

**Zeitschrift:** Werk, Bauen + Wohnen  
**Herausgeber:** Bund Schweizer Architekten  
**Band:** 68 (1981)  
**Heft:** 10: Illusionismus

**Rubrik:** Tagung

#### 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:** 28.01.2026

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

## Tagung

### «Die Verpackung»

8. Internationales Darmstädter Werkbund-Gespräch in der Reihe «Produkt und Alltag» (27./28. Juni 1981)

Dass ein «Star» unter den Verpackungskünstlern wie Christo nicht für eine Tagung des Deutschen Werkbundes zu «gewinnen» war (so-wohl was den Terminkalender als auch was die Kosten anbelangt), konnte man sich ausrechnen.

Dass die bundesdeutsche «Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher» sich ausserstande sah, einen Referenten aus den eigenen Reihen zu stellen, stimmt nachdenklich. Dass weder sie noch die Stiftung Warentest (finanziert vom Wirtschaftsministerium der Bundesrepublik) noch das Bundesumweltamt (in Berlin) wenigstens einen Tagungsbeobachter zum Internationalen Werkbund-Gespräch nach Darmstadt schicken mochte, zeigt eine merkwürdige Ignoranz gegenüber einem Thema, das alle täglich betrifft, nämlich «Verpackung» in irgendeiner Form.

Dass es bei diesem 8. Internationalen Werkbund-Gespräch nicht nur um Verpackung im engen Sinne des Wortes gehen würde, war schon aus den Themen des zweitägigen Programms zu ersehen.

Abraham A. Moles (Professor an der Louis-Pasteur-Universität Strassburg und Leiter des Instituts für Sozialpsychologie in Paris) sprach über die Faszination des Einpackens und Auspackens und die damit verbundenen Rituale: «Darf ich es Ihnen einpacken?» – «Ist es ein Geschenk?»

Er liess aber auch an die Tagungsteilnehmer eine «Mikropsychologie der Handlung – Auspacken eines geschenkten Radios» verteilen. Moles kommt dabei auf 25 Teilschritte, beginnend beim Moment der Lieferung, der Überlegung, die Verpackung zerstörerisch oder vorsichtig zu öffnen, weiterführend zur Entdeckung der Gebrauchsanweisung und deren deutschen Textes inmitten anderer Sprachen, zum Entfernen der diversen inneren Hüllen aus Hartschaum, Plastik etc. Weitere Überlegungen: Wegwerfen oder Aufheben der inneren Hüllen, wenn Wegwerfen – wohin?: in den Müllheimer in der Küche, in die Mülltonne im Hof? – Wenn Aufheben, Verwahren – wo?: Ist genügend Platz in der Wohnung, im Keller? Wieviel Miet-

zins müsste man eigentlich dafür in Anschlag bringen? – Moles rechnet in seiner 25-Punkte-Tabelle unter andrem auch Zeitaufwand, kognitive Anstrengungen und Schadenrisiken auf. 20 Punkte sind dem Umgang mit der Verpackung gewidmet, bis schliesslich in 5 Teilschritten das Radiogerät selbst zur Kenntnis genommen und installiert ist. Das heisst: Die Verpackung triumphiert über den Inhalt, den sie schützt. Brutale technische Transportmethoden erzeugen ein ähnliches Missverhältnis zwischen Umhüllung und Inhalt wie bei der nordischen Geschenkmethode des «Julkapp», der scherhaft Riesenumhüllung einer kleinen Weihnachtssurprise, die möglichst so durch die Wohnungstür geschleudert wird, dass der Öffnende den «Julkapp»-Schleuderer nicht sieht.

