

KOMMUNIKATION

# Hast du Töne?

Telefonieren allein macht nicht glücklich. Telefonieren in der Telecab schon. Die neuen Kabinen sprechen mit Farbe, Form und Musik alle Sinne an.

**R**und sind sie, ganz aus Glas, und am Abend leuchten sie in ver-



wechselt die Farbe, um anzuzeigen, dass ein neuer Tag beginnt.

**B**egrüsst und verabschiedet werden die Besucher der Telecab mit einem langgezogenen, sphärisch klingenden Ton. Er stammt von Sri Swamiji, einem angesehenen Vertreter der hinduistischen Lehre, einem Siddha-Nada-Jogi, einem Meister der Töne. Insgesamt 23 solcher Klangbilder hat der indische Musiker und Heiler aus seinem Werk «Nada Himalaya» für die Telecabs zur Verfügung gestellt. Und so tönt's im gläsernen Telefonkabäuschen am Limmatplatz anders als



schiedenen Farben. Öffnet man ihre Tür, erklingt eine eigenartige Musik, so als ob jemand mit nassem Finger über einen Glasrand fährt. Nach wenigen Sekunden kehrt Ruhe ein, und man kann sich seinem eigentlichen Anliegen widmen: dem Telefonieren.

Hundert dieser «Telecabs 2000» gibt es mittlerweile in der Schweiz, rund sechzig davon stehen in Zürich. Mit ihrem ultramodernen Design unterscheiden sie sich deutlich von den 14 000 gewöhnlichen Telefonkabinen.

Aufgestellt wurden sie auch nicht von der Swisscom, sondern von der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG).

«Wir sind immer auf der Suche nach Werbefläche, die von möglichst vielen Leuten beachtet wird», erklärt Rolf Suter, stellvertretender Generaldirektor der APG. «Gleichzeitig muss sie sich harmonisch ins Stadtbild einfügen und auch den baupolizeilichen Vorschriften entsprechen.»

Stadtmobiliar wie Tramhäuschen oder Telefonkabinen er-



Zum Telefonieren allein zu schade: Die Telecab 2000 spricht alle Sinne an.

füllen diese Bedingungen in idealer Weise. 45 000 Franken pro Stück lässt sich die APG ihre durchgestylten Werbeträger kosten. Die Swisscom übernimmt Ausrüstungs- und Anschlussgebühren der Telecabs. Weitere 400 bis 500 sollen in den nächsten Jahren in Schweizer Städten installiert werden. An welchen Plätzen, bestimmen APG und Swisscom gemeinsam.

Das Konzept für die klingende Kabine mit Leuchteffekt entwickelte Hans Ulrich Imesch vom Institut für Ganzheitliche Gestaltung in Zürich.

Der Architekt und Tiefenpsychologe ist überzeugt, dass sich in der Aussenwelt, in einer Stadt oder einer

Wohnung das Innere der Menschen spiegelt und umgekehrt das Äussere auch ihr Innenleben beeinflusst. «Ein Architekt», so Hans Ulrich Imesch, «ist ein Bote zwischen Bewusstem und Unbewusstem.»

Mit der Telecab wollte er einen Ort der Kommunikation schaffen, der positiv anregend wirkt.

**S**o steht die runde Form für Offenheit und Weite; sie bietet jedoch gleichzeitig Schutz und Ruhe vor der Hektik des Alltags. Je nach Wochentag leuchtet der Glasaufsatz in verschiedenen Kombinationen der Primärfarben Rot, Blau und Gelb. Jeweils um Mitternacht

am Mythenquai. Die Wirkung der Töne soll indes überall die gleiche sein: belebend, Körper, Seele und Geist harmonisierend.

«Mit Esoterik hat das Ganze jedoch nichts zu tun», wehrt Hans Ulrich Imesch ab. «Form, Farbe und Klang der Telecab sprechen in den Menschen ein Urwissen an, über das jeder verfügt.» Anscheinend auch die Swisscom-Vertreter.

Bedenken, dass sie mit den Telecabs in der mystisch-esoterischen Ecke landen, gab es laut Pressestelle keine. Die Reaktionen der Kunden sei ausgesprochen positiv gewesen. Psychologe Imesch freut's. Er beobachtet gelegentlich, dass Passanten die Tür mehrmals öffnen und schliessen, um den Tönen zu lauschen. Imesch: «Von Architektur und Psychologie müssen sie gar nichts verstehen. Es gibt ein tieferes, gefühlsmässiges Begreifen. Und manchmal reicht es doch einfach, etwas schön zu finden; man muss nicht immer wissen, warum.»

SIGRID CARIOLA