

Service Design

Design liegt im Trend – und wenn es nicht missverstanden wird als Styling und überflüssige Produktkosmetik und –veralterung, dann leistet Design einen wichtigen Beitrag zu Funktionalität und Form von Produkten aus der Perspektive der Nutzer und einen wichtigen Beitrag zum wirtschaftlichen und unternehmerischen Erfolg.

Was ist nun Service Design? Eine charmante Stil-Blüte, eine trendige Spielart vom Fingernagel - und Haar - Design? Mitnichten! Die Funktionalität und Form von Dienstleistungen systematisch zu gestalten und damit zum wirtschaftlichen Erfolg von Dienstleistungen beizutragen – das ist das zentrale Anliegen im Service Design.

Service Design ist seit 1995 an der Fachhochschule in Köln verankert, es wird Forschung betrieben, Kooperationsprojekte mit der Dienstleistungswirtschaft verankern die Forschung in der Praxis und es wird gelehrt, es werden junge Menschen ausgebildet, die als Service Designer und Designerinnen arbeiten. Und seit mehr als drei Jahren gibt es ein internationales akademisches Netzwerk im Service Design! Service Design liegt im Trend könnte man sagen – und es liegt sicher nicht zu Unrecht im Trend in einer Wirtschaft, in der mehr als 60 % des BIP im Dienstleistungssektor erwirtschaftet werden.

In der Vergangenheit wurde die Entwicklung und Gestaltung von Dienstleistungen in Wissenschaft und Forschung, aber auch in der Praxis, bei weitem nicht so ernst genommen wie die Entwicklung und Gestaltung der materiellen Welt, der uns umgebenden Produkte, für die Investitionen in Forschung und Entwicklung und in Design heute eine Selbstverständlichkeit sind. Die Tatsache, dass Dienstleistungen häufig als „kostenverursachende notwendige Übel“ angesehen wurden und in Statistiken nicht ungern als „Hilfsberufe“ subsumiert wurden, diese Tatsache spiegelt sich noch immer in dem, was wir als Kunden von Dienstleistungen häufig genug als Widrigkeiten erleben, es spiegelt sich aber auch in der oft unbefriedigenden Lage der Dienstleistungsanbieter, denen wenig systematische und servicespezifische Methoden zur Verfügung stehen, um ihre Dienstleistungen kundengerecht zu gestalten und profitabel zu machen.

03. August
2007

Service Design arbeitet mit Methoden, die teilweise aus Designprozessen adaptiert sind, teilweise neu und servicespezifisch entwickelt wurden. Dabei stehen die Bedürfnisse, die funktionalen und emotionalen Anliegen der Kunden im Mittelpunkt des Gestaltungsprozesses. Die „Customer Journey“ ist, es die es zunächst zu gestalten gilt – und somit arbeitet das Service Design von Außen nach Innen, von der „Front Stage“, auf der die Dienstleistung von den Kunden erlebt wird, zur „Back Stage“, wo alle Prozesse auf die erfolgreiche Performance auf der „Front Stage“ ausgerichtet sein müssen. Dienstleistungen sind unsichtbar, Kunden können sie nicht anfassen und vor dem Kauf begutachten, sie können sie nicht mit nach Hause nehmen und bei Nicht-Gefallen umtauschen. Im Service Design geht es also auch darum, Dienstleistungen sinnlich wahrnehmbar zu machen, für alle Sinne Evidenzen zu gestalten, die der unsichtbaren Dienstleistung ein sinnlich wahrnehmbares Gesicht geben.