

Form follows fun : Design-Förderpreis

Objekttyp: **Competitions**

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

Band (Jahr): **2 (1989)**

Heft 5

PDF erstellt am: **30.04.2024**

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.

Designpreis: Form follows fun

Im Gasteig, dem postmodernen Münchner Kultur- und Tagungszentrum, wurde zum zweitenmal der Marlboro-Design-Förderpreis verliehen. Er ist einer der wichtigsten der 30 bundesdeutschen Designpreise, für Jungdesigner der wichtigste überhaupt.

Die Idee eines Wettbewerbs für Nachwuchsdesigner, eine bis dahin bestehende Marktlücke im dichten Sponsorgeflecht, wurde 1986 geboren. Kurt Föckler, Geschäftsführer von Philip Morris, übergab die Organisation des Förderpreises einer Tochterfirma, der International Design & Entertainment Gesellschaft für Gestaltung und Musikveranstaltungen mbH (IDE), die den Auftrag hat, Lifestyle-Produkte wie Marlboro zu vermarkten. Das Signet «Marlboro» war denn auch an der Preisverteilung aufdringlich präsent. 1986 waren die Preisobjekte sogar nur in den Marlboro-Farben Rot und Weiss gestaltet worden.

Gesucht waren Designer, «die ihren vollen Ausdruck noch nicht gefunden haben», so das Jurymitglied Prof. Kurt Weidemann. Nachwuchsdesigner, die Objekte mit Witz, mit Unernst und mit Augenlust gestalten. Der Wettbewerb sei der Spielfreude, dem Vergnügen, der Freizeitwelt gewidmet. Und so ist eine weitere Wettbewerbsanforderung klar: Ein Gegenstand muss vermarktet sein.

Knapp 40 Objekte waren im Gasteig ausgestellt. Sie zeichneten sich durch einzelkämpferische Vielfalt aus, von Flügelschneidern, von thematischen Anliegen war nichts spürbar. Auffällig die vielen Freizeitobjekte wie die Rollschuhe mit niedrigem Schwerpunkt oder eine poppige Reisetasche. Bei einigen Produkten schimmerte auch Witz durch. Das zeigten schon die Themen: schwimmende

Teeboje, aufblasbarer Regenschirm, Stehaufzahnbürste und fahrbarer Nachtopf für Kinder von Hans-Joachim Wühlhausen (1. Preis).

Technisch konsequent weiterentwickelte Produkte krönte die Jury ebenfalls. Für eventuelle Produzenten waren diese Vorschläge wohl überzeugende Leistungen. Die Innovation hielt sich aber in engen Grenzen. Dazu gehörte z. B. der «Spiderman» von Im-

ger. «Ich wollte Zeit nicht mit Zwang verbinden», meinte der Autor dazu. Sein eigener Alltag hat mit Muse jedoch wenig zu tun. Seine Berufsaussichten schätzt er nur dann als gut ein, wenn er hart arbeite, «sicher mehr als acht Stunden pro Tag». Von den 3000 Designabsolventen nimmt der deutsche Markt nur etwa 1000 auf.

Interessant war auch die Arbeit «Hoopee» von Johannes Geyer (1. Preis). Er

Der Wettbewerb

Zum zweitenmal führte die International Design & Entertainment Gesellschaft für Gestaltung und Musikveranstaltungen mbH (IDE), eine Tochterfirma der Philip Morris GmbH, den Marlboro-Design-Förderpreis durch. Von total 3000 Designstudenten in der BRD schickten rund 1200 Anfragen ein, wovon schliesslich 277 zum Motto «Design in Bewegung» Vorschläge einreichten.

