

## NEUE WIEN-SOUVENIRS:

# Gesucht und Gefunden

Zum Berufszweig Handel mit Lederwaren der Landesgremien Wien für den Einzel- und Großhandel mit Mode und Freizeitartikeln zählen neben dem Handel mit Galanterie- und Bijouteriewaren auch kunstgewerbliche Artikel, Devotionalien und Souvenirs. Um den Bereich Souvenirs einer größeren Öffentlichkeit zuzuführen und um der Uniformität und Austauschbarkeit der am Markt vorhandenen Souvenirs entgegen zu treten, sind die beiden Gremien auf Anregung von Mag. Veronika Aichinger eine Kooperation mit der Universität für Angewandte Kunst (Meisterklasse Industrial Design von Prof. Paolo Piva) eingegangen.

Der Auftrag an die Studierenden, neue Wege zu beschreiten, andere Akzente zu setzen und der Branche innovative Impulse zu geben, wurde unter der Leitung von Mag. Marcus Bruckmann perfekt erfüllt: Neue Wien-Souvenirs waren gesucht - und wurden gefunden! Am Dienstag, dem 1. April 2014, haben die am Souvenir-Projekt teilnehmenden Studierenden im Rahmen einer „Ausstellung für einen Abend“ ihre jeweiligen Modelle im WienMuseum Karlsplatz erfolgreich präsentiert.

Die Modegremien konnten sich an diesem Abend den Mitgliedern und der Kunst- und Designwelt von einer bisher unbekannteren Seite zeigen. Gleichzeitig war der Abend der Auftakt für eine Plattform von Kreativen, Produzenten, Einzel- und Großhändlern, die einen Dialog über die geschaffenen Produkte bieten und ihre Umsetzung ermöglichen soll. Die Rechte der Verwertung der Entwürfe liegen für zwei Jahre bei den Modegremien.

Alle Entwürfe wurden auch in einem im Metroverlag erschienenen Buch veröffentlicht. Den Mitgliedern des Berufszweiges „Einzel- bzw. Großhandel mit Leder-, Galanterie- und Bijouteriewaren sowie kunstgewerblichen Artikeln“ wird dieses Buch kostenfrei übermittelt.

Wunsch der Gremien ist, dass sich diese neuen, alternativen Produkte fest im Souvenirhandel etablieren. „So wie Wien schon in früheren Zeiten (Wiener Werkstätten) Vorreiter für Innovationen war und Tradition und Moderne verband“, meinte Gremialobmann Helmut Schramm in seinen Begrüßungsworten, „so sollen auch heute Händler Althergebrachtes mit Trendigem verknüpfen“.

### Souvenirs brauchen den „Wiener Schmah“

In der nachfolgenden Expertendiskussion empfand Wolfgang Kos, Direktor des WienMuseum, seinen Museumshop am obersten Level des

Souvenirangebots, deshalb hält er ein einheitliches Souvenirangebot für alle Anbieter bloß für eine Vision. Er eröffnete den ZuhörerInnen aber auch einen anderen Blick auf Wien, gespickt mit Ironie und Schmah: „Nicht alle Wien-Besucher wissen, was der Wiener Schmah ist. Aber die, die in Wien leben, glauben, dass sie ihn haben.“

Norbert Kettner, Direktor von Wien-Tourismus, begrüßte die Idee, Wien auch von einer anderen Seite zu zeigen. Ähnlich wie Wolfgang Kos war auch er - neben den bei ihm berufsbedingten Affinitäten zu den Arbeiten über das Wiener Kaffeehaus - besonders von der Parkbank angetan. Was die vorliegenden Arbeiten gemeinsam auszeichnet, ist für ihn die „Rückeroberung von Souvenirs durch Geist, Witz und Ironie.“

Die Kunst- und Designexperten Lilli Hollein, Ernst Strouhal und Karl Emilio Pircher waren unisono der Meinung, dass man sich „die guten Dinge, die intelligenten Lösungen“ unter den präsentierten Entwürfen merken wird müssen, gepaart mit dem „Spirit der Stadt“ und dem „hohlen Wiener Herzen, das nicht transplantierbar ist.“

Veronika Aichinger, Initiatorin der gemeinsamen Aktivität zwischen den Gremien und der Universität für angewandte Kunst, beurteilte die Qualität der Arbeiten aus der Sicht einer Souvenirhändlerin und bedankte sich bei Marcus Bruckmann und den Studierenden für die exzellente Kooperation.



