



Innovation = Erfolg?

Dipl.-Designer Gerd Helmreich

Designaffairs GmbH
D-91052 Erlangen, Konrad-Zuse-Str. 12
Tel: +49 9131 977 948-80
Web: www.designaffairs.com



Ausbildung und beruflicher Werdegang

Gerd Helmreich, 1956 in Bamberg (D) geboren, studierte ab 1978 „Industrie Design“ an der Universität Darmstadt. Ab 1982 arbeitete Gerd Helmreich drei Jahre für die Firma Sedusstoll in Wallshut im Büromöbelbereich. 1985 bis 1998 war er für den Bereich „Medical und Industrie“ für die Firma Siemens AG als Inhousesdesigner zuständig. 1997 ging die Designabteilung von Siemens in die designaffairs GmbH über. Gerd Helmreich wurde daraufhin Atelierleiter der Erlanger Niederlassung. Seit vielen Jahren ist Gerd Helmreich auch als Lehrender tätig, zB an der Hochschule der bildenden Künste in Berlin, für die Fachhochschule Pforzheim oder die Fachhochschule für Gestaltung in Coburg. Seit 2007 ist Gerd Helmreich geschäftsführender Gesellschafter der designaffairs GmbH.

Zum Unternehmen

Designaffairs wurde 1997 gegründet und unterhält mittlerweile drei Standorte, zwei davon in Deutschland (Erlangen und München) und einen weiteren in Shanghai über den Partner s.point design. Mit über 50 Mitarbeitern ist designaffairs Europas führende Kreativagentur. Kernkompetenzen sind Industrial Design, das Interfacedesign und Color & Material. Im Spannungsfeld zwischen diesen drei Bereichen erarbeitet designaffairs innovative Designkonzepte für internationale Konzerne. Zu den größten Kunden zählen der Medizinbereich der Siemens AG, General Motors, MAN, LG in Korea, Wella AG, WMF, Petra. Für die Designlinie von Magnetresonanz- und Computertomographie-Geräten hat designaffairs 14 Designawards gewonnen, außerdem den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland. Das Unternehmen wurde in den letzten zehn Jahren mit über 160 Designawards ausgezeichnet, auch heuer (2009) sind schon drei Red Dot Design Awards dazugekommen.

Zum Vortrag

In den Vortrag geht es um WMF1, eine der kleinsten Kaffeepadmaschinen der Welt, welche zahlreiche Designauszeichnungen erhalten und umfassendes Presse- und Medienecho in Presse, Blogs & Co ausgelöst hat. Der Erfolg der WMF 1 basiert auf der durchgängigen Analyse zentraler Aspekte (Consumer Insights, Markenbewertung, Trend- und Marktsituation) und dem stringenten Übertrag in das Produktdesign. Durch das Zusammenspiel des designaffairs-eigenen Recherchetools „SimuPro“ mit dem „Design Style Observation“ war es möglich, innerhalb des Gestaltungs- und Entwicklungsprozesses markenspezifisch, und für die Zielgruppe herausragendes Designstyle zu entwickeln. Mit dieser Produktinnovation konnte WMF aus der Nische heraus eine Kategorie erfolgreich zu besetzen und die Wahrnehmung der Marke erweitern und verjüngen. Aufgrund des Erfolges von WMF1 musste eine zweite Fertigungsstraße eingerichtet werden, die positive Medienresonanz führte dazu, dass die Werbeausgaben reduziert werden konnten.



DESIGN-TAGUNG-09
Gutes Design ist mehr als eine schöne Form!

