

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 5 (1992)
Heft: 6

Artikel: Yellow Design : en Blick über den Tellerrand
Autor: Gantenbein, Köbi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-119627>

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: 14.04.2026

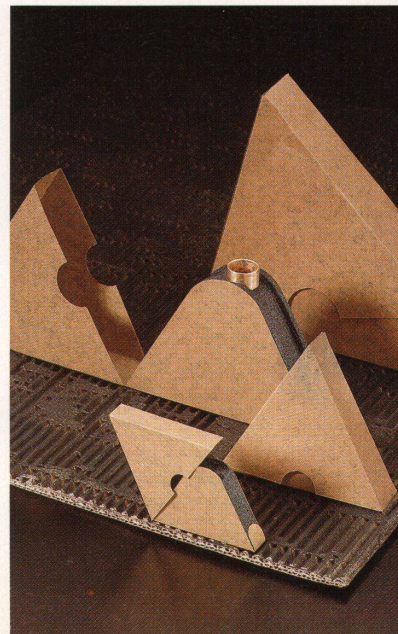
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Yellow Design: Ein BI



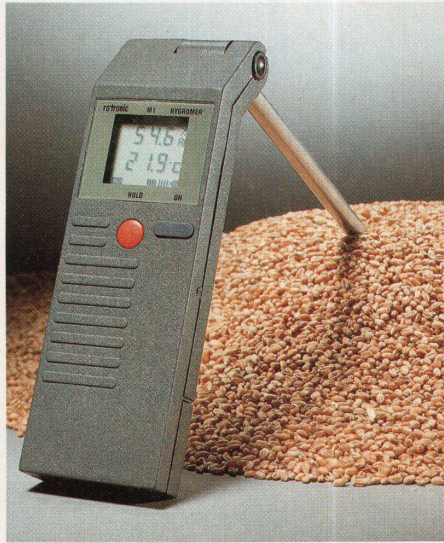
Aus einer kleinen Atelieregemeinschaft entstand in zwanzig Jahren Yellow Design. Mit dabei sind: (von links nach rechts) Harry Landauer, Regine Landauer, Alexander Schnell-Waltenberger, Marie-Therese Frank, Arvid Enderle, Constanze Debick, Reiner Reeg, Martin Moosburg, Hermann Wörner, Johann Stein, Peter Birkenmeier, Claude Schikora. (vorn) Martina Lange, Anette Grundmann und Bettina Bauer.

Das zweite Standbein von Yellow ist Packaging Design. Pforzheim ist eine Weltstadt der Schmuck- und Goldschmiede. Für sie hat Yellow zahlreiche Displays und Verpackungen aus natürlichen und recycelbaren Materialien entworfen: Ölpapier mit Moosgummi und Wellkarton als Packung und Display.



ck über den Tellerrand

Das erste Standbein von Yellow ist klassisches Industrial Design. Der «Hygromer» ist ein Handmessgerät der Schweizer Firma Rotronic. Er misst Feuchtigkeit und Temperatur in unterschiedlichen Anwendungen. Schwenkbare Fühler, einfache Bedienung, problemloser Transport hiess die Aufgabe.



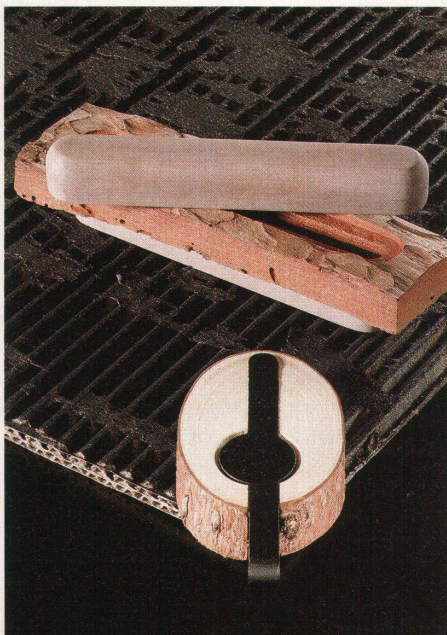
Text: Köbi Gantenbein
Bilder: Wolfhard Lante und Klaus Ziora

In der ersten Liga der Designer in Deutschland spielt die Gruppe Yellow Design aus Pforzheim mit. Yellow sind 15 Leute, Produktdesigner, Modellbauer, Grafikerinnen. Der Chefdirigent heisst Günter Horntrich. Ihm gehört die Firma, er hält die Fäden zu allen Projekten in den Händen, er acquiert und steuert sie. Yellow steht auf vier Beinen: Industrial Design, Packaging Design, Grafik Design und Designstudien.

