

Red Dot
Design Yearbook 2013|2014
Edited by Peter Zec

Doing
www.red-dot.org

Doing

Welcome to the World of Design

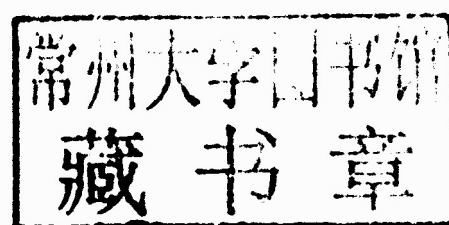


red**dot** edition

Doing

Red Dot Design Yearbook 2013/2014

Edited by Peter Zec



Doing

Red Dot Design Yearbook 2013/2014
Edited by Peter Zec

- 06 Preface of the editor
Vorwort des Herausgebers
- 08 Red Dot: Design Team of the Year
- 10 Lenovo Design & User Experience Team
led by Yao Yingjia
A new legend on the international design map

**The designers of the Red Dot: Best of the Best
and their award-winning products**
Die Designer der Red Dot: Best of the Best
und ihre ausgezeichneten Produkte

- 16 Aleks Tatic
- 18 Rajinder Mehra
- 20 Robert Daley, Henry Thorne,
Eli Wiegmann, Sean Beaudette,
Jared Rosenthal, Jessica Butala
- 22 Andreas Sickert
- 24 Achim Pohl, Tomas Fiegl
- 26 Michael Spindler
- 28 Mark Sanders
- 30 Lars Larsen, Bjarke Ingels,
Jens Martin Skibsted
- 32 Ching Yin Kat Ling, Tien Sum Samuel Siu,
Chun Kin Kenneth Ho
- 34 Tom Hinskens, Björn Bornemann,
Timo Yliluoma
- 36 Adrian Wright, Jeremy Wright
- 38 Wolfgang Egger
- 40 Peter Schreyer
- 42 Gianandrea Fabbro, Andrea Ferraresi
- 44 Christof Täubl
- 46 Fahrija Velic, Niklas Galler, Hagen Täuscher,
Chris Lai, Ramon-Maurice Kopp,
Rafael Tegowski, Johannes Becker,
Robert Reinke
- 48 Blackmagic Industrial Design Team
- 50 Dongjin Seo, Jin-Kug Park
- 52 Sun-Ha Park, Deung Hwangbo
- 54 Fang Xu, Liu Ya Lan

**The award-winning products of "Red Dot: Best of the
Best", "Red Dot" and "Honourable Mention"**
Die Gewinnerprodukte der Auszeichnungen „Red Dot:
Best of the Best“, „Red Dot“ und „Honourable Mention“

- 01**
- 56 **Gardens**
Garten
- 02**
- 92 **Outdoor, leisure and sports**
Outdoor, Freizeit und Sport
- 03**
- 198 **Fashion, lifestyle and accessories**
Mode, Lifestyle und Accessoires
- 04**
- 230 **Watches and jewellery**
Uhren und Schmuck
- 05**
- 258 **Automotive and transportation**
Automotive und Transport
- 06**
- 336 **Entertainment technology
and cameras**
Unterhaltungselektronik
und Kameras

**The jurors of the
Red Dot Award: Product Design**
Die Juroren des
Red Dot Award: Product Design

- 418 Prof. Masayo Awe
- 420 Marcell von Berlin
- 422 Gordon Bruce
- 424 Tony K. M. Chang
- 426 Vivian Wai-kwan Cheng
- 428 Dato' Prof. Jimmy Choo OBE
- 430 Mårten Claesson
- 432 Guto Indio da Costa
- 434 Vincent Créance
- 436 Martin Darbyshire
- 438 Prof. Stefan Diez
- 440 Stefan Eckstein
- 442 Robin Edman
- 444 Prof. Dr. Alpay Er
- 446 Joachim H. Faust
- 448 Andrea Finke-Anlauff
- 450 Prof. Lutz Fügener
- 452 Hideshi Hamaguchi
- 454 Prof. Renke He
- 456 Prof. Herman Hermesen
- 458 Prof. Carlos Hinrichsen
- 460 Stephan Hürlemann
- 462 Prof. Dr. Florian Hufnagl
- 464 Gerald Kiska
- 466 Wolfgang K. Meyer-Hayoz
- 468 Jure Miklavc
- 470 Prof. Ron A. Nabarro
- 472 Prof. Dr. Ken Nah
- 474 Ken Okuyama
- 476 Simon Ong
- 478 Max Ottenwälder
- 480 Oana Radeş
- 482 Dirk Schumann
- 484 Belinda Stening
- 486 Nils Toft
- 488 Prof. Danny Venlet
- 490 Cheng Chung Yao

Alphabetical index
Alphabetisches Register

- 492 **Manufacturers and distributors**
Hersteller und Vertrieb
- 494 **Designers**
Designer
- 500 **Imprint**
Impressum

Doing

Red Dot Design Yearbook 2013/2014
Edited by Peter Zec



reddot design award
product design 2013

Doing

Red Dot Design Yearbook 2013/2014
Edited by Peter Zec

- 06 Preface of the editor
Vorwort des Herausgebers
- 08 Red Dot: Design Team of the Year
- 10 Lenovo Design & User Experience Team
led by Yao Yingjia
A new legend on the international design map

**The designers of the Red Dot: Best of the Best
and their award-winning products**
Die Designer der Red Dot: Best of the Best
und ihre ausgezeichneten Produkte

