

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 24 (2011)
Heft: 11

Artikel: Ehren und auf Reise schicken : zwanzig Jahre Design Preis Schweiz
Autor: Pradal, Ariana
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-287170>

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: 19.02.2026

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

EHREN UND AUF REISE SCHICKEN

Schweiz die besten Produkte aus. Die Ausstellungen gehen auch über die Grenzen.

Selbst zwanzig Jahren zeichnet der Design Preis

Text: Ariana Pradal

Als die Gründer des Design Preis Schweiz (DPS) vor zwanzig Jahren den Wettbewerb aus der Taufe hoben, war das Wort Design noch nicht in aller Munde. Weder die Schweizer Industrie kannte den Begriff als Qualitäts- oder Verkaufsargument noch berichteten die Tages- und Sonntagszeitungen darüber. Diese fehlende Wertschätzung wollten die «Täter» ändern. Öffentliche Hand, Wirtschaft und Dachverbände riefen den Design Preis ins Leben, um die breite Öffentlichkeit zu sensibilisieren. Anders als heute mussten bei den ersten Ausschreibungen die eingereichten Arbeiten noch keinen Schweizbezug nachweisen. Der Wettbewerb bestand aus dem Preisgeld, der Preisverleihung, dem Katalog und der Ausstellung, die nach der Preisverleihung jeweils einmal im Designcenter Langenthal zu sehen war.

NEUAUSRICHTUNG Nach zehn Jahren trat die Gründergruppe ab und beauftragte die wirtschaftsorientierte Allrounderin Heidi Wegener mit der Neuaustrichtung des Wettbewerbs. Wegener änderte gleich mehrere Punkte. Designer und Hersteller durften nur noch Projekte eingeben, die einen Schweizbezug hatten. «Um einen internationalen Wettbewerb durchzuführen, der sich weltweit etabliert, hätte ich ein viel grösseres Budget gebraucht», stellt Heidi Wegener fest. «Zudem kam ich von der damaligen Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich, in der ich über 13 Jahre als Verwaltungsdirektorin gearbeitet hatte. Mich interessierte, was in der Schweiz im Bereich Gestaltung passierte, und ich wollte hiesige Hersteller und Designer fördern und nicht solche im Ausland.»

Die Kuratorin führte ein zweistufiges Bewerbungsverfahren ein, mit Nominierten und Jury, die sie zusammen mit dem Projektteam bestimmte. Die sieben Berufssparten definierte sie neu und legte fest, dass die Jury spartenübergreifend drei Preise für je ein Projekt im Bereich «Market», «Newcomer» und «Research» vergibt. Zusätzlich verleiht die Jury den «Merit»-Preis an eine Person, Firma oder Institution, die das Schweizer Design über Jahre geprägt hat und es noch immer tut. «Als ich den Preis 2003 zum ersten Mal organisierte, war er noch sehr von Produkt- und Textileingaben geprägt. Danach haben wir viel Zeit investiert, Gestalter anderer Berufssparten zum Mitmachen zu bewegen», so Heidi Wegener. Im Bereich «Communication Design» haben seither die Eingaben Jahr für Jahr zugenommen. Als schwieriger hat sich der Schwerpunkt «Research» erwiesen, da sich dafür – ausser in diesem Jahr – immer blass wenige bewarben. Diese Tatsache spiegelt die hiesige Designlandschaft, in der Forschungsprojekte dünn gesät sind und noch keine lange Tradition haben. Trotzdem hat die Kuratorin daran festgehalten, denn sie ist überzeugt, dass es einige Zeit braucht, bis sich ein solcher Preis etabliert.

Der Unterschied zum anderen wichtigen Schweizer Designpreis (Eidgenössischen Wettbewerb für Design) des Bundesamts für Kultur (BAK) besteht darin, dass der DPS alle zwei Jahre Produkte prämiert, die es auf dem Markt gibt. Das BAK hingegen zeichnet jährlich Gestalter und Designerinnen aus. Bis jetzt durften die Gestalter nicht über Vierzig sein, nun ist die Alterslimite aufgehoben. Auf ihren Websites verweisen die beiden Preise aufeinander, um sich gegenseitig zu stärken, anstatt sich zu konkurrieren. Die Kuratorin konnte auch immer mehr Sponsoren mit ins Boot holen. Heute setzt sich das Budget zu 65 Prozent aus privaten und zu 35 Prozent aus öffentlichen Geldern zusammen. Entsprechend sind die Awards mit den Namen der potentesten Sponsoren gekoppelt, doch die Geldgeber dürfen bei der Auszeichnung nicht mitreden. Die Jury entscheidet.

REISEN, AUSSTELLEN UND VERMITTELN

Das grössere Budget hat es der Kuratorin erlaubt, die Ausstellung mit allen nominierten und ausgezeichneten Projekten auf Reisen zu schicken. Zum ersten Mal hat Heidi Wegener den DPS im Jahr 2004 am Festival «Designmai» in Berlin gezeigt. Seither sind immer mehr Anfragen hereingekommen. «Wir schicken den Preis nur ins Ausland, wenn ihn jemand wirklich will. Wir verlangen, dass die Partner einen geeigneten Ausstellungsort und die Pressearbeit organisieren», erklärt die Kuratorin. Es sind aber nicht nur ausländische Institutionen, die sich für die Ausstellung interessieren. Bundesrätin Doris Leuthard nahm die Ausstellung als Geschenk mit auf ihre Staatsbesuche nach Japan und Norwegen, Micheline Calmy-Rey zeigte sie anlässlich der Übernahme des Schweizer Präsidiums des Europarats in Strasbourg.

