

DAS INNERE FEUER BRENNT

Sein eigener Chef sein, selbstständig Erfolg haben: Davon träumen viele Absolventen von Designerschulen. Vier junge Schweizer Designbüros kämpfen seit zehn Jahren darum, diesen Traum wahr zu machen.

VON ILKA STENDER

DAS PRODUKT IST ALLTÄGLICH, UND es liegt nicht gerade auf der Hand, dass jemand über Jahre hinweg mit beharrlichem Interesse daran arbeitet, um es ständig noch besser und noch schöner zu machen: ein Holzofen.

Vor 14 Jahren entwickelte André Riemens in seiner Diplomarbeit an der Zürcher Schule für Gestaltung seinen ersten Zentralheizungs-ofen für Wohnräume, ein Entwurf, der unter drei Aspekten neuartig war: Zum einen bestand er aus mehreren Einzelteilen. Das machte ihn leicht auf- und abbaubar und

ermöglichte es, ihn beim Wohnungswechsel sogar zu zügeln. Zum anderen konnte der Benutzer einzelne Verschleisssteile im Feuer-raum selber und somit kostengünstig austauschen. Aus ökologischer Sicht erfreulich war sein hoher Gesamtwirkungsgrad. Er entstand unter anderem durch die Speichermasse im Ofen, die dafür sorgte, dass die Wärme über einen langen Zeitraum gleichmässig abgegeben wurde und nicht wie bei gewöhnlichen Öfen unmittelbar und nur für die Dauer des Brennvorgangs.

Vom erfolgversprechenden Modell bis zum erfolgreichen Serienprodukt war es

dennoch ein langer Weg, denn, so erklärt Riemens, «damals war Holz ein echtes Low-tech-Material, man wusste zwar, dass es brennt, aber nicht, wie. Heute, nach all der Forschung die wir investiert haben, ist Holz ein Hightech-Material.»

Geforscht hat der Holzenergiespezialist Basso Salerno im Ökozentrum Langenbruck, das auf die Diplomarbeit des Designers aufmerksam wurde. Gemeinsam mit Salerno und seiner Büropartnerin, der Industriedesignerin Gabriela Vetsch, erprobte und verbesserte André Riemens den Entwurf. Nach drei Jahren war der Prototyp entwickelt und



Der Ofen im Mittelpunkt der Designarbeit: Gabriela Vetsch und André Riemens



FREDERIC MEYER

Gaan mit ihrem neuen Ofen T.One.

damit die erste Etappe zum erfolgreichen Serienprodukt geschafft. «Es gab in den drei Jahren natürlich Momente, wo ich das Handtuch schmeissen wollte. Wenn ein Test beispielsweise nicht das erhoffte Ergebnis brachte und wir zweifeln mussten, ob das, was wir anstrebten, überhaupt möglich war. Dann muss man einfach Pausen einlegen,

den Druck von den Beteiligten nehmen. So kommt die Lust wieder am Projekt, man sieht, was man schon geschafft hat, und das motiviert.»

DIE DREI JAHRE FORSCHUNGS- UND Entwicklungsarbeit kosteten Geld, nämlich 220 000 Franken. Das ist viel Geld, wenn sowohl Projekt als auch Designer keinen bekannten Namen haben. «Das Vertrauen in das Projekt zu gewinnen war nicht leicht. Letztlich denke ich, dass der persönliche Kontakt dafür entscheidend war, dass wir vermitteln konnten, woran wir glauben», meint Riemens. Das Ökozentrum Langenbruck und das Bundesamt für Energie liessen sich schliesslich von den Entwicklern überzeugen. Für das Bundesamt war es die erste Produktentwicklung, die es finanziert hat.

