

Design in der Schräglage : Bernina und Glacier Express

Autor(en): **Honegger, Urs**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **19 (2006)**

Heft 10

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-122986>

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.

Design in der Schräglage

Text: Urs Honegger
Fotos: Ralph Feiner

Dieses Jahr haben die beiden wichtigsten Touristenzüge der Schweiz neues Rollmaterial bekommen. Der Glacier Express will mit dem Design zur werbewirksamen Marke werden. Wie er sich dabei in der Landschaft präsentiert, war offensichtlich zweitrangig. Der Bernina Express dagegen setzt auf die traditionellen Farben und den Panoramablick.



1



2

- 1 Ein Bild, wie wir es lieben: der Bernina Express mit den abgerundeten Fenstern in der üppig grünen Berglandschaft.
- 2 Wie ein Fremdkörper wirken dagegen die stellenweise gletscherblau gestrichenen Wagons des Glacier Express.
- 3 Trotz der breiteren Decke erlauben die durchgehenden Panoramafenster des Bernina Express dem Fahrgast eine viel offeneren Sicht auf die Alpen.
- 4 Im neuen Glacier Express stören die horizontalen Sprossen der Fenster in der Dachschräge den Blick auf die Berge.

• Pius Brantschen aus Herbriggen im Mattertal staunte nicht schlecht, wie er auf seiner Weide gerade den Vorschlaghammer über den Kopf hob, um einen Zaunpfahl in den Boden zu schlagen. Vor seinen Augen zog der neue Glacier Express vorbei. Züge hatte Brantschen schon viele gesehen, doch einen solchen noch nie. Eine Woche später, nachdem sich dieses Schauspiel täglich wiederholt hatte, wusste Brantschen, was ihn störte: Der Zug war nicht rot. Die Züge der Furka-Oberalp-Bahn waren rot, diejenigen der Brig-Visp-Zermatt-Bahn ebenfalls, auch das Rollmaterial der aus diesen beiden Gesellschaften entstandenen Matterhorn-Gotthard-Bahn ist rot bemalt und nicht zuletzt ist die rote Farbe das Markenzeichen der Rhätischen Bahn im fernen Graubünden. Dieser Zug aber war hellblau. Oder grün? Türkis? Jedenfalls eine Farbe, wie sie sich für eine anständige Eisenbahn nicht gehört.

Gletscherblau und Schweizerrot

Der Glacier Express verkehrt seit dieser Sommersaison mit neuen Panoramawagen zwischen Zermatt und St. Moritz. In den letzten Jahren wollten diese Reise immer weniger Touristen unternehmen. Den Grund dafür suchten die Betreiber beim veralteten Rollmaterial, das den Ansprüchen der internationalen Klienten nicht mehr genügte. Darum haben die Rhätische Bahn und die Matterhorn-Gotthard-Bahn, denen der Glacier Express zusammen gehört, bei der Firma Stadler Rail in Altenrhein SG für 60 Millionen Franken vier Zugkompositionen gekauft. Die neuen Panoramawagen bieten viel Komfort und eine ruhige Fahrt. Doch das ist nicht genug. Die Wagen sollen auch Aushängeschild sein: «Der neue Glacier Express sollte ein weltweites Markenzeichen werden, modern und werbewirksam», formuliert Leo Fäh von der Rhätischen Bahn die Vorgabe an den Hersteller. Das Design des Zugs scheint denn auch mehr für seinen Auftritt in Prospekten und auf Plakaten ausgelegt zu sein, als für die Fahrt durch die Berge. Das hat vor allem mit seiner Farbe zu tun. Ausser sind die Wagen grösstenteils gletscherblau. Was der Farbbezeichnung nach bestens passt, bleibt ein Fremdkörper. Denn mit den Gletschern, wie sie die Fahrgäste zu sehen bekommen, hat die Farbe wenig zu tun. Überlappend – von einem Wagen zum nächsten – führen Schweizerkreuze die Komposition zur optischen Einheit zusammen. Ihre Schräglage soll für Dynamik sorgen. Das ist unnötig bei einem Gefährt, das bei jeder Attraktion abbremsst, damit die Passagiere den Anblick in Ruhe geniessen können. Ausserdem zieht sich die angestrebte Einheit nicht von vorn bis hinten durch. Neue Loks hat der Glacier Express nämlich nicht bekommen und die alten passen nicht zum neuen Design. Gletscherblau und schräg gelegte Schweizerkreuze ergeben einen derben Kontrast. →



ANJSEN

→ Damit erfüllen sie auf den Werbemedien ihren Zweck: Sie stechen ins Auge. Als gute Gestaltung, die zum Produkt passt, kann diese Kombination aber auch im Werbezusammenhang nicht bezeichnet werden: Hier wirken die Farbe altbacken und die Kreuze klobig.