- 16 Aleks Tatic
- 18 Rajinder Mehra
- 20 Robert Daley, Henry Thorne,
Eli Wiegmann, Sean Beaudette,
Jared Rosenthal, Jessica Butala
- 22 Andreas Sickert
- 24 Achim Pohl, Tomas Fiegl
- 26 Michael Spindler
- 28 Mark Sanders
- 30 Lars Larsen, Bjarke Ingels,
Jens Martin Skibsted
- 32 Ching Yin Kat Ling, Tien Sum Samuel Siu,
Chun Kin Kenneth Ho
- 34 Tom Hinskens, Björn Bornemann,
Timo Yliluoma
- 36 Adrian Wright, Jeremy Wright
- 38 Wolfgang Egger
- 40 Peter Schreyer
- 42 Gianandrea Fabbro, Andrea Ferraresi
- 44 Christof Täubl
- 46 Fahrija Velic, Niklas Galler, Hagen Täuscher,
Chris Lai, Ramon-Maurice Kopp,
Rafael Tegowski, Johannes Becker,
Robert Reinke
- 48 Blackmagic Industrial Design Team
- 50 Dongjin Seo, Jin-Kug Park
- 52 Sun-Ha Park, Deung Hwangbo
- 54 Fang Xu, Liu Ya Lan

**The award-winning products of "Red Dot: Best of the
Best", "Red Dot" and "Honourable Mention"**
Die Gewinnerprodukte der Auszeichnungen „Red Dot:
Best of the Best“, „Red Dot“ und „Honourable Mention“

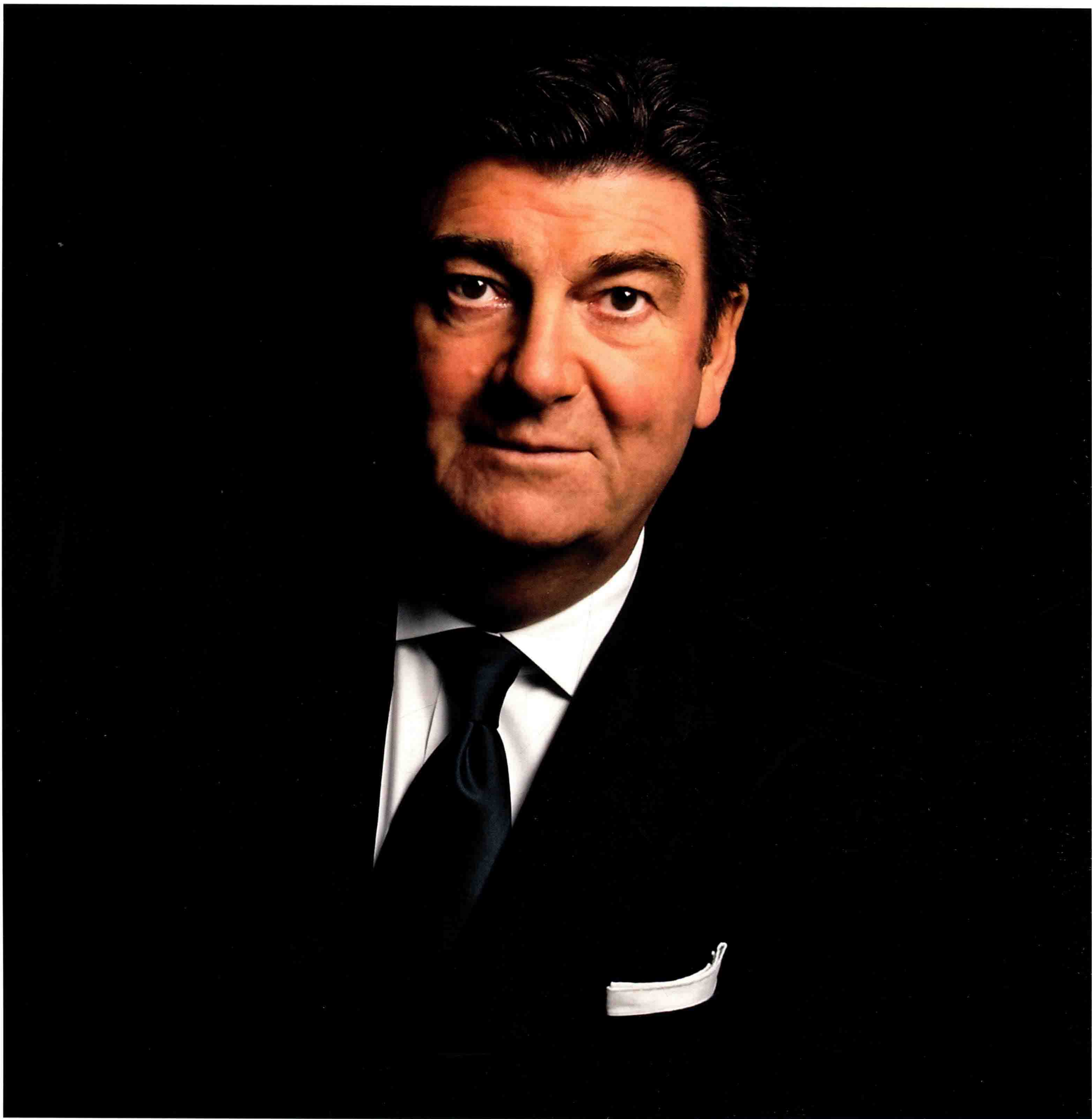
- 01**
- 56 **Gardens**
Garten
- 02**
- 92 **Outdoor, leisure and sports**
Outdoor, Freizeit und Sport
- 03**
- 198 **Fashion, lifestyle and accessories**
Mode, Lifestyle und Accessoires
- 04**
- 230 **Watches and jewellery**
Uhren und Schmuck
- 05**
- 258 **Automotive and transportation**
Automotive und Transport
- 06**
- 336 **Entertainment technology
and cameras**
Unterhaltungselektronik
und Kameras

