

Zeitschrift: Heimatkunde Wiggertal
Herausgeber: Heimatvereinigung Wiggertal
Band: 61 (2003)

Artikel: Wellis-Design: angewandte Kunst
Autor: Menz, Thomas
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-718491>

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: 25.02.2026

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



1999.

Wellis-Design: angewandte Kunst

Thomas Menz

Hat Design den Anspruch, Kunst zu sein? Diese Frage wurde schon oft ausgiebig und kontrovers von Fachleuten diskutiert. Für die Wellis AG ist die Antwort klar. Die beiden Inhaber Egon und Kurt Babst wollen keine Kunst inszenieren, sondern Designobjekte produzieren und erfolgreich in die ganze Welt vertreiben. Das heisst aber nicht, dass damit der Anspruch an der täglichen Arbeit sinkt. Im Gegenteil. Um auf dem harten internationalen Verdrängungsmarkt bestehen zu können, braucht es kreative Ideen, Sensibilität und den eisernen Glauben an die Qualität des Designs, der Produkte und der geleisteten Arbeit aller Mitarbeitenden. Ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor ist die Authentizität der Marke und der Produkte. Dies hat einen starken Zusammenhang mit dem Umfeld der Unternehmung. Willisau ist mehr als nur ein möglicher Produktionsstandort unter vielen. Der Ort und die Region prägen Mitarbeitende und Unternehmer und tragen so ihren Teil bei zur Echtheit und damit zum «Gesicht» der Marke Team by Wellis. Das ist der Grund, weshalb das Unternehmen in den Ort investiert. Mit der Gründung der kulturellen Plattform «foroom.willisau» weitet die Wellis AG ihr Tätigkeitsfeld aus und setzt ein entscheidendes Zeichen für den Standort Willisau und die Zukunft.

Design oder Kunst?

Im Lexikon wird Kunst als schöpferisches und ästhetisches Gestalten und dessen jeweiliges Ergebnis auf den Gebieten der einzelnen Kunstarten und Kunstgattungen bezeichnet. Als Kunstsparthen tauchen Begriffe wie Architektur, Bildhauerei, Grafik oder Kunsthandwerk auf. Das Wort Design erscheint nicht in dieser Aufzählung. Schaut man aber im Gegenzug unter Design nach, so ist folgende Definition zu lesen: Zweckmässigkeit und Schönheit vereinender Formentwurf bei Industrieerzeugnissen. Der Unterschied zwischen Kunst und Design zeigt sich zum einen im Wort Zweckmässigkeit – oder anders ausgedrückt Funktion – und in der Tatsache, dass es sich bei Designobjekten ausschliesslich um industriell oder zumindest seriell gefertigte Produkte handelt. Designobjekte sollen also nicht «nur» schön sein, sondern sie müssen einen Zweck erfüllen. In den Ausbildungszielen für den Studienbereich Industriel Design der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich heisst es: Unsere Ausbildung steht für die gewiefe, ästhetisch substanzielle, technologisch zeitgemässe, an Mensch und Gesellschaft orientierte Gestaltung von Dingen des Alltags.

Liest man diese Definition, so kann Design also auf keinen Fall Kunst sein, und ein Designer wird sich niemals Künstler nennen. Und trotzdem sind die Gren-



Umschlagseite des Küchenmöbelprospektes aus dem Jahre 1938.

zen nicht so klar, wie sie auf den ersten Blick erscheinen. In beiden Sparten gibt es Grenzgänger, wie zum Beispiel die Designer Ettore Sottsass und Marcello Morandini, die beide Sparten beherrschen, oder der Pop-Art-Künstler Andy Warhol, der seine Karriere gar als Designer begonnen hatte.

Wellis-Design – mehr als gute Produktdesigngestaltung

Unter der Marke Team by Wellis gestaltet, entwickelt, produziert und vertreibt die Wellis AG hochwertige Designmöbel. Diese handfeste Aussage zeigt, dass die Firma nicht Kunst, sondern eigenständiges Design, das verkäuflich ist, in einen harten internationalen Verdrängungsmarkt bringen will. Ein hoher Anspruch, welcher Visionen, langfristige

Strategien und den festen Glauben an die eigene Arbeit verlangt.

