

Generalforsamling 2009

## Kandidater til bestyrelsen

*Gruppen < 10 ansatte:*

Hans Axel Kristensen, Built Identity

*Gruppen > 10 < 50 ansatte:*

Ask Agger, Workz

Henning Therkelsen, 3PART

Jeppe Schytte-Hansen, SkabelonDesign

*Gruppen > 50 ansatte:*

Kim Meyer Andersen, Kontrapunkt

Martin Delfer, Designit

Lars Hoff-Lund, Datagraf

*Suppleanter*

Henrik Jeppesen, CBD

Jesper von Wieding, Scandinavian DesignLab

3. suppleant afgøres på generalforsamlingen

## Hans Axel Kristensen, Built Identity



### Hvorfor vælge mig ind DDAs bestyrelse

Medlemmerne af DDA løser dagligt kundernes problemer, beriger og udfordrer menneskers liv, skaber værdier for samfundet og former fremtiden med midler forankret i en stærk tradition. Det har DDA med kun halvandet års indsats formået at formidle til omverdenen. Designbranchens samfundsmæssigt værdiskabende kvaliteter og potentialer kan dog styrkes endnu mere. Dette og indsatsområderne nedenfor vil jeg som medlem af DDAs bestyrelse arbejde for at realisere.

### 1. Styrkelse af designvirksomhedernes forretningsmæssige og kreativ udvikling

Designvirksomhedernes forretningsmæssige og kreative udvikling skal styrkes parallelt for at branchen kan nå sit fulde potentiale. Denne udvikling skal ske i en forretningsmæssig kontekst og kan bl.a. understøttes ved at indgå i tværfaglige partnerskaber, både med partnere indenfor og udenfor branchen.

### 2. Konkurrencereglerne skal bæres succesfuldt i mål

Jeg har deltaget i arbejdet med at formulere et branchekodeks og udarbejde et oplæg til konkurrenceregler – et arbejde, der er foregået i et frugtbart samspil med DDA's formand, Søren Skafte Overgaard, og bestyrelsessuppleant Kim Meyer Andersen. Det politiske arbejde med at færdiggøre, implementere og operationalisere DDAs konkurrenceregler er en opgave jeg gerne vil tage medansvar for at bære succesfuldt i mål.

### 3. Designvirksomhedens rolle som strategisk, innovative nøglespiller

Designvirksomhedens rolle som strategisk, innovative nøglespiller i et samfund i forandring bliver kun tydeligere, som udfordringerne vokser. Vi gør en forskel, og derfor skal vi som branche eksponeres endnu mere på den lokal- og national politiske scene, såvel som i medierne. Det vil jeg gerne medvirke til sker.

### Om Hans Axel Kristensen, 43 år

Som Built Identity's adm. direktør er Hans Axel Kristensen ansvarlig for selskabets overordnede strategiske ledelse og operationelt ansvarlig for honorar- og aftaleforhold, økonomi, HR & organisation samt relationer til kunder og samarbejdspartnere. Built Identity dækker forretningsområder indenfor identitetsskabende arkitekturdesign, produktdesign, grafisk design, og visuel strategi.

Hans Axel Kristensen er uddannet cand.jur. fra Københavns Universitet i 1993 og har mere end 12 års erfaring med tværororganisatorisk ledelse og styring af udviklingsprocesser. Hans startede som juridisk konsulent hos brancheorganisationen for rådgivende arkitektvirksomheder PAR, i dag Danske Arkitekter, og har herefter været HR-ansvarlig i tre børsnoterede selskaber; Scandic, Dell og Carlsberg Group – alle i internationale stillinger. I 2007 stiftede Hans Axel Kristensen Built Identity ApS med partnerne Arkitekt MAA Kim Fridbjørg og Designer Masoud Alavi.

I regi af PAR og senere HORESTA har Hans i flere år været aktiv i politisk brancheforeningsarbejde.

Hans er gift med Nadia Kløvedal Reich, og sammen har de Oliver (20) og Amalie (16).

