

# Munteres Draufbuttern : Messestand der schweizerischen Milchproduzenten

Autor(en): **Müller, Franziska**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **5 (1992)**

Heft 4

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119610>

## **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.

# Munteres Draufbuttern

Der Zentralverband schweizerischer Milchproduzenten (ZVSM) will sich ein neues Image zulegen. «Frisch» und «modern» soll der Werbeauftritt künftig sein. Regina Kempin vom Basler Innenarchitekturbüro Designo hat den Wettbewerb für den Messestand gewonnen: Hinter viel Lärm verbergen sich gestalterische Qualitäten.

Neckische Kurven, strahlendes Blau, gleissende Metalle, Lichtgeflechter, dazwischen ironische Zitate auf die Souvenirschweiz. Auf dieser Bühne stellt der ZVSM an Messen «die Leistungen der Milchwirtschaft» zur Schau und präsentiert seine «Stars»: Bratbutter, Rahm, Joghurt.

Der Stall ist weit weg, der Mist gekehrt, Hölziges und Holzbödiges sind versorgt; nah ist die Milchfabrik: eine Techno-Demo. «Sie werden ja nicht so blauäugig sein und meinen, Joghurt komme von der Alp», sagt Andreas Etter, stellvertretender Werbeleiter des ZVSM. «Im übrigen vertreten wir nicht den Bauernstand, sondern betreiben Absatzförderung für seine Produkte.»

120 Leute arbeiten beim ZVSM, davon betreiben rund 50 Marketing. Etwa einen halben Rappen pro Liter Milch erhalten die «Milchlobbyisten und Butterbarone» dafür. Dazu kommen noch die Bundeszuschüsse für Brat- und Kochbutter und kleinere Zuwendungen der Regionalverbände. Der ZVSM kann aus einem «rechten Budget» schöpfen, um ins EG-Zeitalter zu jetten.

Drei Gestaltungsbüros hat der ZVSM zum Wettbewerb für einen Ausstellungsstand eingeladen: KZ industrial design aus Lausanne haben aus Holz und Naturstein eine museale Kulisse entworfen. «Zu starr, zu distanziert», fanden die Verbandsleute. Der Grafiker Markus Brägger aus Moosseedorf nahm den Vorschlag – im Briefing unter «eventuell» aufgeführt – ernst und bezog die bestehenden Syma-Gestelle in die Gestaltung

mit ein. Damit blieb er «zu konventionell». Am besten zwischen den Zeilen gelesen hat Regina Kempin aus dem Basler Innenarchitektur-Büro Designo: «Es wurde mir sofort klar, dass dieser Wettbewerb mit dem Aufbau auf Bestehendem nicht zu gewinnen war.» Die Bauernvermarkter wollen nämlich mit Rustikalem und Folkloristischem nichts mehr zu tun haben.

## Eine Gesamtinszenierung

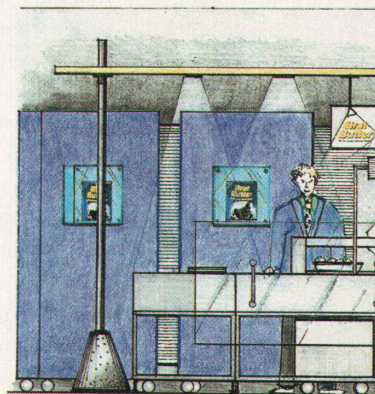
Regina Kempin hat nach der Ausbildung an der Fachhochschule Hannover bei Vitra im Ladenbau gearbeitet. Vor einem Jahr wechselte sie zum auf Geschäfts- und Restauranteinrichtung spezialisierten Büro Designo. Der ZVSM-Messestand ist ihre erste selbständige Arbeit. Neben dem Spiel mit Bildern war zuerst einmal gestalterische Knochenarbeit gefordert: ständig wechselnde Funktionen, Themen und Produkte, die wenig aufregend sind, mussten in ein einheitliches Erscheinungsbild gepercht werden. Dem Konglomerat an Anforderungen setzt die Gestalterin eine eigenständige Architektur entgegen: «Die Produkte, im steten Wechsel, bieten zu wenig. Die architektonische Sprache als übergreifendes Dach muss stark sein. Deshalb hantiere ich nicht mit Gestänge, wie normalerweise üblich, sondern definiere zuerst einen speziellen Raum.» Gebaut wird er mit gebogenen Wandelementen und geschwungenen Deckenplatten auf einem eigenen Chromstahlboden. Über die bestimmende Farbe Blau wird die Kulissenarchitektur op-



Der neue Auftritt des Zentralverbandes schweizerischer Milchproduzenten (ZVSM) will «frisch und modern» sein und nichts mehr zu tun haben mit Rustikalem und Folkloristischem.

