

Nominees

of  
Excellence

Swiss

Design

are Revealed

# 45 Categories 12 Prize Nominees

Design Leadership Prize:  
Focus Ageing Society

- <sup>4</sup> Editorial by Michel Hueter
- <sup>6</sup> Facts + Figures
- <sup>8</sup> Editorial by Meret Ernst
- <sup>10</sup> Editorial by Dr. Antonia Jann

- <sup>15</sup> CLAIRE & GEORGE Hotelspitex
- <sup>16</sup> Stadler EC250 Giruno
- <sup>17</sup> Mehrgenerationenhaus Giesserei, Winterthur
- <sup>18</sup> Berner GenerationenHaus
- <sup>19</sup> Grünräume für die zweite Lebenshälfte
- <sup>20</sup> Solidarity Network
- Communication Design
- <sup>22</sup> Manifesta 11 – What People Do For Money
- <sup>23</sup> Lichtfries am Neubau des Kunstmuseums Basel
- <sup>24</sup> Freitag ad absurdum

- Fashion Design
- <sup>26</sup> Ottolinger
- <sup>27</sup> HYSTERIA
- <sup>28</sup> SORRY
- Furniture Design
- <sup>30</sup> WEDA Bench
- <sup>31</sup> Hypercollection
- <sup>32</sup> Ovolo
- <sup>33</sup> Stabellö
- Product – Consumer Goods
- <sup>35</sup> Nanuu
- <sup>36</sup> Malvaux «Nr. 1»
- <sup>37</sup> SOL SOL ITO eyewear
- <sup>38</sup> Waltz N°1

Product – Investment Goods

- <sup>40</sup> Aebi Terratrac TT281 Hang Geräteträger
- <sup>41</sup> System Schuhsohle
- <sup>42</sup> FluidSolids® Biopolymers
- <sup>43</sup> SaphirKeramik

Research

- <sup>53</sup> ALE – Augmented Learning Experience
- <sup>54</sup> e – Broidery 2.0

- <sup>55</sup> HOUSE 1

Spatial Design

- <sup>57</sup> Slow Screen
- <sup>58</sup> Herzpraxis Zürich-Höngg

- <sup>59</sup> Wandbild «Lebensräume und ihre Bewohner», Naturmuseum St. Gallen

SwissEnergy Lighting Prize

- <sup>61</sup> LIGHTPAD Stehleuchte
- <sup>62</sup> VERTICO
- <sup>63</sup> FEZ

Swiss Textiles Prize  
for Young Fashion and Textile Entrepreneurs

- <sup>65</sup> YVY
- <sup>66</sup> coltrane

Textile Design

- <sup>68</sup> Embroidered Sunrises
- <sup>69</sup> HYPERTUBE
- <sup>70</sup> E-soft-shell

Design Preis Schweiz, Edition 2017/18

Published by  
Design Preis Schweiz, Prix Design Suisse, Design Prize Switzerland  
Mühleweg 23, 4900 Langenthal  
T +41 62 923 03 33, F +41 62 923 16 22  
designpreis@designnet.ch, www.designpreis.ch

Curator  
Michel Hueter

Steering-Board  
Michel Hueter, Felix Keller, Mirjam Matti, Thomas Messerli,  
Lars Müller, Peter Ruckstuhl, Kurt Schmid, Urs Stampfli

Team Design Preis Schweiz  
Brigitte Althaus, Michel Hueter,  
Susanne Schenk and Kim Albert (Intern)

Erscheint anlässlich der Ausstellung und Verleihung  
Design Preis Schweiz, Edition 2017/18  
Publie à l'occasion de l'exposition et la remise de  
Prix Design Suisse, Edition 2017/18  
Published on the occasion of the exhibition and award show  
of Design Prize Switzerland, Edition 2017/18

Concept and graphic design  
P'INC. AG, Langenthal

Editing  
Michel Hueter, Mathias Remmeli, P'INC. AG

Text  
Michel Hueter (p. 4–5)  
Meret Ernst, Hochparterre (p. 8–9)  
Dr. Antonia Jann (p. 10–12)  
Mathias Remmeli (p. 15–70)

Proofreading  
Kurt Wilhelm, Offringen  
Ingrid Essig, Winterthur

Translation  
G.E. Bergagna, GEB Traduzioni, Worb

Photography  
Nominees; rights reserved by image authors  
Photography-Jury at work: Matthias Schneider, P'INC. AG

Printing  
Jordi AG – das Medienhaus, Belp

© 2017, Design Preis Schweiz, authors, nominees  
Edition 1, 2017, print-run: 7500 copies  
ISBN 978-3-906562-46-9

# the 14th Edition 2017/18 –

## D Geschätzte Damen und Herren

### Edition 2017/18, die 14te

30 Expertinnen und Experten aller Designdisziplinen haben in enger Zusammenarbeit und mittels fachlichen Diskurses aus 402 Wettbewerbseinlagen 39 Produkte und Projekte nominiert. Weitere sechs wurden für den neuen Design Leadership Prize aktiv selektiert. Die Nomination ist eine veritable Auszeichnung und ist Anlass zur vorliegenden Publikation; der Mantel des Schweigens über die Gewinner wird am 3. November 2017 an der Preisverleihung abgelegt. Im Zuge der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Plattform Design Preis Schweiz wird der ehemalige Ehrenpreis – MERIT – in den neuen Design Leadership Prize überführt. Fortan werden relevante Themen des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandels thematisiert, Ausgangslage, Handlungsbedarf, Potenzial und Chancen werden aufgezeigt, Impulse sollen verliehen werden.

**Neue Gesichter und alte Bekannte**  
Die Nominierungen bilden ein breites Spektrum ausgefester Designleistungen ab; von Forschung über Diplomarbeiten, Start-Ups bis hin zu markterprobten Produkten. Jungtalente begeistern genauso wie global erfolgreiche Unternehmen. Neue wie scheinbar bekannte Lösungen überraschen, ermöglichen, eröffnen Potenzial, lassen hoffen und wecken Begehrlichkeiten. Prozesse, bahnbrechende Materialien und Produktionsverfahren, User Experience, Problemlöser, Schönes; sie finden es in der Auswahl. Mehrere Produkte, die unsere Experten bereits in der Vergangenheit zu überzeugen vermochten, wurden massgeblich weiterentwickelt und sind erneut nominiert; aus Forschungsresultaten und Visionen wurden seriennahe Produkte und prägen die aktuelle Edition erkennbar mit.

## E Design Leadership und Ageing Society?

Noch präsentieren wir Ihnen keinen Rollator: im Fokus des Design Leadership Prize steht der demografische Wandel, der mit der alternden Gesellschaft der Industrienationen einhergeht und uns bereits stark beschäftigt; dies nicht nur in Fragen der Altersvorsorge. Aktuelle Studien bringen erstaunliches zutage; jüngere Generationen haben ein konservativeres Bild von älteren Menschen – einschließlich des Selbstbildes im Alter –, als die heutigen Generationen über 50. Es entwickeln sich neue Alterstypologien, die sich – in Mehrzahl – durch Werbesujets, die eine Gruppe strahlender Rentner abbildet, nicht angesprochen fühlt: Man versteht sich als vollwertiges Mitglied der aktiven Gesellschaft, dies gilt oft auch für Menschen, die mit körperlichen Einschränkungen im Leben unterwegs sind.

Präsentiert werden Nominierungen, die das komplexe Fernziel einer inklusiveren Gesellschaft aufzeigen. Gemeint ist u.a.: die Durchmischung von Generationen, ästhetische, barrierefreie Lösungen, die für alle funktionieren. Das Alter betrifft uns – bewusst oder unbewusst – jederzeit. Die Zukunft des – eigenen – Alters muss nun gesellschaftlich und wirtschaftlich gestaltet werden. Auch hier gilt unsere Überzeugung: Umsichtige, smarte Lösungen mit kulturellem und wirtschaftlichem Wert entfalten ihre Wirkung erst, wenn sie sich im Markt behaupten.

## E Entwicklung, Potenzial und Chancen

Meine abschliessenden Zeilen entnehme ich wortgetreu meinem letzten Grusswort, weil es zukünftig nicht ausreichen wird, sich mit Ingeniosität und Qualität im Weltmarkt zu behaupten:

Vermehrt dürfen wir die Anwendung von Design als holistischen Denk- und Entwicklungsprozess feststellen. Dies resultiert in ausgeprägt smarten Produkten. Forschung, Fragestellungen, Hommage und Vermittlung gehören ebenso dazu. Dennoch; in noch zahlreichen Wirtschafts- und Produktbereichen gilt es aufzuzeigen, dass Design in den Produktentwicklungsprozess integriert werden muss, der sich als Wettbewerbsvorteil und monetär lohnt. Design muss sich seinen Markt schaffen. Mit unseren Partnern engagieren wir uns dafür: Designstandort Schweiz.

**Mein aufrichtiger Dank gilt Ihnen, den Wettbewerbsteilnehmern, unseren loyalen wie neuen Partnern, dem Team und den zahlreichen Menschen, die ihr Können tatkräftig und aus Überzeugung in den Design Preis Schweiz einbringen.**

Herzlich,  
Michel Hueter  
Kurator



## F Mesdames, Messieurs

### Édition 2017/18, la 14<sup>e</sup>

Trente expertes et experts de toutes les disciplines du design ont étudié, en étroite collaboration et dans le cadre d'un échange professionnel, 402 projets déposés, et ont nommé 39 produits ou projets. Six autres ont été sélectionnés activement pour le nouveau Design Leadership Prize. La nomination est une véritable distinction et permet d'être mentionnée dans la présente publication; le voile du secret à propos de l'identité des gagnants sera levé le 3 novembre 2017, lors de la remise des prix. Dans le cadre du développement continu de la plate-forme Prix Design Suisse, l'ancien prix d'honneur – MERIT – devient le Design Leadership Prize. Des sujets pertinents liés à l'évolution sociale et économique sont thématisés, des situations initiales, besoins d'action, potentiels et opportunités sont indiqués, des impulsions doivent être données.

## G Nouveaux visages et vieilles connaissances

Les nominations représentent un large spectre de prestations de design sophistiquées; de la recherche aux produits testés sur le marché, en passant par les travaux de diplôme et les start-up. Les jeunes talents plairont autant que les entreprises à la réussite internationale. Des solutions nouvelles, ainsi que d'autres apparemment déjà connues, surprennent, rendent possible, ouvrent des potentiels, donnent de l'espoir et suscitent des convoitises. Les processus, les matériaux et les procédures de production révolutionnaires, l'expérience des utilisateurs, les solutions aux problèmes, la beauté: vous trouverez tout cela dans notre sélection. Plusieurs produits ayant déjà séduit nos experts dans le passé ont été considérablement perfectionnés et sont de nouveau nominés; des résultats de recherche et des visions sont devenus des produits fabriqués en série, et donnent leur empreinte visible à la présente édition.

## H Design Leadership et Ageing Society?

Nous ne vous présentons pas encore de déambulateur: le Design Leadership Prize met l'accent sur la transition démographique typique de la société vieillissante des pays industrialisés, qui nous préoccupent déjà beaucoup; et pas seulement pour les questions de prévoyance vieillesse. Les études actuelles arrivent à des résultats surprenants; les générations plus jeunes ont une image plus conservatrice des personnes âgées – y compris de la perception de soi durant la vieillesse – que les générations actuelles de plus de 50 ans. De nouvelles typologies d'âge se développent, de personnes qui ne se sentent en majorité pas concernées par les sujets publicitaires représentant un groupe de retraités radieux: elles se voient comme membres à part entière de la société active; cela vaut également souvent pour les personnes vivant au quotidien avec des limitations physiques.

Les nominations présentées montrent l'objectif final d'une société plus inclusive. Il s'agit notamment du mélange des générations, et de solutions esthétiques et accessibles fonctionnant pour tous. L'âge nous touche tous – conscientement ou inconsciemment – à tout moment. Il faut aujourd'hui prévoir l'avenir de notre – propre – âge sur les plans sociétal et économique. Notre conviction s'applique ici aussi: les solutions prudentes et intelligentes valables sur les plans culturel et économique n'ont de réelle influence que lorsqu'elles s'affirment sur le marché.

## I Développement, potentiel et opportunités

<sup>5</sup> Je reprends mot pour mot les dernières lignes de mon dernier discours de bienvenue, car il ne suffira à l'avenir plus pour s'imposer sur le marché mondial de faire preuve d'ingéniosité et de produire de la qualité: nous devons bien plutôt voir l'application du design comme un processus holistique de pensée et de développement. Cela donne des produits très intelligents. La recherche, la remise en question, les hommages et la transmission en font également partie. Toutefois, dans de nombreux domaines économiques et de production, il faut encore montrer que le design doit être intégré au processus de développement des produits, et que cela vaut le coup comme avantage concurrentiel et sur le plan économique. Le design doit se créer son propre marché. Avec nos partenaires, nous nous engageons pour cela: la Suisse comme capitale du design.

**Je tiens à remercier les participants à la compétition, nos partenaires loyaux ainsi que les nouveaux partenaires, l'équipe et toutes les personnes qui apportent activement et avec conviction leur talent et au Prix Design Suisse.**

Cordialement,  
Michel Hueter  
Commissaire

Projects have been nominated which highlight the complex long-distance goal of a more inclusive society. Among the objectives envisaged here are the bringing together of generations, and aesthetic, barrier-free solutions which function in the best interest of all. Age affects us, consciously or unconsciously, all the time. The future of the elderly – and we will all be elderly one day – now needs the aspect of social and economic planning. Here again it remains our conviction that clever and circumspect solutions, of cultural and economic value, can only become fully effective when they succeed in making their way on the market.

## J Development, potential and opportunities

My concluding lines are taken word for word from my last welcoming address, because in future it will not be enough to maintain one's position on the global market just on the basis of ingenious and quality solutions:

"Increasingly we may conclude that the application of design is a holistic process of thinking and development. This results in conspicuously smart products. Research, questioning, homage and communication are other equally essential aspects. Notwithstanding, in many areas of industrial production it is still important to show that design must be integrated with product development processes which can prove their worth in terms of competitive advantage and financial rewards. Design must create its own market. Along with our partners, this is what we are committed to – Switzerland as a global centre for design."

**I would like to express my heartfelt thanks to you, the participants in the competition, to our loyal partners and our new ones, to the whole team and the numerous people who have contributed their talents, energetically and with conviction, to Design Prize Switzerland.**

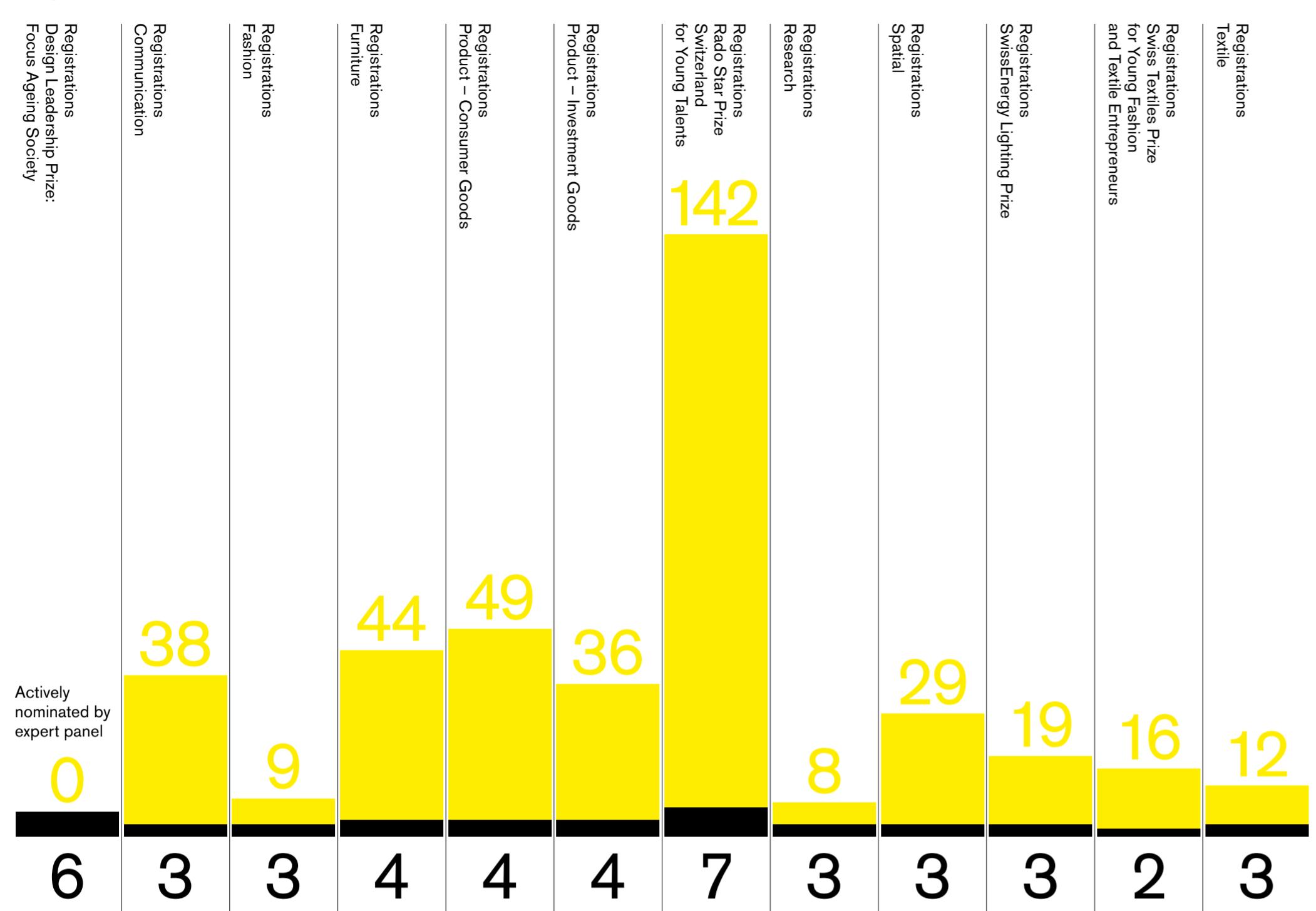
Warmly,  
Michel Hueter  
Curator

**Michel Hueter**  
Curator Design Prize Switzerland

# Edition 2017/18

## Facts + Figures

### Registrations / Nominees

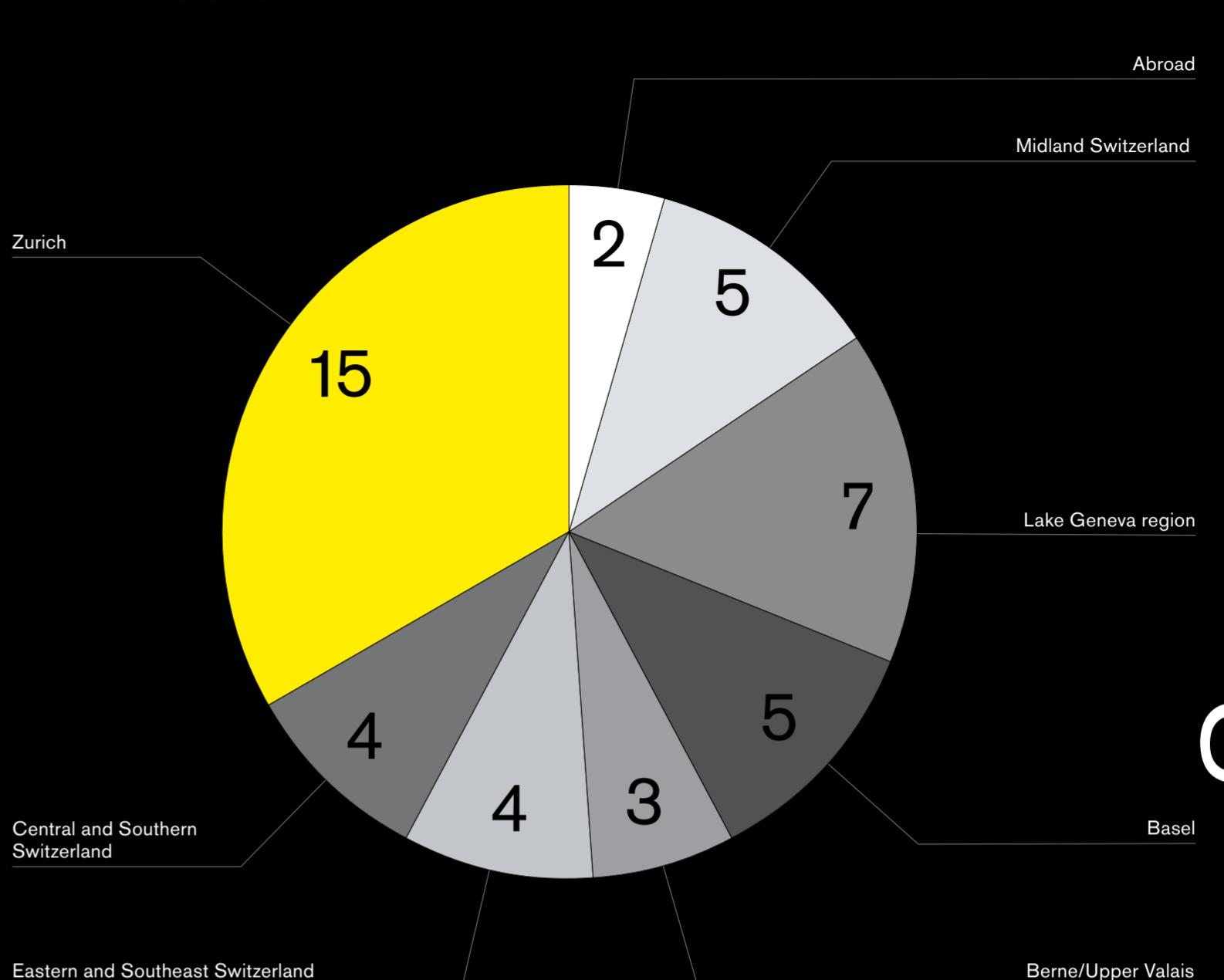


### Total registrations

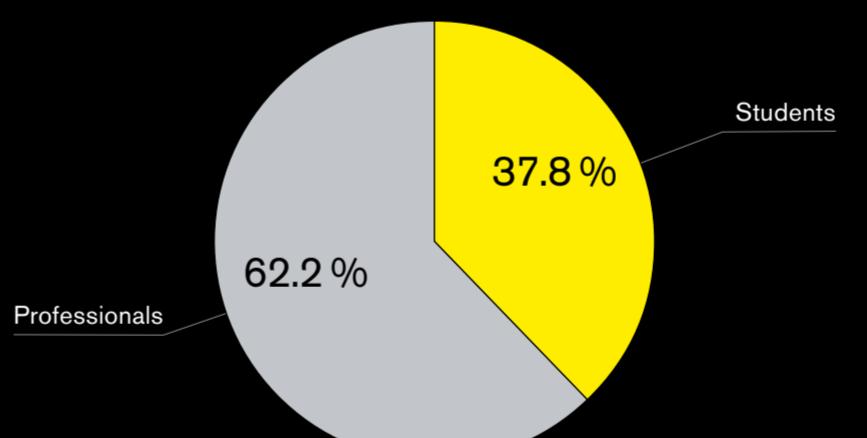
**442**

### Total nominees

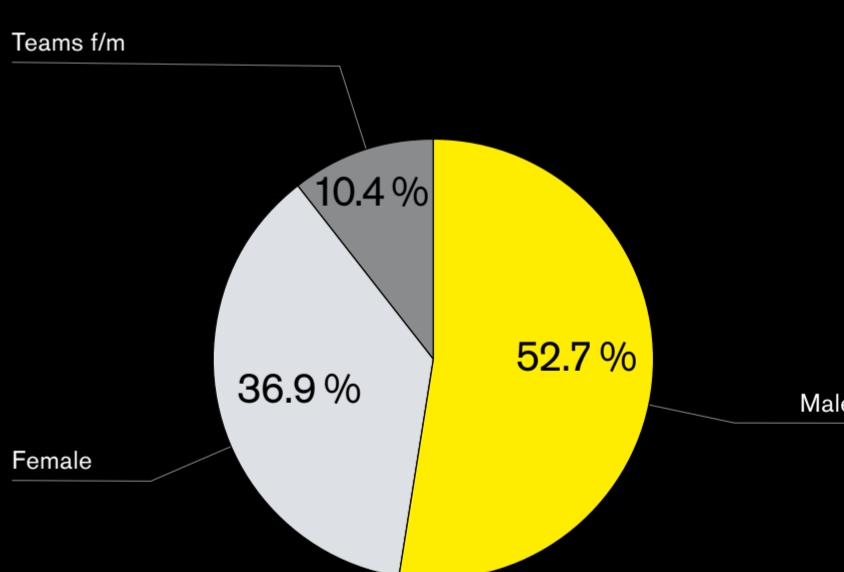
### Nominees by geographical order



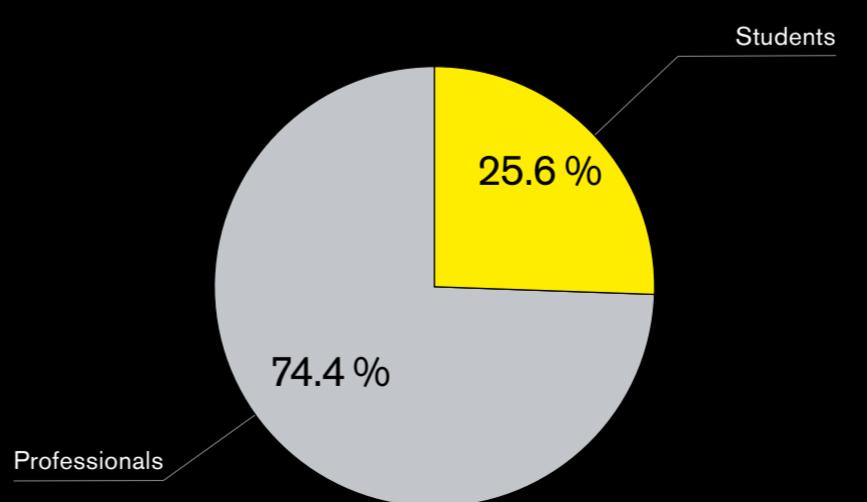
### Professional grade registrations



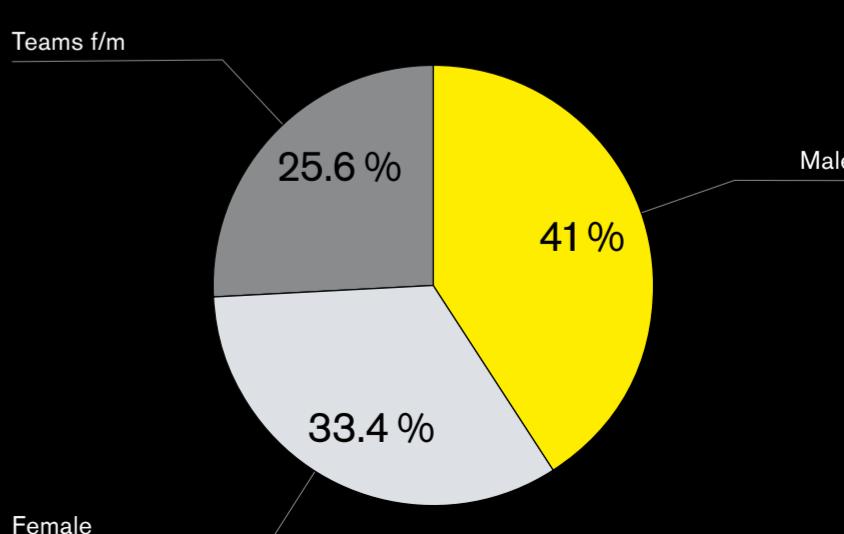
### Gender registrations



### Professional grade nominees



### Gender nominees



# Design und Innovation

Editorial: Meret Ernst

**D** Bekanntlich ist Innovation mehr als Erneuerung, wie die lateinische Herkunft des Begriffs nahelegt, und sie ist mehr als Erfahrung. Sie überersetzt eine Idee in Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse und setzt diese am Markt durch. Erst dann trägt Innovation ihren Titel zu Recht. Das Vorhaben kann an vielen Klippen scheitern. Gelingt es, hilft es den Unternehmern, den Vorsprung auf ihre Mitbewerber auszunutzen. Unternehmen streben deshalb kontinuierlich nach Innovation. Sie tun das, indem sie Produktionsfaktoren neu kombinieren. Fünf Möglichkeiten identifizierte der Wirtschaftswissenschaftler Joseph A. Schumpeter vor über hundert Jahren: Entweder produzieren die Firmen ein neues Gut oder dieses in einer unerreichten Qualität, sie führen neue Produktionsmethoden ein, erschließen einen brachliegenden Absatzmarkt, erobern übersehene Bezugsquellen von Rohstoffen oder Halbfabrikaten, oder sie organisieren ihre Marktposition neu. Verdrängen sie dabei bestehende Mechanismen, erkannte Schumpeter darin «schöpferische Zerstörung». Heute geht das nicht ohne Forschung, die an Universitäten und Fachhochschulen geleistet wird. Deshalb zählt längst auch Wissen zu den zentralen Produktionsfaktoren. Auch hier geht es darum, gesicherte Erkenntnisse neu zu kombinieren, um ungeklärte Fragen zu beantworten.

Doch welche Rolle spielt Design im Innovationsprozess? Eine zentrale Rolle. Denn Design kümmert sich um die Konzeption und Gestaltung der Schnittstellen, über die wir Produkte, Dienstleistungen und Prozesse wahrnehmen und nutzen. Gutes Design ergreift immer auch Partei der Nutzerinnen und Nutzer. Lässt sich der Vorteil eines neuen Betriebssystems auch von Laien erkennen? Wird die neue Insulinpumpe auch von älteren Patienten akzeptiert werden? Wie muss eine Drohne konzipiert sein, die den Transport von Blutkonserven und Medikamenten in unzulängliche Gebiete übernimmt und in Empfang genommen wird? Wie kann das weltweite Toilettenproblem gelöst werden? Wie muss eine VR-Brille konzipiert und gestaltet sein, die den Zugang in virtuelle Welten eröffnet und unser Sehen neu formatiert? Wie kann ein Produktionsprozess zugleich vereinfacht und nachhaltiger konzipiert werden, ohne dabei die Produktqualität zu verringern? In solchen Fragen spielt Design eine zentrale Rolle. Design vermittelt technische Erfahrungen in die konkrete Anwendung. Es sichert so Innovation ab und macht sie erst verfügbar.

Design ist eine Disziplin, die das Gesamte im Blick haben muss, um die richtige Detaillösung anbieten zu können. Wer sich darin bewähren will, kombiniert Generalistentum mit der Hartnäckigkeit eines Pedanten und dem Weitblick einer Zukunftsforscherin, die lange vor uns Konsumentinnen und Konsumenten weiß, was uns passen wird. Diese Aufgabe geht über die technische Erfahrung und weit über Marketing hinaus. Die Schweiz gilt als das Land mit der höchsten Patentdichte weltweit und rangiert im Global Innovation Index regelmäßig an erster Stelle. Das zeugt von einer hoch entwickelten Erfindungsgabe. Doch nicht zu vergessen ist dabei, dass sich Erfindungen erst in der Anwendung bewähren. Dafür ist Design, das in die Tiefe denkt, der richtige Partner.

## Design et innovation

F

Il est bien connu que l'innovation est plus que le renouveau, comme l'origine latine du terme l'indique, et qu'elle implique plus qu'une invention. Elle traduit les idées en produits, services ou processus, et les met sur le marché. C'est seulement alors que l'innovation porte bien son titre. Le projet doit surmonter beaucoup d'obstacles pour ne pas échouer. S'il réussit, il permet aux entrepreneurs de profiter d'un avantage sur leurs compétiteurs. C'est pour cela que les entreprises visent constamment l'innovation. Elles le font en combinant les facteurs de production de façon nouvelle. Il y a plus de cent ans, l'économiste Joseph A. Schumpeter a identifié cinq possibilités: soit les entreprises produisent un nouveau produit ou le même produit avec une qualité jamais égalée, soit elles introduisent de nouvelles méthodes de production, soit elles ferment un marché inutilisé, soit elles conquièrent des ressources négligées des matières premières ou de produits semi-finis, soit elles réorganisent leur position sur le marché. Si, ce faisant, elles évincent des mécanismes existants, J. A. Schumpeter parle de « destruction créatrice ». Aujourd'hui, cela passe nécessairement par la recherche effectuée dans les universités et les hautes écoles spécialisées. C'est pour cela que le savoir fait depuis longtemps également partie des principaux facteurs de production. Il s'agit aussi de combiner les découvertes établies de façon nouvelle pour trouver des réponses aux questions encore ouvertes.

Mais quel rôle joue le design dans le processus d'innovation? Un rôle central. Car le design s'occupe de la conception et de la création des interfaces grâce auxquelles nous percevons et utilisons les produits, les services et les processus. Un bon design prend également toujours le parti des utilisatrices et utilisateurs. Les amateurs reconnaissent-ils également les avantages d'un nouveau système d'exploitation? La pompe à insuline est-elle également acceptée par les patients âgés?

## Design



9

Comment faut-il concevoir un drone s'occupant de transporter et de recevoir des poches de sang et des médicaments dans des zones difficiles d'accès? Comment peut-on résoudre le problème mondial des toilettes? Comment concevoir et créer des lunettes de réalité virtuelle permettant l'accès à des mondes virtuels et remodelant notre vision? Comment peut-on à la fois simplifier un processus de production et le rendre durable, sans diminuer pour autant la qualité de production? Le design joue un rôle central dans toutes ces questions. Il permet de convertir les inventions techniques en applications concrètes. Il garantit ainsi l'innovation et la rend disponible.

Le design est une discipline nécessitant une vision globale pour pouvoir proposer la solution détaillée appropriée. Pour y faire ses preuves, il faut combiner esprit généraliste, ténacité scrupuleuse et vision globale d'un futurologue qui connaît bien avant nous, simples consommateurs, ce qui va nous arriver. Ce travail va bien au-delà de l'invention technique et du marketing. La Suisse est le pays avec le plus de brevets au monde et se classe régulièrement à la première place du Global Innovation Index. Cela indique un don très développé pour l'invention. Mais il ne faut pas oublier que les inventions doivent être appliquées pour prouver leur utilité. Le bon partenaire est donc un design qui réfléchit en profondeur.

E

We know that innovation is more than mere renewal, as the Latin origin of the word indicates, and it is more than invention. It translates an idea into products, services or processes and succeeds in establishing them on the market. Only then does it really deserve to be called innovation. The project may founder on numerous reefs. When it is successful, it helps companies get a head start on their competitors. So, companies are always aspiring to innovation. They do it by combining production factors in novel ways. More than a hundred years ago, the economist Joseph A. Schumpeter identified five possible options. Companies can produce a new commodity, or produce it to a quality standard unattained before; they can introduce new production methods, open up an unexploited area of the market for sales, acquire overlooked sources of supply for raw materials or semi-finished articles, or they can reorganise their position on the market. If in the process, they supplant existing mechanisms, Schumpeter saw this as a case of "creative destruction". Today the process cannot be carried on without the research being done at universities and colleges of higher education. Consequently, knowledge has long been recognised as a crucial production factor. Here again it is a matter of recombining established insights in novel ways in order to answer unresolved questions.

Design is a discipline which needs to keep the big picture in view in order to offer the right detailed solution. If you want to be successful in design, you must combine all-round talent with the obstinacy of a pedant, and the long view of a futuristic researcher who knows what is going to meet our needs long before it occurs to the consumer. This task amounts to more than just technical invention, and goes a whole lot further than marketing. Switzerland is viewed as the country with the greatest concentration of patents worldwide, and regularly features in first place in the Global Innovation Index. This testifies to a highly developed inventive talent. But we shouldn't forget, either, that innovations only prove effective when they are applied. And in this context, design that looks deeply into things is the partner you need.

But what role does design play in the innovation process? Its role is central. Design is concerned with the conception and planning of the interfaces where we perceive and make use of products, services and processes. Good design is always on the side of the consumer. Will the benefit of a new operating system be evident even to the ordinary user? Will the new insulin pump be accepted by elderly patients? How should a drone be constructed in order to carry banked blood and medicaments for safe delivery to inaccessible areas? What is the answer to the worldwide toilet problem? How should a pair of VR spectacles be shaped and designed if it is to open up access to virtual worlds, and reformat our visual faculty? How can a production process be simultaneously simplified and made more sustainable, without any loss of product quality? In questions like these, design plays a central role. Design transfers technical inventions to the level of concrete application. In this way, it reinforces innovation, and is essential in making it available.

Vice-President of the Swiss Design Association,  
editor of Hochparterre

# Design and innovation

Meret Ernst

# Weshalb Design hilft

10

Die Ressourcen der Menschen in dieser Altersgruppe sind so unterschiedlich wie in keiner Altersgruppe zuvor.

## Lebensstile

Eine Segmentierung der älteren Menschen als Kundengruppe darf sich aber nicht alleine auf die Ressourcen beziehen, vielmehr gilt es, auch unterschiedliche Lebensstile oder Identitäten zu beachten. Ein älter werdender Countryanhänger wählt seine Kleider, Möbel und Gebrauchsgegenstände anders aus als der Herr, der mit Vorliebe klassische Musik hört. Eine Dame, die gerne ins Theater geht, sucht nicht die gleichen Schuhe wie eine Biobäuerin, auch wenn beide das gleiche Fussproblem haben.

