

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 14 (2001)
Heft: [6]: 3. Industrie Design Tag : "How to Design Innovation" : 21. Juni 2001, 9.00-17.00 Uhr : Design Center Langenthal

Artikel: Gummi statt Plüscheffekt
Autor: Fueter, Maja
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121669>

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: 17.01.2026

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

«Jede Neuigkeit ist eine neue Kombination bekannter Elemente», sagt Christian Harbeke, Mitinhaber des Zürcher Designbüros Nose. Er berichtet, wie die Designerinnen und Designer der Agentur Nose Ideen finden und Neues gestalten.

«Die Ideen für neue Produkte gehen mir nie aus», sagt Christian Harbeke, Designer, Ingenieur und Mitinhaber des Zürcher Designateliers Nose, eines der grössten der Schweiz. Und er fährt weiter: «Denn es gibt keinen Gebrauchsgegenstand, an dem mich nichts ärgern könnte. Wenn das runterfällt», er deutet auf das vor ihm liegende Tonbandgerät, «ist es sicher kaputt. Es wäre doch schön, wenn es wieder hochspringen würde wie ein kleiner Gummiball, und ich es auffangen könnte. Ob eine solche Schutzhülle für dieses Produkt sinnvoll ist, müsste man allerdings überdenken.» Das also meint Harbeke, wenn er erklärt, dass Neues entsteht. Designer kombinieren Bekanntes oder übertragen Eigenschaften von einem Produkt auf ein anderes.

Fragen und Beobachten

Wer so unterschiedliche Dinge, wie Gummiball und Aufnahmegerät, zusammenbringen will, muss zunächst einmal beobachten. Für Christian Harbeke heisst das, dass er sich zu Beginn eines jeden Projektes in den möglichen

sitzen geblieben, wären seine Schlussfolgerungen möglicherweise anders ausgefallen.

Die Beobachtungen be- und verwertet der Designer allein oder im Team. «Im Team ist es oft so, dass wir uns gegenseitig hochschaukeln und so auf die besten Lösungen kommen. Aber auch im Dialog mit der Skizze entstehen Ideen oder fallen mir Verbesserungsvorschläge ein.» Beide Wege der Ideenfindung sind für ihn gleichermassen wichtig und je nach Auftrag oder Arbeitsphase angemessen.

Innovation gestalterisch bändigen

Design ist nicht gleich Innovation, aber Design kann eine technische Innovation offensichtlich oder nutzbar machen. «Bei Geräten mit einem hohen Anteil an Elektronik ist der Innovationsgehalt meist gegeben. Denn die Technik entwickelt sich kontinuierlich weiter», erklärt Harbeke. «Unsere Aufgabe ist es dann, diese Innovation zu bändigen, um sie für den Kunden verständlich oder handhabbar zu machen.» Das heisst zum Beispiel eine gut bedienbare Ober-

Studio de Lucchi aus Mailand, das für die Deutsche Bahn die Reisezentren gestaltet hat; die Architekten von Gerkan, Marg und Partner aus Hamburg, die einige deutsche Bahnhöfe bauen, und Alexander Neumeister, den Designer des ICE, des japanischen Schnellzuges «Shinkansen» und der Aussenformen des «Transrapid 07».

Magnetmuster und Turnschuhe

Nose wollte die technischen Innovationen des «Transrapid 07» gestalterisch zum Ausdruck bringen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, griffen die Designer im gesamten Interieur die Optik der aneinander gereihten Magnete des Antriebs auf. So verläuft in der zweiten Klasse auf Sitzhöhe eine Verschallung aus Kunstharzplatten. Sie ist derart mehrfach mit einem Muster bedruckt, dass sich ein leicht dreidimensionaler Flimmereffekt ergibt, so als sähe man im Vorbeifahren auf die Magnete. Auch das Muster der Deckenverkleidung und der Sitzbezüge greift die Optik der Magnete auf. Als Bezugstoff hatte die Deutsche Bahn Velours vorge-

geillte Decke, ähnlich einem Sheddach, und wird so in den Raum gelenkt. Der Entwurf, inzwischen zum Patent angemeldet, wird dennoch nicht wie geplant durch Deutschland schweben. Der «Transrapid» wurde in Deutschland zum Politikum und aus Kostengründen abgelehnt. Er wird ab 2002 Flughafen und Stadtzentrum Shanghais miteinander verbinden.

