



Oben: Formschön und preiswert – Stuhl «Juppa», 249 Fr., bei Atelier Pfister.
Detailansicht: Die Rückenlehne wird zwischen die Sitzfläche und die Hinterbeine geklemmt.

Erst als PR-Gag verschrien, hat sich Atelier Pfister in wenigen Jahren zu einer ernstzunehmenden Möbelkollektion entwickelt. Der neue Stuhl des Designers Jörg Boner ist ein eindrücklicher Beweis dafür

Erwachsen geworden

Mehr als nur ein Raunen ging durch die Branche, als sich der grösste Schweizer Möbelhändler vor fünf Jahren entschied, eine eigene Kollektion herauszubringen. Der Plan von Pfister, sich als Produzent zu profilieren, provozierte einen regelrechten Aufstand und harsche Kritik vonseiten etablierter Möbelhersteller. Es ging sogar so weit, dass den Designern - darunter einigen der profiliertesten des Landes -, die sich dafür einspannen liessen, gedroht wurde, man würde nicht mehr mit ihnen zusammenarbeiten. Die heftige Reaktion nährte sich einerseits aus der Angst, in einem bereits sehr umkämpften Markt nun mit einem Konkurrenten auskommen zu müssen, der über ein ungleich grösseres Budget verfügte, andererseits aber auch daraus, wie dieser die Bühne betrat: laut, farbig, modisch, zuweilen etwas vollmundig, möglicherweise ein bisschen blauäugig, bestimmt aber mit einer Armada an kreativen Köpfen, die etwas bewirken konnten. Dazu zählten neben dem Studio Ackermann, das bis heute für den visuellen Auftritt von Atelier Pfister verantwortlich ist, vor allem der international renommierte Designer Alfredo Häberli, der die Kollektion seither kuratiert, und eine ganze Reihe vielversprechender Gestalter wie das Atelier Oi, Frédéric Dedelley, Adrian

dem Studio Ackermann, das bis heute für den visuellen Auftritt von Atelier Pfister verantwortlich ist, vor allem der international renommierte Designer Alfredo Häberli, der die Kollektion seither kuratiert, und eine ganze Reihe vielversprechender Gestalter wie das Atelier Oi, Frédéric Dedelley, Adrian

Rovero, Nicolas Le Moigne oder Moritz Schmid. Dennoch gab es neben zahlreichen Nörglern ebenso viele Zweifler, die dem Projekt einen raschen Absturz prophezeiten oder Pfister unterstellten, die hübsche Idee, Schweizer Designern eine breite Plattform zu bieten und damit das lokale Designschaffen zu fördern, als reines Marketing-Tool zu missbrauchen, um dem Mutterhaus einen neuen Anstrich zu verpassen.

Neugier grösser als Skepsis

Derlei Bedenken hegten selbst einige der involvierten Designer - nicht nur deshalb, weil der Name des Auftraggebers bis dahin nicht gerade für originelle und aufsehenerregende Gestaltung gestanden hatte, sondern auch, weil man im Ausland schon einige Beispiele von Möbelmarken gesehen hatte, die sich mit grossem Getöse angekündigt hatten, dann aber sehr schnell wieder verschwunden waren. «Ich war anfangs ziemlich skeptisch», sagt Jörg Boner, «einerseits habe ich mir Gedanken darüber gemacht, inwiefern ich nur als Briefträger für sie agieren würde oder ob ich für mich selbst etwas dabei herausholen konnte.» Schliesslich hatte sich der Designer mit eigenem Studio in Zürich und Lehrauftrag an der renommierten Design- und Kunsthochschule Ecole cantonale d'art de Lausanne bereits einen Namen im In- und Ausland gemacht. Andererseits kam er sich ein bisschen vor wie in einer Traumfabrik, wo man nicht in erster Linie über einen Stuhl oder ein Bett, sondern über

das Schlafen, das Ausruhen und den kontemplativen Rückzug nachdachte, was ihm ziemlich realitätsfern erschien. Am Ende überwog bei Boner jedoch die Neugier. Er war gespannt, was bei einem Projekt, das so ambitioniert und voller Elan, so «unschweizerisch gross-spurig, aber dennoch charmant» auftrat, herauskommen sollte.

