

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 5 (1992)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Martin Iseli : kein Freund von Knalleffekten  
**Autor:** Müller, Franziska  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-119607>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Kein Freund von Knalle

**Martin Iseli ist einer der wenigen Industriedesigner in der Schweiz, der sowohl als Angestellter bei der ascom wie als freier Gestalter arbeitet. Aufgrund der Erfahrung beider Berufsrealitäten möchte er nicht zuletzt die Position der freien Designer im Konzern verbessern.**

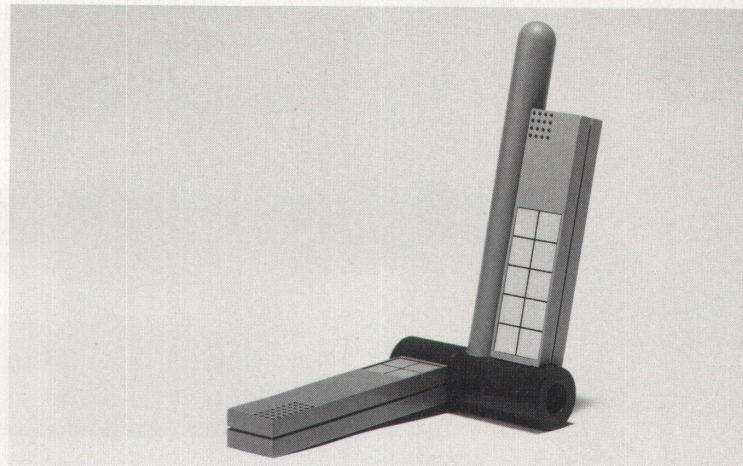
Umbruch in der Organisation, personelle Veränderungen, Produktionsverlagerungen: So präsentierte sich das Bild der ascom in den letzten Jahren. Nun, da die Konzernstrukturen sich zu konsolidieren scheinen, ist es auch Zeit, einen Blick auf das während der bewegten Jahre entstandene interne Designteam zu werfen. Martin Iseli, Elektroingenieur HTL und diplomierter Industriedesigner (Universität Kassel), hat es aufgebaut und leitet heute die Dreiergruppe. «Das damalige allgemeine Chaos hat uns fast rausgeschwemmt, hat aber auch die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass das Designteam sich institutionalisieren konnte. Das enghesgrenzte Ingenieur-Selbstverständnis wurde gesprengt, der firmeninterne Umgang ist ungleich toleranter geworden.» Aus dem anfänglich nebulös auftau-

chenden «Tessiner» wurde ein «Designer» mit Kompetenzen und Aufgaben, akzeptiert, gebraucht, gefragt.

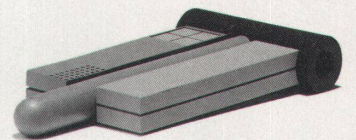
## Vom Steckenpferd zur Institution

Am Anfang war da von Firmenseite weniger Plan denn persönliches Vorpellen: 1986 stellte der Leiter der Abteilung Mecatronic (Konstruktion, Werkzeugkonstruktion, Werkzeugbau) der Autophon in Solothurn Martin Iseli als Designer an. Die ersten Arbeiten waren, so erinnert sich Iseli, noch kaum zu unterscheiden von den Teil- und Temporäreinsätzen eines Freien. Die Mitarbeit an der Produktografie, an Mikrofonpartie und Schalter des zur Zeit nicht mehr produzierten Swistel, hatte wenig zu tun mit der Arbeit des Designteam.

Ein Jahr später kam die erste Praktikantin, diplomierte Designerin aus Kassel, und blieb; zu zweit «schwamm man während der Umstrukturierungen im Betrieb herum». 1989 wurde dann, jetzt in der ascom Solothurn, von oben entschieden, den Bereich Konstruktion neu zu gliedern, das Designteam daraus zu lösen und als Stabsstelle des Konzernbereichs Telekommunikation zu institutionalisieren. Das Exotische wurde zur Selbstverständlichkeit – nicht so sehr jedoch durch die komfortable Platzierung in der Konzernhierarchie, meint Iseli, sondern durch dreijährige Überzeugungsarbeit mit Resultaten eins zu eins: «Die Position spielt erst eine Rolle, wenn es Probleme gibt.» Iseli ist vom Naturell her, aus Erfahrung und Überzeugung ein Gegner von Knalleffekten: «Eine plötzliche Installation von oben bringt nur Aversion und Boykott. Designkultur entsteht kontinuierlich. Sie lässt sich nicht aus dem Boden stampfen.»