## Wandel mit der Zeit

Und um das Ganze noch komplizierter zu machen: Die Produkte und deren Beschreibung müssen sich mit der Zeit wandeln, denn auch die Altersbilder sind einem stetigen Wandel unterworfen. Wer in seiner Jugendzeit den zweiten Weltkrieg miterlebt hat, nimmt ein anderes Bild von sich selber und vom «richtigen» Verhalten alter Menschen mit, als jemand, der in den sechziger Jahren gross geworden ist. Die 75-jährige Sportlerin hat ein anderes Bild von sich als ihre Mutter im gleichen Alter.

**Älterwerden ist also ein dynamischer Prozess, der geprägt wird von unterschiedlichen Ressourcen, individuellen Lebensstilen und kulturellen Strömungen. Dennoch gibt es körperliche Konstanten des Alterungsprozesses, die sich nicht ganz vermeiden lassen.**

## D

1,5 Mio. Menschen sind heute in der Schweiz älter als 65-jährig, und in 15 Jahren werden es rund 2,2 Mio. sein. Dennoch ist es falsch, vom wachsenden Markt der «Alten» zu reden. Es wird auch nicht richtiger, wenn man von der wachsenden Gruppe der Senioren, Best Agers, Golden Generation oder Silver Customers redet.

**Das Problem ist nicht die Bezeichnung der Zielgruppe, das Problem ist, dass es sich nicht um eine einzige Zielgruppe handelt, sondern um viele verschiedene Zielgruppen.**

## Kontinuierliches Wachstum

Was stimmt: Die Gruppe der Menschen, die das Pensionsalter erreicht haben, wächst kontinuierlich. Mit den Babyboomer treten einerseits mehr Leute ins Pensionsalter ein, andererseits steigt dank den medizinischen Fortschritten die Lebenserwartung: Frauen werden in der Schweiz rund 85 Jahre alt, Männer rund 81 Jahre.

## Ressourcen

Allerdings gilt es zu beachten, dass die Gruppe, über die wir reden, nicht nur gross, sondern äusserst heterogen ist. Die Lebensphase, die am Ende des Berufslebens beginnt und die irgendwann mit dem Tod endet, kann ganz unterschiedlich erlebt werden, je nachdem ob man lange gesund bleibt oder frühzeitig krank wird, ob man in einer guten Umgebung wohnt und über ausreichend finanzielle Mittel verfügt, ob man einen Partner hat, in eine Familie eingebunden ist oder alleine lebt.

Dazu gehört, dass die Muskeln schwächer werden und sich die Bewegungsdynamik reduziert. Dieser Prozess kann zwar mit gezieltem Training verzögert werden, dennoch werden flinke Bewegungen ebenso wie das Heben von schweren Lasten und das Verrichten von anstrengender körperlicher Arbeit im Laufe des Älterwerdens schwieriger. Vom Abbauprozess betroffen sind auch die sensorischen Fähigkeiten: Das Lesen kleiner Buchstaben oder das Verstehen undeutlicher Durchsagen bereiten mit zunehmendem Alter Mühe und auch die feinmotorischen Fähigkeiten nehmen ab, mit der Folge, dass der Umgang mit kleinen Geräten und Gegenständen immer schwieriger wird.

Weil sich die körperlichen Fähigkeiten mit dem Älterwerden verändern, muss sich das Individuum kontinuierlich an seine neuen Möglichkeiten anpassen und sich mit den neuen Einschränkungen immer wieder neu erfinden. Dabei ist es hilfreich, wenn man seine Identität nicht jedes Mal über Bord werfen muss. Wenn man sich schon darauf einstellen muss, Hilfsmittel zu benutzen, sollten diese der eigenen Vorstellung von Ästhetik entsprechen, sollten etwas von dem abbilden, was einem zeitlebens wichtig war.

Es genügt also nicht, Produkte zu haben, die funktional sind. Es braucht Produkte und Dienstleistungen, die den Menschen erlauben, ihre eigene Identität leben zu können, auch wenn der Körper altert. Hier liegt die grosse Hoffnung auf sorgfältige und kreative Designer sowie mutige Produzentinnen und Produzenten. Wir hoffen, dass es ihnen gelingt, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die praktisch und schön gestaltet sind. Produkte, die Menschen nicht ausgrenzen und stigmatisieren, sondern durch klug und kreative Funktionalität durch den Prozess des Älterwerdens begleiten.



# Pourquoi le design est utile

11

## Ressources

Il faut toutefois noter que le groupe dont nous parlons n'est pas uniquement important, mais également extrêmement hétérogène. La phase de vie débutant à la fin de la vie active et s'arrêtant au moment de la mort peut être vécue de façons très différentes, en fonction de si les personnes restent en bonne santé ou tombent malades rapidement, de si l'on vit dans un bon environnement et de si l'on dispose de suffisamment de moyens financiers, de si l'on a un partenaire, de si l'on vit en famille ou seul.

**Les ressources des personnes de ce groupe d'âge sont plus variées que celles de tout autre groupe d'âge.**

## Styles de vie

Une segmentation des personnes âgées en tant que groupes de clients ne peut toutefois pas uniquement se baser sur les ressources. Il faut bien plus prendre en compte également les différents styles de vie ou identités. Un fan de country vieillissant choisit ses vêtements, ses meubles et ses objets de consommation courante de façon différente que l'adepte de musique classique. Une dame qui aime aller au théâtre ne cherche pas le même genre de chaussures qu'une agricultrice bio, même si toutes les deux ont les mêmes problèmes de pieds.

## La croissance continue

Ce qui est vrai: le groupe des personnes ayant atteint l'âge de la retraite continue de grandir. Le nombre de retraités augmente non seulement avec l'arrivée à l'âge de la retraite des personnes issues du baby-boom, mais aussi avec l'allongement de l'espérance de vie grâce aux progrès de la médecine: en Suisse, les femmes atteignent environ 85 ans, et les hommes environ 81.

## Le fil du temps

Et pour corser encore plus le tout: les produits et leur description doivent évoluer avec leur temps, car la vision de la vieillesse subit constamment des modifications. Les personnes ayant vécu la Deuxième Guerre mondiale dans leur jeunesse ont une autre image d'elles-mêmes et du «bon» comportement des personnes âgées que quelqu'un ayant grandi dans les années 1960. La sportive de 75 ans a une autre image d'elle-même que sa mère au même âge.

Vieillir est donc un processus dynamique influencé par les différences de ressources, de styles de vie individuels et de courants culturels. Toutefois, il existe des constantes physiques du processus de vieillissement que l'on ne peut pas entièrement éviter.

Par exemple le fait que les muscles deviennent plus faibles et que la dynamique de mouvement diminue. Ce processus peut certes être retardé à l'aide d'un entraînement ciblé, mais les mouvements rapides, le levage de charges lourdes et l'exécution de travaux physiques fatigants deviennent de plus en plus difficiles avec l'âge. Les capacités sensorielles sont aussi touchées par ce processus de dégradation: avec l'âge, il devient de plus en plus difficile de lire ce qui est écrit en petit ou de comprendre des messages peu clairs, et les capacités motrices fines diminuent, avec pour conséquence qu'il est toujours plus compliqué de se servir de petits appareils ou objets.

Étant donné que les capacités physiques changent avec l'âge, l'individu doit toujours s'adapter à ses nouvelles possibilités et se redéfinir constamment avec ses nouvelles limitations. Il est utile de ne pas avoir à changer totalement son identité à chaque fois. Lorsque l'on doit déjà se résoudre à utiliser des moyens auxiliaires, ces derniers devraient correspondre à notre vision de l'esthétique, ils devraient représenter quelque chose qui nous a tenu à cœur toute notre vie.

Il n'est pas suffisant d'avoir des produits fonctionnels. Il faut des produits et des services permettant aux personnes de pouvoir vivre leur propre identité, même si le corps vieillit. Un grand espoir repose pour cela sur des designers soigneux et créatifs, ainsi que sur des producteurs courageux. Nous espérons qu'ils sauront développer des produits et des services pratiques et esthétiques. Des produits qui ne mettent pas les personnes de côté, ni ne les stigmatisent, mais qui accompagnent le processus de vieillissement grâce à leurs fonctionnalités intelligentes et créatives.

# Dr. Antonia Jann

directrice générale Age-Stiftung

# design helps

**E** Switzerland today already has 1.5 million people over the age of 65, and in 15 years there will be something like 2.2 million. And yet it is incorrect to talk about the growing market of the "elderly". Nor is it any better when people refer to the growing group of seniors, Best Agers, Silver Customers or the Golden Generation.

The problem is not the label attached to the target group – the problem is that we have to do not with a single target group, but rather with many different target groups.

## Growing all the time

The facts are that the group of people who have reached pensionable age is growing all the time. With the baby boomers becoming pensioners, on the one hand, more and more people are entering retirement; and on the other hand, medical progress means higher life expectations – women in Switzerland live to be around 85, men to around 81.

## Resources

At the same time it is important to be aware that the group we are talking about is not just a large one, it is also extremely heterogeneous. The phase of life which starts with retirement from a professional career, and ends at some point with death, can be a quite different kind of experience, depending on how long you stay healthy or whether you contract an illness at an early stage, whether you live in a good neighbourhood and have sufficient financial resources, whether you have a partner, whether you live with a family or on your own.

The resources of people in this age group are different as has never been the case with any age group in the past.

## Lifestyles

But the segmentation of the elderly as a customer group should not be based exclusively on resources – it is more important to take into account their different lifestyles or identities. An ageing Country fan chooses his clothes, furniture and consumer articles differently from a gentleman who prefers listening to classical music. A lady who likes going to the theatre will not opt for the same shoes as one who runs a biodynamic farm, even if they both suffer from the same foot problems.

## Change in the course of time

And to make the whole thing even more complicated – the products and their descriptions need to change in the course of time, since even the image of age is subject to ongoing transformation. A person who has experienced the Second World War in his youth will have a different picture of himself, and of the 'appropriate' way for the elderly to behave, from that of someone who has grown up in the sixties. The 75-year-old lady sportsman will have a different image of herself as compared with her mother at the same age.

So growing older is a dynamic process, one characterised by different resources, individual lifestyles and cultural currents. At the same time, there are physical constants of the ageing process from which no one is entirely exempt.

These include the weakening of the muscles, and reduced mobility and dynamism. This process can be prolonged with systematic training, certainly – but all the same, sprightly movements, lifting heavy weights and strenuous physical work become more difficult as a person grows older. The process of deterioration affects the sensory capacity likewise: with increasing age, it becomes an effort to read small print or make sense of unclear public announcements, and the fine motor skills are also impaired – making it increasingly difficult to cope with miniature equipment and objects.

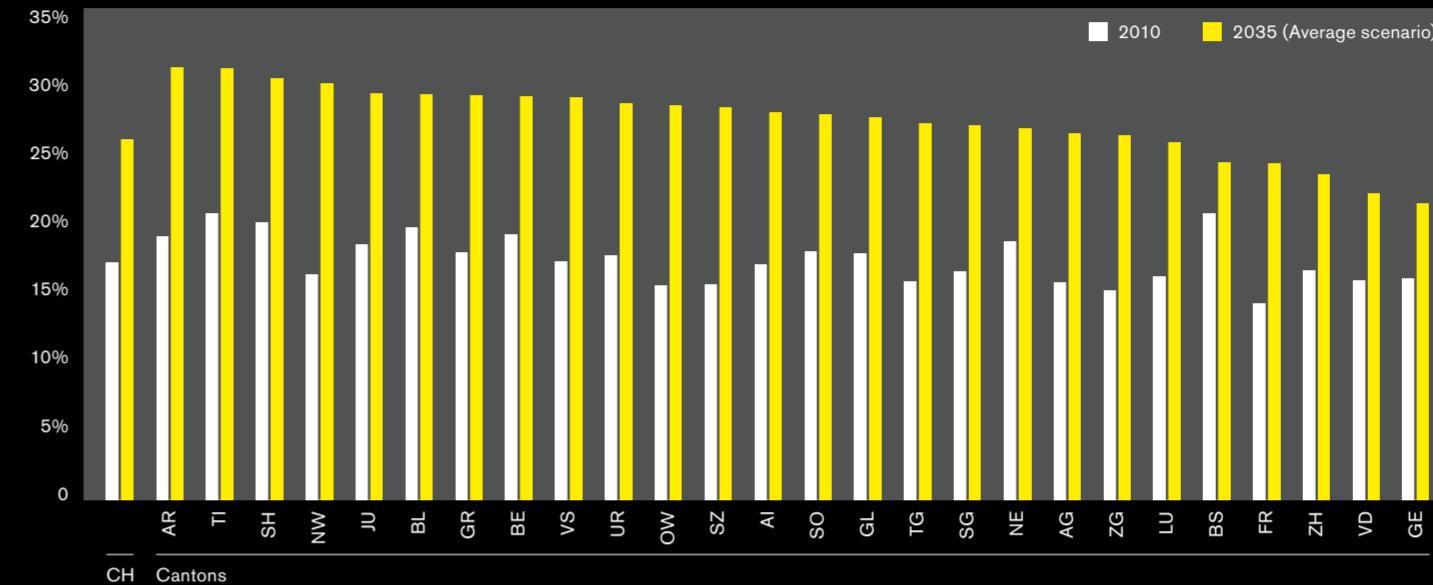
Because a person's physical capacity changes as he or she grows older, individuals must continually adjust to their new possibilities and repeatedly reassess their new limits. And here it is helpful if you don't have to throw your identity overboard on every occasion. If you have to come to terms with using aids, these should be designed in keeping with the person's aesthetic expectations – should reflect something of what has been important to them in their lifetime.

So it is not enough just to have products that are functional. We need to have products and services which make it possible for people to live out their own identity, even with an ageing body. Here a great deal can be expected from conscientious and creative designers and courageous manufacturers. We hope they will succeed in developing products and services which are both practically useful and beautifully designed – products that do not marginalise and stigmatise people, but whose functionality accompanies the ageing process in smart and creative ways.

Anteil Personen 65+ an der ständigen Wohnbevölkerung, Entwicklung von 2010 bis 2035 nach Kanton

Nombre de personnes de plus de 65 ans dans la population permanente, évolution entre 2010 et 2035 par canton

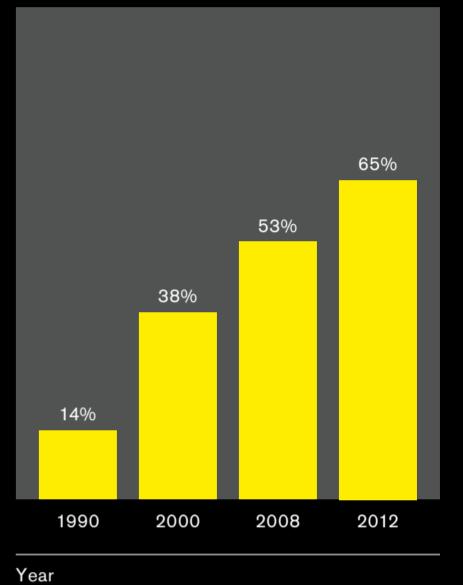
Percentage of persons 65+ in the constant residential population Development from 2010 to 2035 based on Canton



Personen mit innovationsorientiertem Selbstbild im Alter 55–74 Entwicklung der Anteile 1990 bis 2012

Personnes avec une perception de soi orientée vers l'innovation entre 55 et 74 ans Evolution du pourcentage entre 1990 et 2012

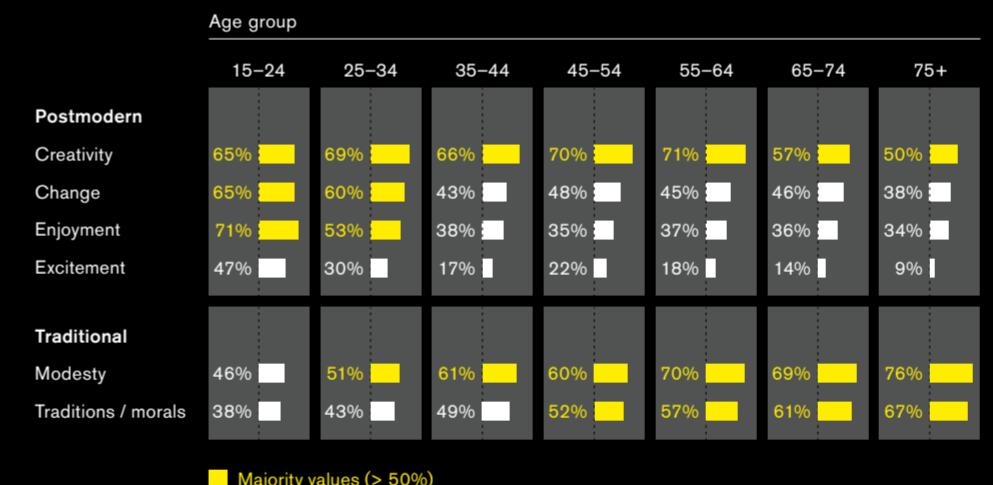
Persons with an innovation-oriented self-image aged 55 to 74 Percentage development 1990 to 2012



Postmoderne und traditionalistische Werthaltungen Identifikation mit Werthaltungen 2012 nach Altersgruppe

Valeurs post-modernes et traditionnelles Identification avec valeurs de 2012 en fonction du groupe d'âge

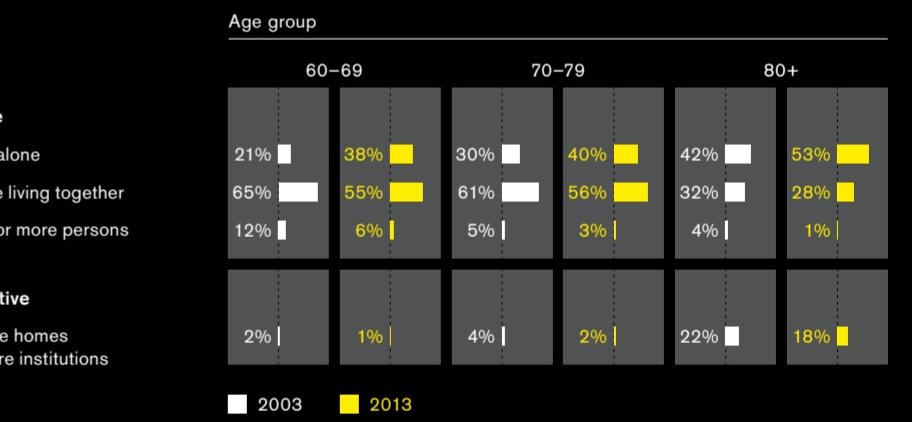
Postmodern and traditionalist values Identification with values in 2012, based on age group



Haushaltsstrukturen im Alter 60+ Anteile 2013 und 2003 nach Altersgruppe (Deutschschweiz)

Structures des ménages de 60 et plus Pourcentage pour 2013 et 2003 en fonction du groupe d'âge (Suisse alémanique)

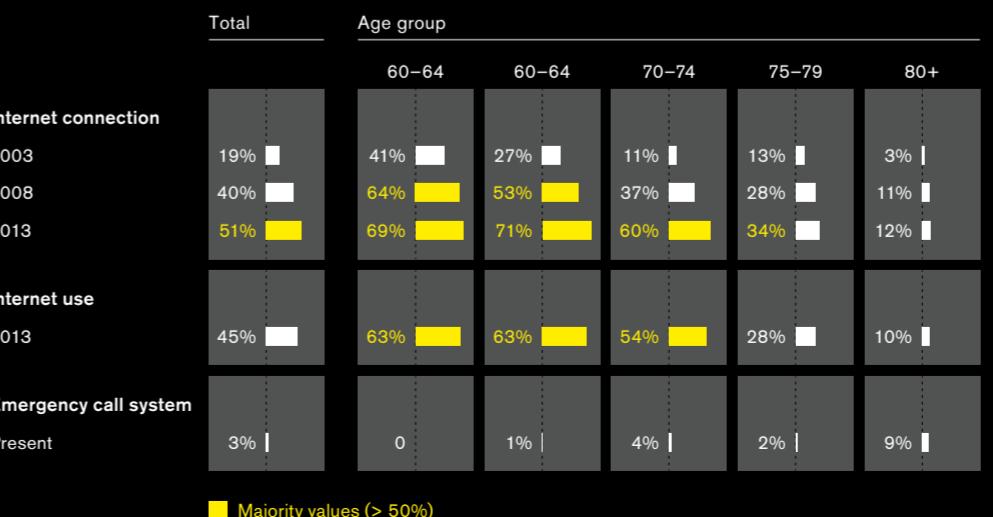
Household structures in over-60 age group Percentages 2013 and 2003 based on age group (German-speaking Switzerland)



Internet und Notrufsysteme im Alter 60+ Verbreitung und Nutzung nach Altersgruppe bis 2013

Internet et systèmes de secours à 60 ans et plus Propagation et utilisation en fonction du groupe d'âge jusqu'à 2013

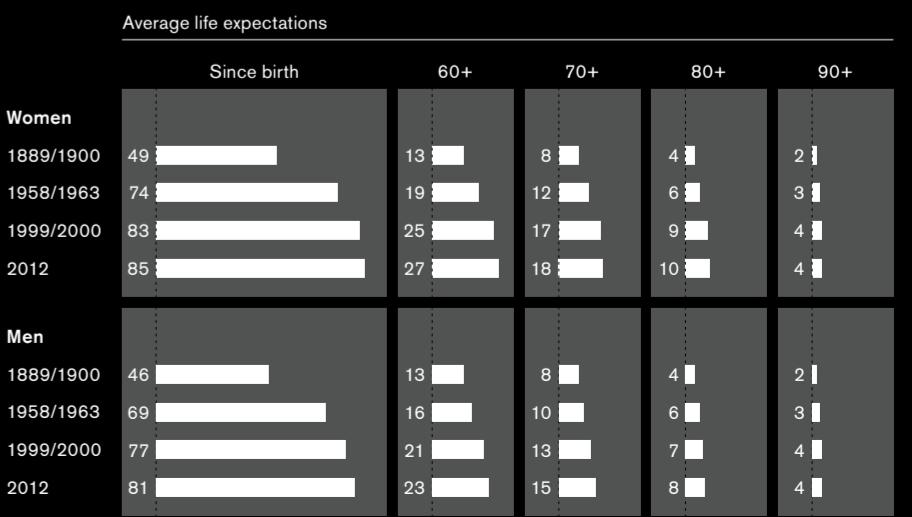
Internet and emergency call systems in over-60 age group Dissemination and use, by age group, up to 2013



Durchschnittliche Lebenserwartung Entwicklung von 1889 bis 2012 nach Alter und Geschlecht

Spérance de vie moyenne Évolution de 1889 à 2012 en fonction de l'âge et du sexe

Average life expectancies Development from 1889 to 2012 by age and sex



Altwerden ist schon  
mühsam genug — Gute  
Produkte können einen  
grossen Unterschied  
machen — Designerinnen  
und Designer, wir zählen  
auf euch — [age-stiftung.ch](http://age-stiftung.ch)

## CLAIKE & GEORGE Hotelspitex

Design Leadership Prize: Focus Ageing Society – Enabling Innovation

15

F

La fondation Claire & George, créée en 2013, est une organisation à but non lucratif qui coordonne des vacances personnalisées dans des hôtels accessibles en Suisse entre des personnes handicapées ou ayant des limitations et les Aides et soins à domicile Suisse ou d'autres prestataires de services d'aide. La fondation fait office de centre de compétence et met en réseau l'hôtellerie, les clients et les prestataires de services d'aide et de soins ambulatoires ou d'autres formes d'assistance.

La prestation Hotelspitex innovatrice proposée par Claire & George s'adresse d'une part à toutes les personnes nécessitant des soins en raison de leur âge avancé, d'une maladie, d'un accident ou d'un handicap et, d'autre part, à leurs proches. L'objectif est de pouvoir de nouveau profiter de vacances ensemble. Car nous avons tous besoin de vacances, d'un changement de décor, que ce soit du travail ou du quotidien. Claire & George ne facture pas de frais de coordination. La fondation se finance uniquement par les commissions des partenaires, les coopérations et les dons de ses bienfaiteurs.

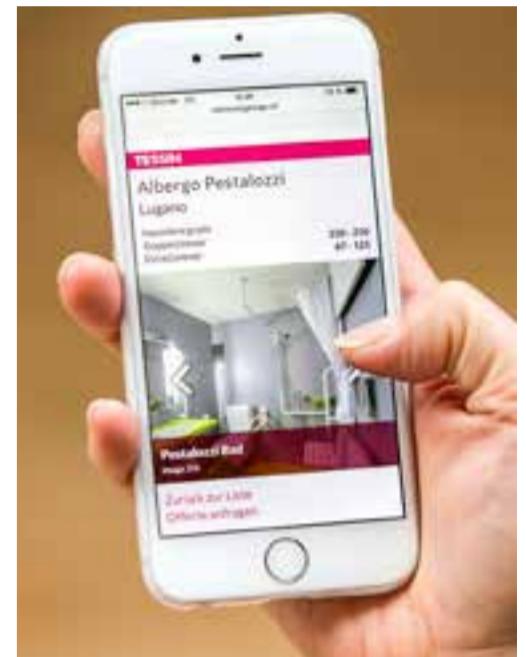
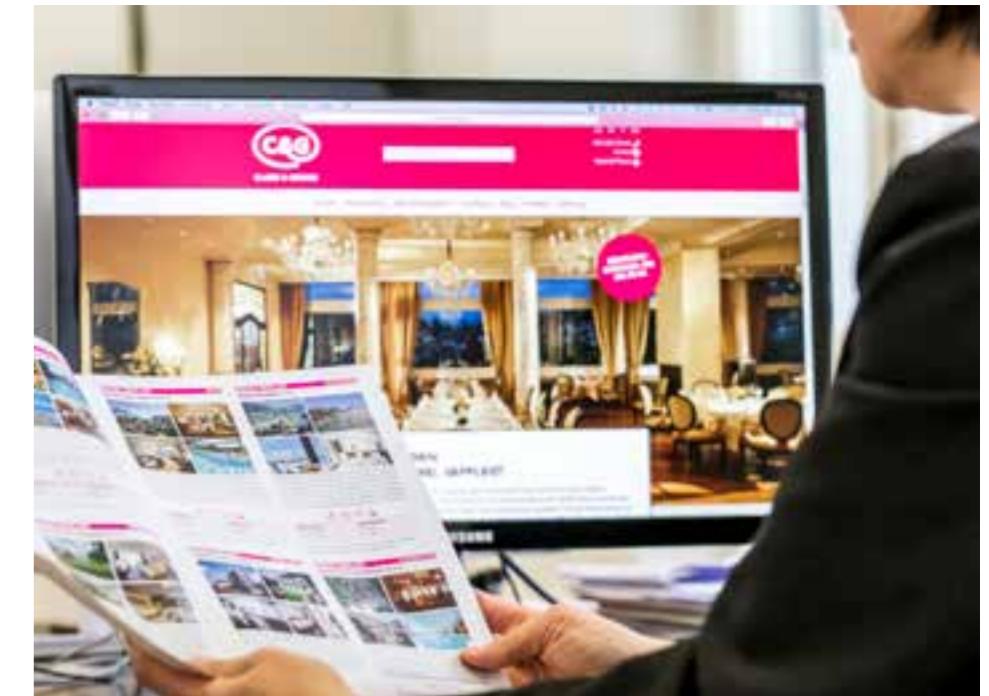
**Commentaire des nominateurs**  
La fondation, initiée par Susanne Gäumann après une expérience personnelle, et créée avec un fort engagement, permet à des personnes handicapées ainsi qu'à leur famille ou à leurs amis de profiter de vacances adéquates et personnalisées. Des vacances abordables et accessibles à tous, qu'ils soient jeunes ou plus âgés, peu importe leur situation de vie. Cette prestation de service très simple et en même temps astucieuse résout de nombreux problèmes.

Claire & George Hotelspitex est un Angebot, von dem einerseits alle Menschen profitieren können, die alters-, krankheits-, unfall- oder behinderungsbedingt auf Hilfe angewiesen sind, das sich andererseits aber auch an die Angehörigen und Freunde dieser Menschen richtet. Das Ziel ist es, gemeinsame Ferien wieder möglich zu machen. Denn eine Auszeit von Alltag und Arbeit bzw. ein Kulissenwechsel – dieses Bedürfnis teilen alle Menschen. Claire & George berechnet keine Vermittlungsgebühr. Die Stiftung finanziert sich ausschliesslich über Kommissionseinnahmen, Kooperationen und Spenden.

G

**Kommentar der Nominatoren**  
Die von Susanne Gäumann aus einer persönlichen Erfahrung heraus initiierte und mit grossem Engagement ins Leben gerufene Stiftung ermöglicht es Menschen mit Handicap sowie deren Angehörigen bzw. Freunden, angemessene und individuelle Ferien zu geniessen. Ferien, die für Jung und Alt in jeder Lebenssituation erschwinglich und zugänglich sind. Diese denkbar einfach und zugleich smart konzipierte Dienstleistung ist ein echter Problemlöser.

H



**E**  
Founded in 2013, the Claire & George Foundation is a non-profit organisation which provides individual holidays for people with handicaps or special needs in barrier-free hotels in Switzerland, based on home care services – Spitex – and other forms of support. The Foundation sees itself as being a centre for expertise, as well as a brokerage and marketing platform between customers, the hotel industry and suppliers of out-patient care and related services.

Claire & George Hotelspitex – Claire & George Hotel Home Care – is a service, first of all, from which anyone can benefit who stands in need of help in view of their age or condition, if they have suffered an accident or have special needs. At the same time, it is also addressed to the friends and families of such people. The aim is to make it possible for them to enjoy shared holidays again. Time out from work and the everyday routine is important – this is a need that all people share. Claire & George does not charge any brokerage fees. The foundation is financed entirely from income received in the form of commissions, from partnerships and donations.

**Comments of the nominators**  
Launched by Susanne Gäumann on the basis of her own personal experience, and made a reality through her massive commitment, the Foundation allows people with special needs, together with their families and friends, to enjoy individual holidays in keeping with their requirements. These holidays are affordable by young and old in every life situation, and are open to all. This totally simple but at the same time cleverly thought – out service is a highly effective solution to a real problem.

# Stadler EC250 Giruno

Design Leadership Prize: Focus Ageing Society – Enabling Innovation



**D**  
Die Gestaltung eines neuen Zuges ist eine enorm komplexe, durch zahllose technische, wirtschaftliche und sicherheitsrelevante Vorgaben geprägte Aufgabe. Bei einem Zug, der in mehreren Ländern mit voneinander abweichenden Vorschriften und Normen verkehren soll, kann alleine die Ausschreibung mehr als 3000 Anforderungspunkte umfassen. So war es beim neuen Hochgeschwindigkeitszug Giruno, den die SBB nach einem Vergabeverfahren bei der Stadler Rail AG mit Nose als Designpartner in Auftrag gaben. Er wird 2019 den Betrieb aufnehmen und die Verbindung Deutschland–Schweiz–Italien via Gotthard-Basistunnel bedienen. Bei der Gestaltung von Giruno wurde – analog dem SBB-Motto «Unterwegs zu Hause» – der Schwerpunkt auf Komfort, Eleganz und Kundenfreundlichkeit gelegt – insbesondere für Familien, Senioren und Personen mit eingeschränkter Mobilität. Der Forderung nach Barrierefreiheit wird dabei auf allen Ebenen entsprochen. So ist der Zug – als erster seiner Art – mit einem für zwei Bahnsteighöhen geeigneten Niederflureinstieg ausgestattet, der Ein- und Ausstieg erheblich erleichtert. Die Verkehrsflächen im Innenraum sind so dimensioniert, dass der Speisewagen im Rollstuhl problemlos erreichbar ist. Rollstuhlpätze verfügen zudem über spezielle Klappstühle. Bei der Sitzplatznummerierung gibt es eine Version in Brailleschrift, und selbst der Einwurf der Abfallbehälter ist auffällig tief angeordnet.

**Kommentar der Nominatoren**  
Eine überzeugend gelungene Zuggestaltung, die die Forderung nach Barrierefreiheit konsequent beherzigt und auf innovative Weise umsetzt. Der für verschiedene Bahnsteighöhen geeignete Niederflureinstieg ist bisher einmalig bei Hochgeschwindigkeitszügen. Das ebenso dumme wie alte Vorurteil, dass Barrierefreiheit auf Kosten der gestalterischen Qualität gehen würde, ist durch den Giruno eindrücklich widerlegt.

**F**  
La conception d'un nouveau train est une mission particulièrement complexe à cause des nombreuses directives techniques, économiques et celles liées à la sécurité. Pour un train qui voyage dans différents pays aux contraintes et aux normes différentes, la seule soumission peut comprendre plus de 3000 exigences. Il en a été ainsi du nouveau train à grande vitesse Giruno, commandé par les CFF à Stadler Rail AG après une procédure d'appel d'offres, avec pour partenaire de design Nose. Il entrera en fonction en 2019 et servira à relier l'Allemagne, la Suisse et l'Italie via le tunnel de base du Gothard. Pour concevoir Giruno, l'accent a été mis – conformément à la devise des CFF «En route comme chez soi» – sur le confort, l'élegance et la convivialité, en particulier pour les familles, les seniors et les personnes à la mobilité réduite. L'exigence d'accessibilité est respectée à tous les niveaux. Ainsi, le train est équipé d'un plancher bas adapté à deux hauteurs de quai – pour la première fois –, ce qui facilite considérablement la montée et la descente. Les surfaces de circulation dans l'habitacle sont dimensionnées de façon à pouvoir se rendre sans problème à la voiture-restaurant en chaise roulante. Les places pour fauteuils roulants disposent de plus de tables repliables spéciales. La numérotation des places assises est indiquée en braille, et même l'ouverture des poubelles est placée particulièrement bas.

**Commentaire des nominateurs**  
Un train au design particulièrement réussi, qui prend à cœur de façon cohérente l'exigence d'accessibilité et la met en œuvre de façon innovatrice. Le plancher bas adapté à différentes hauteurs de quai est du jamais vu pour les trains à grande vitesse. Giruno réfute fortement le préjugé aussi stupide que dépasse selon lequel accessibilité n'est pas compatible avec design de qualité.

**Comments of the nominators**  
A convincingly successful train design, one that consistently takes to heart the requirement of freedom from barriers and realises it in innovative ways. The low-floor entry is suitable for different platform heights, a unique feature in high-speed trains to date. The old mistaken view that freedom from barriers is only possible at the expense of design quality has been impressively refuted by the Giruno train.



## Mehrgenerationenhaus Giesserei, Winterthur

Design Leadership Prize: Focus Ageing Society – Home and Living

**D**  
Die Giesserei Winterthur ist eine selbstverwaltete, genossenschaftlich organisierte Wohnsiedlung in Oberwinterthur, die nach einer mehrjährigen Planungs- und Bauphase 2013 bezogen wurde. Die nach ökologischen und barrierefreien Grundsätzen errichtete Anlage umfasst 151 Wohnungen und diverse Gewerberäume verschiedenster Größen und bietet rund 300 Menschen ein Zuhause. Das zentrale Anliegen dieses Projektes ist die altersdurchmischte Siedlung, die das Verständnis zwischen den Generationen und die Solidarität unter der Bewohnerchaft ohne Dogmatismus fördert. Dazu gehört auch die Integration von unterstützungsbedürftigen Personen, für die ebenfalls Wohn- und Arbeitsraum zur Verfügung steht. Alle Bewohner übernehmen, soweit sie dazu in der Lage sind, verpflichtend 36 Arbeitsstunden im Jahr, um gemeinschaftliche Aufgaben zu erledigen. Eine vielfältige Gemeinschaftsinfrastruktur, zu der u. a. Veranstaltungsräume und Werkstätten gehören, bietet die räumliche Voraussetzung für alle möglichen Aktivitäten, die das Zusammenleben in der Siedlung bereichern.

**Kommentar der Nominatoren**  
Die Giesserei ist ein selbstverwaltetes Genossenschaftsprojekt, das von Bewohnerinnen, Bewohnern und Gewerbetreibenden mit sehr viel Engagement und Mut über Jahre hinweg vorangetrieben und schliesslich realisiert wurde. Das Konzept für ein sozial vielfältiges, generationenübergreifendes Wohnen ist ebenso experimentell wie zukunftsweisend; dabei kann es als Modell verstanden werden, das aufzeigt, wie komplexe Bedürfnisse und Probleme – die der demografische Wandel mit sich bringt – durch gesellschaftliche, soziale und wirtschaftliche Kohäsion beantwortet werden können.

**E**  
La Giesserei Winterthur – Fonderie Winterthur – est une zone résidentielle autogérée et organisée sous forme de communauté à Oberwinterthur, dans laquelle les habitants sont arrivés en 2013, après une phase de planification et de construction de plusieurs années. Le quartier construit sur la base de principes écologiques et d'accessibilité comprend 151 appartements et différents locaux commerciaux de tailles diverses, et accueille environ 300 personnes. Le point central de ce projet est la zone résidentielle multi-âge, qui encourage la compréhension entre les générations et la solidarité entre les habitants, sans recourir au dogmatisme. Il insiste également sur l'intégration des personnes ayant besoin d'aide, pour lesquelles un espace de logement et de travail est également à disposition. Dans la mesure de leurs capacités, tous les habitants doivent fournir 36 heures de travail par an pour s'occuper de tâches pour la communauté. Une infrastructure communautaire variée, dont font notamment partie des salles de réception et des ateliers, met à disposition les espaces nécessaires pour toutes sortes d'activités enrichissant la vie commune dans la zone résidentielle.

