

CADEAUX Leipzig - Fachmesse für Geschenk- und Wohnideen
COMFORTEX - Fachmesse für Raumgestaltung
MIDORA Leipzig - Uhren- & Schmucktage

9. bis 11. September 2006

Für Fachbesucher

Design als Erfolgsfaktor

Neues Designpodium "vorschau" brachte Nachwuchsdesigner mit Fachpublikum und Ausstellern ins Gespräch

Künstliche Feuerscheite aus Elektronenstrahlröhren, Acrylrohr und Gummikappen sorgen für heimeliges, aber ungefährliches Lagerfeuer zu Hause. Mit seinem Scheinfeuer "Lichterlohe" will der junge Weimarer Diplomdesigner Stephan von Tresckow die Urform des Feuers in die heutigen Wohnzimmer holen. Das Thüringer Duo "Lieschen Mueller" dagegen erinnert an klassische Tischsitten: Auf ihre Tischwäsche "Man ist wie man isst" haben die jungen Diplomdesignerinnen Ricarda Porzelt und Wibke Kreft Vorschriften für ordentliche Tischmanieren und die korrekte Lage eines großen Gedecks aufgedruckt. Die teils witzigen, teils kühnen Entwürfe der Exposition "vorschau - Junges Design aus Mitteldeutschland", vom 9. bis 11. September 2006 auf der Leipziger Messe präsentiert, sorgten für großes Aufsehen und so manchen neugierigen Blick bei Fachbesuchern und Ausstellern.

Parallel zu den drei Konsumgüter-Fachmessen CADEAUX Leipzig, COMFORTEX und MIDORA feierte das Designpodium "vorschau" seine erfolgreiche Premiere als Kontaktbörse für junge Designer, Industrie und Handel. Für viele der 18 jungen Designerinnen und Designer war es der erste Auftritt auf einer Messe. "Wir sind sehr zufrieden", fasst Organisator Matthias Behne von behnelux gestaltung Halle das Ergebnis der ersten Designerschau zusammen. "Die Leipziger Messe hat sich sehr engagiert und schon im Vorfeld Kontakte zu Ausstellern geknüpft. Das hat sich bezahlt gemacht."

Offene Atmosphäre

"Wir sind auf viel Offenheit und Neugier gestoßen. Einige Gespräche führen vielleicht zu Aufträgen", berichten Tobias Finauer, Stephan Jacobs und Sebastian Hundertmark von der "ikarus crew", einem Netzwerk junger Designer aus Berlin und Dresden. Zahlreiche Neugierige ließen sich zum Kaffee auf den modern-funktionalen Holz-Metall-Gartenmöbeln "Schlotterblick" nieder, testeten die Bequemlichkeit der Stühle und diskutierten mit den jungen Designern.

Auch wenn Marion Seidel aus Berlin ihre Schokoladen-Experimentierbox "Ganz mein Geschmack" vorführte, blieben viele Besucher neugierig stehen. Mit selbst entworfenem Equipment wie dem "TasteBall" lassen sich Schokoladenkugeln durch ein manuelles Schleudergussverfahren spielerisch produzieren. Die Schokobox soll zur Herstellung eigener Schokoladen-Gewürz-Kreationen und zu Experimenten bei Geschmack und Form animieren. "Ich habe hier auf der Leipziger Messe eine gute Gelegenheit gefunden, mit Herstellern in Kontakt zu kommen", freut sich die Diplomdesignerin. "Ich hoffe, dass sich daraus eine Zusammenarbeit ergibt, um mein Produkt auf den Markt zu bringen."

Auch die junge Diplomdesignerin Theresa Flierl aus Berlin war von ihrem ersten Messeauftritt sehr angetan. Sie präsentierte Entwürfe für textile Sonnenschutzflächen, Bespannungen für Sonnen- und Handschirme. "Ich möchte mich selbstständig machen und wünsche mir Kontakte zu Herstellern, die mein Projekt 'Lichtpause' realisieren", sagt die Meisterschülerin.

Expertentipps für junge Gründer

Ob Urheber- und Markenrecht oder Marketing: Begleitend zur Ausstellung debattierten Designer, Firmeninhaber und ein Patentanwalt mit dem Designernachwuchs über Erstkontakte zum Kunden, marktgerechte Präsentation und juristische Feinheiten. "Die Globalisierung auf dem Spielzeugmarkt ist in vollem Gange. Ohne Design könnten wir im internationalen Wettbewerb nicht bestehen. 50 Prozent unseres wirtschaftlichen Erfolges verdanken wir dem Design", betonte Dr. Helmut Schache, Geschäftsführer der traditionsreichen Kösemer Spielzeug Manufaktur (Bad Kösen), in seinem Vortrag "Design als fester Bestandteil der Firmenphilosophie und Wettbewerbsvorteil". "Acht Prozent unseres Umsatzes investieren wir in unsere Designabteilung. Die Designerin sitzt in der Geschäftsleitung."

