

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 3 (1990)
Heft: 12

Artikel: Rund und schmuck : der Knopf
Autor: Brandes, Uta
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-119299>

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: 06.01.2026

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



rund und
schmuck:
der



von UTA BRANDES
FOTOMONTAGEN: ROLI FISCHBACHER

Er ist unscheinbar, aber aus
dem Alltag nicht wegzudenken.
Wie wichtig er ist, wird erst
klar, wenn er fehlt. Dann wird
es peinlich, provokant – oder
schlicht unbequem. Der Knopf,
in Millionenauflagen produzier-
ter Gebrauchsgegenstand und
modisches Accessoire, nüch-
terne Verschlussache und ver-
spielter Schmuck – ein rundes
Stück Zivilisationsgeschichte.



Knopf

der Knopf

Jede Zeit hat ihre Knöpfe. Nicht nur am Design, sondern auch an den Rohmaterialien lassen sich Mode und Alltagsgeschichte ablesen. Die bestrickten Coco-Chanel-Zeiten sind ebenso vorbei wie die des asymmetrischen Schwarzweiss-Kunststoffknopfs von Courrèges. Die Euphorie für den Uniformlook ging, es kam das Revival der Rocker-Lederknöpfe. Das neuere ökologische Bewusstsein scheint in der heutigen Mode dem Knopf aus Naturmaterial neben dem Knopf aus Plastik wieder eine Chance zu geben. Zugleich wird spielerisch experimentiert, verschiedene Materialien werden kombiniert, Formen ausprobiert. Der Knopf erlebt einmal mehr eine Hochzeit. Vor zwei bis drei Jahren fing der Boom an, gegenwärtig scheint der Höhepunkt erreicht. Selbst Jeans werden wieder

feld gerückt, setzen die Assoziationen ein. Wir erinnern uns des Knopfs in klassischen Kriminalromanen und Kriminalfilmen, der, am Tator verloren oder im Kampf abgerissen, den Täter überführt. Im Alltag provozieren fehlende oder aus Versen nicht geschlossene Knöpfe an besonders empfindlichen Schlüsselstellen grosse Verlegenheit. Anderseits erotisiert die absichtsvoll unvollständig geknöpfte Bluse das andere Geschlecht. Der Kinofilm hat von Blusenknopf zu Blusenknopf die ganze Stufenleiter des moralisch Möglichen durchgespielt, von ganz zugeknöpft bis offenherzig, dabei allerdings stets dem traditionellen Rollenspiel verpflichtet.

Über Knöpfe

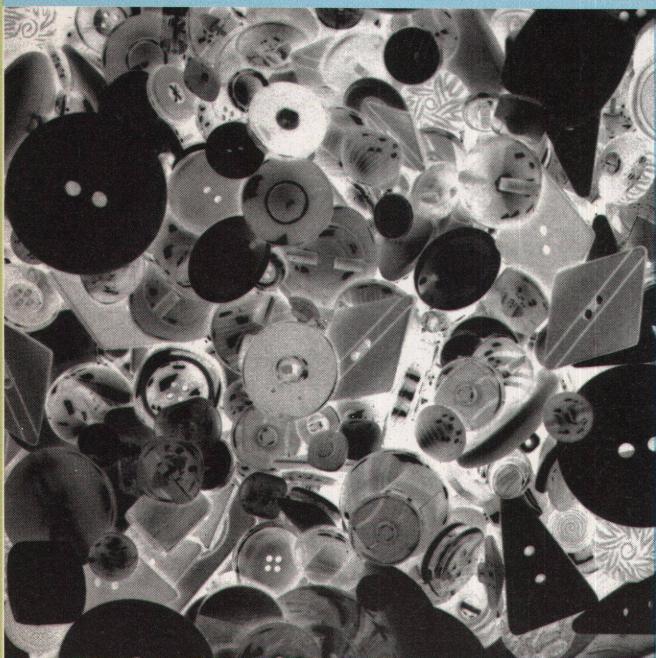
Auch die literarische Produktion hat sich den Knopf vorgeknöpft. Joachim Ringelnatz schrieb sein Gedicht «Der Knopf», Gertrude Stein ihre «Tender Buttons», Ilse Aichinger das unheimliche Hörspiel «Knöpfe». Nicht nur Anreger kreativen Tuns, sondern selber Mittelpunkt ist der Knopf in Lüdenscheid im westfälischen Sauerland: Das dortige Knopfmuseum hat 1988 «Künstlerknöpfe» ausgestellt. Der Berliner Kunsthistoriker Heinz-Werner Lawo bereitet ein Buch «Auf Knopfdruck/Über Druckknopf» vor, und das Werk «Knopfdesign» ist auf der letzten Frankfurter Buchmesse vorgestellt worden. Bei soviel Knopfboom darf auch der einschlägige Wettbewerb nicht fehlen: «Knopf-art» heisst er, ausgeschrieben von der «Knopf Union GmbH» in Bielefeld, der grössten Knopffabrik Europas (mehr über Buch und Wettbewerb im Kasten).

