

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1990)  
**Heft:** 1

**Rubrik:** Journal

#### 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:** 08.02.2026

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

## NEUERSCHEINUNGEN DESIGN ALS ALLERWELTSTHEMA

Frauen und Design, Engländer und Design, Psychologie und Design, Designerporträts und Designergedanken; der Möglichkeiten, über Design nachzudenken und über Design zu schreiben, sind viele. Und sie werden von Architekten, Psychologen, Designern und Journalisten gebührend ausgenutzt. So pünktlich wie Weihnachten bricht über den interessierten Laien eine wahre Flut von Publikationen herein. In der Folge werden drei Publikationen vorgestellt, denen eines gemeinsam ist: sie setzen sich unter einem neuen Aspekt mit dem Allerweltsthema Design auseinander.

### Dinge des Alltags

Der Untertitel präzisiert in diesem Falle den Titel und relativiert ihn gleichzeitig: «Gutes Design und Psychologie für Gebrauchsgegenstände», erschienen im Campus Verlag Frankfurt. Der Autor, Donald A. Norman, ist Psychologe und Pionier in der Anwendung der kognitiven Wissenschaft. Er lehrt an der University of California in San Diego. Und es ist eine amerikanische Sicht auf die Dinge, eine Sicht, die sich vom Formalen zu lösen sucht und sich einzig auf die Gebrauchstauglichkeit von Türen, Griffen und Geräten konzentriert. Genau dies kritisiert der bekannte Designer Dieter Rahms in seinem Vorwort, wenn er schreibt: «Die ästhetische Qualität, die viele noch als die eigentliche, die wichtigste Leistung des Designers sehen, ist für Norman kein Thema und kein Wert... Allerdings meine ich, dass funktionale und ästhetische Qualität keine Gegensätze sind und sich auch nicht ausschliessen.»

Die Botschaft dieses Buches ist ein benutzerorientiertes Design. Die Kritik am Design und an der Arbeit des Designers, die Norman übt, nagelt den Designer fest auf seine Verantwortung für den Gebrauchswert eines Produktes. Auf fast 300 Seiten mit wenigen Illu-

strationen denkt Norman öffentlich über den Sinn und den Unsinn in der Gestaltung unserer nächsten Umwelt nach, bringt dem Leser die Denkmuster des Menschen näher, seine kognitive Wahrnehmung. Und der Autor tut dies eindringlich und ernst, aber nicht ohne ab und zu das Augenzwinkern zu vergessen, und das alles gänzlich ohne pseudowissenschaftlichen Anspruch in einer leicht verständlichen, leicht lesbaren Sprache mit einem gewissen Unterhaltungswert.

### *British Design*

Das Buch erschien in Zusammenhang mit einer Ausstellung über britisches Design im Boymans Museum in Rotterdam. So erstaunt es nicht, dass es, der Titel ist leicht irreführend, seinen Schwerpunkt nicht ausschließlich in britisches Design setzt, sondern auch auf die Einflüsse und Verbindungen von englischem zu niederländischem Design eingehet.

Britisches Design, der Autor denkt in seinem eigenen Vorwort intensiv über die Bedeutung der Wörter «British» und «Design» nach, assoziiert Gegenstände wie Burberry-Regenmäntel, Textilien mit grossflächigen Blumenmustern, Jaguar, Shetland-Pullover, Dunhill-Feuerzeuge und Wedgwood-Porzellan. Und der Autor, Frederique Huygen, ein Holländer nobabene, lässt in seinem Buch genau diese Gegenstände keineswegs ausser acht, sondern versucht, sie in historisch fundierten Texten, in ihren historischen britischen Zusammenhang einzubetten, wie zum Beispiel die erste Interpellation zum Thema Design in einer parlamentarischen Debatte von 1832 von Sir Robert Peel. Seine Anregungen fanden dann ihren Niederschlag im ersten Museum für angewandte Kunst und der weltberühmten Ausstellung im Crystal Palace von 1851. Wie auch immer, da wird der Leser mit dem Autor einig gehen, Britisches Design war keine lineare Entwicklung, sondern hat eine progressive Geschichte.

