

Verlag form

Deutschland Germany
Österreich Austria
Schweiz Switzerland

Designer Profile 2000/2001

Gestalter stellen sich vor
Designer present themselves

Industrial Design



Deutschland Germany
Österreich Austria
Schweiz Switzerland

Designer Profile

2000/2001

Gestalter stellen sich vor
Designer present themselves



Service

Gerne senden wir Ihnen Informationen
über Bücher – Zeitschriften – Internet.
We will gladly send you information about
books – magazines – Internet.
Verlag form GmbH
Telefon +49 (0) 69 94 33 25-0
Telefax +49 (0) 69 94 33 25-25
email form@form.de
URL <http://www.form.de>

Impressum/Imprint

© 1999 Verlag form GmbH,
Frankfurt am Main
ISBN 3-89802-000-2
Alle Rechte vorbehalten/ all rights reserved

Projektleitung/Project Management

Ingrid Röck
Katja Werner

Gestaltung/Design:

CBBCD Cool Blue Corporate Design GmbH, Frankfurt a. M.,
Sarah Dorkenwald (Konzeption)

Satz/Typography

Raasch & Partner, Neu-Isenburg

Gedruckt auf/Printed on:

Zanders mega matt, weiß, 135g

Litho/Lithography:

Hans Altenkirch, Mediaproduktionen GmbH, Nieder-Olm

Druck/Print:

Wesel-Druck, Baden-Baden

Die Deutsche Bibliothek - CIP Einheitsaufnahme

Designer Profile... : Gestalter stellen sich vor ;

Deutschland, Österreich, Schweiz / Hrsg.: DDV,

Deutscher Designer-Verband, Stuttgart. -

Frankfurt am Main : Verl. form

Erscheint zweijährig. - Erscheint jeweils in 2 Bd. -

Aufnahme nach 1998/99 (1998)

1994 u.d.T.: Designer, Portraits und Profile ...



Deutschland Germany
Österreich Austria
Schweiz Switzerland

Designer Profile

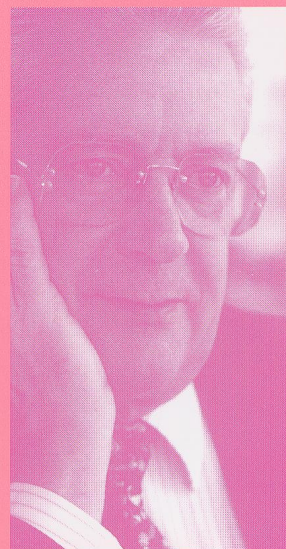
2000/2001

Gestalter stellen sich vor
Designer present themselves



Vorwort **Foreword** **Hans Peter Stihl**

Präsident des Deutschen Industrie- und Handelstages
President of the Association of the German
Chambers of Industry and Commerce



Wie gelingt es, den Verbraucher immer wieder zum Kauf zu verführen? Viele Gründe spielen eine Rolle. Natürlich muß die Qualität eines Produktes stimmen, das Preis-Leistungsverhältnis angemessen sein. Der Marktauftritt muß passen, der Kundenservice ansprechen. Das Produkt muß auffallen, attraktiv gestaltet – es muß innovativ sein. Nicht alles, was auffällt gefällt – aber alles, was gefällt, fällt auf. Auch heute in einer Zeit überfüllter Märkte. Mit dieser Bemerkung bin ich weit davon entfernt, gutem Design nur das Gelingen eines schönen Scheins zu attestieren. Design ist wesentlich mehr.

Was die preisliche Wettbewerbsfähigkeit angeht, so haben unsere Unternehmen in den vergangenen Jahren durch Kostensenkung erhebliche Fortschritte gemacht. Aber: Die Strategien der „lean production“ und das „lean management“ stoßen schnell an Grenzen, gerade bei kleineren Unternehmen. Chancen für eine weitere Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit ergeben sich dadurch, daß die Unternehmen dem verschärften Wettbewerb mit neuen Ideen offensiv begegnen. Die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit muß dann zwangsläufig bei den Produkten selbst ansetzen. Design ist dabei ein unverzichtbares Element. Es trägt nicht nur zu einer unverwechselbaren Identität bei. Design selbst ist Produktinnovation.

Folglich ist Design kein Feuerwerk, das beeindruckt und dann allmählich erlischt, sondern im Design spiegelt sich das unternehmerische Engagement für das Produkt wider. Gutes Design ist wiedererkennbar und ein wesentlicher Bestandteil von allem, was eine Firma tut und wofür sie steht. Deshalb gehört Design – wie die Qualitätssicherung und das Marketing – zu den strategischen Faktoren der Unternehmensführung, bei der tunlichst die Kompetenz der Design-Fachleute genutzt werden sollte.

Das Standardwerk der Branche, die **Designer Profile 2000/2001**, leistet hier wertvolle Hilfe, sich einen Überblick vom Können der Designer in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu verschaffen. Es liegt nun in Ihren Händen, den richtigen Design-Partner für Ihr Unternehmen auszuwählen. Ich wünsche Ihnen dazu viel Erfolg.

How can the consumer repeatedly and always be tempted to make a purchase? Many reasons play a role in the answer. Naturally, the quality of a product has to be considered, and the price-performance ratio needs to be appropriate. The market presentation has to fit, and the customer service must be appealing. The product has to stand out and needs an attractive design – it has to be innovative. However, not everything that stands out meets with our liking – but everything that is well-liked seems to stand out, even in today's overcrowded markets. With this remark, I am still far from crediting good design with only providing a beautiful appearance. Design is considerably more than that.