Günter Horntrich ist um markante Worte nicht verlegen: «Es gibt viel zu viele Gegenstände. Die Aufgabe des Designers wird es sein, Waren zu verhindern. Statt Produkte werden wir viel mehr Ideen und Abläufe entwerfen.» Selbst-

bewusst und wendig legt er sein Weltbild zu recht und stellt Ansprüche an Designer, die einige Erwartungen wecken. An der ideologischen Begründung seines Tuns liegt ihm viel. Er packt alle Widersprüche dieser Welt im allgemeinen und seines Berufsstandes im besonderen in eine bunte Collage aus Bruchstücken verschiedener Theorien. Da treffen wir Erkenntnisse des New Marketing über den neuen Konsumenten, die mit persönlichen Beobachtungen und Erlebnissen verbunden werden. Was aus den Labors der Naturwissenschaftler langsam in den Alltag tröpfelt, gehört ebenso dazu wie eherne Bestände aus der Abteilung der ewigen Wahrheiten. Ideen wie «nachhaltige Nutzung» und «Nutzen statt Brauchen» sollen mithelfen, Zukunft zu begründen. Und weil die Collage versöhnlich angelegt ist, lassen sich

Das Material bleibt naturbelassen. Jede Packung sieht anders aus und ist kompostierbar.



Stahl und Seide – die Verpackung wird zum Schmuckkästlein

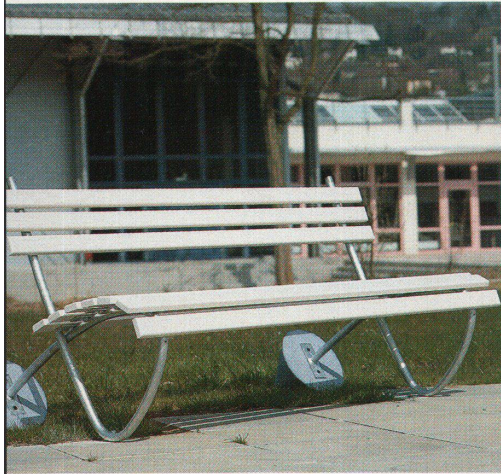




Für die Landesgartenschau von Baden-Württemberg in Pforzheim hat Yellow eine Serie Parkbänke entworfen.



Die Blisterverpackung (der durchsichtige Kunststoff, mit dem die Ware auf Kartons geklebt wird) ist Sondermüll und muss verschwinden. Verschiedene Kartonzuschnitte, in die die Stifte eingeklemmt werden, sind eine Alternative. Ebenso Verpackungen aus Recycling-Material wie gepresstem Eierkarton oder aus natürlichen Materialien wie Baumrinde. Beides sind Studien für die Schreibzeugfabrik Lamy.



auch herkömmliche Selbstbilder, wie die Liebe des Designers zum technischen Fortschritt, gut darin einfügen. Bei aller Skepsis gegenüber dem munteren Aneinanderfügen von Wissensstücken – es ist etwas in Bewegung.

Horntrichs Anspruch ist, sein Tagwerk lebhaft zu bedenken und neben handfesten Resultaten auch am Überbau des Tuns zu arbeiten. Das macht er in Vorträgen, dafür gibt ihm auch sein Engagement als Professor an der neuen Fachhochschule für Design in Köln ein Podium. Und wenn sich seine Ableitungen nicht in allen Punkten mit der jeweiligen Vorlage vertragen, so plagt ihn das nicht schmerzlich. Die muntere Suche nach einer angemessenen Theorie des Designs gefällt ihm offensichtlich, und geschickt baut er sie um die Frage: «Was heisst