Dietrich Fritz (Ordinarius für Gemüsebau an der Technischen Universität München-Weihenstephan) zeigte anhand von Lichtbildern den Triumph der Verpackung, der bei Obst und Gemüse so weit geht, dass viele Sorten – ohne Rücksicht aufs Aroma – speziell im Hinblick auf maschinelle Erntemethoden und Verpackung gezüchtet werden. Musterbeispiel: die harte, wenig aromatische Tomate, gegen die allerdings inzwischen der «auf den Geschmack (z.B. der Fleischtomate) gekommene» Verbraucher erfolgreich mit Verweigerung reagiert. Die vierseitige Tomate, als Verpackungsideal, wäre zu züchten, doch da sie sich in der Verpackung entsprechend grossflächig berühren würde, wäre sie zu vielen Druckstellen ausgesetzt. Verpackung von Obst und Gemüse muss jedoch nicht nur dem Transport gerecht werden, sondern auch den Bedingungen im Selbstbedienungsregal: Die Folge ist, dass nur noch der optische Sinn angesprochen wird. Duft, typische Geräusche (das Poltern von Äpfeln und Kartoffeln, das Rascheln von Zwiebeln, das Knacken frischer Kraut- und Salatblätter, das Wägen von Früchten in der Hand («Betasten der Ware verboten!»), das Probieren einer Beere, eines Apfelschnitzes (früher durchaus üblich) entfällt, wenn Folien die Früchte und Gemüse entziehen. Verpackung ist deshalb darauf angelegt, die Ware optisch zu steigern: durch farblich kontrastierende Schalen oder die Naturfarben vertiefende Verpackungen: gelbe Netze für Zitronen, rote für Orangen, grüne für Paprika, gelb eingefärbte Foliensäcke für Kartoffeln,

orangefarbene für Karotten (ungeachtet der Tatsache, dass diese nicht immer unbedenklichen Farbstoffe aus der Folie ausdünsten und an die Früchte gelangen können!).

Dass Verpackung im allgemeinen zugunsten des Produzenten bzw. Vermarkters einer Ware entworfen wird, wies die Ulmer Designerin Kerstin Bartlmae in einem kritischen Referat nach. Dem Auftraggeber komme es in erster Linie darauf an, ein Produkt transportsicher zu umhüllen und es attraktiv im Ladenregal bzw. Schaufenster erscheinen zu lassen. Kerstin Bartlmae (sie hat ihre Ausbildung noch an der Ulmer Hochschule für Gestaltung genossen und selbst praktisch in der Verpackungsindustrie gearbeitet) beklagte allerdings auch, dass es keine Spezialausbildung für Verpackungsdesigner an den heutigen Fachhochschulen und Akademien gebe. Sie selbst bemüht sich heute darum als Gastdozentin an der Hochschule für Architektur und Städtebau in Antwerpen, die ein Studium von fünf Jahren für Designer aufbaut, an dessen Ende allerdings kein Diplom winkt, sondern nur der Status des «Graduierten». – Nach den Erfahrungen von Kerstin Bartlmae entstehen heute die meisten Verpackungen immer noch ohne Designer, der Designer werde im allgemeinen erst geholt, wenn ein Konkurrent zur unmittelbaren Gefahr zu werden drohe, z.B. auf einer internationalen Messe. Sie sieht den Circulus vitiosus vor allem darin, dass die Auftraggeber oft nur sehr vage Vorstellungen von Verpackung hätten und viele Designer nicht über die Produktionsbedingungen von Verpackung Bescheid wüssten. Ein Diskussionsteilnehmer berichtete, dass die Umstellung einer Verpackung – im Falle seiner Firma von einer Tube auf eine Flasche – Werkzeugkosten von 100000 DM mit sich gebracht habe und eine jährliche Verteuerung der Herstellung um 50000 D-Mark.

Kerstin Bartlmae klagte, dass vor allem die «Marktstrategen» das Verpackungsdesign bestimmten, dass Befragungen künftiger Verbraucher meistens falsch gestellt würden (nämlich bereits suggestiv!) und dann eine Werbeagentur eingesetzt werde, die «graphisch» reagiere, während Verpackung nicht zwei-, sondern dreidimensional, das heisst architektonisch gesehen und in Angiff genommen werden müsse. Dafür sei aber weder der Designer noch der «Mustermacher» – z.B. einer Kartonagenfabrik

– im allgemeinen ausgebildet.