Der Autor hat aber für sein Buch (erschienen im Verlag Thomas + Hudson, London) keine chronologische Reihenfolge gewählt, sondern hat es sich zur Aufgabe gemacht, das Phänomen britisches Design in Kapiteln zusammenzufassen wie «The Britishness of British Design» oder «The Medium is the Message». Mit einem gut ausgearbeiteten Anhang, der sowohl nach Stichworten als auch nach Namen geordnet ist, hat Huygen das Buch zu mehr gemacht als zu einem reich illustrierten Werk über das Design eines Landes, das uns Festlandeuropäern irgendwie immer ein wenig fremd geblieben ist. Das Buch dient als kompetentes Nachschlagewerk für alles, was in einem engeren und weiteren Zusammenhang mit britischem Design und seinem Einfluss in verschiedenen Ländern, vor allem den Niederlanden, steht.

### *Frauen im Design*

Das Buch, in zwei umfangreichen Bänden erschienen, geht auf eine Ausstellung zum gleichen Thema im Design Center in Stuttgart zurück und ist im Haus der Wirtschaft, Stuttgart, erschienen. In zwei Vorworten nehmen die beiden einzigen Katalogautoren Peter Frank, der Leiter des Design Centers, und Karl Reuss, der Präsident des Landesgewerbeamtes von Baden-Württemberg, Stellung zum Warum und Woher der Ausstellung. Beide betonen die «soziale Relevanz» des Themas Frauen im Design, die heute für eine aktuelle Design-Präsentation unabdingbar ist. Beide aber setzen sich klar und deutlich von einem allenfalls hinein interpretierbaren feministischen Unterton ab. Aus der ganzen Welt wurden Designerinnen für die Ausstellung nominiert. Und der Untertitel sagt es, Berufsbilder und Lebenswege seit 1900, nicht nur zeitgenössische. So fand zum Beispiel die amerikanische weltberühmte Stuhltwerferin Ray Eames Aufnahme. Zu jeder Designerin werden die wichtigsten biografischen Daten, ein Literatur-, Ausstel-

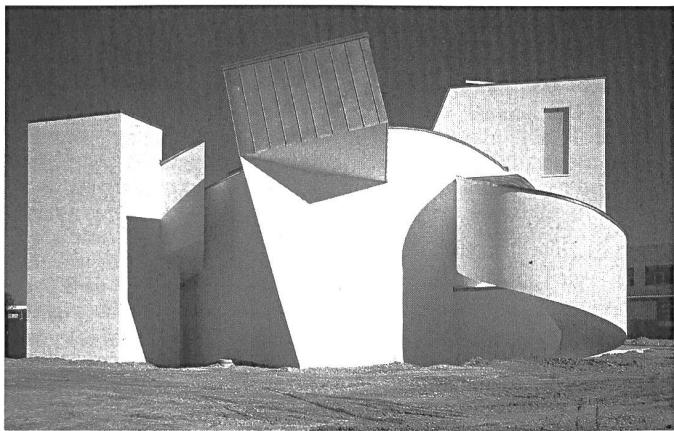
lungs- und Werkverzeichnis publiziert. Ray Eames, aber auch Florence Knoll, Eileen Gray, werden in Katalog und Ausstellung von den Redaktorinnen als internationale Leitbilder bezeichnet. Die berühmte Entwerferin der sogenannten Frankfurter Küche, Margarete Schütte-Lihotzky, brachte an ihrem 92. Geburtstag zu Anfang '89 die Absicht der Ausstellungsmacherinnen, der Redaktorinnen des Katalogs und der diversen Autorinnen auf den Punkt, als sie ihr eigenes berufliches Ziel als Designerin so formulierte: «... aus den Erfahrungen unseres Jahrhunderts den Menschen die Vorstellung zu geben, dass wir Architekten nicht dazu berufen sind, mehr oder weniger interessante äussere Formen für das Auge zu schaffen, sondern dass die Gestaltung unserer Umwelt – die ja in den Händen der Architekten liegt – ständig auf die Nerven aller Menschen einwirkt und damit Missbehagen oder Wohlbefinden, Harmonie oder Disharmonie erzeugt.»