## Ask Agger, Workz



### Fremtidens design som løftestang

På bagkanten af den aktuelle krise venter nye muligheder, hvor Danmark for alvor skal finde sin rolle i den globale oplevelsesøkonomi. I det arbejde har den danske designbranche og den danske designtradition en unik mulighed for at erobre positionen som den centrale bro, der kan løfte industrisamfundets løsninger og forretningsforståelse ind i en ny tid. En tid, hvor afstand og geografi betyder mindre end mening og autenticitet, og hvor designforståelse er afgørende i koblingen mellem funktionalitet og brugeroplevelse. Men det kræver, at designbranchen står sammen, at vi gør op med vanetænkning, og at vi arbejder med en udvidet designforståelse, hvor form, funktionalitet og æstetik går hånd i hånd med service, involvering og oplevelse.

### Om Ask Agger

Ask Agger er adm. direktør for forandringsbureauet Workz a/s, der blev etableret i sommeren 2008 i en fusion mellem Zentropa Interaction og Zentropa WorkZ. Virksomheden har 25 ansatte og arbejder bl.a. med servicedesign, procesdesign, strategisk kommunikation, radikal innovation, organisationskultur samt design af læringsspil (serious games). Ask har mere end 10 års erfaring som rådgiver og konceptudvikler for en bred kreds af landets største organisationer og virksomheder, herunder Mærsk, Novozymes, Danisco, Carlsberg og Danske Bank. Senest har han bl.a. hjulpet DSB med udviklingen og udrulningen af koncernens nye vision. Ask er som ekspert i bl.a. oplevelsesøkonomi, storytelling og spildesign fast klummeskribent i Børsen og er en flittig foredragsholder, facilitator og gæsteforelæser. Han sidder i en række bestyrelser og tænketanke. I sin fritid dyrker Ask filippinsk kampsport, er lykkeligt gift og bor på Nørrebro.

## Henning Therkelsen, 3PART



### Motivation for at stille op

Jeg stiller op til bestyrelsen for at kunne arbejde for tiltag der styrker branchens generelle professionaliseringsproces. Endvidere vil jeg arbejde for at tale de særlige udfordringer, som relaterer sig til designvirksomheder der arbejder med industriel design. Endeligt vil jeg arbejde for at skabe tættere relationer mellem øst og vest, således at vi arbejder koordineret mod det fælles løft af branchen.

### Om Henning Therkelsen

Uddannet industriel designer fra Arkitektskolen i Århus 1999  
Medstifter af 3part i 1998. 3PART beskæftiger i dag 14 medarbejdere med baggrunde som industrielle designere, design antropologer og ingeniører. Vores forretningsområde er primært produktdesign, servicedesign og potentialeanalyser.  
I dag er jeg leder af vores nystartede afdeling i København. Som ”producing manager” beskæftiger jeg mig primært med produktdesign i lige fordeling mellem danske og udenlandske kunder.

## Jeppe Schytte-Hansen, SkabelonDesign



### Motivation for at stille op

Motivationen for at deltage i bestyrelsesarbejdet bunder i interessen for DDAs fremdrift og lysten til at dele viden og erfaringer, samt at hjælpe DDAs medlemsskare med forretningsudvikling i en professionaliserings kontekst. Jeg mener, at medlemmerne af DDA skal stemme på mig fordi jeg har en anderledes vinkel på udfordringerne og mulighederne for både DDA som brancheforening og for medlemmerne som virksomheder der med stærke kompetencer i mange sammenhænge står overfor enslydende udfordringer og muligheder. Nedenstående er mine fokusområder:

### 1. Omstrukturering af medlemskategorisering

DDA skal være et omdrejningspunkt for alle interessenter i designbranchen, hvilket skal afspejles i medlemskategorier.

