

Aarhus School of Architecture // Design School Kolding // Royal Danish Academy

CUUSOO

Rasmussen, Jørgen

Published in:

<http://www.ebst.dk/brugerdreveninnovation.dk>

Publication date:

2009

Document Version:

Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (APA):

Rasmussen, J. (2009). CUUSOO: en demokratisk designproces eller en trussel for design? I
<http://www.ebst.dk/brugerdreveninnovation.dk>: <http://www.ebst.dk/brugerdreveninnovation.dk/cuusoo>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

BRUGERDREVEN INNOVATION – brugerdrevne designprocesser
Jørgen Rasmussen

CUUSOO – en demokratisk designprocess eller en trussel for design?

Som praktiserende designer gennem 13 år og nu som underviser og forsker i uddannelsesmiljøet, er jeg pr. tradition en klar tilhænger og bruger af brugerinddragelse i designprocesserne. Denne holdning er tæt forbundet til den danske demokratiske tankegang og jeg vil endda hævde, at det netop er det, der karakteriserer "Danish Design", hvis dette begreb stadigt eksisterer.

Designeren indhenter informationer fra brugerne (og producenten naturligvis) frem til det punkt hvor ønsker og krav skal konkretiseres. Derefter bliver processen en tolkning af de indsamlede informationer, nemlig designerens egen tolkning, og produktet bliver derfor tilføjet designerens faglighed og de kvaliteter der ligger i den. Ikke nødvendigvis i den sidste del af processen, men oftest som en gennemgående påvirkning af hele forløbet.

Denne forståelse af brugerinddragelse har gennem tiden været den fremherskende måde for designeren selv af forstå brugerens og designerens indbyrdes roller. Derfor har der også været kritiske ryster fremme om at "userdriven design" kunne reducere designerens rolle til at blive "skriverdreng" eller "illustrator" for brugeren der i princippet gennem sine krav og ønsker drev eller styrede processen.

Brugen af "lead users"¹ samt de nyeste typer af "user communities" bærer ved på dette bål, men vender samtidigt op og ned på begreberne for brugerinddragelse, hvorved en helt ny diskurs igangsættes. Erik von Hippel har længe argumenteret for at designprocessen med succes kan demokratiseres² samt skabt belæg for, at der er "high expected benefits" ved at lade lead users initiere udviklingsprocessen. Elephant Design har taget skridtet fuldt ud og har oprettet et user community ved navn CUUSOO. Sitet havde sin spæde start i 2001 og havde i 2008 mere end 50.000 registrerede brugere - og sitet er kun på japansk! Elephant Design kalder det for "User Driven Design for Business" og hentyder dermed til at konceptet stiler direkte mod at sætte brugernes ideer og ønsker i produktion.

Kort fortalt fungerer konceptet for dette user community på følgende måde; brugeren præsenterer en idé til nye produkter, efterlyser en løsning på et identificeret problem eller formulerer "et ønske". Andre brugere byder derefter ind med løsninger, eller deres mening om produktet ved at stemme om hvorvidt de synes det er en god idé. Får ideen eller en løsning tilstrækkeligt mange stemmer, opstilles forskellige prisoverslag for brugerne, som derefter vurderer hvilken pris de vil være parate til at betale for produktet. Hvis produktet herefter igen får tilstrækkeligt mange stemmer, igangsætter Elephant Design, i samarbejde med en producent, en produktudviklingsproces. Der er fastsat et "break even point" på ca. 1.000 brugere/kunder. Når produktet er produceret, udbydes det efterfølgende på sitet og andre steder som kunne være interesseret i at distribuere produktet. Brugeren eller det "community member" der først præsenterede ideen på sitet, får sidenhen en procentuel royalty betaling af det efterfølgende salg. Og royalty betalingen er ved at komme op på størrelser, der kan tiltrække professionelle. I 2008 udbetaltes ca. 176.000 US\$ til "online designers" og kurven er steget med mellem 10 og 20% p.a. siden 2003.

¹ Morrison et al 2002: "Traditional idea generation techniques based on customer input usually collect information on new product needs from a random or typical set of customers. The "lead user process" takes a different approach. It collects information about both needs and solutions from users at the leading edges of the target market, as well as from users in other markets that face similar problems in a more extreme form."

² von Hippel, E; Democratized Innovation: "and innovation by users appears to increase social welfare."

