

Jakobsnotizen

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **19 (2006)**

Heft 12

PDF erstellt am: **11.09.2024**

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.

22 ↘ Design anrichten

Design ist wie kochen: Man nimmt Zutaten und rührt sie in einer bestimmten Menge an. Deshalb hat «der beste Koch der Welt» den Lucky Strike Designer Award 2006 gewonnen. «Ferran Adrià ist in der heutigen Zeit wohl der einzige Designer, der auf die gesamte Prozesskette seiner Produkte direkten Einfluss hat – von der Kreation der Speisen über das Geschirr bis zur Licht- und Rauminszenierung», erkannte die Jury. Der Spanier nennt seine Versuchsküche Labor und entwickelt dort neue Speise-, Aroma- und Geschmacksformen. Seine Menüs bestehen aus bis zu 30 Gängen, die er im Restaurant El Bulli nahe des katalonischen Roses als Bissen auf dem passenden Geschirr servieren lässt. www.raymondloewyfoundation.com

23 ↗ Die Maus im Haus

Wieso diese Maus immer noch Maus heisst, ist unklar. Denn sie hat den Schwanz verloren und ist nicht mehr grau, sondern elegant schwarz verspiegelt. Ist sie im Gebrauch, erinnert sie eher an ein schnelles Auto im Miniaturformat. Und schnell ist sie: mit der MX™ Revolution aus dem Haus Logitech kann man unheimlich schnell durch Seiten scrollen. Mit dem schrittweisen Bildlaufmodus können Listen, Folien oder Bildersammlungen durchlaufen werden, ohne mühsames Herumgeklicke. Die Maus hat ein weiteres Rädchen, das mit dem Daumen bedient wird: Damit wechselt man zwischen bereits geöffneten Dokumenten. Die Maus ist nicht nur frisch gestylt, sondern auch funktional aufgerüstet. Die mit dem Good Design Award 2006 ausgezeichnete Maus hat auch eine Nominierung für die Besten 06 verdient. www.logitech.com

24 Flechterinnen helfen

Das Kurhaus Bergün ist ein Zauberort. Der Architekt Heini Dalcher und seine Kolleginnen und Kollegen renovieren das hundert Jahre alte Kurhotel gemächlich und mit viel Verstand. Das Mobiliar – die geflochtenen Kurhausstühle und -bänke – stellen Handwerker und Flechterinnen in Vietnam nach alten Fotos her. Nun fegte ein Taifun über Da Nang und zerstörte die Werkstatt der fünfzig Flechterinnen. Versichert ist nichts, Hilfe ist nötig: Man kann Geld spenden oder Solidaritätsbänkelein und -stühle bestellen, damit es bei Vo Quang Khiem und den Seinen wieder aussieht wie auf dem Bild vor dem Sturm. heinidalcher@dalcherstudier.ch

25 ↘ Clevere Klammern

Mit «Clamp-a-leg» erhalten Tischplatten ein mobiles Bein. Das Additiv ist Teil eines grösser angelegten Projekts: Der niederländische Designer Jorre Pieter van Ast entwarf mit «Clampology» acht Produkte, die auf dem Prinzip der →

Jakobsnotizen Nelly Wengers Lehrstunde

Ich sage es wieder einmal: Die Expo.02 war ihren Preis wert. Nelly Wenger, die Direktorin, vollstreckt virtuos das Testament der Landesausstellung: die Verbesserung der Schweiz und der Welt mit Erlebnispädagogik. Ihr Spielfeld ist die Schokolade Cailler. Kurz die Fakten: Nachdem Nelly Wenger die Expo.02 aufgeräumt hatte, begann sie als Direktorin bei Nestlé. Bengalisch beleuchtet hat sie vor ein paar Monaten das Redesign der Cailler Schokolade vorgestellt. Jean Nouvel schlug ihr vor, die Schokoladen in ein sperriges und technisch raffiniertes Kleid aus Plastik einzupacken, bedruckt mit einem visuellen Tanz. Die Folge: Cailler hat 20 Prozent weniger Schokolade verkauft. Die für viele hunderttausend Franken eingerichteten Verpackungsmaschinen stehen nun still.

Das Ganze ist eine Spitzenleistung der Erlebnispädagogik, die Ziel und Handeln mit unmittelbarem Erleben verbinden will. Gelernt haben denn auch alle: Die Konsumenten, gejagt von täglichen Bilderstürmen der Reklame und des Designs, seufzen auf: «Wie gut – es gibt noch Gerechtigkeit. Alter Wein schmeckt für einmal auch in neuen Schläuchen alt.» Die Konkurrenten nicken zufrieden: «Auch der übermächtigen Marketing- und Designmaschine Nestlé gelingt nicht alles.» Die Umweltfreunde frohlocken: «Eine Plastikorgie ist besiegt.» Die letzten Mohikaner der Aufklärung wittern Morgenluft: «Die Vernunft regiert ab und zu sogar im fröhlichen Babylon des Konsums.» Die Designer danken Nelly Wenger mit Rosensträssen, denn sie hat das Gewicht dieser Berufsleute vorgeführt: «Ein Designer ist ein Theaterdirektor, der eine Ware mit den Mitteln seiner Kunst zum Tanzen bringen kann.» Die Kunstkritiker sind erleichtert: «Jean Nouvel und Nelly Wenger waren kühn – statt des Kakaobohnen pflückenden, lachenden Indiokindes mit Hut oder einer Kuh in Lila, bauten sie ein Bild mit abstrakten Figuren und Typografie. Ihr Scheitern zeigt, dass es einen Unterschied gibt zwischen Kunst an und für sich und angewandter Kunst für den Profit.» Und Peter Brabeck, der oberste Nestlé-Direktor, kann sich in seinem Sessel zurücklehnen: «Alle Welt spricht über Design und niemand mehr ruft: Nestlé tötet Babies! Oder Nestlé trocknet Quellen aus!»

Wie jede braucht auch diese Aufklärung die prinzipielle Tat. Werden der Konzern und wir, aufgeklärt wie wir nun sind, Hand in Hand einhalten und umkehren? Es warten ein paar harte Brocken auf Durchleuchtung. Nespresso, eine andere Marke von Nestlé, ist innert eines Jahres um 35 Prozent gewachsen und trägt mittlerweile 1 Milliarde zu den 95 Milliarden Umsatz der Firma bei. Die weit überbewertete Tasse Kaffee, der uns brüderlich vom Plakat anstrahlende Filmstar, die Art, wie wir Kaffee Freunde in ein System eingespannt werden, die Verschleuderung von Verpackungsmaterial und der unsinnige Aufwand für den Vertrieb sind Teil einer selten erlebten Erfolgsgeschichte. Nötig ist also, dass Nelly Wenger hier eine weitere Lektion hält. Via «Blick» teilte sie uns ihre Erkrankung mit. Möge sie sich bald und gut erholen, denn es gibt noch viel zu tun – Nespresso ruinieren zum Beispiel.

Zu den weltweiten, auch fragwürdigeren Geschäften von Nestlé als dem Ruin einer Schokoladenmarke mit Design gibt es ein lesenswertes Büchlein:

Attac Schweiz (Hg.) Nestlé. Anatomie eines Weltkonzerns, Rotpunkt Verlag Zürich, CHF 15.–.

HOCH PART ERRE

Stille Nacht, heilige Nacht, alles schläft ...

Weihnachtsaktion → Ein Abo für CHF 99.– (statt CHF 140.–) gültig bis Ende Jahr 2006 → www.hochparterre.ch