

product

I N H A L T C O N T E N T S

## Design und...? 10 Fragen an Frank Nuovo



### 01. DESIGN UND WIRTSCHAFT

Die Präsenz einer Marke wird eingeführt durch die Präsenz des Produkts. Wie es erlebt wird, das hängt von Anfang an am Designer. Dessen Einfluß auf den Entwicklungsprozeß ist nicht minder stark, wenn nicht sogar stärker als der aller anderen beteiligten Spezialisten. Um diesen Einfluß zu ermessen, kann man sich die Frage stellen, wie sehr der „Präsenz-Wert“ des Produkts zum Erkennen einer Marke beiträgt. Bei Nokia ist ein immer weiter geschärftes Markenbewußtsein zu verzeichnen; von Branding-Spezialisten wird Nokia derzeit als Interbrand eingestuft, als Nummer eins unter den nicht-amerikanischen Marken, als Nummer elf unter den Marken des Weltmarkts. Das Nokia Produktdesign hat sich sowohl in funktionaler wie in ästhetischer Hinsicht zur Exzellenz verpflichtet. Die gesamte Produktentwicklung, die sich diesem hohen Designanspruch verpflichtet fühlt, hat nachhaltig zum Vertrauen in die Marke und zu deren Wert beigetragen. Nokia hat für seine Kunden den „Club Nokia“ ins Leben gerufen. Im Grunde aber hat es diesen längst gegeben und zwar weltweit, alleine durch die Bekanntheit des Nokia Produktdesign und der Leistungsfähigkeit des Unternehmens.

### 02. DESIGN UND INNOVATION

Wenn ein beliebtes Produkt ausgereift ist und sich der Markt mit einzigartigen und bemerkenswerten Lösungen füllt, dann stehen wir vor der Aufgabe herausragender Innovationen. Wir dürfen nicht vergessen, daß exzellente Lösungen gerade bei raffinierten, weniger auffälligen Details einen großen Beitrag zu einer insgesamt erfolgreichen Produktentwicklung leisten. Der unablässige Druck, neue Produkte auf den Markt zu bringen, ist ein Anreiz. Glücklicherweise gibt es vielfältige Möglichkeiten, mit neuen, langlebig klassischen und mit im aktuellen Trend liegenden Beiträgen auf dem Markt zu erscheinen. Die Technologien und der Gebrauch, den die Menschen von diesen machen, verändert sich laufend und mit immer größerem Tempo. Wird der Wandel zur Regel, befruchtet das auch die Entwicklung neuer Denkweisen und neuer Interessen in der Gesellschaft, bietet umgekehrt neue Chancen, mit Innovationen und neuen Designs aufzuwarten. Geht es um Design und Innovation, ist es nützlich, wenn man den Horizont im Blick behält, um die allgemeine Entwicklungsrichtung korrekt einzuschätzen; doch muß man genauso auf den Weg achten, auf dem es immer Steinbrocken und Verwerfungen gibt, die Veränderungen und Korrekturen erforderlich machen, gerade wenn man die allgemeine Richtung halten möchte – nämlich die, die auf das stets motivierende Ziel zuführt.

### 03. DESIGN UND MARKETING.

Design hat seinen Ort als beeinflussende Kraft in praktisch allen Disziplinen der Produktentwicklung. Von der Konzeptfindung bis zur Marktforschung und der Feinabstimmung der Herstellungsprozesse, in all diesen Bereichen kann ein Designer oder ein Designteam auf vielfältige Weise direkt oder indirekt etwas beitragen. Und auf die gleiche Art können auch die anderen Disziplinen ihrerseits die Arbeit des Designers unterstützen. Aus diesem Grund bin ich davon überzeugt, daß man den Designer nicht als jemanden betrachten sollte, der fest und ausschließlich zu irgendeinem Teil der Entwicklungsmaschinerie „gehört“, sondern als flexible Ressource. Ein Designer sollte die Möglichkeit haben, sich mit den anderen und um sie herum zu bewegen; und er muß seine besonderen Designperspektiven frei äußern können. Ob interne oder externe Designorganisation: Insgesamt betrachtet, haben beide ihre Vorteile. Der Erfolg hängt letztendlich in sehr starkem Maß von der Unternehmenskultur, also davon ab, wie ein Unternehmen mit Kreativen aus allen Disziplinen zusammenarbeitet. Die beste Entwicklungskultur ist eine, die ihre Kraft nach Bedarf mit einem gut organisierten internen und externen Design-Input entfalten kann.

### 04. DESIGN-PREISE UND DER PREIS FÜR DESIGN

Ein Designer muß eine Leidenschaft für innovatives Denken haben und ebenso leidenschaftlich das Ziel verfolgen, die Qualität des Design auf die höchstmögliche Stufe zu heben. Designpreise wie der des IF Design Hannover sind gewiß eine Auszeichnung für jeden Designer, für Designbüros und Unternehmen. Ein angemessen kommunizierter Designpreis schafft auch in der Wahrnehmung von Kunden und Nutzern einen zusätzlichen Wert. Gleichwohl muß man die willkommene Anerkennung eines Industriebetriebs, der sich qualitativem Design verpflichtet hat, im größeren Zusammenhang der gesamten Wertschöpfungskette sehen. Unsere erste Aufgabe ist es, Lösungen zu schaffen, die dem Markt dienen – und das natürlich mit dem zugleich

verfolgten Ziel, die Lebensqualität zu verbessern. Weil er zuletzt sowohl dem Unternehmen wie auch den Nutzern einen Wert schafft, ist ein Bestseller von hoher Qualität, aber ohne Designauszeichnung einem Produkt vorzuziehen, das zwar ausgezeichnet wurde, sich aber nicht verkauft. Wenn freilich beides erzielt werden kann, Auszeichnung und Markterfolg, dann ist dies der Tref-fer ins Schwarze, den wir uns alle wünschen.

