

«Ich bin kein Design-Star»

ALFREDO HÄBERLI **Der Zürcher Industriedesigner macht mit seinen Produkten das Unsichtbare sichtbar, hält nichts von Trends und wehrt sich gegen elitäres Design.**

SILVIA SCHAUB

Herr Häberli, wie ist es, mit 44 im Museum zu landen?

Alfredo Häberli: Ich spüre den Ort hier nicht als Museum, denn ich habe in diesem Haus meine Ausbildung gemacht, vor 20 Jahren die erste Ausstellung gestaltet und inzwischen rund zwei Dutzend weitere gemacht. Ich empfinde es als grosse Ehre und bin sehr berührt und stolz.

Wie ist es für Sie zu sehen, was Sie alles geleistet haben?

Häberli: Man hat Zeit für eine Reflektion, sieht zum Beispiel alle Sessel nebeneinander, die schon einige Jahre alt sind. Schön, wenn man sagen kann: Sie sind immer noch gut. Wir Designer reflektieren im Alltag nicht so viel, wir schauen vorwärts statt zurück.

Und zu welcher Erkenntnis sind Sie durch die Ausstellung gekommen?

Häberli: Ich habe immer behauptet, ich hätte keine Handschrift. Ich merke jetzt aber, dass es doch einen roten Faden gibt: Das Unsichtbare sichtbar zu machen.

Sie zeigen Schmuck ebenso wie Stoffkollektionen und Möbel. Ist die Mode der nächste Schritt?

Häberli: Ich beschäftige mich sehr mit Mode und ich bin fasziniert von gewissen Modedesignern, die zweimal im Jahr eine Kollektion herausbringen. Ich hätte wohl nicht diese Kraft. Auch bei uns Designern wird immer mehr auf Trends gesetzt. Das geht mir auf den Wecker. Wie das Neo-Barocke oder das Florale, das gerade aktuell ist. Wenn ich einen Kinderstoff mache und ein Thema suche, dann finde ich es in der Tierwelt oder bei einem chinesischen Spiel wie Tangram. Das ist etwas anderes, als

wenn ich fast launenhaft ein barockes Bein wieder aufnehmen und es anders anmalen würde.

Sie wollen Trendunabhängiges schaffen?

Häberli: Ja, Eigenständigkeit, wo man spürt, dass es von heute ist. Ich gebe zum Teil ganz bewusst Gegensteuer. Wenn alle grosse Sofas machen, dann mache ich das sicher nicht, auch weil die meisten Wohnzimmer keinen Platz dafür haben. Bei meiner Konzeptküche für Schiffini habe ich bewusst den Chromstahl weggelassen. Die Küchen, die ich heute in der Werbung sehe, sind für zwei Angestellte, in denen nie gekocht wird. Für mich ist die Küche wie eine Werkbank aus Holz, wo es nach Essen riecht und das Gesellige wichtig ist. Darüber will ich sprechen.

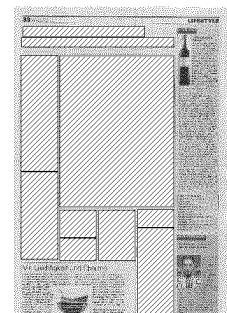
Was ist bei einem Projekt zuerst: Eine Idee, eine Inspiration oder ein Produkt, das Sie verbessern wollen? Oder schlicht der Auftrag?

Häberli: Das Motivierendste ist schon das Telefon einer Firma, die man schätzt und die den Projektauftrag gibt. Entwickelt wird zusammen mit dem Auftraggeber. Viele Firmen wissen gar nicht, was sie wollen. Sie wollen einfach in erster Linie mit mir zusammenarbeiten.

Weil Sie Alfredo Häberli sind.

Häberli: Nein, es ist nicht der Name. Ich bin kein Stardesigner, werde es auch nie sein. Sie kommen, weil sie ein Produkt von mir gut finden. Ich habe offensichtlich eine hohe Wertschätzung, weil meine zurückhaltenden Produkte für sich sprechen.

Ist das nicht ein unglaublicher Druck, stets Top-Produkte liefern zu müssen?



