

Zeitschrift: Badener Neujahrsblätter
Herausgeber: Literarische Gesellschaft Baden; Vereinigung für Heimatkunde des Bezirks Baden
Band: 73 (1998)

Artikel: Baden als Designstadt? : Unbekannte bekannte Badener Exportschlager
Autor: Altorfer, Sabine
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-324591>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.04.2026

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

Baden als Designstadt?

Unbekannte bekannte Badener Exportschlager

Sabine Altorfer

Baden und Design? Da braucht es mindestens auf den ersten Blick das Fragezeichen. Doch bei genauerem Hinsehen entdeckt man Leute und Betriebe, die sich im Bereich «Gestaltung» einen ausgezeichneten Namen erarbeitet haben – weit über die Städtligrenzen hinaus.

Synonyme zu Baden waren BBC, die Bäder, der Kursaal, Motor-Columbus und die NOK. Sie waren. Und jetzt, im postindustriellen Zeitalter? Herrscht Leere und Depression in der Region? Manchmal scheint es, der «Badener Geist», Initiative und Lust auf Ideen würden nur noch zur Badenfahrt beschworen. Es könnte aber auch sein, dass viele und vieles hier einfach weniger zur Kenntnis genommen wurde und wird als ausserhalb der Region. Von der Badener Architektenszene spricht man in der restlichen Schweiz seit längerem. In der Stadt selber hat man unterdessen festgestellt, dass es einige renommierte Büros gibt. Dass ein Kunstprozent bei öffentlichen Bauten bereits seit dreissig Jahren Werke ermöglicht: Normalität? Dass die Claque zu den ersten freien Theatertruppen der Schweiz gehörte und den Namen Baden mit Pionierleistung verband, hat man hier mit Genugtuung konstatiert, nachdem diese für viele Badener oft ärgerliche Institution Geschichte geworden war. In Baden finden sich auch einige kleine, hochqualifizierte Unternehmen und «Einzeltäter» im Bereich Design. Baden ist deswegen noch keine Designstadt, denn Zusammenhänge und Tradition oder gar ein Image dafür hat die Kleinstadt nicht. Es wäre auch unsinnig, von einer Szene zu reden. Richtiger ist: Es gibt einzelne spannende Leute. Wir fragen hier nach Arbeit und Erfolgsgeheimnis von dreien. Die Rede ist dabei nicht von Shooting Stars, nicht von jungen Draufgängern, sondern von Machern, die seit Jahren, ja bereits Jahrzehnten konsequent an der Arbeit sind und sich ihren nationalen und internationalen Ruf als Gestalter mit Konsequenz und Hartnäckigkeit geschaffen haben. Exemplarisch vorstellen wollen wir Ihnen WOGG, also das Möbeldesign-Unternehmen von Otto und Willi Gläser, den visuellen Gestalter und Verleger Lars Müller und den Industrial Designer Gregor Naef. Es geht hier also nicht um eine

einzigste Branche, sondern um Möbel zum einen, Bücher und Drucksachen zum zweiten und Geräte und Maschinen zum dritten. Und doch sind Parallelen vorhanden, bei den Absichten, Arbeitsweisen und beim (internationalen) Erfolg. Gemeinsam ist diesen dreien auch, dass sie nicht im Stadtzentrum arbeiten, sondern an der Peripherie: WOGG und Gregor Naef (bei Ludwig Walser Design) in Baden-Dättwil und Lars Müller im ehemaligen Oederlin-Areal in Ennetbaden. Hier gab und gibt es viel und zahlbaren Raum. Gemeinsam ist auch, dass die drei nicht alteingesessene Betriebe einfach weiterführen, sondern selber neu aufbauten oder deutlich veränderten.

