

Das schnelle Design vom Genfersee

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **2 (1989)**

Heft 10

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119051>

Nutzungsbedingungen

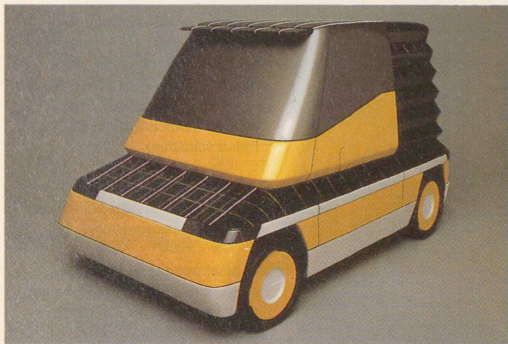
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

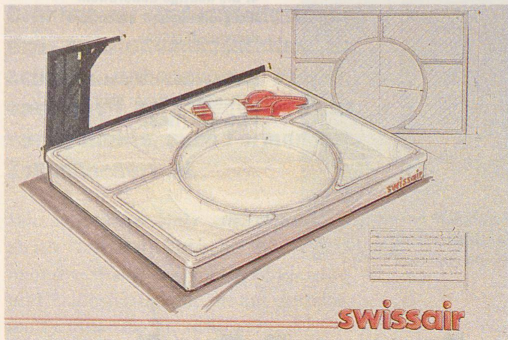
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

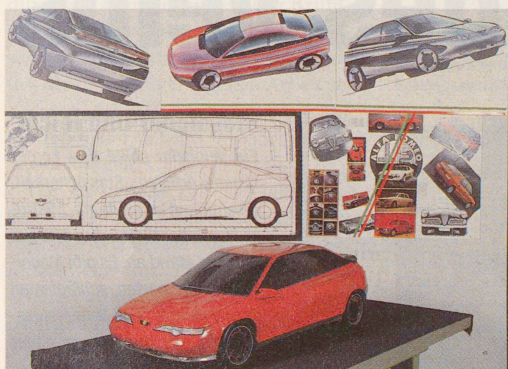
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



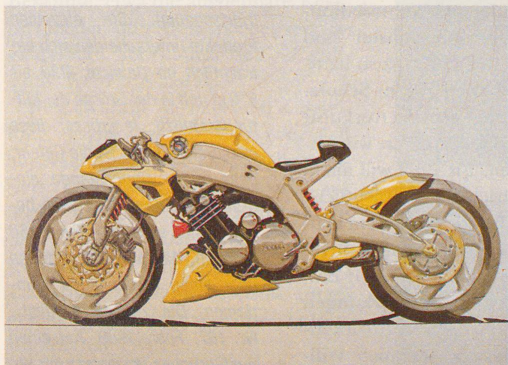
1



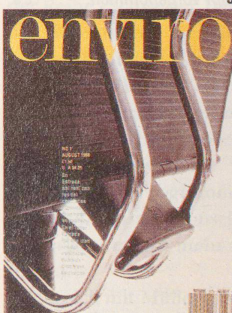
2



3



4



5



6

Das schnelle Design vom Genfersee

Zum erstenmal sind am Art-Center College of Design bei Vevey 22 Studenten diplomiert worden. Viele Studentenarbeiten sind von der Formensprache des Autos geprägt: grell und schnell. Trainiert wird vor allem formale Brillanz.

«Wir sind die, die frischen Wind ins internationale Design bringen» – so sprach Jonas Blanking, ein Absolvent des ArtCenter, an der ersten Diplomfeier. Selbstbewusst, mit dem Lächeln des jugendlichen Helden von der Zahnpastareklame, frei von jeglicher Skepsis. Für die, die von Selbstzweifeln angekränkelt sind, ist kein Platz da.

Acht Trimester dauert das Studium im Château de Sully, einem umgebauten Lustschloss in La Tour-de-Peilz. Das ArtCenter ist der europäische Ableger einer renommierten amerikanischen Gestalterschule. 320 Studenten aus über einem Dutzend Ländern belegen da Kurse in Kommunikationsdesign (das ist Werbegrafik), Produkt- und Transportdesign. Im Mittelpunkt steht der Unterricht an «realistischen Projekten», die teilweise von der Industrie gesponsert werden. Beispiele: Eine Wohnwagenfabrik bezahlt 20 000 Franken für Ideen für einen neuen Globetrotterbus, die Firma Salomon sponsert Entwürfe für Skibindungen, die Chemiefirma Du Pont möchte Vorschläge für Möbel aus Kunststoff. Die Ausbildung wird von einem «akademischen Programm» begleitet: Stresstraining, Marketing, aber auch Kunstgeschichte usw. Beschworen werden Leistungswille und Karriere.

