

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 13 (2000)
Heft: 11

Artikel: Blicke fangen : Designmesse : Stimmen zur Blickfang in Zürich
Autor: Michel, Ralf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121449>

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: 12.05.2025

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



Illustration: Anna Luchs

Blicke fangen

Blickfang, die Verkaufsmesse für Möbel- und Leuchtdesign, Schmuckgestaltung und Mode im Kongresshaus Zürich hat sich zu einem wichtigen Treffpunkt der Schweizer Designszene entwickelt. Hochparterre fragt nach den Gründen und geht als Aussteller erstmals selbst dorthin.

Das Zürcher Kongresshaus öffnet vom 24. bis 26. November zum vierten Mal seine Tore für die Verkaufsmesse Blickfang. Ausgestellt werden Möbel, Leuchten, Schmuck und Mode. Seit sich letztes Jahr 13 000 Besucher durch die Gänge schoben, gilt die Messe als Kontaktbörse für junge Gestalterinnen. Ein veritabler Startblock in die Selbstständigkeit, den dieses Jahr über 200 Aussteller nutzen werden – etliche von ihnen zum ersten Mal.

Kauffreudige und vorweihnachtlich gestimmte Menschen sowie niedrige Gebühren machen für die Teilnehmer den Reiz der Messe aus. Wir fragten einen Designer, der im letzten Jahr ausstellte, und eine Firma, die zum ersten Mal ins Kongresshaus geht, nach Erfahrungen und Erwartungen.

Startschuss in die Selbstständigkeit

Stefan Irion stellte im letzten Jahr sein Containermöbel «Cambio» vor. In der Zwischenzeit hat er es zu einem Möbelsystem entwickelt und hofft auf ähnlich gute Resonanz wie im vergangenen Jahr: «Für mich war die Messe ein Renner. Zwar habe ich nicht den Designpreis der Blickfang gewonnen, dafür aber den Publikumspreis. Der Erfolg ist keine Eintagsfliege geblieben, sondern hat sich in gestiegenen Verkaufszahlen noch ein halbes Jahr lang fortgesetzt. Zudem habe ich dort viele Architekten und Innenarchitekten getroffen – die Kontakte zu denen sind wich-

tig, weil sie Häuser bauen sowie Läden und Büros einrichten. Für Einsteiger wie mich ist die Blickfang ein annehmbares Risiko, weil die Teilnahmegebühr relativ niedrig ist, sich die ganze Aktion auf drei Tage beschränkt und man viele Leute erreicht. Ausserdem ist die Kombination aus Mode, Schmuck und Möbel von Vorteil. Denn die Leute gehen am Abend gerne zu einer Modenschau und wenn sie schon mal da sind, schauen sie auch gleich bei den Möbeln vorbei.»

Blickfang als Marktbarometer

skim.com verkauft Kleidung und Accessoires in Läden und übers Internet. Das Zürcher Label zeigt erstmals eine Kollektion auf dem Laufsteg. Die soll unter dem Namen «Trash de Luxe» Menschen zwischen 20 und 35 Jahren ansprechen, sozusagen den postmodernen Modesurfer. Denn der trägt laut skim.com zu den Markenturnschuhen den Pullover von H&M, eine Brille von Gucci und die Taschen von skim.com – anything goes; darum auch «Trash de Luxe». Angelika Bühler, die Marketingleiterin der jungen Firma, über ihre Erwartungen: «Die Besucher dieser Messe sind exakt die Leute, die skim.com ansprechen will. Ausserdem zeigen wir nicht einfach nur unsere Kollektion auf dem Laufsteg, sondern diskutieren neuartige Verkaufsformen. Da geht es um eine Strategie der Vernetzung, in der unsere Kollektion, die Website, reale Läden und unser Magazin präsentiert werden.» Wie andere Teilnehmer auch, schätzt skim.com, dass die Besucher an Ort und Stelle einkaufen können. «So wissen wir innerhalb kurzer Zeit, ob und wie unsere Produkte bei den Kunden ankommen», meint Angelika Bühler. Ein günstiger Markttest. skim.com nimmt mit Amok, Fort+Nah, Aura, Ida Guft, Item und anderen an den Modenschauen von Blickfang teil, die der Veranstalter als Höhepunkt der Messe ankündigt.

Hochparterres Adventsstand

Wo sich die Schweizer Designszene tummelt, so dachten sich die Macherinnen von Hochparterre, darf die Zeitschrift nicht fehlen. Und so haben sie die Designstudentin Michaela Brunner und ihren Dozenten Franco Clivio gebeten, einen Stand zu entwerfen. Da zeigt Hochparterre die breite Palette seiner Publikationen, ist ansprechbar für die Designerinnen und Designer und verkauft einen Adventskalender der besonderen Art. Den hat die Luzerner Illustratorin Anna Luchs gestaltet, deren Arbeiten man aus etlichen Zeitschriften kennt. Ab 1. Dezember gibts auf www.hochparterre.ch täglich zu jedem Törchen den passenden Vers von Benedikt Loderer. Ralf Michel



Zu bestellen über www.hochparterre.ch

Ich möchte mir Hochparterres Adventskalender mit Schweizer Alltagsdesign nicht entgehen lassen. Auf www.hochparterre.ch finde ich ab 1. Dezember zu jedem Törchen den passenden Vers.

Bitte senden Sie mir ____ Ex.

- ☐ Ich bin Nichtabonnent und erhalte den Kalender für CHF 15.-*/DM 19.- plus Versandkosten
- ☐ Ich bin Abonnent und profitiere vom Vorzugspreis von CHF 10.-*/DM 13.- plus Versandkosten
- ☐ Ich bestelle ein Jahresabo (10 Ausgaben) für CHF 120.-*/DM 170.- und erhalte den Kalender als Geschenk
- ☐ Ich verschenke ein Jahresabo (10 Ausgaben) für CHF 120.-*/DM 170.- und erhalte den Kalender als Geschenk

Rechnung an:

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Geschenkabo für:

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Bitte einsenden an:

Hochparterre, Ausstellungsstr. 25,
8005 Zürich

faxen an 01 444 28 89 oder bestellen bei
verlag@hochparterre.ch