Andreas Papenfuss vom Weimarer Atelier für Gestaltung Papenfuss wollte dem Designernachwuchs in seinem Diskussionsbeitrag vor allem einen ganzheitlichen Blick auf die Probleme der Kunden nahe bringen. "Unsere gestalterische Aufgabe besteht darin, menschliche Prozesse zu optimieren, sie anschaulich und nachvollziehbar, transparent und einfach zu machen", erklärte der Designer. Es gehe nicht um Schnellschüsse, sondern um Analysen. "Wenn man heute gutes Design machen will, muss man sich mit den Firmen über längere Zeit 'verheiraten' ", gab Andreas Papenfuss den jungen Designerinnen und Designern im Publikum mit auf den Weg. Gerade für Existenzgründer und Designernachwuchs waren aber auch die rechtlichen Fragen zu Urheberrechten, zur Anmeldung von Marken, Patenten und Geschmacksmustern wichtig, die Patentanwalt Wolf-Rüdiger Voigt aus Halle/Saale auf dem Podium beantwortete.

Dass Kreativität Mut braucht und sich vor allem Designerinnen besser vernetzen und bei der Vermarktung unterstützen müssen, betonte Sybs Bauer, Vorsitzende des internationalen Netzwerks designerinnen forum e. V. Hamburg, in ihrem Beitrag "Design-Netzwerke - Über endliche Grenzen und unendliche Möglichkeiten". "Wir selbst sind Produkt, wir selbst müssen uns verkaufen. Corporate Design ist nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für uns selbst wichtig", unterstrich die Diplomdesignerin.

Designer müssten auch viel stärker lernen, zu verkaufen, postulierte die abschließende Diskussionsrunde über Design-Selbstverständnis und Design als Wirtschaftsfaktor. "Designer sind Dienstleister. Wir sind dem gewachsenen Status unserer Kunden verpflichtet", sagte Andreas Papenfuss. Und Sybs Bauer ergänzte: "Wir müssen eine Sprache finden, die die Unternehmen verstehen."

Resümee von Organisator Matthias Behne: "Das Anliegen des Designpodiums 'vorschau', Interesse bei den Herstellern zu wecken und eine offene Gesprächsatmosphäre über Ideen und Visionen zu schaffen, ist aufgegangen. Das gibt uns die Zuversicht, die 'vorschau' in den kommenden Jahren zu einem echten Netzwerk zu entwickeln, das Marktpartnerschaften anbahnt und Berührungspunkte zwischen Design und Industrie abbaut."

Preise von Jury und Publikum

Ein Höhepunkt der Veranstaltung war die Preisverleihung am Sonntagnachmittag (10. September). Mit dem ersten Preis der vierköpfigen Fachjury wurde Marion Seidel aus Berlin für ihre Schoko-Experimentierbox ausgezeichnet, die die Juroren als "Laborkasten für die Sinne" würdigten. Den zweiten Preis erhielt Anke Neumann aus Jena für ihr Lichtobjekt "SkeletaLight" aus Lichtleitfasern und Papier, das Tradition und Hightech ästhetisch verbindet. "Eine gelungene Kombination von Papier und Licht", so die Jury. Zur Publikumspreisträgerin wählten Aussteller und Fachbesucher Karoline Siegmunds Raumspiele für Kinder "eins-zwei-drei-vier-Ecken". Die Diplomingenieurin für Innenarchitektur aus Halle/Saale interpretiert die klassische Puppenstube für Kinder neu - aus zusammensetzbaren Raumelementen, mit selbst entworfenen Tapeten.

Für das nächste Jahr kündigte die Leipziger Messe eine Neuauflage der Exposition "vorschau - Junges Design aus Mitteldeutschland" an, wiederum parallel zu den Konsumgütermessen vom 8. bis 10. September 2007.

Ansprechpartner für die Presse:

Ingrid Bednarsky
Telefon: +49 (0)341 / 678 81 85
Telefax: +49 (0)341 / 678 81 82
E-Mail: i.bednarsky@leipziger-messe.de

Im Internet:

CADEAUX Leipzig: <http://www.cadeaux-leipzig.de>
COMFORTEX: <http://www.comfortex.de>
MIDORA Leipzig: <http://www.midora.de>
Leipziger Messe: <http://www.leipziger-messe.de>

Leipzig, 14. September 2006