

Preis gelobt - Jury ermahnt : Alain Thierstein, Ökonom an der Handelshochschule St. Gallen, hat untersucht, was der Design Preis Schweiz nützt

Autor(en): **Gantenbein, Köbi**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **7 (1994)**

Heft 11

PDF erstellt am: **06.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-120033>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Design Preis Schweiz

PRESS
A
B



Bild: Mayo Bucher

Preis gelobt – Jury ermah

Ein Ökonom der Handelshochschule St. Gallen hat den Design Preis Schweiz untersucht. Was bringt dieses Bemühen an Geld und an Ansehen? Wo sind die Probleme? Sein Befund: Der Design Preis Schweiz ist auf gutem Weg. Der Bericht kritisiert die mangelnde Internationalität des Preises und die enge Sicht der Juries.

«Die Evaluation hat gezeigt, dass der Wettbewerb einem Bedürfnis entspricht und nach erst zweimaliger Austragung eine respektable Resonanz erzielt.» Das schreibt Alain

Thierstein, Ökonom am Institut für Aussenwirtschafts-, Struktur- und Regionalforschung an der Handelshochschule St. Gallen. Er hat die Wirkungen der ersten und der zweiten Auflage dieses Wettbewerbes untersucht. Aus diesem Grund hat er den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen Fragebogen geschickt, eine Reihe von Gesprächen mit Experten geführt und die Buchhaltung des Design Preis analysiert.

Regionale Wirkungen

Der Design Preis wird zwar von zahlreichen Interessen geprägt und getra-

gen, Sitz aber hat er in der Stadt Solothurn. Er ist auch ein Wirtschaftsförderungsanlass. Wer aber an den Preisverleihungen im Landhaus, am Fest oder in den Ausstellungen im Kunstmuseum war, merkt, dass der Preis Design als Kultur vor- und darstellen will. Also ist es interessant zu fragen, welche ökonomischen Wirkungen ein solcher Anlass haben kann. Betrachten wir zuerst die direkten wirtschaftlichen Auswirkungen vor Ort. Vorab die Ausgaben des Design Preises taxiert der Forscher als «erheblich einkommenswirksam» in und um Solothurn. Rund 36 Prozent des Budgets

1993 (also ca. 300 000 Franken) werden in der Region ausgegeben. Diese lösen wiederum Aufträge aus. Die Wirte und Hoteliers z. B. meldeten, dass sie zwar auch direkt profitieren können, dass für sie aber vorab der Goodwill, den die Veranstaltung nach Solothurn bringt, interessant sei. Das gute Image des Preises schlägt denn auch durchwegs als positiv zu Buche: Für die Wirtschaftsförderer als klug wirtschaftende Beamte und für die Region als kulturell offener, designkundiger Standort. Es strahlt aus in die Nachbarregion Langenthal, deren bekannte designbewusste Unterneh-

Design Preis 95

Am Designers' Saturday wird der Design Preis Schweiz 1995 ausgeschrieben. Das Teilnahmeformular ist auch diesem Heft beigelegt. Die Ausschreibung ist überarbeitet. Neu gestaltet hat sie Roger Pfund, Grafiker in Genf. Die wichtigste Neuerung: In den Kategorien Produkte und Textilien können Preise nicht nur für einzelne Produkte, sondern für ganze Designketten vergeben werden. Das heisst, die Jury beurteilt nicht nur die Ware selber, sondern auch gestaltete Elemente wie die Verpackung, die Bemusterung, die Reklame, die Schaufensterpräsentation, den Werbespot, die Gebrauchsanweisung usw. Nun müssen nur noch klug gestaltete Ketten eingereicht werden. Die Kritik an der Jury hat die Projektgruppe vorweggenommen: Ingenieure sitzen ebenso ein wie Unternehmer, Journalisten ebenso wie Architekten, Grafikerinnen ebenso wie Museumskuratorinnen. In der Mehrheit aber jurieren Designer den Designpreis, und das ist richtig und gut so. Wer weitere Informationen oder Ausschreibungen braucht: Design Preis Schweiz, Postfach 311, 4502 Solothurn.

men als Teil des Preises wahrgenommen werden. Das führt auch zu Durcheinander, weil etlichen Leuten durchaus nicht klar ist, dass zwischen dem Designers' Saturday, dem werdenden Design Center und dem Design Preis Unterschiede bestehen. Der Forscher rät in seinem Bericht, man müsse darlegen, wer wofür eigentlich zuständig sei. Als Dach für alle Aktivitäten schlägt er das Design Center Langenthal vor. Da ist zu bedenken erstens: der Preis ist eine im wesentlichen öffentliche Angelegenheit, das Design Center dagegen ein privates Unternehmen. Zweitens: Das Solo-

thurner Umfeld, das Kunstmuseum, die Film-, Literatur- und Polittage, tun der Designdebatte gut.

