

# Matuschek sieht Aalen als ein Epizentrum des Designs

Walter G. Matuschek hat 2006 Matuschek Design & Management gegründet – Aktuell für Lumera 700 von Carl Zeiss Meditec mit Designpreis ausgezeichnet

Sascha Kurz

**Aalen.** „We create brand value“ steht auf der Broschüre von Matuschek Design & Management. Dem Schaffen von Markenwerten hat sich Walter G. Matuschek verschrieben. Der Industriedesigner war rund vier Jahre lang Designchef von Siemens Mobile. Im November 2006 hat er sich in Aalen mit seinem Büro Matuschek Design & Management selbstständig gemacht. Der gebürtige Aalener hat bei den Schieber Werkstätten in Bopfingen eine Schreinerlehre absolviert, bevor er in Schwäbisch Gmünd Industriedesign studierte und jahrelang ab 1988 als Designer tätig war. Matuschek gilt selbst in Asien als „bunter Hund“ und pflegt gute Kontakte zu dortigen Designern. „Wir messen uns mit unseren Mitarbeitern und unserer Arbeitsweise mit jedem

## Walter G. Matuschek

Geboren 1963 in Aalen, hat Walter Matuschek 1983 nach einer Schreinerlehre an der Technischen Hochschule für Holzverarbeitung ein Studium begonnen. 1988 erhielt er das Diplom in Produktdesign. 2004 legte er die Prüfung zum Innovationsmanager bei Siemens ab. Von 1988 bis 1997 war Matuschek Senior Designer, Projektmanager und Kundenbetreuer bei busse design in Ulm. Von 1997 bis 1999 war er stellvertretender Geschäftsführer der IMPOS GmbH, bevor er bis 2003 zu busse in Ulm als Designchef und Geschäftsführer zurückkehrte. 2003 bis September 2006 war er Chief Design Officer von Siemens Mobile.

anderen Designbüro auf der Welt“, sagt er.

Mit seinem Design & Management-Büro bietet Matuschek Industriedesign und Produktentwicklung, Designmanagement und ganzheitliche Strategien zur Wertsteigerung einer Marke an. Das Team von Matuschek, zusammen mit Kooperationsunternehmen und freien Mitarbeitern, verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung und macht das Büro zu einem starken Partner in Sachen Produkt- und damit Markenentwicklung. „Nach dem Engagement bei Siemens Mobile in einem Großkonzern wollte ich nicht mehr in der Handybranche und nicht mehr in einem Konzern arbeiten, deshalb machte ich mich selbstständig“, sagt er rückblickend.

Wenn Walter Matuschek von seiner Arbeit erzählt, hat man jederzeit das Gefühl, dass er sich konzentriert und weiß, wovon er spricht – von perfektem Design. Seine Individualität spiegelt sich in seinen Worten. Die erste Frage bei Kundengesprächen müsse lauten, für welche Markenwerte das Unternehmen stehe und wer sich hinter dem Unternehmen verbirgt, wie es am Markt agiere und was die Ziele seien. Erst danach müsse geklärt werden, welche Möglichkeiten der Umsetzung dieser Werte in ein Produkt sich ergeben. Ästhetik, Ergonomie, eine sichere Technik sowie eine optimierte

Herstellung seien dann fixe Ankerpunkte von designerischem Wirken.

Die Visualisierung und Sinneswahrnehmung spielt dabei eine wichtige Rolle. Deshalb hat Walter Ma-



tus-  
schek  
ein Co-  
lour &  
Material

Lab aufgebaut. Farben, Formen, Materialien – derart ausgerüstet kann in dem Colour & Material Lab ein Gefühl für das neu entstehende Produkt erhalten werden. 3D-Modellen folgen dann Handmodelle von Modellbauern. „Ich habe während der vergangenen Jahre gute Leute weltweit gescannt“, sagt

Matuschek. Aus diesem großen Netzwerk kann er sich jederzeit ein individuelles Team zusammenstellen, in dem auch freie Mitarbeiter projektbezogen eine wichtige Rolle spielen.