Die Form folgt dem Gewicht

Die eckige Form des Zugs macht die Sache nicht besser. Die Wagen haben den Querschnitt eines an den oberen Ecken abgeschrägten Rechtecks. Die Panoramafenster bestehen aus einem grossen, geraden Fenster und einem zweiten, kleineren in der Schräge. Dazwischen versperrt eine Verstrebung die Sicht. Über diesen Designentscheid konnten Betreiber, Hersteller und Designer jedoch nicht streiten. Denn als unverrückbarer Parameter bestimmt das Gewicht der Wagen ihr Design. Die sechs Wagen dürfen zusammen nicht schwerer als 135 Tonnen sein. Sonst kommt der Zug trotz Zahnrad nicht mehr die Berge hoch. Durch die abgeschrägte Form kann ein Wagen viel leichter gebaut werden. Für die eckige Variante sprach auch die Form des Vorgängers. Die Anfang der Neunzigerjahre von der italienischen Firma Breda und dem Designbüro Pininfarina gebauten Panoramawagen sind ebenfalls abgeschrägt. Diese Wagen werden in Zukunft innen und aussen auf den Stand der neuen gebracht, um mit diesen zusammen zusätzliche Zugkompositionen zu bilden. Die Aussenbemalung war den Auftraggebern so wichtig, dass sie dem Büro Tricon Design aus Tübingen den Auftrag gaben, ein Corporate Design zu erarbeiten. So ging es plötzlich nicht mehr nur um den Zug, sondern um verschiedene Werbeartikel. Die Internetseite des Glacier Express ist bereits gletscherblau und schweizerrot. Momentan ist Tricon Design dabei, Bahnhofsschilder und Mützen

zu entwerfen. Vom Vorwurf, der Zug passe nicht in seine Umgebung, hält Dieter Kobel, Projektleiter bei Tricon, wenig: «Das unverwechselbare Design des Glacier Express ist im internationalen Tourismus absolut notwendig.»

Auch der Bernina Express hat seit dem Jahr 2000 neu gestaltete Panoramawagen von Stadler Rail. Weil sie sich bewährt haben, hat die Rhätische Bahn als Betreiberin dieses Jahr zehn neue angeschafft. Der Wagen unterscheidet sich in Form und Farbe von seinem Bruder beim Glacier Express. Die Fenster sind gegen die Decke hin abgerundet. Dadurch verzerrt sich der Ausblick ein wenig. Trotzdem legt die durchgehende Fensterfläche mehr Panorama frei als die unterteilte des Glacier Express. Vor allem nach oben wirkt der Bernina Express offener als der Glacier Express. Von aussen betrachtet fügt sich die runde Form besser in die Landschaft ein. Was die Farbe betrifft, setzt der Bernina Express auf Tradition: Er ist rot, wie alle Züge der Rhätischen Bahn. Der Bernina Express kommt ohne auffälliges Corporate Design aus. Was die Auslastung betrifft, steht er dem Glacier Express nur wenig nach. In Sachen Reputation sind beide Züge internationale Spitzenklasse. Die Rhätische Bahn will die Linie ausbauen.

Ein grandioses Erlebnis ist die Fahrt in beiden Zügen – unabhängig von Form und Farbe der Wagen. Man sitzt sowohl in der ersten als auch in der zweiten Klasse bequem und hat einen wunderbaren Ausblick. Im neuen Glacier Express wird ausserdem das Essen an den Platz serviert. Der eigentliche Star ist aber nicht der Zug, sondern die Landschaft. Inzwischen hat sich auch Pius Brantschen mit dem neuen Zug abgefunden. Manchmal winkt er den Touristen hinter den grossen Fenstern zu und freut sich, dass diesen seine Heimat gefällt. Eins bleibt für Brantschen jedoch klar: Ein Zug ist rot. •

Glacier Express

- > Betreiber: Matterhorn-Gotthard-Bahn und Rhätische Bahn
- > In Betrieb seit: 1930
- > Spurweite: 1000 mm
- > Passagiere pro Jahr: rund 240 000
- > Neue Panoramawagen seit: 2006
- > Hersteller der Panoramawagen: Stadler Rail AG, Altenrhein SG
- > Design der Panoramawagen: Tricon Design, Kirchentellinsfurt, Tübingen
- > Kosten der Panoramawagen: 4 Kompositionen à 6 Wagen für CHF 60 Mio.

Bernina Express

- > Betreiberin: Rhätische Bahn
- > In Betrieb seit: 1973
- > Spurweite: 1000 mm
- > Passagiere pro Jahr: rund 200 000
- > Neue Panoramawagen seit: 2000 (2006 nachbestellt)
- > Hersteller der Panoramawagen: Stadler Rail, Altenrhein SG
- > Design der Panoramawagen: Inter Concept, Bergdietikon (innen), Süsskind Grafik Design, Chur (ausser)
- > Kosten der Panoramawagen: 10 Wagen für CHF 20 Mio.

swissbau

Basel 23–27/01/2007



Wir zeigen die Zukunft der Bauwirtschaft.

- Swissbau, die wichtigste und grösste Plattform für die Schweizer Bauwirtschaft
- Alles rund ums Bauen – Rohbau/Gebäudehülle, Innenausbau, Technik/Baustelle, Konzept/Planung – unter einem Dach
- Die aktuellsten Trends, Neuheiten und die besten Kontakte
- Mit spannenden Begleitveranstaltungen und Sonderschauen
- Was Sie sonst noch erwartet? Jetzt unter www.swissbau.ch

Wer baut, geht hin.

mh messe schweiz