



Bienvenue Studios – seit 2012 gibt es euch in dieser Formation, seit 2016 verfolgt ihr das Projekt mit Herzblut. Was bezweckt euer Unternehmen?

Design ohne Natur gibt es nicht. Bienvenue Studios macht aus Natur visuelle Kultur. Wir kreieren aus der Schönheit der Natur eine Umgebung, aus der man sowohl vitalisierende Kraft und Sinnesanregung als auch ästhetisches Wohlbefinden schöpfen kann. Dafür wenden wir als Grafik-Designer unsere Kernkompetenz, das Biophilic Design, auf verschiedene Materialien und Oberflächen an.

Wir realisieren Kundenaufträge vom Erscheinungsbild, über Publikationen, Plakate, Webseiten bis hin zu Raumkonzepten mit Tapeten, Klebefolien und Farbkonzepten – inspiriert von der Natur. Ausserdem entwickeln wir Design Produkte wie Karten, Notizbücher, Limitierte Prints, Displays und Rahmen, hergestellt in der Schweiz aus nachhaltigen Materialien.

Ihr habt bereits erste Produkte zum Verkauf und für Kunden entworfen und somit euer Start-Up erfolgreich lanciert – Wie kamt ihr überhaupt auf die Idee zu zweit Bienvenue Studios zu gründen? Woher kennt ihr beide euch?

Wir sind zwei Grafiker mit unterschiedlichen Wurzeln und betrachten gemeinsam Natur und Design. Ich (Oliver) bin aus dem Wallis, Wu aus einer der grössten Städte der Welt, Shanghai. Grossgeworden zwischen Hochhäusern und Strassen war Natur etwas Fremdes für sie. In ihrer Kindheit hat es ihr nie an Natur gefehlt, weil sie diese gar nicht kannte – höchstens vielleicht aus dem Zoo. Ein Erleben von naturbelassener Landschaft gab es nicht. Man wahrte immer eine Distanz zur Natur. Erst nachdem sie in die Schweiz gezogen war, konnte sie herausfinden, welche Wirkung die Natur auf den Menschen haben kann. Der Wert der Natur änderte sich für sie.

Bei mir war es umgekehrt. Im Wallis war ich ständig von Natur umgeben, es war etwas Gewöhnliches. Durch mein Studium bin ich nach im Jahr 2012 nach Zürich gekommen und lernte Wu an der F+F Schule für Kunst und Design kennen. Zusammen schlossen wir den Studiengang Visuelle Gestaltung ab. Im Austausch mit ihr lernte ich, dass Natur nicht für jeden selbstverständlich ist. Was für mich als normal galt war für sie etwas Besonderes – aber auch umgekehrt. Unsere gemeinsame Faszination für Phänomene in der Natur und unser unterschiedliches kulturelles Verständnis haben uns dazu veranlasst, zusammen zu arbeiten. In unseren Designprodukten treffen sich unsere beiden Kulturen wieder. Gemeinsam erforschen wir das Zusammenspiel von Design und Natur.

2016 haben wir dann beschlossen uns mit dem Projekt für ein Masterstudium an der Hochschule der Künste Bern in der Vertiefung Design Entrepreneurship zu bewerben. Im Studium konnten wir das Projekt als Unternehmen aufgleisen und spürten das Potenzial heraus.

Ein Start-Up im Bereich Kunst/Design ist wohl in vielerlei Hinsicht anders als ein Start-Up in anderen Branchen.

Woher holt ihr eure Inputs für neue Werke? Und was ist schlussendlich die Vision für euer Unternehmen?

Durch unsere unterschiedlichen Erkenntnisse in Asien und Europa ist uns klar geworden, dass das Verhältnis zwischen der künstlichen Welt, in der wir leben, und der Natur gestört ist. Heutzutage hat nicht jeder die Gelegenheit, regelmässig Zeit in der Natur zu verbringen. Jeder hat aber ein angeborenes, biologisch bedingtes, menschliches Bedürfnis nach Kontakt mit der Natur. Die Natur zu entdecken, wahrzunehmen und von Nahem zu betrachten, ist ein Erlebnis, aus dem wir alle Kraft schöpfen können. Umgeben von Natur sind wir gesünder, fühlen uns wohler und sind sogar produktiver. Dieses Wohlbefinden, die ästhetische Anregung und Ruhe wollen wir durch die Schönheit der Natur den Menschen im Alltag ermöglichen. Wir zeigen diese Schönheit mit Biophilic Design – Wir lassen uns von den faszinierenden Vorbildern der Natur inspirieren, um neue Innovationen auf den Weg zu bringen.

Biophilic Design ist ein Konzept, das die Natur in unsere konstruierte Welt bringen will. Es schafft für uns eine natürliche oder naturnahe Umgebung, in der wir leben, arbeiten und lernen können. Durch Biophilic Design werden wir ausgeglichener. Dies hat eine positive Auswirkung auf den sozialen Umgang der Menschen miteinander.

Mit diesem Ansatz arbeiten wir daran eine nachhaltige Wertschöpfung für unser Designlabel «Bienvenue Studios» zu generieren. Die Wertschöpfung geschieht einerseits wirtschaftlich. Andererseits soll sie aber nicht nur profitabel sein, sondern gleichzeitig auch verantwortungsvoll gegenüber Natur und Gesellschaft. Das heisst, dass wir mit möglichst nachhaltigen Ressourcen arbeiten und auf eine faire Produktion achten. Durch unseren Arbeitsprozess (Recherche, Design, Produktion, Marketing etc.) soll das Label langfristig finanziell stabilisiert werden. Die ethische Wertschöpfung spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. Unser Label hat einen immateriellen geistigen Wert und trägt zu einer inneren Bereicherung bei, indem es das ästhetische Empfinden stimuliert, weiterbildet und öffnet.

Ihr hattet am 25. Januar 2019 euren ersten Pitch vor der Jury und habt ein GO bekommen. Dies berechtigte euch zur Teilnahme an Coachings und Workshops. Was erhofft ihr euch weiter von diesen?

Wir freuen uns weiterhin auf den Austausch mit den Experten des BBCW. Für die Weiterentwicklung unserer Labels erhoffen wir uns weitere Inputs in den Bereichen Management, Sales und Risikoanalyse.