

Polyester-design.com - pragmatycznie o dizajnie, czyli

## Pięć sposobów jak na dizajnie zarobić

### Przepis 1 – Robimy „Targi Dizajnu Polskiego”.

Obserwując kariery młodych absolwentów akademii, zwróciłem uwagę na pewien stereotyp w zachowaniach młodych absolwentów polskich szkół artystycznych, które kształcą dizajnerki i dizajnerów produktów. Mam wrażenie, że ten stereotyp wynoszą bezpośrednio ze szkoły.

Objawia się on bardzo silnym skoncentrowaniem na fizycznym przedmiocie swojej twórczości, połączonym z kompletną bez troską i brakiem refleksji nad biznesową stroną takiej działalności.

Odwiedzając różne imprezy promujące polski dizajn, oprócz młodych absolwentów, spotkałem tam ludzi po trzydziestce, którzy pomimo kilkunastu lat niepowodzeń finansowych, dzielnie trwają w postanowieniu i w kółko powtarzają te same błędy. Są to rękodzielnicy, którzy wybrali, bardzo popularną w środowisku polskich dizajnerów ścieżkę rozwoju zawodowego. Polega ona na samodzielnym wytwarzaniu autorskich, dizajnerskich dzieł.

Te dzieła, próbują potem różnymi sposobami umieścić na rynku, by często bezskutecznie, spieniężyć efekty swojej dizajnerskiej działalności.

## Dizajn, to jest twórczość i sztuka użytkowa!

Gdy rozmawiałem z właścicielami wzorcowni, którzy pośredniczą w handlu i utrzymują schowroomy z designerskimi produktami dowiedziałem się, że z nielicznymi wyjątkami, polskich dizajnerów łączy jedna wspólna cecha. Po sprzedaży pierwszego produktu, dizajnerzy nie potrafią dostarczyć drugiego egzemplarza na czas. A jeśli dostarczą, to często jakość wykonania repliki, znacznie odbiega od oferowanego oryginału. Właściciele wzorcowni mają z tym kłopot, bo ich wysiłek włożony w promowanie takiego dizajnera, nie może zostać skomercjalizowany, a wysokie ryzyko reklamacji, skłania ich do rezygnacji ze współpracy z takim dostawcą.

Ponieważ, że ten schemat jest zjawiskiem dość powszechnym, zastanawiam się czy w opinii niektórych dizajnerów dizajn jest sztuką, tylko dlatego, że objawia się w postaci jednej sztuki wytworzonego wyrobu?

Praktyka polskiego rynku pokazuje, że dizajnerzy bardzo rzadko mają zaplecze wykonawcze pozwalające im na efektywną komercjalizację ich autorskich projektów i produktów. Może powinni poszukać inwestorów, którzy pomogą im komercjalizować ich wysiłek twórczy?

## Polskie Zosie Samosie – czyli, najlepiej wypromuję się sam.

Duża część absolwentów polskich uczelni artystycznych wybiera drogę auto promocji i samodzielnej dystrybucji swoich wyrobów. Jest na polskim rynku kilka firm które w ten sposób funkcjonują. Każdy pasjonat polskiego dizajnu zna marki Kafti, PufBuf, Vzor, Zięta Prozesdesign czy Malafor. Właściciele tych firm potrafili wypracować sobie markę. Czasem wspierają się dystrybucją cudzych produktów. Ale oprócz tych nielicznych, znanych marek, na rynku funkcjonuje kilka tysięcy zupełnie nieznanymi dizajnerów. Co roku kilka setek dizajnerów- absolwentów zasila ten rynek. Jak zarobić na ich twórczości?

## Targi „Dizajnu Polskiego”.

Często bywam na różnych imprezach targowych w Poznaniu, Krakowie, Dusseldorfie, Bazylei, we Frankfurcie. Wszystkie te imprezy mają kilka wspólnych cech które warto podkreślić.

Zawsze jest katalog wystawców. Są seminaria i spotkania biznesowe. Jest medialna promocja wystawców. Jest baza danych. Jest kilkadziesiąt lub kilkaset tysięcy ludzi odwiedzających te targi. Ci ludzie kupili bilety i nie przyszli tam po to by oglądać ładne przedmioty. Przyszli robić biznes. Zglądając na stronę www targów w Dusseldorfie czy Frankfurcie, widzę historię targów i wystawców. Mam bezpośrednie linki do ich stron www. Mam dostęp do katalogu produktów i wystawców.

