

Brandworld

Das Kundenmagazin der Andreas Messerli AG

.....
with English
summary
.....

Wo Opulenz und Sparsamkeit kein Gegensatz sind

Wenn Licht zum Spektakel wird

Eine Bühne für die Welt in Mailand



Wie funktioniert Augmented Reality mit der neuen Messerli-App?

Laden Sie zuerst die neueste Version der Messerli-App auf Ihrem Smartphone oder Tablet herunter. Je nach Betriebssystem finden Sie sie im Apple App Store oder im Google Play Store. Nachdem Sie die App installiert und gestartet haben, halten Sie Ihr mobiles Gerät über die Bilder, die mit einem **me+**-Symbol versehen sind. Sobald die App das Bild gescannt und erkannt hat, können Sie die jeweiligen Inhalte mit den virtuellen Schaltflächen starten.



How does augmented reality work with the new Messerli app?

Download the latest version of the Messerli app to your smartphone or tablet. Depending on the operating system it can be found in the Apple App Store or Google Play Store. After installation, simply hold your mobile device over the images marked with **me+**. Once the Messerli app recognises the image, you can launch the contents via the virtual buttons.



Suchen Sie in Ihrem Store unter «messerli 3D».



Search for «messerli 3D» in your respective store.



Psychogramm eines Erfolgstrios

Greifbares statt Virtuelles macht den Anfang im Designprozess des Ateliers Oi.
Mit ihren weltweit gefragten Kreationen beweisen die unkonventionellen Denk- und Handarbeiter,
dass es auch anders geht.



Die Gründer des Ateliers Oi: Armand Louis, Aurel Aebi und Patrick Reymond (v.l.)

Seit einem Vierteljahrhundert ist das Atelier Oi in La Neuveville, dem kleinen Städtchen am Bielersee, für ganz grosse Brands die Adresse für nachhaltiges Design in Schweizer Qualität. Das Atelier beherrscht Designdisziplinen von einer beeindruckenden Bandbreite. Diese reicht von der Parfümflasche über Möbel, Shopdesign und Messestände bis zu ganzen Häusern und Schiffen. Dass die Unternehmer, die ursprünglich als Trio – oder russisch Troika, woraus sich der Firmename Oi ableitet – an den Start gegangen sind, national wie international ganz an der Spitze mitlaufen, ist ihrer unkonventionellen Arbeitsweise zuzuschreiben. Erklärungen für die aussergewöhnlich erfolgreiche Gangart dieses Gespanns liefert uns in einem Gespräch Aurel Aebi, einer der drei Mitbegründer des inzwischen über 30 Mitarbeitende zählenden Ateliers Oi.

Bereits nach wenigen Minuten wird klar: Hier spricht ein Vollblut-Kreativer, doch nicht nur für sich, sondern für sein ganzes Team. Auf lockere Weise in Wir-Form malt er die Informationen in verbalen Bildern. Wie in einem Orchester funktionieren die Zusammenarbeit im Atelier Oi, in dem seit seiner Gründung 1991 Aurel Aebi, Armand Louis und Patrick Reymond gemeinsam «musizieren».

Jeder bringt sich ein, spielt mal die erste Geige, nimmt sich aber auch immer wieder zurück, um den anderen Platz zu geben, damit diese auch solieren können. Jeder Einzelne prägt und trägt das Stück massgeblich, doch der Schlussapplaus gilt dem kollektiven Zusammenspiel.

Mehrwert durch Teilen

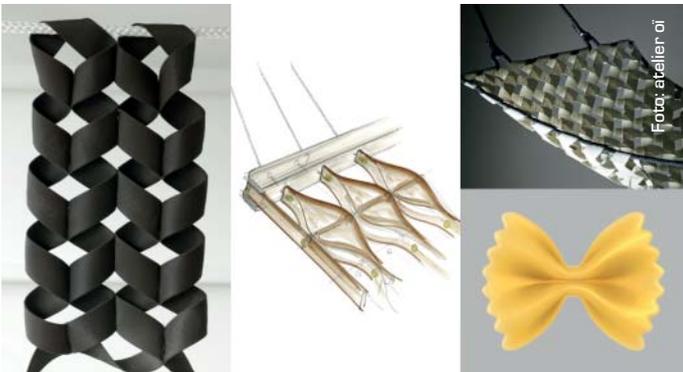
«Eine Idee ist das Einzige, das sich durch Teilen vermehrt.» Mit diesem einen Satz von Aurel Aebi ist eigentlich schon alles darüber gesagt, wie das Atelier Oi funktioniert. Keiner verwendet einen Wissensvorsprung dazu, um vor den anderen besser dazustehen, sondern um die Idee gemeinsam mit ihnen wachsen zu lassen. Denn Wissen, da sind sich die Gründer einig, mündet ohne neue Einflüsse in Standardlösungen, die zwar funktionieren, aber nicht zu den angestrebten Fortschritten führen. «Das Wissen allein interessiert uns nicht, sondern das, was davon aus dem Kopf über das Herz in die Hände geht.» Und dazu braucht die Troika konstant frische Einflüsse, um ihre Ideen weiterentwickeln zu können. Wohl sehen sich die drei Gründer, die bei jedem Projekt gemeinsam an den Start gehen, als dessen treibende Kraft, doch glauben sie nicht daran, dass sie, gleich wie der Cognac, mit dem Alter auch automatisch besser werden. So wird das im Dreiergespann ersonnene Ideenkonzept nach der Startsituation an ein passgenau formiertes Team zur Weiterentwicklung übergeben. Diesem steht je nach Thema ein dafür ausgewählter Projektleiter mit dem richtigen Beruf und, je nach Zeitgeist des bestellten Endprodukts, auch mit dem richtigen Jahrgang vor. Dies muss nicht zwingend ein Architekt sein. Je nach Projektziel kann das ebenso ein Grafiker, ein Szenograf oder ein Designer übernehmen. Personenkult oder Hierarchiedenken findet in La Neuveville keinen Nährboden.

