

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 27 (2014)
Heft: 3

Artikel: Gartenbeet und Gartenhaus
Autor: Gantenbein, Köbi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-583423>

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: 03.04.2025

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

Das Lichterhaus

Die Idee im «Gartenhaus» von Schätti Leuchten: Wie kann der Leuchtkegel, die Lichtwirkung, dreidimensional dargestellt werden? Der Designer formt auf der ganz in Sperrholz gehaltenen Einkleidung die Lichtkegel der drei Leuchten. Spitz, breit und für die Wandleuchte wahlend an der Wand. Über den Kegeln in der satt warmen Farbe des Sperrholzes strahlt das Licht aus den drei weiss lackierten Leuchten. Am Rand steht noch eine Kaffeemaschine – denn Gastlichkeit ist wichtig an der Messe. Nützlich ist, wenn eine Firma den Designer ihrer Produkte auch als Architekten des Auftritts verpflichtet.

Auftraggeber: Schätti, Schwanden
Design: Jörg Boner, productdesign, Zürich
Standbau: Oertli Holzbau, Ennenda



Gartenbeet und Gartenhaus

**Was die Szenografie der Messe kann und vermag:
Ein Spaziergang durch die Swissbau 2014 auf der Suche nach
Ideen, Geschichten und Eigenarten der Messestände.**

Text:
Köbi Gartenbein
Fotos:
Stefan Schmidlin

Das Design der Swissbau gehorcht der Ordnung des babylonischen Gartens der Semiramis. Entlang der zwei Typen «Gartenbeet» und «Gartenhaus» variiert das Design der gut 900 Firmenauftritte, hängend der eine, stehend der andere. Im «Gartenbeet» werden unter freiem Hallen Himmel die Waren und Dienste zu einer surrealen Collage aufgeschraubt. Sie tun, wie wenn sie im richtigen Leben stünden. Dieser Form folgt gut die Hälfte der Auftritte. Die andere Hälfte gehorcht dem Typ «Gartenhaus», für den zwischen den Hauptweg der Passanten und der ausgestellten Ware eine Fassade gebaut wird. In den Abteilungen «Trendwelt Bad» zum Beispiel übertrumpfen sich die Aussteller mit aufwendigen, gekonnt gebauten Fassaden, hinter denen Badewannen, Toiletten, Armaturen und Waschtische in einer grossen Puppenstube inszeniert werden. Wir Besucher müssen zu ihnen hin eine Schwelle überwinden, wie wenn wir in das Teehaus der Semiramis einträten, denn die Fassaden, die Portale und der Blick von aussen trumpfen auf mit Aufwand, Exklusivität und Eindruck.

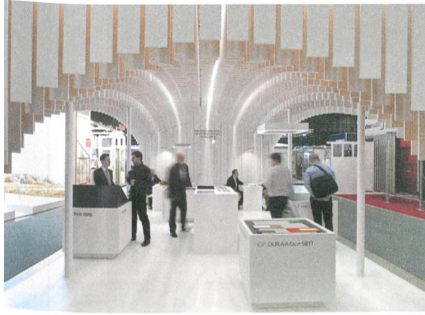
Der Schein des Neuen

«Innovativ», ruft es aus dem einen Gartenbeet, «innovativer», ruft es aus dem nachbarlichen Gartenhaus, und «sehr innovativ», jubelt es hinter einer aufwendigen Fassade von Schrifttafeln. Was ist da nicht alles neu! Schraubgewinde ums Eck, farbenfrohe Solarpanels, Lüftungs- und Heizmaschinen, aber auch hochkomplexe Fensterprofile und Waschmaschinen mit integriertem Bügelapparat. Das Design der Standbauten, in denen die «sensationellen Neuheiten» präsentiert werden, wagt wenig Ausfallschritte, in den Gartenbeeten gibt es kein wildes Wuchern, in den Gartenhäusern gilt ein ähnliches Drehbuch: Man zeigt stolz möglichst viele Apparate, Möbel, Geräte her; ab und zu orientiert sich ein Design an einer Geschichte,

trifft eine Auswahl, setzt ein Thema und probiert eine dramatisch attraktive Idee aus. Das ist erstaunlich, denn über Güte, Schönheit und Können der Produkte werden die Messebesucher ja während des Jahrs pausenlos informiert. So gekonnt viele Bauten auch erstellt sind, so gleichgültig sind sie gegen Ideen, wie man Waren und Dienste auch noch inszenieren könnte. Erzählerisch, spielerisch, konzentriert. Die Unterscheidung, im Design der Produkte ein wichtiges Merkmal, spielt im Design des Auftritts nicht dieselbe Rolle. Etliche Konkurrenten sehen einander zum Verwechseln ähnlich; sie unterscheiden sich allenfalls in der visuellen Laustärke.

