Wohnen? Was ist das?

Autor(en): **Hüssy, R.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses - Intérieur**

Band (Jahr): **- (1982)**

Heft 1

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-794078

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Wohnen? Was ist das?

Die Bayer AG, Fasernsparte, versucht seit 16 Jahren mit VISIONA auf diese für den Menschen so wichtige Frage Antworten zu geben, einerseits mit zukunftsweisenden Wohnmodellen, andererseits mit praxisnahen Interieurvorschlägen und mit dem VISIONA-System für farbharmonisches Wohnen, wobei man bisher vorwiegend den Hersteller und den Handel hatte zu Worte kommen lassen. Bei der traditionellen Ausstellung im Kongressgebäude an der Heimtextil 1982 hat man dieses Konzept nun einmal geändert und lässt die Verbrauchergruppe sprechen, die schliesslich die von Industrie und Handel angebotenen Produkte kaufen soll. Was führte bei Bayer zu dieser Idee? Bei der Suche nach neuen Perspektiven des Wohnens im Sinn der VISIONA-Philosophie stiess man auf die interessante Fotoserie der Münchner Fotografin Herline Koelbl, die in Buchform unter dem Titel «Das deutsche Wohnzimmer» im Bucher Verlag München kürzlich herausgebracht wurde. Grundlage für diese ungewöhnliche Arbeit war die Ausführung von Professor Alexander Mitscherlich über das Thema «Konfession zur Nahwelt. Was macht eine Wohnung zur Heimat.» Wenn auch «Das deutsche Wohnzimmer» nur ein Beispiel ist, darf es wohl doch teilweise auch auf andere Länder übertragen werden. Deshalb ist man bei Bayer zum Entschluss gekommen, 30 zusammen mit der Künstlerin und dem Buchverlag ausgewählte Motive als raumhohe Grossfotos zu zeigen, verbunden mit der Aussage des jeweiligen Bewohners. Es sind alle sozialen Schichten dabei vertreten. Wichtig ist, dass die Momentaufnahmen aus den deutschen Wohnzimmern gleichzeitig Momentaufnahmen sind von den Menschen, die sie bewohnen. Ihre Äusserungen sind spontane Mitteilungen zur «eigenen Person», die Berufsbezeichnungen sind so übernommen worden, wie sie genannt wurden.
In diese Galerie der Grossformate sind zwischen die Schwarz/Weiss-Fotos Podeste mit Heimtextilien aus Bayer-Textilfasern in den sieben Farbrichtungen des VISIONA-Systems angeordnet. Es sind die aktuellen Heim- und Haustextilangebote, die ganz unabhängig vom Fotomaterial in Dekorationstechniken vorgestellt werden, die dem Handel nicht nur Anregung zum Ordern, sondern auch Hinweise für eigene Schaufensterdekorationen geben möchten, wobei sehr ungewohnte Lösungen vordemonstriert werden. Auch die Kombination von Textilausstellung mit Fotopräsentation in dieser Art ist neu.
Selbstverständlich stehen in der Kongresshalle ebenfalls wieder Experten aus allen Bereichen des Marketings für Bayer Textilfasern zu eingehenden Fachgesprächen bereit, denn die Ländertreffpunkte der letzten Jahre haben sich zu gut eingebürgert, als dass man auf sie verzichten wollte. So ist die sonstige Cafeteria zu einem grossen Workshop für die Partner aus allen Ländern umfunktioniert worden.

Markenpolitik mit Markenfaser

Wie der Leiter des Vertriebs der Bayer-Fasernsparte, Harold Seeger, an dem zur Tradition gewordenen Fachpressetreffen ausführte, kann der stagnierende oder sogar rückläufige Markt nur durch hochwertige und intelligente Artikel stimuliert werden. Solche Produkte müssen jedoch mit Markenpolitik verbunden sein, und diese ist wiederum mit der Markenfaser untrennbar verknüpft. Hinter der Marke steht das Unternehmen, das für die Güte der Erzeugnisse bürgt.
Alfred Abele, Leiter der Gruppe Trend + Styling in der Abteilung Markt-Service International machte darauf aufmerksam, dass der trendgerechte Natur-Look, wie er überall sichtbar wird, nicht mehr allein mit Naturfasern optimal zu realisieren ist. Erst die verschiedenen Effektgarne, die vielen, genau auf den Verwendungszweck abgestimmten Chemiefasern wie beispielsweise das hochbauschfähige Dralon®, vermögen den Heimtextilien jenen erwünschten Aspekt von natürlicher Schönheit und ausgezeichnetem Gebrauchsnutzen zu verleihen.

Formintuitionen

Das für 1981/82 ausgearbeitete Trendthema «Formintuitionen» hat «als Mittelpunkt die Formfindung – die Formerfindung, die Formästhetik, das Verhältnis von Farbe, Form und Material, die sich gegenseitig durchdringen – als Bestandteil ein- und desselben Prinzips.» Das Bestreben ist, «unbekannte Erlebnisräume zu öffnen, individuelle und situationsgerechte Lösungen zu suchen, Neues zu finden und diese Quellen der Inspiration, der Erfindung, der Erneuerung zu nutzen.»
Da die Evolutionen auf dem Gebiet der Heim- und Haustextilmode längerfristig sind, zeichnen sich Veränderungen subtiler und weniger vordergründig ab. Deshalb bleiben die Dessinierungen und die Kolorierungen weiterhin dezent. Formen, Strukturen und Farben aus dem Gebiet der Natur werden ideenreich variiert. Die Farbpalette geht von sanften, milchtonigen Koloriten aus – von Natur bis zu Pastelltönen – bringt gedämpfte, harmonische Mittelwerte wie auch satte, volle Schattenfarben.
Wichtig sind feine Farbabstufungen, Bi-colors und Multicolors im Sinne impressionistischer Aussage.
Wie die Industrie die verschiedenen Trends interpretierte, werden ihre Produkte an der Heimtextil 82 in Frankfurt darlegen.

R. Hüssy