Diese Aspekte, neben der Ästhetik, werden in diversen Kapiteln von den verschiedensten Autorinnen ausgeleuchtet, unter Titeln wie «Frauen in der Design-Ausbildung» oder «Rollengefängnis».

C.B.

## EIN MUSEUM FÜR DEN STUHL

Sie machen Stühle. Sie sammeln Stühle, die Inhaber der Stuhlfabrik Vitra in Weil am Rhein. Und mit dem im November eingeweihten Stuhlmuseum ist dem Geschäftsführer der Vitra GmbH, Rolf Fehlbaum, ein beispielloser PR-Schachzug gelungen. Architektur als allgegenwärtiges Kultur- und Modethema wurde für einige Wochen zum Pressethema schlechthin. Frank Gehry, der berühmte amerikanische Dekonstruktivist baute sein erstes Gebäude in Europa. Und so einzigartig und überraschend wie die Architektur, so ist auch die Stuhlsammlung, die Rolf Fehlbaum,



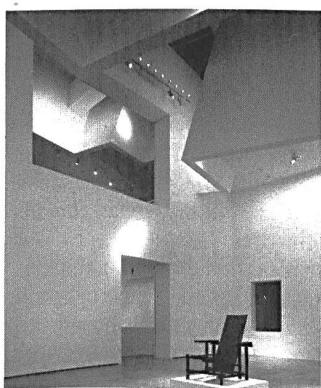
Das Modell des Museums zeigt anschaulich, wie die verschiedenen Räume als Kuben ineinander übergehen

wenn auch nicht ganz im Alltag, im Laufe der Jahre zusammengetragen hat. Es sind über 1200 Stühle und Möbelobjekte, die ausgestellt demonstrieren sollen, was auch andere Museen, vorab das Museum of Modern Art in New York, aber auch das Frankfurter Architekturmuseum in manchen Wechselausstellungen schon zu zeigen versuchten: Architektur und Design sind nicht Kunst, aber sie sind Kultur.

Das Projekt in Weil am Rhein besteht vorläufig aus drei Teilen: einer Möbelproduktionshalle, den anschließenden Ausstellungs- und Büroräumen mit Kantine und Versandabteilung und einem Museum mit Bibliothek. Zur Projektarbeit gehörte für den Kalifornier Gehry die Erstellung eines Gesamtplanes mit einer neuen Zufahrt, einem Pförtnerhaus, einer möglichen Erweiterung der Produktion, mit Parkplätzen für das Museum etc. Der Bürotakt ist von Gehry in seine Gesamtplanung integriert und existiert bereits im Modell, genau wie die anderen Architekturenmonumente, die den aus den Anfängen der achtziger Jahre stammenden alten Produktionshallen von Greenshaw Konkurrenz machen sollen. Die englische Architektin Zaha Hadid hat ein Feuerwehrgebäude und Velounterstände geplant, der Japaner Tadao Ando ein kleines Kongresszentrum. Architektur ist bei Vitra gelebte Kultur und nicht nur im Museumsbau spürbar.

**Das Museum aber ist Architekturerlebnisraum.** Die Ausstellungsräume sind sich durchdringende und miteinander verbundene Einheiten, sodass die Ausstellungen von Raum zu Raum kommunizieren können. Jeder Raum hat, was Licht, Fläche und Form angeht, ein anderes Gesicht. Obwohl eine visuelle Einheit besteht, kann jeder Raum getrennt betrachtet werden. Das Tageslicht fließt durch Oberlichter ein, wird gebrochen und dadurch weich. Der Innenraum strahlt wie von innen heraus. Die ausgestellten Objekte entwickeln so ein eigenes Leben. Stühle sind hier im Museum nicht nur für Rolf Fehlbaum «faszinierende Wesen», wie er sie in einem Aufsatz nennt. Sie lassen sich mit keinem anderen Alltagsobjekt, außer vielleicht den Kleidern, vergleichen.