Schlüssel zum Erfolg der Wellis AG sind die Designstrategie, die zur charaktervollen und authentischen Produktehandschrift führt, und die Köpfe, die diese tragen. Der entsprechende Kernsatz im Leitbild der Firma lautet: «Wellis gestaltet Raum für Lebensfreude.» Man spricht also nicht von Möbeln, sondern vom Raum. Vom Lebensraum des Konsumenten, der durch sein Umfeld geprägt ist, und von seiner Art, sein Leben zu verwirklichen. Zum konkreten Wohnumfeld gehören die Kultur, die sozialen Verhältnisse und das individuelle Wertesystem des Konsumenten. Schliessen wir den Kreis ein wenig enger, kommen die Architektur und Raumgrössen, die Funktionalität, das Prestige und die finanziellen Möglichkeiten hinzu. Alle

Die Geschichte der Wellis AG, Willisau

- 1931 Gründung der Wellis AG als Tochtergesellschaft der Orgelbau AG, Willisau, Start als Küchenmöbel-Fabrikant.
- 1936 Erweiterung der Fabrikation auf Doppelschlafzimmer in Serie.
- 1956/57 Auslieferung der ersten Hotelmöblierungen.
- 1960 Erweiterung des Fabrikationsgebäudes.
- 1964 Die Team Möbel AG wird als unabhängige Design- und Vertriebsgesellschaft in Gipf-Oberfrick AG gegründet.
- 1964/65 Erneuter Ausbau der Gebäulichkeiten. Produktion von Schrankbetten, Wohn- und Bücherwänden in Elementen.
- 1966 Entstehung des markanten Lagerhochhauses.
- 1977 Kurt und Egon Babst übernehmen die Geschäftsleitung von Albert Babst.
- 1978 Start der Zusammenarbeit mit der Team Möbel AG in Gipf-Oberfrick AG.
- 1982 Die erste EDV-Anlage (Bull) wird in Betrieb genommen.
- 1986 Geschäftsübernahme der Firma Team Möbel AG durch die Wellis AG. Erneuerung und Modernisierung der Produktion.
- 1987 Markteinführung der Marke Team by Wellis.
- 1990 Die Team Möbel AG verlegt ihren Sitz von Gipf-Oberfrick nach Willisau.
- 1991 Konsequente Expansion in die umliegenden Exportmärkte Deutschland, Österreich und Holland.
- 1995 Erweiterung des bestehenden Sortiments durch die Polstermöbellinie Team by Wellis. Kooperation mit der Firma Stegemann AG in Madiswil BE.
- 1996 Gründung der Firma Bel Etage AG, Willisau.
- 1998 Integration der Polstermöbelfertigung in die Produktion in Willisau.
- 1999 Markteinführung der neuen Kollektion unter dem Markennamen ROOM by WelliS.
- 2002 Gründung und Eröffnung der neuen Plattform unter der Bezeichnung foroom.willisau.
- 2002 Lancierung der neuen Markenstrategie unter der Dachmarke Team by Wellis.



Buffet, 1943.

diese Rahmenbedingungen, gepaart mit der aktuellen Lebensphase (Auszug aus dem Elternhaus, Heirat, Kinder, Scheidung usw.) bestimmen die konkreten Bedürfnisse des Menschen, die er an seine Wohn- und Arbeitsumgebung stellt. Ausgehend von Bedürfnissen wie schlafen, sitzen, lesen, essen, arbeiten, Musik hören, verstauen usw. entstehen Möbel und Raumobjekte, die den Ansprüchen einer definierten Konsumentengruppe gerecht werden sollen. Natürlich ergeben sich daraus trotzdem meistens wieder Betten, Tische oder Polstermöbel, aber diese differenzieren sich in Form, Funktion und Material von üblichen Produkten. Und dies eben nicht, um einfach anders zu sein, sondern um Mehrwerte zu bieten, welche die konkreten Bedürfnisse der Benutzer befriedigen.