#### 05. DESIGN UND DESIGNER

Die Rolle des Designers ist es tatsächlich, die Verbindung herzustellen zwischen Industrie, Technik und Gesellschaft. In letzter Zeit hat man der Bedeutung individueller und emotionaler Werte („Design follows Emotion“ ist der Slogan dafür) größere Beachtung geschenkt. Das hat seit Jahrzehnten die Herzen und kreativen Geister in den eher romantischen Designkulturen bewegt. Heute sehen sogar Puristen Gefühle als einen entscheidenden Bereich im Umgang der Menschen mit Produkten. Zu den praktischen Aufgaben des Designers gehören, vom Konzept bis hin zum Marketingmaterial, das sich an die Nutzer wendet, alle Aspekte der Produktentwicklung und der Wertschöpfungskette. Unsere Rolle als Designer entwickelt sich fortwährend mit dem großen Einfluß, den die Technik auf unsere Welt nimmt. Wir müssen unsere Rolle als Designer immer wieder kritisch betrachten, um herauszufinden, wie wir am besten zu dieser Entwicklung beitragen können, selbst wenn wir an uns selbst die Erfahrung machen, daß wir andauernd zwischen unseren Identitäten als Künstler, als Ingenieur und als Psychologe, natürlich von Zeit zu Zeit auch als Designer hin und her wechseln. Diese Besonderheit und die das Bewußtsein immer wieder verändernde Rolle ist gewiß attraktiv und hat meine Entscheidung, Designer zu werden, zu einem guten Teil bestimmt.

#### 06. DESIGN UND SEINE ZUKUNFT

Es stecken ungeheure Möglichkeiten in der zukünftigen Entwicklung von Informationstechnik und Kommunikationssystemen. Dabei müssen wir erkennen, daß nicht alle neuen Ideen auch Ideen für jedermann sind. Eine gute Lösung für ein dringendes Bedürfnis ist etwas völlig anderes als Dinge, die zwar möglich geworden sind, aber doch nur als High-Tech-Kuriositäten betrachtet werden können. Designer müssen ihren Blick dafür schärfen, wie sich Produktbereiche, die sich derzeit aufeinander zu entwickeln, auf sinnvolle Weise zusammenbringen lassen. Das richtige Wissen ist erforderlich, um voraussehen zu können, ob sich Techniken oder Märkte erfolgreich zusammenführen lassen. Zuletzt sind es die Designer, die Visionen erzeugen: Szenarios, die uns klar erkennen lassen, wie in diesen komplexen Prozessen des Zusammenwachsens und den damit sich öffnenden Potentialen Werte geschaffen werden können: für die Nutzer und von diesen zurück auch für das Unternehmen. Selbst scharfsichtigste Analysten der technischen Entwicklung können heute vor einem Rätsel stehen, wenn sie gefragt werden, wie die Informationsgesellschaft tatsächlich funktionieren wird. Designer dagegen können solche Visionen schaffen, gründliche Untersuchungen, die dazu beitragen, Trends in greifbare Vorstellungen darüber umzuformen.

#### 07. DESIGN UND AUSBILDUNG

In Ausbildung und Beruf habe ich mit Designern aus aller Welt zusammengearbeitet. Ich denke, ich war immer weltweiten Einflüssen ausgesetzt. Meine Ausbildung vermittelte mir globale Perspektiven eher in deren Mangel, immerhin waren sowohl meine Kurse wie auch die Arbeitsplätze gefüllt mit einem internationalen Pool von Mitstudenten. Für Europa, Amerika oder Asien ist am wichtigsten, daß man den Geist und das Verständnis dafür weckt, was erforderlich ist, wenn man neue Ideen entwickeln und kommunizieren will. Man muß herkömmliche Methoden für Innovationsprozesse überdenken und über neue nachdenken. Oft spielt bereits eine innovative Explorationsphase eine entscheidende Rolle für die Einmaligkeit eine Lösung. Ganz gleich von welchen Methoden man ausgeht, die harten Realitäten der Produktentwicklung müssen in die Designausbildung einfließen und gleichzeitig muß doch genügend Raum sein für Träume. All das ist auf allen Kontinenten und in allen Kulturen möglich; und ich habe brillante Designer erlebt, die sich fast ohne formelle Ausbildung entwickelt haben. Vielleicht kommt es vor allem anderen darauf an, im Einzelnen das unmittelbare kreative und unternehmerische Feuer zu schüren und ihn zu ermutigen, statt daß man allzuviel Gewicht darauf legt, welche Schule des Denkens die beste ist.

#### 08. DESIGN UND DESIGN-FÖRDERUNG

Weltweit gibt es, begründet durch historische, kulturelle und technologische Hintergründe, große Unterschiede in der Design-Förderung. Design-Förderung und Ausbildung muß aber immer eng mit dem Beziehungsgeflecht zum Umfeld und den weltweiten Produktionsprozessen gesehen werden.

Historisch gesehen hat Design in Europa einen anderen Stellenwert verglichen mit den USA oder Asien. Zum Verständnis von

gutem Design spielt im heutigen Europa die enge Beziehung zu den großen Architekten, Künstlern und den Klassikern immer noch eine Rolle. Dieser Ansatz, der zu einem großartigen Umgang mit Material und Kultur geführt hat, spiegelt sich keineswegs in der Massenkultur von Amerika wider.

