

„Die richtige Dosis macht den Erfolg: Ratio und Emotion im Medical Design“

» Design: Warum Fokus auf Medizinaltechnik, obwohl man Design doch eher mit den schönen Dingen des Lebens verbindet?

Nach dreimal Porzellan-Service oder der zweiten Nachttischleuchte, fragen wir uns, wo der formale und auch intellektuelle Anreiz liegen soll – abgesehen davon, dass der Markt unersättlich nach Neuheiten ruft.

» Das bedeutet, Design in der Medizinaltechnik ist spannender?

Und auch sehr viel sinnvoller. Was bekanntlich einer der grössten Motivationen für Höchstleistungen ist – wir lieben unsere Arbeit! Medizinaltechnik ist das Komplexeste, was man als Designer machen kann, weil unzählige Faktoren aufeinander abgestimmt werden müssen. Deshalb unser Motto: „Komplex. Verblüffend einfach!“ „Komplex“ bezieht sich auf die Aufgabenstellung, „verblüffend einfach“ auf die Lösung – wobei der Weg zur Lösung nie einfach ist!

» Was genau macht es so spannend?

Es geht in unseren Projekten meistens darum, in dem jeweils sehr spezifischen Unternehmensumfeld technische, ergonomische, psychologische und auch ästhetische Bedürfnisse auf intelligente und sensible Weise umzusetzen. Das machen wir in Bezug auf das Gerät selbst und auch auf das GUI, auf die grafische Benutzerschnittstelle, bis hin zur Verpackung und Kommunikationsmittel. Es gilt also drei Aspekte zusammen zu bringen: die erste ist die des beauftragenden Unternehmens, dessen Werte und Persönlichkeit sollen in dem Projekt deutlich zu erkennen sein. Die zweite ist die der Innovation: die funktionale-technische und ergonomische sowie die psychologische echte Neuheit, die in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden gefunden und definiert wird. Und die dritte Perspektive ist natürlich die der Attraktivität, der Gestaltung, die es für jedes einzelne Produkt zu entwickeln und optimieren gilt.

» Für welche Unternehmen können Sie solch umfassende Projekte machen, gibt es da überhaupt so viele, die den Wert von Design erkennen?

Unsere Kunden sind überwiegend starke Unternehmen, die ihre gute Marktposition weiter ausbauen oder sichern wollen. Sie sind sich bewusst, dass die oben genannten 3 Aspekte erfolgsentscheidend sind. Start-ups sind für uns aber auch sehr spannend, da man mit Ihnen „auf der grünen Wiese“ Alles neu bestimmen kann und die Kultur natürlich auch eine komplett andere ist, als bei reiferen Unternehmen. Zum Beispiel ging es bei Medela, dem Weltmarktführer für Stillhilfeprodukte, darum, die sehr spezifischen emotionalen Bedürfnisse der stillenden Mutter in alle sichtbaren Komponenten zu integrieren und damit die Attraktivität und Differenzierung zu Mitbewerbern erheblich zu steigern; technisch waren die Produkte sowieso schon immer führend. Wir haben aufgrund einer Unternehmens-DNA-Analyse gemeinsam diese



Von oben: musis cross-over Wäsche-Linie, Dräger Anästhesiegerät Zeus, Roche Diagnosegerät, Britta Pukall, medela Wundpumpe, Dentalausstragegerät für Sulzer MIXPAC, Hörgerät Phonak Audéo, medela CALMA Babyflasche, medela Verpackung, Carl Zeiss OP-Trolley, Derungs Leuchte, Sequana Medical

emotionalen Aspekte definiert und in alle Produkte, Bedienoberflächen und die Verpackungen umgesetzt. Oder zum Beispiel für Carl Zeiss Meditec haben wir auf Basis einer ersten Idee des leitenden Kopfes die ganze Ergonomie- und Innovationsstudie bis hin zum Prototypen in engster Zusammenarbeit und kürzester Zeit das innovativste Produkt auf den Markt bringen können.

» Nennen Sie uns doch bitte einige Namen?

Zum Beispiel für Dräger Medical, Roche Diagnostics, Bosch Healthcare, MED-EL, Phonak, Sulzer Mixpac oder das Start-up-Unter-

nehmen Sequana Medical haben wir solch umfassenden Projekte erfolgreich bearbeitet, meistens definieren wir die gesamte Produktsprache und setzen diese in teilweise mehreren Dutzend Projekten um und sind auch ganz früh im Prozess an der aufregenden Innovationsfront mit dabei.

Interview mit Britta Pukall, Inhaberin milani design & consulting (Team mit 15 Mitarbeitern) in Thalwil

Weitere Informationen

Das Team der führenden schweizer Agentur für Industriedesign besteht aus interdisziplinär geschulten Designern und Ingenieuren.

Jeder hat ein Spezialgebiet. So gibt es Industrie-, Corporate- und User-Interface-Designer, Ingenieure und Strategen. Alle arbeiten gemeinsam an der besten Lösung. „Und die gibt es immer“, weiss Britta Pukall.

Das bestätigen die Erfolge Ihrer Auftraggeber. Häufig entwickelt milani auch den Gesamtauftritt für seine Kunden.

„Wir lieben komplexe Herausforderungen in den Aufgabenstellungen und Produkten, die sich für die Benutzer als verblüffend einfach zu bedienen herausstellen“, so Britta Pukall.

Design-Auszeichnungen wie der „Reddot Design Award“, „iF“, „Designpreis Schweiz“ und viele weitere gewonnene Preise zeigen, dass die Agentur ausserdem auch gestalterisch nach fast 50 Jahren seit der Gründung vom Pioniergeist von einst nichts eingebüsst hat und für exzellentes Schweizer Industriedesign steht.

www.milani.ch