Wie sehr die Ästhetik des «Carter» (in diesem Fall am besten mit «Triebwagen» übersetzt) zur Verpackung werden kann, legte Giovanni Klaus König am Beispiel elektronischer Lokomotiven aus den Jahren von 1907 bis zum heutigen Tage dar. (Giovanni Klaus König ist Professor und Leiter des Instituts für Geschichtsarchitektur und Denkmalpflege an der Universität Florenz.) König wies die Lächerlichkeit der stromlinienförmigen «E-Lok» nach, deren «windschlüpfig-spitze Nase» ohne jeden praktischen Effekt für das enorme Gewicht des angehängten Wagonschwanzes ist. Das heisst: Das Stromliniendesign ist reiner Blickfang, der dem Reisenden Tempo und rasches Ans-Ziel-Gelangen suggerieren soll. Schon Marcel Breuer hatte einmal die Konsequenz aus der sinnlosen Form gezogen: Er hatte die Stromlinienform ganz einfach auf die Flanken der eckigen Lokomotive gemalt. Ein französischer Designer malte gleichfalls Aerodynamik mit ein paar schwungvollen Linien auf. Ursprünglich zeigten die ersten elektrischen Lokomotiven sehr deutlich ihre Eigenart: nämlich das einzige Verkehrsfahrzeug zu sein, das nach zwei Seiten ziehen kann, sein Motor also zweckmäßig in der Mitte sitzt. Mit der Motortechnik änderte sich die Gestalt der elektrischen Lokomotiven, während die Designer der Dampflokomotiven ihre Maschinen in ähnliche Verpackungsrüstungen steckten wie die E-Loks. Erst jetzt geht man wieder dazu über, die Technik der Dampf-Lok in der Form sichtbar zu machen. Heute könnten – von der Technik her – elektrische Lokomotiven eine ganz andere Form haben, denn ihre Steuerung geschieht über elektronische Baukastensätze. Da diese Elektronik ohne dicke Verpackung aber im Vorbeifahren Funk- und Posteinrichtungen empfindlich stören würde, hat man die Form der Lokomotiven beibehalten. – König sprach übrigens auch von Überlegungen bei Fiat, wo man Konsequenzen daraus zu ziehen sucht, dass die Verpackung – die Karosserie – heutiger Automobile viel schneller schrottig ist als das Chassis. Man untersucht, ob eine auswechselbare Karosserie rentabel sein könnte, was auch zu einer Dezentralisation der Herstellerwerke führen könnte. König meinte: «Auch der Mensch braucht öfter neue Kleider als den Arzt!»

Leider war es nicht gelungen, einen Architekten als Referenten zu

gewinnen, der sich angemessen mit der heutigen «Verpackungsarchitektur» auseinandersetzt hätte. Michael Wilkens von der Gesamthochschule Kassel (er ist dort Professor für Planungs- und Architektur-Theorie) bekränkte sich mehr oder weniger auf die augenblicklich moderne Schmähung der Bauhaus- und Funktionalismus-Generation und liess es anschliessend mit ein paar zarten Hieben auf die «Postmodernen» und ein paar vagen Streicheleinheiten für «Grüne» und «Bio-Bauern» bewenden. Kein kritisches Wort gegen jene staatlich subventionierte Verpackungsarchitektur im Zuge der Energieeinsparungsprogramme, die Häuser zu luftundurchlässigen Verpackungen aus Produkten der Petrochemie machen, kein Wort über tatsächliche Alternativen wie etwa die gläsernen Verpackungen in Gestalt von vorgehängten Wintergärten als Pufferzonen und ähnliches. Kein Wort gegen jene missverstandene Denkmalpflege, die Bauten für die Anforderungen unserer Tage hinter nachgeahmten Fassaden der Vergangenheit verpackt!

