

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 17 (2004)
Heft: 11

Artikel: Chinesisch entwerfen : Schweizer Studenten in Shanghai
Autor: Krohn, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-122477>

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>

Chinesisch entwerfen

Text: Michael Krohn

Fotos: Ornella Cacace



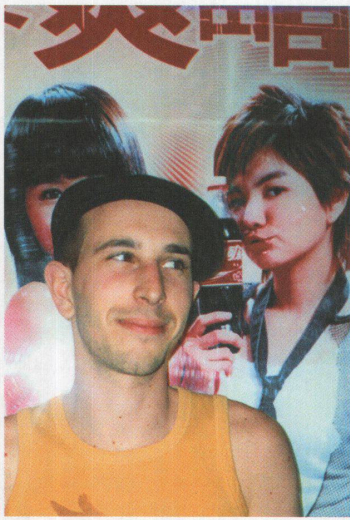
Boomt die Wirtschaft, gibt es für Designer viel zu tun. Das wissen auch die Fachhochschulen. Dozenten und Studentinnen und Studenten der HGK Zürich machten sich auf nach China. Sie wollten herausfinden, wie chinesische Designer auf den rasant steigenden Bedarf an Design reagieren.

China verändert sich seit der kontrollierten politischen Öffnung Mitte der Neunzigerjahre. «In zehn Jahren haben wir New York und London überholt», hört man in Grossstädten wie Shanghai. Und weil sich die Chinesen zwar immer besser auf das Geldverdienen verstehen, aber dadurch kaum Zeit zum Konsumieren haben, fand die Regierung eine typisch chinesisch-pragmatische Lösung: Sie reduzierte die Sechs-Tage-Woche auf fünf Arbeitstage. Der Konsum während des zusätzlichen freien Tages bringt mehr Wirtschaftswachstum als ein Arbeitstag. Selbst ein kritischer Blick wird von dieser Dynamik überwältigt. Die traumhaften Wachstumszahlen werden den Bedarf an Konsumgütern aller Art explodieren lassen. Er wird in naher Zukunft ein spezifisch chinesisches Verständnis für Design zeitigen. Was seinerseits das westliche Design massiv beeinflussen wird. China will und braucht Design.

Städte wie Shanghai sind ein riesiges Labor für Design. In der 17-Millionen-Metropole werden zu jeder Tages- und Nachtzeit Waren und Dienstleistungen in einer erstaunlichen Vielzahl und Differenzierung angeboten. Joanne Deng, Designmanagerin von Emol, einer aufstrebenden Telekommunikationsgesellschaft: «Der Anteil der beruflich erfolgreichen, unabhängigen Frauen in Shanghai zum Beispiel wächst enorm. Sie wollen unverwechselbare Lifestyle-Produkte. Daneben gibt es die «Shanghai Butterflies», Mädchen zwischen 15 und 20 Jahren, die sich mit farbenfrohen, auffälligen Telekomaccessoires identifizieren.» Es lohnt sich also, Produkte zu entwickeln, die das Lebensgefühl nur einer Stadt ausdrücken? «Der Markt ist noch lange nicht gesättigt. Chinesische Kunden wollen nicht nur die neusten, sondern auch gut gestaltete Produkte.»

