

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 30 (2017)
Heft: 11

Artikel: Kriterium Schönheit
Autor: Ernst, Meret
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-731040>

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: 17.04.2026

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

Kriterium Schönheit

Der Grafikdesigner und Typograf Stefan Sagmeister wagt sich an grosse Fragen. Was Glück ist, zeigt er im Museum für Gestaltung. Was Schönheit bedeutet, erklärt er im Interview.

Interview:
Meret Ernst
Foto:
Valentyn Bobyk

Was ist Glück, fragte sich Stefan Sagmeister und trug in einer grossen Recherche Wissenswertes zusammen, realisierte einen Film und geht mit der Ausstellung «The Happy Show» auf Tournee. Darin zeigt der in New York lebende Grafiker die Resultate dieser mehrjährigen, radikal persönlichen Glücksforschung. Die Wege, wie man glücklich wird, sind vielfältig, und Sagmeister gibt keinerlei Erfolgsgarantie. Die Schau gastiert aktuell im Museum für Gestaltung. Im dazugehörigen Ausstellungsteil «My Collection» zeigt Sagmeister, was ihn aus den vier Sammlungen des Museums besonders anspricht. Die Aufgabe bot ihm eine willkommene Gelegenheit, über Schönheit in der Gestaltung nachzudenken – sein nächstes grosses Projekt.

Nach dem Glück die Schönheit:

Was gab den Anstoss, sich mit dieser heiklen

Kategorie zu beschäftigen?

Stefan Sagmeister: 2014 hielt ich darüber einen Vortrag. Dabei realisierte ich, dass die exzessive Beschäftigung mit der Funktionalität im 20. Jahrhundert die Frage nach der Schönheit komplett verdrängt hatte.

Trifft das auch auf Ihr Werk zu?

Als junger Designer interessierten mich Konzepte. Formale Lösungen waren mir nicht so wichtig, ich ordnete sie stets der Idee unter. Erst mit der Zeit realisierte ich, wie wichtig Schönheit ist. Den konkreten Beweis erhielt ich vor acht Jahren, anlässlich einer Kampagne für einen gut eingeführten Fruchtsaft in Indien. Wir verwendeten keine Slogans, sondern nur ein schönes Bild – und der Saft wurde rund sechzig Prozent besser verkauft. Trotzdem spricht keiner mit seinen Kunden über Schönheit, egal ob in Design, visueller Kommunikation oder in der Architektur.

Weshalb diskutieren wir kaum über Schönheit?

Schönheit ist als Thema tabu. Es wird belächelt, gilt als Überbleibsel aus dem 19. Jahrhundert. Das ist ein grosser Fehler. In der Kulturgeschichte der Menschheit spielt die intentionale Form seit der Frühsteinzeit eine Rolle. Das Werkzeug, das wir am längsten verwendet haben, der Faustkeil, war stets tropfenförmig und symmetrisch ausgebildet. Dabei brauchte es von der Funktionalität her gar keine Symmetrie – das Mammutfell hätte man auch mit einem unregelmässig geformten Faustkeil abschaben können. Seither spielte Schönheit in der Gestaltung eine wichtige Rolle. Erst die Moderne machte damit Schluss – für die Modernisten spielte Schönheit als Gestaltungskategorie eine untergeordnete Rolle. Aus heutiger Sicht ist das verständlich. Es brauchte die Befreiung von dem ganzen historistischen Firlefanz. Nachdem sich im Ersten Welt-

krieg alle die Köpfe eingeschlagen hatten, war der totale Neuanfang folgerichtig. Schönheit als moralischer Wert fiel der Enttäuschung über diese Katastrophe zum Opfer.

Der Verzicht auf das Ornament war damals radikal.

Wie schätzen Sie diesen Verzicht heute ein?

Wenn junge Designer mit der Readymade-Idee ein anti-ästhetisches Statement formulieren wollen, wäre Schönheit – etwa in Form eines Jugendstilschnörkels – zumindest origineller.

