

DESIGN

jest dla ludzi

Następny numer
25 maja

Co sprawia, że wchodzisz do sklepu?

Jeśli na tej samej ulicy masz dwa sklepy sprzedające to samo w tej samej cenie, to service design, czyli projektowanie usług, sprawia, że wchodzisz do jednego zamiast do drugiego

W ten sposób projektowanie usług opisał Marc Fonteijn z agencji 31 volts specjalizującej się w service design. Już ponad 60% polskiego PKB powstaje w sektorze usług. Aż 70% zatrudnionych Polaków pracuje w handlu, bankowości, firmach informatycznych, służbach państwowych i samorządowych, mediach, instytucjach kultury i tysiącach innych organizacji należących do sektora usług. Mówiąc wprost: jako społeczeństwo mniej produkujemy, a częściej wykonujemy usługi. Jeśli jednak kierujący firmami

produkcyjnymi przynajmniej słyszeli o potencjalnych korzyściach płynących dla ich firm z dobrego designu, to wśród usługodawców ta świadomość jest o wiele słabsza.

A przecież design to także projektowanie usług. Projektanci potrafią być szczególnie pomocni, ponieważ:

- mają narzędzia i umiejętności, żeby dobrze zrozumieć potrzeby klientów
- potrafią połączyć funkcje użytkowe, estetyczne i technologiczne w jedną atrakcyjną całość
- są skoncentrowani na rozwiązywaniu problemów i mogą

zaoferować rozwiązania dotyczące wszystkiego: od ekologii po znalezienie nowej niszy rynkowej.

Designerzy mają wiele do zaoferowania firmom usługowym. Mogą im pomóc stworzyć silną markę albo za pomocą rozwiązań graficznych ułatwić komunikację z klientami. Mają wystarczającą wiedzę, żeby poprawić jakość doświadczeń, jakie z kontaktów z firmą wynoszą jej klienci. W końcu są też w stanie udoskonalić oferowane przez firmę produkty, aby były bardziej pożądane na rynku. Coraz częściej projektanci usług pojawiają się też w instytucjach pu-



blicznych. Urzędy czy placówki kulturalne proszą ich o pomoc w usprawnieniu ich działania, polepszeniu jakości usług oferowanych klientom i gościom czy zwiększeniu atrakcyjności (galerie, muzea, teatry). Bez względu na to, dla kogo pracują, designerzy zawsze myślą przede wszystkim o człowieku. W końcu – jak głosi inna definicja service design – projektowanie usług to traktowanie użytkowników jak ludzi, a nie kupujących (human beings, not human buyings).

Jak działa projektant usług?

1. Obserwuje sytuację. Czasami wykorzystuje do tego techniki znane z etnografii, innym razem sięga po kamerę video, żeby mieć wszystko dokładnie udokumentowane
2. Angażuje użytkowników usług. Może zaproponować im udział w grze symulacyjnej, zorganizować wraz z nimi burzę mózgów albo spędzić z nimi cały dzień, żeby lepiej zrozumieć ich zachowania
3. Tworzy schemat, który opisuje, jak działa dana usługa i jak spełnia oczekiwania użytkowników (lub dlaczego się z nimi rozmija)
4. Analizuje jakość usług. Nie tylko za pomocą ankiet, ale także oceniając choćby ich efektywność w stosunku do kosztów
5. Tworzy prototyp nowej lub udoskonalonej usługi, którą testuje „na sucho”, np. na pracownikach firmy
6. Tworzy zestaw narzędzi niezbędnych usługodawcy we wdrożeniu proponowanych rozwiązań.

Przykłady dobrze zaprojektowanych usług

Urząd w Lewisham

W 2010 roku w centrum wychodzenia z bezdomności w londyńskiej dzielnicy Lewisham nastąpił kryzys. Pracownicy byli przeciążeni napływem ludzi potrzebujących pomocy. Petenci czuli, że są źle obsługiwani. Władze centrum zgłosiły się do programu organizowanego przez londyńskie Design Council. Projektant usług pracował

wydajni pracownicy. Jak obliczono, dzięki zastosowaniu designu w Lewisham zaoszczędzono rocznie prawie 370 tys. funtów!

Karta Oyster

Każdy, kto przyjeżdża na dłużej do Londynu, kupuje na stacji kolejowej czy metra „oysterkę” – błękitną kartę z ukrytym czipem służącą jako elektroniczny bilet w metrze, pociągu czy autobusie.

