

# Workshop

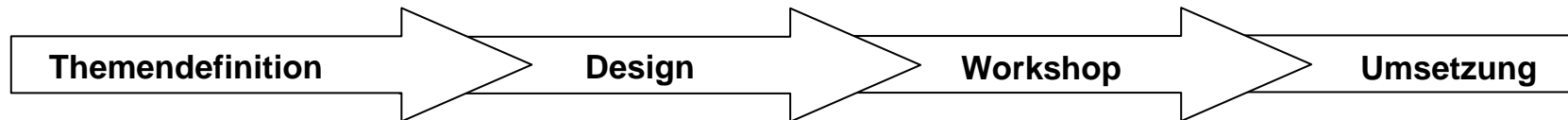
## Energie neu denken

Eine Kooperation mit ID2 Prof. Hartmut Esslinger – Universität für Angewandte Kunst, Wien



Lothar Rehse

# PROZESS



Themenstellungen können von allen **TeilnehmerInnen** eingebracht werden – mit der Anmeldung beim Symposium oder vor dem Workshop (Anmeldung auf der Website ([www.e2050.at/Veranstaltungen](http://www.e2050.at/Veranstaltungen)))

Halbstündige Plearsitzung

Die Themen werden gesammelt, gemeinsam geordnet und für die Entscheidung aufbereitet.

Die TeilnehmerInnen entscheiden sich für eine von 5 **Arbeitsgruppen**.

Pro Arbeitsgruppe ein **Gastgeber** und 3-4 DesignerInnen

Tagesworkshop In 5 parallelen Arbeitsgruppen

In 6 jew. halbstündigen Sitzungen werden Lösungen erarbeitet.

Diese werden von Prof. Esslinger und 3-4 MitarbeiterInnen pro Arbeitsgruppe in den Zwischenphasen aufbereitet, fokussiert und **visualisiert**.