Teilnehmer

Den Teilnehmern allerdings liegt ihr Hemd näher als das ökonomische Wohl der Region Solothurn. So hat die Studie gefragt: Was nützt ihnen ein Design Preis Schweiz? Von spektakulären Wirkungen kann nicht berichtet werden. Eine kleine Gruppe Befragter lobt steigenden Umsatz und neue Projekte, die sie dank einer Auszeichnung bearbeiten können. Zahlenangaben sind aber vage. Stärker

ins Gewicht fällt, wenn etliche Preis- und Anerkennungsträger berichten, dass sich ihr Ansehen – und das des Designberufes – merklich verbessert habe. Thierstein: «Diese Wirkungen sind kurzfristig schwer zu quantifizieren. Ihre Bedeutung liegt im Langfristigen und in einer allgemein positiveren Grundeinstellung zum Design.» Er kritisiert aber: Das Bringprinzip, also die Tatsache, dass die Teilnehmer Arbeiten einreichen und die hohe Jury sie bewertet, führt dazu, dass der Teich bald ausgefischt ist. Die Hürde wird höher, der Frust der nicht Ausgezeichneten steigt, zumal ihnen nicht gesagt wird, weshalb sie keine Hoffnungsträger sind. Thierstein rät, dass man darüber nachdenken soll, wie ein Holprinzip aussehen könnte. Also, dass die Jury beispielsweise ausschwärmt und weltauf, weltab Preiswürdiges zusammenträgt oder dass der Design Preis ein Thema ausschreibt, zu dem Projekte erarbeitet werden können. Die Projektgruppe soll nicht nur verwalten und organisieren, sondern auch inhaltlich aktiver werden und Farbe bekennen.

Kritik und Probleme

Thiersteins Befragte kritisieren, dass es am Design Preis ist wie am Katholikentag: Die Gläubigen treffen sich und klopfen einander auf die Schulter. Die Heiden fehlen. Empfindliche, ja harsche Kritik trifft die Juries der Auflagen 91 und 93: Zu ähnlich denkende Menschen sässen da zusammen, mit der behaupteten Internationalität sei es nicht weit her, da und dort wird gemurrt, dass die Jury abhängig sei und nicht begründe, weshalb sie Projekte und Produkte aus den Rängen kippe. Kurz: Mehr Transparenz, mehr fachfremde Kompetenz, mehr Internationalität. Da sieht denn auch Walter Steinmann, Co-Präsident des Preises, eine wichtige Aufgabe: «Der Insidervorwurf ist ein Verdacht,

den wir ernst zu nehmen haben. Die Studie gibt einige Hinweise, wie wir ihn widerlegen können. Alles, was auf einen Selbstbedienungsladen für beteiligte Regionen oder Firmen hindeutet, muss anders gehandhabt werden.» Alles in allem aber – der Design Preis erhält die Note 5. Gelobt werden vorab die Organisation, die Teilnahmebedingungen, der Katalog, den man gerne auch auf englisch hätte, die Ausstellung und überhaupt die gute Atmosphäre in Solothurn. Ein wichtiger Wert wird dem Preis als Plattform für junge Designer, für Ideen und für die Sache des Designs zugeschrieben. Alain Thierstein stellt in seinem Gutachten auch fest, dass dank der verschiedenen Kategorien unterschiedliche Designauffassungen vorgestellt werden können. Trotzdem ist ihm das Korsett zu eng, und er gibt zu bedenken, dass der Preis medialen Kategorien wie Kommunikation, Corporate Design und Multi Media mehr Beachtung schenken müsse.

Köbi Gantenbein

Die Studie heisst Design Preis Schweiz – eine Evaluation. Verfasst hat sie Alain Thierstein (Mitarbeit Ina Christou) vom Institut für Aussenwirtschafts-, Struktur- und Regionalforschung an der Handelshochschule St. Gallen. Sie ist Teil des Nationalen Forschungsprogramms 27, das die Wirksamkeit staatlicher Massnahmen untersucht. Sie kostet 20 Franken und kann bestellt werden beim Design Preis Schweiz, Postfach 311, 4502 Solothurn

Preis für Preis

Alle zwei Jahre organisieren die Eisenbahngesellschaften den Brunel Award, den internationalen Design- und Architekturwettbewerb (HP 3/93). In der Kategorie Corporate Identity wird die Ausstellung über den Design Preis Träger 93, Uli Huber, den Chefarchitekten der SBB, ausgezeichnet – der Preis gebiert einen Preis. Die Ausstellung fand im Kunstmuseum Solothurn statt. Gestaltet haben sie Roberto Medici und Percy Slanec zusammen mit der Abteilung Hochbau der SBB im Auftrag des Design Preis Schweiz.