Menschen und Werte

Der Raum ist für die Wellis AG eine Ressource. Die andere Ressource bilden die Menschen, die hinter den Werten der Firma stehen. Es sind immer Menschen mit starken Charakteren, die eine Designrichtung bestimmen und diese langfristig in sicht- und spürbaren Entwicklungslinien vorwärts treiben. Da ist einmal der Visionär und Mitinhaber Egon Babst, welcher prägend für die grossen Züge der Marke Team by Wellis ist. Im Weiteren ist es der Chefdesigner Kurt Erni, der für das Design der gesamten Kollektion verantwortlich zeichnet. Sein Kredo lautet: «Möbel gibt es genug auf dem Markt. Wir müssen nach neuen intelligenten Anwendungen, technischen Lösungen, Materialien oder Materialverbindungen suchen. Dabei soll die Tech-



Lombina, 1958.

nik nicht im Mittelpunkt stehen, sondern als Mittel zum Zweck für die formale Umsetzungen dienen.» Kurt Erni zeichnet sich als Designer durch seine, im positiven Sinne, naive Offenheit gegenüber allem Neuen aus und durch seine Liebe zum Detail, die er mit einer ungeheuren Beharrlichkeit zelebriert. So stark Inhaber und Designer auch sind, wissen sie doch auch gleichzeitig, dass wirklich gutes Design immer eine Teamleistung ist. Die gute interdisziplinäre Teamarbeit und der frühzeitige Einbezug aller Beteiligten sind die Schlüssel zur erfolgreichen Produkteentwicklung.

Material und Qualität

Die Strategie, die Köpfe und das Know-how bilden den Nährboden für die Durchgängigkeit der Wellis-Designlinie.

Sie zeichnet sich aus durch eine hohe Eigenständigkeit, geprägt durch die sensible und schlichte Formensprache, die Verwendung von innovativen Materialien und die Umsetzung von neuen technischen Lösungen hart an der Grenze des Möglichen. Höchste Ansprüche stellt Wellis an die Qualität und damit an die Detailverarbeitung der Produkte. Die Qualität ist dabei bei vielen Details nicht nur sichtbar, sondern, wie zum Beispiel bei den Einzügen der Schubkästen, auch spürbar. Raumobjekte von Team by Wellis haben nicht den Anspruch, allen Leuten zu gefallen. Sie sind authentisch und zeigen ein Gesicht mit klaren Linien, ohne arrogant zu wirken.

Stellvertretend für die Wellis-Produktheilosophie und die damit verbundene Suche nach den Grenzen des Möglichen ist der Container aus der «e_serie». Die-



Gästezimmer, Modell Zermatt, 1979.

sem Möbel liegen fünf Jahre Entwicklungsarbeit zugrunde. Die Konstruktion des Containers beruht auf der Skelettbauweise, die vor allem beim Bau von Gebäuden mit gläsernen Fassaden zur Anwendung kommt. Die Konstruktion ist raffiniert, der Materialeinsatz ist minimal und trotzdem in funktionaler und ästhetischer Vollendung umgesetzt. Das Innere des Containers ist als Stauraum intelligent organisiert. Mit nur drei Grundformen (Rund, Trochoide und Quader) und vier verschiedenen Hüllen laden die Objekte zum Spiel mit Formen und Materialien ein. Das Möbel ist nicht mehr an Wände gebunden, sondern kann mitten im Raum stehen und sieht von allen Seiten (360-Grad-Ästhetik) gut aus. Wie raffiniert und eigenständig die Produktelinie ist, zeigt auch die Tatsache, dass es seit der Markteinführung

im Jahre 1999 nie, auch nur im Ansatz, kopiert wurde und die zahlreichen gewonnenen Designpreise im In- und Ausland. Das Beispiel «e_serie» zeigt auch, dass sich das Design nicht einfach nur auf das Produkt beschränkt, sondern weitere Kreise bis in die Firmenkultur ziehen kann. Mit der Lancierung der Container werden in der klassischen, Holz verarbeitenden Fertigung der Wellis nicht mehr nur Holz-, sondern auch reine Glas- und Metallmöbel fabriziert. Die verschiedenen Bereiche vom Design bis zur Beschaffung mussten sich intensiv mit neuen Materialien und deren Eigenschaften, neuen Verfahrenstechniken und Einkaufsgepflogenheiten befassen.