Kalifornien bietet von der Lebensauffassung die breiteste Dimension für Kreativität. Studios für Design und Konzepte unterhalten hier Automobilhersteller wie BMW, DaimlerChrysler und Volkswagen/Audi jenseits der Ursprungsländer angesiedelt. Kalifornische Design Zentren und die Aktivitäten des Arts Center College und anderer Ausbildungsstätten haben zu einer neuen Auffassung der Disziplin und zu kreativen Konzepten geführt, die keine direkte Verbindung zu europäischen Designwerten mehr aufweisen. Die neuen Medien haben ebenfalls dazu beigetragen, wie wir entwerfen und in Zukunft Produkte gebrauchen werden. Design wird in Kalifornien deshalb beispielsweise ganz anders gelehrt und verbreitet als es in Europa unter den traditionellen Leitbildern noch der Fall ist.

#### 09. DESIGN UND IHRE VORLIEBEN

Einen großen Teil meiner Berufslaufbahn habe ich dem Design von Kommunikationsgeräten gewidmet. Und darum war es wohl auch ganz natürlich, daß diese zu meinem bevorzugten Arbeitsbereich wurden. Das reicht weit über das hinaus, was wir Telefone nennen würden. Meine Freunde wissen, daß mich auch herausragende Schreibgeräte aller Art faszinieren. Sie können so persönlich sein und sich in Form und Vielfalt sehr voneinander unterscheiden, und doch dienen sie alle dem gleichen Grundzweck: der schriftgebundenen Kommunikation. In allen Zeiten haben Musikinstrumente individuellen Ausdruck und universelle Kommunikation ermöglicht. Das reicht von der einfachsten Form der Trommel aus einem ausgehöhlten Stamm bis zu den mit höchster Präzision gefertigten Holzblas-, Blechblas- oder Saiteninstrumenten. Sie alle sind einzigartig im Hinblick auf den besonderen Ton und den Geist der Kultur, die sie hervorgebracht hat, und jedes von ihnen ist gestaltet im Hinblick auf die Art, in der sie gespielt werden. Jedes dieser Instrumente hat sich, wenn überhaupt, zusammen mit der Technik langsam entwickelt; so blieb die Tradition erhalten und vor allem, als Hauptwert, der Platz, den sie im Klang eines Orchester einnehmen sollten. Die Gestaltung all dieser Instrumente zeigt Kultur, Geschichte und harmonische Interaktion in einem Design, das der Kommunikation mit anderen dient.

#### 10. DESIGN UND DIE ICSID-KONFERENZ 2003

Wir müssen die Welt von Morgen mit den Augen unserer Kinder betrachten. Sie wachsen auf in einer Welt, in der extrem leistungsfähige Computer und komplexe, mit Computertechnik verbesserte Geräte selbstverständlich sind. Meine Tochter hat bereits mit zwei Jahren vergnügt ihren Laptop bedient. Es ist fantastisch, wie dieses Kind vollkommen glücklich mit einer komplexen Maschine kommuniziert, die manche Erwachsene noch immer abschreckt.

Die Kommunikation unter Freunden und unter Familienmitgliedern mittels Video und drahtlosen Webterminals wird die Familien gewiß in Kontakt miteinander halten, selbst wenn alle an anderen Plätzen arbeiten und leben. Wir müssen sehr viel dafür tun, damit wir unseren Kindern helfen können, daß sie die Macht, die sie in ihren Händen halten, richtig einzuschätzen und zu verstehen lernen. Ich hoffe, daß wir unseren Kindern sehr sorgsam in die Augen schauen, insofern sie an diesen Geräten informiert und unterhalten werden, und daß wir beides erkennen: Was daran gut ist und was schlecht. Unser Wissen wächst in unglaublich raschen Schritten, und es bleibt wenig Zeit, um sicherzustellen, daß die Qualität Schritt hält mit der Quantität der uns erreichenden Informationen. Konferenzen sind Orte, um für solche Phänomene ein Bewußtsein zu schaffen.

Frank Nuovo, Vize Präsident  
Chef Designer, Nokia Design, USA

## Design and...? Frank Nuovo answers 10 Questions on Design.

### 01. DESIGN AND ECONOMY

*The face of a brand begins with the face of the product and ends with the performance satisfaction of the customer. This experience begins with designer influence as much, if not more than any other specialist in the creation process. A measure on how important the designer is can be found via „brand face value“. Nokia has experienced a great growth in brand awareness, and currently is rated by the brand specialist at Interbrand, as the number one non-US brand, and number eleven brand globally. Nokia product design is highly dedicated to both functional and easthetic performance excellence. Overall product creation philosophy with this dedication to design has contributed substantially to brand credibility and equity. Nokia created a „Club Nokia“ for customers, but one had in fact already started on its own world-wide via the popularity of Nokia product design and performance.*

### 02. DESIGN AND INNOVATION

*As a popular product matures and the market fills with unique and notable solutions, outstanding innovation becomes an increasing challenge. We need to recognize that excellence with intricate, less noticeable detail also provides a great overall contribution to successful product creation. Constant pressure to deliver new products is a challenge. Fortunately there is a wide opportunity for discovery of new long-term classic and hot trend entries for the market. Technology and how people use that technology continues to shift and evolve at great speed and in many directions. Change as the rule always feeds new thinking, new social interests and in-turn new opportunities to innovate and deliver new designs. With design and innovation It always is helpful to look hard and far toward the horizon to maintain the right general direction, but always know there will be small rocks and cracks along the path which require shifts and corrections to stay on track – toward your moving target.*

### 03. DESIGN AND MARKETING

*Design has its place as an influence in virtually all disciplines of product creation. From concept exploration to market research and fine-tuning of manufacturing processes, a designer or design team contributes in a variety of direct and indirect ways. In the same manner, other disciplines equally can contribute greatly to the designers work. From this I feel strongly that the designer should not be seen as „owned“ by any one part of the creation machine, but as a more flexible resource. A designer should be able to move in and around others and express unique design perspectives freely. Objective input is an important even if it does not fall in-line with popular views that may be locked into the mindset of a particular part of a corporate organization. Considering all, there are clear benefits of both externally based and internally based design organizations. Ultimately success is highly dependent on the company culture and how it works with creatives in all disciplines. The best creation culture is one that can flex as needed with well managed internal and external design input.*

