

Sven Dogs

Weitere Stories aus der
Designszene unter
www.wohndesigners.at**WOHN
DESIGNERS**
Blog für InterieurDesign.

„Wir denken DESIGN wirtschaftlich“

Sven Dogs hat es geschafft: Mit kreativen Ideen und eigener Strategie punktet der Designer. Wirtschaftlich-strategisches Denken ist dabei neben Kreativität ein wesentlicher Eckpfeiler seines Erfolges.

Und er spricht Klartext. Von Gerhard Habliczek und Sylvia Pilar

Seine Designs sind bekannt und beliebt: Sven Dogs überzeugt mit seinen kreativen Produkten. Konsequenter geht er dabei seit jeher zwar nicht den leichtesten, aber immer seinen ganz eigenen Weg. „Ich habe Raumausstatter gelernt und drei Jahre als solcher gearbeitet“, so der in Berlin geborene und in Norddeutschland aufgewachsene Wahl-Wiener. Nach den Gesellenjahren an der Meyer-Werft, wo er auf großen Kreuzfahrtschiffen im Interior-Bereich arbeitete, absolvierte er das Studium Produkt- und Industriedesign im deutschen Münster, ist seit dem Jahr 2000 als Diplom-Produktdesigner aktiv, seit 2009 in Österreich mit seinem Atelier für Produkt-, Accessoires- und Grafikdesign erfolgreich und zählt zu den bekanntesten Designern, wie das Ranking eines renommierten Magazins ausweist. Fünf freie Mitarbeiter zählt sein Team, weit über 60 Produkte haben bereits den Markt erobert.

Fokus: Möbeldesign mit Komfort

Und das in ganz unterschiedlichen Bereichen. Mit Leidenschaft designet er Pfeifen für Vauen, gestaltet für Berendsohn AG exklusive Werbepartikel, seiner Designfeder entlossen aber ebenso der legendäre Stuhl YOUMA von KFF wie Kreationen für Rossin, Durler, Villa Tectona, Leonardo, Villeroy & Boch, Rohleder, Backhausen und vieles mehr. Das neueste Highlight ist die Kollektion CLINT von ADA, die erst vor kurzem auf der Hausmesse vorgestellt wurde. Die Liste an hochkarätigen Labels, für und mit denen er Top-Produkte ge-



staltete, ist lang, international und vielfältig. „In erster Linie interessiert mich die Produktentwicklung“, verrät Sven Dogs, der im Duett mit seiner Frau Michaela erfolgreich ist. „Wir haben ein Spezialgebiet: Möbel. Und meine Möbel unterscheiden sich, weil ich auch Komfort groß schreibe. Das machen viele Designer nicht. Ich lege sehr viel Wert darauf, dass man auch gemütlich sitzen kann und nicht nur Design und Qualität in den Vordergrund stellt. Mir sind alle drei Faktoren wichtig und die Eckpfeiler meines Designs.“

Anders gedacht

„Wir arbeiten sehr professionell. Wir schlafen nicht“, schmunzelt der Diplom-Produktdesigner. Ausgeschlafen ist auch sein Weg. „Was mich an Firmen immer interessiert, ist deren Strategie. Ich hinterfrage ganz stark Kundengerechtigkeit, will die Kundenanforderungen wissen, welche Materialien gewünscht sind und am Markt gut gehen, wo die Firma ihre Produkte vertreibt. Das ist für mich immer sehr wichtig zu erfahren. Darum ist für mich ein klassisches Briefing gar nicht so wichtig, weil es wiederum zu nichts führen könnte, auch wenn es ausgedehnt beschrieben ist“, erklärt er. Dass ein Unternehmen genau weiß, was es will, sieht er positiv und denkt den produkttechnischen und strategischen „background“ immer mit. „Wir denken ziemlich wirtschaftlich“, bringt es Sven Dogs auf den Punkt. „Das klingt jetzt für den typischen Designer ungewöhnlich“, gibt er zu, es ist aber sein Erfolgskonzept. Statt ‚künstlerischem Design‘ sind Produkte mit viel Marktpotenzial seine Spezialität. Klar: „Erstmal muss man Design ein bisschen spinnen“, so seine Frau, „dann aber schauen, dass es auch wirtschaftlich tragbar ist.“



Das neueste Highlight:
Die Kollektion Clint von ADA.
© ADA



Exklusiv: Für Villa tectona entwarf der Designer die Gartenmöbelerie „FIJI“. © Villa tectona



Bekannter Klassiker aus Dogs' Feder: YOUMA von KFF. © KFF

Top-Strategie

„Ich glaube, dass es kaum einen Designer gibt, der so strategisch denkt“, ist Sven Dogs überzeugt. „Auch die Firmen haben erfahren und wissen, was es heißt, mit Wirtschaftlichkeit umzugehen“, so der kreative Kopf, der an Produkten arbeitet, die nicht nur gut aussehen, sondern am Markt bestehen – eine win-win-Situation für ihn als Designer wie auch für die Unternehmen. Konsequenter verfolgt er seinen Weg und bleibt stets am Ball. Hartnäckigkeit und Schlagkräftigkeit heißen dabei zwei Erfolgsbausteine: „In diesem Job muss man wirklich hartnäckig sein ohne Ende, einfach Stand halten und immer hinterher sein. Das macht den Job auch so schwierig.“ Dennoch „würde ich niemandem abraten, diesen Job zu machen, weil er einfach richtig Spaß macht“, auch wenn es gelte, die strategisch besten Ansätze zu wählen und ein ‚dickes Fell‘ zu haben.

