

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 24 (2011)
Heft: 8

Artikel: Ein Gerät, eine Funktion : die Tessiner Firma "Punkt" stellt einfache Apparate her
Autor: Ernst, Meret
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-287131>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

EIN GERÄT, EINE FUNKTION Apparate mit möglichst wenig Knöpfen.

Die Tessiner Firma «Punkt.» macht elektronische

Text: Meret Ernst, Fotos: Claudio Bader

Alle sprechen von Konvergenz. Das Zauberwort verspricht, unterschiedliche Medien und Technologien zu kombinieren. Unerreicht in diesem Feld: das iPhone. Wir telefonieren, surfen, mailen, fotografieren, spielen mit diesem Minicomputer. Und lassen uns am Morgen mit der Wecker-App aus dem Schlaf reissen. Das Unternehmen «Punkt.» geht genau den umgekehrten Weg. «Konvergenz interessiert uns nicht. Wir wollen die elektronischen Geräte, die uns umgeben, einfacher machen», erklärt Raffaella Cardarelli.

Die Marketingfachfrau ist Chefin eines Unternehmens, das mitten in der Finanzkrise Ende 2008 aus der Taufe gehoben wurde und in Lugano sitzt. Ein Startup, finanziert vom Norweger Petter Neby, einem Unternehmer, der sich für Elektronik und Design interessiert. Er verfügt über gut gefüllte Taschen und die Erfahrung, dass solche Unternehmen Zeit brauchen, bis das erste, zweite oder dritte Produkt soweit ist, das Geschäft zu tragen. Das Aktienkapital der Firma ist mit einer Million Franken ausgewiesen. Eine zeitliche Limite, bis die Gewinnschwelle erreicht werden müsse, gebe es nicht. Kennengelernt haben sich die beiden in einem anderen Startup, das Raffaella Cardarelli in wirtschaftlichen Fragen beraten hat und in dem Neby als Verwaltungsrat sass. «Punkt.» wollte einfach zu bedienende Geräte mit einem hohen Designanspruch entwickeln und auf den Markt bringen, nimmt Cardarelli den Faden auf.

EIN WECKER UND EIN TELEFON Diesen Weg haben bisher ein Wecker und ein Festnetztelefon geschafft, mehr nicht, aber auch nicht weniger. Jasper Morrison hat sie entworfen, und das kommt nicht von ungefähr. Der Designer gilt als Meister, Produkten eine Form zu geben, als kennen wir sie seit Langem. Das passt zur Idee, die Cardarelli mit Neby spannt: Elektronische Geräte zu erfinden, die dort ansetzen, als die Apparate einen einzigen Zweck erfüllten.

Lanciert wurde das Telefon als Prototyp an der Londoner Design Week letzten Herbst in Morrisons' Studio. Neben Schuhen für Camper und der Uhr, die er für Rado entworfen hatte (siehe HP 12/10), sorgte vor allem das Telefon für Aufmerksamkeit. In der Station verankert wartet es auf dem Tisch liegend oder an die Wand montiert auf Anrufe. Morrison gab ihm einen unverkennbaren Twist: die aufgeräumte Tastatur mit den grossen Tasten und das gut lesbare Display schauen immer nach oben. So lässt sich die Nummer eintippen und telefonieren, ohne den Hörer in die Hand nehmen zu müssen. Ein Magnet im Hörer hält es in der

Basisstation. Darin ist ein Anrufbeantworter integriert und einhundert Adressen können gespeichert werden. Das ist alles an Funktionen.

In Mailand an der Möbelmesse folgte der zweite Streich: ein Wecker, in ein Aluminiumprofil gefügt, mit einer weissen, selbst leuchtenden Fünfminuteneinteilung und einem ebensolchen Stunden-, Minuten- und Weckzeiger, einfach zu bedienen und mit angenehmen Klingeltönen bestückt. Ein kleines Fenster unter der Zwölf zeigt an, ob die manuell einzustellende Weckfunktion aktiviert ist oder nicht. Ausschalten oder auf Snooze umschalten klappt im Halbschlaf. Wecker und Telefon gibt es in Weiss, Schwarz oder Rot. Weiter geht die Wahlmöglichkeit nicht.

VON DER SCHWIERIGKEIT, EINFACH ZU SEIN

Wecker und Telefon unterscheiden sich nicht nur in der technischen Komplexität. Auch der Weg zum fertigen Produkt lief verschieden. Obwohl der Wecker, der als erstes Produkt geplant war, weniger kompliziert ist, dauerte sein Werdegang länger. Die Gründe sagen etwas über den Anspruch der Firma aus: Das Design und die Konstruktion aus einem extrudierten Aluminiumprofil mit der leichten Neigung und einem runden Loch, in das die Uhr eingefügt ist, standen schon fest, als ein Hersteller gesucht wurde.