### 2. Internationaliseringsprocesser

- Lær af de danske virksomheder som ER internationale eller globale. Erfaring indsamles fra mindre og mellemstore virksomheder som er gået over landets grænser indenfor de seneste 10 år.
- Salg og markedskommunikation i internationalt perspektiv: Et langt og sejt arbejde i en kombination af relationer, agenter, rainmakers, forhandlingsevner, kvantitet og vedholdenhed
- DDA i dagspressen som meningsdannere og som support for DDAs medlemmers udbredelse over landets grænser

### 3. Dokumentation af medlemmernes kompetencer

### 4. ”DDA – de private virksomheders SKI”

DDA opfordrer medlemmer til at opfylde fast definerede kriterier, således at det pågældende medlem får en ”blåstempling” overfor private virksomheder der kan henvende sig til DDA om kvalitative egenskaber hos medlemmerne.

### 5. Netværkssucceskriterier

Hvordan får det enkelte medlem mest muligt ud af at være DDA-medlem?

### 6. Specialist communities og oprettelse af DDA advisory board

Et advisoryboard kunne sammensættes af 4-6 personer der har enten en specialistrolle i forhold til foreningens drift, forretningsmodel, juridiske forhold eller har en "kemisk sammensætning" der passer godt med den øvrige strategiske linje i DDA.

### Om Jeppe Schytte-Hansen

Jeppe Schytte-Hansen, Managing Director, Partner i SkabelonDesign. Har læst HD i Organisation og Ledelse på CBS. Jeppe's kernekompetencer ligger indenfor generel ledelse, strategi, forretningsudvikling, usability, kommunikation/formidling og lokale og internationale partnerskaber. Udover SkabelonDesign sidder Jeppe i bestyrelsen for udviklingselskabet Mentum og i bestyrelsen for Amplio, der beskæftiger sig med Corporate Performance Management. SkabelonDesign arbejder med rådgivning om og løsninger til implementering af visuel identitet i en lang række af Danmarks største offentlige og private virksomheder.

## Kim Meyer Andersen, Kontrapunkt



### Hvad har jeg lavet som suppleant i det sidste halve år

Som designer, medstifter af Kontrapunkt og direktør i Kontrapunkt Group har jeg:

1. Været med til at stifte DDA. Vi har manglet en brancheforening hvor det er designvirksomhedernes interesser- der er i centrum. Dn ny forening er godt på vej – og det har været en fornøjelse at arbejde sammen med en direktør og en bestyrelse af den kaliber. Men der mangler meget endnu før vi kan kalde os en professionel brancheforening.
2. Deltaget i et 3 mands udvalgssamarbejde om DDAs konkurrenceregler og DDAs kodeks som handler om vort forhold til kunder og om vor indbyrdes adfærd. Her har jeg erfaring fra tidligere deltagelse i nationale og internationale konkurrencer og udvikling af regler herfor gennem MDD og de internationale designorganisationer.
3. Deltaget i et netværks-udvalgs-samarbejde blandt medlemmerne hvor min holdning er at lægge de erfaringer, samarbejdskontrakter mv frem som jeg har været med til at udforme for Kontrapunkt. Jeg tror på at vi får en bedre branche hvis vi har samme vidensniveau – og samme professionelle måde at håndtere vore rettigheder på over for vore kunder og vore leverandører.  
Jeg tror på at jo stærkere og mere professionel designbranchen fremstår – jo bedre for hver enkelte designvirksomhed – og hermed også for Kontrapunkt.  
Altså – vi vinder ved at være åbne over for hinanden – samtidig med at vi i nogen tilfælde konkurrerer indbyrdes.
4. Jeg har påtaget mig rollen som mentor i DDAs udmærkede mentorprogram.
5. Af enkelsager har jeg engageret mig i at vejlede Udenrigsministeriet med deres konkurrence om loungemøbler til klimakonferencen. I et samarbejde med MDD og DDC fik vi i DDA UM til at trække konkurrencen tilbage da den var mere end urimelig over for konkurrencedeltagerne.
6. Jeg har jeg engageret mig i SKI udbuddet om hvilke designvirksomheder der i fremtiden skal være med i et leverandører- aftalesæt med Stat og Kommuner. Her vil jeg tage initiativ til at vi som brancheforening straks går i gang med at omdefinere vilkårene for udvælgelse af designvirksomheder så ikke kun pris men også kvalitet er en aktiv faktor.
7. Jeg har også engageret mig i bestyrelsens debat om designuddannelserne – hvor min pointe er at branchen skal skubbe på for at få udvidet kompetencerne på design- og arkitektskolerne – og at dette må ske for nye penge – ikke gennem midler taget fra den alm. designundervisning.
8. Hvor var det lige at der blev holdt DDA fest i sommer? Var det ikke Kontrapunkt der åbnede dørene så arrangementet ikke skulle blive for belastende økonomisk Det var en stor fornøjelse – og stemningen var så høj at man kunne fristes til at mene at ikke alle så krisen komme. Eller var det netop fordi festen var en anti-krise-forsikring om at vi står sammen og lærer af hinanden?