Der Design Preis hat damit nicht nur einen Förder- und Auszeichnungsaspekt. Er prägt auch das Bild der Schweiz im Ausland, indem er zeigt, dass es in diesem Land auch anderes gibt als Schokolade, Käse und Banken. «Alleine im letzten Jahr haben wir die Ausstellung an 22 verschiedenen Orten gezeigt. Damit wir gleichzeitig in diversen Städten präsent sein können, mussten wir ein System entwickeln, das es uns erlaubt, die Ausstellung an diverse Gegebenheiten anzupassen», so Heidi Wegener. So nimmt die Kuratorin immer nur einen Teil der ausgezeichneten Arbeiten als Objekte mit. Der andere Teil wird mit Projektionen und Katalog präsentiert. Mit auf ihre Reise nimmt die Kuratorin auch Designerinnen und Designer, die vor Ort Vorträge halten oder Workshops leiten und so Gelegenheiten bekommen, Kontakte zu knüpfen. Mitgereist ist zum Beispiel die Produktdesignerin Sandra Kaufmann, deren Brillenkollektion «Strada del Sole» für den Preis 2009 nominiert war. Für sie war das Treffen mit dem norwegischen Königspaar in Oslo ein Höhepunkt, denn das königliche Paar hat ihre Sonnenbrillen getragen. Sandra Kaufmann war mit dem DPS auch in Beijing. Dort hat ihr die Tsinghua-Universität einen Lehrauftrag angeboten – den sie aber wegen der Distanz abgelehnt hat.

WEITER STRICKEN

Der diesjährige Design Preis Schweiz ist der letzte unter Heidi Wegeners Ägide. Ihre Nachfolge tritt der Kommunikationsfachmann Michel Hueter an, der zuvor bei Präsenz Schweiz und bei diversen Uhrenfirmen gearbeitet hat. Er ist anfangs 2011 zum DPS gestossen und seine Handschrift ist bereits auf der neuen Website zu sehen: Die Bilder haben nun mehr Gewicht. Auch der Auftritt bei Facebook ist sein Werk. Auf die Ziele angesprochen, meint Michel Hueter: «Wir müssen den Wettbewerb in der italienischen und französischen Schweiz besser bekannt machen. Die Fachwelt kennt uns gut, aber der Laie noch zu wenig. Wir wollen auch hier vermitteln und sensibilisieren.» Hueters Aufgabe wird es auch sein, die Gestalter der neuen Medien zu mehr Eingaben zu motivieren, damit der Wettbewerb auch in diesem Bereich die Szene abbildet und zeigen kann, dass das Schweizer Mediendesign mit der Zeit Schritt hält.

MEHR IM NETZ

Die nominierten und ausgezeichneten Arbeiten, der Katalog und die Ausstellung des diesjährigen Preises:
www.designpreis.ch

>Taucherausrüstung «Quick Dive» von Andreas Pudel, ausgezeichnet mit dem Preis «Newcomer» und 15 000 Franken.





◀ Daniel und Markus Freitag, ausgezeichnet mit dem «Merit» für ihre kontinuierliche Designleistung.

► Textilprojekt «Fabric project» von Stéphanie Baechler, ausgezeichnet mit dem «Textile Design Award by Swiss Textiles & Zumsteg Foundation» und 50 000 Franken.



▼ Möbelprogramm «contemporary furniture» des Design Bureau Colin Schälli, ausgezeichnet mit dem «Pfister Interior Design Award» und 25 000 Franken.



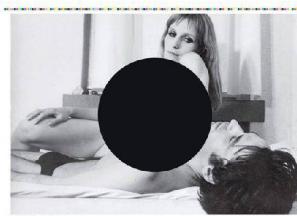
▼ Forschungsprojekt «Farbe und Licht». Gemeinschaftsarbeit von Ulrich Bachmann, Institut für Farbe und Licht, Zürich; Ralf Michel, HGK Basel; Florian Bachmann, Marcus Pericin, ZHdK. Ausgezeichnet mit dem Preis «Research» und 10 000 Franken.



◀ Kollektion «Textiles Acoustics» von Annette Douglas, ausgezeichnet mit dem «Textile Design Award by Swiss Textiles & Zumsteg Foundation» und 50 000 Franken.



► Visueller Auftritt für das Schauspielhaus Zürich 2009/2010 von Cornel Windlin, ausgezeichnet mit dem Preis «Market» und 10 000 Franken.



◀ Velozubehör «Pop-Products Parts of Passion» von Patrik Vögeli, ausgezeichnet mit dem «Rado Product Design Award» und 25 000 Franken.



◀ Projekt «Senior Design Factory» von Debora Biffi und Benjamin Moser, ausgezeichnet mit dem Preis «Market» und 40 000 Franken.