### 04. DESIGN AWARDS AND THE PRICE OF DESIGN

*A designer must be passionate about innovative thinking and bringing design quality to the highest level possible. Design awards, such as the IF Design Awards, are certainly a honor to any individual designer, design organization or company. A properly communicated design award provides measured added value in the eyes of a customer as well. However, welcome industry recognition of dedication to quality design must be taken in context as a whole achievement along the value chain start to finish. Our first responsibility is to create solutions to serve the marketplace – and of course with a goal of improving quality of life along the way. Ultimately bringing value to the company and to the end user. A high quality best-seller with no design awards is the preferred scenario against a non-selling award winner. If both an award and market success can be made then of course this is the golden achievement we all would like to see.*

### 05. DESIGN AND DESIGNERS

*The role of an industrial designer is definetely the link between industry, technology and society. Lately more awareness has been made to the importance of individual and emotionional values (Design equals emotion is the popular quote). This has been in the hearts and creative of the more romantic design cultures for decades. Today, even purists openly recognize emotion as an important part of the human experience with products. As described earlier, the practical role of the designer finds his or herself as the party interested in all aspects of product creation and the value chain from concept to consumer-end marketing materials. Our role as designers continues to evolve along with high technolgy influence on the world. Our role must constantly be reviewed to understand how we can best contribute, even if we find ourselves constantly shifting identities between artist,*

engineer, and psychologist of course from time to time designer. This shape and mindset shifting role was definitely an attractive part of my decision to become a designer.

#### 06. DESIGN AND ITS FUTURE

There is so much promise in the future of information technology and communication systems. Within this promise we must recognize that not all-new ideas are for everyone. A good solution to a need is most important but can be contrast with the potential for what might be seen as a high-tech curiosity. Designers must continue to evolve in their view to bring converging product areas together in a meaningful way. Proper understanding is required to anticipate if technologies or markets can converge successfully. Ultimately designers provide vision over scenarios for a broad understanding of how value is delivered to the customer and back to the company in these complex convergence opportunities. The most sophisticated analysts are completely baffled today when asked how the information society will play out. Designers can use and provide practical solutions that will in fact form to an extent how it will happen.

#### 07. DESIGN AND EDUCATION

In my training and career I have worked along side designers from all around the world. I feel my exposure has always been global. Art Center provided a global perspective by default since my class was filled with diverse international pool of fellow students. In Europe, America or Asia, what is most important is that the right spirit and understanding is provided for what it takes to be and communicate your ideas. Often the method of innovative exploration is an important part of the uniqueness of a solution. Traditional and new methodologies of innovation processes must be considered no matter where the method originates. Design training must be filled with the hard realities of product development while allowing capacity to dream. All of this is possible on any of the continents and in all cultures. I have seen brilliant designers come from almost no formal training. Perhaps the most important ingredient is to most human-feed and encourage the raw creative and entrepreneurial fire of the individual rather than stress on school of thought is best.

#### 08. DESIGN AND PROMOTING DESIGN

Design promotion is not the same around the world. It is tied to historical, cultural and technological factors which shape the actual role and importance designers have in the product creation process. Promotion of design must therefore be suited to support the specific way each designer relates to others in the creation process, as this differs from one country to the next. Design holds a strong value position historically in Europe and this is not comparable with its status in the USA or Asia. General respect and understanding for good design and for today's designer in Europe is more closely tied to respect for the great architects, artists and old world masters. These experts in traditional hand-crafted materials created and furnished the great European cities we know today. They were most celebrated in Europe – this was not readily transferred onto the popular culture in the Americas.

From California, history, lifestyle and place in the world continue to provide a unique opportunity in a broad creative sense. Design and concept centers for almost all global automotive companies are located here as well as in the respective home countries – including German brands such as BMW, Daimler Chrysler and Volkswagen Audi. Design centers in California and the activities of the Art Center College and other creative learning institutions have helped to promote the overall discipline of design and concept creation in new ways – with respect for, but not simply trammled to European values. Here, new media activities also support converging technologies that are re-writing how we design and how we will use products in the future. Design then, for example in California, must be promoted in different way which cannot be directly compared with the image of the traditional designer in Germany or Europe.

#### 09. DESIGN AND YOU

Much of my design career has been dedicated to communications product design, so by default I would be natural that this has become my favorite area. This expands beyond what we would call phones. My friends know that I love unique writing instruments of all types. They can be so personal and vary so much in form and variety yet all serve the same basic purpose of written communications. Musical instruments are another product through the ages that allows for individual expression and universal communication. They vary from the rawest form of a hollowed wood trunk drum, to the finest precision crafted

*woodwind, brass or string instrument. They are each unique for the tone and spirit of the culture from which they originated, and all uniquely designed for the manner in which they are performed. Each instrument evolved slowly if at all with technology to maintain tradition and core value of the intended place in the voice of an orchestra.*

#### *10. DESIGN AND THE ICSID CONFERENCE IN 2003*

*We must see the world of tomorrow through the eyes of our little ones. They are growing up in a world where extremely powerful computers and complex computer enhanced products are common place. My own daughter at two years was comfortable using a laptop. It is fantastic that this child is completely happy interacting with a complex machine that continues to scare away many adults today. I hope we look carefully into the eyes of our children as they are infotained on these devices. I hope we can learn to recognize what is happening both good and bad. The pace of intellectual growth is incredibly fast and there is little time to work with how to assure quality is there with the quantity of information coming in.*

