Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 76 (1996)
Heft: 11

Artikel: Titelbild : Nachhaltigkeit vs Lifestyle
Autor: Bähler, Liana
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-165620

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: 31.07.2025

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

der Weltpolitik zu werden und damit erheblich mehr Verantwortung zu tragen. Am 8. Dezember 1993 sagte der ehemalige amerikanische Botschafter in Deutschland, *Richard C. Holbrooke,* in Potsdam: *«Wir haben nicht nur keine Angst vor einer grösseren Rolle Deutschlands in der Welt, sondern begrüssen sie. Daher befürworten wir auch die ständige Mitgliedschaft Deutschlands im UN-Sicherheitsrat.»* Deutschland darf es bei einer stärkeren aussenpolitischen Rolle Europas nicht zulassen, dass die USA aus Europa verdrängt werden; dies würde das innereuropäische Gleichgewicht verändern, und dies kann nicht im nationalen Interesse Deutschlands liegen. Deutschland braucht aber auch nicht die Rolle des Jasagers und europäischen Musterknabens zu spielen, wie im Falle des amerikanischen Angriffs auf den Irak.

Realismus und nicht Utopismus sind gefragt. Die europäische Integrationspolitik muss grundsätzlich auf den Prüfstand. Bevor weitere Massnahmen beschlossen werden, muss eine Reform an Haupt und Gliedern erfolgen, um das Erhaltenswerte zu retten. Die Frage muss beantwortet werden, welches die Probleme sind, die die souveränen Nationalstaaten in Kooperation nicht lösen und die somit nur von einer supranationalen Organisation bewältigt werden können. Bei ehrlichem Hinschauen dürften da nur wenige übrigbleiben. Die Behauptung, dass der Nationalstaat fast alle Probleme nicht mehr mit andern zusammen lösen könne, entspricht eher einem dogmatischen Glaubenssatz als der Realität. Dem Nationalstaat steht also noch eine blühende Zukunft bevor. ✦

Toaster 1925, Therma AG, CH-Schwanden, Museum für Gestaltung Zürich, Design-Sammlung, Foto: Marlen Perez.

Nachhaltigkeit vs Lifestyle

Bereits 1916 brachte die «Therma – Fabrik für elektrische Heizung A.G.» als eine der ersten Schweizer Firmen einen «Brotröster» für zwanzig Franken auf den Markt. Das heute alltägliche Küchengerät konnten sich damals nur wenige leisten. Dank intensiver Produktion wurden die elektrischen Haushaltgeräte in den dreissiger Jahren erschwinglicher und fanden starke Verbreitung. Ausserdem kam der wasserkraftreichen Schweiz bei der Elektrifizierung eine führende Rolle zu.

«Toaster» – diese Bezeichnung verwendet die Therma AG in ihren Katalogen seit den zwanziger Jahren – produzierten amerikanische Firmen bereits um die Jahrhundertwende. Während bei diesen frühen Modellen die Brotscheiben lediglich auf ein die Heizelemente umfassendes Drahtgerippe gelegt wurden, boten die ersten Therma-Modelle bereits mehr Komfort: Zwei Klappen, die das Brot gegen die Heizelemente klemmten, ermöglichten mit ihrer nach aussen geschwungen Form ein einfacheres Wenden der Brotscheiben.

Funktionalität und einen den industriell hergestellten Gütern adäquate Formgebung standen für die Therma AG im Vordergrund. Die Firma arbeitete bereits ab 1930 mit professionellen Gestaltern zusammen, u. a. mit *Wilhelm Kienzle.* Beispielhaft führte der Ingenieur und Produktgestalter *Hans Hilfiker* von 1958 bis 1968 die Elektroapparatefabrik. Er war für die Überarbeitung des Fabrikationsprogrammes und die Neuentwicklungen verantwortlich. Damit bewirkte er jenes Zusammengehen von innovativen Gestaltungsprinzipien, von technischem Knowhow und präziser Verarbeitung, das sich damals als tauglicher Schlüssel zum Erfolg erwies.

Obwohl heute noch gültig, gerieten diese Qualitäten spätestens in den achtziger Jahren in den Sog eines Wertewandels, der zu verändertem Wahrnehmungs- und Konsumverhalten der Käuferschaft führte. Heute sind jene Firmen erfolgreich, deren Produkte dem Lifestyle der Verbraucher entgegenkommen und nicht nur Gebrauch, sondern überdies Erlebnisse versprechen. Nachhaltigkeit und Ökonomie der Mittel sind zu Ansprüchen geworden, die der Markt neu zu entdecken hätte – oder die uns gegebenenfalls ökologischer Druck diktieren wird. ✦

Liana Bähler