Fernand Hofer, Produktgestalter : Freiheit braucht einen Rahmen

Autor(en): **Müller, Franziska**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **3 (1990)**

Heft 11

PDF erstellt am: **02.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-119279

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

FERNAND HOFER, PRODUKTGESTALTER:

FREIHEIT BRAUCH EINEN RAHM

Fernand Hofer ist als Gestalter bei Sprecher + Schuh in Aarau mitverantwortlich für die Gestalt der elektromechanischen und elektronischen Schalt- und Steuergeräte der Firma, arbeitet aber auch an der Koordination des visuellen Auftritts.

VON FRANZISKA MÜLLER
BILD: PETER LUEM

Während freie Designer oft über die Sachzwänge bei der Zusammenarbeit mit der Industrie klagen, rühmt Fernand Hofer die «recht grosse Freiheit im vorgegebenen Rahmen». Mit dem Eintritt in die Industrie vor elf Jahren suchte der gelernte und praktizierende Architekt nach umfassenderen Gestaltungsmöglichkeiten. Die Überreglementierung der Bautätigkeit, die Grenzen in einem Architekturbüro, das für Grossprojekte meistens mit Generalunternehmen zusammenarbeitete, die oft missverständliche Aneignung der Benutzer empfand er als hemmende Beschränkung. Was Hofer interessiert, sind nicht punktuelle Eingriffe, zufällig gestreute Effekte: «Meine Hauptaufgabe als Gestalter sehe ich darin, ein konsequentes gestalterisches Prinzip auf allen Ebenen anzuwenden und verständlich zu machen, vom Detail zum Ganzen, von der Gestalt des einzelnen Produkts bis zum Erscheinungsbild der Firma.»

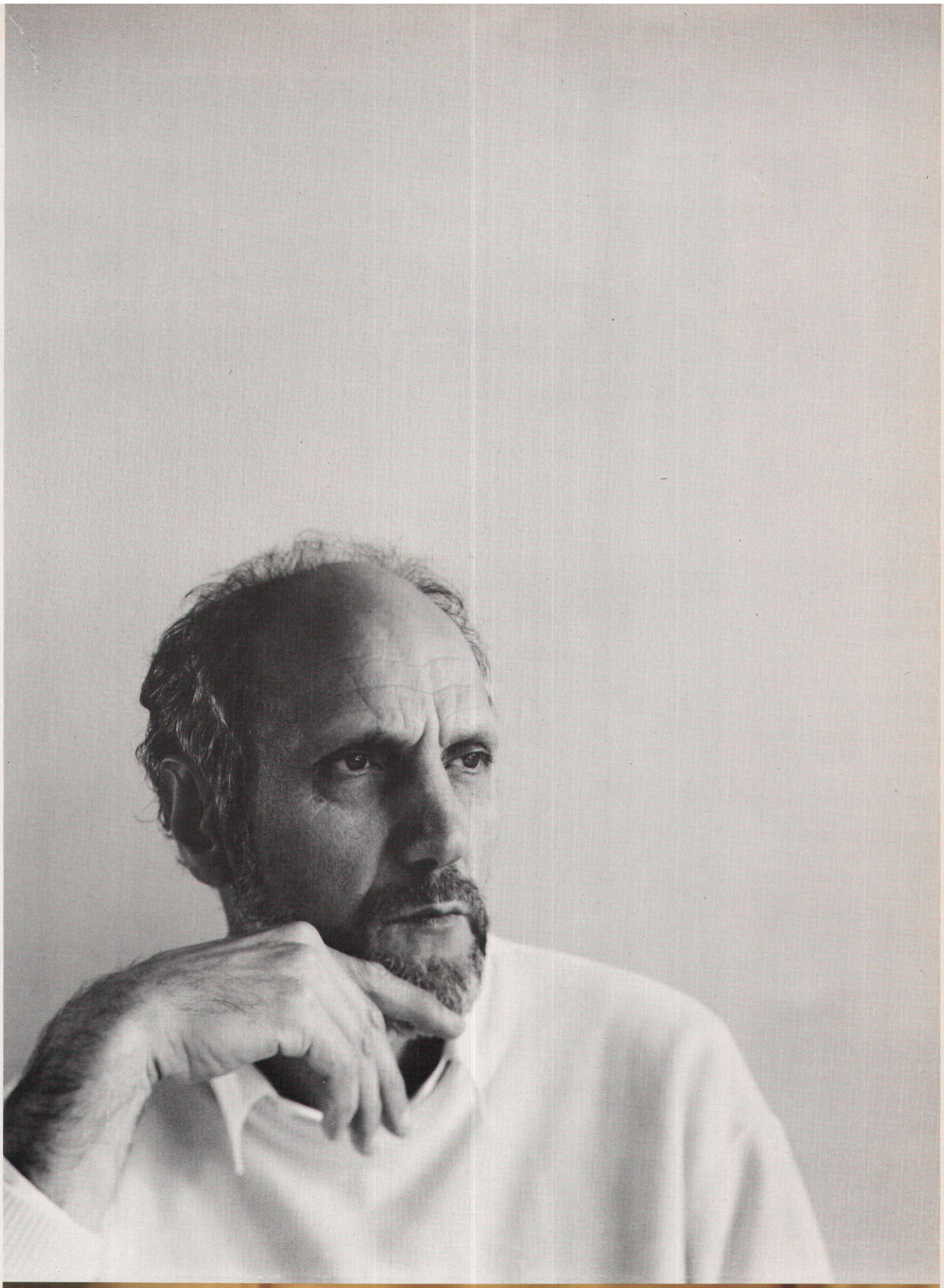
Fernand Hofer (rechts) mit zwei Formstudien für Notausschaltknöpfe