As far as cost-related competitiveness is concerned, our enterprises have made considerable progress during the past several years due to a reduction of expenditures. The strategy of lean production and lean management quickly reaches its limit, especially with smaller companies. Chances for an additional improvement of competitiveness result from the fact that enterprises aggressively confront the fierce competition with new ideas. The improvement of competitiveness, then, necessarily has to begin with the product itself. Design is an irreplaceable element in this task. It not only contributes to an unmistakable identity; design itself is product innovation. Consequently, design doesn't simply mean fireworks that quickly impress and then slowly fade away. Design reflects the entrepreneurial commitment to the product. Good design can be clearly recognized and is an essential component of everything a company does or represents. Therefore, design – like quality assurance and marketing – belongs to the strategic factors of corporate management, and it is advisable to use the professional competence of design experts. As the standard work of the industry, **Designer Profile 2000/2001** offers valuable assistance in obtaining an overview about the capabilities of designers in Germany, Austria and Switzerland. It's now in your hands to choose the right design partner for your company. I wish you good luck.

Mehr als 300 Gestalter in zwei Bänden.

Over 300 designers in two volumes.

Diese und noch mehr in form online:

These and more in form online:

514 Designer-Profile per Mausklick.

Zusatzbonus: Ranking:Design.

Außerdem in form online: Jobs, Meldungen, Berichte und Links.

Auf über 4000 Seiten im Netz.

514 designer profiles are just a mouse-click away.

Extra bonus: Ranking:Design.

Also at form online: jobs, news, reports and links.

On more than 4000 pages on the Internet.

Kosten? Keine!

And the price? It's free!

Wählen Sie: www.form.de – der direkte Draht zum Design.

Zum Nulltarif.

Go to: www.form.de – your direct connection to design.

At no cost.

formonline

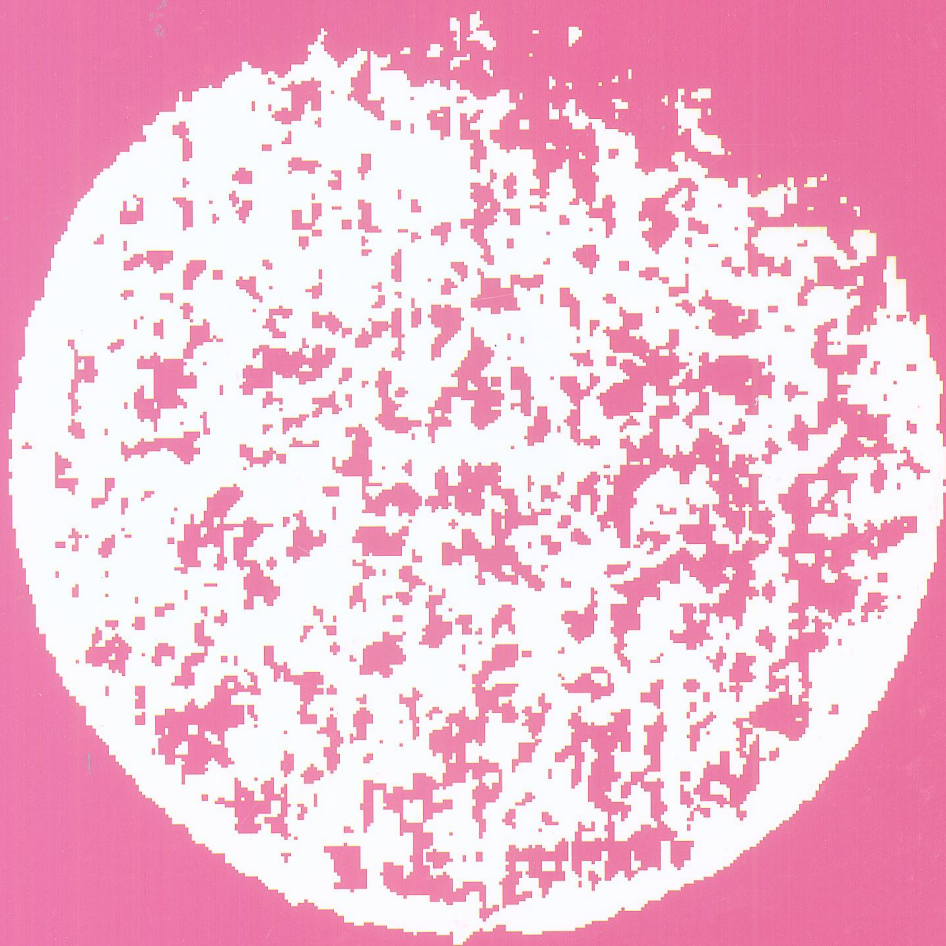
design communications and resources network

Band 1
Volume 1
Inhaltsverzeichnis
Contents

Vorwort	
Foreword	
Industrie-Design	
Industrial Design	2-393
Werbung	
Advertising	396-397
Index nach Alphabet	
Alphabetical Index	400-435
Index nach Leistungsmerkmalen	
Index by Fields of Activity	438-459

