

Notizen zum Kunstgewerbe in der Schweiz

Autor(en): **Rotzler, Willy**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **48 (1961)**

Heft 6: **Erneuern und Erhalten**

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-37596>

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.

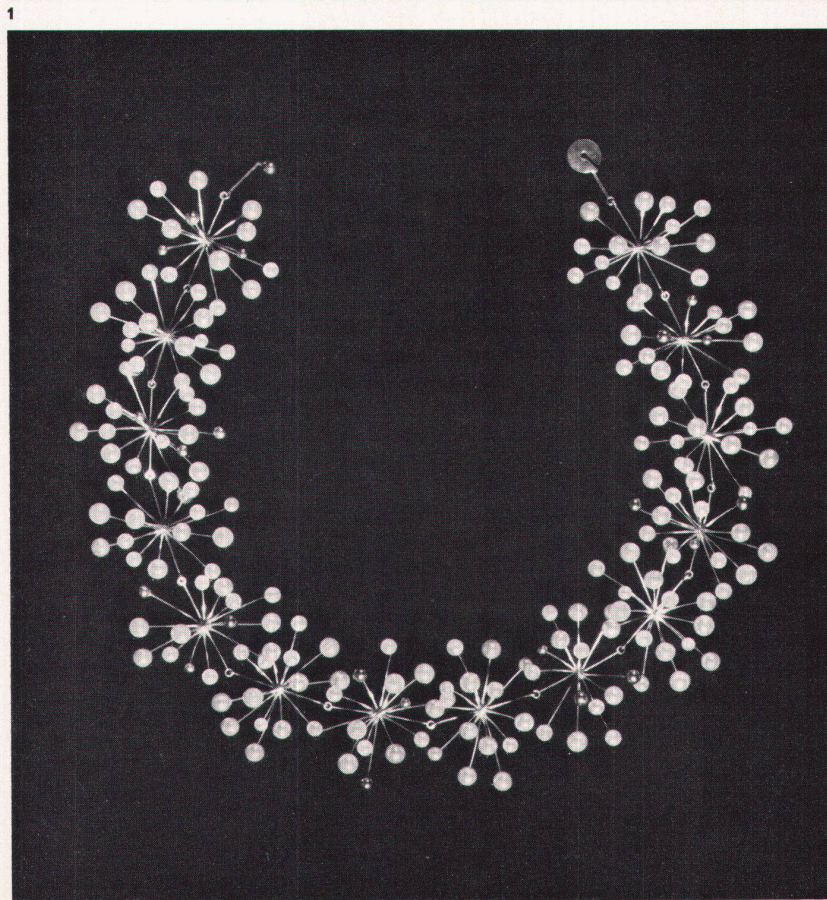
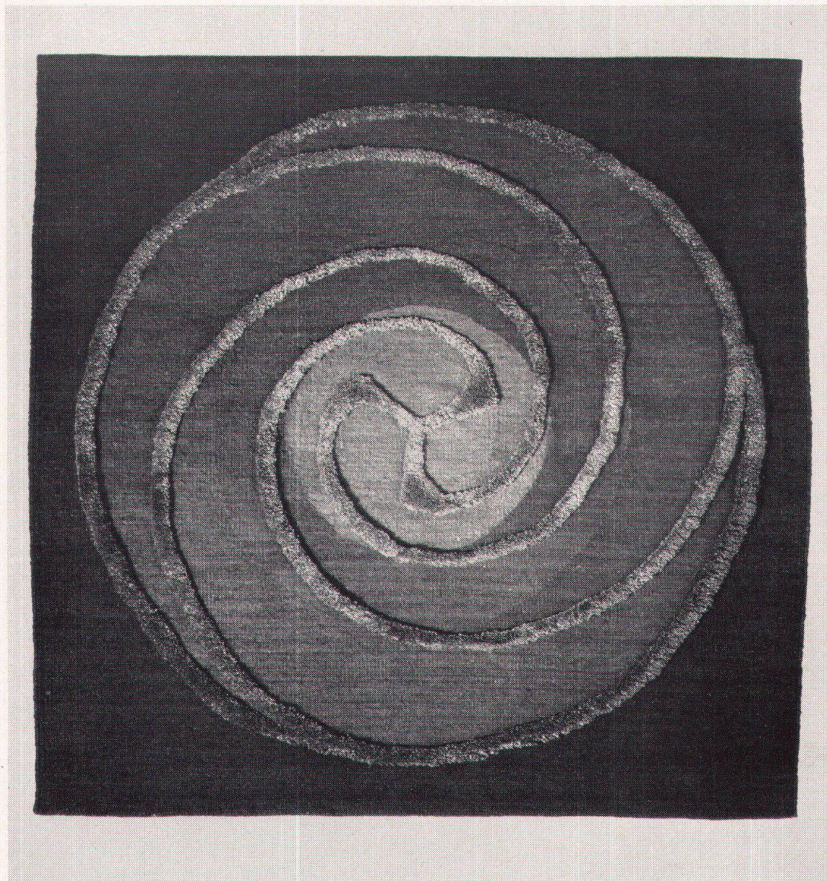
Notizen zum Kunstgewerbe in der Schweiz