Steg oder Öse?

Knöpfe, vom billigen Massenknopf bis zum exklusiven Designerknopf, werden entworfen, produziert, vertrieben und verkauft. Es gibt Langzeitrenner (typische Hemden- oder Blusenknöpfe) oder Klassiker («Ulster» und «Bimbo» zum Beispiel), aber der grösste Teil geht mit der Mode. Und da ist er von den Trends der Konfektionsbranche geprägt: Mal maritim, mal orientalisch oder ökologisch, mal im Trachten- oder Militärlook. Zwei Jahre im Voraus müssen die Tendenzen aufgespürt werden, immer in enger Zusammenarbeit mit der Textil- und Konfektionsindustrie. Stoffarten und -qualitäten, Silhouetten, Farben wechseln: Die kontinuierliche präzise Marktbeobachtung in der Modebranche ist unerlässliche Voraussetzung für das Entwerfen von Knöpfen. Und selbstverständlich braucht es genaue Kenntnisse über das Phänomen Knopf selbst. Da geht es, sogar bei Massenware, um Haptik, um das Sehen, um das Feeling für die Proportionen des kleinen bis winzigen Objekts. Um Zehntelmillimeter wird gefochten und darum, wie die Mitte zum Rand steht, ob zwei oder vier Löcher, Steg oder Öse, ob die Oberfläche blank oder matt, konkav oder konvex sein soll. Die Entwicklung von Rohmaterialien, Fertigungsmethoden und -maschinen ist aufwendig, für jeden neuen Knopf muss ein eigenes Werkzeug hergestellt werden. Die Oberflächenveredelung von Metallknöpfen erfolgt durch den aufwendigen Prozess des Galvanisierens. Grosse Knopfbetriebe haben eigene Färbereien, damit der Knopfton im letzten Moment, kurz vor Auslieferung der Kollektion, auf die entsprechenden Farbtrends der Mode abgestimmt werden kann. Kaum ein Knopf übrigens ist einfach flach, weil er beim Einfärben im Farbbad mit anderen zusammenkleben und unregelmässige Farbverteilungen erzeugen würde.

