

# "Design-Boom" : Gesichtspunkte zum Schweizer Design

Autor(en): **Bär, Lotte Schilder**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Kunst + Architektur in der Schweiz = Art + architecture en Suisse = Arte + architettura in Svizzera**

Band (Jahr): **48 (1997)**

Heft 3: **Design**

PDF erstellt am: **11.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-394092>

## **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.

## «Design-Boom» – Gesichtspunkte zum Schweizer Design

Design, Industrial-Design, Design-Engineering, Wohn-Design, Designer-Jeans, Hair-Design, Mode-Design, Corporate-Design, Graphic-Design, Designer-Drogen, Designer-Brillen – Schlagworte, die uns in immer neuen Kombinationen seit Anfang der 80er Jahre umgeben. Imperativ heisst es: «Design statt Sein», «Design im Sein» oder «Design-Dasein». Selbst ein Informationsblatt des Design-Preises Schweiz 1993 ist mit dem Slogan «Design oder Nichtsein» überschrieben<sup>1</sup>. Ohne Zweifel, es geht ums Ganze: die Welt wird neu gestaltet. Das in den Medien und in der Werbung beliebig verwendete Wort zeigt, dass der Vorstellung, was Design alles beinhaltet, keine Grenzen gesetzt sind. Trotz inflationärem Gebrauch steht der Begriff aber nach wie vor für Qualität, impliziert einen ästhetischen und ökonomischen Mehrwert<sup>2</sup>. Design ist vor allem in den 80er Jahren von Marketingstrategen als verbales Zugpferd entdeckt worden, das in einem von ähnlichen Produkten übersättigten und vom Ausland konkurrenzten Markt den Absatz fördern und wirtschaftlich gebeutelten Firmen das Überleben sichern sollte.

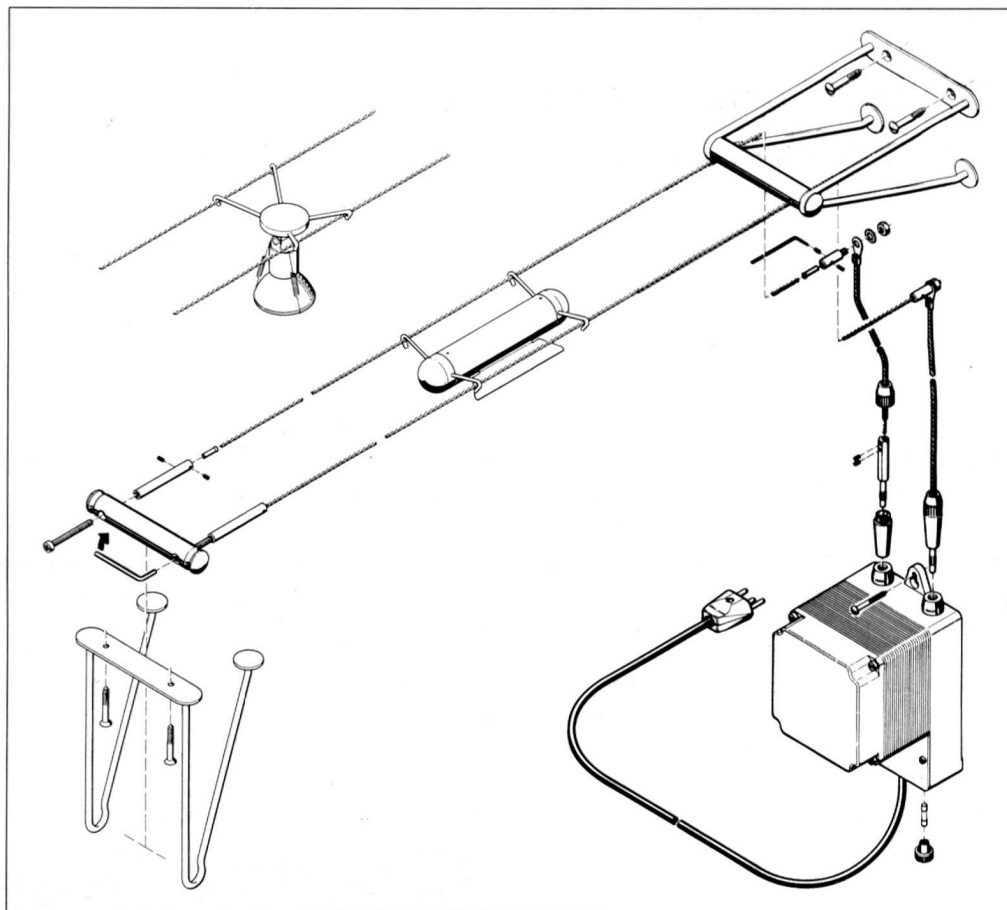
### Wo der Schuh drückt

Beispielhaft für ein wenig geglücktes Vorgehen ist die Strategie von Bally. Der kränkelnde Schweizer Schuhhersteller bemüht sich seit Jahren um einen erfolgreicherer Absatz. Um sich eine neue Identität und ein klares Profil zu geben, sollen u. a. die Verkaufslokalitäten umgestaltet werden. Bekannt ist der teure Umbau des Stammhauses an der Zürcher Bahnhofstrasse im Jahr 1995. Bally hat dafür keine geringere Person als die französische Star-Innenarchitektin Andrée Putmann engagiert<sup>3</sup>. Fünfzehn Jahre früher wäre die Wahl der Grande Dame des Interior Designs der 80er Jahre zweifellos richtig gewesen – ob das für dieses Jahrzehnt auch gilt, ist die Frage. In der aktuellen Werbung stecken Bally-Schuhe an den Füßen von versunken tanzenden Paaren, die sich in repräsentativen Räumen zu imaginärer Musik verlieren. Wen sollen diese Botschaften

ansprechen? Für das Gros der Konsumenten sind sie zu exquisit und für die Elite zu wenig stilsicher. Dieselbe Diskrepanz spricht auch aus dem eigentlichen Produkt des Hauses, dem Schuh – vorab den Damenmodellen: zu teuer für einen wirklich breiten Kundinnenkreis und zu wenig exklusiv für hohe Ansprüche. Vielen Modellen fehlt in der Ausformung der letzte Schliff, und die Re-Edition von Klassikern kann nicht mit dem Original konkurrieren.

1 Erste Ausstellung der Design-Sammlung 1990.





Was fehlt, ist ein gut durchdachtes Gesamtkonzept, bei dem das Produkt als Innovationsfaktor im Zentrum steht und von diesem ausgehend Firmenidentität und Werbung gleichrangig angegangen werden. Solange der Schuh nicht Ausgangs- und Mittelpunkt ist, wird Bally nicht, was er einmal war.

In einer Phase der Neuorientierung eines Unternehmens ist nichts wichtiger als ein klares Produkte-Profil – verbunden mit dem notwendigen gestalterischen Verständnis, einem Gespür für gesellschaftliche Befindlichkeiten und «Pioniergeist» als Entscheidungsgrundlage im Management.

