

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 22 (2009)
Heft: 12

Artikel: Hase in Silber : Uhr "r5.5" von Rado, der Designer Jasper Morrison im Gespräch
Autor: Glanzmann, Lilia / Morrison, Jasper
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-123924>

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: 15.05.2025

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

HASE IN SILBER: RUNDUM DISKRET

Rado holt sich den Designer Jasper

Morrison für eine neue Kollektion: «Ich entwerfe nichts, das ich nicht selbst kaufen würde.»

Text und Interview: Lilia Glanzmann,

Fotos: Stefan Jäggi

«Ich habe gestern Trauben gelesen», entschuldigt sich Jasper Morrison für die dunklen Spuren an seinen Händen. Der Londoner sitzt in seinem Büro in Paris. Er hat die blau gescheckten Hände vor sich auf der Tischplatte gefaltet, an seinem linken Handgelenk trägt er eine schwarze Uhr. Jasper Morrison hat sie entworfen. Seit drei Jahren arbeitet der Designer für Rado, die Uhrenmanufaktur aus dem Berner Seeland. Die «r5.5» mit ihrem diskreten Zifferblatt und der matten Oberfläche ist das aktuellste Resultat dieser Zusammenarbeit. Hochparterre fuhr nach Paris, um mit dem Designer, der seine Entwürfe aufs Wesentliche zu reduzieren versteht, über seine Uhr und seine Arbeit zu sprechen.

Warum entwerfen Sie eine Uhr, die um einiges kleiner ist, als die wuchtigen Modelle der jetzigen Mode? Lange Zeit ging der Trend hin zu grossen, immer schwereren Uhren. Davon wollte ich weg – unser Modell sollte eine mittlere Grösse haben. Waren noch vor kurzer Zeit Uhren mit 50 Millimeter normal, haben viele unterdessen wieder einen Durchmesser von 40 Millimeter.

«r5.5» kommt sogar nur auf 37 Millimeter. Ich glaube, wir haben uns als Erste gegen diese Modeströmung gestellt. Dabei war es eigentlich ganz einfach: Wir probierten unterschiedliche Grössen aus, bis wir fanden, sie passe an die unterschiedlichsten Handgelenke. Allerdings diskutieren wir gerade mit Rado, ob es doch noch eine grössere Version geben sollte.

Warum das? Der Markt scheint für kleinere Durchmesser noch nicht ganz reif zu sein. Seit Oktober ist die Uhr in den Läden. Den Verkäufern zufolge verlangen die Kunden tendenziell aber immer noch grössere Modelle. Nun fragen wir uns, ob wir das Marktbedürfnis sofort befriedigen sollen oder ob wir warten, bis sich bescheidenere Modelle wieder durchsetzen.

Würden Sie eine grössere Version entwickeln? Wenn es ein starkes Argument dafür gibt, ja. Ich selbst würde dann aber immer noch die kleine Version tragen. Ich bin etwas egoistisch – ich entwerfe nichts, das ich selbst nicht kaufen würde. Denn warum sollten das sonst andere Leute tun? Ich definiere selten eine Zielgruppe und befrage immer mich selbst als Kunden. Bis jetzt hat das funktioniert – die Leute scheinen meine Produkte zu mögen. Ob ich Stühle, Gläser oder Besteck entwerfe, bis jetzt gab es dafür immer einen Markt.

Sie sagten einmal, man sollte nicht darüber nachdenken müssen, wie man eine Türklinke benutze. Wie äussert sich dieser Grundsatz in der «r5.5»? Wir schlugen eine Version mit nur zwei der kleinen Zusatzzifferblätter vor – damit wollen wir weg von diesen übertriebenen Super-Chronografen. Solche Uhren gaukeln Technik vor, die keinen Sinn macht. Unser Entwurf macht technisch einen Schritt zurück, ich kann das funktional aber begründen: Den Knopf, mit dem sich Hundertstelsekunden stoppen lassen, können wir in Realität gar nicht schnell genug drücken. Die Hundertstelanzeige ist nur Show.

QUADRATISCH WÄRE SCHRECKLICH Das Zifferblatt ist weder eckig noch rund. Konnten Sie sich nicht entscheiden? Wenn ich entwerfe, versuche ich zwischen geraden und geschwungenen Linien Spannung zu erzeugen. So wie bei den rechteckigen Funktionsknöpfen, die abgefasst sind. Dasselbe Prinzip sehen Sie aber auch an der breiten Fläche, die das Gelenk zwischen Zifferblatt und Band bildet. Sie ist relativ gerade und geht dann kreisförmig in die Ecke des Zifferblattes über. Diese Kurve und das abgerundete Quadrat bilden für mich die passende Form für das Zifferblatt. Und die Uhr sähe schlichtweg schrecklich aus, wäre sie quadratisch (lacht). Sie ist so auch viel komfortabler zu tragen.