Werkzeugmaschinen, Turbinen, Uhren, Käse, Schokolade (um nur ein paar Beispiele zu nennen) sind Produkte, auf die der Schweizer stolz ist; diese Produkte sind umstrahlt von einer Aura des «Nationalstolzes». Kunstgewerbe, Kunsthandwerk, Kunstindustrie (oder wie immer man individuelle und industrielle Erzeugnisse angewandter Kunst nennen mag) sind das nicht; es fiel keinem Schweizer ein, so stolz auf sein Kunstgewerbe zu sein, wie er es auf seine Uhren ist. In Skandinavien hingegen, in Dänemark, Schweden, Finnland vor allem, sind Kunstgewerbe und Kunstindustrie eine Domäne, auf die sich der jeweilige Nationalstolz gerne und betont bezieht. Wenn wir auf internationalen Messen und Ausstellungen erscheinen, sorgen Handelszentrale und Verkehrszentrale dafür, daß wir uns mit dem vorstellen, was unser Nationalstolz ausmacht, von Maschinen bis zu Präzisionsinstrumenten, von Käseprodukten bis zu landschaftlichen Reizen für Sommer- oder Winterferien. Die nordischen Länder aber zeigen bestimmt (neben anderem) vor allem Erzeugnisse ihres Kunstgewerbes. Kunstgewerbe (im weitesten Sinne verstanden) ist also offensichtlich etwas, auf das stolz zu sein wir Schweizer keine Veranlassung zu haben glauben.

Das könnte verschiedene Ursachen haben. Etwa die, daß es bei uns gar kein namhaftes Kunstgewerbe gibt, oder die, daß wir amüsch-materialistisch dem Musischen und Ästhetischen keinen «Verkaufswert» (weder einen materiellen noch einen ideellen) beimessen, oder aber, daß wir in einer Bescheidenheit, die von Minderwertigkeitsgefühlen diktiert ist, die kunstgewerbliche Überlegenheit anderer Nationen resigniert akzeptieren.

Gibt es ein Kunstgewerbe in der Schweiz? – Dabei wäre zunächst klar zu umreißen, was unter dem vagen und mißverständlichen Begriff «Kunstgewerbe» zu verstehen ist. «Kunstgewerbe» ist zunächst ein Sachbegriff für Erzeugnisse in verschiedensten Werkstoffen, die bestimmte ästhetische Bedürfnisse befriedigen und gleichzeitig einen praktischen Gebrauchswert haben. (In diesem Sinne spricht man etwa von der «Geschichte des europäischen Kunstgewerbes» und scheidet damit, oft sehr zufällig, angewandte von freier Kunst.) Andererseits scheint eine Begriffsreihe «Kunsthandwerk», «Kunstgewerbe», «Kunstindustrie» zu bestehen, die Gebrauchsgegenstände mit einem «Kunst»-Überbau nach ihrer handwerklichen, gewerblichen oder industriellen Machart unterscheidet. Schließlich kann das Wort «Kunstgewerbe» heute oft auch den Charakter eines abschätzigen Werturteils, ja eines Schimpfwortes haben.

Wir verstehen hier unter Kunstgewerbe allgemein die Herstellung individueller Produkte, deren Aussehen und Wesen sie von anonymen, neutraleren Serienprodukten unterscheidet. Gerade zur Befriedigung individueller Bedürfnisse, als Ergänzung zu Serienprodukten erfüllen diese Einzelstücke eine Funktion, auch heute und auch in der Schweiz. Gibt es sie aber, oder sind diese Produkte verdrängt worden, wie kürzlich behauptet wurde? Wenn heute einer auszieht, das schweizerische Kunstgewerbe zu suchen, dann hat er es allerdings nicht ganz leicht: Wenn er Warenhäuser, Haushalt- und Einrich-