Ausgebildete Schreiner bauen heute hochpräzise Metall- und Glaskomponenten zusammen, die durch spezialisierte



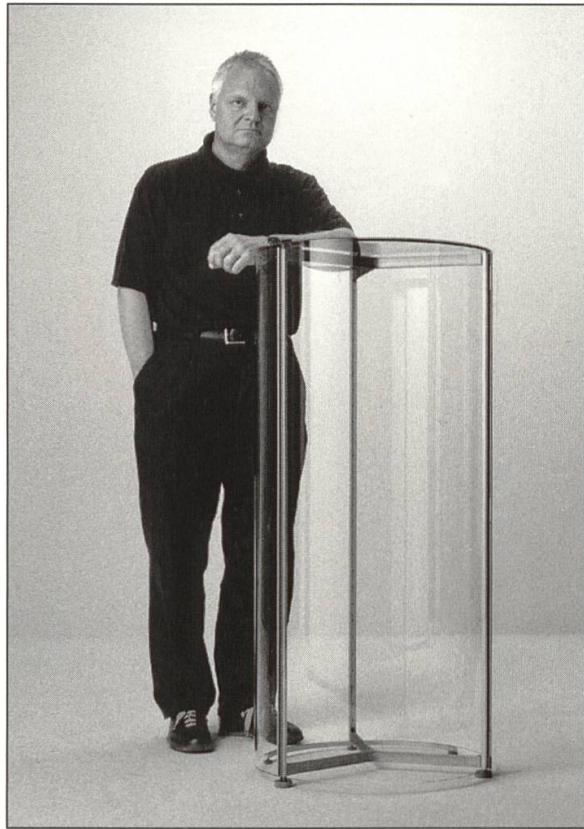
Triangolo, 1986.

Lieferanten vorgefertigt und angeliefert werden. Und natürlich mussten sich der Markt, das Marketing und der Verkauf auf eine neue Ausrichtung der Marke und damit der gesamten Kollektion einstellen. Dies von der Erschliessung von neuen Marktsegmenten und geografischen Teilmärkten bis zum Neuaufbau von sämtlichen Kommunikationsmitteln.

Warum Willisau als Produktionsstandort?

Warum werden solche hochwertigen Designprodukte ausgerechnet in Willisau gefertigt? Diese Frage wird oft von Kunden aus den Exportmärkten der Firma Wellis gestellt. Wie so oft gibt es auf eine Frage mehrere Antworten, warum dies so ist. Ein Grund liegt in der Tatsache, dass im Luzerner Hinterland tradi-

tionell der Werkstoff Holz sehr stark verankert ist. Die ganze Wertschöpfungskette von der Bewirtschaftung des Waldes über die Veredelung bis zur Verarbeitung wird durch die vielen, in der Region ansässigen Betriebe abgedeckt. Alleine in Willisau gibt es mit der Tisch & Stuhl Willisau AG und der Wellis zwei Möbelhersteller. Mit dieser hohen Affinität zum Rohstoff Holz finden sich auch viele gut ausgebildet Fachleute auf dem Arbeitsmarkt. Diese wiederum sind unentbehrlich für die Herstellung von Designmöbeln mit den Qualitätsansprüchen von Team by Wellis. Zudem identifizieren sich die Mitarbeitenden der Wellis stark mit der Firma und den Produkten und sind bereit, sich zusammen mit der Unternehmung stetig weiterzuentwickeln. Die vielen gut ausgebildeten und langjährigen Mitarbeitenden



Kurt Erni.



Wellis-Design.

