Ludwig Walser : Gestalter für die Industrie

Autor(en): **Gantenbein, Köbi**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **2 (1989)**

Heft 5

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-119010

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

LUDWIG WALSER:

GESTALTER FÜR DIE IN

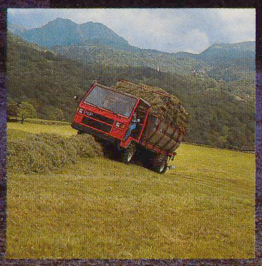
DUSTRIE

Sein liebstes Produkt ist der rote Aebi-Transporter. In den letzten fünfzehn Jahren hat er mehrere Generationen mitentwickelt. Aber er entwirft auch Werkzeugmaschinen, Präzisionsinstrumente oder Tonstudioanlagen: Ludwig Walser ist Gestalter für die Industrie. Seine Aufgabe ist es, der «Schweizer Qualität» ein Bild zu geben.

VON KÖBI GANTENBEIN

FOTOS: YVONNE GRISS

«Die Krise, in der sich unsere Zivilisation befindet, ist nicht eine Zielkrise, sondern eine Steuerungskrise. Nur, man muss sich auf die Einsicht stellen, dass wir unsere bedrängenden Probleme der wissenschaftlich-technischen Zivilisation nur innerhalb dieser und nicht gegen diese lösen können.» Diese Weltsicht von Hermann Lübbe, Philosophieprofessor in Zürich und einer der Chefideologen der schönen technischen Welt, prägt auch Ludwig Walser. Er ist Gestalter für die Industrie, seit 20 Jahren verwachsen mit dem Schweizer Maschinenbau. Er ist einer, der an die heutige, technische Welt glaubt; er entwirft mit seinem Atelier, der walserdesign ag, Fahrzeuge, Transportsysteme, Werkzeugmaschinen, Präzisionsinstrumente, Apparate und Tonstudioanlagen. Oft heisst das



Von der Bauernikone zum Kleinlastwagen – an mehreren Generationen Aebi hat Ludwig Walser mitgearbeitet. Die Tradition: knallrote Erscheinung. Die gestalterische Innovation: weg vom asketischen Bauerntransporter – hin zum luxuriösen Transporter, der tut, als sei er ein Lastwagen. Der vergebliche gestalterische Versuch: gelb statt rot.

Mechanisierung und Intensivierung der Landwirtschaft. Fürs Wettrennen braucht der Dorfmuni Maschinen, die stark aussehen.

Fahrzeugfronten

1. *TP 50. 1970 (Mitarbeit Jürg Schmid). Währschaft mit tiefem Schwerpunkt. Durch die Schrägstellung der Front wird der Schwerpunkt optisch tief gelegt. Das unterstützt die markante, seitlich verbreiterte Stossstange. Die Seitenabwinklung ist abhängig vom Kurvenradius. Damit die Lampen in die Blechfront integriert werden konnten, musste ein Tiefziehwerkzeug entwickelt werden.*

2. *TP 35. 1974 (Mitarbeit François Ruprecht). Die Sicherheit verlangt nach einem Dach. Das wird nun in die Karosserie integriert. Ein bis auf die Stossstange durchgehender Schutzrahmen trägt die Blechfront. Die Ausbuchtung der Frontteile kann mit dem gleichen Tiefziehwerkzeug wie beim TP 50 passieren – es wird einfach um 90 Grad gedreht. Grundform bleibt der rechte Winkel.*

3. *TP 27, 47, 67. Ab 1978 (Mitarbeit Nicolas Thomkins, Hans Brenner u.a.). Blech als Werkstoff hat ausgedient. Es ist Kunststoffzeit. Mit dem gleichen Werkzeug können verschiedene Typen hergestellt werden. Die einteilige Kunststofffront trägt eckige Leuchten und spiegelt einen grossen Kühler vor. Der Motor käme mit einem kleineren Kühlerbild ebenso aus, aber darum geht es nicht, sondern um die Darstellung von Potenz.*

Problem: Arbeitsplätze gestalten. Er arbeitet für die Produktion und nur selten für die Warenmärkte. Er ist dort mit dabei, wo all die Warenmengen, die unseren Alltag prägen, entstehen: solid und präzis, diszipliniert und im Hintergrund, fasziniert von den Möglichkeiten der Technik, verunsichert hin und wieder durch die «Störfälle», aber überzeugt vom Potential der technischen Entwicklung: «Technik an sich ist wertneutral. Das ist nicht von mir. Das sagen viele, die mit Technik zu tun haben und etwas von ihr verstehen. Es kommt nur darauf an, was wir mit ihr machen. Es ist in unserer Hand, und ich bin überzeugt, dass weniger Unvorhergesehenes passieren würde, wenn sich die Gestalter mehr in technischen Zusammenhängen engagierten. Die Verbindung zum Menschen, für den die Technik ja da ist, die Kommunikation gestalten, das ist ja eine unserer wichtigen Aufgaben.» Diese Überzeugung ist im Fundament von Walsers Weltbild. Sie wird vielseitig variiert, sie wird auch skeptisch überprüft, aber nie verworfen: Wir sind auf dem richtigen Weg, die Katastrophen machen Sorgen, aber es gibt kein Zurück. Auch der gezielte Umbau der Verhältnisse steht nicht zur Debatte.

Ludwig Walser ist 53 Jahre alt. In den frühen fünfziger Jahren hat er in Zürich eine Schreinerlehre gemacht und ist dann in die Kunstgewerbeschule eingetreten. Diese Zeit hat ihn wesentlich geprägt. Von Design war damals erst am Rand die Rede. Figuren wie Willy Guhl und Max Bill und von der Lektüre her Raymond Loewy waren für ihn Bibel und Propheten. Zugehört hat er auch Hans Hilfiker. Dieser Gestalter der Konstruktion, dieser vom Fortschritt und Potential der Technik tief überzeugte SBB-Ingenieur, hat Walser mit seinen Beiträgen zu einer durchdachten, disziplinierten Gestaltung des Technischen beeindruckt. (Von Hilfiker stammen u.a. die Bahnhofsuhr mit der roten Sekundenkelle und die Perrondächer von Winterthur-Grütze). Industrial Designer wurde Berufsziel. Ein Praktikum in den USA und Reisen durch dieses grosse Land öffneten Sinn und Augen. Wichtig auch ein halbjähriger Abstecher nach Japan: Die Disziplin, die formale Klarheit und Perfektion des japanischen Kunsthandwerks und die Aura der japanischen Architektur begeistern den jungen Schweizer.