In seinem Fall waren dies erst einmal ein Bett und eine Leuchten-Familie, wobei nicht alles sofort zum Erfolg wurde. «Anfangs geht man mit viel Schwung an die Sache heran und denkt, man habe etwas ganz Tolles entworfen, doch wenn von den Verkäufern dann das Feedback kommt, man habe zwar etwas Schönes gemacht, aber es verkaufe sich nicht, holt einen die Realität schnell wieder ein», sagt Boner. Schuld daran sind nicht einfach nur die Launen des Marktes, ebenso können eine falsche Vermarktung, eine ungenügende Schulung des Verkaufspersonals im Umgang mit einem spezifischen Produkt oder ein für die Kundschaft inakzeptabler Preis Gründe für einen Misserfolg sein.

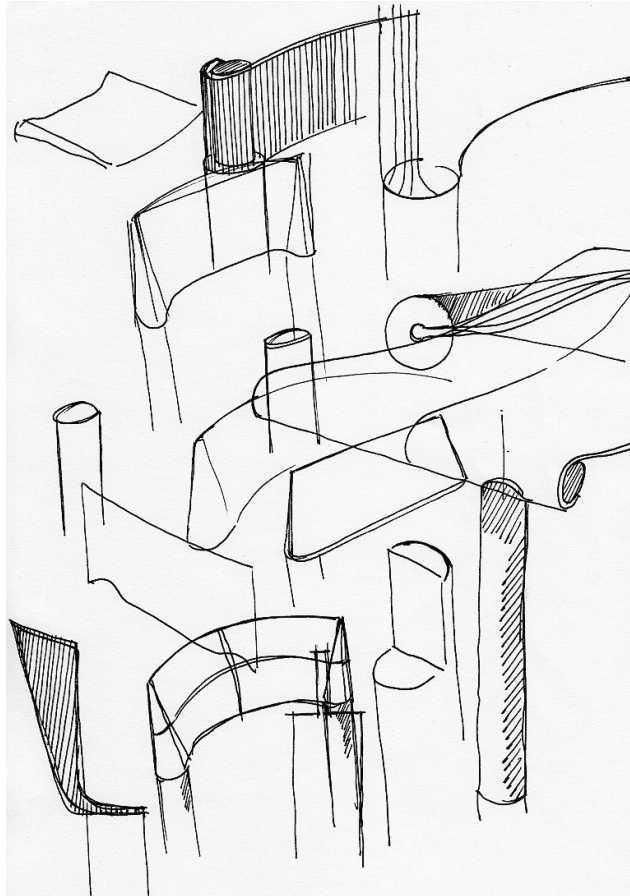
Eine Frage des Preises

Umso wichtiger war es Boner, bei seiner jüngsten Zusammenarbeit mit Atelier Pfister genau dort anzusetzen. So zeigte der Designer beim ersten Produkt-Meeting für seinen neusten Stuhl ein paar Beispiele von bekannten, formschönen und dennoch preiswerten Sitzmöbeln und einigte sich mit seinen Auftraggebern darauf, dass bei der Entwicklung seines eigenen Ent- ▶



Jörg Boner

Der Produktdesigner Jörg Boner (*1968) führt seit 2001 ein Büro in Zürich. Zusammen mit seinem kleinen Team hat er inzwischen zahlreiche Stühle, Leuchten, Sofas und kleinere Objekte für Hersteller wie Cor, Ewo, Moormann, Schätti, Wittmann und Wogg realisiert. 2011 wurde er mit dem Grand Prix Design vom Bundesamt für Kultur ausgezeichnet. (das.)
● www.joergboner.ch



Ganz links: Modell des Stuhls «Juppa» aus Graukarton. **Links:** Anhand erster Skizzen sind einige Grundideen des Entwurfs erkennbar. **Unten:** Das erste Konzept des zukünftigen Stuhls sah runde Beine und eine Quer-Verbindung vor – nach einem Besuch beim Produzenten in Dänemark wurden einige Änderungen vorgenommen.

