

# Jakobsnotizen

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **9 (1996)**

Heft 10

PDF erstellt am: **18.05.2024**

## **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.

Farben Weiss und Grün, und fürs Kinderaspirin gibt's eine rote Ecke.

## Klüger Lift fahren

Bisher drückten wir und warteten anschliessend. Jetzt hat Schindler für intelligentere Liftsteuerung gesorgt. Bereits in der Eingangshalle tippt der Besucher sein Fahrziel in eine Tastatur, und gleich wird ihm der günstigste Fahrstuhl mitgeteilt. Das Lifthirn denkt für uns.

## 25 Jahre Arcoop

Im Zentralhof, einem der schönsten Stadträume Zürichs, feierte Arcoop seinen 25. Geburtstag. Was Heinz Ronner, Ueli Marbach und Arthur Rüegg damals gründeten, lebt munter weiter, und alle kamen, dies zu feiern. Die Aktiven, die Ehemaligen und die Zugewandten. Die neuen Nachbarn an der Kappelergasse 16 heissen Büro Z.

## Geschäftseröffnungen

### mAssLos

In Baden gibt's einen neuen Laden. Das Badener Kunst & Design Depot «mAssLos» von Martin Burger verkauft Lampen, Möbel und Objekte. Doch mehr als die Hälfte der Objekte sollen spezielle Einzelstücke sein. *mAssLos, Kunst & Design Depot, Ecke Bruggerstrasse/Haselstrasse 33, Baden, 079 / 403 17 67.*

### einzigart

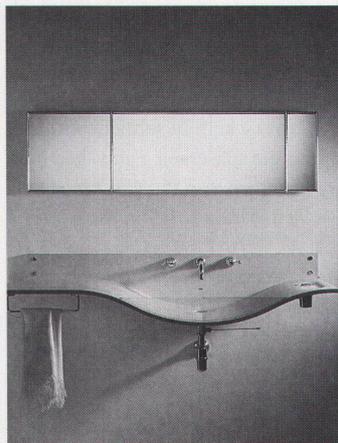
Der Laden «einzigart» an der Josefstrasse in Zürich soll Verkaufsfläche für Designer und Gestalterinnen bieten, die noch keine haben. Hier soll auch ein Zentrum für Diskussionen, Wettbewerbe und Vernissagen entstehen. Hinter «einzigart» stehen Reto Kaufmann, Martin Meyer und Yves Hauser der Firma Jaesoeppis, die selbst Möbel und Wohnaccessoires

entwerfen. *einzigart, Josefstrasse 36, Zürich, 01 / 440 46 00.*

### Shape

René Meyer, der während rund sieben Jahren als Geschäftsleiter von Wohnbedarf Zürich tätig war, hat eine eigene Beratungs- und Handelsagentur in Zürich gegründet. Shape, so der Name der Firma, hat Mandate von Agape (Badzubehör), Davide Groppi (Leuchten) und Art & Form (Gartenmöbel). *Shape design distribution, Rüdigerstr. 11, Zürich, 01 / 280 08 33.*

*Lavabo der Firma Agape, zu finden bei René Meyer, Shape, in Zürich*



## Bottas Absage

Der Staatsrat Philippe Joye hatte als kantonaler Baudirektor ein Projekt für eine Villa in Dardagny im Genfer Hinterland bewilligt (HP 8/96). Der Architekt hätte Mario Botta sein sollen, doch die Bewohner von Dardagny waren nicht damit einverstanden und haben Rekurse eingelegt. Jetzt ist Mario Botta vom Projekt zurückgetreten.

## Tonnendach

Die Zürcher Ziegeleien wollen das modische Tonnendach nicht einfach den Zinkblechfabrikanten überlassen.

## Das Ende naht

Lesen wir die Tageszeitung, so sind wir eigentlich schon untergegangen. Nichts geht mehr. Kürzlich besuchte mich ein Bekannter, ein Bauingenieur. Seufzend war seine Klage über den Gang des Baugewerbes im allgemeinen und den seines Projektes, einem Stück Autobahn, im besonderen. Zehn Jahre sind vergangen seit dem Wettbewerbsentscheid. Das Projekt liegt noch immer auf dem Zeichentisch. Die Beamten bocken, die Stimmbürger streiten, das Geld ist ausgegangen, alles zerfällt. Was wird morgen sein?

Ettore Sottsass, der Meister der Melancholie, schlägt bedeutungsvoll seine Augen nieder und senkt seinen prächtigen Schnauz: Die Planung ist am Ende, das Design ist tot, hat er kürzlich in einem Interview verkündet. Design heute heisse den Krieg fördern und die Kanonen verschönern.

Schon früher fragte er (HP 8-9/91): Was soll Ökologie angesichts der amerikanischen und der irakischen Kriegsmaschinerie am Golf? Und er hat recht, und es ist nicht besser geworden: Was solle die Mühe um das kluge Design von Lebenszyklen, wenn wir in den Nachrichten hören, was die russischen Panzer in Grosny anrichten? Es bleibt nichts, ausser die altersweise Einsicht, dass alles nun seinem Ende entgegen geht. Nicht verdient, aber definitiv. Und wir sind selbstverständlich angehalten, unser Haupt zu verneigen. In traditionell organisierten Stämmen, wie in dem, wo die Kulturbeflissenen leben, gilt der Rat der Weisen schliesslich viel.

Die traditionellen Stämme wollen aber nicht untergehen, und so werfen sie alle ihre Hoffnung auf die Jugend. Wie froh dürfen wir deshalb sein, dass diese den allgemeinen Untergang wendet und gleichsam an die Dialektik glaubt. Wie hochleben lassen müssen wir einen der Enkel des Meisters aus Mailand, der uns den Weg aus der Finsternis leuchtet! Er heisst David Carson, ist Soziologe aus Leidenschaft, Surfer aus Berufung und Grafiker en vogue. Er predigt uns die angewandte Dialektik des Untergangs und führt sie zugleich virtuos vor: Das Lesen ist tot, die Schrift erledigt, der Autor am Boden. Das genügt aber nicht, wer wirklich vorne mit dabei sein will, muss die Schrift zertrümmern und den Autor einsperren, um so die Lesunwilligen und -kundigen wieder zum Lesen zu bringen. Diese lesen dann nicht mehr Buchstaben und fügen auch nicht mehr Stück um Stück und linear den Sinn des Autors zusammen, sondern sie springen aufs Ganze in einem Anlauf; sie haben schliesslich gelernt, das Ästhetische schlechthin über die Anästhesierung einzufangen. Im Schnellzug. Da muss man sie abholen, sagt Carson, und weitertreiben bis zum Punkt, wo das Minus ins Plus kippt. Später dann einmal.

Ach, endlich ist der Gestalter da, wo er sein muss: Auf der Steuerbrücke der Kultur, am Knüppel des Fortschritts, ein Held der Dialektik. Carsons Strategie funktioniert, zurechtgeritten von seinen Epigonen, in der Werbung etwa der Swatch oder der Zürcher Kantonalbank. Nun, neu ist das ja nicht: Die Werbung hat schon immer das, was die Vorreiter des Grafik- oder Mode-Designs ausgetüfelt haben, schnell und umfassend für sich in Anspruch nehmen können. Gereinigt, umgewälzt und zurechtgestutzt. Neu aber ist, dass sich auch die Ziele und die Mittel gleichen. Das Mittel der Werbung war schon immer, was das des Vorreitergrafikers in seinem Kampf gegen die Lesefähigkeit und die Buchstaben jetzt ist: Nix begreifen, viel und fröhlich kaufen, schnell verschlingen und verdauen.