Nach dem Abschluss der Kunstgewerbeschule lebt er für sechs Jahre in den USA und arbeitet in verschiedenen Designbüros, unter anderen bei Eliott Noyes, dem IBM-Designer. Er entwirft verschiedenste Projekte, die technische Disziplin für die industrielle Welt wird vielfältig geübt und geht über in Fleisch, Blut und Geist. 1968 zurück in die Schweiz und Gründung eines eigenen Ateliers. «Wir kamen mit dem Schiff von Amerika in Le Havre an und konnten da gar nicht an Land wegen der Unruhen. All die soziale und kulturelle Unrast hat mich natürlich schon beschäftigt, vor allem auch das Engagement der USA in Vietnam. Aber in der Schweiz hatte ich für Unrast kein Interesse und keine Zeit. Ich wollte meinen Betrieb und hatte familiäre Verpflichtungen.»

Auch die rabiate Konsumkritik jener Zeit hat sein Welt- und Berufsbild nicht erschüttert: «Ich war von zu grosser Skepsis auch verschont, weil ich mich von Anfang an mehr um Produktionsgüter als um Konsumwaren gekümmert habe.» Die Krise in der Schweizer Maschinenindustrie hat sein Weltbild gefestigt. «Damals haben die Unternehmer gemerkt, dass sie besser daran tun, Gestalter zu engagieren, wenn sie auf den Märkten bestehen wollen. Wir hatten viele Aufträge, unsere Leistung war gefragt.» Neben und nach der ökonomischen Krise die der Umwelt: Auch diese Schwierigkeiten brechen nicht in Walsers Weltbild ein. Die Orientierung am Objekt, die Moral der Sparsamkeit und Reduktion («Schon mein Vater hat mich gelehrt, dass alles eine Frage des Masses ist, und oft ist weniger mehr»), die Disziplin des Gestalters, der nach der möglichst einfachen Lösung sucht, ist als Richtschnur für eine hin und wieder problematische, aber nicht falsche Entwicklung gültig und klar.

Spielraum

Die Frage also an den Steuermann: Wie ist der Kurs zu ändern? Was ist der Spielraum des Gestalters, der mit von der Partie ist?

«Gestaltung ist nie eine Einzelaktion. Wir arbeiten grundsätzlich anders als Architekten, die ein Projekt

1

2

3

allein entwerfen und sich auch so darstellen. Ich habe es oft mit engen konstruktions- und fertigungstechnischen Randbedingungen zu tun, und das fasziniert mich. Dazu kommen das Bild im Kopf der Auftraggeber und die Vorstellungen in den Köpfen der Käufer, wie sie die Marktforschung erzählt. In dieser Enge entwerfe ich den Gegenstand. Ich höre allen Beteiligten zu und versuche ihre Erwartungen und Absichten in einem Bild zusammenzufassen. Der Gegenstand muss selber sprechen. Mein Ziel ist Wahrheit.»

Und wenn der Zuhörer hier die Augenbrauen hochzieht und staunt, wie schnell Praxis und Grundsatz zueinander finden können, so fährt der Gestalter fort: «Wahrheit heisst, das Produkt soll darstellen, was es kann. Es soll nicht visuell brüllen, aber es soll sich auch nicht zurückhalten. Die Schweizer Industrie stellt viele hochstehende Produkte her: Klare Bilder sind hier nützlich und nötig.» Da unterscheidet sich der Gestalter vom Konstrukteur. Er geht – im Idealfall – aus von einem bewussten Bild, das er auf den Skizzenblock zeichnet und dann im langen Hin und Her, kompetent und offen für technisch-konstruktive Fragen, zusammen mit dem Ingenieur realisiert. Das dauert lange und ist der entscheidende Unterschied zum Styling, zur Oberflächenkonfektion für den visuellen Knall.

Ludwig Walser bedauert die Vermodung des Designs: «Zurzeit legt das Marketing die Linie fest, und die Konstruktion kommt später. Diese Ungleichzeitigkeit ist ein Problem. Denn der Gestalter steht zwischen zwei Fronten. Die Marktleute fordern von uns visuelle Reize; sogar ein Werkzeug muss sexy sein und soll ja nicht lange leben. Dafür soll das Ganze viel weniger kosten. Und die Ingenieure schütteln ihre Köpfe. Die Marktleute haben, was Design angeht, ein Bildungsdefizit. Sie erwarten vom Design nur eines: Verkauf und noch einmal Verkauf.»

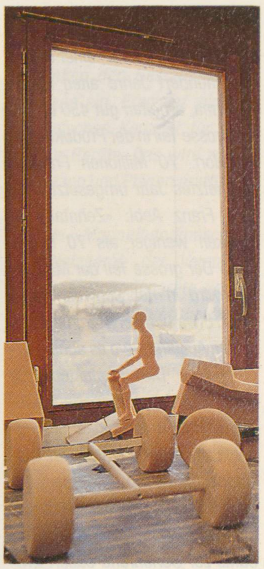
Die schnelle Welt, die Swatchisierung, die Warenschleuder und die verstopften Märkte bringen Walser, der zurückhaltend überlegt und erklärt, in Aufregung: «Die Gebrauchswerte zerfallen. In den Firmen, wo in Zeiten des Return on Capital Investment jeder gegen jeden kämpft, wird Teamwork schwierig.» Aber: Strategien, wie der Gestalter darauf zu reagieren hätte, sind nicht sein Geschäft. Wenn es um Konsequenzen geht, wird er ratlos: Drinnen oder draussen heisst die Alternative. Hart bläst der Wind: «Ein ehemaliger Mitarbeiter von mir betreut heute Obdachlose.» Das Engagement für den gezielten Umbau der Gesellschaft ist kein Thema. Er glaubt an die traditionelle Qualität und ihm ist nicht unwohl, Teilchen der grossen Maschine zu sein. Wir sind im richtigen Boot. Allein: Gebt den Gestaltern längere Ruder.