Lars Müller

Wer kennt es nicht, das Logo der Stadt Baden, den roten Balken oben links auf allen amtlichen Couverts oder die schwarzen Strichli in der Schwarzweiss-Version, also die Abwandlung des Badener Wappens zum Zeichen der Stadt. Der Stadt den Stempel aufgedrückt hat Lars Müller, visueller Gestalter. Er hat heute sein Atelier in Ennetbaden, in der alten Oederlin-Giesserei. Zuvor dachte und entwarf er in einem ehemaligen Lebensmittelladen an der Dynamostrasse. Aus dem Einmann-Betrieb ist ein Atelier mit acht und ein Verlag mit zwei Angestellten geworden. Dies die Fakten. Die Wirkung ist grösser: Lars Müller, das ist in der Schweizer Kunstszene Synonym für sorgfältig gestaltete Kunstkataloge, Drucksachen und Plakate sowie für Bücher über Architektur, Kunst und Design. Das Bundesamt für Kultur ist ebenso Stammkunde wie das Aargauer Kunsthaus, Schweizer Radio DRS 2 oder renommierte Schweizer Designfirmen. Zusammen mit Architekt Peter Zumthor gewann er den Wettbewerb für den Schweizer Auftritt an der Weltausstellung Expo 2000 in Hannover.

Der Verlag ist die Leidenschaft von Lars Müller, mit dem Gestaltungsatelier subventioniert er ihn immer wieder selber. Begonnen hat er seine Verlegerkarriere mit einem finanziellen Flop, dem Buch «Die gute Form»,¹ einer Dokumentation über zwanzig Jahre Schweizer Design, einem Werkbundbuch von Peter Erni. Heute ist die Publikation mit dem zündroten Einband, dem kleingesetzten Titel und einer Max-Bill-Illustration nicht nur reicher Informationsvermittler, sondern selber schon ein Klassiker der Buchgestaltung. Spürbar sind hier die Einflüsse, die den Gestalter Lars Müller prägen: die Idee der guten Form, wie sie der Schweizerische Werkbund jahrzehntelang förderte, aber auch die Gestaltungslehren von Josef Müller-Brockmann (1914–1996). Lehre, Werk, Wirkung und Person von Josef Müller-Brockmann interessierten Lars Müller so stark, dass er über den Übervater vieler Schweizer Gestalter (mit dem er übrigens nicht verwandt ist) einen aufwendigen Band und kleinere Schriften herausgab.² Klarheit und Einfachheit, am

Lars Müllers Buch über Josef
Müller-Brockmann, den
Pionier der Schweizer Grafik,
hier in der englischsprachigen
Ausgabe von 1996.



Anfang gar formaler Purismus, aber auch der Wille, Inhalt und Form zur Übereinstimmung zu bringen, sind Leitlinien und Charakteristika von Lars Müllers gestalterischen Arbeiten.

Trotz des ersten Flops blieb Büchermachen seine Leidenschaft. Und das heisst für ihn, Bücher nicht nur gestalten, sondern auch initiieren, mittragen, verlegen oder in Einzelfällen selber schreiben. Anfänglich brachte er nur vereinzelte Titel heraus, unterdessen haben sich Reihen zur Architektur, zu Design, zur Kunst, mit Reprints früher kunsttheoretischer Werke, herausgebildet und – typisch für den Vermittler Lars Müller – die «Schule des Sehens». Dazu kommen Katalogreihen für das Bundesamt für Kultur und das Aargauer Kunsthhaus.

Lokale Themen beschäftigen den Verleger und Gestalter Müller nur am Rand und eher privat. Er hat den Architekturführer Baden verlegt,³ einige Plakate gestaltet oder die Form dieser Neujahrsblätter erarbeitet. Den Privatmann Müller beschäftigen Aussehen und «Form» der Stadt. Zusammen mit Ruedi Dietiker hatte Lars Müller den Wettbewerb für die Gestaltung von Badstrasse und Bahnhofplatz gewonnen, ausgeführt wurde das Projekt allerdings nicht. Heute konstatiert er zuviel Schnickschnack, falsche Verschönerungswut oder scheussliche und falsch plazierte Abfallkübel. Viel mehr als solche Äusserlichkeiten ärgert ihn verbaler Etikettenschwindel. Etwa, dass von ökobewusster Stadt und soziokultureller Verantwortung geredet wird, obwohl die Stadt weder besonders kinder-, noch velo- oder gar fussgängerfreundlich sei.

