

Erik Ahlgren

Berättat under föredrag arrangerat av Svensk Form Botnia i Umeå.

Först tänkte Erik Ahlgren bli arkitekt och gick 4-årig husbyggnadsteknisk linje. Ett studiebesök på Designhögskolan i Umeå blev dock en "smärre revolution". Han upptäckte ett, för honom, nytt yrke som han ansåg vara "helt perfekt".

Direkt efter lumpen sökte Erik Ahlgren till Designhögskolan, men kom inte in. Övertygad om att det var designer han ville bli gick han Basis konstskola i Stockholm, en tvåårig grundläggande konstutbildning. Efter endast ett studieår kom han in på Designhögskolan i Umeå 1992. Redan innan Erik gick ut, 1996, hade han jobb som designer hos Rickard Lindahl Design i Malmö.

När företaget blev uppköpt av Ericsson 1998 följde Erik med i flytten. Då stod det lilla konsultföretaget för cirka 50 procent av Ericssons telefondeSIGN.

Som Creative Producer arbetar Erik Ahlgren cirka 30 procent med traditionellt designarbete och 70 procent med projektledning. Designprocessen, som är bunden till en teknologisk plattform, börjar med att produkten identifieras. Vilken är målgruppen? Vad ska produkten kommunicera? Färg och material samt grafiskt gränssnitt bestäms senare i processen.

"Jag designar nästan aldrig något för mig själv. Detta då jag oftast inte representerar den tänkta målgruppen. Man måste alltid utgå från konsumentens/användarens preferenser. Det är ju de som ska köpa produkten i slutänden."

MobiltelefondeSIGN är en evolutionär process. Designerns uppgift är att utifrån olika spjutspetssteknologier, research etc skapa en syntes eller helhet. Baserat på detta genereras ett antal designkoncept där man arbetar med tredimensionellt underlag, skisser och olika typer av modeller för ergonomisk och estetisk utvärdering. Produkterna testas av olika målgrupper vars åsikter analyseras och dokumenteras. Tiden från den första designskissen till produktlansering varierar mellan cirka nio månader till ungefär ett år för en mobiltelefon.

Varje nytt projekt är unikt och det gäller att hitta rätt tillvägagångssätt. När Erik Ahlgren började jobba med den prisade kameramobilen T610 arbetade han med adjektiv som beskriver produkten. Detta för att utvärdera designen gentemot orden under resans gång. Några av de ord som användes som utgångspunkt för T610 var:

- unikt utseende, framhäva den stora färgdisplayen
- stilren form och högkvalitativa material
- balanserade proportioner, enkelhet, renhet, självsäkerhet
- ergonomisk, lätt att använda
- igenkännbar Sony Ericsson design

Som designer ser han följande utmaningar: Att hålla kostnadsramarna. Leverera i tid. Skapa design i världsklass. Lyckas att ha kul på samma gång.