

**Wer in der Welt von morgen bestehen will, muss sie mitgestalten. Davon ist Holger Bramsiepe überzeugt. Der Designer hilft Unternehmen dabei, den Kurs für die Zukunft zu setzen – mit einem speziellen Analysetool.**

Text: Jana Samsonova

# H

olger Bramsiepe ist Optimist, Angst vor der Zukunft hat er nicht. Schon von Berufs wegen. Bramsiepe trägt gerne Motto-T-Shirts mit Aufschriften wie „The Future is ours“, „Die Zukunft gehört uns“. Der Slogan seiner Firma Generationdesign lautet „We create future“, „Wir gestalten die Zukunft“. Und auch der Sitz des Design- und Beratungsunternehmens ist ein gutes Beispiel dafür, wie mit Engagement etwas Neues entstehen kann. Bramsiepe und sein Team arbeiten in einem Loft-Büro im Elba Zukunftswerk, einem ehemaligen Fabrikgelände, das der Aktenordner- und Schreibwarenhersteller Elba 1998 in Wuppertal-Elberfeld zurückgelassen hatte. Die alten Werkshallen und Höfe wurden ab 2015 Stück für Stück für eine gewerbliche Nutzung saniert. „Die Räumlichkeiten mit ihrem Industriecharme und einer offenen und visionären Nachbar-



# DESIGN FÜR ÜBER- MORGEN

## UNTERNEHMEN PORTRÄT

### VIELE TALENTE

Holger Bramsiepe und sein Team sind zunehmend als Strategie- und Innovationsberater gefragt. Sie machen aber auch noch klassisches Produktdesign wie etwa das eines Rollators mit Elektroantrieb.



schaft schaffen für uns eine einzigartige Arbeitsatmosphäre“, sagt Bramsiepe. Eine Atmosphäre, die er durchaus als Statement versteht: „Es reicht nicht, die Zukunft einfach auf sich zukommen zu lassen. Was es braucht, ist eine klare Innovationsstrategie“, sagt der Designer, der sich selbst im Lauf seines Berufslebens erst vom Designer zum Berater und nun zum Zukunftsgestalter weiterentwickelt hat.

Bramsiepe hat von 1987 bis 1993 in Wuppertal Industrial Design studiert. Noch während des Studiums gründete er seine erste Firma. Der erste Auftrag: eine Handgriffgestaltung für ein innovatives Schraubwerkzeug, typisch fürs Bergische Land. Schon damals war es sein täglich Brot, stets einen Schritt voranzudenken und Produkte zu gestalten, die die Kunden der Zukunft ansprechen sollten. „Wenn ich mir überlege, welche Vorstellung von Innovation ich vor 20 Jahren hatte und wie ich die Sache heute sehe, liegen da schon Lichtjahre zwischen“, räumt er allerdings ein.

### Neue Designer-Generation

Auch das Berufsbild des Designers habe sich in dieser Zeit grundlegend verändert. Sie entwerfen heute nicht bloß ein Produkt, sondern seien Innovationstreiber, gutes Design ein ent-

# „Es reicht nicht mehr, die Zukunft einfach auf sich zukommen zu lassen.“

**Holger Bramsiepe**

scheidender Wirtschafts- und Differenzierungsfaktor. „Es ist die Möglichkeit, Zukunft in eine erlebbare, verständliche Form zu bringen und Innovation sichtbar zu machen“, sagt Bramsiepe, der neben seinem Unternehmen Lehraufträge an der Muthesius Kunsthochschule Kiel und an der Technischen Akademie Wuppertal innehat.

Diesen Wandel soll auch der Firmenname zum Ausdruck bringen. Dort arbeitet eben diese neue Generation von Designern. Das Unternehmen, das Holger Bramsiepe 2013 gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Keith Alan Koster gegründet hat, beschäftigt aktuell 22 Mitarbeiter.



„Wir versuchen, uns überall dort aufzustellen, wo unsere Schwerpunktthemen Innovation, Veränderung und Gestaltung einen Mehrwert für die Kunden haben.“ Zu den Auftraggebern von Generationdesign gehören Automobilzulieferer genauso wie Maschinenbauer, Konsumgüter- und Gerätehersteller, darunter viele große, erfolgreiche Mittelständler, Hidden Champions und Marktführer in ihrer Nische.

