

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 13 (2000)
Heft: 8

Artikel: Gesucht : Designchefs : Designausbildung : erste Bilanz des CODEM-Studiums
Autor: Michel, Ralf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121386>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Illustration: Andreas Gefé

Gesucht: Designchefs

Zwischenhalt: Die ersten Studenten des Nachdiplomstudiums Corporate Design Management (CODEM) haben die Hälfte ihres Studiums hinter sich. In einem Jahr schliessen sie ab. Ralf Michel sprach mit ihnen und ihren Lehrern über den neuen Designausbildungsgang.

Steven Loepfe ist kein Greenhorn. Dem Betriebswirt gehört ein Teil der Agentur Loepfe & Partner in Zug. Corporate Design und Markenführung sind sein Geschäft. Zu seinen Kunden zählen Gemeindeverwaltungen, Speditionsfirmen, Banken und eine Fernsehgesellschaft. Loepfe studiert Corporate Design Management (CODEM) und zählt zu den ersten 13 Studenten und drei Studentinnen dieses eidgenössisch anerkannten Nachdiplomstudiums: Vier Ingenieure, sieben Designer und zwei Ökonomen haben unter anderem mit ihm vor über einem Jahr begonnen und schliessen im Juni nächsten Jahres als Pioniere das CODEM ab.

Bedarf soweit man blickt?

Thomas Lenzen belegte 1993 in seiner Doktorarbeit als Ökonom an der Uni St. Gallen, dass mittelständische Unternehmen Design als Erfolgsfaktor hoch einschätzen. Doch Designer in Führungsaufgaben oder Ökonomen und Ingenieure mit ausgeprägten Designkenntnissen sind seltene Exemplare. An diesem Punkt setzt das CODEM an. Seine Erfinder gehen von der These aus, dass in einer Firma alle designrelevanten Äusserungen aufeinander abgestimmt werden müssen. «Design ist Chefsache», sagt Christian Jaquet, der altgediente Designer und Werber, der CODEM begleitet. «Im Corporate De-

sign», so Jaquet, «vermittelt eine Firma ihre Kultur, ihr Selbstverständnis und ihren Qualitätsanspruch. Und je früher das Design an der Entwicklung eines Produktes oder einer Dienstleistung beteiligt wird, desto schneller ist die Leistung am Markt und desto weniger Geld kostet es eine Firma schliesslich. Wie das geht, lernen die Studierenden in dieser Ausbildung».

Doch die Wirtschaft will erst noch vom Sinn eines Corporate Design Managers überzeugt werden. In den Organigrammen vieler Firmen hat der Design Manager noch keinen Platz. Gleichwohl gibt es Manager, die das CODEM unterstützen und gespannt auf die ersten

Absolventen warten. Thomas Menz, Marketingchef der Möbelfirma WelliS, meint: «Der Bedarf an Corporate Designmanagement ist vorhanden. Zwar können wir uns in verschiedenen Designansschauungen bewegen und das Design als strategische Komponente in unsere Entscheidungen einbeziehen. Doch der unverstellte analytische Blick von aussen, die ganzheitliche Betrachtung von Design, Produktionsverfahren, Verkauf und Kommunikation, die ein CODEM Absolvent mitbringen könnte, regen uns an, eigene Entscheidungen zu überdenken.» Und auch Jörg Baumann, Besitzer der Textilfirma Création Baumann, meint, dass Corporate Design Management nötig sei. Ein solcher Manager gewinnt Baumanns Vertrauen aber nur, wenn er auf den Gebieten von Marketing, Produktionstechnologie und Design überzeugt.

Das Studium

Das CODEM ist ein zweijähriges berufs begleitendes Nachdiplomstudium. Die Studenten bringen aus ihren Berufen verschiedene Erfahrungen mit und müssen nun ihr Wissen einander angleichen: Ingenieure lernen von Werbern, Designerinnen von Ökonomen. Auf dem Lehrplan stehen Theorieblöcke in Marketing, Produktentwicklung, Design im Allgemeinen und Corporate Design im Speziellen. Anschliessend arbeiten Designerinnen, Techniker und Ökonomen in Gruppen an konkreten Corporate Designprojekten mit Firmen. «In meinem Geschäft muss man die Bedingungen kennen, unter denen Produkte hergestellt werden und unter denen Dienstleistungen entstehen. An den Hochschulen wird dieses Wissen zu wenig vermittelt», meint Steven Loepfe auf die Frage, warum er hier studiert. Fredi Bischof, Designer mit eigener Agentur aus Zürich und im gleichen Studienjahr: «Die Frage, wie tief man in ein Wissensgebiet einsteigen muss, um sich verständigen zu können, ist

hier im Studium zwar noch nicht geklärt. Für unser Corporate Designprojekt in der Möbelfirma Giroflex, an dem Techniker, Marketingleute und Designer beteiligt sind, war der Theorieblock aber hilfreich – ich verstehe die Ingenieure und Ökonomen besser und kann mein Handeln im wirtschaftlichen- und produktionstechnischen Bereich abschätzen. Mit der erweiterten Sprachfähigkeit bin ich auch ein besserer Designer, weil ich im Arbeitsalltag überzeugender argumentieren kann und als kompetenter Gesprächspartner wahrgenommen werde.»