In der Galerie im Schloss und in einer ausgebauten grossen Scheune sind anlässlich der ersten Diplomfeier Arbeiten ausgestellt worden. Es sticht geradezu ins Auge: Die Studenten vom Genfersee sind Weltmeister im

Am Genfersee wird das Zeughaus der Freizeitgesellschaft gefüllt. Die Entwürfe sind geprägt von der Formensprache des Automobils: aggressiv, aerodynamisch und grell.

1/2 Arbeiten von zwei Schweizer Absolventen: «Solar Car» von Nicolas Savioz und ein Flugzeuggeschirr von Caroline Sechehaye.

3/4 Die Studenten haben gelernt Renderings zu zeichnen. Kostproben von Henrik Fisker (Auto) und Robert Kuenzler (Töff).

5 Auch für Communication Design gilt: Aktualität kennenlernen und perfekt nachbilden. Ein Beispiel von Liliane George Nasr (Libanon).

6 Bekannte Lösungen werden in der Formensprache der schnellen Welt aufmontiert. Ein «Skischuh» von Jonas Blanking (Schweden).

Modellbau. Losgelöst von den teilweise schmalbrüstigen Entwürfen, glänzen und glitzern die Modelle. Schon die Studenten aus unteren Semestern sind überdies eingefuchst aufs Argumentieren. Aus dem Stegreif werden Zeichnung und Modell erläutert, Entschiede im Entwurf begründet. Mutig wird behauptet und Sicherheit ausgestrahlt. Man hat gelernt, sich darzustellen. Das ist eine Stärke dieser Schule. Die Themen, die die Studenten hier beschäftigen, kommen aus dem Zeughaus der Freizeitwelt. Vorab das Automobil und andere Fortbewegungsapparate, dann Sportgeräte, Elektronisches, wenig Möbel. Bei etlichen Projekten fällt auf, dass Styling, also das Entwickeln von Hülle und Kleid für ein weitgehend definiertes Produkt, eifrig geübt wird. Qualität ist, was jung, bunt, dynamisch und farbig erscheint. Die Entwürfe zeigen allerdings mit Differenzierungen. Zwischentöne bei Farben beispielsweise sind selten, der grelle Lack dominiert. Das gilt auch für Formen: Man liebt hier die Aerodynamik von der Skibindung über die Sanitärreinrichtung bis zum Segelschiff und Eierkocher. Aerodynamik wird zur Uniform, präzise ausgearbeitet im Detail. Oft ist sie Selbstzweck und nur noch Symbol für das Lob einer rasenden Welt. Nie mehr eine Minute ruhen.

Bei all der Betriebsamkeit fällt auf, wie eng der formal-ästhetische Spielraum abgesteckt wird. Die Klage der Autofreunde über die immer ähnlicher aussehenden Automobile ist laut, die Vorschläge der Studenten werden sie nicht zum Verstummen bringen. Auf die Spitze getrieben – und das formal gekonnt – wird die aggressive Form, in der man heute schon durch die Gegend blöcht.

Der Entwurf wird unmittelbar an Gewissheiten geknüpft. Ein Beispiel: Hinter dem Wort «Transportdesign» steht weniger die Frage, wie ich von einem Punkt zum andern gelangen könnte, sondern die Lösung scheint von Anfang an klar: «Auto bauen». Nicht Vorschläge, wie der Alltag von morgen besser zu bewältigen wäre, werden gestaltet, sondern die sichere und geläufige Antwort aufgrund präziser Vorgaben wird trainiert und variiert bis zur formalen Brillanz.

Das ArtCenter hat sich (mit erheblicher Hilfe der Wirtschaft) in kurzer Zeit etabliert. Der Entwurf am Computer wird als nächster Schritt ausgebaut, und es entsteht ein Weiterbildungsprogramm zum Thema Design-Management. Ausserdem wird ein Stipendienfonds geäufnet, damit die teure Ausbildung auch für arme Talente möglich wird. Ein Trimester kostet immerhin 6000 Franken Schulgeld. 6A