AW 88/10

Industrie-Design
Industrial Design



Form 3

Industrie- und Fahrzeugdesign

Anschrift/address

Im Unteren Ried 32
D-75382 Althengstett

Fon +49 (0) 70 51 93 99 33

Fax +49 (0) 70 51 93 99 30

e-mail design.Form3@t-online.de

Geschäftsführung/management

Joachim Bofinger, Wolfgang Geisler,
Manfred Springer, Hans Jürgen Lust

Gründungsdatum/foundation

1994

Mitarbeiterzahl/number of employees

8

Referenzen/references

Bertrand Faure, Bertrandt AG, BBS, BMW,
DaimlerChrysler, Deutsche Telekom, EvoBus,
Fischerwerke, IBM, Irmischer, Johnson
Controls, Keiper Recaro, Magura, Micro
Compact Car smart, Nokia, Samsung,
Sortimo, Schering, Carl Zeiss Meßtechnik

Ausstattung/equipment

2D/3D CAD Arbeitsplätze, Alias Wavefront,
Macintosh DTP mit Freehand/Photoshop,
Design/Modellbaustudios für Fahrzeug-
entwicklung Maßstab 1:1, Claymodelling
*2D/3D CAD workstations, Alias Wavefront,
Macintosh DTP with Freehand/Photoshop,
design/model making studios for vehicle
development scale 1:1, clay modeling*

Tätigkeitsfelder/fields of activity

Transportation-Design, Exterieur/Interieur,
Fahrzeugkomponenten, Produktdesign im
Investitions- und Konsumgüterbereich,
Medizintechnik, Grafik, Messedesign
*Transportation design, exterior/interior,
vehicle components, product design in
the fields of investment and consumer
goods, medical technology, graphic design,
tradeshow design*

Firmenphilosophie/corporate philosophy

Die Synergieeffekte der 3 Designbereiche
und ihre konsequente interdisziplinäre
Anwendung im Gestaltungsprozess zeich-
net die Produkte von FORM 3 aus.

Ein interaktiver Prozess verbindet emotio-
nale Formensprachen aus dem Transpor-
tation-Design mit den klaren Gliederungen
und Strukturen im Industrie-Design.

Produktentwicklung wird durch die in die
Zukunft gerichteten Impulse des Transpor-
tation-Designs nachhaltig beeinflusst.

*The synergy effects of the 3 design areas
and their consequential interdisciplinary
application in the design process is what
characterizes the products of FORM 3.*

*An interactive process connects emotional
formal languages from transportation
design with the clear structures in industrial
design. Product development is strongly
influenced by the future-oriented impulses
of transportation design.*



C o n s u m e r

T r a n s p o r t a t i o n



- 1 FORM 3/Atemschutzmaske
2 Nokia/Videorecorder

FORM 3

Investitionsgüter

8



9



10



4

5

6

7

- 3 MCC/Fahrzeugsitze Designmodelle
- 4 FORM 3/Präsentationsrendering
- 5 MCC/Mobibox Prototyp
- 6 Bertrandt AG/Concept Car
- 7 FORM 3/Studios

- 8 Carl Zeiss/Horizontal-Arm Meßgerät
- 9 Nokia/Flachbildschirm
- 10 Alpha Vogt/Wasserenthärtungsanlage

Anschrift/address

Horlecke 11c
D-58706 Menden
Fon +49 (0) 23 73 93 83 50
Fax +49 (0) 23 73 93 83 99
e-mail D 3L PLAN @ aol.com
Radebergerstrasse 51
D-01099 Dresden
Fon +49 (0) 3 51 81 60 80
Fax +49 (0) 3 51 81 60 81 5

Kontaktperson/contact

Dipl. Ing. Veronika Lenze,
Dipl. Ing. Klaus Th. Luig,
Dipl. Ing. Ariane Walter

Gründungsdatum/foundation

10/89

Mitarbeiterzahl/number of employees

25

Referenzen/references

Arens
FLORA
hde
HEWI
Husemann & Hücking
Krupp/Hoesch
Medice
OBO Bettermann
Optik & Funktion
Systeme für den Bau

Ausstattung/equipment

CAD, Visualisierungen, Rendering, Animation, 3D Simulationen, Graphikbearbeitung, Modellbau

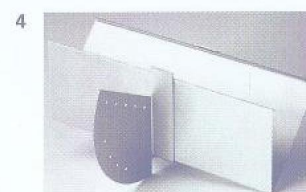
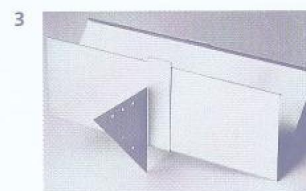
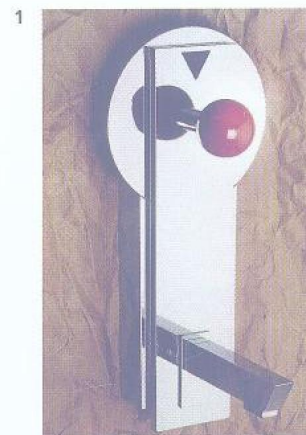
CAD, visualizations, rendering, 3D simulations, graphic processing, model making

Tätigkeitsfelder/fields of activity

Design-Beratung, Design-Management, Büro, Objekt, Haushalt, Küche, Bad, Wohnen, Gebäudetechnik, Bausysteme
Design consulting, design management, office, objects, household, kitchen, bathroom, living, building engineering, construction systems