Wie schafften Sie es, dass die Uhr so dicht am Handgelenk liegt? Einerseits, weil das Armband das Gehäuse in einem klaren Bogen fortsetzt. Andererseits durch die geschwungenen Glieder, die verbindungslos ineinanderübergehen.

«r5.5» tönt ziemlich technisch. Hat die Mechanik Ihren Entwurf beeinflusst? Ich musste ungefähr wissen, was im Innern vor sich geht – vor allem an den Stellen, wo die Funktionsknöpfe sitzen oder bei der Datumsanzeige. Das hat sich aber nicht auf das Design ausgewirkt.

Rado arbeitet mit Hightech-Keramik. Wie hat das Ihren Designprozess verändert? Dieses Material ist härter als Metall, kann nicht zerkratzt werden und hat eine erstaunliche Lebensdauer. Vom praktischen Standpunkt her ist es also ideal für eine Uhr. Für mich ist Hightech-Keramik spannend, da diese als Pulver bei hohen Temperaturen «gebacken» wird und ich so mit den unterschiedlichsten Formen arbeiten kann. Das eröffnete mir andere Möglichkeiten, als wenn ich ein Gehäuse entwerfe, das maschinell bearbeitet wird. Und, das ist allerdings nebensächlich, es fühlt sich am Arm viel wärmer an als Metall.

Gibt es auch Dinge, die durch das Hightech-Verfahren schwierig waren? Das Gehäuse konnte an einzelnen Stellen nicht ganz so dünn sein, wie ich es gerne gehabt hätte.

Und Fingerabdrücke sind auf der schwarzen Oberfläche gut sichtbar. Für «r5.5» haben wir eine matte Version vorgeschlagen. Das war neu, bis anhin polierte Rado die Keramik. Wenn es zu sehr spiegelt, lenkt das vom Material ab. Poliert wirkt auf mich zu protzig.

Der Preis bewegt sich zwischen 2000 und 2500 Franken. Keine Luxusuhr, dennoch relativ teuer. Der Preis von Rado Uhren hängt besonders mit dem Material zusammen. Hightech-Keramik zu giessen, ist eine ziemlich teure Angelegenheit – wegen der Formen und deren Säuberung. Wie viel Sie bezahlen, hängt immer davon ab, wie oft Sie eine neue Uhr kaufen. Wenn Sie wenig Geld investieren, geht das Ding vielleicht schnell kaputt oder gefällt Ihnen bald nicht mehr. Bezahlen Sie mehr, muss das Modell dauerhafter sein und Ihnen länger gefallen.

Sie tragen die Version mit den goldenen Zeigern. Ist sie Ihnen nicht zu auffällig? Es ist die Version, die ich vom Hersteller bekommen habe. Überraschenderweise gefällt sie mir ziemlich gut. Sie ist übrigens bereits eine Variation des Grundmodells. Wir haben ein Basismodell entworfen, jetzt können wir über speziellere Einzelheiten nachdenken.

UHR AN DER MÖBELMESSE Die Kollektion wurde nicht wie gewöhnlich an der Baselworld lanciert, sondern im Oktober an der «Vienna Design Week». Warum? Auch an der Möbelmesse in Milano bekommen wir nicht nur Möbel zu sehen. Ich finde es okay, eine Uhr an einer Designmesse zu präsentieren. Die Firma wird sie aber sicher auch in Basel zeigen.

Im Rado-Store in Wien präsentierten Sie die Uhr mitten in einer Klebeband-Installation. Wie entstand sie? Davon habe ich bis am Tag der Präsentation nichts gewusst. Der Verantwortliche, der mich am Flughafen abgeholt hat, erzählte mir davon im Taxi. Die Installation war eine Bedingung der «Vienna Design Week»: ohne künstlerischen Beitrag keine Messebeteiligung.

Hatten Sie keine Angst, die Installation könnte nicht zu Ihrem Entwurf passen? Erst war ich etwas nervös. Als ich die Installation dann gesehen habe, war es okay. Ich kannte die Designer «For Use/Numen», wir arbeiten beide für denselben Hersteller in Italien. »



< Das Armband geht gerundet in das Zifferblatt über und liegt dadurch dicht am Handgelenk.