*Das Museum lebt vom Licht, vom Tageslicht, das indirekt die Objekte beleuchtet, hier einen Stuhl von Gerrit Rietveld von 1918.*



**Nur mit ihnen ist der westliche Mensch so eng verbunden. Der Stuhl hat wie der Mensch Arme und Beine, einen Sitz und einen Rücken. Der Stuhl ist immer gleich, was seinen Aufbau angeht: die Vertikale der Beine und des Rückens, die Horizontale des Sitzes. Und er ist zugleich immer anders, weil er ein, so Fehlbaum, «präziser Ausdruck des Zeitgeistes» ist. Diese Kombination von Gleichheit im Aufbau und Unterschiedlichkeit im Ausdruck macht ihn als Sammlungsobjekt für Fehlbaum so interessant.**

**Das Museum soll helfen, die Faszination Stuhl auch einer breiteren Öffentlichkeit zu vermitteln.** Der Leiter Alexander von Vegesack hat es sich zum Ziel gesetzt, die Informationen erlebbar anzubieten. Die Ausstellungen werden so gestaltet, dass der Entstehungsprozess eines Produktes in seinen Entwicklungsschritten nachvollziehbar ist. Geschichtliche Themen sollen im Wechsel mit aktuellen über Schlüsselobjekte greifbar gemacht werden.

C.B.

Foto: Waltraud Kruse

## DOMOTEX: STARKE SCHWEIZER BETEILIGUNG IN HANNOVER

Nach der überaus erfolgreichen Premiere im Januar dieses Jahres kann die «domotex hannover» für 1990 nochmals eine Steigerung der Ausstellerzahl um 33 Prozent melden und avanciert damit zur grössten Teppichmesse der Welt. Vom 8. bis 11. Januar stellen rund 760 Aussteller aus 40 Ländern aus. Auch die Ausstellungsfläche konnte um 50 Prozent vergrössert werden, sodass den Anbietern jetzt 120 000 qm zur Verfügung stehen. Internationalität beweist die Fachveranstaltung aber nicht nur bei den Ausstellern, sondern auch bei den Facheinkäufern und beim Warenangebot.

Die Schweiz besetzt mit 32 Direktausstellern immerhin die vierte Stelle der Ausländerliste – hinter Belgien, Grossbritannien und den Niederlanden. Neben den Schweizer Teppichfabriken mit qualitativ hochwertiger Ware nutzen Anbieter von Orientteppichen, aber auch Schweizer Design-Studios die «domotex hannover» '90 als Plattform zur Präsentation. Newcomer auf der domotex sind Brasilien, die DDR, Hongkong, Indonesien, Irland, Neuseeland, Philippinen, Polen und Rumänien.

Trotz der erweiterten Ausstellerzahl soll der bedeutendste internationale Branchentreff eine Messe der kurzen Wege werden. Eine klare Gliederung macht das Angebot für die Facheinkäufer, Raumausstatter, Architekten und Innenarchitekten transparent. In den Hallen 18, 19 und 23 sind die Anbieter von Orientteppichen beheimatet, die Halle 17 beherbergt Nepal-, Berber- und Handwebeteppiche. Maschinell gefertigte Teppiche und Teppichböden finden sich in den Hallen 5, 6, 13, 15 und 16. Neben einer übersichtlichen Präsentation bemüht man sich in Hannover auch um ein sympathisches Umfeld für «schöpferische Pausen» sowie um eine optimale Betreuung der Messegäste.

R. Z.

## BAYER-HEIMTEXTILIEN: TRANSPARENTE FARBKLÄNGE FÜR EIN NEUES FARBEMPFINDEN

Als Anregung für die Kollektionsgestaltungen der 90er Jahre diente Chefdesigner Alfred Abele von der Bayer AG anlässlich des traditionellen Heimtextil-Colloquiums ein interessanter Streifzug durch die bildende Kunst, denn nichts interpretiert präziser Milieu, Lebensstil und Zeitgeist, weitet auch das Verständnis für den Künstler und seine Arbeit. Nach Abeles Ansicht sind Möbel, Heimtextilien und Accessoires auf bestem Weg,

# JOURNAL

durch ihre Gestaltung und durch ihre Materialwahl wieder selbst zum Kunstwerk zu werden. Schönheit beeinflusst den Gebrauchswert, transparente Farbklänge das Farbempfinden.

