

# TOO MANY CELL PHONES?

## An interview with product visionary André Fischer Ein Interview mit product visionary André Fischer

As founder and CEO of the "Product Visionaires" agency, André Fischer made it his business to develop innovative product concepts for the mobile radio industry, thus promoting a better understanding for the future developments of the mobile communication market. Just in time for Bread & Butter, Product Visionaires issued, together with the American designer toy company Kidrobot a personal edition of the Dunny showpiece in gold and silver chrome - also available as a Limited Edition bundled with the Siemens M75 and CF110 mobile phones.

André Fischer hat es sich als Gründer und CEO der Agentur Product Visionaires zur Aufgabe gemacht, innovative Produktkonzepte für die Mobilfunk-Industrie zu entwickeln und so ein besseres Verständnis für die zukünftigen Entwicklungen des mobilen Kommunikationsmarktes zu fördern. Rechtzeitig zur Bread & Butter hat Product Visionaires gemeinsam mit der amerikanischen Designertoy-Company Kidrobot eine eigene, limitierte Version der Vorzeigefigur Dunny in Gold- und Silberchrome aufgelegt – auch als Limited Edition im Bundle mit den Mobiltelefonen Siemens M75 und CF110.

**How did the co-operation with kidrobot come about?**

Through personal contacts, I met the owner Paul Budnitz in New York. Dunny wasn't re-designed especially for Product Visionaires; so far, the figures at Kidrobot are only available in vinyl versions. We will present them for the first time as limited edition gold and silverchrome versions and display them also during the BREAD & BUTTER BERLIN in the "untitled" District. The series has the meaningful title "Too Many Cell Phones". You can purchase the figures through our web site, either individually or in a bundle with the M75 from January 20th on and in the Bread & Butter Bundle with the CF110 from January 27th.

**Have the mobile phones also been re-designed?**

Yes, the rear of the M75 is decorated

with a laser Dunny camouflage pattern and the CF110 is decorated also with the BBB-Logo. In addition, the phones are equipped with Dunny-screen-saver, wallpaper and animations. The bundles are limited editions again. There will be only 55 packages with the M75 and 333 packages with the CF110. These are extremely exclusive packages.

**But Product Visionaires doesn't deal mainly with Limited Editions. What is your main responsibility?**

We are a fully-owned subsidiary of BenQ-Mobile. Thus we develop ideas, concepts and designs for the mobile communications of the future. The consumer is clearly the centre of interest. To satisfy consumers and their needs in the future, to inspire them, we must understand them and their environment. That is where the Un-

derstanding of other lifestyle industries such as fashion, music, sports or gaming to mention only a few also comes in to play. Hence our links with BREAD & BUTTER as the top exhibition for fashion and street-wear.

**Trends are important in all areas. How do you track them?**

We have an own network of experts all over the world, so we continuously receive input from every region. In Asia we have people in Shanghai, Tokyo and Seoul, in the USA in Los Angeles and New York, also in Sao Paulo in South America, as well as in Berlin and London and before long also in Barcelona. This is a network of experts aged between thirty and forty years old with at least ten years experience in different industries such as music, fashion or gaming. For us it is important for our experts to be

in an extremely good network on site, in order to register even the weakest signals and changes. A global orientation is mandatory as we are working for a Global Player.

**Does Product Visionaires only work in the areas of mobile telecommunication?**

Currently we are focussing on mobile communications. A very complex subject area. But we'll extend this area selectively step by step, for instance in the future we'll also do some issues of the portfolio of BenQ. Basically, we are always open to new ideas, but currently our main area is clearly mobile communications. Here we consider today areas as music, fashion, gaming, digital camera or mobile television. We are dealing intensively with all these issues to cover a complete space.

**What is the interesting about this job?**

Simply everything. The mobilephone is one of the most interesting, if not the most interesting Must-Have of our time. In 2005, worldwide sales of mobile phones climbed to over 750 millions, and counting. To design the future in such an environment is an unique opportunity. To understand consumers not only here and now, but also deduce how their needs are going to change over two or three years. To develop designs for future mobile phones. This is interesting enough. But also the creative linking of different issues, as for instance designer toys and mobile phones, is a unique vocation - not a job

**Wie ist die Kooperation mit Kidrobot zustande gekommen?**

Durch persönliche Kontakte, ich habe den Besitzer Paul Budnitz in New York kennengelernt. Dunny ist zwar nicht speziell für Product Visionaires redesigniert worden, die Figuren sind bisher regulär bei Kidrobot nur als Vinylversionen zu bekommen. Wir werden sie erstmalig in limitierten Gold- und Silberchrome Versionen vorstellen und auch auf der BREAD & BUTTER BERLIN im "untitled" District zeigen. Die Serie läuft unter dem vielsagenden Titel „Too Many Cell Phones“. Erhältlich sind die Figuren separat und im Bundle mit dem M75 ab 20. Januar und im Bread & Butter Bundle mit dem CF110 ab 27. Januar über unsere Website.

