

Schatz am Silbersee : Swarovski schmückt sich an der Baselworld mit Aluminium

Autor(en): **Glanzmann, Lilia**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **22 (2009)**

Heft 5

PDF erstellt am: **23.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-123794>

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.

SCHATZ AM SILBERSEE Swarovski lässt das Glas glitzern. Doch der Stand an der Baselworld war in poliertes Alu gepackt. Ein Designkontrast zu kristallinen Figürchen und zum bekannten Glitzerschwan.

Text: Lilia Glanzmann, Fotos: Expomobilia

Wir stehen in der «Hall of Dreams» an der Baselworld, der Weltmesse für Uhren und Schmuck. Von Weitem sichtbar eine silbern wogende und schimmernde Fläche. Neun Meter hoch und acht Meter breit. Beim Näherkommen treffen wir auf eine bewegliche Wand, die aus 16 000 achteckigen Spiegeln besteht. Gerade wirft sie Kreise, die aus einem zentralen Punkt entstehen und die von innen nach aussen immer grösser werden – als wäre ein Stein ins Wasser gefallen. Neugierig zupft eine adrett gekleidete Dame an einer der Schuppen und hinterlässt Fingerabdrücke auf der blanken Oberfläche.

MASSARBEIT FÜR DIE KRISTALL-SCHLEIFER Die auffällige Inszenierung stammt aus der Werkstatt der Expomobilia: das Unternehmen aus Effretikon bei Zürich ist auf massgeschneiderte Standbauten spezialisiert. Die Grundidee ist ein schimmernder See, der Sonnenstrahlen reflektiert – ein «Lake of Shimmer». Diesen von Swarovski vorgegebenen Entwurf zu realisieren, war ein langwieriger Prozess. «Unsere Aufgabe war es, den See mit möglichst natürlich wirkenden, aber dennoch kontrollierten Bewegungen umzusetzen», erklärt Andreas Hilbert, Business-Unit-Leiter der Expomobilia – und die Bewegungen sollen geräuschlos sein.

Dieser Naturalismus hat die Standbauer am meisten herausgefordert. Denn wie sollten sie in einem geschlossenen Raum – ohne Wind und Sonne – die natürlichen Bewegungen des Wassers, das kristallene Glitzern der Tropfen und die wandelnden Lichtspiegelungen möglichst naturgetreu nachbilden? «Wir haben viele Ideen und Konzepte ausgearbeitet und wieder verworfen und einige Prototypen gebaut, bis wir mit dem Resultat zufrieden waren», schildert Andreas Hilbert den Entwicklungsprozess.

Das Denken hat sich gelohnt. Es ist eine Wand mit den freischwingenden Spiegeln entstanden. Die einzelnen Plättchen sind aus poliertem Aluminium, jedes misst 75 Millimeter in der Breite und der Höhe. Sie sind zu Modulen zusammengefasst, die eine Spezialfirma für Elektrotechnik vorgefertigt und Expomobilia während drei Wochen in der Messehalle montiert hat.

Die spiegelnden Schuppen lassen sich berührungslos und ohne Motor bewegen. Sie sind einzeln durch elektromagnetische Impulse steuerbar. So können mit einem Computerprogramm die unterschiedlichsten Bilder erzeugt werden – auch der Effekt von kreisförmigen Wellen, die entstehen, wenn wir einen Stein ins Wasser werfen. Aktuell sind vierzig verschiedene Animationen programmiert – von unterschiedlichen Lichtstimmungen bis zum Reliefbild des Schwans, der als Logo die Marke prägt.

FUTURISTISCHE GLITZERWELTEN Die ursprüngliche Idee für den «Lake of Shimmer» stammt vom japanischen Designer Tokujin Yoshioka, der 2007 in Miami als «Designer of the Year» ausgezeichnet wurde. 2006 hatte er erstmals für Swarovski gearbeitet und deren Flagship-Store in Tokio entworfen. Die Modellboutique segelt unter dem Label «Crystal Forest» und ist Vorbild für mehr als 1150 Geschäfte der Kristallmanufaktur. «Ich wollte eine Verkaufsarchitektur schaffen, die den Besuchern das Gefühl beschert, als wären sie in einem Wald. Und zwar von dem Moment an, in dem sie den Laden betreten», erklärt der Designer.

