

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Band:** 12 (1999)  
**Heft:** 8

**Artikel:** Die Wissenskiste : das Eidgenössische Institut das Institut für Geistiges Eigentum  
**Autor:** Michel, Ralf  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-121129>

### **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:** 06.10.2024

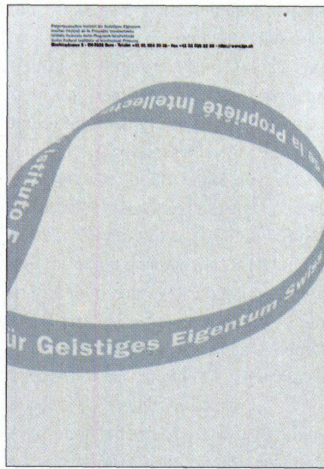
**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# Die Wissenskiste

**Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum ist in den letzten Jahren von der Behörde zum öffentlich rechtlichen Dienstleister umgebaut worden.**

**Designer machen die Dienstleistungen des Institutes sichtbar. Hochparterre stellt die Grafik zum Service vor.**



Die Schleife, das Signet des Instituts, wird als Hintergrund oder Erkennungselement verwendet

Das Institut erhielt nicht nur eine neue Grafik, sondern auch einen neuen Leseraum mit direktem Zugang zum Archiv. Hier kann man in ruhigen und hellen Räumen recherchieren



Bild: Muriel Steiner

Am Anfang jeder erfolgreichen Firma steht das Produkt. Das Kerngeschäft des Eidgenössischen Institutes für Geistiges Eigentum sind die Schutzrechte. Es erteilt und verwaltet Patente, Marken, Muster und Modelle. Um das Kerngeschäft siedeln Informationsprodukte: Recherche zum Stand der Technik, die Markennachforschungen sowie Schulungen zum Güterrecht. Die Qualität der Dienste steht und fällt mit dem angesammelten Wissen und der Gestaltung der Schnittstellen – Formulare, Broschüren, Webseiten, Briefschaften. Als die Leistungen des neuen Institutes 1995 strukturiert waren, schrieben die Patentverwalter einen Wettbewerb für das Erscheinungsbild und die Kommunikation aus. Den Zuschlag erhielt die Werbeagentur Push and Pull aus Bern, die mit den Arbeiten der SGV-Grafiker Andreas Netthoewel und Martin Gaberthüel angetreten war. Das Institut gab je 10 000 Franken für Konzept und Erscheinungsbild aus.

## Erscheinungsbild und Dienstleistung

Das Signet besteht aus einer verwundenen Schleife, auf der der Titel des Institutes in drei Sprachen prangt. Die jeweils benötigte Landessprache tritt lesbar hervor, während die anderen bruchstückhaft in Spiegelschrift erscheinen. Das Signet wird immer als Hintergrund- oder Erkennungselement verwendet. Auf den Formularen, Briefschaften und Broschüren erscheint zusätzlich der vollständige Titel des Institutes samt Adresse. Alle grafischen Arbeiten, die aus der Küche von Push and Pull und Netthoewel/Gaberthüel stammen, zeichnen sich durch zweierlei aus: Erstens ist der Inhalt klar strukturiert und verständlich formuliert, was an Textmenge und Sprachwahl liegt; zweitens ordnet das grafische Konzept die Inhalte – die Informationen werden mit übersichtlichen Grafiken, die Seiten mit Schmuckelementen, Bildern und genügend Weissraum aufgelockert. Die beste grafische Arbeit bisher ist gleichzeitig die jüngste: In einer Broschüre erklärt das Institut im Spiel mit Text und Bild den Sinn und

Zweck von Marken und informiert über die Schutzrechte. Neben allen wichtigen Informationen zum Markenrecht erklären die Grafik Designer mit einem Spiel aus Illustration und Papier den Unterschied zwischen Marke und Produkt: Auf einer Seite ist die pure Verpackung, zum Beispiel eine Aluminiumtube, abgedruckt; schlägt man die nächste Seite um, legt man ein transparentes Papier mit der Produktgrafik darüber. So wird die Senftube zum Markensenf!

