

# Titelbild : Nachhaltigkeit vs Lifestyle

Autor(en): **Bähler, Liana**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **76 (1996)**

Heft 11

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-165620>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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-Schwan-  
den, 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 wasserkräftreichen 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 geschwungenen 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 Know-how 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