**The jurors of the
Red Dot Award: Product Design**
Die Juroren des
Red Dot Award: Product Design

- 418 Prof. Masayo Ave
- 420 Marcell von Berlin
- 422 Gordon Bruce
- 424 Tony K. M. Chang
- 426 Vivian Wai-kwan Cheng
- 428 Dato' Prof. Jimmy Choo OBE
- 430 Mårten Claesson
- 432 Guto Indio da Costa
- 434 Vincent Créance
- 436 Martin Darbyshire
- 438 Prof. Stefan Diez
- 440 Stefan Eckstein
- 442 Robin Edman
- 444 Prof. Dr. Alpay Er
- 446 Joachim H. Faust
- 448 Andrea Finke-Anlauff
- 450 Prof. Lutz Fügener
- 452 Hideshi Hamaguchi
- 454 Prof. Renke He
- 456 Prof. Herman Hermesen
- 458 Prof. Carlos Hinrichsen
- 460 Stephan Hürlemann
- 462 Prof. Dr. Florian Hufnagl
- 464 Gerald Kiska
- 466 Wolfgang K. Meyer-Hayoz
- 468 Jure Miklavc
- 470 Prof. Ron A. Nabarro
- 472 Prof. Dr. Ken Nah
- 474 Ken Okuyama
- 476 Simon Ong
- 478 Max Ottenwälder
- 480 Oana Radeş
- 482 Dirk Schumann
- 484 Belinda Stening
- 486 Nils Toft
- 488 Prof. Danny Venlet
- 490 Cheng Chung Yao

Alphabetical index
Alphabetisches Register

- 492 **Manufacturers and distributors**
Hersteller und Vertrieb
- 494 **Designers**
Designer
- 500 **Imprint**
Impressum



Prof. Dr. Peter Zec

Preface of the editor

Vorwort des Herausgebers

Dear Readers,

Are you looking for innovative ways to live an active lifestyle? Are you an avid follower of the latest developments in international design? The volume "Doing" presents a wide array of new ideas and inspirations for bringing more pizzazz to your daily living.

This book presents a selection of the best current products created by designers from around the world. Each work has received a distinction from the internationally renowned Red Dot Design Award competition – widely recognised as a hallmark of excellence. The book features spectacular developments and intelligent technologies, including novel ways to significantly improve the functionality of already existing products. This improvement in functionality is especially showcased in the equipment designed for extreme sports, alongside an overall trend towards increased individualism. The smartphone has been enhanced to lie like a feel-good gem in your hand, and the elegant GPS clock can be used outdoors as your own personal trainer.

"Doing" has a clear, intuitive structure and features high-quality illustrations. Readers will easily locate the areas and themes that interest them most. All product categories also put a spotlight on the products awarded with the coveted "Red Dot: Best of the Best" award. Demonstrating excellent design and certain to set new standards, these works captivated and won over the jury in every respect.

The "Doing" volume of the Red Dot Design Yearbook is a veritable source of inspiration for an active and sophisticated lifestyle, while allowing readers to take part in exciting new technological developments. In association with the other two volumes ("Living" and "Working"), "Doing" offers an exceptional overview of the best and latest design of our time.

I wish you an engaging and inspiring read.

Sincerely, Peter Zec

Liebe Leserin, lieber Leser,

haben Sie eine klare Vorstellung von einem aktiv geführten Leben und verfolgen mit regem Interesse die Welt des internationalen Designs? Der vor Ihnen liegende Band „Doing“ bietet Ihnen eine Vielzahl an neuen Ideen und Anregungen, wie Sie Ihren Lebensstil perfektionieren können.

Dieses Buch präsentiert eine Auswahl der aktuell besten Produkte, gestaltet von Designern aus aller Welt. Jedes einzelne von ihnen wurde im Rahmen des international renommierten Red Dot Design Award von einer Jury prämiert und ist dabei für sich einzigartig. So finden sich in diesem Band spektakuläre Entwicklungen und intelligente Technologien ebenso wie neue Ansätze, die etwa die Funktionalität eines bereits bekannten Produktes derart verbessern, dass es sich im Alltag hervorragend handhaben lässt. Funktional immer ausgefeilter sind etwa die Geräte für den Extremsport, und es lässt sich ein Trend hin zu mehr Individualismus ausmachen. Das Smartphone wird zum luxuriösen Handschmeichler, und die elegante GPS-Uhr lässt sich outdoor als Personal-Trainer nutzen.

„Doing“ ist übersichtlich gegliedert und reich bebildert – es bietet dem Leser eine gute Orientierung. Rasch findet er die Bereiche und Themen, die ihn besonders interessieren. Hervorzuheben sind in jeder Kategorie die Produkte mit der begehrten Auszeichnung „Red Dot: Best of the Best“. Diese verfügen über eine herausragende Designqualität, sie setzen neue Maßstäbe und konnten die Jury in jeder Hinsicht begeistern.

