

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 27 (2014)
Heft: 6-7

Artikel: Mundgerecht
Autor: Glanzmann, Lilia
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-583485>

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: 13.01.2026

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

Mundgerecht

Bibi hat einen zweistelligen Millionenbetrag in einen Schweizer Schnuller investiert. Der Designer Dominic Sturm hat den neuen Nuggi entworfen.

Text:
Lilia Glanzmann
Fotos:
Markus Frietsch

Zehn Millionen Schnuller produziert Bibi in Regensburg jährlich. Bibi ist eine Eigenmarke der Firma Lamprecht, einer einstigen Gummifabrik. Nebst Schnullern aus Silikon und Kautschuk werden dort weitere Hygieneartikel produziert und vertrieben – Kondome, Wäsche und Bandagen. Das alte Schnullermodell verkaufte Bibi 15 Jahren lang, bis die Zahlen stagnierten. Um Kosten zu senken, hatte das Unternehmen bereits die interne Entwicklungsabteilung geschlossen. Dadurch ging Wissen verloren, und als sich die Geschäftsleitung 2011 schliesslich entschied, zu investieren und das bestehende Produkt zu erneuern, mussten für das Projekt erst externe Partner gefunden werden. So kam der Designer Dominic Sturm zum Zug.

Die Firma hatte ihre Schnuller noch nie mit Designern entwickelt. Geplant war es auch dieses Mal nicht. Bibi kontaktierte das in der Nachbarschaft in Regensburg ansässige Ingenieurbüro Impuls Engineering. Da dessen Inhaber Patrick Scheiber bereits mit Dominic Sturm gearbeitet hatte, schlug er nach der technischen Machbarkeitsstudie vor, ihn als Designer beizuziehen.

Dominic Sturm ist Vater und kennt das Problem. Ein Schnuller ist ein seltsames Produkt: «Man hat ein schlechtes Gewissen wegen auf Lebzeiten beschädigter Zahnstellung, und doch ist er ein Segen für die Eltern», sagt er. Als Designer beschäftigte er sich vor drei Jahren erstmals mit der Materie, als er von Bibi kontaktiert wurde. Deren Schnuller wurden bis dahin manuell kontrolliert. «Das übernehmen zukünftig Vision-Systeme auf vollautomatischen Maschinen – ein Mensch pro Maschine reicht dann aus», sagt Michael Nielsen, Leiter Operations, der für das Projekt verantwortlich war. Für eine wirtschaftlichere Produktion sollten die bisher fünf Einzelteile – Spitze, Schild, Ring, Knopf und Knopfhalter – auf drei reduziert werden.

«Aus Sicht des Herstellers ging es in erster Linie darum, zwei Teile einzusparen», sagt Sturm. Da es sich schon beim bestehenden Modell um einen technizistischen Entwurf handelte, schlug der Designer vor, diesem eine sinnlichere Gestalt zu geben. «Ich präsentierte sechs neue Vorschläge.» Diese sollten sich besser in die Welt von Eltern und Babys fügen und sich formsprachlich auf Schlagwörter wie Intimität, Hygiene und Fürsorge beziehen: «Das bedeutete keine offensichtlich technischen Formen und weichere Übergänge», sagt der Designer. Auch interpretierte er die zwei Luftlöcher auf dem Schild als Augen. Bibi gefiel die Idee eines Redesigns. Allerdings sollte sich der Schnuller nicht zu stark vom alten Produkt unterschei-

den. «Bibi bleibt Bibi», hatte es geheissen, erinnert sich Sturm. So sollte die typische Herzform des Schilds beibehalten werden, ebenso die Luftlöcher. Sturm und das Ingenieurteam machten sich an die Arbeit.

Schild und Noppen: Brustwarzen imitieren

Saugen beruhigt und tröstet. Mit diesem Argument verkauft Bibi seit 75 Jahren Schnuller. Beruhigend sollen auch die Noppen auf der Innenseite des Schilds wirken. Was an die Brustwarzen der Mutter erinnert und sich als «Sensoparls» gut vermarkten lässt, hat allerdings einen technischen Hintergrund: Das Schild wird im Zwei-Komponenten-Spritzguss gefertigt, die Noppen dienen auch der besseren Verbindung der Kunststoffe. Damit lassen sich Eigenschaften verbinden – harte mit weichen oder verstärkte mit gleitoptimierten Kunststoffen.