**Commentaire des nominateurs**  
La Giesserei est un projet communautaire autogéré, soutenu pendant des années par des habitantes, des habitants et des commerçants très engagés et courageux, et enfin réalisé. Le concept de logements à la diversité sociale et accueillant plusieurs générations est tout autant expérimental que futuriste; il peut servir de modèle pour montrer comment répondre aux besoins et aux problèmes complexes – liés à l'évolution démographique – à l'aide de la cohésion sociétale, sociale et économique.



**E**  
Giesserei Winterthur – the Winterthur Foundry – is a self-managed residential settlement organised on a cooperative basis in Upper Winterthur. After several years of planning and development, the first occupants moved into the complex in 2013. Based on ecological principles and a barrier-free approach, it comprises 151 apartments as well as a number of commercial units varying widely in size, and offers a home to something like 300 people. The principal objective of the project is a mixed-age settlement – one that, without any kind of dogmatism, will encourage understanding between the generations and solidarity among residents. This also includes the integration of persons with special needs, who likewise have living and working space provided for them. All the residents, provided they are capable, take on a mandatory workload of 36 working hours in the year in order to carry out communal tasks. A versatile community infrastructure, including workshops and function rooms, provides the spatial requisites for all kinds of activities, which enhance the life quality shared by the residents.

**Comments of the nominators**  
The Giesserei is a self-managed cooperative project. It has been pursued with great courage and commitment over the years by residents and commercial operators, and now has finally become a reality. The idea of a socially varied, cross-generational form of communal living is both experimental and futuristic. In this context, it can be understood as a model – one that demonstrates how complex needs and problems associated with the process of demographic change can be resolved on the basis of social, humanitarian and economic cohesion.



Gießerei –  
The residents are  
the team

**Team Design:**  
Nose Design Experience  
Christian Harbecke,  
Nina Scheitinger  
Cristofor Bonifacius, Lukas Thüring,  
Thomas Kägi, Dominik Blum  
[www.nose.ch](http://www.nose.ch) / [www.stadlerrail.com](http://www.stadlerrail.com)

**SBB – Team Client:**  
Markus Geist, Nadine Wünsch,  
Christian Frisch, Christian Oberlin,  
Peter Zürcher  
**Team Supplier:**  
Stadler Rail  
Thomas Legler, Daniel Forrer,  
Thomas Kägi, Dominik Blum  
[www.stadlerrail.com](http://www.stadlerrail.com)

1 Christian Oberlin  
2 Nadine Wünsch  
3 Christian Frisch  
4 Nina Scheitinger  
5 Dominik Blum  
6 Gaetano Canuso

# Berner GenerationenHaus

Design Leadership Prize: Focus Ageing Society – Home and Living

Bürgergemeinde Bern  
Project lead:  
Simone von Graffenreid  
Susanne Landolt-Wild  
[www.besch.ch](http://www.besch.ch)



**F**  
Durant plusieurs décennies, l'Hôpital des Bourgeois situé juste à côté de la gare de Berne a été utilisé comme foyer pour personnes âgées par la bourgeoisie. En 2014 toutefois, le complexe classé, construit durant l'époque baroque autour d'une grande cour intérieure, a été entièrement rénové et transformé en maison accessible accueillant plusieurs générations.

Conçue comme endroit public de rencontre et de dialogue entre les générations, la maison est considérée comme une plate-forme d'information, de conseil et d'accompagnement, ainsi que comme une plaque tournante pour des projets socioculturels intergénérationnels. Afin d'atteindre ce but, les locataires et les utilisations ont été mélangés. On a combiné le foyer pour personnes âgées existant toujours au 2<sup>e</sup> étage avec de nombreuses offres de prestations de services et de location – les combles nouvellement aménagés mettent à disposition des salles de réunion et de réception –, ce qui rend la maison intéressante pour tous les groupes d'âges.

**Commentaire des nominateurs**  
Après une rénovation respectueuse du monument historique, l'Hôpital des Bourgeois est devenu d'une part un lieu de rencontre attractif pour toutes les générations, et d'autre part un point central pour des projets intergénérationnels, à partir duquel d'importantes impulsions sociétales sont lancées. De nombreuses offres de prestations de services pour jeunes et plus âgés y sont intelligemment combinées à des activités culturelles visant à faire se rencontrer les générations.

**D**  
Viele Jahrzehnte lang ist das direkt neben dem Bahnhof Bern gelegene Burgerspital als Alterswohnheim der Bürgergemeinde genutzt worden. 2014 aber wurde der denkmalgeschützte, in der Barockzeit um einen grosszügigen Innenhof herum erbaute Komplex nach einer grundlegenden Sanierung zum barrierefreien Mehrgenerationenhaus umgewidmet.

Konzipiert als öffentlicher Ort der Begegnung und des Dialogs der Generationen versteht sich das Haus als Plattform für Information, Beratung, Begleitung sowie als Drehscheibe für generationenübergreifende soziokulturelle Projekte. Dazu entwickelte man einen Mieter- und NutzungsMix, der auf die Förderung dieser Ziele zugeschnitten wurde. Man kombinierte das im 2. Obergeschoss weiterhin bestehende Alterswohnungen mit vielfältigen Dienstleistungs- und Vermietungsangeboten – im neu ausgebauten Dachgeschoss stehen Tagungs- und Veranstaltungsräume zur Verfügung –, die das Haus für alle Altersgruppen interessant machen.

**Kommentar der Nominatoren**  
Nach einer denkmalgerechten Sanierung wurde das Burgerspital erfolgreich zu einem für alle Generationen attraktiven Treffpunkt und zu einem Brennpunkt für generationenübergreifende Projekte umgewandelt, von dem wertvolle gesellschaftliche Impulse ausgehen. Geschickt werden hier breit gefächerte Dienstleistungsangebote für Alt und Jung mit kulturellen Aktivitäten kombiniert, die auf eine Begegnung der Generationen angelegt sind.



**E**  
Located right next to Bern's railway station, the Burgerspital building was used for many decades as an old people's home for the local community. In 2014, however, the listed building complex, constructed in the Baroque period around a generously dimensioned inner courtyard, was subjected to fundamental renovation and converted into a barrier-free multi-generational house.

Conceived of as a public space of encounter and dialogue between the generations, the house sees itself as a platform for information, advice and support and as the hub for cross-generational sociocultural projects. With this in mind, a mixed-use building and a variety of tenants were envisaged, this being thought conducive to the promotion of these objectives. The old people's accommodation still existing on the second upper storey was combined with a variety of services and letting opportunities – and the recently converted attic storey holds conference and function rooms, which make the house potentially interesting for all age groups.

**Comments of the nominators**  
Following a careful renovation having regard to the status of a listed building, the Burgerspital has been successfully transformed into a meeting place that is experienced as attractive by all generations. At the same time, it is a focal point for cross-generational projects which give rise to valuable social impulses. A wide spectrum of services for young and old has been skilfully combined with cultural activities designed to promote the coming together of generations.

## Grünräume für die zweite Lebenshälfte

Design Leadership Prize: Focus Ageing Society – Research

D

Gärtner liegen im Trend. Ideen wie Urban Gardening und Guerilla Gardening populärisieren das Thema auch bei einer jungen Generation. Das hat zur Wiederentdeckung des Gartens als Erholungs-, Nutz- und Gemeinschaftsraum beigetragen und letztlich auch geholfen, ein Forschungsprojekt wie «Grünräume für die zweite Lebenshälfte» anzutossen. Dabei ging es zum einen um die praktische Konzeption und Umsetzung von Gärten und Grünräumen für ältere Menschen, die in unterschiedlichen Wohnformen leben. Zum anderen aber flossen die dabei gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse in einen als «Gartenbox» bezeichneten Leitfaden ein, der allen Interessierten vielfältige Handlungsempfehlungen und Entscheidungshilfen für altersgerechte Gärten und Grünräume bietet. Ausserdem wurde im Rahmen des Projektes das aus Architekten, Landschaftsarchitekten, Garten gestaltern, Stadtökologen, Soziologen und Kulturwissenschaftlern bestehende Experten Netzwerk AGR AlterGrünRaum geschaffen, das bei der Anlage altersgerechter Grün räume mit Rat und Tat Unterstützung bietet.

### Kommentar der Nominatoren

Die Tatsache, dass gemeinschaftliches Gärtnern im Alter gesund ist, die Lebensqualität steigert, die Artenvielfalt unterstützt und Wohnanlagen auch ästhetisch aufwertet, das ist durch dieses Projekt – auch wenn dieser Befund nicht wirklich überrascht – wissenschaftlich untermauert und gleichsam amtlich geworden. Überzeugend sind vor allem die vielschichtige Analyse der Gartenprojekte und daraus abgeleiteten praktischen Handlungsempfehlungen, die hoffentlich dazu beitragen werden, Grünräume für die zweite Lebenshälfte zu einem Massenphänomen zu machen.

**F**  
Le jardinage est à la mode. Des idées telles que l'Urban Gardening et le Guerilla Gardening permettent de populariser le sujet même parmi les jeunes générations. Elles ont contribué à la redécouverte du jardin comme espace de détente, utile et commun, et ont également aidé à lancer un projet de recherche comme «Espaces verts pour la deuxième moitié de la vie». D'une part, il s'agissait là de la conception et de la mise en œuvre pratiques de jardins et d'espaces verts pour des personnes âgées vivant de façons différentes. D'autre part, les expériences et connaissances obtenues durant ce processus ont été rassemblées dans un guide appelé «Gartenbox», qui offre à toutes les personnes intéressées diverses instructions et outils décisionnels pour des jardins et des espaces verts adaptés à l'âge. En outre, dans le cadre du projet, le réseau d'experts existant composé d'architectes, de paysagistes, de concepteurs de jardins, de chargés de l'environnement et de spécialistes de la culture a créé AGR AlterGrünRaum – AgeVertEspace –, qui soutient à l'aide de conseils et d'actions la mise en place d'espaces verts adaptés à l'âge.

**Commentaire des nominateurs**  
Ce projet confirme scientifiquement, et rend officiel, le fait que le jardinage commun des personnes âgées est bon pour la santé, qu'il améliore la qualité de vie, encourage la variété des espèces et valorise également les quartiers d'habitation sur le plan esthétique – même si cette conclusion ne surprend pas vraiment. Ce sont surtout les analyses complexes des projets de jardins qui séduisent, ainsi que les instructions pratiques qui en sont tirées. Il faut espérer que cela contribuera à faire des espaces verts pour la deuxième moitié de la vie un phénomène de masse.



**E**  
Gardening is on trend. Ideas like urban gardening and guerrilla gardening are making it popular even with the younger generation. This has contributed to the rediscovery of the garden as a communal space for recreation and communal enjoyment, and finally has also helped stimulate a research project like "Green spaces for the second half of life". This was first of all concerned with the practical conception and realisation of gardens and green spaces for elderly people in different life situations. And at the same time the experience and insights accumulated in this way went into a guideline described as a "Garden Box", which offers all interested parties a wide variety of recommendations for action and decision-making aids in relation to age-friendly gardens and green spaces. Furthermore, the project also led to the establishment of AGR AlterGrünRaum – AgeGreenSpace –, an expert network consisting of architects, landscape architects, garden designers, urban ecologists, sociologists and cultural scientists who are now on hand to offer practical advice and support for the design and creation of age-friendly green spaces.

**Comments of the nominators**  
Community gardening in old age is a healthy activity, which raises the quality of life, supports the variety of species and gives an aesthetic lift to residential complexes. These truths have been given scientific support by this project – not that the result is really surprising – and at the same time awarded the stamp of official recognition. Particularly convincing is the multi-layered analysis of the garden projects, and the practical recommendations for action derived from these, which hopefully will contribute to making green spaces for the second half of life a mass phenomenon.



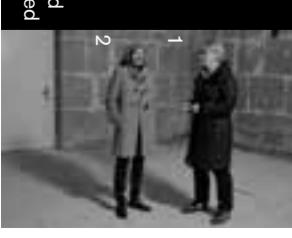
1 Peter Hagen Hodgson

2 Peter Eberhard

3 Simone von Graffenreid

4 Susanne Landolt-Wild

5 Simone von Graffenreid



1 Susanne Landolt-Wild

2

3

4

5

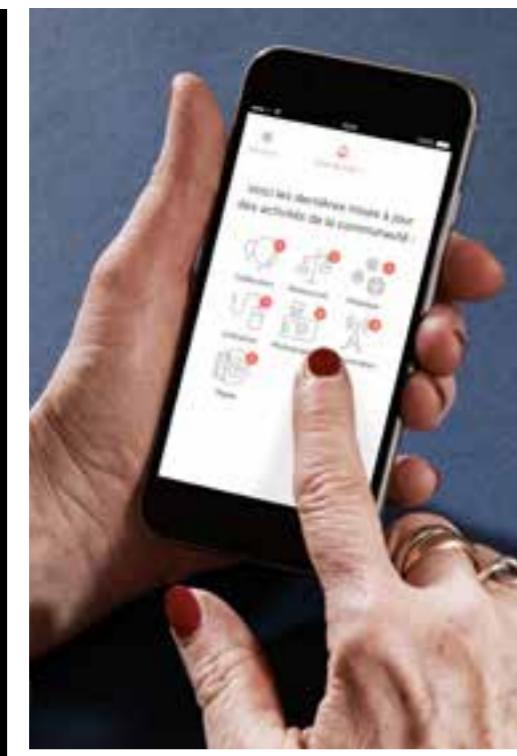
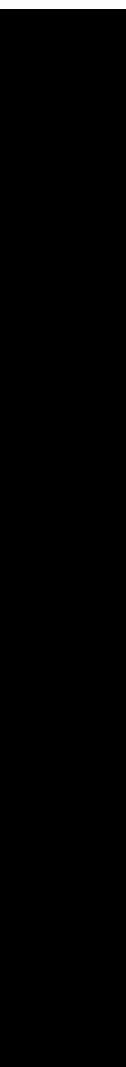
6

7

8

# Solidarity Network

Design Leadership Prize: Focus Ageing Society – Research



F

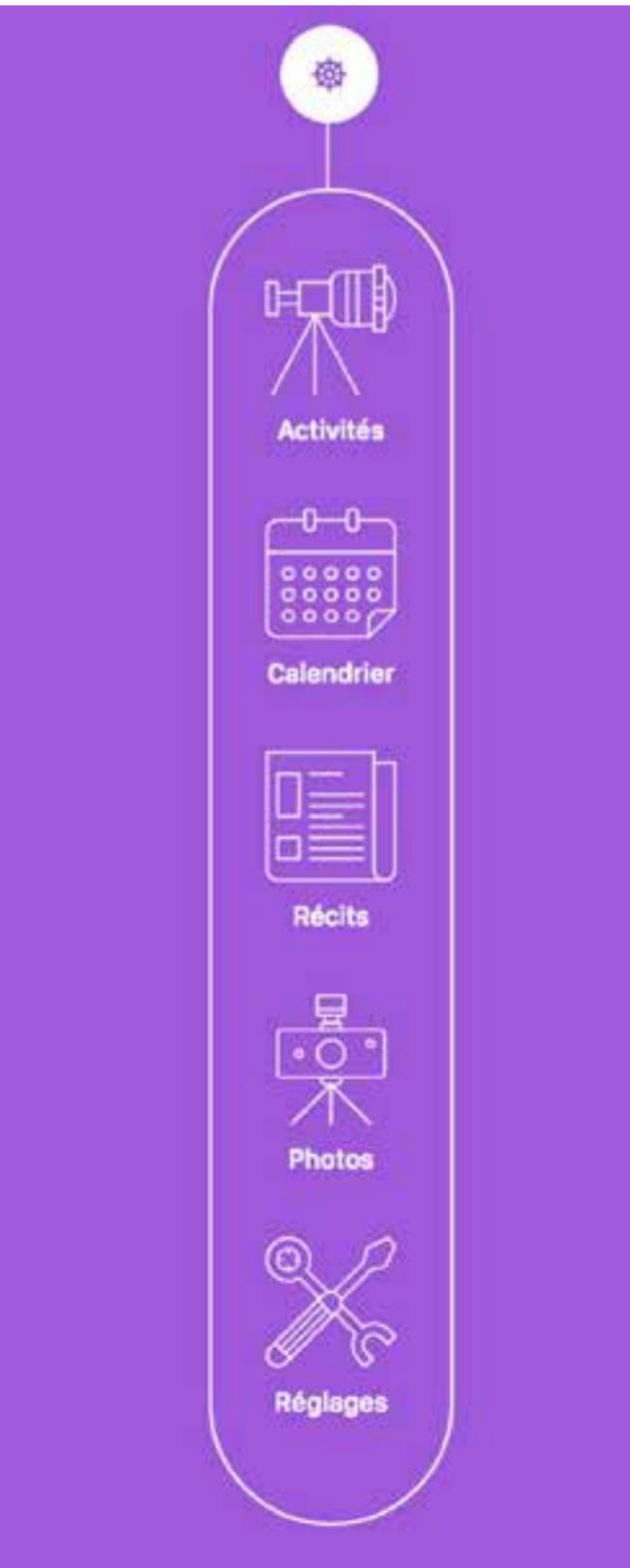
Un des grands problèmes d'une société vieillissante est le phénomène en expansion de la solitude des personnes âgées. L'initiative «Quartiers Solidaires» est née pour créer des liens sociaux, les renouveler, les développer et les entretenir, et améliorer de cette façon l'intégration des personnes âgées dans une commune ou dans un quartier. C'est dans ce cadre qu'a été lancé le projet de recherche actuellement en cours «Réseau Solidaire», par EPFL+ECAL LAB et Pro Senectute. Il s'interroge sur la façon de concevoir et designer la communication numérique et les interfaces nécessaires – par exemple pour les téléphones portables – afin de permettre aux personnes âgées de les utiliser de façon bénéfique. Bien que le projet soit encore loin d'être terminé, un constat important peut déjà être dressé: contrairement à l'opinion généralement répandue, les personnes âgées sont très capables et prêtes à s'adapter aux nouvelles technologies s'il existe une offre adaptée.

G

Zu den grossen Problemen einer immer älter werdenden Gesellschaft gehört das um sich greifende Phänomen der Alters-Einsamkeit. Die Initiative «Quartiers Solidaires» wurde ins Leben gerufen, um soziale Bindungen zu schaffen, zu erneuern, zu entwickeln und zu pflegen und auf diese Weise die Lebensqualität und die Integration älterer Menschen in einer Gemeinde bzw. in einem Stadtquartier zu verbessern. In diesem Rahmen entstand das derzeit laufende, von EPFL+ECAL LAB und Pro Senectute lancierte Forschungsprojekt «Réseau Solidaire». Es setzt sich mit der Frage auseinander, wie digitale Kommunikation und dazu notwendige Interfaces – etwa von Mobiltelefonen – konzipiert und gestaltet sein müssen, um von älteren Menschen in gewinnbringender Weise eingesetzt zu werden. Obwohl das Projekt noch längst nicht abgeschlossen ist, zeichnet sich bereits eine wichtige Erkenntnis ab: Ältere Menschen sind – entgegen landläufiger Meinung – sehr wohl dazu fähig und bereit, sich neue Technik anzueignen, wenn es dafür ein passendes Angebot gibt.

## Kommentar der Nominatoren

Die Alters-Einsamkeit ist ein noch immer unterschätztes gesellschaftliches Problem, obwohl man längst weiß, dass fehlender Sozialkontakt eine ebenso gesundheitsschädigende Wirkung hat wie Rauchen und übermässiger Alkoholkonsum. Die Anpassung digitaler Kommunikationsmittel an die Möglichkeiten und Bedürfnisse alter Menschen ist vor diesem Hintergrund ein wichtiges Forschungsprojekt, bei dem es gestalterische, technische und didaktische Aspekte zu berücksichtigen gilt. Die Relevanz dieser Forschung liegt auf der Hand und soll hier ausdrücklich begrüßt und unterstützt werden.



E  
Among the major problems of an increasingly ageing society is the ever more prevalent phenomenon of loneliness in old age. The "Quartiers Solidaires" – "Solidarity Neighbourhoods" – initiative was created with the aim of creating, renewing, developing and maintaining social connections, and in this way improving the life quality and integration of elderly people in a community or urban neighbourhood. The same background gave rise to the currently running research project "Réseau Solidaire" – "Solidarity Network" –, launched by EPFL+ECAL LAB and Pro Senectute. This project investigates the question how digital communication and the necessary interfaces – of mobile phones, for example – need to be planned and designed so as to make them user-friendly for elderly people. Although the project is still far from completion, an important finding has already emerged – contrary to common opinion, elderly people are actually well capable of getting to grips with new technology and willing to do so, if suitable opportunities are offered.

## Comments of the nominators

Loneliness in old age is a social problem that continues to be underestimated – even though it has been known for a long time that lack of social contact can be just as deleterious to health as smoking or excessive alcoholic consumption. Against this background, the adaptation of digital means of communication to the possibilities and needs of the elderly is an important research project, in which design-related, technical and didactic aspects have to be taken into account. The relevance of this research speaks for itself, and we would like to take this opportunity of expressly welcoming and supporting it.

## Communication Design

E

The jury makes its selection from the nominations submitted. We find what we are looking for in all categories, and distinguish between the good and the very best. All the same, one is generally left with the impression that there must be more of the good around.

So I would like to encourage established designers as well as producers, and even big industrial companies, to come forward with the best they have and enter for this competition. Winning an award often helps a product to take off on the market – and honour and glory are their own kind of currency."



«Die Jury trifft ihre Wahl aus den vorgelegten Nominationen. In allen Kategorien werden wir fündig und unterscheiden das Beste vom Guten. Trotzdem setzt sich immer wieder der Eindruck fest, dass es vom Guten mehr geben muss.

Deshalb möchte ich auch etablierte Gestalterinnen und Gestalter, aber auch die Produzenten, bis hin zur grossen Industrie ermutigen, sich mit dem Besten was sie haben, diesem Wettbewerb zu stellen. Oft beflügelt die Auszeichnung die Marktchancen eines Produktes – und Ruhm und Ehre ist auch eine Währung.»

Lars Müller  
Designer und Publisher, Zürich

EPFL+ECAL Lab – Ecole polytechnique fédérale de Lausanne  
Nicolas Henchoz, Mathieu Daudelin,  
Andreas Sonderegger,  
Olivier Evrard, Beatrice Durandard

Pro Senectute  
Aline Plattet, Marion Zwiggert  
Royal College of Art, London  
Helen Hamlyn Center,  
Emily Groves, Chris McGinley,  
Rama Gheerawo,  
Supported by:  
Leenards Foundation  
[www.quartiers-solidaires.ch](http://www.quartiers-solidaires.ch)

1 Emily Groves  
2 Andreas Sonderegger  
3 Mathieu Daudelin  
4 Nicolas Henchoz



1  
2  
3  
4

1  
2  
3  
4

20

# Manifesta 11 – What People Do For Money

**D** Manifesta est une biennale européenne de l'art contemporain se tenant depuis 1996 dans des endroits différents à chaque fois. Pour Manifesta 11, s'étant tenue à Zurich en 2016 sous le titre «What People Do For Money», un visuel sur mesure a été développé, reprenant également les aspects sociaux et politiques du thème principal. Un système de communication flexible et aux nombreuses facettes a été créé pour les publications imprimées, internet, l'exposition et la signalétique, avec un langage composé de trois composants caractéristiques: une typographie expressive des titulaires, une réduction restée cohérente en noir/blanc et des pictogrammes figuratifs qui se réfèrent consciemment aux travaux d'Otto Neurath et de Gerd Arntz des années 1930. Le logo est construit sous la forme d'un typogramme basé sur le chiffre un. Lorsqu'il se reflète, chiffre peut être lu comme «11» ainsi que comme le «M» de Manifesta.

**Commentaire des nominateurs**  
L'expressivité minimaliste du langage visuel développé pour Manifesta 11 est cohérente et courageuse. Le design graphique élaboré soigneusement à partir d'une approche radicale est agréable et facile à comprendre. Le système montre de façon exemplaire ce que l'on peut générer à l'aide d'un ensemble de caractères et de codes visuels, et permet une interaction avec le public.

**Kommentar der Nominatoren**  
Die für die Manifesta 11 entwickelte visuelle Sprache ist konsistent und mutig in ihrer minimalistischen Expressivität. Das auf einem radikalen Ansatz sorgfältig erarbeitete Grafikdesign wirkt ansprechend und leicht verständlich. Das System zeigt beispielhaft, wie man mit einer Reihe von Zeichen und visuellen Codes Bedeutung generieren kann und eine Interaktion mit dem Publikum ermöglicht.

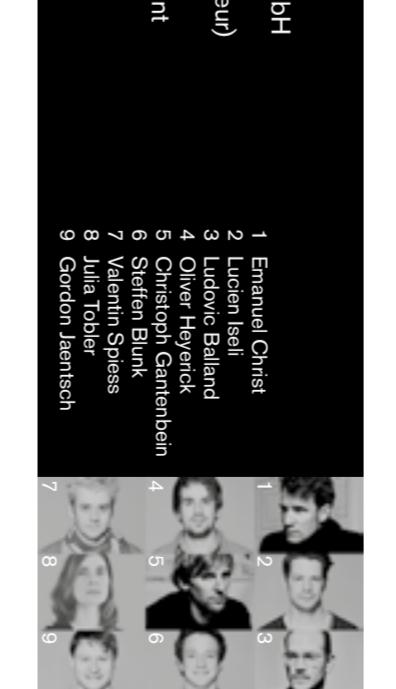


# Lichtfries am Neubau des Kunstmuseums Basel

Communication Design

**D** Beim Lichtfries am 2016 eingeweihten Neubau des Kunstmuseums Basel handelt es sich um eine LED-basierte Lichtinstallation, die das Gebäude auf einer Höhe von 12 Metern als ein drei Meter hoher und 115 Meter langer Streifen umzieht. Im Gegensatz zu anderen Medienfassaden ist der Fries, der sich als Symbiose von Stein und Licht präsentiert, hier auch im physischen Sinn ein integraler Bestandteil der Architektur. Die vorgegebene horizontale Fugenstruktur der Backsteinfassade raffiniert nutzt, bespielt er die Gebäudenatur auf subtile Weise mit Text und Formelementen, die als flüchtige Licht und Schattenbilder in Erscheinung treten. Die in die Fugen eingelegten, von der Strasse aus unsichtbaren LEDs reagieren dabei dynamisch auf die im Tagesverlauf wechselnde Lichtsituation. Konzipiert als mediale Membran, überführt der Lichtfries ein seit der Antike bekanntes Architekturelement sowohl technologisch als auch ästhetisch ins digitale Zeitalter.

**Kommentar der Nominatoren**  
Dieses sorgfältig entwickelte und in perfekter Weise umgesetzte Kommunikationsprojekt markiert, obwohl in Größe und Reichweite limitiert, eine skulpturale und technologische Errungenschaft. Die Fassade des Museums wird durch den Fries zu einem wirkmächtigen Kommunikationsmedium und einem lebendigen Gesicht der Institution.



**E** The light frieze forms part of the new building of Kunstmuseum Basel – the Basel Fine Arts Museum –, which was formally opened in 2016. It consists of an LED-based light installation, in the form of a band 3 metres high and 115 metres long, which encircles the building at a height of 12 metres. By contrast with other media façades the frieze, which comes across as a symbiosis of stone and light, has an actual physical presence and constitutes an integral component of the architecture. Making a sophisticated use of the existing horizontal structure of joints, it projects a subtle display of texts and patterns onto the skin of the building, creating the impression of a fleeting play of light and shadow. The LEDs inserted in the joints cannot be seen from the street. They respond dynamically to the changing light situation in the course of the day. Conceived as a media membrane, the light frieze amounts, in both technological and aesthetic terms, to an extrapolation into the digital age of an architectural element that has been familiar since antiquity.

**Comments of the nominators**  
Though limited in magnitude and range, this carefully developed and perfectly realised communication project represents a sculptural and technological achievement. The frieze transforms the façade of the museum into an effective communication medium capable of representing the living face of the institution.

**Commentaire des nominateurs**  
Ce projet de communication développé avec soin et mis en œuvre de façon parfaite est une réalisation sculpturale et technologique, même si sa taille et sa portée sont limitées. Grâce à la frieze, la façade du musée devient un moyen de communication efficace et donne un visage vivant à l'institution.

# Freitag ad absurdum

**D**

Die im Mudac Lausanne präsentierte Ausstellung «Freitag ad absurdum feat. Frank und Patrik Riklin» thematisierte anhand der Absurdisierung der Freitag-Wertschöpfungskette und dem daraus leitenden Manifest den Umgang mit der Einstellung zum Konsumverhalten in unserer Gesellschaft. Ihr Projekt beschränkte sich nicht auf das Museum, sondern behandelte dabei auch im öffentlichen Raum Fragen von Re- und Up-Cycling, von Partizipation und alternativen Produktions-Kreisläufen. Das Kommunikationskonzept der Ausstellung reflektiert ihr Anliegen bereits durch die Wahl der Materialien und die Umsetzung. Die beliebig teilbare Einladungskarte etwa liess sich auch als Sprühschablone verwenden. Als Grundlage für die Plakate nutzte man alte, ausgediente Plakate der verschiedenen Art, denen mit Schablonen, Farbe, Roller und einem Aufkleber eine neue Botschaft gegeben wurde. Die Publikation zur Ausstellung, die als Dokumentation des Projektes gedacht war und erst zur Finissage vorlag, lässt sich auseinandernehmen und zu einer Pop-up-Ausstellung im privaten Raum umfunktionieren.

**Kommentar der Nominatoren**

Ein in sich schlüssiges Kommunikationskonzept, das eine Ausstellung über eine Einstellung auf faszinierende, tatsächlich partizipative Art und Weise bekannt macht und bewirbt. Die überdruckten Plakate übermitteln mit ihren zwei Schichten – Original und neuer Aufdruck – überaus anregende, lustige und verblüffende Botschaften, die das Anliegen des Projektes originell zum Ausdruck bringen.

**F**

L'exposition «Freitag ad absurdum feat. Frank et Patrik Riklin» présentée au Mudac Lausanne a traité, au moyen de «l'absurdisation de la chaîne de création Freitag» et du manifeste qui en est résulté, l'attitude de notre société face au comportement consommateur. Le projet ne prenait pas seulement place au musée, mais également dans l'espace public. Il touchait aux questions de recyclage et du surcyclage, de la participation et des cycles de production alternatifs. Le concept de communication de l'exposition reflète sa préoccupation, à commencer par le choix des matériaux et la mise en œuvre. La carte d'invitation à distribuer largement pouvait aussi être utilisée comme pochoir. De vieilles pancartes usées de tous genres ont été réutilisées pour présenter un message neuf, inscrit à l'aide de pochoirs, de couleurs, de feutres et d'un autocollant. La publication concernant l'exposition, pensée comme documentation du projet et proposée uniquement lors du finissage, peut être démontée et transformée en exposition pop-up à la maison.

**Commentaire des nominateurs**

Un concept de communication cohérent: une exposition promeut et fait de la publicité pour une attitude de façon fascinante, réellement participative. Avec leurs deux couches, original et nouvelle impression, les panneaux surimprimés font passer des messages particulièrement motivants, drôles et étonnantes, qui expriment de façon originale le but du projet.

**E**

Showed at the Mudac – Museum of Design and Applied Contemporary Arts – in Lausanne, the exhibition "Freitag ad absurdum feat. Frank und Patrik Riklin" focuses, in the light of the "absurdisation of the Freitag value creation chain" and the manifesto derived from it, on attitudes to consumer behaviour in our society. The project was not limited to the museum, but also took place in public spaces. It was concerned with questions of recycling and upcycling, participation and alternative production circuits. The communicative concept of the exhibition reflects the concerns of its originators just in the choice of materials and the manner of realisation. The invitation card, for instance, could be divided up at will and could also be used as a spray template. Poster publicity for the event was based on old and superseded posters of all kinds, to which stencils, paint, rollers and a sticker lent a new message. The publication that accompanied the exhibition, which was intended as documentation of the project and was only made available in the context of the closing event, can be taken apart and reconstructed as a pop-up exhibition in a private setting.

**Comments of the nominators**

A communicative concept that is convincing in itself, one that focuses on an exhibition about an attitude, and popularises and publicises it in a fascinating and indeed participational way. The overprinted posters with their two layers – the original poster and the new imprint – put across an exceedingly stimulating, entertaining and surprising message, giving expression in an original way to the thematic focus of the project.



Fashion Design

**«Design is aesthetic. Aesthetic is beauty, thus Design should be beautiful. Whatever the definition of beauty is.  
Welcome to Switzerland ;-)»**

**Demna Gvasalia**

Founder Vetements and CD Balenciaga, Zurich, Paris



# Ottolinger

Fashion Design



**F** Derrière la jeune marque Ottolinger créée en 2015 se cachent deux designers suisses qui se sont rencontrées à l'Institut Mode Design de la HGK Bâle et travaillent aujourd'hui depuis Berlin. Leurs collections, présentées tout d'abord lors de la Fashion Week à Londres puis durant la Fashion Week de New York, ont fait sensation dans l'industrie. Le travail du duo se distingue par son approche non conventionnelle, fraîche et insolente. Leurs projets possèdent, comme elles le disent elles-mêmes, «un caractère orienté processus et ont une nature brute.» Elles travaillent de façon violente même avec les matières nobles: «Les textiles sont manipulés et déconstruits; déchirés, recousus avec des points grossiers, ou même brûlés. Un cycle de construction, déconstruction et reconstruction.» Mais la mode d'Ottolinger vise également la beauté – bien sûr pas la beauté classique: «Il s'agit pour nous d'une limite de la beauté qui laisse de l'espace à l'étrange et semble bizarre au premier regard.»

#### Commentaire des nominateurs

Avec leur projet commun Ottolinger, les jeunes designers Christa Bösch et Cosima Gadien ont retenu en très peu de temps une considérable attention internationale de la part des médias, pour leur mode déconstruite/reconstruite. Leurs projets ont une identité forte; ils sont expérimentaux, personnels, un peu bruts, et toutefois suffisamment professionnels pour pouvoir être présentés durant la Semaine de la mode de Paris.



**E** Ottolinger was established in 2015. Behind the young label are two Swiss lady designers who first met at the Fashion Design Institute of HGK Basel – Academy of Art and Design in Basel –, and are now based in Berlin. Their collections, which were presented first at Fashion Week in London and then at Fashion Week in New York, immediately made waves in the industry. The work of the two designers is characterised by an unconventional, fresh and irreverent approach. Their designs, as they say themselves, exhibit "a process-oriented character and are rather created in the raw". Even when working with fine materials they are iconoclastic. "Textiles are manipulated and deconstructed, torn, sewn together with rough stitching or even set on fire. A circuit of construction, deconstruction and reconstruction." And yet Ottolinger's fashions are still focused on beauty – even if it is not beauty in the classic sense: "We are concerned with the boundary territory of beauty, which leaves room for oddity and at first glance has something unusual about it."

#### Comments of the nominators

The young designers Christa Bösch and Cosima Gadien, who created Ottolinger as a joint project, have attracted considerable international media attention with their deconstructed/reconstructed couture in a very short space of time. Their designs have a powerful identity: they are experimental, personal, a bit rough-and-ready but at the same time professional enough to be presented at Paris Fashion Week.



**D** Hinter dem jungen, 2015 gegründeten Label Ottolinger stehen zwei Schweizer Designerinnen, die sich am Institut Mode Design der HGK Basel kennen gelernt haben und mittlerweile von Berlin aus arbeiten. Ihre Kollektionen, die sie zuerst an der Fashion Week in London, dann an der Fashion Week in New York präsentierten, erregten aus dem Stand grosses Aufsehen in der Branche. Die Arbeit des Duos zeichnet sich durch einen unkonventionellen, frisch-frechen Ansatz aus. Ihre Entwürfe besitzen, wie sie selbst beschreiben, «einen prozessorientierten Charakter und sind von einer raueren Natur». Rabiat wird selbst mit edlen Materialien umgegan- gen: «Textilien werden manipuliert und dekonstruiert; zerrissen, mit groben Stichen zusammengenäht oder sogar angezündet. Ein Kreislauf von Konstruktion, Dekonstruktion und Rekonstruktion.» Dabei geht es auch in der Mode von Ottolinger um Schönheit – freilich nicht im klassischen Sinn: «Uns geht es um eine Grenze zur Schönheit, die Platz für das Komische lässt und auf den ersten Blick etwas Ungewohntes hat.»

#### Kommentar der Nominatoren

Die jungen Designerinnen Christa Bösch und Cosima Gadien, deren gemeinsames Projekt Ottolinger ist, haben mit ihrer dekonstruierten/rekonstruierten Couture in kürzester Zeit ein sehr beachtliches internationales Medienecho ausgelöst. Ihre Entwürfe besitzen eine starke Identität; sie sind experimentell, persönlich, ein wenig grob und doch auch wieder professionell genug, um sie bei der Pariser Modewoche präsentieren zu können.

Christa Bösch, Cosima Gadien  
[www.ottolinger.com](http://www.ottolinger.com)

1 Christa Bösch  
2 Cosima Gadien

# HYSTERIA

Fashion Design



**F** Derrière la collection de mode au nom programmatique HYSTERIA se cache une designer professionnelle qui, après quatre années passées dans les cercles de la mode de Paris et Londres, a fait un choix radical: s'éloigner des grandes métropoles de la mode pour s'installer dans l'épicentre de la crise européenne, à Athènes.

La collection, non saisonnière, et dont les pièces ne sont produites que sur commande, marque la fin d'une époque et un nouveau départ. Elle documente le ralentissement personnel et le retour à la qualité. Elle est née comme réaction à son nouvel environnement et aux impressions et problèmes qui y sont liés. Elle se construit sur des contrastes et utilise les techniques du collage et du camouflage.