Firmenphilosophie/corporate philosophy

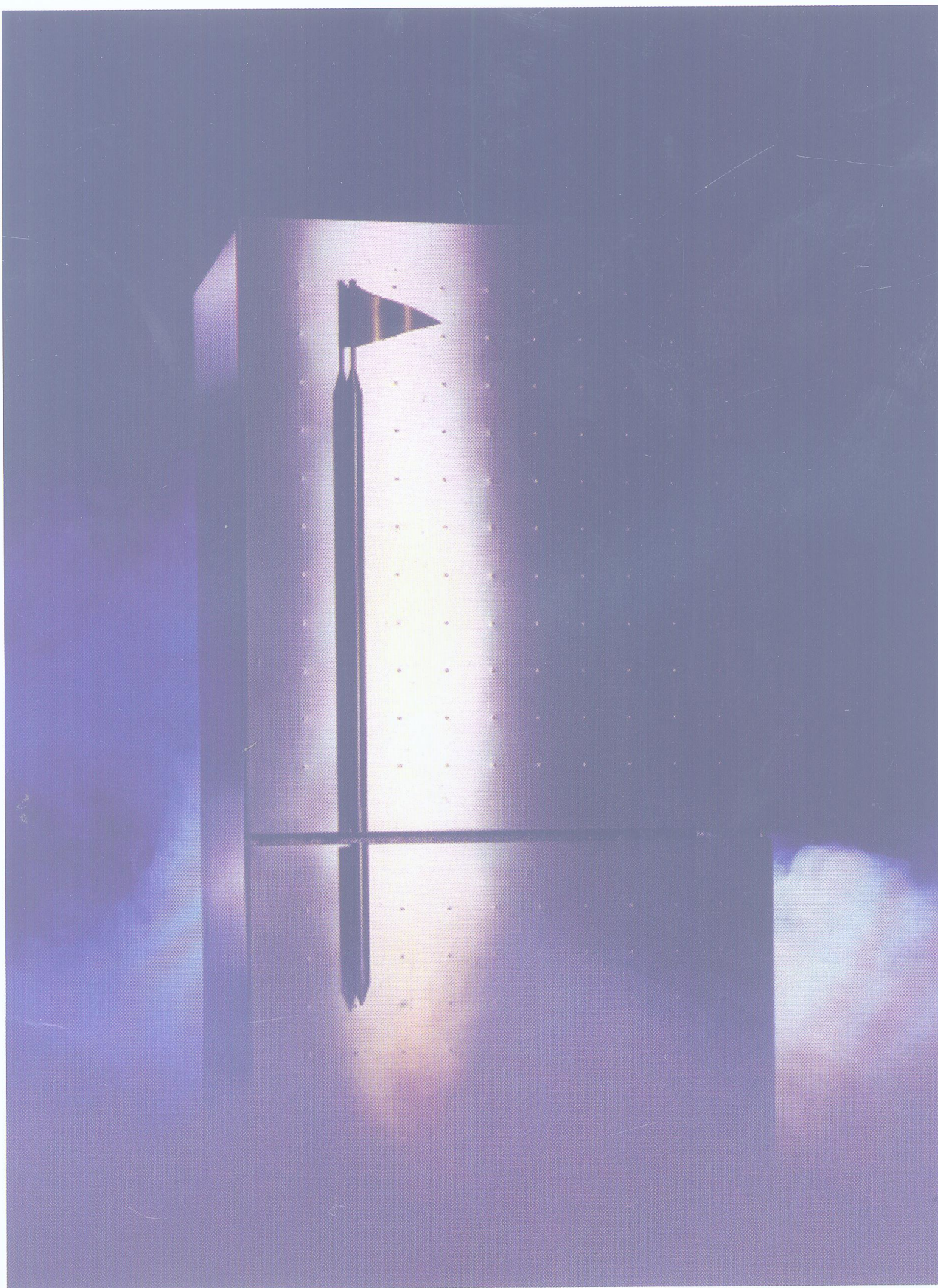
Konventionelle Lösungen und Formen stellen wir grundsätzlich in Frage – sie werden allzuoft aus Gewohnheit einfach hingenommen. Nur wer verändert, wird auch Neues und Besseres schaffen.
Conventional solutions and forms are generally questioned by us – they are too often simply accepted due to habit. Only those who are willing to change will create something new and better.



3L PLAN

- 1 Armaturstudie Thermodisc
- 2 Armaturstudie Geometrix
- 3+4 Dachentwässerungssystem für Krupp-Thyssen Nirosta
- 5 Geländersystem für hde

6



6 Kühlschrank für O+F

aaatec

Lothar F. Tindler

Anschrift/address

Im Ahorngrund 10

D-50996 Köln

Fon +49 (0) 22 36 9 66 90 0

Fax +49 (0) 22 36 9 66 90 11

e-mail aaatec.koeln@t-online.de

Geschäftsführung/management

Lothar F. Tindler

Gründungsdatum/foundation

73, 88, 99

Firmenphilosophie/corporate philosophy

Seit über 30 Jahren ist Lothar F. Tindler Designer und Berater für Design-Management. Die strategische Einbindung des Design in die Unternehmens-Entwicklung hat sich bewährt in Potential-Analysen, Produkt-Planungs- und Produkt-Management-Projekten. Beratung von der Vision bis zur Realisierung zielt auf die jeweilige Branchen-Marktführung nach von den Kunden selbst gesetzten Kriterien, wie Kosten-, Prestige-, Marktanteils-, oder Innovations-Führerschaft.

„aaatec“ synchronisiert sich mit spezialisierten Teams wie „agnos“ und „atinova“.