Aebi Burgdorf

Bei Disentis lebt Pius Bundi. Er ist Dorfschmied. Im Laufe seines Lebens wurde nicht nur sein Beruf den neuen Gegebenheiten angepasst, sondern auch sein Name. Er heisst jetzt im Dorf «igl Aebi», denn er – «der Aebi» – repariert und verkauft Landmaschinen. Der rote Transporter, das Mehrzweckfahrzeug zwischen Traktor und Lastwagen, ist – neben dem «Schilter», «Rapid» und dem «Reform-Muli» – eine Ikone des Berg- und Hügelbauern. Am Sonntag gibt es im Berggebiet hin und wieder nach der Maschinensegnung Transporterrennen. Der Aebi steht für das Währschafte, Zuverlässige, technisch-solid Schweizerische. Offenheit und Modernität sind weitere Bedeutungen, die ihm Ludwig Walser zuordnet. Er ist der Gestalter dieser Transporter. In den letzten fünfzehn Jahren hat er mehrere Generationen mitentwickelt. Eine kontinuierliche Zusammenarbeit zwischen einem mittleren Maschinenunternehmen und einem Gestalter. Sein Herz, so Walser, habe höher geschlagen, als er in den Herbstferien in Habkern auf das Postauto gewartet habe: «Drei Generationen Aebi sind da vorbeigefahren, und alle haben noch ausgesehen wie neu.» Der Aebi ist sein liebstes Projekt. Der TP 50 war ein karger Transporter mit einer einfachen Blechfront – der TP 27 ist ein modernes Fahrzeug, das mit dem Lastwagen kokettiert. In der Zwischenzeit hat sich die Kundschaft verwandelt: Es gibt immer weniger Bauern, und der Aebi wurde zum Fahrzeug für Gemeindeverwaltungen. Die Materialien haben sich verändert: statt Blech mehr Kunststoffe. Und dann darf es auch luxuriöser sein: anstelle des Führerstandes eine ausgebaute, auf Gummi gelagerte Kabine, ausgelegt nach ergonomischen Aspekten. Die Nützlichkeit nicht nur haben, sondern auch im Bild zeigen, das ist immer wieder Walsers Ansatz. Die Herausforderung heisst: nur versprechen, was eingehalten wird. Ein schwieriger Grundsatz in der Dynamik der Märkte, wo auch Maschinen über Bilderkonkurrenz verkauft werden.

Methode: Gespräch

Design heisst zuerst einmal Gespräch, heisst zuhören und merken, was der Auftraggeber, was seine Ingenieure und Marktleute überhaupt wollen. Immer wieder kommt Walser auf seinen operativen, pragmatischen Entwurfsstil zu sprechen. Er hat ihn vor dreissig Jahren kennengelernt und seither geübt. Intensiv bei Aebi. Nach den Gesprächsrunden in der Fabrik wird im Atelier am Entwurf gearbeitet. Möglichst rasch dreidimensional. «Dann gehen wir auch hinaus zu den Bauern und fragen, was sie gerne hätten. Beim Aebi haben sich etliche einen Opel Kadett gewünscht. Das ist nun nicht machbar, aber das Mobile, das Auto-



Entwurf im Dreidimensionalen: Schaumstoffmodelle für Terratracs.

Bild links: Gestalten für die Industrie – Bedingung Nummer eins: die industrielle Produktion, ob mit oder ohne CIM.

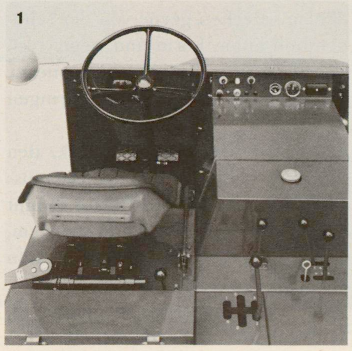
Fahrerarbeitsplätze

1. *TP 50. Der Bauer ist ein karger Mann. Rudimente im knappen Raum werden gestaltet. Eigentlich geht es nur darum, Motor und Benzintank mit einem Blech abzudecken.*

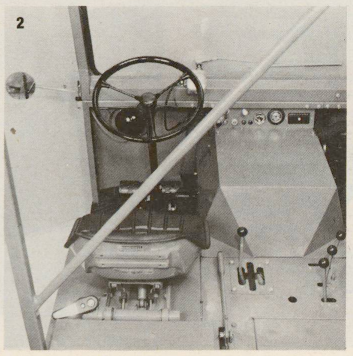
2. *TP 35. Auch unter dem Fahrerdach bleibt es karg. Der Benzintank kommt hinter den Sitz. Dafür können dank einfachen Abkantungen am Motorenverdeck die Hebel besser bedient werden.*

3. *TP 27 usw. Kunststoff auch innen. Auch dem Bauern soll's gutgehen – zu ihm haben sich Förster und Gemeindearbeiter gesellt, denn weniger Bauern heisst nicht weniger Aebi. Komfortsitz, Hebel mit Bälgen, Armaturenbrett und Steuerrad wie im Lastwagen. Dazu ein Ablagefach für Werkzeug und Znüni. Was früher Option war, ist jetzt Standard.*

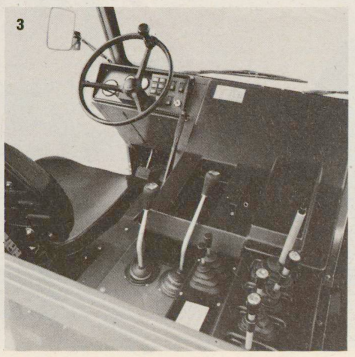
1



2



3



Aebi, Burgdorf

Bei der Aebi & Co. AG, einer etwas über hundert Jahre alten Familienfirma, arbeiten gut 450 Leute, der grosse Teil in der Produktion in Burgdorf. 70 Millionen Franken sind letztes Jahr umgesetzt worden. Franz Aebi: «Zehntausend Franken weniger als 70 Millionen.» Der grosse Teil der Maschinen wird in der Schweiz abgesetzt. Etwa ein Viertel im benachbarten Ausland, «wo es auch Hänge» gibt. Die Produktepalette reicht von den Transportern aller Art über Mähmaschinen zu Heugebläsen. Aebi ist auch im Maschinenhandel, in der Rasenpflege und der Schneeräumung engagiert. Die Entwicklung eines Produkts zur Serienreife dauert zwischen vier und sechs Jahren. Von Anfang an ist der Designer mit dabei. Das kostet auch Geld. Etwa ein Zehntel der Entwicklungskosten (zirka 8 Prozent des Erlöses) werden für die Formgestaltung aufgewendet.

