



[designpreise](#)
[designnews](#)
[vorträge](#)

Made for Asia: Die neue Büromöbelserie Manifesto

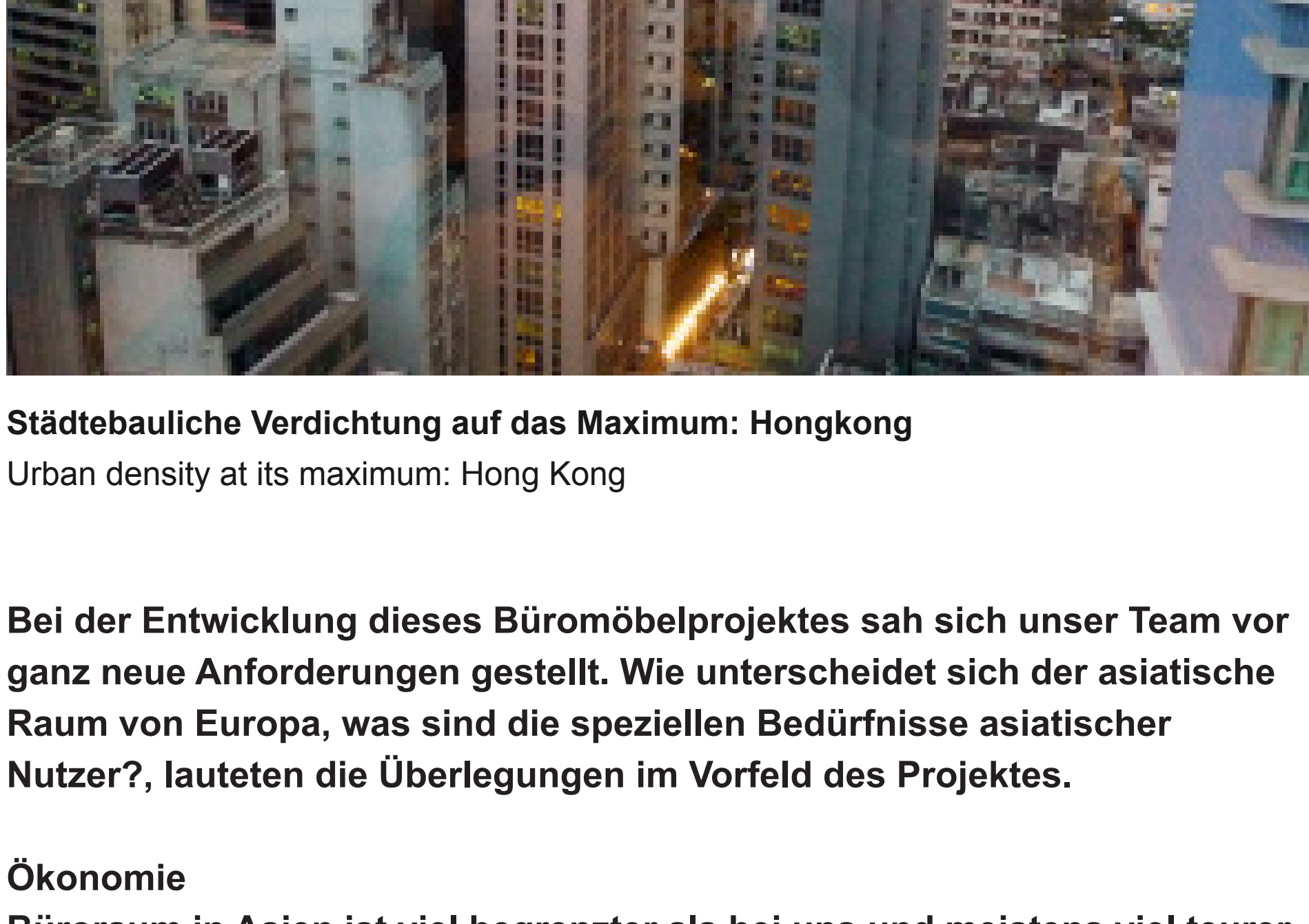
Made for Asia: the new office furniture series Manifesto

Stefan Brodbeck über die Herausforderung, eine Büromöbelserie speziell für den asiatischen und australischen Markt zu entwickeln

Stefan Brodbeck on the challenge of designing an office furniture series specifically for the Asian and Australian markets

“Manifesto ist ein neues Büromöbelsystem, das der international führende Büromöbelhersteller Steelcase speziell für den asiatischen Raum, genauer: für China und Indien, aber auch Australien konzipieren und entwickeln ließ. Für den gestalterischen Teil wurde brodbeck design beauftragt. Dass ein europäischer Designer für dieses Projekt ausgewählt wurde, liegt neben unserer langjährigen fachlichen Kompetenz im Büromöbelbereich – wohl daran, dass europäisches Design in Asien ein hohes Ansehen genießt.

„Manifesto is a new system of office furniture, which Steelcase, the international market leader concerning the fabrication of office furniture, commissioned to be designed and developed for the Asian market; in particular, China and India, but Australia as well. The design was commissioned to brodbeck design. It is probably the high standing enjoyed by European design in Asia, which led to a European designer to be chosen for this project – in addition to our long-term technical competence concerning office furniture.



Städtebauliche Verdichtung auf das Maximum: Hongkong
 Urban density at its maximum: Hong Kong

Bei der Entwicklung dieses Büromöbelprojektes sah sich unser Team vor ganz neue Anforderungen gestellt. Wie unterscheidet sich der asiatische Raum von Europa, was sind die speziellen Bedürfnisse asiatischer Nutzer?, lauteten die Überlegungen im Vorfeld des Projektes.

