



## Wie auf einer Insel

WORT  
BERNADETTE BISSIG

BILD  
ZVG

### Der Wettbewerb

Die Kramis Teppich Design AG und die Hochschule Luzern machten gemeinsame Sache und riefen einen Wettbewerb aus. Studierende des Bachelors Textildesign entwickelten Entwürfe für eine Teppich-Kollektion. Eine Win-win-Situation für beide Seiten: Die Studierenden liefern hochkarätige Ideen und helfen der Firma, eine junge Zielgruppe zu erschliessen. Die Studierenden unterziehen ihr Können im Gegenzug einem Reality-Check – als Training fürs spätere Berufsleben.

Die Teppiche von Zora Weidkuhn muten wie tropische Inseln aus der Vogelperspektive an. Da üppiger Urwald, dort ein verlockender Sandstrand und in der Mitte erhebt sich ein Felsen, der zum Erklimmen einlädt. Die Textildesign-Studentin hat denn ihre Teppichprototypen (im Bild) auch «Ile mobile», sprich bewegliche Insel genannt. Ihre Idee dahinter: Die Inseln laden die Menschen zum Träumen ein und dienen als Zufluchtsort vom Alltag.

Ihre fantasievolle Teppich-Kollektion entstand im Rahmen eines gemeinsamen Projektes der Hochschule Luzern und der Kramis Design AG aus dem luzernischen Altbüron. Zwölf Studierende entwickelten im Auftrag des Unternehmens während zweier Monate Entwürfe für eine Kollektion. Ziel des Unterrichtsmoduls war, ein möglichst langlebiges Produkt zu kreieren.

Der Jury fiel die Wahl nicht leicht, wie Juror Tim Kramis erzählt. Der Leiter Sales & Marketing des Teppichherstellers war von allen Arbeiten überzeugt. Weidkuhns Entwurf setzte sich jedoch durch, weil die Studentin

auch den Verkauf bedacht hatte. Ihr «Ile mobile»-Teppich besteht jeweils aus ovalen Elementen. Diese Teile können sich die Kundinnen und Kunden individuell zusammenstellen. Dadurch entstehen ganz eigene, auf die Person zugeschnittene Teppiche. Im Gegenzug stehen auch definierte Muster zur Wahl. Als neckischen Zusatz ist eine Flaschenpost Teil des Verkaufs-Paketes. Die Botschaft in der Flasche gibt Anregungen, wie poetische Momente in den Alltag eingebaut werden können. Etwa ein kurzer, aber entspannender morgendlicher Spaziergang über die Teppich-Insel.

«Diese beiden Aspekte erhöhen die emotionale Bindung der Kundinnen und Kunden zu ihrem Teppich, und damit auch dessen Langlebigkeit», erläutert Kramis die Wahl. Das Familienunternehmen plant, Weidkuhns Teppiche demnächst in den Handel zu bringen. Zurzeit werden die Entwürfe den Verkaufspartnern präsentiert. Wer die «Ile mobile» besichtigen will: Sie ist ab September bei der Firma Kramis ausgestellt.

KRAMIS-TEPPICH.CH, HSLU.CH