«Es überraschte mich, wie unauffällig die aufwendige Fertigungstechnologie beim alten Nuggi eingesetzt wurde», sagt Sturm. Die Zweifarbigkeit war bisher nur durch die Noppen auf der Innenseite des Schilds sichtbar. Sturm schlug vor, einen weichen und einen harten Werkstoff zu kombinieren: «Wie wir es von Zahnbürsten kennen.» Zudem sollte der Zwei-Komponenten-Spritzguss auch auf der Vorderseite des Schildes sichtbar sein; also wenn das Kind den Schnuller im Mund hat. «Hart und weich zu kombinieren, kam für den Hersteller nicht in Frage, der Vorschlag der sichtbaren Zweifarbigkeit aber überzeugte», sagt der Designer.

Aus fünf mach drei – oder vier

Die Anzahl Teile zu reduzieren, stellte sich als schwieriger heraus, als in der Machbarkeitsstudie angenommen. Ein Schnuller aus drei Teilen – Schild, Knopf und Saugspitze – funktioniert für die Nachtversion. Der Ring des Tagesschnullers aber stellte eine Herausforderung dar: «Die Käufer wünschen einen beweglichen Ring», sagt Michael Nielsen. Ring und Knopf zu einem Teil zusammenzufassen und gleichzeitig beweglich zu halten, war unter den gegebenen Umständen nicht umsetzbar.

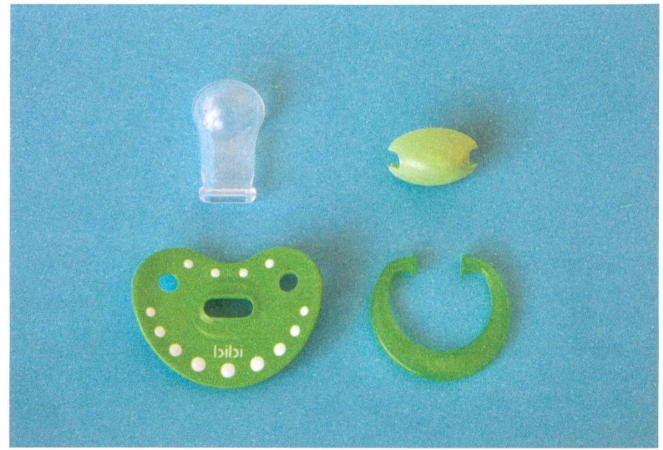
So wird der Tagesschnuller nun aus vier Komponenten gefertigt: Spitze, Schild, Knopf und Ring. Letzterer wurde vom Entwicklungsteam verbessert. Er ist weiterhin beweglich, rutscht aber nicht mehr nach links und rechts – was sich zudem auf das Geräusch auswirkt, wenn der Schnuller auf den Boden fällt: «Er sollte nicht billigscheppern», sagt der Designer. Neben einer Tages- und Nachtversion mit und ohne Ring gibt es unterschiedliche Saugspitzen – deren Materialisierung ist kulturell bedingt: Südliche Länder bevorzugen den gelblichen Kautschuk, nördlich der Alpen ist durchsichtiges Silikon gefragt. →



Ob es die Kundschaft bemerkt? Der Designer Dominic Sturm hat dem vorher technizistischen Bibi-Schnuller eine sinnlichere Gestalt verliehen.



Links der alte, hausinterne Entwurf der Schweizer Marke Bibi, rechts der von Dominic Sturm überarbeitete Schnuller.



Spitze, Knopf, Schild und beweglicher Ring: Die Anzahl Teile, aus denen der Tagesschnuller besteht, konnte von fünf auf vier reduziert werden. Beim Nachtschnuller fällt der Ring weg.

→ Da Bibi über keine ergonomische Abteilung verfügt, sprach Sturm mit Kieferorthopäden und bewegte Lamprecht dazu, einen Ergonomen beizuziehen, der Testserien von Prototypen mit Kleinkindern und ihren Eltern begleitete. Die gute Nachricht für alle Väter und Mütter: Kieferchirurgen sagen, bis drei Jahre spiele es keine Rolle, woran Babys saugen, erst danach könne die Zahnstellung geschädigt werden. «Bei der überarbeiteten Version sind die Spitzen flacher geformt und weicher, damit sie sich dem kindlichen Kiefer besser anpassen, genügend Platz für die Zunge bieten und nicht unnötig auf die Zähne drücken», sagt der Designer. Zudem muss der Schwerpunkt beim Schnuller möglichst weit hinten liegen, damit er nicht aus dem Mund fällt.