Fazit der Arbeiten ist dieses von Desirée Heußl gestaltete Buch, das ein weites Spektrum der Sichtweise von Souvenirs aufzeigt und dazu dient, die Objekte zu interpretieren und der Öffentlichkeit vorzustellen.

Alle Fotos: david bohmann photography



Ein hochkarätiges Podium (v.l.n.r.: Designer Karl Emilio Pircher, Kunstexpertin und Kuratorin Lilli Hollein, Tourismusdirektor Norbert Kettner, a. o. Univ. Prof. Ernst Strouhal, WienMuseum-Direktor Wolfgang Kos und Ausschussmitglied Veronika Aichinger) diskutierte unter der Moderation von Gremialobmann Helmut Schramm (3. von rechts) die vorliegende Entwürfe und die kulturhistorische Bedeutung von Souvenirs.

**Gesucht, gefunden und präsentiert:**

Die Studierenden der Meisterklasse Industrial Design wollen mit ihren Arbeiten das herkömmliche Angebot der Tourismusbranche mit neuem Leben erfüllen. Die präsentierten Ideen sind dabei mannigfaltig, sie reichen von einer Schwedenbombenverpackung bis zum Weinverschluss in Reblausform, vom Sammelarmband mit 3-D-gedruckten Keramikanhängern bis zur aufblasbaren Donauinsel.

**Hier einige Beispiele:**



Insgesamt 38 gelungene Beispiele für neue Wien-Souvenirs wurden von den beteiligten Studierenden einzeln vorgestellt. Fiona Stefan (Bild) präsentierte z. B. ihre Kreation „Das goldene Wienerherz“, eine naturgetreue und anatomisch exakte Darstellung des menschlichen Herzens aus goldbeschichteter Keramik, das sich durch seine Öffnungen für individuelle Blumen- und Pflanzenarrangements eignet.



Das „Wiener Trio“ stellt die drei wichtigsten Dinge des Wiener Kaffeehauses dar: ein Kaffeeset aus Häferl, Wasserglas und kleinem Aschenbecher. Der „Wiener Cafe Stool“ von Emanuel Gollot und David Tavcar dient als Hocker, dessen Sitzfläche aus wiederverwertetem Kaffeesud besteht. Die vielgelobte „Wiener Reblaus“ von Lisa Tritthart ist ein Flaschenverschluss aus Porzellan für Weinbouteillen in Reblausform, der „Pavillon“ (Rosa Czernin, rechts außen) das oktagonale Zuhause für einen Vogel in Form eines Pavillons.



Typische Wiener Redensarten, z. B. „Hau di' über die Häuser“, „am Watschenbaum rütteln“ oder „die Krot schlucken“ wurden von Laura Wolfsteiner in Postkartenform (links) umgesetzt. Brigitta Nemeht lässt Gerüche aus Wien (rechts) in Duftform mit nach Hause nehmen, die dann daheim als Parfum die Erinnerung an den Wien-Aufenthalt wecken sollen.



Die ungewöhnliche „Altwiener-Parkbank“ von Julia Obermüller soll zu (un)gewöhnlicher Kommunikation einladen und zählt zu den Lieblingsobjekten von WienMuseum-Direktor Wolfgang Kos und Tourismusdirektor Norbert Kettner. „Stephi“ (im Hintergrund) von Norma Kiskan setzt Dach- und Innenmotive des Stephansdoms für einen Stoffdruck ein.