✓ Mit nur zwei kleinen Zusatzzählern wirkt das Zifferblatt aufgeräumt.



^ Die Glieder des Armbands gehen verbindungslös ineinander über.

> Diskret: Der Durchmesser von «r5.5» misst bescheidene 37 Millimeter.



» Was bedeutet es, als Botschafter für eine Firma zu arbeiten? Es ist meine Arbeit. Ich mag es.

Seit ein paar Jahren verfolgt Rado eine neue Marketingstrategie. Kannten Sie die Marke, bevor Sie für sie arbeiteten? Auch wenn ich mir nie eine Uhr von ihnen gekauft habe, nahm ich sie wahr. Ihre Modelle haben einen individuellen Charakter. Ich denke, das hat mich angesprochen. Als Designer überlege ich mir, welche Möglichkeiten sich durch die Zusammenarbeit ergeben können. Bei Rado hatte ich ein gutes Gefühl, egal, welches Image das Unternehmen hatte.

Welche Möglichkeiten boten Ihnen Rado? Rado arbeitet von allen Schweizer Herstellern am experimentellsten. Und sie sind einmalig in der Art, wie sie Keramik verwenden. Diese zwei Dinge machen es für mich als Designer interessant. Dieser Hersteller schien mir viel Potenzial zu haben. Andere Uhrenmarken sind nicht bereit, ihre Linie zu ändern. Das Ziel war es, ihre Formensprache zu modernisieren. Ich spürte, dass mit Rado dieser Sprung klappen könnte. «r5.5» sollte eine neue Form darstellen, die aber immer noch die Geschichte der Firma erzählt.

Verändern Sie diese Firmengeschichte? Das braucht Zeit. Aber ich denke, das tun wir.

Sie haben vor einem Jahr bereits deren Klassiker «Ceramica» entrümpelt... dabei war aber nur ein neues Zifferblatt zu entwerfen. Das benötigt viel weniger Zeit als eine ganze Uhr. Es war also einiges einfacher.

War eine eigene Kollektion geplant? Ich hoffte natürlich, das würde passieren. Der Hersteller hat mir aber zuerst nur angeboten, die «Ceramica» zu überarbeiten. Ich hatte natürlich nichts dagegen, diese Aufgabe zu übernehmen – wollte aber lieber etwas Eigenes entwerfen.

DAS SUPERNORMALE Zusammen mit Naoto Fukasawa definierten Sie 2005 den Begriff «supernormal»: Qualität drücke sich weniger durch die Form aus als dadurch, wie wir einen Gegenstand benutzen. Kann eine Uhr «supernormal» sein? Sicher. Natürlich gibt es Leute, für die sind Zeitmesser nichts als ein modisches Accessoire. Ich wurde bereits drei oder vier Mal angefragt, Schmuck zu entwerfen – und habe jedes Mal abgesagt. Ich wusste schlicht nicht, was entwerfen. «Supernormale» Dinge mögen Sie nach zehn Jahren besser als zu der Zeit, als Sie sie gekauft haben. Es sind Gegenstände, die sie aufbewahren und ab und zu auch benutzen. Aber zumindest behalten – ohne zu wissen, warum.

Um es später an die Kinder und Grosskinder zu vererben, wie etwa eine Armbanduhr? Mein Vater wollte mir tatsächlich eine vermachen. Er warb für eine Agentur, die für Rolex arbeitet. Von ihnen hatte er ein Modell geschenkt bekommen. Er sagte immer, er würde sie mir schenken, wenn ich 18 wäre. Als es endlich soweit war und mein Vater sie mir geben wollte, schickte er sie nochmals an Rolex zur Revision. Ein Motorrad-Kurier

sollte sie zurückbringen. Kurz vor dem Büro meines Vaters fiel die Rolex von dem Motorrad, ein Lastwagen überfuhr sie und ich habe sie nie bekommen. Eine schreckliche Geschichte.

Dachten Sie daran, als Sie «r5.5» entwarfen? Vielleicht hat mein Unterbewusstsein immer versucht, die lang ersehnte Uhr doch noch zu bekommen. Und deswegen musste ich nun meine eigene entwerfen.

Ist «r5.5» «supernormal»? Das sage ich Ihnen in ein bis zwei Jahren, falls ich sie dann noch trage (lacht).

