

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 8 (1995)
Heft: 10

Artikel: Nomadische Architektur
Autor: Locher, Adalbert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120215>

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: 12.01.2026

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

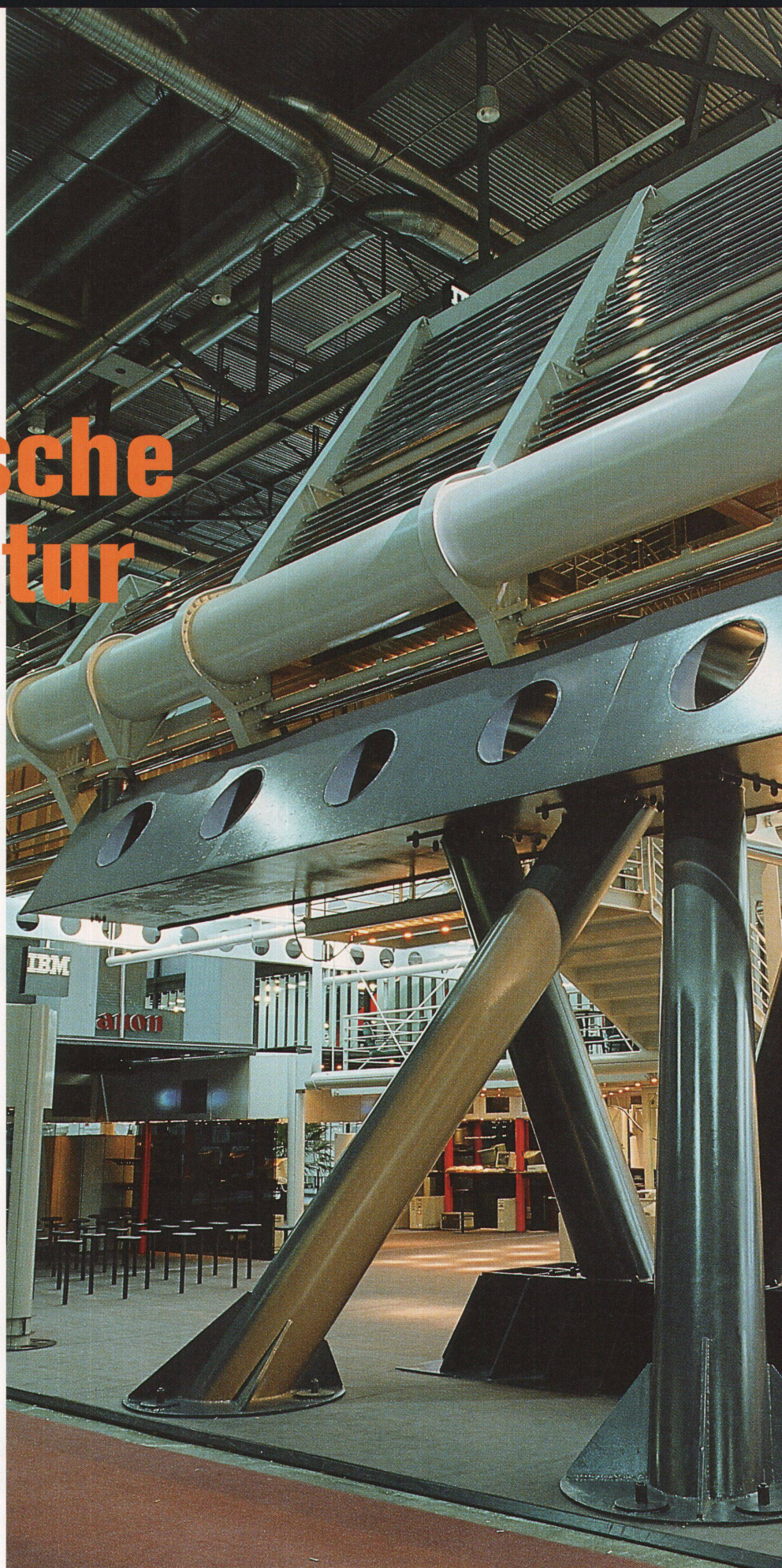
Nomadische Architektur

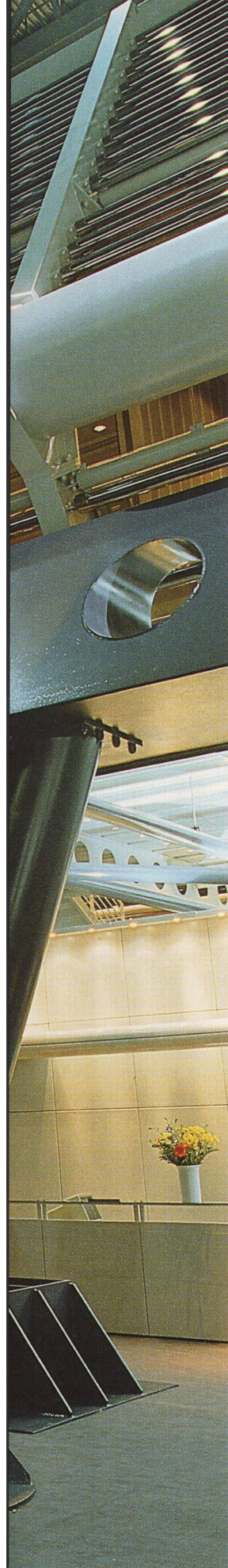
Messebau galt vor zwanzig Jahren als Goldgrube. Heute weht der Wind schärfer. Die Auftraggeber sagen ihrem Messestand jetzt Kommunikationspunkt und verlangen ansprechende Dienste. Das ist eine Lücke für Gestalterinnen und Gestalter. Adalbert Locher stellt in seiner Reportage zuerst den Stand der Dinge vor, dann berichtet er vom Systemerfinder Ruedi Zwissler und schliesslich von Edgar Reinhard's grossen Ständen.

Text von Adalbert Locher

Begonnen hat der Aufschwung der Messebauer in der ersten Hälfte der sechziger Jahre. Ein Monteur nach dem anderen machte sich selbständig, kaufte sich einen Posten Stangen, Zargen und Paneele und begann mit Tiefpreisangeboten mitzumischen. Wo das eigene Material nicht reichte, borgte man beim Kollegen aus, die Ehefrau half mit, und um das Hotel zu sparen, übernachtete man hinter der Halle. Franz Schneebeli, ein alter Hase, der heute mit seinem Zweimannbetrieb ausschliesslich für Siemens Schweiz baut, erzählt von Originalen und Gemeinschaftsritualen aus Zeiten, als die Branche noch nicht in Grosse und Kleine aufgeteilt war wie heute. Die Goldgräberzeiten sind vorbei. Die Stängelibauer, die schnell und billig