HYSTERIA est toutefois aussi inspirée de différentes facettes de la féminité, de l'approche face à la surcharge d'information, des réseaux sociaux, de l'affondrement, de l'atmosphère de fin de monde, de l'hystérie, du sexe. La collaboration continue avec l'artiste textile Klaus Jürgen Schmidt, visible dans les imprimés, a fourni des impulsions importantes.

#### Commentaire des nominateurs

Il est bien évident que le monde de la mode aujourd'hui en mutation est un environnement de travail difficile, voire sous de nombreux aspects problématique. On critique et on se plaint beaucoup, mais peu de choses sont réellement faites. Avec Stefanie Biggel, quelqu'un tire enfin les conséquences et cherche, à l'aide d'un concept, de nouvelles façons de créer et de commercialiser la mode. C'est une approche courageuse qui mérite respect et soutien.



**E** Behind the fashion collection that bears the programmatic name HYSTERIA there stands a professional designer who, after four years spent working in the fashion circus of Paris and London, decided on a radical step – removing herself from the big fashion metropolises, and opting instead for the epicentre of the European crisis, Athens.

The collection is not seasonally based, and comprises outfits that are only made to order. For the designer, it marks an exit and a new beginning. It documents her personal deceleration and reconnection with quality. It arose as a reaction to her new environment and to the impressions and problems associated with it. It is based on contrasts, and uses techniques of collage and camouflage.

But HYSTERIA also draws inspiration from the different facets of what it means to be a woman – in dealing with the superfluity of information, the social media, collapse, end-of-the-world feelings, hysteria, sex. Important impulses were provided by the designer's on-going partnership with the textile artist Klaus Jürgen Schmidt, which makes itself felt in some of the prints.

**Comments of the nominators**  
The world of fashion is currently undergoing radical transformation. And there can be no doubt that it is a tricky and in many respects problematical field to work in. There is a lot of criticism and complaint, but very little gets done. Now Stefanie Biggel has finally shown that it is possible to draw conclusions, and look for new ways of making and marketing fashion on the basis of a different conceptual approach. This is courageous and deserving of respect and support.

27

Stefanie Biggel

Photography:  
Amanda Camenisch  
Styling:  
Oriana Tundo  
Hair & Make-Up:  
Daniela Koller

Séverine  
Model:  
Klaus Jürgen Schmidt  
Consultancy & Textile Prints:

Nicolas Duc  
Photo Assistant:  
[www.stefaniebiggel.com](http://www.stefaniebiggel.com)

Stefanie Biggel



# SORRY

Fashion Design



**D**  
Julian Zigerlis Frühjahr-Sommer-Kollektion 2017 Sorry ist seine zwölfte und die erste, in die er auch Entwürfe für Frauen aufgenommen hat. Eine breite Palette von Kleidungsstücken ergeben ein umfassendes Gesamtassortiment. Sorry, so Zigerli, steht für «all die Dinge, für die wir sorry sein sollten und nicht sorry sein sollten». Es geht hier aber um ganz harmlose Verstöße, und so ist die angedeutete Entschuldigung auch gar nicht ernst gemeint. Am Ende heisst das Motto konsequenterweise: Sorry, not sorry, never sorry.

Passend zum leichtsinnig dahin gesagten Sorry haben die für die Kollektion ausgewählten Materialien einen leichten, sommerlichen Touch: viel Leinen, dünne Baumwolle, denim-farbiger Strick. Die Kooperation mit anderen Designern und Künstlern für Textil-Prints gehört zu den Markenzeichen von Zigerli. Diesmal arbeitete er mit der Zürcher Produktdesignerin Regula Büchel zusammen. Mit Hilfe eines 3D-Animationsprogramms entwarfen sie Blumen- und Wolken-Prints – passende Symbole für ein sorglos-ironisches Sorry. Die Taschen aus reflektierendem Nylon entstanden wiederum aus der Kooperation mit dem angesagten Label QWSTION.

#### Kommentar der Nominatoren

Julian Zigerli, der in den letzten Jahren grosse nationale und internationale Anerkennung gefunden hat – nicht zuletzt war er mehrfach beim Design Preis Schweiz vertreten –, zählt zweifellos zu den wichtigsten Vertretern der jungen, zeitgenössischen Schweizer Modeszene und bietet insbesondere Männern eine stilistische Alternative, die den Träger nicht verkleidet. Auch wenn seine Entwürfe vielleicht ein klein wenig kommerzieller geworden sind – was nur verständlich ist –, bleibt seine Mode frisch, spassig, sexy und originell.



**E**  
Julian Zigerli's spring and summer collection for 2017, Sorry, is his twelfth, and the first in which he has included styles for women. A wide range of articles of clothing gives rise to a comprehensive all-round assortment. Sorry, Zigerli says, stands for "all the things for which we should be sorry and should not be sorry". But we have to do here with quite harmless peccadilloes, so the suggestion of an apology is in fact not seriously meant at all. In the end, consistently enough, the motto emerges as: Sorry, not sorry, never sorry.

In keeping with this airy utterance, the materials chosen for the collection have a light summery touch: lots of linen, thin cotton, denim-coloured knits. Cooperation with other designers and artists for the creation of textile prints is one of Zigerli's trademarks. This time he has worked with Zurich product designer Regula Büchel. With the help of a 3D animation program they have developed flower and cloud prints – suitable symbols for that carelessly ironic Sorry. The bags on the other hand, made of reflective nylon, were created in partnership with the sought-after label QWSTION.

#### Comments of the nominators

Julian Zigerli has won great national and international acclaim in recent years. To look no further, he has featured more than once on Design Prize Switzerland. Without any doubt, he is one of the most important representatives of the young and contemporary Swiss fashion scene, offering men in particular a stylistic alternative that does not disguise the wearer. Even if his styles may perhaps have become a shade more commercial – as is only understandable – his fashions remain fresh, fun, sexy and original.



**F**  
La collection printemps/été 2017 Sorry par Julian Zigerli est sa douzième collection, et la première dans laquelle il a également inclus des projets pour femmes. Une large palette de vêtements pour une gamme complète. D'après Zigerli, Sorry représente «toutes les choses pour lesquelles nous devrions être désolés et celles pour lesquelles nous ne devrions pas l'être». Il s'agit ici toutefois de manquements anodins, et la demande d'excuses sous-entendue n'est donc pas du tout prise au sérieux. Le mot d'ordre est Sorry, not sorry, never sorry.

Dans l'esprit de ce Sorry prononcé à la légère, les matières choisies pour la collection ont un aspect léger, estival: beaucoup de lin, des cotonniers fins, du tricot de couleur denim. La coopération avec d'autres designers et artistes pour les imprimés des textiles est la marque de fabrique de Zigerli. Cette fois, il a travaillé avec la designer produit zurichoise Regula Büchel. A l'aide d'un programme d'animation en 3D, ils ont créé des imprimés avec des fleurs et des nuages – des symboles adaptés pour un Sorry insouciant et ironique. Les sacs en nylon réfléchissant sont quant à eux nés de la coopération avec la marque à la mode QWSTION.

**G**  
Commentaire des nominateurs  
Julian Zigerli, qui a ces dernières années reçu une grande reconnaissance aux niveaux national et international – il a été notamment proposé plusieurs fois pour le Prix Design Suisse –, fait sans aucun doute partie des principaux représentants de la scène suisse jeune et contemporaine de la mode; il propose en particulier aux hommes une alternative stylistique qui ne déguise pas celui qui porte les vêtements. Même si ses projets sont peut-être devenus un peu moins commerciaux – ce qui peut bien se comprendre –, ses collections restent fraîches, amusantes, sexy et originales.

Furniture Design



**E**  
"For me, Design Prize Switzerland represents an important landmark and aid to orientation. This is due not just to the serious way in which it is conducted, but also to the fact that the prizewinners receive not just notional but also financial support, which in many cases is urgently needed. Also exceptional is the exclusive focus on design activity in just one country. This is an effective approach, as the multiplicity of the prizes shows, though I personally could have wished for something more visionary and audacious."

«Der Design Preis Schweiz ist für mich eine wichtige Landmarke und Orientierung. Das liegt zum einen an der seriösen Abwicklung, zum anderen aber auch daran, dass die Preisträger nicht nur ideelle, sondern auch meist dringend benötigte finanzielle Unterstützung erhalten. Besonders ist ebenso die Fokussierung auf das Designgeschehen nur eines Landes. Das klappt, wie die Vielzahl der Preise zeigt, wenngleich ich mir persönlich mehr Wagemutiges und Visionäres gewünscht hätte.»

**Nils Holger Moormann**  
Designer & Entrepreneur, Aschau

Julian Zigerli – Head of Design  
Stephanie Kamber – Production Manager  
Anja Bühlmann – Sales Manager  
Regula Büchel – Print Design Collaborator  
Rebecca Ammann – Assistant  
Lucie Guitragossian – Intern  
Joanna Wyss – Intern

Bag design,  
in collaboration with:  
QWSTION  
[www.julianzigerli.com](http://www.julianzigerli.com)

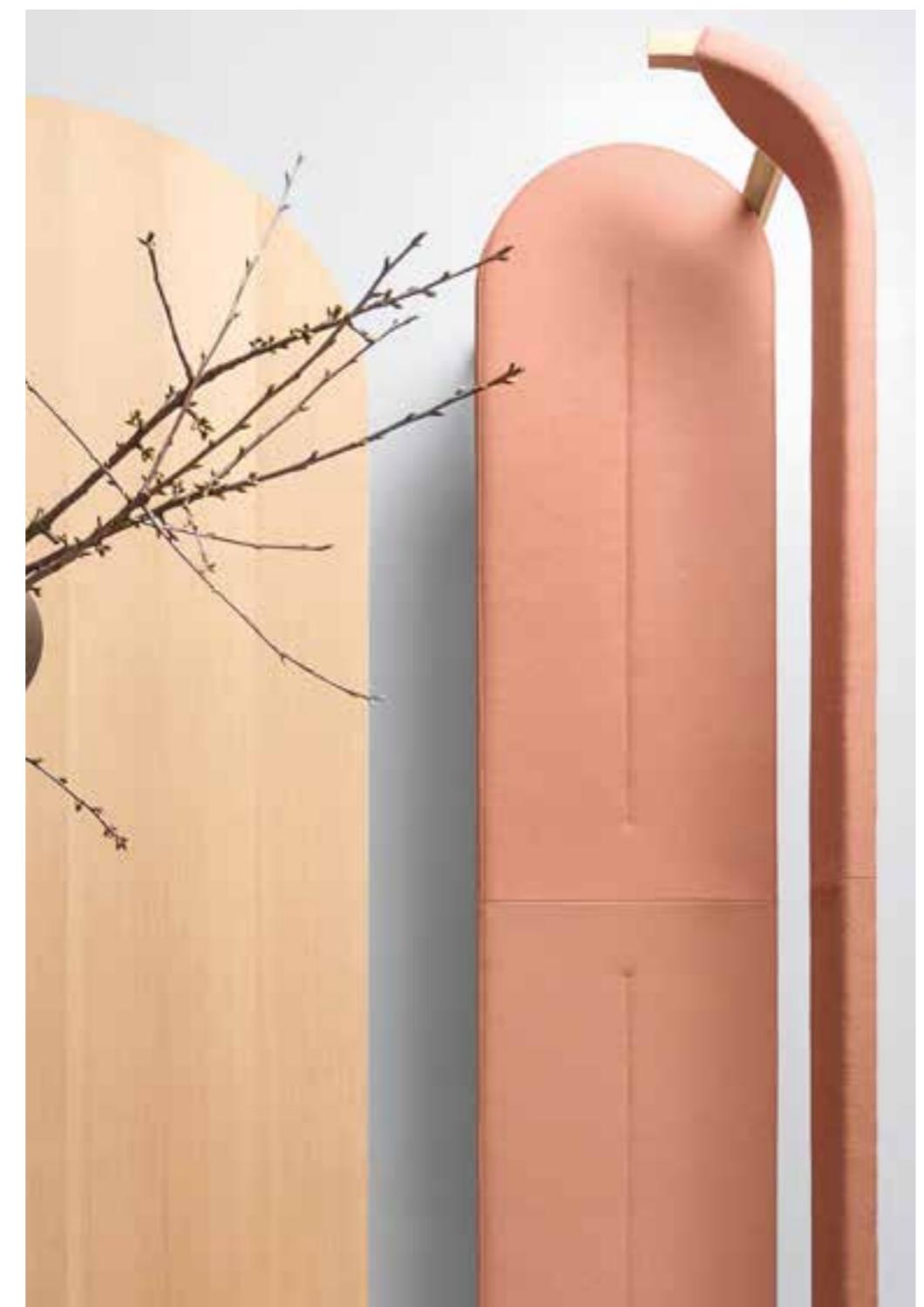
Julian Zigerli

# WEDA Bench



**D**  
Die Sitzbank-Serie WEDA versteht sich als Neuinterpretation eines traditionellen Möbeltypus, der nichts von seiner Attraktivität verloren hat und durch ihre auffallende Länge überrascht. Auch wenn sie in erster Linie für ein gemeinsames Sitzen am Tisch entwickelt wurde, kann man sie genauso gut solitär nutzen – etwa in einem Eingangsbereich oder in Warteräumen. Um die Bank trotz einer maximalen Länge von 2,4 m möglichst leicht und damit einfach verrückbar zu machen, besteht sie aus einem aufwändig konstruierten und zugleich filigran wirkenden Rahmen aus Massivholz; wahlweise Eiche, Nussbaum oder Esche. Die einteilige, seitlich jeweils abgerundete Sitzfläche ist, ebenso wie die – optionale – schmale Rückenlehne, deren gerundete Endstücke eine Armlehne andeuten, mit einer leichten, 40 mm starken Polsterung versehen, die ein komfortables Sitzen garantiert, ohne die optische Leichtigkeit der Bank zu kompromittieren. Die Form der Lehne gibt dem gemeinsamen Sitzen gleichsam einen Rahmen.

**Kommentar der Nominiatoren**  
WEDA lotet das Potenzial dieses heute in Innenräumen eher selten genutzten Möbeltypus neu aus. Dank der vorgeschlagenen Material- und Farbvarianten und dank der optionalen Rückenlehne ist ein vielfältiger Einsatz sowohl in privaten Wohnungen als auch im Objektbereich gut denkbar. Dazu trägt die Qualität der Verarbeitung in erheblicher Weise bei.



**F**  
La série de bancs WEDA est une nouvelle interprétation d'un type de meuble traditionnel qui n'a rien perdu de son attractivité et surprend par sa longueur étonnante. Même s'ils ont été développés en priorité pour permettre aux convives de s'asseoir ensemble autour de la table, on peut aussi très bien les utiliser seuls, par exemple dans une entrée ou une salle d'attente. Le banc est composé d'un cadre à la construction complexe et à l'effet filigrane en bois massif; en chêne, noyer ou frêne, au choix. Malgré sa longueur maximum de 2,4 mètres, il est ainsi le plus léger possible et peut être facilement déplacé. Tout comme le dossier étroit – en option – aux extrémités en forme d'accoudoir, l'assise en un morceau arrondie des deux côtés est recouverte d'un coussin léger de 40 millimètres d'épaisseur, ce qui garantit un bon confort d'assise sans compromettre la légèreté optique du banc. La forme du dossier donne en même temps un cadre au siège commun.

**Commentaire des nominateurs**  
WEDA revisite le potentiel de ce type de meuble plutôt peu utilisé aujourd'hui à l'intérieur. Grâce aux variantes de matériau et de couleur proposées et au dossier en option, le banc peut être utilisé de nombreuses façons, tant dans les maisons privées que dans le domaine professionnel. La qualité de fabrication contribue également considérablement à ce choix.

**Comments of the nominators**  
WEDA fathoms the potential of a type of furniture used relatively rarely in today's interiors in a novel way. Thanks to the different materials and colours proposed and the optional backrest, the bench is suitable for various kinds of use either in a private domestic setting or in the contract sector. A major contribution is made by the quality of the workmanship.

# Hypercollection



**F**  
Hypercollection est un système d'ameublement modulaire conçu principalement pour être utilisé dans les grands espaces de bureaux modernes. Il sert à délimiter certaines zones de travail sans pour autant les couper complètement de l'espace principal. Hypercollection combine flexibilité et grand nombre de variantes, et est conçu pour une production industrielle en série. Le système est composé de peu d'éléments: de fins tuyaux inox peints pour la construction de base et de plaques revêtues de Swiss CDF – Compact Density Fibreboard – à partir desquelles sont fabriquées les surfaces horizontales, comme les plateaux de table et les étagères. Pour les fauteuils, de la mousse et une housse en tissu sont ajoutées. Les couleurs de tous les éléments peuvent être choisies en fonction des goûts personnels. Le cœur du système d'ameublement est constitué des pièces de raccord appelées Hyperlink, qui existent en quatre variantes et maintiennent ensemble la construction plutôt simple des meubles. Une simple clé Allen suffit pour le montage.

**Commentaire des nominateurs**  
Une réponse convaincante et moderne aux besoins de l'ameublement actuel des bureaux. La simplicité du système, à l'aspect esthétique neutre et frais, lui permet d'être flexible et d'être modifié facilement. La rigueur de la construction semble rendre possible une production en série rentable.

**E**  
Hypercollection is a modular structured furniture system, specially designed for use in the modern open-plan office. It is suitable for demarcating specific working areas, without screening them off from the main area completely. Hypercollection combines a wealth of variety with flexibility, and has been developed with a view to industrial serial production. The system consists of relatively few elements: thin, painted stainless steel tubes for the support structure, and coated plates of SwissCDF – Compact Density Fibreboard – as the basis for horizontal areas like table tops and shelves. In the case of armchairs, foam materials and textile covers have been added. The colours of all elements can be specified by the customer. The central feature of the furniture system is the connecting elements going by the name of "Hyperlink". These come in four different variants, and serve to hold the generally simple structures together. To assemble the furniture, all you need is an Allen key.

**Comments of the nominators**  
A convincing and contemporary response to the furnishing needs of the modern office. The simplicity of the system, which comes across as aesthetically neutral but still makes a fresh impression, allows for flexibility and ease of adaptation. Thanks to the consistency of the design, economical serial production looks to be a real possibility.



**D**  
Bei Hypercollection handelt es sich um ein modular aufgebautes Möbelsystem, das vor allem für den Einsatz im modernen Grossraumbüro konzipiert wurde. Dort soll es bestimmte Arbeitsbereiche begrenzen, ohne sie vom Grossraum völlig abzuschotten. Hypercollection verbindet Variantenreichum mit Flexibilität und ist auf eine industrielle Serienproduktion hin entworfen worden. Das System besteht aus wenigen Elementen: dünnen, lackierten Edelstahlrohren für die Tragkonstruktion und beschichteten Platten aus SwissCDF – Compact Density Fibreboard –, aus denen die horizontalen Flächen wie Tischplatten und Regalabläre gefertigt sind. Im Fall der Sessel kommen Schaumstoff und Textilbezüge hinzu. Die Farben aller Elemente sind nach individuellem Wunsch wählbar. Das Herzstück des Möbelsystems sind die als «Hyperlink» bezeichneten, in vier Varianten vorliegenden Verbindungsteile, die die meist simple Konstruktion der Möbel zusammenhalten. Für die Montage ist einzig ein Inbus-schlüssel erforderlich.

**Kommentar der Nominiatoren**  
Eine überzeugende und zeitgemäße Antwort auf die Bedürfnisse heutiger Büromöblierung. Die Einfachheit des Systems, das in ästhetischer Hinsicht neutral und gleichzeitig frisch wirkt, erlaubt Flexibilität und leichte Veränderbarkeit. Dank der konstruktiven Stringenz scheint eine kostengünstige Serienproduktion möglich.



**Egli Studio**  
Thibault Dussex, Yann Mathys  
Matthieu Girel  
[www.edglistudio.com](http://www.edglistudio.com)

1 Thibault Dussex  
2 Yann Mathys  
3 Matthieu Girel  
4



# Ovolo



**F** Le concept du bureau Ovolo est un mélange entre un pupitre et un secrétaire. Il est composé d'un plateau de table porté par des pieds en bois en forme de V et d'une paroi arrière légèrement incurvée de 20 centimètres de hauteur, reliés entre eux de façon constructive par deux éléments en bois en forme de serre-livres. Le plateau de la table et la paroi arrière magnétique sont recouverts des deux côtés par un morceau continu de linoléum, si bien qu'une rigole en forme de creux se forme dans l'angle pour permettre d'entreposer en toute sécurité les ustensiles d'écriture et les petits outils. Des trous sous les serre-livres permettent de faire passer facilement les câbles. Les serre-livres structurent la zone de travail et créent en outre une certaine intimité. Les couleurs définies exactement, adaptées à la nature du matériau – un bleu-gris pour le linoléum et un marron foncé pour les éléments en bois fabriqués en chêne fumé huilé – apportent à Ovolo un look solide et intemporel.

**Commentaire des nominateurs**  
Un projet bien pensé à tous les points de vue, cohérent et à la mise en œuvre professionnelle. L'idée de relier de façon optique le plateau de la table et la paroi arrière à l'aide d'un double revêtement en linoléum est nouvelle et originale. Les creux du pli ainsi que les aimants fournis pour la paroi arrière présentent des avantages pratiques. Les pieds démontables facilitent le transport.

**Kommentar der Nominatoren**  
Ein in jeder Hinsicht durchdachter, in sich schlüssiger und professionell umgesetzter Entwurf. Die Idee, die Tischplatte und die Rückwand mittels doppelter Linoleum-Auflage optisch miteinander zu verbinden, erscheint neu und original. Durch die im Knick entstehende Mulde sowie die mitgelieferten Magnete für die Rückwand kommen praktische Vorteile dazu. Die demontierbaren Tischbeine erleichtern den Transport.

Röhlisberger Kollektion  
In collaboration with:  
Moritz Schmid – Product Designer  
[www.roehlisberger.ch](http://www.roehlisberger.ch)  
[www.moritz-schmid.com](http://www.moritz-schmid.com)

1 Moritz Schmid  
2 Jan Röhlisberger  
3 Peter Röhlisberger



# Stabellö

**D**

Die Stabelle ist ein traditioneller, im deutschsprachigen Alpenraum verbreiteter Stuhltyp. Aus Massivholz gefertigt, zeichnet er sich durch schräg gestellte Beine und eine in der Sitzfläche verankerte Rückenlehne aus. Seit Jahrhunderten in bäuerlichen Haushalten gebräuchlich, findet man ihn bis heute häufig in Gaststätten, Berghäusern sowie in ländlich-rustikalen Wohnungseinrichtungen.

Stabellö nimmt wichtige Elemente des traditionellen Stuhles auf – Sitz und gedrechselte Beine sind weiter aus Massivholz –, interpretiert ihn an entscheidender Stelle jedoch neu: Um den Sitzkomfort zu verbessern, besteht die in zwei Varianten erhältliche Rückenlehne aus dreidimensional verformtem Schichtholz. Anders als bei der echten Stabelle wird sie nicht im Sitz verankert, sondern durch eine an der Rückseite des Stuhles deutlich sichtbare Verschraubung mit diesem verbunden. Zwei markante Löcher geben der Lehne ein «Gesicht» und fungieren nebenbei als Griffe.

**Kommentar der Nominatoren**  
Eine spannende Neuinterpretation eines uralten Stuhltyps, die sich bereits durch eine erheblich funktionale Aufwertung rechtfertigt. Überzeugend gelungen wirkt auch der Versuch, dem Stuhl ein sympathisches Antlitz zu verleihen. Ein konstruktives Detail – die Verbindung der Rückenlehne mit dem Sitz – überrascht durch seine Ehrlichkeit und wird in der Zunft für Diskussionen sorgen. Das kann nicht schaden.

Röhlisberger Kollektion  
In collaboration with:  
t.n.a. design studio  
Mrs. Tomoko Azumi  
[www.tnadesignstudio.co.uk](http://www.tnadesignstudio.co.uk)

33

1 Tomoko Azumi  
2 Jan Röhlisberger  
3 Peter Röhlisberger

**E**

The Ovolo writing table seems to have been conceived as a mixture of a lectern and a bureau. It consists of a table top supported by wooden legs arranged in a V shape, and a slightly angled back wall measuring a good 20 centimetres in height, these being structurally linked with one another by two wooden elements that fill the function of bookends. The table top and magnetic back wall are covered on both sides with an unbroken piece of linoleum, in such a way that a hollow or gutter is formed in the corner, offering a surface for the accommodation of writing implements and other equipment. Spaces are left for cables below the bookends, which serve to structure the working area while also providing a certain degree of privacy. The carefully chosen colours in keeping with the materials – a grey-blue for the linoleum and dark brown for the wooden elements, made of oiled fumed oak – are intended to give a dignified and timeless appearance.



La «stabelle» est un type de chaise traditionnel répandu dans les Alpes germanophones. Fabriquée en bois massif, elle se distingue par des pieds placés en biais et un dossier pris dans l'assise. Utilisée depuis des siècles dans les fermes, on la retrouve encore souvent dans les auberges, les refuges de montagne ainsi que dans les maisons à la décoration rustique et champêtre.

Stabellö reprend des éléments importants de la chaise traditionnelle – l'assise et les pieds en bois tourné sont en bois massif –, mais en revisite un aspect décisif: afin d'améliorer le confort d'assise, les dossiers des deux variantes sont fabriqués en bois stratifié déformé tridimensionnel. À la différence de la véritable «stabelle», il n'est pas pris dans l'assise, mais relié à cette dernière à l'aide d'une vis bien visible à l'arrière de la chaise. Deux trous imposants forment un «visage» sur le dossier et servent en outre de poignée.

**Commentaire des nominateurs**  
Une nouvelle interprétation intéressante d'un type de chaise centenaire, qui se justifie déjà par une revalorisation fonctionnelle importante. La tentative de donner à la chaise un visage sympathique est également très réussie. Un détail de construction, le fait de relier le dossier au siège, surprend par sa sincérité et saura faire parler de lui dans la confrérie. Ce qui ne peut pas faire de mal.

**E**  
The Stabelle is a traditional type of chair, common in German-speaking Alpine regions. Made of massive wood, it is distinguished by its slanting legs and the backrest which is anchored in the seat. A standard feature of farming households for many years, today it is frequently found in hotels, Alpine huts and rural or rustic residential facilities.

Stabellö takes important elements of the traditional chair – the seat and the turned legs are still made of massive wood – but reinterprets it in one crucial respect: in order to make the chair more comfortable to sit on, the backrest (which is obtainable in two variants) consists of layered wood that has been shaped in three dimensions. By contrast with the real Stabelle, this is not anchored to the seat but linked to it by means of a clearly visible screw system on the back side of the chair. Two conspicuous holes give the back a "face" while at the same time serving as handles.

**Comments of the nominators**  
An excitingly novel interpretation of a time-honoured chair type, which justifies itself at once just on the basis of the much-improved functionality. The attempt to give the chair a friendly face is also successful and convincing. One structural detail – the connection of the backrest to the seat – is startlingly honest and will stimulate discussion in the trade. That in itself is no bad thing.



**«It is a blessing to see that Swiss design is still supported by Swiss industry, which thus benefits from fresh ideas to inspire and encourage companies to stay alert.**

**Design Prize Switzerland is on the move, and is introducing new prize categories to keep up with changes within society. The new Leadership Prize is a good example of this innovative way of thinking.»**

**Liesbeth in't Hout**  
Co-Director Sandberg Institute, Amsterdam

## Nanuu

**D**

Nanuu ist ein hochwertiges, vielfältig nutzbares Spielzeug aus Sperrholz, das die Fantasie von Kindern anregen und ihren Baubtrieb wecken soll. Es besteht aus sechs Elementen: einem breiten, halbkreisförmig gebogenen Holzbrett, das Grundelement dient, zwei deutlich schmaleren, geraden Holzbrettern, die in schlitzartige Einschnitte des Grundelements gesteckt werden können, zwei Sicherheitsbolzen, die die Bretter fixieren, sowie einem Textilelement, das als Auflage des Grundelements dient oder dieses zu einer Röhre erweitert. Aus diesen Bausteinen lassen sich mit wenigen Handgriffen Schaukelpferde, Kutschen, Autos, Raumschiffe, Verkaufsstände, Theaterbühnen, Burgen, Ufos und vieles anderes mehr bauen. Löcher in den Brettern, in denen sich Holzstäbe, Seile oder selbstgebastelte Dinge befestigen lassen, ermöglichen außerdem eine Erweiterung des Spielmittels. In einem langen Entwicklungsprozess getestet und optimiert, ist Nanuu jetzt produktionsreif und soll in naher Zukunft in Serienfertigung gehen.

### Kommentar der Nominatoren

In einer Welt, die von oft überdesignetem Plastikspielzeug überschwemmt ist, wirkt Nanuu fast wie eine Offenbarung – ein durchdachter, aus Holz gefertigter Bausatz, der es Kindern erlaubt, ihre Kreativität zu entwickeln. Der Entwurf überzeugt durch Einfachheit und eine völlig ungekünstelte, schlichte Ästhetik, die der kindlichen Fantasie Raum lässt.

35

Chantal Bavaud Product Design  
[www.chantalbavaud.jimdo.com](http://www.chantalbavaud.jimdo.com)

Chantal Bavaud

**E**

Nanuu is a top-quality versatile toy made of plywood. It is designed to stimulate children's imagination and appeal to their constructive instincts. It consists of six elements: a broad, curved semicircular wooden board which serves as the base; two very much narrower, straight wooden boards which can be inserted in the slots of the base element; two safety bolts which hold the boards in place; and a textile element which serves as a support for the base element, or else can be used to expand it into a tube. Based on these building blocks, in just a few steps you can construct rocking horses, coaches, cars, space ships, sales kiosks, theatre stages, castles, UFOs and a whole lot more. The boards have holes where you can insert wooden rods, ropes or things you have made yourself, so as to extend the range of playful possibilities. Tested and optimised in the course of a long development process, Nanuu is now ready for the market and will be going into serial production in the near future.

### Comments of the nominators

In a world that is often flooded out with over-designed plastic toys, Nanuu comes almost as a revelation – a well-thought-out tool kit in wood, which makes it possible for children to develop their creativity. The simplicity of the design is impressive, like the completely natural and straightforward aesthetics, leaving the child's imagination plenty of scope.

### Commentaire des nominateurs

Dans un monde souvent inondé de jouets en plastique au design complexe, Nanuu fait presque l'effet d'une révélation – un kit de construction bien pensé, fabriqué en bois, qui permet aux enfants de développer leur créativité. Le projet séduit par sa simplicité et son esthétique sobre et entièrement sans artifices, qui permet à l'imagination des enfants de s'exprimer.



# Malvaux «Nr. 1»



**D** Das Schweizer Sackmesser – nationale Designikone, internationaler Exportschlager, Symbol für Schweizer Qualität und Zuverlässigkeit – ist ein viel bewundertes, fast sakrantes Objekt. Dabei wissen alle um seine kleinen Schwächen. Das Öffnen des Messers mit Hilfe der Fingernagel-Kerbe bringt manchmal Probleme mit sich und auch die Ergonomie ist nicht über jeden Zweifel erhaben. Genau diese Beobachtungen bildete den Ausgangspunkt für die langwierige Entwicklung des Taschenmessers Malvaux «Nr. 1». Dabei zeigte sich: Ein minimaler Eingriff genügt, um die Funktionalität nachhaltig zu verbessern. Die Schale wird geknickt, die Klinge bleibt gerade. Für das Öffnen lässt sie sich nun grossflächig zwischen Daumen und Zeigfinger greifen. Und durch den asymmetrischen Knick im Griff liegt das Messer gut und sicher in der Hand. Die Schale aus CNC-gefrästem Aluminium vermittelt Wertigkeit. Dank des Schraubensystems, das sie zusammenhält, kann die Klinge bei Bedarf gewechselt werden.

**Kommentar der Nominatoren**  
Wer sich an ein Kultobjekt wie das Schweizer Taschenmesser wagt, geht ein hohes Risiko ein. Malvaux rechtfertigt das «Sakrileg» durch einen eigentlich kleinen Eingriff, der einen substanziellen funktionalen Mehrwert mit sich bringt. Die Produktqualität – Verarbeitung und Mechanik – ist tadellos. Die visuelle Anmutung ist ansprechend und trifft den Nerv der Zeit.



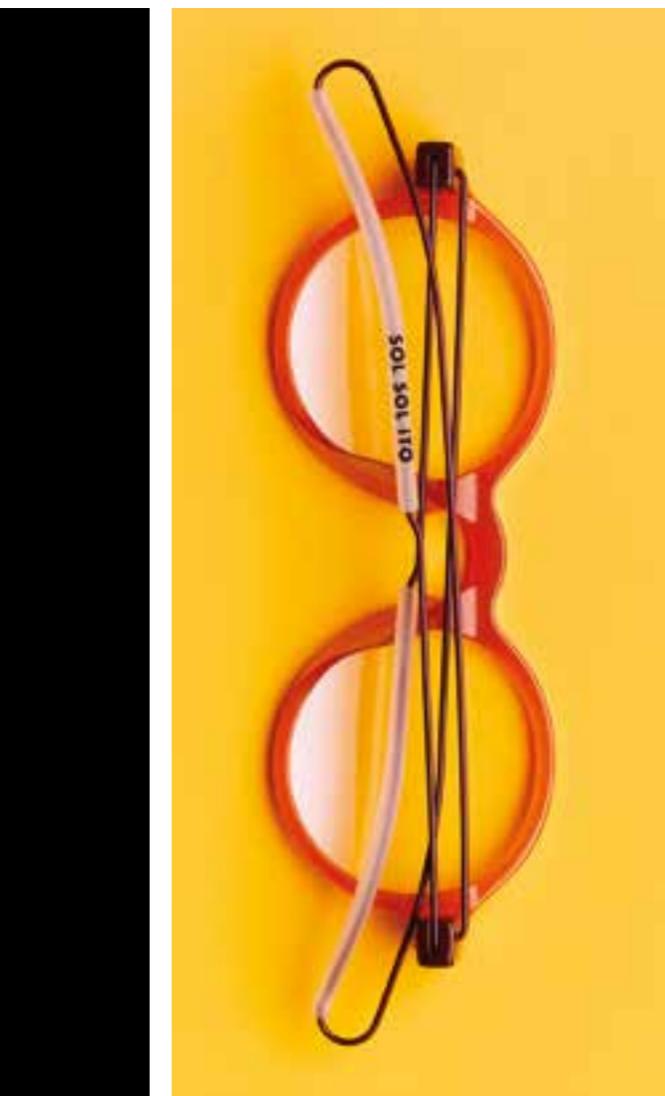
**F** Le couteau de poche suisse – l'icône du design national, le produit phare des exportations internationales, le symbole de la qualité suisse et de la fiabilité – est un objet très admiré, presque sacro-saint. Du coup, tout le monde en connaît les petites faiblesses! L'ouverture du couteau à l'aide de l'entaille pour l'ongle pose parfois des problèmes, et l'ergonomie n'est pas non plus parfaite. Ce sont précisément ces observations qui ont servi de point de départ au long développement du couteau de poche Malvaux «Nr. 1». Conclusion de l'analyse: une toute petite intervention sera suffisante pour améliorer durablement la fonctionnalité. Résultat: la coque est courbée, la lame reste droite. Pour l'ouvrir, il suffit maintenant d'en attraper une grande surface entre le pouce et l'index. Et la courbure asymétrique de la poignée permet de bien tenir le couteau, en toute sécurité. La coque en aluminium fraisé à la machine CNC donne de la valeur au couteau. Le système de vis tenant la lame permet de la changer si nécessaire.

**Commentaire des nominateurs**  
Oser s'attaquer à un objet culte tel que le couteau de poche suisse, c'est prendre un grand risque. Malvaux justifie le «sacrilège» par une toute petite intervention apportant une valeur ajoutée fonctionnelle importante. La qualité du produit – travail et mécanique – est impeccable. L'impression visuelle est agréable et correspond à l'esprit du temps.

Thilo Alex Brunner – Design  
Malvaux GmbH  
Thilo Alex Brunner, Gérald Marolf,  
Oliver Laubscher  
A self-initiated, self-supporting project  
[www.malvaux.ch](http://www.malvaux.ch)

# SOL SOL ITO eyewear

**SOL SOL ITO**  
Monika Fink, Sandra Kaufmann  
In Collaboration with:  
Hans Hansen,  
Eric Hatter, Marlyse Flückiger,  
Jérôme Petrot, Cynthia Domke,  
Yi Salomon, Barbara Fischer,  
Julia Besewski, Marion Hermann  
[www.solsolio.com](http://www.solsolio.com)



**F** Derrière la marque de lunettes zurichoise SOL SOL ITO créée en 2012 se cachent deux designers déjà connues dans ce domaine grâce à d'importants succès. Elles envisagent leur nouvelle marque, qui allie mécanique de précision suisse et esprit de temps urbain, dans une tradition basée sur la synthèse entre qualité et discréetion.

Les modèles de la collection SOL SOL ITO, limités à des petites séries exclusives de 50 exemplaires, sont constitués de quatre composants: des montures de lunettes en acétate brillant poli, des doubles arceaux colorés, prévus pour être échangeables – fabriquées à partir d'un seul morceau de fil ressort –, des charnières sans vis développées par la marque – inscrites pour un brevet – ainsi que des tubes de silicone fonctionnels devenant un élément essentiel du style une fois la marque imprimée dessus. C'est surtout les charnières sophistiquées qui donnent à la marque une caractéristique unique à haute valeur de reconnaissance dans un marché très compétitif.