Das Andere suchen

Um das mögliche Andere zu erforschen, richtete die Swissbau schon zum dritten Mal den Swissbau Design Award aus. Wer also führt den Messebesuchern eine Geschichte entgegen oder etwas ausserhalb der gewohnten Pfade vor? Eine erste Einsicht ist nicht neu, aber wichtig: Für die Güte einer Idee sind weder Grösse noch Geldaufwand für Bauten massgebend, sondern Konzentration und das Risiko, auf ein Thema zu setzen und mindestens so viel Ideen- wie Bauaufwand zu leisten. Und eine zweite Einsicht ist heiter und tröstlich: Bei aller Sorgfalt und bei allem Aufwand für ein stimmiges Design einer anregenden Szenografie gilt, dass für den Hauptzweck eines Auftritts vorzüglich die Mitarbeiterinnen und Vertreter der Firma begabt sind. Sie streifen wie Kätzchen und Kater ums Gartenbeet, verwickeln die Besucherinnen und Besucher in ein Gespräch, ziehen sie in den Stand hinein, holen Essen und Trinken – immer mehr Köstliches ohne Alkohol – und stellen so Zufriedenheit her mit alten und mit allenfalls neuen Kunden. Handfest verkauft wird wenig. Dass die Geselligkeit und das unmittelbare Gespräch einen grossen Stellenwert haben, ist wunderbar. Wunderlich bleibt aber, dass das Design der Auftritte darauf wenig reagiert und statt dessen auf Uniform, Lautstärke und Parade der Produkte setzt. ●



Die Farbenhöhle

Die Firma IGP aus Wil macht Pulverlackierungen. Ihr Stand ist ein «Gartenhaus»: Über weiss lackierten Möbeln wölbt sich die Decke, gefertigt aus unterschiedlich langen Brettchen. Diese sind auf der einen Seite weiss, auf der andern Seite im Spektrum der Farbe Rot von ganz hell bis tief dunkel pulverlackiert. Die Firma zeigt ihr Wollen und Können. Schaut die Betrachterin von der einen Seite des Standes über die weissen Brettchen, sieht sie die sich verändernden Farben in Schatten, und schaut sie von der andern Seite, so taucht sie ein in den Tanz der wechselnden Farbtöne. Tritt sie in den kleinen Stand ein, hat sie ein Gefühl höhlenartiger Geborgenheit.

Auftraggeber: IGP Pulvertechnik, Wil
Konzept und Design: Space4, Stuttgart (D)
Standbau: Raumbüro, Planegg (D)



Boden, Wand, Skulptur

Schaerholzbau zeigt auf wenigen Quadratmetern im Typ «Gartenbeet», wie ein Design die Geschichte «Holz als Hülle» erzählen kann. Der Stand besteht aus drei Elementen: 1. Hölzerner Boden und hölzerne Rückwand. 2. Eine Skulptur aus drei aufeinandergetürmten H als Augenfänger. Das erste ist betoniert, Holz als Schalungsbrett, das zweite ist hölzern und das dritte in Blech eingehülltes Holz. 3. Ein Büchlein mit allerhand Besinnlichem zum Holz als Hülle dient als Gabe für die Gäste. Der Stand ist subtil gedacht, kunstvoll gefertigt, auf die ästhetischen Erwartungen des Publikums zugeschnitten. Auftraggeber: Schaeerholzbau, Altbüron
Konzept/Design: P'Inc., Langenthal
Standbau: Schaeerholzbau, Altbüron



Der Gründermythos

Der Metallbauer Montana erzählt seinen 50. Geburtstag. Aus Archiven werden Requisiten beschafft, ergänzt mit Nachbauten, hergestellt in der eigenen Fabrik. Vom Mobiliar bis zum Gewand und der Frisur des Empfangsfräuleins wird da lustvoll ein Mythos inszeniert. Alles präzise, nichts sauglatt. Die Lehre: eine Geschichte attraktiv erzählen statt alle Produkte aufs Podest stellen. Die Geschichte ist zwar romantisch, denn Montana war einmal eine kleine Bude und ist heute die Schweizer Zelle des Stahlkonzerns Tata.

Auftraggeber: Montana, Wettingen
Design: Neuzeit, Wettingen
Standbau: Neuzeit



Die Gärten der Semiramis

Ökologisch klug erwirft, wer wenig Material braucht und es nach der Messe ohne Transformation wieder brauchen kann. Hydroplants «Gartenbeet» folgt einer attraktiven Szenografie: Gärtnerei. Also gärtner eine Gärtnerin vor der Attraktion, dem hängenden Garten fürs Büro. Gärtneremobilien – veredelt – trennt das Beet in Zonen. Ein auf eine Idee konzentrierter Auftritt, bis in die Details und die Lichtführung stimmig gedacht und gebaut.

Auftraggeber: Hydroplant, Zürich
Design: Hydroplant
Standbau: Hydroplant



Das Kurvenbeet

Standbau ist den rechten Winkel gewöhnt. Der Designer von Walter Meier nimmt als Trumpf die Rotundenkurve. Das führt dazu, dass Kuchenstücke entstehen, auf denen die Firma aufreht, was sie an Maschinen und Diensten zu bieten hat. Und da das Klima auch Regen bringt, begleitet an der Decke eine Regenschirmparade die Besucher und macht aus dem Gartenbeet ein Gartenhaus.

Auftraggeber: Walter Meier, Schwerzenbach
Design: CD3D, Weisslingen
Standbau: Andreas Messerli, Wetzikon

Swissbau Design Award

Die Preise

Unter 80 Quadratmeter:
Gold: Schättli Leuchten, Schwanden
Silber: IGP Pulvertechnik, Wil
Bronze: Schaeerholzbau, Altbüron
Über 80 Quadratmeter:
Gold: Montana Metallbau, Wettingen
Silber: Hydroplant, Zürich
Bronze: Walter Meier, Schwerzenbach
Sonderpreis: Uzin Uz, Ulm, für die Ausstellung «Die Zukunft unter uns – der Boden der Zukunft»

Die Jury

Köbi Gantenbein, Chefredaktor Hochparterre (Vorsitz); Mia Kepenek, Innenarchitektin; Jasmin Grego, Architektin und Professorin für Innenarchitektur; Roland Eberle, Designer und Ausstellungsgestalter, und Peter Eberhard, Architekt.