Beides hat er – und unendlichen kreativen Innovationsgeist. Klar, so manche seiner Ideen sind auch in der Schublade verschwunden. „Im Möbeldesign Fuß zu fassen ist mit das schwerste Business, das es im Design gibt.“ Und natürlich läuft nicht immer alles am Schnürchen. „Wenn man nicht aufpasst, dann überholt einen die Konkurrenz“, beschreibt Michaela Dogs, den „worst case“ für Designer und Unternehmen. „Man muss einfach erkennen und sich eingestehen: Es gibt Designer, die am anderen Punkt der Welt fast dieselben Ideen haben, die in etwas anderer Form, in anderer Materialität et cetera heraus gebracht werden. Da muss man vorsichtig sein“, so Sven Dogs. Aber auch auf zwei Beinen stehen, falls ein Projekt einmal nicht wie gewünscht läuft. „Damit muss man als Designer auch klar kommen und schauen, dass man auf der anderen Seite ein Projekt hat, welches läuft und bezahlt wird.“ Sein Rezept: „Ich streue meine Vielfalt in den Markt – ob es Pfeifen sind, Leuchten, Möbel oder andere Produkte – und arbeite nicht nur in einem Kernmarkt“, so der kreative Tausendsassa.



Online: Der neue Webauftritt von Sven Dogs. © Sven Dogs



Raffiniert: Mit „Riffle“ von Rossin designte Dogs einen edlen Lounge-Sessel. © Rossin

Einfach nachhaltig

Für und mit verschiedensten Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen hat er bereits zusammen gearbeitet, eine ganz klare Designhandschrift hat er dabei freilich nicht. „Mein Fokus liegt auf dem modernen Ansatz und mein Design ist an sich sehr zurückhaltend, geradlinig“, nicht nur wegen des ästhetischen Reizes, sondern auch, „um sich vor anderen Nachahmern zu schützen, so Sven Dogs. „Ihm ist es wichtig, dass man einen Dogs nicht sofort erkennt“, erklärt seine Frau, „weil es sonst schwierig ist, facettenreich zu arbeiten und sich auf eine Firma einzulassen.“ Und doch gibt es bei aller kreativen Freiheit eine große Klammer: Nachhaltigkeit, gedacht, gespielt und umgesetzt über das Material. „Den einzigen Designstempel, den Sven Dogs aufdrückt, sind hochwertige Materialien.“

(K)Ein Trendsetter

So manchen Trend, der später zum Klassiker avancierte, hat er mit seinen Designs bereits kreiert und gesetzt, als Trendsetter würde er sich aber nicht bezeichnen. „Ich versuche immer, nahe am Trend zu arbeiten“, so Sven Dogs. „Als Designer macht man schon den Trend und versucht, ihn zu bestimmen. Letzten Endes kann man aber nur hoffen, dass die Kunden ihn so annehmen und dann zelebrieren.“ Ähnlichkeiten bei seinen Designs sind ausgeschlossen. „Für mich kommt das nicht in Frage, dass, wenn ich für eine Firma ein gutes Design gemacht habe, ein ähnliches Produkt gestalte. Warum soll ich dann ein Konkurrenzprodukt gestalten? Damit versaut man sich am Markt ja auch die Zahlen.“

Spezielle Lobby

„Ein Lizenzgeschäft ist nur dann ein lukratives Geschäft, wenn das Design gut im Markt läuft. Dann kann man auch vernünftig damit verdienen“, macht Sven Dogs klar. Und er selbst? „Wir verdienen über jedes verkaufte Produkt“, so Sven Dogs, aber auch an kreativem Input und Entwürfen. Sein Tipp für Jungdesigner: Nicht einfach einmal Entwürfe hinschicken, sondern sich der eigenen Leistung bewusst zu sein und auch anzubringen, dass in Entwürfen Zeit steckt. „Wenn man sich eine Lobby erarbeitet hat, ist das anders“, erzählt der Designer. „Für uns läuft es inzwischen gut, weil man uns kennt, viele Produkte gut am Markt positioniert sind und die Firmen dadurch mehr Vertrauen haben. Sich diese Lobby zu erarbeiten, ist aber super schwer.“ Wie dies geht, ist freilich nicht so leicht zu definieren. „Ich habe noch nie bei irgendeinem Preis mit gemacht und noch nie etwas gewonnen“, so Sven Dogs auf die Frage, ob Designpreise ein Schlüssel sind. „Das ist mir gar nicht so wichtig, weil es sind letztendlich die wirtschaftlichen Zahlen, die Erfolg ausmachen.“

www.svendogs.com