

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 35 (2022)
Heft: 9

Artikel: Über die Szene hinaus
Autor: Rombach, Mirjam
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1029938>

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: 06.02.2025

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

Über die Szene hinaus

Drei Initiantinnen von Schweizer Designevents sprechen über die Gratwanderung zwischen Populär- und Fachveranstaltung, die Kraft von Synergien und die neu gegründeten Zurich Design Weeks.

Interview:
Mirjam Rombach
Foto:
Tom Huber

Während in Zürich, Bern und Lausanne die Sommerhitze flirrt, tauschen sich die Organisatorinnen verschiedener Designevents via Bildschirm aus. Was verbindet die Anlässe, worin unterscheiden sie sich? Wem nützen sie - und braucht es wirklich noch einen weiteren? Patricia Lunghi von den Design Days in der Westschweiz, Florian Steiner vom Design Festival Bern und Gabriela Chicherio von den Zurich Design Weeks im Gespräch.

Die Westschweiz feiert Design bereits seit mehr als zehn Jahren, Bern seit sieben. Die Designwochen in Zürich finden zum ersten Mal statt. Was zeichnet die Anlässe aus?

Patricia Lunghi: Die Design Days entstanden 2007 aus einer Kooperation heraus, seit 2009 führt das Magazin «Espaces contemporains» den Anlass allein weiter. Wir wechseln jährlich zwischen Lausanne und Genf ab und experimentieren mit verschiedenen Konzepten, variieren etwa zwischen grossen Veranstaltungszentren in Industriehallen und dezentralen Formaten.

Florian Steiner: Wir haben das erste Design Festival Bern 2015 initiiert. Es kamen weit mehr Menschen als erwartet, wir spürten ein starkes Bedürfnis nach einem solchen Anlass. Zwei Jahre später bespielten wir schon sieben Veranstaltungsorte, 2019 noch mehr. Jedes Mal mit Foodtrucks, Barbetrieb und Outdoorkonzerten - der Festivalaspekt war uns sehr wichtig.

Gabriela Chicherio: Die Zurich Design Weeks sind eine Dachorganisation. Wir verbinden eigenständige Events wie Mode Suisse oder Neue Räume, die parallel im September stattfinden. Auch die von Andreas Saxer und mir gegründete Design Biennale wird nächstes Jahr Teil davon sein. Das stärkt die Anlässe und sie profitieren voneinander. Daneben erweitern wir für Designschaffende, Brands und Handel die Möglichkeiten zur Teilhabe und organisieren ein Rahmenprogramm.

Planen Sie auch eigene Veranstaltungsorte?

Gabriela Chicherio: Nein, wir mieten keine Flächen an. Einerseits wegen des finanziellen Risikos. Andererseits wollen wir die Events nicht konkurrieren. Wenn Teilnehmende →



Gabriela Chicherio gehört zum Gründungsteam der ersten Zurich Design Weeks, die vom 1. bis zum 20. September stattfinden.



Patricia Lunghi

Die Literaturwissenschaftlerin und Journalistin (54) schreibt für verschiedene Medien, insbesondere für «Espaces contemporains». Gemeinsam mit dem Westschweizer Magazin für Architektur und Design hat sie die Design Days in Lausanne und Genf gegründet. Sie organisiert regelmäßig kulturelle Veranstaltungen, Konferenzen und Ausstellungen.



Florian Steiner

Der Produkt- und User-Experience-Designer (39) arbeitet als Selbständiger in der Berner Altstadt. Daneben ist er Mitgründer des Design Festival Bern, das er gemeinsam mit dem Designer Thomas Oehrli leitet.



Gabriela Chicherio

Die Produktdesignerin (24) mit den Schwerpunkten Konzepte, Ausstellungen, Möbel und Accessoires ist Mitgründerin und Co-Kuratorin der Design Biennale Zürich sowie der Zurich Design Weeks und führt als Tourguide für die Design Promenade durch Zürich.

