

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 3 (1990)
Heft: 12

Rubrik: Stadtwanderer

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

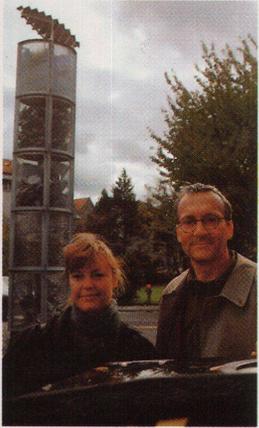
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 26.04.2025

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



Andrea Teuwen, Othmar Schäublin:
Sammelstellen als Provisorien
konzipiert

Hinter der Präsentation die banale
Realität: Container neben Container

Das Schlosserwerk beansprucht zwischen zehn und siebenzig Quadratmeter Stadtraum. Es soll den erhofften Bewusstseinswandel anfeuern und wird wohl als erstes heftige Standortstreitereien provozieren. Und diese werden nicht gemildert durch die Beteiligung der Architekten, das wir es hier mit einem bewusst gestalteten Provisorium zu tun haben. Die Form des Recyclings, so Schäublin und Teuwen, dürfe nämlich nur zeitlich begrenzt taugen. Wenn die Szenarien der Vermeidung und der Verlagerung des Problems zum Verursacher sich durchsetzen, soll die Anlage ohne grossen Aufwand wieder abgebrochen werden können.

UH/GA ■



FOTOS: MICHAEL BRIGHTER

Fadenholz von Thonet

Ein neues Verfahren für die Stuhlherstellung hat Thonet entwickelt: die Fadenholztechnik. Furnierblätter werden zuerst leicht mit Leim bestrichen, in dünne Fäden geschnitten und in die Formen eingelegt. Unter dosiertem Druck werden sie dann in die Form gepresst. Die so hergestellten Teile verfügen laut Hersteller über eine enorme Festigkeit. Ein weiterer Vorteil: Schnellwachsende Hölzer können verwendet und wertvollere wie die langsam wachsende Buche geschont werden. Das Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen hat den «Comprimo Nr. 89»

(Design Wolfgang Müller-Deisig) denn auch bereits ausgezeichnet. HP ■

**Thonet-Comprimo: mit neuem
Verfahren zu hoher Festigkeit**



STADTWANDERER Verpackungskunst

Die Oberfläche liegt im Megatrend, und Matteo Thun ist ihr Prophet. Der «Paradiesvogel und Star im Designbusiness» aus Mailand verkündete die Swatchisierung der Architektur in Fehraltorf im Zürcher Oberland. Er kam herbeigeilt, um uns klarzumachen, wie man heutzutage ein Gewerbehäuser, pardon ein «Front-Center», baut. Man nimmt das Ablaufschema des Mannes vom betriebswirtschaftlichen Institut, lässt einen Immobilienberater daraus eine räumliche Organisation herausdestillieren, gibt's einem Ingenieur zur statischen Bemessung und einem Generalunternehmer zum Kostenrechnen. Herauskommt, was wir längst kennen: der baugesetzkonforme Container, wie er unsere Industriezonen füllt. Das Ergebnis ist deprimierend.

Doch die Konkurrenz schläft nie. Nur «gestaltete» Gewerbehäuser sind heutzutage auch vermietbare Gewerbehäuser. Dafür eben brauchen wir einen Matteo Thun. Er hat erkannt, woran wir seit Jahrzehnten blind vorübergingen: Die Probleme lösen sich alle oberflächlich. Architektur ist Verpackung. Sobald wir die langweiligen Container farbig einwickeln, wird es eine Lust und ein Wohlbehagen sein, durch die Industriezonen zu wandern. Alles so schön bunt hier.

Swatchisierung meint automatisierte Massenproduktion, eingewickelt ins modische Geschenkpapier des Tages. Nach der Wegwerfuhre die Wegwerffassade. Der Stadtwandeler schweigt errötend und zähneknirschend zu den ökonomischen Folgen dieser Haltung. Danach hat ja auch niemand gefragt. Er erlaubt sich nur, leise auf einen etwas betrüblichen Umstand aufmerksam zu machen, der dem Paradiesvogel aus Mailand irgendwie entgangen sein muss, auf den Unterschied zwischen Dekoration und Architektur. Einen Stuhl knallbunt anmalen verwechselt kaum jemand mit dem Stuhlentwerfen. Wenn aber ein Matteo Thun sich als Anfänger von Normbehältern betätigt, sondern anderntags die Zeitungen seitenweise fasziniert sein ab. Provokation, o Wunder! Thun und Genossen haben längst erkannt, dass das «épater le bourgeois» vom Journalisteneinseifen abgelöst wurde. Der Schreiber freut sich: Endlich gibt's einer von den Stars zu, dass Architektur nicht ernst zu nehmen ist. Blosses Oberflächenspiel, Anstreicherhandwerk.

Raum braucht's dazu keinen, vermietbare Flächen genügen. Die Nutzungsschichten hat ja der Betriebswirtschaftsmann mit dem Immobilienberater längst ausgeknobelt. Architektur ist nichts als Raumverschwendung. Das sieht man am besten in den alten Kirchen. Erhaben zwar, aber wieviel Geld könnte man verdienen, wenn endlich Zwischenböden eingezogen würden.

Heute gehören die gestalterischen Anstrengungen an die Oberfläche. Zum Beispiel an die Hauseingänge des «Front-Centers». Sie spielen «Kunst am Bau» und werfen sich als eigenständig-auffallende Gebilde in Pose – welch ein neuartiger Gedanke! Vermutlich hätten wir sie sonst im bunten Getümmel der 112 Meter langen Rasterfläche, die sich immer noch Fassade nennt, nicht gefunden.

Nennen wir die Dinge beim Namen. Hier geht es keineswegs um Architektur. Das hiesse nämlich, von der Oberfläche weg zu Dingen kommen, die die cleveren Macher keineswegs interessieren: zur erfindungsreichen Raumbildung, zum plastischen Baukörper, zur wirkungsvollen Lichtführung. Ohne diese Grundelemente ist Architektur nicht zu haben. Thun ist auch keineswegs als Architekt beschäftigt worden, sondern als Aushängeschild. Die ganze Übung hat einen Namen, Marketing heisst sie. Der Konkurrenzdruck wächst mit den Zinsen. Dagegen soll «Design» helfen. Design dürfen wir hier getrost mit Werbung übersetzen. Davon ist überzeugt

DER STADTWANDERER.