

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 14 (2001)
Heft: [6]: 3. Industrie Design Tag : "How to Design Innovation" : 21. Juni 2001, 9.00-17.00 Uhr : Design Center Langenthal

Vorwort: Innovations-Kult oder alter Wein in neuen Schläuchen
Autor: Gerber, Eva

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: 30.01.2025

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

Innovation ist ein Zauberwort. Sein Vorgänger ist der in Misskredit geratene Fortschritt. Der Fortschrittsmythos vermochte während Jahrzehnten die Hoffnungen auf ein besseres Leben zu bündeln und Menschen und Kapital zu mobilisieren. Mit dem Aufkommen der Drittwelt- und Ökobewegung in den Siebzigerjahren büsste der Fortschrittsglaube mehr und mehr an Kraft ein. Heute liegt der Glaube an den Fortschritt wieder im Trend, er kommt in neuem, pragmatischerem Gewand daher und nennt sich Innovation. Auf Innovationen setzen Manager und Wirtschaftspolitiker ihre Hoffnungen. Innovationen scheinen ihnen per se erstrebenswert. Sie gelten als Allheilmittel, durch das alles besser, schneller und schöner wird. Denn die Wirtschaft flo-

riert dank stetiger Erneuerung des Warenkorbs. Neue Produkte werden in immer kürzeren Abständen auf den Markt gebracht – Verkürzung der Produktlebenszyklen heisst das. Dabei entsteht selten bahnbrechend Neues und noch seltener Nützliches. Meist werden Vorgängerprodukte optimiert, schneller, kleiner oder schnittiger. Und Designer sorgen für das «innovative» Outfit.

Das Design Center knüpft mit dem 3. IndustrieDesignTag an diesen Innovations-Kult an. Die Referenten zeigen, unter welchen Bedingungen Neues entstehen kann und wie Designer und Ingenieure dabei zusammenarbeiten. Dabei wollen wir auch den Finger drauflegen, dass es nicht genügen kann, dem Neuen hinterher zu rennen oder alten

Wein in neue Schläuche abzufüllen. Die Frage, ob und welche Innovationen nötig und sinnvoll sind, soll daher bei all den Erfolgsgeschichten im Hinterkopf mitschwingen.

Zur Dokumentation des Tages hat das Design Center auch zum 3. IndustrieDesignTag zusammen mit Hochparterre wieder das vorliegende Heft herausgegeben, das die Projekte der Designer und Ingenieure von James Dyson über Nose Design bis Wilkhahn vorstellt. Begleitet werden die Fallstudien, die sich handfest ums «Neue» kümmern, von Überlegungen von Kulturwissenschaftlern und Ökonomen und abgerundet schliesslich mit einem Blick in Forschungswerkstätten und Hochschulen.

*Eva Gerber, Programmdirektorin
Design Center Langenthal*



© Memo Doden

Innovations-Kult oder alter Wein in neuen Schläuchen