Der junge Schweizer Kunstpädagoge Markus Brüderlin (er studiert in Wien) wusste da weitaus mehr zum Thema beizutragen, obwohl seine Dia-Schau in erster Linie Kunstbetrachtung war: Folgerichtig begann er mit der Haut als «Verpackung», der das Kleid folgt. Er führte als erstes Beispiel Rodins «Bürgers von Calais» an, dann auch Magrittes «Leere Haut auf einem Kleiderbügel». Er zeigte, wie Natur sich verändert, wenn sie durch Verpackung von Luft und Sonne abgeschlossen wird: etwa durch das Auflegen und systematische Entfernen von Stahlplatten auf einer Rasenfläche im Rahmen einer Freiluftausstellung. Er zeigte am Beispiel von Brunelleschis Ospedale degli Innocenti in Florenz, wie eine Kinderbewahranstalt sich nach aussen als Säulenpalast maskiert, zeigte die weissen Vorhänge in den Arkaden von Venedig, die Neugier erwecken ähnlich einem verhüllten Denkmal, einer verhüllten Figur im Atelier von Beuys, vor der sein Kojote bellt! – Er zeigte Magrittes «Fenster», vor dessen Öffnung auf einer Staffelei ein Bild steht, das die Aussicht aus diesem Fenster festhält, zeigte die totale Veränderung einer tatsächlichen Aussicht, wenn ein Baugerüst oder Netz sie verändert, das Haus «eingepackt» worden war. Er machte klar, was passiert, wenn Architektur ausgedehnt wird: wenn von Palladios

Rotonda die charakteristischen Dachziegel abgenommen werden, in den dachlosen Raum der griechischen Tempelruine nicht beabsichtigtes Licht einfällt, das den Raum verfälscht. Markus Brüderlin ging auch auf die Magie der Schaufensterscheibe ein, die – ähnlich wie die Klarsichtfolie der Obstpackung – den Betrachter glauben macht, er befände sich der Auslage zum Greifen nahe. Die gläserne «Verpackung» zu entfernen, einzuschlagen ist letzten Endes eine Übersteigerung der Besitzwut, die das Schaufenster im Grunde wecken will.

Verpackung als Betrug – nicht nur real als «Mogelpackung», sondern auch als «verpackte Nachricht» – spielte eine Rolle während der Darmstädter Werkbund-Tagung, ebenso die «Hieroglyphen» heutiger Grosspackungen. Der Schweizer Typograph Hans Rudolf Lutz zeigte, wie solche Zeichen (Schirm, Glas und Pfeil z.B.) Grosspackungen und Container analphabetischer durch die Welt steuern und manchmal mit primitiven Schablonenmalereien noch einen Hauch von Folklore auf die Transportbänder «baggern».

Verpackung als Versteck: Das zeigte eine Ausstellung am Rande des Internationalen Werkbund-Gesprächs im Institut für neue technische Form auf Darmstadts Mathildenhöhe: Raffael Rheinsberg hatte alte, abgestellte Koffer gesammelt und mit ihrem originalen Inhalt in einer Fotodokumentation festgehalten: Koffer, die keiner mehr braucht, angefüllt mit Dingen, die man glaubt, vielleicht doch noch einmal brauchen zu können, sie schliesslich aber doch nie wieder hervorholte. – Verpackung, die – mumiengleich – nur als Verpackung nützt, hatte Rheinsberg im Original ausgelegt: jene Bündel aus alten Stoff- und Teppichresten, mit denen die Pariser Strassenkehrer die Wascherfluten lenken, die allabendlich aus den Gehsteigen sprudeln und den Schmutz des Tages weggeschwemmen. Einmal im Jahr legen die Pariser Hausfrauen als Dank an die Strassenreinigung Blumen auf diese verschürten Lumpenpakete. – All dies hätte der Künstler nie erfahren, hätte die Faszination des Verpackten, geheimnisvoll Verschnürt, ihn nicht zum «Dieb» der Pakete werden lassen. Erst als die vermeintlich wertlosen Bündel immer wieder durch neue ersetzt wurden, enthielt sich ihm im Gespräch mit den «Verpackungskünstlern», ein Stück Pariser Stadtgeschichte. Johanna Schmidt-Grohe

## Ausstellungen

### Inscape '81 International Exhibition of Design for Interiors

*Barbican Centre for Arts and Conferences, London vom 15. bis 19. November 1981  
geöffnet: 15.11., 14.30–18.00, 16.–19.11., 9.30–19.00 Uhr*