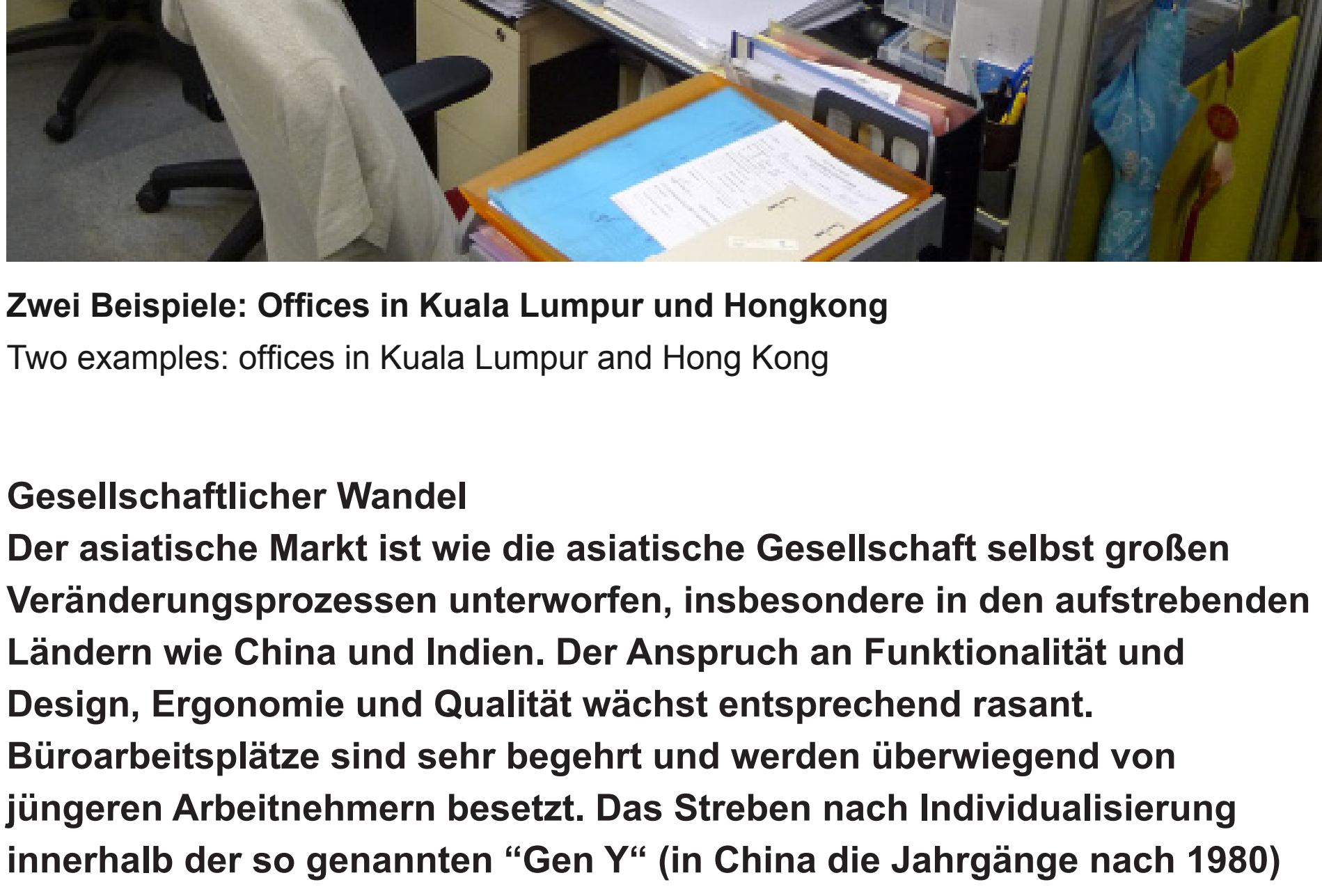
Ökonomie

Büroraum in Asien ist viel begrenzter als bei uns und meistens viel teurer. Dem einzelnen Arbeitnehmer steht daher erheblich weniger individueller Platz zur Verfügung. Insgesamt werden außerdem die Ausgaben für Büromöbel pro Arbeitnehmer deutlich niedriger angesetzt. Die Festlegung unterschiedlicher Funktionsbereiche am Arbeitsplatz ist nicht üblich, Stauraum gibt es so gut wie nicht.

While developing the design of this office furniture series, our team was faced with completely new challenges. In what respects do the Asian and European spaces differ, what are the particular needs of Asian users? These were some of our deliberations at the beginning of the project.

Economy

Office space is much more limited in comparison to Europe and, for the most part, much more expensive. Thus, the individual worker has much less personal space at his disposal. Furthermore, the expenses for office furniture for each employee are set much lower. It is unusual to determine different function zones concerning one's workspace, stowage space is nearly non-existent.



Zwei Beispiele: Offices in Kuala Lumpur und Hongkong
 Two examples: offices in Kuala Lumpur and Hong Kong

Gesellschaftlicher Wandel

Der asiatische Markt ist wie die asiatische Gesellschaft selbst großen Veränderungsprozessen unterworfen, insbesondere in den aufstrebenden Ländern wie China und Indien. Der Anspruch an Funktionalität und Design, Ergonomie und Qualität wächst entsprechend rasant. Büroarbeitsplätze sind sehr begehrt und werden überwiegend von jüngeren Arbeitnehmern besetzt. Das Streben nach Individualisierung innerhalb der so genannten “Gen Y” (in China die Jahrgänge nach 1980) ist deutlich spürbar.