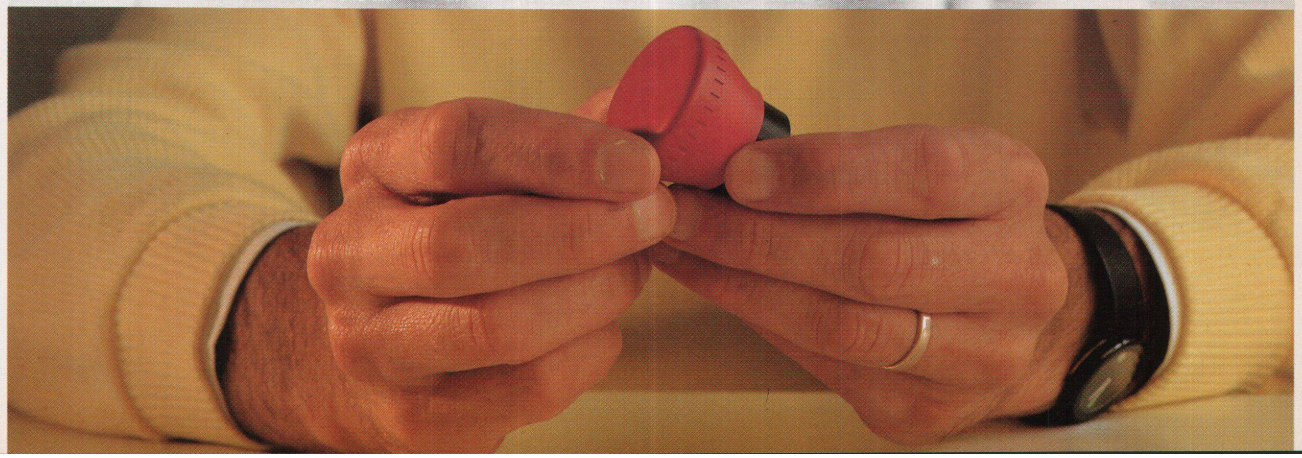
Ein solches Stellenprofil fand Hofer nicht vor, er hat es sich nach dem Motto «Freiheit zur Idee, Mut zur Realisierung, Konsequenz gegen Verwässerung» schrittweise erarbeitet. Heute hinterlässt er Spuren als Produktgestalter, Grafiker, Innenarchitekt, PR-Mann, Trainer, Organisator für Messen und Konferenzen, Koordinator. Er arbeitet am Auf- und Ausbau eines Corporate design, einer Grösse, die es bei Sprecher + Schuh offiziell zwar nicht gibt. Das bedeutet, dass Hofer jeden neuen Ansatz intern neu verkaufen muss. Überzeugungsarbeit ist seine Haupttätigkeit: «Machtmittel zur Durchsetzung unserer Vorschläge haben wir kaum. Wir können die Entscheidungsträger nur über Begeisterung gewinnen.» Hier spürt der Industriedesigner Hofer, dass er vor gegebener Kulisse arbeitet. Will er in einem so komplex verästelten Betrieb etwas bewirken, ist Taktgefühl ebenso wichtig wie Geduld, Kompromissbereitschaft und Durchhaltewillen.

