

Jurybericht Swissbau Design Award 2012

Laudatio von Köbi Gantenbein, Jurypräsident und Chefredaktor Hochparterre

Was ist ein guter Stand? Was ein gelungener Auftritt an der Swissbau? Diese Frage zu beantworten, bestellten die Swissbau und Hochparterre eine Jury, die in langen Messespaziergängen durch die Hallen lief, notierte, fotografierte, debattierte, abwog und schliesslich entschied. Sie hatte als Geländer drei Kriterien zur Hand: Design und Konzept, Design und Handwerk, Design und Nachhaltigkeit. Und füllte diese Kriterien mit einer Fülle subjektiver Erwägungen. So spielten dieses Jahr Erörterungen aus der Welt des Theaters und des Bühnenbildes eine Rolle. Wie ist eine Geschichte erzählt und wie wird sie auf dem engen Raum so dargestellt, dass sie das Publikum in einer so reichen Fülle von Eindrücken und Informationen packen kann? Zum grossen Ganzen: Die Jury ist angetan vom hohen Niveau der Stände – weitgehend. Vorab in den Abteilungen Bad und Küche wird mit grossem Können und auch erheblichen Mitteln aufgetrumpft. Und die Jury ist sicher, dass kein Design aufzuwiegen vermag, was die Menschen aus den ausstellenden Firmen können: Engagiert Auskunft geben, Freude haben, wenn man sich für ihre Darbietungen und Ware interessiert, gute Gastgeber sein und auch nach einem strengen Messtag noch lächeln zu mögen. Die Jurorin und die Juroren schwärmten zuerst einzeln aus und besuchten dann die Vorauswahl gemeinsam, um so schliesslich in reger und lustvoller Debatte eine Wahl von Gold, Silber und Bronze in den Kategorien unter und über 80 m² Standfläche zu treffen.

In der Jury sassen

Köbi Gantenbein, Chefredaktor von Hochparterre (Vorsitzender)

Agnes Laube, Grafikerin und Professorin für visuelle Kommunikation an der Hochschule der Künste, Bern
Roland Eberle, Designer, Zürich

Niels Dominic Haag, Innenarchitekt, Zürich

Peter Eberhard, Architekt und Professor em der HGKZ, Kreuzlingen.

So beschlossen sie für die Kategorie «unter 80 m²»

Der bronzene Preis

Die Jury stellte auf ihren Gängen fest, dass die Aussteller dem unmittelbaren Können ihrer Waren nicht recht trauen. Sie schmücken sie mit vielfältigen Bildern und Dekorationen. Gut zu sehen ist, das in der Welt des Badezimmers und all der dafür nützlichen Geräte. Auf hohem Standard und mit erheblichem Aufwand werden Illusionen illuminiert, werden Stimmungen geschaffen. Gekonnt und faszinierend. Selten aber setzt ein Aussteller so wie der italienische Armaturenfabrikant Gessi auf das, was die Geräte unmittelbar leisten: Wasser in der Wand fassen, dosieren und sprudeln oder tröpfeln lassen. Diese Essenz ist banal, aber wirkungsreich und stimmig. Einfach Wasser sprudeln und klingen lassen. Das Wasser aus den Brausen und Wasserhähnen wirkt besser als Fotografien von Wasser, die Armaturen in

Betrieb wirken besser als wenn sie polierte Stillleben wären. Gewiss, der Wasserkreislauf ist aufwändig, aber das zischende, tropfende, sprudelnde Wasser schafft Aufmerksamkeit und 1:1 kann die wasserliebende Besucherin probieren, wie der Hahn zu drehen ist. Nächstes Mal packt die Jury die Badehose ein und steht unter die Duschköpfe.

