

Rollende Kaffeebar

Petra Hemmi und Serge Fayet, Architekten aus Zürich, haben letztes Jahr den Sitz der Firma Helbling in Dietikon (HP 12/97) entworfen. Im neuen Gebäude gibt's einen grossen Versammlungsraum, der auch als Aufenthaltsort für die Kaffeepause dient. Für diesen Raum sollten die Architekten nun einen Kaffeetisch erfinden, den man bei Sitzungen wegrollen und in eine Ecke stellen kann, und an den man bei Bedarf weitere Möbel anhängen kann. So entstanden 17 Stücke des 104 cm hohen, 60 cm tiefen (Boden 40 cm) zerlegbaren Möbels aus beschichteten MDF-Platten.

Praktische Erweiterungen

Doch damit nicht genug. An der Einweihungsfeier des neuen Helbling-Gebäudes entdeckte Emanuel Probst, der General Manager der Jura Elektroapparate, Niederbuchsiten, das Möbel und sah in ihm das Verkaufsdisplay für die neu entwickelte Kaffeemaschine «Subito».

«Red spot», so heisst das Stehmöbel jetzt, ist zusätzlich mit einer Schublade für Zucker, Kaffeevorräte, Becher und Rahm ausgestattet. Eine Wand unterhalb der Schublade trennt den

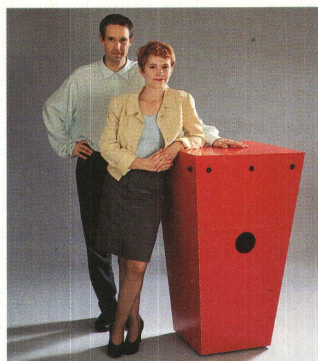
Abfalleimer vom Abteil für Wasserbehälter, Papierrollenhalter und Putzzeug ab. Die beiden Abteile werden mit zwei Klappen geschlossen, die mit Topfbändern arretiert sind. Bei den Klappen ist je eine runde Öffnung angebracht, sie dienen zum einen als Griff zum Aufklappen und für die Schublade, zum andern als Abfalleinwurf. In den Deckel haben Hemmi und Fayet drei Bohrungen gesetzt – in die beiden äusseren kann ein Plakatständer gesteckt werden, die mittlere schluckt das Elektrokabel der Kaffeemaschine, das dann mit Clips an der Rückwand des Möbels entlang geführt wird.

Vielseitig, aber trotzdem schlicht

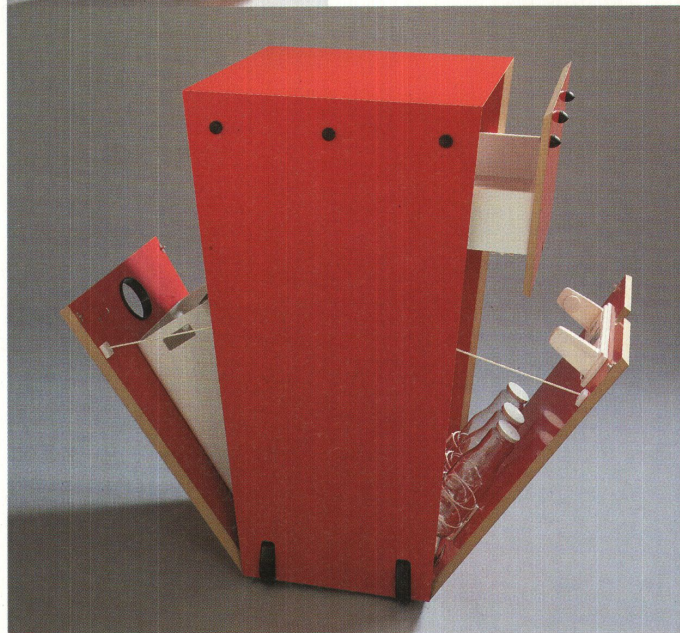
Die Firma Lenzlinger aus Uster stellt das Möbel her und liefert es in einem Bausatz, die Montageanleitung kommt von den Architekten.

Hemmi und Fayet ist es gelungen, mit einfachen Materialien ein praktisches, vielseitiges, schlichtes Möbel zu gestalten, dessen Funktionen optimal ausgenutzt werden. Das ist wohl der Firma Jura auch aufgefallen, sie hat sich jedenfalls für zwei Jahre das Exklusivrecht an «red spot» gesichert.