Die Frage nach der guten, der richtigen Form bedeutet für Lars Müller immer auch die Frage nach dem Inhalt. Die Gliederung und Gestaltung eines Buches richtet sich nach seinem Inhalt und verlangt je eine adäquate Ordnung. Ein Plakat muss von der Farbe, der Gliederung, der Typographie und den Bildern her mit der transportierten Botschaft übereinstimmen, eine Firmenbroschüre zu den Produkten passen. Was ist wichtig, was will man vermitteln, wie lässt sich eine Idee und Botschaft angemessen visualisieren und nicht nur vordergründig illustrieren. Was auffällt, ist eine Art Sendungsbewusstsein, der Einsatz für seine Ansichten über gute Gestaltung. Sein Können und seine Ideen weitergeben, Jüngere zum Zug kommen lassen ist ihm wichtiges Anliegen. Dazu passt, dass Lars Müller teilszeitig als Lehrer arbeitet. Eine Zeitlang unterrichtete er an der Schule für Gestaltung in Zürich und jetzt an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach.

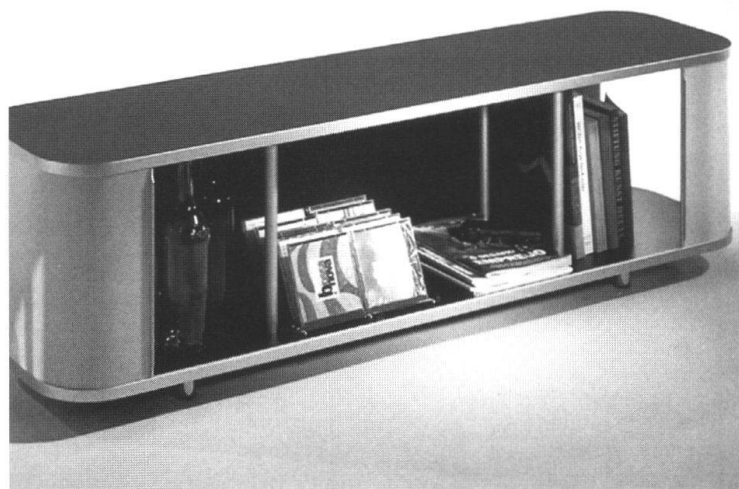
WOGG

Der Name WOGG ist in der internationalen Möbelszene bekannt, an den Messen in Mailand oder Köln sieht man mit Sicherheit die Schrank-, Regal- oder Tischsysteme, in Baden dagegen eher selten. Ins Auge gestochen ist Ihnen allenfalls

Frappierende Schiebetür-
Technik und leichtestes
Material prägen WOGG 17
(Design: Benny Mosimann).



Klare Schlichtheit ist das
Markenzeichen von WOGG,
wie hier beim Sideboard
WOGG 18 (Design Benny
Mosimann).



schon einmal die lange Kommode mit dem wilden Zebra-Muster oder die bunte Metallsäule mit viel Stauraum. Im Fachjargon als WOGG 12 «Sideboard stripe» und WOGG 13 «Litfass-Säule» bekannt. Dass ihre Produkte in Baden nur wenig präsent sind, ist für Otto und Willi Gläser aber kein Grund zum Klagen. Ihr Zielpublikum ist international, ist ein schmales Bevölkerungssegment. Ihre Möbel sind exklusive, wenn auch nicht unerschwingliche Stücke, durchdacht, schön und sorgfältig gefertigt: ein schmales, aber streng ausgewähltes Sortiment. Qualität und eine klare Linie sei die einzige Garantie für Erfolg, betonen die beiden Inhaber, sie müssten klar hinter jedem einzelnen Produkt stehen können. Persönliches Engagement ist für die beiden wichtig, so stehen sie auch als Personen hinter dem Firmennamen, der aus den Initialen der beiden, aus WG und OG, zusammengesetzt ist. Dieser leicht japanisch klingende, der klare und doch geheimnisvolle Name war der erste Wurf und Treffer der beiden Cousins aus Dättwil.

Die beiden haben eine klare Aufgabentrennung. Willi Gläser untersteht Entwicklung und Produktion, er ist der Materialkenner, der Tüftler für innovative Fertigungstechniken. Otto Gläser ist der Marketingfachmann, verantwortlich für den Auftritt nach aussen. Neue Produkte auswählen, mit namhaften oder unbekanntem Entwerfern neue Ideen entwickeln und zur Reife bringen, das machen die beiden gemeinsam, da müssen sie sich einig sein. Einen Flop wollen sie sich nicht leisten, denn bei einem kleinen Sortiment ist jedes Produkt wichtig. Selber entwerfen, das machen die Gläser nur in Ausnahmefällen, weil Beurteilung und Abschätzen der Produkte und der Marktchancen Distanz verlange. Was aufgenommen wird, das entscheiden die beiden Cousins alleine, nach ihrem Geschmack und ihrer Erfahrung.

