



Die Designerinnen und Designer mussten vor dem Produktcasting ihre Anmeldung ausfüllen. Dann gabs Kaffi und Schoggi.



Im SPHINX Schauraum, gebettet auf den kuscheligen Fellen, liess es sich ganz angenehm warten. Fotos: Karin Rechsteiner

Das Produktcasting – oder wie sehen die Designer von morgen wohl aus?

Von Regioperterin Karin Rechsteiner aus Luzern

Präsentation DesignSchenken und der young designers market haben etwas gemeinsam: Wir mögen beide überraschende Designprodukte und junge kreative Querköpfe. Bei Kaffee und Kuchen beschlossen wir, uns gemeinsam auf die Suche nach den Designern von morgen zu machen. Ziel war es, einen bunten Mix an Produkten auszuwählen, welche während der DesignSchenken im SPHINX Schauraum den Besucherinnen und Besuchern präsentiert und danach noch für weitere drei Monate im young designers market erwerbbar sein werden. Und weil es schon so manche Wettbewerbe gibt, wollten wir etwas Neues ausprobieren: Der kreative Nachwuchs sollte die Chance bekommen, seine Produkte nicht einfach nur einsenden zu können, sondern sich, die Produkte und seine Geschichte vor einer Jury präsentieren zu dürfen. Zügig verfassten wir unsere Ausschreibung, schickten diese Freunden, Bekannten, der Presse und natürlich den

Hochschulen für Gestaltung und Design. Da wir bewusst auf eine Anmeldung verzichteten, war die Vorfreude, aber natürlich auch die Aufregung gross: Wie viele würden wohl unserem Aufruf folgen? Mit Hanspeter Meyer, dem Kopf hinter dem Luzerner Möbellabel NEUSTAHL und Christian Gafner, Industrial Designer und Inhaber des eleganten Turnschuhlabels ilmia, fanden wir zwei tolle Jurymitglieder, welche Franziska Bründler (Initiantin DesignSchenken/Inhaberin Fidea Design) und Jacqueline Lauper (Geschäftsführerin young designers market) perfekt ergänzten.

Trotz Schnee viele Teilnehmende Und schon war es soweit: Der Morgen des 27. Oktober begann trüb und ausgesprochen nass. Der Regen wurde alsbald zum Schneeregen, und während wir die letzten Vorbereitungen trafen, konnten wir die ersten Schneeflocken bewundern. Doch wer verlässt bei diesem Wetter schon freiwillig die warme Stube? Zu unserer grossen Freude nahmen über

20 Designerinnen und Designer, allen meteorologischen Widrigkeiten zum Trotz, den Weg nach Luzern auf sich und präsentierten ihre Produkte der Jury! Der erste Kandidat traf sogar schon vor 14 Uhr bei uns im Schauraum ein und bald herrschte eine wunderbare Stimmung: Während die einen noch ihre Anmeldeformulare ausfüllten oder für das obligate Foto mit ihrem Produkt posierten, machten es sich andere in den Schaufenstern auf den ausgelegten Fellen bequem und versuchten, Ruhe zu bewahren.

Jury wurde zur Eile angehalten Es war nicht zu glauben: Als ich das erste Mal auf die Uhr schaute, war es kurz nach 16 Uhr, und noch immer trafen

neue Designer und Designerinnen ein. Die Jury wurde zur Eile angehalten, die Wartezeiten wurden immer länger!

Erwartungen wurden übertroffen Als kurz vor 18 Uhr der letzte Kandidat den Schauraum verliess und die Jury ihre Unterlagen zusammenpackte, liessen wir die Korken knallen: Die Premiere unseres Produktcastings hatte unsere Erwartungen mehr als übertroffen und wir freuten uns riesig, verlief alles so reibungslos. Ein grosses und herzliches Dankeschön an alle Designer und Designerinnen, welche am Casting teilgenommen haben und wir freuen uns, so viele wie möglich von Euch am DesignSchenken, das bald beginnt, wiederzusehen!

Kooperation beiUns / DesignSchenken

DesignSchenken und beiUns kooperieren in Zusammenhang mit der kommenden Ausstellung «Luzerner Designtage». Die Luzerner Designtage finden dieses Jahr vom 30. November bis 2. Dezember an verschiedenen Standorten in Luzern statt. Mehr Infos dazu finden Sie demnächst auf www.beiUns.ch.

Fidea Design: Ein Luzerner Designlabel, das haften bleibt

Von Regioportierin

Franziska Bründler aus Luzern

Unternehmertum Was, wenn man ein tolles Produkt im Laden sieht, davon 100 Stück bestellen möchte und erfährt, dass das Produkt nicht mehr produziert wird? Man kann ein neues suchen. Oder man kann die Lizenz übernehmen und das Produkt am Leben erhalten. Was würden Sie tun?

Ich war damals 26, Studentin, hatte einen tollen Nebenjob in einer kleinen Werbeagentur und erhielt von einer Arbeitskollegin einen «MonoLux» geschenkt, einen magnetischen Kerzenhalter. Ein cooles Teil, schlicht eine super Idee. Mein Chef und ich waren uns einig: Wir verschicken den MonoLux an alle Kunden der Agentur, die «haften» geblieben sind und ans Licht unserer Arbeit glauben. Allerdings war das Produkt suboptimal eingepackt und es gab keinen Tropfschutz für die Kerze. Und sowieso, das Produkt war gar nicht mehr erhältlich, wie mir Bettina Springer am Telefon sagte. Sie und ihre Familie hatten die Idee für den MonoLux gehabt. Und weil sie leidenschaftliche Tüftler und Freaks sind, hatten sie einfach mal eine Serie produzieren lassen und an einige Läden verkauft. Doch als Agrarökonomin war die Designwelt nichts für Bettina Springer, und mit einem Produkt alleine lässt sich nicht wirklich etwas verdienen.