In dem Band „Doing“ des Red Dot Design Yearbook finden Sie zahlreiche Anregungen für ein aktives und stilvolles Leben und haben teil an spannenden technologischen Entwicklungen. In Verbindung mit den beiden Bänden „Living“ und „Working“ bietet „Doing“ einen einzigartigen Überblick über das beste und neueste Design unserer Zeit.

Ich wünsche Ihnen eine spannungsreiche und inspirierende Lektüre.

Ihr Peter Zec

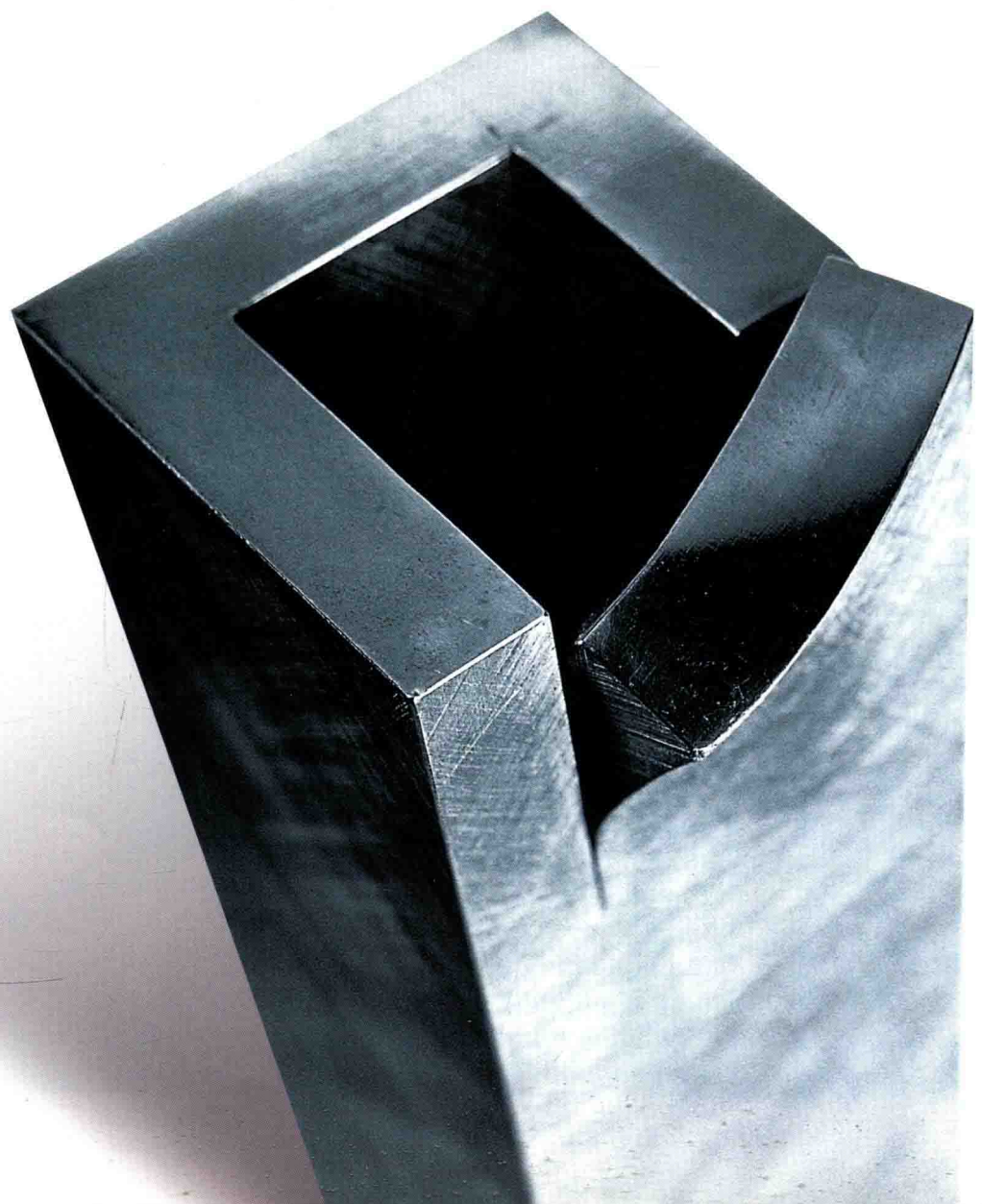
Red Dot: Design Team of the Year

People who change the world through design

Menschen, die mit Design die Welt verändern

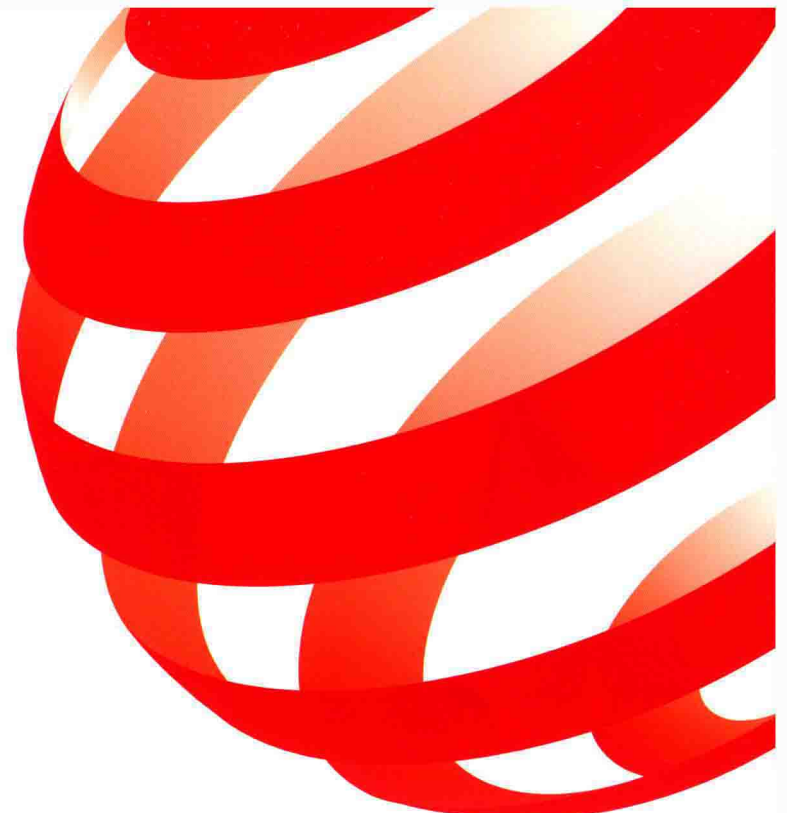
In recognition of its feat, the Red Dot: Design Team of the Year receives the "Radius" trophy. This sculpture was designed and crafted by the Weinstadt-Schnaidt based designer, Simon Peter Eiber. Like all the years before, the Radius changes hands again in 2013. This year Michael Mauer and Style Porsche will pass on the coveted trophy to Yao Yingjia and the Lenovo Design & User Experience Team.

Als Anerkennung erhält das Red Dot: Design Team of the Year den Wanderpokal „Radius“. Die Skulptur wurde entworfen und angefertigt von dem Designer Simon Peter Eiber aus Weinstadt-Schnaidt. Auch im Jahr 2013 wechselt der Radius seinen Besitzer: Michael Mauer und Style Porsche geben die begehrte Trophäe an Yao Yingjia und das Lenovo Design & User Experience Team weiter.



For the 26th time in the long history of the competition, one design team will be honoured for its exceptional achievements in the field of design. This year Lenovo Design & User Experience Team led by Yao Yingjia are the recipients of the "Red Dot: Design Team of the Year" award. This is a unique honour and one which is very highly regarded, both within the design scene and beyond, due to the fact that the award is given in recognition of the overall design output of a design team that has generated exceptional products and groundbreaking design over a number of years. Since 1988 the Radius has been presented to a design team as part of the Red Dot Design Award. It has become a tradition that all the prize winners have their names engraved on the trophy before they pass it on to the next year's winner.