Für 1990 sieht die Bayer AG eine Weiterentwicklung des gegenwärtigen Farbtrends. Interessante Hell-Dunkel-Variationen der erdigen bis delikat getönten Neutralfarben, Kalt-Warm-Spannungen und vibrierende Mehrfarbigkeit werden durch transparente Farbklänge, oft perlmutterartig oder nebelig sanft, ergänzt. Die Form folgt der Farbe. Unis in klassischen Neutrals bilden weiterhin die Basis bei Möbelstoffen, die durch edel glänzende Warenoberflächen und grosszügig gestaltete, fein unterteilte Dessins ergänzt werden. Romantische, flächig vegetative und florale Muster sowie neu geordnete Geometrics in feinen Farbabstufungen setzen klare Akzente. Erhöhte Aufmerksamkeit verdienenden komplimentären Colorits, changierende Mehrfarbigkeit und abgeänderte Gobelink-Bilder.

Bei den Dekostoffen hat sich edler Lüster etabliert. Daneben sieht Bayer allerdings auch eine leicht rustikale Richtung mit glatter bis verhaltener Oberflächenstruktur. Von der transparent-hellen Farbigkeit, ebenso aber auch von impressionistisch-vibrierender oder dunkel-eleganter Farbauffassung profitieren die Dekostoffe



Reliefprägemuster von De Poortere, Kortrijk



Neue Dessins für Heim- und Schlafdecken am Beispiel Biederlack, Greven

mit geometrisch gestalteten Grafik-Ideen und der wiederentdeckten Liebe zur Moderne. Bindungseffekte sind wichtiger als Garnstrukturen.

Bett- und Tischwäsche, Sets, Läufer und Bettüberwürfe folgen im wesentlichen den Dekotrends, während die Schlaf- und Wohndecken mit modern-linearen Dessins und Grafik-Ideen eine Lanze für die lebhaften Farben brechen.

Der abgepasste Teppich bekommt stärkeres Gewicht als schmückendes Element, folgt im wesentlichen in Farbe und Dessins den Möbelstoffen.

R.Z.

Alle Fotos: Bayer Textil AG

## SCHWEIZER MÖBEL-DESIGN IN PARIS

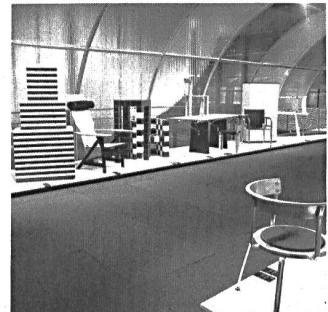
### WENN SCHWEIZER EINE REISE TUN ...

dann werden sie berühmt. Für Aufsehen jedenfalls sorgten die Schweizer Möbelhersteller, die unter der Regie von Alfred Hablützel ihr Schaffen im berühmten Centre Pompidou zeigen konnten. Die Ausstellung im Spätherbst '89 war eine fast logische Folge der Ausstellung mit ähnlicher Beteiligung an der internationalen Bauausstellung in Berlin von 1988, und eine Folge des Direktorenwechsels am Centre Pompidou. Der Schweizer François Burkhardt hatte Alfred Hablützel mit einem Ausstellungskonzept für die Möbler aus den heimatlichen Gefilden beauftragt. Für die Finanzierung der Ausstellung konnte auch die Pro Helvetia gewonnen werden, das Bundesamt für Kulturpflege und private Sponsoren aus dem Kreis des Vereins «Forum kreativer Möbelfabrikanten». Die Ausstellung lief unter dem Titel «Mobilier Suisse. Invention. Crédit.» Für Alfred Hablützel war diese Titelgebung nichts als folgerichtig, definiert er doch die Erfahrung als Voraussetzung für innovative Möbelgestaltung und umgekehrt die Gestaltung als Dienst an der Erfahrung. Nach diesen Kriterien wählte Hablützel auch die Exponate aus: Sie unterteilen sich in zwei Gruppen, in Möbel, die für die industrielle Produktion entworfen wurden, und in Möbel, die für eine handwerkliche oder manufakturelle Produktion entworfen wurden. Die gezeigten Produkte rekursierten sich ausschliesslich aus der aktuellen Produktion der beteiligten Hersteller wie Röthlisberger, Seleform, WOGG, Walter Thut AG, Dietiker, Lehni, USM Haller etc. Alle Möbel sind in Zusammenarbeit mit Schweizer Designern entwickelt worden. Und es waren namhafte, auch im Ausland bereits bekannte Namen vertreten mit Robert und Trix Haussmann, Susi und Ueli Berger, Stefan Zwicky, Johann Munz, Hans Eichenberger oder Martin Zbären.

