

Zeitschrift:	Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber:	Hochparterre
Band:	5 (1992)
Heft:	4
 Artikel:	Munteres Draufbuttern : Messestand der schweizerischen Milchproduzenten
Autor:	Müller, Franziska
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-119610

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: 15.01.2026

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

Munteres Draufbuttern

Der Zentralverband schweizerischer Milchproduzenten (ZVSM) will sich ein neues Image zulegen. «Frisch» und «modern» soll der Werbeauftritt künftig sein. Regina Kempin vom Basler Innenarchitekturbüro Designo hat den Wettbewerb für den Messestand gewonnen: Hinter viel Lärm verbergen sich gestalterische Qualitäten.

Neckische Kurven, strahlendes Blau, gleissende Metalle, Lichtgeflunker, dazwischen ironische Zitate auf die Souvenirschweiz. Auf dieser Bühne stellt der ZVSM an Messen «die Leistungen der Milchwirtschaft» zur Schau und präsentiert seine «Stars»: Bratbutter, Rahm, Joghurt.

Der Stall ist weit weg, der Mist gekehrt, Hölziges und Holzbödiges sind versorgt; nah ist die Milchfabrik: eine Techno-Demo. «Sie werden ja nicht so blauäugig sein und meinen, Joghurt komme von der Alp», sagt Andreas Etter, stellvertretender Werbeleiter des ZVSM. «Im übrigen vertreten wir nicht den Bauernstand, sondern betreiben Absatzförderung für seine Produkte.»

120 Leute arbeiten beim ZVSM, davon betreiben rund 50 Marketing. Etwa einen halben Rappen pro Liter Milch erhalten die «Milchlobbyisten und Butterbarone» dafür. Dazu kommen noch die Bundeszuschüsse für Brat- und Kochbutter und kleinere Zuwendungen der Regionalverbände. Der ZVSM kann aus einem «rechten Budget» schöpfen, um ins EG-Zeitalter zu jetten.

Drei Gestaltungsbüros hat der ZVSM zum Wettbewerb für einen Ausstellungsstand eingeladen: KZ industrial design aus Lausanne haben aus Holz und Naturstein eine museale Kulisse entworfen. «Zu starr, zu distanziert», fanden die Verbandsleute. Der Grafiker Markus Brägger aus Moosseedorf nahm den Vorschlag – im Briefing unter «eventuell» aufgeführt – ernst und bezog die bestehenden Syma-Gestelle in die Gestaltung

mit ein. Damit blieb er «zu konventionell». Am besten zwischen den Zeilen gelesen hat Regina Kempin aus dem Basler Innenarchitekturbüro Designo: «Es wurde mir sofort klar, dass dieser Wettbewerb mit dem Aufbau auf Bestehendem nicht zu gewinnen war.» Die Bauernvermarkter wollen nämlich mit Rustikalem und Folkloristischem nichts mehr zu tun haben.

Eine Gesamtinszenierung

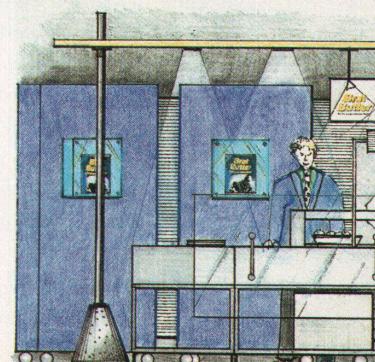
Regina Kempin hat nach der Ausbildung an der Fachhochschule Hannover bei Vitra im Ladenbau gearbeitet. Vor einem Jahr wechselte sie zum auf Geschäfts- und Restauranteinrichtung spezialisierten Büro Designo. Der ZVSM-Messestand ist ihre erste selbständige Arbeit. Neben dem Spiel mit Bildern war zuerst einmal gestalterische Knochenarbeit gefordert: ständig wechselnde Funktionen, Themen und Produkte, die wenig aufregend sind, mussten in ein einheitliches Erscheinungsbild gepflegt werden. Dem Konglomerat an Anforderungen setzt die Gestalterin eine eigenständige Architektur entgegen: «Die Produkte, im steten Wechsel, bieten zu wenig. Die architektonische Sprache als übergreifendes Dach muss stark sein. Deshalb hantiere ich nicht mit Gestänge, wie normalerweise üblich, sondern definiere zuerst einen speziellen Raum.» Gebaut wird er mit gebogenen Wandelementen und geschwungenen Deckenplatten auf einem eigenen Chromstahlboden. Über die bestimmende Farbe Blau wird die Kulissenarchitektur op-