Am deutlichsten treten vorgängig skizzierte Probleme im Konsumgüterbereich zutage. Anders ist es bei den Investitionsgütern, einem dem Publikum kaum bekannten, für Industrial Designerinnen und Designer immer wichtiger werdenden Arbeitskreis. Dort sind Fragen der Gestaltung viel augenscheinlicher auch Sachfragen<sup>4</sup>.

#### Neue Berufsgattung: Corporate Design Manager

Dem in Fachkreisen hinlänglich bekannten Manko – nämlich das heikle Zusammenspiel zahlreicher wichtiger Aspekte, die das Auftreten und das Positionieren eines Produktes in

seinem Umfeld bestimmen, angemessen zu berücksichtigen – soll zukünftig mit dem an Schweizer Fachhochschulen neuen Nachdiplomstudiengang «Corporate Design Management» (CODEM) begegnet werden<sup>5</sup>. Ziel dieser interdisziplinären Ausbildung ist es, Fachleute heranzuziehen, die alle gestaltungsrelevanten Aufgaben in einem Unternehmen – von der Produkteentwicklung bis hin zum Firmenimage – planen, organisieren, koordinieren und zur Ausführung bringen können.

#### Design-Begriff und Forschung

Der dehnbare Begriff wird seit langem sowohl abwertend als auch überhöht verwendet: als «Styling», im Sinne von oberflächlich auf der einen Seite, und als «elitär», oder dem Slogan «Qualität statt Quantität» gemäss, auf der anderen Seite. So wird heute vielfach versucht, dem Ausdruck Design durch Umschreibungen oder mittels Synonymen auszuweichen – ohne jedoch dem Problem zu entkommen. Ursprünglich im Sinne von «Industrial Design» aus dem anglo-amerikanischen Sprachraum übernommen, hat der Begriff seit den 50er Jahren über verschiedene Stufen, bis hin zu einem kunsthistorischen Ansatz mit kulturhistorischer Perspektive, eine Ausweitung erfahren<sup>6</sup>. Noch fehlen fundierte Forschungen

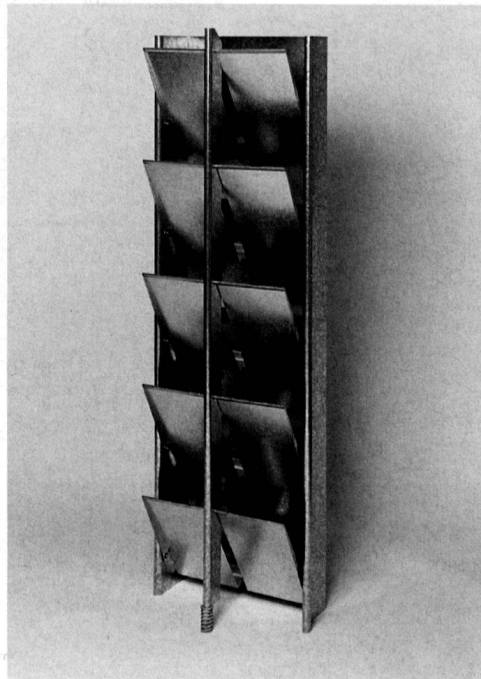
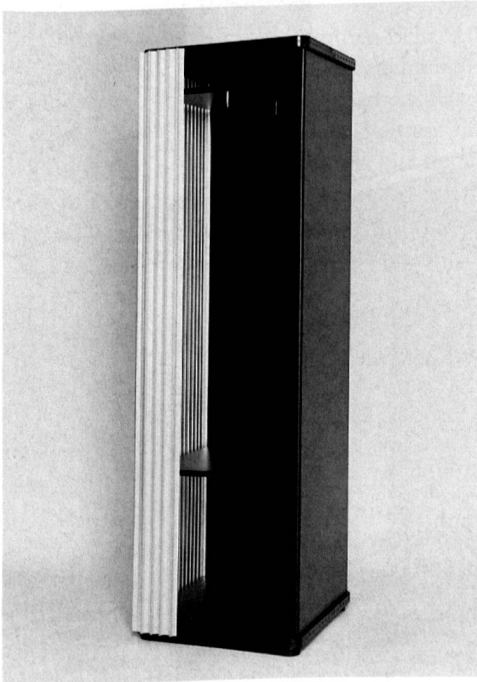
dazu; die Designdiskussion der vergangenen Jahre konnte dieses Vakuum nicht füllen.

Mit der durchaus berechtigten Begriffserweiterung haben wir heute zu kämpfen. So findet sich in der breiten Öffentlichkeit ein gesteigertes Bewusstsein gegenüber Form und Gestaltung. Das hat eine zuvor noch nie gekannte Ästhetisierung der Umwelt ausgelöst: Vom einfachen Gegenstand bis zu ganzen Lebensbereichen wird alles gestaltet und mit Prestige aufgeladen. Dies vor allem, nachdem Design als marketingstrategischer Erfolgsfaktor in den vergangenen Jahren zunehmend unter ökonomischen Druck geraten ist.

Seit dem Boom der 80er Jahre wird viel über Design gesprochen und publiziert, jedoch fehlt meist das fachliche Wissen über Zusammenhänge<sup>7</sup>. Die junge Disziplin krankt an der intensiven Verwertung ihrer noch dünnen Basis. Der Boden für weitere theoretische Forschungen, nämlich die wissenschaftliche Grundlagenarbeit, kann mit dem schnellen Output nicht Schritt halten. Leider wird der Sinn, aber auch der Aufwand allfälliger Feldforschungen in der Schweiz zu wenig erkannt und anerkannt. Diese, eigentlich Museen und Hochschulen zustehende, wichtige Aufgabe wird bis heute nicht mit der nötigen Sorgfalt wahrgenommen. So fehlt eine öffentliche Plattform, etwa eine «Zeitschrift für Industriekultur und Design», in der forschungsrelevante und fachlich fundierte Beiträge publiziert werden können<sup>8</sup>. Die 1988 ins Leben gerufene Schweizer Zeitschrift für Architektur und Design, «Hochparterre», kann diesem Anspruch nicht genügen.

## Institutionelle Aktivitäten

Dank dem 1983 an der Universität Zürich eingeführten Lehrstuhl für das 20. Jahrhundert hat sich das Kunstgeschichtestudium neuen Themen zugewandt. Fragestellungen, die sich mit der industriellen Produktion in einem umfassenden Sinne auseinandersetzen, haben Einlass in Vorlesungen und Seminarien gefunden. Dabei war Siegfried Giedions kulturgeschichtlicher Ansatz von «Mechanization Takes Command» Ausgangspunkt für Forschungen zur Schweizer Design-Geschichte<sup>9</sup>. Dasselbe Vorhaben wird auch vom Museum für Gestaltung Zürich seit Beginn der 80er Jahre verfolgt und ist u. a. in der Reihe «Schweizer Designpioniere» dokumentiert<sup>10</sup>. Einen weiteren Meilenstein in dieser Entwicklung bildet die 1987 gegründete Design-Sammlung am Museum für Gestaltung in Zürich. Deren Ziel ist es, wichtige Schritte in der formalen Ausbildung von alltäglichen Gebrauchsgegenständen aus dem Wohn-, Arbeits- und Freizeitbereich zu sichern und wissenschaftlich aufzuarbeiten. Der zeitliche Rahmen setzt bei der Jahrhundertwende ein und bezieht laufend aktuelle Strömungen mit ein. Das hat zur Folge, dass zeitgenössische Arbeiten immer mehr an Bedeutung gewinnen, bietet sich hier doch die Gelegenheit, den Design-Prozess umfassend zu belegen. Der Bund fördert, was wenig bekannt ist, seit 1917 das serielle Schaffen in der Schweiz. Die aus diesen Mitteln getätigten Ankäufe sind seit 1989 als Dauerleihgaben der Schweizerischen Eidgenossenschaft Bestandteil der Zürcher Design-Sammlung (Abb. 1)<sup>11</sup>.