hafte ist eine Richtschnur geworden. Realisiert wird das vor allem über Reduktionen und das Zusammenfügen der einzelnen Teile zu einem Bild.» Die Gestaltung der Armaturen ist ein Beispiel für eine solche Integration. Ein ganzes Bild, das stimmt in Proportionen und Struktur, steht am Anfang: «Ich befehle nie – ich kann das nicht von meiner Art her und auch nicht von meiner Position –, aber ich argumentiere, ich bin gerne in der Fabrik und stelle mit Skizzen und Modellen mein Bild vor. Das braucht Zeit. Meine Aufgabe ist, das Technische zu verstehen und abzubilden. Mich einzuschränken und zu reiben an den Produktionsvoraussetzungen eines Betriebes heisst die Herausforderung.» Geschwungene Formen in der Blechverarbeitung bedingen eine Tiefziehpresse. Da Aebi keine hat, war die Formmöglichkeit entsprechend eingeengt. Dazu war zu berücksichtigen, dass Abkanten Priorität hat und Schweissen an zweiter Stelle steht. Sparsamkeit auf allen Ebenen. Mit dem Entschluss, Kunststoffe zu verwenden, wurde der Spielraum grösser, aber auch die ökologische Bedenklichkeit: Blech verrostet und entsorgt sich gleichsam selbst. Wohin aber mit den Kunststoffen?

Ludwig Walser hat durchaus Distanz zum unerbittlichen Technokraten. Auch das Gebrüll des Marktmachers ist nicht seine Sprache. Aebi Burgdorf, die behäbigen Maschinenschlosser und Provinzindustriellen sind ihm lieb und teuer. Die satte Sicherheit der traditionellen Maschinenunternehmer mit Verständnis für Kunst und Kultur (Aebi fördert Kulturschaffen und baute mit dem Atelier 5) hat seinen Respekt. Das bürgerlich-liberale Weltbild des Unternehmers, der von seinen Märkten ebensoviel verstehe wie von der Konstruktion und überdies soziale Anliegen pflege, sind für ihn Belege, dass es doch noch gut gehen könnte mit der Welt.

Der Gestalter schafft Ordnung: Der farbige Rahmen ordnet die oft in einer Reihe aufgestellten Tonbandmaschinen. Disziplin im Detail: Anordnung und Grafik des Bedienungstableaus.

Rot aus Tradition

«Hochparterre» hat mit Franz Aebi, dem technischen Leiter und Verwaltungsratspräsidenten, und mit Albert Burgdorfer, dem Entwicklungschef – beide sind Maschineningenieure –, über die Erwartungen an einen Designer gesprochen.

Franz Aebi: Wichtig ist für uns, dass der Formgestalter – ich sage dem halt nicht Designer – erzieherisch wirkt. Er soll dem Konstrukteur die Augen öffnen; er soll ihm Formsinn beibringen, indem er mit ihm an Details arbeitet und immer das Bild des Ganzen im Auge hat; er soll mit Lob und Tadel den Konstrukteur anregen. Dafür ist der Dialog, das permanente Gespräch, nötig.

Albert Burgdorfer: Wir erwarten ganz konkret «das geschulte Auge». Der Designer weiss viel und sieht viel, und oft führt das zu einfacheren Lösungen, die konstruktiv stimmen, kostengünstiger sind und das Bild von der starken Maschine, der man vertraut, prägen. Er muss merken, was wir wollen, und er muss unsere Vorstellungen auf ein Bild bringen. Auch die Proportionen der einzelnen Teile kann der Gestalter besser bestimmen als wir Konstrukteure. Der ganze Entwicklungsprozess ist eine enge Zusammenarbeit; man kann da nicht ganz genau ausscheiden, was jeder zu tun hat.

HP: Wie sind denn die Bilder, was die Vorstellungen, wie «ein Aebi» auszusehen hat, was ist denn «formschön»?

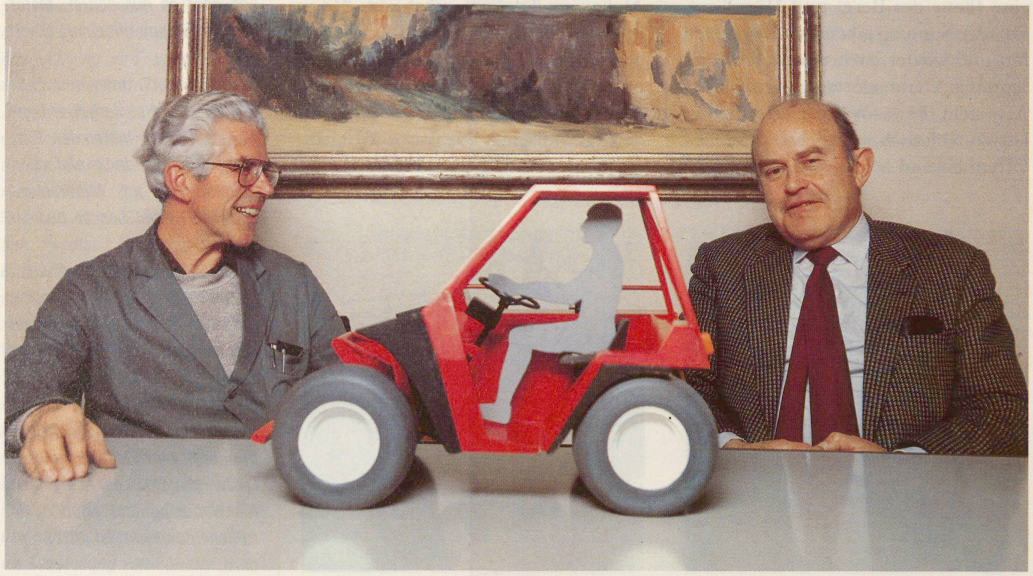
Aebi: Da machen wir keine langen Geschichten und Texte. Wir – die Firma und der Ludwig Walser – kennen einander eben lange und gut. Er weiss, was wir wollen, und wir wissen, was er bringt. Eine saubere Linie muss dasein; modern, stark und währschaft müssen die Transporter nicht nur sein, sondern auch aussehen. Dem Bild muss man vertrauen können. Da kommt zum Beispiel der Formgestalter und sagt, welche Spickel und Sparren weg sollen, damit es nicht gebastelt, sondern wie aus einem Guss aussieht, und wir suchen dann eventuell nach einer neuen konstruktiven Lösung.