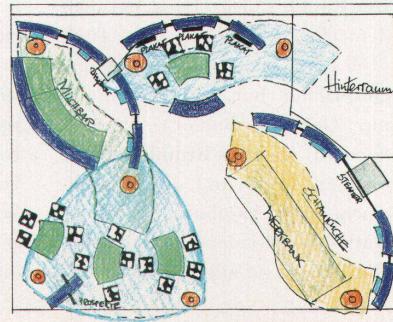
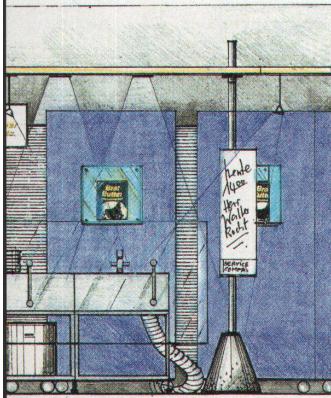
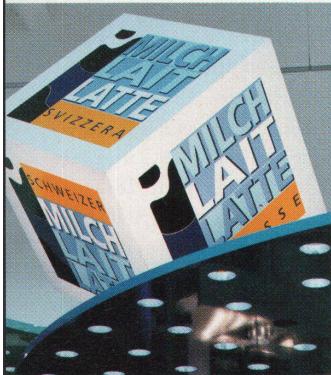


Der neue Auftritt des Zentralverbandes schweizerischer Milchproduzenten (ZVSM) will «frisch und modern» sein und nichts mehr zu tun haben mit Rustikalem und Folkloristischem.

Wie ein Wirtshausschild ragt das Milch-Logo aus dem Messestand heraus. Modisch-ironische Accessoires wie die Eutervase (2. Bild rechts) sind Teil der Inszenierung.

Zwei Entwürfe aus dem Skizzenbuch der Preisträgerin Regina Kempin aus Basel. Links unten die Ansicht, rechts der Grundriss des Ausstellungsstandes





tisch gefasst. «Die konkav-konvex schwingenden Wände brauchen zwar viel Platz, dafür grenzen sie den Raum deutlich ein und das umliegende Messegettümml ab.» Die einzelnen Elemente, die je nach Anforderungen neu zusammengestellt werden können, haben alle eine Funktion im Rahmen der Messeaktivitäten. Die Wände aus Holz sind eigentlich Rollschränke. In den festen Rahmen können vorder- oder rückseitig verschiedene Fronten eingehängt werden: geschlossene oder solche mit Ausschnitten für Vitrinen. Als verbindende und stabilisierende Elemente dienen zwischengeschaltete Metallrahmen, die mit neutralem oder beschriftetem Decoblech bespannt werden können. Damit ist auch der Ort für Produktewerbung bestimmt: Eine Vitrine pro Schrankelement, ein Produkt pro Vitrine.

Im gleichen Radius geschwungene Aluplatten bilden die Bühnendekke. Nicht als Hommage an löchrigen Käse sind sie durchbrochen, sondern um die stützenden Säulen und die Niedervoltstrahler variabel einzusetzen.

Mit dem Entwurf und der Ausarbeitung konstruktiver Details und der sauberen handwerklichen Fertigung – entstanden in Zusammenarbeit mit der Ladenbaufirma Assmann – hebt sich das Projekt von Regina Kempin deutlich ab vom schnell hingeworfenen, billigen Wurf. Nichts scheppert oder klemmt, und nur die aufwendigsten Verbindungen waren gut genug. So sind etwa die Rahmen für die Wandelemente auf Gehrung zusammengefügt.

Schlag auf Schlag

Regina Kempin hat bis in die Niederungen von Handtüchern und Dekorationsgegenstände geplant.

Das Konzept ist als Gedankenge-

rüst klar und umfassend und zielt auf den Abbau der Komplexität hin. Trotzdem wirkt die Inszenierung nervös. Die mehrfache Modellierung des Raums überzeichnet, die verschiedenen Lichtquellen und die Reflexe auf den glänzend verarbeiteten Materialien stifteten Unruhe, die Decke scheint zu unstabil zu schweben. Das Mobiliar, obwohl formal auf einen übergreifenden Nenner gebracht, gebärdet sich wild. «Ein Messestand ist kein Ort zum geruhigen Verweilen», entgegnet Regina Kempin. «Die Besucherinnen und Besucher müssen in diesem Klima der Reizüberflutung mit viel Aufwand animiert werden, damit sie überhaupt stehenbleiben. Draufbuttern heißt für diesen Fall die Strategie der Gestalterin.

Schlag auf Schlag jagt ein Effekt den nächsten. Obendrauf noch ein paar Gags: Kuhschwanzhokker, Eutervasen, gefleckte Accessoires für das Personal, dem die Modedesignerin Lea Juutilainen aus Zürich das Outfit entwarf. Schlag auf Schlag ein Aha-Erlebnis in Sachen Kuh und Käs. Dabei, so findet Regina Kempin, darf man ruhig ironisch sein: «Ich arbeite ja nicht am Bild des Bauernstandes, sondern an der Vermarktung von Produkten. Um andere Marktsegmente zu gewinnen und breitere Schichten anzusprechen, muss ich mich an den konsumierenden Jedermännern und -frauen, an den Bünzlis, Yuppies und Punkies orientieren.

Früher waren die ZVSM-Messestände leer. An der IGEHO, der Messe des Gastgebers in Basel, wurde der neue Stand zum ersten Mal aufgestellt, und es herrschte ein Gerangel – um Krawatten, Hocker und Vasen. In den Messealpen ist's auf jeden Fall glatter als auf den richtigen.

FRANZISKA MÜLLER ■