1
Kirchlicher Wandbehang «Dreifaltigkeit» von Moik Schiele, Zürich
«La sainte Trinité», tapisserie murale
Ecclesiastical wall hanging "Trinity"

2
Halsschmuck, Gold mit Zuchtperlen, von Monika Aebersold-Pelz, Zürich
Collier; or et perles de culture
Neck adornment, gold with cultured pearls



3



4



5

tungsgeschäfte, kunstgewerbliche Verkaufsstätten, Boutiquen durchstreift, wird er eine Fülle vorzüglicher Dinge entdecken, die als Kunstgewerbe zu bezeichnen sind; er wird auch eine mindestens ebenso große Fülle geschmackloser oder modernistischer Dinge antreffen, die ebenfalls auf den Namen Kunstgewerbe hören. Als Herkunftsort werden bei einem guten Ding (wenn die Etikette es nicht schon verkündet) mit Stolz die Namen fremder Länder genannt, Skandinavisches erscheint da vor allem, Italienisches, wohl auch Deutsches und Österreichisches und oft Japanisches. Kaum je aber wird mit Stolz gesagt: «Das ist schweizerisch.» Wo gerade bei sehr guten Gegenständen keine Antwort auf die Frage nach der Herkunft erhältlich ist, handelt es sich oft um Schweizerisches. Doch wird die schweizerische Herkunft beinahe als Makel empfunden. Der Name des schweizerischen Schöpfers eines kunstgewerblichen Gegenstandes ist offensichtlich kein Verkaufsargument, während bestimmt kein Glas von Venini oder Wirkkala, keine Keramik von Stig Lindberg, keine Holzschale von Kay Bojesen verkauft wird, ohne daß der Name als wertsteigernd noch ins Verkaufsgespräch geworfen würde.

Daraus läßt sich, abgesehen von der Tatsache des Vorhandenseins eines (künstlich in der Anonymität zurückgehaltenen) schweizerischen Kunstgewerbes, zweierlei schließen: Das Ausländische wird vom Verkäufer wie vom Käufer offensichtlich für wertvoller angesehen als das Schweizerische. Und: Die schweizerische Herkunft wird nicht als Garantie für ästhetische Qualität empfunden. Die Folge ist, daß weder dem schweizerischen Käufer noch dem in der Schweiz weilenden ausländischen Käufer «schweizerisches Kunstgewerbe» zu einem Begriff wird.

Dazu kommt etwas anderes: Sehr vieles und gerade Qualitätvolles wird bei uns geschaffen (wie dies dem Wesen individueller Herstellung entspricht) in direktem Kontakt zwischen Hersteller und Käufer oder Auftraggeber. Gewissermaßen «unter Ausschluß der Öffentlichkeit» entstehen Meisterstücke der Buchbinderei für Bibliophile, entsteht handwerkliches Tafelgerät aus Silber, entstehen qualitätvolle Wandteppiche, herrliche Schmuckstücke und so fort. Was hier in aller Stille geschaffen wird, stellt vielleicht den wesentlichsten Teil der kunstgewerblichen Produktion unseres Landes dar. Der alte Konnex von Hersteller und Verbraucher, wie er für die einstige handwerkliche Bedarfsproduktion charakteristisch war, hat sich da also erhalten.

Dazu kommt als weiteres kunstgewerbliches Arbeitsgebiet die Ausgestaltung kirchlicher Räume und das Schaffen von kultischem Gerät. Ist es nicht der Kultraum der eigenen Kirchengemeinde, in dem solche Arbeiten erscheinen, so bietet uns beinahe nur der Zufall die Möglichkeit zur Begegnung mit

3
Schwere Silberschale in verloreener Gußtechnik, im Schalenrund intensiv farbiger Emailschilder, von Hans-Ruedi Wagner, Muttenz
Plat d'argent réalisé par fonte à cire perdue
Heavy silver basin, cast in "perdu" technique

4
Eisenplatte, geschmiedet, von Heinz Bracher, Dietikon
Plaque de fer forgé
Iron basin, wrought

5
Gedrechselte Holzschalen, Palisander und afrikanisches Ebenholz, von Jenö Salgo, Zürich, für Haussmann & Haussmann, Zürich
Coupes en palissandre et ébène d'Afrique, réalisées au tour
Wooden bowls, rosewood and African ebony

6
Steinzeuggefäße, von Roland Muheim, St. Gallen
Vases et coupe en grès
Stoneware vases

7
Deckel-Terrine, engobierte Irdenware, von Pierrette Favarger, Pesoux
Terrine à couvercle; terre engobée
Tureen, earthenware



6



7

beachtlichen, ja bedeutenden Leistungen des Schweizer Kunstgewerbes. Die Tätigkeit für kirchliche Auftraggeber schafft bei uns einer Reihe von Kunsthandwerkern die materielle Grundlage einer schöpferischen Tätigkeit.