Bezrobotni z Sunderland

Brytyjski rząd przeznaczał w 2006 roku ok. 62 tys. funtów na przywrócenie do pracy jednej osoby zagrożonej trwałym bezrobociem. Urząd Miasta Sunderland wsparty przez projektantów udowodnił, że wystarczy 5 tys. funtów, żeby osiągnąć ten sam efekt. Designerzy zaproszeni do współpracy przez miasto postawili sobie za cel aktywizację ludzi dotkniętych długotrwałym brakiem pracy. Projektanci zaczęli pracę od dokładnego przepytania 12 takich osób i skonfrontowania ich oczekiwań z ofertą urzędników. Rozdzźwięk między nimi sprawił, że designerzy postanowili włączyć do tego zadania także organizacje pozarządowe. Wypracowane przez nich rozwiązania potwierdziły się w praktyce – z pierwszej grupy 1000 długotrwale bezrobotnych pracę znalazła prawie jedna czwarta.

Galeria Baltic

Centrum Sztuki Współczesnej Baltic (na zdjęciu z prawej) w 200-tysięcznym Gateshead w północnej Anglii miało problemy z przyciągnięciem

gości spoza kręgu miłośników sztuki. Dlatego dyrekcja poprosiła o pomoc agencję live!work. Projektanci zaproponowali przede wszystkim, aby pracownicy centrum stali się na chwilę gośćmi galerii i sami ocenili jej atrakcyjność i przystępność. Dzięki temu prostemu zabiegowi to właśnie oni zaproponowali najwięcej nowych pomysłów. Wśród nich było zarówno poprawienie oznakowania centrum, jak i przytulniejsza kawiarenka.

Bank Umpqua

Po modzie na slow food przysłała moda na slow banking. Taki był zamysł studia Ziba, gdy zarząd banku Umpqua działającego w amerykańskim stanie Oregon poprosił go o stworzenie nowego modelu banku. W czasach, gdy bankowość stała się całkowicie anonimowa dzięki internetowi i klienci zaczęli odpływać do wirtualnych oddziałów, studio Ziba stworzyło oddział banku, który przypomina skrzyżowanie butik i kawiarni. Umpqua to miejsce, gdzie moż-

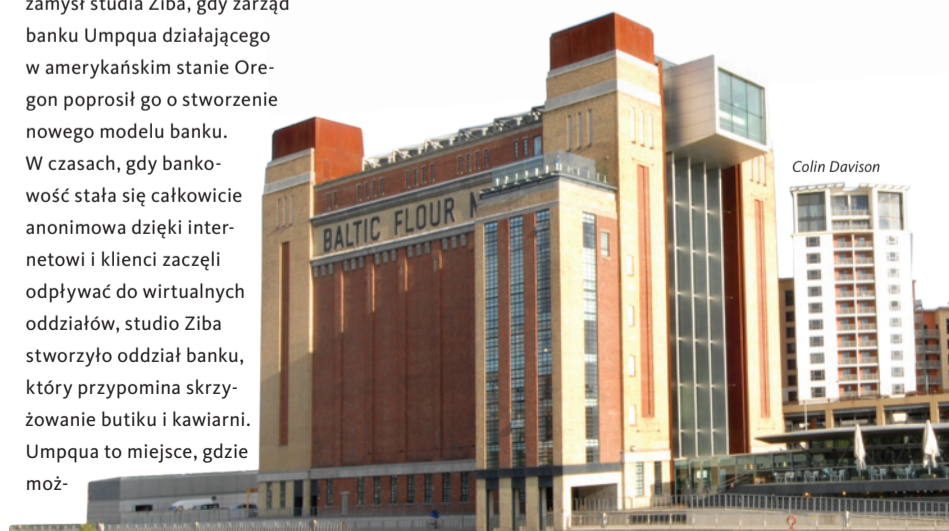
na spokojnie usiąść, poczytać gazetę, napić się kawy i sprawdzić na nowoczesnych stanowiskach komputerowych, jakie oferty ma dla nas bank. Przez trzy lata z rządu

Umpqua była na liście 100 Najlepszych Przedsiębiorstw magazynu „Fortune”.



razem z urzędnikami, którzy za pomocą kamer i magnetofonów rejestrowali swoją pracę. Potem razem obejrzelni materiały i podczas burzy mózgów stworzyli ponad 100 propozycji udoskonalenia. Wystarczyło wdrożyć tylko ich część (m.in. lepszy system informacji), żeby zobaczyć efekty – bardziej zadowoleni i lepiej obsłużeni klienci, bardziej

Władze Londynu zdecydowały się wprowadzić Oyster Card, żeby ułatwić życie pasażerom. Dzięki niej mniej ludzi stoi w kolejce do kas po jednorazowe bilety, a użytkownicy kart mogą sami programować, za co i jak chcą płacić. Oyster Card przyniosła też ogromne oszczędności miejskiemu przedsiębiorstwu, który rocznie tracił 43 mln funtów na gapowiczach.