Takie normalne Targi, mają bardzo istotną właściwość. Zanim tam pojedę, wiem kogo tam spotkam. Poprzez stronę www Targów, mogę dokładnie zaplanować swoją marszrutę. To wymaga pewnego wysiłku organizacyjnego, więc stoiska na tych targach kosztują. Tyle, że te wydatki przynoszą wymierne korzyści biznesowe. Organizatorzy traktują to jak swoją powinność wobec ludzi którzy opłacili swój udział. Targi mają służyć nawiązaniu kontaktów biznesowych. Przedsiębiorcy potrafią liczyć pieniądze i wiedzą kiedy im się inwestycja w targi opłaca a kiedy nie. Wybierają tylko te imprezy, które są skuteczne. Ale czy polscy rękodzielnicy- dizajnerzy, sami produkujący swoje projekty są przedsiębiorcami? Widzę dużą grupę początkujących polskich dizajnerów, którzy tego jeszcze nie wiedzą.

## Jak zarobić na ich niewiedzy?

Projekt jest bardzo prosty i całkiem dochodowy. Wystarczy zrobić „Targi Polskiego Dizajnu”. Nawet jeśli to będzie kompletna amatorszczyzna, bez żadnego skutku promocyjnego, to zawsze znajdzie się kilkunastu lub kilkudziesięciu chętnych którzy to kupią i zapłacą kilka setek PLN za kilka metrów kwadratowych miejsca. Ważne, by miejsce na „Targi Polskiego Dizajnu” wynająć za grosze albo dostać za darmo.

## Jak zostać dizajnerskim frajerem?

Targi polskiego dizajnu objawiają się często w postaci naprędce zorganizowanego bazaru, w którym za kilkaset złotych wpłaconych organizatorom, może uczestniczyć każdy kto zechce. Stoisko wybitnego artysty, rękodzielnika oferującego piękne unikaty, może zostać usytuowane jest obok stoiska oferującego Kicz Dizajn, lub gościa sprzedającego kiełbaski albo watę cukrową. I nie pytajcie przy którym stoisku będzie kolejka.

Organizatorzy nie wydadzą żadnego katalogu, który poniesie w Świat informacje o wyrobach wybitnych wystawców. Nie zrobią strony www z bazą danych wystawców. Nie zrobią promocji uczestników. Nie przygotowują informacji prasowych. Nie zaproszą mediów. Nie zrobią nic.

Ale wezmą po parę setek od wystawców. Ale za co? Zwykle napiszą na Fesbuku informację promującą Targi Dizajnu (ale nie wystawców), jako wspaniałe wydarzenie. Dostarczą ludzkości do poczytania piękny słowotok marketingowych frazesów napisany przez samych organizatorów. Upublicznia medialny i biznesowy KIT wciskany kolejnym uczestnikom. Najbardziej zaradni organizatorzy Targów Polskiego Dizajnu, oprócz kasy od naiwnych uczestników, załatwią również dotacje od sponsorów oraz instytucji patronackich. To jest polski, skuteczny „Wystawienniczy Dizajn Zaradny”. Dzieje się obok nas i wszyscy go akceptujemy. Chodzimy na te imprezy. Oglądamy. Ale niewiele kupujemy.

Od strony uczestników taka impreza również wygląda dobrze. Przecież za kilka wydanych setek PLN uczestnicy Polskich Targów Dizajnu kupują sobie sen o wielkości i o **potencjalnie możliwych możliwościach**.

**Potencjalne możliwości** - to jest towar sprzedawany przez organizatorów takich targów. Towar, którego nigdy nie zabraknie. Frajerów nie trzeba siać. Sami codziennie kiełkują. A swoją drogą, to facet w moim wieku, „potencjalnie” mógłby mieć dziesięć kochanek. W praktyce to się nigdy nie zdarza.

# polyester-design.com

---

Co naprawdę kupują uczestnicy takich „Polskich Targów Dizajnu” organizowanych w postaci ad hoc skręconych bazarków?

W moich obserwacjach, opłacona za niewielkie pieniądze przestrzeń wystawiennicza zwykle służy organizatorom tylko do tego, by zwabić kolejną rzeszę frajerów. Stare rudery, alejki w parkach, „dizajnerskie”, postindustrialne hale po zbankrutowanym przemyśle, to jest naturalny anturaż Polskich Tarów Dizajnu. Frekwencję załatwi nagonka na Fejsbuku.

Zwykle przyjdzie na takie targi grono wiernych wielbicieli dizajnu, którzy nic nie kupią, lub kilku znawców dizajnu, którzy też nic nie kupią. Jak będzie ładna pogoda, to przyjdą rodziny z dziećmi, by maluchy mogły sobie polepić coś z gliny albo powycinać z papieru na stanowisku promującym Eko Design. Czasem odwiedzający kupią dizajnerską watę cukrową lub dizajnerską kielbaskę.