Zum 26. Mal wird in der langen Geschichte des Wettbewerbs ein Designteam ausgezeichnet, das durch besondere Leistungen auf sich aufmerksam gemacht hat. In diesem Jahr geht die Ehrengabe „Red Dot: Design Team of the Year“ an das Lenovo Design & User Experience Team unter der Leitung von Yao Yingjia. Diese Würdigung ist einzigartig auf der Welt und genießt über die Designszene hinaus hohes Ansehen, da die gestalterische Gesamtleistung von Designteams honoriert wird, die über mehrere Jahre hinweg mit außergewöhnlichen Produkten und wegweisenden Gestaltungsleistungen in Erscheinung getreten sind. Seit 1988 wird der Radius im Rahmen des Red Dot Design Award an ein Designteam vergeben. Es ist gute Tradition, dass die Preisträger ihre Namen eingravieren lassen, bevor sie die Trophäe wie einen Wanderpokal weiterreichen.

- 
- 2013 Lenovo Design & User Experience Team
 - 2012 Michael Mauer & Style Porsche
 - 2011 The Grohe Design Team led by Paul Flowers
 - 2010 Stephan Niehaus & Hilti Design Team
 - 2009 Susan Perkins & Tupperware World Wide Design Team
 - 2008 Michael Laude & Bose Design Team
 - 2007 Chris Bangle & Design Team BMW Group
 - 2006 LG Corporate Design Center
 - 2005 Adidas Design Team
 - 2004 Pininfarina Design Team
 - 2003 Nokia Design Team
 - 2002 Apple Industrial Design Team
 - 2001 Festo Design Team
 - 2000 Sony Design Team
 - 1999 Audi Design Team
 - 1998 Philips Design Team
 - 1997 Michele De Lucchi Design Team
 - 1996 Bill Moggridge & Ideo Design Team
 - 1995 Herbert Schultes & Siemens Design Team
 - 1994 Bruno Sacco & Mercedes-Benz Design Team
 - 1993 Hartmut Esslinger & Frogdesign
 - 1992 Alexander Neumeister & Neumeister Design
 - 1991 Reiner Moll & Partner & Moll Design
 - 1990 Slany Design Team
 - 1989 Braun Design Team
 - 1988 Leybold AG Design Team



»Design today is about being able to predict
and present the look of tomorrow.«
»Im Design geht es heute darum, sich vorstellen
zu können, wie die Produkte von morgen aussehen.«

Yao Yingjia, Vice President
Lenovo Design & User Experience

Red Dot: Design Team of the Year 2013 Lenovo Design & User Experience Team led by Yao Yingjia

A new legend on the international design map

For the first time in the history of the competition, the honorary title "Red Dot: Design Team of the Year" goes this year to China. The Lenovo Design & User Experience Team, under the leadership of Yao Yingjia, has placed the company and the Lenovo brand firmly in the spotlight. In the last two years alone, the international jury of the Red Dot Award: Product Design has honoured the Chinese manufacturer of PCs, notebooks, tablets, smart TVs and smartphones with the Red Dot a total of 15 times, two of these were the Red Dot: Best of the Best.