Wer in Tokio den imposanten Eingang mit einem Stalaktitenvorhang aus verspiegelten Sechskant-Edelstahlstäben hinter sich lässt, dem wachsen, flirren und regnen Kaskaden von Glaskörpern entgegen. Dieser Laden steht

für das neue Konzept, mit dem schon bald alle wichtigen Verkaufsräume in den Modehauptstädten erneuert werden sollen. Yoshiokas glänzende Ideen gefallen dem Glaskonzern. «Er präsentierte uns ein Konzept, das perfekt zu unserer Marke und unserem Designanspruch passt», erklärt Robert Buchbauer, CEO und Mitglied der Familie Swarovski. Passend zum Shop-Interieur hat der japanische Designer ein weiterführendes Konzept entworfen. Teil davon ist die bewegte Wand, wie sie in Basel umgesetzt wurde. Das Traditionsunternehmen hatte zuerst die interne Designagentur beauftragt, aus Yoshiokas Skizzen ein Standdesign zu entwickeln. Basierend auf diesen Entwürfen hat Expomobilia dann die Wand ausgearbeitet – als findiger Konstrukteur mit dem nötigen technischen Know-how.

PRÄZISE WIE EIN UHRWERK Swarovski hatte diesen April zum ersten Mal an der Baselworld ausgestellt und dort als neues Produkt eine Uhrenkollektion gezeigt. Genauso präzise wie die Uhren solle auch deren Präsentation hinter der exakt funktionierenden, schimmernden Wand sein, erklärt Robert Buchbauer. Die von Expomobilia entwickelte Mechanik erfülle diesen Anspruch und sei so exakt wie ein Uhrwerk.

Standbauten an der Baselworld werden normalerweise mehrere Jahre verwendet. So wird wohl auch der «Lake of Shimmer» mehrmals zu sehen sein. Und vielleicht zieht das gradlinige Design Kreise, wie es der Stein tut, der ins Wasser fällt. Sicher aber gefällt die Wand den Betreuerinnen der benachbarten Messestände. Eine Hostesse benutzte Swarovskis Wand für einen Kontrollblick auf die Zähne nach dem Mittagessen: Alles glänzt! >>

SWAROVSKI UND DIE KRISE

Der Kristallkonzern streicht in der Produktion im österreichischen Wattens, dem Sitz des Unternehmens, die Zahl der Stellen zusammen: Im laufenden Jahr werden 600 Jobs abgebaut, 2010 weitere 500. Darüber wurde die Belegschaft Ende März informiert. Damit reduziert sich die Zahl der Mitarbeitenden in Wattens im kommenden Jahr auf 4500. Vor zwei Jahren waren es noch 6700.