Na Śląsku też projektuje się usługi

A nawet wymyśla rozwiązania dla całych miast. W 2011 roku w ramach projektu Design Silesia grupa młodych projektantów przez kilka tygodni tworzyła rozwiązania, które pomogłyby wypromować małą gminę Mstów na północ od Częstochowy

Kilkunastu studentów i studentek projektowania i architektury pod okiem profesjonalistów trafiło do Mstowa podczas akcji „Design w terenie!”. O pomoc poprosiło

8 gmin, ale jury projektu wybrało Mstów. Przedstawiciele tej liczącej ledwie 10 tys. osób gminy od dawna interesowali się designem i brali udział w warsztatach orga-

nizowanych przez Design Silesia. „Designersko to teren dziewiczy, co stanowi ciekawe wyzwanie” – napisali jej przedstawiciele w aplikacji. W październiku 2011 roku „Drużyna D” (jak Design) wylądowała w Mstowie. Projektanci zaczęli od zwiedzania miasteczka i okolicy. Obejrzeliby rynek, zajrzeli do ruin zabytkowych stodoł stojących na wzgórzu, poznali jabłoniowe sady, z których Mstów słynie i fabrykę

butów dla żołnierzy oraz policji. Przede wszystkim jednak rozmawiali z mieszkańcami. Rozmowy i ankiety miały pomóc im spojrzeć na Mstów oczami mieszkańców, lepiej zrozumieć ich problemy, ale też poznać pomysły samych Mstowian na poprawę stanu ich gminy. Z mieszkańcami projektanci spotykali się zresztą wiele razy, czy to podczas otwartych wykładów, warsztatów czy „burz

mózgów”. Każdy etap prac nad projektami był z nimi konsultowany. Aż do finału, kiedy to trzy wypracowane projekty zostały przedstawione w formie wystawy na środku mstowskiego rynku.

Problemy Mstowa

- Zbyt mało atrakcji kulturalnych – ośrodek kultury działa słabo, zamiast cyklicznych wydarzeń w Mstowie odbywają się jedynie sporadyczne imprezy
- Słaba promocja tradycyjnego sadownictwa – sady ciągną się na 200 h, a z rosnych tam

jabłek produkuje się pyszne, ekologiczne soki

- Brak trasy turystycznej – Mstów to nie tylko piękna przyroda (punkty widokowe, lasy, rzeka Warta i zalew), ale też miejsce z historią, którą upamiętnia choćby zabytkowy klasztor warowny
- Niewykorzystanie zabytkowych stodoł – położone na wzgórzu niszczącej, bo nikt nie miał pomysłu na to, jak można je wykorzystać
- Brak oznaczeń kierunkowych w mieście – nie wiadomo, w którą stronę iść, żeby dostać się do rynku albo trafić z niego do którejś z atrakcji Mstowa

Młodzi projektanci poznają atrakcje Mstowa



Mówi Adam Markowski zastępca wójta gminy Mstów

Dlaczego gmina zdecydowała się na współpracę z projektantami?

Program „Design w terenie!” zapowiadał się bardzo ciekawie i taki też się okazał. Już wcześniej znałem program Design Silesia, uczestniczyłem w nim od pierwszego spotkania. Wcześniej brałem udział w warsztatach szkoleniowych w Zamku Cieszyn, dlatego tematyka designu była mi bliska. Zgłosiliśmy kilka zagadnień. Jednym z wyzwań, które przed nami stoi, to zagospo-

darowanie kompleksu pięknie położonych pozostałości stodoł w granicach Mstowa. Inny problem to rozwój turystyki w gminie leżącej obok silnej konkurencji – Janowa czy Olsztyna. W trakcie spotkań z mieszkańcami pojawiła się też kwestia rynku i Ośrodka Kultury.

Jak pan ocenia wynik tego spotkania?

Pomimo tego, że od 20 lat pracuję w samorządzie uważam, że zawsze trzeba uczyć się komunikacji społecznej, konsultowania

różnych tematów z ludźmi. Dla mnie udział w tym projekcie był wyjątkowym ćwiczeniem z myślenia zespołowego, z prowadzenia konsultacji.

