Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 3 (1990)

Heft: 11

Artikel: Alessis Forschungslabor : wie der Küchenartikelhersteller seine Produkte stylen lässt

Autor: Imwinkelried, Rita

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-119266

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

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

FOTO: THOMAS KERN «LOOKAT»

Noch nicht alle Probleme gelöst: Paneele an der N13

Die Entwicklung geht weiter

Am meisten Strom fliesst aus den Solarzellen, wenn nach einem reinigenden Gewitter oder Regen die Wolken aufreissen und Sonnenstrahlen auf die Paneele scheinen. Wenn's dagegen stickig und schwül ist und die Luft vor Hitze flirrt, sinkt die Leistung trotz blauen Himmels merklich ab. Selbst an wolkenverhangenen Tagen steht der Leistungszähler der 45-kW-Anlage der Migros in Gossau noch auf fast 6 kW. In den beiden ersten Betriebsmonaten Juli und August – bei ausgesprochen vielen Sonnentagen – leisteten hier die 15 aneinandergekoppelten Alpha-Real-Module total 10 300 kW. Aber auch im günstigsten Fall kann dieses Kraftwerk nur gerade ein halbes Prozent des Jahresgesamtverbrauchs der Ostschweizer Betriebszentrale des Grossverteilers liefern, «doch wir wollen hier einen Beitrag zum Durchbruch der Fotovoltaik leisten», erklärt Projektleiter Roland Schaub.

Solchen Pioniergeist erwarten SSES und Alpha Real auch von allen anderen Teilnehmern der Aktionen «Megawatt» und «Solar 91», denn die Kosten pro Kilowattstunde fotovoltaisch produzierter Energie liegen mit 50 bis 80 Rappen (je nach der Höhe der Subventionen) noch deutlich über allen EW-Tarifen (Durchschnitt noch unter 20 Rappen). Die technische Entwicklung macht jedoch laufend Fortschritte: Solarzellen werden immer leistungsfähiger, noch langlebiger und auch billiger. RH ■

Landwirt über die schlechte Milchleistung seiner Kühe lamentiert, weil ein Glasdach in den Stall spiegle.

Höchste Zeit also, sich mit solchen architektonisch-ästhetischen Fragen zu beschäftigen! Den Anfang machte die Fachklasse Produktgestalter der Zürcher Schule für Gestaltung, die für Grossanlagen in Berggebieten – eine in greifbare Nähe gerückte Anwendung – schon im letzten Winter gearbeitet hat («HP» 5/90). Hier hat auch die Vereinigung für Sonnenenergie bereits Fragezeichen gesetzt: So sehr man die fertig projektierte 500-kW-Anlage auf dem Mont-Soleil energiepolitisch auch begrüsst – dass dafür 25 000 Quadratmeter Weideland mit Panels verbaut werden, ist unerwünscht. Die Vereinigung plädiert deshalb für die Förderung der kleineren und dezentralen Anlagen, bei denen auch die Übertragungsverluste geringer sind.

Gestaltend oder störend?

Nicht nur auf der Alp, auch im urbanen Raum gibt es Probleme. Mit diesen befasst sich jetzt wieder eine Klasse der Zürcher Schule für Gestaltung. Einer der Lehrer, der Architekt Giovanni Scheibler, ist Fachmann für Solaranlagen in Entwicklungsländern. Er will ohne Vorgabe von bestimmten Thesen untersuchen, wie Panels als gestaltende oder eben störende Elemente eingesetzt werden. Die Resultate sind bedeutungsvoll, denn auf heute ungenutzten urbanen Flächen könnten mit Solarstrom rund 10 Prozent unseres Gesamtstromverbrauchs abgedeckt werden. So vielversprechend diese Perspektive auch ist, sollte darob der Nachteil des Fotovoltaik-Booms nicht in Vergessenheit geraten: Er verdrängt die wesentlich wirksamere Wärmenutzung und passive Sonnenenergie in den Hintergrund.