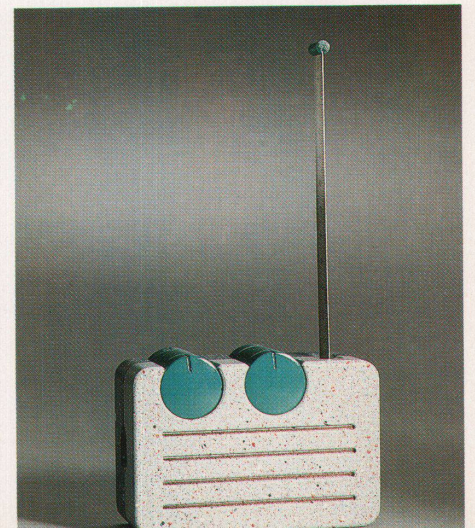
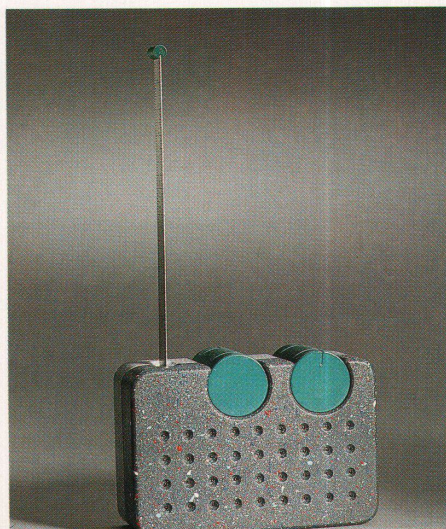
umweltverträglich entwerfen?» Wie einen Schirm spannt er seine Collage über das Handwerk des Designs und leitet Anweisungen für den Umgang mit Material und für die Gestaltung von Konstruktionen daraus ab.

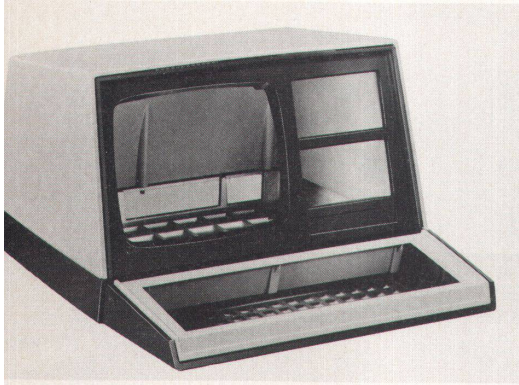
Werkstoff

Das Zukunftschildern ist durchaus handfest. Werkstoffe und Materialien sind ein traditionelles Spielfeld für Designer. In seiner praktischen Art hat Günter Horntrich einen simplen Katalog zusammengestellt, der Leitlinien für eine vertretbare Materialwahl hergeben soll: Verzicht auf problematische Stoffe, Reduktion der Kunststoffsorten, Verzicht auf Verbundmaterialien, die nur mit grossem Aufwand getrennt werden können, Verwendung von

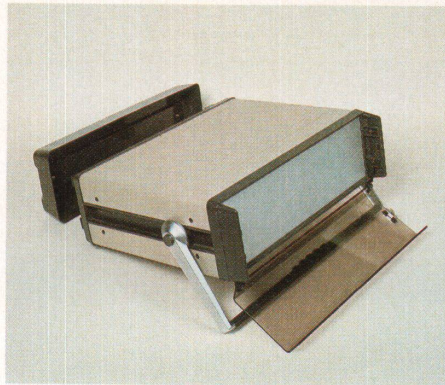
Recyclingmaterial und so weiter – alles hohe Vernunft. Aber Werkstoffe wie Aluminium und Papier sind je nach Quelle ökologische Heilsbringer oder Teufelszeug. Kunststoff mag gut sein, wird aber schlechter, je weiter wir die Geschichte eines Plastik-Entchens zur Ölquelle im Morgenland zurückverfolgen. Zudem: Was soll der Designer mit Winkel und Bogenmass, horchend auf seinen Bauch, in den komplizierten Vernetzungen der Ökologie? Oft rümpfen Gestalter bei gewogenen Argumenten ja eher die Nase und verstecken sich hinter einem Repertoire gewohnter, erfolgreicher Lösungen, die die Frage nach Bedingungen und Folgen nicht lieben. Und jetzt soll also Ökologie den Beruf beflügeln? Und das bei all der Inkompetenz des Gestalters in diesem Netz kom-

Radiodesign. Das Material (recycelter Kunststoff) ist so gestaltet, dass ihm Kratzer optisch nichts ausmachen, und das Gehäuse ist so konstruiert, dass es Stösse auffängt und keine weitere Verpackung nötig ist. Ein ästhetischer Reiz des Kunststoffes ist der Zufall. Er sorgt dafür, dass alle Apparateoberflächen anders aussehen.