Sammler, Köche und Arbeiter

Designprozesse starten nicht am Computer, sondern im Keller. Denn bei Oi wird nicht, wie andernorts üblich, zuerst gezeichnet, sondern im eigenen Prototypenatelier gestöbert. Mit mittlerweile rund 20 000 Materialien lagern dort die über die Jahre gesammelten Zutaten, aus denen die Kreationen entstehen. Wie Köche beurteilen die drei Kreativen diese, wägen Kombinationen ab und wählen diejenigen, mit denen sie den beabsichtigten Geschmack

erzielen können. Noch völlig frei von Vorstellungen, wie das Endprodukt auszusehen hat, wird gemeinsam betastet, gedreht und gewendet, gebogen, gefaltet, gespannt oder gerollt. «Wir denken mit den Händen und finden im Dialog mit dem Material die Lösung. Denn jedes Material hat seine eigenen Möglichkeiten und Grenzen. Das Endprodukt muss wortwörtlich begriffen werden, erst dann macht der Schritt in die Umsetzung Sinn», lautet deshalb die dafür einleuchtende Begründung von Aurel Aebi.

Dass diese Vorgehensweise nicht nur Sinn macht, sondern Werke schafft, die auch renommierte und extrem anspruchsvolle Kunden überzeugen, beweist die Referenzliste. Diese liest sich heute wie das Who's Who der ganz grossen Marken unserer Zeit. Doch wie findet man zu derart überzeugenden Ideen und Designs? Genau diese Frage stellten sich auch die drei kreativen Schweizer am Anfang ihrer Karriere. Aus diesem Grund haben sie bewusst Stardesigner kennengelernt, um zu erfahren, ob diese wirklich so anders sind als sie selbst. Bei näherer Bekanntschaft hat sich – auch zu ihrer Beruhigung – deren Status entmystifiziert und dem Trio wurde klar, dass auch bei den Büros der damals tonangebenden Designfirmen weder deren Meister noch dessen Ideen einfach vom Himmel fallen. «Hinter unserem Erfolg steckt keine Zauberei, sondern viel Zeit und Arbeit. Wie Kinder haben wir klein angefangen, wir sind wie Babys mit leerem Bauch auf die Welt gekommen. Und wie solche haben wir begonnen zu essen und sind dadurch gewachsen.»



Arbeitsprozess Hängematte, Louis-Vuitton-Kollektion «Objets du Voyage»

Ohne Herkunft keine Zukunft

Sie würden keine neuen Materialien erfinden, meint Aurel Aebi, sondern das machen, was andere Generationen vor ihnen schon gemacht haben. Neues entstehe, weil sie dafür die Intelligenz des Materials und die heute zur Verfügung stehenden Möglichkeiten der Technik einsetzen. «Denn», sinniert Aurel Aebi weiter, «was ist schon «neu»? Alles hat es in irgendeiner Form bereits schon einmal gegeben.» Neu oder besser gesagt ziemlich einzigartig ist die Herangehensweise des Atelier-Teams. Die Auseinandersetzung mit den Materialien, die keinem zuvor ausgearbeiteten Design folgen muss, mündet in unkonventionelle und daher überraschend neuartige Interpretationen. Doch nicht immer suchen die Auftraggeber bei Oi die Revolution ihrer Marke. Manchmal ist eine Evolution gefragt, um eine ehemals spannende, zwischenzeitlich jedoch schwunglos gewordene Geschichte, die ihrem Ende nahe scheint, weiterschreiben zu können. Mit verbleibenden Werten weiterzufahren und doch genügend Innovation einzuflechten, um nicht nur Marken-Make-up zu betreiben, ist auch für die Kreativen des Ateliers Oi eine grosse Herausforderung. An diese machen sie sich jedoch mit der gewohnt unverbauten Sichtweise an die Arbeit, die Aurel Aebi wiederum in ein Bild zu packen vermag: «Ein vermeintlich nahendes Ende ist nicht immer als finaler Schlusspunkt anzusehen, sondern eher wie das Ende der Raupe, das ja den Anfang des Schmetterlings bildet.»