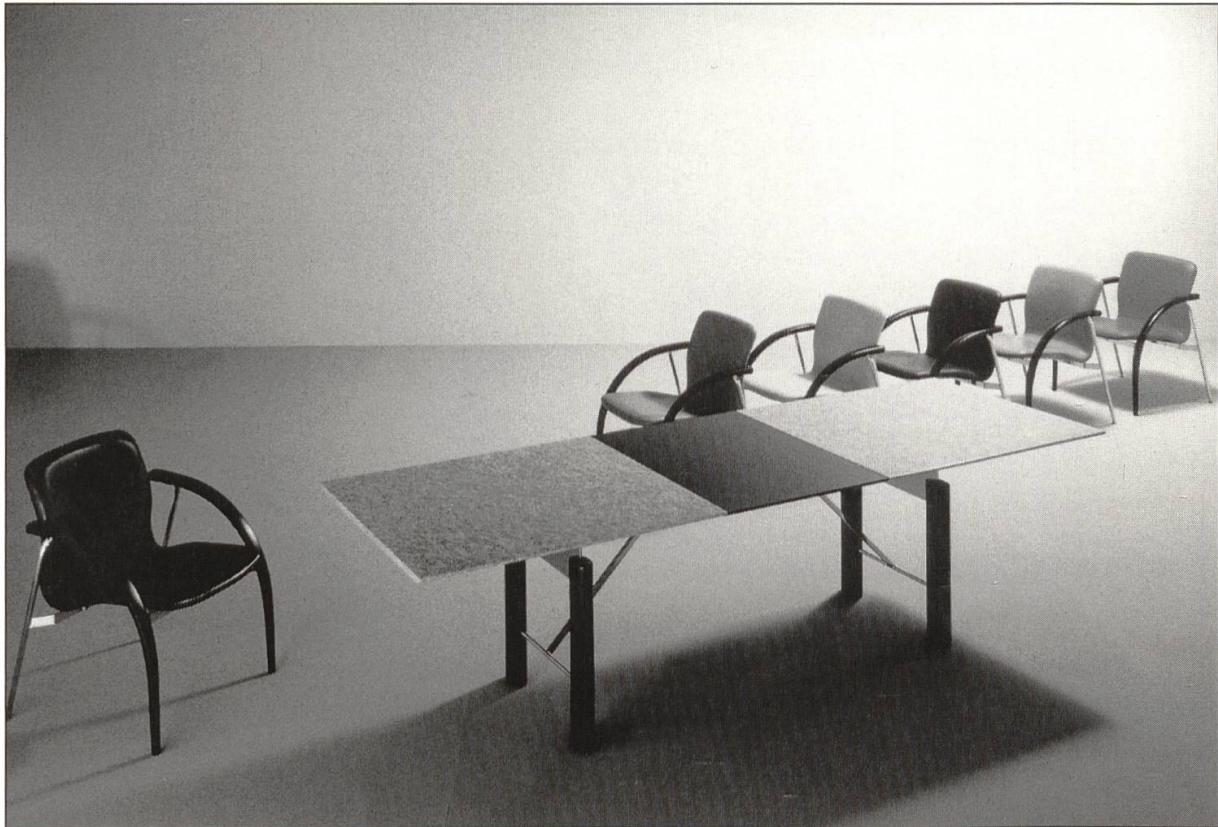
bilden die Grundlage für den Firmenerfolg. Eine Firma ist immer nur so gut, wie das Potenzial ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die täglich arbeiten und mitdenken.

Ein weiterer Teilaspekt in der Beantwortung der obigen Frage liegt bei den Unternehmern. Beide, Kurt und Egon Babst, sind in Willisau fest verwurzelt. Sie haben eine Vision für ihren Betrieb entwickelt und leben diese als Unternehmer und Inhaber. Die Brüder wissen um die Vor- und Nachteile des Standortes und kennen die Werte der Region. Sie sind davon überzeugt, dass sich ein Betrieb mit einem solchen Qualitätsanspruch nicht einfach in ein Billigland verlegen lässt oder ohne Qualitäts-einbussen Komponenten aus diesen Ländern eingekauft werden können. Beweis für ihre Haltung sind die konti-

nuierlichen Investitionen in neue, innovative Projekte im Rahmen der Unternehmensaktivitäten und ihr vielseitiges Engagement für die Region Willisau. Dem dritten Teilaspekt der Antwort liegt eine philosophische Betrachtungsweise zugrunde. Um eine Vision langfristig konsequent zu verfolgen, wie dies die Wellis tut, braucht es einen unerschütterlichen Glauben an die Sache. Es mag sein, dass die dazu nötige Eigenständigkeit eine Portion Unbelehrtheit, eine Portion Pionierstolz und eine Portion Hinterländer Sturheit an sich hat. Vielleicht ist es eben diese ruhige, ländliche Gegend und nicht die grossstädtische Hektik, welche den Produkten von Wellis das typische Gesicht und die Stärken verleiht. Das heisst nicht, dass Wellis dem Kleinstädtischen verfallen ist. Die Inspirationen, die Ideen und die Impul-

