

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 31 (2018)
Heft: 6-7

Artikel: Teppich fürs frische Image
Autor: Glanzmann, Lilia
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-816348>

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: 06.02.2025

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



Teppich fürs frische Image

Der Textilverlag Mira-X erlangte in den Siebzigerjahren internationales Ansehen – wenn auch kaum jemand die Stoffe kaufte. Seit letztem Jahr existiert er nur noch als Marke.

Text:
Lilia Glanzmann
Fotos:
Mira-X Archiv / Tisca

Einen Verlag assoziieren wir mit Büchern und Zeitschriften. Das Verlagswesen stammt allerdings aus der Textilbranche: Kaufmänner liessen Rohstoff dezentral in Heimarbeit färben, spinnen oder verweben und verkauften diese Textilien mit Gewinn. Auch heutige Textilverlage lassen extern fertigen, vertreiben ihre Stoffe exklusiv und halten die Rechte an den Dessins. Kvadrat aus Dänemark ist der aktuell wohl renommierteste Textilverlag.

In den Siebzigerjahren sorgte ein Schweizer Verlag für internationales Aufsehen: Mira-X, damals eine Tochter der Firma Möbel Pfister. Bis vor einem Jahr existierte die Marke als Unternehmen des Appenzeller Textilherstellers Tisca. Wie aber gelang es einer Firma aus dem 6000-Seelendorf Suhr, international zu reüssieren? Unter anderem setzten sie auf Autoredesign. Nicht etwa auf Stoffentwerferinnen, sondern auf Produktdesigner und Architekten.

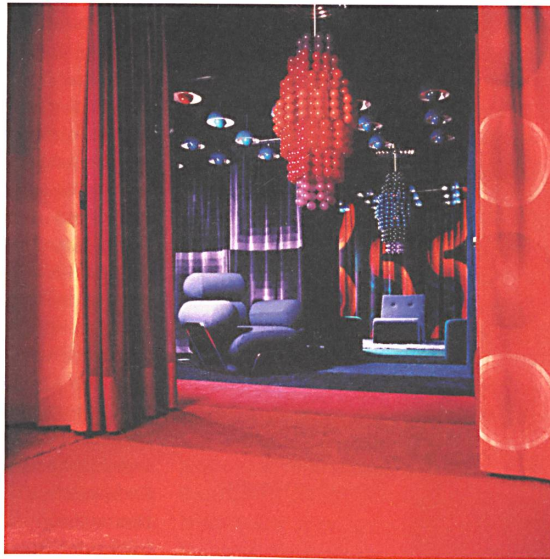
Verner Panton: das Set

Von 1970 bis 1980 arbeitete Mira-X ausschliesslich mit dem dänischen Designer Verner Panton. Ein cleverer Zug: Sein Image als Wohn-Utopist und Farbmagier übertrug sich auf den Verlag. Entstanden war die Kooperation aus einem persönlichen Kontakt des Designers mit dem

damaligen Firmenchef Toni Cipolat. Dieser beauftragte Panton mit einer Heimtextilkollektion, bestehend aus Teppichen, Vorhängen, Dekorations- und Möbelbezugsstoffen. Das Novum: Alle Qualitäten waren aufeinander abgestimmt und untereinander kombinierbar.

Zwar hatte Panton bereits früher mit Textilien gearbeitet – für das Hotel Astoria in Trondheim etwa, wo sich seine Vorliebe für Orange- und Rottöne und geometrische Motive bereits abzeichnete. Er behandelte Wand, Boden und Decke gleichwertig, alle Möbel und Leuchten an einem fixen Platz. Diese Idee kompletter Raumkonzepte konkretisierte er zehn Jahre später, als er für den neugegründeten Schweizer Textilverlag zu arbeiten begann. Weil bei diesem Auftrag die Kundinnen und Kunden mit seinen Textilien jeden beliebigen Wohnraum einrichten sollten, musste er seine Idee entsprechend abstrahieren.

Pantons Baukastensystem für Mira-X basierte auf fünf Pfeilern. Erstens definierte er neun reine Grundfarben: Orange, Hellrot, Dunkelrot, Bordeaux, Aubergine, Hellblau, Dunkelblau, Türkis und Grün. Zweitens: Jede dieser neun Farben war in der Helligkeit achtfach abgestuft, von 100 Prozent bis 15 Prozent Farbdichte. Drittens entwarf Panton fünf Grunddesigns, basierend auf den Formen Kreis, Streifen, Quadrat, Schachbrett und Kurve. Viertens: Jedes dieser fünf Muster gab es als sogenanntes Multicolor, bei dem die neun Grundfarben kombiniert wurden, oder als Ton-in-Ton-Kolorit, abgestuft nach dem →