A legend out of the garage

The story of the Chinese Company, Lenovo, reads just like the American dream. Reminiscent of the legendary garage-starts of Hewlett-Packard and Apple, Lenovo is following closely behind these legends, not only in terms of the company's history, but also regarding the claim to leadership in computer design. Lenovo founder Liu Chuanzhi made his start in a garage workshop just like William Hewlett and David Packard – with a slight difference: He developed a technology, together with ten colleagues at the Chinese Academy of Sciences in Beijing, which enabled an American computer to be used using Chinese characters. In 1984, with the help of the Chinese Academy of Sciences in Beijing and start-up capital of RMB 200,000 (which at the time was worth around US\$ 25,000), Liu Chuanzhi founded New Technology Development Inc., the forerunner of the Legend Group. In 1989, the Beijing Legend Computer Group was born and began with the production of its own computer, which, just one year later appeared on the Chinese market under the name "Legend". The company evolved from a computer dealership into a computer manufacturer and, in 1994, was listed on the Hong Kong stock exchange. Two years later Legend introduced its first laptop under its own brand and became Number 1 on the Chinese market. 1998 also marked the production of the millionth Legend computer and Liu Chuanzhi had become, by this stage, an icon of the Chinese computer industry.

The birth of a new brand

In preparation for its expansion strategy, Legend presented its new brand and company name in April 2003: Lenovo, an artificial word consisting of the initial syllable "Le" from "Legend" and the Latin word "novo" meaning "new". As other companies in many different countries had already registered the "Legend" name as their brand, the new "Lenovo" brand was meant to prepare the ground for and symbolise the move of the Chinese computer and electronics group into the international market.

The overnight emergence of a global player

The strategy was deemed to be successful with the surprise announcement by Lenovo on 8 December 2004 that it wanted to take over IBM's PC division for US\$ 1.25 billion. It was a milestone in the history of the company and sent out a signal to the global computer industry. Yang Yuanqing, CEO of Lenovo, was

Erstmals in der Geschichte des Wettbewerbs geht die Ehrenauszeichnung „Red Dot: Design Team of the Year“ nach China. Mit dem Lenovo Design & User Experience Team unter der Leitung von Yao Yingjia rücken auch das Unternehmen und die Marke Lenovo in den Blickpunkt. Allein in den letzten beiden Jahren zeichnete die internationale Jury des Red Dot Award: Product Design den chinesischen Hersteller von PCs, Notebooks, Tablets, Smart TVs und Smartphones fünfzehn Mal mit dem Red Dot aus, darunter zwei Mal mit dem Red Dot: Best of the Best.

Die Legende jenseits der Garage

Die Geschichte des chinesischen Unternehmens Lenovo lässt sich wie ein amerikanischer Traum. Sie erinnert an die Garagenlegende von Hewlett-Packard und Apple. Lenovo ist diesen Legenden auf der Spur, nicht nur mit Blick auf die eigene Firmengeschichte, auch im Hinblick auf den Führungsanspruch im Computergestaltung. Wie William Hewlett und David Packard startet auch Lenovo-Gründer Liu Chuanzhi in einer Garagenwerkstatt – mit einem feinen Unterschied: Gemeinsam mit zehn Kollegen entwickelt er an der chinesischen Akademie der Wissenschaften in Beijing eine Technologie, die es ermöglicht, amerikanische Computer mit chinesischen Schriftzeichen zu betreiben. 1984 gründet Liu Chuanzhi mit Unterstützung der chinesischen Akademie der Wissenschaften in Beijing und einem Startkapital von 200.000 RMB, was zur damaligen Zeit etwa 25.000 US-Dollar entspricht, die New Technology Development Inc., den Vorläufer der Legend Group. 1989 wird die Beijing Legend Computer Group ins Leben gerufen und beginnt mit der Produktion eigener Computer, die nur ein Jahr später unter dem Namen „Legend“ auf den chinesischen Markt kommen. Das Unternehmen wandelt sich vom Computerhändler zum Computerhersteller und geht 1994 in Hongkong an die Börse. Zwei Jahre später stellt Legend den ersten Laptop unter eigenem Namen vor und ist erstmals die Nummer eins auf dem chinesischen Markt. 1998 wird der millionste Legend-Computer produziert. Zu diesem Zeitpunkt ist Liu Chuanzhi bereits eine Ikone der chinesischen Computerindustrie.

Die Geburt einer neuen Marke

In Vorbereitung der Expansionsstrategie stellt Legend im April 2003 seinen neuen Marken- und Firmennamen vor: Lenovo, ein Kunstwort aus der englischen Silbe „Le“ von „legend“ und dem lateinischen Wort „novo“ für „neu“. Da der Name „Legend“ bereits in vielen Ländern von anderen Unternehmen als Marke geschützt ist, soll mit der neuen Marke „Lenovo“ auch der internationale Aufbruch des chinesischen Computer- und Elektronik Konzerns vorbereitet und symbolisiert werden.

