



Tale

«Wir sind nicht nur Designer für schöne Dinge, für uns gibt's Spannenderes»

Das Basler Tale-Designstudio setzt seine Erfahrung und seine Ideen dafür ein, die nahe Zukunft positiv zu gestalten. Dafür verbinden die Verantwortlichen in ihrem Designprozess Strategie mit Intuition und verarbeiten in ihren Projekten Einflüsse aus Wissenschaft und Kunst.

Text: Suzanne Schwarz Bilder: Tale Designstudio GmbH

Die Tale-Partner Philipp Gilgen, Norbert Meier und Noël Oegerli arbeiten seit vier Jahren gemeinsam mit ihrem Team auf dem Basler Dreispitz-Campusgelände. Dort, wo auch die FHNW Werkstätten und Labors hat. Es hat sich so ergeben und ist Zufall. «Wir schätzen das Dreispitz-Quartier, weil es noch unfertig und sehr roh ist. Leider gibt es in der Schweiz zu wenige solcher Ecken.» Der Firmenname Tale – kurz, prägnant und interpretierbar – kann durchaus auch als «Geschichten erzählen» verstanden werden. Tale realisiert eigene Projekte wie auch Kundenvorhaben, die vom formalen Design über Konstruktion, Materialisierung bis zu CICD- und Produktkommunikation reichen.

Noël Oegerli ist gelernter Hochbauzeichner, Bauleiter, Modellbauer mit Berufserfahrung und hat sich in seinen jüngeren Jahren vor allem Kunst- und Kulturprojekten im Musikbereich gewidmet. Bei der Agentur Nose arbeitete er unter anderem an nationalen wie internationalen Projekten. Für Stadler Rail und auch an der ersten Produktserie für Swisscom, wo er Philipp Gilgen, damals Projektleiter, kennenlernte. Gemeinsam gestalteten sie die Swisscom-Produktlinie, die im Rahmen der Ausstellung «Designed in Switzerland, Made in the World» 2018 im Museum für Gestaltung in

Zürich gezeigt wurde. Philipp Gilgen ist gelernter Hochbauzeichner und ehemaliger Spitzensportler. Im Jahr 2000 schwamm er an den Olympischen Spielen in Sydney. Er studierte vier Jahre Industriedesign in Basel und machte sein halbjähriges Praktikum bei Yves Béhars Fuseproject in Kalifornien. Er wäre später gern dorthin zurückgekehrt, seine Familien- und beruflichen Pläne sahen aber anders aus. Norbert Meier ist gelernter Elektromonteur, angelernter Goldschmied und seit vielen Jahren Jazzpianist in einer Band. Neben seiner Tätigkeit bei Tale ist er Dozent für Industriedesign im Studiengang Wirtschaftsingenieur und Leiter des CAS-Industriedesigns an der HSLU. Während seiner Jahre bei Iseli Design und Partner arbeitete er unter anderem für Jura und Kern. Norbert Meier und Philipp Gilgen lernten sich 1992 im gestalterischen Vorkurs an der SfG Basel kennen und verwirklichten bereits damals gemeinsame Projekte.

Selektiv und experimentierfreudig

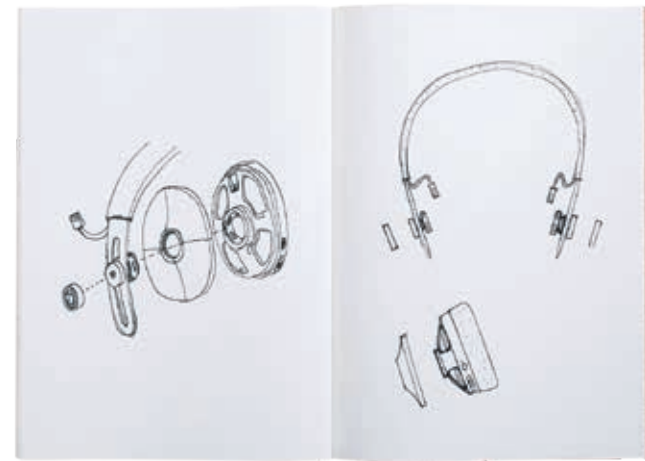
Bei Tale wird selektiv und experimentierfreudig gearbeitet – für kleine, mittlere und grosse Unternehmen. Gern auch für Start-ups wie zurzeit der Entwurf für den Uhrmacherarbeitsplatz der Zukunft, ein gemeinsames Projekt mit Partnern aus der Uhrenindustrie. Langjährige wichtige Kunden sind Unternehmen wie die Stiftung MBF, Sennheiser und Talsee. Für Similor Kugler entwarf man eine moderne Gartenarmatur, für Bodenschatz Badezimmeraccessoires. Für das Schweizer Labortechnikunternehmen Camag entstanden hoch funktionale, ästhetische Geräte für unterschiedlichste Funktionen.