3 «Wogg 4» Schrankmöbel mit Rollfronten, 1989, Entwurf: Johann Munz, Wogg AG.

4 Schubkippe, Blech verzinkt, 1985, Entwurf: Hanspeter Weidmann, Hersteller für die Schweiz: Weidmann-Produkt- und Raumgestaltung. Bei minimalem Raumbedarf (165×53×16 cm) bietet sie maximalen Stauraum; Kippmechanismus, der alle Fächer auf einmal schliesst bzw. öffnet.

Legenden zu Seite 55:

6 «Dado», Staumöbel, Stahlblech pulverbeschichtet/Birken-sperholzabdeckung, 1992/94, Entwurf und Vertrieb: Felix Zoller. Einzelne Elemente, die Vorderseite wird durch eine Klappe ohne Verschluss mittels Schwerpunktverschiebung geschlossen. Einfache Montage, Einbau von vier Schubladen möglich. Materialien zur Wiederverwertung gut trennbar.

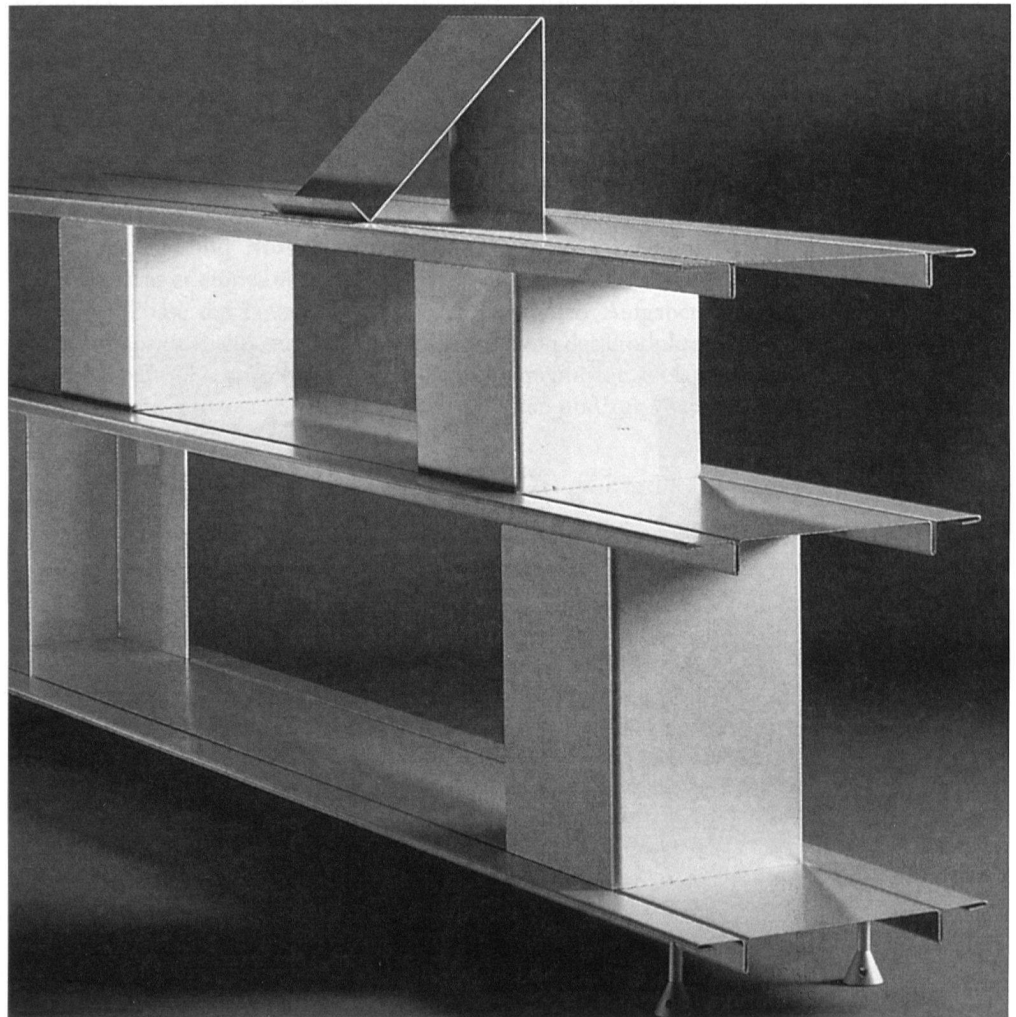
7 «anywhere», Garderobe / offenes Schrankmöbel, Birken-schichtholz, 1997, Entwurf: groupe alternative, wb form. Einfacher Zusammenbau: Basiselement auf Rollen mit Kleiderstange und zwei Querstreben aus rostfreiem, gebürstetem Stahl, Einbauelement für Auszugstablare; Accessoires: Kleidersäcke und bespannte Kartonschachteln.

In Abgrenzung zur bereits bestehenden Kunstgewerblichen Sammlung im Museum Bellerive erfasst die Design-Sammlung nicht kunstgewerbliche Unikate, sondern seriell hergestellte Gegenstände, Prototypen und Modelle. Schriftliche und fotografische Dokumente, Entwurfszeichnungen, Nachlässe, Teile von Firmenarchiven und seit 1992 das Werkbundarchiv ergänzen die mit einer kulturhistorischen Perspektive aufgebaute Sammlung. Design wird dabei umfassend verstanden: als ein umfangreicher Prozess, der mit der Entwicklung einer Idee beginnt, in einer Entwurfsphase materiell umgesetzt wird und in einem Produkt endet. Design ist aber auch Zeitdokument, Ausdruck eines Berufsstandes und kulturelle Äusserung. Dieser Ansatz wirft die Frage nach der Qualität von Gestaltung auf, indem historische, technologische, soziokulturelle, wirtschaftliche und zunehmend auch ökologische Gesichtspunkte berücksichtigt werden – Kriterien, die es erst ermöglichen, ein Produkt und sein Umfeld verbindlich zu beurteilen.