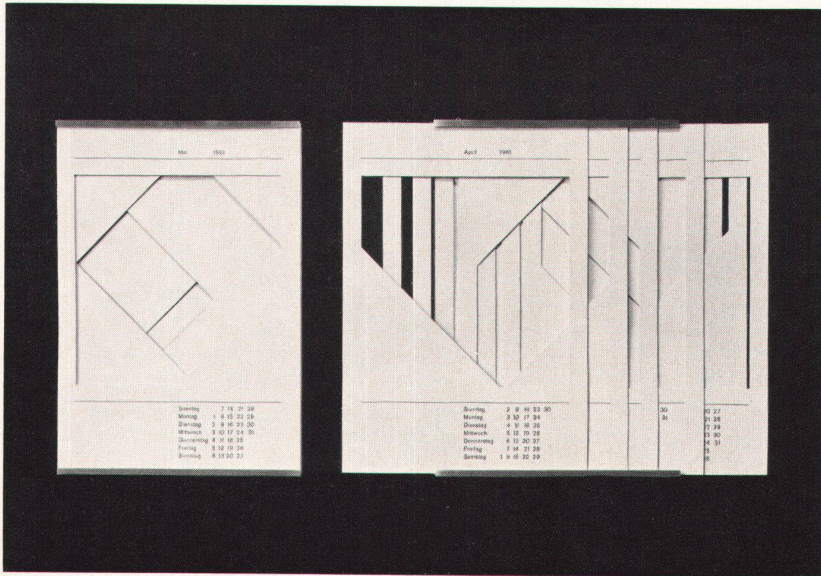
In begrenztem Umfang kommt dazu das Schaffen verschiedener Kunsthandwerker für einzelne ausländische, ja überseeische Auftraggeber oder Kunden. Naturgemäß vollzieht sich auch diese Produktion in aller Stille. Sie trägt nicht dazu bei, den Namen des Herstellers bei uns bekannt zu machen oder den Ruf unseres Kunstgewerbes in breiterem Kreis zu mehren.

Ähnliches gilt für viele (in einzelnen Kantonen und Städten sogar erfreulich zahlreiche) öffentliche Aufträge an Kunsthandwerker. Welches immer die Gründe dafür sein mögen (Scheu, die kulturelle Aktivität der öffentlichen Hand publizistisch auszuwerten; Gleichgültigkeit der Presse), auch öffentliche kunstgewerbliche Arbeiten entziehen sich meist der Kenntnis der künstlerisch interessierten Öffentlichkeit. Auch da wiederum ist dem Schöpfer keine oder wenig Gelegenheit geboten, mit seinem Namen und seinem Werk vor uns zu erscheinen.

Schließlich fehlt in der Schweiz die Institution alljährlicher Kunstgewerbe-Ausstellungen, was schon durch die föderalistische Struktur unseres Landes erschwert wäre. Gerade in den nordischen Staaten sind solche Ausstellungen aber ein wichtiges Stimulans für das angewandte Schaffen und zugleich der Anlaß zum eigentlichen Wettstreit. Es läßt sich deutlich beobachten, wie neue Dinge auf diese Ausstellungen hin entstehen und wie dieses Neue sich in der Folge rasch verbreitet. (Daß darin auch Gefahren liegen, läßt sich unschwer beweisen.)

Wenn wir über die Stille um das Kunstgewerbe in der Schweiz klagen wollten, wäre ein weiterer, entscheidender Grund zu nennen: Bei uns gilt ein großer Teil der Interessen des Konsumenten an gestalterischen Werken der freien und nicht der angewandten Kunst. Wir messen dem kunstgewerblichen Werk a priori einen geringeren Wert bei als dem Werk der freien Kunst. Konkret: Selbst eine Druckgraphik ist uns prinzipiell mehr wert als ein keramisches Gefäß höchster Qualität. Das heißt selbstverständlich auch: Wir zahlen für ein Exemplar aus einer Auflage von hundert Farblithos bereitwillig einen Preis, den wir der einzeln gefertigten Steinzeugvase mit Chinabrand versagen.