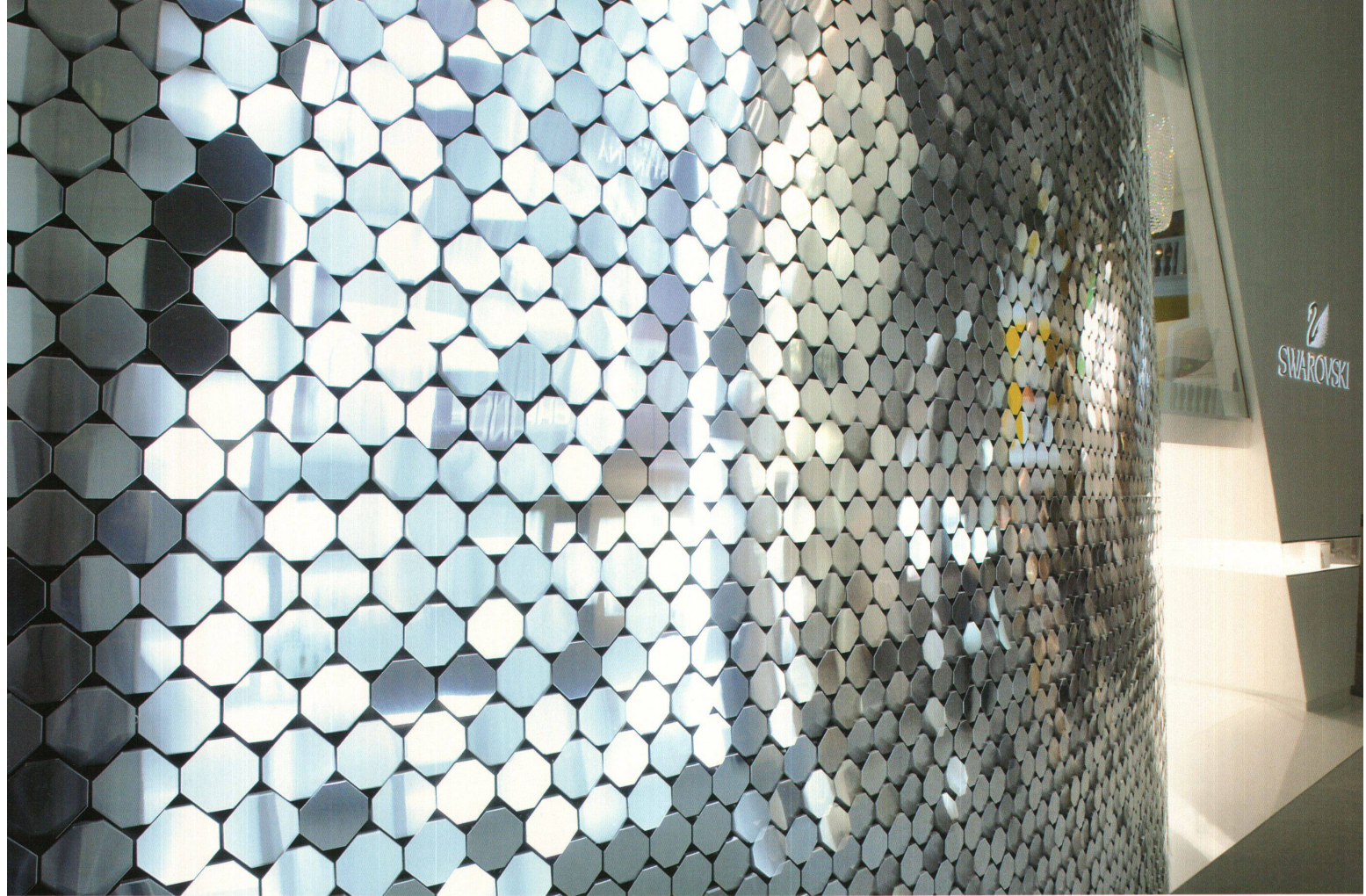
Als Grund für den Stellenabbau gibt der Konzern die rückläufige Nachfrage nach Schmucksteinen sowie die harte Konkurrenz aus China und Nordafrika an. Im kommenden Jahr soll ein Teil der Produktion nach Tschechien verlagert werden.

Laut Swarovski sei aber der Schweizer Standort Feldmeilen vom Abbau in keiner Weise betroffen. Auch der geplante Neubau in Männedorf sei nicht tangiert. Hier steht das Geschäft mit den bekannten Schmuckstücken und Kristallfigürchen im Zentrum und dieses laufe weiterhin gut. Probleme hat das Unternehmen mit der Fertigung von losen Schmuckstücken und Teilen von Beleuchtungskörpern für andere Firmen.

LINKS

Und sie bewegt sich doch: ein Video der Silberwand.

> www.hochparterre.ch/links



^Swarovskis Stand an der Baselworld. Polierte Aluplättchen schimmern und erinnern an einen See.