Material verbauen und Quadratmeter zudecken, haben kaum noch Chancen. Auch haben Kunden neue Ansprüche. Die Messe wird nicht mehr nur als Plattform fürs Verkaufen betrachtet, sondern als Ort, wo das Image gepflegt wird, wo sich die Firma darstellt und Kontakte einfädelt. Natürlich wedeln die Verkäufer mit den Bestellblocks herum, aber in erster

Edgar Reinhard, Standbau für IBM in drei Auflagen 1987, 1991, 1995

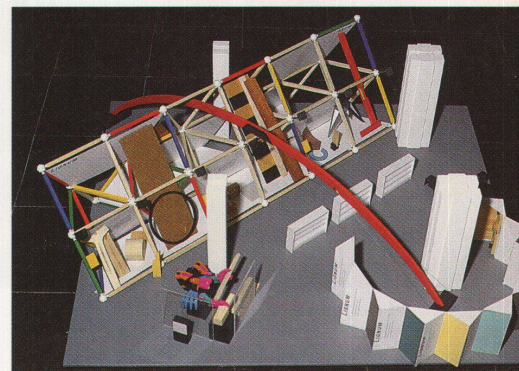




Linie geht es etlichen Firmen darum, gut Wetter zu machen, und auch an Fachmessen mit Bilderreigen die Besucher zu beeindrucken. Man nennt das, was die Messebauer produzieren, denn auch nicht mehr Stand, sondern hochgestochen «Kommunikationspunkt». Kurt Brunner, Präsident der Interessengemeinschaft der Standbauer (IGS) und selber ein solcher, beschwichtigt aber: «Noch lange nicht alle haben die Messe als Kommunikationsmittel begriffen.» Das «Kommunikationsproblem Messestand», wie er seiner Tätigkeit sagt, sei nicht zu lösen, wenn verschiedene aufregende Standbaumaterialien und Systembauten eingesetzt werden. Technisches sei heute ohne viel Kopfzerbrechen lösbar, stellt Brunner fest. Der Kern des Standbaues heisse den Ort gestalten, wo sich Anbieter und möglicher Käufer treffen. Hier werden Kontakte geknüpft und gepflegt. Dass dies heute nicht mehr geht ohne Wissen über Erlebnisformen, über die Wirkung von Farben, sei leider zu wenigen Messebauern und Auftraggebern bekannt. Immerhin, seine IGS will die Berufsbildung energisch an die Hand nehmen. Geplant ist ein BIGA-Beruf «Projektleiter Standbau».

