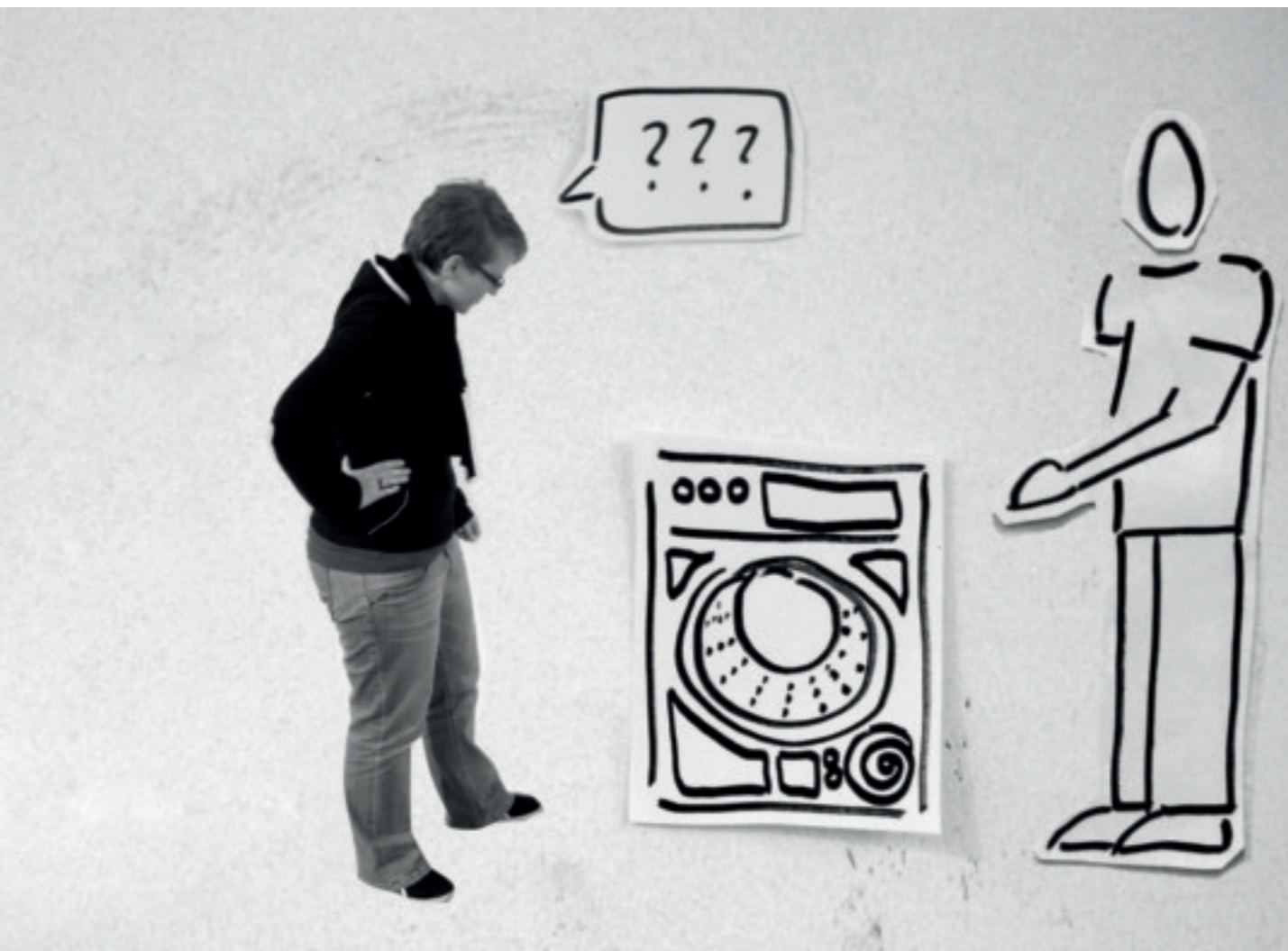


VOM PRODUKT FROM PRODUCT ZUM PROZESS TO PROCESS

Erik Wedeward



» Über das Waschen und Bügeln herrscht eher Mutmaßung als fundiertes Wissen «

Kontrolle über die eigene Wäsche zu haben, davon träumen immer noch viele Menschen. Damit „weiß auch weiß bleibt“ und die Wäsche „immer besser“ ist entwickelte der deutsche Haushaltsgeräte-Hersteller Miele in Zusammenarbeit mit der Köln International School of Design die Zukunft des Waschens.

To have complete control over your laundry is a dream that is shared by many people. In order to “get the whites right” and so that the wash is “getting better all the time”, the domestic appliance manufacturer Miele worked in collaboration with students from the Köln International School of Design to create the future of washday.