*Communicating with friends and family with video and wireless web terminals will certainly keep families in-touch when we work and play apart. We must work hard to explore and create ways to help our children appreciate and understand what power they have in their hands so they use it well as adults and help make this a better world to live in.*

*Frank Nuovo, Vice President  
Chief Designer, Nokia Design, USA*





VI	Design und...? 10 Fragen an Frank Nuovo	VI	<i>Design and...? Frank Nuovo answers 10 Questions on Design</i>
227	GEBÄUDETECHNIK	227	<i>BUILDING TECHNOLOGY</i>
243	INDUSTRIE	243	<i>INDUSTRY</i>
275	TRANSPORT UND VERKEHR	275	<i>TRANSPORTATION</i>
289	MEDIZINTECHNIK	289	<i>MEDICAL</i>
307	FREIZEIT	307	<i>LEISURE</i>

## PRODUCT DESIGN AWARD BAND 3 VOLUME 3

327	UNTERHALTUNGSELEKTRONIK	327	<i>CONSUMER ELECTRONICS</i>
363	LIFESTYLE	363	<i>LIFESTYLE</i>
375	PUBLIC DESIGN	375	<i>PUBLIC DESIGN</i>
391	VERPACKUNGSDESIGN	391	<i>PACKAGING DESIGN</i>
403	TEXTIL-DESIGN	403	<i>TEXTILE DESIGN</i>
408	JURY	408	<i>JURY</i>
432	DESIGNERINDEX	432	<i>INDEX OF DESIGNERS</i>
462	HERSTELLERINDEX	462	<i>INDEX OF MANUFACTURERS</i>

Rolf Heide (Chairman)  
Innenarchitekt/Designer  
Heide Design  
und Innenarchitektur  
Hamburg, Deutschland

*Rolf Heide (Chairman)*  
*Interior Designer/Designer*  
*Heide Design*  
*und Innenarchitektur*  
*Hamburg, Germany*

## GEBÄUDETECHNIK BUILDING TECHNOLOGY

Jürg Steiner  
Architekt  
Büro Steiner  
Berlin, Deutschland

*Jürg Steiner*  
*Architect*  
*Büro Steiner*  
*Berlin, Germany*

Reiner Moll  
Designer  
moll design  
Schwäbisch Gmünd  
Deutschland

*Reiner Moll*  
*Designer*  
*moll design*  
*Schwäbisch Gmünd*  
*Germany*

**Hersteller Manufacturer**  
Viessmann Werke GmbH & Co.  
Allendorf/Eder, Germany

**Produkt Product**  
Vitoplex 100  
Heizkessel  
Boiler

**Design**  
Phoenix Product Design  
Stuttgart, Germany

Vitoplex 100 – ein Heizkessel, nach der Maxime des Herstellers – weniger ist mehr – auf das Wesentliche reduziert und in der Gestaltung mit anderen Geräten des Kesselprogramms harmonisch abgestimmt. Eine durchgängige Gestaltung definiert das gesamte Sortiment; Eine durchgängige Gestaltung definiert das gesamte Sortiment. Das neue Vitotec-Programm ist eine gelungene Synthese bewährter Spitzentechnik und zukunftsweisender Innovatoren: die Einheit von Technik, Funktion und Design. Auffälliges Merkmal ist die über die Brennerhaube vorgebaute Regelung, die guten Zugang gewährleistet. In der einfachen und logischen Bedieneroberfläche sind nur die Funktionen erreichbar und auffällig, die im Augenblick gebraucht werden.

*Vitoplex 100 – a boiler which, in line with the manufacturer's adage of "less is more" is reduced to the essentials and blends softly with the design of the company's other devices. The holistic design typifies the entire range; the new Vitotec program is a prime synthesis of superior tried-&-true technology and future-oriented innovations – the unity of technology, function, and design. A catching feature is the controls which protrude above the boiler hood for ease of access. In the simple and logical user interface only those functions are readily accessible and striking as are needed on the spur of a moment.*