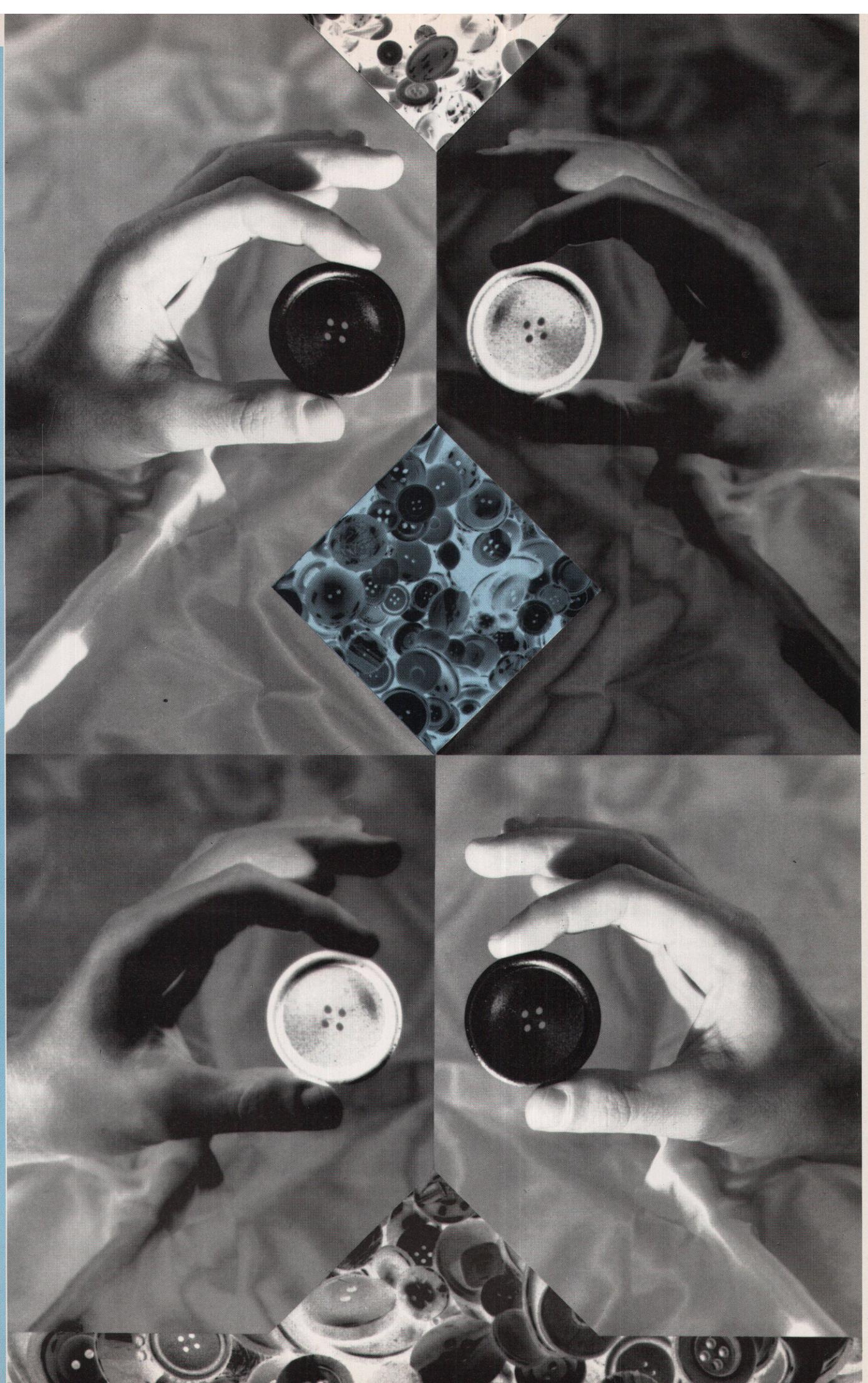
Keck wie Knopf

Eine Werbeagentur hätte keinen besseren Namen erfinden können. Kurz, prägnant, witzig, zudem mit demselben Anfangsbuchstaben wie das Objekt seines Vergnügens und Handelns: Keck wie Knopf – oder Knopf wie Keck? Denn das Knopfspezialgeschäft Keck ist eine Zürcher Institution. Und es hat als Familienunternehmen Tradition. 1902 wurde es von der Grossmutter des heutigen Inhabers Peter Keck gegründet, die zuvor als «patentierte Hausiererin» mit einem Handwagen in der Zürcher Altstadt unterwegs war und die Schneider und Schneiderin



geknöpft. Der Knopf hat Oberwasser gegenüber seiner technisierten Konkurrenz. Was ist denn schon ein Reissverschluss gegen eine Reihe Perlmutterknöpfe!

Der Kleiderknopf ist ein interessantes Objekt. Selten beachtet, kaum diskutiert. Und doch: Ist er einmal ins Blick-



