Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 1 (1988)
Heft: 12

Artikel: Missionar und Denker : Industriedesigner Werner Zemp
Autor: Falk, Roland
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-118918

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: 14.01.2026

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

Missionar und Denker

Werner Zemp von der Agentur Devico gehört zu den Industriedesignern, die in ihrer Arbeit auf Emotionalität und extreme Neugier setzen. Er sieht sich als Generalist.

Designer Werner Zemp: Interessante Arbeit in jenen Ländern, wo man überdurchschnittlich offen für Neues ist.

FOTO: MARC SCHMID

Als Profiindustriedesigner sieht sich Werner Zemp vom Zürcher Designbüro Devico. Als einer eben, der vom fragilen Joghurtbecher bis zur tonnenschweren Werkzeugmaschine gestaltungskonzeptionell alles angeht. «Ein Designer», skizziert er die wichtigste Berufsanforderung, «muss extrem neugierig sein. Und zwar auf alles.» Ein Spezialist sei er hoffentlich jedenfalls nicht. Eine zu enge Ausrichtung wäre nicht Werner Zemps Fall. Die würde Routine bedeuten, «welche in meinem Alltag nicht anstrebenswert wäre.»

«Als Designer muss man», meint Zemp, «Generalist sein – vom Gesamtkomplex ins Detail gehen, nicht umgekehrt.» Über verschiedene berufliche Zwischenstufen ist er dieser Anforderung immer gerechter geworden: Schreiner war er erst, dann Innenarchitekt und schliesslich Student an der Hochschule für Gestaltung in Ulm. Zemps weitgesteckte Grenzen des Denkens haben mit ebensolchen geografischen zu tun: Mehr als 16 Jahre war er als Designer im Ausland tätig, in England, Italien, Deutschland und Chile.

Am interessantesten war die Arbeit für Zemp vor allem in Ländern, in denen noch immer ein gewisses Vakuum herrscht in Bezug auf Design, in solchen, in denen man überdurchschnittlich offen für Neues ist. «Die Schweiz», meint der Bewunderer von Charles Eames, Pierluigi Nervi und der Natur, «gehört da nicht unbedingt dazu.» Oft sei es ziemlich mühsam, sich durchzusetzen. Gutes Design unterscheidet sich oftmals in Nuancen der Gestaltung. Wenn man mit seiner Arbeit keinen Mehrnutzen beweisen könne, habe man es schwer, sagt der Mann, der nicht partout alles Bestehende einfach verändern möchte: «Oft habe ich bei Kunden ein schönes Mass an Missionsarbeit zu erfüllen.»

Künstler, Denker, Handwerker – Zemp weiss eigentlich nicht so recht, unter welcher Rubrik er sich einordnen mag. Er will aus seiner Arbeit nicht unbedingt erkennbar sein, nimmt sich als Person gerne zurück, gibt sich einen Anstrich von Bescheidenheit. «Gewisse Dinge müssen halt einfach gemacht werden», sagt er, oder: «Ich bin ja nur ein ganz kleines Zahnrädchen in einem grossen Gefüge.»

Industriedesign ist emotionaler bedingt, als der Begriff vermuten liesse. Mit sturem Ernst komme man jedenfalls nicht weit, sagt Zemp, der seit 11 Jahren bei Devico arbeitet. Ein Produkt, meint er, soll nicht nur zweckrational, sondern immer auch sympathisch und angenehm wirken, Freude und Spass machen.

Wichtig in seiner Arbeit ist für Zemp die Begeisterung und Motivation, die zwischen ihm und der Industrie spielen soll. Und das Vertrauen zwischen beiden Partnern: «Design ist eine Frage der Unternehmenspolitik. Etwas, das leider noch häufig unterschätzt wird.» *ROLAND FALK*

Design als Kapitalanlage

Das britische Bankwesen ist seit jeher gleichbedeutend mit düsteren, schmucklosen Räumlichkeiten, Ineffizienz, unpersönlicher Bedienung sowie mit der Demütigung, die jedem Kunden widerfährt, der zum Filialdirektor schleicht, um sich ein Darlehen zu erbitten. All dies soll sich nun ändern. Die «grossen vier» der britischen Clearingbanken verfolgen eine neue Strategie.

FOTO: ERNST-PETERS

Hauptthema bei Lloyds ist «Kommunikation»: Geldausgabebuchten zwischen Bankhalle und Strasse.

Anonyme Fassaden, unbequeme Eingangstüren, enge Korridore mit Abschrankungen, schwere und kalte Farbgebung, schummerige Beleuchtung und karge Möblierung, Gipsdecken und Steinfussböden, überladene Schreibtische und zerkaute Bleistifte – das war einmal! Heute hat man Glasfassaden und offen angelegte Räumlichkeiten, frische und gemütliche Farbtöne, Baueinheiten, Zeitschlösser und Konsultationszonen, bewegliche Trennwände und strukturierte Wandverkleidungen, indirekte Beleuchtung und Spotlights, schmucke Wandgemälde und Banner, leuchtende Grafiken, neue Schaltereinheiten, Bildschirme und Mehrfunktions-Bankautomaten!

Die grösste Clearingbank Grossbritanniens, National Westminster, und die Trustee Savings Bank haben ihre Pläne als letzte enthüllt, während Midland und Barclays vor rund zwei Jahren den Reigen eröffnet hatten. Mit der Ausnahme von Barclays, die aus den Erfahrungen der hauseigenen Architekturabteilung schöpft, nehmen alle Banken die Dienste von Londoner Designberatungsfirmen in Anspruch. Die Kosten belaufen sich auf 150 000 bis 250 000 Pfund (375 000 bis 625 000 Franken) pro Filiale, wobei die durchschnittliche Planungszeit zwei Jahre beträgt.

Ein Entwurf der *Jenkins Group* für das neue «bankmässige Umfeld» der Nationalwestminster-Filiale im Londoner Stadtteil Kensington stellt die erste Phase eines umfassenden Filialsanierungsprogramms dar, welches die Bank auf rund 150 Mio. Pfund (375 Mio. Fr.) zu stehen kommen dürfte. Die Designer hatten Bedenken, eine «starke, solide und sichere Institution» in eine «blosse Verkaufsstelle» zu verwandeln, wollten jedoch auch keine bedrückende Atmosphäre schaffen. Sie entschlossen sich deshalb für «ein ausgewogenes Umfeld, in dem sich die kaufmännischen Dienstleistungen der Gegenwart in eine eher klassische Umgebung einfügen». Das Projekt umfasst Schreibtische in einem dezenten Kirschrot, dazu «Eames»-Aluminiumstühle, Ku-