Matuschek definiert für sich die Vorteile seines Büros. „Designagenturen und spezielle Designer haben ihre eigenen Stile. Wir möchten ein großes Spektrum von Unternehmen bedienen können, was uns auch gelingt. Dazu muss man sich auf die jeweiligen Stile, die zu den Unternehmen pas-

sen, einlassen. Da die Bearbeitung und Projektleitung bei uns im Hause erfolgt, kann ich Mitarbeiter mit passenden Stilstiken für Projekte zusammenstellen und individuell auf Bedürfnisse der Kunden reagieren“, sagt Walter Matuschek. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit großen und kleineren Unternehmen wie Hilti, Axionics oder Zeiss bestätigt diese Philosophie.

Diese Art des Designmanagement hat Matuschek sich bei seiner Tätigkeit bei Siemens Mobile angeeignet, bei der er Büros mit mehreren Dutzend Mitarbeitern in San Diego, München und Peking leitete und koordinierte. „Wir hatten damals ein Jahresbudget von rund 15 Millionen Euro zur Verfügung. Es war eine hochinteressante Zeit, für ein großes Unternehmen wie Siemens Mobile zu arbeiten. Der Umsatz von Mobiltelefonen des Konzerns entspricht ungefähr dem des zehntgrößten DAX-Unternehmens“, reflektiert Matuschek.

Für das Schweizer Start-up-



Fingerprinter für axionixs.



Walter G. Matuschek

Unternehmen axionics hat Matuschek Design & Management zum Beispiel eine Identifikationskarte mit Fingerprintensensor für die höchste Sicherheitsstufe entwickelt, für die Carl Zeiss Meditec AG das Mikroskopsystem Lumera 700 (Bild links). Dafür wurden die Aalener Designer mit dem Designpreis red dot award ausgezeichnet. Insgesamt hat Matuschek rund 35 Designpreise selbst gewonnen, für das Büro und seine Mitarbeiter stehen rund 80 Designpreise zu Buche. 2010 hat ihn Aalens OB Martin Gerlach für einen anderen Preis angemeldet: Mutmacher der Nation.

Die Kreissparkasse Ostalb habe ihn sehr stark nach der Unternehmensgründung im November 2006 unterstützt. Der konjunkturelle Einbruch traf auch Walter Matuschek stark. Umsatzeinbrüche bis zu 60 % waren zu verkraften. „Wir haben durch Kunden überlebt, die genauso fortschrittlich denken wie wir. Viele Firmen werden noch vor die Hunde gehen, weil sie in

Krisenzeiten sich nicht erneuern“, erläutert Matuschek.

Einer wie Industriedesigner Walter Matuschek lässt sich davon jedoch nicht beirren. Er erklärt dies anhand der Wahrnehmungspyramide. Deren breite Basis bildeten die Unternehmensvision und die großen Markenwerte der Firma, für die er tätig werden soll. „Stehen diese fest und sind diese verstanden, kann man sich an die Proportionierung, die Formgebung sowie die Auswahl von Elementen und Farben machen“, sagt Matuschek.

## Matuscheks Arbeiten

„Kindersitz. Mobiltelefon. Medizinisches Präzisionsgerät. Wir machen Design. Das machen wir mit hohem Wiedererkennungswert. Damit sorgen wir für eine hohe Akzeptanz der kreierten Produkte und einer Identifikation mit der Marke. Mit zielgruppenorientierter Ästhetik und dem Know-how neuester Fertigungstechniken steigern wir Kaufreize“, sagt Walter Matuschek. Das mache sein Design aus. Doch er und sein Büro leisten mehr. „Wir entwickeln mit unseren Kunden Ideen und setzen die Visionen in Produkte um. Wir erarbeiten mit unseren Kunden ganzheitliche Ansätze. Dabei profitieren unsere Kunden von unserer Expertise in puncto Ergonomie, Technik und Produktqualität“, sagt Matuschek. Damit würde sein Büro für kontrollierte Produktkosten, technische Innovationen und markenspezifische Alleinstellungsmerkmale sorgen. Dieser ganzheitliche Ansatz sei heute die Prämisse bei designerischen Neuentwicklungen, ist sich Matuschek sicher.