**Commentaire des nominateurs**  
La collection de SOL SOL ITO tient sa promesse de qualité à tous les niveaux. Les charnières intelligentes fonctionnant sans vis sont une vraie innovation. Les lunettes séduisent grâce à leur confort de port et à leur look à la fois vraiment unique, courageux et contemporain.

**E** The Zurich spectacles label SOL SOL ITO was established in 2012. Behind it are two lady designers who have already achieved major success and acclaim in this field. They see their new label, which unites Swiss fine mechanics with the contemporary spirit of urban living, as belonging to a tradition which relies on the combination of supreme quality and understatement.

Models of the SOL SOL ITO collection come in exclusive small series of fifty at a time. They consist of four components: the spectacle frames, made of shiny and highly polished acetate; the coloured double steel arms, designed so they can be replaced; the original, screwless arm hinges (which have been registered for a patent); and the functional silicon tubes, which carry the label imprint and so serve as a style-defining element. Above all thanks to the sophisticated hinges, the label boasts a notable unique selling point in a very competitive market and so can claim to be a highly recognisable brand.

**Comments of the nominators**  
The SOL SOL ITO collection promises high quality, and meets this promise in every way. The cleverly designed and effective hinges of the arms can be regarded as a real innovation. The spectacles are comfortable to wear, and impress with their fully independent, courageous and at the same time contemporary look.



# Waltz N°1



**D**  
Die Uhrenmarke Carl Suchy & Söhne wurde 1822 in Prag gegründet. Seit 1863 auch in Wien ansässig, erhielt sie mit ihren schon damals in der Schweiz hergestellten Taschenuhren den Titel des k.u.k Hoflieferanten. Mit dem Tod der zweiten Suchy-Generation aber verschwand die heute unter Sammlern begehrte Marke um die Jahrtausendwende.

Nach gut hundertjähriger Pause wird die Marke jetzt mit der Armbanduhr Waltz N°1 wiederbelebt. Vollständig in der Schweiz entwickelt und produziert, ausgestattet mit einem hochwertigen Uhrwerk, wird die Uhr den höchsten Ansprüchen der Branche gerecht. Die Gestaltung knüpft an die designgeschichtlich bewegte Zeit der Wiener Secession und an das Werk des Architekten Adolf Loos an. Ihr prägendes Wiedererkennungsmerkmal ist, neben der namensgebenden «walzenden» Sekundenscheibe, die als Referenz an den Wiener Walzer gelesen werden will, das konkav, asymmetrisch dekorierte Zifferblatt.

#### Kommentar der Nominatoren

Mitten in einer für die Uhrenindustrie schwierigen Zeit eine Traditionsmarke mit neuem Gesicht wieder aufleben zu lassen, ist mutig. Der junge Designer hat die Herausforderung erfolgreich angenommen. Die Gestaltung des Zifferblatts besitzt einen hohen Wiedererkennungswert. Sie verleiht der Uhr eine frische, zeitgemäße Ästhetik und einen luxuriösen Touch.

**F**  
La marque horlogère Carl Suchy & Söhne a été fondée à Prague en 1822. Domiciliée à Vienne également depuis 1863, elle obtient grâce à ses montres déjà fabriquées en Suisse à l'époque le titre de fournisseur de la Cour impériale et royale. Toutefois, au tournant du siècle, à la mort de la deuxième génération Suchy, la marque, très prisée aujourd'hui parmi les collectionneurs, disparaît.

Après une pause de plus d'un siècle, la marque est aujourd'hui ressuscitée avec la montre Waltz N°1. Développée et produite entièrement en Suisse, équipée d'un mécanisme horloger de qualité, la montre répond aux plus hautes exigences de l'industrie. Le style s'inspire de l'époque mouvementée de l'histoire du design de la Sécession viennoise, et de l'œuvre de l'architecte Adolf Loos. En plus de l'aiguille des secondes «valseuse», à qui elle doit son nom et qui doit être lue en référence aux valses de Vienne, sa caractéristique de reconnaissance est son cadran concave, décoré de façon asymétrique.

**Commentaire des nominateurs**  
À une époque difficile pour l'industrie horlogère, il est très courageux de faire revivre une marque de tradition avec un nouveau visage. Le jeune designer a relevé le défi avec succès. Le design du cadran a une forte valeur de reconnaissance. Il donne à la montre une esthétique fraîche et contemporaine, et une touche de luxe.

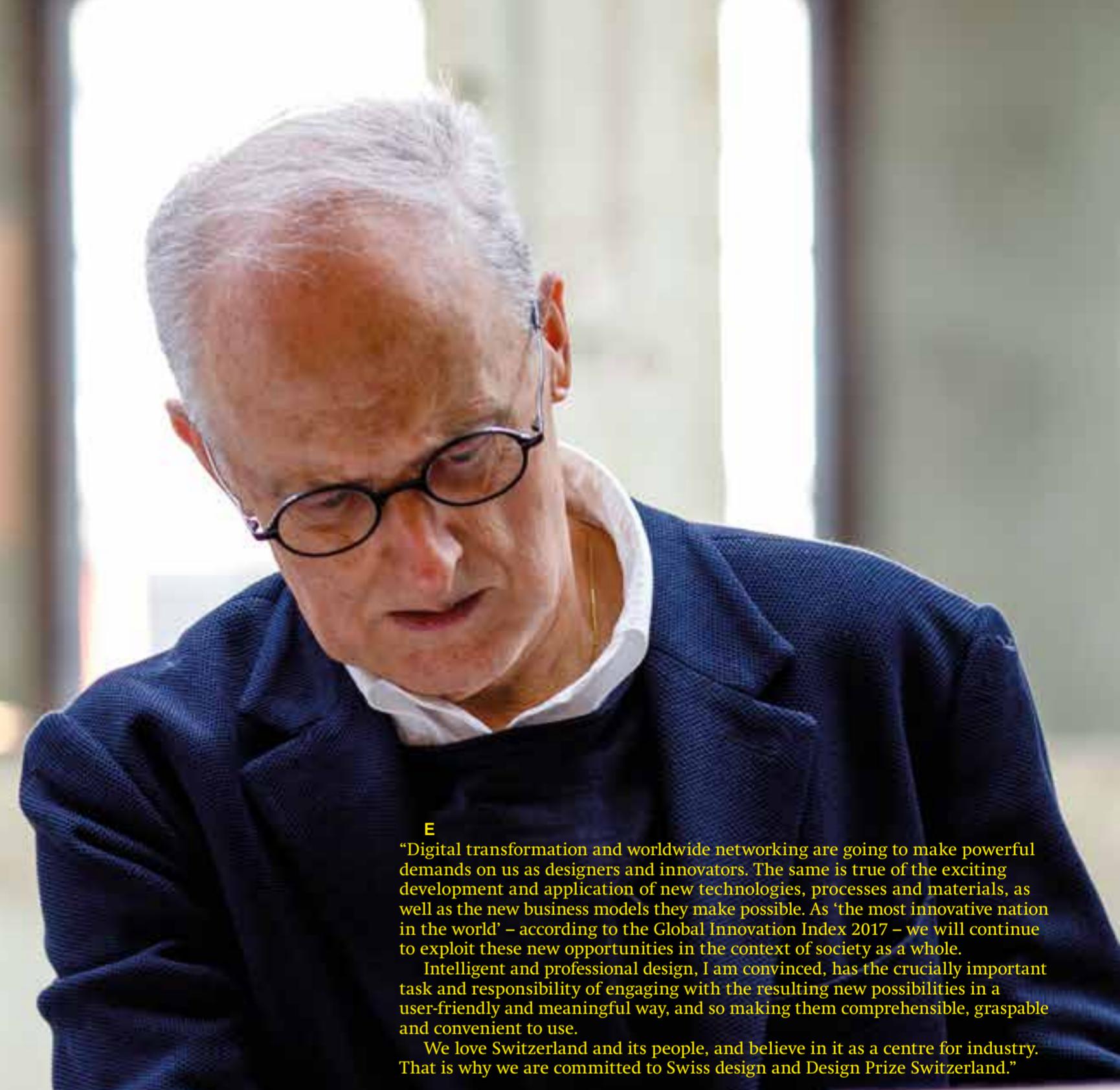


**E**  
The Carl Suchy & Söhne watch brand was founded in Prague in 1822. Established in Vienna as well since 1863, its pocket watches, which were even then being produced in Switzerland, earned it the title of Purveyor to the Imperial and Royal Court. With the death of the second generation of the Suchy family, however, the brand which is still coveted by collectors today disappeared around the turn of the century.

After an interval of a good hundred years, the brand is now being resuscitated in the Waltz N°1 wrist watch. Completely developed and produced in Switzerland, the watch comes with a top-quality watch mechanism and measures up to the highest standards of the industry. The design harks back to the Vienna Secession, an exciting time for designers, and has links with the work of the architect Adolf Loos. Its notable and characteristic feature, apart from the "waltzing" seconds disc – a reference to the Viennese waltz –, is the concave and asymmetrically decorated watch face.

#### Comments of the nominators

At a time laden with difficulty for the watch industry, reviving a traditional brand and giving it a new face takes courage. The young designer has successfully met this challenge head on. The design of the watch face has conspicuous recognition value, lending the watch a fresh and contemporary aesthetic along with a touch of luxury.



**E**  
"Digital transformation and worldwide networking are going to make powerful demands on us as designers and innovators. The same is true of the exciting development and application of new technologies, processes and materials, as well as the new business models they make possible. As 'the most innovative nation in the world' – according to the Global Innovation Index 2017 – we will continue to exploit these new opportunities in the context of society as a whole."

Intelligent and professional design, I am convinced, has the crucially important task and responsibility of engaging with the resulting new possibilities in a user-friendly and meaningful way, and so making them comprehensible, graspable and convenient to use.

We love Switzerland and its people, and believe in it as a centre for industry. That is why we are committed to Swiss design and Design Prize Switzerland."

«Die digitale Transformation und die weltweite Vernetzung werden uns als Designer und Innovatoren stark fordern. Ebenso die spannende Entwicklung und Anwendung neuer Technologien, Prozesse und Materialien, sowie die hierdurch möglichen neuen Geschäftsmodelle. Als «Innovativste Nation der Welt» – Global Innovation Index 2017 – werden wir auch diese neuen Chancen in einem gesamtgesellschaftlichen Kontext nutzen.

Intelligentes und professionelles Design hat daher – meiner Überzeugung nach – die entscheidende Aufgabe und Verantwortung, die entstehenden, neuen Möglichkeiten nutzerorientiert und sinnstiftend aufzugreifen und hierdurch verständlich, begreifbar und handhabbar zu machen.

Wir lieben die Schweiz, seine Menschen und glauben an diesen Werkplatz. Deshalb engagieren wir uns für Swiss Design und den Design Preis Schweiz.»

**Wolfgang K. Meyer-Hayoz**  
Meyer-Hayoz Design Engineering Group, Winterthur



# Aebi Terratrac TT281 Hang Geräteträger



**D**  
Der Berg-Traktor Aebi Terratrac, der für die Arbeit an steilen und unebenen Berghängen entwickelt wurde, gehört zu den Ikonen der Schweizer Landmaschinen. Das Kennzeichen des seit den 1970er Jahren produzierten Geräteträgers ist sein asymmetrischer Karosserieaufbau. Indem man den Motor neben der Fahrerkabine platziert, gelingt es, den Schwerpunkt des Fahrzeugs sehr tief zu halten. Der TT281 ist die neueste Version des weltweit vertriebenen Traktors.

Die Gestaltung der Karosserie zeigt drei horizontale Schichten, die wie Bänder auf der Hangkontur liegen und den tief liegenden Schwerpunkt des Fahrzeugs optisch zur Geltung bringen. Die untere Schicht bildet das grau gehaltene Fahrwerk samt Motorraum. Die mittlere rote Schicht trennt den Fahrkörper von der Kabine und liegt wie ein dynamisches Band auf dem Fahrzeug. Die Kabine scheint darüber zu schweben. Das rote Band zieht das Fahrzeug optisch in die Länge, lässt aber andererseits ein kompaktes Gesamtbild entstehen, das Robustheit ausstrahlt.

**Kommentar der Nominatoren**  
Gelingende Weiterentwicklung und gestalterische Modernisierung einer bewährten und bewundernswerten Landmaschine. Form und Farbe unterstreichen effektvoll den tiefen Schwerpunkt des Fahrzeugs. Die Karosserie wirkt robust und kompakt, vermittelt zugleich aber auch den Eindruck von Leichtigkeit und Elastizität. Das Design verbindet Schweizer Einfachheit mit zeitgemässer Dynamik.

**F**  
Le tracteur de montagne Aebi Terratrac, développé pour le travail sur les versants escarpés et inégaux des montagnes, est une des machines agricoles suisses iconiques. La caractéristique du porte-outils, fabriqué depuis les années 1970, est sa carrosserie asymétrique. Le moteur se situe à côté de la cabine du conducteur, ce qui permet de maintenir le point de gravité du véhicule très bas. Le TT281 est la dernière version de ce tracteur utilisé dans le monde entier.

The design of the bodywork shows three horizontal layers, which lie along the slope like parallel bands and make the low-slung centre of gravity of the vehicle visually conspicuous. The lower level is made up of the grey chassis, including the engine. The middle, red layer separates the body from the cabin and lies along the vehicle like a dynamic band over which the cabin seems to hover. While optically extending the length of the vehicle, the red band results in a compact all-round impression and radiates robustness.

**Commentaire des nominateurs**  
Perfectement réussi et modernisation du design d'une machine agricole éprouvée et remarquable. La forme et la couleur soulignent bien le point de gravité bas du véhicule. La carrosserie a un aspect robuste et compact, tout en donnant également une impression de légèreté et d'élasticité. Le design allie simplicité suisse et dynamique contemporaine.



# System Schuhsohle

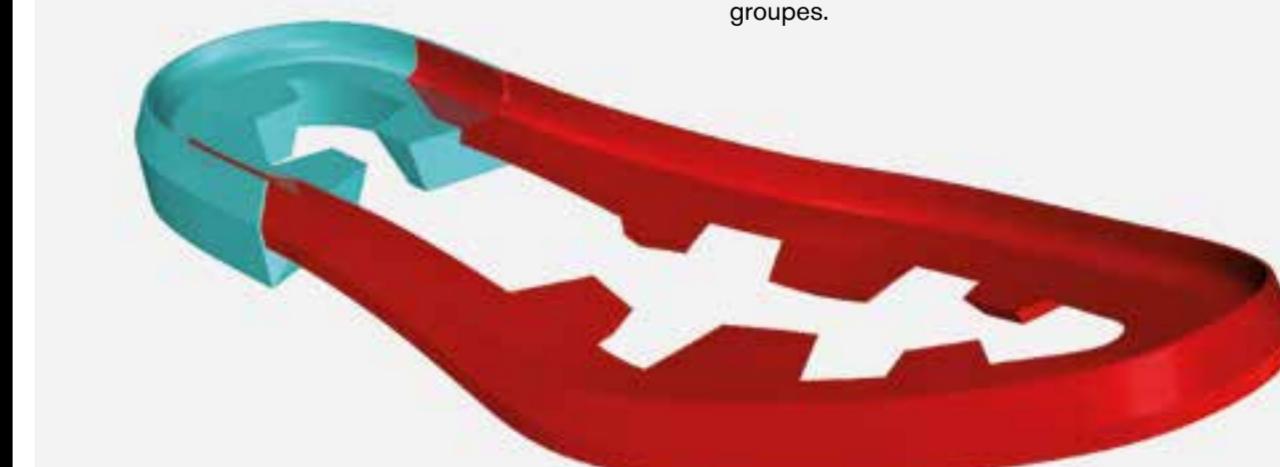
**D**  
In der seriellen Schuhfertigung werden Schuhsohlen in der Regel mit Hilfe von sogenannten Uformen im Spritzguss- oder Formpressverfahren hergestellt. Dafür benötigt man teure Formteile aus metallischen Werkstoffen. Um ein Schuhmodell in 7 Größen zu produzieren, braucht man also mindestens 14 verschiedene Formteile für die Fertigsohlen. Gerade für kleine Schuhhersteller bedeutet das eine hohe und entsprechend riskante Investition. Das neu entwickelte Sohlen-System, das nach dem Baukastenprinzip aufgebaut ist, erlaubt es, alle Schuhgrößen und -breiten mit nur drei Uformteilen herzustellen. Dazu wird die Sohle zweigeteilt: in ein Hinterteil – das den Fersenbereich abdeckt – und zwei spiegelverkehrte Vorderteile – für den restlichen Mittelfuß und die Zehen, die sich auf die jeweils gewünschten Schuhgrößen einkürzen lassen. Das führt zu erheblich verringerten Investitionskosten für die Sohlen und ermöglicht auf diese Weise die Produktion kleinerer Serien.

**Kommentar der Nominatoren**  
Eine spannende, gut durchdachte, fein ausgearbeitete Innovation, die gerade für kleinere Hersteller und Labels sehr attraktiv sein dürfte und dadurch die Chancen auf Erfolg wesentlich erhöht. Es überrascht daher nicht, dass die Entwicklung von den Besitzern und Designern der Schuhmarke Velt stammt. Dem von grossen Konzernen dominierten Schuhmarkt kann das im Sinn eines breiteren und vielfältigeren Angebots nur gut tun.

41

Velt GmbH  
Stefan Rechsteiner, Patrick Ruegg  
[www.velt.ch](http://www.velt.ch)

1 Stefan Rechsteiner  
2 Patrick Ruegg



**E**  
In serial shoe production, shoe soles are generally made by injection or compression moulding techniques with the help of what are known as "original moulds". This calls for expensive moulds made of metallic substances. In order to make a shoe model in seven different sizes, you thus need at least 14 different moulds to create the finished soles. For small manufacturers above all, this represents a high investment attended with an equally high degree of risk. This new shoe sole system is based on the modular principle, so making it possible to produce all shoe sizes and widths with just three original mould components. For this purpose the shoe is divided into two parts: a back part, covering the area of the heel, and two mirror-image front parts for the rest of the foot and the toes. The components can be shortened to give rise to the shoe size that you want. This leads to considerably reduced investment costs for the soles, and so forms an economic basis for the production of smaller series.

**Comments of the nominators**  
An exciting and well-thought-out innovation, sophisticated in its development. It promises to be highly attractive to smaller manufacturers and labels above all, which considerably increases the chances of its success. So it is not surprising to learn that the development is the work of the proprietors and designers of the Velt shoe brand. The innovation can only be beneficial to the shoe market, which is currently dominated by the big companies, with a view to creating a wider and more versatile range of choice.

**Commentaire des nominateurs**  
Une innovation passionnante, bien pensée et élaborée en détail, qui sera particulièrement appréciée par les fabricants et les marques de plus petite taille, et augmentera ainsi leurs chances de réussite. Il n'est donc pas surprenant qu'elle ait été développée par les propriétaires et les designers de la marque de chaussures Velt. L'élargissement et la diversification de l'offre ne peut être que positive pour le marché des chaussures dominé pour l'instant par les grands groupes.



# FluidSolids® Biopolymers

**D**  
FluidSolids® ist ein in der Schweiz entwickelter Verbundwerkstoff mit herausragenden ökologischen und physikalischen Eigenschaften. Er besteht aus den industriellen Abfällen von nachwachsenden Rohstoffen. Im Gegensatz zu anderen Biokunststoffen werden bei der Herstellung aber keine Nahrungsmittel verwendet. FluidSolids® ist ungiftig, geruchsneutral, emissionsfrei und weist einen minimalen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck auf. Stabilität, Dichte, Elastizität, Wasserfestigkeit, Oberfläche und Farbe können je nach Anwendungsbedürfnis definiert werden. Der Werkstoff lässt sich mit den gängigen Verfahren industrieller Massenproduktion verarbeiten – Pressverfahren, Extrusion, Spritzguss. Die Verwendung von FluidSolids® bietet sich daher für viele Produkte an, die heute noch aus Metall, Holz und vor allem aus erdölbasierten Kunststoffen gefertigt werden. Dank seiner biologischen Abbaubarkeit kann das Material zur Entschärfung des globalen Plastikmüllproblems beitragen.

**Kommentar der Nominatoren**  
FluidSolids® war bereits einmal für den Design Preis Schweiz nominiert. Damals befand sich das vielversprechende Start-up noch in der Forschungs- und Entwicklungsphase. Mittlerweile ist man einen entscheidenden Schritt weiter. Das in vielerlei Hinsicht überzeugende Material ist in industrieller Anwendung und besitzt zweifellos weiteres grosses Potenzial.



**F**  
FluidSolids® est un composite aux propriétés écologiques et physiques extraordinaires, développé en Suisse. Il est composé de déchets industriels de matières premières renouvelables. À l'inverse toutefois des autres bioplastiques, aucun aliment n'entre dans le cadre de sa fabrication. FluidSolids® n'est pas toxique, il est inodore, ne dégage pas d'émissions et a une empreinte carbone minime. La stabilité, l'épaisseur, l'élasticité, l'étanchéité, la surface et la couleur peuvent être définies en fonction des besoins d'application. Le matériau peut être traité à l'aide des processus habituels de production industrielle en masse – compression, extrusion, moulage par injection. FluidSolids® peut donc être utilisé pour de nombreux produits fabriqués encore aujourd'hui en métal, en bois et surtout en plastique à base de pétrole. Grâce à sa biodégradabilité, le matériau peut contribuer à désamorcer le problème mondial relatif aux déchets en plastique.

**Commentaire des nominateurs**  
FluidSolids® a déjà été nommé une fois pour le Prix Design Suisse. À l'époque, la start-up très prometteuse se trouvait encore dans la phase de recherche et de développement. Depuis, elle a fait un pas décisif en avant. Le matériau convaincant à plusieurs niveaux est utilisé dans l'industrie et dispose sans aucun doute encore d'un grand potentiel.

**E**  
FluidSolids® is a composite material, developed in Switzerland, with outstanding ecological and physical properties. It consists of industrial waste from renewable raw materials. But by contrast with other bioplastics, no foodstuffs are used to produce it. FluidSolids® is non-toxic, odourless, gives off no emissions and has a minimal CO<sub>2</sub> footprint. Its stability, concentration, elasticity, water resistance, surface texture and colour can be varied in keeping with the needs of the given application. The material can be processed using standard methods of industrial mass production – compression moulding, injection moulding or extrusion. Consequently FluidSolids® can be recommended for numerous products that are still being made today from metal, wood and above all from petroleum-based plastics. Thanks to its biological degradability, the material contributes to alleviation of the global plastic waste problem.

**Comments of the nominators**  
FluidSolids® has already been nominated for Design Prize Switzerland. At that time the highly promising start-up company was still in the research and development phase. Now they have come a crucial step further. The material makes an excellent impression in a great many respects. It is already being used in industry, and without doubt holds great future potential.

**FluidSolids AG**  
Beat Kärer – Founder and CEO,  
Designer SDA,  
Philippe Jacot – R&D,  
Dipl. Designer BA  
Dr. Francesca Tancini –  
R&D, Chemist

Marc Bernold – Production,  
Polymechanic EFZ  
Daniel Schneider – Operations,  
Dipl. Sales Coordinator ifks  
[www.fluidsolids.ch](http://www.fluidsolids.ch)

1 Beat Kärer  
2 Philippe Jacot  
3 Dr. Francesca Tancini  
4 Daniel Schneider



# SaphirKeramik

**D**  
SaphirKeramik ist ein neues, vom Schweizer Traditionsunternehmen Laufen entwickeltes Keramikmaterial, das sich durch besondere Festigkeit und Härte auszeichnet. Verantwortlich für die Härte des Werkstoffs ist das beigelegte Mineral Korund, das in seiner Reinform farblos ist und die Namensgebung der neuen Tonerdekeramik inspirierte – Saphir ist eine Varietät des Korunds. Dank der herausragenden Härte und Biegefestigkeit eröffnet das Material unter Beibehaltung des traditionellen Produktionsprozesses völlig neue Möglichkeiten in der Formgestaltung. Filigrane, dünnwandige Formen und enge Radien, die bisher in Keramik nicht umzusetzen waren, können damit realisiert werden. Galten bisher Kanterradien von 7–9 mm als State-of-the-art, sind jetzt Minimumswerte von 2–3 mm technisch machbar. Durch den Einsatz von SaphirKeramik ergeben sich weitere Vorteile: Geringeres Gewicht durch weniger Materialauftrag, dadurch verringelter Rohstoffverbrauch, reduzierter Energieverbrauch bei der Produktion und nicht zuletzt beim Transport.

**Kommentar der Nominatoren**  
Eine innovative Materialentwicklung wie aus dem Bilderbuch, die dem Design von Sanitärprodukten revolutionäre Spiel- und Handlungsräume eröffnet und nebenbei auch noch ökologische Vorteile bietet. Die Zusammenarbeit von Laufen mit Konstantin Grcic, Patricia Urquiola und Toan Nguyen vermittelt eine Ahnung von dem, was durch den neuen Werkstoff möglich wird.



**F**  
SaphirKeramik est un nouveau matériau en céramique développé par l'entreprise suisse traditionnelle Laufen, qui se distingue par sa résistance et sa durété particulières. Le matériau doit sa durété au corindon, un minéral ajouté, incolore à l'état pur, qui a inspiré le nom de la nouvelle céramique alumine – le saphir est en effet une variété de corindon. Grâce à sa durété exceptionnelle et à sa force de flexion, le matériau ouvre des possibilités entièrement nouvelles pour le design tout en conservant les processus de production traditionnels. Il permet de réaliser des filigranes, des formes à parois minces et des rayons étroits, jusqu'à présent impossibles à obtenir en céramique. Jusqu'à présent, les rayons d'arête de 7 à 9 millimètres étaient considérés comme extraordinaires, alors que maintenant des valeurs minimales de 2 à 3 millimètres sont techniquement réalisables. L'utilisation de SaphirKeramik présente d'autres points positifs: un poids limité grâce à une quantité réduite de matériau, donc une utilisation moindre de carburant et d'énergie pendant la production, ainsi que pour le transport.

**Commentaire des nominateurs**  
Un développement innovateur de matériau comme dans un livre de contes de fées, qui ouvre des espaces de jeu et d'action révolutionnaires pour le design des produits sanitaires, et présente également des avantages écologiques. La collaboration entre Laufen et Konstantin Grcic, Patricia Urquiola et Toan Nguyen donne un aperçu de ce que le nouveau matériau permet de réaliser.

**E**  
SaphirKeramik is a new ceramic material, recently developed by the traditional Swiss company Laufen. It is notable for its extreme stability and hardness. The hardness of the substance results from the admixture of the mineral corundum. Colourless in its pure form, this inspired the name given to the new potter's earth ceramic – one variety of corundum is sapphire. Thanks to its outstanding hardness and resistance to bending, the material opens up completely new design possibilities even when traditional production processes are retained. It can be used to create delicate, thin-walled forms and narrow radii of a kind impossible to realise in ceramics before. Whereas edge radii of 7–9 mm were formerly regarded as state-of-the-art, now minimum values of 2–3 mm are technically feasible. And the use of SaphirKeramik offers yet more benefits: it is lightweight in view of the reduced material deposition, which means the economical use of energy and raw materials in production and for that matter in transport.

**Comments of the nominators**  
This innovative material development seems to come right out of a picture book. It opens up revolutionary vistas and latitudes of possibility for the design of hygienic products, as well as offering ecological advantages. The fact that Laufen has collaborated with Konstantin Grcic, Patricia Urquiola and Toan Nguyen gives a suggestion of what it may be possible to achieve with the new material.





**RADO TRUE PHOSPHO LIMITED EDITION**  
HIGH-TECH CERAMIC. LUXURY AND COMFORT.



Rado has developed the True Phospho in conjunction with Swiss design collective Big-Game. Crafted in Rado's signature high-tech ceramic, the watch features the playful and unexpected design elements that characterize Big-Game's style. The black brass dial is perforated, allowing the Swiss automatic movement below to shine through – a thoroughly modern approach to the traditional skeleton watch. The name of the True Phospho is taken from its phosphorescent hands and indexes, which keep the timepiece stylish and functional in the dark.

The True Phospho is part of an exclusive series of limited edition timepieces just launched by Rado, with renowned designers from across the globe each applying their individual vision to the popular Rado True.

**RADO**  
SWITZERLAND

TIME IS THE ESSENCE WE ARE MADE OF

RADO.COM

## Attachment

Rado Star Prize Switzerland for Young Talents – Communication Design

45

**David Colombe**  
Media and Interaction Design:  
ECAL 2014; Prof: Alain Delet,  
Christophe Guignard  
Information Experience Design:  
Royal College of Art, 2017  
**Thomas Grogan**  
Industrial Design:  
ECAL 2014; Prof: Eric Petit

Design Interactions:  
Royal College of Art, 2016  
With the help of:  
Niklas Hagemann  
Supported by:  
Migros Culture Percentage  
[www.attachment.cc](http://www.attachment.cc)  
[www.davidcolombe.com](http://www.davidcolombe.com)

1 David Colombe

2 Thomas Grogan

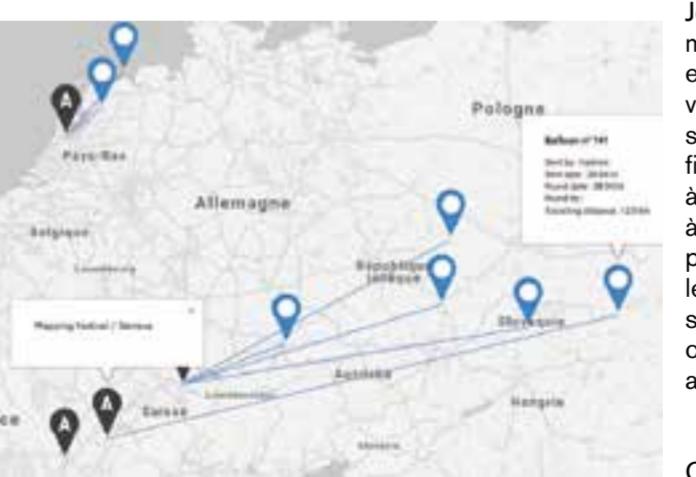
**D**  
Das Projekt Attachment, das aus einer Diplomarbeit an der ECAL hervorging, beschäftigt sich auf eine ebenso überraschende wie poetische Weise mit der Verbindung von digitaler und analoger Kommunikation. Die gleichsam als «Flaschenpost 2.0» konzipierte Arbeit, deren tieferer Sinn darin besteht, die zwischenmenschliche Interaktion anzuregen, nutzt dabei ganz bewusst das Prinzip des Zufalls. Ihr Herzstück ist eine automatisierte, vom Künstler Jean Tinguely inspirierte Maschine, mit deren Hilfe sich digitale, über das Internet vermittelte Botschaften in eine analoge Form bringen und verschicken lassen. Dazu graviert die Maschine eine digitale Mitteilung und ein Passwort auf eine dünne Holzplatte und schickt sie anschliessend per heliumgefülltem – kompostierbarem – Luftballon auf eine Reise ins Unbekannte. Der zufällige Finder der Holzplatte kann mit dem Passwort über eine speziell eingerichtete Website hinterlassene Nachrichten des Absenders abrufen und mit diesem in Kontakt treten.

**Kommentar der Nominatoren**  
Auf überraschende und poetische Weise werden durch diese fliegende Flaschenpost die Grundlagen für eine Kommunikation mit unbekanntem Empfänger neu definiert. In einer Zeit fast fieberhafter digitaler Kommunikation wirkt dieses auch in technischer Hinsicht meisterhaft umgesetzte Projekt wie ein positiver Akt des Widerstandes.

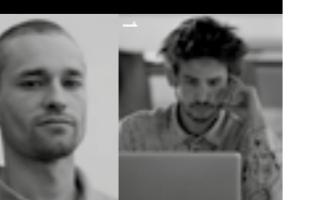


**E**  
“Attachment” is the development of a diploma project at ECAL. It focuses in a surprising and poetic way on the connections between digital and analogue communication. Imagined as a kind of refinement on the traditional message in a bottle, the work’s deeper meaning lies in stimulating human interaction, relying deliberately on the principle of coincidence. Its centerpiece is an automated mechanism inspired by the artist Jean Tinguely, with the help of which digital messages communicated via the internet can be converted and sent out in analogue form. The machine engraves a message and password on a thin wooden board, and then dispatches it by means of a helium-filled – compostable – air balloon on a journey into the unknown. Whoever happens to find the wooden board can access – using the password – the messages left by the sender on a website specially set up for the purpose, and so get in contact with him or her.

**Comments of the nominators**  
In a surprising and poetic way, this flying “message in a bottle” redefines the basis for communication with an unknown recipient. In an age of practically frenzied digital communication, this project – incidentally a masterly accomplishment in technical terms – comes across as a positive act of resistance.



**Commentaire des nominateurs**  
Cette bouteille à la mer volante permet de redéfinir de façon surprenante et poétique les bases d'une communication avec un destinataire inconnu. À l'époque de la communication numérique presque fiévreuse, ce projet à l'exceptionnelle mise en œuvre technique fait office d'acte de résistance positif.



# PSYCHO SLUT WICCA BITCH. We are not angry, just self-reliant.

Xénia Lucie Laffely  
HEAD – Genève  
Hauté école d'art et de design  
[www.xenialaffely.com](http://www.xenialaffely.com)  
[www.hesge.ch/head/](http://www.hesge.ch/head/)



**F**  
Cette collection de mode développée par la designer Xénia Lucie Laffely dans le cadre de ses études de master est une collection pour hommes, inspirée par le travail ou le style vestimentaire de fortes personnalités connues du monde artistique et conçue d'après le principe du collage. L'étendue des références va d'œuvres d'art, comme des vêtements de Tracy Emin, à Louise Bourgeois et Buffy the Vampire Slayer, en passant par Simone de Beauvoir. Les dessins des tissus développés à la main par la designer jouent un rôle central dans la collection; ils ont été concrétisés en tant que tissus imprimés à partir de matières premières durables et ont un fort caractère narratif et communicatif, ce qui donne aux vêtements une touche très particulière. La collection doit être vue comme une déclaration en faveur de l'égalité des sexes, et comme un manifeste féminin. Il s'agit d'une mode sans compromis pour les hommes qui souhaitent porter des vêtements de femme avec fierté et assurance, en les combinant avec brio à des pièces de leur propre collection.

**Commentaire des nominateurs**  
Une collection de mode pour homme intelligente et au design net, au caractère expérimental. Le projet basé sur un concept ludique, rafraîchissant et original séduit par sa vision créative unique. Il combine recherche approfondie et histoire pleine d'humour, et développe un narratif féminin aux images fortes.



**E**  
This fashion collection, developed by the designer Xénia Lucie Laffely as part of her Master's degree course, is a men's fashion line, which was inspired by the work and/or dress style of well-known female artists and personalities and developed on the principle of the collage. The range of references extends from works of art and articles of clothing by Tracy Emin through Simone de Beauvoir to Louise Bourgeois and Buffy the Vampire Slayer. Of central importance for the collections are the fabric designs, specially developed by hand and realised with sustainable raw materials in the form of textile prints. These have a powerfully narrative and communicative character, and lend the articles of clothing a quite special stamp. The collection aspires to be read as a statement for the equality of the sexes and as a feminist manifesto. It is an uncompromising fashion line for men who want to wear women's clothing with pride and self-confidence, combining it in self-assured style with bits and pieces of their own.

**Comments of the nominators**  
An intelligent, cleanly and consistently designed men's fashion collection of an experimental character. Based on a playful and refreshingly original concept, the project has an independent creative vision that convinces. It combines thorough in-depth research with humorous storytelling, and develops a feminist narrative of considerable graphic power.



## BITCH. We are not angry, just self-reliant.

## In the Secret Garden – Jadis Lighting Sculpture

Rado Star Prize Switzerland for Young Talents – Furniture Design

Ini Archibong

Designed and created by:  
Ini Archibong  
In collaboration with:  
Swiss craftsmen:  
Matteo Gonelli – glass  
Vincent Dubois – marble  
Sponsored by:  
Terry Crews and Amen&Amen  
[www.designbyini.com](http://www.designbyini.com)



**D**  
Die Jadis Lighting Sculpture gehört zu einer exklusiven, kunsthandwerklich hergestellten Designobjekt-Kollektion, deren Inspiration auf dem Masterstudium Luxury Design and Craftsmanship an der ECAL des Designers Ini Archibong gründet. Inspirieren ließ er sich bei diesen vor allem auf ihre ästhetische Wirkung hin konzipierten Objekten von einigen der Lieblingsmärchen seiner Kindheit. So nimmt der Name seiner luxuriösen, raumgreifenden Leuchtskulptur Bezug auf die Schneekönigin Jadis of Charn aus C.S. Lewis Fantasy-Märchen «The Lion, the Witch and the Wardrobe». Die farbigen, aus mundgeblasenem Glas bestehenden Leuchtschirme verkörpern demnach kristallene Blütenknospen. Die handgefertigte marmorne Deckenplatte, von der die durch nostalgische Kohlefadenglühlampen erhellen, unterschiedlich geformten Glasschirme abgehängt sind, versinnbildlicht hingegen das frostige-eisige Reich der Schneekönigin.

**Kommentar der Nominatoren**  
Flüssig anmutende Formen, feine Farbabstufungen und Fantasie begeben sich auf Abenteuerreise an magische Orte. Diese Arbeit eröffnet Materialien wie mundgeblasenem Glas und Marmor ganz neue Assoziationsfelder. Durch das Zusammenwirken von Designer und Glasbläser entstanden hochwertige Objekte von kraftvoller Emotionalität, die die Beherrschung von Handwerk und Form bezeugen.



