

Zeitschrift: Schweizer Ingenieur und Architekt
Band: 97 (1979)
Heft: 10

Sonstiges

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

und Bauens einigermaßen Vertrauten hinlänglich bekannt gewesen sein dürfte. Auch in der abschliessenden Diskussion, wo genügend Freiraum für eine unabhängige Meinungsäusserung bestanden hätte und an der repräsentative Personen teilnahmen, deren berufliche Herkunft einige Auseinandersetzungen versprach, war vielmehr eine lange Bank als ein kommunikativer «Runder Tisch». Dass es hier, wie auch während der Vorträge nicht allzu temperamentvoll zugeht, lag zum Teil an den Gesprächspartnern (M. Baschung, Delegierter für Raumplanung, Bern, H. Frutiger, Bauunternehmer, Thun, O. Nauer, Nationalrat, Zürich, A. Pini, Atelier-5, Architekt, Frau L. Robert-Bächtold, Grossrätin, Bern und Frau B. Schnitter, Architektin des Schweizerischen Heimatschutzes, Zürich) und am rhetorisch dominierenden R. Stüdeli, Fürsprecher, VLP, Bern, der es geschickt verstand, Äusserungen dort abzublocken, wo sie gegensätzlich und deshalb interessant zu werden begannen.

Im Mittelpunkt stand die Frage nach dem «öffentlichen Interesse», dem Gemeinwohl – Begriffe, die zwar im Planungsrecht eindeutig definiert werden können, in konkreten Praxisfällen je-

doch immer wieder zu korrelierenden Auslegungen der beteiligten Gruppen führen. Solange Raumplanung vorbeugenden Umweltschutz im technisch-ökologischen Sinne meint, dürfte jedem klar sein, was «Öffentliches Interesse» bedeutet (Schutz der ökologischen Rechtsgüter, des Bodens, der Landschaft, der Luft und des Wassers). Verschiebt man den planerischen Blickwinkel jedoch von den objektivierbaren, messbaren Umweltschäden in Richtung ästhetischer Schäden an unserer Umwelt, reicht das übliche planerische Bewertungsinstrumentarium nicht mehr aus. Obwohl R. Stüdeli der Meinung war, dass es eine «Objektive Ästhetik» gebe, die zugegebenermassen zu schwierigsten Entscheiden veranlasse, bin ich der Überzeugung, dass wir uns in Fragen der baulichen Gestaltung der Umwelt nicht auf ein anonymes Kollektiv von juristischen Fachleuten verlassen dürfen. Die gefährliche Tendenz zur *Gutheissung einer Architektur, die in erster Linie aus Renditegründen erstellt wird*, – oberflächlich betrachtet, den demokratisch anmutenden Begriffen Harmonie, Einpassung ins Bestehende, zwar entspricht, de facto jedoch manifestiertes Profitstreben dokumentiert, läge dann allzu nahe. Wären dann nicht

auch die «überdimensionierten Sennhütten», wie H. Fruttiger die Jumboquartiere in den Berggebieten so treffend nannte, zu akzeptieren? Der Ruf nach Mitsprache der Beplanten scheint mir auch hier wieder aktuell zu sein. Dass es einen sich wandelnden Schönheitsbegriff gibt, an dessen Prägung und Lebensfähigkeit vermehrt die von der Planung Betroffenen teilhaben müssen, war denn doch zum Schluss die Meinung der Teilnehmer. Die erforderliche Rückkoppelung zu einer Planung jedoch, die fähig sein muss, diese Veränderung aufzunehmen, wurde leider nicht bewirkt. Die ungewisse Zukunft mit möglicherweise veränderten Lebensanforderungen, die zum grossen Unsicherheitsfaktor einer umfassenden Planung werden könnten, beunruhigte vor allem die Planer, nicht so sehr die Architekten. Eine Frage beschäftigte mich nach der Tagung noch längere Zeit: Ist ein rationales, ganzheitliches planerisches Vorgehen sinnvoll, wenn seine Vertreter Furcht vor einem sich verändernden «Öffentlichen Interesse» haben müssen? Wenn das sogenannte Gemeinwohl, das «kollektiv Gute» nicht mehr eindeutig zu bestimmen ist?

