

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 18 (2005)
Heft: 6-7

Buchbesprechung

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: 19.02.2026

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

Bücher

- Schade um die Lesezeit
- Nicht ohne Wert
- Brauchbare Pflichtlektüre
- Wahr, klug, erhellend
- Ich bin hingerissen



●●○ Nicht nur billiger Ramsch

In den Neunziger Jahren verkaufte die Warenhauskette ABM zum Ramschpreis. Der erste Schweizer Billiganbieter hatte jedoch unter Georges Cavelti von 1963 bis 1989 mehrheitlich Erfolgsgeschichte geschrieben: ABM stand für Qualitätsprodukte zu «sympathischen Preisen», so die Kampagne, insbesondere im Textilbereich. Auch die eigene Möbellinie von ABM war ein Erfolg. Dieser fußte nicht zuletzt auf dem visuellen Konzept und der Werbestrategie, gestaltet von den Grafikern Ernst und Ursula Hiestand und dem Texter Eugen Gomringer: Sie vereinten die schlichten Formen der Neuen Grafik mit den plakativen Texten der konkreten Poesie. Das wohl erfolgreichste Produkt der ABM-Werbung ist bis heute die Tragetasche mit den rot-orangen Kreisen. Cavelti, heute 80-jährig, hat jetzt ein Buch über ABM herausgegeben. Etwas gar euphorisch zeichnet Autor Werner Catrina Aufstieg und Niedergang nach. Werbestrategie und Produkte werden gezeigt und klug fasst Designtheoretiker Urs Fanger die Erfahrung des Designs für ABM zusammen. Eine amüsante Reise in die Welt der Schweizer Konsumwirtschaft, die nostalgisch stimmt. Claudia Schmid

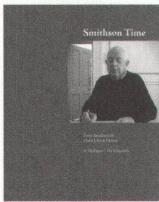
Georges Cavelti (Hrsg.): ABM – Erfolgsgeschichte einer Warenhauskette. Orell Füssli, Zürich 2005, CHF 58.–



●●● Chum ine, 's isch dine

Ein Karton voller Geschichten: So spannend kann Kunstbeobachtung sein! Auf 16 Tafeln entdecken wir eine Auswahl von Bildern des Aargauer Kunsthause, umrahmt von phantastieanregenden Fotografien. Sie umkreisen Themen des Alltags wie *(Licht und Schatten)*, *(Muster)* und *(Kindsein)*. Das Thema Wohnen beispielsweise wird mit einem Aquarellbild von Louis Moilliet illustriert. Ergänzende Fotografien dokumentieren das Wohnen in Indien und in der Schweiz. «Was für ein Haus baust Du Dir?» soll zum Nachdenken anregen. Eine Sammlung von Wörtern zu den Bildtafeln animiert zu Kunst-Geschichten, in Deutsch, Französisch und Englisch laden sie zum spielerischen Umgang mit Fremdsprachen ein. Die Kunst ist in diesem Werk kreativ und farbenfroh verpackt. Dahinter stecken die beiden Museums-pädagoginnen Franziska Dürr Reinhard und Vera Fischer, die mit viel Lust und Begeisterung Kunst vermitteln. Von Franziska Dürr stammen auch *10 x 10 Kunstbegegnungen* mit 100 Werken aus dem Aargauer Kunsthause. Die *(Begegnungen)* eignen sich nicht nur für Kinder, sondern auch als Familien- und Gesellschaftsspiel. Verena Huber

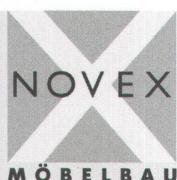
Franziska Dürr Reinhard, Vera Fischer: *Kunst-Geschichten*. 16 Faltblätter in Box, h.e.p. Verlag, Bern 2004, CHF 44.–



●○○ Unnötig verguckt

Zusammen mit seiner Frau Alison Gill Smithson gehörte der britische Architekt Peter Smithson (geboren 1923, gestorben 2003) zu den einflussreichsten der Nachkriegszeit. *(Smithson Time)* ist nichts weiter als ein Gespräch, das der Kurator Hans Ulrich Obrist im Frühjahr 2000 mit Peter Smithson geführt und zweisprachig herausgegeben hat. Die Lektüre ist so unnötig wie die eines Gala-Artikels. Aber wer sich für Milieu und Schaffen dieser beiden Architekten interessiert, erfährt dennoch einiges. Nicht anders als im Boulevard-Magazin werden primär Beziehungen ausgeleuchtet, seien es zu den amerikanischen Designern Ray und Charles Eames oder zu den britischen Künstlern Eduardo Paolozzi und Nigel Henderson. *(Freundschaft, Zuneigung)*, nicht nur zu anderen Künstlern, sondern auch im Verhältnis zu den Auftraggebern sei eine Grundvoraussetzung guter Architektur, erfährt die Leserin. Eine solche entstehe nur dann, «wenn der Auftraggeber sich in einen verguckt hat». Das klingt hier banaler, als es im Kontext des gesamten Gesprächs nachzulesen ist. Sascha Roesler

Peter Smithson, Hans Ulrich Obrist: *Smithson Time – A Dialogue / Ein Gespräch*. Verlag der Buchhandlung Walther König, Köln 2004, CHF 31.90



MECONO

Büro- und Schuleinrichtungen
Baldeggstrasse 20, CH-6280 Hochdorf
Tel. 041 914 11 41, Fax 041 914 11 40
e-mail: info@novex.ch
www.novex.ch