Abgesehen von den bereits genannten gibt es in der Schweiz nur wenige weitere Institu-

tionen, die sich mit der modernen Schweizer Alltagskultur befassen. Dazu zählen: das «Bernische Historische Museum», das seit Anfang der 80er Jahre eine Sammlung von Alltagsgegenständen des 20. Jahrhunderts aufbaut; das «Schweizerische Landesmuseum» in Zürich öffnete sich aktuellen Themen<sup>12</sup>; das «Verkehrshaus» in Luzern, die Stiftung «Technorama» in Winterthur, das «Musée d'Horlogerie» in La Chaux-de-Fonds und das «Centre International de la Mécanique d'Art» in Ste-Croix besitzen umfangreiche Sammlungen<sup>13</sup>. Auch in den design-intensiven Jahren nach 1980 sind all diese Schätze kaum gehoben worden – noch immer ist die Schweizer Design-Geschichte nur bruchstückhaft aufgearbeitet.

Neben den bekannten öffentlichen Schweizer Gestalterschulen<sup>14</sup>, die konstant über zu wenig Ausbildungsplätze verfügen, hatte sich 1986 das private, in Pasadena USA domizilierte «Art Center College of Design» in La Tour-de-Peilz VD etabliert. Die von Mitteln der Industrie getragene Schule stellte 1996 trotz erfolgreicher Ausbildungstätigkeit aus wirtschaftlichen Gründen ihre europäische Zweigstelle wieder ein<sup>15</sup>.



5 «Zoll D», Gestell, eloxiertes Aluminium, 1992/1994, Entwurf: Lucas Buol und Marco Zünd, Nils Holger Moormann. Steckprinzip, bestehend aus Tablaren mit je zwei 3 cm tiefen Nuten und Boxen als stabilisierende Verbindungselemente.



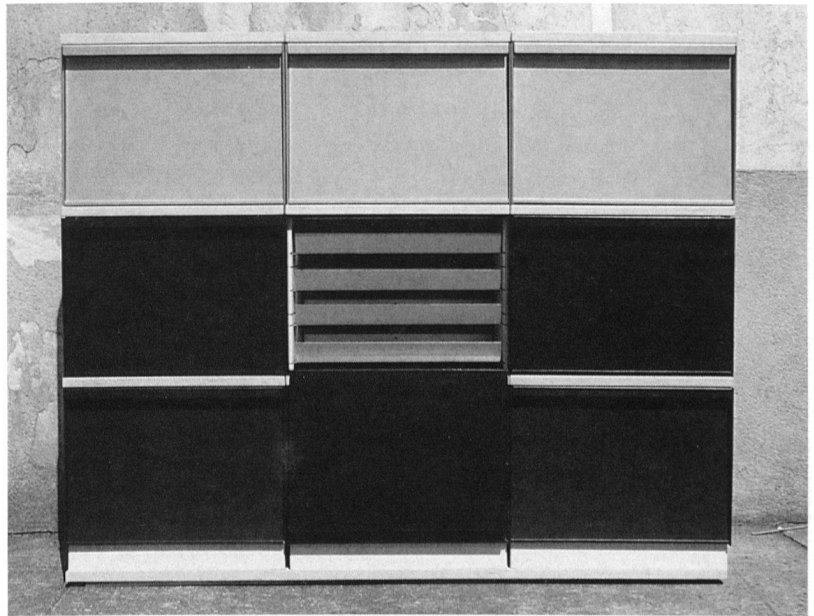
## Private Initiativen

### Designfördernde Infrastruktur

1986 hat der von Langenthaler Firmen erstmals durchgeführte «Designer's Saturday» eine Art Initialzündung bewirkt. Plötzlich war nun Design auch in der Schweiz in aller Munde. Seither öffnen diese Unternehmen alle zwei Jahre an einem Samstag im November ihre Räumlichkeiten. Kunden und interessierte Laien können sich dabei über ausgewählte neue Schweizer Produkte umfassend informieren. Dieser Anlass hat das helvetische Design einer breiten Öffentlichkeit ins Bewusstsein gebracht<sup>16</sup>. Auf den Designer's Saturday geht auch die Gründung des 1995 eröffneten «Design Center Langenthal» zurück. Das privatwirtschaftlich organisierte Zentrum sieht sich als ein Ort der Begegnung, Schulung und Beratung in Design-Fragen. Seit 1991 wird zweijährlich in Solothurn der Design Preis Schweiz verliehen und seit 1993 an der Schweizer Möbelmesse International (SMI) jährlich ein Förderpreis vergeben<sup>17</sup>. Vorreiter dieser Bestrebungen sind kleine und mittlere Schweizer Betriebe, die sich 1985 im «Forum kreativer Fabrikanten» zusammengeschlossen haben<sup>18</sup>. Das gemeinsame Auftreten an Messen und Ausstellungen sollte dem Schweizer Design neuen Aufwind verschaffen. In die Fussstapfen der 1993 aufgelösten Vereinigung sind acht der ehemals 21 Firmen getreten, die sich «Forum 8» nennen. Ziel der aktiven Gruppe ist es, Design «nicht als Marketingvehikel für den schnellen Erfolg (zu pflegen, sondern) als Strategie von Dauer»<sup>19</sup>.

### Innovative Unternehmer und Gestalter

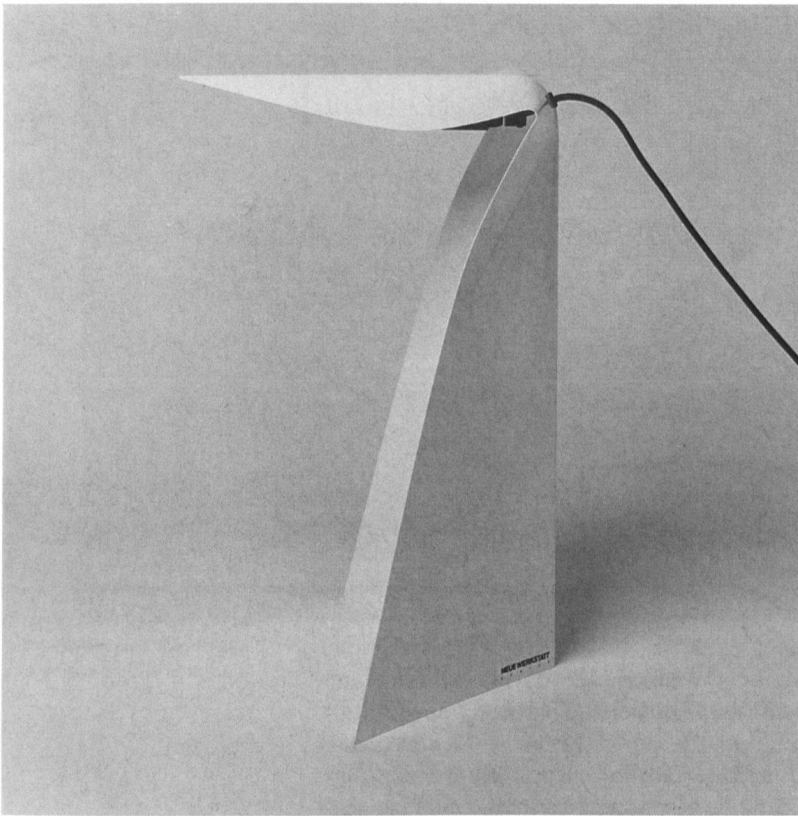
Das 1970 gegründete Unternehmen Belux AG hatte sich ursprünglich auf Arbeitsleuchten für den Bürobereich, für Maschinenarbeitsplätze und für Werkbänke spezialisiert. Leitsatz für die Produkte ist bis heute «optimale Lichttechnik, Qualität und Langlebigkeit». Die Firma musste jedoch mit der zunehmenden Automatisierung, welche den Bedarf an Maschinenlampen rapide sinken liess, umdenken. Die Begegnung des Firmeninhabers Thomas Egloff mit dem Schweizer Gestalter Hannes Wettstein (1979) hat dann einen intensiven Dialog über Design ausgelöst. Die Belux AG blieb zwar ihrem Grundkonzept treu. Zukünftig sollte jedoch jedes neu lancierte Produkt eine «erkennbare innovative Idee beinhalten» und in Serie gefertigt werden. Eine weitere wichtige Zielsetzung war: eine klare, wenig Elemente umfassende Formgebung. Nach zweijähriger Entwicklungsarbeit ist 1982, als weltweit erstes, das Niedervolt-Seilsystem «Metro» auf den