DEUTSCH Über das Waschen und Bügeln herrscht eher Mutmaßung als fundiertes Wissen. Wer weiß schon, was Pflegesymbole wie das „P“ im Kreis oder die zwei Punkte im Bügeleisen bedeuten? Mit dem Dosieren des Waschmittels sieht es nicht anders aus – viele benutzen das Waschmittel nach Augenmaß und nehmen eher etwas mehr, „damit es auch wirklich sauber wird“. Schnell wird klar, dass es den Kunden beim Waschen nicht nur um Produkte, sondern insbesondere um den durch sie vermittelten Nutzen und die damit verbundenen Erlebnisse geht. Dies bewegt Unternehmen zunehmend dazu, sich mit der Gestaltung des Nutzens und der Erlebnisse zu befassen: Mit der Gestaltung der Dienstleistungen.

ENGLISH There's a lot of guesswork that goes into washing and ironing. Who really knows what those washing symbols – like the “P” in the circle or the iron with two dots on it – actually mean? And it's the same with measuring out the washing powder: most people do it by eye, adding a little bit extra so that it will “get it really clean”. It soon becomes clear that for the end users it's not only about the products, but also about their uses and the experiences that go along with them. This means that companies are paying increasingly more attention to the design of use and experience: in other words, to Service Design.

EXPERTE DES WASCHPROZESSES

Vor diesem Hintergrund führte das an der KISD ansässige Service Design Forschungszentrum „sedes research“ im Rahmen eines Kooperationsprojektes mit Miele Hausgeräte eine qualitative Studie über die Wäschepflege durch. Probanden dokumentierten über zwei Wochen ihre täglichen Waschgewohnheiten in einem „Waschtagebuch“. Hausbesuche durch das Forschungsteam ermöglichten tiefe Einblicke in die Welt der Wäschepflege. Aus den so gewonnenen Erkenntnissen wurden vier „Waschtypen“ entwickelt.

Auf den Einsichten aufbauend wurden in einem studentischen Projekt konkrete Veränderungskonzepte generiert. Bei der Wäschepflege positioniert sich Miele bisher ausschließlich als Hersteller qualitativ hochwertiger Maschinen. Die Studierenden der KISD sehen Miele darüber hinaus aber als „Experten für den ganzen Waschprozess“. In Folge dessen entstanden diverse Konzepte – von der Umgestaltung der Website bis hin zur Konzeption eines Flagshipstores.

ÜBER DAS WASCHEN HINAUS

Da jungen Menschen Miele zwar ein Begriff ist, hochpreisige Premium-Waschmaschinen vielen von ihnen als (noch) nicht erschwinglich erscheinen, wurden Produkte rund um das Waschen entworfen: ein Waschbeutel, in dem schon vor dem eigentlichen Waschvorgang die Wäsche aufgeteilt wird oder Stabringe, auf welche die Wäsche vor dem Waschen aufgezogen werden muss, dafür aber das Aufhängen in wenigen Sekunden zu erledigen ist.

Alle Projektergebnisse wurden bei einer Präsentation bei Miele in Gütersloh von Entscheidern aus Design, Marketing und Vorstand sehr positiv aufgenommen und führten vor Ort zu einer angeregten Diskussion über die Positionierung der Marke Miele.

In diesem Waschbeutel kann die Wäsche schon vor dem eigentlichen Waschvorgang die Wäsche aufgeteilt werden

Using this washing bag, the laundry can be portioned out before washing

EXPERTS IN WASHING

It was against this background that the “sedes research” the service design research centre, located at KISD, carried out a qualitative study of domestic laundry, in cooperation with the Miele company, manufacturer of domestic appliances. Over a period of two weeks, those taking part documented their daily laundry habits in a “Laundry Diary”. House visits by the research team were able to elucidate deep insights into the world of laundry, and from the data gathered, four “Laundry Types” were identified.

Based on these insights, a student project was able to generate specific suggestions for improvement. Miele has a reputation as a manufacturer of quality products. However, the students at KISD see the company more as “experts for the entire laundry process”. Based on this idea, various concepts were generated, from the redesign of the website to the development of a flagship store.

BEYOND WASHING

Although Miele is a well-known brand for the younger end of the market, they often do not have the disposable income for these quality machines. Therefore, products related to laundering were developed: a laundry bag in which the load can be divided before the actual washing cycle; or “line-loops”: flexible plastic rods that can be looped through the dirty clothes before the wash cycle, then opened out after the wash to form a sort of instant washing line, meaning that the clothes can be hung up to dry in seconds.

The project results were presented in Gütersloh to Miele’s design and marketing executives and to the board of directors. They were very positively received and led to a spirited discussion taking place about Miele’s brand positioning.

» *There’s a lot of guesswork that goes into washing and ironing* «



Wäscheständer sind als temporäre Produkte gedacht – werden aber oft zum permanenten Teil des Interieurs. Nach dem Leitsatz „Was du nicht verstecken kannst, hebe hervor“ entstanden eine Leuchte, auf die man Wäsche hängen kann, ein Lichtschrank, der die Wäsche als gestalterisches Element nutzt und das Hängesystem „bird“, das direkt mit der Waschmaschine verbunden ist.

Clothes horses are often thought of as temporary products, but they often become a permanent feature of the room that they’re in. As the saying goes, “You’ve got to make a virtue out of necessity”, and so we designed a lamp that you can hang your washing up on, a lightbox that uses the laundry as a design element and the “bird” hanging system, which is integrated directly with the washing machine.