At sitet ikke kun er for håbefulde og innovative unge, der får afløb for deres skaberevne understreges af, at virksomheder som Muji³ har taget konceptet til sig som reel udviklingsmodel for produkter. Et enkelt af deres produkter, en slags sækkesofa, giver årligt designeren over 20.000 US\$ i royalti. Andre producenter, f.eks. en skoproducent, bruger sitet som en slags kæmpe fokusgruppe, hvor de tester produktets potentielle prisfastsættelse før det lanceres på markedet. Andre producenter bruger de mange ideer og forslag (i 2008 blev 3.476 bruger-ideer delt på sitet) som en slags innovations-katalog og som en kilde til at identificere potentielle produktideer (som f.eks. Muji).

Det er svært at gennemskue hvordan denne form for communities vil udvikle sig i fremtiden. Jeg mener dog at der tegner sig et billede af hvilket kolossalt potentiale der faktisk er i denne form for "bruger-interaktion". Når jeg kalder det bruger-interaktion, er det fordi der her er helt nye regler og muligheder for indflydelse og deltagelse i udviklingsprocesser som ikke falder ind under eksisterende beskrivelser af brugerinddragelse. I yderste konsekvens har alle brugere mulighed for at blive styrende i processen, ligesom involverede producenter og virksomheder bliver brugere (af sitet) på en måde, der vil kunne få indflydelse på deres traditionelle "business plan".

Professionelle designere må også nødvendigvis forholde sig til denne case. Både for at forstå de nye mekanismer, høste af potentialet samt måske indtænke det i egen "business plan" og bruge denne form for "markedsplads" til præsentation af egne produkter, eller som matchmaking med potentielle producenter. Det er svært at gennemskue om det allerede sker, men mange af de indkomne ideer ser ganske "professionelle" ud, så det kan ikke udelukkes. Jeg mener også, at man bør overveje hvorledes de designmæssige kompetencer kan bringes i spil i dette miljø og hvordan konceptet kan indgå i designerens businessplan. Ligeledes bør man overveje hvilke nye designydelser denne form for demokratisering kan tilvejebringe eller suppleres med hvis de professionelle designere skal fastholde en fagligt tilstedeværelse i denne type processer.

Sitet er som bekendt kun på japansk, men det har ikke forhindret LEGO i at indgå med et site under CUUSOO.COM i et pilotprojekt⁴ hvor de på den måde får erfaring med konceptet og måske et lille forspring når det bryder løst på verdensplan. LEGO bygger videre på tidligere erfaringer med lignende netbaserede communities for brugerdesigns⁵ og kan udvikle det nye koncept i fred og ro i ly af den japanske sprogbarriere. Der er dog allerede en international udvikling i gang hvor Danmark er udset som spydspids i en international satsning fra Elephant Design. Danmark er af mange årsager et ideel sted som laboratorium for denne proces, da danske brugere er vel repræsenteret på nettet, de forstår næsten alle engelsk og danskerne er generelt interesseret i/skolet til, at deltage i demokratiske processer. Derfor har danske designere og virksomheder måske også en lille fordel, når konceptet spredt sig på verdensplan. Jeg vil derfor opfordre alle til, virksomheder som designere, at gå ind på sitet og udforske på livet løs, for dermed at blive bekendt med konceptet. Det er ikke optimale vilkår med det japanske sprog, men med Googles oversættelser giver det en smule mening.

<http://www.cuusoo.com/>

Eller den engelske CUUSOO FUTURE DIARY, hvor man kan byde ind med ønsker på engelsk.

<http://wish.cuusoo.com/wish/>

³ Muji er en stor japansk kæde for boligartikler der kan sammenlignes med IKEA. Ud over i Japan er der Muji butikker i flere europæiske storbyer. Stilen er minimalistisk skandinavisk/Japansk (<http://www.muji.com/>)

⁴ <http://www.cuusoo.com/LEGO/>

⁵ F.eks. LEGO Factory, der er et software koncept hvor brugeren kan bygge en virtuel LEGO model af virtuelle klodser og derefter indsende en ordre på en pakke LEGO der indeholder netop de klodser der skal til for at bygge netop den model. (<http://factory.lego.com/>)

Litteraturliste:

“Finding commercially attractive user innovations: A test of lead user theory”

Nikolaus Franke, Eric von Hippel, MartinSchreier

Published in Journal of Product Innovation Management (2006) Vol 23 pp. 301-315.

“Performance Assessment of the Lead User Idea Generation Process for New Product Development”

Gary L. Lilien, Pamela D. Morrison, Kathleen Searls, Mary Sonnack, Eric von Hippel, 2002