret med viden”*

”Designere har en faglighed og en erfaring med syntesetænkning, der gør dem til gode fortolkere og dermed centrale aktører i co-creation-processer. De kan sætte forbrugernes reaktioner og input ind i en kontekst og se det store billede i processen. De kan forstå og kommunikere brugernes behov til virksomhederne,” siger han, og fortsætter: ”Designere arbejder ofte med f.eks. idégenerering, visualisering af data, konceptudvikling og opstilling af scenarier, som alle er centrale elementer i brugerdrevne pro-

cesser. Endvidere arbejder designere ofte meget tværfagligt, idet de i udviklingsprojekter arbejder sammen med f.eks. ingeniører, researchere samt salgs- og marketingspecialister, og denne tværfaglighed er også helt central i co-creation.”

Foto: Cisco.

cesser. Endvidere arbejder designere ofte meget tværfagligt, idet de i udviklingsprojekter arbejder sammen med f.eks. ingeniører, researchere samt salgs- og marketingspecialister, og denne tværfaglighed er også helt central i co-creation.”

#### Nye krav – til virksomheder og designuddannelser

Design som et nyt konkurrenceparameter stiller nye krav til virksomhederne, mener Eskild Hansen.

”Design skal placeres centralt i virksomheden og forankres på det strategiske niveau, ligestillet med andre væsentlige områder. Og så er det vigtigt, at designområdet løbende tilføres ressourcer og investeringer for at holde området opdateret med viden,” siger han.

Udviklingen stiller ifølge Eskild Hansen også nogle øgede krav til designernes kompetencer i fremtiden. ”Det er væsentligt at styrke de grundlæggende kompetencer, altså designernes faglighed. Derudover er det vigtigt at designerne kan tænke internationalt, arbejde tværfagligt, samt at de får erfaring med at arbejde sammen med virksomheder,” påpeger han.

#### Integration mellem forskning, uddannelse og erhverv

Jørgen Rasmussen, lektor og leder af Institut for Design på Arkitektskolen Aarhus, er enig og understreger, at forskningsunderbygningen af designuddannelserne er vigtig.

”Integration mellem forskning, uddannelse og erhvervsliv er afgørende, hvis det innovationspotentiale, designfeltet indeholder, skal realiseres,” siger Jørgen Rasmussen, og nævner som eksempel et projekt omkring brugerorientering, som Institut for Design på Arkitektskolen Aarhus deltager i. Forskningsprojektet AUTO omhandler inddragelse af brugere med henblik på virksomheders forretningsudvikling. I projektet deltager de studerende aktivt i arbejdet sammen med de deltagende virksomheder og bliver dermed en del af forskningen. På denne måde lærer de studerende af arbejdet i projektet, og forskning bliver dermed integreret i undervisningen. Samtidig sker der en videns- og erfaringsoverførsel til de deltagende virksomheder, som gennem samarbejdet får kendskab til designprocesser og de resultater der kommer ud af processen.

”Der fremkommer på den måde et meget frugtbart flow, hvor der sker en opbygning af generaliserbar viden, som flyder over i uddannelserne og samtidig overføres til virksomhederne. Herefter sker der en forskningsopbygning, de studerende får relevant