Gesellschaftliche und kulturelle Unterschiede

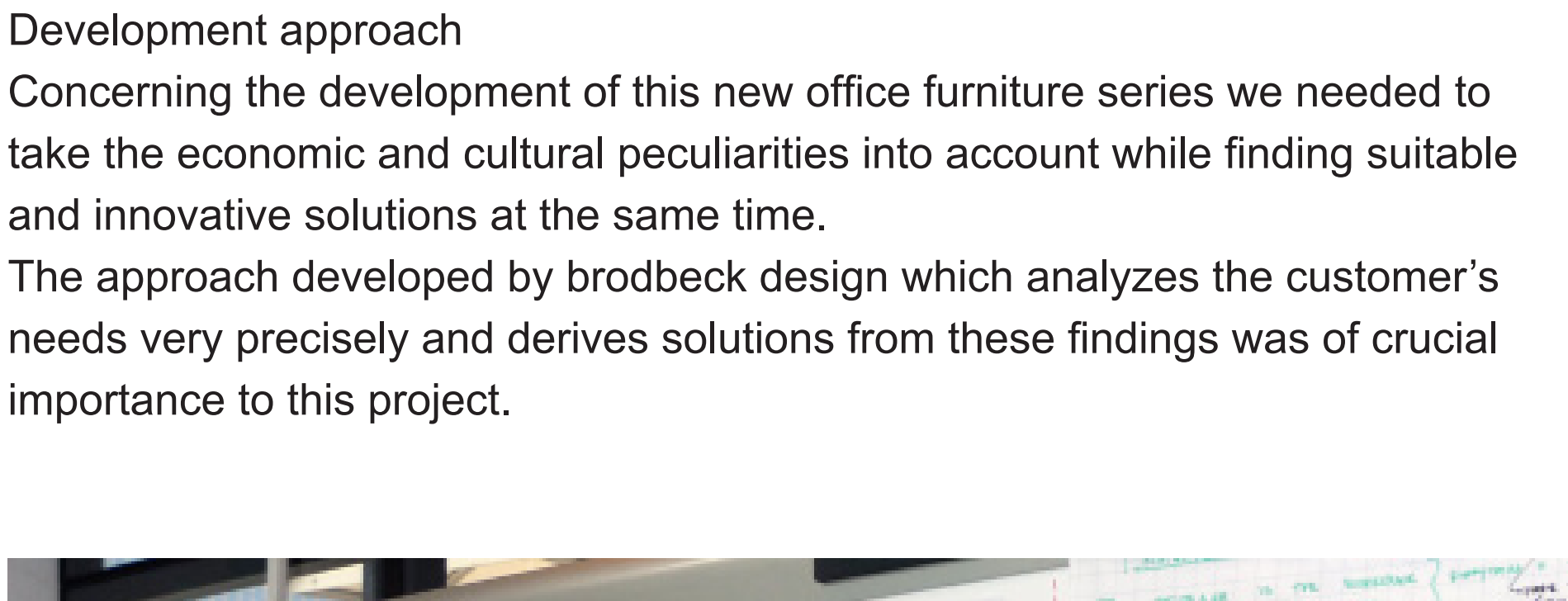
Obgleich es – wie erwähnt – an Stauraum mangelt, wird in Asien ausnehmend viel Privates wie Geschäftliches auf und um den Arbeitsplatz herum gelagert bzw. platziert. In Hongkong konnten wir beispielsweise feststellen, dass Arbeitnehmer nicht nur gerne Familienfotos aufstellen, sondern auch unendlich viele Plüschtiere, Gadgets oder kleine Glücksbringer auf ihrem Schreibtisch drapieren. Dass ihnen im Büro oft mehr privater Raum zur Verfügung steht als zuhause, dürfte einer der Gründe für diesen Gestaltungswillen sein. Darüber hinaus ist es Usus, am Arbeitsplatz zu essen und – wenn nötig – auch einen Kurzschlaf zu halten. Dass Farben und Formen eine andere Symbolik als in Europa haben, wurde in alle unsere Überlegungen miteinbezogen. So ist zum Beispiel das Muster eines Lochblechs, das als Sichtschutz und Abtrennung dient, von Steinmetzarbeiten aus einem indischen Palast inspiriert.

Social change

The Asian market, just as Asian society itself, is subject to massive change, in particular in China and India. Consequently, the demands concerning functionality and design as well as ergonomics and quality are rising rapidly. Office workspaces are in high demand and are mostly occupied by younger employees. The pursuit of individuality of the so-called “Gen Y” (in China, the age group born after 1980) is quite noticeable.

Social and cultural differences

Although there is – as mentioned above – a lack of storage space, an exceptional amount of things from the private, as well as the business sphere are stored or placed at or around the workspace. In Hong Kong, for example, we realized the employees not only put up their family photos, but also position an endless number of soft toys, gadgets or small trinkets on their desks. This creative intent may be based on the fact that – compared to their homes – they often have more private space available in their office. In addition, it is common to eat at one's workspace and – if necessary – to take short naps. Colors and forms have a different symbolism than in Europe; a fact we included in all our considerations. For instance, the pattern of a perforated plate which is used as a partition and privacy shield was inspired by stonemasonry at an Indian palace.



