

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 3 (1990)
Heft: 12

Rubrik: Fingerzeig

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: 03.05.2026

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

Gestaltung: Hilfer im Sack

in, dass die Leute den Verheissungen glauben, um dann ein böses Erwachen zu erleben: «Ein Kurs, um Kursausschreibungen zu lesen, wäre wohl das nützlichste Angebot.»

Keine Subventionen und Stipendien

Für die Rektorenkonferenz gibt es auch keinen Grund, irgendwie einzugreifen. Das stünde erst zur Diskussion, wenn eine dieser Schulen bei den Kantonen Subventionen und die Privatschüler Stipendien beantragen würden. Das ist bis jetzt noch nicht passiert. Ihre Finanzierung sichern sich die Privaten durch Schulgelder und Sponsorenbeiträge. Auch hat sich noch keine der privaten Schulen für Gestaltung um eine offizielle Anerkennung beworben. Es scheint ihnen klar zu sein, dass sie die Voraussetzungen nicht erfüllen. Die Beurteilung für eine staatliche Anerkennung und damit das Recht auf Bundessubventionen liegt

Für die Gestalterschulen ohne HFG-Status sind die jeweiligen Lehrpläne und die entsprechenden Bestimmungen der Gewerbeschulen massgebend.

Solange die Privatschulen vom Biga nichts wollen, werden sie auch nicht kontrolliert und beurteilt. Rolf Peter, Sektionschef der Abteilung Berufsbildung im Biga, meint dazu: «Wir wissen, dass es für Unerfahrene schwierig ist, aus dem Wust von Verlockungen und Verheissungen die Realität herauszukristallisieren. Bei Anfragen geben wir Tipps zum richtigen Lesen der Informationen.»

Auf der einen Seite der Angebotskala der privaten Schulen stehen die bauchlastigen Selbstverwirklichungsinstitute, auf der anderen das wirtschaftsbewusste «Art Center College of Design» in La Tour-de-Peilz». Rolf Peter dazu: «Dieser Ableger des amerikanischen Bildungssystems nennt sich Hochschule und hat deshalb kein Interesse,

FREIE SCHULE FUER GESTALTUNG

OLTEN

beim Biga (Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit). Entscheidend ist nicht privat oder öffentlich, massgebend ist nur das Erfüllen gewisser Bedingungen. Der Anforderungskatalog für eine HFG (höhere Fachschule für Gestaltung) umfasst qualitative und quantitative Kriterien: fachspezifisches und allgemeinbildendes Fächerangebot, Qualifikation der Lehrkräfte, Stundenzahl, Infrastruktur. Auch die staatlichen Schulen erhalten den HFG-Status nicht automatisch.

sich um den minderen Grad einer höheren Fachschule zu bewerben. Unseren Kriterien würde das Institut wegen Einseitigkeit im Lehrangebot und fehlender Unterrichtsstundenzahl jedoch nicht genügen.» Aber auch die schweizerische HFG-Norm ist, kaum durchgesetzt, bereits wieder in Frage gestellt: «Im Hinblick auf EG 92 müssen wir versuchen, wenigstens die Gleichstellung mit den deutschen Fachhochschulen zu bewerkstelligen.»

FRANZISKA MÜLLER

FINGERZEIG

Erfahren in Amerika

Die IDSA (Industrial Designers Association of America) hatte zur nationalen Konferenz nach Santa Barbara, Kalifornien, geladen. 325 Designer kamen, 55 Firmen präsentierten sich, und 40 Referenten waren angesagt. Vom 8. bis 11. August widmete sich diese Gesellschaft dem Thema «Design as Strategy», Design als Strategie.

Mit der Durchsicht des Programms wurde es diesem Teilnehmer klar: Eine Design-Strategie berücksichtigt die Menschen, die Umwelt und ihre Komponenten und leitet das Design-Management im Design-Prozess. Nicht eine narzisstische Veranstaltung der Designer sollte es werden, sondern eine Darstellung ihrer Praxis.

Dazu gleich bei der Eröffnung der Konferenz eine Demonstration der Jury, die Ehrungen für besondere Design-Leistungen vergab. Prämiert wurden Lösungen für individuelle oder kollektive Probleme anstelle von gefälligen Produkten. Zum Beispiel ein Kleinkindersitz fürs Auto, der auch auf den üblichen Einkaufswagen passt, und eine portable Vorrichtung zur Abklärung der Voraussetzungen, unter denen Behinderte ein Auto steuern können.

Ausgezeichnet wurde zudem der «Goby», ein attraktives Auto, mehr ein nützlicher Minitransporter, das bei Nissan in San Diego entworfen wurde. Die Autoren präsentierten ihre Arbeiten persönlich, mit Inhalten und dem Projektverlauf. Dass die Topmanager der japanischen Firma im Design gebildet sein müssen, zeigte Hanowa-San aus der Unternehmensleitung in einer kurzen aussagekräftigen Präsentation. Seine Anwesenheit zeugte zudem von Wertschätzung.

Der Schreiber darf nicht mit einer chronologischen Aufzählung und Beschreibung der Ereignisse fortfahren, kann aber einiges vom Gehörten hervorheben: *Design-Strategie* ist heute international ausgerichtet, weil nationale Unterschiede im globalen Markt schwinden. Verlangt werden Innovation, Menschlichkeit, Glaubwürdigkeit, Umweltverträglichkeit und Wertbeständigkeit. *Design-Management* verwirklicht eine Strategie, indem Informationen aus «life-style research», Marketing und Technik in Produkte umgesetzt werden. *Design-Prozess*-Produkte und -Systeme ergeben in Zusammenhängen verstanden Themen, die in der Bearbeitung nach konzentriertem Wissen verlangen. Die Design-Leistung ist das Ergebnis eines Prozesses. Dieser sollte nicht additiv, einer nach dem andern, sondern vernetzt, miteinander, ablaufen. *Design-Designer*-Wissen und -Intuition, -Methoden und -Fertigkeiten sind gefragt. Designer sollen Engagement und Emotionen zeigen. Vertrauen ist wichtiger als ein Repertoire an Rezepten. *Design-Umwelt*-Designer sollten Umweltverträglichkeit und Dauerhaftigkeit beachten, Material- und Energieverbrauch beschränken. Design im Hinblick auf die Rückgewinnung und Wiederverwertung von Materialien.

Auf der einen Seite der Pazifik, auf der anderen Seite die Kleinstadt und die Berge. Weite Hänge, die Bäume aufs Gerippe verbrannt. Süswassermangel, Teerklumpchen am Strand. Gutes Essen, nette Gesellschaft.

LUDWIG WALSER, DESIGNER SID/SWB

