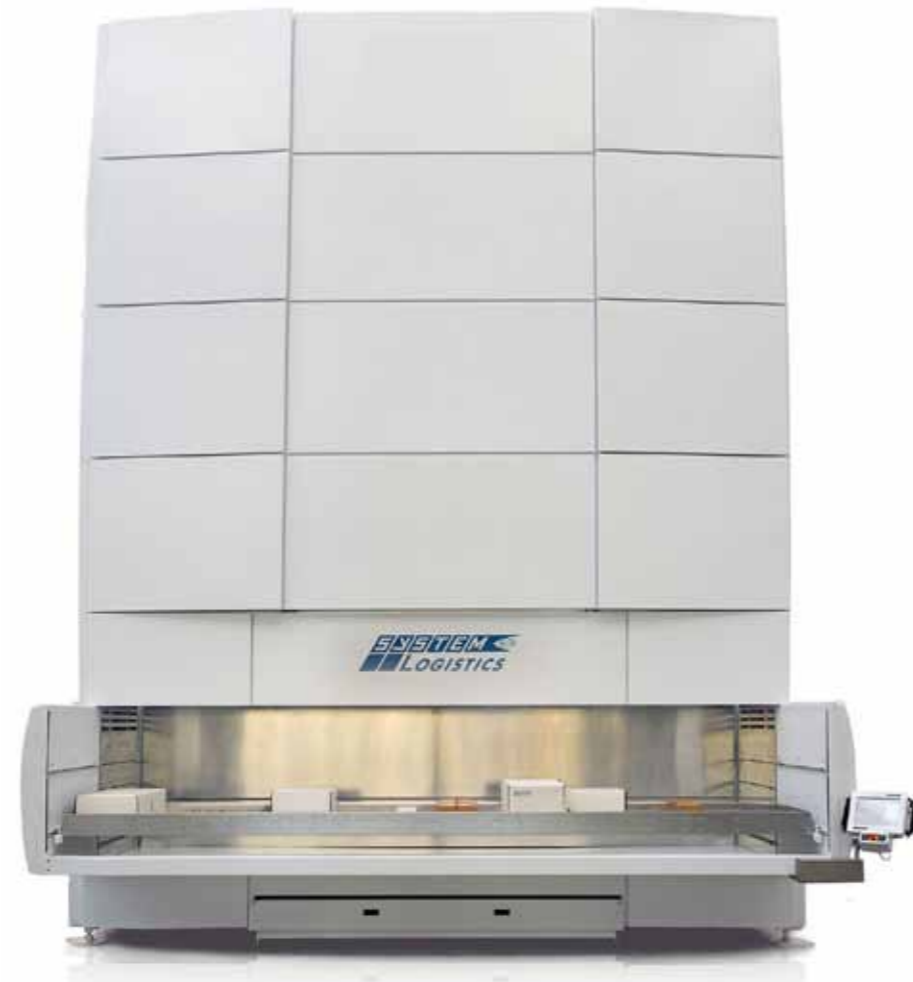




01



01 Logistic system for System Logistics, Italy
Logistiksystem für System Logistics, Italien

02 Solar energy store for Phono Solar, China
Solarenergiespeicher für Phono Solar, China



02

Dirk Schumann Germany

Dirk Schumann, born in 1960 in Soest, studied product design at Münster University of Applied Sciences. After graduating in 1987, he joined oco-design as an industrial designer, moved to siegerdesign in 1989, and was a lecturer in product design at Münster University of Applied Sciences until 1991. In 1992, he founded his own design studio Schumannndesign in Münster, developing design concepts for companies in Germany, Italy, India, Thailand and China. For several years now, he has focused on conceptual architecture, created visionary living spaces and held lectures at international conferences.

Dirk Schumann has taken part in exhibitions both in Germany and abroad with works that have garnered several awards, including the Gold Prize (Minister of Economy, Trade and Industry Prize) in the International Design Competition, Osaka; the Comfort & Design Award, Milan; the iF product design award, Hanover; the Red Dot, Essen; the Focus in Gold, Stuttgart; as well as the Good Design Award, Chicago and Tokyo.

Dirk Schumann, 1960 in Soest geboren, studierte Produktdesign an der Fachhochschule Münster. Nach seinem Abschluss 1987 arbeitete er als Industriedesigner für oco-design, wechselte 1989 zu siegerdesign und war bis 1991 an der Fachhochschule Münster als Lehrbeauftragter für Produktdesign tätig. 1992 eröffnete er sein eigenes Designstudio Schumannndesign in Münster, das Designkonzepte für Unternehmen in Deutschland, Italien, Indien, Thailand und China entwickelt. Seit einigen Jahren beschäftigt er sich mit konzeptioneller Architektur, entwirft visionäre Lebensräume und hält Vorträge auf internationalen Kongressen.

Dirk Schumann nimmt an Ausstellungen im In- und Ausland teil und wurde für seine Arbeiten mehrfach ausgezeichnet, u. a. mit dem Gold Prize (Minister of Economy, Trade and Industry Prize) des International Design Competition, Osaka, dem Comfort & Design Award, Mailand, dem iF product design award, Hannover, dem Red Dot, Essen, dem Focus in Gold, Stuttgart, sowie dem Good Design Award, Chicago und Tokio.

“Design creates identity and recognition, communicates the value of products and is an expression of a company's culture.”

„Design schafft Identität und Erkennbarkeit, kommuniziert den Wert der Produkte und bringt die kulturelle Haltung eines Unternehmens zum Ausdruck.“

What is, in your opinion, the significance of design quality in the product categories you evaluated?
In the area of “Vehicles”, design is of great significance, as products sometimes have to fit adequately into a very high-quality design environment. The practicality, value in use and safety aspects are also of substantial importance.

What trends could you see in the field of “Vehicle accessories” in the last years? Are there developments having attracted your attention especially?
Compared with jury evaluations in previous years, our attention was drawn to products using innovative evolutions to address important product criteria. Despite a sometimes great complexity, certain products have a very high quality appearance and compact form.

What challenges do you see for the future in design?
To explore ways of surmounting intercultural differences on the industrial and economical level, without influencing the cultural identity and moral concepts of societies too much.

Wie schätzen Sie den Stellenwert der Designqualität in den von Ihnen beurteilten Produktkategorien ein?
Im Bereich „Fahrzeuge“ hat der Designaspekt einen gravierenden Stellenwert, da sich die Produkte teilweise in ein sehr hochwertiges Designumfeld adäquat integrieren müssen. Zudem haben die Praktikabilität, der Gebrauchswert sowie Sicherheitsaspekte maßgebliche Bedeutung.

Welche Trends konnten Sie im Bereich „Fahrzeugzubehör“ in den letzten Jahren ausmachen? Gibt es Entwicklungen, die Ihnen besonders aufgefallen sind?
Verglichen mit Bewertungen vergangener Jahre fielen Produkte auf, die hinsichtlich wichtiger Produktkriterien innovativ weiterentwickelt wurden. Trotz einer teilweise hohen Komplexität wiesen einige Produkte eine hochwertige, kompakte Anmutungsqualität auf.

Welche Herausforderungen sehen Sie für die Zukunft im Design?
Wege zu erkunden, um die interkulturellen Grenzen auf der industriellen und wirtschaftlichen Ebene zu überwinden, ohne die kulturelle Identität und die Wertvorstellungen der Gesellschaften zu stark zu beeinflussen.