Es wäre nun leicht, daraus einmal mehr den berüchtigten Holzboden zu konstruieren und zu sagen: Weil der künstlerisch ansprechbare Schweizer das Werk der freien Kunst bevorzugt und für das kunstgewerbliche Werk keinen guten Preis zu zahlen bereit ist, hat ein namhaftes Kunstgewerbe bei uns keine Existenzgrundlage. Das mag in einzelnen und dann schmerzlichen Fällen zutreffen. Wesentlicher ist eine andere Feststellung: Wenn wir, sei es mit Bewunderung, sei es mit Neid, auf die Blüte des Kunstgewerbes in den nordischen Staaten blicken, dann übersehen wir gerade dieses völlig andersartige Verhältnis des Konsumenten wie des gestalterisch Tätigen bei uns und in diesen Ländern zur freien und zur angewandten Kunst. Ein großer Teil der kreativen Kräfte bei uns wendet sich (in einem oft beängstigenden Ausmaß) der freien Kunst zu, die als das Höhere, das Wertvollere empfunden wird. Nicht so in den nordischen Staaten, wo es in viel geringerem Maße als bei uns eine nennenswerte, über die Lokalbedeutung hinausgehende Malerei und Plastik gibt, weil (oder weshalb) die schöpferischen Kräfte ganz oder zumindest teilweise sich der angewandten Kunst widmen. Der Däne Axel Salto wäre bei uns Bildhauer, in seiner Heimat ist er Keramiker und daneben Textilentwerfer. Bei uns würde Uhra Simberg-Ehrström freie abstrakte Kompositionen machen; in Finnland schafft sie Entwürfe zu Rya-Teppichen von zauberhaftem Farblang. Wer das angewandte Kunstschaffen der



8

8
Wandkalender, von Jörg Hamburger, Zürich. Die in Kartonnage ausgeführten Monatstafeln ergeben ein beliebig variables Relief
Calendrier mural
Mural calendar

Photos: Kunstgewerbemuseum Zürich. Aufnahmen: Walter Binder und Thomas Cugini

nordischen Länder in seinen Qualitäten wie in seiner Resonanz uns als Vorbild hinstellt, darf diese völlig andersartige Situation des zeitgenössischen Formschaffens hier und dort nicht außer acht lassen.

Weshalb, verallgemeinernd gesagt, der Schweizer offensichtlich eine geringere Beziehung zum Ding, zum geformten, durchgestalteten Gegenstand hat als der Nordländer, ist hier nicht zu erörtern. Sicher hängt unsere Bevorzugung der freien künstlerischen Leistung mit unserer geographischen Situation in Reichweite der Zentren des westlichen Kunstlebens zusammen; andererseits sind der provinzielle Charakter der skandinavischen freien Kunst und damit das schöpferische Übergewicht der dortigen angewandten Kunst in starkem Maße durch die periphere Lage bedingt.

Die geographische Abseitigkeit führt (was im Falle Finnlands am deutlichsten wird) zu einer Bevorzugung des Eigenen, in dem gelegentlich fast eine nationalistische Überbetonung liegen kann. Wir umgekehrt ziehen das Fremde vor. Je fremder, je besser, scheint es, heißt oft die (vom Handel geschürte) Parole. Eine gewisse Internationalisierung des Geschmackes ist bei uns, im Gegensatz zu einzelnen im heutigen Kunstgewerbe führenden Ländern, unverkennbar. Damit mag zum Teil zusammenhängen, daß unser Kunstgewerbe weniger als anderswo produktiven Nutzen aus dem Erbe der Volkskunst zieht, zu der die Beziehungen vielfach völlig abgerissen sind. Wenn bei uns das Kunstgewerbe überhaupt und bestimmte Bereiche blutarmen, dekorativ-leeren Kunstgewerbes im besonderen in den letzten Jahrzehnten an Boden verloren haben, so ist dafür vor allem auch ein Wandel im Formerleben überhaupt verantwortlich. Bedürfnisse, die früher von einem kunstgewerblichen Schaffen befriedigt wurden, können heute (so weit sie noch vorhanden sind) auf andere Art befriedigt werden. Zunächst einmal von der Kunst selbst, die gerade durch die Absage an den Gegenstand in stärkerem Maße eine schmückende, rein ästhetische Funktion übernommen hat. Sodann ist unverkennbar eine Ästhetisierung unserer Wohnrichtung, die als Ganzes neue Möglichkeiten zur Befriedigung unserer Schmuckfreude bietet. Hierher gehört eine neue,