Markt gekommen (Abb. 2). Dieses beruht auf dem Prinzip zweier Niederspannungsleitungen, auf die unterschiedliche Lichtelemente ohne Isolation direkt aufgesetzt werden können. Mit Klammern verschraubte Halogen-Autolampen waren die Lichtquellen der ersten Stunde, denen dann Fassungen und weitere Beleuchtungskörper folgten.

Der Mut zur neuen Produktkultur und der Schritt vom handwerklichen Verfahren zur Serienproduktion haben sich gelohnt. Mit einem kleinen pointierten Sortiment soll der Produkteschwemme etwas entgegengesetzt werden<sup>20</sup>.





8 «Pinguin», Röhrenleuchte, Stahlblech pulverbeschichtet, 1989, Entwurf und Herstellung: Neue Werkstatt. Die Leuchte ist aus einem 80°-winkligen Dreieck, durch zweimaliges Biegen (das zweitemal gegen den Bug) gefertigt; die Spannungsformen entstehen durch die präzise gewählten Materialeigenschaften und das in der Metallbranche unübliche Vorgehen.

Ähnlich die Erfolgsgeschichte der Firma Wogg: ihr Name setzt sich aus den Initialen der Gründer Willy und Otto Gläser zusammen. Sie ist 1983 mit dem Ziel gegründet worden, eine eigene, industriell gefertigte Möbelsammlung herzustellen. Der unternehmerische Leitsatz «spannende Produkte schaffen einen Markt» bestimmt bis heute die sparsame, aber kontinuierliche Erweiterung der Produktpalette. Unauffällig, jedoch revolutionär ist etwa das Schrankmöbel «Wogg 4» mit seiner vertikalen, bandgeführten und vorgehängten Lamellen-Rollfront aus flexiblen Aluminiumprofilen. Sie gibt dem Möbel ein neuartiges, ungewohntes Aussehen und kann rundum auf beide Seiten geführt werden. Das Wegfallen einer Vorder- und Rückseite erlaubt es, das Möbel beliebig im Raum aufzustellen (Abb. 3)<sup>21</sup>. Nach der zweijährigen Entwicklungsarbeit mit Gestalter Johann Munz dauerte es noch weitere zwei Jahre, bis die originelle Haltevorrichtung ganz ausgereift war. Trotz dieser Kinderkrankheiten konnte sich die Firma gerade mit diesem Möbel definitiv auf dem heissumstrittenen Markt positionieren.

Das Sideboard «Wogg 18», im Grundriss rechteckig mit abgerundeten Kanten, ist eine Weiterentwicklung von Benny Mosimanns «Ellipsenturm». Transparente Schiebeflächen aus Polycarbonatfolie laufen ohne Arretierung in Aluminiumprofilen, die gleichzeitig als Abdeckung und Führungsschiene dienen. Die technische Innovation liegt beim Anbringen

des Profils über die vier engen Radien<sup>22</sup>. Die unverwechselbare Formensprache, die Kombination leichte Hülle – fester Rahmen, nur dank dem fertigungstechnischen Know-how möglich, machen den Reiz des Möbels aus.

Zwei Beispiele, die exemplarisch zeigen, dass die Unternehmen und mithin die Inhaber eine klare Produktephilosophie pflegen. Neuentwicklungen, aber auch Werbung und Vertrieb stehen damit in Einklang.

Anknüpfend an die Schweizer Möbelgeschichte von 1927–1984, in der an die «jungen Gestalter, die neuen Wegbereiter»<sup>23</sup> appelliert wird, darf nun geantwortet werden: Hier sind sie!

Und es sind noch nicht alle. Nicht zu vergessen ist die Gruppe «Prototypen», ein Zusammenschluss junger Schweizer Designerinnen und Designer<sup>24</sup>. Sie haben ihre aktuellen Entwürfe zwischen 1989–1993 jeweils an der Schweizer Möbelmesse International (SMI) gezeigt. Bekannte Exponenten sind: Hanspeter Weidmann, der seine inzwischen oft kopierte Schuhkippe in diesem Rahmen zum ersten Mal öffentlich präsentiert hat (Abb. 4). Oder Lucas Buol und Markus Zünd, die Erfinder des Gestells «Zoll D» (Entwurf 1992), das in Fachkreisen höchste Anerkennung gefunden hat (Abb. 5). Der Deutsche Nils Holger Moormann entdeckte Zoll D in der Prototypen-Gemeinschaftsausstellung und lässt es seit 1994 produzieren. Seit 1982 hat Moormann eine kleine, konsequent wachsende Kollektion zusammengestellt, für deren Produktion und Vertrieb er verantwortlich ist. Dank seinem Engagement ermöglichte er einigen jungen Schweizer Gestaltern, ihren Entwurf auf den Markt zu bringen und somit bekanntzumachen. Moormann schloss Anfang der 80er Jahre eine schmerzliche Lücke, die, seitdem der «Wohnbedarf» seine eigene Produktion aufgegeben hatte, offenstand. Erst mit der 1989 neuaufgelebten WB-Form ist die Firma wieder aktiv im Markt und bietet neuerlich die Möglichkeit, Möbel kommerziell zu produzieren. Neben Klassikern ist es das «Wohnbedarf-Sideboard» und das einfach zusammenbaubare, offene Schrankmöbel «anywhere», entworfen von der Westschweizer «groupe alternative», welche die neue Reihe anführen (Abb. 7)<sup>25</sup>.

Neben dem bekannten Tessiner Architekten Mario Botta, der mit einzelnen (im Ausland produzierten) Objekten in Erscheinung tritt, und den bereits erwähnten Kreisen, gibt es eine Reihe freier Gestalter und Handwerker wie Felix Zoller in Basel (Abb. 6), die «Neue Werkstatt» aus Winterthur (Abb. 8), das «Atelier Vorsprung» in Bern und Christian Anderegg, Ulisbach (Abb. 9), die in handwerklichem oder industriellem Verfahren Klein- und

Kleinstserien selber herstellen oder produzieren lassen. Sie runden exemplarisch das Bild der aktuellen Schweizer Möbelszene ab, die noch immer in der Deutschschweiz zentriert ist.