**E**  
Jadis Lighting Sculpture belongs to an exclusive, handcrafted design object collection, whose inspiration was initiated during designer Ini Archibong's MA course in Luxury Design and Craftsmanship at ECAL. The objects were designed above all with an eye to their aesthetic effect, and draw inspiration from some of the favourite fairy tales of the designer's childhood. The name of his luxurious and expansive lighting sculpture refers to the White Witch, Jadis of Charn, from C.S. Lewis's children's book "The Lion, the Witch and the Wardrobe". The coloured lampshades, consisting of mouth-blown glass, accordingly incorporate crystalline buds. The handmade marble ceiling plate on the other hand, from which the variously shaped glass shades – illuminated by nostalgic carbon filament bulbs – are suspended, symbolises the ice and frost of the White Witch's realm.

**Comments of the nominators**  
Forms that appear to flow, fine gradations of colour and a fantastical imagination set off on an adventurous journey into magical places. This work opens up quite new fields of association for materials like mouth-blown glass and marble. The collaboration of the designer and glass-blower has given rise to top-quality objects with a powerful emotional charge which testify to an accomplished mastery of craft and form.

### Commentaire des nominateurs

De jolies formes fluides, des tons délicats et de l'imagination nous transportent dans un voyage d'aventure vers des endroits magiques. Ce travail ouvre de tout nouveaux champs d'association à des matériaux tels que le verre soufflé et le marbre. La collaboration entre le designer et les souffleurs de verre a donné naissance à des objets de haute qualité et très émotionnels, témoignant de la maîtrise de l'art et de la forme.



# SteriLux – Affordable Sterilization device for developing countries

**Jordane Vernet** – Designer,  
BA ECAL, MSc Innokick  
**Sterilux SA**  
**Marc Spatenstein** – MSc Life Sciences EPFL, CEO  
Lucas Meyer – MSc Mechanical Engineering EPFL, CTO  
Michael Stettler – 5th year EPFL  
Life Sciences, CFO  
Raphaël Blanchet – MSc Mechanical Engineering UBM, Operations Manager  
Blaïsse Béginin – MSc Microengineering EPFL, R&D Hardware Engineer

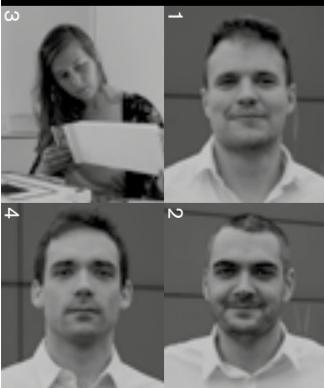
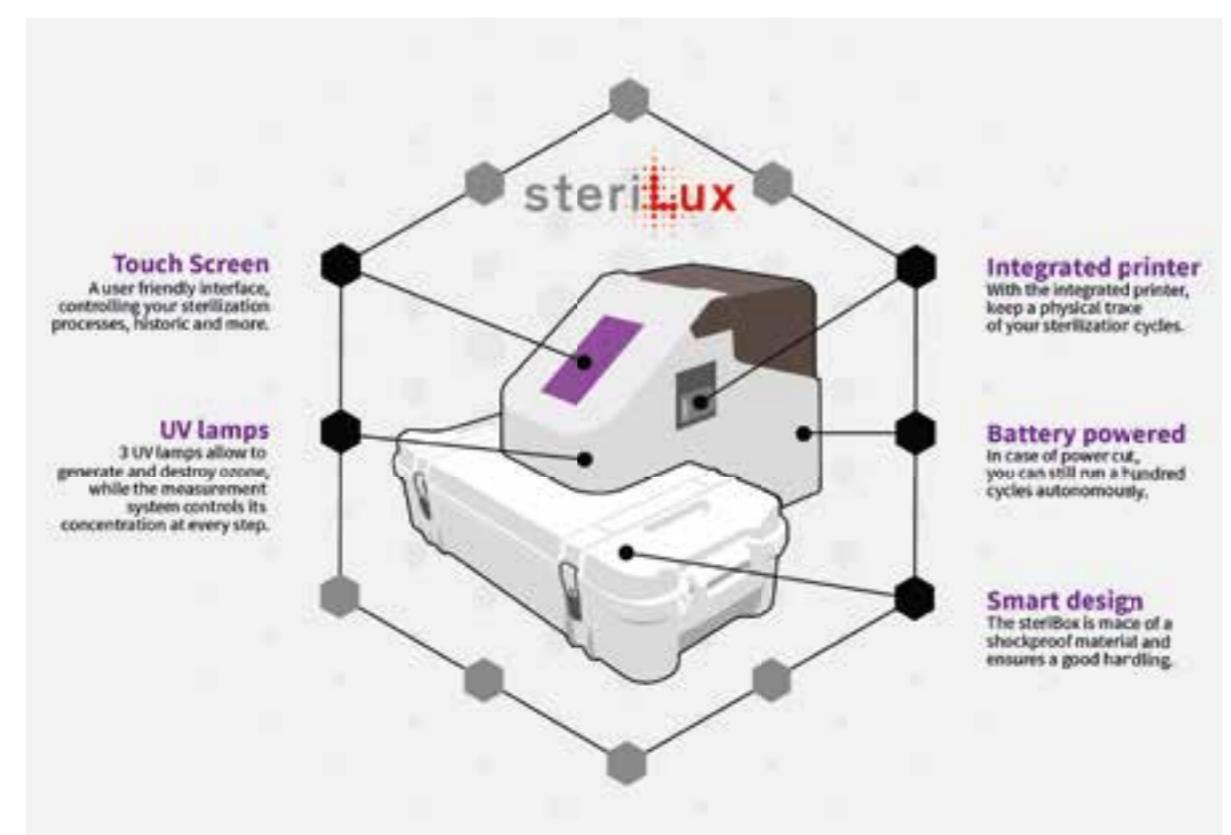


**D**  
Nach Zahlen der WHO leiden zu jedem Zeitpunkt rund 1,4 Mio. Menschen an einer oft lebensgefährlichen Infektion, die sie sich während einer medizinischen Behandlung zuziehen. Betroffen sind vor allem Patienten in wenig entwickelten Ländern und Krisengebieten, in denen es an den Ressourcen – Geräten, sauberem Wasser und Energie – für eine zuverlässige Sterilisation von medizinischen Instrumenten mangelt. Das Start-up SteriLux reagiert auf diese Problemlage. Das System, bei dessen Entwicklung Wissenschaftler und Gestalter Hand in Hand arbeiten, basiert technisch auf einer innovativen Sterilisationsmethode mittels UV-Licht und Ozon. Es besteht nur aus zwei Elementen: einer Kunststoffbox, in der die Instrumente nicht nur sterilisiert, sondern auch transportiert und bis zu 6 Monate gelagert werden können, und einer Art batteriebetriebenen Mutterstation, die den Sterilisationsprozess induziert, überwacht und dokumentiert. Gegenüber der herkömmlichen Sterilisationsmethode bietet SteriLux erhebliche Vorteile: deutlich geringerer Energieverbrauch, minimaler, nicht destillierter Wasserbedarf, Mobilität und einfache Handhabung.

**Kommentar der Nominatoren**  
Das Projekt beeindruckt durch gradliniges, semantisches Design, intuitive Funktionalität und durch die Verbindung mit einer sehr innovativen Technologie. Die Einfachheit und Praktikabilität der Gestaltung überzeugt auf ganzer Linie und garantieren einen Einsatz des Systems selbst in extremen Situationen.

**F**  
D'après les chiffres de l'OMS, tous les jours, environ 1,4 million de personnes souffrent d'une infection souvent mortelle contractée durant un traitement médical. Ce sont surtout les patients vivant dans des pays en voie de développement et dans des zones de crise qui sont touchés, par manque de ressources – appareils, eau propre et énergie – nécessaires pour une stérilisation fiable des instruments médicaux. La start-up SteriLux réagit à cette situation problématique. Le système, développé en collaboration étroite entre scientifiques et designers, se base du point de vue technique sur une méthode de stérilisation innovatrice à l'aide de la lumière ultraviolette et de l'ozone. Il est composé de deux éléments: une boîte en plastique dans laquelle les instruments peuvent non seulement être stérilisés mais aussi transportés et stockés pendant six mois, et un genre de station-mère à piles qui démarre le processus de stérilisation, le surveille et le documente. SteriLux offre des avantages considérables par rapport à la méthode de stérilisation habituelle: réduction notable de la consommation d'énergie, besoin en eau non distillée minimal, mobilité et utilisation simple.

**Commentaire des nominateurs**  
Le projet impressionne par son design simple, sémantique, son fonctionnement intuitif et la connexion à une technologie très innovatrice. La simplicité et la praticabilité du design séduisent entièrement et garantissent de pouvoir utiliser le système même dans des situations extrêmes.



# INTERCULTURAL LINK – Über die Rolle der Designer/innen in sozialen Projekten

Rado Star Prize Switzerland for Young Talents – Research

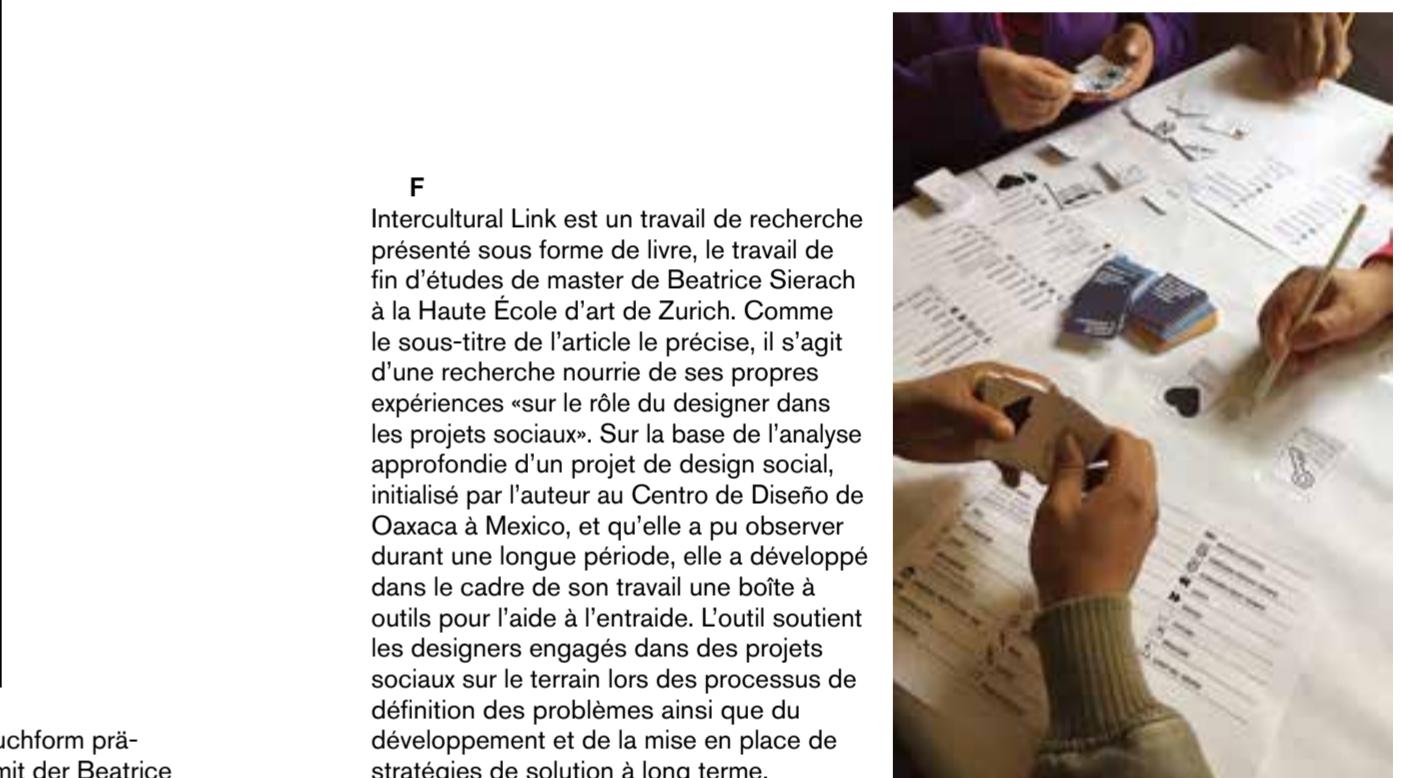
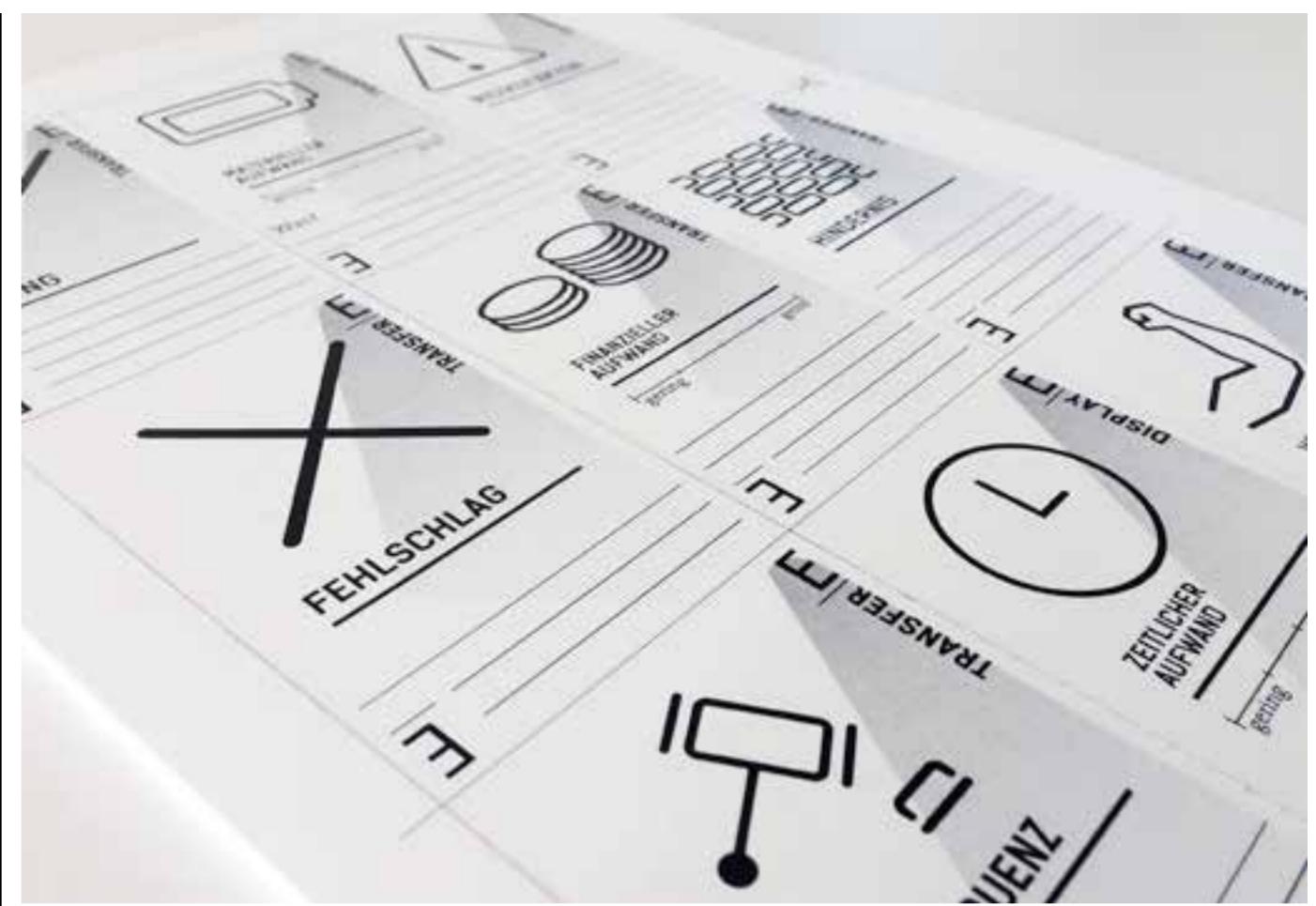
49

**Beatrice Sierach** –  
Master of Arts in  
Field of Excellence Trends,  
ZHdK – Zürcher  
Hochschule der Künste  
Zürcher Hochschule der Künste  
Prof. Birten Stettler  
Dr. Francis Müller  
[www.sierach.ch](http://www.sierach.ch) / [www.zhdk.ch](http://www.zhdk.ch)

Beatrice Sierach

Universidad Iberoamericana  
Méjico Stadt – Exchange semestral  
Dr. Angelica Martinez de la Peña,  
Dr. Maria Eugenia Rojas  
Supported by NGOs:  
Kopallit Arte Publico A.C.  
[www.sierach.ch](http://www.sierach.ch) / [www.zhdk.ch](http://www.zhdk.ch)

**Kommentar der Nominatoren**  
Auf Grundlage eigener Feldforschung ist eine Art Werkzeugkasten für Social Design Fieldarbeit entstanden, in dem die dos und don'ts sowie Hilfsmittel in verständlicher und zugänglicher Weise präsentiert werden. Das Projekt erweitert den Ansatz des Design Thinking, indem es sich nicht auf das Produkt und Geschäftsmodell reduziert; die Lebenssituation der angehenden Kreativunternehmer wird in der Analyse und Lösungsdefinition mitbetrachtet, um zu einer umsetzbaren Lösung zu finden.



**F**  
Intercultural Link est un travail de recherche présenté sous forme de livre, le travail de fin d'études de master de Beatrice Sierach à la Haute École d'art de Zurich. Comme le sous-titre de l'article le précise, il s'agit d'une recherche nourrie de ses propres expériences «sur le rôle du designer dans les projets sociaux». Sur la base de l'analyse approfondie d'un projet de design social, initialisé par l'auteur au Centro de Diseño de Oaxaca à Mexico, et qu'elle a pu observer durant une longue période, elle a développé dans le cadre de son travail une boîte à outils pour l'aide à l'entraide. L'outil soutient les designers engagés dans des projets sociaux sur le terrain lors des processus de définition des problèmes ainsi que du développement et de la mise en place de stratégies de solution à long terme.

**Commentaire des nominateurs**  
Un type de boîte à outils pour le domaine du travail de design social né à partir de recherches personnelles; il contient des indications de ce qu'il faut ou ne faut pas faire, ainsi que des moyens auxiliaires, présentés de façon compréhensible et accessible. Le projet élargit l'approche du Design Thinking, car il ne se limite pas au produit ni au modèle commercial; la situation de vie des futurs entrepreneurs créatifs est prise en compte dans l'analyse et la définition des solutions afin d'arriver à une solution réaliste.

**E**  
“Intercultural Link – On the role of the designer in social projects” is a research work presented in the form of a book, with which Beatrice Sierach concluded her MA degree course at the Zurich University of the Arts. As the subtitle of the work makes plain, it focuses on an investigation of the role of the designer in social projects based on the author's own experience. Following Sierach's detailed analysis of a social design project which she helped launch at the Oaxaca Design Centre in Mexico, and which she was able to observe over an extended period of time, she developed in the light of her work a toolkit aimed at helping designers to help themselves. The tool supports designers engaged in social field projects in the problem definition process and in the development and implementation of long-term solution strategies.

**Comments of the nominators**  
Based on her own field research, Ms Sierach has created a kind of toolkit for field work in connection with social design, presenting dos and don'ts and auxiliary resources in a comprehensible and user-friendly fashion. The project expands the Design Thinking approach, in that it is not restricted to the product and the business model, but includes a consideration of the life situation of the aspiring creative entrepreneur – both on the level of analysis and in its definition of a solution – in order to arrive at a solution capable of being implemented.

# Milvus Milvus

**Martin Noël, Thibault Smith**  
EPFL – École polytechnique fédérale  
de Lausanne / ALICE – Atelier de la conception  
de l'espace / IBOIS – Laboratoire  
for timber constructions  
[www.milvus-milvus.ch](http://www.milvus-milvus.ch)

1 Thibault Smith  
2 Martin Noël



**F**  
La mobilité et le mode de vie nomade sont un sujet apprécié des diplômés des écoles de design depuis plusieurs années déjà. Tandis qu'en général c'est le nomade moderne des grandes villes qui est le centre d'intérêt, avec ses fréquents changements de quartier et de logement, Martin Noël et Thibault Smith se sont eux concentrés, dans le cadre de leur travail de diplôme de l'EPFL, sur les besoins d'une forme de vie nomade tout aussi traditionnelle que tangible, celle du berger itinérant qui sillonne le pays avec son troupeau. Ils proposent un chariot fait à partir de trois boîtes de bois et pouvant être tiré par un âne. Les boîtes peuvent être séparées lors de la pause et ouvertes, et contiennent tout ce dont le berger a besoin pour sa vie quotidienne: une cuisine, une douche, une table, une chaise, un lit, un four à bois et une tente pour le protéger contre les intempéries.

**Commentaire des nominateurs**  
Le concept d'une «architecture en mouvement» développé pour une profession presque disparue de notre société, celle de berger, combine un travail de design classique au besoin actuel de simplicité et de durabilité. Il éveille l'intérêt et donne au travail une pertinence particulière. Le projet donne le sentiment d'avoir un design bien pensé. La mise en œuvre séduit tant sur le plan de la construction que pour son côté formel.

#### Kommentar der Nominatoren

Das Konzept einer «Architektur in Bewegung», entwickelt für einen in unserer Gesellschaft fast ausgestorbenen Beruf – den des Schäfers –, kombiniert eine klassische Gestaltungsaufgabe mit dem zeitgenössischen Bedürfnis nach Einfachheit und Nachhaltigkeit. Das weckt Interesse und verleiht der Arbeit besondere Relevanz. Gestalterisch wirkt das Projekt durchdacht. Die Umsetzung überzeugt sowohl in konstruktiver als auch in formaler Hinsicht.



**E**  
Mobility and the nomadic lifestyle have been popular themes with design college graduates for many years. While the focus of interest has generally been on the modern urban nomad with his frequent changes of location and apartment, the EPFL diploma project of Martin Noël and Thibault Smith is a response to the needs of a nomadic life that is as traditional as it is down-to-earth, one of a migrant shepherd who travels through the Swiss plains with his herd in winter. The proposed solution is a wagon consisting of three wooden boxes which can be drawn by a donkey. During rest stops, the boxes, which are taken apart and opened with the donkey's help, contain everything a shepherd needs for daily life: kitchen, shower, table, chair, bed, wood stove and weather protection in the form of a tent.

**Comments of the nominators**  
This concept of "mobile architecture" has been developed for a profession that has almost died out in our society, that of the shepherd. It combines a classic design assignment with contemporary requirements of simplicity and sustainability. This stimulates interest and lends the work a particular relevance. In design terms, the project has been well thought out. The realisation is convincing, both in structural and in formal respects.

# begreifbar

**Selina Peyer**  
Hochschule Luzern –  
Design & Kunst, BA Textildesign  
[www.selinapeyer.com](http://www.selinapeyer.com)



**D**  
Bekleidung und Mode wird für gewöhnlich in erste Linie über ihre visuelle Qualität wahrgenommen. Die an der Hochschule Luzern, Design & Kunst entstandene Bachelorarbeit von Selina Peyer, die den sprechenden Titel «begreifbar» trägt, verfolgt das Ziel, für einmal die haptischen Eigenschaften der Bekleidung in den Fokus zu rücken. Inspiriert vom hoch entwickelten Tastsinn blinder Menschen entwickelte sie eine Strickkollektion, in der sich visuelle und haptische Eigenschaften miteinander verbinden und gegenseitig verstärken. Die Kollektion basiert auf einer fixen Farb-Material-Codierung, die es auch nicht sehenden Menschen ermöglicht, sich das Aussehen der Kleider zu erschließen. Ausgehend von acht unterschiedlichen Farbtönen, denen jeweils ein bestimmtes Material und eine Verarbeitungstechnik zugeordnet wurden, entstanden deutlich voneinander unterscheidbare Oberflächenstrukturen und reliefartige Musterungen, die eine multisensorische Lesbarkeit der Kleider garantieren.

**Kommentar der Nominatoren**  
Das Projekt ist, in dem es Kleidung in ihrer dreidimensionalen Qualität erfasst, «sensationell» im eigentlichen Wortsinn. Es zeigt differenzierte Wege auf, um die Haptik auf ästhetisch konsequente Art ins Design zu überführen. Die vorgelegten Beispiele sind das Amuse-Gueule, mit dem die Entwicklungspotenziale dieses Ansatzes bewiesen werden.



**E**  
Clothing and fashion are generally perceived for the most part in terms of their visual qualities. Selina Peyer's BA project at the Lucerne School of Art and Design bears the expressive title "begreifbar" – "graspable" – and it is dedicated to the aim of shifting the haptic properties of clothing into the limelight. Inspired by the highly developed sense of touch of blind people, Peyer has developed a knitted collection in which the visual and haptic properties are linked together and reinforce each other mutually. The collection is based on a fixed coding of colours and materials which makes it possible even for non-seeing persons to deduce the appearance of the clothes. Starting from eight different colour shades, each having a specific material and processing technique allocated to it, she has created surface structures that can be clearly distinguished from one another, and relief-like patterns which ensure that the clothes will be "readable" in a multisensory way.

**Comments of the nominators**  
In that it focuses on clothing in its three-dimensional aspects, this project is "sensational" in the most literal sense. It highlights different paths for the aesthetically consistent incorporation of haptic qualities in design. The examples presented are like a taster demonstrating the development potential of this kind of approach.

**F**  
Les vêtements et la mode sont en général d'abord perçus par leur qualité visuelle. Le travail de licence de Selina Peyer, présenté à la Haute école de Lucerne, Design & Art, au nom explicite «tangible», a pour objectif de mettre pour une fois l'accent sur les qualités haptiques des vêtements. Inspirée par le sens du toucher très développé des personnes malvoyantes, elle a développé une collection de tricots dans laquelle les qualités visuelles et haptiques se marient et se renforcent mutuellement. La collection se base sur un code couleur-matière fixe permettant même aux personnes malvoyantes d'imager à quoi ressemblent les vêtements. À partir de huit couleurs différentes, disposant chacune d'un matériau et d'une technique de travail propres, elle a créé des surfaces à la structure clairement différente ainsi que des motifs en trompe-l'œil garantissant une lecture multisensorielle des vêtements.

**Commentaire des nominateurs**  
Le projet est sensationnel au vrai sens du terme, car il touche à la qualité tridimensionnelle des vêtements. Il montre différentes manières d'intégrer l'haptique au design, de façon cohérente sur le plan esthétique. Les exemples proposés sont juste une mise en bouche, et démontrent les potentiels de développement de cette approche.





**Why are you committed to Swiss design and Design Prize Switzerland?**

“I want to encourage people to solve problems of all types and demonstrate the power of design to everyone.”

**What can or should design do?**

“Design should solve a problem or unmet need, delight the user, and inspire the next person to solve a problem.”

**What is design?**

“Design is solving problems and creating a new product or service that meets the needs of the end-user.”

**What is Swiss design?**

“Swiss design means taking the rich heritage of the Swiss people and mixing it with the future of the world. This results in highly delightful and innovative products and services for a diverse population.”

**Doreen Lorenzo**  
Director of the Center for Integrated Design, The University of Texas at Austin

# ALE – Augmented Learning Experience

Research

53

53

**Hochschule Luzern – Design & Kunst**  
Core team:  
Samuel Frei, Prof. Dr. Axel Vogelsang,  
Stefan Fraefel, Bettina Minder,  
Yasemen Büyüktürkler  
Creative content:  
Jürgen Haas with students Katrin  
Junker, Ina Hwiler – BA Animation,  
Robert Müller with students  
Christophe Merkle, Leon Thau,  
Patrick Portmann – MA Design  
External designers:  
Francesca Korondi,  
Yvonne Röggemoser, Marina Lutz

In collaboration with:  
**Hochschule Luzern – Institut für Tourismuswirtschaft**  
Barbara Rosenberg-Tauter  
**IG UNESCO Sardona**  
Thomas Buckingham, Sargans  
– Scientific advice  
– Economic partners:  
Netcetera AG, Quant AG, Films Laax  
Futura Management AG  
Supported by:  
Kommission für Technologie und  
Innovation KTI  
[www.hslu.ch](http://www.hslu.ch)



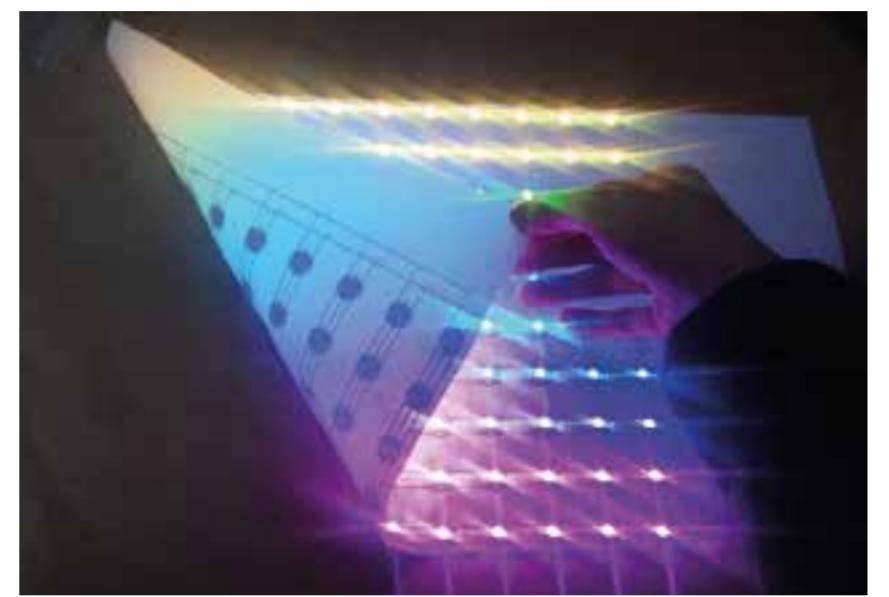
**F**  
Le Haut lieu tectonique Sardona, inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, se trouve dans les Alpes glaronaises, à la frontière des cantons de Glaris, des Grisons et de Saint-Gall. Les divers phénomènes originaux de la formation des montagnes peuvent y être observés de façon unique au monde. La popularité du site auprès des touristes n'est pour l'instant pas proportionnelle à son importance du point de vue de l'histoire de la Terre. Cela est principalement lié au fait que la particularité géologique du site n'est pas directement tangible pour les visiteurs, et que des informations analogiques correspondantes sur place, par exemple des écrits, seraient une intrusion critiquable dans le paysage. C'est exactement là qu'intervient le projet de recherche ALE – Augmented Learning Experience. Il étudie le potentiel d'application des technologies mobiles – smartphones – pour une mise en scène de type numérique et la transmission interactive de connaissances concernant le patrimoine naturel de l'endroit – c'est-à-dire dans la nature elle-même. Pour cela, on a travaillé avec les méthodes de mise en récit et des approches de réalité augmentée. Les résultats ont permis de développer une appli, dans le contexte du Haut lieu tectonique Sardona et mise en œuvre à titre d'exemple.

**Commentaire des nominateurs**  
L'équipe interdisciplinaire a utilisé des approches de Design Thinking pour chercher et trouver des formes de récit pour la réalité augmentée. Les possibilités techniques sont utilisées de façon extensive, mais ne sont pas une fin en soi. Ce qui résulte, c'est que les résultats de la recherche ont surtout été influencés par les besoins des touristes utilisateurs de l'appli. Le projet donne un aperçu accessible de la méthode des chercheurs.

**Comments of the nominators**  
The interdisciplinary team used design thinking approaches to identify and find narrative idioms for augmented reality. Technical resources have been extensively relied on, but never as an end in itself. The convincing aspect of the project is that the research results were rather a response to the needs of tourists and future users. The project offers user-friendly insights into the methodology of geology researchers.



# e – Broidery 2.0



## E

e – Broidery is a term designating textiles with electronic components like LEDs, which have been incorporated in textile fabrics with the help of industrial embroidery techniques. The development of a manufacturing process suitable for the process formed part of the first e – Broidery research project, completed in 2013. Following this initial success, the subsequent project e – Broidery 2.0 concentrated in the first instance on extending the technological range with the addition of dynamic and chromatic light. Now a technical solution has been found as the basis for activating, saving and displaying light images of changing complexity, colours and dynamics in the textile.

The design conception of e – Broidery products faces designers with new challenges, because formerly static components like material, form and colour now have to be combined with the dynamic component of the light. Several tools have been developed and summarised in a design guide. These lend support to the complex design process and give it a structure, with the aim of bringing product ideas located at the interface of light and textiles to the point of market maturity.

### Comments of the nominators

This project, which has been carried out at the highest level, makes it plain that when it comes to applied research and innovation, what counts is not the creation of a new product category so much as the opening up of new markets. On the one hand the developers have been successful in expanding the technical possibilities for the manufacture of luminous textiles, while on the other hand they have provided important tools showing designers how luminous textiles can be used.

### Comments of the nominators

Bei diesem auf höchstem Niveau durchgeführten Projekt wird deutlich, dass bei angewandter Forschung und Innovation nicht nur die Schaffung einer neuen Produktkategorie zählt, sondern auch die Erschließung von Märkten. Es gelang einerseits, die technischen Möglichkeiten bei der Fertigung von Lichttextilien zu erweitern, und andererseits, wichtige Hilfsmittel für den gestalterischen Umgang mit Lichttextilien zu entwickeln.

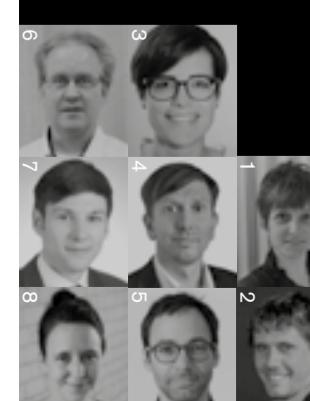
### Comments of the nominators

Ce projet exécuté à haut niveau montre clairement que la recherche appliquée et l'innovation n'ont pas pour seul objectif de créer une nouvelle catégorie de produit, mais aussi de conquérir de nouveaux marchés. D'une part, les possibilités techniques de fabrication de textiles lumineux ont pu être élargies, et d'autre part des moyens auxiliaires importants pour le design des textiles lumineux ont été développés.

**Hochschule Luzern – Design & Kunst**  
Isabel Ross Muggler, Tina Tomovic,  
Björn Schrader  
**Forster Rohner Textile Innovations**  
Jan Zimmermann, Anja Schliesske  
**NTB Interstaatliche Hochschule für Technik Büchs**  
René Grabher

**Création Baumann AG**  
Mario Klaus  
**Lighting Research Studio**  
Markus Reisinger  
**Supported by:**  
Kommission für Technologie und Innovation KTI  
[www.hsl.ch](http://www.hsl.ch)

1 Isabel Ross Muggler  
2 René Grabher  
3 Anja Schliesske  
4 Björn Schrader  
5 Markus Reisinger  
6 Mario Klaus  
7 Jan Zimmermann  
8 Tina Tomovic



# HOUSE 1

**D**  
HOUSE 1 entstand im Rahmen der Architekturausbildung an der EPFL als Gemeinschaftswerk von über 200 Studierenden des ersten Jahres. Initiiert und konzipiert wurde es vom dortigen Atelier de la Conception de L'Espace, das den Raum als Schnittstelle von menschlichen und technologischen Prozessen begreift. Innerhalb der Architekturausbildung dient das Projekt als experimentelles Format für gemeinschaftliches Entwerfen und Bauen. Programmatisch wurde das Haus als Serie von sich gegenseitig kontextualisierenden Räumen innerhalb eines definierten Rahmens – Grösse von 11x11x11 Metern und Konstruktion als Holzrahmenbau nach dem Balloon-Frame-Prinzip. Die räumliche Erfahrung, die sich im HOUSE 1 bietet, entspricht daher nicht der, die man von einer in sich homogenen Architektur erwartet, sondern ähnelt eher einer sich entfaltenden Evolution: Raum wird hier in Frage gestellt, er schwankt zwischen verschiedenen Möglichkeiten und zeigt sich offen für Interpretationen.

**Kommentar der Nominatoren**  
Das Projekt beeindruckt als gebautes Experiment. Anders als bei Bauten, die einem Masterplan folgen, entstand HOUSE 1 in der Interaktion verschiedener Teams. Nachdem diese jeweils einen eigenständigen, unabhängigen Raum definierten, galt es, in einem dialogischen Prozess und innerhalb eines vorgegebenen Rahmens daraus eine verbundene und sich durchdringende Struktur zu entwickeln.