Ausgangspunkt war die Schreinerei Gläser, seit bald 100 Jahren in Baden und seit 1972 unter der Leitung von Willi Gläser und in dessen Besitz. Für die Idee, die Firma zu erneuern, fand er vor 15 Jahren in Cousin Otto einen idealen Partner. So entstand WOGG. Klar war von Anfang an, in einem eingeschränkten Bereich zu arbeiten, sich auf «Tischsysteme», «Behälterideen» und «Regale» zu beschränken und zu konzentrieren. Gläser und WOGG beschäftigen heute rund sechzig Leute in Dättwil, zwanzig in Mümliswil und zwanzig im Elsass.

Die ersten Arbeiten waren streng, waren schwarz-weiß im Dessin. Unterdessen sind auch spielerisch-leichte Formen dazugekommen und bunte Farben, ohne dass das Programm aber modisch geworden wäre. Kurzlebige Trends werden nicht aufgenommen, denn diese Möbel sollen Jahrzehnte Bestand haben, das bedingt zeitunabhängige Gestaltung und herstellerische Qualität. Neue Materialien, neue technische Lösungen und überraschende Formen oder Lösungen interessieren die beiden, dabei entstanden ein elliptischer Behälter mit rundum verschiebbaren

Türen, ein Regal, das scheinbar ohne Halterungen an der Wand hält, oder ein neues Klappsystem für Tischbeine. Ihre Möbel müssen Funktion und ästhetischen Wert vereinen, aber auch Spontaneität und Perfektion.

Gregor Naef

In letzter Zeit ist häufig der Begriff des «Industriedesigns» aufgetaucht, auch das Projekt der Fachhochschule für Gestaltung im Aargau sieht eine Klasse in *industrial design* vor. Was heisst das aber in der Anwendung? Einer, der das wissen muss, ist Gregor Naef, dipl. Industrial Designer M.A./SID, wohnhaft in Niederrohrdorf. Er arbeitete nach der Ausbildung an der Schule für Gestaltung in Zürich und an der Ohio State University seit 1985 als Mitinhaber und Mitglied der Geschäftsleitung der Ludwig Walser Design AG in Dättwil. Bei Walser Design ist er im Herbst 1997 ausgetreten und arbeitet neu bei Meyer-Hayoz Design Engineering AG in Winterthur, einem der grössten Industrial-Design-Büros der Schweiz. Gregor Naef sieht Industriedesign im Rahmen einer umfassenden Gestaltung, eines Corporate Design. Er betont die Notwendigkeit, auch bei Geräten, also in der dreidimensionalen Anwendung, konsequent zu gestalten. Faktisch heisst das, dass er ganze Geräte, Maschinen und Maschinenserien gestaltet. Wichtig ist dabei, dass der Industrial Designer nicht einfach eine schöne Hülle fertigt, sondern Funktion und Form sinnvoll zusammenbringt. Ein gutes Design ist notwendig für die Gebrauchsqualität eines Gerätes. Schlecht angeordnete Bedienungselemente oder eine verwirrende Farbgebung genügen, und schon sind falsche Interpretationen oder Fehlgriffe vorprogrammiert, manchmal gar Gefahren. Doch nicht bei solchen Details beginnt die Arbeit des Industrial Designers, sondern beim Gesamtkonzept für eine neue Maschinenserie. Neue Technologien oder eine neue Generation von Geräten verlangen ein neues Design, um den Fortschritt auch sichtbar zu machen.

