

Samstag, 16. April 2022

Die schöne Fassade bröckelt

Vor der 13. Ausgabe der Blickfang-Designmesse in Basel häufen sich kritische Stimmen. Der Gründer nimmt Stellung.

Rahel Empl

Die Blickfang-Messe gilt als grösste Shoppingplattform für unabhängig produziertes Design im deutschsprachigen Raum. Bald findet sie wieder in Basel statt: Vom 6. bis 8. Mai geht die dreizehnte Ausgabe über die Bühne – mit so vielen Ausstellenden wie noch nie und deshalb nicht wie gehabt in der Halle 3, sondern in der grösseren Event Halle der Messe Basel. Mehr als 140 Labels treten an; in den vergangenen Jahren waren 120 üblich. Erwartet werden wieder deutlich über 10 000 Besucherinnen und Besucher.

Im Vorfeld wird kräftig die Werbetrommel gerührt. «Support small labels» sei nie schöner gewesen, «wir feiern und fördern gutes Design», so der Tenor des Teams rund um Gründer und Geschäftsführer Dieter Hofmann. Es werden aber auch diverse Labels zu finden sein, die von Beginn an dabei sind. Etwa das Basler Brillengeschäft Ramstein Optik. Geschäftsführer Andreas Bichweiler sagt, dass er vom Konzept der «Blickfang» nach wie vor überzeugt sei: «Solche Messen haben auch im digitalen Zeitalter ihre Berechtigung. Design muss spürbar sein, das geht online nicht.»

Dieses Konzept der «Blickfang», die vor 29 Jahren in Stuttgart gegründet wurde und mittlerweile an sechs Standorten in Deutschland, der Schweiz und Österreich stattfindet, ist bestechend gut. Aufstrebende Designer und Labels aus dem In- und Ausland erhalten eine populäre Plattform für ihre Produkte und Dienstleistungen; Besucher wiederum die Gelegenheit, sich mit den Macherinnen und Machern auszutauschen – sie lernen das Gesicht hinter der Marke kennen.

Ohne Angabe von Gründen abgelehnt

So perfekt dies auch klingt – an der Fassade des Gutmenschen-Shoppings bröckelt es. Die bz hat sich mit mehreren ehemaligen, aber auch treuen Ausstellenden unterhalten – und dabei nicht nur Schönes erfahren. Da ist zum Beispiel die Taschendesignerin und -herstellerin Brigitte Hürzeler, die in Basel an der Schneidergasse mit Erfolg ein Geschäft führt und im solothurnischen Schönenwerd im alten Bally-Werk produziert. Sie stellt seit Jahren nicht mehr an der «Blickfang» aus. Dies indes eher



Grosse Player wie der Buchhändler im Bild können sich die Standmiete ohne Probleme leisten (Archivbild 2019).

Bild: Kenneth Nars

«Als Kleinunternehmen müssen wir wirtschaftlich arbeiten.»



Dieter Hofmann
Gründer der «Blickfang»

unfreiwillig, wie sie erzählt. Sie sei Anfang der Nullerjahre an zwei Ausgaben der Messe in Zürich dabei gewesen und habe gute Erfahrungen gemacht.

Entsprechend wollte Hürzeler ein drittes Mal teilnehmen – ihre Bewerbung wurde aber ohne Angabe von Gründen abgelehnt. Auf Nachfrage erklärte man ihr, sie müsse aussetzen, weil andere junge Marken ebenso einen Platz verdient hätten. «Dieses Argument hat durchaus seine Legitimation», sagt Hürzeler, «doch nachdem ich vier weitere Male abgelehnt wurde,

war ich ein wenig perplex, da ich alle Anforderungen der Jury erfüllt hatte.» So sei es auch anderen Designern, die sie kenne, ergangen.

Zu den Aufnahmekriterien dieser jährlich neu formierten unabhängigen Jury gehören: Designqualität, Innovationskraft, Nachhaltigkeit, Formschönheit, Schnittführung und Weiterentwicklung des Labels, wie auf der Website zu lesen ist. «Zudem legen wir Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis von Möbeln, Mode, Modeaccessoires und Schmuck», hält Dieter Hofmann im schriftlichen Interview mit dieser Zeitung fest. Zusätzlich bemühe man sich um eine Mischung aus Designern aus der Stadt, der Region, dem Land und dem europäischen Ausland. Tatsächlich erfolge die Absage ohne Nennung eines Grundes. «Wir werden dies für die Herbstsaison mit unserer Jury besprechen, wie wir das anders handhaben können», verspricht Hofmann.

