

M

MONITOR MAGAZINE



DESIGN

**Projekt
trafiony
w
Punkt.**



Tekst: **Magda Bułera-Payne**
Zdjęcia: **punkt.ch**

Założyciel firmy Punkt. ma misję. Wprawdzie nie planuje przejęcia sterów w świecie technologii, ale ma dość jasną wizję tego, co chce osiągnąć z pomocą swojej marki. Pragnie mianowicie ujarzmić technologię i osadzić ją dokładnie tam, gdzie sięgają jej początki – w służbie ludzkości.

Z Petterem Nebym rozmawiamy o jego życiu od momentu startu firmy Punkt., niebagatelnej roli w tej historii jego przybranej córki oraz o tym, że przedmioty materialne zupełnie nie mają dla niego znaczenia.

Petter Neby

MAGDA BULERA-PAYNE: Czytałam, że swój pierwszy start-up założyłeś w wieku 18 lat. Co to było i jaki miało wpływ na twoje kolejne przedsięwzięcia biznesowe?

PETTER NEBY: Kiedy byłem w college'u, sprzedawaliśmy różne akcesoria do szkół średnich, takie jak bluzy i tym podobne rzeczy, na których można było wydrukować logo. To był oczywiście sposób na zarobienie pieniędzy, ale także mój pierwszy uniwersytet biznesu. Nigdy nie byłem dobry w kończeniu szkół, więc moją szkołą jest szkoła życia. Na szczęście, dzisiaj edukacja ma znacznie szerszy wymiar niż tylko uzyskanie dyplomu. Interesujące jest to, że dziś, kiedy świat stał się tak duży i tak transparentny, a w wielu aspektach tak konkurencyjny, nie wystarczy być w czymś dobrym – trzeba być najlepszym z najlepszych w swojej dziedzinie. Tylko wtedy wiesz, że odniesiesz sukces. Po moim doświadczeniu z bluzami w college'u zawsze już miałem do czynienia z technologią. Kiedy zakładałem swoją pierwszą firmę działającą w tym obszarze, zatrudniałem ludzi bez doświadczenia, ponieważ wszystko wtedy było nowe, nawet dla najlepszych absolwentów. Oferowałem więc pracę absolwentom sztuk pięknych albo tym, którzy ukończyli wprawdzie szkoły państwowe, ale za to sporo podróżowali i mieli już doświadczenie zawodowe. Liczyła się dla mnie umiejętność dostosowania się do nowych trendów, a to zwykle jest możliwe, jeśli nie masz za sobą sztywnego wykształcenia.

Czy mogę zatem zaryzykować stwierdzenie, że szukając pracowników czy partnerów biznesowych, przyglądasz się bardziej ludziom niż ich wykształceniu?

Myślę, że wszystko jest kwestią celu. Jeśli ktoś ma poczucie, że to, co robi, ma jakiś cel, to zrobi dla ciebie ten dodatkowy krok do przodu. Myślę, że jeśli jesteśmy szczerzy i jasno komunikujemy, jakich cech poszukujemy u innych, to znajdzie się ktoś, kto dość szybko ten komunikat odczyta. Wierzę, że umiejętności praktyczne są ważniejsze niż wiedza teoretyczna.

To dość ciekawy pogląd, zważywszy, że wygłasza go człowiek zajmujący się technologią.

Świat się bardzo zmienił. Dzisiaj technologia nie jest postrzegana wyłącznie jako wiedza teoretyczna. Wiemy, że kryje się za nią o wiele więcej, że jej celem jest ułatwianie życia ludziom. To bardziej praktyczne podejście do technologii.

Porozmawiajmy o twojej marce. Czy był jakiś moment przełomowy, który doprowadził do powstania Punkt.?

To była długa droga, ale rzeczywiście pojawił dość znaczący moment, który przyczynił się do powstania firmy. Mam przybraną córkę, która właśnie kończy 26 lat. Kilka lat temu, kiedy była jeszcze nastolatką – reprezentującą pierwsze pokolenie urodzone w dobie Internetu – zauważyłem, że cały czas jest wpatrzona w swój telefon, non stop podłączona do sieci. Wyzwaniem okazało się wytłumaczenie jej, jak ważne jest, by nie być ciągle „podłączonym”. To był niewątpliwie moment dla mnie przełomowy.

