

ISSUE No 2

blickfangview

DE VELO PING DESI GNERS

Bolero

H.O.M.E.





Daniele Ferrazzano
www.dff-design.com

DANIELE FERRAZZANO

Was ist dein Design-Credo, deine Design-Philosophie?

DF \\\ Gemäß dem Leitsatz «Design up your life» entwerfe ich Produkte, die eine hohe emotionale Bindung zum Menschen herstellen. Es ist mir enorm wichtig Ideen und Bedürfnisse unvoreingenommen auszuarbeiten, Problematiken und formale Grundsätze stets neu zu interpretieren, und den Fokus auf das Wesentliche nicht aus den Augen zu verlieren.

Was ist dein USP Unique Selling Proposition?

DF \\\ Jedes meiner Produkte transportiert eine Idee, die den Menschen ein Lächeln entlockt. Ob es nun eine intelligente technische Umsetzung, ein einzigartiges Detail oder eine besondere Funktion ist: mein Anspruch ist es nicht nur «schöne» Produkte zu entwerfen, sondern eine Brücke zwischen Bedürfnis und Ästhetik zu schlagen.

Was möchtest du mit deinen Entwürfen und Designs in der Gesellschaft auslösen und bei den Menschen bewirken?

DF \\\ Als Designer entwirft man Produkte, die eine gewisse Intimität bei jedem Einzelnen berühren. Ob es die Sitzbank im Park ist, ein Nachttisch im Schlafzimmer oder die Deckenleuchte, die täglich den Lebensraum erhellt – Produkte sind Lebensbegleiter. Als Designer erfüllt es mich, eine wichtige Rolle im Leben der Menschen einzunehmen.



Warum hast du dich beim blickfangworkshop angemeldet? Und mit welchen Erwartungen?

DF \\\ Die Weiterentwicklung der eigenen Identität ist ein anhaltender Prozess. Genauso wichtig ist es als Designer seine Philosophie stets weiter zu verfeinern. Durch den blickfang-Workshop «Developing Designers» bot sich für mich eine interessante Möglichkeit mit anderen Jungdesignern und erfahrenen, namhaften Kuratoren über meine Arbeit und meine Philosophie zu diskutieren.

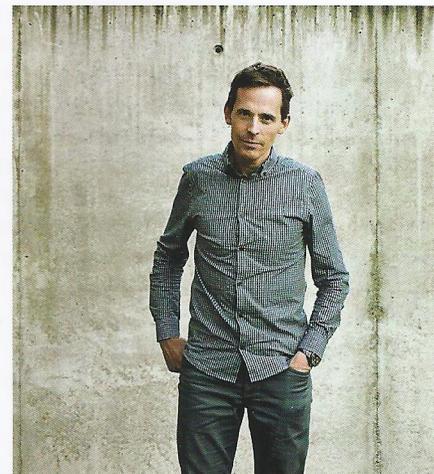
Was hat dir der blickfangworkshop konkret für deine Arbeit gebracht? Dein Fazit?

DF \\\ Ich habe im Workshop viele interessante Menschen und deren Arbeitsweisen kennen gelernt. Die verschiedenen Denkmuster und Herangehensweisen in Bezug auf die Vermarktung und die Kommunikation der Produkte gaben mir einen großen Input.

Gab es beim Workshop ein Aha-Erlebnis, einen Augenöffner?

DF \\\ Ja, eigentlich mehrere. Der wohl einprägsamste Leitsatz war: «Design your Brand – be unique». Wir Jungdesigner leben in einem Zeitalter, in dem das Geschäftsmodell ein wichtiger Bestandteil des Designs ist. Natürlich hängt viel von den Produkten ab die man entwirft oder welche Philosophie man verfolgt; wichtig jedoch ist es eine außergewöhnliche und einprägsame Marke zu entwickeln, die genauso einzigartig und individuell ist wie die eigene Persönlichkeit!

VANDASYE



Georg Schnitzer
www.vandasye.com

Was ist euer Design-Credo, eure Design-Philosophie?

GS \\\ Trotz Kriterien wie Materialökonomie, Sinnhaftigkeit versuchen wir Produkte in einer eigenständigen und contextbasierenden Art und Weise umzusetzen.

Was ist euer USP Unique Selling Proposition?

GS \\\ Bei der Vielzahl an Gestaltern ist es schwierig eine Einzigartigkeit sein Eigen zu nennen. Unseren Zugang und unsere Auseinandersetzung mit unseren Kunden könnte man am ehesten als bestimmende und möglicherweise unterscheidbare Eigenschaften bezeichnen.