Wäre die Firma ein Schmuckhersteller gewesen, hätten Sie den Auftrag abgelehnt? Wenn sie mich gebeten hätten, eine Uhr zu entwerfen, hätte ich es mir sicher überlegt. Aber nur ein Armband: nein. Wir haben übrigens auch die Verpackung für die «Ceramica»-Geburtstags-Edition entworfen. Die erinnert ein wenig an ein klassisches Armband, ein Lederstreifen, den man um den Arm wickelt. Rado benutzt diese Schachteln nun für alle Modelle.

Sie entwerfen normalerweise in grösserem Massstab. In Turin sollten Sie einen ganzen Park gestalten. Das Projekt in Turin hat leider nirgendwohin geführt, plötzlich fehlte das Geld – was uns die Verantwortlichen schon früher hätten sagen können. Ich mag Stadtplanungsprojekte, aber in neun von zehn Fällen werden sie nicht realisiert. Politiker planen oft etwas, um gut dazustehen. Sobald sie gewählt sind, vergessen sie die Projekte wieder.

Sie sind kein Architekt – wie arbeiten Sie an solchen Projekten? Ich arbeite meistens mit Architekten, die mich einladen. Für Turin zum Beispiel wurde ich angefragt und habe daraufhin ein kleines Team zusammengestellt. Allerdings stelle ich es mir schrecklich vor, Architekt zu sein: Du arbeitest an einem Wettbewerb und schliesslich bekommst du nichts. Deshalb will ich mich auch nicht zu oft mit Architekten einlassen.

Warum nicht, mögen Sie sie nicht? Architekten sind schon in Ordnung. Aber ich denke, wir Designer sind verwöhnt. Die meisten Dinge, die wir entwerfen, werden auch produziert. Ein Architekt baut einen von zehn Entwürfen. Ich könnte das nicht, ich brauche Resultate.

KOMMENTAR DER JURY

Die Uhrenmarke Rado ändere ihre Marketingstrategie und setze vermehrt auf Design, hiess es in den Pressemeldungen. Kann das gut gehen? Ja, wenn sich Designer und Firma finden. Vor zwei Jahren hat Rado den englischen Designer Jasper Morrison gebeten, das Zifferblatt ihrer ersten vollständig aus Hightech-Keramik hergestellten Uhr zu überarbeiten, aus Anlass des 50-jährigen Firmenjubiläums. Die Zusammenarbeit klappte, es folgte nach dem Redesign der «Ceramica» eine von Morrison gestaltete Verpackung und schliesslich die Uhrkollektion «r5.5». Die Uhr ist eigenständig genug, um den postulierten Strategiewechsel glaubhaft zu machen. Und doch variiert sie die formale DNA der Firma auf eine Art und Weise, die der Kollektion einen langfristigen Platz innerhalb der Rado-Produktpalette sichert. Nun ist es an der Firma, mit dem Grundmodell sorgfältig umzugehen und seine relaxte Eleganz zu bewahren.

JASPER MORRISON

Jasper Morrison (50) lebt und arbeitet in London und Paris. Er studierte Design an der Kingston Polytechnic Design School und dem Royal College of Art, London. 1984 folgte ein Studienjahr an der Hochschule der Künste, Berlin. Zwei Jahre später gründete er sein Office for Design in London (heute Jasper Morrison Ltd.). 1987 Teilnahme an der Documenta in Kassel. Mit Andreas Brandolini und Axel Kufus entwarf er Installationen, Ausstellungen und städtebauliche Projekte. 1995 gewann das Büro den Wettbewerb für ein neues Tram der Stadt Hannover. Zusammenarbeit mit Alessi, Cappellini, Flos, Kartell, Magis, Rosenthal und Vitra. 2001 wurde Morrison als «Royal Designer for Industry» geehrt. Er eröffnete 2002 sein zweites Studio – Utilism Sarl. in Paris. Mit dem japanischen Designer Naoto Fukasawa stellte Jasper Morrison 2005 das Designmanifest «supernormal» vor und lud in der Ausstellung «Take a seat», die im Frühjahr 2009 im Pariser Musée des Arts Décoratifs zu sehen war, explizit ein, seine Stühle zu benutzen, anstatt sie in Vitrinen zu präsentieren.

UHRKOLLEKTION «R5.5»

- > Hersteller: Rado, Lengnau
- > Design: Jasper Morrison Ltd., London/Paris
- > Masse: 37 x 46,4 Millimeter (Gehäuse)
- > Material: Hightech-Keramik, Saphirglas
- > Technik: Quarzwerk
- > Preis: CHF 2000.– bis 2500.–

MEHR IM NETZ

Hier sehen Sie, warum Hightech-Keramik nichts mit Töpfen zu tun hat:

www.hochparterre.ch/links



^ Designer Jasper Morrison.