Ale przecież mówi nam się, że pokolenie Y nie potrafi funkcjonować bez smartfonów, bez internetu. Cały świat tych ludzi kręci się wokół tego. Ich telefony są najcenniejszym dla nich przedmiotem.

Nie dotyczy to wcale tylko młodych ludzi. Zorientowałem się, jak słabe pod tym względem jest nasze pokolenie. Myślmy, że jesteśmy lepsi w kontrolowaniu technologii, niż jest w rzeczywistości. Niektórzy z nas jednak tak samo jej ulegają, jak pokolenie nastolatków czy dwudziestolatków. W wielu przypadkach naszym życiem rządzi smartfon. Myślmy, że kontrolujemy sytuację, a tymczasem idziemy na kolację do restauracji z naszym partnerem i oddajemy się rozmowie z... naszym telefonem. Oczywiście, mamy przewagę nad młodszyimi pokoleniami, bo doświadczyliśmy czasów przed smartfonami i wiemy, co to znaczy „żyć chwilą”, „być tu i teraz”. Na szczęście młodsze pokolenia też zaczynają dostrzegać to, co się dzieje i widzą wady tego zjawiska, m.in. powstawanie u niektórych osób zaburzeń lękowych na tym tle. Zrozumiałem to wyraźnie, kiedy kilka młodych osób przyszło do mnie (po tym, jak wprowadziliśmy już na rynek bezprzewodowy telefon stacjonarny) i poprosiło, żebym wymyślił prosty telefon komórkowy. To są pierwsze oznaki budzącej się świadomości.

Za kilka tygodni telefony komórkowe Punkt. trafią do pierwszych właścicieli. Pierwsze zamówienia zostaną zrealizowane przed świętami.

Ja mam swój telefon od czerwca tego roku, ale od tego czasu musiał przejść trzy różne fazy testów. Bardzo zależało mi, żeby jakość tego produktu była na najwyższym poziomie. To bardzo długi proces. W zasadzie teraz robimy ostatnie korekty elementów plastikowych oraz instalujemy najnowszą wersję oprogramowania. Mieliśmy ogromne zamówienia, więc gdy telefony opuszczają magazyn przed świętami, skończą nam się zapasy. Jest to oczywiście pozytywne, ale i trochę frustrujące.

Czy możesz się podzielić z nami informacją, jak rynek zareagował na telefon komórkowy Punkt.?

Nie mogę podać liczb, ale mogę powiedzieć, że zamówienia sięgnęły tysięcy sztuk. Zdecydowanie przekroczyły nasze oczekiwania. Z oczywistych względów skupiamy się na Europie. Ruch na naszej stronie internetowej wskazuje na to, że kolejne kraje zainteresowane naszymi produktami to Japonia i Korea Południowa. Niestety, ponieważ nasz telefon działa w systemie GSM, w tych częściach świata nie będzie z niego pożytku. Nie działa też na Księżycu i Marsie (śmiech). Będziemy pracować nad nowym systemem, ale na razie skupiamy się na kontynencie europejskim. Oraz, po wrześniowej prezentacji telefonu podczas targów London Design Festival, na Wielkiej Brytanii. Mieliśmy też sporo zapytań z Ameryki Północnej.

A co z twoim rodzinnym krajem, Norwegią, oraz innymi krajami skandynawskimi? To region, który promuje minimalistyczny design.

Szczerze mówiąc, jeszcze nie rozpoczęliśmy kampanii informacyjnej skierowanej na te rynki. Skandynawia jest dla mnie wyzwaniem. Dla przykładu, na terenie kontynentalnej Europy 50% użytkowników telefonii komórkowej posiada drugi telefon, podczas gdy w Wielkiej Brytanii czy Skandynawii jest to tylko 5%. Mieszkańcy krajów anglosaskich zatem stawiają przede wszystkim na wygodę użytkownika. Rynek kontynentalny podlega większej fragmentaryzacji. Mamy do czynienia z klasyczną sytuacją, kiedy wiele osób posiada telefon służbowy i prywatny. W Skandynawii ma się jeden telefon do wszystkiego. Większość gospodarstw domowych w ogóle nie posiada telefonu

Phone
xxx



stacjonarnego. Dlatego rozwój w krajach, gdzie telefonia mobilna osiągnęła tak wysoki poziom, stanowi dla nas bardzo ciekawe wyzwanie. Wybór telefonu jest tam podyktowany raczej stylem życia niż designem czy technologią.