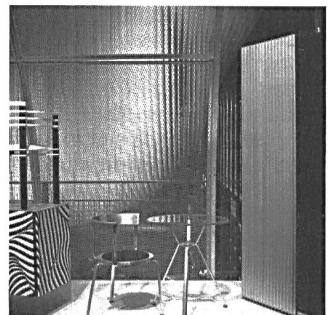
Stefan Zwicky zeichnete mit Hablützel zusammen auch für die Ausstellungsgestaltung verantwortlich. In einem Drahttunnel wurden die Möbel dicht und eng fast aufeinandergestapelt und ineinander verschachtelt, aus der Not, dem mangelnden Raum, eine Tugend machend. Zur Ausstellung wurde der Katalog der anlässlich des Gastspiels der helvetischen Möbler in Berlin erschienen war, in französischer Sprache noch einmal aufgelegt. Er umfasst 65 Seiten und kann als kleines Kompendium zur Situation des Möbeldesigners in der Schweiz gelten.

C.D.R.

Fotos Alfred Hablützel



Der Tunnel aus Streckmetall zeigte die Möbel der Schweizer als Produkte des täglichen Gebrauchs.



Nebeneinander und übereinander präsentierten sich Firmen, Möbel und Designer: Der Schrank von WOGG, entworfen von Johann Munz, Tisch und Stuhl von Seleform, gestaltet von Kurt Thut, die Konsole von Robert und Trix Haussmann für WOGG etc.

# JOURNAL

## HOECHST WOHNTENDENZEN 1991

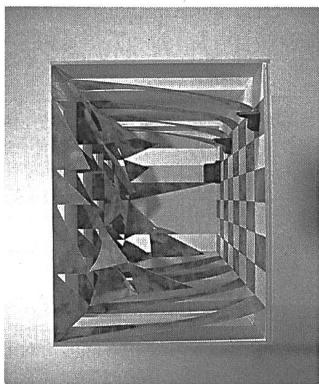
Bei der jährlichen Heimtextilien-Pressekonferenz im November setzte sich Hans Widmann, Chefdesigner der Hoechst AG, mit den Wohntendenzen 1991 auseinander. Sie beinhalten eine Weiterführung des Transparenten und sind gleichzeitig Übergang in eine Neue Romantik, die stark von der Kunst beeinflusst wird. «Intervall» bezeichnet Widmann den langsam Ausklang des HighTech-Design und den Übergang zum Neuen, wo abgetönte Blau-Nuancen und Türkis sich mit warmen Sekundärfarben der Rot- und Goldskala verbinden. Grau leistet dabei Schützenhilfe. Intervall wird von der Neuen Romantik und der Neigung zur Ruhe, Besonnenheit und Beständigkeit geprägt, ist frei vom Saisongeschmack, erlaubt Vielfalt und individuelle Präsentation. Die Kälte und das Laute der Neontöne haben sich überlebt, ebenso kündigen sich Ermüdungserscheinungen bei HighTech an. Der Wunsch nach einer Rast zwischen den Zeiten sei, so Widmann, unverkennbar. Warme, angenehme Farben, ein Hauch Impressionismus in moderner Auffassung, stimmungsvolle Muster mit floralen Anklängen und feinste Materialien bilden die Bühne für den neuen Wohnstil 1991.

Mit Seminramis stellte Hoechst Mitte der 80er Jahre textile Decken-Dekorationen zur Diskussion, erweiterte diese dann für die 90er Jahre zu Stoff-Spannungen/Raum-Spannungen mit der Möglichkeit, Räume zu verwandeln und zu verändern.