Ein Beruf, der boomt

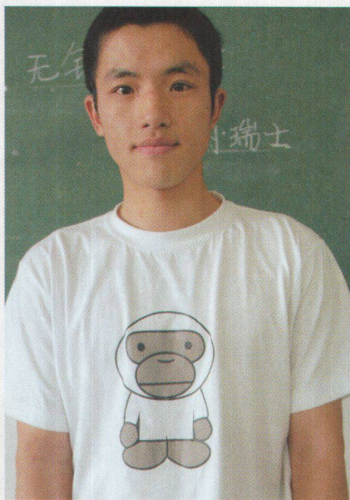
Die enorme Nachfrage nach Gestaltung wird von einer Designwirtschaft befriedigt, die noch in den Kinderschuhen steckt. Die Kunst- und Designhochschulen müssen den Systemwechsel von der staatlich gelenkten Planwirtschaft, die ein genau vorgeschriebenes Mass an Kreativen produzierte, zu einer stürmisch wachsenden Privatwirtschaft mit internationaler Ausrichtung bewältigen. Die begabten Absolventen einer Designuniversität finden mit Sicherheit eine Stelle, wenn sie nicht gleich als Unternehmer selbstständig werden. Der 27-jährige Dozent und Projektleiter Mosen Gong: «Unser Wachstum im Designsektor ist kaum zu bewältigen. Postgraduates werden schnell als Dozierende übernommen. Dozierende wiederum führen neben der Lehrtätigkeit ihr eigenes Unternehmen, um Praxiserfahrung einzubringen.» Hat sich die Lehre mit diesem wirtschaftlichen Anspruch gewandelt? «Oft hören wir den Vorwurf, wir würden nur kopieren. Vielleicht haben wir ein unverkrampfteres Verhältnis zu Original und Kopie, was Teil unserer Kultur ist. Wir sind auf dem richtigen Weg, unsere chinesischen Wurzeln mit zeitgenössischem Design zu verbinden. Aber es wird noch dauern, bis der Westen den ersten chinesischen Designer mit Namen kennt.»



2



3



4

1 Wuxi: Provinzstadt, die Millionen zählt.

2-4 Christof Rufer aus Zürich und zwei chinesische Studierende entwarfen gemeinsam eine Mineralwassermarke.

Ist China das kommende Mekka für Designer aus dem Westen? Dozierende und Studierende für Design der HGK Zürich wollten es herausfinden. In Wuxi, der aufstrebenden Provinzhauptstadt etwa zwei Stunden nördlich von Shanghai, fanden sie eine geeignete Partnerhochschule. Die Southern Yangtze University (SYUT) führt eine exzellente Designabteilung. Die Studierenden aus beiden Welten sollten miteinander projektorientiert arbeiten: Sie entwickelten eine Marke für Mineralwasser mit allen nötigen visuellen, räumlichen und gegenständlichen Ausdrucksformen, die in Europa und in Asien funktionieren könnten. Mit vier bis fünf Studierenden pro Disziplin startete das Projekt im März in Zürich – gleichzeitig begannen 12 000 Kilometer entfernt die Studierenden in Wuxi. Dokumentiert wurde das Projekt für Forschungszwecke von Studierenden der Film- und Videoklasse sowie einer Fotostudentin.

Ende April reisten die Zürcher nach Shanghai. Gegenseitig präsentierten sich die beiden Gruppen die Resultate ihrer Recherchen. Die ersten kulturellen Unterschiede wurden schnell sichtbar: Die chinesischen Studierenden stellten gehaltvolle, bildhafte und fleissig gemachte Recherchen vor. Sie glänzten mit ihrer Umsetzungscompetenz und ihren enormen handwerklichen Fähigkeiten. Etwas neidisch sahen die Zürcher auf die Skizzenbücher der Chinesen. Die gewählte Bildsprache entzog sich dagegen oft dem europäischen Verständnis. Die Schweizer Studierenden erarbeiteten Analysen, welche Form und Inhalt gleich einbezogen und die deutlicher strukturiert waren.

Ende Mai ging in Wuxi die direkte Zusammenarbeit los: Die chinesischen und schweizerischen Studierenden entwarfen in gemischten Gruppen die Mineralwassermarke. Angeleitet wurden sie von Dozierenden beider Seiten. Die chinesischen Studierenden wurden eng, fast etwas autoritär betreut. Was den Schweizern förderungswürdig ist: gezieltes Ausbrechen, experimentieren, eine Gestalterpersönlichkeit entwickeln, Innovation schaffen, ist in China von untergeordneter Bedeutung. Wichtig sind handwerkliche und gestalterische Fähigkeiten, die sich an ein Vorbild halten. Es dauerte, bis chinesische Studierende entwerferisch vom «Dürfen» zum «Wollen» gelangten.