Auftraggeber: Gessi SA, Grono

Konzept/Design: Gessi S.p.a

Standbau: Gessi S.p.a

Der silberne Preis

Die Jury ist beeindruckt, wie viele Franken Aussteller für die Swissbau-Woche in die Hände nehmen und verbauen. Einzelne Stände kosten mehr als ein Einfamilienhaus. Die Jury hat auch nach dem radikal anderen gesucht: Wie kann ein Unternehmen mit eng beschränktem Budget um Aufmerksamkeit punkten. Ein Beispiel ist dafür der Stand der Ludwig Giritzer System GmbH & Co. aus Deutschland. Sie brachte ihren «Ludwighook» als Premiere nach Basel. «Ludwighook» ist ein Haken, wie ihn der Zimmermann oder die Försterin zum Beispiel brauchen, um Balken, Stämme und andere Lasten ans Seil des Krans zu nehmen. Er ist ein Haken, dessen Zunge sich über Funk zuschnappen und sichern lässt. Auf dem Stand nun zeigen seine Erbauer und der Schweizer Importeur, wie der Haken eingesetzt wird. Dafür gibt es eine Station mit einem knallgelben Balken und eine Station mit Elefanten-, Bauernhaus- und Modelllokomotive. Die zwei Stationen sind geschickt zu einem Stand verbunden, in dessen Hintergrund wie einer Schiffskabine ein Besprechungsplätzli mit Sitzen, Tisch und Kästen eingebaut sind. All das auf engem Raum, all das in gekonnter Improvisation derer, die kurz vor Messebeginn beschlossen haben auch dabei zu sein und ihren schnapphakenden Försterfreund als Premiere vorzuführen. Der Auftritt stimmt bis auf die Biskuits, die eine Bekannte als Logo gebacken hat.

Auftraggeber: Ludwig Giritzer System GmbH & Co.

Konzept/Design: Uwe Middel und Uwe Lehmann, Berlin

Standbau: Ludwig Giritzer System GmbH & Co.

Der goldene Preis

Der beste Stand im kleinen Format kommt von einem alten Bekannten. Schaerholzbau hat schon vor zwei Jahren brilliert. Die Hölzigen aus Altbüron haben aber an dieser Swissbau noch eins draufgelegt. Und die Jury suchte nebst dem Neuen auch Kontinuitäten. Wiederum zeigen die Zimmerleute um Walter Schaer, was der auf kleinster Fläche wirkungsreich machen kann, der eine Idee hat. Vor allem, wenn er diese Idee so stimmig entfalten kann. Der Stand besteht aus sechs Elementen: 1. Hölzerner Boden und hölzerne Rückwand; 2. Elegantes Pültli; 3. Erlesen gestaltete Postkarten und Broschüren; 4. Ein Schriftsatz zur Schönheit der Linie an der Wand; 5. Zwei aus Holz gefertigte Rahmen, welche die Dimensionen des Standes übersetzen in eine lineare, verdrehte Raumsulptur auf der Bodenfläche und 6. wird diese von der Decke so geschickt beleuchtet, so dass sie Schatten an Wand und Boden wirft. Der kleine Stand ist ein Augenfänger: Subtil, kunstvoll und präzise auf die ästhetische Welt seines Publikums

– die Architekten – zugeschnitten. Der zweite Blick dann gilt der Plastik, deren kunstvolle Verfertigung für das steht, was Schaerholzbau gut zu können vorgibt: Hochwertigen Holzbau herstellen.

Auftraggeber: schaerholzbau ag, Altbüron

Konzept/Design: P'INC

Standbau: schaerholzbau ag, Altbüron

Die Kategorie «über 80 m²»

Der bronzene Preis

Der Daseinszweck der Swissbau ist die Baustelle. Vorab werden denn auch die vielfältigen Werkzeuge und ausgetüftelten Maschinen, diese zu betreiben, vorgeführt. Dazu gibt es zwei Verfahren: Die einen stellen ihre Güter in einen Normstand, die Verkäufer dazu und allenfalls einen Lockvogel auf Stöcklischen daneben. Die andern nehmen das Bild der Baustelle und der Werkstatt als Anlass für eine Geschichte. Die Fabrik für Bohr- und Schleifmaschinen lässt Arbeiter bohren und schleifen, der Händler für Spenglerwerkzeug lässt Spengler abkanten und löten. Das ist gut, denn das ist lebhaft. Stanley Works treibt diese Idee zu einer Inszenierung. Wie Schauspieler fräsen, hämmern und bohren ihre Vertreter vor einem Baustellen-Bühnenbild, effektiv sind die Farben der Marke DeWalt gelb und schwarz eingesetzt, gekonnt die Bühnen «Baustelle» und «Kaffeehaus» aufgebaut. Man steht davor, schaut zu, hält sich die Ohren zu – wie vor der richtigen Baustelle in der Stadt.