### Hvad brænder jeg for

Vi må lave en standard for en samarbejdsaftale med vore kunder – og få Dansk Erhverv og DI til at bakke dem op – først da har vi et argument over for en genstridig kunde. En almindelig branchestandard som bakkes bredt op- det vil være et kæmpe skridt fremad.

Jeg mener det er meget vigtigt at vi får en god omgangstone over for hinanden, at vi udvikler en fairness designvirksomhederne indbyrdes. Jeg mener vi skal gå et ekstra skridt i retning af at adfærdsregulere vor måde at konkurrere på. Vi er i en hård indbyrdes konkurrence – og brancheforeningen kan blive betydningsløs hvis vi ikke bakker op om en branchestandard for professionel opførelse.

Vi har også en kamp vi må stå sammen om hvad angår vore ophavsrettigheder. De fleste kundeinitierede samarbejdskontrakter byder designerne af afgive deres rettigheder – inkl. de kunstneriske ophavsrettigheder. Vi må så sammen om at forsvare hvad der står i loven om ophavsret. Ellers kan vi hurtigt nedbryde designvirksomhedernes vigtigste værdi.

### **Hvorfor skal du stemme på mig**

Hvis ikke sådanne synspunkter fremlægges med en vis entusiasme i bestyrelsen ja – så bliver det – det alle umiddelbart kan blive enige om – ikke ambitiøst nok efter min mening. Jeg går ind for at vi rykker os fremad som branche og ikke stopper ved laveste fællesnævner- også selv om det gør lidt ondt. Jeg vil kæmpe for at vi udvikler os i et branchefællesskab som er udviklende og stimulerende for alle. Et mødested for virksomhedsledere, hvor meninger brydes og en brancheetik og brancheskik opstår.

### **Om Kim Meyer Andersen**

- Medstifter af Kontrapunkt, direktør for Kontrapunkt Group.
- Sidder i Advisory Board for DCDR, Danish Center for Design Research
- Har tidligere været Formand for foreningen Danske Designere, Formand for bestyrelsen for Kolding Designskole, siddet i Advisory Board for designtidsskriftet Designmatters
- Medforfatter af bøgerne *The Crowning Touch / Kronen på mærket* samt *Offentlig design på dagsordenen*, begge udgivet på DDCs forlag

## **Martin Delfer, Designit**



### **Jeg vil arbejde for tre ting:**

1. VÆRDI ved at sikre, at DDA skaber de bedste rammevilkår for at drive designvirksomhed. DDA skal hjælpe virksomheder og organisationer til at forstå værdien af at bruge design taktisk og strategisk – OG påvirke myndighederne til at placere design øverst på den nationale agenda.
2. UDVEKSLING ved at sikre, at DDA faciliterer deling af erfaringer mellem medlemsvirksomhederne og deres ansatte. DDA skal sikre højere standarder, bedre kompetencer.
3. IKKE-NOSTALGISK ved at sikre, at DDA sætter fokus på flere elementer af design, designprocesser og innovation, ikke bare design “classic” i form af produktforskønnelse og æstetisk præstation. Den helt store mulighed for medlemsvirksomhederne ligger ikke i at slå med andre om Georg Jensens gunst, det ligger i at realisere potentiale for selv almindelige virksomheder, med almindelige produkter, som – hjulpet på den rette vis – kan skabe ualmindelige koncepter, der lægger verden ned.