**Hersteller Manufacturer**

Wieland Electric GmbH  
Bamberg, Germany

**Produkt Product**

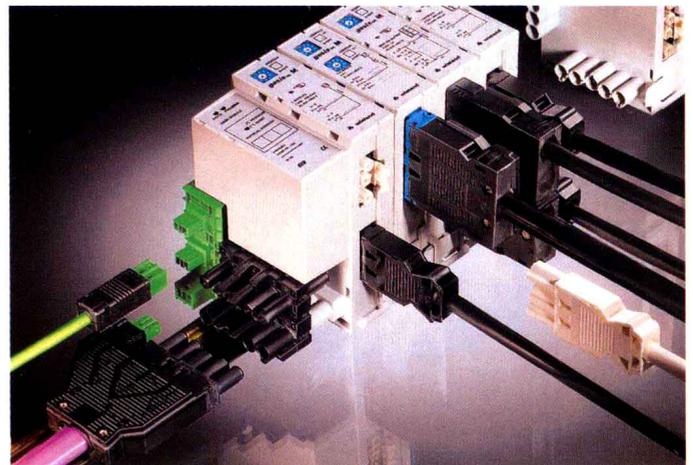
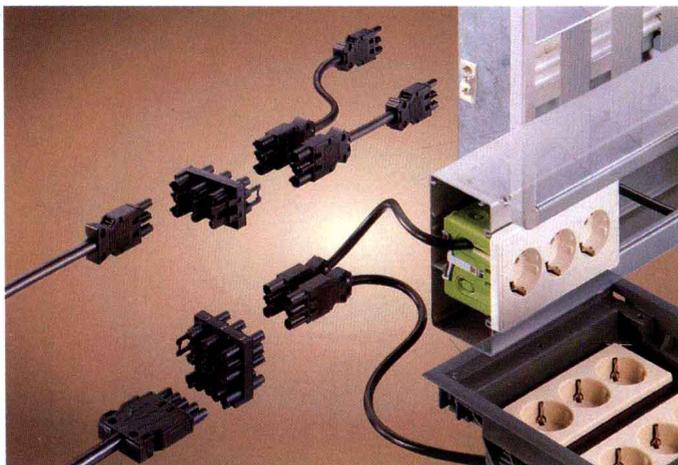
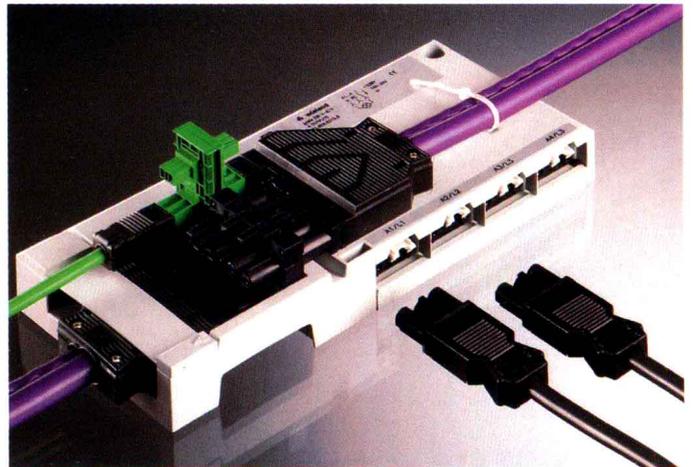
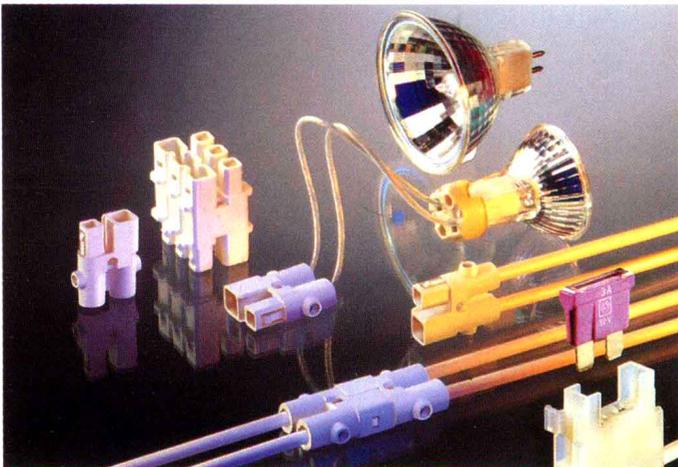
gesis  
Steckbare Elektroinstallation  
und steckbarer EIB-Bus  
*Pluggable electrical installation  
and pluggable EIB bus*

**Design**

Wieland Electric GmbH  
Bamberg, Germany

gesis – steckbare Elektroinstallation und steckbarer EIB-Bus. Ein Komplettsystem, mit dem die Elektroinstallation – vom Verteiler bis zu jedem Endgerät – steckbar ausgeführt wird. Das bedeutet 30 Prozent Kostenersparnis bereits bei der Erstinstallation. Auf Basis der Planung erhält man alle Leitungen in den benötigten Längen – vorkonfektioniert mit den entsprechenden Steckverbindern. Das spart Zeit und reduziert Abfall auf der Baustelle. Mechanische Kodierungen garantieren fehlerfreie Verbindungen. Für Installation und spätere Änderungen gilt: Flexibilität mit dem höchsten Maß an Sicherheit. Die Integration komplexer Schaltaufgaben wird möglich mit den EIB-Schaltgeräten. Ebenfalls steckbar, lassen sie sich problemlos in die Gesamtinstallation einfügen. Sie unterliegen dem EIB-Standard, darum können alle Vorteile des Installationsbussystems EIB genutzt werden.

*gesis – a pluggable electrical installation and EIB bus. All the system's universal components can be used for any electrical building work. Thanks to the EIB standard they are compatible with other systems. In line with the manufacturer's consistent eco-awareness policy, the system contains no toxic substances and is made in a way that saves energy inputs, and is very safe thanks to the unmistakable design of the various plugs. Pluggability and user-oriented planning minimize on-site waste and all components can be re-used for several life cycles if the building is later converted. The energy management system can be utilized for all in-house facilities and the consistent use of the bus system can slash energy levels by 30 percent.*



**Hersteller** *Manufacturer*

Interflex Datensysteme GmbH  
Stuttgart, Germany

**Produkt** *Product*

IF 603  
Zutritts- und Zeiterfassungsterminal  
*Access control and time-recording terminal*

**Design**

Neumeister Design  
Industrial Design Team  
Alexander Neumeister  
München, Germany

IF 603 – ein Zutritts- und Zeiterfassungsterminal, das sich mit seinem rahmenlosen Aufbau und edlen, aber neutralen Materialien in jede architektonische Umgebung einfügt. Reduktion der Komponenten auf das jeweils unbedingt Notwendige. Das Gerät scheint auf der Wandfläche zu schweben. Die wellenförmige Struktur symbolisiert Radiofrequenzen als modernste Technik zum Lesen von Chipausweisen. Benutzerorientiert erlaubt das Touch Screen-Display überwiegend freigestaltbare I/O-Möglichkeiten.