Der Wettbewerb war mit insgesamt 50 000 DM dotiert (1988: 46 000 DM). Daneben wurden zwei Praktika in international bekannten Designbüros gestiftet, dieses Jahr bei Kuramata Design Office in Tokio und bei Landor Associates in San Francisco. Die IDE hat eine renommierte Jury aus Wien, Mailand und London zusammengetrommelt: Prof. Matteo Thun (Hochschule für angewandte Kunst, Wien), Alessandro Mendini (Designer und Künstler, Mailand), Winfried Scheuer (Designer XENO Design, London), Michael Peters (Generalbevollmächtigter der Messe Frankfurt), Karlheinz Krug (Chefredaktor von «form», Leverkusen), Otto Sudrow (Design Society und Magazin GmbH, Stuttgart) und Prof. Kurt Weidemann (Hochschule für Unternehmensführung, Koblenz).

Die Preisträger

1. Preis (je 10 000 DM): Johannes Geyer, Aschaffenburg; Hans-Joachim Wühlhausen, Hannover

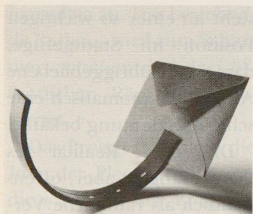
2. Preis (je 7000 DM): Immanuel Chi, Münster; Peter Zeiffelder, Mannheim

3. Preis (je 4000 DM): Karl-Heinz Müller, Berlin; Matthias Edler-Golla, Frankfurt

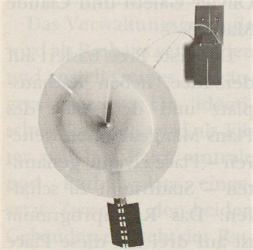
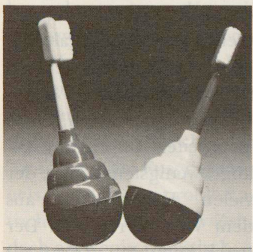
4. Preis (je 2000 DM): Hans Valentin Bauer, Berlin; Team Thomas Fiegl/Achim Pohl, Darmstadt

5. Preis (1000 DM): Nicolai Neubert, Berlin

Sonderpreis Praktika: bei Kuramata Design Office, Tokio: Martin Achenbach, Kleinostheim; bei Landor Associates, San Francisco: Jens Pattberg, Lindlar
Sonderpreis (3000 DM): Team Axel Baumhöfner, Weiterstadt; Martin Topel, Mühlthal



FOTOS: PD



Preisgekrönte Objekte am Design-Förderwettbewerb: Briefwaage, Zahnbürste, Rollschuh, Solarwanduhr, Seilwinde.



manuel Chi (2. Preis), eine Seilwinde für den vertikalen und horizontalen Personentransport. Oder der Diaprojektor von Jens Pattberg, dessen Lüftung separiert wurde, um den Lärm zu verringern.

Am meisten gefiel mir die Solarwanduhr «Time floating» von Martin Achenbach (Sonderpreis Praktikum Tokio). Bei der schwebenden Uhr drehen sich die filigranen Scheiben und geben die Uhrzeit an. Achenbach löste sich als einer der wenigen von den herrschenden Axiomen und liess sich nicht von vornherein von den Bedürfnissen der Industrie einengen.

Die Uhr ist für den Hausgebrauch bestimmt, aber es fehlen bewusst Minuteneinteilung und Sekundenzei-

reduzierte eine Briefwaage auf die mechanische Gewichtsanzeige durch eine Kugel. Das Ergebnis: Ein von allen nachvollziehbarer Wiegevorgang, der durch keine Elektronik verheimlicht wird.

Jurymitglied Weidemann war mit dem Ausgang des Wettbewerbs zufrieden: «Es ist viel Kreativität und viel Spielerisches vorhanden.» Die Formel «form follows function» sei durch «form follows fun» ersetzt worden, meinte er augenzwinkernd. Am augenfälligsten wohl bei einem rituellen Schreiben zur Hinrichtung des Frühstückseis.

Der Gewinner des 1. Preises, Hans-Joachim Wühlhausen, mit seinem fahrbaren Nachtopf für Kinder (oben): Spass und Spielfreude schimmern durch.