### **Om Martin Delfer**

Martin Delfer, 43 år, direktør og associeret partner i Designit A/S. Været i Designit siden 2004. Startede kontoret i København op. Dengang som ene mand – idag 25 medarbejdere. Arbejder mest med forretningsudvikling samt brand- og designstrategisk rådgivning. Uddannet økonom. Var tidligere i Shell gruppen i mange år – både i Danmark og Internationalt. Boet flere år i London.

## Lars Hoff-Lund, Datagraf



### Fokus på indhold

Hele designbranchen lever i skismaerne mellem drift og udvikling, metode og kreativitet, økonomi og hjerteblod. På kun et års tid er det lykkedes DDA at få sat fokus på den ene del af disse skismaer: design som forretning, professionalisering af virksomhedsdriften og forbedrede organisationsformer. Dette har kun kunnet lade sig gøre pga. de superdygtige og superengagerede folk i bestyrelsen. Men måske er tiden inde til, at vi også kigger på den anden dimension af vores fag: udvikling af kreativiteten, dyrkelse af ideerne, opgøret med traditionerne. Nok skal vi lære at drive og organisere vores virksomheder mere professionelt, men vi har også brug for at lade indholdet af vores forretning vokse og udvikle sig. Som ejere, partnere og ledere står vi med udfordringen at lede de kreative medarbejdere til at levere gode resultater – såvel økonomisk som fagligt. I regi af DDA kunne vi professionalisere vores arbejde med idéudvikling, nytænkning og samarbejde på tværs af faggrupper. Det er med disse visioner, jeg vil gå ind i bestyrelsesarbejdet – altså for at give DDA endnu et ben at stå på til gavn for hele branchens fremtid.

### Om Lars Hoff-Lund, 44 år

Siden 2001 designchef hos Datagraf, hvor vi i dag er ca. 50 grafiske designere og dobbelt så mange i andre funktioner foruden 25 kolleger i vores datterselskaber i Stockholm og Oslo. Primære ansvarsområder: ledelse og udvikling af kreative medarbejdere, rådgivning omkring design, metodeudvikling inden for grafisk design.

Før dette bl.a. projektchef hos Bysted, produktionschef på Hovedkvarteret og selvstændig designer. Censor på Skolen for Visuel Kommunikation og på TEKOs Branding og New Business Development samt jurymedlem i Creative Circle Award. Uddannet på Den Grafiske Højskole, først som designer og siden som leder. Sjællænder, men i dag bosat nord for Århus.

## Henrik Jeppesen, CBD



### Slogan

Seriøsitet, kreativitet og fællesskab

### Bidrag i perioden som suppleant:

- Rekruttering af Gitte Just – vores altafgørende nøgleperson og foreningens ansigt udadtil
- Bidrag til fokusområder – særligt en international vinkel
- Rekruttering af medlemsvirksomheder

### Ambitioner for DDAs fremtid:

- Øget gennemslagkraft i industrien
- En professionalisering drevet af det, vores kunder reelt efterspørger
- Designere som seriøse rådgivere på strategisk niveau

### Hvorfor mig?

- Førstehåndskendskab til branchens udfordringer i forhold til kunder, konkurrence og markeder på verdensplan
- Stort personligt engagement i design og i branchens udvikling
- Personlig erfaring med international udvidelse

## Jesper von Wieding, Scandinavian DesignLab



### Mine betragtninger og ønsker for dansk designs fremtid

Jeg var med, da det blev besluttet, at der skulle stiftes en forening for den danske designbranche. Grundtanken var at skabe et medieafhængigt forum, der repræsenterer, udfordrer og brander den danske designbranche.