Kulturelles Zitat: Traditionelle Muster aus einem indischen Palast dienen als Inspiration für die Lochung der Rückwand
 Cultural quotation: traditional patterns from an Indian palace are used as a template for the perforation of the rear panel

Entwicklungsansatz

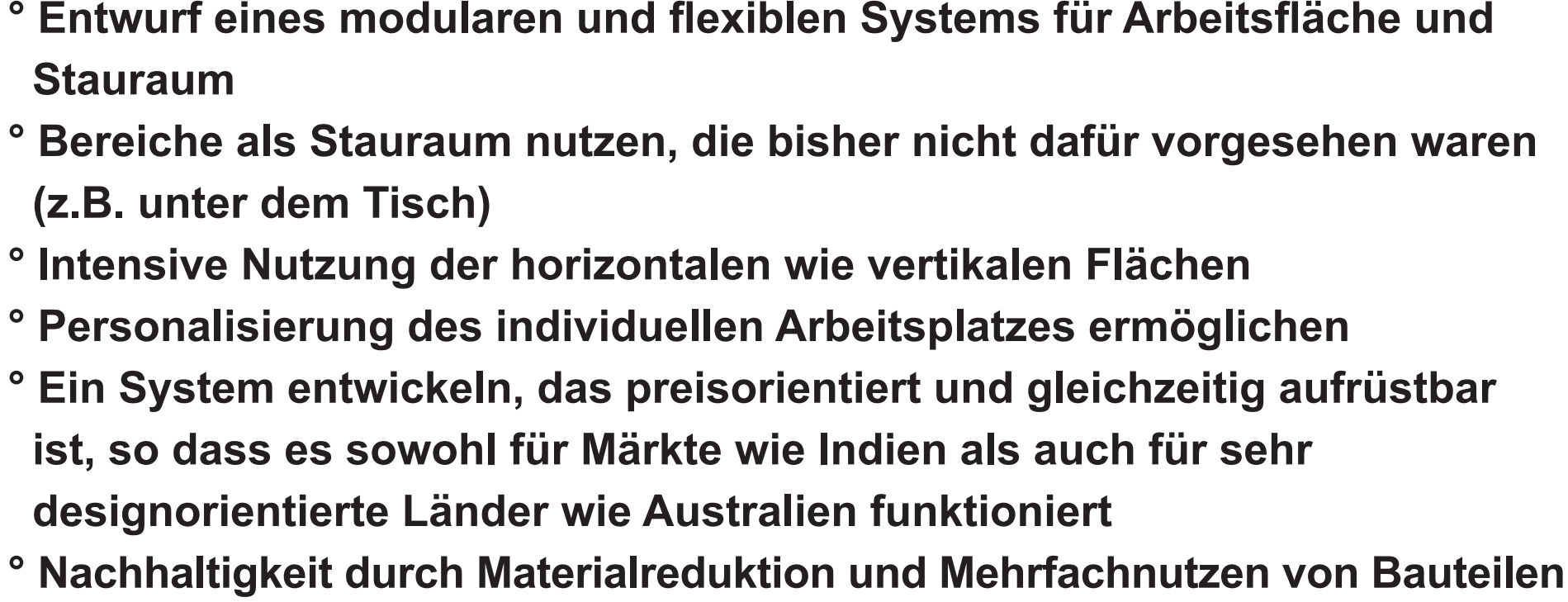
Bei der Entwicklung der neuen Büromöbelserie hieß es diese ökonomischen und kulturellen Besonderheiten zu respektieren und gleichzeitig passende und innovative Lösungen zu finden.

Der von brodbeck design entwickelte Ansatz, die kundenspezifischen Bedürfnisse genau zu analysieren und daraus Lösungen abzuleiten, war bei diesem Projekt extrem wichtig.

Development approach

Concerning the development of this new office furniture series we needed to take the economic and cultural peculiarities into account while finding suitable and innovative solutions at the same time.

The approach developed by brodbeck design which analyzes the customer's needs very precisely and derives solutions from these findings was of crucial importance to this project.



Teammeeting in Kuala Lumpur
 Teammeeting in Kuala Lumpur

Über die Aufgabenbeschreibung hinaus wurden aus den Erkenntnissen intensiver Nutzerbeobachtung (u.a. Foto-Recherche), zahlreicher Interviews und konstruktiver Diskussionen mit dem internationalen Entwicklungsteam so genannte Designprinzipien entwickelt, die es bei der Umsetzung des Projektes zu berücksichtigen galt. So zum Beispiel:

- ° Entwurf eines modularen und flexiblen Systems für Arbeitsfläche und Stauraum
- ° Bereiche als Stauraum nutzen, die bisher nicht dafür vorgesehen waren (z.B. unter dem Tisch)
- ° Intensive Nutzung der horizontalen wie vertikalen Flächen
- ° Personalisierung des individuellen Arbeitsplatzes ermöglichen
- ° Ein System entwickeln, das preisorientiert und gleichzeitig aufrüstbar ist, so dass es sowohl für Märkte wie Indien als auch für sehr designorientierte Länder wie Australien funktioniert
- ° Nachhaltigkeit durch Materialreduktion und Mehrfachnutzen von Bauteilen

Shanghai und Sydney waren die ersten Städte, in denen Manifesto präsentiert wurde – mit sehr guter Resonanz.“

Stefan Brodbeck

Beyond the task description, so-called design principles were developed, which had to be considered during the realization of the project. They were based on the intensive observation of users (photo research, among other things), numerous interviews and constructive discussions with the international development team. These design principles included:

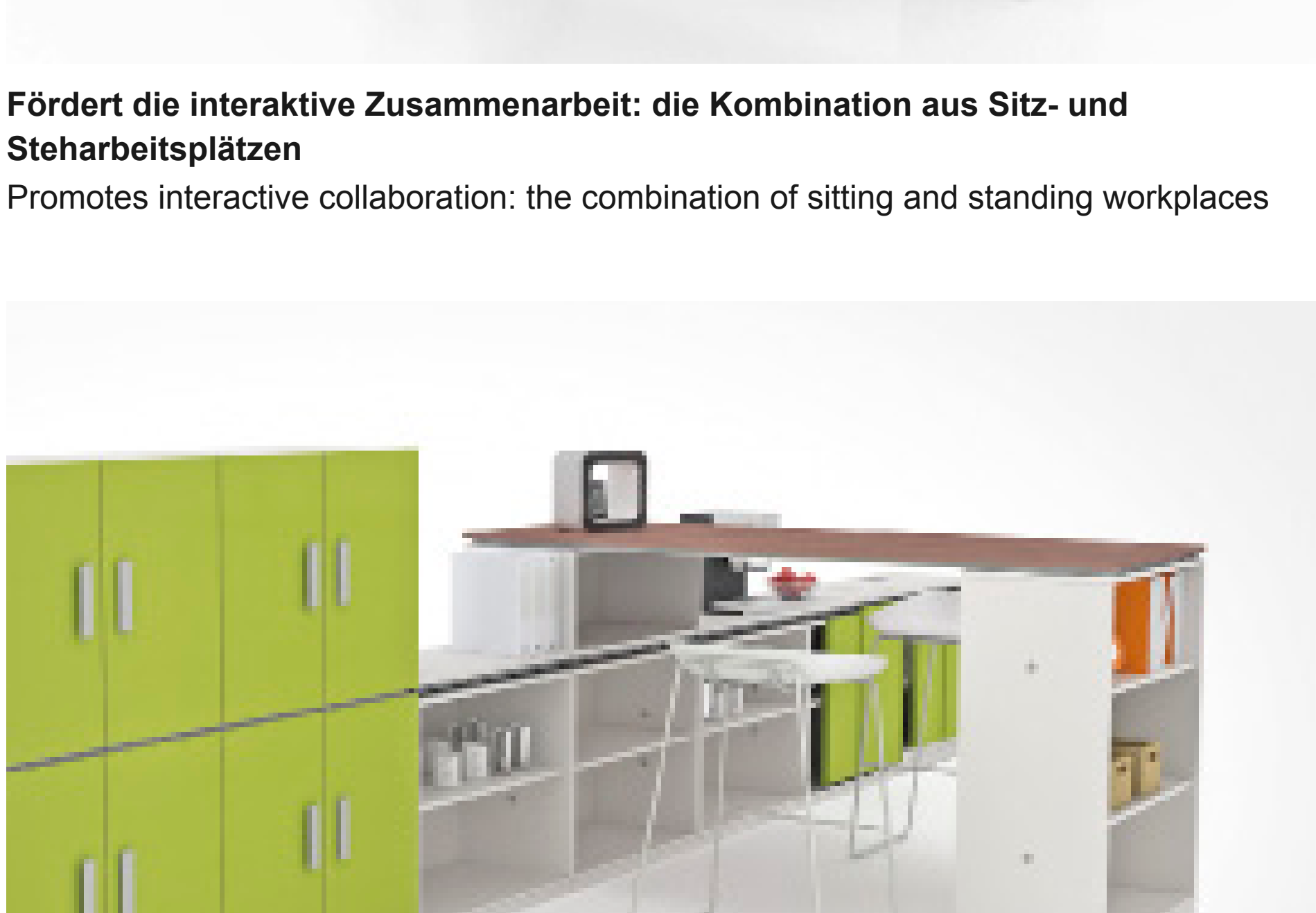
- ° Design of a modular and flexible system for workspace and storage space
- ° Employing areas for storage which up to now were not intended for this use (e.g. under the table)
- ° Intensive use of horizontal and vertical spaces
- ° Enabling the personalization of the individual workspace
- ° Developing a system which is designed with price in mind but upgradable at the same time, making it viable in markets like India but also in very design-conscious countries like Australia
- ° Sustainability by reducing the materials and enabling multiple uses of the components.

Shanghai and Sidney were the first cities where Manifesto was presented – and it was received very well.“

Stefan Brodbeck



Maximale Stauraumfläche: der Doppelarbeitsplatz mit der sogenannten „Bridge“
 Storage space attains a maximum: the dual workplace with the so-called “Bridge”