*IF 603 – an access control and time-recording terminal that dispenses with a frame and features high-grade but neutral materials that thus blend into any architectonic surroundings. Components are reduced to the absolutely necessary. The unit seems to float on the wall. The wavy structure symbolizes the radio frequencies which are the ultramodern method for reading chip-based proximity cards. User-friendly touchscreen allows far-reaching possibilities for input and output depending on the application needed.*



**Hersteller Manufacturer**

Weidmüller ConneXt GmbH & Co. KG  
Detmold, Germany

**Produkt Product**

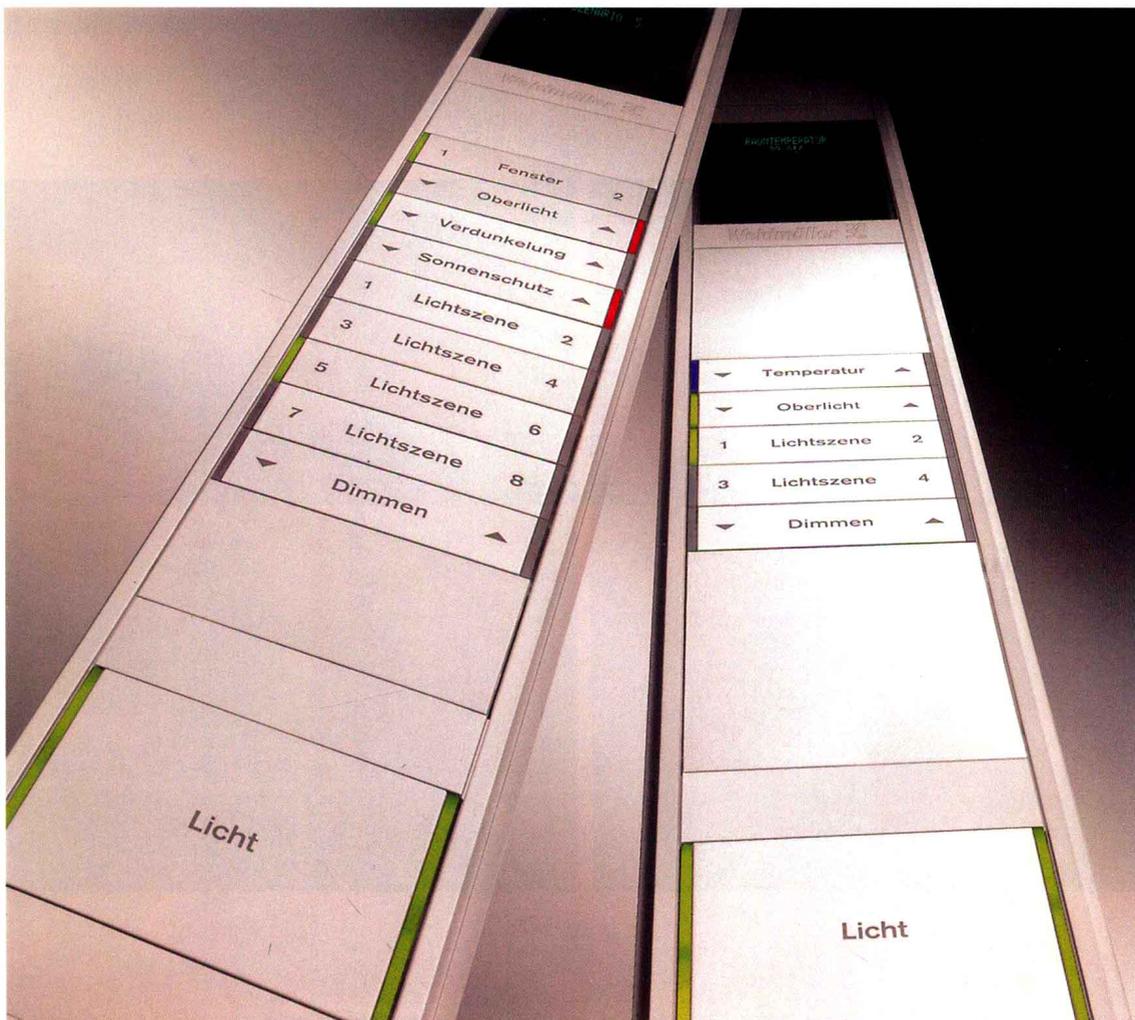
DIAloc Room Control Panel  
Bediengerät  
für Gebäudesystemtechnik  
*Control unit  
for building systems engineering*

**Design**

Foster and Partners  
architects and designers  
John Small  
London, Great Britain

DIAloc Room Control Panel – ein Bediengerät für die Gebäudesystemtechnik, bestehend aus Grundmodul für die variable Montage (Einbau oder Aufputz), Elektronikmodul mit den LONWorks®-Netzwerknoten und Bedienwippen als Bedienoberfläche. Die Netzwerknoten sind im Servicefall durch Abnehmen der Displayabdeckung leicht erreichbar. Die intuitiv zu bedienenden Wippen informieren in Verbindung mit dem Display über Schaltzustände; sind vom Grundmodul zu trennen, was einfache Wartung und spätere Nachrüstbarkeit garantiert. Die perlgestrahlte und eloxierte Aluminiumoberfläche ist weitgehend schmutzunempfindlich. Paneelaufbau vom Boden zur Decke.