nen mit einem ganzen Merceriesortiment versorgte. Der Knopfhandel war damals noch vollkommen auf die Herren eingestellt, erst 1932 kam bei Kecks die Damenbranche dazu, wogegen heute alles auf den weiblichen Knopf zugeschnitten ist; aus dem Einzelhandel ist der geknöpfte Mann verschwunden. Enkel Peter Keck wollte ursprünglich eigentlich gar nicht auf den Knopf kommen. Er begann eine Lehre als Koch, ging danach auf die Kunstgewerbeschule in Zürich, machte schliesslich eine Banklehre und war einige Zeit in England, wo er dann doch zum Knopf fand. In einer Knopffabrik lernte er Produktions- und Organisationsprozess kennen, übernahm anschliessend Knopfvertretungen, bevor er 1956 in das Familiengeschäft einstieg. Knöpfe müsse man lieben, sagt er, und zwar «nicht irgendwelche Knöpfe, es ist der Knopf». Er habe früh eine Unternehmensvorstellung aufgebaut, seine Qualitätsschäfte sukzessive erhöht – und heute führt Keck das einzige Knopfhandelsgeschäft in Zürich. «Viele sind in Kurzwaren steckengeblieben» und mussten schliessen. Heute gibt es in der Schweiz nur noch zwölf Spezialgeschäfte für Knöpfe, und in anderen Ländern sieht es nicht besser aus. «Wir Knopfleute kennen uns untereinander alle.» Wie auch in anderen Branchen haben die Warenhäuser mit ihrem massenhaften Billigangebot die Fachgeschäfte unterboten. Aber da Peter Keck auf Qualität setzt, braucht er sich keine Sorgen zu machen. Immerhin war er früher einmal Herr über fünf Filialen. Auf 100 Quadratmetern Verkaufsfläche hat er im letzten Jahr drei Millionen Franken Umsatz gemacht und beschäftigt 27 Angestellte, davon 25 im Verkauf, und 1987 hat er sein Geschäft vom Innenarchitekten Max Binder und Handwerkern aus dem Quartier vollkommen renovieren lassen. Keine postmodernen Spielereien, sondern alles in hellem Holz, «etwas, das zu den Knöpfen passt und individuell ist, sich gegen den Einheitsbrei abgrenzt». Auch die Fassade des alten Hauses liess er in Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege sorgfältig herrichten.

Echte Knöpfe

Peter Keck hat Prinzipien: Er führt – ausser für Kinderbekleidung – keine Nylonknöpfe, da sie beim Waschen abfärben, und hat deshalb auch keine Probleme mit Fälschungen; denn Imitate werden aus ökonomischen Gründen nur in Nylon gefertigt. Jedes Jahr dekoriert er ein «Echtfenster» mit erlebten Knöpfen aus Naturmaterialien: Perlmutt, Holz, Stein, Bernstein und so weiter. Selbstverständlich handelt er

heute nicht mehr allein mit Knöpfen, Accessoires wie Borten und Bänder, Woll- und Seidentücher oder Ledergürtel, in eigener Werkstatt produziert, gehören dazu. Insgesamt führt Keck etwa 8500 Artikel, darunter immerhin ca. 4000 verschiedene Knöpfe.

