

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 2 (1989)  
**Heft:** 7

## Inhaltsverzeichnis

### 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](#)

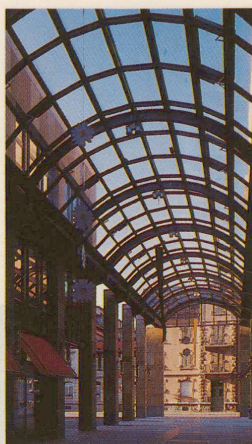
### Terms of use

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:** 29.04.2026

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

MEINUNGEN .....	4
LEUTE .....	4
FUNDE .....	5
STADTWANDERER .....	5
SONDERMÜLL .....	7
KOMMENDES .....	8



Die Metalli-Überbauung in Zug, ein Superblock und Industrietempel: ein Denkmal für den herrschenden Geschmack. Seite 44

## WETTBEWERBE

Europas: die Schweiz als europäische Wohnprovinz .....	9
Bauen für Touristen .....	12
Designwettbewerb Solothurn .....	14



Gestalter Bruno Rey erfand den Stuhl, auf dem fast jeder schon einmal gesessen hat. Seite 30

## BRENNPUNKTE

Monorail – das Tram im Hochparterre .....	18
Ingenieurkunst aus Massivholz .....	20
«Wo Wald ist...» .....	22
Unterseen: das Modell als Modell .....	24
Zwei Museen in New York: Respekt und Risiko .....	25

## DESIGN-TÄTER

Bruno Rey, der Erfinder des Sitzens .....	30
---	----

VON FRANZISKA MÜLLER

## ESSAY

Ankergründe des Heimatgefühls .....	38
-------------------------------------	----

VON FELIX AEPPLI

## ARCHITEKTUR

Metalli: Zugs vierte Blütezeit .....	44
--------------------------------------	----

VON BENEDIKT LODERER

## PORTRÄT

Ivor Owen: Marktdesign vom Haymarket .....	53
--	----

VON ISABELLE MEIER



Londons Haymarket: Sitz des British Design Council, der grössten staatlichen Designförderungsstelle. Seite 53

EREIGNISSE .....	60
FINGERZEIG .....	61
BÜCHER .....	62
RECHT .....	63
STELLEN .....	69
MARKT .....	70
COMIC .....	72
VORSCHAU .....	74

TITEL: BRUNO REY, FOTO: BERND GRUNDMANN

# EDITORIAL

## Der Überdruss am Überfluss

Der Stuhl «Modell Nr. 14» der Gebrüder Thonet ist ein Kind der ersten industriellen Revolution. Mittlerweile oft kopiert und tausendfach hergestellt. Unbegrenzt der Griff auf den Rohstoff Holz – unbegrenzt die Masse der Sitzwilligen. Die fortschreitende Mechanisierung führte zum Halbfabrikat und dem Montageband – Marcel Breuers Stühle stehen dafür als exemplarische Gestalt. Der Salto des Konsums schliesslich erlaubt es, Massenprodukte zu verschrotten, heroische Stuhlmonumente zu bauen und als Transporter für Prestige und Zeitgefühl lautstark durch die Medien zu hetzen. – Drei Haltungen sind ablesbar, zwei stellen wir in diesem Heft vor.

Da ist zuerst Bruno Rey, Erfinder des Sitzens, wie wir ihn nennen. Seine Entwürfe schaffen Normen und gestalten einen egalitären Massengeschmack. Ihre Form sagt uns: Wir sind Teil der Industriekultur – vielfach brauchbar, zuverlässig und dauerhaft. Das Bild vom richtigen Sitzen wird normiert, montiert und schliesslich seriell gefertigt. Ein exemplarischer industrieller Entwurf, welcher eine deutliche Haltung des Designers manifestiert: «Ich glaube an die Gestalt der mechanisierten Welt.» Klar ist auch die Hierarchie der Werte. Zuerst kommt das Sitzen und dann die Bedeutung des Bildes.

Gegen ihn steht der Entwurf, der einmal Protest war gegen die Industriekultur – und heute nur noch Abklatsch ist, an dem sich die Life-style-Clique freut. Als Einzelstück, signiert, aus Teak, Mahagoni oder Vogelaugenahorn, Beton oder Stahl – im Kern ist nur die Wirkung wichtig: der visuelle Knall, die stündliche Sensation, der exquisite Genuss. Als Täter ist dafür Ron Arad ein Beispiel. All die Kreationen der wachsenden Kulturindustrie öffnen neue Märkte und spielen den Leithammel für das noch schönere Wohnen. Hier geht es denn auch nicht um so etwas Handfestes wie Brauchbarkeit im Alltag, sondern um die grosse Geste des genialen Entwurfs. Einmal ist das ja noch halbwegs lustig, aber schon beim zweitenmal gähne ich vor Langeweile ob dem bedeutungsschweren Getue in all dem präsentierten Überdruss am Überfluss.

Ich ärgere mich über den Anspruch dieser mediengerecht und geschickt vermarkteten Gestaltungen, wie sie den Begriff «Design» einengen auf die Propaganda des Lebensstils der oberen Schichten. «Hochparterre» verteidigt einen offenen Designbegriff, der sich für alle Gegenstände und vor allem für die des Alltags interessiert. Die Werber brauchen immer mehr das Wort «Design», wenn sie ein Produkt bejubeln. Wir sollen dann meinen, «Design» sei etwas Besonderes, reiche gar aus für Qualität von Gestalt und Form. Das ist nicht so. Deshalb beginnt «Hochparterre» hier Fragen zu stellen. Wir fragen danach, wie Vorschein und Produkt zusammenpassen. Wir fragen nach der Qualität der Ausführung. Wir freuen uns, wenn ein Gegenstand «schön» ist, aber wir fragen, was das heisst und wem er gefällt und wem nicht. Und wir fragen weiter: Besteht der Gegenstand aus Rohstoffen, deren Verwendung ökologisch vertretbar ist? Wie wird er produziert und verkauft? Ist er vielfach verwendbar? Ist er dauerhaft? Wie sieht seine Energiebilanz aus? Was passiert mit ihm, wenn er weggeworfen wird? Ist er mehr als nur ein Teil des Warenrausches, der den harten Alltag erträglich machen soll?

KÖBI GANTENBEIN