Entwicklung von Geräten ist Teamwork. Von den ersten Produktideen über die Anforderungsanalyse, den Entwurf, die detaillierte Ausgestaltung, die Fertigung eines Prototyps bis zur Serienherstellung arbeiten Ingenieure, Marketingleute und der Industrial Designer eng zusammen. Das Tätigkeitsgebiet von Gregor Naef ist breit: Vom Transportfahrzeug bis zur Kaffeemaschine, vom Lasermessgerät zur Tonbandkonsole, vom Messestand zum Walzwerk, von einer riesigen Textilmaschine bis zum Liftbord findet man unterschiedlichste Kunden und Anwendungen im Firmenbuch der Ludwig Walser Design AG. Auffällig nach aussen sind Form und Farbgebung der Produkte. Die weissen Hüllen für Maschinen in der Nahrungsmittelherstellung versprechen Reinheit, oder rote Fahrzeugfarbe lässt an Kraft und Energie denken. Einzelne Teile werden mit Kon-

trastfarben betont, Bedienungsfelder so hervorgehoben oder gruppiert. Spielerisch einfach mutet ein Wasserhahn an, für den Gregor Naef den Schweizerischen Designpreis bekommen hat. Grosse bunte Handgriffe mit passender Ergonomie, klar ersichtliche Stellungen für offen oder geschlossen und ein geringer Materialaufwand überzeugten.

Gregor Naef ist von seinem Beruf überzeugt, deshalb möchte er sein Wissen und seine Erfahrung auch weitervermitteln. Er unterrichtet an der Schule für Gestaltung in Zürich und an der HTL Windisch.

Auch wenn Gregor Naef das Zentrum seiner Arbeit nun von Dättwil nach Winterthur verlagert, wohnt er weiterhin in Niederrohrdorf, die Region Baden ist für ihn geeignetes Lebenszentrum zwischen den Arbeitsorten Winterthur, Zürich und Windisch. Baden respektive Ennetbaden und Dättwil schätzen auch Otto und Willi Gläser sowie Lars Müller als gute Basis, auch in der Verbindung von Wohn- und Arbeitsort. Mit seinem Gestaltungsatelier arbeitet Müller für Kunden im Bereich von 100 Kilometern, im Verlag denkt er global. Allerdings freue ihn ein schönes Schaufenster mit seinen Büchern bei Doppler in Baden mehr als eines in Hamburg, dort sei das vor allem von den Verkaufszahlen her schön. Hier produzieren, wohnen und sich privat engagieren, aber europaweit geschäftig, ist die Devise der Gläser. Bei allen drei spürt man die Anteilnahme am Leben und an der Zukunft der Stadt. Das Klima stimme, auch das Umfeld mit andern, ähnlich denkenden und handelnden Leuten.

