

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 26 (2013)

Heft: 11

Artikel: Preissprung

Autor: Glanzmann, Lilia

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-392435>

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: 18.02.2026

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

Preissprung

Der Design Preis Schweiz hat einen neuen Kurator und zeichnet in diesem Jahr sieben Projekte aus. Michel Hueter über laufende Baustellen, neue Sitten und alte Bekannte.

Interview:
Lilia Glanzmann
Foto:
Fabian Unternährer

Noch nie gab es so viele Gewinner. Anstatt sich wie bisher auf drei spartenübergreifende Preisträger in den Kategorien Newcomer, Research und Market zu beschränken, ehrt die Jury des Design Preis Schweiz dieses Jahr je einen pro Disziplin: Aus überdurchschnittlich vielen nominierten Projekten zeichnet sie sieben aus. Darüber hinaus vergibt sie wie gewohnt den zweiteiligen Textile Design Award, den Rado Product Design Award und den Pfister Interior Design Award. Gibt es mit Michel Hueter in Langenthal nicht nur einen neuen Kurator, sondern auch neue Spielregeln? Wir wollten wissen, ob er den Preis neu ausrichtet.

Verwässern Sie die Strahlkraft des Preises, indem Sie in den Hauptkategorien Newcomer, Research und Market anstelle der bisher üblichen drei nun sieben Projekte auszeichnen?

Michel Hueter: Nein, denn die Qualität der prämierten Eingaben überzeugt. Wir gehen damit einen Schritt in eine Richtung, die ich begrüsse. Wir hatten vorab keine neuen Vorgaben zu den Preiskategorien definiert, die Jury entscheidet autonom, wie viele Preise sie vergibt – 2009 etwa gab es keinen Preis in der Kategorie Research, weil keine Eingabe die Jury überzeugte. Und 2011 wurden zwei Preise in der Kategorie Market vergeben. Dieses Jahr hatten die Nominationsteams bereits sehr viele Projekte vorgeschlagen, worauf die Juroren entschieden, in jeder Kategorie Preise zu vergeben. In Zukunft werden wir uns wohl mit neuen Lösungen für die Preiskategorien auseinandersetzen, um diesem Entscheid Rechnung zu tragen.

Wurde es der Jury zu kompliziert, einen Turnschuh mit einer Lokomotive zu vergleichen?

Dazu ist die Jury durchaus fähig, sie ist entsprechend zusammengesetzt. In Disziplinen wie Möbel- oder Produktdesign waren die Schweizer Entwerfer und Hersteller beim Design Preis Schweiz schon immer stark. In anderen Kategorien, wie beispielsweise der Mode, haben die hiesigen Designer aufgeholt, die Eingaben sind mehr und stärker geworden. Wir hatten dieses Jahr überdurchschnittlich viele gute und in jeder Kategorie preiswürdige Projekte. Diesem Umstand verleiht die Jury Ausdruck.

Sie sprechen von überdurchschnittlich vielen Projekten, die nominiert wurden. In der Kategorie Interior gab es dieses Jahr weniger Eingaben. Und doch gewinnt mit dem «Montreux Jazz Heritage Lab» ein Projekt aus dieser Kategorie. Warum gerade jetzt – müssen Sie die Innenarchitekten bei der Stange halten?

Ich bin erleichtert, dass diese wichtige Disziplin zum ersten Mal in der Geschichte des Preises ausgezeichnet wurde. Auch diesen Entscheid hat die Jury hinsichtlich der

hohen Qualität der Eingaben gefällt. Ich denke, das multimediale Archiv hat sie überzeugt, weil es dem Betrachter ermöglicht, die archivierten Konzerte neu zu erleben.

Mit Chantal Prod'hom wird erstmals eine Persönlichkeit aus der Vermittlung mit dem Merit-Ehrenpreis ausgezeichnet. Weshalb?

In der Sparte Vermittlung gibt es hierzulande noch viel zu tun. Chantal Prod'hom hat aus dem Lausanner Designmuseum Mudac eine inspirierende Institution gemacht, seit 2000 führt sie Ausstellungsbesucher auf unübliche Weise an Themen heran und hat sich auch international einen Ruf geschaffen. Sie ergänzt die Auswahl der bisherigen Preisträger um eine weitere Komponente. Das soll zeigen, dass uns auch der Diskurs wichtig ist.

Der Merit-Gewinner von 2009, Albert Kriemler, sagte in seiner Dankesrede in Langenthal, der Design Preis und das Bundesamt für Kultur sollten sich zusammentun, um international stärker zu werden. Wie stehen Sie dazu?

