

Design van machines en apparaten, 'Zonder onderscheid, geen identiteit' (3)

Door de technische vooruitgang worden de functionele verschillen tussen concurrerende producten steeds kleiner. Concurrentie tussen bedrijven zal daarom steeds meer gebaseerd worden op het bedrijfsimago. Dit geldt dan ook voor producten die door bedrijven ontwikkeld en geproduceerd worden. Met onderscheid tussen bedrijven bedoelen we het verschil in identiteit, de zogenaamde corporate identity. De corporate identity van een bedrijf kan door middel van vormgeving in producten geïmplementeerd worden; men spreekt dan van corporate design. Het idee hier achter is dat producten die een corporate identity hebben meer succesvol zijn op de markt. In een serie artikelen wordt een aantal cases van 'design for industry' geanalyseerd. In deel 3 gaat het om de bedrijven IHC en VMI.

ir. J.H.W. Stevens, Stevens idé partners, Design for Industry Enschede

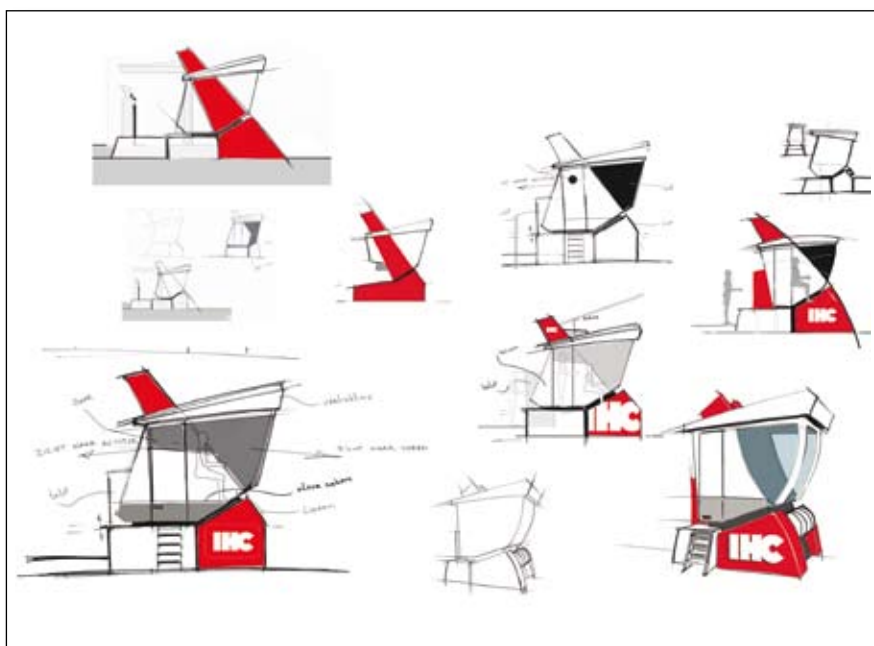
2

Om de resultaten in de praktijk te tonen worden hieronder twee cases besproken, maar vooral wordt hier het resultaat getoond. Elk bedrijf heeft haar eigen identiteit en een daarmee overeenkomstig design van haar producten.

IHC Beaver Dredgers

Voor IHC Dredgers is om meerdere redenen corporate design toegepast. De eerste reden is

een technische en ergonomische upgrade van de serie kleinere baggerwerktuigen, Beavers genaamd. De aannemers die dergelijke werktuigen aanschaffen willen meer comfort en modernere bediening van het werktuig. Daartoe is een re-design gemaakt van de stuurhutten, zowel qua ergonomie van de bedieningsconsoles als qua verdere inrichting, zoals een ergonomische stoel, joystick bediening, betere zichtlijnen, mogelijkheid tot



Afbeelding 1. Schetsontwerpen om te komen tot een functioneel en herkenbare vormgeving van de stuurhut.



Afbeelding 2. De nieuwe stuurhut van de Beaver Dredger 50 (ref. IHC Beaver Dredgers)