→ des Rahmenprogramms bestehende Räume nutzen, sind sie zudem sichtbar. Ein eigener Ort wird vielleicht 2023 ein Thema, wenn Neue Räume Pause macht. Sie besetzt den grössten Veranstaltungsraum.

Wie bringen Sie verschiedene Richtungen zusammen?

Patricia Lunghi: Bei uns hängt die Ausrichtung von den Partnern ab. In Genf arbeiten wir mit der Head zusammen, in Lausanne mit der Ecal. Je nach Schule richten wir uns stärker auf Mode oder auf Produktdesign aus.

Florian Steiner: Am Design Festival Bern sind Grafik, digitales Design und Produktdesign vertreten, wo Mode bis zu einem gewissen Grad mit dazugehört. Sie steht aber nicht im Mittelpunkt.

Gabriela Chicherio: Wir möchten die Designindustrie am liebsten als Ganzes zeigen und sogar darüber hinausgehen. Das tun wir, indem wir beispielsweise mit dem Digital Festival zusammenarbeiten. Die Zurich Design Weeks sind explizit für alle Bereiche offen, sie sprechen eher ein gemeinsames Denken an denn eine bestimmte Disziplin. Es geht um zukunftsgerichtete Services und Produkte.

Warum braucht Zürich die Designwochen, wo es doch schon mehrere Designevents in der Stadt gibt?

Gabriela Chicherio: Richtig, es gibt bereits einige etablierte Anlässe. Bisher kämpfte jeder für sich allein. Indem wir uns zusammenschliessen, öffnen wir uns für ein breiteres Publikum. Unter den Interessierten gibt es viele Überschneidungen. Dennoch kennt nicht jede Besucherin von Neue Räume automatisch auch die Mode Suisse. Das Potenzial einer gemeinsamen Kommunikation ist riesig. Zusammen erreichen wir 30 000 Menschen und sind damit der grösste Designanlass der Schweiz.

Patricia Lunghi: Seit dem Ende des Designers' Saturday hat etwas gefehlt in der Deutschschweiz. Aus unserer Perspektive ergibt es deshalb absolut Sinn, dass Zürich zum Designzentrum wird. Eigentlich ist es eher erstaunlich, dass das nicht schon früher passiert ist!

Warum ist die Grösse so relevant?

Gabriela Chicherio: Grösse ist nicht überall zielführend. Als wir die Design Biennale wegen der Pandemie in einem kleineren Rahmen abhalten mussten, merkten wir, wie gut das beim Publikum ankam. Künftig konzentrieren wir uns deshalb auf die qualitative Entwicklung. Dabei helfen uns die Zurich Design Weeks, die durch den Zusammenschluss aller Events und die zusätzlichen Anlässe ein reiches Programm bieten. Grösse ist aber auch ein mächtiges Instrument: Gestern erhielten wir von der Fachstelle Kultur die Zusage, dass wir Kulturplakate platzieren dürfen – das hat in Zürich noch kein Designanlass allein geschafft. Nun, wo wir zusammen sind, geht es.

Weshalb ist diese Zusage so speziell, hat Design ein Problem mit seiner Positionierung?

Florian Steiner: Design ist irgendwo zwischen Wirtschaft und Kultur verortet, was dazu führt, dass sich am Ende niemand dafür zuständig fühlt. Deshalb hat uns die Stadt anfangs auch nicht unterstützt. Seit einigen Jahren spüren wir, dass die Disziplin zunehmend anders eingestuft wird. Das wirkt sich bei uns auch finanziell aus.

Patricia Lunghi: Dazu kann ich eine Anekdote erzählen. Als ich zu Beginn der Design Days bei der Stadt Genf um Unterstützung anfragte, sagte man mir, das ginge nicht, weil es für Design «keine Zeile» gäbe – anders als etwa für Kunst, Theater oder Tanz. Design wurde nicht als kulturell relevant definiert, es existierte schlicht nicht!