Häberli: Ja, der Druck ist enorm. Wenn etwas nicht hergestellt oder nicht verkauft wird, dann trifft mich das sehr. Denn ich gebe ja mein Bestes. Wieso funktioniert es nicht? Ich überlege aber nicht, was sich gut verkaufen liesse. Ich mache Produkte für mich oder meine Freunde. Ein Glas für Marco zum Beispiel, weil er ein Weinkenner und somit der härteste Kritiker ist. Oder für Renato Stauffacher von Alias. Es motiviert mich, wenn er sagt: Dieses Produkt ist gut und schön.

Bekanntes neu zu erfinden, ist nicht so einfach. Stossen Sie da auch an persönliche Grenzen?

Häberli: Die gibt es schon. Aber diese Grenzen werden von den Auftraggebern nicht erwartet. Manchmal muss man auch etwas stoppen können. Eigentlich kann man sich das fast nicht erlauben. Es braucht Mut. Ich habe das zwei-, dreimal gemacht. Aber es hat fast noch mehr Respekt ausgelöst als das Gegenteil.

Wie gehen Sie mit gescheiterten Projekten um?

Häberli: Das ist ein Riesenfrust, weil man viel investiert hat. Wie zum Beispiel für den Vitra-Stuhl, den wir in der Ausstellung zeigen, der aber nie hergestellt wurde. Er hat uns von der Gestaltung her einfach nicht restlos überzeugt. Auch die Seifenkiste für Volvo ist

gescheitert, weil wir viermal teurer geworden wären. 2000 Euro ist zu viel, dann wäre es elitär oder eine «limited edition» und das wollten wir nicht.

Apropos elitär und «limited editions». Heute bezahlt man für eine Lounge-Liege von Marc Newson 2,5 Millionen Franken. Was halten Sie davon?

Häberli: Ich bin extrem verwirrt im Moment. Es hat 17 Jahre gebraucht, bis ich verstanden habe, was Industriedesign ist und wie es funktioniert. Und jetzt kommt das. Ich finde es schön für Newson oder Ross Lovegrove. Sie probieren neue Techniken mit Marmor oder Kohlefasern aus. Diese Materialien sind für das Industriedesign zu teuer. Ich persönlich bin einfach gerne Industriedesigner, weil ich Dinge machen möchte, die alle kaufen können. Wenn Iittala 25 000 meiner Gläser am Tag produziert, macht mich das stolz.

Wird Design immer elitärer?

Häberli: Wenn man die Designmesse anschaut: ja. Aber der Möbelsalon in Mailand hat ein anderes Ziel. Für mich ist dies auch ein Zeichen, dass wir Designer in den letzten Jahren offensichtlich auch viele unschöne Sachen gemacht haben. Muss ein Stuhl Patina haben, damit er berührt. Kann das nicht auch ein neuer Stuhl? Ich glaube, er kann es.



DER BEOBACHTER Alfredo Häberli, Designer aus Leidenschaft und mit Erfolg. SUSI BOIDMEN

Argus Ref 31741447

Mit Leichtigkeit und Charme

Die Weingläser *Essence* für *Iittala*, der Stuhl *Segesta* für *Alias* oder die Leuchte *Sky* für *Luceplan* – vom Prototyp und von Arbeitsproben über verschiedene Ausführungen bis zum Endprodukt stehen die Objekte von **Alfredo Häberli** aufgereiht im Regal des Schaualers. Daneben werden in drei Holzchalets Exponate des Museums aus der Schweizer Designgeschichte gezeigt, die der Zürcher Industriedesigner als einflussreich für sein Werk betrachtet. Einen oft überraschenden Blickwinkel bilden die abstrakten Häuser, die wie Theaterkulissen funktionieren. Die Ausstellung im Museum für Gestaltung ist nicht einfach eine Werkschau, die den Designer inszeniert. Häberli lässt das Publikum ebenso an der Entstehung teilhaben wie auch an dem gedanklichen Hintergrund seiner Arbeiten, die er während der letzten 17 Jahre für Firmen wie *Alias*, *Kvadrat* oder *Ruckstuhl* realisiert hat. Die Ausstellung zeigt eindrücklich auf, mit welcher Präzision, aber auch Leichtigkeit und Charme sie

entstanden sind, beleuchtet aber ebenso auch gescheiterte Projekte. Damit bringt Häberli dem Publikum das Thema Design in seiner Komplexität auf eine unprätentiöse und menschliche Art näher. (sc)

Alfredo Häberli Design Development
– Surround Things. Museum für Gestaltung Zürich, bis 21. 9.

