

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 21 (2008)
Heft: 9

Rubrik: Jakobsnotizen

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>

19 Ade Bügeleisen

Heute trinken die Menschen lieber Kaffee, als dass sie Hemden bügeln. Aus dieser Binsenwahrheit zieht der Apparatehersteller Jura nun Konsequenzen: Es werden keine Jura-Bügeleisen mehr produziert. Die Firma konzentriert sich auf Kaffee-Vollautomaten. Bis in die Achtzigerjahre war Jura die bekannteste Bügeleisenmarke der Schweiz. Immerhin verabschiedet sich das Unternehmen mit Stil: Am 22. September eröffnet am Hauptsitz in Niederbuchsiten eine Ausstellung zur Geschichte des Bügeleisens.

20 ▶ Lastwagenblache

Freitag-Taschen bestehen aus ausrangierten Lastwagenplanen. Die Kunst der Zürcher Taschenmacher ist es, aus den grossen farbigen Flächen visuell überraschende Beutel zu schneidern. Sie haben nun einen Wettbewerb für die interessanteste Plane ausgeschrieben. 3000 Einsendungen aus 70 Ländern wurden von Stefan Sagmeister, Michael Diebold, Martin Lötscher, Wolfgang Weingart, Martin Woodtli und den Gebrüdern Freitag juriert. Als Gewinner überzeugte Chris Gray aus Manchester mit einer ringelsockigen Schaukelschwingerin. Nun schmückt sie einen Planzer-Lastwagen, der damit fünf Jahre durch Europa fährt. Danach wird sie in eine Sonderserie Taschen verwandelt. Wer den Lastwagen als erster spottet, ein Bildchen schießt, das er auf die Website lädt, gewinnt eine Freitag-Tasche. www.freitag.ch

21 Brett vorm Kopf

Vor zwanzig Jahren beschlossen die SBB, die Haupthalle des Zürcher Hauptbahnhofs auszuräumen, seit 1990 ist die Halle der grösste überdeckte Platz der Schweiz. Als Zugang zur Unterwelt des Bahnhofs gestalteten Trix und Robert Haussmann drei quadratische Öffnungen – scharfe Schnitte, die die Grosszügigkeit des Raums nicht beeinträchtigten. Es geschah, was immer geschieht: Im Lauf der Zeit hat die Bahn den vorderen Hallenbereich mit viel Nützlichem und viel Unnötigem möbliert. Der hintere Teil blieb frei, er lässt sich teuer vermieten. Der neuste Streich sind die Informationstafeln, die die SBB in Reih und Glied um die eine Bodenöffnung montiert haben. Wer nun in die Tiefe fährt, hat ein blaues Brett vorm Kopf, und vor allem macht die Tafelbatterie aus der Öffnung im Boden ein Volumen im Raum. Dass die Tafeln erst noch schräg in der Gegend stehen, ist da fast schon ein Detail.

22 Lorbeerkränzchen 4

Vor drei Jahren waren sie noch zu fünf, heute arbeiten 28 Leute im Zürcher Architekturbüro. a4D Architekten haben 15 Projekte, sieben davon sind im Bau. Wie ist ein so →

Jakobsnotizen Hoffnung fürs Dadahaus

Kaum eröffnet, sorgte das Cabaret Voltaire in Zürich zu ersten Mal für Aufregung. Zusammen mit der Künstlergruppe Comcom suchte das Dadahaus im Januar 2005 Eltern, die ihr Kind Dada taufen würden. «Eine Schande», riefen Besorgte, als die Familie Izevbigie ihren Erstgeborenen Dada nannte und dafür 10 000 Franken Kunstmöglichkeit kassierte. «Die Würde des Kindes wird gefährdet», liess die Unicef den Stadtpräsidenten wissen. Dada entwickelt sich prächtig, kommt bald in den Kindergarten und hat mittlerweile ein Brüderchen. Und auch seinem Heimatort, dem Dadahaus in der Altstadt, geht es gut. Ab und zu macht das Haus ein paar Punkte gut im Kampf der Aufmerksamkeiten, einmal mit einer T-Shirt-Aktion für eine ergraute und eingesperzte RAF-Täterin, einmal mit einem Kurs für Graffiti-Kunst, aus dem Zeitungen und Gemeinderätinnen eine Graffitischlacht machten. Und so hat es mich verwundert, wie die braven Männer in der SVP aufs Maul hocken konnten, bis es aus ihnen brach: «Jetzt aber fertig lustig! Herrgottssack!» Und sie ergriffen das Referendum gegen den Beitrag der Stadt Zürich an das Kulturhaus. Am 28. September 2008 wird abgestimmt. Allein schon die Skandälchen, die die zwei Dadadirektoren Philipp Müller und Adrian Notz ab und zu anzurütteln im Stande sind, ist ein beherzter Grund, dem Cabaret Voltaire Kredit zu geben. Bewegung entsteht durch Feuer.

Der zweite Grund fürs Cabaret Voltaire: Nebst den Aktionen im Kampf um Aufmerksam- und Eitelkeit haben Meier und Notz, die das Dadahaus mit zwei Teilzeitstellen leiten, hochkarätige kunsthistorische und zeitgenössische Beiträge geliefert. So die Untersuchung über die Dadawelt und -geschichte in Osteuropa oder die Ausstellung zum Funktionieren des Welt- und Lokalmarktes am Beispiel eines T-Shirts. Beiträge, die den Respekt des Fachpublikums ernten durften, und Ausstellungen, die mit viel Lust und Engagement die Ökonomie darstellten – und kritisierten. Das kleine Haus an der Spiegelgasse 1 ist mit wenigen Mitteln zu einem weitherum respektierten Ort geworden, immer gut für eine Überraschung, für solides Wissen und für unverfrorenes Probieren. Würde ihm der Geldhahn zugeschraubt, so strahlte das natürlich weit über Zürich hinaus. Also sollen all die, die nicht abstimmen dürfen, der Stadt Zürich tüchtig die Daumen drücken.

Denn das Eigengoal, das die Zürcher schossen, kostet zu viel. Der Verein, der das Dadahaus trägt, gab bei Interbrand Zintzmeyer & Lux eine Imagestudie in Auftrag. Weit vor FCZ, GC, Paradeplatz und Streetparade ist die Marke «Dada» in der Welt bekannt und wird, positiv besetzt, mit Zürich verbunden. Standortförderung ist nicht die erste Aufgabe des Dadahaus, aber es möge auch den skeptischen Menschen einleuchten, dass die 350 000 Franken, die die Stadt an das doppelt so grosse Budget beiträgt, gut angelegtes Marketinggeld sind. Und Hand aufs Herz: Welche Kulturinstitution schafft diese Arbeit mit einem derart kleinen Budget, von dem die Hälfte in die Kasse des privaten Hausbesitzers fließen muss? Dem Cabaret Voltaire gehören nicht nur viele Ja-Stimmen an der Urne, sondern auch ein Preis für gutes Geschäft. (Kampagne des Dada-Hauses: «Gleis 6 verkauft für 666 Franken», Seite 6)

CRASSEVIG

Nett

Kunststoffschale, Untergestell mit Kufen oder 4 Beinen, verchromt, Edelstahl oder farbig lackiert

Infos über:

MOX
Geroldstrasse 31
8005 Zürich

Tel: 0041 44 271 33 44
Fax: 0041 44 271 33 45
info@mox.ch, www.crassevig.ch

