

«Wir wollen zeigen, was wir Schweizer können»

Winterthur ist eine Designstadt. Das wird spätestens jetzt deutlich. In nur sechs Tagen öffnet die erste Winterthurer Designmesse im Casinotheater ihre Tore. Die Idee für diese Messe hatte Christina Müller an einem «etwas schrägen» Festival.

Frau Müller, wann kam Ihnen die Idee, in Winterthur eine Designmesse zu organisieren?

Christina Müller: An einem «etwas schrägen» Festival in der Reithalle. Ich war fasziniert von der wunderbaren Stimmung und wollte diese in eine Messe, in etwas, was ich selber mache, transferieren.

Gibt es denn nicht schon genug Messen in diesem Bereich?

Jein. Im Raum Winterthur und der Ostschweiz gibt es noch keine Designmesse. Will man Eigenprodukte einer Öffentlichkeit präsentieren, dann muss man an die «Ornaris», an die «Blickfang» in Zürich oder an die «In & Out» in Schönenwerd. Zwar tut es einem Produkt gut, wenn man es einer breiten Masse präsentiert. Und mit der Teilnahme an der «Ornaris» ist ja immer auch die Hoffnung verbunden, dass man von einem Händler entdeckt wird. Während man an der «Blickfang» ein direktes Feedback erhält, wie das Produkt beim Endkunden ankommt. (Die «Ornaris» ist eine Messe für das Fachpublikum, die «Blickfang» und die «In & Out» sind Verkaufsausstellungen fürs Publikum, Anm. der Redaktion.)

Warum wählten Sie Winterthur als Veranstaltungsort?
Winterthur ist eine Designstadt mit enormem Potenzial. Wir haben bekannte und etablierte Designläden und Architekturbüros. Zudem ist die Stadt ein Knotenpunkt, wir haben viele Designschaffende und Designinteressierte, die hier wohnen und anderswo arbeiten. Wenn man in einem Kaffee sitzt und sich umschaut, merkt man, die Winterthurerinnen und Winterthurer sind modern und urban. Man muss nicht nach Zürich gehen, um Urbanität zu erleben. Und: Winterthur ist in meinem Empfinden sehr grün. Es ist eine Velo- und eine Gartenstadt. Hier lebt man das Grünsein.

Heisst das, Sie möchten grünes Design unter die Leute bringen?

Nein, nein. Den Ausdruck grün haben wir uns in Zusammenhang mit der «Designgut» schon an den ersten Sitzungen verboten. Auch Begriffe wie ökochic oder Ähnliches haben wir aus unserem Wortschatz gestrichen. Wir

wollen unter anderem die Zielgruppe der Lohas ansprechen. (Loha steht für «Lifestyle of Health and Sustainability» bzw. einen Lebensstil für Genuss, Gesundheit und Nachhaltigkeit, Anm. der Redaktion.) Die Schweiz hat eine grosse Designszene, und trotzdem haben wir immer das Gefühl, die anderen jenseits der Grenze seien besser. Wir haben einige Winterthurer, die in Düsseldorf ausstellen und Schweizer Designer, die weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt sind. Die erste Freitagtasche zum Beispiel ist schon lange Teil der Sammlung des Museums of Modern Art in New York. Wir Schweizer sind so bescheiden, man darf durchaus einmal zeigen, was wir können.

Wie gross war das Interesse von Seiten der Designerinnen und Designer, an dieser Messe teilzunehmen?

So gross, dass wir inzwischen eine Warteliste führen. Wir können jedoch nicht noch so kurz vor dem Messestart neue Aussteller aufnehmen. Als wir mit der Organisation begonnen hatten, war es allerdings nicht ganz einfach. Wir mussten gleichzeitig Sponsoren suchen und den Ausstellern unser Konzept schmackhaft machen. Doch heute ist die Messe mit 36 Ausstellern ausgebucht.

Welche Kriterien mussten die Aussteller für eine Aufnahme an die «Designgut» erfüllen?

Wir zeigen nur Produkte von Schweizer Designern, die zumindest in einem Teilbereich in der Schweiz tätig sind. Der Begriff der Nachhaltigkeit ist schwierig zu fassen, deshalb setzen wir auf Produkterklärung. Die Designer machten Angaben über Materialherkunft, Produktionsstandort, Produktionsweise und über allgemeine Kriterien ihrer Kollektionen. Anhand von Icons an jedem Stand zeigen wir auf, welche Kriterien die Produkte erfüllen. Diese Deklaration macht unsere Messe einzigartig.

Sie sind selber Designerin und vertreiben unter dem Label stromline eine eigene Accessoires-Linie. Können Sie von Ihrer Arbeit als Designerin leben?

Nein, nicht wirklich. Wenn man davon leben will, muss man ein gutes



Christina Müller. Bild: Marc Dahinden

Heisst das, Ihr Label gibt es nicht mehr?

Auf jeden Fall nicht mehr so wie bisher. Schöne Materialien gibt es zwar immer noch und die Ideen fliegen mir auch noch zu. Im Moment lege ich jedoch die Materialien und die Ideen in einer Schachtel ab. Vielleicht kommt wieder einmal eine Zeit, in der ich sie hervorholen kann.

Was würden Sie jungen Designerinnen und Designern auf den Weg geben, die von ihrer Arbeit leben möchten? Zu rechnen.

