

**DESIGN** Proefschrift Guido Stompff uit Eindhoven definieert rol designer

bij ontwerp nieuw product

# 'Visueel praten' over ontwerpen

Wat is de rol van een designer bij het proces dat leidt tot nieuwe producten? Guido Stompff schreef er een proefschrift over bij zijn werkgever Océ.

door **Harrie Verrijt**  
e-mail: [h.verrijt@ed.nl](mailto:h.verrijt@ed.nl)

**M**ensen, bureaus en machines. Op de ontwerpafdeling van Océ staan ze allemaal door elkaar. Daar is bewust voor gekozen, zegt Eindhovenenaar Guido Stompff, al vijftien jaar productontwerper bij de printmachinefabriek in Venlo. „Hier vindt het ontwerpproces plaats en niet in vergaderzaaltjes. Ik heb voor mijn proefschrift deze afdeling anderhalf jaar met camera's geobserveerd om dat proces te bestuderen. Het gaat bij ontwerpen niet om één Steve Jobs die zegt hoe het moet. Echte innovatie ontstaat tussen verschillende mensen. Iemand heeft een idee, een tweede geeft een reactie en een derde versterkt die. Dat kan de nieuwe innovatie zijn.”

Bij Océ wordt volgens Stompff al grotendeels zo gewerkt. Zo beschikt het bedrijf over een ruimte met vier onopvallende observatiecamera's. Hier worden gewone mensen gevraagd de machines van Océ te bedienen. In een andere ruimte bestuderen ontwerpers hun gedrag. „Ik heb op mijn beurt die ontwerpers gefilmd en bestudeerd”, zegt Stompff. „Ik zag iets vreemds: de mensen die de modules maken waren er niet bij. Die krijgen een mail als zo'n module anders moet. Om ze te overtuigen dat een gebruiker er niet mee overweg kan, moeten soms hele nota's geschreven worden. Terwijl als je het filmpje stuurt waarop een gebruiker vastloopt op de module, ze meteen overtuigd zijn.”



Guido Stompff op de ontwerpafdeling van Océ tussen de printmachines. In zijn

hand een kleurencartridge.

foto Lé Giessen

In het proefschrift beschrijft Stompff hoe visuele communicatie beter werkt dan verbaal of via schrift. „Mijn boodschap is onder meer dat bij innovatie vele steentjes moeten worden bijgedragen om succesvol te zijn. Ik ga niet uit van gedeeld begrip, zoals in de literatuur tot nu toe, maar van gedeelde praktijk. Laat een groep mensen werken aan dezelfde innovatie. Zorg dat ze een eigen jargon ontwikkelen: noem een bepaald onderdeel bijvoorbeeld 'piefje' en hou dat consequent vol. Op die manier zit je op dezelfde frequen-

tie en kan er iets moois groeien.” Stompff hecht eraan dat de designer bij de hele ontwikkeling betrokken is.

„Ik heb uitgebreid bestudeerd wat wij doen. Een designer praat 40 tot 45 procent van de tijd over de gebruiker of het eindproduct. Bij andere disciplines is dat maar 20 procent, het gaat hen vooral over boutjes en moertjes en systeemjes. Bovendien praten hardwaremensen en softwaremensen vooral onderling met elkaar. Wij vormen als designers de brug tussen hen, omdat ze wel met ons praten.

Bovendien maken wij schetsjes. Het werkt als een architect die een keuken tekent. Voor de ogen van zijn klant kan hij die een kwartslag draaien om te laten zien dat dit gunstiger is voor de lichtinval. Dan tekent hij er een serre bij en de klant, die dat niet op zijn wensenlijstje had staan, is meteen overtuigd.”

Stompff zegt dat het model waarin zoveel mogelijk visueel wordt gecommuniceerd ook efficiënter is. „Je maakt met minder mensen minder nota's om elkaar te overtuigen. Door meteen met beelden en

prototypes te werken, voorkom je dat je het oneens lijkt te zijn, terwijl je dat eigenlijk niet bent. Als Océ brengen we dat graag in praktijk, zeker omdat we vaak samenwerken met collega's van onze Japanse moeder Canon. Door met beeldmateriaal te werken slecht je ook nog eens de taalbarrière.” Stompff wil deze manier van ontwerpen graag uitdragen. „Dat doen we via onze Océ-leerstoel in Maastricht en via de TU Delft, waar ik les geef. Maar in de eerste plaats brengen we het hier in Venlo natuurlijk in praktijk.”