**Sind auch die Mobiltelefone redesigniert worden?**

Ja, die Rückseite des M75 ist mit einem gelaserten Dunny-Camouflage Muster

versehen und das CF110 ist zusätzlich mit dem BBB-Logo verziert. Dazu sind die Telefone mit Dunny-Screensaver, Wallpaper und Animationen ausgestattet. Die Bundles sind nochmals limitiert. Es wird nur 55 Packages mit dem M75 und 333 Packages mit dem CF110 geben. Das sind extrem limitierte Packages.

**Mit Limited Editions beschäftigt sich Product Visionaires aber nicht hauptsächlich. Was ist euer Hauptaufgabengebiet?**

Wir sind eine hundertprozentige Tochter von BenQ-Mobile. Als solche entwickeln wir Ideen, Konzepte und das Design der Mobilkommunikation in der Zukunft. Der Konsument steht hierbei ganz klar im Mittelpunkt. Um dem Konsumenten und seinen Bedürfnissen in der Zukunft gerecht zu werden, um ihn zu begeistern, müssen wir ihn und sein Umfeld verstehen. Hierzu gehört auch

ein detailliertes Verständnis anderer Lifestyle-Industrien, wie Fashion, Musik, Sport oder Gaming, um nur einige zu nennen. Daher auch der Link zur Bread & Butter als führende Fashion und Streetwear Messe.

**In jedem der Bereiche sind Trends wichtig. Wie spürt ihr die auf?**

Wir haben über die Welt verteilt ein eigenes Netzwerk von Experten, um aus allen Regionen ständig Impulse zu bekommen. In Asien sitzen Leute in Shanghai, Tokyo und Seoul, in den USA in Los Angeles und New York, ebenso in Sao Paulo in Südamerika sowie in Berlin und London und demnächst auch in Barcelona. Das ist ein Netzwerk aus Experten, die zwischen dreißig und vierzig sind und mindestens zehn Jahre Berufserfahrung in unterschiedlichen Industrien wie Musik, Fashion oder Gaming haben. Uns ist wichtig, dass unsere Experten vor

Ort extrem gut vernetzt sind, um auch die schwächsten Signale und Veränderungen aufzunehmen. Die globale Orientierung ist ein Muss, weil wir auch für einen Global Player arbeiten.

**Ist Product Visionaires nur im Bereich mobile Telekommunikation tätig?**

Im Moment sind wir auf die Mobilkommunikation fokussiert. Ein sehr komplexes Themengebiet. Wir werden diesen Bereich aber Schritt für Schritt selektiv erweitern, beispielsweise werden wir künftig aus dem Portfolio von BenQ einiges mitmachen. Grundsätzlich sind wir immer offen für Neues, aber unser Schwerpunkt ist zurzeit ganz klar Mobilkommunikation. Hierzu zählen auch heute schon Bereiche wie Musik, Fashion, Gaming, Digital Camera oder mobiles Fernsehen. Mit all diesen Themen setzen wir uns intensiv auseinander und decken damit eine komplette Spannweite ab.

**Was ist das interessante an diesem Job?**

Einfach alles. Das Mobiltelefon ist eines der interessantesten, wenn nicht das interessanteste Must Have unserer Zeit. Im Jahr 2005 wurden mehr als 750 Millionen Mobiltelefone weltweit verkauft, Tendenz steigend. In einem derartigen Umfeld die Zukunft zu gestalten ist eine einmalige Chance. Den Konsumenten nicht nur in seinem Hier und Jetzt zu verstehen, sondern auch daraus abzuleiten, wie seine Bedürfnisse in zwei, drei Jahren aussehen. Das Design für zukünftige Mobiltelefone zu entwickeln. Das ist interessant. Aber auch die kreative Verknüpfung von unterschiedlichen Themen, wie zum Beispiel Designer Toys und Mobiltelefonen, ist eine einzigartige Berufung – kein Job.



Foto: Tom Wagner