Ihr erster Ofenentwurf ist dennoch nie in Serie gegangen, weil sich kein Produzent fand. Kleinen Produktionsstätten fehlte das Geld, bei den grossen scheiterte es an Zeitmangel. «Im Nachhinein müssen wir sagen, dass es der falsche Weg war, erst das Produkt zu entwickeln und dann nach einem Produzenten zu suchen», gibt Riemens zu bedenken. Heute entwickelt Gaan, wie André Riemens und Gabriela Vetsch ihr Büro nennen, seine Entwürfe gemeinsam mit dem Produzenten und lässt diese dann auf Lizenzbasis produzieren. Zwei Öfen sind mittlerweile auf dem Markt erfolgreich: Topolino und T.One, ein dritter, der T.Loft, wird gerade eingeführt. Die Öfen kosten von 5400 beziehungsweise 7500 Franken für die Basismodelle an aufwärts und verkaufen sich mit mehreren Hundert Stück pro Jahr gut für ein Nischenprodukt. Genauere Angaben will der Hersteller, das Tonwerk Lausen, nicht machen – wegen Konkurrenz natürlich.

«Trotz des Erfolges», sagt André Riemens, «werden wir immer noch nervös, wenn das Geschäft mal etwas ruhiger wird. Eigentlich müssten wir nach 14 Jahren wissen, das es läuft, aber die Unsicherheit bleibt.» Was ihnen auch bleibt, sind Überstunden. «Inzwischen sind wir zwar besser organisiert, und die Wochenarbeitszeit ist tendenziell etwas zurückgegangen, aber manche Projektphasen verlangen trotzdem eine 70-Stunden-Woche. Diese Phasen sind stressig, aber spannend.

Wenn man drinsteckt, wünscht man, dass sie vorbei sind, und wenn sie vorbei sind, sehnt man sich wieder danach.»

Mit einer Studienarbeit, einem Schuhrack, startete auch Hans Peter Weidmann vor 15 Jahren sein Unternehmen. Was heute in vielen Farben und Materialien in unseren Wohnungen steht, war damals eine Neuheit: ein Möbel, das, schmal genug für den kleinsten Flur, die Schuhe geordnet aus dem Blickfeld entfernt. Elegant brachte Weidmann die Schuhberge in den Eingangsbereichen Schweizer Wohnungen zum Verschwinden.

Die Schuhkippe, wie er seinen Schrank wegen der Kippmechanik nannte, verkaufte sich schnell, allein in den ersten beiden Jahren gingen mehr als 2000 Stück weg, bis heute sind es total über 20 000. «Der Erfolg war so überwältigend, dass ich mit der Produktion nicht mehr nachkam», erzählt Weidmann, «glücklicherweise fand ich schnell eine Firma, die den Schrank in grösseren Stückzahlen produzieren und vertreiben wollte. Im Eigenvertrieb hätte ich sicherlich nicht diese hohen Verkaufszahlen erreicht.» Die italienische Firma Atelier produzierte fortan das Stück in Lizenz. Ermuntert durch den Erfolg, erweiterte Weidmann den Ordnungshelfer um Garderobenelemente. Für die in Lizenz produzierten Produkte erhält Weidmann den marktüblichen Gewinnanteil von fünf Prozent, was ungefähr zwei Prozent des Verkaufspreises entspricht.

MIT DEM ERFOLG DER SCHUHKIPPE kamen Anfragen von Unternehmen nach Entwürfen Weidmanns, und aus den Kontakten entstanden immer wieder neue Projekte, unter anderem für Cassina und Wogg. «Davon ist natürlich nicht alles realisiert worden», muss Weidmann eingestehen, «Die Firmen fragen bei mehreren Designern an, alle erhalten das gleiche Briefing, aber schliesslich wird nur ein Entwurf tatsächlich produziert.» Seine Stuhlentwürfe für die finnische Firma Artek konnten sich durchsetzen, im Basler Zoo schaffen seine Wegweiser Orientierung, und bei der Firma Bigla in Italien sorgt sein Regalsystem für Ordnung. Manchmal zahlen Auftraggeber Entwurfsgebühr, meistens ist das die unentgeltliche Vorleistung des Designers.

«Trotz des Erfolgs werden wir immer noch nervös, wenn das Geschäft mal etwas ruhiger wird.» **André Riemens, Gaan Design**