◀ wufts ein bestimmter Preisrahmen nicht überschritten werden sollte – sehr zum Erstaunen des Managements, das nicht gewagt hätte, einen Designer als Erstes mit einem festgelegten Preis zu konfrontieren. Boner störte dies jedoch keineswegs. «Ich fand es extrem wichtig und interessant, ein Produkt zu entwickeln, das in eine bestimmte ökonomische Realität hineinpassen muss.» Gleichzeitig sollte man im Zusammenhang mit seinem Stuhl jedoch nicht nur über den Preis sprechen. Vielmehr war ein Produkt gefragt, welches trotz finanziellen Einschränkungen eine hohe gestalterische Qualität aufwies.

Im Duett mit dem Hersteller

Ein solches Ziel kann nur erreicht werden, wenn man von Anfang an sehr eng mit den Herstellern und Handwerkern zusammenarbeitet, auch wenn sich dies nachhaltig auf den Entwurfsprozess auswirkt. «Man kann heute nicht mehr einfach etwas zeichnen und damit in die Fabrik gehen», sagt Boner. Sonst würden Arbeitsschritte ausgeführt, die gar nicht der üblichen Produktionsweise des Herstellers entsprechen und somit Mehrkosten verursachen, oder es würden Ressourcen nicht genutzt, die diesen wiederum auszeichneten. Boner ist deshalb mit einer noch sehr abstrakten Idee davon, wie sein Stuhl

dereinst aussehen sollte, nach Dänemark gereist und hat diese gemeinsam mit dem Produzenten weiterentwickelt. Anhand von Boners ersten Skizzen und Modellen konnte viel definiert, aber auch angepasst werden – beispielsweise wurde von Verbindungen abgeraten, die zu kostspielig ausfallen würden, oder darauf hingewiesen, dass bei einer Verkürzung der Rückenlehne um drei Zentimeter erhebliche Werkzeugkosten eingespart werden könnten. Ausserdem werden die Massivholzbeine nun in eine Zarge geführt, die wiederum direkt zusammen mit der Sperrholzsitzfläche gepresst und geformt wird, was den Arbeitsprozess verkürzt. Da der dänische Produzent auf Sperrholz spezialisiert ist und komplexere Massivholzteile nicht selbst produzieren kann, hat man sich darauf geeinigt, die Beine formal einfach zu halten. «Damit es jedoch nicht langweilig wird, haben

“ Gefragt war ein Produkt, das trotz finanziellen Einschränkungen eine hohe gestalterische Qualität aufwies. ”

wir damit gespielt, wie die Beine zu stehen kommen könnten», sagt Boner. Nun gibt der Winkel, in dem sich die Hinterbeine an die Sitzfläche schmiegen, die Ausrichtung der Rückenlehne vor, die zwischen die Sitzfläche und die Hinterbeine geklemmt wird – aber nicht auf Kosten des Sitzkomforts, da die Lehne dadurch den Rücken gut umfasst.

Mehr als nur ein billiger Stuhl

Überhaupt ist das Resultat des Entwurfs- und Entwicklungsprozesses alles andere als ein schlechter Kompromiss, sondern ein Stuhl, der formal ebenso überzeugt wie in Bezug auf sein Preis-Leistungs-Verhältnis. Er wirkt grazil und dennoch robust, weist einige interessante Details auf, ohne sich allzu sehr in den Vordergrund zu stellen. Zudem ist der «Juppa», wie der Stuhl heisst, ein Beweis dafür, wie schnell man bei Atelier Pfister, dessen Mutterhaus Einkäufer und nicht Produzent ist, gelernt hat, dass «gut produzieren» mehr ist, als «einfach irgendwo Bestandteile zu bestellen», betont Boner. Dadurch sei die Möbelkollektion erwachsen geworden.