„Design to cost, to market, to success“ und „Your product is your message“ heißt Value-Engineering für technische Leuchten oder Gebrauchsgüter, Sanitär-, Heiz-, Meß-, Medizintechnik oder Investitionsgüter, Anlagen- und Fahrzeugbau. Seit Anfang der 90er Jahre auch Schiffbau. „aaatec“ ist zuständig für schwierige Aufgaben.

For over 30 years Lothar F. Tindler has been a designer and consultant for design management. The strategic integration of the design into the corporate development has proven its worth in potential analyses, product planning and product management projects. Our consulting, from the vision to the realization, is targeted at the market leadership in the individual industries following the criteria stipulated by the client – for example, cost, prestige, market share or innovation leadership.

„aaatec“ synchronizes with specialized teams such as „agnos“ and „atinova“.

„Design to cost, to market, to success“ and „Your product is your message“ means value engineering for technical lamps or practical use goods, sanitary and heating technology, control engineering, medical technology or investment goods, system and automotive engineering. In the beginning of the '90s we added shipbuilding. „aaatec“ is responsible for difficult tasks.

Auszeichnungen/awards

Innovationspreis NRW

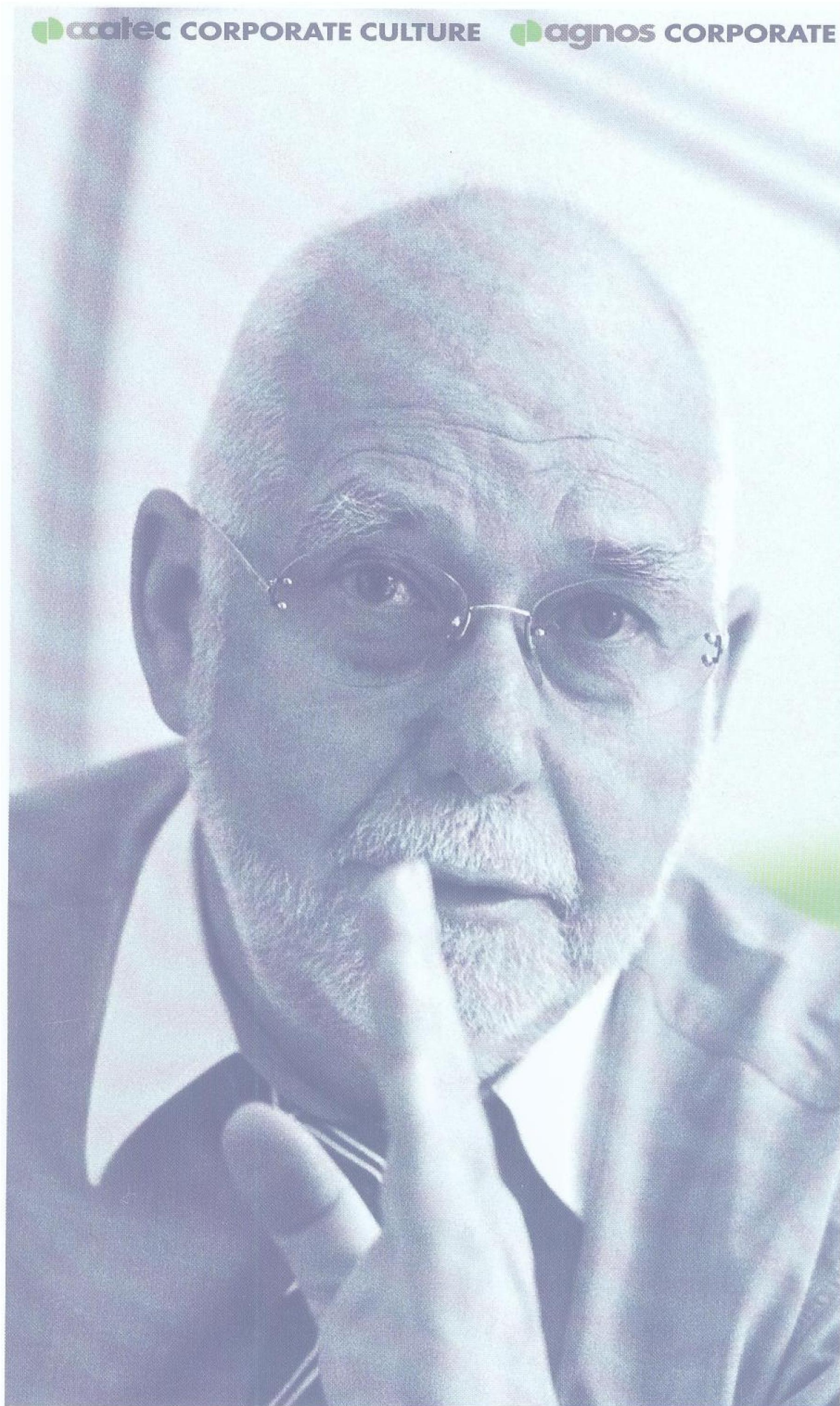
Schiff des Jahres

Neue Sammlung München

Top-Ten Design Forum Hannover

Exzellente Gußtechnik

Design Center Stuttgart

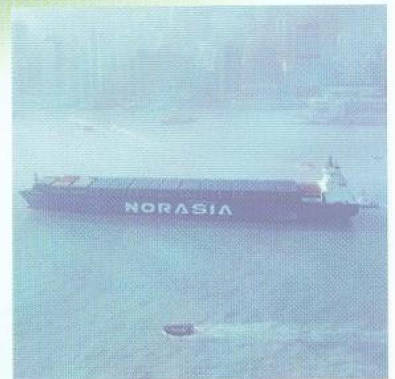
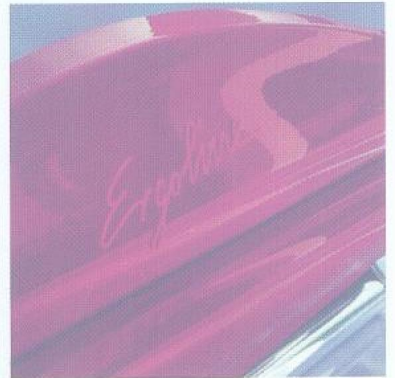