Nadia Steinmann



Serge Fayet und Petra Hemmi mit dem Stehmöbel «red spot»



Oben die Schublade für die Vorräte; darunter das Abteil mit Wasserflaschen und Papierrolle. Links ist der Abfalleimer untergebracht

Bilder: Hannes Henz

Designer können nicht erklären

Seit einem Jahr ist der Basler Architekt Peter Fierz Präsident der Eidgenössischen Kommission für angewandte Kunst, die das Bundesamt für Kultur (BAK) in der Designförderung berät. Er sprach mit Ralf Michel über das schlechte Abschneiden junger Industrial Designers beim Eidgenössischen Wettbewerb für Gestaltung 98.

Die Ergebnisse des Eidgenössischen Wettbewerbes für Gestaltung 1998 sind für junge Industrial Designer ernüchternd. Beim Rundgang fiel auf, dass zwar fünf Arbeiten in Industrial Design zur zweiten Runde eingeladen und ausgestellt waren, jedoch keine einen Preis erhalten hat. Wo liegen die Defizite?

Die eingereichten Dossiers im Industrial Design hatten nicht die Qualität der Arbeiten etwa aus den Bereichen Grafik- oder Modedesign. Es gab ein Missverhältnis zwischen wenig bemerkenswerten und vielen mittelmässigen Arbeiten. Von den schliesslich ausgestellten überzeugten weder die Resultate noch deren Präsentationen.

Welcher Wert wird der Präsentation im Wettbewerb beigemessen und was können die jungen Industrial Designer nicht?

Nur wenige Arbeiten können durch eine klare Haltung überzeugen. Auch erklären sie sich, was oft an der Sache liegt, ja nicht selber. Deshalb ist die Präsentation wichtig. Sie erklärt die Motivation, die Brauchbarkeit und die Hintergründe eines Produktes. In der Ausstellung waren die Produkte entweder zusammengewürfelt wie in einem Selbstbedienungsladen und sollten für sich sprechen. Das ist misslungen. Oder die Industrial Designer schmückten ihre Präsentationen mit geliehenen Argumenten, hoffend, die Jury würde dies nicht merken. Wir haben es aber gemerkt.

Worauf führen Sie die Darstellungsfähigkeit von Designern zurück?

Der Wettbewerb ist auch ein Spiegel der Ausbildung. Die Designer sind nicht gewohnt oder bemühen sich nicht, ihre Entwürfe zu erklären und ihre Ideen zu vermitteln. Ich hoffe, dass

in den Fachhochschulen für Gestaltung Sprache, Argumentation und Präsentation mehr Gewicht erhalten.

Peter Fierz, Sie sind seit einem Jahr Präsident der Eidgenössischen Kommission für angewandte Kunst. Damit verbunden sitzen Sie auch dem Eidgenössischen Wettbewerb für Gestaltung vor. Wo sehen Sie die Probleme im Ablauf dieses Wettbewerbes?

Die Kommission beurteilt zwei Arten der Beschäftigung mit Artefakten. Zum einen das einmalige Objekt, das eine Person in einem nichtarbeitsteiligen Prozess entwirft und realisiert. Zum anderen das industriell gefertigte Produkt, das heute mehr denn je in Zusammenarbeit hergestellt wird. Das sind zwei völlig unterschiedliche Voraussetzungen, die ebenso unterschiedliche Qualitäten hervorbringen. Diese Eigenschaften in einer Kommission zu beurteilen, stellt die Jurymitglieder vor grosse Schwierigkeiten. Das ist ein strukturelles Problem, das noch nicht gelöst ist.

Ihr Wettbewerb ist aber auch nicht ganz am Puls der Zeit. Er überschneidet sich mit Bemühungen der Kunstförderung, er lässt wichtige Bereiche wie das Mediendesign aussen vor. Ist da nicht eine Renovation nötig?

Die Kommission geht im Herbst in Klausur. Wir diskutieren die Revision der Reglemente, besprechen die Ausschreibungen und wollen einen neuen Preis für junge Industrial Designer initiieren. Ich werde auch beantragen, die Kommission für angewandte Kunst von fünf auf sieben Personen zu vergrössern, weil so unter anderem klare Mehrheitsverhältnisse zustande kommen werden.

Die prämierten Arbeiten des Eidgenössischen Wettbewerbes für Gestaltung 1998 sind zu sehen auf Hochparterre online. Adresse: <http://www.hochparterre.ch> Rubrik: «Dossier». Die Geschichte und die Arbeit der Eidgenössischen Kommission für angewandte Kunst, die neben dem Wettbewerb auch für Ankäufe und Unterstützungsbeiträge zuständig ist, ist dargestellt im Buch «Made in Switzerland», welches das Bundesamt für Kultur 1997 im Verlag Hochparterre herausgegeben hat. Zu bestellen bei 01 / 444 28 88.