Für andere Labels sind die Anforderungen das kleinste Problem. Eine Jungdesignerin, die nicht namentlich genannt werden möchte, betont, dass sie eigentlich gerne an der «Blickfang» teilnehmen würde. «Der Mietpreis für einen Stand mit einigermaßen ansprechender Grösse ist hoch. Ich kann mir das als Newcomerin schlicht nicht leisten.» Sie habe von Kolleginnen und Kollegen gehört, die den Betrag investiert hätten – ihn aber mit dem Verkauf ihrer Produkte niemals reingeholt hätten. «Ein Verlustgeschäft. Der zeitlich verzögerte Umsatz hält sich nämlich auch in engen Grenzen, wie ich gehört habe», sagt die Designerin.

Laut einem Kalkulationsbeispiel der «Blickfang» bezahlt man für einen Stand mit Durchschnittsgrösse von neun Quadratmetern satte 2835 Franken – für drei Tage. Zuschläge von bis zu 370 Franken für eine Topplatzierung nicht miteinberechnet. Dazu Hofmann: «Die Standmie-

te ist eine Mischkalkulation aus der Hallenmiete und diversen Betriebskosten. Auch Personalkosten spielen eine Rolle: Hinter der Blickfang GmbH steckt ein rund 15-köpfiges Team, das bereits viele Monate vor der jeweiligen Veranstaltung arbeitet.» Die Standpreise würden alle ein bis zwei Jahre «moderat» angepasst. Die Gründe hierfür seien offensichtlich: «Kosten für Papier, Strom und andere Nebenausgaben sind gestiegen. Wir sind ein Kleinunternehmen und müssen selbst wirtschaftlich arbeiten.»

«Eine Messe auf die Beine zu stellen, ist Knochenarbeit»

Hofmann weist zudem darauf hin, dass es für junge Labels zwei Fördermöglichkeiten gäbe: Einen Newcomer-Rabatt – bei den erwähnten neun Quadratmetern handelt es sich um eine Reduktion von über 400 Franken –, der aber nur an maximal 20 Labels pro Standort vergeben wird, und die Nachwuchs-Förderung Future Forward mit einem kostenfreien Stand. «Das ist ja schön und gut. Aber die Chancen, diesen Platz zu ergattern, sind krass gering», kommentiert die junge Designerin.

Wiederum andere nehmen an der «Blickfang» nicht mehr teil, weil sie schlicht nicht mehr wollen. Mehrere ehemalige Ausstellende berichten gegenüber der bz, dass die Freundlichkeit der Mitarbeitenden vor Ort – das Projektteam für Basel setzt sich jeweils aus drei bis vier Personen zusammen – mit den Jahren markant abgenommen hätte, und die Organisation sei oftmals chaotisch, berichtet einer: «Als kleiner Einzelaussteller wirst du nicht mal begrüsst, ein Kontakt zum Organisationsteam entsteht selten – es sei denn, es läuft bei dir am Stand was schief. Dann sind sie schnell zur Stelle. Und reagieren auch mal harsch.»

Die in Basel und Zürich bekannte Modedesignerin Claudia Güdel, die, wie sie sagt, seit Be-

ginn an der Messe dabei ist und dank der «Blickfang» Zugang zu einem breiteren Publikum fand, hält derweil fest: «Eine Messe auf die Beine zu stellen, ist Knochenarbeit.» Sie bewundere, wie das «Blickfang»-Team dran bleibe. Aber: «Vor einigen Jahren war auch meine Kritik, dass der Umgang mit uns Ausstellern immer unpersönlicher wurde und dass die Trennung von VIP-Gästen und Ausstellern sehr unpassend ist für diesen Rahmen,» so Güdel weiter. Es sei dann an der letzten Messe für sie offensichtlich gewesen, dass dieses Feedback aufgenommen und verbessert worden sei.

Droht eine zweite Baselworld?