Selfmade-Gestaltung

So wäre also zu erwarten, dass zwischen Gestaltern als Konzeptmacher und Ideenfinder und den Standbauern als Realisierern Minne herrscht und vernünftige Arbeitsteilung. Das ist nicht so. Das Verhältnis zwischen den zwei Berufsgattungen ist gespannt. Das Gros des Geschäfts erledigen die Standbauer, prestigereiche Stände in der Baubranche wie die von Sarna oder den Zürcher Ziegeleien werden von Gestaltern entworfen und realisiert. Die Standbauer, die meist aus handwerklichen Berufen wie Schreiner, Sanitär oder Monteur kommen, ahnen aber, dass die handwerkliche Leistung allein nicht mehr genügt. Sie versuchen sich also, oft mehr schlecht als recht, selbst als Designer. Wenn noch eine Werbeagentur zwischengeschaltet ist, sieht das Resultat oft nach 2D-Übertragung ins Dreidimensionale aus. Solche Improvisation ist schnell erklärt. Die Auftraggeber fordern wohl immer mehr Gestalterarbeit, aber sie wollen nur schlecht und recht bezahlen. Es gehört noch zu den Selbstverständlichkeiten, dass potentielle Kunden gratis mit Konzeptvorschlägen bedient werden. Erhält einer den Auftrag, wird die Konzeptarbeit mit einer symbolischen Summe abgegolten, die andern Bewerber gehen leer aus. Das Risiko, vergeblich ins Design zu investieren, ist beträchtlich, werden doch die möglichen Kunden mit Offerten überschwemmt, sobald die Ausstellerlisten kursieren. Die organisierten Standbauer in Deutschland haben mit diesem Missstand aufzuräumen versucht. Sie schliessen jedes Mitglied aus, welches gratis konzipiert und präsentiert. Kurt Brunner meint aber, er käme in der IGS mit einem solchen Begehren nicht durch. So verändern sich die Gepflogenheiten langsam. Schrittmacher sind die renommierten Firmen, die gemerkt haben, dass die Art, wie sie an der Messe auftreten, genauso zu ihrem Bild gehört wie die Reklame. Wichtig sind aber auch kleine Firmen, vorab aus dem Computerbe-



Holz ausstellen - Modell des Standes von Hansruedi Vontobel für Lignum (1993)

Namen und Zahlen

Mit Messebau haben sich einige Unternehmer eine goldene Nase verdient. Die heute grösste Standbaufirma der Schweiz, Messerli in Wetzikon mit rund 140 Beschäftigten, hatte ihre Sternstunde an der Expo 64. Sie verwendete als eine der ersten das Normsystem der Firma Syma. Zunächst nur Produzent, begann Syma später mit den eigenen Systemen als Standbauer mitzumischen. Nebst Messerli bezeichnet ein Branchenkenner auch die Expografic in Zürich als «Mutter-sau der Szene». Ihr ehemaliger Geschäftsführer Hermann Steinmetz machte sich mit seiner Steinmetz Expo in Volketswil selbständig. Aus dieser Firma schied wiederum der einstige Partner Paul Breitler aus, der die Firma Sirius Messebau in Wetzikon gründete. Hanno Taverna, ebenfalls ehemaliger Expografic-Mitarbeiter, gründete später die Expo Mobilia in Bassersdorf. Messerli, Expografic, Steinmetz, Expo Mobilia, Syma und Sirius sind heute die grössten Messebauer. Sie sind in der Interessengemeinschaft der Standbauer (IGS) angeschlossen. Darin sind laut Präsident Kurt Brunner, Teilhaber der Interobjecta Zürich, ein Drittel der Unternehmen organisiert, vornehmlich die grösseren. Zusammen erwirtschaften sie laut Brunner etwa 100 Millionen Franken jährlich, die Hälfte des geschätzten Umsatzes aller Firmen.



Die Firma präsentieren, heisst Service, Produkte, Haltungen und Menschen zeigen. Stand für Sarnafil an der Swissbau 95 von Eberle und Schneider

Giganten in Genf

Im Standbau wird viel Geld umgesetzt. Zum Beispiel an der Telecom, die noch bis zum 11. Oktober im Palexpo in Genf stattfindet. Die Telecom ist die weltweit grösste Messe dieser Milliardenindustrie und wird sich dieses Jahr dem Daten-High-Way widmen. Der Palexpo-Direktor Rodolphe Huser übers Messe- und Standbaugeschäft: «Die ersten Aussteller fangen schon zwei Monate vor der Messe an zu bauen. Im September sind jeweils mindestens 4000 Personen am Arbeiten. Der bemerkenswerteste Stand von 1991 war der deutsche Pavillon. Der war fünf Stockwerke hoch, mit Liften und Rolltreppen. Er kostete 20 Millionen Franken. Daneben sieht etwa ein Toyota-Stand oder ein Amag-Stand, die ja am Automobilsalon nicht die kleinsten sind, aus wie ein Gartenhaus. Wieviel total in Bauten investiert wird, weiss ich nicht. Ich weiss nur, dass die Messe in der Region etwa 400 Millionen Franken abwirft. Der Stand für IBM kostet etwa zehn Mio. Franken, der Schweizer Pavillon acht.»