Im neu erstellten Barbican Centre for Arts and Conferences in der Londoner City wird sich vom 15. bis zum 19. November 1981 eine neue internationale Ausstellung für Innenausstattung und Design, die Inscape '81, etablieren. Die Ausstellung wird von «The Architectural Review», Englands führender Architekturzeitschrift, veranstaltet und setzt sich zum Ziel, Design-Qualität in der Innenausstattung zu fördern und besonders auf exzellente Problemlösungen in der Arbeitswelt hinzuweisen, wo neue Technologien das Erscheinungsbild der Arbeitsplätze zunehmend verändern. Die Aussteller nehmen ausschliesslich aufgrund von Einladungen teil, und es wurde ein spezieller Design-Ausschuss ernannt, welcher sicherstellt, dass der höchste Standard bei Exponaten und bei der Präsentationsform gewahrt bleibt. Das Kernstück der Inscape '81 ist eine Arbeits-Sonderschau, genannt «Tasktech», welche die neuesten Arbeitsplatztechnologien, eingebettet in auf sie abgestimmte Umgebungsdesigns, vorführt und so Lösungsbeispiele funktionalen Designs praxisbezogen veranschaulicht. Mit diesem Angebot wendet sich Inscape '81 an Architekten, Designer, Spezialisten und an Leute aus dem Management aus aller Welt. In Verbindung mit der Ausstellung wird unter dem Titel «Neue Technologien am Arbeitsplatz» am 17. und 18. November ein Symposium stattfinden, welches sich vornehmlich ans Management, an Architekten und Designer wendet. Dieses Symposium auf höchster Ebene wird auf die Praxis bezogen sein und so aktuelle Fragen behandeln wie etwa die richtige Investitionsentscheidung im Verhältnis zu Büro-Raum und -Ausstattung oder menschliche Faktoren und wirtschaftliche Kriterien, welche diese Entscheidung beeinflussen. Auch der Ausstellungsort wird manchem Besucher Besonderes zu bieten haben, zumal das neue Barbican Centre, Euro-

pas grösster Kulturkomplex, anlässlich der Inscape '81 noch vor seiner offiziellen Eröffnung, ähnlich einer Vorpremiere, Einblick in seine zahlreichen kulturellen Möglichkeiten bieten wird.

Weitere Details über die Ausstellung, über die Seminare und die Sonderschau sowie über den Design-Ausschuss sind auf Anfrage erhältlich.

### Frankfurt Heimtextil '82 mit Design-Präsentation und neuem Angebotsschwerpunkt

Die Heimtextil '82 – Internationale Fachmesse für Heim- und Haustextilien – findet vom 13. bis 17. Januar 1982 in gewohnter Grösseordnung auf dem Frankfurter Messegelände statt. Auf rund 82 500 m<sup>2</sup> Fläche breiten ca. 1150 Aussteller ihre allerneuesten Kollektionen aus. Mehr als die Hälfte der ausstellenden Unternehmen kommt aus dem Ausland, das mit 35 Ländern aus Europa und Übersee vertreten sein wird. Am zahlreichsten sind britische Firmen (120) dabei, gefolgt von Ausstellern aus Italien (68), der Schweiz (58), Belgien (44), Frankreich (43), Österreich (33) und den Niederlanden (30).

Bei der Angebotsgruppe Heimtextil bildet sich ein zusätzlicher Produktschwerpunkt heraus: Die Hersteller von textiler Wandbekleidung sowie Tapeten, deren in den letzten Jahren stetig gewachsenes Angebot bislang in verschiedenen Hallen zu finden war, sind nunmehr auf einem Areal zusammengefasst. Dem Facheinkäufer erleichtert dies den gezielten Überblick über diese Angebotsgruppe; darüber hinaus wird die bei der Heimtextil seit jeher gepflegte räumliche Konzentration von Zusammengehörigem entscheidend weiterentwickelt, was exakt im Interesse rationellen Messebesuchs liegt.

Weitere «Neuheit» für die Heimtextil '82 ist nach einer ersten Beteiligung internationaler Design-Schulen im Vorjahr die Präsentation von Designern, die aus mehreren Nationen erwartet werden.