vertiefte Beziehung zur Farbe und zu Farbstellungen, zu Materialien, ihren Qualitäten und Reizen. Der Sensibilisierung unseres Materialgefühls (das irrationale Aderngeflecht einer Marmortischplatte ersetzt uns eine Intarsie oder eine Stikerei!) entspricht es, wenn wir auch weniger gegenstandsfreudig sind, als frühere Jahrzehnte es gewesen sein mögen. Ein schöner Gegenstand macht uns mehr Freude als eine Fülle schöner Gegenstände, die in uns rasch den Eindruck des Überladenen erwecken. Wir suchen die stete und lebendige Beziehung zu den Gegenständen um uns aufrechtzuerhalten. Die Vitrine als Sammelort des Überflüssigen ist uns nicht mehr gemäß. Sehr oft richtet sich deshalb, auch aus dem Zwang zum ökonomischen Umgang mit dem uns zur Verfügung stehenden Platz, die natürliche Lust zum Erwerb und Besitz von Schönerem auf graphische Blätter. Daß hier überdies vielfach die Chance des Wertzuwachses in Betracht gezogen wird, sei nur am Rande vermerkt.

Kommt weiter dazu, daß unsere ästhetischen Bedürfnisse in wachsendem Maße auch durch gut geformte Serienerzeugnisse sich befriedigen lassen, wobei es dann eine Frage der Wahl ist, ob die gute Wirkung sich einstellt. Wenn hier das Industrieprodukt als Konkurrent des kunstgewerblichen Gegenstandes antritt, so dürfen auch die Antiquitäten nicht unerwähnt bleiben, die sich als Symbole einer Flucht aus der Zeit oder als bewußt gesetzte «Gegenformen» häufig in heutigen Wohneinrichtungen finden.

Opfer dieser Entwicklungen ist nicht das starke, sondern nur das schwächliche Kunstgewerbe, das Kunstgewerbe, das etwas penetrant Überflüssiges, etwas weltanschaulich Aufgarniertes an sich hat oder die Armseligkeit einer sinnlosen Nippssache. Sollen wir darüber trauern? Nicht gefährdet dagegen ist die persönlich geprägte starke Leistung, sei sie formbetont streng oder spielerisch heiter. Derartige Leistungen entstehen auch heute in der Schweiz so gut wie anderswo. Sie finden oft ihren Weg an den Bestimmungsort. Manchmal finden sie ihn nicht oder in ungenügendem Maße. Und da wären bessere Weichenstellungen von gutem.

Wenn schon das nordische Formschaffen als Beispiel herangezogen wird, muß einmal klar gesagt werden, daß es sich dabei weitgehend um «Kunstindustrie» handelt, das heißt um ästhetisch anspruchsvolle Dinge, die als Einzelstücke oder in kleinen Serien neben der üblichen Gebrauchsware in denselben Werkstätten und Fabriken entstehen, gewissermaßen als «Fingerübungen», als Experimente der Gestalter, die (fast stets aus einem kunsthandwerklichen Beruf kommend) die Form der Serienprodukte betreuen, oder aber als freie Schöpfungen von Kunsthandwerkern, deren Existenz ein Industrieunternehmen sichert, um mit dieser unkommerziellen Produktion für seinen Namen Ehre einzulegen. In dieser Richtung sind bei uns noch wenig Schritte unternommen worden. Sie setzen auf der Seite der Industrie Ablösung des Profitdenkens durch eine weitsichtige Politik und wohl auch eine Bereitschaft zur Übernahme jener kulturellen Verpflichtung voraus, der sich auf die Dauer das Industrieunternehmen nicht entziehen kann.

Außer Zweifel steht, daß unser Land über eine namhafte Zahl von Kunsthandwerkern verfügt, die imstande sind, Arbeiten von hoher handwerklicher und formaler Qualität vorzulegen. Ob sie ausschließlich handwerkliche Einzelstücke fertigen oder daneben (möglicherweise vor allem) Entwurfsarbeit für die industrielle Produktion leisten, vielleicht aber auch als freie Künstler tätig sind, bleibt eine Frage des Arbeitsgebietes, der persönlichen Veranlagungen und der besonderen Konstellationen.*

* Unter dem Titel «Woher des Wegs? Wohin der Weg?» hat der Schreibende grundsätzliche Bemerkungen zu Kunsthandwerk, Kunstgewerbe und Kunstindustrie in Nr. 13, April 1961, der deutschen Zeitschrift «form» (Opladen) veröffentlicht.