^Die komplette Wand besteht aus 16 000 Aluschuppen, die sich einzeln und geräuschlos bewegen lassen.



<In diesen Innenräumen finden die Beratungen der Messekunden statt.

Kommentar KITSCH-KLIPPE

Poliertes Aluminium glänzt anders als geschliffenes Glas. Die beiden Materialqualitäten widersprechen sich. Und genauso widersprüchlich war die Aussage, die der Glasschmuckhersteller Swarovski mit seinem Messeauftritt den Besucherinnen und Besuchern der Uhren- und Schmuckmesse Baselworld vermittelte. Mit seinem Stand fuhr der Kristallkonzern zweigleisig. Das liess sich am Bau ablesen: Das klare Design der bewegten Plättchen-Fassade war prominenter Blickfang. Die Idee des japanischen Designers Tokujin Yoshioka wurde aber nicht konsequent auf alle drei Stockwerke des Messestandes angewandt. So gaben bodentiefe Scheiben den Blick auf überdimensionale Schwan-Figuren aus geschliffenem Glas und auf weiss lackierte Verkaufsflächen frei. Und auch wenn die Uhrwerke genauso präzise laufen wie sich die Silberplättchen an der Standfassade heben und senken, spricht die neue Uhrenkollektion eine andere Designsprache. Die Gehäuse sind mit dekorativen «Swanflower» besetzt, die Einstellkronen mit funkelnendem Kristallcabochon. Dieser Kristall-Kitsch verträgt sich nicht mit der klaren Linie des von Tokujin Yoshioka angedachten «Lake of Shimmer», des schimmernden Sees. Ein weiteres Beispiel, das zeigt, wie unterschiedlich Swarovski auftritt, sind die Geschäftsbereiche «Contemporary Lighting», die «Lichtlösungen mit

Kristall für anspruchsvolle Architektur», und die «Architecture»-Linie, die «anspruchsvolle Gestaltung in der Architektur und im Design» bietet. Das Zusammenspiel von Licht, Raum und Kristall eröffne – so das Unternehmen – unermessliche Gestaltungsmöglichkeiten, denn Kristall sei bei Weitem nicht nur dekorativ. Oder wenn die Firma renommierte Designer wie Marcel Wanders, Piero Lissoni und Arne Quinze in die «Zona Tortona» nach Milano einlädt und sie Landschaftsräume mit Kristall, Licht und Einrichtungsgegenständen gestalten lässt. Um authentisch zu bleiben, täte Swarovski gut daran, sich für eine einheitliche Linie zu entscheiden.

Doch was wird aus dem Unternehmen, wenn es letztlich doch die Kristallfigürchen sind, die sich verkaufen und die Einnahmen garantieren? Dann bleibt wohl nichts anderes übrig, als zwischen den zwei ungleichen Designhaltungen weiterhin den Spagat zu üben. Der Auftritt bleibt dabei immer etwas schizophoren. Und es drängt sich die Frage auf, ob es sich auszahlt, aufwendige Shop-Konzepte umzusetzen. *Lilia Glanzmann*



Wärme nach Plan

arbonia

Neu. Plantherm.

Raumwärmer-Design pur.

Konsequent reduziert auf klare Rechteck-Geometrie. Einzigartig durch den charakteristischen seitlichen Einschnitt, wahlweise rechts oder links.

Darüber, scheinbar schwebend, der serienmässig angebrachte Handtuchbügel. In perfekter Harmonie mit der Blende unten, die sowohl das integrierte Ventil als auch die gesamte Anschluss Technik elegant verdeckt.

Arbonia AG
Amriswilerstrasse 50
CH-9320 Arbon
Telefon +41 (0)71 447 47 47
Telefax +41 (0)71 447 48 47
E-Mail verkauf@arbonia.ch
Web www.arbonia.ch

Ein Unternehmen der
 AFG
Arbonia-Forster-Holding AG