Fragen Sie nach Kostensenkungs-Designs, Entwicklungszeit-Verkürzungs-Designs, Unternehmens-Neuaufrichtungs-Designs, Technologie-Führerschaft-Designs, Corporate-Designs, Logo-Designs, Re-Designs – oder was Sie wollen-Designs

Simply ask us about cost-reduction designs, development time reduction designs, corporate reorientation designs, technology leadership designs, corporate designs, logo designs, re-designs – or whatever you want-designs

A

IDENTITY / DESIGN / COMMUNICATION  **atnova INNOVATIONS MANAGEMENT**



Longlife-Designs
Hier: Straßenleuchten Serie TRILUX
Long life designs
Here: street light series TRILUX

Marktführer-Designs
Hier: Ergoline Serien JK
Market leader designs
Here: Ergoline series JK

Innovations-Designs
Hier: Open Top Containerschiff HDW
Innovative designs
Here: open top container ship HDW

ABB DESIGN

Anschrift/address

Im Tal 1
D-63911 Klingenberg am Main
Fon +49 (0) 93 72 2 18-0
Fax +49 (0) 93 72 2 18-00
e-mail info@ABB-DESIGN.de
Internet www.ABB-DESIGN.de

Geschäftsführung/management

Thomas Abb, Dipl. Designer

Gründungsdatum/foundation

1990

Mitarbeiterzahl/number of employees

5

Referenzen/references

AWM, ARTLINE, California, Cilio, Herlitz, Ideal-Standard, MARAK, Mercedes-Benz, reflecta, Ritter, Rosenthal, Senator, TRW Automotive, WIKA, VW

Ausstattung/equipment

Modellwerkstatt, 2D/3D-CAD, NC-Bearbeitung, Lackieranlage, Photostudio
Model workshop, 2D/3D-CAD, NC-processing, varnishing system, photo studio

Tätigkeitsfelder/fields of activity

Büro, Objekt; Gebäudetechnik; Handwerk, Industrie; Haushalt, Küche, Bad; Public-Design; Transport; Unterhaltungselektronik; Wohnen

Office, object; Building engineering; Trade, industry; Household, kitchen, bathroom; Transport/Transportation; Entertainment electronics; Living

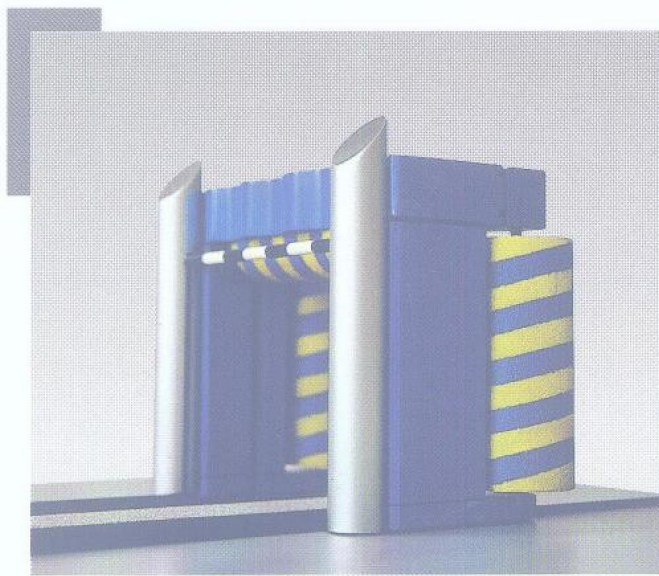
Kurze Vita/Short biography

Thomas Abb arbeitete nach dem Studium von Architektur und Industrie-Design bei Mercedes-Benz. Seit der Gründung von ABB DESIGN ist er freiberuflich tätig, Lehrbeauftragter für Produktdesign und Warenästhetik sowie Mitglied im DDV.
Thomas Abb worked for Mercedes-Benz after finishing his studies in architecture and industrial design. Since the foundation of ABB DESIGN he has been self-employed, lecturer for product design and aesthetics and a member of DDV.