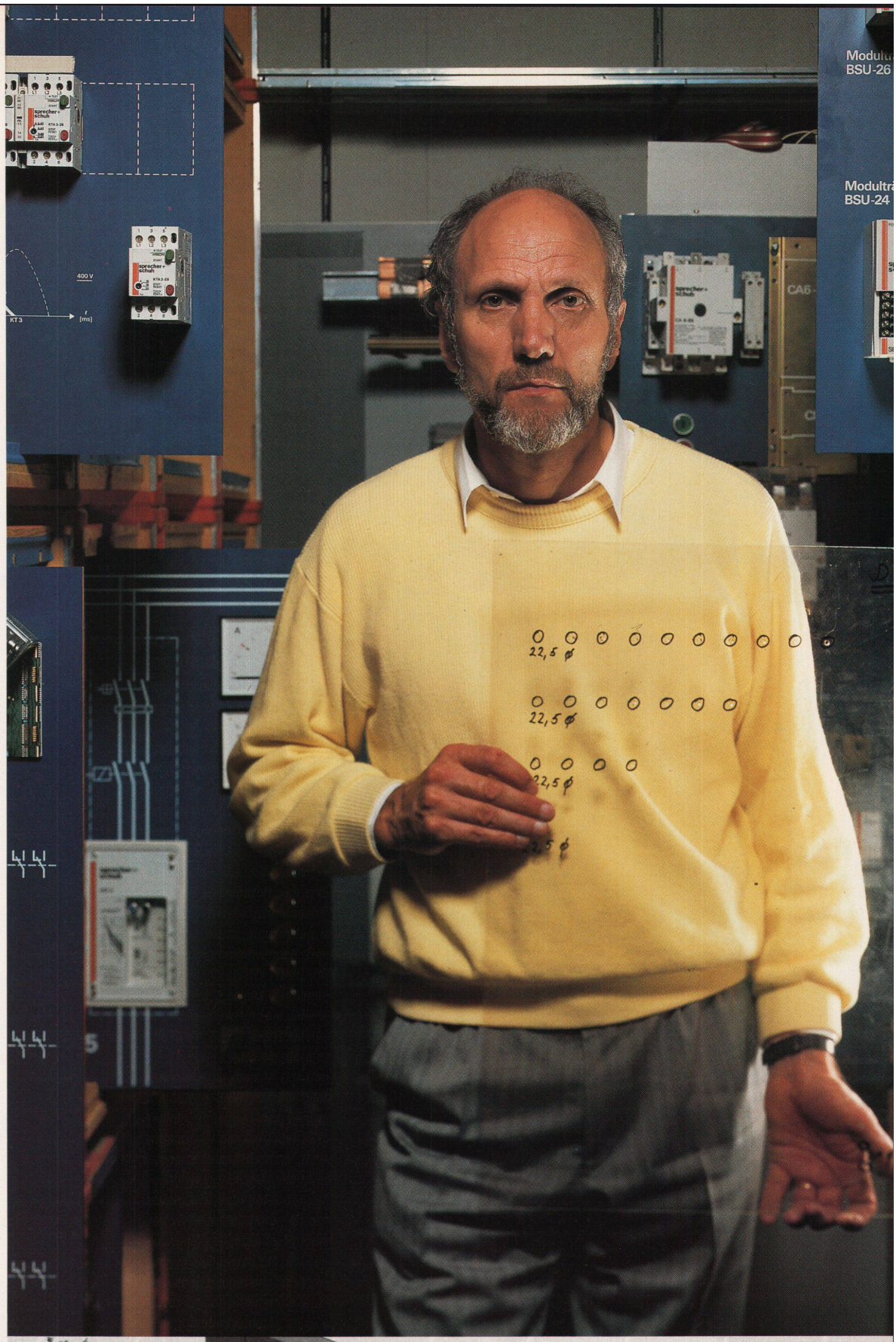
Die Einsicht in die Wichtigkeit des visuellen Auftritts ist nicht durchgängig vorhanden, der Designer ein Störfaktor: «Überall, wo ich etwas anpacke, gibt es Veränderung, Arbeit.» Dass Fernand Hofer immer wieder aktiv wird und nicht einfach ruht, was an seinem Posten wohl möglich wäre, erklärt er mit seiner Persönlichkeitsstruktur und seiner Lebenshaltung: «Grundbedingung ist mein Einverständnis mit technischer Entwicklung, mit Fortschritt.»