Also nicht nur zu gestalten, sondern auch zu rechnen?

Ja, und ein Designer sollte sich Gedanken über seine Zielgruppe machen und darüber, wie er sie erreichen will. Auch das hatte ich nie getan. Zu Beginn hatten mir zwar Freundinnen meine Taschen abgekauft, irgendwann aber hatten sie genug Modelle.

Eine letzte Frage: Gibt es Highlights, die man an der «Designgut» nicht verpassen darf?

Die Newcomerplattform gehört sicher dazu und ich freue mich darüber, dass bekannte Designer unter den Ausstellern sind. Jetzt, so kurz vor Messebeginn, kribbelt mich die Vorfreude enorm.

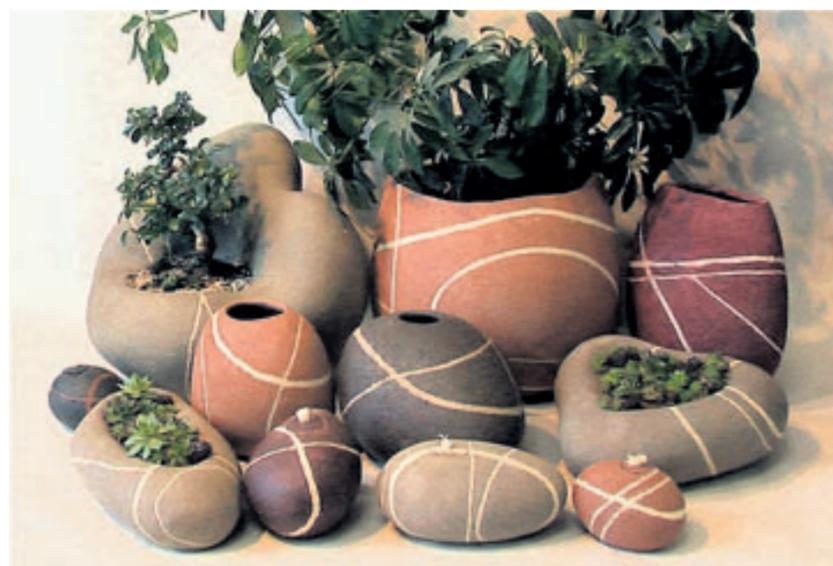
INTERVIEW: SUSANNE SCHMID LOPARDO

Marketingkonzept erstellen. Das hatte ich nie. Um mit einem Produkt Geld zu verdienen, müsste man als Erstes festlegen, wie viel es am Ende kosten soll. Und dann müsste man zurückrechnen, wie viel das Material und die Arbeit kosten dürfen. Ich hätte also vielleicht das Fell aus China beziehen und die Taschen in Osteuropa fertigen lassen müssen. Und da mir das nicht liegt – ich verwendete nur Schweizer Materialien und produzierte Kleinstserien in der Schweiz –, waren meine Taschen teuer. Verdient hatte ich damit trotzdem nichts.



Der Sessel Adagio von Tossa, der bekannten Möbelwerkstatt in Steg. Bild: Tossa

Dank des starken Magnets hält dieser Kerzenständer überall, sei es an einem Metallpfiler, am Treppengeländer oder am Kühlschrank.
Bild: Monolux/Kaufkaffee



Ob Keramik oder Mode: «Die Designgut» repräsentiert die Vielfalt des Schweizer Designs. Bilder: Natalia Zwissler Keramik/Ida Gut



NÜTZLICHE TIPPS UND INFORMATIONEN

Die «Designgut» dauert drei Tage und wird zum ersten Mal durchgeführt. Verkauft werden Objekte, aus den Bereichen Mode, Accessoires, Möbel, Licht und Schmuck, die in der Schweiz entworfen und hergestellt bzw. nachhaltig produziert wurden.

Die Messe will jungen Schweizer Designerinnen und Designern eine Plattform bieten, damit sie in direkten Kontakt mit dem Publikum treten können. So gibt es etwa eine Newcomerplattform, an der Designer auftreten, die ihre Produkte zum ersten Mal einer grossen Öffentlichkeit präsentieren. Unter den 36 Ausstellern sind jedoch auch grosse Namen zu finden, wie Ida Gut, die international bekannte Modedesignerin aus Zürich, Tossa, die bekannte Möbelwerkstatt in Steg, oder das

erfolgreiche Taschenlabel Griesbach, von Katka und Zuzka Griesbach, aus Winterthur.

Initiantin der Designmesse ist Christina Müller, Designerin und Kostümbildnerin aus Winterthur. Für das Messekonzert verantwortlich zeichnen: Susi Born, Jennifer Lüscher, Milena Tanner, Katrin Ambühl und Christina Müller. (ssc)

Die Messe findet statt

vom Freitag, 1. Oktober, bis Sonntag, 3. Oktober. Veranstaltungsort: Casinotheater Winterthur. Öffnungszeiten: Freitag 14 bis 22 Uhr, Samstag 10 bis 22 Uhr, Sonntag 10 bis 17 Uhr. Eintritt: Fr. 12.–, Kinder und Jugendliche bis 16 Jahre gratis. Vorverkauf: www.ticket.winterthur.ch. Mehr Informationen unter:

www.designgut.ch