Fakten und Zahlen der Firma Wellis AG

Firmenanschrift	Wellis AG, Ettiswilerstrasse 24, 6130 Willisau Telefon 041 9 725 725; Telefax 041 9 725 790 E-Mail: info@wellis.ch / Internet: www.teambywellis.com
Philosophie	«Wellis gestaltet Raum für Lebensfreude» – gemäss diesem Kernsatz lebt und verwirklicht die Wellis AG eine ganzheitliche Einrichtungsphilosophie von höchstmöglicher Individualität.
Tätigkeit	Unter dem Label Team by Wellis entwirft, entwickelt, produziert und vertreibt die Wellis AG hochwertige Designmöbel in die ganze Welt. Das Sortiment deckt die Themen Wohnen, Sitzen, Schlafen und Arbeiten ab. Weiter entwickelt und produziert Wellis so genannte «No name»-Produkte für ausgewählte Grossabnehmer in der Schweiz und in Europa.
Marktstellung	Die Wellis AG gehört mit der Produktelinie Team by Wellis zu den weltweit führenden Anbietern von Designmöbeln für höchste Ansprüche. Mit dem Know-how und den technischen Möglichkeiten zählt das Unternehmen in seinem Segment zu den innovativsten und leistungsfähigsten Möbelfabriken in Europa.
Rechtsform	Aktiengesellschaft
Inhaber	Kurt und Egon Babst
VR-Präsident	Kurt Babst
Geschäftsleiter	Egon Babst
Umsatz 2002	38 Millionen Franken
Exportanteil	45 Prozent
Export	in 23 Länder in der ganzen Welt; Hauptexportländer sind Deutschland und die Benelux-Staaten.
Beschäftigte	150 Mitarbeitende
Schwesterfirmen	Bel Etage AG, Ettiswilerstrasse 26, 6130 Willisau, www.beletage.ch Foroom.willisau AG, Ettiswilerstrasse 26, 6130 Willisau, www.foroom-willisau.ch



Tische und Stühle, 1994.

se holt sie sich am Puls der Zeit in Mai-land, Amsterdam, London oder New York, aber ausgehend von der Ruhe, der Zuversicht und aufbauend auf den tiefen Wurzeln in der Region.

Wohin führt der Weg?

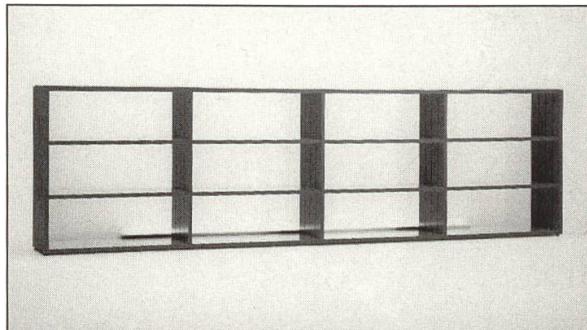
Die letzten fünf Jahre haben der Wellis sehr viele Veränderungen gebracht. Sowohl nach innen, wie mit der Neuausrichtung der Marke Team by Wellis nach aussen. Zudem ist die aktuelle Marktsituation alles andere als rosig. Das Unternehmen hat jedoch die Krise genutzt, um sich auf seine Stärken zu besinnen. Mit der neuen strategischen Ausrichtung, sind die Grundlagen für eine erfolgreiche Zukunft geschaffen. Sowohl die Produkte, das Sortiment, die Mitarbeitenden, die Technologie und die Or-

ganisation sind für die kommenden Herausforderungen gewappnet. Im Wissen um die Stärke der Kollektion wird der eingeschlagene Weg konsequent weiterverfolgt. Wie bis anhin, wird das Design der einzelnen Produkte den Takt vorgeben und das Unternehmen bis in die Grundfeste prägen. Neue Plattformen wie die unlängst gegründete fo- room.willisau AG sind dazu da, dem Unternehmen weitere Impulse zu verleihen, das Netzwerk der Zusammenarbeit zu erweitern und die Endkunden vermehrt für den Raum und damit die Produktephilosophie von Team by Wellis zu sensibilisieren. Bereits sind weitere zukunftsorientierte Projekte in Arbeit, welche langfristig den Erfolg auf dem harten internationalen Markt sichern und das Renommee der Firma weiter steigern sollen.



Volare, Design Kurt Erni, 2000.

Das Wellis-Design wird auch in Zukunft nie den Anspruch haben, angewandte Kunst zu sein. Das Unternehmen ist aber in aller Konsequenz bestrebt, die Kunst der erfolgreichen Vermarktung seiner Produkte auf dem harten internationalen Markt in Vollendung zu beherrschen.



VaRe, 2003.



UlMo, Design Ulf Moritz, 2003.

Adresse des Autors:
Thomas Menz
c/o Wellis AG
Ettiswilerstrasse 24
6130 Willisau