reich. Wo das Produkt, zum Beispiel Software, unsichtbar ist, kann es nicht mehr in der hergebrachten Art präsentiert werden.

Generalist im Kleinformat

Einer der traditionellen Standbauer, dem die Arbeitsteilung Gestalter-Standbauer nicht fremd ist, ist Arthur Kammer mit seiner Firma Kammer Expo in Effretikon. Mit ihren zehn Beschäftigten gehört die sie zu den kleineren der Branche. Arthur Kammers (50) Karriere ist typisch: Als gelernter Bauzeichner, dann tätig als Konstrukteur im Stahlhochbau, wechselte er 1968 zur Expografic. Nach sechs Jahren machte er sich selbständig. «Ausser Händen, gutem Willen und einem Opel Kombi hatte die neue Firma nichts», erinnert er sich. Das Know-how allerdings reichte, um gleich einen grossen Auftrag für Schindler-Von Roll an Land zu ziehen. Heute gestaltet und baut die Firma Messe- und Ausstellungsstände, ein Nebenzweig sind Road-Shows inklusive Vermietung oder Verkauf der Fahrzeuge. Im eigenen CAD-Grafikatelier mit einem Grossplotter wird umgesetzt, was an Bild und Text im Haus redigiert wird. Schreinerwerkstatt, Beschichtungsmaschine und umfangreiches Lager ermöglichen den Standbau von A bis Z. Arthur Kammer ist auch Konzepter und Gestalter, er arbeitet aber immer wieder mit externen Designern zusammen. Mit der Agentur S + W in Baden-Dättwil realisierte er etwa den Stand für die HIAG-Gruppe an der Swissbau 95. Auf Systemteile wurde hier ganz verzichtet, skulpturale Elemente fallen auf.

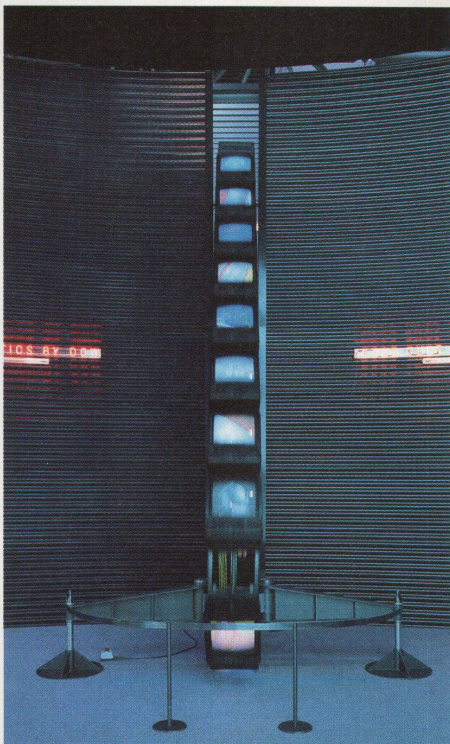
Botta, Calatrava, Hablützel

Einerseits also Standbauprofis, die ihren Kuchen verteidigen. Andererseits gestalten Leitfiguren des

Designs wie Mario Botta oder Santiago Calatrava immer wieder Stände. Standbau ist schliesslich Architektur. Auch die beiden renommiertesten Standdesigner der Schweiz, Edgar Reinhard und Edy Brunner, planen und bauen architektonisch. Wenn auch nicht immer mit architektonischen Mitteln, etwa wenn Reinhard einen Dom aus Plastik aufblasen lässt. Auch Gestalter, deren Arbeitsfelder anderswo liegen, betätigen sich erfolgreich im Messebau. Alfred Hablützel erhielt zusammen mit Thomas Petraschke und Stefan Zwicky eine silberne Auszeichnung des Art Directors Club für den Stand des Plättlifabrikanten Villeroy & Boch. Der Innenarchitekt Hansruedi Vontobel hat für Lignum mehrere Stände entworfen, worin er die Wünsche verschiedenster Holzverarbeiter unter einen Hut zu bringen hatte. Der Sarnafil-Stand an der Swissbau 93, eine Inszenierung der Firma in einer Tragluftp Halle, war von den Bündner Ingenieuren und Architekten Walter Bieler, Reto Zindel und Reto Sommerau realisiert worden (HP 1-2/93). Sie hatten den Zuschlag über einen Designwettbewerb er-

Stand für die HIAG-Gruppe an der Swissbau 95. Kammer Expo zusammen mit der Designagentur S+W





Als Eyecatcher verwendete Edy Brunner ein Förderband mit laufenden TV-Apparaten (Auftraggeber: Dow Chemical)

halten. Bei all diesen Arbeiten geht es um Architektur, um die Auseinandersetzung mit Raum und Stimmung.