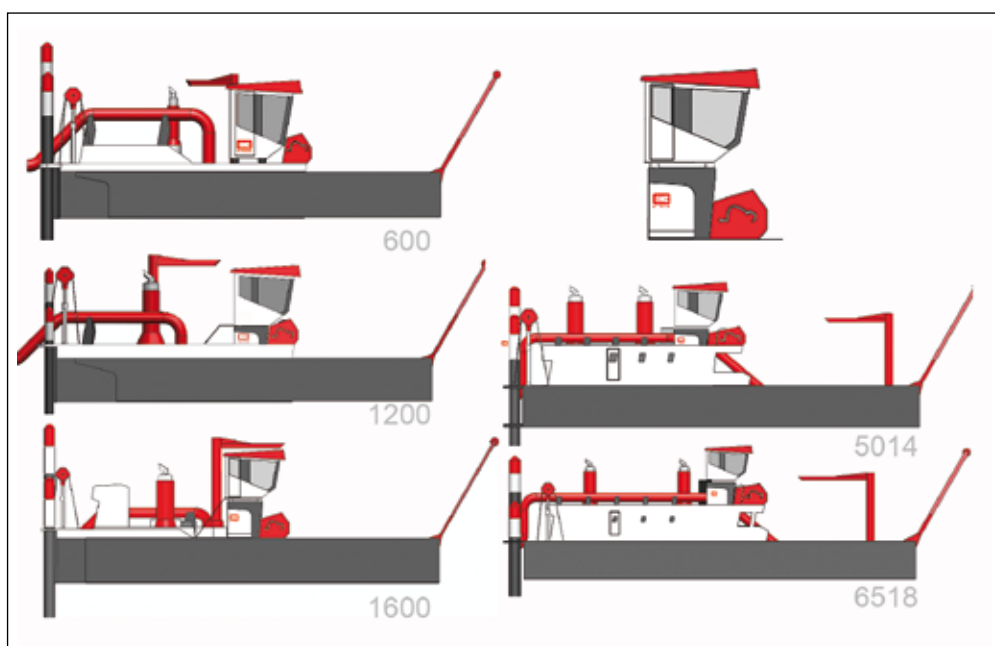


Afbeelding 3. De Beaver Dredger 50 is als een geheel vormgegeven.

meerdere monitors om geheel rondom zicht te hebben. Omdat IHC als merk wereldwijd naam en faam heeft, is besloten om deze nieuwe generatie ook een herkenbare vormgeving mee te geven. Omdat de werktuigen vaak ook een andere kleurstelling krijgen is gekozen voor unieke vormen die terugkomen in het gehele werktuig. Bij de toelichting op het huisstijlhandboek is hiervan in eerdere artikelen al iets getoond [1]. Een tweede

belangrijke reden om een herkenbare vormgeving toe te passen is het voorkomen van kopiëren (imitatie) van deze werktuigen. Door modelbescherming is het aantonen van plagiaat goed aanvechtbaar, ook in Azië.

De vormgeving van Beaver Dredger is gebaseerd op het innovatieve en eigenzinnige imago van Beaver Dredgers, waarbij de werktuigen er 'fit for duty' uit moeten zien.



Afbeelding 4. De gehele serie als familiejn.

Corporate design

Voor grafische producten is deze benadering van vormgeving algemeen geaccepteerd en is corporate design het uitgangspunt van de vormgeving van vele huisstijlen en trademarks (Abdullah en Huebner, 2002) (Mollerup, 1997). Echter, ondanks het bestaan van vormgevingsmethoden (Muller, 1997), geldt voor veel industriële producten, en dan met name technische industriële producten, dat de vormgeving op een onduidelijke en ongrijpbare wijze tot stand komt. Een externe of interne industrieel ontwerper kan natuurlijk een product vormgeven en het resultaat zal nieuw en 'wel mooi' zijn, maar dikwijls wordt niet vastgelegd waar de vormgeving op gebaseerd is. Ook wordt de continuïteit in de vormgeving verstoord doordat er geen visie voor de vormgeving van toekomstige producten wordt beschreven in bijvoorbeeld een huisstijlhandboek. Dat dit de herkenbaarheid van verschillende producten van hetzelfde bedrijf bemoeilijkt spreekt voor zich. Corporate design kan dit probleem oplossen.

Identiteit in beelden



Afbeelding 5. De identiteit van VMI in beelden met kernwoorden.

Dit uit zich in met name de cabine die goed zicht geeft op het werkproces, zoals de lieren en de krachtig aangezette lierkappen die voor veiligheid zorgen. Door het maken van schetsen die intensief besproken worden met de engineers van IHC is een complete productlijn tot stand gekomen (afb. 1)

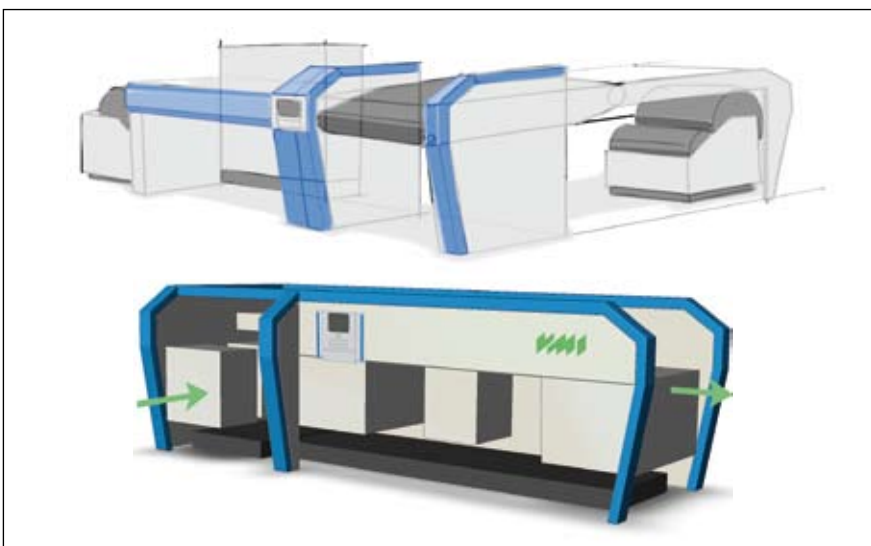
In afbeelding 2 is het nieuwe ontwerp van de cabine getoond op een beurs. Afbeelding 3 laat het werktuig als geheel zien en afbeelding 4 de complete familielijn zoals vastgelegd in het huisstijl handboek.