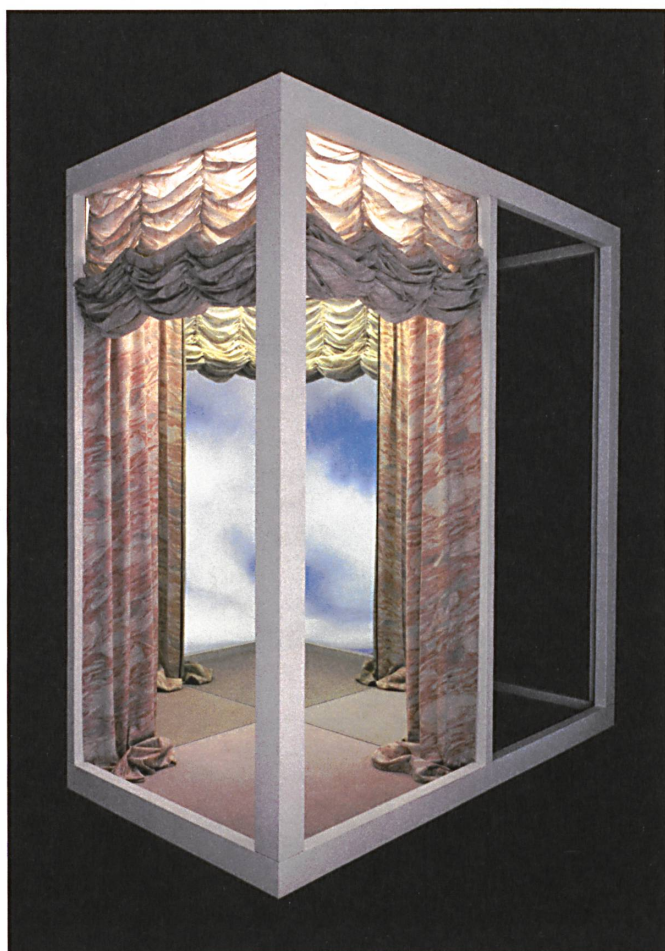


Für Mira-X entwickelte Verner Panton ein Baukastensystem, das auf fünf Pfeilern basiert: Farben, Formen, Helligkeiten, Kolorite und Größenverhältnisse. Hier Bilder des ersten Messestandes für die Frankfurter Heimtex im Jahr 1970.





H-Design – Trix und Robert Haussmann sowie Alfred Hablützel – setzten für ihre Textilien auf kritischen Manierismus und arbeiteten illusionistisch mit Motiven aus der Architekturgeschichte.
Fotos: Alfred Hablützel



→ zweiten Grundsatz. Fünftens schliesslich legte er die Verhältnisse der Rapporte fest – alle fünf Dessins existierten in drei Grössen im Verhältnis eins zu drei zu neun.

An der Idee, Boden, Sofa und Wand farblich wie formal aufeinander abzustimmen, versuchten sich Mitte der Sechzigerjahre zwar bereits andere Textilproduzenten und kooperierten dafür mit Teppichherstellern. Den Entscheid aber, eine Kollektion dermassen konsequent einem Raumkonzept unterzuordnen, war neu. Möglich war das Mira-X als Textilverlag ohne eigene Produktion – abhängig vom Maschinenpark eines einzelnen Herstellers hätte es Verner Panton wohl nicht geschafft, seine Idee derart umfassend umzusetzen.

Eine Abweichung von Pantons strengem Konzept allerdings erlaubten sich die Aargauer. So heisst es bereits im Prospekt aus dem Jahr 1972: «Mit neun Grundfarben lassen sich nicht alle Probleme lösen.» Sie erweiterten die Farbpalette auf fünfzig Farbtöne, in der sich zwar noch die Neuenerordnung findet, aber auch Beige- und Weissöne bis hin zu Schwarz. Schwarz war für Verner Panton zwar keine Farbe – laut den Bestellbüchern damals aber die des meistverkauften Teppichs der Kollektion.

Zwar war die Modularität der Stoffe ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal und neu auf dem Markt, sie kostete aber entsprechend: Einzelne Textilien aufeinander abzustimmen, bedeutete riesige Kollektionen und grosse Lagerbestände – Ende der Siebzigerjahre umfasste Pantons «Set»-Programm 1200 Positionen in vierzehn Dessins, fünfzig Farben in unzähligen Materialien. Diese schiere Menge konnte die kleine Mira-X nur stemmen, weil sie die Tochterfirma eines finanzkräftigen Einrichtungshauses war. Der ehemalige Firmenchef Toni Cipolat erinnert sich: «Rein wirtschaftlich gesehen konnte das Projekt nie rentieren. Dass ich Mira-X dennoch gründen durfte, ist darauf zurückzuführen, dass es Möbel Pfister damals sehr gut ging – während meiner 37-jährigen Tätigkeit steigerten sie den Umsatz von 52 auf 785 Millionen Franken.»