Produkt ein Familienprojekt

Also wurde das Familienprojekt MonoLux gestoppt, just zu dem Zeitpunkt, als ich anrief. In derselben Nacht, es war 2.23 Uhr morgens, schrieb ich der Familie Springer eine Mail (die Mail ist auf unserer Webseite ersichtlich: www.fideadesign.com/de/fidea-design/geschic...). Was danach geschah, klingt wie ein Märchen: Die Familie gab mir tatsächlich alle benötigten Informationen und Daten zu ihrem magnetischen Kerzenhalter und wir

unterschrieben innerhalb von zwei Wochen einen Lizenzvertrag. Vier Wochen später hatte ich dank der Hilfe von meinem Papa, meiner Grossmutter und meiner Tante eine GmbH gegründet und weitere vier Wochen später war der MonoLux wieder in Produktion bei der Stiftung Züriwerk.

Wir haben die Verpackung überarbeitet und optimiert (so dass man ihn für 1.30 CHF als Couvert versenden kann). Und genau auf das Weihnachtsgeschäft hin war der Kerzenhalter verkaufsbereit und wurde von den Läden, welche den MonoLux bereits im Sortiment hatten, mit viel Lob weiter eingeführt. Bald kamen neue Geschäfte dazu und schon bald war klar: Fidea Design braucht weitere Produkte. Und vor allem auch mehr Händler.

Der Grundstein war also gelegt. Die erste Ornaris (Einkäufer-Messe) als Ausstellerin war besucht, mit dem Züriwerk waren neue Produkte entwickelt worden und irgendwann war dann auch das Studium beendet. Doch statt voll auf Fidea zu setzen, glaubte ich, dass ich noch Berufserfahrung sammeln müsste und nicht direkt selbstständig werden könnte. Mir fehlte damals das Gründerwissen, das Wissen über Finanzierung, Investoren, Cash Plan etc., und so beglückte ich mein Ego und trug mit 28 den Titel «Head of Marketing» bei einer jungen Schweizer Uhrenfirma.

Drei Jahre lang Doppelbelastung

Rückblickend war es gut, habe ich diesen Weg gemacht, doch hat mich meine Berufstätigkeit auch gebremst und ich würde jungen Leuten davon abraten: Wie oft kam ich um 20 Uhr abends nach Hause und habe noch bis 24 Uhr für Fidea gearbeitet? Wie viele Wochenenden habe ich durchgearbeitet, ohne Pausen oder Ferien? Ich habe dies drei Jahre lang durchgezogen und es war weniger gut – sowohl für den Körper, als

auch für das Privatleben.

Doch kurz vor meinem 30. Geburtstag kam der Tag, an dem ich voll auf Fidea Design setzte. Es fühlte sich an, als ob ich es geschafft hätte.

Nun, es war ein erster Schritt. Finanziell gesehen wäre ich wohl besser Marketingchefin geblieben, aber endlich hatte ich zu Bürozeiten Zeit, Kunden zu betreuen, mit meinen externen Designern neue Produkte zu entwickeln und mich DesignSchenken, «meiner» kleinen Designmesse in Luzern, zu widmen.

30 Produkte und 350 Händler

Heute, nach viereinhalb Jahren, hat die Fidea Design-Kollektion rund 30 Produkte im Sortiment und beliefert über 350 Händler. Wer hätte das damals gedacht? Aber auf mein Bauchgefühl war Verlass. Es gab viele kritische Stimmen, welche meinen Willen und meine Hartnäckigkeit für ein solch kleines Produkt nicht verstehen konnten.

Rückblickend bin ich aber vor allem jenen Menschen dankbar, die bedingungslos Fidea, und im Speziellen mich als Person unterstützt haben. Da war dieser Zuger Unternehmer, den ich an der Hochzeit eines Freundes kennenlernte und ihm einen «alten» MonoLux zeigte. Er hat noch am selben Abend 200 «neue» Mo-

noLux bestellt und mir seinen finanziellen Support angeboten. Drei Monate später hatte ich ein zinsloses Darlehen und konnte grössere Mengen produzieren.

Behinderte stellen MonoLux her

Da war Alberto Venzago, einer jener Starfotografen, die nur für grosse Kunden und bekannte Menschen arbeiten. Er war völlig begeistert von meiner Geschichte, und nach einem Besuch bei der Stiftung Züriwerk versprach er mir spontan, dass er einen Tag lang die Behinderten beim Produzieren des MonoLux fotografieren werde. Entstanden sind wunderbare Bilder. Oder da ist meine Mama, welche an jeder Messe mit dabei ist und neben ihrem 100%-Job mit so viel Liebe und Begeisterung die Produkte verkauft, dass man ihr ab und zu sagen muss, dass sie doch nicht allen erzählen soll, dass ihre Tochter Miss Fidea sei.

Nachdem ich eigentlich geglaubt hatte, Zürich sei «the (design)place to be», habe ich mein Büro seit drei Monaten nun wieder in Luzern, eingeietet im B16 an der Bundesstrasse 16, dem Abbruchhaus, in welchem SPHINX zusammen mit namhaften Partnern eine Musterwohnung reinbaut. Das B16 ist ein kreativer Ort, der viel Spielraum lässt.



Jeder Traum beginnt im Kleinen.

Foto: zvg