Burgdorfer: Wir geben ganz klar den Spielraum bekannt. Zuoberst sind Praktikabilität und Sicherheit. Gute Sicht auf alle Geräte und Anzeigelampen hinten und vorne, komfortables Aufsitzen und Absteigen. Auch der ganze Produktionsprozess ist wichtig. Wir haben keine Tiefziehpressen, also müssen für räumlich gekrümmte Flächen andere Materialien als Metall gebraucht werden, zum Beispiel glasfaserverstärkter Polyester, oder wir müssen genau achtgeben, wo und wie wir Bleche abkanten und verschweissen müssen. Ökonomische Gestaltung ist wichtig: Kurze Schweissnähte sind billiger.

HP: Sie sprechen gerne von der schönen und guten Form und wenig vom Markt. Der rote Aebi ist ja ein visueller Knall, der sofort ins Auge springen soll.

Burgdorfer: Der erste Eindruck, den der Kunde hat, ist die Form. Die muss stimmen, und auf einer Messe kommt ein Käufer eher zum Stand von dem, der auffällt, und dann können wir ihm erzählen, was es sonst alles noch gibt…

Aebi: …halt, halt. Das ist gefährlich. Wir wollen keine Form, die «lut brüe-



Franz Aebi (rechts) und Albert Burgdorfer mit einem Konzept für den neuen Terratrac TT 80 (Mitarbeit Michael Koch).

let», damit jeder herschaut. Rot sind wir aus Tradition. Für mich ist Ästhetik etwas Atmosphärisches. Man muss sie merken. Man muss vor allem merken, wenn sich der Produzent nicht Mühe gegeben hat mit der Form, wenn also etwas fehlt. Niemand muss genau wissen, was und weshalb, man soll es einfach spüren. Den kommerziellen Erfolg machen viele Komponenten aus. Die Konkurrenz läuft vor allem über das Preis-Leistungs-Verhältnis.

HP: Im Lastwagen- und Autogeschäft wechseln die Modelle schneller und werden differenziert im Baukastenprinzip. Wann wird Aebi modisch?

Aebi: Unsere Kunden sind eher konservativ. Da ist für Firlefanz wenig Platz, und das wollen wir auch nicht. Unsere Stückzahlen sind zu klein, als dass wir da mithalten können. Es bleibt uns aber nichts anderes übrig, als uns an den Formveränderungen zum Beispiel der Lastwagen zu orientieren und da nachzuziehen. Auch die breiter werdenden Pneus sind ein Zeichen, wie sich das Bild verwandelt. Zudem kaufen wir Komponenten zu, und diese verändern ihre Form. So wird hin und wieder ein Formwechsel nötig. Aber das geht bei uns alles überlegt und langsam. Wir haben ja auch den Vorteil, dass wir kontinuierlich an unseren Formen arbeiten, und das mit Tradition. Brüche gibt es bei uns keine, aber wir bemühen uns durchaus, mit der Zeit zu gehen.

HP: Wirkt der Gestalter denn auch auf unternehmerischer Ebene mit? Bringt er da Strategievorschläge ein, eben zum Beispiel Vorschläge zum Modellwechsel?

Aebi: Bei uns arbeitet der Formgestalter in einem eng begrenzten Bereich. Er kümmert sich nur um das Produkt im engen Sinn. Wir haben für andere Aufgaben die Reklameabteilung. Bei Formentscheiden sind die mit dabei, damit sie frühzeitig reagieren können.

Burgdorfer: Der Designer kommt von aussen, und das ist gut so. Er bringt von anderen Seiten her neue Ideen in das Unternehmen.

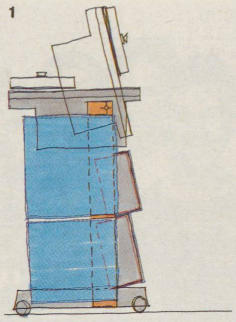
Aebi: Ein Betrieb von unserer Grösse könnte sich ein Formgestaltungsbüro nicht leisten. Die Kapazität wäre nicht ausgelastet. Wir fragen da lieber nach externer Beratertätigkeit. Da haben wir ja auch Tradition. Wir haben uns schon bewusst mit Formgestaltung befasst, als das noch nicht in aller Leute Mund war. Angefangen hat in den sechziger Jahren Willy Guhl für uns zu arbeiten. Zuerst ganz sporadisch, dann wurden die Aufträge komplexer, und so brauchten wir einen mit einem Büro im Hintergrund. Wir wollten nicht mehr nur einzelne Produkte gestalten lassen, sondern eine Linie, die Transporter. Die haben ja heute ein Gesicht. Und jetzt machen wir dasselbe mit dem Zweiachsmäher Terratrac. Auch hier ist der Formgestalter von Anfang an mit dabei.

Sondor Zollikon

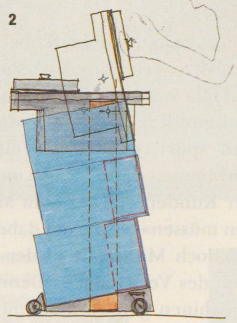
Sondor ist ein Betrieb mit rund 60 Mitarbeitern in Zollikon. Hier werden Studio-Magnetfilmgeräte konstruiert, fabriziert und verkauft. Das sind Tonbandmaschinen für die Profis bei Film und Fernsehen. In den sechziger Jahren erfand die Firma den elektronischen Schrittantrieb. Dadurch wurde es möglich, auf einfache und sichere Art ein oder auch mehrere Tonträger synchron mit dem Bildfilm zu verkoppeln: Töne finden präzise zu ihren Bildern. Schon früh begann der Geschäftsleiter Willy Hungerbühler mit Ludwig Walser zusammenzuarbeiten. Sein Auftrag: Gib den Geräten die Form, die zeigt, dass sie die besten auf dem Markt sind. Der Gestalter sorgte vor allem für Reduktion und Ordnung. Die Anzeige- und Funktionstasten wurden neu angeordnet, die Beschriftung präzisiert, die Farbe als Gestaltungsmittel so eingesetzt, dass auch in der Erscheinung Hierarchien ablesbar sind. Der Schriftzug auf Produkten und Prospekten bis zu Ausstellungen wurde vereinheitlicht.