Die Identifikation mit der Firma, mit der Branche fällt Hofer auch relativ leicht, «weil wir nicht, wie oft in der Welt des schnellen Konsums und Verschleisses, nur Sondermüll produzieren». Als Gestalter fühlt er sich auch

IT
EN



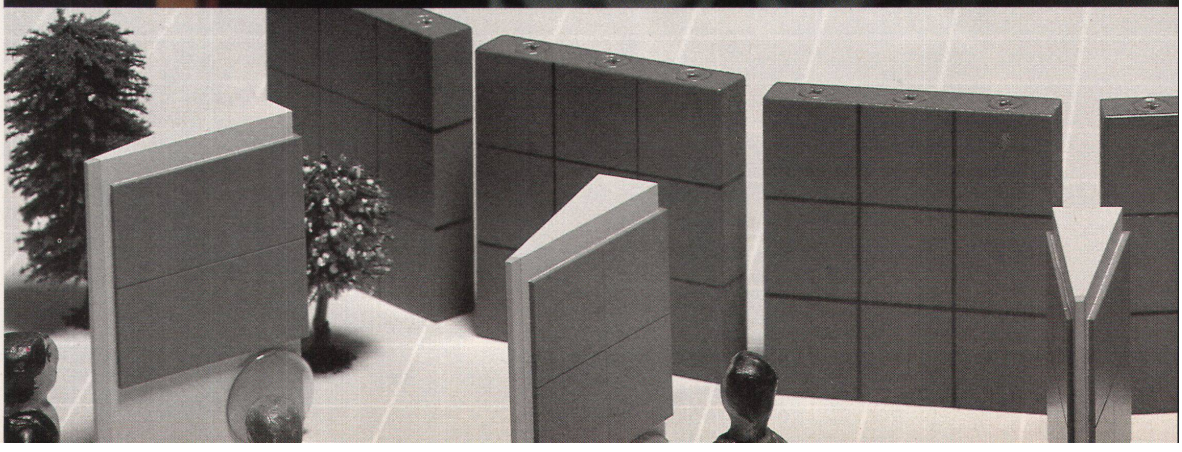




Expo-Medien und Design

Das Aarauer Traditionsunternehmen Sprecher + Schuh (gegründet 1900) erlebte 1985 eine einschneidende Restrukturierung: Der Bereich Energieverteilung wurde an den französischen Alsthom-Konzern verkauft, der diesen Betriebsteil unter dem Namen Sprecher Energie AG weiterführt. Die Sprecher + Schuh AG konzentriert sich seither auf den Niederspannungsbereich und wurde gleichzeitig in eine Holding umgewandelt. Diese kaufte ihrerseits 1989 die Translift AG in Kriens (Automatisierungstechnik) und die italienische Breter S.p.A. (als Hersteller von Befehls- und Meldegeräten Marktleader in Italien). Der Umsatz betrug 1989 397 Millionen Franken. Präsident des Verwaltungsrats ist der Aargauer FDP-Ständerat Bruno Hunziker.