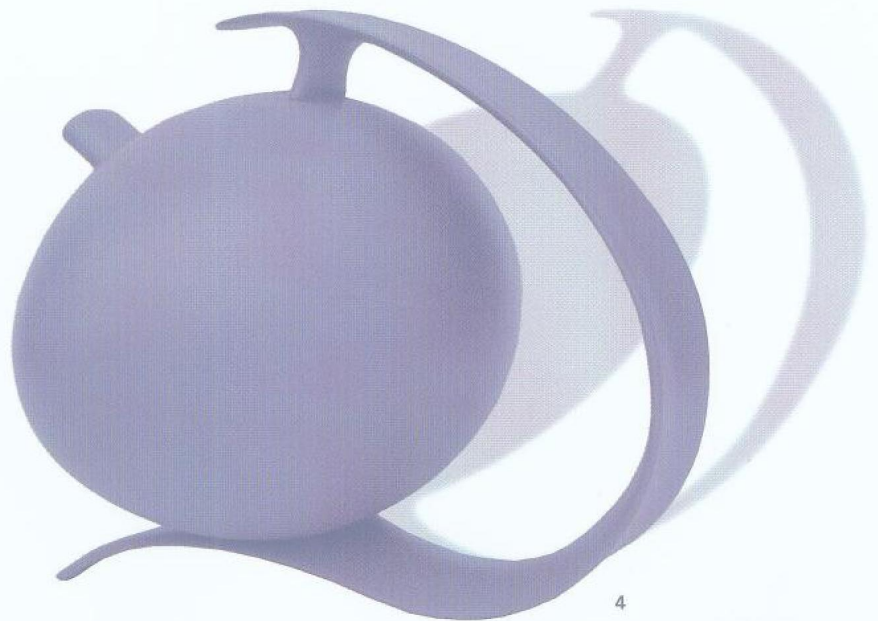
Firmenphilosophie/corporate philosophy

Konsumgüter nur dem jeweiligen Zeitgeist und der Mode anzupassen, ist nicht das Ziel von ABB DESIGN. Vielmehr ist es unsere Absicht, Produkte zu schaffen, die ihrer Zeit voraus sind und somit eine längere formale Lebensdauer besitzen, eine hohe Funktionalität aufweisen und ökologisch sowie ökonomisch sinnvoll sind, auf ästhetischen Grundregeln basieren, die logisch, überschaubar und nicht verwirrend sind, durch ihre Ausstrahlung begeistern, Kopf und Bauch ansprechen, die Freude machen und sich „ABBheben“ von der heutigen Angebotsfülle ...

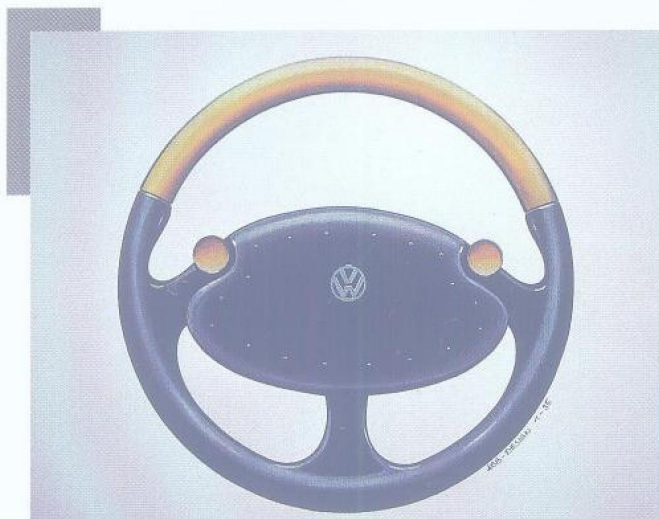
ABB DESIGN. Wir bringen Sie in Form!



1



4



5

1 Autowaschanlage/California
Car wash/California

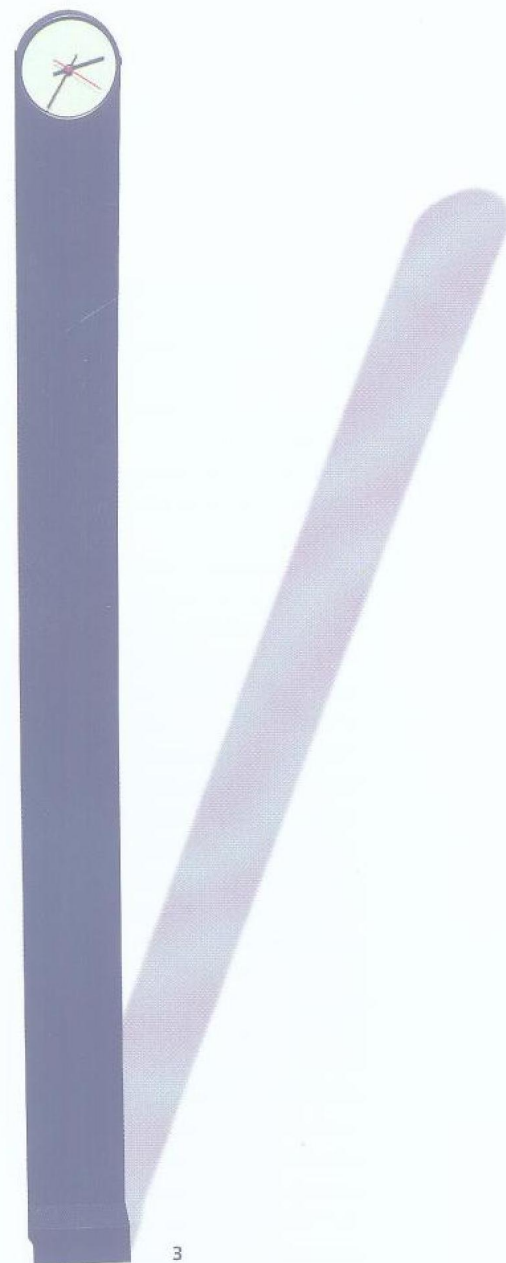
2 Badarmatur/Ideal-Standard
Bathroom fixture/Ideal-Standard