Ein Resultat: Die Maschine wird erkennbar. Benutzer erinnern sich an ihre Form. Sicher sei die Leistung der Maschine zentral, «aber das Bild ist eben auch wichtig». Die technische und die Bilderwelt des Films verändern sich. Die Bäckerei Zürrer ist schon längere Zeit geschlossen, und das Bild, das vor zwanzig Jahren «Leistung» meinte, hat sich mit der rasanten technischen Entwicklung verändert. Sondor arbeitet an neuen Maschinen. Der Designer ist wieder mit von der Partie: «Sondor erwartet von mir, dass ich die schnelle, junge neue Kultur der Film- und Fernsehwelt vermehrt im Produkt abbilde. Zum Bild der Präzision und Zuverlässigkeit kommt immer stärker das der Jugendlichkeit.» Zeitgemäss sein ist also die Anforderung an einen Gestalter, dessen Fundamente in den fünfziger Jahren gelegt wurden und der die kultu-

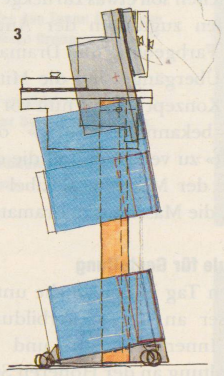
1



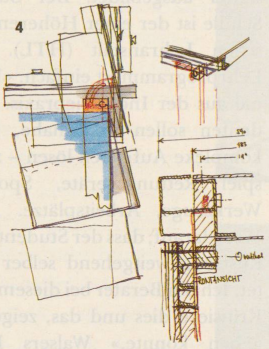
2



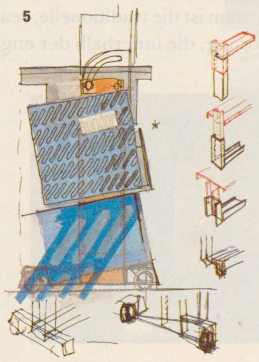
3



4



5



Neues Haus

Die wirtschaftlichen Vorgaben schränken den Gestaltungsrahmen eng ein. Erwartet wird ein dynamisches Konzept für neue Sondor-Geräte. Das wird zurzeit in Skizzen und Plänen erarbeitet.

1. *Die Magnetbandmaschine, das Netzgerät, der Verstärker und die Peripheriegeräte werden in der Konsole schräg gestellt.*

2. *Die Abdeckung wird ebenfalls schräg gestellt. Der rechte Winkel bleibt aus Kostengründen unverrückbare Bedingung.*

3. *Höhen- und Winkelverstellung sind Teil des variablen und dynamischen Konzepts.*

4. *Die Konzeption muss umgesetzt werden in Vorschläge für die Konstruktion. In diesem Fall ist der Gestalter auch über weite Strecken der Konstrukteur.*

5. *Die Erwartung nach Transparenz wird erfüllt mit einem standardisierten Lochblech als Verkleidung. Auf der Skizze unterstützt eine 1:1-Zeichnung die Vorstellung.*

Gruppenbild mit Designstudenten der Schule für Gestaltung und ihren Projekten für Sulzer. M. Sobczak, Ch. Harbeke, Ch. Droz, R. Kalt, L. Huggenberger, M. Heimgartner, U. Theiler, B. Mosimann, F. Petta (von links).

Bild rechts: Karin Kammerlander: «Vermisse Umgang mit Widersprüchen.»

Theodolit

Gesucht: eine Kunststoffhülle für das Werkzeug des Vermessers, den Theodolit. Auftraggeber: Kern, Aarau (Mitarbeit: Felix Doebeli). August 1986 bis September 1988.

1. *Gebräuchlicher Theodolit K1-M in Militärgrün. Verschalung und Tragelement aus Druckguss.*

2. *Nach ersten Skizzen ein Schaumstoffmodell als Gesprächsbasis für die enge Zusammenarbeit mit den Konstrukteuren. Während der Gestalter an seinen Vorstellungen arbeitet, entwickeln sie gleichzeitig die Konstruktion. Man trifft sich oft.*

3. *Lange Arbeit am Detail. Das Bedienungspult wird ausgebildet, das Batteriefach und die seitlichen Verschalungselemente. Farbstudien in Türkis und Hellgelb.*

4. *Wirklichkeitsnäher ist das Holzmodell. Das Pult wird flacher und damit die Bedienung des Fernrohrs optimiert. Von oben herab wird dekretiert: keine farbige, sondern eine neutrale Erscheinung.*

5. *Auch die Konstruktion ist präzisiert, und es entsteht ein funktionsfähiger Prototyp beim Modellbauer Karl Pfister. Erste Marktstudien zeigen gute Resultate. Es ist noch nicht entschieden, ob und wann das fertig entwickelte Produkt hergestellt wird. Inzwischen hat nämlich Wild-Leitz die Firma Kern übernommen.*

rellen Turbulenzen offenbar mit einer gewissen Seelenruhe überstanden hat. Das fällt Walser nicht einfach. Er ist ein Gratwanderer. Er verteidigt Werte und spürt, dass seine Felle davonschwimmen. Er will «auch im Interesse der Kunden, die auf dem Markt bleiben müssen», vorne mit dabeisein und hat doch Mühe mit all der schnellen Welt des Verschleisses. Denn auch bei Maschinen gilt: Es muss mehr Dynamik in die Struktur. Das technische Aussehen soll etwas zurückgenommen werden zugunsten der Augenfälligkeit. Farbgebung und Dramatisierung der Übergänge sind die Mittel dazu. Das Konzept schlägt nun vor, den bisher bekannten «Turm» oder das «Pult» zu verlassen und die einzelnen Teile der Maschine flexibel anzuordnen, die Maschine zu dramatisieren.

