

News : Vermischtes

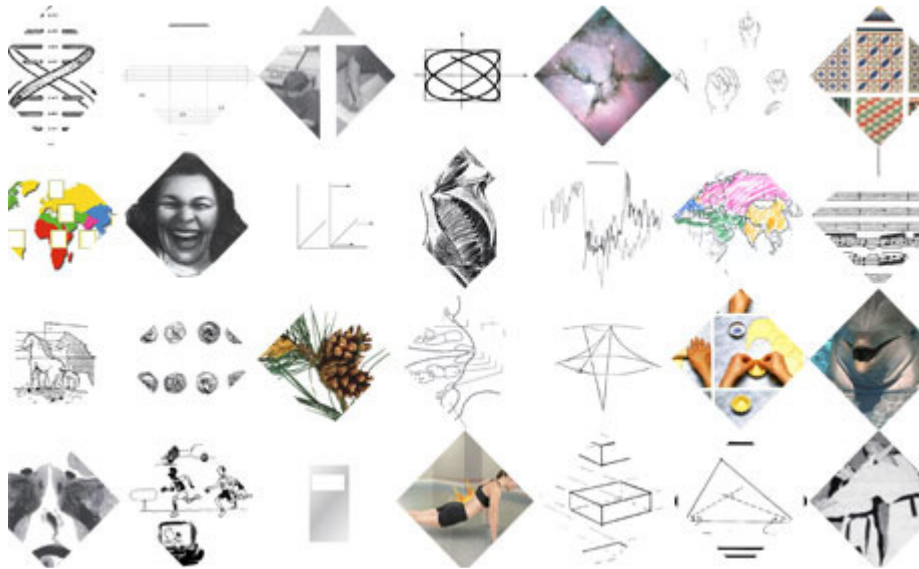
14.01.2010 15:48 Uhr

[« Zurück zur Übersicht:](#)

AUSSTELLUNG ZUM WETTBEWERB „CORPORATE IDENTITY AUF'S TAPET GEBRACHT“

Wandkleider für das orange M

Das Huhn aus der Migros-Werbung wandert auch über eine Tapete, und zwar in leuchtendem Orange. Die ironische Referenz an den TV-Spot ist nur einer der Beiträge des internationalen Wettbewerbs „Corporate Identity auf's Tapet gebracht“, den das Tapetenforum letztes Jahr ausgeschrieben hat und an der Swissbau in einer Ausstellung zeigt.



1/6

zvg

Das Siegerprojekt "Lebo" vereint Bilder aus Lehrbüchern zu einem bunten Muster.

In der Aufgabe, die mit dem dreistufigen Wettbewerb gestellt worden war, ging es darum, eine Tapetenkollektion für die Migros-Klubschulen zu entwickeln; oder vielmehr ein Wandkleid zur Corporate Identity zu entwerfen. Daneben sollten die Tapeten laut Urs Esposito vom Tapetenforum eine Atmosphäre schaffen, welche die Orientierung ermöglichen, die Vorfreude auf einen spannenden Unterricht wecken und in den Schulzimmern eine inspirierende Schulsituation schaffen. - Dem Sieger winkte die Umsetzung seines Projektes. Daneben ist geplant, mit einer Auswahl aus der zweiten Runde Migroseinkaufstaschen zu bedrucken.

Am Ende des Wettbewerbs musste sich die Jury schliesslich zwischen vier Projekten entscheiden. In diese letzte Runde schaffte es das Projekt „Charles Sheeler“ des Zürcher Architekten Raúl Gomez. Er spielte unter anderem mit Pfeilen und Buchstaben. In einem seiner Entwürfe wandelt leuchtet das legendäre „M“ nicht in Orange sondern in blau und grün auf braunem Grund, auf den ersten Blick gemahnt es an ein Muster, auf den zweiten Blick erkennt wird erst bewusst, dass es sich nicht um Ornamente sondern um Buchstaben handelt. „Dieses Muster wurde vom Migros-M abgeleitet“, schreibt dazu Raúl Gomez. Das versteckte „V“ im M werde für die Signaethik verwendet. Als Lift-Symbol oder ganz einfach als Pfeil.

Aufreissen und -picken

„No Ga Xeh“ heisst das Projekt Adi Eicher des Zürcher Büros für Lichtplanung, Leuchtendesign und Innenarchitektur Sektor4 GmbH. Er kreierte eine interaktive Wandbekleidung: Dank Perforierungen und wegen des Umstandes, dass zwei Papiere übereinander geklebt werden, lassen Streifen und Kreise herausreissen. „Die Perforationstapeten sind schlicht weiss. Mit dem Aufreissen werden die Corporate-Identity-Farben zur Wegleitung“, heisst es in der Dokumentation zum Projekts.

Ebenfalls unter die Finalisten kam der Beitrag „Pick Up“ der Grafikerin Sabine Wipfli mit dem orangen Huhn. Der Jury habe der „frische und freche Ansatz mit dem Wissenskörner pickenden Huhn“ gefallen, schreibt das Tapetenforum in seiner Medienmitteilung zum Wettbewerb.

Lehrbücher für die Wand

Ein Körnchen Wissen lässt sich in übertragenem Sinn auch in Büchern aufpicken. Davon geht der Visuelle Gestalter Jacques Borel in seinem Beitrag „Lebo“ aus, der zum Siegerprojekt gekürt wurde und nun umgesetzt werden soll. Dazu inspirieren liess er sich von Lehrbüchern für Erwachsene und Kinder. Für die Tapeten, die Korridore und Pausenräume schmücken soll, entfernte er die Textelemente und benutzte die Bilder, die er zu einer Art verspielten Collage zusammenfügte. Allerdings sieht Borel in seinem Konzepte vor, nicht alle Wände mit der Tapete zu verkleiden sondern nur bestimmte Bereiche, und diesen dann in klaren Farben gehaltene Wände gegenüber zu stellen. In den Klassenzimmern solle die Atmosphäre zurückhaltender sein, schreibt Borel über sein Projekt. Dementsprechend verwendete hierfür nicht keine Bilder als Gestaltungselemente sondern die korrespondierenden Texte, die erbenfalls zu einem Muster zusammen setzte. - Die eingesendeten Arbeiten zeigen, Corporate Identity ist mehr als ein Logo und Farben, und die "Uniformen" für die Wände kommen alles andere als uniform daher. (mai)

Die Arbeiten werden im Tapetenforum in der Halle 2, links des Eingangs, gezeigt.

Linktipp: www.tapetenforum.ch