*DIAloc Room Control Panel – is a control unit for building systems engineering made up of a basic module for the variable assembly (mounting or on-finery). Sports an electronic LONWorks® network node and rocker buttons as the user interface. The network node is easy to reach for servicing: simply remove the display casing. Together with the displays, the intuitive rocker buttons indicate the switching state; they can be separated from the basic module for easier servicing and later upgrading. Pearl-blasted and anodized aluminum surface is almost impervious to dirt. Panel runs from floor to ceiling.*



**Hersteller *Manufacturer***

Gebr. Berker GmbH & Co.  
Schalksmühle, Germany

**Produkt *Product***

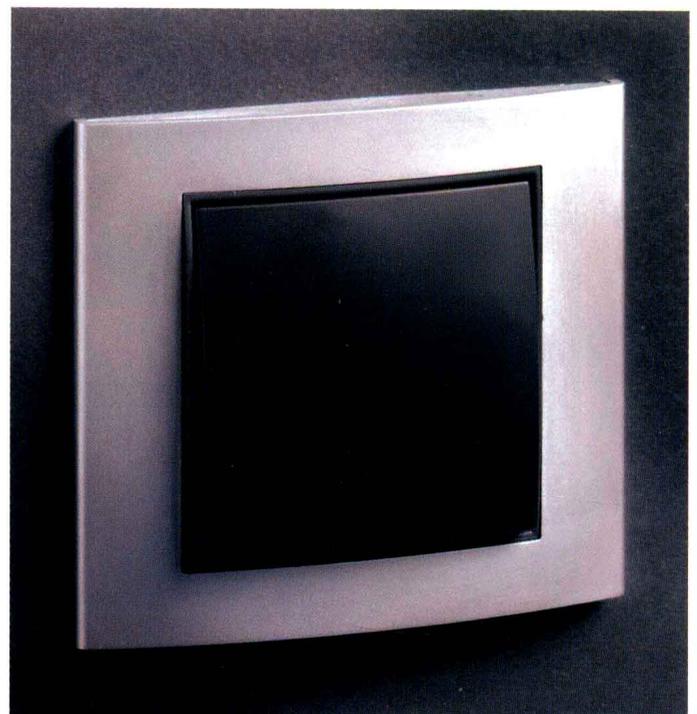
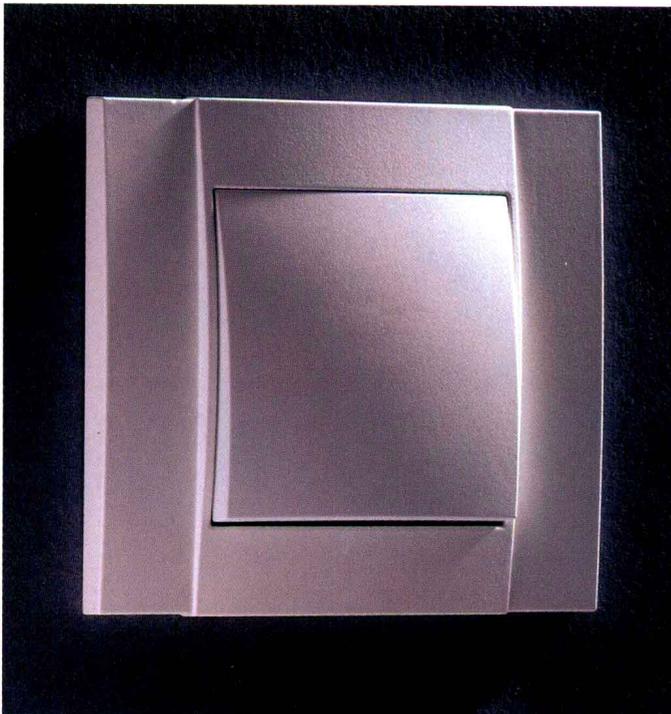
Installationsserie  
*Switches line*

**Design**

Lengyel Design  
Essen, Germany

Installationsserie – erreicht mit identischen Zentralstücken in einem modularen Aufbau eine Vielfalt an Formen. Drei Produktlinien: Standard-, Flächen-, Komfort-Programm. Der Rahmen des Standardprogramms entspringt aus der Verbindung eines Quadrates mit einer Kugelfläche. Das Flächenprogramm ist mehrteilig aufgebaut. Verschiedene Farben- und Oberflächenwirkungen. Im Komfort-Programm werden drei Stilrichtungen differenziert, romantisch, klassisch-modern, und innovativ – von verspielten Elementen des Art Deco bis zur Form eines schwebenden Diskus.

*Fittings – an entire family of products is based on one and the same central pieces with modular frames. Three product lines: standard, surface, and comfort series. The frame for the standard program is derived from a square combined with a spherical surface. The surface program has several components, different colors and surface treatments, gently curving shapes and wavy vertical motion. The comfort program involves three distinct styles: romantic, classical/modern, and innovative, ranging from the playful elements of Art Deco to the shape of a floating discus.*



**Hersteller Manufacturer**

Legrand SA  
Limoges, France

**Produkt Product**

Pro21  
Schaltereinsatz  
Wiring devices

**Design**

Legrand SA  
Stéphane Thirouin  
Marcel Daccord  
Limoges, France

**Vetrieb Distribution**

Legrand GmbH  
Soest, Germany

Pro21 – ein robuster und stabiler Schaltereinsatz mit vielfältigen Details, die die Montage erleichtern, sicher machen und Installationszeit sparen. Die Vorzüge: selbststrückstellende Spreizkrallen erleichtern den Aus- und Einbau; die Einbautiefe von 21 mm läßt in der Mauerdose ausreichend Platz zum Verdrahten. Ein spezieller Trennsteg bietet Berührungsschutz vor spannungsführenden Teilen: Leicht zugängliche Klemmen gewährleisten eine sichere Drahteinführung, die Überprüfung der Spannung erfolgt von vorn. Alle Details wurden in Kooperation mit einer Fachgruppe von Installateuren erarbeitet.

*Pro21 – a sturdy switch with great detailing that facilitates assembly, makes it safe, and saves installation time. The advantages: self-resetting claws for easier installation and removal, insertion depth of 21mm leaves sufficient space in the flush-mounting box for wiring, a special dividing bridge prevents contact with live parts, easily accessible terminals for safe cable entrance. Moreover, voltage can be checked from the front. All the features were developed in co-operation with a specialist group of electricians.*