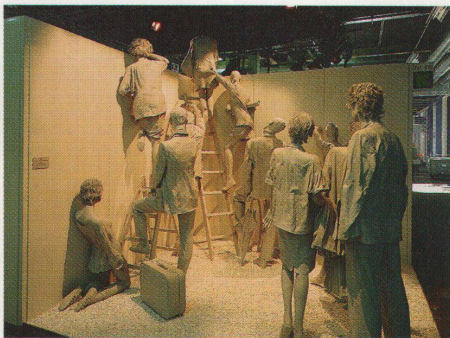
Sauglatt

Mit illusionistischen Mitteln, zum Beispiel einer nachgestellten Karibik-Szenerie (für eine Skimarke) oder einer Wüstenlandschaft mit abgestürztem Flugzeug (für eine Softwarefirma), arbeiten Dagmar Mania-Machwitz (Forch) und Martin Roos (Zürich). Die Illusion wird zum beliebten Mittel der Standbauer, je mehr sie sich mit Waren auseinandersetzen müssen, die keinen Körper mehr haben. Dabei ist die Versuchung gross, Materialschlachten für den einmaligen Gebrauch zu veranstalten und statt Firmenkultur Sauglattismus zu präsentieren. Solche Inszenierungen gehen für Kurt Brunner in die falsche Richtung. «Wissen die betreffenden Aussteller überhaupt, welches Image sie sich geben wollen?» fragt er die Auftraggeber.

Dienstleistung zeigen

Ein Thema gewinnt an Gewicht: Dienstleistungen

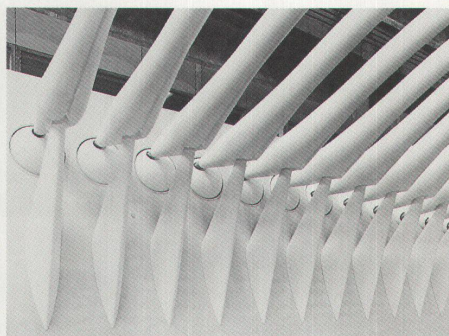
Materialschlacht für Illusionen: Design Mania Machwitz und Roos für IBM



ausstellen. Dazu begegnet man beim Messespaziergang nach wie vor vielen auf Systemwände geklebten Fotografien und Grafiken. Sie werden allenfalls garniert mit in Möbel eingelassenen TV-Apparaten, in denen Endlosvideos abgespult werden. Das ist hilflos. Wie es gehen kann, haben Roland Eberle und Daniel Schneider vom Designatelier inform in Zürich mit dem Auftritt, den sie für die Firma Sarnafil an der Swissbau 95 entworfen und realisiert haben, gezeigt. Informationen über die Folien und andere Waren von Sarnafil gab's nur in einem grossformatigen Bilderbuch am Rand des Stands. Über Leinwände, verteilt über 300 Quadratmeter, huschten, computergesteuert, Fotoporträts von Kunden. Ein eigens engagierter Talkmaster interviewte live die Spartenleiter der Firma – sechsmal vormittags, sechsmal nachmittags, während fünf Tagen. Es war wie im Lokalfernsehen. Dennoch waren die Produkte präsent: Bodenbelag, Stuhlbespannung, Lampenschirme, Leinwände und Rückwand kamen aus Sarnen. Eine stimmungsvolle, grosszügige Inszenierung, reduziert auf ein paar wichtige Botschaften. Eine heisst: Der Aussteller verkauft wohl brauchbare Güter, er verkauft aber auch Service und will eine Firma sein, die sich, ihre Mitarbeiter und Kunden pflegt. Firmenintern hat dieser Auftritt allerdings zu Meinungsverschiedenheiten zwischen der Verkaufs- und Marketingabteilung geführt, wie Kurt Waldvogel von Sarnafil berichtet. Für die Verkäufer war der Stand zuwenig am Direktabnehmer orientiert. Waldvogel ist jedoch nach wie vor vom gewählten Konzept überzeugt: Bei einem Marktanteil von 85 Prozent, also einem hohen Bekanntheitsgrad der Produkte, gehören diese nicht in den Vordergrund. Newcomer müssten zuerst für die Firma sensibilisiert werden, bevor ihnen Waren vorgesetzt werden. Und die Stammkundschaft wurde durch die Live-Präsentationen auf die Neuheiten aufmerksam gemacht.