Der Schild wurde, um eine grössere Fläche für die Dekors zu generieren, etwas erweitert. Während der Testphase stellte ein Teil der Eltern fest, dass die Beugung dieses grösseren Schilds Druckstellen bei den Babys hinterliess: «Der Ingenieur und ich hatten die Krümmung zwar richtig errechnet und gezeichnet, aber niemand rechnete damit, dass sich am Zwei-Komponenten-Prototyp beim Auskühlen der Kunststoff derart stark zusammenzieht», sagt Sturm. Da sich dieser Verzug nicht berechnen liess, musste ein vollwertiges Versuchswerkzeug gebaut werden, um sicherzugehen, dass er richtig kompensiert wird.

Gerade bei solch hochtechnischen Produktentwicklungen kommt Sturm seine Lehre als Maschinenmechaniker zugute: «Ich kann mit den Produzenten konstruktiv auf Augenhöhe diskutieren und mit manchmal quergedachten Ansätzen zur Problemlösung beitragen», sagt er. Doch wofür sind eigentlich die zwei Löcher im Schild? Sie dienen der Sicherheit: So kommt trotzdem noch Luft in die Lungen, sollte der Schnuller verschluckt werden. Und die Haut hinter dem Schild bleibt belüftet. Normen einzuhalten, sind bei einem Produkt für Kleinkinder das A und O, ein paar Millimeter zu viel können teuer werden – der Durchmesser dieser Löcher etwa darf nur 5,3 Millimeter betragen, da die kleinen Fingerchen sonst darin stecken bleiben könnten. «Eine Fingerfalle», so der Designer.

Die neuen Spitzen sind auffällig mit «Swiss Made» gebrandet. Sturm plädierte dafür: «Die Firma muss sich von der Konkurrenz abheben.» Das Standortargument an der sinnlichsten Stelle, dem Sauger, auszuspielen, schien ihm wichtig: «Mit Produkten der Marke «Schweiz» verbinden Konsumenten Qualität, Tradition und Sicherheit», sagt er.

Landgemacht

Schweizer Qualität kostet. Allerdings ist sie den Kunden auch etwas wert, weshalb sie nun als Vermarktungsinstrument genutzt wird. Bisher war der Herkunftsnachweis auf den Ring geprägt, und das Label kam mal oben, mal unten zu liegen. Die neue Produktionsstrasse erkennt, auf welcher Seite der Ring mit «Bibi» gebrandet ist und montiert ihn immer obenliegend.

Auch die Verpackung interessierte den Designer: «Bisher warfen Eltern die Schutzkappe meist weg», sagt er. Sie hielten sie für einen Teil der Verpackung, da daran ein Fortsatz im selben Material montiert war. Er diente dazu, den Schnuller in der Kartonschachtel zu platzieren. Nun übernimmt ein Kunststoffblistert diese Funktion, und die Schutzkappe ist klar als solche erkennbar. «Eine von Grund auf neue Verpackung zu gestalten, wäre interessant gewesen», sagt Sturm. Doch der Hersteller verzichtete darauf.

Und die farbigen Dekors auf dem Schild? Eine externe Grafikerin fertigt die Designs. «Wir lancieren jede Saison mindestens drei neue: eines für Mädchen, eines für Buben und einmal neutral», sagt Michael Nielsen. Sie werden im Tampondruckverfahren hergestellt, vier Farben auf einen Produktionszyklus sind möglich. Sturm hat vorgeschlagen, den Entwurfsprozess zu optimieren, doch vorerst verzichtet Bibi darauf. Der Designer sieht einen Pool aus Illustratoren vor, die von ihm erarbeitete Themen und Farben in Dekors umsetzen. Er sieht sich als Generalunternehmer: «Das ist die Zukunft unseres Berufsstands – meine Arbeit hört bei allen Projekten nicht beim gezeichneten Produkt auf, sie geht hin bis zur Vermarktung und zu den Fotos, mit denen es auf der Website gezeigt wird», sagt Dominic Sturm.



