

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/58622/1583353/design-wird-zu-einem-der-zentralen-erfolgsfaktoren-fuer-unternehmen> abgerufen werden.

SCHOLZ & FRIENDS

GROUP

Design wird zu einem der zentralen Erfolgsfaktoren für Unternehmen

23.03.2010 - 16:28 Uhr, Scholz & Friends Group GmbH

Berlin (ots) - Größte Unternehmensbefragung zum Thema Design belegt: Gestaltungsqualität spielt bei Produkteinführungen, Gewinnung von Marktanteilen und Preisgestaltung eine entscheidende Rolle

Design gewinnt für die Unternehmen in Deutschland immer mehr an Bedeutung. So hat eine deutliche Mehrheit ihre Investitionen im Bereich Design in den letzten Jahren gesteigert. Und 70 Prozent von ihnen geben an, dass Design einen großen Einfluss auf die Gesamtergebnisse ihres Unternehmens hat. Zudem spielt Design als Erfolgsfaktor für verschiedene Unternehmensbereiche eine immer größere Rolle: Den Mehrwert von Design sehen sie vor allem bei der Einführung neuer Produkte (95 Prozent), bei der Gewinnung von Marktanteilen (87 Prozent) sowie bei der Preisgestaltung (84 Prozent). Dies sind die Kernergebnisse von "Die Schönheit des Mehrwerts", Deutschlands größter Unternehmensbefragung zum Thema Design, die vom Markenverband, dem Rat für Formgebung und Scholz & Friends durchgeführt wurde. Die Studie beruht auf Angaben von Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes. Als Spitzenorganisation der Markenwirtschaft in Deutschland vertritt er rund 400 namhafte Unternehmen, die insgesamt einen Markenumsatz von über 500 Mrd. Euro repräsentieren. Die Untersuchung belegt umfassend die wirtschaftliche Bedeutung von Design, zeigt aber auch kaum genutzte Potenziale auf.

Schon Steve Jobs sagte: "Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works." Diesem Urteil können Deutschlands Markenfürher nur zustimmen. Auch als Alleinstellungsmerkmal beim Kunden und im Wettbewerb ist Design gefordert, wie Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer beim Markenverband, bestätigt: "Design ist mittlerweile ein unverzichtbares Instrument der Markenführung. Ein professioneller Markenauftritt sorgt für Orientierung, Abgrenzung und Einzigartigkeit. Konsequente Gestaltung stärkt das Markenversprechen."

Ebenfalls beeindruckt von den Ergebnissen zeigt sich Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer des Rats für Formgebung: "Mehr als 80 Prozent der befragten Unternehmen begreifen Design als Treiber für die erfolgreiche Implementierung von neuen Produkten in neuen Märkten. Das zeigt, wie sehr sich das Verständnis durchgesetzt hat, dass sich Innovationen nur durch eine attraktive Vermittlung ihrer Innovationsaspekte - d.h. durch Design - im Markt positionieren lassen."

"Die Individualisierung von Marken, Produkten und Dienstleistungen schreitet immer weiter voran", so Wolf Schneider, Geschäftsführer der Designagentur Scholz & Friends Identify. "Die Studie zeigt: Design ist längst kein Luxus mehr, sondern Existenzgrundlage für die gesamte Markenindustrie in Deutschland."

Eine immer größere Rolle in diesem Prozess nehmen Agenturen ein. Unternehmen fordern von ihnen in erster Linie Kreativität (95 Prozent), aber auch maßgeschneiderte Lösungen und eine effiziente Umsetzung. Die Studie deckt allerdings auch auf, dass nicht alle Potenziale von Design voll genutzt werden. So verstehen lediglich 29 Prozent der befragten Unternehmer Design als eine Möglichkeit zur Kostenreduktion und nur die Hälfte sieht darin einen wichtigen Faktor zur Erreichung umwelt- und gesellschaftspolitischer Ziele.

Fazit der Studie: -Design wird immer mehr zum Schlüssel des wirtschaftlichen Erfolgs eines Unternehmens

-Viele Unternehmen haben den Trend erkannt und die Investitionen in diesem Bereich erhöht

-Unternehmen lagern Aufgaben im Bereich Design zunehmend an Agenturen aus. Von diesen erwarten sie an erster Stelle Kreativität

- Potenziale von Design werden weitgehend verschenkt, sowohl im Bereich der Kostenreduktion als auch in der Optimierung von Prozessen Studiendesign

Die Ergebnisse wurden im Rahmen einer Onlineumfrage erhoben, die von November 2009 bis Januar 2010 durchgeführt wurde. Befragt wurden die Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes. Von den rund 400 Mitgliedsunternehmen hat knapp ein Viertel an der Studie teilgenommen. Damit spiegeln die Ergebnisse den Stellenwert von Design bei annähernd 100 der führenden Markenunternehmen Deutschlands wider. Das macht die vorliegende Umfrage zur größten deutschen Studie in diesem Bereich. Da die Unternehmen auch Auskunft über die Entwicklungen der vergangenen fünf Jahre geben, geht die Studie über eine Momentaufnahme hinaus und weist auf eine steigende Bedeutung von Design hin.

Weitere Details zur Studie sowie den Download der kompletten Ergebnisse finden Sie unter <http://www.s-f.com/designstudie>

Pressekontakt:

Markus Mayr
Scholz & Friends Group
tel +49 (0) 40/3 76 81-115
mobil +49 (0) 173-54 999 52
fax +49 (0) 40/3 76 81-320
pr@s-f.com
<http://www.s-f.com>

Originaltext:

Scholz & Friends Group GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/58622/scholz-friends-group-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_58622.rss2