Messestand-Design heisst das neue Buch von Ingrid Wenz-Gahler. Die Autorin stellt Standbeispiele und Konzeptionen vor, hinterfragt die Messeszenen von Kommunikation über Messebewertung und Trends bis hin zur Weiterbildung. In über 80 Messestand-Beispielen von 24 bis 3000 m² wird vorab die deutsche Messeszenen vorgestellt. Ingrid Wenz-Gahler, Messestand-Design. Alexander Koch Verlag, Leinfelden-Echterdingen 1995. 200 Franken.

Denkmal: Stand von Calatrava für die Schweizer Zementindustrie (Swissbau 1993)



Systemerfinder: Ruedi Zwissler

Mit dem Systembau kamen die Messen erst richtig in Schwung. Seit den Anfängen in den Sechzigern wurden die Systeme immer ausgeklügelter. Unter ihren Erfindern ist Ruedi Zwissler. Er hat die Variabilität mit dem System exissimo auf die Spitze getrieben.

Systemversuche gab es viele, Systeme, die sich durchsetzten, wenige. Darunter ist das erste System von Ruedi Zwissler (49). Sein voluma ist seit über zwanzig Jahren auf dem Markt, in Lizenz vertrieben von der deutschen Systembaufirma Mero. Die Erfindung bringt Zwissler, ursprünglich gelernter Dekorateur und später Inhaber eines Werbebüros in St. Gallen, Tantiemen in sechsstelliger Höhe ein. Über 4 Millionen Systemteile wurden bisher verkauft.

Ein Alu-Rundprofil

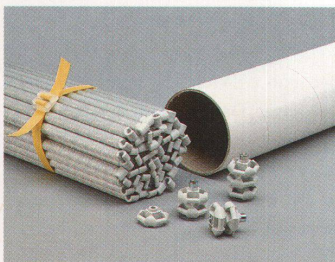
Zwissler hat nun ein neues System erfunden. Die Ansprüche heissen: schneller montieren, variabler anwenden, leichter an Gewicht, Räume bauen vom Messestand bis zur Überdachung.

Das System heisst exissimo. Mit wenigen Grundelementen lassen sich Decken, Wände und Raumkörper realisieren, aber auch Podeste, Displays, Trägerstrukturen und Raumteiler. Das exissimo-Skelett ist auf einem Alu-Rundprofil aufgebaut. An einem Kern können acht Achsen befestigt werden. Sie tragen auch die Tablare, Blenden und Folienspanner. Ein Computerprogramm errechnet das notwendige Stabmaterial für beliebige Winkel und Bögen. Möglich sind auch wellenförmige oder freischwingende Konstruktionen, im Spezialfall faltbare Strukturen, welche die Montagezeit verkürzen. Ein optischer Nachteil bei grösseren Spannweiten liegt in der Kleinteiligkeit der fili-



Über zwanzig Jahre alt: Voluma von Ruedi Zwissler, ein Standbausystem aus Platten und Verbindungsstücken

Zwisslers neues Leichtsystem exissimo: Herzstück sind die Verbindungen. Ein Ziel ist, schwebende Räume bauen