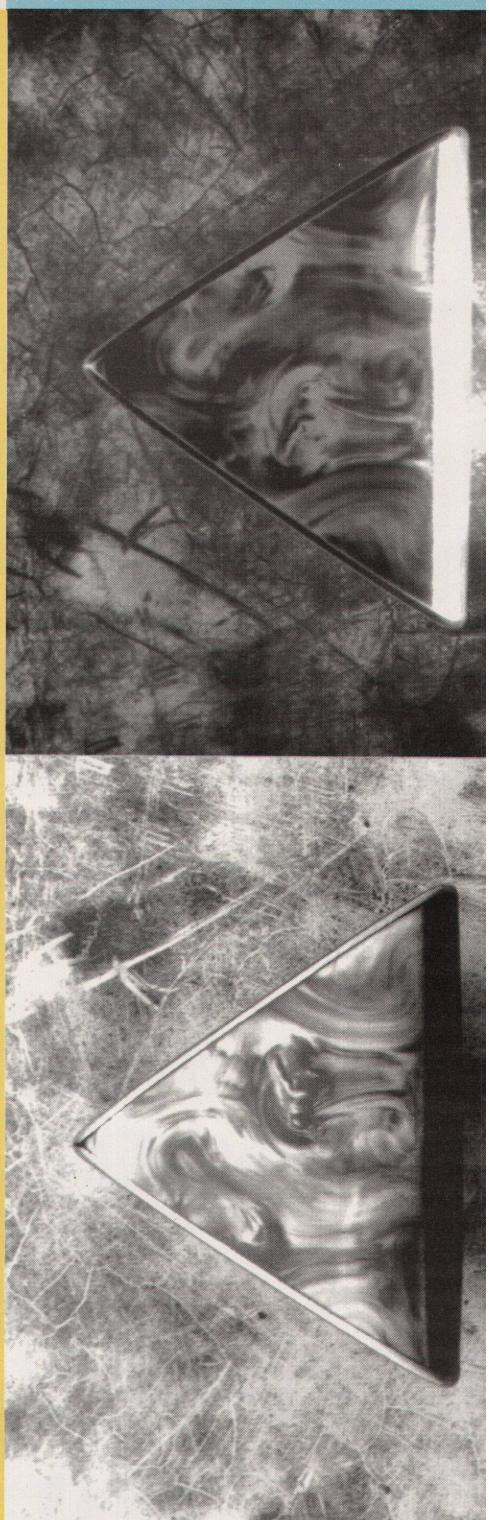
Knopfstädte

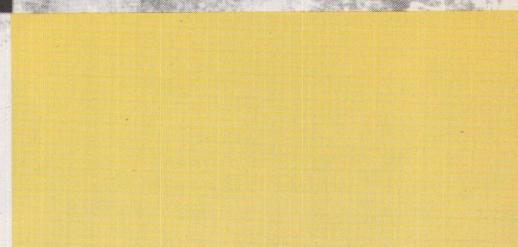
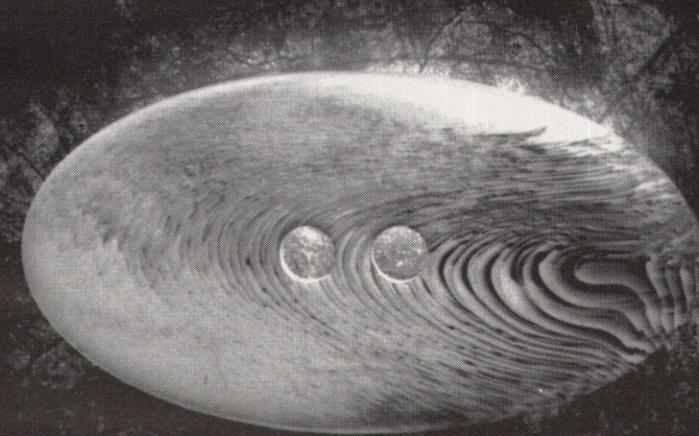
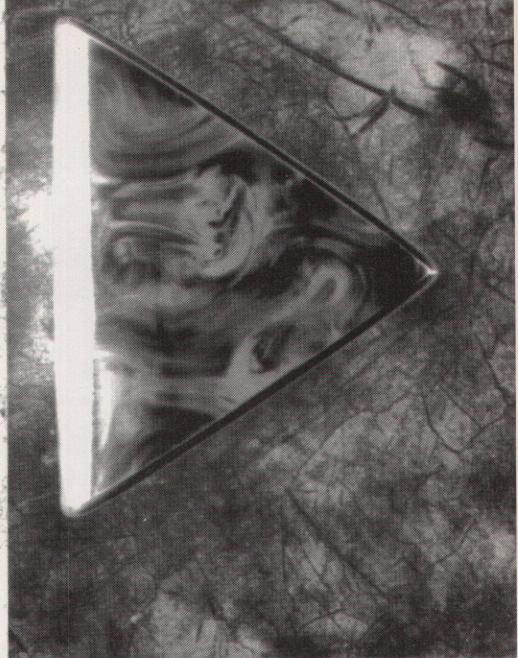
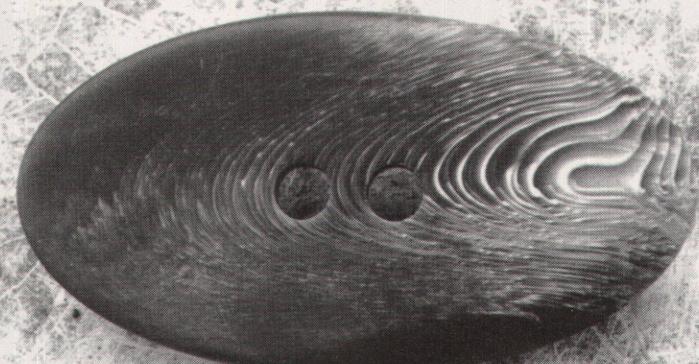
Diese Knöpfe bezieht Keck von Lieferanten aus der ganzen Welt. Die meisten kommen jedoch aus Italien, Deutschland und Frankreich. In diesen Ländern haben sich in den Jahren der Industrialisierung Produktionschwerpunkte gebildet, wie wir sie auch von andern Mode- und Textilartikeln kennen. In Italien ist das «Knopfzentrum» Piacenza in der Lombardei, in Deutschland Bernau (zwischen München und Salzburg) und in Frankreich St-Claude. Dieses Jurastädtchen an der Bienne ist nicht nur wegen seiner Knöpfe, sondern besonders auch als Pfeifenstadt bekannt; als dritte Spezialität pflegt St-Claude die Diamantschleiferei. Wie viele Knöpfe weltweit verkauft werden, lässt sich nicht feststellen. Trotzdem eine Richtzahl: In der BRD (vor dem Zusammenschluss) betrug der jährliche Produktionswert etwa 100 Millionen Mark, was einem Verkaufswert von 400 bis 500 Millionen entspricht.