In Zürich gilt die Kreativindustrie als Wirtschaftsfaktor.

Profitieren die Designwochen davon?

Gabriela Chicherio: Ja, die Stadtentwicklung unterstützt die ersten drei Ausgaben finanziell. Insofern schätzen wir uns glücklich, wie die Entscheidungsträger hier Design verstehen. Interesse wecken vor allem technische Bereiche oder Themen wie Innovation und «Circular Economies». Dennoch gilt auch in Zürich: Design ist von kultureller Förderung explizit ausgenommen, und zwar genau wegen des wirtschaftlichen Aspekts der Disziplin. Umso wichtiger ist für uns das positive Signal, das wir durch die Kulturplakate erhalten haben.

Wen wollen Sie erreichen: Fachpublikum oder breite Masse?

Gabriela Chicherio: Mode Suisse und Digital Festival sind vorwiegend Plattformen für Professionelle, Neue Räume ist für alle zugänglich. Die Zurich Design Weeks liegen also irgendwo dazwischen. Die Aufgabe des Rahmenprogramms ist es, auch Menschen anzusprechen, die nicht aus der Designszene kommen. Wir wollen potenziell Interessierte zu Designliebhabern machen.

Patricia Lunghi: Bei den Design Days versuchen wir seit Beginn, nicht nur die Professionals zu erreichen. Wir haben vieles ausprobiert, doch es gelingt uns nicht, das breite Publikum abzuholen. Entweder die Leute kommen nicht, oder sie verstehen nicht, was sie sehen. Es scheint eine unsichtbare Barriere zu geben, hinter der Design als teuer und elitär wahrgenommen wird. Wir wollen aber nicht innerhalb des Designkuchens bleiben, Design soll alle erreichen!

Braucht es ein starkes Unterhaltungsprogramm, damit das gelingt?

Florian Steiner: Genau deshalb haben wir unser Designprogramm in ein Festivalformat gepackt. Die Expertinnen kommen ohnehin, solange wir gute Inhalte bereitstellen. Schwieriger ist es, die anderen abzuholen. Die Konzerte halfen uns enorm dabei.

Dennoch verzichten Sie bei der nächsten Ausgabe darauf. Warum?

Florian Steiner: Die Kosten und das Risiko gingen zulasten des Designprogramms. Bei der letzten Ausgabe gab es einen Schneesturm im Mai, und die Konzerte waren schlecht besucht. Nun wollen wir uns wieder stärker auf das Design konzentrieren.

Gabriela Chicherio: Ich glaube, dass wir von der Musik lernen können. Von einem Open Air erwarten die Besucher nicht mehr als Musik, etwas zu trinken und Spass. Kein Mensch will Gespräche über die Musikindustrie hören! Vielleicht fokussieren wir manchmal zu stark auf ein intellektuelles Programm.

Trotzdem haftet manchen Designanlässen der Ruf von Konsum und Kommerz an.

Gabriela Chicherio: Das hängt damit zusammen, dass Verkaufsmärkte wie die «Blickfang» gut funktionieren und ein breites Publikum anziehen. Dabei geht der kulturelle Aspekt des Designs oft vergessen. Darum ist Vermittlung so wichtig: Wir müssen über Design sprechen, wenn wir wollen, dass es verstanden wird.

Patricia Lunghi: Designevents reagieren auf verschiedene Bedürfnisse. Das macht sie zum Balanceakt. Es ist eine ständige Suche nach dem richtigen Rezept. Manche Zuschauerinnen möchten kaufen, andere nur schauen. Designer wollen sich austauschen und für ihre Produkte eine Herstellerin finden. Und die Jungen brauchen den Anlass, um ihre Produkte zu verkaufen. Ist es Kommerz, wenn junge Designschaffende versuchen, ihren Lebensunterhalt zu verdienen? Ich finde nicht.

