

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 15 (2002)
Heft: 3

Artikel: Denken, reden, und Zigarren rauchen : am 2. Design-Summit in St. Moritz
Autor: Freund, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121847>

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: 13.05.2025

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

Denken, reden, und Zigarren rauchen

Zum 2. Design Summit fanden sich in St. Moritz gut zwei Dutzend renommierte Designer und einige teilnehmende Beobachter zu einem Kontrastprogramm auf der Südterrasse der Alpen ein. Sie kamen zu einem Gipfel ohne Gipfelprotokoll. Sie sassen in einer komfortablen Lounge im Grand Hotel Suvretta House, «nicht zu Hause und doch nicht an der frischen Luft», wie die Annehmlichkeit eines Wiener Cafés einmal definiert wurde; sie wanderten in der frischen, eisigen Luft über die Hänge des Engadins, wo nicht einmal das Grossaufgebot an Zigarren die Sauerstoffzufuhr einschränken konnte. Sie redeten, definierten, negierten und dinierten, eingeladen von der Raymond Loewy Foundation, unterstützt vom Kurort und begleitet von dessen Direktor. Uta Brandes und Michael Erhoff, die unermüdlichen, akademischen wie informellen Kölner Netzwerker in Sachen Design, haben die Gestalter, Konsulenten, Vermittlerinnen, Marken-Experten, Unternehmer und Publizisten im Reizklima zueinander gebracht und gesagt: «Nun diskutieren wir mal ohne Druck und Profilierungszwang – hier braucht sich niemand mehr zu profilieren.» Und handverlesen kamen sie von Tom Dixon bis Erik Spiekermann, von

Achim Heine bis Jörg Zintzmeyer, von Britta Pukall bis zu Norman Foster als Zaungast beim Galadiner. Kein Protokoll, aber immerhin die Idee eines Manifests als Ausgangspunkt und Zielgerade. Es soll um die negativen Folgen der Globalisierung für den Design-Beruf gehen. Welche Rolle wollen die Gestalter spielen, was können sie beeinflussen, was verhindern? So kam man doch auf die Fragen, die man ursprünglich vermeiden wollte: Was sind Designer eigentlich? Orientierungshelfer oder Propaganda-Maschinen, kleine Rädchen oder verantwortliche Täter? Aus der Spannung zwischen den globalen Problemen und der manchmal ebenfalls globalen, überwiegend aber regionalen Praxis der Teilnehmer entstand spezielle Energie. Kein Produkt gabs am Ende der Tagung, dafür aber alte und neue Einsichten, Präzisierung von Unterschieden, geknüpfte Arbeitsbeziehungen, Beiträge zu einem modifizierten Manifest. Und doch auch ein Produkt: Ein Buch, verfasst von allen, die den Summit bestiegen haben. Die Raymond Loewy Foundation wird es noch in diesem Frühjahr in den Handel bringen. Es ist zu haben bei: OLF S.A., 026 / 467 51 11, Fax 026 / 467 54 66 und kostet 18 Franken. **Michael Freund**