Schule für Gestaltung

Einen Tag in der Woche unterrichtet Walser an der Weiterbildungsklasse für Innenarchitektur und Produktgestaltung an der Höheren Schule für Gestaltung in Zürich. Hier werden Designer ausgebildet. Der Status der Schule ist der einer Höheren Technischen Lehranstalt (HTL). Walsers Lehrprogramm ist einfach. «Ich komme aus der Industriepraxis. Die Studenten sollen praxisnahe, nicht zu komplexe Aufgaben lösen – zum Beispiel Rettungsgeräte, Sportgeräte, Werkzeuge, Arbeitsplätze. Ich lege Wert darauf, dass der Student sich sein Rüstzeug weitgehend selber erarbeitet. Ich bin Berater bei diesem Lernen. Kritisiere dies und das, zeige, wie es gehen könnte.» Walsers Lehrprogramm ist die traditionelle, realistische Lösung, die innerhalb der engen Rahmenbedingungen industrieller Produktion den kreativen Spielraum findet. Er überlässt die Studenten sich selbst. Die Dynamik und die Widersprüche der industriellen Welt sind kein Thema. Die Diskussion findet streng am Objekt statt: «Ich mache keine Vorlesung. Ich setze mich zum einzelnen Studenten und schaue, was er macht.» Im letzten Semester haben seine Studenten einen mobilen Arbeitsplatz für Monteure und Sanitärinstallateure der Firma Sulzer entworfen.

Diese Didaktik des sanften Einflusses ist bei den Studenten nicht unumstritten. Sie vermissen die Orientierung in der schwierigen Zeit, sie erwarten Stellungnahme und klare Weisungen – und das nicht nur von Walser, sondern auch von andern Lehrern. Es heisst: «Da können wir auch Fernkurse belegen.» Da fühlt sich Walser missverstanden: «Ich fördere vorhandene Begabung. Ich bin kein Eseltreiber.»

Blick nach vorne?

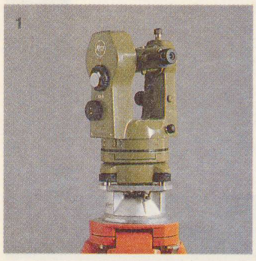
Karin Kammerlander ist Designerin HFG und lebt und arbeitet in Winterthur. Sie war 1985/1986 Schülerin von Ludwig Walser. Sie erinnert sich an ihn als Lehrer:

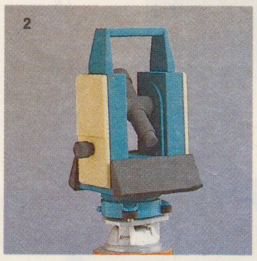
«Zu Semesterbeginn gab es eine Aufgabe im Fachunterricht. Und wenn Ludwig da war, so setzte er sich zu seinen Schülern an den Tisch, auch zu mir, und sprach über das Thema und über den Stand der Arbeit. Ganz nah am Objekt – das war sein Interesse und sein Beitrag. Wenig Spektakel, aber neugierig, wenn es um Fragen der Realisierung, um konstruktive Details und um industrielle Fertigung ging; selten Skepsis, ob das, was wir tun, überhaupt sinnvoll und nützlich ist. Von Güte und Nutzen der technischen Welt geht er aus. Seine Kenntnis der technischen Fertigung und Gestalt hat mir Eindruck gemacht, sein ungetrübter Glaube an die technische Vernunft hat mich zuweilen erstaunt.

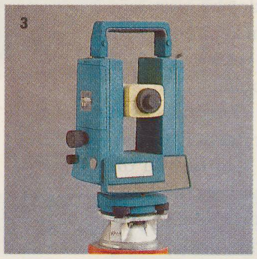
Die ganze Ausbildung an der HFG – getragen natürlich von der Lehrerschaft und nicht von Walser allein – war für mich von der herrschenden Industrierealität geprägt, vom Bild einer Industrie, die sich ausschliesslich für unbedingtes Wachstum, für Kostendruck und Marketing interessiert. Die Aufgabe des Designers besteht darin: neue Hüllen für bekannte Funktionen und Produkte zu gestalten. Was neu aussieht, kann auch vermarktet werden. So wird die Wirtschaft in Gang gehalten, und der Designer hat eine klare Aufgabe.

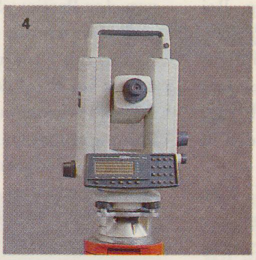
Die Schule, die Ausbildung, meine ich, müsste dieser Realität etwas entgegenhalten. Die Probleme mit Ressourcen und Umwelt verschärfen sich. Das verlangt einen neuen Umgang mit Materialien und Produkten; das fordert neue Bilder. Die soziale Entwicklung, die Philosophie und Ethik müssen stärker in die Arbeit an Produkten einbezogen werden, und zwar unmittelbar. Die Freiräume einer Ausbildung müssen genutzt werden, um Lebensformen zu sehen mit Produkten, die ökologisch vertretbar sind. Die Ausbildung muss sich mehr mit der Zukunft befassen. Designer sind schliesslich auch Kulturschaffende.

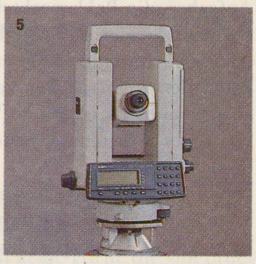
Werte, Utopien, Macht und Ohnmacht des Designers angesichts der Müllberge, Umgang mit Widersprüchlichem: Das findet an der HFG wenig bis gar nicht statt. Aber dies ist ja nicht











nur ein Problem der Schule. Eine öffentliche Auseinandersetzung mit diesen Aspekten des Designs findet auch unter Berufsleuten nur selten statt.»

Das Team

Ludwig Walser sagt gerne «wir». Er meint damit seine Auftraggeber, denn für ihn ist Design nicht Einzelkämpfertum. Er meint damit weiter sein «Team». Ludwig Walser ist Geschäftsleiter der walserdesign ag, die in Dättwil bei Baden zu Hause ist. Das Atelier ist in einem dieser standardisierten Büroklötze Marke Schweizer Grundstückverwertung AG eingerichtet. In der walserdesign ag arbeiten fünf bis sieben Leute in wechselnden Designteams. Die Designer sind oft nur drei bis vier Jahre im Atelier und ziehen weiter. Zurzeit arbeiten da:

Fred Blöchlinger, 27, Australien-Schweizer. Seine Arbeiten: Aebi (Terratrac), Hämmerli (Luftgewehr) (rein funktionell sei das keine Waffe, sondern ein Gerät für den Spitzensport), Mikron (Werkzeugmaschinen), Kern (Präzisionsinstrumente).