«Der deutsche Produzent, für den der Wecker das erste Designprojekt war, genügte unseren Anforderungen nicht. Ihn auf unser Anspruchsniveau zu heben, hätte zu lange gedauert», begründet Raffaella Cardarelli. Die erneute Suche nach einem Hersteller mit dem nötigen Ehrgeiz führte sie schliesslich zu Seiko. Geglückt ist die Zusammenarbeit auch deshalb, weil der japanische Produzent eine Serie von Uhren und Weckern herstellt, die Jasper Morrisons Freund und Bruder im Geiste, Naoto Fukasawa, entwarf.

GEGEN DEN ZEITGEIST Unkomplizierter lief es beim Telefon, das nur zwölf Monate Entwicklungszeit brauchte. Cardarellis Idee, die Zeit bis zum verzögerten Markteintritt des Weckers mit einem zweiten Projekt zu überbrücken, überzeugte den Investor. Jasper Morrison, der in der Rolle des Art Directors auch das Erscheinungsbild und die weiteren Produkte der Firma mitbestimmt, begann zu entwerfen. Weil die kleine Firma keine eigene Entwicklungsabteilung hat, beauftragte sie dafür die britische Cambridge Consultants. Die Produktion der elektronischen Teile übernahm die koreanische Firma Arotech, die von der italienischen Promelit vertreten wird. Sie tritt nun als Produzent auf. Zusammengesetzt wird das



«Das Uhrwerk des Weckers «AC 01» liegt in einem geneigten, L-förmigen Aluminiumprofil.

>Liegend wartet das Festnetztelefon «DP 01» auf Anrufe. An die Basisstation können bis zu fünf Zusatzgeräte angeschlossen werden.



^Das Zifferblatt ist durch ein kratzfestes Glas geschützt.



^Alarmzeit einstellen, Weckfunktion aktivieren oder noch etwas länger schlafen: die Funktionen sind gut ablesbar.

✓ Raffaella Cardarelli, Geschäftsführerin von der Firma «Punkt», in ihrem Büro in Lugano.



Telefon in Shenzhen, verkauft wird es bereits in zehn Ländern, in der Schweiz ist es für 250 Franken erhältlich. Natürlich müssen die jeweiligen technischen Standards berücksichtigt werden. Doch nicht sie alleine: «Ob das Telefon auch im amerikanischen Markt ankommt, den wir ab 2012 beliefern möchten, testen wir an der Messe ICFF in New York.» Dann erst werde konkret überprüft, ob das Gerät in den grösseren amerikanischen Häusern funktioniert.

«Punkt.» geht eine Wette gegen den Zeitgeist ein, der immer ausgefeiltere Funktionalität verlangt. Der Einsatz ist ein Design, das zeigt, es könnte, aber es muss nicht. Das unterscheidet die Produkte von ihren unverkennbaren historischen Vorbildern, die Dieter Rams für Braun entwickelte. Bedienen wir den Wecker oder das Telefon, ist damit ein bewusster Verzicht verknüpft, den wir als wohltuend erleben – entsprechend vermittelt der Entwurf auch formal diese Überlegenheit.

GLOBALES DESIGN? Ein Design, das weltweit gültig sein will, muss nicht nur technisch, sondern auch kulturell anschlussfähig gemacht werden. Mit Jasper Morrison, der sich seine Zeit zwischen London, Paris und Tokio teilt und seine Entwürfe auf den von ihm propagierten «utilism» zurückführt, hat «Punkt.» eine gescheiterte Wahl getroffen. Doch die Gleichung «global akzeptiert, weil einfach zu bedienen» ist nicht leicht zu lösen. Und ob dieses Konzept ein ganzes Unternehmen tragen kann, bleibt abzuwarten. Raffaella Cardarelli gibt sich davon überzeugt. Sie verzichtet auf millionenteure Marktanalysen und Kampagnen, schöpft aus ihrer eigenen Beobachtung und der ihres Teams. Das ist noch klein, im Moment arbeiten sieben Leute mit, das dritte und das vierte Produkt sind in der Pipeline. Überleben wird das Startup aber nur, wenn es seine Nische nicht zu klein dimensioniert.

Bleibt die Frage, wieso «Punkt.» in Lugano sitzt? Was Raffaella Cardarelli antwortet – die Italienerin, die mit einem unverkennbar schottischen Akzent englisch spricht –, würde jeden Standortförderer zum Leuchten bringen. Es waren die vorteilhaften Vorschriften und steuerlichen Bestimmungen. Die Lage ist zentral, das nahe Umfeld allerdings spielt keine Rolle. Der Verweis auf den Standort wird zum Glück nur zurückhaltend eingesetzt. Auch das trägt zur Glaubwürdigkeit bei: kein falsches Swiss made, kein Schweizerkreuzchen. Ob die Farbe rot wirklich eine Referenz an die Schweiz bedeute, wie die Pressemappe behauptet, kann man getrost bezweifeln.

MEHR IM NETZ

Wie Jasper Morrison seine Designhaltung erklärt:

> www.links.hochparterre.ch



◀ Weiss oder rot? Oder doch schwarz?
Diese Wahl ist hoffentlich zu managen.