Peter Keck verkauft zu gleichen Teilen klassische und modische Knöpfe. Seine Lieblingsknöpfe sind aus Perlmutt, «dem edelsten Material», aus dem auch das teuerste Stück in seinem Laden – für 79 Franken – gefertigt ist. Die Zukunft des kleinen, aber feinen Schmuckstücks sieht er optimistisch: «Er ist schon oft totgesagt worden, aber immer wieder ist er da. Vor einigen Jahren war es noch der Lochknopf, heute ist wieder der verspielte Knopf en vogue.» Auch die Zukunft seines Geschäfts sieht der 54jährige Keck gesichert: Die Weiterführung der Familientradition durch den Sohn ist gesichert, Gedanken ans Kürzertreten sind erlaubt.

Das Loch

Die Geschichte des Knopfs dagegen liegt weitgehend im Dunkeln. Die frühesten Funde reichen zwar bis aufs Jahr 2500 vor Christus (Ägypten) zurück, doch hatte der Knopf über Jahrhunderte vor allem schmückende Funktion. Für die Garderobe standen Bänder, Schnüre, Schärpen und Nadeln je nach Zivilisation und Mode hoch im Kurs. Noch übers Mittelalter hinaus war der Knopf dem Adel vorbehalten, und zwar wesentlich dem männlichen. Die Damen dagegen nestelten sich mit Haken und Ösen durch, die noch in den erotischen Romanen des letzten Jahrhunderts jenen





Part innehatten, den Hollywood dem neckischen Blusenknopf zugewiesen hat.

So etwas wie ein Vorfahre des Knopfs im heutigen Sprach- und Modegebrauch waren Knebel und Lasche, die ja beim Dufflecoat überdauert haben. Hier ist auch die Herkunft der Knopfmacherei, einer einst mal stolzen Zunft, erkennbar: das Drechslergewerbe.

Zum Knopf, der nicht nur schmückt, sondern eben knüpft, wurde er jedoch erst durchs Knopfloch, einer neueren Erfindung. Die Institution, welche sich die Tugenden von Knopf und Loch zuerst zunutze machte, war das Militär: Disziplin durch Knöpfe in Reih und Glied, gleichzeitig Hierarchie auf den ersten Blick.

Die massenhafte Verbreitung des Knopfs hängt zusammen mit der Industrialisierung. Diese brachte auch schon bald neue Konkurrenz: 1885 erfand Heribert Bauer aus Pforzheim den Druckknopf, 1893 machte Ingenieur Judson in Chicago erste Versuche mit dem Reissverschluss, der 1906 patentiert und ab 1913 maschinell produziert wurde. Der Knopf hat sich dennoch halten können. Schneller und effizienter mögen andere Schliessvorrichtungen sein. Eines aber hat ihnen der Knopf voraus: Nur er ist so vielfältig, vorwitzig und verspielt, so faszinierend.

Knopfart – Knopfdesign

«Ideen zur zeitgenössischen Gestaltung des Knopfs» sind beim Wettbewerb «Knopf-art» den die Union Knopf GmbH, Bielefeld, Europas grösster Hersteller, zusammen mit der Galerie für modernen Schmuck in Frankfurt durchführt. Die Entwürfe sollen «funktions tüchtig und reproduzierbar sein», doch sollen bei der Jurierung auch «exzellente Unikate» eine Chance haben. Einsendeschluss ist der 12. März 1991, Auskunft erteilt die Galerie für modernen Schmuck, Weckmarkt 3, D-6000 Frankfurt, Telefon 0049/69 29 22 88 (bis Ende 1990). Die Preisvergabe (zwischen 5000 und 1000 Mark für die ersten fünf) wird während der Interstoff (9. bis 11. April) in Frankfurt stattfinden.

Mit bestehenden Knöpfen befasst sich das soeben erschienene Buch «Knopfdesign» von Anette Wilzbach und Martina Wilzbach-Wald, Verlagsgruppe deutscher Fachverlag, Frankfurt 1990, ISBN 3-87 150-315-0.

HP ■