Inspiration aus der Irritation

Solche kulturellen Unterschiede direkt zu erfahren, bereicherte das Entwerfen. Auch wenn zu Beginn Studierende und Dozierende überfordert waren. Die gemeinsame Sprache fehlte, um sich über das Verständnis von Gestaltung auszutauschen. Skizzen und Modelle halfen, Ideen zu vermitteln, Varianten zu bilden, über den Gegenstand zu debattieren. Selten konnten sich die Studierenden darauf verlassen, dass das, was sie meinten, auch richtig verstanden wurde. Die Arbeit in kulturell gemischten Gruppen stellte vieles in Frage: Wo überschneiden sich Prozesse, Werte, das Denken, wo unterscheiden sie sich fundamental? Die Stärken und Eigenheiten beider Kulturen zusammenzubringen und sich zu einigen, forderte alle heraus.

An der Schlusspräsentation nahmen der Kulturattachée des Schweizer Generalkonsulats, ein Regierungsbeamter und das lokale TV teil. Und alle feierten eine Abschiedsparty. Möglicherweise nicht für lange. Vielleicht werden schon bald die ersten Absolventen der HGKZ ihren Weg nach Asien einschlagen. Und es rüsten sich nicht nur die zukünftigen Designer: Der interkulturelle Dialog über Design, der in weiteren Lehrmodulen fortgesetzt wird, hat auch ein gemeinsames Forschungsprojekt gezündet. •

Projekt «Shanghai-Zürich 04»

Beteiligte:

- > Professor Michael Krohn, Industrial Design, Projektleitung und Dozent
 - > Professor Lucie Bader, Film/Video, Dozentin
 - > Flavia Caviezel, Film/Video, Forschung
 - > Professor Richard Feurer, Visuelle Gestaltung, Dozent
 - > Bettina Ganz, International Affairs, Koordination
 - > Professor Jörg Huber, ITH, Forschung
 - > Peter Lux, Luxteam, Forschung
 - > Hansuli Matter, Scenographical Design, Dozent
 - > Studierende SBD: Nina Eigenmann, Christian Lehmann, Caroline Schubiger, Adrian Weidmann
 - > Studierende SGD: Beatrice Horvath, Barbara Pfyster, Christof Rufer, Philipp Schuler
 - > Studierende SVG: Julia Ambroschütz, Martin Blättler, Jeannine Herrmann, Fabian Leuenberger, Juliane Wollensack
 - > Studierende SFV: Romana Lanfranchi, Steve Walker, Luzius Wespe
 - > Studierende SFO: Ornella Cacace
- Die Folgen:
- > 7. Dezember 2004, Hochschule für Gestaltung Zürich: Ringvorlesung und Vernissage ith-Magazin «31» mit integriertem Dokumentarfilm auf DVD, Studienbereich Film- und Video
 - > Forschungsprojekt unter der Leitung von Jörg Huber, ITH; joerg.huber@hgkz.ch

Design studieren in Wuxi

Pro Jahr bewerben sich in China zwei Millionen Maturanden für einen Ausbildungsplatz in einer Design- oder Kunsthochschule. Sie machen am selben Tag in ganz China verteilt eine Fähigkeitsprüfung, bei der sie sich für maximal drei Schulen bewerben können. Für die SYUT in Wuxi fallen alleine für die Undergraduate-Studiengänge 100 000 zu bewertende Aufnahmeprüfungen ab. Gesichtet werden sie in einer Klausurwoche in einem eigens gemieteten Hotel. Pro Jahr werden 300 Studierende in zwölf verschiedene Designstudiengänge der SYUT neu aufgenommen, dazu kommen 50 Postgraduate-Studierende aus rund 1000 Bewerbungen. Die SYUT mit ihren 1800 Studierenden und Dozierenden kann auf staatliche Förderung zählen.