Jak zatem reklamujecie telefon komórkowy Punkt.?

Zdecydowanie jako telefon, który umożliwia „odzyskanie życia” albo „prawdziwą rozmowę”. Ale nie chcemy narzucać, jak i kiedy go używać. Jest kilka różnych opcji. Ja używam go do rozmów oraz jako telefonu, który jest zawsze włączony, nawet po godzinach pracy. Dla mnie jest to urządzenie, które pomaga mi oddzielić czas pracy od czasu prywatnego. pozycjonować.

Czy to oznacza, że tylko twoi przyjaciele i rodzina mają dostęp do tego numeru?

Mam jeden numer służbowy i jeden prywatny. Smartfon zabieram ze sobą, kiedy podróżuję i przekierowuję ten numer na telefon Punkt. Czyli wszystkie połączenia są przekierowane na Punkt., ale w weekend wyłączam przekierowanie, żeby nie odbierać połączeń służbowych w czasie wolnym. Staram się pilnować równowagi między moimi godzinami pracy a życiem prywatnym i on mi w

tym pomaga. Lubię rozmawiać przez telefon, bo szybciej załatwia się sprawy – od razu masz odpowiedź i pewność, że druga strona wszystko zrozumiała. Kiedy wyślesz maila, twoja wiadomość czeka na odpowiedź drugiej osoby i dopiero kiedy otrzymasz wiadomość zwrotną, możesz się dowiedzieć, jak cię rozumiano. Ustna rozmowa naprawdę robi różnicę.

Osobiście wierzę w rozmowę. Ale wiele osób już nie wie, jak rozmawiać.

To prawda. Bardzo lubię książki profesor Sherry Turkle, przedstawia w nich swoje rozważania na temat technologii i konwersacji. Jej pierwsza książka traktowała o technologii jako najwspanialszej rzeczy na świecie, w drugiej swojej publikacji zaczęła dostrzegać wpływ technologii na otoczenie, trzecia pozycja pokazuje, co naprawdę się dzieje z naszym sposobem komunikowania się – od noworodków po nastolatków. Profesor Turkle zauważa, ile młodych osób nie wie, jak rozmawiać. Czasami wykładam na uniwersytetach – bardzo to lubię. Pierwszą rzeczą, o jaką proszę studentów, jest wyłączenie wszystkich telefonów. Jeśli ja mogłem przyjechać na wykład z Florencji do Mediolanu albo do Londynu, to wymagam od nich okazania dla mnie szacunku poprzez wyłączenie telefonu.

Masz poczucie, że to, co robisz, jest rewolucją? Czy jesteś częścią ewolucji?

Oczywiście, że liczy się biznes, ale tu chodzi o coś więcej – o cel. Nie nazwałbym tego rewolucją, to zbyt duże słowo, ale na pewno walczę dla ważnej sprawy. I nie jestem odosobniony w tym, co głoszę, tyle że zamiast pisać książki, robię produkty użytkowe. Uwielbiam technologię, ale nie zgadzam się z aktualnym stadium jej rozwoju. Chcę doprowadzić do publicznego dialogu o kwestiach socjologicznych, jakie nas dotyczą. Technologia stała się poważnym zagadnieniem socjologicznym.

Zdaję sobie sprawę, że za wcześniej na wnioski, ale czy sądzisz, że ten koncept się przyjmie? Zwłaszcza że telefon komórkowy Punkt. nie jest tanim produktem, jego cena wynosi 295 euro (ok. 1200 zł).