Interdisziplinäre Teams arbeiten an der Umsetzung der Ergebnisse

Die interessanten Themen werden in Kooperationsprojekten weitergeführt

Neu entstehende Themen werden in weiteren Arbeitsteams aufgegriffen

**Empfehlungen** für den Strategieprozess werden ausgearbeitet

## Workshop „Energie neu denken“ am 20. November 2008

09.00 Uhr Begrüßung

09.15 Uhr Vorstellung Tagesablauf und Briefing

- Themen ordnen
- Arbeitsgruppen einteilen

09.45 Uhr Übersiedlung in Gruppenräume

10.00 Uhr 1. Kreativphase

10.30 Uhr Pause/Aufbereitung der 1. Ergebnisse

11.00 Uhr 2. Kreativphase

11.30 Uhr Pause/Aufbereitung der 2. Ergebnisse

12.00 Uhr 3. Kreativphase

12.30 Uhr Mittagspause/Aufbereitung der 1.-3. Ergebnisse

14.00 Uhr 4. Kreativphase

14.30 Uhr Pause/Aufbereitung der 4. Ergebnisse

15.00 Uhr 5. Kreativphase

15.30 Uhr Pause/Aufbereitung der 5. Ergebnisse

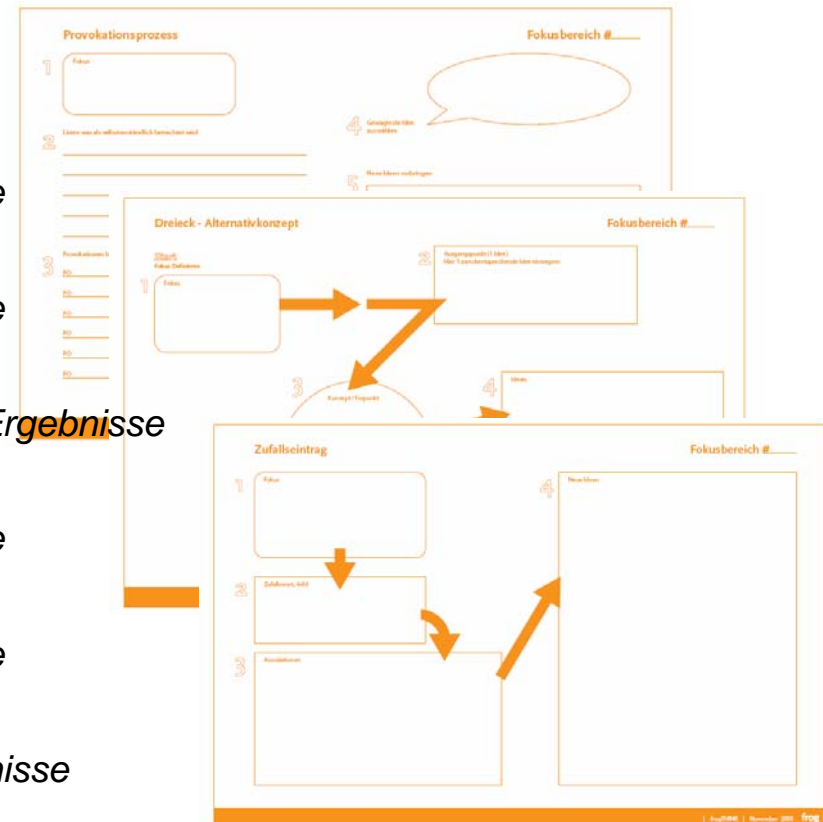
16.00 Uhr 6. Kreativphase

16.30 Uhr Pause/Zusammenfassung der Ergebnisse

17.00 Uhr Präsentation der Ergebnisse

- Abschlussdiskussion, Wie weiter?

17.30 Uhr Ende



## **Unsere Motivation:**

Wir ermoeglichen unseren Designstudenten/innen im Rahmen ihrer akademischen Ausbildung sowohl an realistischen Szenarien in Wirtschaft und Industrie zu arbeiten und zu lernen, als auch ueber persoenliche Kontakte zur Industrie und Wirtschaft Karrierechancen zu eroeffnen.

## **Partner-Benefits:**

World-Class Consulting unter der Leitung von Prof. Dr. Hartmut Esslinger.

Wir inspirieren und zeigen neue Marktpotentiale auf, moderieren den Transfer von Ideen und Konzepten in ueberzeugende Produkte und Dienstleistungen.

Wir liefern Design Innovation mit einem Schwerpunkt auf fortschrittlichen Technologien und innovativen Business-Design-Strategien.

## **Struktur:**

Das Programm besteht aus vier Phasen, die unterschiedliche Kooperationsformen ermoeglichen. Das Kernelement dieses Prozesses ist ein Innovationsworkshop.

## Unsere Prinzipien:

**Fokussiert auf Innovation und Inspiration**

**Interdisziplinäre Methodologie**

**Betonung auf Geschwindigkeit:**

- führt diverse Funktionen, Levels und Unternehmen zusammen
- unmittelbare Handlungsvorschläge
- fokussierte Anwendung/Umsetzung üblicherweise innerhalb von 5 - 7 Wochen

**"Fresh ideas put to work"**

## Fallbeispiel: Bösendorfer

Ziel: Positionierung von Bösendorfer gegenueber Steinway und auch hoch-qualitativen „Massenherstellern“ wie Yamaha

Erschliessung eue Kundensegmente ueber konzeptionelle Individualisierung

Die Teams konzentrierten sich auf innovative Interpretationen des Themas Klavier und mögliche Erweiterungen des Geschäftsfeldes für Bösendorfer.

Studenten und Manager entwickelten fünf mögliche Strategien und starke Bilder für eine gemeinsame Medienpräsenz

Der nächste Schritt ist die Realisierung von mehreren Prototypen.



# METHODIK: “frogTHINK” FORMAT

Neue Ideen werden generiert, indem man durch “Um-Programmieren” der Ausgangs-Punkte und Bewertung radikale und singuläre Mindsets (gedankliche Einstellungen) schafft. Im Gegensatz zu “ziel-losem” Brainstorming - wie in der Werbung benutzt - ist bei frogTHINK die strategische Aufgabe der “Filter”.

In diesem Workshop haben die Studenten jeweils 3 Sessions absolviert und am Ende jeder Session alle wesentlichen Ideen gesammelt, bewertet und dann zuerst ueber den jeweiligen Session-Gewinner abgestimmt – und am Ende den Gesamt-Gewinner, welcher dann in der naechsten Session als Briefing fuer eine detailliertere Ausarbeitung dient.

**Die 3 Mindsets / gedankliche Einstellungen:**

**ALTERNATIVE**

**ZUFALL**

**PROVOKATION**



**TRADITION BEWAHREN**  
**GRENZEN ÜBERSCHREITEN**  
**VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN**

Bösendorfer ist sich der großen Verantwortung gegenüber seinem musikalischen Erbe mehr denn je bewusst.