Für ein kleines Land wie die Schweiz würde ein einziger Preis die internationale Strahlkraft tatsächlich erhöhen. Doch wir planen nach wie vor keine Fusion. Das Bundesamt und wir sind Kooperationspartner, wir ergänzen uns: Der Eidgenössische Preis für Design prämiert die Macher, wir zeichnen erfolgreiche Produkte mit Blick auf den Markt aus. Seit 2013 sitzt zudem Patrizia Crivelli in unserem Beirat, und die bisherige Kuratorin des Design Preis Schweiz, Heidi Wegener, wurde neu in die Eidgenössische Designkommission gewählt.

Und wie unterscheidet sich der Preis von der internationalen Konkurrenz wie dem Red Dot oder dem iF Award?

Beides sind Marketing-Labels, die gut funktionieren. Allerdings laufen solche Auszeichnungen durch die grosse Masse prämieter Produkte Gefahr, unglaublich zu wirken. Wir setzen auf professionelle Nominatoren und eine qualifizierte Jury, um ein hohes Niveau zu halten – das Verfahren und die Grösse unseres Wettbewerbs sollen das schweizerische Design schaffen unterstützen.

Dennoch ist es wichtig, international zu agieren.

Was bringt es den Schweizer Preisträgern, wenn sie an einer Ausstellung in Korea gezeigt werden?

Es bringt einen ersten Kontakt mit einem interessierten Publikum. Während der Swiss Weeks in Seoul haben uns 11400 Menschen besucht.

Und doch plant der Design Preis Schweiz weniger Ausstellungen als in den vorhergehenden Jahren?

2011 organisierten wir eine Wanderausstellung im Gegenwert von 700 000 Franken. Darin enthalten waren auch Standplätze, die uns von Partnerinstitutionen zur Verfügung gestellt wurden, Workshops, Podien und Kommunikationsleistungen. Dabei kosten unsere neun Ausstellungen gleich viel wie die fünfzehn kleineren im Jahr 2009, weil wir pro Schau mehr Objekte zeigen, in Rahmenprogramme investieren und mehr Designer mitreisen lassen. Und →



Michel Hueter ist seit 2012 Geschäftsführer des Design Preis Schweiz. Zuvor arbeitete er in der Uhrenindustrie, bei Präsenz Schweiz und als Kommunikationschef von Rado.

→ wir haben uns entschieden, unsere Preisträger und Nominierten an ausgewählten Orten zu zeigen, wie etwa an der Fachmesse Dwell on Design in Los Angeles. Während drei Tagen haben uns 30 000 Besucher gesehen - Architekten, Fachhändler. Das bringt Business-to-Business-Kontakte: Annette Douglas etwa fand kurz zuvor einen Vertriebspartner für die amerikanische Westküste und konnte ihre Beziehungen ausbauen. Und Newcomer wie Andreas Pudel konnten ihren Marketing-Reflex trainieren und bekamen direktes Feedback zu ihrer Arbeit.

Wie entwickeln Sie den Design Preis sonst noch weiter?

Wir wollen uns in der Westschweiz stärker positionieren, um dem nationalen Anspruch gerecht zu werden. Es gab schon immer Eingaben aus Lausanne und Genf, aber wenige und nicht die Besten. Wir haben deshalb freie Nominatenstellen mit Fachleuten aus der Romandie besetzt und die Kommunikation verstärkt, etwa durch einen Auftritt an den Design Days in Renens.

Noch vor drei Jahren waren Sie Kommunikationsverantwortlicher des Design-Preis-Sponsors Rado.

Macht es das einfacher, neue Gelder zu generieren?

Es bringt sicher Vorteile, die Ansprüche und Ziele beider Seiten zu kennen und zu verstehen. Vor allem aber kommt mir mein Netzwerk zugute. Das Fundraising bleibt jedoch eine der grössten Herausforderungen.

Wie viel müssen Sie für eine Ausgabe zusammenbringen?

Für die Betriebskosten und die 225 000 Franken Preisgeld benötigen wir alle zwei Jahre eine Million Franken, die Wanderausstellungen nicht mitgerechnet. Ein Viertel davon sind öffentliche Gelder, sie stammen primär von den Kantonen Bern und Zürich. Der Rest sind private Gelder von Industriepartnern und Stiftungen.

Vor 23 Jahren, als der Preis gegründet wurde, ging es darum, den Begriff Design in den Köpfen der Menschen zu festigen. Welchen Sinn hat der Preis heute?