Czy któryś z projektów ma szansę na realizację?

To były bardzo inspirujące koncepcje i spotkanie z projektantami wpłynęły na nas bardzo pozytywnie. Z niektórymi z nich już współpracujemy. Jedną ze studentek poświęciła naszej gminie pracę magisterską i podpowiada nam pewne

rozwiązania. Pokazując nasze mocne strony podkreślaliśmy, że Mstów to gmina pełna sadów. Dlatego 6 maja organizujemy Święto Kwitnącej Jabłoni, a jesienią – Święto Jabłka. Chcemy zbudować markę, którą nazwalibyśmy Mstowskie Sady. Teraz konsultujemy projekt parkingów naprzeciwko Skąły Miłości. Ten problem pojawił się podczas rozmów z mieszkańcami. Podobnie rozmawiamy o kładce nad rzeką Wartą łączące tereny rekreacyjne z Mstowem.

Pomysły dla Mstowa

◆ **Szlak turystyczny** – prowadziłby przez sześć największych atrakcji Mstowa. Nie tylko kulturalnych, ale i związanych z historią, przyrodą czy folklorem. W każdym z punktów na zwiedzających czekałyby specjalne siedziska zachęcające do odpoczynku oraz informacje o miejscu, do którego trafili. Identyfikacja wizualna opierałaby się o literę „M”, jak „Mstów”. W jej kształt ułożyłyby się także na mapie szlak przez gminę.



◆ **Eko Hotele** – mogłyby powstać w dawnych stodołach, co uchroniłoby je przed dalszym niszczeniem. Byłyby ekologiczne nie tylko dlatego, że umiejscowione są wśród pól. Do ich rozbudowy można by wykorzystać materiał z ruin stodoł nie nadających się do odbudowy, a wewnątrz zastosowano by przyjazne środowisku rozwiązania, takie jak wykorzystanie odnawialnych źródeł energii czy system odzyskiwania wody.



◆ **Ożywienie rynku i Gminnego Ośrodka Kultury** – można osiągnąć tworząc na rynku pas zieleni, sadząc kilka symbolicznych dla miasteczka jabłoni czy dodając ławki. Z kolei Gminny Ośrodek Kultury mógłby zostać wyremontowany i wyposażony przez samych mieszkańców, którzy potraktowaliby go dzięki temu bardziej jako „swoją”. Wiele możliwości daje też zagospodarowanie wewnętrznego podwórka GOK-u, gdzie mogłoby działać kino plenerowe albo kawiarenka przy bibliotece.



Design do waszych usług

Trzy instytucje w Województwie Śląskim usprawnią swoje działanie dzięki zadaniu „Design... do usług”, który przeprowadza teraz zespół projektu Design Silesia



Powiatowy Urząd Pracy w Żorach, Regionalny Ośrodek Kultury w Katowicach oraz Urząd Miejski w Tychach – w tych trzech miejscach pojawili się albo niedługo pojawią się projektanci i konsultanci. Chętnych było więcej, ale tylko te trzy instytucje przekonały selekcyjnie do tego, że warto zastosować u nich nowoczesne projektowanie usług. „Design... do usług” polega na analizie dostępności usług oferowanych przez instytucje publiczne. Jej podstawą jest wnikliwa obserwacja przede wszystkim tego, jak powstaje usługa i jak jest odbierana przez usługobiorców. Takie przedsięwzięcie i na taką skalę ma miejsce po raz pierwszy w Polsce. Dlatego polskiemu zespołowi

pomagają specjaliści z Design Wales – międzynarodowego centrum wiedzy na temat rozwoju programów wsparcia designu. Pierwszym miejscem, któremu przyjrzyli się projektanci był PUP w Żorach. Instytucja zgłosiła się do projektu, żeby w jeszcze bardziej przyjazny sposób obsługiwać swoich klientów. Projektanci zaczęli pracę od poznania sposobów pracy urzędu, stworzenia listy instytucji i organizacji, z którymi PUP współpracuje i zdefiniowaniu celów, które powinni osiągnąć. Wraz z pracownikami doszli do wniosku, że idealnym wzorem byłby przyjazny i otwarty urząd. Uznali także, że ich zadaniem jest poprawa relacji z pracodawcami, aby ci chcieli korzystać z pośrednictwa urzędu. Rozwiązania, które zaproponowali nie wymagają rewolucyjnych zmian, za to mogą znacznie usprawnić pracę urzędu:

- punkt informacyjny w pustym dotychczas holu wejściowym. Jego pracownik

będzie pierwszą osobą, z którą powinien spotkać się gość urzędu

- zaplecze dla matek z dziećmi – przewijak i kąpiel zabaw
- spójny system informacji – zmiana numeracji pokoiów, reorganizacja tablicy informacyjnej i dodanie tzw. „tablicy społecznej” z informacjami zostawianymi przez ludzi dla ludzi, wyeksponowanie tablicy

z ofertami pracy także na zewnątrz

- umożliwienie rezerwacji spotkania przez internet
- stworzenie niezbędnika klienta wyjaśniającego, na jaką pomoc może liczyć i jak może ją uzyskać
- lepsza promocja pracy i osiągnięć urzędu na zewnątrz, choćby w lokalnych mediach i przez Facebook.



Sprytny service design przynosi zysk



Rozmowa z Paulem Thurstonem

Jak można zdefiniować service design?

Jako dyscyplinę, która wykorzystuje projektanckie techniki i narzędzia, aby stworzyć nowe usługi albo udoskonalić stare. Dobry service design sprawia, że usługa jest nowatorska, ukierunkowana na użytkownika i nie wywołuje konfliktów.

W jaki sposób projektant może ocenić prawdziwe potrzeby użytkowników usługi?

W Design Wales wierzymy, że

najlepszym sposobem jest zaangażowanie ich w proces projektowania. Niestety, wielu dostawców usług opiera się na mało wyrafinowanych metodach, takich jak np. ankiety satysfakcji. Takimi metodami można określić jedynie, czy usługa zadowala klientów, czy też nie. W ten sposób przedsiębiorstwo pozbawia się możliwości dostarczania klientom ciągłego strumienia innowacyjnych pomysłów, na czym polega service design. Korzystając z metod etnograficznych projektanci usług starają się poznać powody, dla których ludzie mogliby skorzystać z tych usług w przyszłości. A to jest szczególnie ważne dla każdego przedsiębiorstwa starającego się wejść na nowe rynki, zdobyć przewagę konkurencyjną albo nowe źródła dochodu.

Jeden z najbardziej udanych projektów Design Wales został zrealizowany w Wales Millennium Centre. Jaki był jego cel?

Szef marketingu centrum Dylan Tozer próbował tradycyjnych metod marketingowych, ale z niewielkim skutkiem. Dlatego postanowił sięgnąć po rozwiązania service designu. Efekty pracy projektantów były tak dobre, że znaleźliśmy pieniądze na ich wprowadzenie w życie. Dla nas w Design Wales był to przypadek, który pozwolił „sprzedać” ideę projektowania usług innym organizacjom. Ludzie zrozumieli, że zamiast wydawać budżet promocyjny na ulotki i plakaty, lepiej zainwestować w projektowanie usług, które generują nowych klientów.

Pomogliście także wielu firmom. Jednym z przykładów jest Aggrelek...

Aggrelek jest najlepszym przykładem tego, jak wprowadzenie innowacyjnych usług pozwala rozwinąć się małym i średnim przedsiębiorstwom. Jak większość firm tej wielkości – zatrudnia 6 osób,

ma roczny obrót w wysokości 1,5 mln funtów – Aggrelek osiągnęła szczyt swoich możliwości. Firma stanęła przed wyborem – mogła albo znaleźć inwestora, albo zrewidować i wprowadzić innowacyjne rozwiązania do swoich usług. Wybrali to drugie, a my pomogliśmy im określić drogi dotarcia ich potencjalnych klientów, określić kluczowe momenty i zaprojektować nowe usługi. Wyszliśmy z prawie 20 nowymi pomysłami, z których firma wprowadziła 8 i w ciągu półroczu wygenerowała dodatkowe 500 tys. funtów wyłącznie dzięki tym usługom. Generowanie nowych źródeł dochodu przy minimalnych nakładach – to się nazywa sprytny service design!