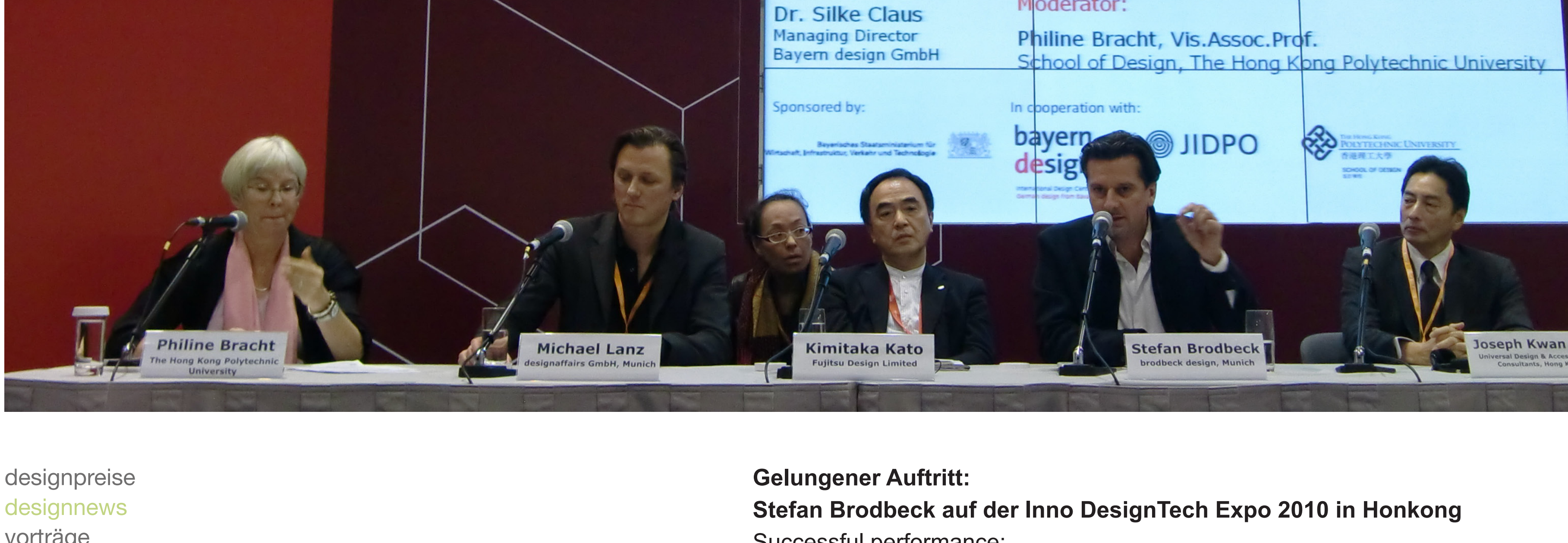


Informeller Kommunikationsplatz
 Informal place of communication



Detail: Der Kabelauslass dient gleichzeitig als eine Stifteschale
 Detail: the cable outlet also functions as a pen holder

zurück



[designpreise](#)
[designnews](#)
[vorträge](#)

Gelungener Auftritt:
Stefan Brodbeck auf der Inno DesignTech Expo 2010 in Honkong
Successful performance:
Stefan Brodbeck at the Inno Design Tech Expo 2010 in Hong Kong

Ein Kommunikationsforum für internationale Gestalter aus den Bereichen Design & Branding, Global Innovation und Product Design bot die renommierte Inno Design Tech Expo, die – parallel zur Business of Design Week (BODW) – vom 2. bis 4. Dezember 2010 in Hongkong stattfand (siehe auch [design news November 2010](#)).

Die Resonanz auf die erste Gemeinschaftspräsentation dieser Art in Hong Kong hätte nicht positiver ausfallen können. Das Interesse eines vorwiegend jungen, designorientierten Publikums sowie zahlreicher asiatischer Unternehmen an internationalem, vor allem europäischem Design war überwältigend. Denn selbst wenn aus westlicher Sicht noch einiges in den Kinderschuhen steckt, entwickelt sich die asiatische Designszene rasant und äußerst dynamisch. Als Tor zum chinesischen Binnenmarkt hat Hongkong dabei eine führende Rolle inne.

brodbeck design war mit einer Repräsentanz auf dem von bayern design organisierten Gemeinschaftsstand vertreten.

The renowned Inno Design Tech Expo, taking place from December 2-4, 2010 in Hong Kong - simultaneously to the Business of Design Week (BODW) - provided a communicative forum for international designers from the areas of design & branding, global innovation and product design (see also [design news November 2010](#)).

The response to this first joint presentation could not have been more positive. The interest of a mostly young, design-oriented audience, as well as numerous Asian companies in international, but primarily European design was overwhelming. Even if some aspects are still in their infancy from a Western point of view, the Asian world of design is evolving rapidly and very dynamically. Here, Hong Kong has a leading role as the gateway to the Chinese home market.

brodbeck design was present at the joint booth arranged by bayern design.



Auf sehr großes Interesse stieß vor allem auch das interkulturelle Panel zum Thema "Designing for and with people – Innovations in Transgenerational and Human Centred Design". Stefan Brodbeck präsentierte mit Designexperten aus Deutschland, Japan und Hongkong neue Produktentwicklungen und Gestaltungsansätze. Da die Aging Society nicht nur in Europa, sondern auch in Asien ein zentrales Thema ist, hielt Stefan Brodbeck einen Best-Practice-Vortrag zum Thema "Trans-Generationen-Design". Am Beispiel mehrerer Designprojekte erläuterte Stefan Brodbeck Methodik und Kriterien, die zum Erfolg eines Trans-Generationen-Produktes führen. "Einfache und intuitive Bedienbarkeit (Usability) in Verbindung mit einem klaren schlichten Design sind die primären Anforderungen. Erfüllt ein Produkt diese Kriterien, entspricht es nicht nur den ästhetischen Vorstellung und dem Lifestyle der neuen Generation Plus, sondern ist auch für andere Altersgruppen gleichermaßen attraktiv", erläuterte der Experte für Transgenerationen-Design.

Über 200 Teilnehmer verfolgten die Vorträge und anschließende Podiumsdiskussion unter der Moderation von Prof. Philine Bracht.

Ausschnitte des Vortrags von Stefan Brodbeck können Sie [hier](#) ansehen.

In particular, the intercultural panel discussion focusing on "Designing for and with people – Innovations in Transgenerational and Human Centred Design" attracted great interest. Together with design experts from Germany, Japan and Hong Kong, Stefan Brodbeck presented new product developments and design approaches. As the aging society has become a central topic not only in Europe, but in Asia as well, Stefan Brodbeck held a lecture on best practice concerning the topic of "transgeneration design". Using a number of design projects as examples, Stefan Brodbeck illustrated the methods and criteria which lead to the success of a transgenerational product. The expert for transgenerational design explained that "simple and intuitive usability in connection with a clear and unpretentious design are the main requirements. If a product fulfills these criteria, it not only matches the aesthetic notion and the lifestyle of the new generation plus, but is equally attractive to other age groups."

More than 200 participants listened to the lectures and the following panel discussion chaired by prof. Philine Bracht.

You can have a look at excerpts from Stefan Brodbeck's lecture [here](#).