Die Abteilung Expo-Medien und Design, ein Team unter der Leitung von Fernand Hofer, ist erst seit wenigen Jahren im Produkteentwicklungsplan offiziell verankert und budgetiert. Für andere Abteilungen arbeitet die Gruppe im Agentursystem. FM ■



mitverantwortlich für die – allein auf dem Platz Aarau – rund 1500 Arbeitsplätze. Kreative Höhenflüge lebt er in der Freizeit aus.

Das Produkt lesbar machen

Ob aller Vernetzungspläne lässt Fernand Hofer das Detail nicht aus den Augen. Die Gestalt elektromechanischer und elektronischer Schalter und Steuergeräte ist, wenn nicht berufstechnisch von Interesse, kaum ein Thema. Erst wenn der Gestalter den Zusammenhang von Aufgabe, Anwendung und äusserer Erscheinung erklärt, eröffnet sich ein weites Feld gestalterischer Überlegungen.

Die von Sprecher + Schuh produzierten Geräte für Start, Betrieb und Überwachung von Motoren und Leistungsabgängen sind von Schrauben, Knöpfchen, Skalen kleinteilig durchbrochene Kästchen. Die Aufgabe des Gestalters: Ordnung schaffen, Lesbarkeit und damit Bedienbarkeit erhöhen. Das bedeutet: Abkehr vom weitverbreiteten Unkonzept, ab und zu externe Stardesigner ein flippiges Apparätchen gestalten zu lassen. Neben der Forderung nach Benutzerfreundlichkeit muss im extremen Verdrängungsmarkt auch ein Geräteimage aufgebaut werden, das die Zuordnung zum Produzenten erleichtert. Entgegen der früheren Praxis mit unterschiedlichen orangen Linien von Fall zu Fall wacht Hofer heute mit seinem Team über die einheitliche Anwendung einer breiten und einer feinen vertikalen Linie und einer horizontalen Typen- und Firmenbezeichnung: «Auch Ingenieure und Techniker – unsere Kunden – kaufen über visuelle Reize ein.»

Die von Hofer vorgesehene Geräteanpassung ist noch nicht durchgängig ausgeführt. Letztlich ist sie eine Frage des Budgets, wird doch die Umstellung auf die orange Linie mit allen Konsequenzen gegen eine Million Franken kosten.

Bei den komplizierten technischen Geräten beschränkt sich die Arbeit des Gestalters weitgehend auf Produktgrafik. Dabei gestalterische Integrität zu wahren heisst für Fernand Hofer: «Das Gerät erhält nur ein neues Outfit, wenn auch eine innere Perfektionierung stattgefunden hat.»

Grösseren Einfluss auf die Form hat der Gestalter beim Entwerfen einer neuen Serie von Notausschaltknöpfen für manuelle Bedienung. Er hat ein Szenario vor Augen: Einem Schreiner zieht es den Ärmel in die Sägemaschine. Der Gestalter denkt an schnelle Lesbarkeit und augenblickliche Übersetzbarkeit in Handeln, er denkt aber auch an Schutzmassnahmen gegen das missbräuchliche Blockieren des Knopfs. Der Zwang zu Normmassen, die technischen Bedingungen sind gross, gefeilscht wird um Millimeter. Trotzdem ist Hofer «fasziniert vom grossen Gestaltungsspielraum beim Visualisieren der Funktion: ‹Drücken› sagt die leichte Wölbung des Pilzes, ‹drehen› die Riffelung der Seite, ‹ziehen› heisst der feingestufte Hals.»