Mit großer Aufmerksamkeit beobachten wir die sich ändernden wirtschaftlichen Bedingungen und technischen Entwicklungen. Das ermöglicht uns, auf die Bedürfnisse nach neuen Produkten und auf rasche Veränderungen der Märkte entsprechend zu reagieren.

Unsere Instrumente werden im Hause Bösendorfer entwickelt und ausschließlich dort hergestellt - von denselben Meistern ihres Handwerkes, deren Können und Wissen seit der Gründung des Unternehmens von einer Generation an die nächste weitergegeben wird.

Neben der Verpflichtung für die höchste musikalische Qualität übernehmen wir mit einem umfangreichen Sponsoringprogramm Verantwortung für junge, heranreifende Musiker.





## WAS JUNGE MENSCHEN HEUTE WOLLEN

Digitale Lifestyle-Produkte mit interaktiven, physischen und virtuellen Abenteuern sind “in”.

Windows XP



## WOMIT JUNGE MENSCHEN HEUTE AUFWACHSEN

Die virtuellen “Erfahrungen” mit photo-realistischer Software-UI resultieren in einem medialen Produkt-Fokus.



TRADITION BEWAHREN  
**GRENZEN ÜBERSCHREITEN**  
**KULTURELLE INDIVIDUALITÄT**

Boesendorfer ist der beste und kleinste High-End Hersteller in einem schrumpfenden Markt. Mit jährlichen Stückzahlen von unter 500 ist Boesendorfer bereits eine "Micro-Manufaktur".

Statt nun "klassischen" Designs anzuhängen, welche von japanischen Gross-Herstellern wesentlich billiger und fast so gut industriell produziert und global verkauft werden, braucht Boesendorfer **ein neues Business-Modell ueber eine innovative Individual-Strategie**, wie sie z.B. von Ferrari oder Lamborghini bei Automobilen Und von Riva im nautischen Bereich erfolgreich umgesetzt werden.