## Kleine Irrungen und Wirrungen

Zweimal nur wich das Institut in den vergangenen Jahren von den Vorgaben des Erscheinungsbildes ab. An den Ergebnissen kann man erkennen, wie wichtig die Qualität grafischer Arbeiten für die Kommunikation ist. Erstens: Im November 1997 gestaltete ein anderes Grafikbüro die Imagebroschüre. Auf dem Umschlag aus Transparentpapier feiert sich eine Illustration selbst so sehr, dass das Logo und der Schriftzug des Institutes nicht mehr zu erkennen sind. Was aussen schlecht beginnt, wird innen nicht besser: ungelenke Illustrationen und übergrosse Schriften lassen die Inhalte marktschreierisch und billig wirken. Das haben auch die Patentverwalter erkannt und sind zu Push and Pull zurückgekehrt. Zweitens: Die Webseiten des Institutes sind ein Beispiel für misslungenes Design. Alle Daten der 1,5 Millionen Patente sind in einer Datenbank digitalisiert, Formulare können aus dem Netz geladen werden und vieles mehr. Die Programmierung ist eine technische Meisterleistung, die Nutzerführung hingegen ist an der linken Seite vertikal organisiert, wird der Informationstiefe nicht gerecht und hat keine erkennbare Verbindung zum Erscheinungsbild des Institutes. Im Herbst, wenn die 125 000 Muster und Modelle in der Datenbank untergebracht sind, wird auch die Website neu gestaltet sein. Fürs Interface Design engagierte das Institut die Berner Designerinnen Maya Valentin und Judith Zaugg.

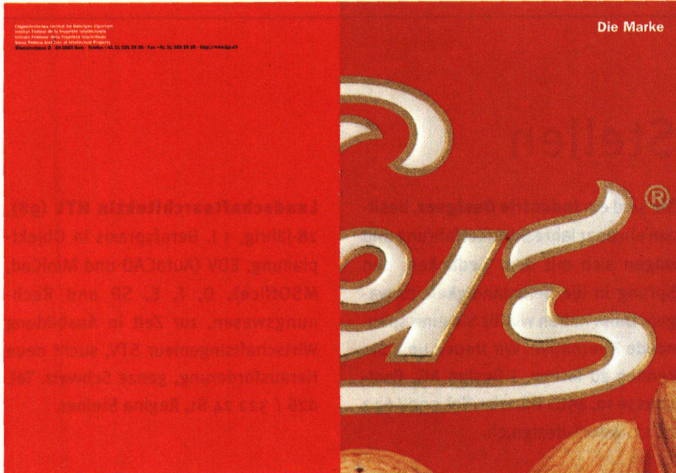
Ralf Michel



Im Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum arbeiten 190 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Insgesamt verwaltet das Institut

- 1,5 Millionen Patente, wovon 90 000 in Kraft sind
- 125 000 Muster und Modelle mit circa 500 000 Gegenständen; davon sind 7200 Muster und Modelle mit etwa 40 000 Gegenständen in Kraft.

Im letzten Jahr wurden 2799 Gesuche um Schutzrechte für Patente gestellt und 940 für Muster und Modelle. Im Auftrag von Kunden erledigten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 1345 Patentrecherchen und etwa 100 Recherchen zum Design. Das Institut hat 1998 einen Gewinn von 16 Millionen Franken erwirtschaftet.  
<http://www.ige.ch>



Umschlag der neuen Infobroschüre zum Markenschutz



Mit einem einfachen Trick erklären die Designer, was ein Produkt von einer Marke unterscheidet



# glaströschdesign

+ & + besteht aus Glasplatten im Format Ihrer Wahl, die mit feinen Alu-Profilen versehen sind. Drei Verbindungssysteme stehen Ihnen zur Verfügung, mit einem Bewegungswinkel von bis zu 360°. Nie war es leichter, Glasplatten zu verbinden.



Ein System baut auf Sie

glaströschdesign • Faglas AG  
 Bernstrasse 120, Postfach  
 CH-3613 Steffisburg  
 Telefon 033 439 51 11  
 Telefax 033 437 24 48  
[www.glastroesch.ch](http://www.glastroesch.ch)  
 e-mail [design@glastroesch.ch](mailto:design@glastroesch.ch)