3 Standuhr/ARTLINE
Standing clock/ARTLINE

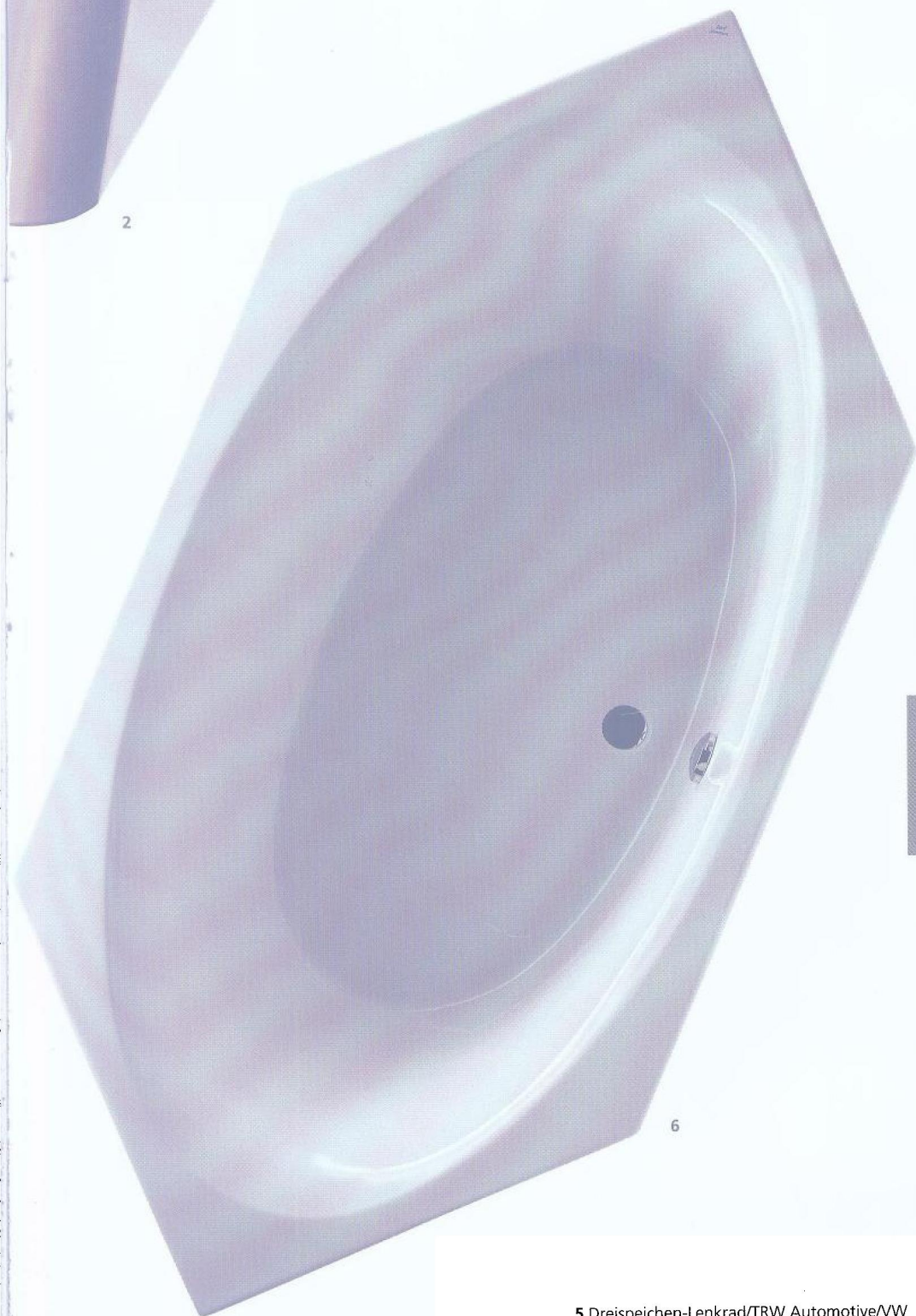
4 Teekanne/Cilio
Teapot/Cilio



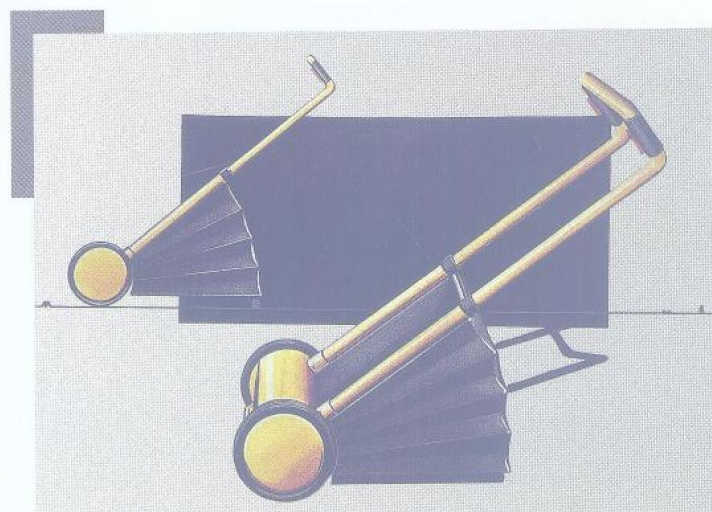
2



3



6



7

5 Dreispeichen-Lenkrad/TRW Automotive/VW
 Three-spoke steering wheel/TRW Automotive/VW

6 Sechseck-Badewanne/Ideal-Standard
 Hexagonal bathtub/Ideal-Standard

7 Rasenmäher
 Lawnmower