Regisseure des Zufalls

Ganz im Gegensatz zu den Produkten vieler Kreativschmieden ist in den Werken von Oi bewusst keine typische oder gar wiedererkennbare Designsprache zu erkennen. «Wir machen nichts «immer so», denn jedes Projekt ist individuell und steht in unseren Augen für sich allein.» Die Erkennungsmelodie des Ateliers Oi liegt in der Unvorhersehbarkeit und im Durchbrechen von Normen. Die drei Kreativen lassen den Ideenprozess einfach «passieren» und übernehmen bei dem, was ihnen daraus zufällt, den Dirigentenstab. So entstehen ihre Designs aus einem konklusiven Verhalten, bei dem sie mit Fokus auf den angestrebten Zweck reagieren und gleichzeitig eine ästhetische und nachhaltige Lösung suchen. Dieses Spiel mit dem Zufall, folgert Aurel Aebi, sei wohl auch der Grund, weshalb sie oft mit der Kreation von ihnen bislang unvertrauten Dingen beauftragt würden, gerade weil sie solche noch nie kreiert hätten.

Nachhaltig besser

Wie aber verträgt sich ihr Anspruch auf Nachhaltigkeit in Bezug auf die Gestaltung temporärer Bauten? Mit dem Messestand für Victorinox, der sich in der Zusammenarbeit des Ateliers Oi mit der Andreas Messerli AG materialisiert hat, war ein Bau entstanden, der an der Baselworld nur für wenige Tage Bestand haben musste. Doch mit der Abkehr von der Wegwerfmentalität und der Hinwendung zur bewussten Konzeption von Messeständen für Mehrfacheinsätze ist die Nachhaltigkeit heute zu einer Grundvoraussetzung des Standdesigns und darum auch für das Atelier zur spannenden Herausforderung geworden. Der Anspruch, einen Stand mehrmals auf- und abbauen, ihn transportieren, zwischenslagern und dann in perfektem Zustand wieder einsetzen zu können, hat dazu geführt, dass extrem sorgfältig geplant, konzipiert und ausgeführt werden muss. Die Behauptung, dass es im Vergleich dazu viel einfacher sei, ein Haus für die Ewigkeit zu bauen, kommt bei Aurel Aebi aus glaubwürdigem Mund. Der Architekt, der beide Disziplinen beherrscht, sieht genau darin die hohe Kunst des temporären Bauens. In Wirklichkeit ist Standarchitektur, die von anderen Architekten gerne mit Beckenrandschwimmen verglichen wird, eine weit komplexere Aufgabe. Aufgrund der heute, aus ökologischen wie ökonomischen Gründen, geforderten mehrfachen Wiederverwendbarkeit ist nicht das einmalige Zusammenzementieren von Steinen gefragt. Vielmehr muss jedes Detail als saubere mechanische Verbindung geplant werden, die mehrfach montiert und demontiert werden kann. Dass sich besonders Schweizer Designer und Messebauunternehmen im heutigen Standbau auf höchstem Niveau eine besonders gute Reputation erarbeitet und von den Holzhackermethoden anderer abgehoben haben, liegt wohl daran, dass es den Eidgenossen nicht nur um den äusseren Schein, sondern auch um die Schönheit im Kern geht.

atelier-oi.ch



Arbeitsprozess Hängematte, Louis-Vuitton-Kollektion «Objets du Voyage»



Foto: Pringle of Scotland

Pringle of Scotland, R el Shanghai Department Store

The psychology of success

For 25 years, Atelier Oi on Lake Biel has been the address for sustainable, Swiss-quality design for a host of prestigious national and international brands. The secret of the company's success is an unconventional approach, and a design process focused on the tangible rather than the virtual.

The founders Aurel Aebi, Armand Louis and Patrick Reymond work in harmony, allowing each other to provide input and to take the lead. Individuals develop and shape ideas; the end product is the result of collective interplay. Yet the three are open to new impulses – each project is run by a hand-picked project leader with the right background and affinity for the zeitgeist required. Graphic artists, architects and designers all play their part, with no room for hierarchy or self-promotion.

At Oi, the creative process begins not at the computer, but in the cellar, where over 20,000 materials have been amassed over the years. Free from preconceptions, the artists touch, bend, stretch and test combinations until they find the solution. They think with their hands and interact with the materials. Only when there is a concrete perception of the end product do they begin with the realisation.

The creatives at Atelier Oi realised at an early stage that, even for the finest artists, great designs are not heaven-sent, but the result of time and hard work. They do not invent new materials, but harness both the existing materials' intelligence and modern technologies to create their innovative designs. Many clients are not seeking revolution, but evolutionary designs to re-energise a moribund brand story. For Oi, the ostensible end is not the end; it is a caterpillar waiting to metamorphose. Their work never proceeds along predetermined paths. The ideas process is simply allowed to happen, with chance playing its part in the search for an aesthetic and sustainable solution.

Sustainability is also crucial in the design of reusable structures such as the trade-fair stands produced by Atelier Oi in cooperation with Messerli. This can be more complex than designing a permanent building and demands meticulous planning and execution. Each detail must be conceived as a mechanical connection that can be repeatedly dismantled and reassembled. Swiss firms especially enjoy an enviable reputation in this field – as they focus not only on appearance, but also on inner beauty.



Foto: atelier oi

Leuchte Stelle Filanti, Venini