Paul Thurston jest doradcą ds. service design w Design Wales, walijskiej organizacji zajmującej się promowaniem projektowania i wdrażaniem nowoczesnych rozwiązań designerskich z siedzibą w Cardiff

KARTKA Z KALENDARZA

1907

Założenie Deutscher Werkbund

Na początku wieku Niemcy przekonali się, że w dziedzinie projektowania zostają w tyle za Wielką Brytanią i Stanami Zjednoczonymi. Żeby nawiązać z nimi równorzędną walkę rząd Rzeszy powołał Deutscher Werkbund – stowarzyszenie architektów, projektantów i przemysłowców. Organizację powołał do życia Herman Muthesius, wybitny znawca angielskiego wzornictwa tamtych czasów. Motto Werkbundu brzmiało „Od poduszki na sofę po budowanie miast”, co miało podkreślać totalny charakter projektowania. Wielka historia okrutnie potraktowała pierwsze dzieła twórców Werkbundu. Pawilon na Wystawę Kolońską w 1914 roku, genialne dzieło belgijskiego architekta Henry'ego van de Velde, przetrwało tylko rok i zostało zniszczone podczas I wojny światowej. Werkbund odrodził się potem jednak w 1934 roku i ponownie, po kolejnej wojnie, w 1950 roku.

1957

Powstanie czcionki Helvetica

Co łączy Lufthansę, Carlsberga i Microsoft? Wszystkie w swoich nazwach korzystają z kroju pisma Helvetica. Jej ojcem jest szwajcarski projektant Max Miedinger. Nazwę, od łacińskiej Confederatio Helvetica, łacińskiej nazwy dzisiejszej Szwajcarii, nadała jej niemiecka firma chcąc rozpromować Helweticę na całym świecie. Udało jej się. Ten krój czcionek jest nie tylko używany przez liczne firmy. Spotkamy je też na ekranach iPhone'ów i iPad'ów. Także tablice opisane Helweticą kierują co roku miliony pasażerów nowojorskiego metra na odpowiednie stacje i linie.

1984

Motorola sprzedaje pierwszy telefon komórkowy

Ważył prawie kilogram i kosztował niemal 4 tys. dolarów. Telefon Motorola DynaTAC 8000x był pierwszym telefonem komórkowym wprowadzonym na rynek. Firma była pierwsza, bo pracowała nad technologią komunikacji bezprzewodowej już od czasów II wojny światowej. To właśnie Motorola stworzyła pierwsze Walkie-Talkie używane przez amerykańską armię. Technologią komunikacji była gotowa już w 1972 roku, ale dopiero 11 lat później Federalna Komisja ds. Komunikacji wydała zgodę na wprowadzenie telefonów komórkowych na rynek.

WYDARZENIA

Design wychodzi do ludzi

Zamiast iść na wystawę designu, wystawa przyjedzie do Was. Na Dni Województwa Śląskiego zespół Design Silesia przygotował Mobilny Kontener Designu

Nawet najbardziej obrazowy tekst nie odda wszystkich zalet dobrego projektu. Żeby naprawdę poznać dobry design, najlepiej go dotknąć. Ale co zrobić, skoro galerie designu są daleko, a showroomy najbardziej znanych projektantów szczególnie upodobały sobie Warszawę? Najlepiej odwiedzić Mobilny Kontener Designu. Na dodatek wcale nie trzeba do niej jechać, bo to ona przyjedzie do nas. MKD to wystawa umieszczona w specjalnym kontenerze, który można załadować na ciężarówkę i przewieźć w dowolne miejsce w naszym regionie. Po raz pierwszy ta latająca galeria otworzy swoje drzwi 13 maja w samym centrum Katowic podczas

Dni Województwa. W środku znajdziemy przykłady doskonałego polskiego projektowania. Znajdziemy tam choćby dywan DIA katowickiej firmy MoHo (na zdjęciu z prawej). Studio otrzymało za niego Oscara w świecie designu – nagrodę Red Dot. Dywan łączy tradycję i współczesność. Jest stworzony do współczesnych wnętrz, ale tkany z żywej wełny metodą znaną góralom od wieków. Na wieczność zaprojektowane są urny na prochy tworzącego w Cieszynie ceramika Bogdana Kosaka. Bo kto powiedział, że design ma służyć tylko żywym? Urny Kosaka są wysmakowane i skromne, co stanowi dokładne

przeciwieństwo podobnych produktów oferowanych na polskim rynku funeralnym. Ale Śląskie to także region nowoczesnych technologii. Dowodem na wystawie będzie kasa fiskalna firmy Novitus S.A. Jej nowatorstwo polega na tym, że zamiast drukować szybko blaknące kopie paragonów fiskalnych, zapisuje się je na elektronicznym nośniku. Mobilny Kontener Designu to także miejsce, w którym będzie się można dowiedzieć dlaczego dobre projektowanie jest niezbędne w życiu codziennym. Jej twórcy opowiedzą historie projektantów i przedsiębiorców. O tym jak ich wizje świata się ścierają, tworząc nowe ładniejsze, prostsze, lepsze produkty. Mobilny Kontener Designu został zaprojektowany dla Design Silesia przez studio SOKKA założone przez rodzeństwo śląskich