Nie jest tani, ale cena jest przystępna. Wiele smartfonów ma bardzo wysoką cenę. To raczej kwestia priorytetów, a nie ceny. Opracowanie takiego produktu jest bardzo kosztowne, dlatego musieliśmy wycenić go na odpowiednim poziomie. Kiedy 4 lata temu przedstawiłem koncept tego telefonu kilku producentom, jeden z nich powiedział, że wyprodukowanie go zajmie mu 3 lata, a w międzyczasie proponuje zrobić kopię iPhone'a w 6

miesiący. Nie przyjęliśmy tej propozycji. Znacznie trudniej jest zrobić coś na przekór panującym trendom. Ale stawiam wszystko na jedną kartę. Nie waham się zaryzykować własnego honoru i, jeśli będzie trzeba, pójdę na barykady w obronie tego telefonu. Oczywiście, że chcę, żeby ludzie kupowali nasze produkty, przecież musimy na nich zarobić. Ale możliwość wyrażenia mojego głębokiego niepokoju w związku z obecnym kierunkiem rozwoju technologii jest dla mnie równie ważna, a może i ważniejsza niż aktualne PKB czy kryzys w bankowości.

Jak to się stało, że nawiązałeś współpracę z Jasperem Morrisonem? Dlaczego z nim?

Był według mnie jedynym projektantem, który mógł zrealizować moją wizję. Ważna cecha naszych produktów to ponadczasowość. Budzik Punkt. można wstawić do barokowego lub bardzo nowoczesnego wnętrza, albo postawić w drewnianym domku w Szkocji. Jest tak wyjątkowy i ponadczasowy, że nie sądzę, bym kiedykolwiek jeszcze chciał zrobić inny budzik. Po raz pierwszy spotkałem Jaspera w 2002 roku na ewencie technologicznym. Rozmawialiśmy krótko; zadzwoniłem do niego 6 lat później. Gdyby powiedział „nie”, nie sądzę, bym założył Punkt. Nie widziałem innej możliwości – albo on albo nikt.

Czy od razu się zgodził?

Ależ skąd! Pomyślał, że zwariowałem. Zaczęliśmy współpracę od budzika, przy którym zainspirowała nas również moja przybrana córka Nora – miała zwyczaj przynoszenia telefonu do sypialni, a ja nie widziałem takiej potrzeby. Pomyślałem więc, że muszę kupić jej budzik, ale nie mogłem znaleźć takiego, który byłby odpowiedni zarówno pod względem wyglądu, jak i funkcjonalności. Nic jej się nie podobało. Musiałem coś z tym zrobić. I wtedy pomyślałem: „Zróbmy budzik, zobaczymy, czy się uda”. To był pierwszy produkt, nad którym pracowaliśmy, ale nie pierwszy, który wprowadziliśmy na rynek – wyprodukowanie budzika okazało się wyjątkowo trudne. Kiedy po raz pierwszy zadzwoniłem do Jaspera, powiedziałem mu: „Chcę zrobić budzik, a potem wokół tego produktu zbuduję firmę. Skupimy się na przedmiotach, które będą robić jedną rzecz, ale za to bardzo, bardzo dobrze”. To dlatego nazwałem firmę Punkt. To niemieckie słowo ma dokładnie to samo znaczenie w języku norweskim – oznacza kropkę. Punkt. ma „trafiać w punkt”, być czytelny jak kropka na końcu zdania. Ta nazwa, lepiej niż moje słowa, wytłumaczyła Jasperowi, o co w tym wszystkim chodzi, i myślę, że okazała się głównym bodźcem, który skłonił go do przystąpienia do firmy. Miałem tysiące pomysłów na to, co nasze produkty

powinny robić, podczas gdy Jasper po prostu powiedział: „Skupmy się. Niech będą tym, czym mają być”. To była dla mnie duża lekcja. W rezultacie jesteśmy teraz współnikami.

Moje ostatnie pytanie do ciebie dotyczy twojej najcenniejszej rzeczy materialnej. Co nią jest?

Nie wiem. Mój ojciec jest kolekcjonerem. Jedną z obaw, jaka mi towarzyszy, jest ta, żeby nigdy nie zawładnęły mną przedmioty. Nie ma chyba rzeczy, którą chciałbym uratować z płonącego domu.

I nie byłby to telefon?