**TRANSFORMER PIANO**

所有产品

厨房

厨房

厨房产品

- 厨房橱柜产品
- 内嵌件
- 厨房用品

厨房和餐厅纺织品

厨房照明

厨房装置

台车和上餐桌

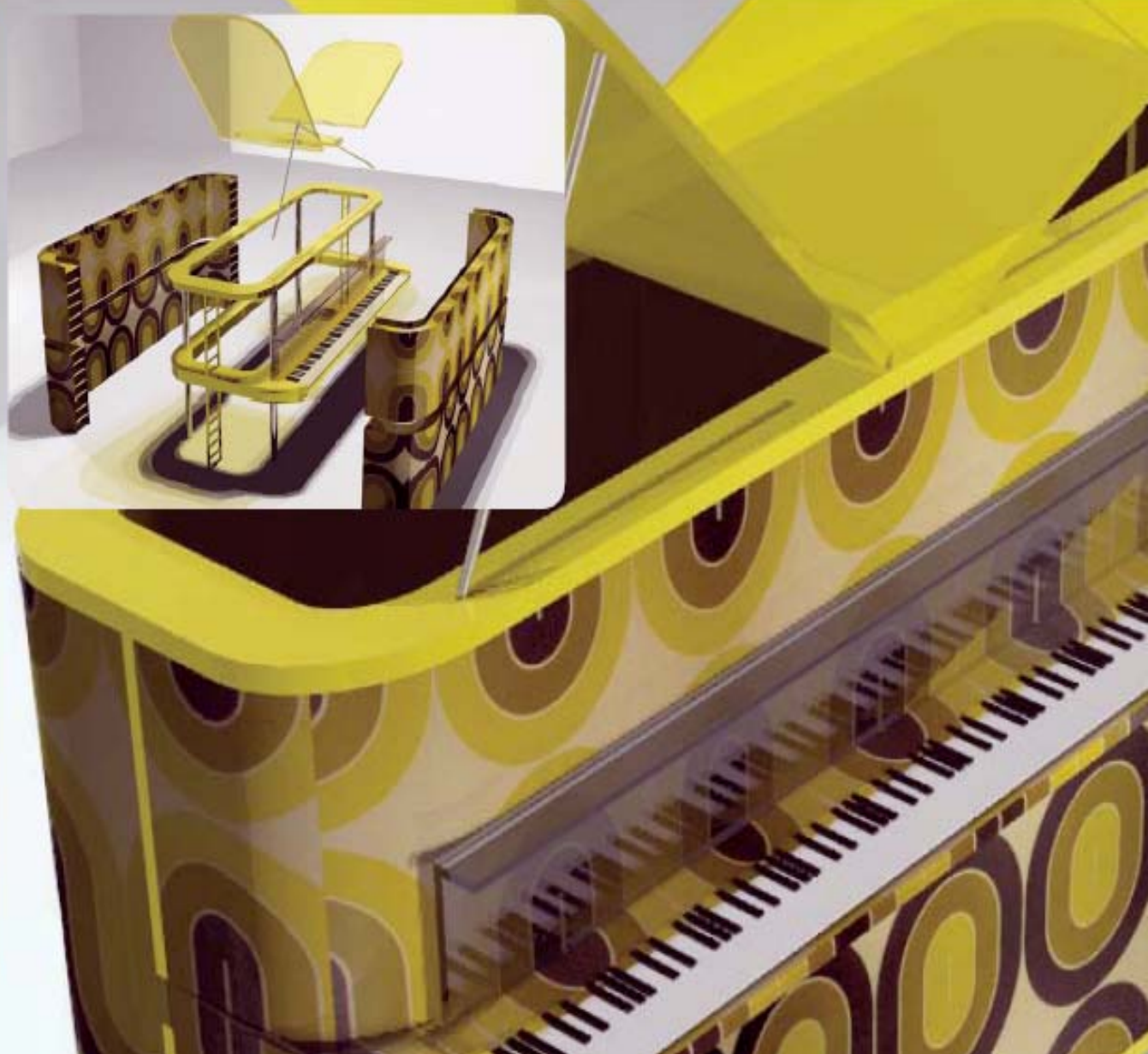
操作台面

水池与水龙头

独立式厨房

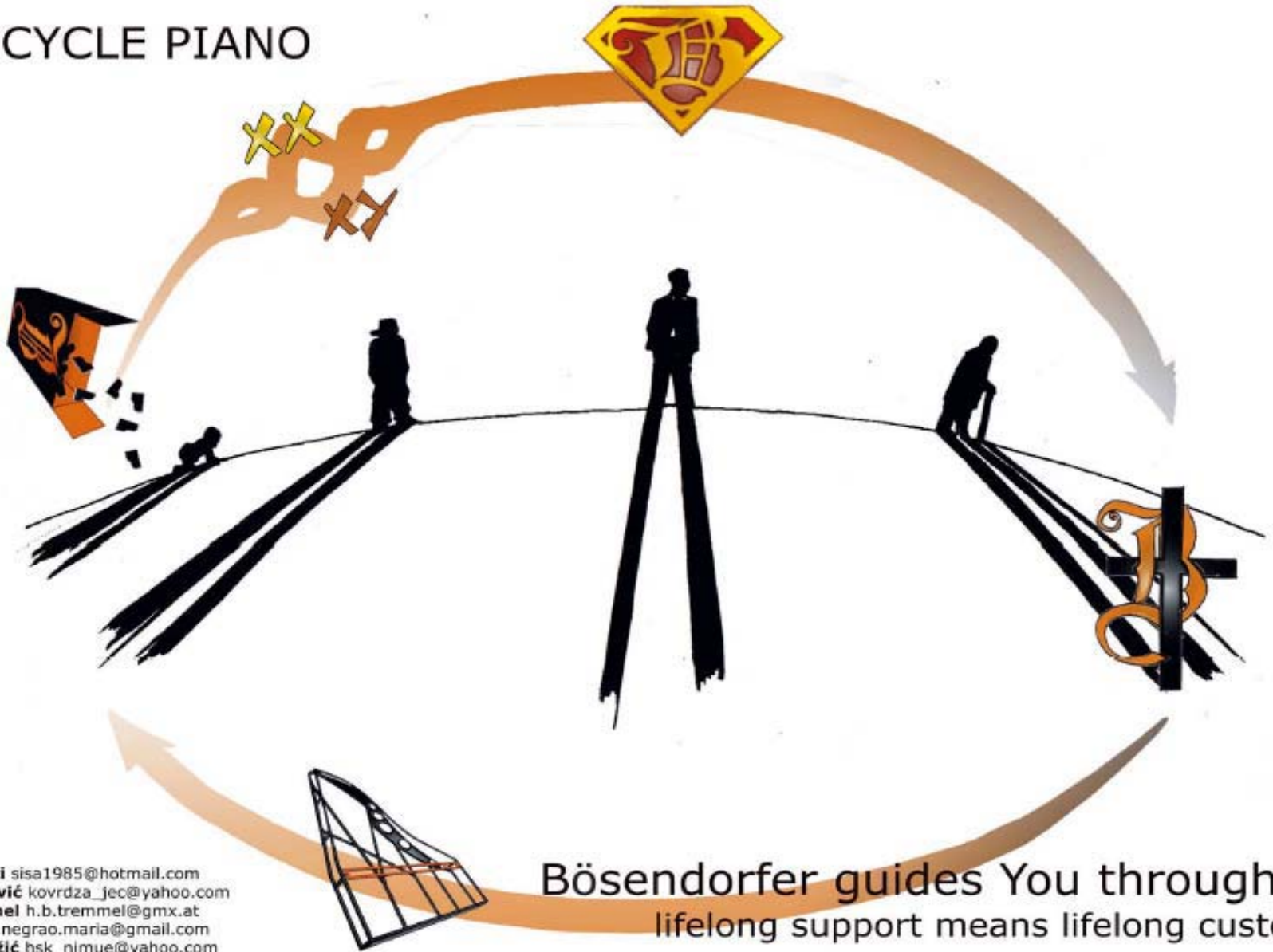
新! 新 厨房

您选择什么风格?



IKEA PIANO

# LIFE CYCLE PIANO



Bösendorfer guides You through Life  
lifelong support means lifelong customers

- Elisa Brambati [sis1985@hotmail.com](mailto:sis1985@hotmail.com)
- Jelena Stojković [kovrdza\\_jec@yahoo.com](mailto:kovrdza_jec@yahoo.com)
- Harald Tremmel [h.b.tremmel@gmx.at](mailto:h.b.tremmel@gmx.at)
- Maria Negroao [negrao.maria@gmail.com](mailto:negrao.maria@gmail.com)
- Milica Balubdžić [hsk\\_nimue@yahoo.com](mailto:hsk_nimue@yahoo.com)
- Sergio Ferreira [serdmf@gmail.com](mailto:serdmf@gmail.com)

