

# Auch High-Tech verkauft sich nur mit gutem Design

## Fachkongress des Netzwerks Mechatronik – Mittelständler sollen von den Großen profitieren

Fellbach – Ein Ingenieur bringt es auf den Punkt: „Erst gutes Design macht Mechatronik richtig sichtbar.“ Das sahen 80 Teilnehmer auch so, die zum Fachkongress Design des Göppinger Kompetenznetzwerks Mechatronik nach Fellbach gekommen waren.

VON LEONHARD FROMM

Das 2001 in Göppingen gegründete Kompetenznetzwerk zählt mittlerweile 62 Mitgliedsfirmen, die 25 000 Arbeitsplätze und fünf Milliarden Euro Umsatz repräsentieren. Und es hat eine Vereinskultur entwickelt, so Vorsitzender Heinrich Frontzek, mit Gesprächskreisen, die sich zum Erfahrungsaustausch treffen, und mit Symposien und Fachtagen rund um die Mechatronik.

Die noch junge Disziplin, die man an der

Fachhochschule Göppingen studieren oder als dreieinhalbjährige Lehre in vielen High-Tech-Firmen absolvieren kann, verbindet Mechanik mit Elektronik und Software, also Steuerung und Programmierung, wie sie heute von der Kaffeemaschine bis zur Werkzeugmaschine überall gegenwärtig ist.

„Nach den mechatronischen Trends von Automatisierung, Digitalisierung und Miniaturisierung rückt nun immer mehr die Schnittstelle Mensch-Maschine in den Blick und damit das Design“, begründet Volker Schiek die Entwicklung. Das Vorstandsmitglied des Netzwerks hatte den 1. Fachkongress DesignProcess vorbereitet, der künftig jedes Jahr stattfinden soll. Wie viel Potenzial allein im Thema Design steckt, beleuchteten fünf Referenten. Dieter Futschik, Chefdesigner bei Mercedes in Sindelfingen, gab

tiefe Einblicke in die Designstrategie, wie man den Charakter von Autos prägt, um vor allem auf Emotion und Lebensgefühl der Käufer abzielen. Am Beispiel einer Blechschneidemaschine veranschaulichte Thomas Maler von der Uni Stuttgart, wie seine Absolventen das Gewicht solcher Maschinen reduzieren und zugleich deren Präzision und Sicherheit in der Handhabung steigern.

Mit welcher Perfektion bis ins Detail Produktdesign im Unternehmen umgesetzt wird, erklärte Jan Kleffmann vom Pneumatikspezialisten Festo. Die Kooperation mit Mittelständlern zeigte der Ammerbucher Industriedesigner Jürgen R. Schmid auf. Er hat dafür eine Checkliste mit 120 Fragen entwickelt, die von der Entwicklung über die Produktion bis zum Marketing alle Bereiche erfasst. Diese kombiniert er mit seinem Wis-

sen über Materialien, Produktionsprozesse oder ergonomische Erkenntnisse.

Über die Chancen, mit Designpreisen für die eigenen Produkte zu werben und sich im Markt zu differenzieren, sprach die Leiterin des Design-Centers Stuttgart, Sabine Lenk. Als Belege nannte sie Heizkreislaufregler von Viessmann, Backöfen von Miele oder Elektrowerkzeuge von Metabo. Walter Rogg, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, betonte, dass Design die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standorts festigen könne. Vom Fernsehturn über WMF-Kaffeemaschinen bis zur neuen S-Klasse von DaimlerChrysler habe die Region eine große Designtradition.



Weitere Informationen unter:  
[www.mechatronik-ev.de](http://www.mechatronik-ev.de)