VMI Holland, bandenbouwmachines met diverse productlijnen

VMI is producent van bandenbouwmachines voor vracht- en personenwagens. Om dat ze marktleider zijn, alsmede om te laten zien dat het West-Europese machineontwerpen zijn en om te voorkomen dat er plagiaat wordt gepleegd, heeft VMI enkele jaren geleden besloten om corporate design als integrale strategie toe te passen bij alle nieuw te ontwikkelen machines. De slogan van VMI is: 'your needs, our mission'. Deze slogan en andere kernwoorden zijn uitgewerkt in collages zoals bijvoorbeeld in afbeelding 5.

De kernwoorden: serieus (straalt kwaliteit uit), flexibel (maatwerkoplossing met de modulaire opbouw) en slim (innovatief), zijn als uitgangspunt voor alle machines genomen. Deze woorden zijn met schetsen verder uitgewerkt tot een herkenbare vormgeving. Op grof niveau is herkenbaar (zie schets in afbeelding 6):

- VMI (merkherkenning door huisstijl en logo)
- begin, einde en richting van proces
- de eigenschappen van VMI, namelijk serieus, flexibel en innovatief.



Afbeelding 6. Schets op grof niveau van de machineconfiguratie en aanzicht respectievelijk 3D overzicht van een machine (ref. VMI Holland, MaxCutter).

Deze schetsen worden vervolgens in 3D gezet. Opvallend stijlelement is de diamantvorm die een begin en einde van het proces aangeeft.

Door de modulaire opbouw en de herkenbare stijlelementen (de blauwe diamantvormig framedelen in afbeelding 6) wordt een orde-ning aangebracht in de complexe vormen van de inwendige machineprocessen. Hierdoor oogt de productielijn professioneel en seriematig en is er modelbescherming mogelijk geworden. In afbeelding 7 is te zien hoe deze ordening en herkenbaarheid ontstaat door in dit geval een uniforme en kenmerkende afscherming te creëren. De vormgeving is in 3D 'getest' op verschillende machinelijnen en modules om te controleren of de vormgeving overal haalbaar en schaalbaar is. Dat is bijvoorbeeld gedaan bij

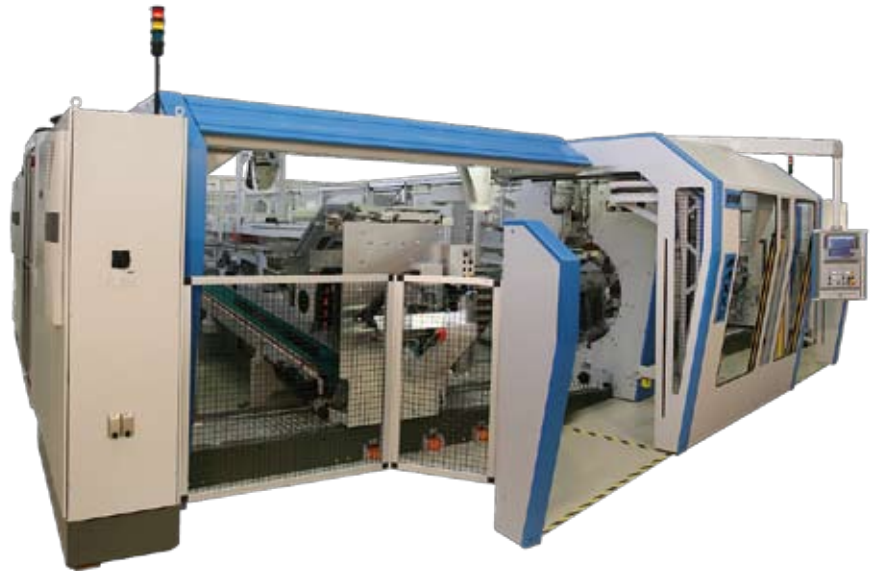


Afbeelding 7. Uniforme afscherming met de afgesproken stijlelementen van een machine (ref. VMI Holland).

de VMI Cutter (snijmachine voor het versnijden van gewapende halffabrikaten), waarbij tijdens de technische ontwikkeling de vormgeving is toegepast. Later is deze machine omgedoopt tot Maxx cutter.

Bij de presentatie van de VMI Maxx cutter waarin veel technologische innovatie is toegepast, is het nieuwe design positief ontvangen en zijn er al diverse awards gewonnen zoals bijv. 'Award for Innovation and Excellence' at the Tire Manufacturing Expo in Hamburg (afb. 8).

[1] Constructeur 9/2010, pag. 50.



Afbeelding 8. De VMI Maxx Cutter waarbij het corporate design is toegepast.

Adv 1/8

Adv 1/2 liggend