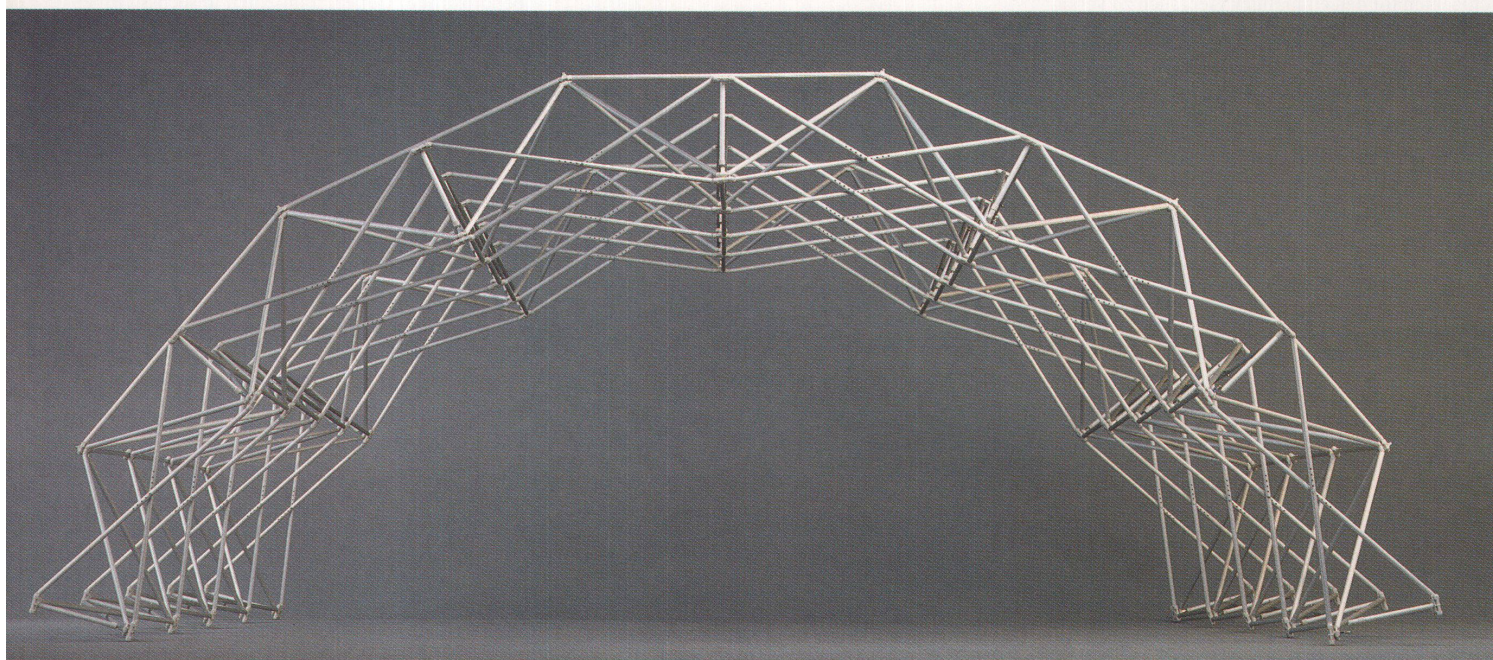
granen Raumstruktur von exissimo. Hier werden die Grenzen jedes «Alleskönner»-Systems sichtbar: Zugeschnitten auf grösstmögliche Anwendungsvielfalt, hat es der Sonderfall schwer.

Vom Erfinder zum Denkmalpfleger

Zwissler erfand nicht nur Systeme, sondern gründete auch die Standbaufirma Expo Norm in St. Gallen, die er inzwischen – wie seine Werbeagentur – verkauft hat. Den Vertrieb von exissimo hat er in Lizenz vergeben, um sich und seine Firma Entwurf Partner zu entlasten. «Ein Entscheid für die Fabrik», erklärt Zwissler. Er ist Eigentümer der Fabrik am Rotbach in Bühler im Kanton Appenzell-

Ausser rhoden. Unter seiner Regie wird das Industriedenkmal, früher eine Textilfärberei, restauriert und neu genutzt. Zwanzig Kleinbetriebe aus unterschiedlichen Branchen sind inzwischen in den Gebäuden eingemietet. In einer Stahlbeton-Halle aus den zwanziger Jahren sind Demonstrationsbeispiele von exissimo aufgebaut. Unten die farbigen, zerbrechlich wirkenden Konstruktionen, an der Decke die massiven Betonträger – Variationen zum Thema System.

Ein Dach im Koffer – faltbares Raumfachwerk exissimo





Ein System für eine Firma: Silvio Schmeds Stand für Maag Pump Systems



Systembau mit dem angesprochenen Produkt: Roberto Medicis langlebiger Stand für IBM

Massschneidern

Das erste Messebausystem, das hierzulande im grossen Stil angewendet worden ist, ist hässlich, aber leistungsfähig. Die Firma Syma aus Kirchberg im Toggenburg stellte damit in den sechziger Jahren das Messebauwesen auf den Kopf und entdeckte eine Goldgrube. Sie erfand später das gepflegtere System Rondo, es folgten Deco und Orbit. Mit Syma-Teilen werden heute Hektaren von Messegelände bestückt. Systembau ist das Brot der meisten Standbauer. Rund 80 Prozent aller Messestände werden mit Systemen realisiert. In den siebziger Jahren machte das Merosystem Furore. Der berühmte Meroknoten, die Stahlkugel mit den 18 Anschlüssen, wurde zum Goldapfel der Mero Raumstruktur GmbH in Würzburg, Deutschland. Marktgängige Systeme fordern Kompromisse. Also leiten sich Firmen da und dort ein massgeschneidertes System. So verwendet Siemens Schweiz ein System von Edy Brunner (Wädenswil). Silvio Schmed (Zürich) entwarf für Maag Pump Systems Zürich ein System mit primärer Alu-Struktur und variabel stellbaren Holzparavents. Roberto Medici (Solothurn) baut seit Jahren die Stände für USM Schärer Söhne aus Münsingen, indem er – ganz naheliegend – die Stahlbau- und Möbelsysteme als Standbaumaterial «in eigener Sache» verwendet.