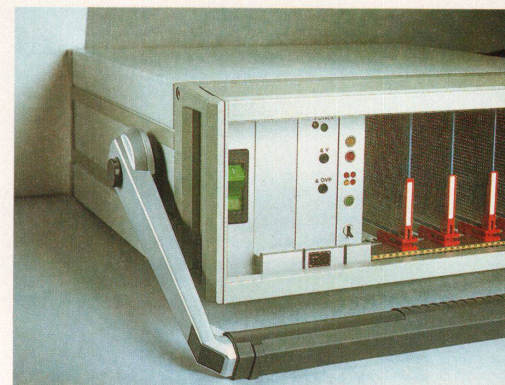




Sechziger Jahre: Kompaktanlagen



Siebziger Jahre: Industriebraun und Reduktion



Achtziger Jahre: Markante Ausprägung von Details, Betonung von Komponenten

plizierten Wissens aus der Schatztruhe der Natur- und Sozialwissenschaftler?

Günter Horntrich sieht das nicht so dramatisch. «Entworfen wird heute nicht mehr im stillen Kämmerlein, sondern in ständig sich verändernden Gruppen. So kommt die notwendige Kompetenz zusammen. All die Spezialisten sind aber aufs Nachfragen angewiesen. Da hat der Designer seinen Platz: Oft bin ich der einzige, der von allem ein bisschen eine Ahnung hat. Ich sehe mich als universalen Dilettanten, der neugierig ist und Fragen stellen soll, ohne gleich auch Antworten zu wissen.» Bei aller Skepsis gegenüber dem Heilmittel Ökologie, das von den Banken bis zur Schwerindustrie heute alle im Munde tragen – die Debatte um Ökobilanzen löst auch eine Debatte um eine neue Entwurfsmethode aus. Das geschmackliche Urteil, auf das sich die Designer gerne zurückziehen, verliert an Bedeutung. Gestalterische Entscheide müssen nicht nur unwägbar und einsam bleiben, sondern erhalten Argumente. Das isolierte, technisch-formale und ästhetische Repertoire soll in einen neuen Zusammenhang gebracht werden. Die Liebe des Designers zum einsamen Gegenstand wird sich jedenfalls mit diesen Veränderungen schwer tun.

Altern

Hand aufs Herz – eigentlich hat Design wenig Anspruch, ernst genommen zu werden, wenn es um einen pfleglicheren Umgang mit der Welt geht. Ich höre wohl all die Beschwörungen der Ganzheitlichkeit, Corporate Culture & Iden-

tity und wie die Zauberworte alle heissen, ich sehe aber, dass nach wie vor das Hantieren am isolierten Produkt Trumpf ist. Mit Schleifen, Lackieren, Eloxieren, Bemalen, Furnieren und so weiter wird beispielsweise ein gewaltiger Aufwand für Oberflächen getrieben, damit sich die Ware gut verkauft. Da hilft Design doch mit, dass die Spuren des Gebrauchs den Gegenstand schon bald unansehnlich machen und ihn schnell altern lassen.

Ästhetik und Konstruktion

In seine Collage fügt Horntrich nun kühn den Begriff «neue Warenästhetik» ein. Er meint damit, Design könne nicht nur ein schäbiges, sondern auch ein würdiges Altern der Gegenstände fördern. Die Spuren des Gebrauchs werden zum gestalterischen Mittel. Die Patina, die ästhetische Qualität alternden Materials, gilt als neu entdeckter Spielraum. Zurzeit wird er zusammen mit einem Fabrikanten von Laborgeräten erkundet. Büromöbel sind ein weiteres Feld, in welchem Yellow Design mit Material, Konstruktion und Alterung Erfahrungen sammeln will, ein Radioapparat aus Recycling-Kunststoff, der die Spuren des Alters ertragen soll, ist weit gediehen. Es geht nicht um eine Kupfer-Wolle-Bast-Produktion, es interessieren die Gestaltungsspielräume neuer Technologien und Werkstoffe.