Det er fantastisk at se hvor langt DDA er kommet på relativt kort tid. Vi har endnu ikke flyttet bjerge, men vi har etableret grundlaget for skabelsen af en langt stærkere danske designprofil. Jeg ønsker at fortsætte det gode arbejde Danish Design Association allerede gør. Jeg vil kæmpe for stærkere sammenhold i den danske designbranche, og en skærpet international anerkendelse af Danmark som ”designnation”.

I min rolle som jury medlem i Cannes erfarede jeg med egne øjne, hvor stort et potentiale dansk design har på internationalt plan – vi kan langt mere end vi umiddelbart går og tror! Derfor ligger mig stærkt på sinde, at kæmpe for at skabe yderlig fokus på danske design på det internationale marked.

Jeg er en pragmatisk praktiker, og i mit bestyrelse arbejde i Danish Design Association ønsker jeg at knytte stærke bånd og kontakter i den til tider ret fragmenterede danske designbranche. Tværkollegiale samarbejder vil styrke vores faglighed, og jeg vil betragte det som min fineste opgave at bygge videre på den såkaldt musketerånd, der skal bringe vi designere tættere sammen. Jeg ønsker at skabe sammenhold og gøre os til såkaldte kollegaer. Vi skal fokusere på hinandens styrker, og stå sammen om at slå ”den danske designkunnen” fast på den internationale designscene.

Vi skal endvidere fordrer til debatten omkring New Danish Design, så vi kan genopfinde os selv og de tidligere danske designsucceser. Jeg ønsker, at Danish Design Association skal være dét forum, der skaber plads til kontinuerlig udvikling og nytænkning indenfor dansk design.

Jeg ønsker ligeledes, at Danish Design Association skal skabe rammerne for en endelig etablering og videreudvikling af et skandinavisk designsamarbejde. Jeg tror på ”Scandinavian Lifestyle & Design” som et vigtigt parameter i vores stræben efter at slå os endegyldigt fast på det internationale marked. VisitDenmark siger at ”Danmark er en intelligent designnation”, og den historie bør vi også fortælle omverdenen.

Jeg tror på en bredere internationalisering af dansk design. Vi skal f.eks. markere os igennem en større aktiv deltagelse i de internationale award shows, designkonferencer og events som f.eks. verdensudstillingen i Shanghai 2010.

Det er det min intention at skabe netværksrelationer på tværs af alle de kreative danske brancher. Danish Design Association skal være en bredt favnende medieafhængig brancheforening, og herigennem skal vi styrke dansk design på både nationalt, skandinavisk og internationalt plan.

### CV

Jesper von Wieding er født i 1962, og fungerer til dagligt som strategisk kreativ direktør og partner hos Scandinavian DesignLab.

1985 Museum of Holography & New Visual Medias, Owner and Managing Director

1988 California College of Art and Craft, Graphic Designer

1989 Danish Design School, Graphic Design

1989 Michael Cronan Design, San Francisco, Designer

1990 Landor Associates Stockholm and Paris, Designer  
1992 Founded "Design By", Owner and Managing Director  
1999 Sold "Design By" to Scandinavian Design Group, Strategic Creative Director  
2004 Founded Scandinavian DesignLab, Strategic Creative Director.

Scandinavian DesignLab er et strategisk kreativt designbureau, med kernekompetencer indenfor CORPORATE IDENTITY / BRAND DEVELOPMENT / PACKAGING & FASHION. Bureauet har kontorer i København og Shanghai.

#### **Bestyrelsesposter**

- Danish Design Association
- Creative Circle m. ansvar for design (Jurymedlem i Creative Circle / Design)

#### **Netværk/ Medlemskaber/ Relationer**

- Danish Design Association
- Creative Circle
- Danish Fashion Institute
- Cannes Lions (Jurymedlem 2008)
- VL 20
- Danish - Chinese Business Forum
- Kina Netværket
- Danske Designere