# PIANO FOR LIFE

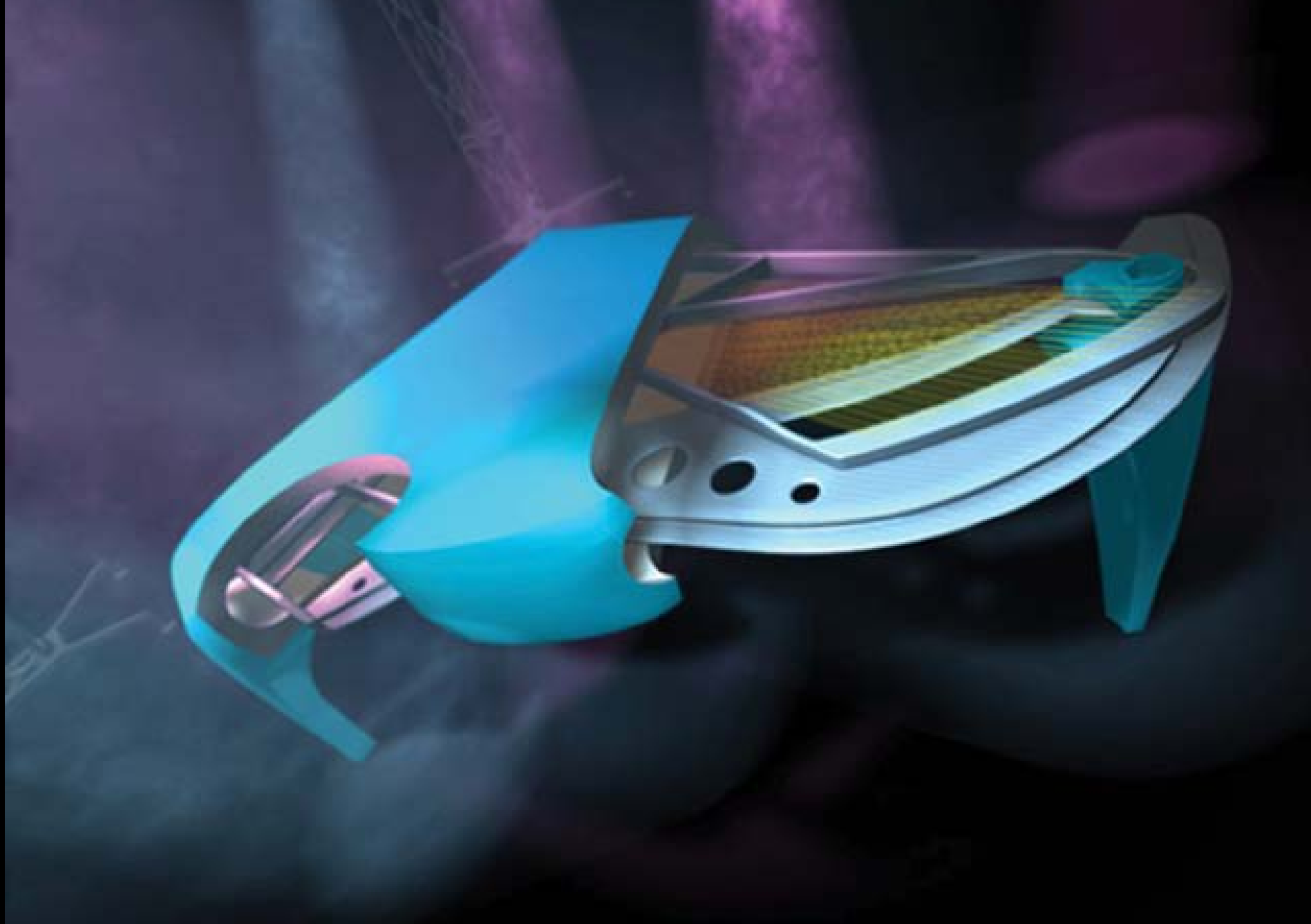


*pimp my gig*



*pimp my gig*

'PIMP MY GIG' PIANO



ROCK PIANO



# LEARNING & FUN PIANO

jugend<sup>plus</sup>

Noten Screen in der Höhe Verschiebbar

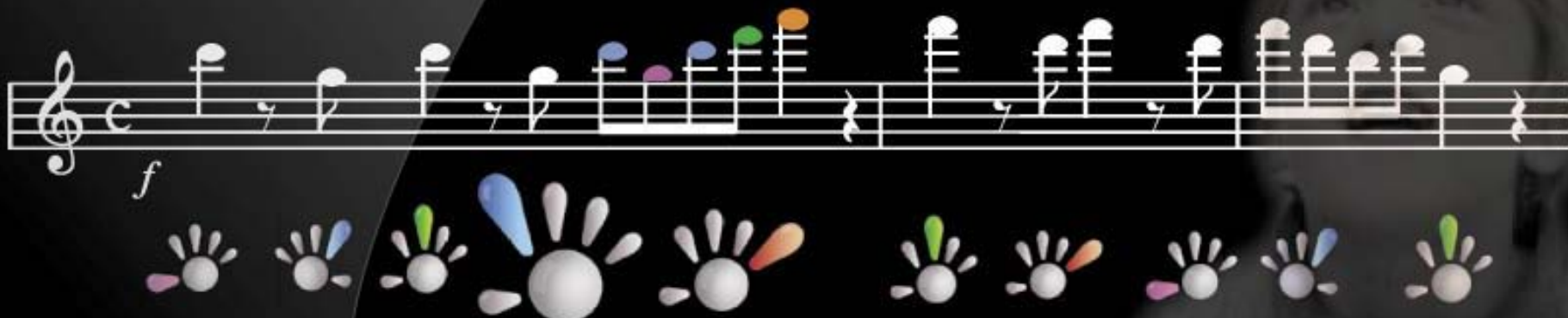


# LEARNING & FUN PIANO

kinder

INTERAKTIVE LERNPROGRAMME

Alegro



KLAVIER SPIELT STÜCKE VOR UND/ODER BEGLEITET EINE MELODIE,  
FINGERSATZ ÜBUNGEN

Jeder Finger hat eine Farbe. Jede Note ist in der Farbe des Fingers angezeigt,  
mit dem sie angeschlagen werden soll.