Zukunftsstudie Funktelefon. Zum aufklappbaren Modell gehört noch eine Ladestation.



«Wachsen, gedankliches Weiterentwickeln, Kultur», das sind Begriffe, die Iseli immer wieder braucht, auch wenn er ganz konkret vom gestalterischen Handwerk spricht. Eine Aufgabe des Designteam ist es, neue Produkte mitzuentwickeln. Das Verfahren ist eingespielt: Für jede Aufgabe wird neu ein Definitionsteam gebildet, wo Vertreter aus Management, Marketing, Design, Ent-

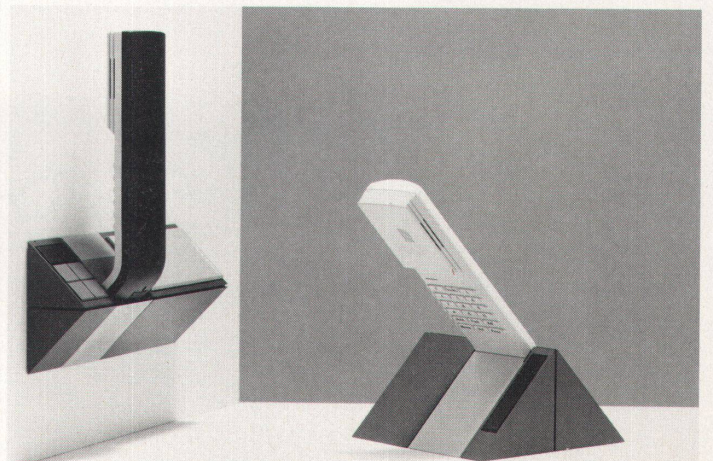
wicklung und Fertigungstechnik nach dem «bestmöglichen Kompromiss» für ein neues Gerät suchen. Das Designteam ist zusätzlich verantwortlich für Produktkonzepte, Entwürfe und Modelle. «Die Hauptenergie fliesst dabei

Becom 1500 von B&O, im Ausland erfolgreich und seit neuestem auch in der Schweiz erhältlich



BILDER: HANSRUEDI RIESEN

Das Solothurner Designteam der ascom: Martin Iseli, Susanne Schwarz und Andreas Senft (von links nach rechts)