Horntrich ist seit über zwanzig Jahren als Industrial Designer in Baden-Württemberg im Geschäft. Da sitzen, gruppiert um die Automobilindustrie, reihenweise mittlere und kleinere High-Tech-Fabriken, die in den letzten

Jahren das deutsche Maschinen- und Apparatedesign hervorgebracht haben. Was soviel heisst wie: «Die Maschine soll nicht nur funktionieren, sondern man soll ihr auch ansehen, dass sie funktioniert.» In dieser Welt sind Ingenieur und Gestalter miteinander verbunden. Der konstruktive Entwurf ist wichtig, und ein Designer, der nicht auch gerne ein Daniel Düsentrieb wäre, wird hier nicht glücklich.

Die Yellow Designer haben einen guten Drittel ihrer Aufträge von High-Tech-Firmen, die Investitionsgüter herstellen: Messgeräte, Computerteile, Arbeitsplätze, oft Maschinen für die Umwelttechnologie. Für den konstruktiven Entwurf gibt es wie für die Werkstoffe zwei einfache Anforderungen: Material einsparen und keine Verbindungen planen, die es verunmöglichen, dass das Produkt in einzelne Materialkomponenten zerlegt werden kann. Auch das sind klassische Forderungen, wie die im Kapitel Materialien. Allerdings entspricht ihnen der kleinste Teil der Warenwelt. Investitionen in Werkzeuge und Fertigung, die Gier nach dem schnellen Gewinn und vorab die viel zu tiefen Rohstoff- und Energiekosten lassen konstruktive Vernunft leicht wirkungslos werden.

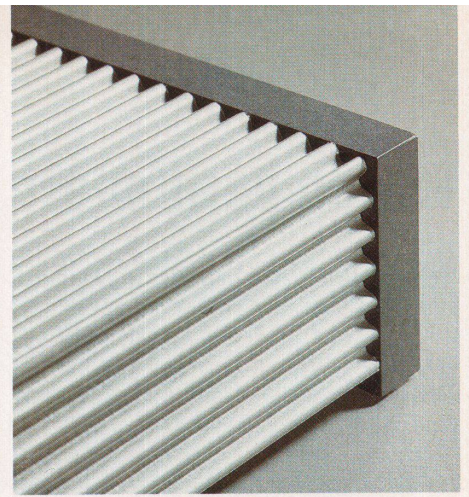
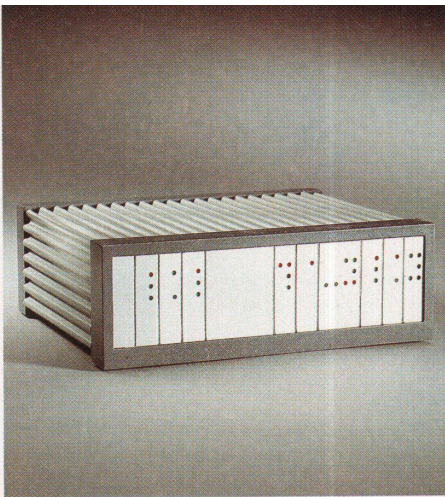
Verpackung

Pforzheim ist eine Hochburg des Schmucks. Zu Tausenden gehen von da Klunker und Ringe in alle Welt. Für Packungs-Designer ein grosses Feld, auf dem sich auch Yellow Design tummelt. Packaging Design ist neben Industrial Design und Grafik das dritte Bein der Firma. Hier geht es zurzeit um ein Thema: Vermeiden.

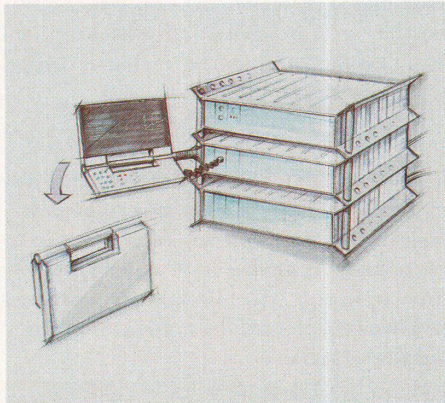
Seit Ende der sechziger Jahre arbeitet Yellow für die Schroff GmbH, eine süddeutsche High-Tech-Firma, die Messgeräte, Laborarbeitsplätze und Computer produziert. Die Gehäuse der Elektronik verändern sich, wie die Bilder auf dieser Doppelseite belegen.