Wie viel Diskurs und Vermittlung ist nötig, wie viel Unterhaltung und Verkauf?

Patricia Lunghi: Partys, Konzerte und Drinks sind Nebensache. Der Kern ist das Design.

Gabriela Chicherio: An der letzten Design Biennale machten wir eine spannende Erfahrung. Sie war frei zugänglich und fand an einem öffentlichen Ort statt, was unsere Besucherzahlen verdreifachte. Viele kamen in den Botanischen Garten, weil sie dort spazieren oder etwas essen wollten. Auf die Ausstellung wurden sie erst vor Ort aufmerksam. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda erfuhren auch Leute davon, die wir nie erreicht hätten – ohne Unterhaltungsprogramm und Verkauf. Auch mit den Zurich Design Weeks wollen wir ein Publikum ausserhalb der Designszene ansprechen. Ob wir bereits bei der ersten Ausgabe die nötige Präsenz aufbringen, um das dezentrale Programm sichtbar zu machen, wird sich zeigen.

Lässt sich die Wirkung von Designevents messen?

Florian Steiner: Das ist schwierig. Nur schon die Erfassung der Besucherzahlen ist an manchen Orten unmöglich.

Patricia Lunghi: Wir haben kein internationales Publikum wie in Mailand, ich denke also nicht, dass wir auf wirtschaftlicher Ebene viel bewirken. Dafür sind wir zu klein. Die Designschaffenden profitieren dennoch, weil durch ihr Zusammentreffen Kooperationen entstehen. Auch der intensive Austausch mit dem Publikum während der Designtage ist wertvolle Vermittlungsarbeit. Das sind zwar alles kleine Schritte. Dennoch kommen wir voran.

Was fehlt in der Schweizer Designlandschaft?

Florian Steiner: Es mangelt an Wissen, was Design eigentlich ist – vor allem in ländlichen Gegenden. In den Städten ist das Bewusstsein dafür grösser. In den skandinavischen Ländern zum Beispiel ist man da viel weiter.

Patricia Lunghi: Auch in Mailand muss man niemandem erklären, was Design ist. In der Schweiz wird Design kaum als kulturökonomisch relevant erachtet. Vielleicht gibt es historische Gründe, weshalb die Disziplin hier so unscharf wahrgenommen wird. Als im Italien der Nachkriegszeit die Rolle des Designers entstand, war das eine Reaktion auf die konkreten Bedürfnisse einer veränderten Gesellschaft. Hierzulande ist diese Rolle viel weniger verankert.

Gabriela Chicherio: Oft wird Design auch zu rigide definiert. Grafik darf genau bis hierhin reichen, danach muss es etwas anderes sein. Es gibt wenig Raum für das Dazwischen. Dabei bietet Design so viel Potenzial. In Finnland beispielsweise bindet die Regierung ein Designteam in ihre Prozesse ein. Positiv ist dafür die Überschaubarkeit der Schweiz. Man kennt sich in der Designszene und tauscht sich aus. Auch dass wir heute miteinander über Designevents sprechen, ist grossartig. Lasst uns das öfter tun! Genauso, wie die Events der Zurich Design Weeks zusammenkommen, rücken auch wir näher. ●

Zurich Design Weeks

Initiiert von Gabriela Chicherio, Andreas Saxer und Anita Simeon, findet vom 1. bis zum 20. September in Zürich die grösste Designveranstaltung der Schweiz statt. Die erste Ausgabe vereint bislang unabhängige Events und Institutionen wie Digital Festival, Hack Zurich, Mode Suisse und Neue Räume sowie das Museum für Gestaltung Zürich. Das Rahmenprogramm «Uncover» lädt zu Talks, Workshops und Off Spaces ein, etwa beim Inneneinrichter Teo Jakob, wo «Espaces contemporains» mit einer Ausstellung präsent ist. www.designweeks.ch

EINFACH NÄHER



Walter Pfister
Verkäufer

Aufzüge sind unser Ding

Bei uns sind Sie richtig, wenn Sie Ihren Lift planen. Schnelligkeit und Spezialanlagen-Kompetenz zeichnen uns aus.