[zurück](#)



product
design
award

2011



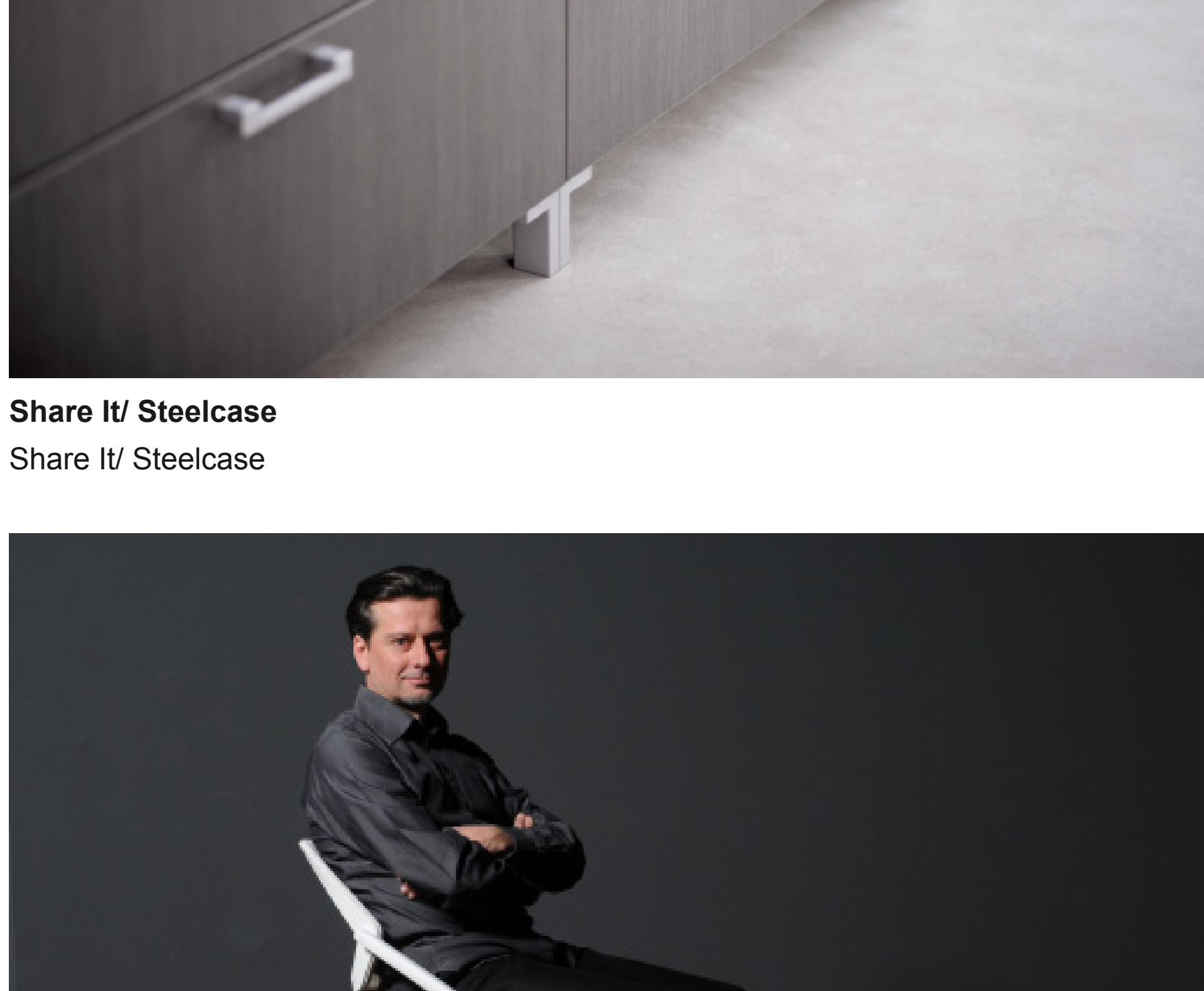
reddot design award
winner 2011

[designpreise](#)
[designnews](#)
[vorträge](#)

brodbeck design: 3 x ausgezeichnet für gute Gestaltung
brodbeck design: 3 x awarded for good design

Gleich zweimal wurde brodbeck design in diesem Jahr mir dem iF Design Award 2011 prämiert. Für Konzeption und Produktentwicklung gewürdigt wurde unser Stauraumsystem Share it für Steelcase, das sich durch seine elegante Designsprache, eine innovative und nutzerorientierte Innenorganisation und ein durchgängiges Akustikkonzept auszeichnet. Nach reddot, good design award und good design japan erhielt unsere Bürostuhlfamilie QiVi nun ebenfalls den iF Design Award 2011.

brodbeck design was awarded the iF Design Award 2011 this year –not just once, but twice. Our storage system Share it for Steelcase, characterized by its elegant design language, its innovative and user-oriented interior organization and a consistent acoustic concept, was awarded for design and product development. After the reddot, good design award and good design japan award, our QiVi family of conference chairs also gained the iF Design Award 2011.



Share it/ Steelcase
Share it/ Steelcase



QiVi/ Steelcase
QiVi/ Steelcase

Mit dem Red dot award: product design 2011 wurde die Büromöbelrolle Move elegance für Gross & Froelich prämiert. Bei der Gestaltung der neuen Rollenfamilie wurde besonderer Wert auf die Entwicklung eines schlichten und zugleich hochwertigen Designs gelegt, das modular aufgebaut ist und sich so den Kundenwünschen flexibel anpasst.

Wir freuen uns sehr über diese international renommierten Auszeichnungen für unsere Arbeit.

The office furniture castor Move, designed for Gross & Froelich, was awarded the red dot award: product design 2011. During the conception of this new family of castors, particular emphasis was put on the development of a simple, yet high-quality design, which has a modular structure and adapts flexibly to customers' demands.

We are very pleased about these internationally renowned awards for our work.