Links die alte Schutzkappe mit Fortsatz, der den Schnuller in der Schachtel platzierte. Nun ersetzt ein Blister diese Funktion, die neue Schutzkappe ist als solche erkennbar.

Kommentar

Bibi bleibt Bibi

Es gibt kaum mehr ein Unternehmen, das sich in der Schweiz noch Massenfertigung im Stil der Schnullerproduktion leisten kann. Lamprecht ist eine Ausnahme: Nur mit dem hochtechnisierten Maschinenpark und durch den hohen Automatisierungsgrad rechnet es sich, weiterhin hierzulande zu produzieren.

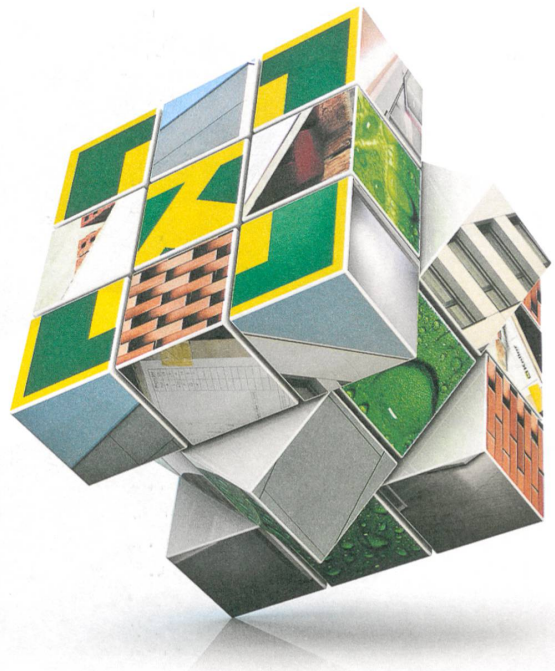
Ein Vorteil des Unternehmens ist zudem das Zielpublikum – junge Eltern, die bereit sind, für ein hochpreisiges Produkt zu bezahlen, weil sie davon ausgehen, dass es ihrem Kleinkind weniger schadet als ein billiges. Die Schnullerbranche spielt dieses Argument gezielt, setzte die letzten Jahre auf Angstmake-Marketing und betonte die Kieferschäden, die Konkurrenzprodukte verursachten.

Mit dem neu gestalteten Schnuller wäre es nun möglich, auf eine frische Marketingstrategie zu setzen: Der Designer Dominic Sturm hat an den Radien gefeilt, aus dem konstruierten Ingenieursentwurf ist ein sinnlicher Schnuller geworden – kindergerechter und wertiger als das alte Modell.

Dazu gehört aber ein von vorne bis hinten durchdachtes Redesign. Verpasst wurde die Chance, auch gleich die Verpackung zu erneuern: Hängen zurzeit in den Läden alte neben neuen Schnullern, erkennt der Konsument kaum das neue Produkt. Auch die altmodischen Dekors auf der Vorderseite des Schildes wurden nicht überarbeitet – ein Farbkonzept oder Trendstudien gibt es bei Bibi nicht.

Einen zweistelligen Millionenbetrag hat Bibi in die Schnuller investiert, alle Maschinen sind Sonderanfertigungen. Unverständlich, dass das KMU das Projekt nicht zu Ende denkt: Bereits wurden intern Haltebändchen für die neuen Schnuller entwickelt, ohne Zutun des Designers. Dabei ist keine Linie erkennbar, erneut setzt Bibi auf schnelle Zahlen anstatt auf optimierte Prozesse und aufeinander abgestimmte Produkte. Lilia Glanzmann ●

Rubik's Cube® used by permission of Seven Towns Ltd. www.rubiks.com

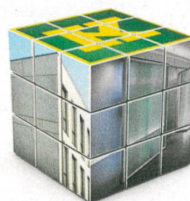


Die richtige Kombination

Innovatives Denken und projektorientiertes Handeln hat in unserem Unternehmen eine lange Tradition.

Darauf ist unser Fundament gebaut und das beweisen wir täglich in allen unseren Tätigkeitsgebieten. Die Zukunft gehört der Flexibilität, der Qualität und dem Mehrwert. Überzeugen Sie sich:

www.keller-systeme.ch



Planung & Ausführung
Mauerwerk & Betonelemente
Fassaden
Innenausbau
Immobilien
Nachhaltigkeit & Innovation

K Keller
Mit System am Bau