••• Pan Am und das Scheitern

Er ist einer der markantesten und auch einer der meistgehassten Wolkenkratzer New Yorks: das 1963 eröffnete Pan Am Building (heute MetLife Building), das mitten in der Park Avenue über dem Grand Central Terminal aufragt. Meredith L. Clausen zeichnet Planung und Bau des seinerzeit grössten Bürohauses der Welt nach. Man erfährt von frühen Projekten, denen der grandiose Grand-Central-Bahnhof zum Opfer gefallen wäre, von der Opposition gegen den Abbruch, die zum Kompromiss des Neubaus neben dem New Yorker Bahnhofsgebäude führte. Das entsprechende Projekt entwarfen Emery Roth & Sons, ihnen stellte die Bauherrschaft Walter Gropius und Pietro Belluschi zur Seite, die mehr Qualität garantieren sollten. Genutzt hat es wenig und insbesondere Gropius' Ruf hat empfindlich gelitten. Weshalb hat er sich überhaupt auf ein Abenteuer eingelassen, dessen Scheitern absehbar war? Ganz einfach: Weil er einmal in seinem Leben einen Wolkenkratzer bauen wollte. Das Gebäude zelebrierte die Errungenschaften der Technik und es leitete eine Wende im Hochhausbau ein. wh

Meredith L. Clausen: *The Pan Am Building and the shattering of the modernist dream*. MIT Press Cambridge, London 2005, CHF 76.-



••• Ein Rezeptbuch

Für weniger als zwanzig Franken erstehen wir einen Kurs zur Buchherstellung. Siebzehn beinahe ausgebildete Studierende der Verlagsherstellung haben begeistert, wohlwollend, aber durchaus auch missfallend je zwei von ihnen ausgewählte «Wahl- und Qualitätsbücher» beschaut, befüllt und dann besprochen. Fast alle Kriterien der Buchgestaltung und Buchherstellung sind darin gewogen und gewichtet: Form und Funktion, Lesbarkeit, typografisches Wollen und Können, Umschlag, Papierwahl, Bindung, Vorsatzpapier und Illustration. Viele der Texte sind Leseperlen – frisch und präzis formulierte Kritiken in Form von Geschichten, Gebrauchsanweisungen, Rezepten oder Gedichten. Die Bücher werden einmal nicht nach ihrem Inhalt gemessen, sondern auf ihre gestalterische Qualität hin rezensiert. Dies alles ist nachzulesen und anzuschauen im Katalog zu einer Ausstellung der Studierenden des Fachbereichs Polygrafische Technik an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig. Sicher werden wir einigen Absolventinnen und Absolventen wiederbegegnen. Franz Heiniger

Christian Ide, Martina Heuer (Hrsg.): *Bücher auf dem Prüfstand. Erste Hilfe Qualität*. Verlag Hermann Schmidt, Mainz 2004, CHF 19.80



••• Lust auf einen Piccolo?

«Sie sitzen in den Grandhotels. / Ringsum sind Eis und Schnee. / Ringsum sind Berg und Wald und Fels. / Sie sitzen in den Grandhotels / und trinken immer Tee», spottete Erich Kästner über die Gäste, die lieber in den Stuben hockten, als die Berge zu besteigen. Angelockt von einer pomposen Architektur, waren die Flachländer in Scharen angereist, um dem Gebirge und ihrem (laut Schiller) keuschen Schnee nahe zu sein oder lieber gleich dem hübschen Piccolo wie Madame Houpflé («Sag derb Du zu mir!») in Manns *Felix Krull*. Die Hotels waren frühe Traumfabriken, erstellt, um den Wunsch des gehobenen Bürgertums nach Repräsentation in Räumen einer vergangenen Epoche zu stillen. Unwichtig, dass sich das Grand Hotel rasch von der Natur weg bewegte, so weit weg, bis der Ort, an dem es stand, keine Rolle mehr spielte. Wer den Träumen aus der Blütezeit der Grand Hotels nachhängen will, öffnet Segers Buch. Kaum hat man die ersten Seiten hinter sich, sitzt man mit ihr und Mr. Fips beim Tee in St. Moritz und studiert lebhaft die Berge, den Kristalllüster, die weiteren Gäste, die appetitlichen Gurken-Canapés – und das dienstfertige Personal. ram

Cordula Seger: *Grand Hotel – Schauplatz der Literatur*. Verlag Böhlau 2005, 522 Seiten, CHF 102.-



••• Tretet ans Licht

«Die Deutschen kommen», stellte Hochparterre kürzlich mit Blick auf die hohe Beteiligungsquote ausländischer Architekturbüros an Wettbewerben fest. Wer im Band *Offensive Architektur* liest, findet eine Ursache dieses Phänomens. Architekten, so legt es der Fachjournalist Frank Peter Jäger dem Berufsstand ans Herz, müssten Präsentation, Public Relations und Marketing lernen. Folgerichtig publizierte er ein Lehrbuch, das in Sachen Selbstvermarktung auf Fachleute zurückgreift, auch auf die Erfahrungen von Wilfried Dechau, dem früheren Chef der *Deutschen Bauzeitung* und Hochparterre-Kollegen auf Zeit. Er berichtet vom Stellenwert des Bildes und gibt den Rat, lieber eine Fotografin mit Erfahrung beizuziehen, statt die Redaktionen mit verzerrter Perspektive zu ärgern. Generell sind die Tipps einfach, dafür handfest und, was die Medienkontakte betrifft, für deutsche Verhältnisse geschrieben. Es wird aber durchaus der Fall sein, dass ein Büro eher wahrgenommen wird, wenn es die mit Pfeilen betonten Punkte und jeweiligen Merksätze, die hier *(Richtschnur)* heißen, beherigt – vorausgesetzt, es macht auch gute Architektur. rhg

Frank Peter Jäger (Hrsg.): *Offensive Architektur*. Jovis Verlag, Berlin 2005, CHF 42.50