Was tragen Sie als Kommunikationsdesigner zur Diskussion über Schönheit bei?

Nehmen wir die grafische Form wichtig, wird die Funktionalität erhöht. Weshalb? Im Gespräch mit Kognitionspsychologen lernte ich, dass unser Hirn Abkürzungen produziert. Die Amygdala lässt Angst schneller durch; ästhetische Bezüge helfen bei der Entscheidungsfindung. So gesehen ist Schönheit eine Abkürzung für schnellere

«Es würde mich
wundern, Jacques
Herzog über Schönheit
sprechen zu hören.»

Stefan Sagmeister

Entscheidungen. Allein deshalb müssten Verpackungsfirmen über Schönheit sprechen! Ich kenne keine, die das tut. Es geht nur um Funktionalität. Dabei hat Max Bill bereits 1948 erkannt: Schönheit entsteht aus der Funktion, ist aber auch eine – doch da war es schon zu spät.

Werbung argumentierte immer schon mit Verführung.

Werbung arbeitet mit dem Bild schöner Menschen. Mich interessiert die von Menschen gemachte Schönheit. Darauf kann ich Einfluss nehmen. Architekten und Designerinnen nehmen die Form ernst, aber sie getrauen sich nicht, über deren Schönheit zu sprechen. Die Elbphilharmonie ist in meinen Augen eindeutig mit diesem Ziel konzipiert und gebaut worden. Doch es würde mich wundern, Jacques Herzog über Schönheit sprechen zu hören.

Ist Schönheit eine taugliche Kategorie der Kritik?

Mit Schönheit meinen wir die formale Intention – darunter fällt auch, was Schönheit intelligent infrage stellt. Aber 99,9 Prozent aller Dinge, die ich als hässlich empfinde, sind nicht so gestaltet worden, weil es jemand so gewollt, sondern weil sich keiner darum gekümmert hat. Fastfood, Autobahn-Zufahrten, Einkaufszentren: die →



Der Grafiker Stefan Sagmeister vermisst das Gespräch über Schönheit. Sie sei Ausdruck dafür, dass etwas mit Liebe gestaltet sei.

→ sind so geworden, weil sich niemand um die Gestaltung gekümmert hat. Fehlt es an Schönheit, wird schlechte Gestaltung offenbar. So gesehen, ja: Schönheit ist eine kritische Kategorie.

Spielte Schönheit als Kriterium eine Rolle für die Auswahl im Ausstellungsteil «My Collection»?

Als uns das Museum für Gestaltung anfragte, eine persönliche Auswahl aus seiner Sammlung zusammenzustellen, bereitete ich mit meiner Studiopartnerin Jessica Walsh bereits «The Beauty Project» vor. Die Aufgabe stellte eine Versuchsanordnung dar. Was kommt raus, wenn eine riesige Sammlung nur nach ästhetischen Prinzipien durchforstet wird? Die Kuratorinnen waren überrascht, wie konsistent die Auswahl ist.

Konnten Sie Ihre Auswahl argumentieren?

Ja, aber die Kriterien unterscheiden sich von Exponat zu Exponat. Ich habe die Auswahl aus dem Bauch heraus getroffen und ging nicht nach einem Raster vor. Trotzdem ist sie nicht willkürlich. Das am häufigsten zitierte falsche Argument lautet, Schönheit liege im Auge des Betrachters. Es stammt übrigens aus einer schwülstigen Liebesnovelle aus dem 19. Jahrhundert. Damit wird jede überindividuelle Bedeutung von Schönheit verneint. Das ist falsch, erklärte uns Helmut Leder, Professor für Kognitive Psychologie an der Universität Wien: In der Bestimmung dessen, was als schön, was als hässlich gelte, gebe es durch alle Zeiten und über alle Kulturen hinweg ungefähr fünfzig Prozent Übereinstimmung.

Wo finden Sie Schönheit?