Über Nacht zum Global Player

Die Strategie geht auf, als Lenovo am 8. Dezember 2004 überraschend bekannt gibt, die IBM PC Division für 1,25 Milliarden US-Dollar übernehmen zu wollen; ein Meilenstein in der Geschichte des Unternehmens und ein Signal für die weltweite Computerindustrie. Lenovos CEO, Yang Yuanqing, ist sich sicher, dass Lenovo zum besten Unternehmen in der Computerindustrie aufsteigen kann. Mit Zustimmung der amerikanischen Behörden ist die Übernahme der IBM PC



certain that Lenovo had the capability of becoming the leader in the computer industry. The takeover of the IBM PC division was officially finalised at the end of April 2005 once the American authorities had given the deal their blessing. Coupled with the goal of entering global markets, this at a stroke turned Lenovo into a global player using the "Think" brand to underline its own product and design quality standards. The acquisition of the IBM computer division and the closely linked Research and Development Centre gave Lenovo the rights to the "Think" brand and to five years usage of the IBM brand.

Outstanding design quality

Over the last few years, Lenovo has based its positioning largely on its product and design quality. In 2005, the company first took part in the Red Dot Award: Design Concept and immediately went on to win the highest award for its Yoga Concept. Further accolades followed. In the last two years alone, the international jury of the Red Dot Design Award has given Yao Yingjia and the Lenovo Design & User Experience Team 15 prizes. On two occasions they have included the highest accolade the competition has to bestow. The Lenovo ThinkCentre Edge 91Z personal computer and the IdeaPad U430s each won the Red Dot: Best of the Best. Both products are proof of Lenovo's Design & User Experience Team's ability to create technological, but also quality-focused products that match today's modern lifestyle and are simple and easy to use. Yao Yingjia and his team have managed to develop a design language that is understood around the globe. This is also repeatedly confirmed by customers. Design is increasingly important to them and has therefore crystallised itself as a clear advantage on the Chinese and global markets.

En route to becoming global market leader

Lenovo is an exception among Chinese brands. In 2012, the company increased its turnover from US\$ 21.6 billion to US\$ 29.6 billion. It is not only the 37 per cent increase that is surprising, but also the fact that in 2012 Lenovo was already generating 58 per cent of its turnover from overseas markets. With respect to turnover from abroad, Lenovo clearly leads the field among China's most valued brands. The figures back up the company's "Protect & Attack" strategy and the stated aim of its CEO Yang Yuanqing to "become one of the leading technology companies in the world". This goal is just within the company's grasp, as Lenovo is en route to becoming global market leader in its core business, the desktop and laptop segment. This growth is supported by the company's successful design development.

Division Ende April 2005 offiziell abgeschlossen. Verbunden mit dem Ziel, globale Märkte zu erschließen, wird Lenovo mit einem Schlag zum Global Player und unterstreicht mit der Marke „Think“ den eigenen Anspruch an Produkt- und Designqualität. Mit der Übernahme der IBM-Computersparte und des damit eng verbundenen Forschungs- und Entwicklungszentrums von IBM erwirbt sich Lenovo auch die Rechte an der Marke „Think“ und an der fünfjährigen Nutzung der Marke IBM.

Ausgezeichnete Designqualität

Lenovo positioniert sich insbesondere in den letzten Jahren über seine Produkt- und Designqualität. Erstmals taucht das Unternehmen 2005 im Red Dot Award: Design Concept auf und gewinnt auf Anhieb die höchste Auszeichnung für sein Yoga Concept. Es folgen weitere Auszeichnungen. Allein in den letzten beiden Jahren verleiht die internationale Jury des Red Dot Design Award 15 Auszeichnungen an Yao Yingjia und das Lenovo Design & User Experience Team, darunter zwei Mal die höchste Auszeichnung des Wettbewerbs. Der Personal Computer Lenovo ThinkCentre Edge 91Z und das IdeaPad U430s werden jeweils mit dem Red Dot: Best of the Best prämiert. Lenovos Design & User Experience Team stellt mit beiden Produkten seine Kompetenz unter Beweis, technologische und zugleich qualitätsorientierte Produkte zu gestalten, die dem modernen Lebensstil entsprechen und einfach und angenehm zu benutzen sind. Yao Yingjia und seinem Team ist es gelungen, eine Designsprache zu entwickeln, die überall auf der Welt verstanden wird. Dies wird auch durch die Kunden immer wieder bestätigt, für die gutes Design immer wichtiger wird und somit zum klaren Vorteil im chinesischen und im globalen Markt geworden ist.

Auf dem Weg zum Weltmarktführer

Unter den chinesischen Marken ist Lenovo eine Ausnahmeerscheinung. Im Jahr 2012 konnte das Unternehmen seinen Umsatz von 21,6 Milliarden US-Dollar auf 29,6 Milliarden US-Dollar steigern. Erstaunlich daran ist nicht nur das Wachstum von 37 Prozent, sondern insbesondere die Tatsache, dass Lenovo im Jahr 2012 bereits 58 Prozent seines Umsatzes außerhalb Chinas generiert. Unter Chinas wertvollsten Marken hat Lenovo im Hinblick auf die im Ausland erzielten Umsätze klar die Nase vorn. Die Zahlen unterstreichen die „Protect & Attack“-Strategie des Unternehmens und den Anspruch ihres CEO, Yang Yuanqing, „eines der führenden Technologieunternehmen der Welt zu werden“. Das Ziel ist in greifbare Nähe gerückt, denn im Kerngeschäft, dem Segment für Desktop- und Laptop-Computer, ist Lenovo auf dem Weg zum Weltmarktführer. Das Wachstum wird nicht zuletzt von der erfolgreichen Designentwicklung des Unternehmens getragen.