Noch immer wollen wir gutes Design auszeichnen. Das breitere Verständnis gibt uns die Chance, eine Haltung zu vermitteln, etwa im Sinne von Nachhaltigkeit. Uns interessieren nicht einfach schöne Produkte, sondern integrierte Prozesse. Ich wünsche mir vermehrt Eingaben wie etwa die Pelletiermaschine Bioburn oder zukunftsweisende Materialien wie Beat Karrers «FluidSolids». ●

Die Gewinner des Design Preis Schweiz 2013

Kategorie Market

Für Produkte und Dienstleistungen, die ihre Marktaufte erfolgreich bestanden haben, je 10 000 Franken.

Market Communication

«Reportagen» - Weltgeschehen im Kleinformat, Konzeption und Gestaltung eines Magazins, Moiré Grafik

Market Interior

Montreux Jazz Heritage Lab, EPFL, Ecal, Alice

Market Product

Laufschuhe «On», Thilo Alex Brunner

Market Product

Leuchte «U-Turn», Michel Charlot, Belux

Kategorie Newcomer

Für Produkte und Dienstleistungen, die kurz vor der Markteinführung stehen, je 10 000 Franken.

Newcomer Fashion

«Birth» AW 13,

Sandro Marzo

Newcomer Furniture

Stuhl «Crestax», Dadadum, Jörg Boner

Kategorie Research

Für Projekte im Bereich der angewandten Designforschung, 15 000 Franken.

Research

Dolorografie, ein visuelles Kommunikationsinstrument zur Beschreibung von Schmerz, Sabine Affolter

Textile Design Award by Swiss Textiles & Zumsteg Foundation

Je 50 000 Franken.

- Für innovative Lösungen von Textilien (Stoffe): «Slow Light», Jakob Schlaepfer, Martin Leuthold und Team
- Für innovative Projekte im Textilbereich: «Ich erzähle von der Masche», Anna-Kristina Ninck

Rado Product Design Award

25 000 Franken.

Kamera «Alpa 12 FPS», Alpa Capaul + Weber

Pfister Interior Design Award

25 000 Franken.

Regal «Etage»,

Moritz Schmid,

Röthlisberger Kollektion

Bildergalerie der Gewinner und Videobericht von der Jurysitzung des Design Preis Schweiz 2013.

www.hochparterre.ch

Kommentar

Sicher gewählt, textile verfehlt

Die Jury des Design Preis Schweiz 2013 entscheidet mutig, indem sie sich über die gängige Praxis hinwegsetzt und mehr Projekte als erwartet auszeichnet. Ein Entscheid allerdings überrascht: Die 50 000 Franken des Textile Design Award gewinnt «Slow Light» - ein Modestoff mit reflektierender Eigenschaft, die wir von Sport- und Sicherheitsbekleidung kennen. In derselben Kategorie, die sich an die Textilindustrie richtet, gibt es einen wesentlich neueren Ansatz für Lichttextilien: «E-Broidery» bringt Stoffe dank kleinsten LEDs und leitfähiger Fasern zum Leuchten. Warum gewinnt das einfachere Textil? Die Jury beurteilt die besondere Art der Lasergravur, die den Stoff «Slow Light» je nach Lichtsituation und Tageszeit funkeln lässt, als technologische Neuheit. «Ein prächtiges, immer wieder überraschendes Lichtspiel, das glücklicherweise ganz ohne weitere Hilfsmittel, wie etwa Batterien, auskommt», heisst es im Kommentar. Doch: Elektronik auf Textil zu bringen, beschäftigte die Branche seit Jahren. Bisher blieben solche Stoffe immer Prototypen, sie waren unbedarf und wenig textile. Mit dem Projekt «E-Broidery» gelingt es den St. Galler Stickern von Forster Rohner erstmals, leitende Fasern flächig zu verstecken und LEDs und Elektronik beinahe unsichtbar in Textilien einzubauen. Das erste Ergebnis der «E-Broidery»-Forschung sind leuchtende Vorhänge, die auf ein neues Verfahren aufmerksam machen, das auch für weniger spektakuläre Sensoren funktioniert, und die etwa im Gesundheitssektor eingesetzt werden könnten - ein wegweisendes Projekt. «Erfindungsgabe und technische Innovation sind ein Kennzeichen der Schweizer Textilindustrie und sichern zugleich deren Existenz», schreibt die Jury. Um auch künftig erfolgreich zu agieren, muss sich die Schweizer Textilindustrie von der Konkurrenz aus dem fernen Osten abheben - exzellente Modestoffe reichen dazu nicht mehr. Lilia Glanzmann