Ale czy coś kupią od tych wystawców którzy zapłacili za stoisko, by w zamian od organizatorów dostać 4 metry kwadratowe miejsca na promocję swoich marzeń?

## Jak zarobić na targowym dizajnowaniu?

Co roku, kilka setek absolwentów katedr wzornictwa, projektowania produktu, komunikacji, grafiki opuszcza mury polskich uczelni. Jakie mają wybory? Jakie mają szanse? Jakie podejmą decyzje?

Jeżeli raz Fast Food nazwiemy restauracją, to jak potem nazwiemy lokal, w którym w eleganckim i szykownym otoczeniu, możemy zjeść pyszny obiad w zacnym towarzystwie?

Jeżeli „bazarnek dizajnu” nazwiemy „Targami Dizajnu”, to nie wymagajmy, by udział w takim „bazarunku dizajnu” wzmacniał szanse nasze na rynku. Bazar to bazar, a targi to targi.

Traktujmy ten wydatek jedynie jako „frycowe” niezbędne do zapłacenia, by się nauczyć, że nie warto jeść byle czego i nie warto płacić za byle co, tylko po to by pokazywać się byle jak i byle gdzie.

# polyester-design.com

---

Są jednak bardzo wymierne pożytki z uczestnictwa w takich „Targach Polskiego Dizajnu”. Płacąc „frycowe”, dowiemy się, że fakt pokazania się na dizajnerskim bazarku, nie spowoduje istotnego przychodu i nie przyniesie rentownych zamówień. Poniesiemy tylko koszty, na których zarobią organizatorzy dyzajnerskich bazarków, perfekcyjnie zaprojektowanych dla „frajerów dizajnu”. Taki jest Polisz Sewis Dizajn!!! Jak jest potrzeba to będzie oferta. Sorry, taki mamy rynek.

Ale, zamiast płacić „po kilka setek od frajera” organizatorom „Polskich Targów Dizajnu” zrobmy lepiej społeczne spółdzielnie, które zorganizują wspólny wyjazd na normalne targi. Targi na których robi się biznes, podpisuje kontrakty i zbiera zamówienia.

Tym bardziej, że takie firmy jak warszawski oddział Messe Frankfurt, na większości imprez targowych związanych wz wystrojem wnętrz, udostępniają za darmo stoiska dla „młodych zdolnych”. To się nazywa „Strefa Talents”. Wystawców kosztuje tylko podróż i hotel. Miejsce wystawiennicze mają udostępnione przez Targi za darmo.

Zrobmy spółdzielnie dizajnerów, które wynajmą wspólną powierzchnie wystawiennicze na normalnych, europejskich targach, gdzie przyjdą biznesowi klienci, dystrybutorzy, managerowie sieci handlowych. Klienci dla projektantów i nabywcy polskiego dizajnu produktowego.

Ale jeśli nie potrafimy wyprodukować dziesięciu, stu lub tysiąca egzemplarzy naszego dizajnerskiego produktu, idźmy lepiej kopać rowy.

Design Obliege.

Dizajn, wdrożenie i produkcja produktu, to nie jest radosna twórczość, tylko ciężka praca. Tu nie ma miejsca dla amatorów. Nawet takie Targi jak Frankfurt Messe nam nie pomogą, jeśli sami nie będziemy potrafili zrealizować zamówienia naszego zleceniodawcy. A tam potrafi przyjść klient który zamówi 10 tysięcy sztuk. ( I to tylko w pierwszej transzy na... „za miesiąc”).

# polyester-design.com

---

## Zdzisław Sobierajski

**Zdzisław Sobierajski** - jest przedsiębiorcą z 25 letnim stażem. Od czterech lat prowadzi program stażowy dla młodych projektantów [www.polyester-design.com](http://www.polyester-design.com). Pracuje z projektantami i przemysłem tworząc zespoły projektowo wdrożeniowe. [www.sobierajski.pl](http://www.sobierajski.pl) Produkty opracowane pod jego kierunkiem trzykrotnie zdobyły tytuł Rad Dot winner oraz zyskały nominacje do German Design Award. Kapituła Design Alive Awards przyznała mu wyróżnienie w kategorii Strateg 2012 roku, za traktowanie wiedzy o designie jako integralnego elementu rozwoju produktu. W marcu 2013, z rekomendacji Urzędu Patentowego RP został wyróżniony przez World Intellectual Property Organization nagrodą WIPO Award for Innovative Enterprises. W grudniu 2013 odebrał wyróżnienie w konkursie Design Management Europe Award.