Auf den offenbar schlechten Umgang an der Messe angesprochen, hält wiederum Bichweiler von Ramstein Optik diplomatisch fest, dass gute Beziehungen zwischen Ausstellern und den Machern der Blickfang eminent wichtig seien: «Es darf nicht dasselbe geschehen wie an der Baselworld, also, dass sich Aussteller und Messebetreiber auseinanderleben.»

Bei der Taschendesignerin Brigitte Hürzeler ist das längst geschehen. Der «Blickfang» nachzuweinen, käme ihr indes nicht in den Sinn, im Gegenteil: Als Reaktion auf die vielen Absagen organisierte sie mit einer Kollegin, der es ähnlich ergangen war, kurzerhand ihre eigene dreitägige Designmesse, die «In&Out» in Aarau – «eine Messe von Ausstellern für Aussteller», wie Hürzeler sagt.

Das war vor 16 Jahren, mittlerweile hat sich die Messe etabliert, findet jährlich statt und zieht jeweils bis zu 8000 Besucherinnen und Besucher an. Die Nächste ist im Oktober in der Alten Reithalle Aarau angesetzt, 80 Ausstellende finden hier Platz. Sie zähle bereits viele Anmeldungen und starte bald mit der Auswahl, so Hürzeler. Nun hat auch sie die Qual der Wahl.

Rutschmadame

Merde, pardon, mon dieu plus!

Wir sassen vor der Hafenkneipe. Der Mistral blies. Drinnen lief der TV. Die Seebären fluchten. Das Warten auf das Resultat der Präsidentschaftswahl war unerträglich. Wir zügelten hinein. «Bonsoir!» und ein Lächeln. Als Einwanderer in ein Land, das auf der Kippe steht, hielten wir es für schlau, den Mund zu halten. Wir hörten zu. Den Leuten im TV und den Gästen in der Kneipe. Diese fluchten dieses Wort, das wie Putin klingt. Bloss, dass noch ein A zwischen das T und das I gehört. Es bedeutet Sexarbeiterin, weshalb es kein Fluchwort sein dürfte. Aber Ihr wisst ja, wie bärtige, alte und zumeist weisse Seemänner sind.

Das Städtchen im Süden Frankreichs hat Präsidenten kommen und gehen gesehen. Die Wellen hörten auch nicht auf, gegen die Felsen zu schlagen, als die Jakobiner 1789 Paris stürmten. Die Vergangenheit einer Hafenstadt reicht weiter als unser Bewusstsein. Als die Nacht einbrach, kamen die Resultate. Beim Le-Pen-Resultat rutschte mir ein «Merde!» heraus. Die Seebären schauten grimmig. Mit einem «Mon dieu!» versuchte ich, die Situation zu retten. Das ist eine Art Fluch, der Anteilnahme zeigt und trotzdem nichts aussagt. Wenn ich ehrlich bin, betete ich wirklich zu Gott. Zu diesem alten, bärtigen Alpöhi, der auf einer Wolke thront. Lieber Gott, sagte ich leise und auf Deutsch, lass Macron gewinnen, sonst wird alles schlimmer und Le Pen wirft alle Ausländer aus dem Land – möglicherweise auch uns.

Während ich vor mich hin betete und die anderen fluchten, kam mir in den Sinn, was ich gelesen hatte, als ich noch weit weg vom Meer war und die Gegenwart omnipräsent. Die Katholische junge Gemeinde Deutschland will keinen alten, weissen Gott mit Bart mehr, sondern einen genderneutralen. Dieser soll nicht mehr Gott heissen, sondern Gott+. Wenn also in einer Woche Le Pen gegen Macron gewinnt und Deutschland zum einzigen EU-Land mit Einfluss wird, muss ich dann «Mon dieu plus» fluchen, um es mir nicht auch noch mit den Katholiken zu verscherzen? Alles, was recht ist! Dieser Fluch dauert mir zu lange! Ich muss mich wieder «Merde!» zuwenden. Ich bete dieses Wort so oft, bis Macron bestätigt ist. Denn wie soll Rutschmadame heissen, wenn sie nicht mehr im Elsass wohnt? Rutschweib etwa? Non! Alors, lasst uns beten. Von mir aus zu einem Gott+ mit Genderkreuzchen.



Martina Rutschmann



Die Taschendesignerin Brigitte Hürzeler.

Bild: Kenneth Nars