Dies haben mittlerweile auch ihre grössten Kritiker erkannt. Die Aufregung hat sich weitgehend gelegt, auch weil vonseiten des Ateliers Pfister kein Preis-Dumping betrieben wurde und einige Stücke aus der Kollektion ein Level erreicht

haben, das sie selbst für die Sammlung des Museums für Gestaltung interessant macht oder ihnen renommierte Designpreise eingebracht hat. Vor allem aber hat die hiesige Möbelbranche eingesehen, dass Atelier Pfister ihnen mit ihrer etwas unorthodoxen Art und Weise auch von Nutzen sein kann – indem nämlich ein Kundensegment mit Schweizer Design vertraut gemacht wird, das vorher einen grossen Bogen um alles gemacht hat, was nach mehr als einem schieren Gebrauchsgegenstand aussah. «Sie bieten den Designern eine grosse Bühne, versuchen stets, die Leute zu erreichen, sind sehr kommunikativ und manchmal laut, aber niemals elitär», sagt Boner. Der Vorwurf der Marketing-Maschine ist dabei nicht ganz von der Hand zu weisen. Doch weshalb sollte man, wenn man an etwas glaubt, nicht auch darüber sprechen?

David Streiff Corti





Oben: Beistelltisch «Gibliz» von Moritz Schmid und Teppich «Ennenda» von Christoph Hefti.
Oben rechts: Leuchten-Familie «Lavin» von Jörg Boner.



5 Jahre Atelier Pfister

Bis 2010 stand der Name Pfister primär für ein grosses Einrichtungshaus, das seine Produkte weltweit einkaufte, jedoch keine eigenen Möbel produzierte. Dies änderte sich mit der Lancierung der Kollektion Atelier Pfister. Unter der künstlerischen Leitung des Designers Alfredo Häberli arbeitete man mit teilweise bereits arri- vierten, aber auch mit vielen jungen, aufstrebenden Designern aus der ganzen Schweiz zusammen und liess deren Entwürfe grösstenteils in der Schweiz produzieren. Waren es anfangs eher Stühle, Tische, Kleider- ständer oder Leuchten, kamen nach und nach auch Textilien und kleinere Wohnaccessoires dazu. Ziel war es, einerseits ein neues Kundensegment

anzusprechen und zu gewinnen, gleichzeitig aber auch Schweizer Designern eine Plattform zu bieten, um ihre Produkte auf den Markt zu bringen und sie mit einem entsprechen- den visuellen Auftritt einem grossen Publikum zu präsentieren. Mittlerweile umfasst die Kollektion rund achtzig Produkte von zwanzig Gestaltern und Designbüros – u. a. Atelier Oï, Jörg Boner, Claudia Cavie- zel, Frédéric Dedelley, Nicolas Le Moigne, Moritz Schmid sowie die Künstler François Berthoud und Olaf Breuning. Die neusten Entwürfe, darunter der Stuhl «Juppa» von Jörg Boner, sind ab Mitte August in den Filialen von Pfister erhältlich. (das.) ● www.atelierpfister.ch

ANZEIGE

Damit Spektakuläres eine Bühne findet: Wir unterstützen das Zürcher Theater Spektakel.



Zürcher Theater Spektakel

6. bis 23. August 2015

Mehr unter www.zkb.ch/sponsoring

Wir engagieren uns auch dieses Jahr als Hauptpartnerin des Zürcher Theater Spektakels. Und Sie als Kunde fahren kostenlos mit dem Theater-Spektakel-Schiff.

Die nahe Bank



Zürcher Kantonalbank