Yellow begann schon früh mit internen Studien nach der vermeidbaren Verpackung zu suchen. Ein Entwurf für ein Radio, dessen Gehäuse aus recycliertem Kunststoff gebaut ist und für den weder Kiste noch Styroporeinlagen nötig sind, ist ein Beispiel. Die Erfahrungen mit solchen internen Studien haben Yellow einen Spitzenplatz in der Verpackungsgestaltung beschert. Ihre Lösungen werden umgesetzt in Aufträgen der Kosmetik- und Parfümindustrie, angewendet bei neuen Schmuckverpackungen und verwendet in unspektakulären, aber grossen Projekten für die Medikamentenindustrie. Wer eine Kopfwahltablette braucht und sich wundert über die Folie rund um die Kartonschachtel, über das Pillenbett aus Aluminium und Kunststoff und den Beipackzettel darin, kann ermesen, was die Verpackungsgenieure und Designer noch zu tun haben.

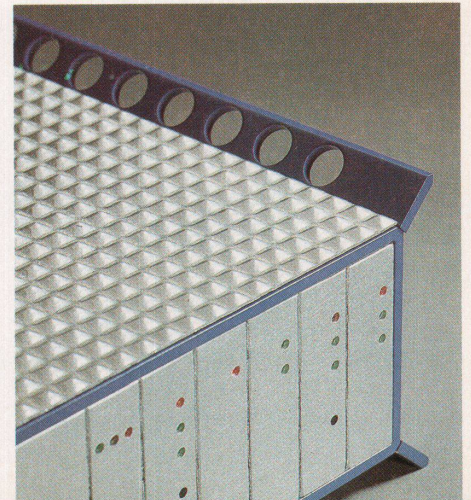
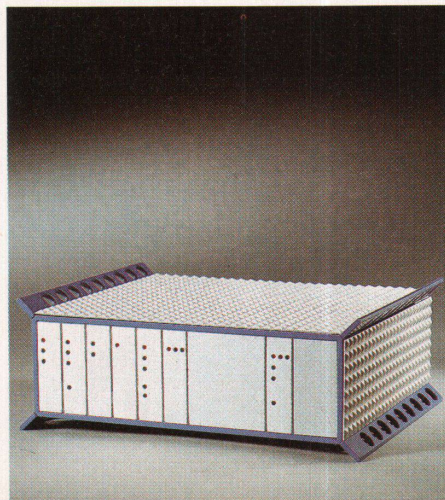
Gesucht wird da weniger nach pfiffig gefalteten Papiertüten. Es wird zuerst einmal gefragt, wie die ganze Organisation und Verteilung einer Ware neu gestaltet werden könnte. Statt der Arbeit am eng definierten Produkt, heisst der Anspruch von Yellow (und durchaus auch der von anderen Designern): konzeptionelles Design. Mit der zunehmenden Nachfrage nach solchem Vorgehen ist nach und nach das vierte Bein von Yellow Design gewachsen. Jetzt ist die Zeit reif für eine eigene Abteilung. Sie heisst Yellow Circle und wird in Köln aufgebaut. Von da aus sollen Studien acquiriert werden. Eingrichtet wird ein Atelier für grundlegendes Nachdenken, das über den Tellerrand des Designs, das am Produkt klebt, hinausgeht.



Neunziger Jahre: Studien von Materialien und Konstruktionen in einem Gebiet, das noch keine neuen Designlösungen kennt. «Architektur» heisst eines der Konzepte (Bilder oben): Massive Rahmen aus recycliertem Kunststoff dienen als Träger. Das Material braucht keine Oberflächenbehandlung. Die Elektronik ist durch unbehandeltes oder strukturiertes Halbzeug (Blech) geschützt, das in die Rahmen eingesteckt werden kann. Durch Kombination von unterschiedlichen Einheiten entstehen «architektonische Maschinenlandschaften».