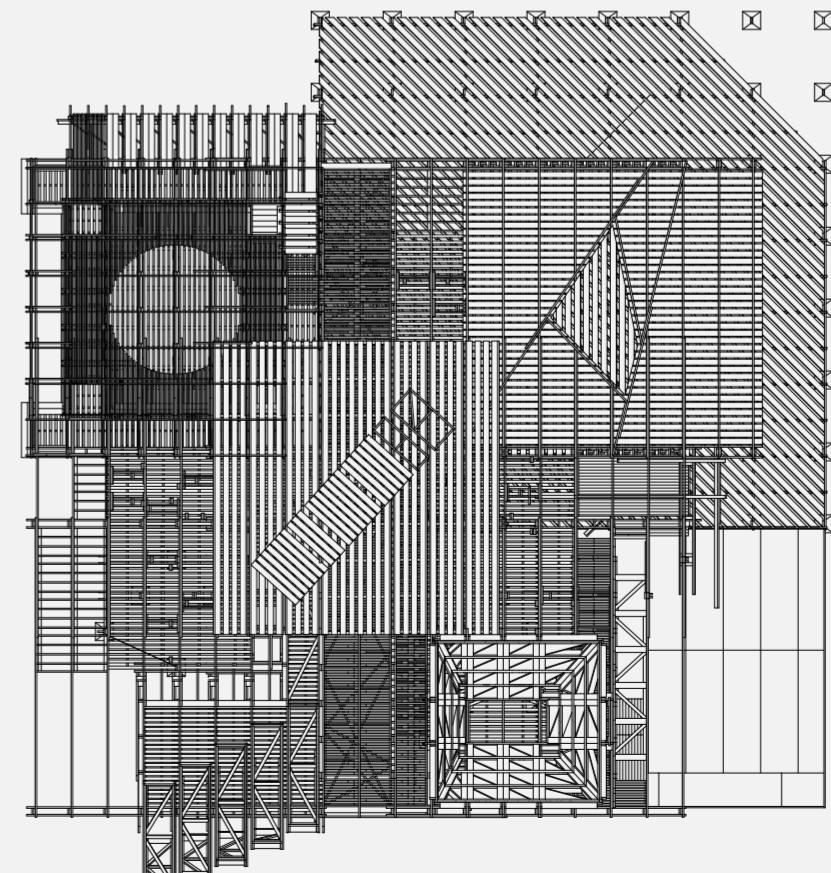
**Commentaire des nominateurs**  
Le projet est une expérience de construction impressionnante. À la différence des constructions effectuées sur la base d'un plan, HOUSE 1 est née de l'interaction entre différentes équipes. Après qu'une d'entre elles avait défini une pièce indépendante autonome, il fallait développer une structure unifiée et pénétrante, dans un processus de dialogue et dans un cadre donné.

**Alice Studio EPFL – École Polytechnique fédérale de Lausanne**  
Dieter Dietz with 1<sup>st</sup> year students BA architecture (2016): Daniel Zambaric, Raffael Baur, Edouard Cabay, Laurent Chassot, Nicolas Dürr, Margherita Del Grossi, Alexa den Hartog, Stéphane Grandjean, Patricia Guaita, Agathe Mignon, Andrea Pellaçant, Laura Perez Lupi, Anne-Chantal Rufer, Wynd van der Woude with Thibault Smith

**Lead engineer timber construction:** Reny Meylan, architect & wood engineer, Whoof x Mug  
**Sponsored by:** Getz-Miauton SA, Debrunner Actief SA, Romandie, Marti Construction SA, Roth échafaudages SA, E.S.

<https://alice.epfl.ch>

Dieter Dietz



**F**  
HOUSE 1 est née au sein de l'EPFL, dans le cadre de la formation en architecture, comme travail commun de plus de 200 étudiants de première année. Elle a été lancée et conçue par l'Atelier de la Conception de l'Espace de l'EPFL, qui définit l'espace comme une interface pour les processus humains et technologiques. Dans le contexte de la formation en architecture, le projet sert de format expérimental pour la conception et la construction communes. La maison a été programmée comme une série de pièces se donnant réciproquement un contexte à l'intérieur de normes définies – une taille de 11x11x11 mètres et une construction sur la base d'un cadre en bois, d'après le principe du Balloon Frame. L'expérience spatiale proposée dans HOUSE 1 ne correspond toutefois pas à celle que l'on peut attendre d'une expérience homogène en elle-même, mais ressemble plutôt à une évolution en devenir: l'espace est remis en question, il hésite entre différentes possibilités et est ouvert aux interprétations.

**E**  
HOUSE 1 came into being under the auspices of the Faculty of Architecture at EPFL, as a joint project by over 200 students in their first year. It was initiated and planned by the faculty's Atelier de la Conception de L'Espace (Spatial Planning Studio), which sees space as being an interface between human and technological processes. Within the architecture course the project served as an experimental format for cooperative design and construction. The house was programmed as a series of mutually contextualising spaces within a defined framework – measuring 11x11x11 metres, and using timber frame construction, based on the balloon frame principle. So the spatial experience that HOUSE 1 offers has nothing in common with what you would expect from a consistently homogeneous form of architecture. Instead it resembles an unfolding process of evolution. Space itself is called in question here, oscillating between different possibilities and showing itself open to different interpretations.

**Comments of the nominators**  
As a successful building experiment, the project is impressive. By contrast with buildings that follow a master plan, HOUSE 1 resulted from the interaction of several teams. After each of the teams had defined an independent and self-sufficient space, the next step was to engage in dialogue, with the aim of developing a connected and mutually interpenetrating structure within the prescribed framework.

# Innovation by design

Der Kanton Bern ist ein vibrierender Wirtschaftsstandort – In den Clustern Medizintechnik, Präzisionsindustrie, Cleantech und ICT ist Design ein Innovationstreiber.

Partner 2017/18  
Excellent  
Swiss  
Design

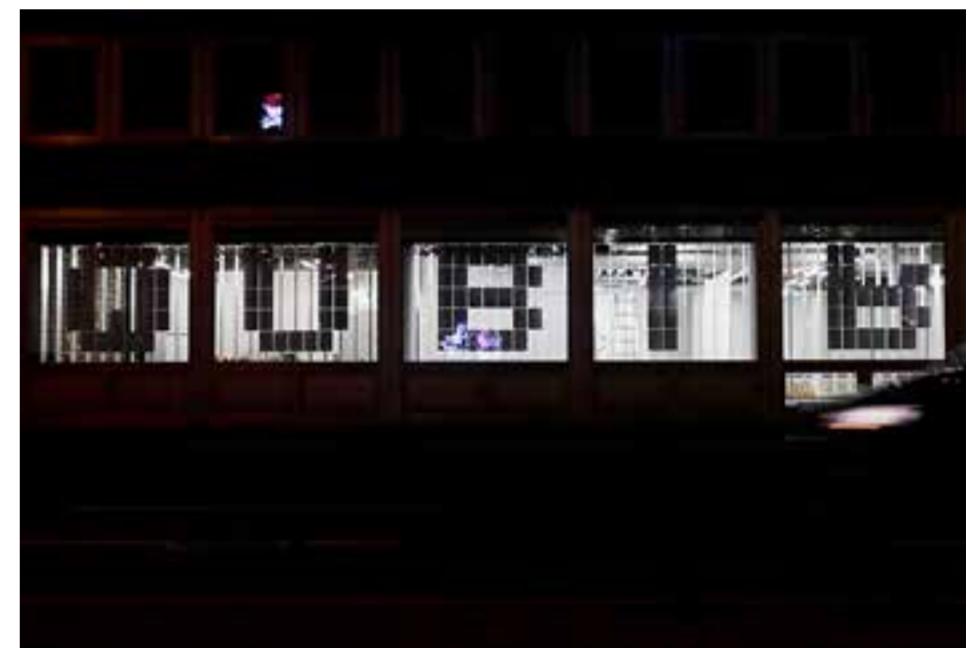
design  
preis  
SCHWEIZ

Spatial Design

## Slow Screen

**D**  
Das MuDA – Museum of Digital Art in Zürich nutzt Räume, in die durch grossflächige Fenster viel Tageslicht einströmt. Um im Innern adäquate Ausstellungsbedingungen zu schaffen, erwies es sich als notwendig, den Lichteinfall zu kontrollieren. Die Lösung des Problems über Vorhänge schien der thematischen Ausrichtung des Hauses nicht angemessen. Als Alternative wurde Slow Screen entwickelt – eine kinetische Installation, die sich über die gesamte, 100 Quadratmeter umfassende Fensterfassade des Museums erstreckt. Sie besteht aus 805 physischen Pixeln in Form von drehbaren Alupaneelen, die sich individuell ansteuern und, von Motoren angetrieben, in ihrem Neigungswinkel stufenlos verändern lassen. Damit kann nicht allein der Tageslichteinfall in die Museumsräume reguliert werden. Ausserhalb der Öffnungszeiten nutzt der Slow Screen zu einem Display, das mit langsam bewegten Animationen, Mustern, Bildern oder Texten hinter die Museumsfassade zaubert.

**Kommentar der Nominatoren**  
Ein innovatives Projekt, das praktisch-funktionale, technologische und poetische Qualitäten in sich vereint. Besonders im Kontext des Museum of Digital Art besitzt der Slow Screen einen hohen kommunikativen Wert und kann damit entscheidend zur Identität der noch jungen Non-Profit-Institution beitragen.



**E**  
The MuDA – Museum of Digital Art in Zurich has rooms with extensive windows, admitting a great deal of natural light. In order to create suitable indoor conditions for exhibitions, it proved necessary to control the incoming illumination. A solution involving curtains did not seem in key with the thematic focus of the institution. As an alternative, Slow Screen was developed – a kinetic installation which extends over the entire 100-square-metre window façade of the museum. It consists of 805 physical pixels in the form of revolving aluminium panels, individually controlled and powered by motors in such a way that the angle of tilt can be continuously adjusted. This not only makes it possible to regulate incoming light on the museum's premises – outside visiting hours, Slow Screen metamorphoses into a display which conjures up slow-moving animations, patterns, pictures and text messages behind the museum façade.

**Comments of the nominators**  
An innovative project which combines practically functional, technological and poetic qualities. Above all in the context of the Museum of Digital Art, Slow Screen is highly effective as communication and so makes a crucial contribution to the identity of this still young non-profit institution.

**Commentaire des nominateurs**  
Un projet innovateur qui combine des qualités pratiques, fonctionnelles, technologiques et poétiques. En particulier dans le contexte du Musée de Digital Art, le Slow Screen a une grande valeur communicative et peut ainsi contribuer de façon importante à l'identité de la jeune institution à but non lucratif.



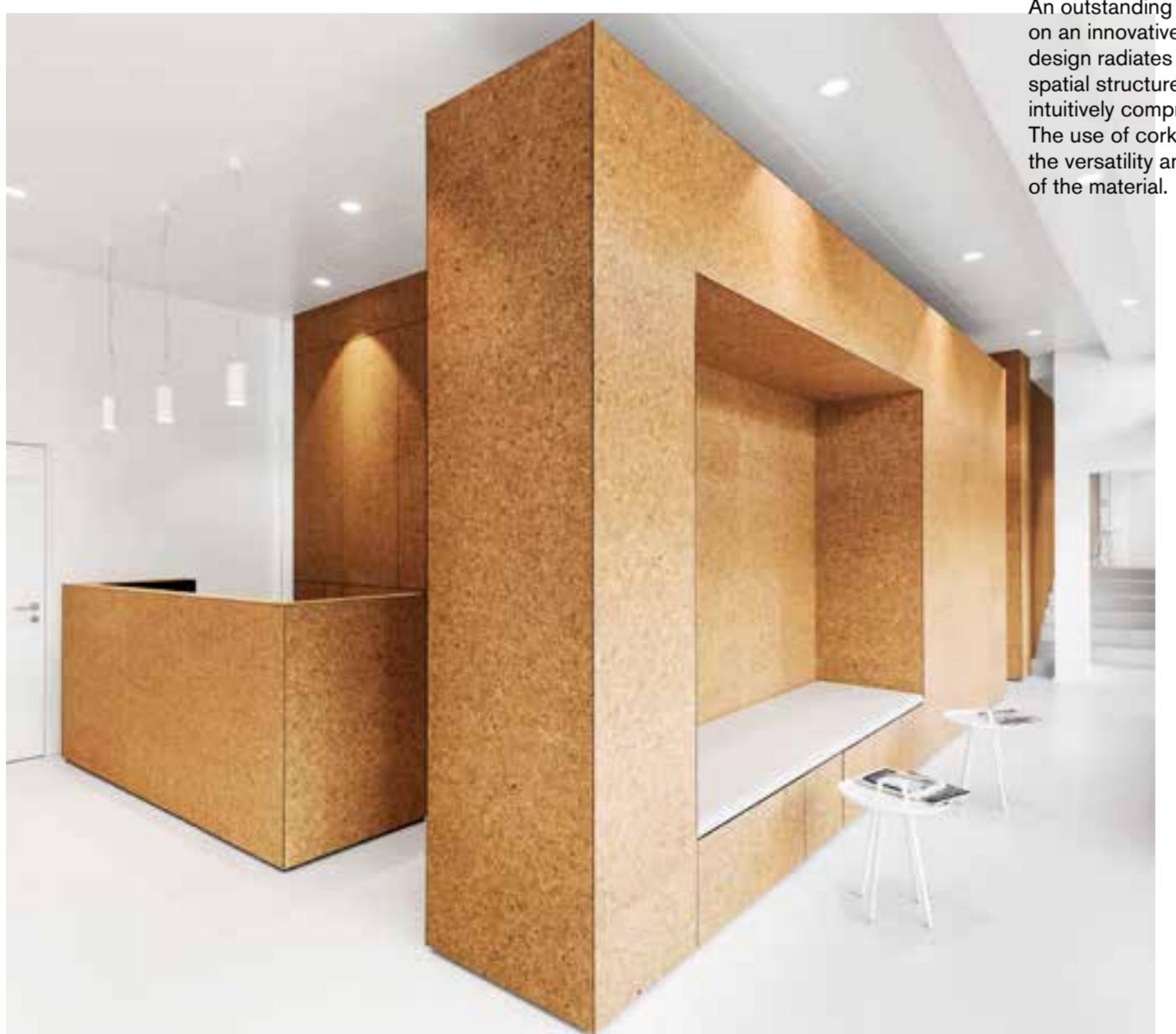
Etter Studio

Companies and  
core team members:

Etter Studio,  
Digital Arts Association,  
Solution, Greeniff,  
Christian Etter, Caroline Hirt,  
Johanna Taubeneck, Lucas Uhlmann, Tribault Brevet,  
Frael Morf, Quang Thai  
[www.etterstudio.com](http://www.etterstudio.com)

57

# Herzpraxis Zürich-Höngg



**D** Die Räumlichkeiten, die es zu einer Praxis für Kardiologie umzubauen galt, liegen in einem aus den 1960er Jahren stammenden Haus in Zürich-Höngg und waren zuvor von einem Quartier-Restaurant genutzt worden. Sie erstrecken sich über zwei Ebenen und mussten grundlegend saniert werden. Die zentrale Aufgabe bestand einerseits darin, die Wege von medizinischem Personal und Patienten zu organisieren. Andererseits sollte die Praxisgestaltung zentrale Werte der Bauherrschaft wie Sorgfalt und Gelassenheit transportieren. Der helle Patientenbereich ist zum Innenhof orientiert. Die räumliche Aufteilung der Wartezeonen nach Patientenstatus baut Ängste ab und vermittelt das Gefühl kurzer Wartezeiten. Sorgfältig proportionierte Kork-Kuben gliedern den Umräum und organisieren die Wege der Benutzer. Die raumhohen und zugleich raumbildenden Einbaumöbel schaffen eine intuitive Wegleitung für Patienten und ermöglichen einen Praxisbetrieb mit minimalem Personalaufwand. Das Material vereint viele Vorteile in sich: es dämpft die Akustik, reguliert Luftfeuchtigkeit, absorbiert Gerüche und verbreitet eine entspannte, wohnliche Atmosphäre.

**Kommentar der Nominatoren**  
Hervorragendes Low-Budget-Projekt mit innovativem Konzept. Das reduzierte Design strahlt Ruhe und Sicherheit aus. Die räumliche Struktur der Praxis erscheint intuitiv verständlich und funktional. Die Verwendung von Kork überzeugt angesichts der vielfältigen positiven Eigenschaften des Materials.

**F** Les locaux transformés pour installer un cabinet de cardiologie se trouvent dans une maison de Zurich-Höngg des années 1960 et étaient auparavant utilisés par un restaurant de quartier. Ils s'étendent sur deux niveaux et ont dû être complètement rénovés. D'une part, la mission centrale était d'organiser les allées et venues du personnel médical et des patients. D'autre part, le design du cabinet devait correspondre aux valeurs centrales du maître d'ouvrage, notamment le soin et la sérénité. La zone destinée aux patients est claire et orientée vers la cour intérieure. La répartition spatiale des zones d'attente en fonction du statut des patients aide à réduire les peurs et leur donne l'impression d'attendre moins longtemps. Des cubes en liège soigneusement proportionnés séparent l'espace et organisent les déplacements des utilisateurs. Les meubles encastrés donnent l'impression d'agrandir la pièce et de créer de l'espace, et guident intuitivement les patients, ce qui permet d'opérer le cabinet avec un minimum de personnel. Le matériau combine plusieurs avantages: il amortit les bruits, régule l'humidité de l'air, absorbe les odeurs et crée une atmosphère détendue et confortable.

**Commentaire des nominateurs**  
Un projet à budget réduit: excellent et avec un concept innovateur. Le design minimaliste donne une impression de calme et de sécurité. La structure spatiale du cabinet paraît intuitivement compréhensible et fonctionnelle. Les nombreuses qualités positives du liège en font un matériau de choix.



**E** The premises were to be converted into a surgery for cardiological patients. They are situated in a house in Zurich's Höngg district dating from the 1960s, which had previously been used as a neighbourhood restaurant. They extend over two storeys, and were in need of total refurbishment. The first crucial task was to organise the routes to be taken by the medical staff and the patients. At the same time the design of the surgery was intended to put across the central values of the project developers, like meticulousness and serenity. The brightly lit patients' area is arranged around the inner courtyard. The spatial partitioning of the waiting room areas based on patient status reduces anxiety, and gives the impression that the waiting time will be short. Carefully proportioned cork cubes articulate the surroundings while organising the paths taken by the user. The inbuilt furniture is spacious and at the same time shapes the space around it, creating intuitive signposts for the patients and enabling the practice to operate with a minimum of staff. The material used combines many advantages – it mutes the sound, regulates atmospheric humidity, absorbs odours and brings about a relaxed and homely atmosphere.

**Comments of the nominators**  
An outstanding low-budget project based on an innovative concept. The minimalist design radiates calm and security. The spatial structure of the practice seems intuitively comprehensible and functional. The use of cork is effective, in view of the versatility and positive characteristics of the material.

## Wandbild «Lebensräume und ihre Bewohner», Naturmuseum St. Gallen

Spatial Design

Design process and illustration:  
**Julia Matti**  
In collaboration with:  
2nd West - Scenography  
Bilgräff - Exhibition graphics  
Client:  
Hochbauamt Stadt St.Gallen  
Paint work:  
Fontana & Fontana

[www.juliamatti.com](http://www.juliamatti.com)

[www.naturmuseumsg.ch](http://www.naturmuseumsg.ch)



**F** Le projet comprend le processus de développement de la scénographie, ainsi que la conception et la mise en œuvre d'une fresque murale illustrative pour la salle d'exposition «Espaces de vie et leurs habitants» dans le nouveau Musée d'histoire naturelle de Saint-Gall, ouvert en 2016. La salle de 400 mètres carrés, le cœur du musée, présente la faune et la flore de la Suisse orientale. La fresque murale est le résultat d'un processus de travail sur plusieurs années, allant de la recherche de contenu à l'instruction des peintres, en passant par le développement d'idées de fresque et de la langue adaptée à la fresque. L'illustration se déroule sur trois murs, fait 50 mètres de long et atteint une hauteur allant jusqu'à 8 mètres. Elle présente sous forme d'illusion spatiale une cinquantaine d'animaux naturalisés, ainsi que six dioramas placés dans la pièce, dans un contexte proche de la réalité. Elle a donc une fonction didactique et contribue à créer l'atmosphère nécessaire à l'exposition.

**E** The project comprises the scenographic development process, together with the conception and realisation, of an illustrative mural for the exhibition area "living spaces and their inhabitants" in the new Natural History Museum of St.Gallen, which opened in 2016. The 400-square metre hall, which at the same time constitutes the heart and centre of the museum, offers a presentation of the flora and fauna of Eastern Switzerland. The mural was created in a work project extending over several years, comprising both research on the content, development of suitable pictorial ideas and guidance for the painters. The picture covers three walls, is 50 metres in length and reaches a height of up to eight metres. A spatial illusion is created by some 50 stuffed animals and six dioramas distributed around the hall in a realistic context. The display thus succeeds in being both instructive and atmospheric.

### Comments of the nominators

The graphic appeal of this mural makes a fresh and contemporary impression. It is informative and at the same time not lacking in poetic quality. With all the scenography that is involved, it offers visitors a realistic and feeling-charged experience. The result is as surprising as it is convincing, based on the exemplary interaction of the project partners who contributed to this exhibition – museum staff, architects, scenographers, graphic artists and illustrators.

**Commentaire des nominateurs**  
L'impression graphique de la fresque murale est fraîche, contemporaine, informative, sans toutefois oublier sa qualité poétique. La mise en scène complète permet au visiteur de vivre une expérience émotionnelle proche de la réalité. Le résultat, tant surprenant que convaincant, se base sur l'interaction exemplaire entre les partenaires au projet participant à cette exposition – le musée, l'architecture, la mise en scène, le graphisme et l'illustration.



**D** Das Projekt umfasst den szenografischen Entwicklungsprozess sowie die Konzeption und Umsetzung eines illustrativen Wandbildes für den Ausstellungsraum «Lebensräume und ihre Bewohner» im neuen, 2016 eröffneten Naturmuseum St. Gallen. In dem 400 Quadratmeter grossen Saal, der gleichsam das Herzstück des Museums bildet, werden Fauna und Flora der Ostschweiz präsentiert. Das Wandbild entstand in einem mehrjährigen Arbeitsprozess, der von der inhaltlichen Recherche über die Entwicklung von Bildideen und geeigneter Bildsprache bis hin zur Anleitung der Maler reichte. Die Illustration erstreckt sich über drei Wände, ist 50 Meter lang und erreicht eine Höhe von bis zu acht Metern. Als Raumillusion stellt sie rund 50 Tierpräparate sowie sechs im Raum verteilte Dioramen in einen lebensnahen Kontext. Dabei erfüllt sie sowohl eine didaktische als auch eine atmosphärische Funktion.

**Kommentar der Nominatoren**  
Die grafische Anmutung des Wandbildes erscheint frisch, zeitgemäß, informativ und zugleich nicht ohne poetische Qualität. Dem Besucher eröffnet sich durch die gesamte Szenografie ein realitätsnahes, emotionales Erlebnis. Das ebenso überraschende wie überzeugende Resultat basiert auf dem beispielhaften Zusammenspiel der an dieser Ausstellung beteiligten Projektpartner – Museum, Architektur, Szenografie, Grafik und Illustration.





Öffnen wir uns der Solarenergie.  
EnergieSchweiz.ch



energieschweiz  
Unser Engagement: unsere Zukunft.

61

## LIGHTPAD Stehleuchte

SwissEnergy Lighting Prize

- REGENT Beleuchtungskörper AG**
- 1 Stephan Wagner – Konstruktion
  - 2 Johannes Seifermann – Produktionsengineering
  - 3 Mathieu Schoen – Projektentwicklung
  - 4 Denis Römer – Design:
  - 5 Martin Rasch – Schneider-Schumacher – Architekturbüro
  - 6 www.regent.ch
- 







**D**  
Die Stehleuchte Lightpad ist für den Einsatz im Grossraumbüro entwickelt worden und entspricht allen hier gültigen Normen. Sie besteht aus einer Fußplatte, einem im Querschnitt rechteckigen Standrohr mit integriertem Bedienungsfeld und einem extrem flachen Leuchtenkopf – wobei bis zu vier dieser Leuchtenköpfe an einem Standrohr montiert werden können. Dies erlaubt es, auf unterschiedliche Beleuchtungsbedürfnisse und Tischkonfigurationen zu reagieren – was nicht zuletzt einen ökonomischen Vorteil mit sich bringt.

Die dank neuester LED-Technik nur 19 mm dicken Leuchtenköpfe strahlen zu 30% direktes und zu 70% indirektes Licht ab. Eine eigens entwickelte Sandwich-Technologie, die als Optical Stack Track Technology bezeichnet wird, sorgt für eine doppelt – d. h. in zwei horizontale Richtungen – asymmetrische Lichtverteilung, durch die das Licht jeweils in die Mitte des Arbeitsplatzes gelenkt wird. Daraus resultiert eine extrem gleichmässige, als angenehm wahrgenommene Ausleuchtung der Tische. Je nach Tischkonfiguration lassen sich Leuchtenköpfe mit passenden Lichtverteilungen montieren.

**Kommentar der Nominatoren**  
Das formal reduzierte Design der Büroleuchte ist gradlinig zweckmäßig. Besonders überzeugend sind ihre lichttechnischen Qualitäten. Die gleichmässige Ausleuchtung einer Arbeitsfläche war immer ein Schwachpunkt bei Stehleuchten. Bei Lightpad wird dieser Mangel durch eine speziell entwickelte prismatische Lichtlenkung behoben. Die Effizienz ist mit knapp 120 lm/W sehr hoch. Die Leuchte erfüllt die strengen Anforderungen für Minergieleuchten.



**F**  
Le lampadaire Lightpad a été développé pour une utilisation dans les grands espaces de bureau et correspond à toutes les normes en vigueur. Il est composé d'une plaque de base, d'un tube vertical rectangulaire avec panneau de commande intégré et d'une tête de lampe extrêmement plate. Il est possible de monter jusqu'à quatre têtes de lampe sur un tube vertical. Cela permet de réagir à différents besoins en éclairage et différentes configurations de table, ainsi que d'apporter un avantage économique, ce qui n'est pas négligeable.

Les têtes de lampe de seulement 19 millimètres d'épaisseur – grâce à la toute dernière technologie LED – émettent 30% de lumière directe et 70% de lumière indirecte. Une technologie sandwich, développée en interne et désignée par le nom d'Optical Stack Track Technology, permet une répartition double de la lumière asymétrique – c'est-à-dire dans deux directions horizontales – grâce à laquelle la lumière est dirigée vers le milieu du poste de travail. La table est ainsi éclairée de façon homogène, pour une sensation très agréable. En fonction de la configuration de la table, les têtes de lampe peuvent être montées avec les répartitions de lumière adaptées.



**Commentaire des nominateurs**  
Le design formellement minimalistes des lampes de bureau est résolument adapté à son objectif. Ses qualités d'éclairage sont particulièrement convaincantes. L'éclairage homogène d'une surface de travail est en effet depuis toujours le point faible des lampadaires. Lightpad contourne ce problème grâce à un système prismatique développé spécialement pour diriger la lumière. L'efficacité est très élevée, malgré seulement 120 lm/W. La lampe répond aux exigences strictes des luminaires Minergie.

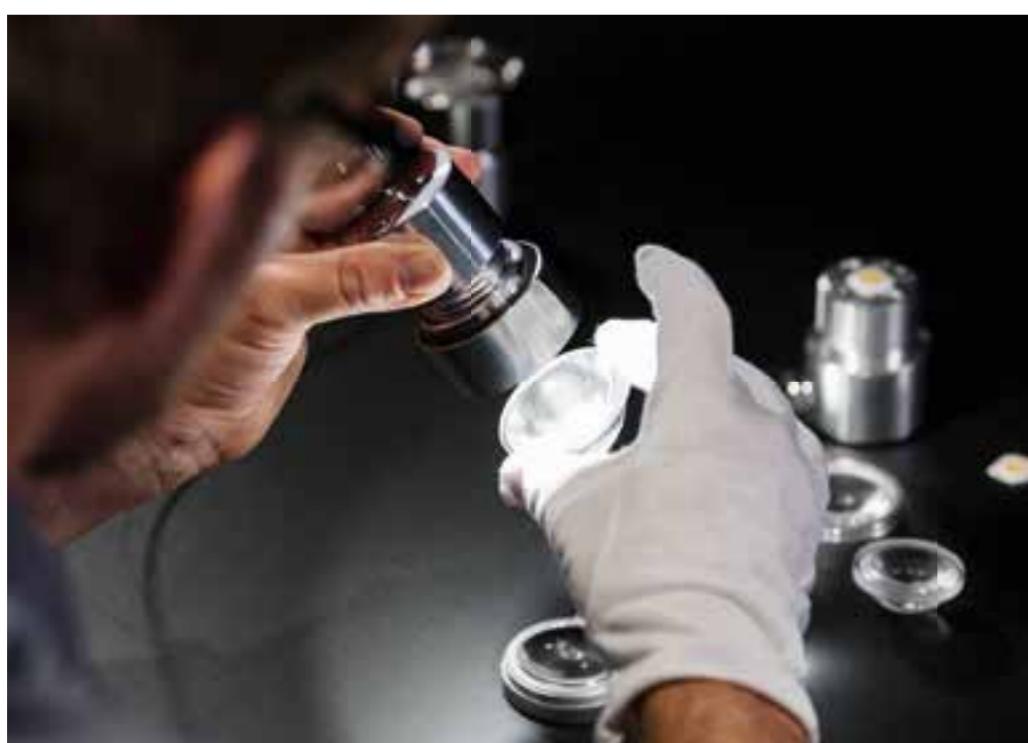
**E**  
The Lightpad standard lamp has been developed for use in the open-plan office, and meets all the standards to be observed in such a context. It consists of a footplate, an upright element right-angled in cross-section which incorporates the controls, and an extremely flat lamp head – of which up to four can be assembled on a single upright. This makes it possible to respond to different lighting requirements and table configurations – resulting in not insignificant economic benefits.

The lamp heads, which thanks to the most up-to-date LED technology are only 19 mm thick, radiate 30 per cent direct and 70 per cent indirect light. A specially developed sandwich technology, also known as Optical Stack Track Technology, ensures doubly asymmetrical – i.e. in two horizontal directions – distribution of light, so that light can be focused on either side on the centre of the working area. This gives rise to an extremely even illumination of the tables, which is experienced as being pleasant. Depending on the given table configuration, lamp heads can be mounted which provide suitable light distribution capacity.

**Comments of the nominators**  
The formally minimalist design of this office lamp is functional and rectilinear. Particularly impressive are the light technology aspects. The even illumination of a working area has always been a problem for standard lamps. With Lightpad, this defect has been rectified with the help of a specially developed directional illumination system. The lamp is extremely efficient, with a factor of 120 lm/W, as well as meeting the stringent Minergy requirements.

# VERTICO

SwissEnergy Lighting Prize



**D**  
Auslöser für die Entwicklung der Leuchtenfamilie VERTICO war das Bedürfnis nach einer ebenso effizienten wie flexiblen Beleuchtung, die einfach und schnell auf wechselnde Anforderungen reagieren kann. Entstanden ist eine auf moderner LED-Technologie basierende Leuchte mit variablen Ausstrahlungswinkel und einstellbarer Lichtfarbe, die aufgrund ihrer gradlinig zurückhaltenden Formgebung in praktisch jedem Raum einsetzbar ist. Das Herzstück der Leuchte, die als Pendel sowie als Anbau-, Einbau-, Profil- und Stromschienenstrahler ausdefiniert wurde, bildet ein eigens für VERTICO entwickelter, raffinierter Verstellmechanismus. Im Zusammenspiel mit einer hochwertigen Glaslinse sorgt er für eine variable, dabei aber stets gleichmässige und verlustfreie Lichtverteilung. Der Mechanismus tritt nach aussen als drehbarer Fokusring mit integrierter Linse in Erscheinung und ist das prägende, alle Varianten verbindende Gestaltungselement von VERTICO.

#### Kommentar der Nominatoren

Ein interessanter, schlüssig erscheinender Ansatz, der technisch auf hohem Niveau umgesetzt wurde. Die schlichte, fast schon klassisch anmutende Form der Leuchte garantieren ihr vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Ein neuartiges, hier als Fokusring bezeichnetes «Zoomobjektiv» – der Leuchtenkopf sieht genauso aus – sorgt dafür, dass der Lichtkegel bei der Anwendung exakt den Bedürfnissen entsprechend eingestellt werden kann. Trotz dieser Zoomfunktion und einem hohen CRI – Farbwiedergabequalität der LEDs – bleibt die Effizienz mit 80 lm/W hoch und erfüllt die Minergiekriterien.

#### F

Le point de départ du développement de la famille de lampes VERTICO était le besoin d'un éclairage tant efficace que souple et pouvant réagir simplement et rapidement aux demandes changeantes. Est née une lampe basée sur la technologie LED moderne, avec angle variable de diffusion et couleur de lumière réglable, qui peut être utilisée dans presque toutes les pièces grâce à sa forme rectiligne et discrète. Le cœur de la lampe, déclinée comme suspension mais aussi spot applique, spot applique sans module, luminaire applique et spot sur rail conducteur, est un mécanisme de réglage raffiné, développé spécialement pour VERTICO. Grâce à sa lentille en verre haute qualité, il permet une répartition de la lumière variable, mais toujours uniforme et sans perte. De l'extérieur, le mécanisme ressemble à une bague de mise au point tournante avec une lentille intégrée, c'est l'élément fonctionnel et de design marquant de VERTICO, commun à tous les modèles.

#### Commentaire des nominateurs

Une approche à l'allure intéressante et claire, mise en pratique à un haut niveau technique. La forme sobre, déjà presque classique de la lampe est garantie par ses nombreuses possibilités d'utilisation. Un nouvel «objectif zoom» – c'est exactement à ça que ressemble la tête de la lampe – est la bague de mise au point qui permet de régler le flux lumineux lors de l'utilisation, de manière à ce qu'il réponde exactement aux besoins. Malgré cette fonction de zoom et un indice de rendu de couleur élevé, l'efficacité reste élevée, à 80 lm/W, et répond aux critères Minergie.

#### E

The catalyst for the development of the VERTICO lamp family was the need for efficiently flexible illumination capable of responding quickly and simply to changing requirements. The outcome was a lamp based on modern LED technology with a variable angle of beam and adjustable colour, which in view of its restrained and rectilinear design can be used in practically any kind of setting. The centrepiece of the lamp – which has been designed in a number of variants, functioning either as a pendant luminaire or as a surface-mounted, recessed, profile or track-mounted spotlight – is a sophisticated adjustment mechanism which was specially developed for VERTICO. With the help of a top-quality glass lens, this provides variable illumination which is always evenly regulated and minimises light loss. To the outward eye the mechanism is a rotating focus ring which incorporates a lens. This is the characteristic design and functional element of the VERTICO lamp, and is common to all variants.

#### Comments of the nominators

An interesting approach, one that makes a consistent impression and has been realised at a technically high level. The simple, almost classical form of the lamp ensures its suitability for a wide range of uses. An innovative “zoom lens” – this is just what the lamp head looks like –, here referred to as a focus ring, forms the basis for adjusting the light cone in practical application so that it meets requirements exactly. Notwithstanding this zoom function and a high CRI colour rendering quality, the lamp's efficiency remains high (80 lm/W) and meets Minergy criteria.

# FEZ

SwissEnergy Lighting Prize



**D**  
Die Stehlampe FEZ kombiniert eine grundsolide Konstruktion, die sich durch ausgefeilte mechanische Lösungen auszeichnet, mit neuester, LED-basierter Leuchtmitteltechnologie.

Das auffälligste Merkmal der betont gradlinig und reduziert gestalteten Leuchte ist ihr kegelstumpfförmiger Reflektor, der entfernt an die namensgebende altorientalische Kopfbedeckung erinnert. Komplett aus Aluminium gefertigt, besteht FEZ aus drei Elementen: einer runden Sockelplatte, in die ein Kabeldoppe integriert ist, einem peripher in dieser Platte verankerten Standrohr, das dank Teleskopgestänge in der Höhe verstellbar ist, sowie dem 360° schwenkbaren und zu diesem Zweck eingeschlossenen Leuchtenkopf.

Die Leuchte verfügt über eine lichtstarke direkte Lichtquelle und über ein optional zuschaltbares Indirektlicht. Ausgestattet mit zwei leistungsstarken LEDs kann sie genug Licht abgeben, um einen Raum auszuleuchten. Während der gleichzeitig als Dimmer genutzte Hauptschalter am Standrohr liegt, wird das Indirektlicht durch einen Schalter am Reflektor bedient.

#### Kommentar der Nominatoren

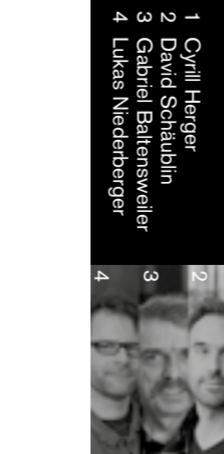
Das Design dieser für Wohnräume konzipierten, sehr variabel einsetzbaren Leuchte überzeugt durch die Synthese von Schlichtheit und Anmut. Die konstruktiven Detaillösungen und die lichttechnische Ausstattung sind herausragend. Bei einer geringen Leistung – nur 38 W – beeindruckt FEZ durch die sehr hohe Energieeffizienz, die in einem hohen Lichtoutput – 3700 Lumen – zum Ausdruck kommt. Sie eignet sich ideal als Ersatz für indirekt strahlende Halogenleuchten mit 300-Watt-Lampen. Die Leuchte erfüllt die strengen Anforderungen für Minergieleuchten.

**F**  
Le lampadaire FEZ associe une construction solide, caractérisée par des solutions mécaniques mûries, à la technologie d'éclairage la plus récente basée sur les LEDs.

La principale caractéristique de la lampe au design résolument rectiligne et minimaliste est son réflecteur en forme de cône, qui rappelle de loin l'ancien couvre-chef oriental à qui elle doit son nom. FEZ est fabriquée entièrement en aluminium et est composée de trois éléments: d'un socle rond dans lequel est intégré un logement de câble, d'un tube vertical fixé à la périphérie de ce socle, réglable en hauteur grâce à une tige télescopique, et d'une tête de lampe pivotant à 360° et entièrement à cet effet.

La lampe dispose d'une source de lumière directe et d'une lumière indirecte pouvant être allumée en plus. Elle est équipée de deux LED puissantes et peut fournir assez de lumière pour éclairer une pièce. Tandis que l'interrupteur principal servant également de variateur se situe sur le tube vertical, la lumière indirecte s'allume grâce à un interrupteur placé sur le réflecteur.