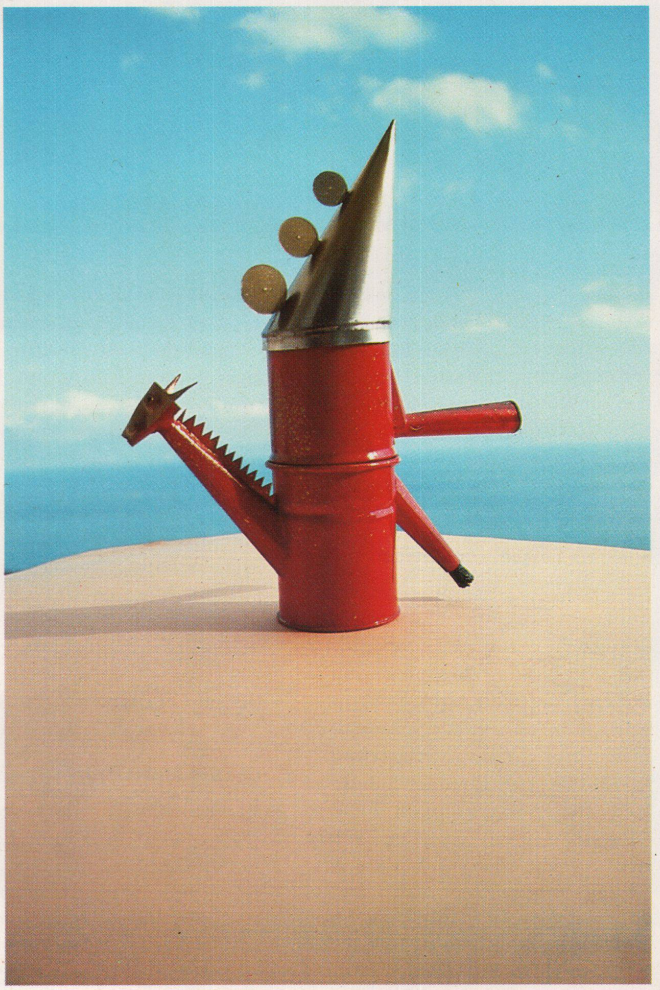
RENÉ HORNUNG

Alessi

Je grösser ein Betrieb, um so kleiner sind in der Regel seine Möglichkeiten zu Experimenten. Anders bei der Firma Alessi im Piemont. In ihrer Küche entstehen ausgefallene Kochgeräte, neue Tischsitten und teure Namen.

Manchmal springen Pfannen, Espressomaschinen, Zitronenpressen und andere alltägliche Küchengeräte der Firma «Alessi» wegen unkonventionellen oder ausgefallenen Stylings ins Auge, sind dabei aber durchaus praktisch konzipiert. Hinter diesen Objekten steckt oft ein jahrelanger Forschungsprozess, hauptsächlich was deren sozio-kulturelle Bedeutung und die daraus resultierenden ästhetischen und ergonomischen Veränderungsmöglichkeiten betrifft.

Werdegang einer Kaffeemaschine: Prototyp nach dem Entwurf von Ricardo Dalisi



Forschungslabor

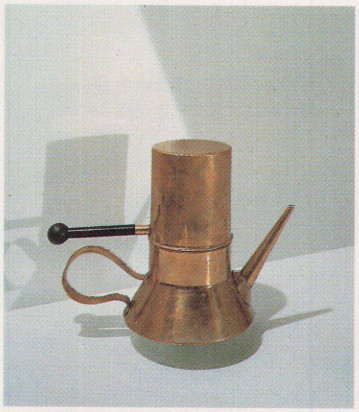
Der zwischen Domodossola und dem Ortasee gelegene Betrieb unterhält seit 1983 neben der Produktionsabteilung ein Forschungs- und Versuchslabor, die «Officina Alessi» (officina = Werkstatt). Dort können Produktgestalter unabhängig von Zeitproblemen und Produktionszwängen an neuen Projekten herumprobieren. Der Industrielle Alberto Alessi und Alessandro Mendini, Architekt und Theoretiker, sind die beiden Gründer der Officina. Mendini steht heute noch unter Vertrag bei Alessi. Ende der siebziger Jahre, als Mendini Direktor der Architekturzeitschrift «Modo» war, drängte er Alessi, in seinem gut laufenden Betrieb feste Freiräume für experimentierfreudige Gestalter zu schaffen. Alessi: «Ich sah in Mendinis Vorschlag sofort eine Chance für unsere Industrie und allgemein fürs italienische Design.» Um dem Vorhaben gleich Profil zu geben, bat der Industriellensohn elf Architekten wie Michael Graves, Aldo Rossi und Paolo Portoghesi, je ein Tee- oder Kaffeeservice zu entwerfen. Die eingereichten Vorschläge erwiesen sich als raffinierte Miniatur-Architekturen, die aber kostspielige Arbeitsgänge benötigen. «Je grösser ein Betrieb ist, desto weniger Spielraum bleibt für Experimente und Risiken», weiss Alessi. Er löste das Problem mit der Gründung einer separat verwalteten «Officina Alessi», in die 5 Prozent vom 60-Milliarden-Lire-Jahresumsatz gesteckt werden und in der je nach Bedarf betriebseigene oder externe Facharbeiter eingesetzt werden. Zusammen mit Mendini erarbeitete er ein Betriebskonzept: Von Gestaltern und Gestalterinnen, die in der Officina experimentieren können, wird erwartet, dass sie neue Überlegungen zur Art, wie ein Küchengerät benutzt und eingesetzt wird, mitbringen. Sozio-kulturelle Trends sollen hier nicht bloss aufgefangen, sondern geschaffen werden. Als gelungen gilt die Neugestaltung eines Geräts, wenn es Gewohnheiten in Ästhetik und Anwendungsweise sprengt. Wie zum Beispiel die gusseiserne Schmorbratenpfanne, an der zurzeit gearbeitet wird: anstatt wie gewohnt rund ist sie rechteckig, ihre Form ist dem Fleischstück angepasst.