Und doch weiß Bramsiepe nach 25 Jahren Berufserfahrung, wo der Schuh drückt. „Im deutschen Mittelstand gibt es dringenden Nachholbedarf. Häufig fehlt der Mut zur Innovation.“ Dabei seien gerade diese beiden Eigenschaften für Unternehmen lebenserhaltend. Auch das sagt er aus eigener Erfahrung. 2017 entschieden sich Bramsiepe und Koster dazu, Kunden künftig nicht mehr nur zu beraten, sondern sie auch zu schulen, sie →

## VOM DESIGNER ZUM ZUKUNFTS- COACH

**Holger Bramsiepe**, geboren in Essen, hat an der Bergischen Universität Industrial Design studiert. Der Mittelständler ist **Geschäftsführer des Wuppertaler Design- und Beratungsunternehmens Generationdesign**, das er 2013 gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Keith Alan Koster gegründet hat. Bramsiepe unterrichtet Designmanagement an der Kunsthochschule Kiel sowie die Fächer Semantik und Corporate Design an der Technischen Akademie Wuppertal. Seit Oktober 2019 ist Holger Bramsiepe **Mitbegründer und Direktor der Future Design Akademie**, einem Kompetenzzentrum für Zukunftsfragen mit Standorten in Wuppertal und Dornbirn. Zusammen mit einem Team aus Zukunftsforschern, Kommunikations- und Strategieexperten gibt der 51-jährige Industrial Designer Workshops, Coachings und Trainings zu Themen wie Zukunftsgestaltung, Innovationsfähigkeit und Designkompetenz.

selbst zu befähigen, oder wie er sagt: „Wir wollten aus Führungskräften, Kunden und Partnern Zukunftsgestalter machen.“

Das erste wichtige Zwischenziel auf diesem Weg haben sie im Oktober 2019 erreicht. Gemeinsam mit dem Zukunftsforscher Klaus Kofler hat Holger Bramsiepe die Future Design Akademie gegründet. Einen kreativen Thinktank sowie ein Kompetenzzentrum für Zukunftsfragen in Wuppertal und im österreichischen Dornbirn, das Führungskräften und ihren Mitarbeitern den Weg ins Morgen erleichtern soll. „Wer Zukunft schaffen will, soll sie doch erst einmal kennenlernen“, sagt Kofler. Voraussetzung dafür seien Fähigkeiten wie Kreativität, kritisches Denken, Problemlösungskompetenz und emotionale Intelligenz. Erst diese ermöglichen den Schritt vom Verwalter zum Zukunftsgestalter. „Die Schnelligkeit und Komplexität der

heutigen Welt erfordert Innovation anstelle von Tradition. Agieren statt reagieren“, ergänzt Bramsiepe. „Aber das ist leichter gesagt als getan. Da wir die Zukunft nicht sehen können, setzt dieser Prozess Vorstellungskraft und Überzeugung voraus, sowie den Mut, dem Unbekannten zu begegnen.“ Oder anders gesagt: Vieles erscheint nur so lange undenkbar, bis es jemand macht.

### Science-Fiction für Unternehmer

Wie der Designer und Berater der Vorstellungskraft seiner Kunden auf die Sprünge helfen will, ist auf einem rund drei Meter breiten, handgeschriebenen Plakat in seinem Büro zu bestaunen. Dort hängt der Prototyp der Innovation Roadmap, einer Art Landkarte, die Stärken und Chancen eines Unternehmens visualisiert und daraus neue Ideen ableitet. Sie diene der Übersicht und schaffe einen roten Faden zwischen relevanten Daten, Zahlen, Fakten und der Zukunft, erklärt Bramsiepe. „Letztlich ist es nichts anderes als der gelegte Kurs einer Zukunftsnavigation, um Wettbewerbsvorteile und neue Geschäftsmodelle frühzeitig erkennen und umsetzen zu können.“

