

# Hier verkauft Olivetti = C'est ici que la maison Olivetti vend ses produits = Here Olivetti products are sold

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Bauen + Wohnen = Construction + habitation = Building + home :  
internationale Zeitschrift**

Band (Jahr): **14 (1960)**

Heft 12: **Wohnen, Ausstellen = Habiter, exposer = Home, exhibition**

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-330500>

## **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.

## Hier verkauft Olivetti

C'est ici que la maison Olivetti vend ses produits

Here Olivetti products are sold



1

Was wir von Braun gesagt haben, gilt grundsätzlich auch von der Firma Olivetti. Während aber bei Braun die Linie in den letzten Jahren die gleiche geblieben ist, hat sich bei Olivetti der Gestaltcharakter der Erzeugnisse und der Verkaufslöcale gewandelt. Freilich darf man nicht einfach sagen, es seien Einflüsse des Jugendstils festzustellen oder klassizistische Strömungen zu spüren, sondern die ganze Entwicklung offenbart die gleiche Tendenz, die beim großen Teil der italienischen Architektur vorherrscht: man will um jeden Preis Neues und anderes versuchen — der Versuch als Prinzip!

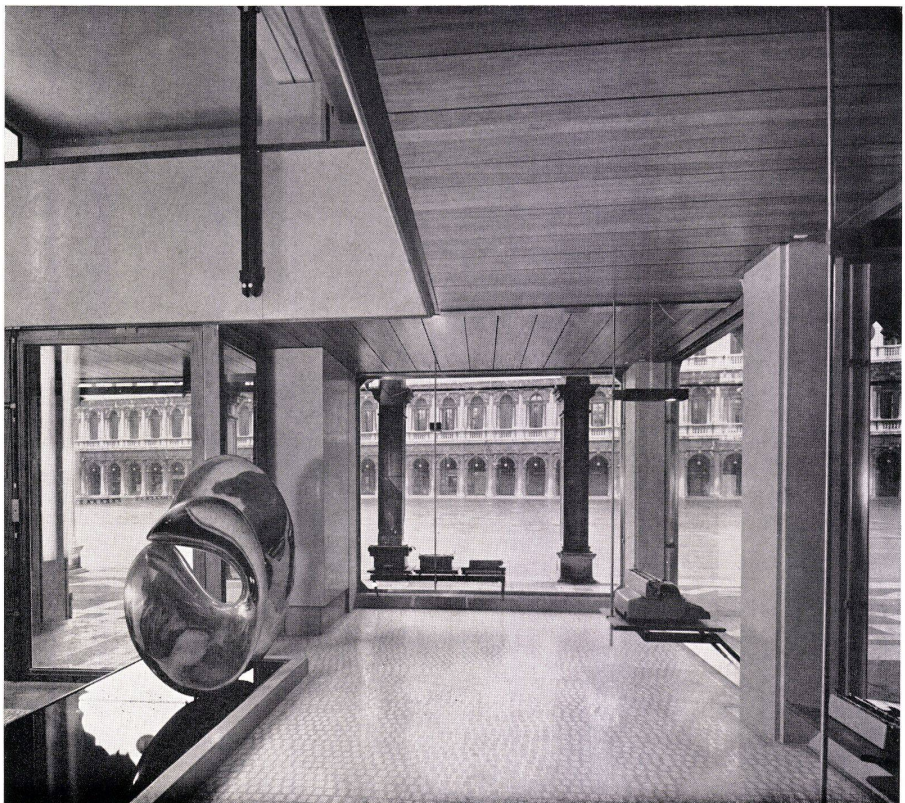
Den Beweis sollen die auf diesen Seiten gezeigten Läden in Paris, London, New York und vor allem das neue Geschäftshaus in Venedig liefern, das vom Architekten Carlo Scarpa gebaut wurde. Wie sehr hier gesucht und versucht wird, verrät auch ein Bericht von Carlo L. Ragghianti über das Geschäft in Venedig. Da werden gewaltige Ideenmassen getürmt, unzählige Empfindungen verbegrifflicht und ein enormer Aufwand an neuen Formulierungen und Wortschöpfungen mobilisiert. Die eigentliche Aufgabe eines Ladens — das Ausstellen und Verkaufen — wird aber von funktionsfremden Elementen beherrscht. So schreibt Ragghianti einmal, daß die besondere Gestaltung des Ladens hauptsächlich im Hinblick auf die Plastik Alberto Vianis zu verstehen sei; denn der Architekt habe (Ragghianti zitiert Scarpa) das Haus als Umgebung für das Werk Vianis gebaut! Tatsächlich hat Scarpa die Plastik Vianis in einen Raum gestellt, der von oben bis unten ihr ganz allein gehört (Abb. 3). Ragghianti schreibt, »daß die Treppe (Abb. 2) keine praktische Modalität sei, eingefügt als Durchgang in eine bestimmte Folge von Vorstellungen«. Scarpas »formaler Überfluß und die überwachte stilistische Sublimierung dürfen aber nicht mit Formalismus verwechselt werden. Man will — nehmen wir an — von gewissen sehr puritanischen Stileigentümlichkeiten des »Bauhaus« oder des »de Stijl« nichts wegnehmen, indem man immerhin wenn nicht die Ziellosigkeit, so doch das Sich-selber-Ziel-sein der Form anerkennt, jene Tatsache, daß das Formproblem der einzige geistige

1—3 Verkaufsgeschäft in Venedig von Carlo Scarpa.  
Magasin à Venise de Carlo Scarpa.  
Shop in Venice by Carlo Scarpa.