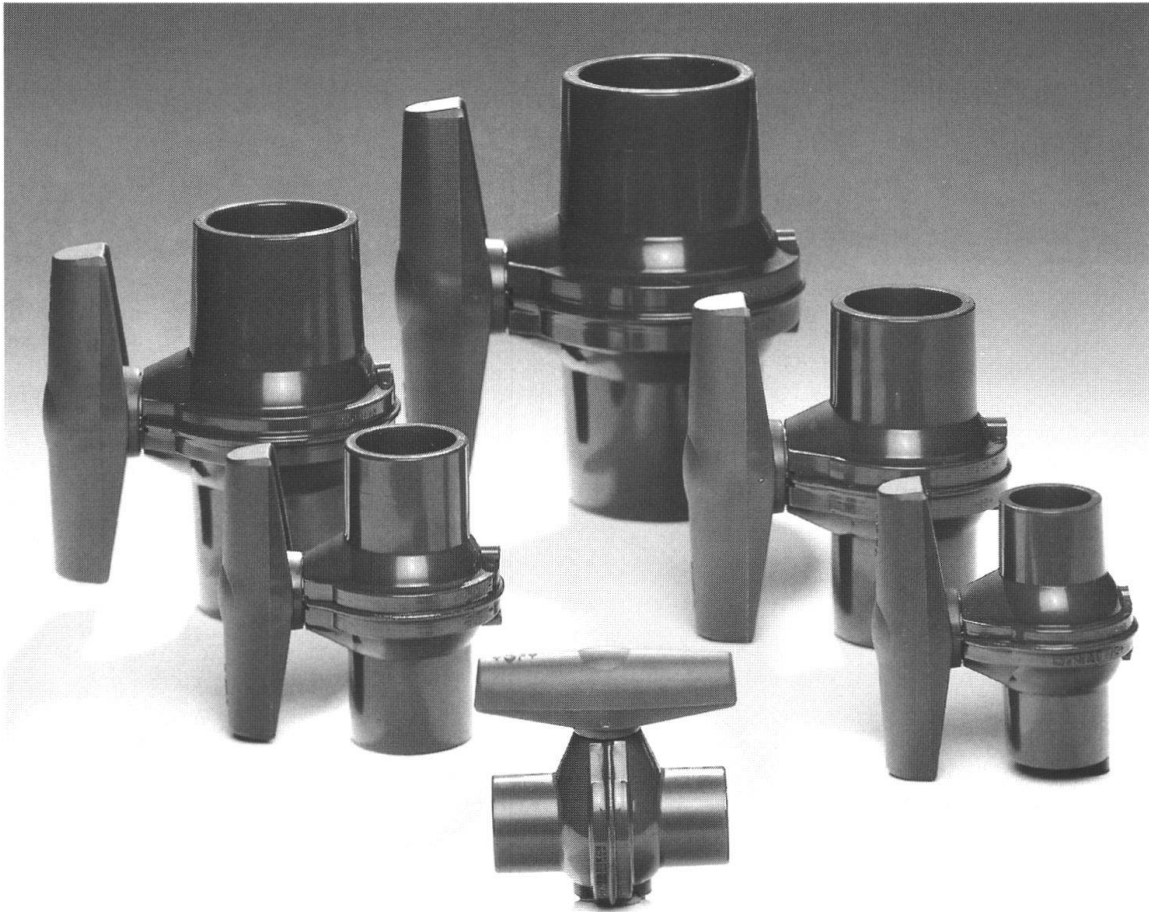
Was könnte Baden weitere Impulse bringen, eine Fachhochschule für Gestaltung etwa? Für Otto Gläser gibt es zuviele Schulen, aber zuwenig gute Schulen. Ähnlich tönt es bei den andern Fachleuten. Ein Institut mit einem eigenen Profil, mit Spitzenleuten aus der Praxis als Lehrer, mit Mut, das wäre allerdings wünschenswert und könnte die Region aufwerten, zu Austausch führen. Das Klima hier sei für Neues gut und recht offen.

¹ Erni, Peter: Die gute Form. Eine Aktion des Schweizerischen Werkbundes. Dokumentation und Interpretation. Gestaltung: Lars Müller. LIT Verlag Lars Müller, 1983.

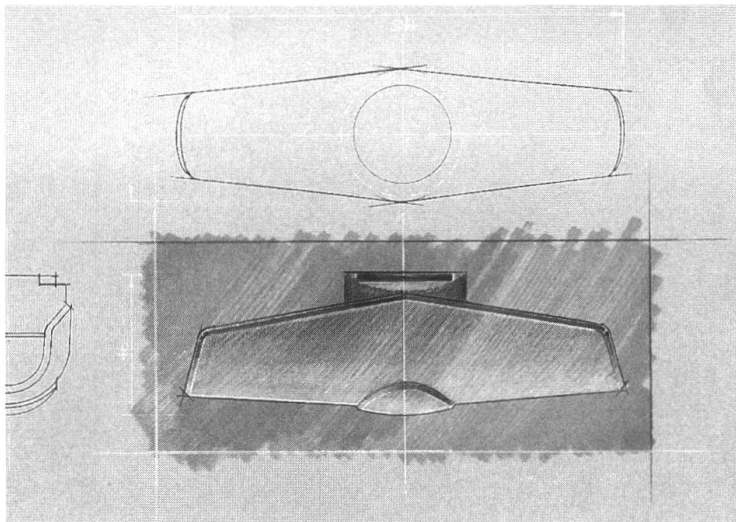
² Müller, Lars (Hg.): Josef Müller-Brockmann. Ein Pionier der Schweizer Grafik. Verlag Lars Müller,

1994. Und Müller-Brockmann, J.: Mein Leben: Spielerischer Ernst und ernsthaftes Spiel. Verlag Lars Müller, 1994.

³ Affolter, Claudio: Architekturführer der Stadt Baden. Verlag Lars Müller, 1994.



Gregor Naef gewann mit seinem +GF+COLORO-Kugelhahn den Schweizerischen Designpreis.



Entwurfszeichnung von Gregor Naef zu seinem Hahn.