Genauso gern jedoch entwickelt man neue eigene Ideen. «Gewisse Ideen müssen einfach verfolgt werden, auch wenn kein Kunde danach fragt. Deshalb gehört es zu uns, dass ▶

Tale, das sind von links nach rechts: Philipp Gilgen, Noël Oegerli und Norbert Meier.



Links: Der Weg zum perfekten Rucksack aus Leder für Format Brigitte Hürzeler war lang und mit vielen Materialtests verbunden.
Rechts: Mit «Momentum Wireless» bringt Sennheiser die neue Generation der Over-Ear-Kopfhörer.



Links: «Six», Drehrad, Similor Kugler wünschte eine neue Outdoor-Armatur.
Rechts: Waschbecken aus der Badmöbelkollektion «Source» für Talsee. Entweder aus Naturstein gefräst oder in Solid Surface gegossen.

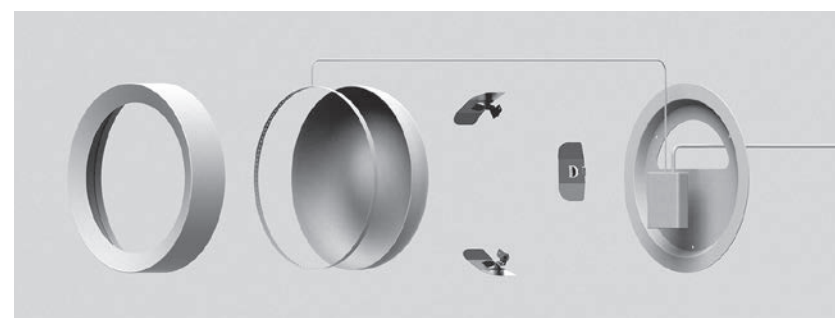


«Gewisse Ideen müssen einfach verfolgt werden, auch wenn kein Kunde danach fragt. Deshalb gehört es zu uns, dass wir immer wieder eigene Produktentwicklungen starten und diese bis zu einem gewissen Punkt ausarbeiten. Wir haben es schon mehrmals geschafft, solche Eigenentwicklungen zusammen mit einem Herstellungspartner auf den Markt zu bringen.»

Team Tale



«N.V.L.», LED-Leuchte Monolicht. Das Licht der nicht sichtbaren LED trifft auf die innere Oberfläche der Leuchte, dort spiegeln sich die Strahlen, es entsteht ein diffuses, indirektes Licht.



Flaschenöffner «Open», in massiver Bronze gegossen, Werkzeug und kleine Alltagskulptur zugleich. Materialität und Haptik im Einklang, jeder Öffner ist ein Einzelstück.

► wir immer wieder eigene Produktentwicklungen starten und diese bis zu einem gewissen Punkt ausarbeiten. Wir haben es schon mehrmals geschafft, solche Eigenentwicklungen zusammen mit einem Herstellungspartner auf den Markt zu bringen. Uns reizt daran vor allem, dass wir den Weg im Prozess komplett selbst gehen und dadurch sehr konsequent gestalten können. Diese Projekte sind meist geprägt von Experimenten, aus denen wir sehr viel lernen. Den Traum vieler Designer, eigene Produkte selbst zu vertreiben, haben wir relativ rasch ad acta gelegt, wir haben realisiert, dass wir besser darin sind, Design zu machen als Produkte zu verkaufen.» Die «N.V.L.»-Leuchten (non visible lightsource) mit werkzeugloser Verbindung der Gehäuseteile sind so entstanden oder Entwürfe im Rahmen eines Kundenauftrags mit neuen Aspekten für eine nachhaltige Dentalserie im Luxusbereich. Auf der To-do-Wunschliste stehen ausserdem Roboter und Elektromobilität.

Analog oder digital?