projektantów – Kasię i Wojtkę Sokołowskich. Są autorami choćby ławki Lightbench, która w dzień gromadzi energię słoneczną, żeby po zapadnięciu zmroku rozświetlić się kolorowym światłem. Z kolei za wystawę odpowiedzialny jest inny świetny śląski projektant Michał Latko, twórca nowatorskiego sygnalizatora świetlnego ZIR Slim (także na wystawie). Po wizycie w Katowicach „latająca galeria” trafi do kilkunastu miast województwa. Będzie otwarta od godz. 10 do 18. Ale do środka będzie można zajrzeć nawet w nocy, dzięki szklanym ścianom.

Austrian Design Spirit

Wysoka jakość, innowacyjne koncepcje i doskonałe rozwiązania projektowe – to cechy austriackiego projektowania, którego najlepsze przykłady możemy obejrzeć w Zamku Cieszyn. Jednym z najważniejszych kryteriów ich wyboru była też skuteczność w konkurowaniu na międzynarodowych rynkach. To szczególnie ważne dla podkreślenia znaczenia designu jako czynnika wzrostu gospodarczego. Na wystawie można zobaczyć wyróżnione austriacką Nagrodą Narodową, a także innowacyjne rozwiązania wprowadzane na rynek



przez zorientowane na design austriackie firmy. To również przegląd nagrodzonych książek i publikacji, uzupełniony o filmy, pokazujące narzędzia wykorzystywane do projektowania wizualnego. To wreszcie innowacyjne koncepcje produktów autorstwa Joanneum University of Applied Sciences w Graz, pokazujące możliwości pokolenia przyszłych austriackich projektantów. W marcu 2011 Graz, który jest drugim co do wielkości miastem Austrii, został mianowany przez UNESCO Miastem Designu, obok m.in.: Berlina, Buenos Aires, Seulu, Montrealu czy Szanghaju.

Gdzie: **Ornażeria Zamku Cieszyn**
Kiedy: **od 27 kwietnia (wernisaż o godz. 17) do 10 czerwca**
Za ile: **za darmo**



Urny Bogdana Kosaka
fot. Filip Gołębowski



IKONY DESIGNU

Opływowe kształty Raymonda Loewy'ego

„Przeciętna osoba prowadząca normalne życie, czy to w mieście, czy na wsi, może być pewna, że wokół niej jest produkt albo usługa, przy której tworzeniu na którymś z etapów była obecna firma Raymond Loewy i Spółka” – miał powiedzieć w 1951 roku projektant Raymond Loewy. Buńczucznie? Być może, ale prawdziwie. Ten twórcy od

lat 30. XX wieku designer był nie tylko szalenie płodny, ale i wyjątkowo wszechstronny. Spod jego ręki wychodziły projekty łodzi, lokomotyw, wnętrz statków kosmicznych, butelek na coca-cole, autobusów dalekobieżnych i znaczków pocztowych. W latach 50. i 60. przeciętny Amerykanin mógłby uciec

przed projektem Raymonda Loewy'ego chyba tylko do Związku Radzieckiego. Nic dziwnego, że Loewy'ego okrzyknięto „ojcem projektowania przemysłowego”. Łatwo znaleźć jedną wspólną cechę dla wszystkiego, co Loewy stworzył. To opływowość. Obłe i lekkie kształty nadawał projektom znaczków pocztowych i statków kosmicznych. Pojawiały się już w latach 30., gdy Loewy pracował nad swoimi pierwszymi wielkimi dziełami – lokomotywami dla spółki kolejowej w Pensylwanii. To wtedy powstał legendarny gigant – lokomotywa