**Commentaire des nominateurs**  
Le design de cette lampe conçue pour les pièces à vivre, utilisable de façons très variées, séduit par son mélange de simplicité et de charme. Les détails de la construction et l'éclairage sont excellents. Avec une puissance faible de seulement 38 watts, Fez surprend par son efficacité énergétique remarquable, qui s'exprime par un rendement lumineux élevé de 3700 lumens. Elle est idéale pour remplacer des lampes halogènes à rayonnement indirect avec des ampoules de 300 watts. La lampe répond aux exigences strictes des luminaires Minergie.



K  
ontext

Ko  
ntext

Kon  
text

Kont  
ext

Konte  
xt

Zeitgeist  
Innovationen

Inspiration

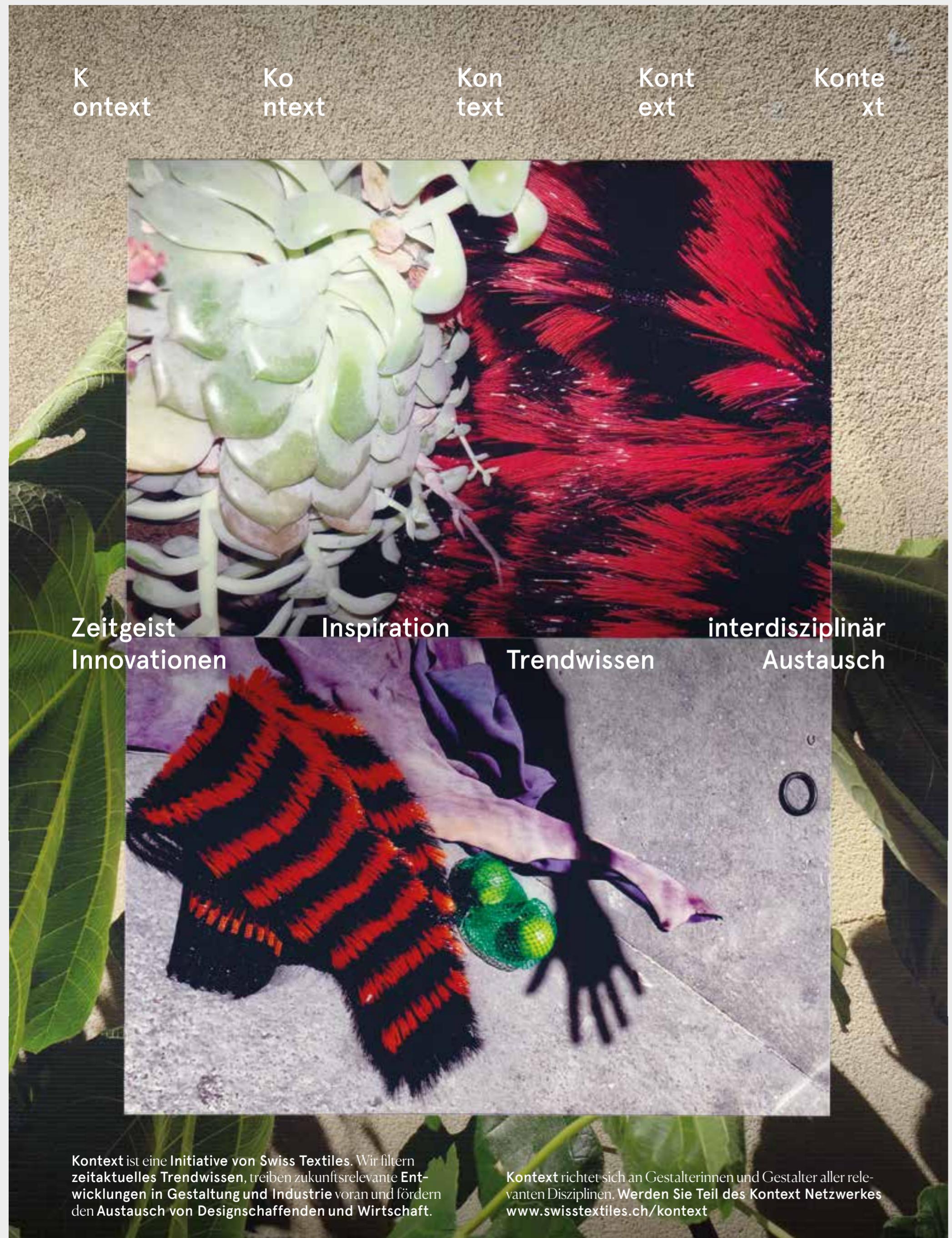
Trendwissen

interdisziplinär  
Austausch

Kontext ist eine Initiative von Swiss Textiles. Wir filtern zeitaktuelles Trendwissen, treiben zukunftsrelevante Entwicklungen in Gestaltung und Industrie voran und fördern den Austausch von Designschaffenden und Wirtschaft.

Kontext richtet sich an Gestalterinnen und Gestalter aller relevanten Disziplinen. Werden Sie Teil des Kontext Netzwerkes [www.swisstextiles.ch/kontext](http://www.swisstextiles.ch/kontext)

swiss TEXTILES



YVY

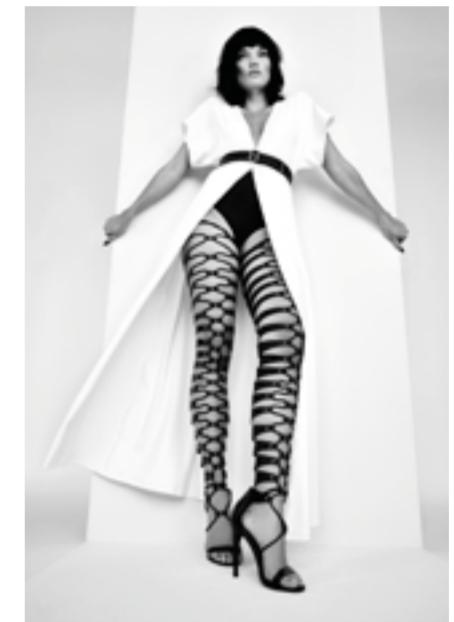
Swiss Textiles Prize for Young Fashion and Textile Entrepreneurs

YVY GmbH  
[www.yvy.ch](http://www.yvy.ch)  
Yvonne Reichmuth

Yvonne Reichmuth



D  
2013 in Zürich gegründet, steht die Mode-Marke YVY für saisonunabhängig konzipierte, exquisite Lederwaren, bei deren Entwurf die klassische Grenze zwischen Accessoire und Bekleidung oft bewusst infrage gestellt wird. Die Bandbreite reicht von corsageartigen Kreationen über Kleider bis hin zu Ledergürteln und Taschen. In den Kollektionen von YVY verbinden sich traditionelle Handwerkskunst, Sinnlichkeit, Sexappeal und formale Innovation. Die außerordentlich positive Resonanz, die das Label bei internationalen Celebrities, bei einflussreichen Stylistinnen, in Magazinen und in den sozialen Medien gefunden hat, beweist die Tragfähigkeit dieses Konzepts. Sämtliche Produkte werden aus hochwertigen Materialien, vor allem aus feinstem, pflanzlich gegerbtem italienischem Leder und in Handarbeit in Zürich hergestellt. Die dadurch erreichte Kontrolle über die Produktion garantiert hohe Qualitätsstandards und ermöglicht es, auf spezielle Wünsche der Kundinnen einzugehen. Der Vertrieb der YVY-Kollektionen läuft über den eigenen Webshop und über ausgewählte Boutiquen.



F  
Fondée en 2013 à Zurich, la marque de mode YVY présente de magnifiques produits en cuir, conçus sans tenir compte de la saison, dont le design remet souvent consciemment en question la limite classique entre l'accessoire et le vêtement. La gamme s'étend de créations de type corsage à des ceintures et des sacs en cuir, en passant par des robes. Les collections d'YVY allient savoir-faire traditionnel, sensualité, sex-appeal et innovation formelle. L'extraordinaire écho positif rencontré par la marque auprès de célébrités internationales, de stylistes influentes, de magazines et de médias sociaux prouve la viabilité de ce concept. Tous les produits sont fabriqués à la main à Zurich à partir de matériaux de qualité, en particulier de cuir italien raffiné au tannage végétal. Le contrôle de la production que cela rend possible garantit des normes élevées de qualité et permet de s'adapter aux souhaits spécifiques des clientes. Les collections YVY sont vendues dans la boutique en ligne de la marque, et dans des boutiques sélectionnées.



Commentaire des nominateurs  
Grâce à son intelligence et à son réseau, Yvonne Reichmuth a réussi en quelques années à placer sa marque YVY dans une niche du secteur international de la mode. Ses succès auprès de stylistes de célébrités, de même que l'attention de magazines de mode internationaux du devant de la scène qu'elle a su attirer, parlent d'eux-mêmes. Elle met l'accent de façon cohérente sur le travail à la main et l'utilisation des meilleurs matières premières, et ce concept est très bien perçu. Grâce à la production dans son propre atelier à Zurich, elle peut réagir aux souhaits individuels des clientes.



E  
Founded in Zurich in 2013, the fashion brand YVY stands for seasonally independent, exquisite leather goods, in the development of which the classic boundaries between accessories and clothing are often deliberately called in question. The spectrum extends from corsetry creations to articles of clothing, leather belts and bags. YVY's collections combine traditional craft work, sensuousness, sex appeal and formal innovation. The exceptionally positive feedback which the label has received from international celebrities and influential stylists, in magazines and in the social media, demonstrates the appeal of this kind of approach. All products are made from top-quality materials – above all from the best Italian leather, which has been tanned with plant-based substances – and are produced by hand in Zurich. The control of production this ensures guarantees high quality standards, and makes it possible to meet the special wishes of a female clientele. YVY collections are marketed through the company's own webshop and by way of select boutiques.

Comments of the nominators  
Smart and well connected, Yvonne Reichmuth succeeded over just a few years in acquiring international standing for her brand YVY in a niche of the fashion market. Her popularity with the stylists of celebrities, and the attention her collections have attracted in leading international fashion magazines, are their own best argument. Her strategy of consistently relying on the best craftsmanship combined with superlative raw materials is finding a public. As products are made at her own workshop in Zurich, she can easily respond to the individual requirements of her customers.



**F** Coltrane est une marque de mode suisse créée en 2016, dont l'approche consiste à insister sur la texture particulière des belles matières naturelles, livrées par des fournisseurs biologiques, durables et travaillant dans un souci de transparence. La collection est produite entièrement en Suisse, avec le savoir-faire disponible sur place. Un réseau d'excellents couturiers et d'autres artisans garantit une qualité élevée et constante, et permet de réagir de façon souple à la demande du marché. Coltrane contacte sa clientèle internationale grâce à la vente directe par internet. L'unique canal de marketing utilisé régulièrement est Instagram. Les influenceurs qui y découvrent Coltrane contribuent à faire connaître la marque. En seulement deux saisons commerciales, la marque a réussi à vendre ses produits sur trois continents et à nouer des contacts très prometteurs avec des distributeurs internationaux de haut niveau.

**Commentaire des nominateurs**  
La jeune marque Coltrane impressionne par ses collections de très haute qualité, produites de façon cohérente dans le respect des perspectives écologiques et éthiques, et ayant déjà attiré l'attention d'Emma Watson et de Livia Firth. Le narratif est excellent et correspond à l'esprit du temps. L'intérêt porté par la designer au confort, aux matières spéciales et à la beauté attire une grande diversité de clientes.



**D** Coltrane ist eine 2016 gegründete Schweizer Modemarke, deren gestalterischer Ansatz darin besteht, die besondere Textur schöner Naturmaterialien zu betonen. Diese Materialien stammen von biologisch nachhaltig und transparent arbeitenden Lieferanten. Die Produktion der Kollektion findet zur Gänze in der Schweiz statt und baut dabei auf das hier vorhandene Know-how. Ein Netzwerk von herausragenden Schneidern und anderen Handwerkern garantiert einen hohen und gleichbleibenden Qualitätsstandard und kann flexibel auf die Nachfrage des Marktes reagieren. Coltrane erreicht seine internationale Kundschaft durch Direktvertrieb via Internet. Der einzige Marketing-Kanal, der regelmäßig bespielt wird, ist Instagram. Influencer, die Coltrane dort entdeckten, haben dazu beigetragen, die Marke bekannt zu machen. Innerhalb von nur zwei Geschäftssaisons gelang es, die Produkte in drei Kontinenten zu verkaufen und vielversprechende Kontakte mit erstklassigen internationalen Retailern zu knüpfen.

**Kommentar der Nominatoren**  
Die junge Marke Coltrane beeindruckt durch sehr qualitätsvolle Kollektionen, die konsequent nach ökologischen und ethischen Gesichtspunkten produziert werden und bereits die Aufmerksamkeit von Emma Watson und Livia Firth erregen konnten. Das Storytelling ist excellent und trifft den Nerv der Zeit. Das starke Interesse der Designerin an Komfort, besonderen Materialien und Schönheit spricht ein breites Kundinnensegment an.



### The classic in a new light

USM Modular Furniture Haller now features revolutionary integral lighting: cable-free, dimmable, energy efficient.  
A true innovation – get inspired!

[www.usm.com](http://www.usm.com)



Visit our authorized sales partners or  
our USM Showrooms in Berlin, Bern,  
Düsseldorf, Hamburg, London, Munich,  
New York, Paris, Stuttgart, Tokyo



# Embroidered Sunrises

68

## Bischoff Textil AG

**Wild Bär Heule Architekten AG**  
Team:  
R. Delagene, G. Francioso,  
D. Rygula, K. Zurbuchen,  
U. Reinprecht, I. Heule  
**Hochschule Luzern – Design & Kunst**  
Supported by:  
Isabel Ross Miggler,  
Prof. Dr. Andrea Weber Marin,  
Janine Haberle, Prof. Tina Moor,  
[www.bischoff-textil.ch](http://www.bischoff-textil.ch)



**D**  
Luxuriöse Couturestickerei meets modernistische Architektur – unter diesem Motto lässt sich das Produkt «Bestickte Sonnenstoren» beschreiben. Initiiert vom Zürcher Architekturbüro Wild Bär Heule und umgesetzt mit der Bischoff-Textil AG in St.Gallen, bestand die Idee darin, die nüchtern-gradlinige Architektur eines Wohnhauses mit einem dekorativen Element zu bereichern und dabei gleichzeitig eine praktische Funktion – Sonnenschutz – zu erfüllen. Bei der Realisierung der bestickten Sonnenstoren mussten einige Hürden genommen werden. Es galt zunächst ein geeignetes, zur Architektur passendes und hinreichend dichtes Muster auszuwählen. Dann musste man ein für die Bestickung geeignetes Trägermaterial finden. Zuletzt hatten die Storen einen aufwändigen chemischen Ausrüstungsprozess zu durchlaufen, der sie wasserabperlend und schimmelresistent macht, um ihre Witterungsbeständigkeit zu garantieren. Der Mehrwert bestickter Storen: Sie bieten effektiven Lichtschutz und zaubern zugleich ein ansprechendes Spiel von Licht und Schatten in die Räumlichkeiten.

**Kommentar der Nominatoren**  
Sonnenstoren, meist eine gesichtlose Notwendigkeit, mutieren durch dieses Projekt zu einem spannenden Element von Außen- und Innenarchitektur. Die bestickten Storen tragen einem ästhetischen Bedürfnis Rechnung, ohne dabei in «Verneidigung» zu verfallen. Für die traditionsreiche Ostschweizer Stickerei wurde mit dieser Weltneuheit ein neues Geschäftsfeld erschlossen.



**F**  
La broderie haute couture de luxe allié à l'architecture moderne – voilà une bonne description du produit «Stores brodés». Une idée lancée par le bureau d'architectes zurichois Wild Bär Heule et mise en pratique avec Bischoff Textiles SA de Saint-Gall, pour enrichir l'architecture sobre et linéaire d'une maison d'une protection contre le soleil à la fonction à la fois décorative et pratique. Quelques obstacles ont dû être surmontés pour réussir à réaliser les stores brodés. Il a tout d'abord fallu choisir un motif approprié, adapté à l'architecture et suffisamment opaque. Il a ensuite fallu trouver le bon support pour la broderie. Enfin, les stores ont également dû subir un traitement chimique complexe les rendant imperméables et résistants à la moisissure, afin de garantir leur résistance aux intempéries. La valeur ajoutée des stores brodés: une protection efficace contre la lumière, qui crée un merveilleux jeu entre lumière et ombre à l'intérieur des pièces.

**Comments of the nominators**  
Les stores, en général une nécessité sans âme, deviennent grâce à ce projet un élément intéressant de l'architecture intérieure et extérieure. Les stores brodés répondent à un besoin d'esthétique, sans pour autant tomber dans le kitsch. Cette nouveauté mondiale a ouvert un nouveau domaine d'activités à la broderie traditionnelle de Suisse orientale.

**Jakob Schlaepfer AG**  
Atelier Team:  
Martin Leuhof, Bernhard Duss,  
Yvonne Graddl, Claudia Schreiter,  
Renate Berger, Tania Ellensohn,  
Melanie Widmer, Silvia Celik, Arrouk  
Bonisma, Sally Zevenhuisen, Grace  
Lomas, Toon Geboe  
Production:  
[www.jakobschlaepfer.com](http://www.jakobschlaepfer.com)

## HYPERTUBE

Textile Design



**D**  
Im Rahmen des interdisziplinären Forschungsprojekts DAFAT – Digitale Applikation von Farbe auf Textil – ist es in gemeinsamer Anstrengung von Hochschule und Industrie gelungen, eine 3D-Druckmaschine beim St.Galler Textilunternehmen Jakob Schlaepfer AG in Betrieb zu nehmen. Erste Hypertube-Kreationen konnten in die Couture-Kollektion des Winters 16/17 aufgenommen werden. In Anlehnung an die Stickereitradition des Unternehmens wurde Silikon mit Farbpigment digital gesteuert und wie ein Faden auf den Stoff gelegt. Das Ergebnis ähnelt einer Soutache-Stickerei. Daneben entstanden Drucke aus Silikonpaste ohne Trägermaterial, die wie eine neuartige Guipure wirken. Auch in der aktuellen Kollektion von Schlaepfer finden sich Hypertube-Artikel, die die gestalterischen Möglichkeiten der neuen Technik weiter ausloten. Darunter sind etwa Allover-Muster auf Tulle, goldene Silikon-Guipuren oder auf Seidenchiffon aufgenähte Silikon-Fransen.

**Commentaire des nominateurs**  
Une nouvelle interprétation de l'aspect broderie, intéressante tant au niveau de la sensation que du visuel, grâce à la technologie 3D. Les ornements de type broderie créés par l'impression 3D permettent d'obtenir une qualité esthétique unique qui dépasse largement la simple imitation. Les tissus Schlaepfer sont une preuve de la diversité et du potentiel de la nouvelle technique.

**Kommentar der Nominatoren**  
Eine sowohl haptisch als auch visuell interessante Neuinterpretation der Stickerei-Ammutung mit Hilfe der 3D-Technologie. Die stickereiartigen Ornamente, die durch den 3D-Druck entstehen, erreichen eine eigenständige ästhetische Qualität, die über eine bloße Mimesis weit hinaus geht. Die Schlaepfer-Stoffe beweisen den Facettenreichtum und das Potenzial der neuen Technik.

**F**  
Dans le cadre du projet de recherche interdisciplinaire DAFAT – Application numérique de la couleur sur le textile –, un effort commun de la Haute école et de l'industrie a permis de mettre en service une imprimante 3D dans l'entreprise textile Jakob Schlaepfer AG située à Saint-Gall. Les premières créations Hypertube ont pu être incluses à la collection couture de l'hiver 2016/2017. Dans la droite ligne de la tradition de broderie de l'entreprise, du silicone avec des pigments de couleur a été contrôlé de façon numérique et posé comme un fil sur le tissu. Le résultat ressemble à une broderie à la soutache. Des impressions de pâte de silicone sans support ont également été faites, qui ressemblent à un nouveau genre de guipure. La collection actuelle de Schlaepfer compte aussi des articles Hypertube testant les possibilités offertes par la nouvelle technique dans le domaine du design. On trouve par exemple des motifs all-over sur du tulle, des guipures en silicone doré ou des franges en silicone cousues sur de la mousseline de soie.



**E**  
Under the auspices of the interdisciplinary research project DAFAT – the acronym stands for digital application of colour to textiles – a joint project involving the university and industry has succeeded in commissioning a 3D printing machine on the premises of the St.Gallen textiles firm Jakob Schlaepfer AG. The first hypertube creations have been adopted for the couture collection of winter 2016–17. Drawing on the company's embroidery tradition, silicon with colour pigment was applied like a thread to the fabric while under digital control. The result resembles a soutache embroidery. In parallel to this, silicon paste prints without carrier material were created. These have the effect of a novel form of guipure. Schlaepfer's current collection also includes Hypertube articles which further explore the design possibilities of the new technology. These include all-over patterns on tulle, golden silicon guipures and silicon tassels sewn onto silk chiffon.

**Comments of the nominators**  
Interesting in both visual and haptic terms, this project reinterprets the appearance of embroidery with the help of 3D technology. The embroidery-like ornamentation to which 3D printing gives rise achieves an independent aesthetic quality which goes far beyond the limits of mere mimesis. Schlaepfer's textiles demonstrate the rich versatility and potential of the new technology.

# E-Soft-shell



**D**  
Von elektrisch beheizbarer Bekleidung, die es uns ermöglicht, auch im Winter angenehm warm angezogen zu sein, wird in der Textilbranche schon lange geträumt. Projekte in diesem Bereich sind bisher kaum über das Entwicklungs- und Versuchsstadium hinaus gekommen. Jetzt aber legt Schoeller Textil mit der E-soft-shell ein Material vor, das die Utopie Wirklichkeit werden lässt. Die E-soft-shell ist ein Laminat, das aus bielastischem Gewebe, gewirktem Futter und einer funktionalen corkshell-Beschichtung besteht. Die Heiztechnologie ist in rautenförmiger Geometrie im gesamten Textil eingebettet. Sie basiert auf metallisierten Garnen und ermöglicht eine gleichmässige Beheizbarkeit des Gewebes bei üblichen Spannungen. Das Material ist als Meterware konzipiert und unabhängig von der eingegebenen Technologie zuschneidbar. Es bietet sich vor allem für Bekleidung im Outdoor- und Motorradsport an. Denkbar sind aber auch Anwendungen im Fashion- und Wellnessbereich.

#### Kommentar der Nominatoren

Eine vorbildliche, technologisch hoch stehende Materialentwicklung, die ein grosses ökonomisches Potenzial haben dürfte. E-soft-shell überzeugt durch Leichtigkeit und Elastizität, ist überraschend dünn und verspricht einen hohen Tragekomfort. Die Möglichkeiten der Konfektionierung werden durch dieses Textil in funktionaler und ästhetischer Hinsicht klar erweitert.



**F**  
Cela fait longtemps que le secteur du textile rêve de vêtements à chauffage électrique, chauds même en hiver. Jusqu'ici, les projets dans ce domaine n'ont jamais vraiment dépassé les stades de la recherche et des tests. Aujourd'hui, Schoeller Textil présente E-soft-shell, un matériau grâce auquel le rêve devient réalité. E-soft-shell est un laminé composé de tissu biélastique, d'une doublure tricotée et d'un revêtement fonctionnel en corkshell. La technologie chauffante est intégrée à l'ensemble du textile avec une géométrie sous forme de losanges. Elle se base sur des fils métallisés et permet un chauffage uniforme du tissu à l'aide de tensions normales. Le matériau est fabriqué au mètre et peut être coupé indépendamment de la technologie intégrée. Il est particulièrement adapté pour les vêtements de sport en extérieur ou les équipements de motards. On peut également imaginer des applications dans les domaines de la mode et du bien-être.

#### Commentaire des nominateurs

Un développement modèle hautement technologique du matériau, qui devrait avoir un fort potentiel économique. E-soft-shell séduit grâce à sa légèreté et à son élasticité, il est particulièrement fin et très confortable à porter. Ce textile élargit clairement les possibilités fonctionnelles et esthétiques du monde de la confection.



**E**  
Exhibition:  
Nominated and awarded projects  
Edition 2017/18  
Design Prize Switzerland

Depot for Design  
Mühleweg 14, 4900 Langenthal

Opening hours:  
Daily, 15 – 20 h

Admission / reduced:  
CHF 10.– / 6.–

Guided tours:  
Daily at 18 h  
groups and company events on request

**D**  
Ausstellung:  
Nominierte und  
Prämierte Projekte  
Edition 2017/18  
Design Preis Schweiz

Depot for Design  
Mühleweg 14, 4900 Langenthal

Öffnungszeiten:  
Täglich, 15 – 20 Uhr

Eintritt / reduziert:  
CHF 10.– / 6.–

Führungen:  
Täglich, 18 Uhr  
Führungen für Gruppen auf Anfrage



**F**  
Exposition:  
Projets nominés  
et primés  
Edition 2017/18  
Prix Design Suisse

Depot for Design  
Mühleweg 14, 4900 Langenthal

Heures:  
quotidiennement, 15h00 – 20h00

Prix d'entrée / réduit:  
CHF 10.– / 6.–

Visite guidée:  
quotidiennement à 18h00  
visite guidée pour groupes sur demande

Design Preis Schweiz  
Prix Design Suisse  
Design Prize Switzerland  
Mühleweg 23  
CH-4900 Langenthal  
Tel. +41 62 923 03 33  
[designpreis@designnet.ch](mailto:designpreis@designnet.ch)  
[www.facebook.com/Design.Preis.Schweiz](http://www.facebook.com/Design.Preis.Schweiz)

Prize Giving Ceremony  
Open to the public  
3.11.2017, Langenthal

Further exhibitions and programs:  
[www.designpreis.ch](http://www.designpreis.ch)

4. - 12.11.  
2017

## Our Partners Encourage Design

Main Partners



Partners

Ikea Stiftung  
Schweiz  
Fondation Ikea  
Suisse  
Ikea Fondation  
Suisse



swiss design association



Granting Agencies



stadtlangenthal



Media Partners



Cooperation Partners Touring Exhibition  
Design Preis Schweiz, Edition 2017/18

General Partners



London Design Fair 2016



Business of Design Week 2016 – Hong Kong

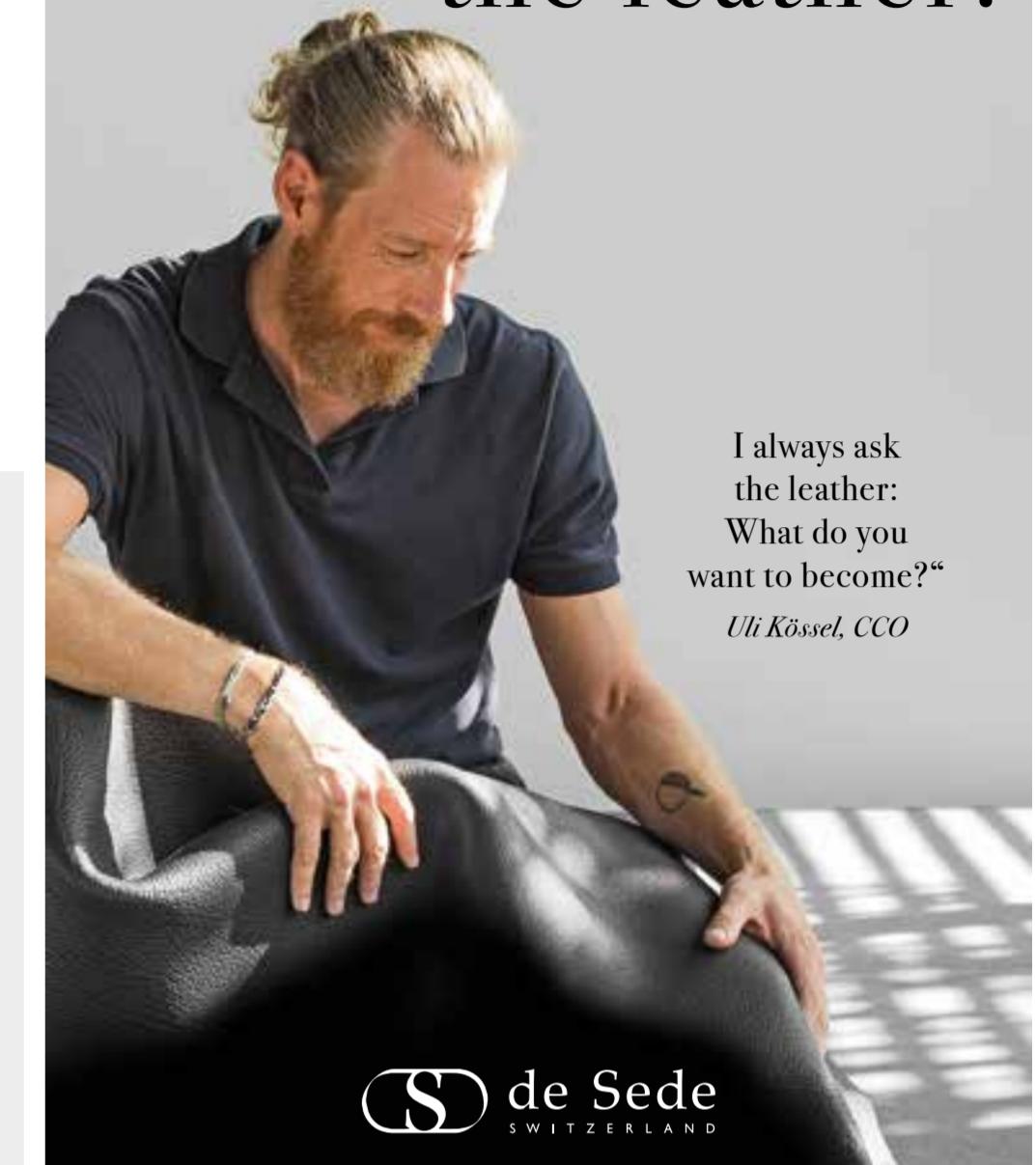


Design Days 2016 – Lausanne



Prize Giving Ceremony Co – Hosts

At the beginning was  
the leather.



I always ask  
the leather:  
What do you  
want to become?“

Uli Kössel, CCO

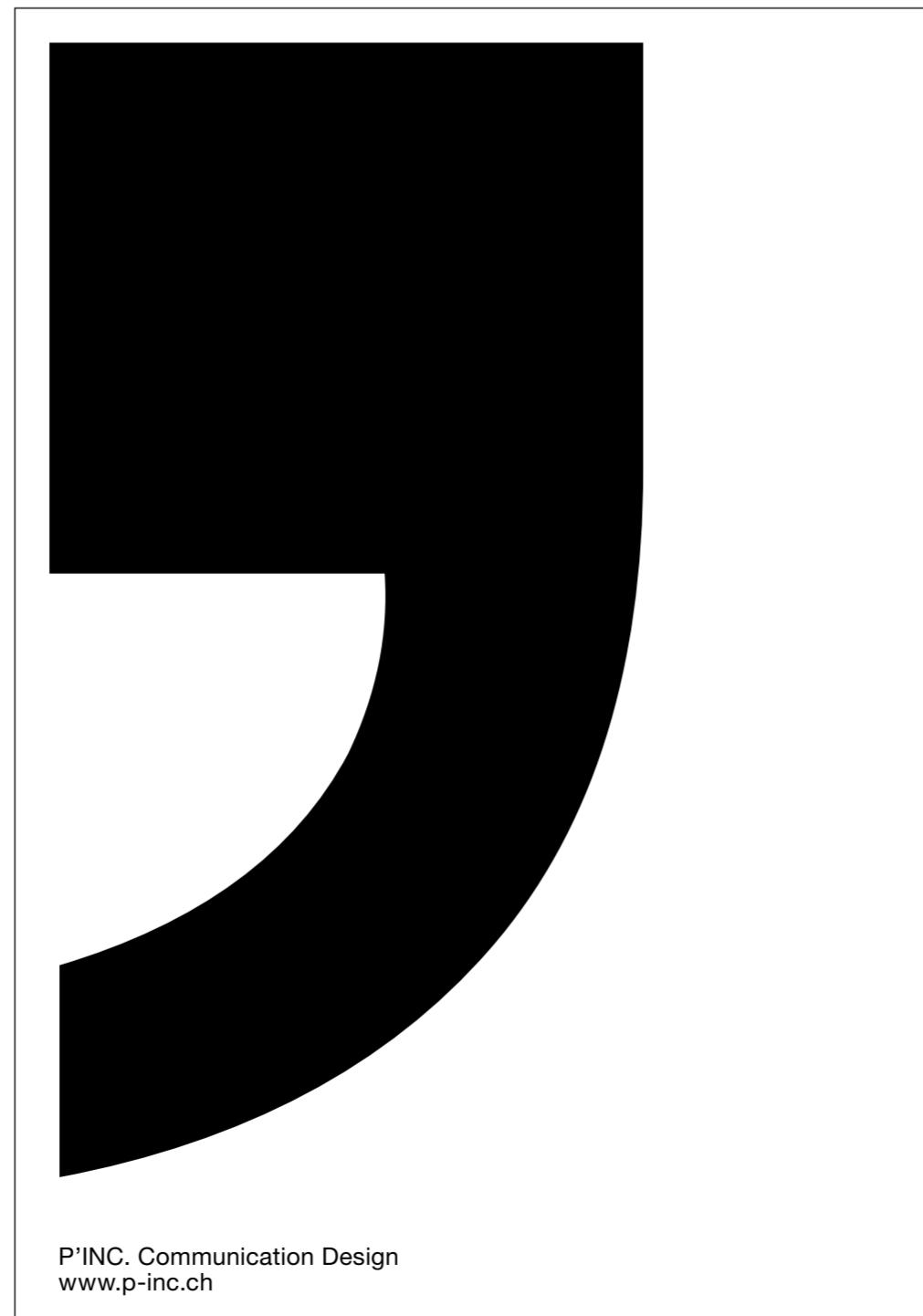
PASSUGGER

72

swiss design association

**Get in touch  
with the  
Swiss Design  
Excellence.**

[www.swiss-design-association.ch](http://www.swiss-design-association.ch)



P'INC. Communication Design  
[www.p-inc.ch](http://www.p-inc.ch)



73



[www.habegger-eventtechnology.com](http://www.habegger-eventtechnology.com)

# 24 Nominees

**D**  
In einem zweistufigen Verfahren werden die eingegebenen Projekte von anerkannten Fachpersonen – den Nominatoren – aus den jeweiligen Berufsfeldern zuhanden der Jury nominiert.

**F**  
Dans le cadre d'une procédure organisée en deux étapes, les projets soumis à candidature sont nominés et remis aux mains du jury par des experts reconnus – les nominateurs – des différentes catégories professionnelles.

**E**  
In a two-phase process, the submitted projects are nominated by distinguished experts – the nominators – from the respective professional fields to the attention of the jury.

**Liesbeth in't Hout**  
Co-Director  
Sandberg Institute, Amsterdam



**Wolfgang K. Meyer-Hayoz**  
Meyer-Hayoz Design Engineering Group,  
Winterthur



**Doreen Lorenzo**  
Director of the Center for Integrated Design,  
The University of Texas at Austin



**Demna Gvasalia**  
Founder Vetements and CD Balenciaga,  
Zurich, Paris



**Nils Holger Moormann**  
Designer & Entrepreneur, Aschau



**Lars Müller**  
Designer and Publisher, Zurich



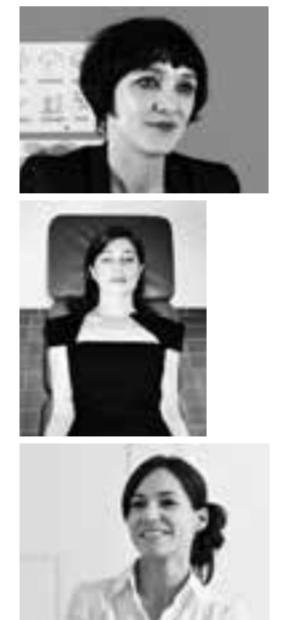
**Furniture**  
Alexis Georgacopoulos  
Michèle Rossier  
Thomas Wüthrich



**SwissEnergy  
Lighting Prize**  
Stefan Gasser



**Communication**  
Nadja Imhof  
Michelle Nicol  
Barbara Staub



**Fashion**  
Yannick Aellen  
Katharina Sand  
Lela Scherrer



**Spatial**  
Frédéric Dedelley  
Leslie Nader  
Albert Schrurs



**Product**  
Tu Van Giang  
Nicolas Le Moigne  
Michael Sutter



**Textile**  
Monika Kitzmöller  
Thomas Meyer  
Rene Rossi



**Research**  
Marianne Daupp  
Walter Stulzer



Members  
6 Jury

Our Partners Encourage Design



swiss TEXTILES



Age—  
Stiftung  
Wohnen und  
Älterwerden

FONDATION  
USM



SWISSLOS  
Kultur  
Kanton Bern



stadtlangenthal

Ikea Stiftung  
Schweiz  
Foundation Ikea  
Suisse  
Ikea Fondation  
Suisse

STIFTUNG JABERG LANGENTHAL



HOCH  
PART  
ERRE

ARCHI  
TONIC

DAS  
IDEALE HEIM



Design Preis Schweiz  
Prix Design Suisse  
Design Prize Switzerland

design  
preis  
schweiz

+41 62 923 03 33  
[designpreis@designnet.ch](mailto:designpreis@designnet.ch)

2018  
dition