Im gemeinsamen Gespräch im Atelier entstehen erste Ideen, im Entwurfsprozess werden analoge wie digitale Tools gleichermaßen genutzt, manchmal schon in einem frühen Stadium auch CAD-Modelle und Visualisierungen, um gewisse Dinge zu überprüfen. Jede Aufgabe verlange nach einer neuen Herangehensweise, das sei ja Teil der Faszination. Die Zusammenarbeit mit der Stiftung MBF entstand durch den radial faltbaren Topfuntersetzer «Logs». Diesen liess Tale als Eigenentwicklung dort fertigen, um lokale und soziale Institutionen zu berücksichtigen. Das wiederum weckte bei MBF den Wunsch nach einer eigenen Produktkollektion, und Tale erhielt die Aufgabe, Konzepte und Ideen für eine erste Kollektion auszuarbeiten und «Logs» zu integrieren. Entstanden ist eine Serie von zwölf Produkten, die Marke «Stein Made» und eine sehr dynamische Zusammenarbeit. Formal entstanden schlichte und langlebige Designs, Produkte mit einem hohen Nutzen im Alltag. Zu berücksichtigende Faktoren waren die Herstellung durch die von der Stiftung beschäftigten Menschen mit Behinderung, um eine möglichst hohe interne Wertschöpfung zu generieren, sowie eine besser ausgelastete Holzwerkstatt. Eines der herausforderndsten Produkte war die Kopfhörerserie «Momentum» für Sennheiser, aktuell in der dritten Generation auf dem Markt. Die Designelemente mit echten Materialien wurden konsequent weiterentwickelt, neu interpretiert und mit weiteren ergänzt. Die neuen Features wie beispielsweise Transparent Hearing machen den neuen «Momentum» in noch mehr Situationen des Lebens tragbar, jedoch erfordert die grössere Anzahl von Funktionen eine intuitivere Bedienung. So wurde die Grösse der Earcups ►



Drei von zwölf entwickelten Produkten für die Stiftung MBF/Stein Made: Mühlen «S» und «L», faltbarer Untersetzer «Logs» und die passende Verpackung.



→ genutzt, um sämtliche Bedienelemente gut auffindbar darauf zu platzieren und durch Buttons mit klar definierten Kanten einfach erstastbar zu machen. Die charakteristische Gestaltung der Badmöbelkollektion «Source» für Talsee basiert auf historischen, in Stein gehauenen Waschbecken, kombiniert mit geschichteten Volumen, die entweder vertikal aneinander ausgerichtet oder horizontal gegeneinander verschoben werden.

Mit diesem Prinzip können unzählige Möbeltypen generiert und genutzt werden. Das Produktdesign des Waschtischs berücksichtigt zwei komplett unterschiedliche Herstellungsverfahren: aus Naturstein gefräst oder in Solid Surface (z. B. Corian) gegossen. Das ermöglicht es, mit demselben Design zwei unterschiedliche Preissegmente abzudecken. Integriertes blendfreies Licht und Accessoires wie verschiedene Trays in Massivholz komplettieren die Kollektion.

Design für viele anstatt für wenige

Man spürt und sieht ihr Anliegen für funktionales wie ästhetisches Design. Alle sprechen heute von Design, leider oft verbunden mit Exklusivem oder Unnutztem. Tale will gutes Design für die Masse machen. Gut gestaltete Produkte, die perfekt funktionieren und lange Freude bereiten. Das müsste auch bei Produkten von Grossverteilern Standard sein, leider werde von den Kunden zu viel unterdurchschnittliches Design toleriert. Die Klimadebatte bringt wieder Schwung in diesen Diskurs. Es geht um Sinn, Nachhaltigkeit, neue Materialien und darum, in Kreisläufen zu denken. Als Produktdesigner wollen sie durch die Materialisierung, die Lebensdauer und die Rückführung ins Recycling einen positiven Einfluss nehmen. Muss man sich wundern, wenn die Tale-Designer ihre Inspiration im ganz normalen Leben in der Gesellschaft finden? Überall dort, wo sich Menschen bewegen, wo gelebt und konsumiert werde, treffe man auf Dinge, Lösungen und Konzepte, die man besser machen könne, oder auf Lücken, die man schliessen könne.

Produkte von Tale holen regelmässig renommierte internationale Auszeichnungen. Noch sähen sie sich nicht als international etabliertes Designstudio, aber es entwickle sich gut. Um den Durchbruch zu schaffen, brauche es ein Projekt, das international wahrgenommen werde. (Produzenten, hört die Signale und seht die Chancen.) Vielleicht wird eines der Projekte in der Pipeline – der Uhrmacherarbeitsplatz der Zukunft, eine Serie von Dentalprodukten und nachhaltigen Verpackungen für den Massenmarkt – dafür sorgen. Bei ihren eigenen Entwicklungen beschäftigen sie sich mit verschiedenen Wohnraumansätzen, ein Bereich, der sie stark interessiere und bei dem noch Potenzial vorhanden sei.

tale.ch