Die Firmen zeigen eindeutig wieder mehr Mut zum Risiko, indem sie gemeinsam mit jungen Gestaltern zu Neuentwicklungen bereit sind. Dieses Umfeld wiederum ermunterte junge Designerinnen und Designer, ihr eigenes Büro zu eröffnen und die Zusammenarbeit mit verschiedenen Herstellern zu suchen, so wie es etwa bei der traditionsreichen Eternit AG geschehen ist (Abb. 10).

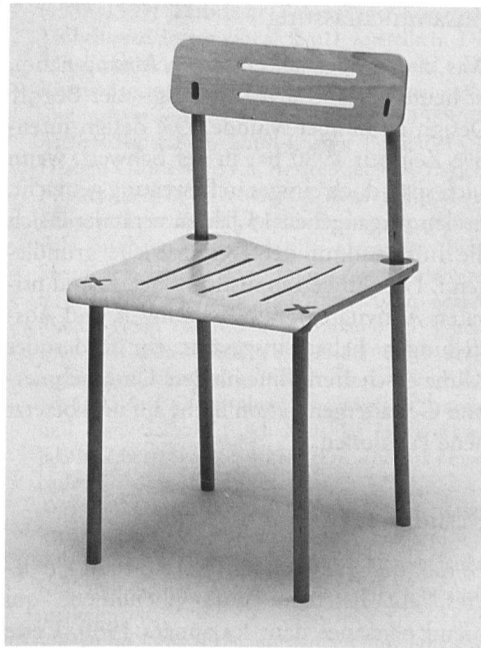
Viele dieser skizzierten Initiativen verdanken ihr Gelingen Alfred Hablützel, dem Mentor des Schweizer Design. Seit vielen Jahren führt er die Aktivitäten einzelner und von Gruppen immer wieder zusammen und macht sie öffentlich<sup>26</sup>.

### Rück- und Ausblick

Insgesamt ist die Designförderung in der Schweiz sehr heterogen. Nach den Bemühungen in den 20er/30er und in den 50er/60er Jahren ist sie erst spät wieder aufgenommen worden und wird staatlich nicht gezielt unterstützt<sup>27</sup>.

Eine neue Generation von Gestaltern und Architekten beginnt die seit den 50er/60er Jahren bestimmende Schweizer Garde abzulösen. Auffallend sind die auf einfachste Weise, ohne Schrauben und Gebrauchsanweisung zusammensteck- und kombinierbaren Möbel, deren Ehrlichkeit eine eigene Identität inneohnt. Und nicht zu übersehen ist die weitere Hinwendung zum höchst flexiblen Einzeilmöbel. In der Regel weisen die Produkte hohe konstruktive und fertigungstechnische Qualitäten auf, verbunden mit einer schlichten Formensprache. Sie führen eine lange Tradition schweizerischen industriellen und handwerklichen Schaffens weiter, das schon immer von Entwerfern, Erfindern und Ingenieuren geprägt war, die sich technische Innovationen zunutze machen und den Dingen nicht nur durch Styling ihre Form geben. Sie mögen von einem – manchmal auch belächelten – Pragmatismus gekennzeichnet sein, ohne dass heute das «Tüftlerische» der Eleganz Abbruch täte. Alles Eigenschaften, die dem Schweizer Design in den vergangenen Jahren auch internationale Anerkennung eingebracht haben<sup>28</sup>.

Im Möbeldesign wird manifest, was auch für andere Sparten des Konsumgüterbereichs gilt: Nur wenn das Produkt als Innovationsfaktor im Zentrum der Bemühungen steht, wenn Innovation aus der Tradition gewachsen ist, Stil zeigt und adäquat positioniert wird, erst dann hat ein Produkt nachhaltigen Erfolg. Das



9 «Basic», Stuhl, Sitzfläche und Rückenlehne Buchensperrholz, 1989/90, Entwurf und Herstellung: Christian Anderegg. Die kreuz-, ring- und strichförmigen Epoxidharz-Verbindungen ermöglichen eine dauerhafte Verbindung ohne Schrauben oder Niete (patentierte Konstruktion).

anonyme Schweizer Design gibt es heute kaum mehr.

Entgegen dem in der Ausstellung «Mehrwerte» (1991 im Museum für Gestaltung Zürich) entworfenen Bild vom «Neuen Wilden Schweizer Design» – ganz im Sinne von Zeitgeist-Surfern – eröffnen sich bei einem vertieften Blick auf die Objektwelt seit 1980 ganz andere Perspektiven. Unterscheiden wir zwischen seriellen (High-Tech)-Produkten, manufakturrellen Kleinstserien, Prototypen, kunsthandwerklichen Produkten und künstlerischen Unikaten und klammern dabei die letzteren beiden aus, dann zeigt sich durchaus ein Bild, das abseits des Modischen Bestand hat und den Weg für das gegenwärtige Jahrzehnt weist.

10 «Aron» und «Mira», Ziergefäße für Gartenpflanzen, 1995, Entwurf: Christophe Marchand und Alfredo W. Häberli, Eternit AG. Eine Analyse von Material und Herstellungsprozess führte zu diesen eleganten, noch ungewohnt anmutenden Gefässen ohne abschliessenden Wulst. Dank vereinfachter Produktion konnten die Herstellungskosten beträchtlich gesenkt werden. Die Firma knüpft damit an ihre Zusammenarbeit mit Gestaltern in den 50er/60er Jahren an.





## Zusammenfassung

Was in den 80er Jahren seinen Anfang nahm, ist heute beinahe allgegenwärtig – der Begriff Design ist in aller Munde. Die design-intensive Zeit seit 1980 hat in der Schweiz, wenn auch spät, doch einiges in Bewegung gebracht. In den vergangenen 15 Jahren veränderte sich die Infrastruktur der Design-Szene grundlegend. Die skizzierten institutionellen und privaten Aktivitäten, Auszeichnungen und Ausstellungen haben insgesamt ein förderndes Klima geschaffen. Eine jüngere Unternehmer- und Gestaltergeneration blüht auf und besetzt neue Positionen.

## Résumé

Le mot design est aujourd'hui sur toutes les lèvres, aboutissement d'un phénomène qui prend naissance dans les années 1980. Cette période d'intense effervescence n'a pas été sans effet sur la Suisse, quand bien même avec un peu de retard. Durant les quinze dernières années, le design, l'infrastructure même de son avant-scène, ont connu des changements notables. Les initiatives institutionnelles et privées, les prix et les expositions ont joué un rôle important dans la création d'une atmosphère d'émulation. Une nouvelle génération de jeunes entrepreneurs et de jeunes créateurs s'épanouit et occupe de nouvelles positions dans le champ.