Den handgeschriebenen Prototypen hat Generationdesign inzwischen in ein digitales Tool umgewandelt, aber das Prinzip ist das Gleiche und folgt einer dreiteiligen Logik: Der erste Teil bildet den Status quo ab. All das, was ein Unternehmen bereits kann, wer die Kunden und Partner sind. Der zweite Teil beschreibt Annahmen über die Zukunft. Was in den kommenden fünf bis zehn Jahren relevant sein wird, leiten Bramsiepe und sein Team etwa ab, indem sie Megatrends beobachten, die Gesellschaft und Wirtschaft schon heute prägen und in naher



Zukunft nachhaltig verändern werden, wobei nicht jeder Megatrend auch für jedes Unternehmen relevant ist. In Deutschland seien die wichtigsten Veränderungen die Digitalisierung, die alle Trends miteinander vernetzt, sowie die Themenfelder New Work und Neo-Ökologie.

Basierend auf den Erkenntnissen, die aus der Beobachtung der Megatrends gewonnen werden, entwirft Generationdesign spekulativ drei mögliche Zukunftsszenarien. „Ein Art Science-Fiction über Märkte, Wettbewerb und Kunden eines Unternehmens.“ Dieser dritte Teil schließt die Lücke zwischen Gegenwart und Zukunft. Er liefert eine Übersicht darüber, welche Schritte ein Unternehmen jetzt gehen muss, um nachhaltig erfolgreich vom

Heute ins Morgen zu gelangen. „Am Ende ergibt sich aus diesen drei Teilen die Roadmap, die die Zukunftsstrategie eines Unternehmens abbildet, neue Chancen aufzeigt und kompakt zusammenfasst, wie es sich verändern will.“ Für die innovative Landkarte wurde Generationdesign 2017 als Top-100-Innovator ausgezeichnet, einem privatwirtschaftlich organisierten Award, der gemeinsam mit Wissenschaftsautor und Moderator Ranga Yogeshwar jährlich an die 100 innovativsten Unternehmen des deutschen Mittelstands verliehen wird.

Viel wichtiger sind dem Designer aber die Erfolge, die seine Klienten mithilfe der Ergebnisse erzielen. So wie das Herforder Möbel-Start-up Ambigence. Desessen Geschäftsführer Oliver Schael



**4 VORDENKER**  
Die Gründer der Future Design Akademie (v.l.): Holger Bramsiepe, Klaus Kofler, der Handelsexperte Alexander Deopito und der Kommunikationsprofi Sergej Kreibich.

und Norbert Poppenborg kamen 2017 zu Generationdesign, um für ihre Produktidee, ein smartes Möbelement, ein Geschäftsmodell zu entwickeln. Erst dabei erkannten sie, dass sie größer denken und direkt auch ein eigenes Unternehmen gründen sollten, erinnert sich Schael. Damals nutzten sie die Innovation Roadmap, um ihre Ziele für die Zukunft zu formulieren. Heute nutzen sie sie, um ebendiese im Auge zu behalten. ■



## WIR ÖFFNEN WELTEN

DIE INNOVATIVEN FACHMESSEN IN ESSEN

ACQUA ALTA | ALL ABOUT AUTOMATION | CARAT | COMPOUNDING WORLD EXPO | CUTTING WORLD | DCONEX | DIGITAL FUTURECONGRESS | DIKOMM | E-WORLD ENERGY & WATER | EUROPEAN BRIDAL WEEK | GASTROTAGWEST | INFRATECH | INTERAERIAL SOLUTIONS | INTERGEO | IPM ESSEN | METPACK | MÖLO | PLASTICS EXTRUSION WORLD EXPO | PLASTICS RECYCLING WORLD EXPO | POLYMER TESTING WORLD EXPO | SCHWEISSEN & SCHNEIDEN | SECURITY ESSEN | SHK ESSEN | SMART CITY SOLUTIONS | TANKSTELLE & MITTELSTAND | THERAPRO ESSEN | 17. DEUTSCHER KINDER- UND JUGENDHILFETAG | 28. JAHRESTAGUNG DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR SCHLAFORSCHUNG UND SCHLAFMEDIZIN E.V. | 53. ESSENER TAGUNG FÜR WASSERWIRTSCHAFT

[www.messe-essen.de](http://www.messe-essen.de)

MESSE  
ESSEN