Ulrike Hark, Zofingen

Umschau

«Holztag 79» in Interlaken

Im Anschluss an die holztechnologischen (Prof. Dr. H.H. Bosshard) und marktwirtschaftlichen (P. Hofer) Erörterungen des Themas «Bergholz-Spezialität im Innenausbau» fand im Rahmen des «Holztages 79» in Interlaken eine Podiumsdiskussion statt, welche die «Verhaltensmöglichkeiten der Wald- und Holzwirtschaft» zum Gegenstand hatte. Unter der Leitung von P. Hofer, Bundesamt für Forstwesen, widmete sich die aus sieben Interessenvertretern (Waldwirtschaft, Sägerei, Hobelwerk, Schreinerei, Holztechnologie, Architekt, Werbeberater) bestehende Gesprächsrunde zunächst der klaren Produktdefinition «Bergholz». Der gemeinsame Nenner war schnell gefunden: Fichtenholz aus dem Wuchsgebiet der montanen und subalpinen Zone stammend, mit spezifischen Qualitätsmerkmalen, wie Geradschaftigkeit, Geradfaserigkeit, Feinästigkeit, enge und regelmässige Jahrringe sowie helles Erscheinungsbild. Im Zusammenhang mit den Materialeigenschaften stellte sich die Frage, inwieweit das Bergholz Bedürfnisse abdecken kann, die über das Funktionelle hinausgehen. Aus der Sicht der Werbung geht es im speziellen Fall weniger darum, was der «Markt will», da gegenwärtig ohnehin eine Rückbesinnung auf die schweizerische Eigenart festzustellen sei. Eine Bestätigung dafür zeige sich in der Architektur, wo der Trend zum Holz in seiner natürlichen und gewachsenen Art, einbezogen seine «Sondermerkmale», unverkennbar ist. Nach Aussage des Architekten könnte die Entscheidung des Bauherrn für das einheimi-

sche Bergholz durch vermehrte Beratung und Information gefördert werden.

Dass das Bergholz bislang in geringem Ausmass zur Anwendung gelangte, ist nach Ansicht der Gesprächsrunde auf mehrere Gründe zurückzuführen:

- Allzulange ist an den Schulen gelehrt worden, dass der Ast ein Holzfehler sei; astfreie Qualitäten wurden daher von Bau- und Verarbeitern bevorzugt
- Über Jahre hinweg lag der Stolz des Handwerkers wie des Bauherrn in der Ausführung bzw. Präsentation eines astfreien Täfers
- Nordische Wohnkultur ist zu einem Begriff in der Innenarchitektur geworden
- Äste können sich bei der Bearbeitung und Trocknung als problematisch erweisen (Flickäste)
- Engpass-Situationen beim Bergholz verhinderten eine kontinuierliche Marktpräsenz.

Angesichts dieser Sachverhalte drängen sich für die Vermarktung des Bergholzes grundsätzliche Überlegungen bezüglich Bedarfsdeckung und Produktgestaltung auf. Obschon die Waldbesitzer in Berggebieten mit dem Problem der «Waldflächenproduktivität» konfrontiert sind, könnten aus den mittelstarken Stammsortimenten (20–50 cm BHD) die für die Täferherstellung geeigneten Quantitäten ausgeformt werden. Auf der Stufe der Verarbeitung (Sägerei, Hobelwerk) sollte für das Bergholz eine einheitliche Qualitätssortierung gefunden werden; die Bereitstellung von drei bis vier Fixbreiten, auch in

keilgezinkter Form, wäre wünschenswert.

Abschliessend erörterten die Teilnehmer der Podiumsdiskussion die Möglichkeiten der Marktbeeinflussung. Ausgerichtet auf den Inhalt von Werbebotschaften und auf wählbare Marketinginstrumente kamen folgende Anregungen zur Sprache:

- Bergholz wächst vor der eigenen Tür
- Der Ast muss sich als Gütezeichen für Naturhaftes und Rustikales durchsetzen
- Grosse Äste und grobe Strukturen gilt es in der Anwendung zu zeigen (Hallengebäuden, Bauten der öffentlichen Hand)
- Der «good-will» für «Schweizer Bergholz» und dessen «image» müssen gefördert werden; erst danach kann über die Preisgestaltung diskutiert werden
- Artikulierung der präzisen Bearbeitung durch das einheimische Gewerbe
- Bergholz – als Anreiz für mehr Wohnlichkeit
- Erarbeitung einer Dokumentation über Bergholz (Strukturmuster)
- Werbeaktivitäten zugunsten des Bergholzes sollten von der Lignum geplant und durchgeführt werden, zumal die Lignum schon in den 60er Jahren mit Erfolg für das «astige» Täferholz geworben hat.

Das gezeigte Engagement aller Gesprächsteilnehmer unterstrich die klare Absicht, die Diskussion über Vermarktung und Absatzförderung des Bergholzes nicht als rhetorische Übung, sondern als Standortbestimmung eines Teilbereiches des schweizerischen Schnittholzmarktes zu betrachten.