The garage legend has turned into a worldwide success story and today employs more than 30,000 people in over 60 countries. They include 3,000 technicians, researchers and scientists. Lenovo's research and development team have introduced numerous industry firsts as borne out by 2,000 patents and over 100 significant design awards, including 25 Red Dot Design Award prizes.

The new lifestyle era "PC+"

By combining technology and design, Lenovo has managed to emotionalise the brand and not only meet the expectations of Chinese companies and consumers, but also arouse interest and create demand on international markets. Lenovo's Design & User Experience Team is very focused on utilising its technical know-how and experience with computers to create innovative design concepts and solutions. This results in well thought-out and well-made products that meet modern lifestyle needs both in the business-to-business segment and the business-to-consumer sector.

However, Lenovo is much more than just a company that makes PCs. Its CEO Yang Yuanqing and his chief designer Yao Yingjia never tire of emphasising that Lenovo makes a wide range of computer technologies from smartphones to tablets, and smart TVs to PCs. In the smartphone sector, Lenovo is already the second largest supplier in China and is present in countries such as India, Indonesia, Russia, Vietnam and the Philippines. This is all part of what Lenovo calls the "PC+" world, in which people use PCs alongside other intelligent devices whose core technology may make them like PCs, but whose shape and use are very different from those of a traditional computer. The Design & User Experience Team invests a good deal of time into tracking trends. By continuously monitoring and analysing cultural factors and their backgrounds, Yao Yingjia and his team are able to predict future consumer behaviour patterns and so create new design trends. "Lenovo is committed to becoming a global leader in the 'PC+' era, the era of tablets, smartphones, smart TVs and PCs," Yao Yingjia concludes.

The full article on Lenovo and the interview with Yao Yingjia can be found in the "Working" volume of the yearbook.

Aus der Garagenlegende ist ein weltweit erfolgreicher Konzern mit mehr als 30.000 Mitarbeitern in über 60 Ländern geworden. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 3.000 Techniker, Forscher und Wissenschaftler. Die Forschungs- und Entwicklungsteams von Lenovo haben viele Branchenneuheiten vorgestellt. Davon zeugen mehr als 2.000 Patente und über 100 wichtige Designauszeichnungen, darunter allein 25 Auszeichnungen im Red Dot Design Award.

Die neue Lifestyle-Ära „PC+“

Lenovo gelingt es, durch die Verknüpfung von Technologie und Design, die Marke zu emotionalisieren und nicht nur die Erwartungen der chinesischen Unternehmen und Konsumenten zu erfüllen, sondern auch Wünsche und Begehrlichkeiten auf internationalen Märkten zu wecken. Lenovos Design & User Experience Team arbeitet intensiv daran, das technologische Wissen und die Erfahrung im Umgang mit Computern für innovative Designstudien und Lösungen zu nutzen und sowohl im „Business-to-Business“-Bereich als auch im „Business-to-Consumer“-Bereich gut durchdachte und gut gemachte Produkte anzubieten, die dem modernen Lebensstil entsprechen.

Lenovo ist jedoch weit mehr als nur ein Unternehmen, das PCs herstellt. Lenovos CEO Yang Yuanqing und sein Designchef Yao Yingjia werden nicht müde zu betonen, dass Lenovo eine breite Palette von Computertechnologien entwickelt – von Smartphones über Tablets bis zu Smart TVs und PCs. Mit Blick auf das Marktsegment Smartphones ist Lenovo bereits der zweitgrößte Anbieter in China und in Ländern wie Indien, Indonesien, Russland, Vietnam und auf den Philippinen vertreten. Es ist alles Teil dessen, was Lenovo die „PC+“-Welt nennt, in der die Menschen PCs sowie verschiedene intelligente Geräte nutzen, die von ihrer Kerntechnologie her zwar PCs sind, aber mit Blick auf die Form und Anwendung nicht mehr an die traditionelle Form eines Computers erinnern. Das Design & User Experience Team investiert viel Zeit in das Aufspüren von Trends. Durch laufende Beobachtungen und die Analyse kultureller Faktoren und ihrer Hintergründe ist es Yao Yingjia und seinem Team möglich, künftige Entwicklungen im Verhalten der Verbraucher vorherzusagen und selbst neue Trends im Design zu setzen. „Lenovo hat sich zum Ziel gesetzt, weltweit führend im ‚PC+‘-Zeitalter zu werden – der Ära der Tablets, Smartphones, Smart TVs und PCs“, sagt Yao Yingjia.

Der ausführliche Artikel über Lenovo und das Interview mit Yao Yingjia sind im Jahrbuchband „Working“ nachzulesen.



In 2008, Lenovo appeared as sponsor of the Summer Olympics in Beijing and won the design contest for the Olympic torch. The design was reminiscent of a rolled up sheet of paper thereby creating a link to Chinese history and to one of mankind's most important inventions of all time. Im Jahr 2008 tritt Lenovo als Sponsor der Olympischen Sommerspiele in Beijing in Erscheinung und gewinnt den Wettbewerb für die Gestaltung der olympischen Fackel. Der Entwurf erinnert an ein aufgerolltes Blatt Papier und schlägt eine Brücke zur chinesischen Geschichte und zu einer der wichtigsten Erfindungen der Menschheit überhaupt.