Büromöbelrolle Move elegance für Gross & Froelich
Office furniture castor Move elegance for Gross & Froelich

[zurück](#)



[designpreise](#)
[designnews](#)
[vorträge](#)

Design Deutschland 2011 in Mailand: Die Stuhlfamilie QiVi als Beispiel für funktionales und klares Design

Design Deutschland 2011 in Milan: The family of conference chairs QiVi as an example for a functional and clear design



Der Rat für Formgebung präsentierte vom 12. bis 17. April 2011 seine Ausstellungsreihe Design Deutschland 2011 zur Mailänder Messe FuoriSalone

The German Design Council presented its exhibition series Design Deutschland 2011 on the furniture trade fair in Milan, April 12-17, 2011

Aktuelle Produkte etablierter Marken neben unveröffentlichter Prototypen deutscher Nachwuchsdesigner – so das Konzept dieser Schau, die bei den Besuchern der Möbelfestmesse auf reges Interesse stieß und vor allem eines deutlich machen will: Deutsches Design zeichnet sich seit jeher durch die drei Attribute Funktionalität, Klarheit und Unaufdringlichkeit aus. Unser Team freut sich, dass auch die von brodbeck design entwickelte, mehrfach preisgekrönte Konferenzstuhlserie QiVi zu den vom Rat für Formgebung ausgewählten Exponaten zählte.

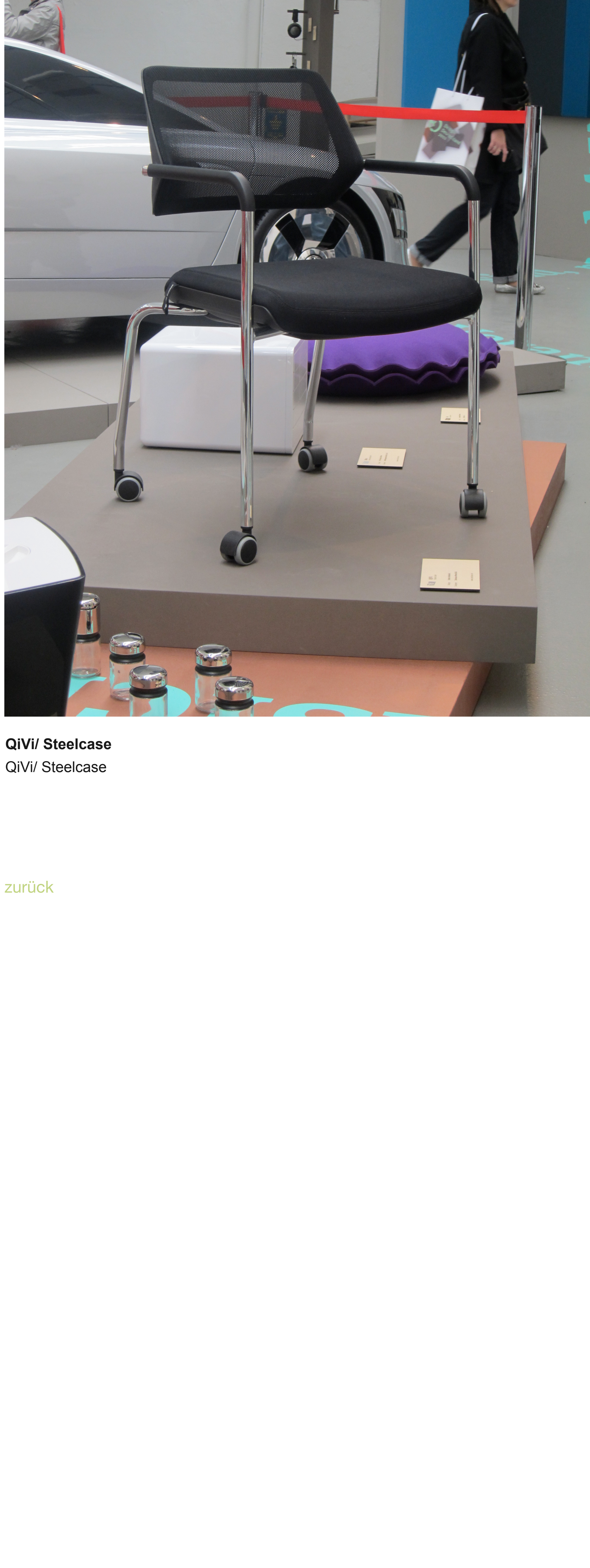
Die internationale Wanderausstellung, die nach Mailand auch zur ICFF in New York und zur BODW in Hongkong zu sehen sein wird, legt den Fokus auf die charakteristischen Produktmerkmale starker deutscher Unternehmensmarken und verdeutlicht deren kulturellen sowie wirtschaftlichen Mehrwert. „Spektakulär in seiner Zurückhaltung und selbstverständlich in seinem Wesen, das ist das Erfolgskonzept deutschen Markendesigns“, sagt Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer des Rat für Formgebung.

Weitere Informationen finden Sie unter www.german-design-council.de

The latest products by established brands next to unreleased prototypes by up-and-coming German designers – this is the concept behind this exhibition, which was of particular interest to the visitors of the furniture trade fair and primarily wants to showcase one thing: German design is at all times characterized by functionality, clearness and unobtrusiveness. Our team is pleased that the series of conference chairs QiVi, which was designed by brodbeck design and has gained numerous awards, was among the exhibits chosen by the Design Council.

The touring exhibition, which, after Milan, will be on display at the ICFF in New York and the BODW in Hong Kong, focuses on the distinctive product characteristics of strong German corporate brands and illustrates their cultural as well as economical added value. "Spectacular in its restraint and self-evident in its nature, that is the successful concept of German brand design," says Andrej Kupetz, managing director of the Design Council.

You can find further information at www.german-design-council.de



QiVi/ Steelcase

QiVi/ Steelcase

[zurück](#)