- 1 Tom Dixon, Designer bei Habitat, London: «In zehn Jahren wird es lauter chinesische Designer geben. In Grossbritannien hat man jetzt schon Angst vor einem neuen Kulturimperialismus, alleine schon wegen der vielen chinesischen Restaurants und Curry Diners.»
- 2 Erik Spiekermann, Typograf, Gründer von Metadesign, San Francisco / Berlin: «Design ist englisch. Es ist ein Substantiv: Was wir tun. Und es ist ein Verb: Wie wir es tun. Design is a mode of thinking.»
- 3 Jimmi Rembiszewski, Marketingdirektor von British American Tobacco, der Stifterin der Loewy Foundation und somit einer der Gastgeber in St. Moritz: «Gerade weil ich in den letzten Monaten die Situation und die Stimmung in New York mitbekommen habe, sage ich den Designern: Arbeiten wir an einer besseren Welt, jeder mit seinen Mitteln!»
- 4 Michael Freund, Journalist bei «Der Standard», Wien: «Es wird immer von Coca-Cola als Beispiel für eine globale Marke gesprochen, aber ich halte das Unternehmen vom Design-Standpunkt für uninteressant.» Jörg Zintzmeyer widerspricht: «Im Gegenteil, Coca-Cola ist perfektes Branding, und dazu gehört das Design.»
- 5 Paolo Tuminelli, bis vor kurzem bei Frogdesign, Düsseldorf: «Im Italienischen gibt es den Unterschied zwischen «progettare» und «disegnare». Im Deutschen kann «gestalten» für alles stehen.»
- 6 Jörg Zintzmeyer, CI-Designer und Unternehmer, Zürich: «Was viele Firmen nicht verstehen: Dass sie ein Erbe haben, bei dem sie bleiben sollten. Wenn Sie nur internationale Küche anbieten, dann leben wir in einer langweiligen Welt.»
- 7 Stefan Sagmeister, Grafiker, New York: «Ich helfe als Designer mit Kommunikation dem Unternehmer Ben Cohen (Ex-Ben & Jerry-Icecream), der die Amerikaner zu einer Aktion bewegen will, die Steuergelder vom Verteidigungsbudget zum Erziehungsbudget zu verschieben.»
- 8 Michael Erhoff, Designprofessor, Köln: «Globalisierung hat zu lange als Agent der Globalisierung gedient, ohne dass sie sich dessen bewusst gewesen wäre.»
- 9 Auslüften in den Bergen: Der Kurdirektor Hanspeter Danuser erklärt dem Summit: «Dank Design von Schnee, Felsen, Sonne und Malojawind wurde St. Moritz einer der reichsten Orte der Schweiz.» Ausser den zwischen den Nummern 1 und 16 Zitierten gehören zum Summit: Volker Albus,
- Egon Babst, Mario Bellini, Björn Dahlström, Kenji Ekuan, Urs Fanger, Mieke Gerritzen, Motoko Ishii, Peter Krouwel, Claudia Neumann, Marco Piva, Britta Pukall, Winfried Scheuer, Manfred Schneckeburger, Thomas Wagner und Stefan Ytterborn.
- 10 Martin Iseli, Designer und Ingenieur, Fraubrunnen: «Die Schweizer Banknoten von Jörg Zintzmeyer sind antiglobal, sie sind regional, ein Spiegel der Schweizer Kultur. Ist so etwas global überhaupt möglich?»
- 11 Ruedi Alexander Müller, Nose Design, Zürich: «Die Leidenschaft müssen wir in Unternehmen erwecken. Das ist Teil unseres Jobs.»
- 12 Achim Heine, Designer und Professor, Frankfurt / Berlin: «Zuerst haben wir für Leitz nur ein Kameramodell gestaltet. Dann hat uns Hanns-Peter Cohn, der Chef, gefragt, was wir denn sonst so machen. Und jetzt gestalten wir nicht nur die neue Kamera, sondern auch den Auftritt dazu und die Kommunikation.»
- 13 Uta Brandes, Designprofessorin, Köln: «Die Globalisierung ist ein Simulacrum der fortgeschrittenen Postindustrialisierung und sie hat den offenen Diskurs zwischen verschiedenen Kulturen ausgelöscht – das hätte ich aber schon gerne im Manifest!»
- 14 Axel Thallemer, Designer bei Festo, Esslingen: «Zum Beruf des Designers gehört auch, daran zu arbeiten, dass das, was da gedacht, geplant, entwickelt wird, auch Teil der Identität des Unternehmens wird. Ein Produkt allein genügt nicht.»
- 15 Norman Foster, Architekt und Designer, London, zum Studebaker Avanti, entworfen von Raymond Loewy, der als Dekoration das Galadiner zierte: «Womit sich wieder zeigt, dass gewisse Formen einfach die Zeit überdauern – und fast noch schöner werden.» Hanspeter Danuser, Kurdirektor St. Moritz, entgegnet: «Auch zu einem Kurort gehört Design. Zum Beispiel, dass wir uns vorgenommen haben, Energie aus Solaranlagen zu beziehen. Und das entsprechend zu vermarkten: Man kann Pate von einzelnen Solarpaneels werden.» Jörg Zintzmeyer sagt spontan eine Patenschaft zu.
- 16 Chantal Prod'Hom, Kuratorin des Design Museums mu'dac, Lausanne: «Wenn wir die Rolle von Design proklamieren, dann dürfen wir nicht die zentrale Bedeutung der Kommunikation ausser Acht lassen. Ohne Kommunikation ist das alles nichts.»