Das zweite Konzept für die neunziger Jahre heisst "Skelett": Die einzelnen Funktionen werden – auch formal – getrennt. Der Rahmen schützt, nimmt Füsse und Griffe auf. Im Kasten aus unbehandelten Blechen wird die Elektronik sichtbar befestigt. Die Konstruktion ist verschraubt und lässt sich einfach montieren und zerlegen. Die einzelnen Maschinen werden zu grossen Apparaten gefügt.



Waren verhindern

Im Zukunftsbild skizziert Günter Horntrich einen Designer, der umweltverträglich sein will, sich vom Denken in Objekten löst und über den Tellerrand hinausschaut. Ein Gespräch an einem Wirtshaustisch im Schwarzwald und im Atelier in Pforzheim.

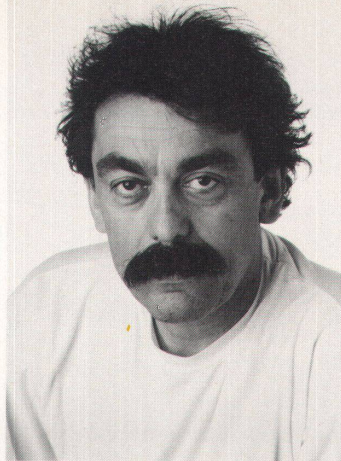
Hochparterre (HP): Material, Konstruktion, Oberfläche, Verpackungen, Grafik – alles einzelne Teile, auch wenn sie zusammen betrachtet und nach umweltverträglichen Kriterien gestaltet werden – letztlich geht es darum, eine Ware mehr in die Welt zu setzen. Wie gehst du mit dem Trugbild um, dass ein Umweltproblem gelöst sei, wenn alle Autos mit Katalysator fahren?

Günter Horntrich: Das Dilemma plagt mich beim Schwarzwaldspaziergang am Sonntag. Mir kommen die Mountain-Bike-Fahrer zu Hunderten in ihren grellen Kleidern entgegen. Dann merke ich, dass Designer etwas falsch machen. Ein Fahrrad, auch ein Mountain-Bike, ist eine herrliche Aufgabe, es gibt viele interessante Details zu lösen, zum Beispiel am Sattel oder an den Bremsen. Und eigentlich ist das Fahrrad ja recht umweltverträglich. Aber Marketingstrategien sorgen dafür, dass möglichst viele solcher Geräte gebaut werden, und die Massierung dieser neuen Fahrzeuge zerstört die letzten noch einigermaßen naturnahen Gebiete.

HP: ... und die Konsequenz?

Horntrich: Wir müssen vermehrt auch die Auswirkungen von Produkten bedenken und einplanen. Wie, weiss ich auch nicht. Design stösst hier wohl an Grenzen. Im Kern geht es darum, auf Produkte zu verzichten. Für Designer geht es darum, Aufträge abzulehnen. Ich arbeite nicht mehr an Freizeit- und Sportgeräten. Wir wissen es ja schon seit dem Bericht des Club of Rome Anfang der siebziger Jahre, dass es so nicht geht, wie es geht. Auf mich haben die scharfsinnigen Thesen von Hans A. Pestalozzi gewirkt. Die Umstellung auf eine verträglichere Industrie kostet allerdings auch bei gutem Willen mehr als vermutet. Das Denken ist nach wie vor kurzfristig, die Investitionen in den Maschinenpark sind gewaltig, die Verkaufschienen eingefahren und die Verbindungen zu Lieferanten alt. Auch Design hängt da mitten drin. Noch in den achtziger Jahren war unser Tun eng an die Schaffung von immer neuen Waren geknüpft, und die Designer tragen mit Schuld an der explodierenden Vielfalt, die keinen Sinn macht. Zurzeit bricht das um. Morgen werden wir Designer dafür bezahlt werden, dass wir Waren verhindern.

HP: Nun seid ihr Schwaben zwar fleissig und sparsam, aber eure Autos legen von Jahr zu



Günter Horntrich, Drahtzieher, Chefdenker und Besitzer von Yellow Design

Jahr PS zu und werden immer mehr. Mit dem Appell zu gutem Willen wird es wohl nicht funktionieren.