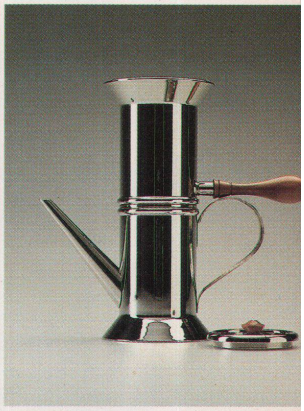
Wenn viel Handarbeit notwendig ist und anstelle des üblichen Stahls ein anderes Material ausprobiert wird, gibt es limitierte Auflagen zu Liebhaberpreisen, wie die silbernen Tee- und Kaffeesets der elf Architekten. Eignet sich ein im Versuchslabor entwickeltes Gerät hingegen für industrielle Fertigung, was viel häufiger der Fall ist, wird es in die Serienproduktion aufgenommen. Ein typisches Beispiel ist die napoletanische Kaffeemaschine: Riccardo Dalisi hat übers Kaffeetrinken in Neapel recherchiert, welches in dieser Gegend eine extrem ritualisierte Tradition aufweist.

Nach seinen Beobachtungen und Eindrücken zeichnete er 200 verschiedene Kaffeemaschinen. Diese nehmen abwechselnd Formen von phantastischen Tier- und Fabelwesen an, tragen manchmal die populären Masken des napoletanischen Volkstheaters. Alessi liess alle als funktionstüchtige Prototypen in Blech realisieren. «Schliesslich gelang Dalisi die Kristallisation eines Serienmodells. Von der äusseren Gestaltung her hat diese Recherche einiges gebracht. Die traditionelle napoletanische Kaffeemaschine sieht wie zwei aufeinandergestülpte Frühstückstassen aus, ziemlich hausbacken, assoziierbar an eine stämmige Matrone im Schürzenkleid. Dalisis Kaffeemaschine hingegen ist eine elegante Karaffe, die, auf den Kopf gestellt, zum stilisierten Pinocchio wird (beim Kaffekochen muss man sie auf den Kopf stellen). Während der Studienphase verdiente Dalisi nichts, hatte aber Techniker und Facharbeiter der Firma zur Verfügung. Erst wenn ein Projekt in Produktion geht, bekommt der Gestalter Verkaufsroyalties von 1 bis 3 Prozent. Bei über der Hälfte der Prototypen kommt es jedoch nie zu einer Produktion.

Auffällig ist, wie viele bekannte Namen für Alessi arbeiten. Die Riege geht von Richard Sapper über Ettore Sottsass zu Philippe Starck, Aldo Rossi, Paolo Portoghesi und jüngst auch Massimo Josa Ghini. Mit seiner Mischung aus Marketing und Entwurf hat Alessi eine Richtung in der Gestaltung und der Warenästhetik der achtziger Jahre geprägt. Gebrauchsqualität wird wohl perfektioniert, jedoch in erster Linie, um sie mit Personennamen zu taufen und als Popstars ins Konsumritual einer vermögenden Käuferschicht zu schleusen. Hier blüht spätkapitalistische Produktion, die, hoch arbeitsteilig organisiert, abhängig wird von auf Personen konzentrierten Namen und so tut, als unterstehe industrielle individueller Fertigkeit. Oft enden solche Entwurfshaltungen im blossen Styling, Alessi nutzte sie für erfolgreiches Marketing. Er behauptet auch, nicht nur auf der Starschiene zu fahren. Zwei Beispiele: Das «Pasta-Set», eine Teigwarenpfanne mit integriertem Abtropfsieb, war eine Idee des unbekannten Gestalters Massimo Morozzi, der sie jahrelang Alessi andienen musste. Heute gehört diese Pfanne zu den am meisten kopierten Waren der Firma. Oder das Servierbrett «King-Kong», entworfen von einem Trio ohne Industrieerfahrung und ohne Namen. Versuchslabors, wie sie Alessi betreibt, sind auch in der italienischen Möbelindustrie im Aufbau. Gesucht sind Nischen und Auswege aus den überfüllten Regalen. Wohn- und Haushaltwaren sollen neu definiert werden. So entstehen neue Warenangebote, die Probleme lösen wollen, die noch gar niemand hat. Die einen reden von «echten Bedürfnissen und kulturellem Wandel», die andern von verstopften Märkten, verzweifelter Konkurrenz in einer satten Warenwelt und beschleunigter Zirkulation.

RITA IMWINKELRIED





Weitere Prototypen von Dalisi und das Endprodukt (ganz rechts), das in die Serienproduktion aufgenommen wurde.