H-Design: kritischer Manierismus

Mit den Inneneinrichtungen der Achtzigerjahre verschwanden Wohnlandschaften, wie Verner Panton sie entworfen hatte. Einzelnen Möbelstücken wurde wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt, und Holz- oder Steinböden waren gefragt. Textilien blieben zwar nach wie vor wichtig, aber nicht mehr raumbestimmend.

Passend zu dieser Haltung erweiterte Mira-X die Kollektionen um neue Designerinnen und Designer und positionierte sich als selbsternannten «Verlag der textilen Handschriften». Panton blieb zwar mit einzelnen Entwürfen in den Kollektionen erhalten, ohne konzeptuellen Hintergrund wirkten diese aber beliebig. Der Suhrer Textilverlag arbeitete fortan mit dem Pariser Farbenspezialisten Jean-Philippe Lenclos, den Schweizer Textildesignerinnen Freia Prowe, Elisabeth Strässle, Andrea Burkhard und Fiorella Fasciati oder der Innenarchitektin Clara Saal. Die aufsehenerregendsten Entwürfe aber stammten von Trix und Robert Haussmann und Alfred Hablützel, die das Trio H-Design bildeten. Ihre Kollektionen waren expressiv und überraschend, sollten den Kunden aber mehr gestalterische Freiheit in den eigenen vier Wänden lassen.

Alfred Hablützel siehe Hochparterre 6-7/05 war bereits als Fotograf und Grafiker für Mira-X tätig. Zusätzlich wurde er beauftragt, der Firma ein frisches Image zu verpassen und ein neues Kollektionsthema zu erarbeiten. Weil Hablützel das nicht alleine tun wollte, kontaktierte er das Zürcher Architektenpaar Trix und Robert Haussmann. «Wir waren keine Textilentwerfer und versuchten, die fehlende Routine durch unseren Vorrat an Gedanken und Methodik wett-

zumachen», sagt Hablützel heute. Die erste Kollektion war geprägt von Trompe-l'oeil-Arbeiten, die an Haussmanns architektonisches Werk anknüpfen. Ihr «kritischer Manierismus» arbeitete mit illusionistischen Mitteln und orientierte sich an Motiven der Architekturgeschichte: Kassetten, Mauerelementen, Diamantenquadern sowie Schindeln. Auf Textilien gedruckt oder eingewebt, sollten diese irritieren. Diese surreale Komponente pointierte das Trio, indem es textile Oberflächen aussehen liess wie Stein oder Holz, drapierte Mauern oder gefaltetes Holztafel. Ebenso verfremdeten sie Farben und zeigten hellblauen Marmor oder grünes Wurzelmaser.

Auffällig – aber nicht lukrativ

H-Design arbeitete unter Umständen, die aus heutiger ökonomischer Sicht nicht mehr denkbar wären: Basierend auf Handzeichnungen Robert Haussmanns, die Hablützel fotografierte, entstanden die Textilien, die aussahen wie Stein oder Holz. Nach über einem Jahr Recherche- und Entwurfsphase lag eine Kollektion von über zweihundert Positionen vor – nicht mehr ganz so mächtig wie Pantons Auslage, aber immer noch dicht.

Ein weiteres Mal gelang Mira-X damit ein starker Auftritt in der Fachpresse. Die Textilien wurden international publiziert, zierten das Cover der italienischen «Casa Vogue». Fünf Jahre später erschienen ergänzende Kollektionen: Eine Serie bestand aus «Faux-Unis», sogenannten falschen Uni-Stoffen, die durch das verwendete Garn oder den Aufbau des Gewebes im Gesamtbild einfarbig wirken. Als Vorlage dienten hier Terrazzoböden, geschrumpftes und plissiertes Papier sowie historische Pergamente mit Feuchtigkeitsschäden. Weiter lancierte sie eine kleinere Gruppe, die von Harald Nägelis Graffiti inspiriert war.

Trotz Aufmerksamkeit und Lob in der internationalen Presse verkauften sich die Kollektionen kaum. Hablützel sagt rückblickend: «Die Textilien wurden bei Möbel Pfister angeboten – die Kundschaft aber, die so etwas gekauft hätte, ging nicht dorthin.» Zwar investierte die Firma in einen eigenen Laden in New York, doch auch dieser erzielte zu wenig Umsatz. «Und wenn bestellt wurde, konnten die Stoffe oft nicht in nützlicher Frist geliefert werden, weil die Kollektion viel zu gross war», sagt Trix Haussmann. Robert Haussmann ergänzt: «Bei Kollegen fanden die Kollektionen wenig Zuspruch – die Architekturszene bezeichnete unsere Arbeit als Unfug und Verrat an der Moderne.»