Auftraggeber: Stanley Works (Europe) GmbH

Konzept/Design: Stanley Works (Europe) GmbH

Standbau: Dexpo

Der silberne Preis

Ein Hammer ist ein Hammer und ein Trax ist ein Trax, aber wie eine Dienstleitung dar- und ausstellen? Und das an einer Swissbau, wo es handfest zu und her geht? Die Anbieter von Computerprogrammen zum Beispiel kommen da nicht weit, die Verlage setzen entweder auf Klamauk oder verstreuen ihre Publikationen. bueroszene.ch ist eine Plattform im Internet für Büroware und –wissen «von Akustik bis Zukunftsvisionen». Man hat keine Angst vor der Leere: Weite Fläche, eine Bar, ein Haufen pfiffig gestalteter Prospekte und ein aus solchen Prospekten geformter Kronleuchter. Und Albert Denz und die Seinen haben keine Angst vor der Farbe, wohlwissend, dass Farbe das weitaus günstigste Gestaltungsmittel ist. Also prangt der Stand in leuchtendem Pink. Andersherum: Leere und Farbe geschickt kombiniert genügen.

Auftraggeber: bueroszene.ch, Albert Denz, Greifensee

Konzept/Design: Gehri AG, Christian Gehri

Standbau: Gehri AG

Der goldene Preis

Die Ausstellerinnen und Aussteller sehnen sich nach Natur. Das wohl, weil sie eine strenge Woche lang in der künstlichen Welt der Messe weit weg vom Sonnenlicht zu Hause sind. Das wohl auch, weil sich Natur heutzutage gut macht. Also haben Floristen hohe Zeit, sie schleppen Topfpflanzen aller Gattung in die Messehallen, quetschen sie unter Tische und posieren sie auf Gestelle, und ist noch ein Plätzli frei, steht flugs ein Buchsbäumlein dort oder rankt ein Efeu über den Schriftzug. Alles gut gemeint, vieles aber nicht gut gemacht. Wenn schon Natur, dann richtig. So wie Erdgas, die Lobby derer, die uns mit Gas statt Erdöl heizen machen will. Vor einer riesigen Rasenwand im Rücken breitet sich eine Gartenlandschaft mit Rasen über eine grosse Bodenfläche aus. Dieser Garten ist auf gut 70 cm Höhe angelegt, in ihn eingeschnitten sind Wege und Nischen. Sitzt man in die Nischen, schaut nur der Kopf heraus, so dass es für die Aussenstehenden aussieht, als wüchse der Kopf der Sitzenden aus der Erde, als seien sie gleichsam Teil der grünen Natur. In den Nischen kann man auf dem Bänkli ruhen, oder die vielfältigen Informationen des Verbandes der Schweizerischen Gasindustrie studieren, in Broschüren, auf Tablet-Computern, in Filmen und auf Grafiken. Und all das ist in stimmigem Zusammenspiel gemacht, von den sorgfältigen Unterweisungen zum Wesen des Ofens bis zu den grünen Blusen der Gasinformanten und den mit Blümlein bedruckten Papiertaschentücher für die Gäste, die allenfalls der Heuschnupfen packt. Der Verband der Schweizer Gasindustrie hat einen brillanten Stand gebaut.

Auftraggeber: Erdgas, Verband der Schweizerischen Gasindustrie, Zürich

Konzept/Design: O.F.S.I, Office for spatial identity

Standbau: Holtmann Messen und Events