Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 5 (1992)

Heft: 11

Artikel: Swatch-Welt im Museum : wie Alessandro Mendini die Plastikuhr sammelreif macht

Autor: Imwinkelried, Irma

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-119689

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: 13.12.2025

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

Swatch-Welt im Museum

Die «Piazza Swatch», wie sie sich Alessandro Mendini für Turin und später fürs Swatch-Museum ausgedacht hat.

In keinem Land ist die Swatch so erfolgreich wie in Italien. Deshalb findet die Ausstellung «Swatch Emotion» auch in Turin statt. Sie ist, wie die Heim-suchung von Swiss-Zermatt, ein Beitrag zur hundertmillionsten Swatch. Ausgedacht hat sie Alessandro Mendini, Art Director des Swatch Lab in Mailand.

12 Grafiker gestalten unter Mendinis Leitung jene neuen Uhren, die nicht von Künstlern oder Designern dekoriert werden, seit Swatch das «kreative Zentrum» von Zürich (wo Jean Robert seit den Anfängen für Swatch tätig war) nach Mailand verlegt hat.
Auch Mendini ist bei Swatch als Gestalter mit Einzeluhren eingestiegen – wie der gescheite und wendige Designer, Theoretiker und Künstler ohnehin bei allem dabei ist, was in der norditalienischen Szene von sich reden macht. Er sei «begeistert von der Swatch-Welt», sagt Mendini.

Die rehabilitierte Dekoration

Und diese hat tatsächlich viel gemeinsam mit seinen bisherigen Aktivitäten. So hat er mehr als andere Designer seiner Generation an der Dekoration gearbeitet: «Der Boom der Swatch ist für mich eine Bestätigung, weil er zeigt, dass die Dekoration ankommt.»
Als Theoretiker der Gruppe «Alchimia» hat Mendini Ende der siebziger Jahre begonnen, die dem Funktionalismus zum Opfer gefallene Verzierung und Dekoration zu rehabilitieren. In jenen Jahren sind auch die ersten Furniere entstanden, die keine Holzmaserierung mehr imitierten, sondern, mit grafischen Zeichen dekoriert, sofort als Kunststoff erkennbar waren. An der Idee, ein für den Massenkonsum bestimmtes Objekt mit ständig wechselnden grafischen Details zu personalisieren, wie es bei der Swatch geschieht, hat Mendini auch schon zusammen mit dem Küchengerätehersteller Alessi gearbeitet und ein Konzept ausgedacht, das mit der gleichen Pfanne mehrere Konsumentengruppen ansprechen will.
Mit demselben Konzept stimuliert Mendini als Art Director ganz bewusst die Sammelleidenschaft der Swatch-Fans. Diese hat sich seit den ersten Swatch-Börsen zur Marketingstrategie der Firma entwickelt und ist von Mendini noch perfektioniert worden: «Mich haben die Insektensammler inspiriert», verrät er. Nicht verschiedene Schmetterlinge oder Käfer sammelt der Swatch-Fan, sondern die Uhren zu den Themen, die Mendini bei Swatch eingeführt hat. Da gibt es etwas für jede und jeden, jede Saison immer neu. Nicht weniger als 23 Themen sind im neuen Katalog vertreten, und jedes kann über Jahre hinweg weitergeführt und vom Publikum gesammelt (lies gekauft) werden. Schon sind in Italien, dem grössten Swatch-Abnehmer, in den ersten fünf Monaten dieses Jahres 90 Prozent mehr Plastikuhren als im Vorjahr verkauft worden!

Rund um Swatch Nr. 100 000 000

Mendini wollte die auf 8000 m² eingerichtete Ausstellung in Turin «unterhaltsam aber engagiert» gestalten, «ein Szenarium schaffen, das der Swatch-Mentalität entspricht.
Ein Eingangstunnel führt auf eine runde zentrale Piazza, auf der wie eine Kultfigur die Swatch Nr. 100 000 000 ausgestellt ist. Eigens komponierte Musik beweihräuchert das Totem akustisch. Sieben Torbogen führen von der Piazza zu den Ausstellungszonen, wo die Werbekampagne dokumentiert wird, neue Produkte und Vorschläge gezeigt werden, die vom Publikum an die Firma geschickt werden. Auch die von Künstlern gestalteten Modelle, die trotz dem Motto «Kunst für alle» heute im fünfstelligen Bereich gehandelt werden, fehlen nicht. Ebensowenig die «Time to move» (deren auf 10 Milliarden Lire geschätzter Erlös an die Umweltkonferenz von Rio geht), das Solarmobil, verschiedene an der Domus Academy in Mailand entwickelte Iniativen für umweltgerechtes Gestalten – als Beitrag, den Swatch, Promotorin der Wegwerfuhr, an die Umwelt zollt.
Die Ausstellung wird von Turin aus durch verschiedene europäische und japanische Städte wandern, bis sie ihren definitiven Sitz in der Schweiz finden wird, für den Swatch zurzeit einen Standort sucht: Ein Museum für die 50-Franken-Wegwerfuhr.

IRMA IMWINKELRIED