## Riassunto

Ciò che è cominciato nella scorsa decade... oggi è quasi onnipresente: il design è una parola sulla bocca di tutti. Con la sua grande diffusione a partire dal 1980, in Svizzera qualcosa si è mosso, anche se tardi; negli ultimi quindici anni l'infrastruttura del settore ha subito un mutamento radicale. Le attività istituzionali e private, le mostre e i premi qui delineati hanno creato, nel complesso, un ambiente favorevole; prospera e si va consolidando una nuova generazione d'imprenditori e di stilisti.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> *Design-Dasein. Ausgewählte Objekte zum Sitzen, Stellen und Leben*, Ausstellungskatalog, Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, Hrsg. NILS JOCKEL, Hamburg 1987; *Design oder Nichtsein – der Design Preis Schweiz ist zum zweiten Mal erfolgreich ausgeschrieben worden*, Informationsblatt 1993.
- <sup>2</sup> Den Begriff Mehrwert prägte Karl Marx; 1991 zeigte das Museum für Gestaltung Zürich die Ausstellung «Mehrwerte. Schweiz und Design: Die 80er».
- <sup>3</sup> Vgl.: J. ISSLER, E. VAN DER GEEST, *Umbau des Bally-Flaggschiffes in Zürich: (Fast-) Unmögliches in Rekordzeit bewältigt*, in: *Zürcher Chronik*, 4/95,

S. 12 ff. und MARK VAN HUISSLING, *Ballys biedere Schuhe betreten die Haute Couture*, in: *Die Weltwoche*, Nr. 9/1995.

- <sup>4</sup> Der Verband Schweizerischer Industrial Designer (SID) bemüht sich seit einigen Jahren vermehrt, Gestaltungsfragen aus dem Investitionsgüterbereich zu thematisieren.
- <sup>5</sup> Corporate Design Management (CODEM), Nachdiplomstudium, ein Projekt von Schweizer Fachhochschulen für Technik, Wirtschaft und Gestaltung, HfGZ, Arbeitsunterlagen, Oktober 1996.
- <sup>6</sup> Die Design-Sammlung des Museums für Gestaltung Zürich wird unter diesen Gesichtspunkten aufgebaut. vgl.: L. SCHILDER BÄR, *Die Design-Sammlung des Museum für Gestaltung*, in: *Mitteilungsblatt der Museen der Schweiz*, Juni 1996, S. 44–48; umfassende Design-Analysen sind dargelegt in: Ausstellungskatalog, *Unbekannt – vertraut. «Anonymes» Design im Schweizer Gebrauchsgerät seit 1920*, CLAUDE LICHTENSTEIN, CHRISTOPH BIGNENS, LOTTE SCHILDER, Zürich 1987; und Lizenziatsarbeit LOTTE SCHILDER, *Fotoapparate «Made in Switzerland». 3 Designanalysen*, Universität Zürich 1987.
- <sup>7</sup> Im Katalog zur gleichnamigen Ausstellung *«Design heute, Massstäbe: Formgebung zwischen Industrie und Kunst-Stück»*, hrsg. v. VOLKER FISCHER, Deutsches Architekturmuseum Frankfurt am Main, München 1988, kommt dies zum Ausdruck. Z. B. wird für Türgriffe und Armaturen der Begriff «Banal Design» eingeführt. Christian Marquart hat die das ganze Werk dominierende Begriffsverwirrung in seiner Kritik: *«Über die Mehrsprachigkeit des Designs»* auf den Punkt gebracht, in: *Stuttgarter Zeitung* 29. 6. 1988; ein anderes Beispiel: dem Designer's Saturday geht jeweils ein Symposium in Langenthal voran. 1994 unter dem Titel «Stationen der Design-Geschichte: Bauhaus, Memphis und die Folgen». Ein Referent, der das Thema «Konstruktivismus und die Entwicklung in den USA» behandelte, sprach dazu eine Stunde über den Industriedesigner Raymond Loewy – notabene mit konsequent falscher Aussprache des Namens.
- <sup>8</sup> Vgl.: STANISLAUS VON MOOS, *CH-Design*, in: *Zuger Zeitung* 3. 1. 1991.
- <sup>9</sup> SIEGFRIED GIEDION, *Die Herrschaft der Mechanisierung*, Frankfurt am Main 1982; ab 1987 erste Lizenziate am Kunstgeschichtlichen Seminar der Universität Zürich zur Schweizer Design-Geschichte.
- <sup>10</sup> Ausstellungskataloge und weitere Literatur: *Museum für Gestaltung Zürich, Reihe Schweizer Designpioniere 1–6: Hans Hilfiker. Ingenieur und Gestalter*, Zürich 1984 (Nr. 351); *Willy Guhl. Gestalter und Lehrer*, Zürich 1985 (Nr. 354); *Hans Coray. Künstler und Entwerfer*, Zürich 1986, (Nr. 357); *Unbekannt – Vertraut. «Anonymes» Design im Schweizer Gebrauchsgerät seit 1920*, Zürich 1987 (Nr. 360); *Jacob Müller. Handwerk – Technologie – Experiment*, Zürich 1988 (Nr. 369); *Wilhelm Kienzle*, Zürich 1991 (Nr. 382); PETER ERNI, *Die gute Form. Eine Aktion des Schweizerischen Werkbundes*, Baden 1983; TEO JAKOB, *Kurt Thut – Hans Eichenberger – Robert und Trix Haussmann*, 3 Bd., Bern 1985–87; GILBERT FREY, *Mobilier Suisse Création de 1927–1984 – Schweizer Möbel-design 1927–1984*, Lausanne und Zürich 1986; DOROTHEE HUBER (Hrsg.), *Siegfried Giedion. Wege in die Öffentlichkeit*, Zürich 1987, S. 114 ff.; FRIEDERIKE MEHLAU-WIEBKING, ARTHUR RÜEGG, RUGGERO TROPEANO, *Schweizer Typenmöbel 1925–1935. Siegfried Giedion und die Wohn-*

bedarf AG, Zürich 1989; *Möbelgestaltung. Möbelerfindung. Am Beispiel Schweiz*, Ausstellungskatalog, Hrsg. Modus Möbel Berlin und Internationales Design Zentrum Berlin, Berlin 1988; *WOHNBEDARF AG BASEL* (Hrsg.), *Hans Bellmann. Architekt und Industrie-Entwerfer*, Basel 1991; Mehrwerte. *Die Schweiz und Design: Die 80er*, Ausstellungskatalog, Hrsg. K. GANTENBEIN und A. M. MÜLLER, Museum für Gestaltung Zürich, Zürich 1991 (leider sind in den Beiträgen die Anmerkungen – so vorhanden – von der Redaktion entfernt worden); *Tradition – Reform – Wegbereiter. Entwicklungen im Schweizer Möbeldesign der vierziger Jahre*, L. SCHILDER BÄR, in: *Unsere Kunstdenkmäler, Die vierziger Jahre*, Nr. 3/1991, S. 343–351; STANISLAUS VON MOOS, *Industrieästhetik* (Ars Helvetica XI), Disentis 1992; *Hüllen Füllen. Verpackungsdesign zwischen Bedarf und Verführung*, Ausstellungskatalog, Hrsg. L. SCHILDER BÄR und CH. BIGNENS, Museum für Gestaltung Zürich 1994; «*La forma dell'utile. Il disegno razionale svizzero*», in: *Rassegna*, Jg. XVII, 62 – 1995/II, Bologna 1995 (englische und deutsche Ausgaben).