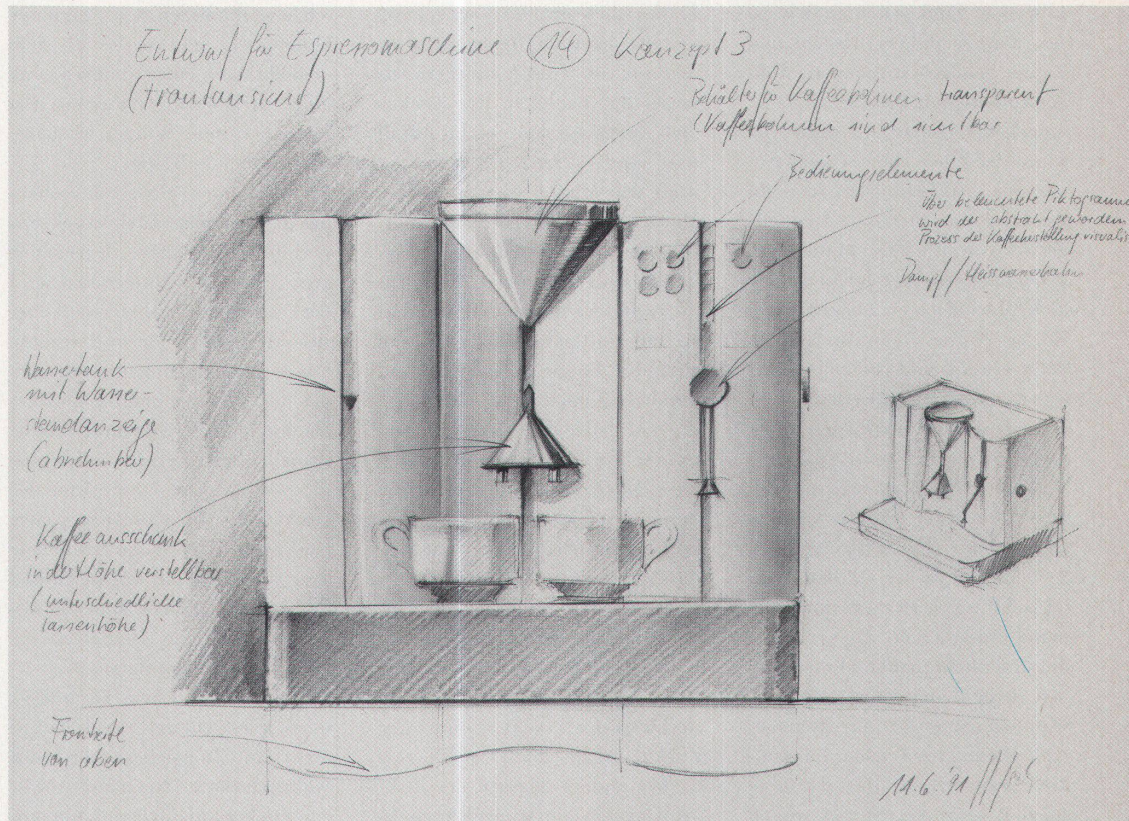
# fekten

ins 'unsichtbare Design'. Sie zielt darauf ab, sich künftige Benutzer vorzustellen, manchmal mit Hilfe von Fachkräften aus Psychologie, Soziologie, Ethnologie, und die gewonnenen Erkenntnisse im Erscheinungsbild umzusetzen. Das Produkt ergibt sich dann als logische Folge relativ schnell.»

Diese Möglichkeit, beim Erarbeiten vom Projekt bis zum Produktionsbeginn beteiligt zu sein, haben wenige Freie; Iseli weiss es aus eigener Erfahrung: «Letztlich läuft viel auf der informellen Ebene; davon sind Freie abgekoppelt, auch wenn sie von Anfang an beigezogen werden.» Und dies ist immer noch die Ausnahme: «Als Freier wird man gerufen, wenn es meist schon zu spät ist, um in einer Feuerwehrlösung ein Gerät noch marktauglich zu machen.»

Wenn Martin Iseli abwägt zwischen seinem 60prozentigen Angestelltendasein und seiner freien Arbeit, halten sich Vor- und Nachteile die Waage: «Das Eingebundensein im Betrieb erfordert Teamfähigkeit und Kompromissbereitschaft, ermöglicht dafür aber kontinuierliches Arbeiten. Im Lohnklassensystem fungiert der angestellte Designer unter Ingenieur.» Die vermeintlich unvereinbaren Ziele und eingeschliffenen Verhaltensweisen auf beiden Seiten aufzuweichen, ist eines von Iselis Hauptanliegen bei der Arbeit im Konzern – die Strukturen sind vorhanden.

In der Design-Koordination des Gesamtkonzerns, beschickt aus allen Bereichen und zuständig für Fragen des Erscheinungsbildes der ascom und ihrer Produkte, ist Iseli einer der wenigen Profis. Die anderen Vertreter machen das nebenbei, qualitativ nicht zwingend schlecht, aber an der Kapazitätsgrenze: «Die Professionalisierung der Koordinationsgruppe ist im



Gang. Das wird nicht nur dem Produkteauftritt auf dem Markt gut tun, sondern auch ernsthafte Ansprechpartner für externe Gestalter und damit einen kontinuierlichen Dialog etablieren.»

### Programm wider die Verengung

Martin Iselis Weg heisst Einbinden von Gegensätzen: Dass neben ihm auch immer eine Designerin beschäftigt wird, ist Programm; ebenso das durchweg praktizierte Arbeiten in Teilzeitarbeit. Iseli selber hat als freier Designer Industrierelais, Bügeleisen, Kaffeemaschinen gestaltet, Verpackungskonzepte entworfen und das Konzept für eine Wanderausstellung des Schweizerischen Naturschutzbundes entwickelt. Drei Leute und immer mehr Aufträge: neben den Arbeiten im Te-

### Designstudie für eine Espressomaschine aus Iselis selbständiger Tätigkeit

lekommunikationsbereich, Anfragen aus anderen Konzernbereichen, die das Designteam im Einzelauftragsverhältnis wie ein freies Büro berät.

Auch externe Aufträge – ausgeschlossen für direkte Konkurrenten – dürfen angenommen werden, solange Kapazität vorhanden ist oder ein Deal auf einer anderen Ebene stattfindet. «Dass wir mit der Gestaltung des B&O-Telefons «Beocom 1500» auch im Ausland grossen Erfolg hatten, hat uns betriebsintern – wie das in der Schweiz gemeinhin läuft – Beachtung beschert.»

FRANZISKA MÜLLER ■