Säule statt Häuschen

Die deutsche Telekom hat von der Bundesregierung den Auftrag, Deutschland mit öffentlichen Telefonen zu versorgen. Sie verdient an den Anlagen einzig in guten Lagen, und dort, wo sie Werbefläche an den Telefonhäuschen vermieten kann. Um die Kosten möglichst gering zu halten, ersetzt die Telekom die bestehenden Telefonhäuschen allmählich durch kostengünstigere Modelle. Das heisst Fernsprechanlagen, die sowohl in der Produktion günstiger sind als die bisherigen Häuschen, als auch in den Folgekosten, die durch Wartung oder Vandalismus entstehen. Den Auftrag, diese Modelle zu gestalten, er-

Gummi statt Plüscheffekt

Anwender versetzt. Wie begegnet dieser dem bestehenden Produkt, ist seine erste Frage. Was funktioniert, was funktioniert nicht, was ist erwünscht? Aus den Antworten formuliert er die Anforderungen an das neue Produkt. Als Beispiel für diesen Prozess nennt Harbeke die Bern-Lötschberg-Simplon-Bahn, die Nose berät. «Ich setzte mich als erstes in den Zug und fuhr einen Tag lang auf dem Schienennetz herum. Nur so konnte ich mir ein Bild davon machen, wie der Reisende oder Pendler die Bahn erlebt», erklärt er. Und er musste feststellen, dass die Privatbahnen ausser im Rollmaterial kaum als eigenständige Bahnunternehmen wahrgenommen werden können, sondern, dass der Kunde vielmehr den Eindruck gewinnen muss, er fahre mit der SBB. Wäre Harbeke an seinem Schreibtisch

fläche für ein Hightech-Produkt gestalten. Die Gestaltung einer Neuerung ist aber auch deshalb wichtig, weil die Form, das Aussehen, etwas vom Inhalt mitteilt. Für Büchi Labortechnik hat Nose ein Verdunstungsgerät gestaltet. «Solche Produkte», so Harbeke, «sind mit all ihren Funktionen für den Benutzer kaum erfassbar. Ist das Äussere jedoch präzise und sorgfältig gestaltet, unterstellt der Betrachter dem Gerät Hochwertigkeit und Funktionalität.»

Einer Innovation Gestalt verliehen hat Nose zum Beispiel mit der Magnetschwebbahn «Transrapid 08». Der Zug war nach fast dreissigjähriger Entwicklungszeit 1991 technisch ausgereift und schwebte 1993 mit 450 km/h Weltrekord. 1997 stach Nose in einem eingeleiteten Wettbewerb um die Gestaltung des Interieurs namhafte Büros aus: Das

schrieben. «Meiner Meinung nach», erklärt Harbeke, «passt der Plüsch-Effekt dieses Stoffes nicht zum «Transrapid».» Also überlegte er, wie er dem Stoff ein Hightech-Aussehen verpassen könnte. Als Vorbild und Analogie nahm der Designer Nike-Turnschuhe und ritzte Rillenmuster in den Stoff. Dadurch erhielt er eine dreidimensionale, sportive Wirkung. Auf den Sitzen durchziehen nun Linien den Stoff wie Schneisen.

Nose gestaltete bei diesem Projekt aber nicht nur den «Transrapid», sondern entwickelte auch selbst ein Produkt: Über die gesamte Länge der Waggondecken wurde zwischen zwei Glasflächen eine mit feinen Löchern versehene, schmale Metallfläche installiert. Durch die Glasflächen wird der Innenraum beleuchtet, durch die Metallfläche kommt die Frischluft. Dabei fällt das Licht auf eine

hielt Nose. Die Designer machten aus der Not eine Tugend und reduzierten das Häuschen auf eine Säule. Ohne Dach und Windschutz blieben 2,5 Meter hohe Säulen, einzig mit einer Ablage für Handtasche oder Aktenkoffer versehen. Die Innovation liegt unter anderem in der Integration der technischen Komponenten. Wie im Küchenbau haben alle technischen Bestandteile die gleiche Grundfläche und können daher flächenbündig übereinander eingebaut werden. Die Masse des Tresors gaben dabei die Masse der Säule vor. Auch hier: Altbekanntes geschickt neu verwenden ist ein probates Können des Designers.

Maja Fueter



Christian Harbeke studierte Maschineningenieur an der ETH und Design an der HFG Zürich. Er war Industrial Designer bei der Agentur Zintzmeyer & Lux in Zürich. Dort lernte er auch seine beiden Partner Ruedi August Müller und Ruedi Alexander Müller kennen. 1991 gründeten sie die Firma NOSE Design Intelligence in Zürich. Die Firma betreut Unternehmen in den Bereichen Industrial, Interaction und Graphic Design von der Beratung bis zur Umsetzung. Zu den Kunden von Nose zählen neben der Deutschen Bahn, Büchi und der Deutschen Telekom auch u.a. Swisscom, Hilti, Studer Professional Audio, Phonak, Arova Mammut, Schindler Mobile, und velo.com.

www.Nose.ch



© Peter Klink



© NOSE