Wie ein Wirtshauschild ragt das Milch-Logo aus dem Messestand heraus. Modisch-ironische Accessoires wie die Eutervase (2. Bild rechts) sind Teil der Inszenierung.

Zwei Entwürfe aus dem Skizzenbuch der Preistägerin Regina Kempin aus Basel. Links unten die Ansicht, rechts der Grundriss des Ausstellungsstandes





tisch gefasst. «Die konkav-konvex schwingenden Wände brauchen zwar viel Platz, dafür grenzen sie den Raum deutlich ein und das umliegende Messegetümmel ab.» Die einzelnen Elemente, die je nach Anforderungen neu zusammengestellt werden können, haben alle eine Funktion im Rahmen der Messeaktivitäten. Die Wände aus Holz sind eigentlich Rollschränke. In den festen Rahmen können vorder- oder rückseitig verschiedene Fronten eingehängt werden: geschlossene oder solche mit Ausschnitten für Vitrinen. Als verbindende und stabilisierende Elemente dienen zwischengeschaltete Metallrahmen, die mit neutralem oder beschriftetem Decoblech bespannt werden können. Damit ist auch der Ort für Produktwerbung bestimmt: Eine Vitrine pro Schrankelement, ein Produkt pro Vitrine.

Im gleichen Radius geschwungene Aluplatten bilden die Bühnendecke. Nicht als Hommage an löchrigen Käse sind sie durchbrochen, sondern um die stützenden Säulen und die Niedervoltstrahler variabel einzusetzen.

Mit dem Entwurf und der Ausarbeitung konstruktiver Details und der sauberen handwerklichen Zusammenarbeit mit der Ladenbaufirma Assmann – hebt sich das Projekt von Regina Kempin deutlich ab vom schnell hingeworfenen, billigen Wurf. Nichts scheppert oder klemmt, und nur die aufwendigsten Verbindungen waren gut genug. So sind etwa die Rahmen für die Wandelemente auf Gehrung zusammengefügt.

### Schlag auf Schlag

Regina Kempin hat bis in die Niederungen von Handtüchern und Dekorationsgegenstände geplant. Das Konzept ist als Gedankenge-

rüst klar und umfassend und zielt auf den Abbau der Komplexität hin. Trotzdem wirkt die Inszenierung nervös. Die mehrfache Modellierung des Raums überzeichnet, die verschiedenen Lichtquellen und die Reflexe auf den glänzend verarbeiteten Materialien stiften Unruhe, die Decke scheint zu unstabil zu schweben. Das Mobiliar, obwohl formal auf einen übergreifenden Nenner gebracht, gebärdet sich wild. «Ein Messestand ist kein Ort zum geruhsamen Verweilen», entgegnet Regina Kempin. «Die Besucherinnen und Besucher müssen in diesem Klima der Reizüberflutung mit viel Aufwand animiert werden, damit sie überhaupt stehenbleiben. Draufbuttern heisst für diesen Fall die Strategie der Gestalterin.

Schlag auf Schlag jagt ein Effekt den nächsten. Obendrauf noch ein paar Gags: Kuhschwanzhocker, Eutervasen, gefleckte Accessoires für das Personal, dem die Modedesignerin Lea Juutilainen aus Zürich das Outfit entwarf. Schlag auf Schlag ein Aha-Erlebnis in Sachen Kuh und Käse. Dabei, so findet Regina Kempin, darf man ruhig ironisch sein: «Ich arbeite ja nicht am Bild des Bauernstandes, sondern an der Vermarktung von Produkten. Um andere Marktsegmente zu gewinnen und breitere Schichten anzusprechen, muss ich mich an den konsumierenden Jedermännern und -frauen, an den Bünzlis, Yuppies und Punkies orientieren. Früher waren die ZVSM-Messestände leer. An der IGEHO, der Messe des Gastgebers in Basel, wurde der neue Stand zum ersten Mal aufgestellt, und es herrschte ein Gerangel – um Krawatten, Hocker und Vasen. In den Messealpen ist's auf jeden Fall glatter als auf den richtigen.

FRANZISKA MÜLLER ■