Sprechen Sie mit uns. Ganz einfach.



AS Aufzüge

Wir bauen Holzheizungen. Auch für kommende Generationen.

Lernen Sie Energie 360° neu kennen.

Holzschnitzel sind ideal geeignet, um in innovativen Wärmeverbänden Liegenschaften mit nachhaltiger Wärme zu versorgen. Wir nutzen hierfür als Kernstück eine Heizzentrale mit nachwachsendem Holz, das meist aus der angrenzenden Region stammt.

Energie 360° entwickelt und realisiert bereits Wärmeverbände mit Holzschnitzel, zum Beispiel in den Gemeinden Thusis, Embrach oder Wädenswil.

Setzen Sie mit uns auf nachhaltige Energie- und Mobilitätslösungen für kommende Generationen. Gerne unterstützen wir Sie auch bei nachhaltigen Wärmelösungen mit Seewasser, Biogas, Erdwärme oder beim Aufbau von ganzen Areallösungen. Zudem elektrifizieren wir für Sie die E-Mobilität mit neuester Ladetechnologie und Ladelösungen.

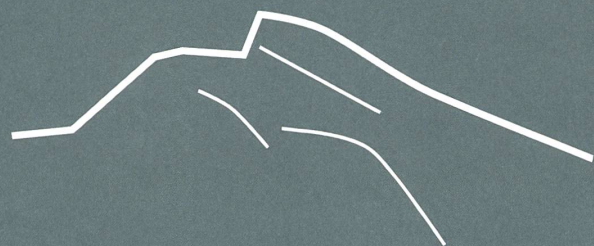


energie360.ch

energie360°



zentrum
RANFT
stille
spiritualität
solidarität



5. Ranfter Gespräche

23. - 25. September 2022

Der geistige
Raum und seine
Erscheinungsformen

Peter Zumthor
International tätiger Architekt

Niklaus Brantschen
Jesuit und Zen-Meister

Olivia Röllin
Moderatorin Sternstunde SRF

Dr. Pirmin Meier
Historiographischer Autor

Pater Zacharias Heyes
Theologe, Mönch

Peter Conradin Zumthor
Schlagzeuger, Komponist

Ursula Bründler Stadler
Theologin, Zentrumsleiterin

www.zentrumranft.ch



SCHMID
Kulturförderung
Kanton Schwyz

SWISSLOS
Kulturförderung
Kanton Schwyz

Mittleres kantonales Landeskulturamt
des Kantons Luzern

Macht Platz für Landschaft!

Jetzt lesen:
landschaft.hochparterre.ch



Foto: Jules Etienne



BORA

BORA X BO

Die neue Leichtigkeit des Kochens.

Ob knusprige Braten, köstliches Gemüse oder luftig-leichte, goldbraune Croissants: Dank seiner schonend-gleichmäßigen Dampferzeugung liefert der BORA X BO Dampfbackofen perfekte Garergebnisse – selbst wenn Sie drei gefüllte Bleche auf einmal hineinschieben! Der BORA X BO kann braten, backen, dämpfen und vieles mehr – und ist dabei kinderleicht bedienbar! Jetzt das BORA Magazin anfordern: bora.com/magazin

SUTER
inox technik

Generalimporteure und Vertriebspartner
in der Schweiz und in Liechtenstein:
Suter Inox AG, Schachenstrasse 20, CH - 5116 Schinznach-Bad
T +41 56 463 63 33, suter@suter.ch, www.suter.ch

bora.com



FASSADEN BAU

Ihr Partner für zukunftsweisende Gebäudehüllen. husner.ch

HUSNER