
A010 Ideen

Die Idee ist die Seele des Projekts, so wie die Struktur und der funktionale Apparat der Körper sind. Um stark genug zu sein, um sich in ein erfolgreiches Projekt verwandeln zu können, muss die Idee:

- einfach

Einfachheit, die Grundlage eines jeden guten Projekts, ermöglicht ein klares Verständnis der Gestaltungsabsichten und die Erkennung der Idee des Designers.

- innovativ

Innovation ist das Schlüsselement des Projekts, da sie das Produkt charakterisiert, indem sie es von dem unterscheidet, was bereits existiert.

- erkennbar

Die Anerkennung der erzeugenden Idee muss im Endprodukt gewährleistet sein und dem Produkt seine eigene innere Stärke und hohe Attraktivität verleihen.

Nur wenn sowohl der Designer als auch der Nutzer in der Lage sind, die Idee, die hinter dem Projekt steckt, in einer Geste, einem grafischen Zeichen oder mit einem einfachen Schema aus dem Endprodukt zusammenzufassen, haben wir es mit einer starken Idee zu tun.

Das konsequent auf der Basis einer starken Idee entwickelte Produkt hat eine eigene erkennbare Seele und wird mit der Zeit weiterleben.

TOBLERONE

Als Produkt, welches 1908 vom Schokoladenhersteller Theodor Tobler entworfen wurde, ist die Toblerone eines der Symbole der Schweiz.

Was ist das Geheimnis des Erfolgs dieses Produkts, das seit über einem Jahrhundert seinen Charme bewahrt und praktisch ohne Änderungen im Design und sogar in der Verpackung verkauft wird?

Vielleicht liegt das Geheimnis in seiner aussergewöhnlichen inneren Schlichtheit: es ist eine reine Form, ein Dreieck gleich dem Matterhorn (eines der international bekanntesten Symbole der Schweiz), auf das auf der Verpackung verwiesen wird.

Die Toblerone wird so zum nationalen Symbol.

Von der Seite gesehen ist es eine Wiederholung von Dreiecken, die der ursprünglichen Idee noch mehr Kraft verleiht.

Um ein Stück davon zu versuchen, genügt es an der Unterseite des Balkens zu drücken, um eine Portion, ein Dreieck, zu entfernen. Köstlich. Brilliant!



das Matterhorn



Toblerone - 1908



Toblerone - 2018