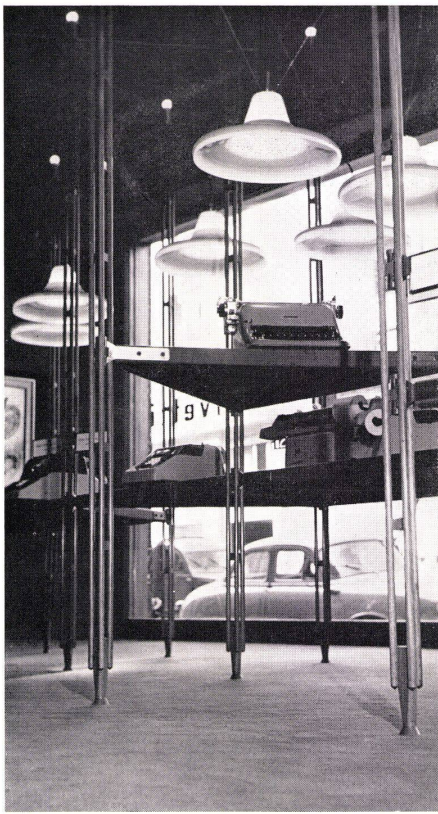
3 Plastik von Alberto Viani.  
Plastique de Alberto Viani.  
Sculpture by Alberto Viani.



2



3



4

Gehalt der erarbeiteten Form ist. Wenn man dies bedenkt, so offenbart sich doch deutlich die Verschiedenheit mit Scarpas Werk, und zwar gerade an einem Punkt, der vielleicht vorerst definitorisch scheinen könnte, auch weil es unzweifelhaft erscheint, daß der Künstler dieses Experiment gemacht und eronnen hat. Der Inhalt dieses plastischen oder architektonischen Werkes ist weder das auch noch so liebevoll betriebene Studium der zusammengesetzten Volumen noch die ökonomisch-bauliche Funktion. Um so mehr schöpfen solche Komponenten den Inhalt aus, oder besser gesagt: solche Komponenten verschmelzen in eine Inspiration, die über sie hinausgeht. Diese Treppe (die in der eben festgestellten Weise mit dem umgebenden Raum zusammenlebt, der ein durch und durch beseelter und vermenschlichter Raum ist) ist auch ein Sitz, eine Unterlage, eine Stütze, indem sie eine Wasserscheide zwischen den Ausblicken und der Bewegung bildet; diese Treppe ist nicht nur für die Füße gemacht, um ganz deutlich zu sprechen, sondern sie wendet sich an den ganzen psycho-physischen Organismus des Menschen — auch an seine sogenannten höheren Zonen und befriedigt diese. Diese der Treppe verliehene Liebenswürdigkeit (indem die Funktion verzweigt und mit empfindsamer, offener Besorgtheit um die Möglichkeiten der Bedürfnisse, der Gesten und der Situationen des Menschen in der Umgebung vervielfältigt wird) setzt sich fort in der Bestimmung der Treppenstufe (als eine leise, leichte, sichere und ungewöhnlich gefällige Einladung) und sogar in der Vielfalt des Zugangs, die schließlich mit der körperlichen Bewegungsfähigkeit des Menschen zusammenfällt. In dieser tiefen Vermenschlichung des Instrumentes, in dieser konstitutionell vergeistigten Interpretation liegt der authentische Gehalt des Werkes.«  
 Es ist möglich, daß das, was Ragghianti schreibt, viel Wahres enthält — was aber hat diese Gedanken- und Gefühlsakrobatik noch mit einem »Laden« zu tun? Hier bahnt sich eine Entwicklung an, die nicht nur die Gestaltung der Geräte von Olivetti gefährdet, sondern die heutige Architektur überhaupt! üe

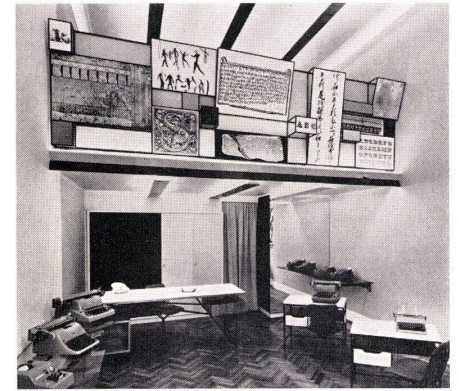


5

4 und 5 Verkaufsgeschäft in Paris. Magasin à Paris. Shop in Paris.

6 Verkaufsgeschäft in London. Magasin à Londres. Shop in London.

7 Verkaufsgeschäft in New York. Magasin à New York. Shop in New York.



6



7