Tego nie mogę powiedzieć. Wiesz, te telefony są moimi dziećmi, jestem z nich taki dumny. Robimy rzeczy, które uważamy za istotne, nie robimy byle czego. Projektujemy przedmioty, które naszym zdaniem są wartościowe i będą nam służyć przez wiele lat. Jestem bardzo związany z moim telefonem stacjonarnym – za każdym razem, kiedy przychodzę do biura i widzę to urządzenie, które miało premierę 4 lata temu, nie mogę się nadziwić, jaki to piękny przedmiot.

Czyli można powiedzieć: La vita è bella, si?

La vita a veramentebella, salute!



¹ Z j. włoskiego: Życie jest piękne, tak?

² Z j. włoskiego: Życie jest naprawdę piękne, pozdrawiam!





Phone

Jasper Morrison

MAGDA BULERA-PAYNE: Od konceptu do designu – czy to był trudny proces? Jakie było największe wyzwanie przy projektowaniu MP01 Mobile Phone?

JASPER MORRISON: Petter zawsze ma przygotowany bardzo konkretny brief – zależy mu na prostym i przyjemnym dla oka produkcie. Podczas projektowania myślałem głównie o tym, czego oczekują od budzika czy telefonu. To nie był trudny proces, choć wymagał więcej pracy niż przy projektowaniu smartfona z dotykowym ekranem. Staraliśmy się zaprojektować bardzo proste i logiczne rozłożenie klawiszy oraz połączyć to z ergonomiczną formą i estetycznym wyglądem telefonu.

Czy mogę zatem zaryzykować stwierdzenie, że szukając pracowników czy partnerów biznesowych, przyglądasz się bardziej ludziom niż ich wykształceniu?

Myślę, że wszystko jest kwestią celu.

Jeśli ktoś ma poczucie, że to, co robi, ma jakiś cel, to zrobi dla ciebie ten dodatkowy krok do przodu. Myślę, że jeśli jesteśmy szczerzy i jasno komunikujemy, jakich cech poszukujemy u innych, to znajdzie się ktoś, kto dość szybko ten komunikat odczyta. Wierzę, że umiejętności praktyczne są ważniejsze niż wiedza teoretyczna.

Wiele osób będzie kwestionować telefon, który służy tylko do prowadzenia rozmów. Sądziś, że koncept MP01 się przyjmie?

Nie sądzę, by ktokolwiek z naszego zespołu liczył na to, że MP01 skłoni ludzi do porzucenia smartfonów. Jest to raczej alternatywa, a nie produkt zastępczy. Smartfony oferują wiele pozytywnych funkcji – byłoby niemądre z nich zrezygnować, ale od czasu do czasu warto sobie przypomnieć o rzeczywistości i świecie analogowym.

Jak to się stało, że jeden z przedmiotów – UC 01 USB Desktop Charger – zaprojektował Georges Moanack? Wszystkie pozostałe wyszły spod twojej ręki.

Georges (kolumbijski projektant mieszkający w Barcelonie) miał pewien

pomysł na adapter prądu (nie była to jeszcze ładowarka USB). Ten pomysł nam się spodobał i zaczęliśmy wspólnie nad nim pracować. Dobrze, że Petter poszukuje ciągle nowych pomysłów i nie polega tylko na mnie!

Jesteś znany z prostego i ponadczasowego podejścia do designu. Ale świat staje się raczej skomplikowany niż prosty. Coraz bardziej skomplikowane urządzenia mają nam uprościć życie. Czy sądziś, że design może powstrzymać ten trend?

Moim zdaniem to jest kwestia osobistego wyboru, dobrze jest mieć opcje. Wprowadzanie naszego życia zaczęło biec równoległe z rozwojem technologii, ale to nie oznacza, że w życiu musimy porzucić dobre rzeczy. Projektując, wskazujemy na przedmioty, które postrzegam jako dobre, ale funkcjonujemy na wolnym rynku i nie chcę głosić wstecznych poglądów, chcę po prostu przypomnieć innym o tym, że mają wybór.

Czy używasz produktów Punkt.? Oczywiście, mam wszystkie, są częścią mojego codziennego życia.