Horntrich: Ich setze nicht auf den Appell zur neuen Bescheidenheit. Im Grunde ist ja schon klar, dass beispielsweise immer mehr Autofahren nicht geht. Solange es aber gefördert wird mit Strassen und Autobau, braucht es eben jeder. Ich übrigens auch. Mehr als Appelle interessieren mich die neuen Technologien und Ideen, die die Produktion in geschlossene Kreisläufe bringen wollen.

HP: Was verstehst du unter Design von «Kreislauf und nachhaltiger Nutzung»?

Horntrich: Vieles ist heute aus einem Guss gestaltet, sodass es schwer repariert werden kann und weggeschmissen wird. Eine Kaffeemaschine zum Beispiel soll so aufgebaut werden, dass die kurz-, mittel- und langfristigen

Für die 18. Triennale in Mailand hat Yellow ein Mode-Projekt als Lernstück und Statement für alternative Fertigung und Entsorgung von Kleidern entworfen. Zum Beispiel dieses Bustier mit Bolero aus genähtem und verleimtem Papier. Präsentiert wurde der Entwurf von Mannequins aus Stahl mit gesteuertem Kuss-, Schmoll- und Smilemund an einer mechanischen Modeschau.



Interview: Köbi Gantenbein

Teile einzeln ersetzbar sind. Die Teile sollen so zusammengebaut werden, dass sie auseinandergenommen, geflickt und später wiederverwertet werden können.

HP: Die noch kurze Geschichte der ökologischen Reparatur zeigt, dass ohne Gesetze wenig geht. Erst die Luftreinhalteverordnungen bewegen die Manager und dann die Designer, erst wenn die Preise politisch anders gesteuert werden als heute, wird Veränderung denkbar. Was nützt da der Entwurf eines Kreislaufs?

Horntrich: Das mit der Luftverordnung mag stimmen, aber ich traue der Industrie viel mehr zu als den Politikern. Viele in der Industrie sind im Kopf weit und wollen Lösungen für Probleme, die sie ja auch einsehen. Und es gibt ja einige überzeugende Vorschläge, die auch umgesetzt werden. Vor allem: Die Industrie hat Angst vor den wehrhaften Konsumenten. Die Leute, die den Müll an der Kasse liegen lassen und bestimmte Waren einfach nicht mehr kaufen, werden zunehmen.

HP: Dein Anspruch heisst einerseits ökologische Verträglichkeit. Dafür entwickelt ihr Ideen und Konzepte. Auf der anderen Seite entwirft Yellow Produkte wie elektrische Zahnbürsten und Mundduschen. Wie gehst du mit solchen Widersprüchen um?

Horntrich: Für mich ist das ein Seiltanz. Wer über zwanzig Jahre im Geschäft ist, kann zwar immer wieder am Tagesgeschehen verzweifeln, aber er hat wohl eine dicke Haut. Etwa ein Viertel unserer Aufträge verlangt ausdrücklich ökologisch profilierte Lösungen. Ein beträchtlicher Teil der Arbeit sind «Bread-and-Butter», von dem wir leben und das wir so zu lösen versuchen, dass es gewissen Kriterien genügt. Ich denke da an die Auswahl von Materialien oder an kluge, zerlegbare Konstruktionen. Mit den internen Studien, die wir uns dank Alltagswerk leisten können, suchen wir nach solchen neuen Wegen. Damit lassen sich dann wieder in den Firmen Funken zünden. Und weil ich im Vogelschwarm nicht mehr in der 48. Reihe als dritter von links mitfliege, habe ich nicht nur Erfahrungen, sondern durchaus auch Einfluss.

HP: Aber bezahlt wird der Designer meist per Lizenz, und die hängt ja nicht von der kritischen Frage, sondern von möglichst hohen Stückzahlen ab.

Horntrich: Ich wehre mich dafür, dass unsere Arbeit wie die der Werbeagenturen vermehrt mit einem Etat bezahlt wird, damit wir eigenständige Untersuchungen auf die Beine stellen können. So wird es erst möglich, aus Gestalter-sicht abzuklären, welche Produkte es braucht und welche nicht und wie die, die es braucht, zu gestalten sind. ■