Theorie und Praxis

Berufsbegleitend, das schätzen die Studenten unisono. Insgesamt 79 Kurstage verteilen sich auf zwei Jahre, vorwiegend an Freitagen und Samstagen wird an verschiedenen Fachhochschulen in der Schweiz oder auf Exkursionen gelehrt. Zusätzlich fordert das Pensum rund 200 Stunden selbständiges Studium. Im zweiten Jahr dreht sich alles um Projektarbeiten für Firmen, Behörden oder Nonprofit Organisationen. Ein Prüfstein, an dem man erstmals abschätzen kann, ob das Konzept des CODEM funktioniert. «Wir baten 15 Firmen und Organisationen um Aufgaben für Projekte. Aus den Vorschlägen wurden die Gemeinde Langenthal, die Pro Senectute, die Möbelfirmen WelliS, Albert Stoll Giroflex sowie die Leuchtenfirma Fluora ausgewählt», sagt der Studienleiter Georg Jäggi. Fredi Bischof, der mit vier Kollegen am Projekt für Albert Stoll Giroflex arbeitet, meint: «Unsere Arbeit gliedert sich in zwei Phasen: Eine Analyse von Januar bis Mai. Anschliessend präsentierten wir die Ergebnisse der Firmenleitung und schlugen ihr ein konkretes Corporate Design Projekt vor. Ein grosser Teil unserer Arbeit bestand darin, die Mitarbeiter für unser Vorhaben zu gewinnen. Als das gelang, erhielten wir einen ausführlichen Einblick in das Unterneh-

men, den man als Corporate Designmanager braucht.» Die Zwischenpräsentationen der fünf Projekte zeigten, wie die Studentinnen und Studenten gelernt haben, Designbedarf zu begründen und Corporate Design Strategien zu skizzieren. Die Analyse des Corporate Designs von Albert Stoll Giroflex lässt ahnen, dass Corporate Designmanagement eine Firma tiefgreifend verändern kann. Die Gruppen präsentierten auch Aussichten auf neue Dienstleistungen, z.B. der Pro Senectute, sie zeigten wie Langenthal Design und Standortmarketing verbinden könnte, sie präsentierten eine Neuorientierung der Leuchtenfirma Fluora und eine Analyse des Corporate Designs des Möbelherstellers WelliS.

Niemand kam

Dass an diesem wichtigen Tag als Dozenten nur Gregor Naef und Eva Gerber anwesend waren, sorgte für Aufregung unter den Studenten, die sich Kritik und Wertschätzung von allen beteiligten Lehrern und von der Studienleitung erhofft hatten. Man möchte, wenn man sich engagiert und dafür auch bezahlt, von seinen Lehrern ernst genommen werden. Dieser Lehrtag zeigte denn auch ein Problem des CODEM: Die zentrale Struktur, in der die beteiligten Fachhochschulen jeweils ein Teilgebiet organisieren und mit den andern koordinieren müssten, verlangt klare Verantwortlichkeiten. Das berufs begleitende Studium, zeitlich auseinandergerissen, benötigt Verbindlichkeiten. Probleme, die Georg Jäggi erkannt hat und die er nun beheben will.

Ralf Michel

Der dritte Kurs dauert vom 26. Februar 01 bis zum 6. Juni 03. Er kostet 15 000 Franken. Anmelden kann man sich bis zum 30. November. Info: Georg Jäggi, FH Solothurn, Riggenbachstrasse 16, Postfach, 4601 Olten, 0848 / 82 10 11, Fax 062 / 286 01 91, georg.jaeggli@fhso.ch.

Die Lehrer am CODEM

Leiter: Georg Jäggi, FH Solothurn; Prof. Dr. Paul K. Fort, Produktionstechnik und Logistik, FH Aarau; Eva Gerber, Programmleiterin, Design Center Langenthal; Dr. Simon Grand, Universität St. Gallen; Dr. Christian Jaquet, Studienleiter Visuelle Gestaltung, HGKK Bern; Prof. Wolfgang Jönsson, Industrial Designer, FH Aarau; Dr. Esther Kiss, Philips International, Eindhoven; Alois Martin Müller, Direktor HGK Basel; Alf Maurer, Werber, Solothurn; Gregor Naef, Industrial Designer SID, Winterthur; Roger Ramp, Dozent für Marketing, FH Solothurn; Prof. Dr. Jürg Schneider, FH Solothurn; Dieter Wanke, Industrial Designer
Gastdozenten
Köbi Gantenbein, Alfred Hablützel, Larry Monk, Ruedi Külling, Wolfgang Peters, Jörg Zintzmeyer



italienisches küchen-design, das funktionalität mit raffinesse in geschmackvollen einklang bringt

greter

innenarchitektur und möbeldesign

1970-2000

atelier greter ag | seefeldstrasse 223 | 8008 zürich | tel 01 381 34 47 | fax 01 381 34 49 | ateliergreter@swissonline.ch