Überall, vom kleinen Band, das die Chopsticks zusammenhält, bis hin zu Lichtinstallationen von James Turrell.

Gibt es Aufgaben, die besonders viel Schönheit brauchen?

Jedes Gedeck, jede Wohnung, jede Stadt – alles funktioniert besser, wenn es schöner gestaltet ist. Die Highline in New York von Diller Scofidio + Renfro nutzen zehn Mal mehr Menschen, als man voraussagte. Seit mehr als sechs Jahren gab es dort noch keinen Fall von Kriminalität. Ich jogge täglich auf der Line und habe noch nie liegengelassenen Abfall gesehen. Durch Gestaltung wird Verhalten verändert. Das geht bis in die kleinen Dinge. In einer Unterführung in Brooklyn, wo immer alle hingepinkelt haben, malten wir «YES» in sorgfältig gemalter Kursivschrift hin. Nun lassen sich frisch vermählte Ehepaare davor fotografieren. Die Wildpinkler sind verschwunden.

Ist Schönheit eine Frage des Stils?

Es geht nicht um Minimalismus oder Barock. Es geht einzig darum, ob etwas mit oder ohne Liebe gestaltet wurde.

Wie aktuell ist der Diskurs über Schönheit?

Er wird immer aktueller. Google ist dran, Millionen von Büchern und Schriften seit dem 18. Jahrhundert zu digitalisieren. Der Begriff des Schönen wird bis etwa 1915 immer häufiger verwendet. Dann bricht das ab. Doch in den letzten Jahren nimmt die Häufigkeit wieder zu.

Woran liegt das?

Als ich nach meinem Sabbatical im Bregenzerwald den Schlüssel bei meiner über achtzigjährigen Nachbarin abgab, zeigte sie mir einen geerbten, bemalten Bauernkasten. Er stammt aus dem Jahr 1780. Das Ding hat neben all den irgendwie zusammengenagelten Schränken überlebt, weil es schön gemacht ist. Das hat mit Nachhaltigkeit zu tun. Ich verwende meine Ledertasche seit 25 Jahren, weil sie schön gefertigt ist. Wenn es um Langlebigkeit und Nachhaltigkeit geht, ist Schönheit eine unglaublich zentrale Funktion. Wir können es uns heute schlicht nicht mehr leisten, auf Schönheit zu verzichten. ●

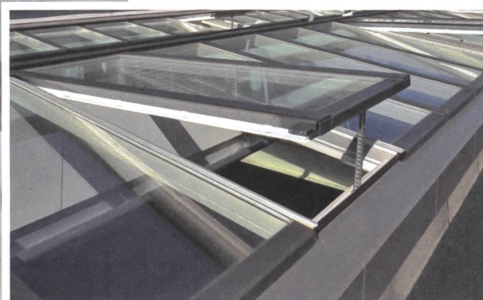
The Happy Show

Nach Stationen in Nordamerika und Europa macht Stefan Sagmeisters Suche nach dem Glück Halt im Museum für Gestaltung Zürich. Der Grafiker setzte seine Recherche in schwarz-gelbe Infografiken und interaktive Installationen um, textete Schlagzeilen und stellte ebenso amüsante wie lehrreiche Videos zusammen. Die Ausstellung bietet Einsichten – auch in die eigene Beziehung zum Glück.

Sagmeister hat die Sammlungen des Museums nach Exponaten durchforstet, die seinem Begriff von Schönheit entsprechen. Museum für Gestaltung im Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96, Zürich, bis 31. März 2018.



VELUX Modular Skylights



Modular
vorgefertigte Module, innovatives Montagesystem, schneller und unkomplizierter Einbau

Ästhetisch
schmale Profile, nicht sichtbare Motoren, dezent integrierter Sonnenschutz

Innovativ
exzellentes Energieprofil, herausragende Energieeffizienz, hohe Festigkeit

www.velux.ch/modularskylights