Der Aussenseiter: Edgar Reinhard

Er zählt sich selber nicht zur Gilde der Stand- und Messebauer, sondern sieht sich als Werber: Edgar Reinhard (53), Entwerfer von spektakulären Ständen, zum Beispiel für IBM und Toyota.

Edgar Reinhard trägt den Stempel «extreme Ausstellungen», ein Ruf, den er hauptsächlich dank der Arbeiten für Dow Chemical, IBM und Toyota erworben hat. Extrem sind die Stände für diese Multis einmal wegen ihrer Grösse und ihres Preises: Sie dürfen ein paar Millionen kosten. Gestalterischer Anspruch unterscheidet auch seine kleineren Stände von der Masse. Begonnen hat Reinhard nach einer Lithografenlehre in der Werbeabteilung von IBM. 1972 machte er sich selbständig und fiel bald durch eine Fässer-Installation für Dow Chemical auf. Für dieselbe Firma errichtete er später einen Dom aus aufgeblasenen Kunststoffschläuchen, die Besucher «wateten» auf mit Wasser gefüllten Behältern herum. Die Botschaft: Dow Chemie, rufgeschädigt als Hersteller von chemischen Kampfstoffen, wollte sich als umweltbewusste Firma profilieren. Schritt für Schritt ging es die Erfolgs-Leiter aufwärts bis zum Partner der Werbeagentur Wirz und Einmann-Generalunternehmer in Sachen Gross-Standbauten. Auch als Lehrer wirkt Reinhard: Seit kurzem hat er einen Lehrstuhl für Entwurf an der Fachhochschule Lippe in Deutschland.

Einprägsame Botschaft

Reinhard begreift einen Messestand in erster Linie als Möglichkeit, eine Firma darzustellen, und nicht als Verkaufs-Plattform oder als Konstruktion für irgendwelche Produktinformationen. Er rät seinen Auftraggebern, eindimensionale Information zu-

rückzuhalten, denn die Messebesucher würden ohnehin von zu vielen Botschaften zugedeckt. Die Botschaft, die er mit einem Stand einprägen will, lautet: «Das ist eine gute Firma.» Der Besucher soll sich ernst genommen fühlen. Er mag Werbegebrüll nicht. Für die Zürcher Ziegeleien stellte Reinhard kürzlich eine grosse Kiste aus einem neuen Plattenmaterial auf Stützen, die Besucher konnten die ausgestellten Produkte nur durch Schlitz in der Box sehen. Dieser Beinahe-Entzug und Peep-Show-Kitzel markierte eine Grenze: Reinhard kassierte einen Rüffel. Gewünscht werden in Zukunft direktere, «greifbare» Präsentationen.

Raumschiff für IBM

Für Schlagzeilen sorgte Reinhard's IBM-Stand an der Telecom 1987/1991, dem weltweit bedeutendsten Schaufenster der Telekommunikationsindustrie. Nur in der Mitte von vier Säulen abgestützt, schwebt der Pavillon einem Raumschiff ähnlich hoch über dem Messetrubel. Der Stand wird an der diesjährigen Telecom bereits zum dritten Mal aufgebaut, diesmal als Sinnbild des IBM-Slogans «Lösungen für einen kleinen Planeten». Auf die Planken des Behälters lässt Reinhard den Sternenhimmel erscheinen. Die Sterne leuchten dank 40 Kilometer Faseroptikkabel und 30 000 Linsen. Gegenüber IBM tritt Reinhard als Generalunternehmer auf, er hat die Fäden zum Stahlbauer, Lichttechniker und Ingenieur in der Hand und trägt das Risiko für das Zehn-Millionenbudget. Für einen guten Stand brauche es allerdings keine Millionen, meint Reinhard. Und auch mit einem andern Vorurteil ist er nicht einverstanden: Mehrmals eingesetzt, könne eine Einzelanfertigung preislich durchaus mit Systembauten konkurrieren. Gegen diese hat er im übrigen nichts einzuwenden, wenn sie richtig angewendet werden. Das heisst: Nicht als Träger für Werbeplakate, sondern als Struktur eines Raums.

Ziegel ausstellen: Edgar Reinhard's Peep-show für die Zürcher Ziegeleien (1995)