Lange akzeptierte Möbel Pfister die mangelnde Wirtschaftlichkeit. «Die Firma ermutigte uns geradezu, uneingeschränkt zu experimentieren», sagt Alfred Hablützel. Ende der Achtzigerjahre aber änderte sich die Firmenphilosophie. Die nicht wieder eingebrachten Entwicklungskosten wurden untragbar, Möbel Pfister verkaufte das Unternehmen. Unüblich bleibt es trotzdem, wie lange die

Geschäftsleitung die Gestaltung modischer Interieur-Textilien höher gewichtete als den finanziellen Erfolg. Erklärbar ist dies damit, dass die Tochtergesellschaft als Werbeträger diente, um Pfister – die bis dahin nur Holzmöbel im Angebot hatten – als fortschrittliches Möbelhaus zu positionieren. Eine Idee, die sie dreissig Jahre später mit «Atelier Pfister» erneut aufgreifen sollten (siehe Hochparterre 10/09).

Von den designgeschichtlich einzigartigen Kollektionen ist wenig übrig geblieben. 1992 kaufte das Appenzeller Unternehmen Tisca siebzig Prozent der Anteile, während Mira-X vorerst als eigenständiges Unternehmen bestehen blieb und die Auslandsgeschäfte abgebaut wurden. 1999 übernahm Tisca als alleiniger Eigentümer und integrierte die Firma ins Geschäft, immer noch mit eigenem Firmennamen. Urs Tischhauser, damaliger Inhaber, erinnert sich: «Die Zahlen waren nicht berauschend, die Marke hatte aber einen hervorragenden Ruf.» Sie strafften das Sortiment und schafften es so, wirtschaftlich zu arbeiten. Nicht mehr derart extravagant, aber solide. Den Anspruch, Vorhang, Teppich und Polster aufeinander abstimmen zu können, behielten sie bis heute bei.

Als eigene Firma allerdings ist Mira-X seit letztem Herbst Geschichte: Die Tischhausers entschieden im Zug einer Dachmarkenstrategie, die Kollektion von Mira-X, die heute über 3000 Positionen umfasst, unter der Firma Tisca als hauseigene Marke zu vertreiben, stets mit dem geschichtsträchtigen Label gezeichnet – darunter findet sich immer noch ein rosafarbener Karo-Entwurf Hablützels aus den Achtzigerjahren.

Schade, gelang dem Schweizer Verlag trotz Popularität nie der internationale Durchbruch: Kvadrat, das dänische Pendant, wurde im selben Jahr 1968 gegründet. Doch während Mira-X exorbitant experimentierte und daran beinahe unterging, fanden die Dänen den richtigen Mix aus Vorzeigestück und Klassiker – allerdings starteten sie nicht als marketingwirksame Tochterfirma, sondern wuchsen als Familienunternehmen. ●

Harmonische Stoffe in St. Gallen

«Die totale Wohnharmonie» verkündete Mira-X in einem Prospekt. Mit diesem Werbeslogan setzt sich das Textilmuseum St. Gallen in der Schau «Die totale Wohnharmonie? Textile Konzepte 1970–1990» auseinander. Bis Ende September zeigt die Ausstellung in drei Räumen Textildesign von Verner Panton, Alfred Hablützel, Trix und Robert Haussmann sowie Jean Philippe Lenclos, die im Zeitraum 1970 bis 1990 umfangreiche Kollektionen für die Schweizer Firma Mira-X entwickelten. Sie setzten internationale Standards und prägten die Innenarchitektur dieser Jahre. Kuratiert hat die eindruckliche Ausstellung

Annina Weber, Grafik und Szenografie stammen vom Luzerner Büro Meierkolb. Wie das Fragezeichen im Titel anzeigt, hinterfragen die Macher den Begriff der Wohnharmonie kritisch. Die Ausstellung tradiert nicht althergebrachte Vorstellungen von Harmonie, sondern diskutiert die Zeitgebundenheit des Begriffs. Dafür setzt sie sich fundiert mit den Wohntextilien aus der entsprechenden Ära auseinander und spiegelt so pointiert den sich wandelnden Geschmack über drei Dekaden. Ein Highlight sind die von Fabian Biasio aufgezeichneten Videointerviews, in denen die Designerinnen und ehemaligen Mira-X-Macher erzählen.

**GEBÄUDE EINKLEIDEN –
CHIC, WETTERFEST,
KLIMAFREUNDLICH**

**NEBA
THERM**

Hinter unseren Gebäudehüllen steckt Know-how, Erfahrung und die Leidenschaft, mit der wir Ihre kreativen Ideen umsetzen.

NEBA Therm AG
Fassadenbau
www.neba-therm.ch
info@neba-therm.ch

CH-4800 Zofingen