- <sup>11</sup> Vgl. Anmerkung 6 und: «Verordnung über die Förderung und Hebung der angewandten Kunst», Bundesbeschluss 442.21, 1. 7. 1976.
- <sup>12</sup> Akquisitionen 20. Jh.: 1970–1980: ca. 3000; 1981–1990: ca. 3300; ab 1991–1997: ca. 2600; gegenwärtig wird ein Sammlungskonzept für das 20. Jahrhundert erarbeitet.
- <sup>13</sup> Verkehrshaus Luzern seit 1969; Technorama Winterthur seit 1969, eröffnet 1982; Uhrenmuseum in La Chaux-de-Fonds seit 1974; Fotomuseum Vevey seit 1979.
- <sup>14</sup> Die Schulen für Gestaltung Zürich und Basel und die Ecole cantonale d'Art Lausanne.
- <sup>15</sup> KASPAR MEULI, *Schliessung vom Design zum Nicht-mehrsein*, in: *Facts*, Nr. 14/96, S. 75.
- <sup>16</sup> Erster Designer's Saturday in Düsseldorf 1985.
- <sup>17</sup> Dokumentation Design-Sammlung Museum für Gestaltung Zürich.
- <sup>18</sup> Mitglieder: Belux AG, Wohlen; Création Baumann AG, Langenthal; Denz & Co AG, Zürich; Dietiker AG, Stein am Rhein; Glas Troesch Design, Steffisburg; Greter AG, Zürich; Keramik Mobil, Bern; Lehni AG, Dübendorf; Möbelstoffweberei Langenthal AG, Langenthal; Röthlisberger Schreinerei AG, Gümligen; Ruckstuhl AG, Langenthal; Schreinerei Anderegg AG, Ullisbach; J. Seilaz AG, Zürich; Seleform AG, Zollikon; Stegemann AG, Madiswil; Team Möbel AG, Gipf-Oberfrick; Teppichfabrik Melchnau AG, Melchnau; Walter Thut AG, Möriken; USM Urs Schärer Söhne AG, Münsingen; Viktoria Werke AG, Baar; Vitra AG, Birsfelden; Wogg AG, Baden Dättwil.
- <sup>19</sup> Mitglieder 1996: Belux AG, Wohlen; Greter AG, Zürich; Lehni AG, Dübendorf; Kollektion Röthlisberger, Gümligen; J. Seilaz AG, Zürich; Sele 2, Zollikon; Walter Thut AG, Möriken, Wogg AG, Baden-Dättwil.
- <sup>20</sup> Firmendokumentation Design-Sammlung; Gespräch mit Thomas Egloff März 1997.
- <sup>21</sup> Firmendokumentation Design-Sammlung; vgl. dazu die differenzierte Darstellung: CLAUDE LICHTENSTEIN, *Johann Munz*, in: *Ornaris*, Nr. 14/Jan. 1991, S. 14–15.
- <sup>22</sup> Möbelprospekt; Gespräch mit Willy Gläser.
- <sup>23</sup> *Schweizer Möbeldesign 1927–1984*, Gilbert Frey, Text: CLAUDE LICHTENSTEIN und ARTHUR RÜEGG, Ausstellungskatalog, Museum für Gestaltung Zürich, 1986.
- <sup>24</sup> Zusammenschluss junger Schweizer Designerinnen und Designer, die ihre neuesten Entwürfe

(1989–1993) jährlich im Rahmen der Schweizer Möbelmesse International (SMI) vorstellten. Die Mitgliedschaft ist auf drei Jahre beschränkt – ein Rotationsprinzip, als Chance für eine dynamische und innovative Entwicklung. Mitglieder 1989/91: Atelier Triptychon, Dittli-Friedli, Bern; GAAN-Design: Gabriela Vetsch, André Riemens, Zürich; Markus Heeb & Felix Schwarz, Basel; Edith Meier & Franz Giger, Zürich; Regula Rechsteiner, Baden; Balz Staehelin, Basel; Atelier Gegenpol, Peter Steinmann, Basel; Hans Tännler, Zürich; Hanspeter Weidmann, Basel; 1992 neu: Gian Marco Tuena, Genf; Andreas Tobler, Basel; 1993 neu: Martin Riederer, Basel; Felix Zoller, Basel; Peter Signer, St. Gallen; Lucas Buol & Marco Zünd, Basel; 1995 neu: Olav Rohrer, Bern; Andrea Amrein und Hans Schibli, Basel; Matthias Hefti, Basel; Jakob Gebert, Weil am Rhein (D); Thomas Nussbaumer, Basel; Rolf Caviola, Basel.

Auch die 1996 konstituierte Gruppe N2, ein loser Zusammenschluss junger Gestalterinnen und Gestalter, erhofft sich durch das Zusammengehen Kräftebündelung, Anregung und verstärkte Aufmerksamkeit.

- <sup>25</sup> WB-Form: 1956–1976, entstanden durch die Zusammenarbeit mit Knoll International, die einen Lizenznehmer für die Schweiz suchte. 1989 wieder gegründet. Wichtige Plattform für Gestalter, um Entwürfe für die Serie materiell umsetzen zu können. «Wohnbedarf-Sideboard» (WBS): Alfredo W. Häberli und Christophe Marchand in Zusammenarbeit mit Sibil Tomaschett (Wohnbedarf) und Martin Siebenmann, Entwurf: 1994, Produktion seit 1995.
- <sup>26</sup> Vgl.: «*Alfred Hablützel: Mehr als ein Designmanager*», in: *Ausstellungskatalog Design Preis Schweiz*, (Hrsg.) Design Preis Schweiz, Glattbrugg 1991, S. 40–45.
- <sup>27</sup> Vorbild für eine effiziente Förderung könnte das französische Modell VIA (Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement) sein: ein loser Verband von Designern, der vom französischen Staat und der Industrie protegiert wird. Alle bekannten französischen Gestalter standen anfänglich unter dieser Schirmherrschaft. Unter dem Namen VIA, der international zu einem Markenlabel wurde, treten sie gemeinsam an Messen auf und betreiben einen Showroom.
- <sup>28</sup> Z. B. Export: Belux AG 50%; Wogg AG 60% (steigend); breites Feedback auch in Fachzeitschriften. Selbst in der *Neuen Zürcher Zeitung* (Feuilleton) werden hin und wieder Design-Themen besprochen.

## Abbildungsnachweis

- 1: Plakatsammlung Museum für Gestaltung Zürich. –
- 2: Auszug Firmenprospekt Belux AG, Export Collection 1986/87. – 3, 4, 8, 9, 10: Museum für Gestaltung Zürich, Design-Sammlung (Foto Franz-Xaver Jaggy). – 5: Alain Stouder und Hansruedi Riesen, Solothurn. – 6: Felix Zoller, Basel. – 7: Daniel Mueller, Biel.

## Adresse der Autorin

Lotte Schilder Bär, lic. phil. I, Konservatorin, Kirchgasse 22, 8001 Zürich; Museum für Gestaltung Zürich, Design-Sammlung, Ausstellungsstrasse 60, 8031 Zürich, Tel. 01/446 22 78.