Fein, feiner, am feinsten heisst die Höchst-Devise für die Gardinenmode, wobei Optik, Griff und Fall immer besser werden. Für extrem Modebewusste ortet man sogar wieder Farbe, die auf silbergrauen Grundketten spielt. Ein neues, feinstrukturiertes texturiertes Effektgarn ermöglicht eine stark bewegte Oberfläche mit einem Charakter wie Schneegestöber. Bei der schwer entflammabaren Trevira CS-

Qualität wurden Laufeigenschaften und Weissgrad verbessert.

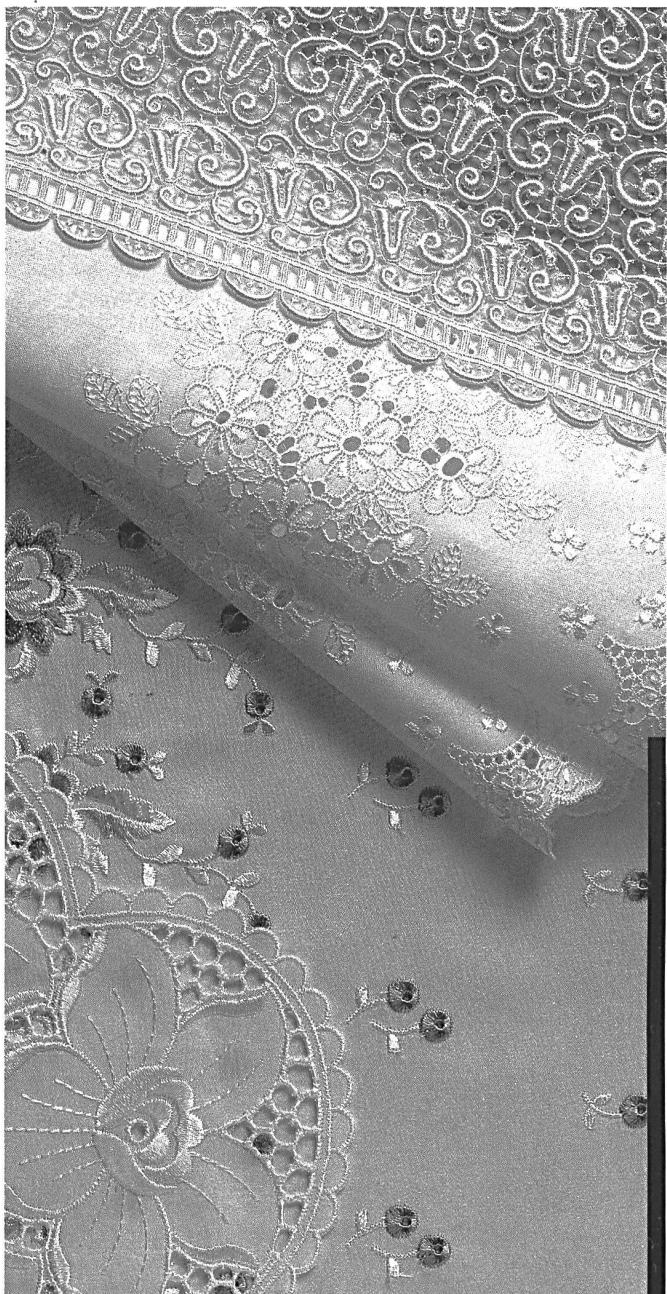
Neuentwicklungen gibt es auch für Deko- und Möbelstoffe sowie für Teppiche. Geweble, abgepasste Teppiche sind aus Dolan und neuerdings auch aus unterschiedlich konstruierten Trevira CS-Garnen gefertigt.



Stoff-Spannung/Raum-Spannung



HIGH QUALITY BY  
H. SCHWERZMANN AG



Stickereien für Bettwäsche.

Ricami per biancheria da letto.

Broderies pour draps.

Embroideries for bedlinen.



SWISS MADE  
EMBROIDERY

H. SCHWERZMANN AG

Einbahnstr. 4, CH-9435 Heerbrugg, Switzerland.

Tel. 071/72 10 80, Fax 071/72 75 95