Eingriffe in die Produktionsstätte

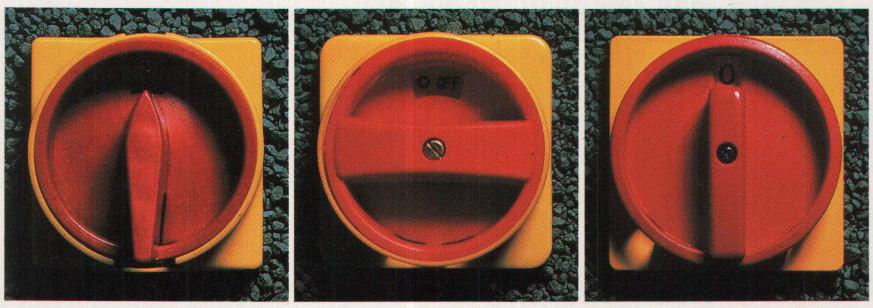
Für die Gestaltung des Fabrikareals ist der Werkarchitekt zuständig. Punktuell trifft man aber vor allem in Innenräumen auf Hofers Eingriffe: «Dem Lifting der Geräte muss das Lifting der Produktionsstätte entsprechen.» Neben der übersichtlichen Gestaltung und Auszeichnung von Qualitätsarbeitsplätzen zur Optimierung der Prüfaufgaben geht es um Imagepflege, um den einheitlichen und souveränen Auftritt vor Kunden, Vertretern von Tochterfirmen, Besuchern. Die von Hofer entworfenen Demotafeln für Führungen durch die Fabrikhallen waren neben ihrer Informationsfunktion grundsätzlich auch als raumgestalterische Massnahme konzipiert. Einzelne Massnahmen machen für Fernand Hofer erst dann einen Sinn, wenn sie sich vernetzen lassen. Als Gestalter ist er massgeblich beteiligt an der Grundkonzeption sämtlicher Drucksachen, vom Briefpapier über Flugblätter, Broschüren, Katalogen bis zur Verpackungsgrafik und Autobeschriftung.

Auch damit kann man Grundfesten erschüttern, Empfindlichkeiten berühren: In Zeiten, wo jeder Sekretär gerne mit Desktop pröbelt und Individualismus mit dem Visitenkärtchen gefeiert wird, kommt Einheitlichkeit wenig an. Der Gestalter erwartet, dass die Anwender die gleiche Identifikation mit dem Arbeitsplatz aufbringen wie er selber.

Technik mit visuellen Reizen

Den Kampf um Marktanteile führt Sprecher + Schuh mit der Strategie des «interaktiven Marketings», einer schrittweise festgelegten Mischung aus Telefonwerbung, Direct mail, Musterversand und Vertreterbesuch für den Kundenkontakt. «Der Auftritt im Verkauf muss koordiniert und systematisiert werden. Dazu müssen wir die Materialien bereitstellen.» Für das Mailing hat Hofer trapezförmige Kartonkoffer entworfen, die den gleichzeitigen Versand von Broschüren und Mustern ermöglichen, für die Verkäufer dezente Kunststoffkoffer mit Schaumeinlage, die wahlweise eine funktionstüchtige Produktelinie enthalten. «Den Aussendienst zu motivieren ist ein besonders heikler Punkt. In erster Linie geht es darum, das Selbstbewusstsein der Verkäufer zu stärken, wegzukommen vom Hausiererimage» – der Gestalter als Betriebspsychologe. Als Animator auch, wenn er Konferenzen, Seminare und Workshops organisiert.

Für den zweiten wichtigen Verkaufskanal, die Fachmessen, hat Fernand Hofer die «Ausstellungs-Caddies» entworfen, trapezförmige Handwagen mit funktionstüchtigen Ausstellungsplatten. «Ziel war nicht nur optische Verblüffung, sondern steckerfertige Ausstellungseinheiten bereit zu haben, mit denen wir ohne Verpackung auf die Messe gehen können.» Im Bereich der Marktkommunikation schäumt Fernand Hofer richtiggehend über vor Ideen – vom spielerischen Gag bis zum seriösen Konzept für den reibungslosen und effizienten Ablauf. Oft sträubt sich die eingefahrene Firmenstruktur gegen den Allrounder: «Was dann entscheidet über Sympathie oder Ablehnung, ist die Art der Präsentation.» ■



Fernand Hofer entwirft auch Ausstellungseinrichtungen (unten).

Zwei bestehende Schalter (links und Mitte), eine Studie von Hofer (rechts)