Maarten Croonen, 29, Holländer. Seine Arbeiten: Schindler (Aufzüge), ESEG (Maschinen für die Produktion von Mikroelektronikbauteilen), Kern (Neigungssensor), Sondor (Magnetbandmaschinen).

Gregor Naef, 34, Schule für Gestaltung in Zürich, Studium in den USA, Geschäfts- und Projektleitungsaufgaben. Seine Arbeiten: Mikron (Werkzeugmaschinen), Georg Fischer (Rohrleitungssysteme), Elektroapparatebau Olten (Schaltelemente), Telbit (Badezimmertelefon).

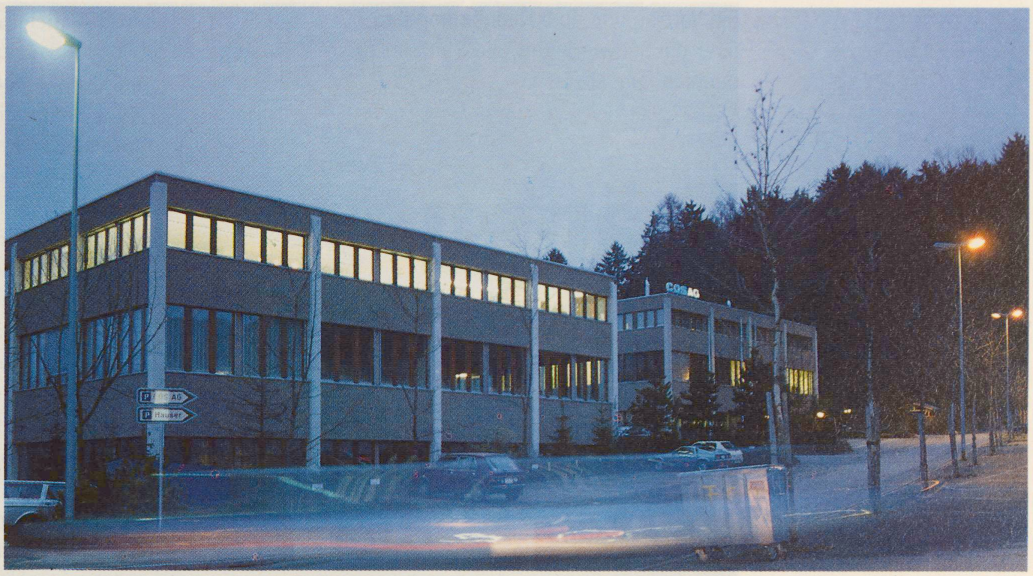
Katrin Walser ist Ludwigs Frau. Sie besorgt Sekretariat, Buchhaltung und Korrespondenz.

Felix Wiggenhauser, 28, Schule für Gestaltung Zürich. Aebi (Terratrac), LeCroy (Hochleistungsoszilloskop), Bieri (Pumpen), ABB (Datenerfassungsgeräte).

Roland Zeder, Konstrukteur. Er bereitet sich im Praktikum auf die Aufnahmeprüfung für die Designabteilung der Schule für Gestaltung vor.

Diese Designer realisieren rund 790 000 Franken Umsatz im Jahr.

Die Designleistungen werden nach Normen des SID, des Designer-Verbandes, berechnet: 120 Franken pro Stunde (Projektleitung), 90 für Entwurfsarbeit und 70 für Modellbauaufgaben. «Wir haben den Anspruch, so gut bezahlt zu werden wie ein HTL-Ingenieur. Nach den ersten Gesprächen wird dem Auftraggeber ein möglichst detaillierter Arbeits- und Kostenplan vorgelegt. Design dauert oft Jahre – das kann ins Geld gehen, und da muss der Kunde wissen, was er für sein Geld erhält.»



Walser arbeitet möglichst früh mit dem dreidimensionalen Modell. Neben dem Atelier mit den Zeichnungstischen befindet sich die Werkstätte mit Bandsäge, Drehbank, Hobelmaschine, Kreissäge, Tellerschleifmaschine, Farbspritzanlage und diversen Kleinwerkzeugen. Ausserdem gibt es ein Reproatelier mit Kameras, Fotosatz-, Entwicklungs- und Abreibgeräten. Dazu kommen ein Personalcomputer, ein Archiv und eine kleine Bibliothek. Man plane den Schritt zu CAD. Das komme aber nur beschränkt zum Einsatz: «Wir arbeiten schon längere Zeit mit Computern. Nutzen aber die Maschinen der Auftraggeber.»

Wirz-Gruppe

Walserdesign ist auf den ersten Blick ein Kleinbetrieb. Real ist er Teil einer Gruppe, der Wirz-Holding, einer der Grossen im Schweizer Öffentlichkeitsgeschäft (Werbeagentur Wirz, Publitest-Marktforschung, Wirz und Partner-PR, Unternehmensberatung). «Jost Wirz, den ich seinerzeit in den USA kennengelernt habe, ist von Anfang an mit 50 Prozent beteiligt.» Er sieht in solchen Besitzverhältnissen alles andere als Nachteile. «In Zukunft werden Corporate-culture- und Corporate-identity-Projekte wichtig und interessant. Da haben wir gute Möglichkeiten.» Von Vorteilen, die auf Position und nicht auf Qualität der Arbeit beruhen, will er nichts wissen: «Für die Maschinenfabrik Rieter machte Wirz die Corporate identity, und wir haben den Auftrag für Spinnereimaschinen trotzdem nicht erhalten.» Überdies sei es gut, wenn Werbung und Gestaltung zusammenspannen: «Die Werbung trägt zum Markterfolg der Produkte bei. Und was gibt es denn Besseres, als wenn unsere Produkte auf dem Markt erfolgreich sind?» ■

In einem Büroblock in Baden-Dättwil, wo ein Grundstückverwerter Architekt gewesen ist, sind Atelier und Werkstätte der walserdesign ag eingerichtet.

Immer wieder das Team: Arbeit am Modell. Maarten Croonen an der Kreissäge.

Gregor Naef (rechts) und Roland Zeder in einer Detailbesprechung.

Felix Wiggenhauser an der Bohrmaschine.