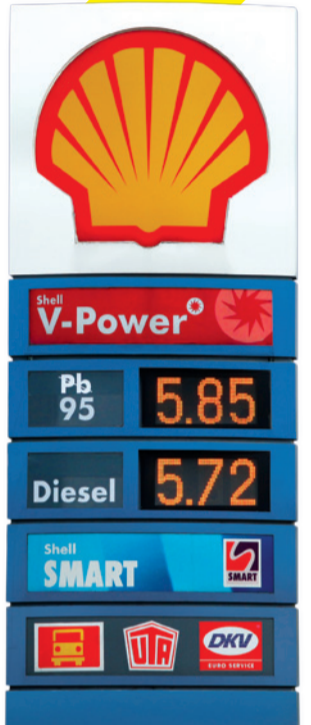
S-1. Była tak ogromna, że mieściła się tylko na głównym torze łączącym Chicago z Crestline w Ohio. Loewy przeniósł swoje aerodynamiczne myślenie wypracowane przy tworzeniu lokomotyw do przemysłu samochodowego. To właśnie Loewy sprawił, że lata 50. na amerykańskich drogach należały do aut o zaokrąglonych liniach. Projektował dla marki Studebaker, która skorzystała na restrykcjach nałożonych na wielkich producentów, takich jak General Motors, w czasie drugiej wojny światowej. Nie mogli oni w czasie wojny projektować aut cywilnych. Tymczasem Loewy pracował wtedy w najlepsze i Studebaker mógł wypuścić pierwszy powojenny model już w 1947 roku. Opływowe kształty tych samochodów były pierwszą odpowiedzią na wyzwania, które miała dopiero przynieść przyszłość. Pozwalały zaoszczędzić paliwo, o którego brak nikt się wtedy nie martwił. W tym samym celu w latach 60. usunął z masek swoich aut chromowane grille. „Komu potrzebne są takie

Amerykanin z Paryża

Ojciec amerykańskiego wzornictwa przemysłowego i duma Stanów Zjednoczonych był z pochodzenia Francuzem. Urodził się w 1893 roku w Paryżu. Francuzką była jego matka, zaś ojciec pochodzącym z Wiednia dziennikarzem. Już od wczesnego dzieciństwa Loewy wykazywał jednak iście amerykańską przedsiębiorczość. Jego pierwszy udany projekt – latający model samolotu nazwany Ayrel – wygrał w 1908 roku Puchar Gordona Benetta. Wkrótce potem młody projektant i biznesmen zaczął je sprzedawać. Kiedy wybuchła pierwsza wojna światowa, Loewy służył swojemu krajowi na froncie. Dorobił się rany, stopnia kapitana i Krzyża Wojennego (Croix de Guerre). W 1919 roku, jeszcze w mundurze francuskiego żołnierza i z 50 dolarami w kieszeni, popłynął do Ameryki. Ostatnie lata życia spędził jednak w dawnej ojczyźnie. W 1980 roku przeniósł się do Francji. Zmarł siedem lat później w swojej rezydencji w Monte Carlo. Fundacja jego imienia przyznaje co roku nagrodę dla wybitnych projektantów. Jednym z jej laureatów był inny znany Francuz Philippe Starck.



kratki? Mnie zawsze kojarzyły się z kanałami” – przekonywał. Dzieła Loewy'ego przyciągały wzrok. Szczególnie te, które najbardziej zwracały na siebie uwagę – znaki firmowe, ponieważ także na tym polu projektant był niezrównanym mistrzem. W 1940 roku wygrał konkurs na nowy wizerunek marki papierosów Lucky Strike. Kto dziś pamięta, że ówczesne kolory marki to zieleń i czerwień? Loewy sprawił, że czerwone koło na białym tle kojarzy się z tymi papierosami ludziami od Alaski po Portugalie. Z kolei firma Shell w latach 60. mogła bez obaw usunąć swoją nazwę z reklam stacji paliwowych, bo wszyscy znali żółtą muszelkę zaprojektowaną przez Loewy'ego.



PORTRET PROJEKTANTA



Plecak dla
HiMountain



KTO:
Grupa Wzorro,
czyli Natalia Jakóbiec, Kasia Pełka i Marcin Krater

SPECJALIZUJEMY SIĘ W:
projektowaniu produktu, aranżacjach przestrzeni,
wystawiennictwie, projektowaniu wydarzeń.

PROJEKTUJEMY DLA:
HiMountain, Baby Design Group, Business Consulting, Bogdan Kosak Modelarnia Ceramiczna; Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego, Śląskiej Organizacji Turystycznej, Zamku Cieszyn, Instytucji Filmowej Silesia Film, Instytucji Kultury – Miasto Ogrodów... oraz własnej przyjemności.

NAJBARDZIEJ DUMNI JESTEŚMY Z:
tego, że bardzo lubimy to, co robimy i lubimy ze sobą pracować. Praca jest dla nas przyjemnością. Każdy nowy projekt to dla nas wyzwanie, a współpraca z różnymi firmami i instytucjami pozwala nam nie popaść w rutynę.

DESIGN TO:
sposób myślenia o wszystkim – o tym, co widzimy, czego dotykamy, co smakujemy, co czujemy, co słyszymy...

Stoisko Województwa Śląskiego w Brukseli



Dowiedz się
więcej:

