

**Zeitschrift:** Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art  
**Band:** 60 (1973)  
**Heft:** 11: Schweizer Architektur im Ausland

**Artikel:** Industial Design in der Schweiz : eine Wanderausstellung für das Ausland = "Industrial Design" en Suisse : une exposition itinérante pour l'étranger = Industrial design in Switzerland : a travelling exhibition for foreign countries : Konzeption und Entw...

**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-87659>

### **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:** 30.01.2025

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

# Industrial Design in der Schweiz

## Eine Wanderausstellung für das Ausland

Veranstalter: Pro Helvetia in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Werkbund

Konzeption und Entwurf: Wolfgang Behles SWB BSA, Fritz Keller VSI

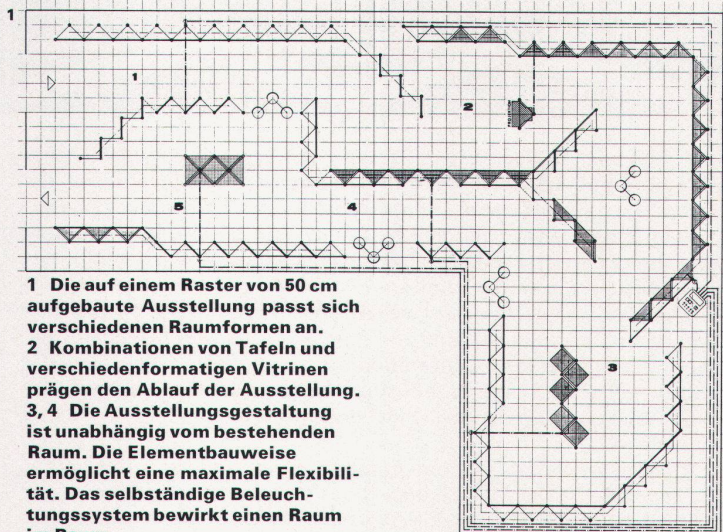
Ausführung: Fritz Keller, Urs Bachmann, Mitarbeiter: Karl Raillard SID, Peter Schraner SID

Grafik: Max Huber AGI

Fotos: Walter E. Disler, Zürich; Georg Stärk

Aufgabe der Pro Helvetia ist es, die kulturellen Beziehungen mit dem Ausland zu pflegen. Insbesondere soll sie um das Verständnis für schweizerisches Gedanken- und Kulturgut werben, z. B. durch Veranstaltung von Ausstellungen im Ausland. Bereits seit einigen Jahren zirkuliert eine Ausstellung über Schweizer Architektur in den osteuropäischen Staaten mit grossem Erfolg.

Für die Wanderausstellung «Industrial Design in der Schweiz» hat die



**1** Die auf einem Raster von 50 cm aufgebaute Ausstellung passt sich verschiedenen Raumformen an.  
**2** Kombinationen von Tafeln und verschiedenformatigen Vitrinen prägen den Ablauf der Ausstellung.  
**3, 4** Die Ausstellungsgestaltung ist unabhängig vom bestehenden Raum. Die Elementbauweise ermöglicht eine maximale Flexibilität. Das selbständige Beleuchtungssystem bewirkt einen Raum im Raum.

**1** L'exposition montée sur une grille de 50 cm s'adapte à diverses formes de locaux.

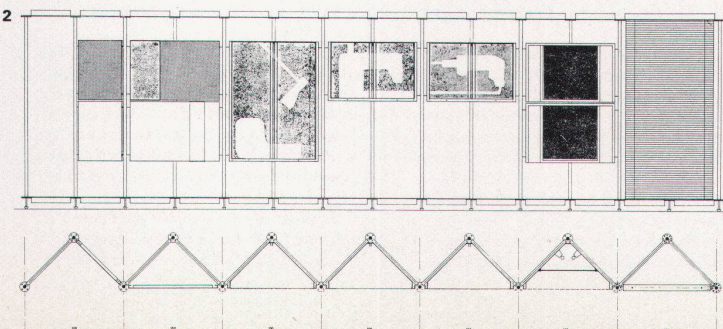
**2** Des combinaisons de tableaux et de vitrines de divers formats caractérisent le déroulement de l'exposition.

**3, 4** L'agencement de l'exposition est indépendant du local disponible. Le système de jeu de construction adopté octroie une grande élasticité d'adaptation. Le système autonome d'éclairage crée un espace dans l'espace.

**1** The exhibition, set up on a grid of 50 cm, is adaptable to different shaped buildings.

**2** Combinations of panels and different-shaped display cases accent the different sequences of the exhibition.

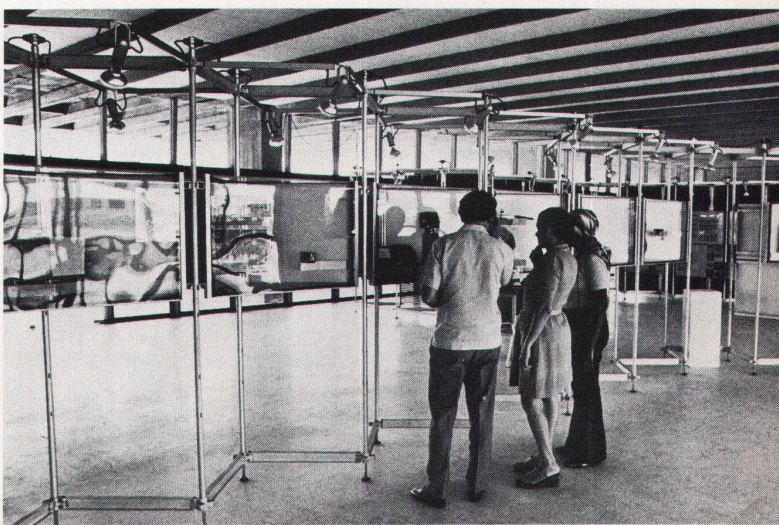
**3, 4** The lay-out and design of the exhibition is independent of the existing premises. The element construction method makes possible maximum flexibility. The independent lighting system gives the effect of a space within a space.

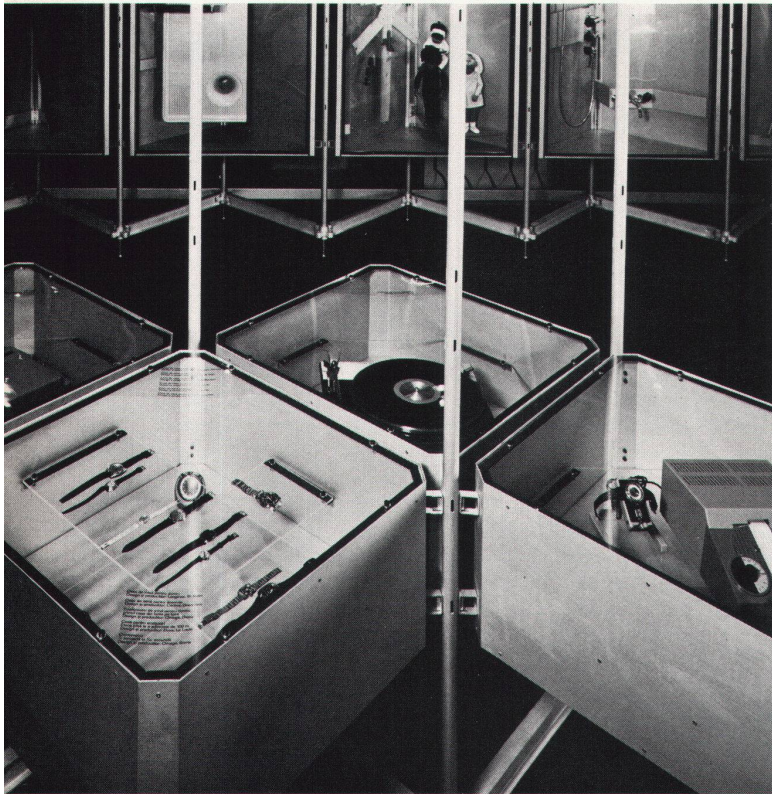


Pro Helvetia unter dem Patronat des Schweizerischen Werkbundes 1967 unter eingeladenen SWB-Mitgliedern einen beschränkten Wettbewerb ausgeschrieben, in dem das Projekt von Wolfgang Behles und Fritz Keller den ersten Preis erhielt. Die Ausstellung wurde speziell für die Oststaaten konzipiert. Für die Planer der Ausstellung bestand der Reiz vor allem in der Überwindung der negativen und positiven Vorurteile der potentiellen Besucher in den Oststaaten. Missionarischen Glanz wollte man vermeiden, Selbstkritik sollte jedoch nicht als Schwäche ausgelegt werden.

Die Konzeption der Ausstellung gibt bewusst nicht eine Übersicht über Star-Design, sondern versucht, den geistigen, wirtschaftlichen und sozialen Aspekt des Beitrages des Industrial Design an die zivilisatorische Entwicklung aufzuzeichnen. In diesem Sinn sind auch die Erläuterungen nicht als Werbetext für Schweizer Design verfasst, sondern sie tragen als Ergänzung des Ausstellungsmaterials zu einer objektiven, kritischen Betrachtung des Industrial Design bei.

Das Thema der Ausstellung gab den Anlass, die Ausstellungsgestal-





5

tung selbst als Industrial Design zu konzipieren. So entstand der Prototyp eines industriell herstellbaren Ausstellungssystems, speziell für Wanderausstellungen geeignet. Der äussere Rahmen wurde durch das Fassungsvermögen eines Lastwagens gesteckt, was einer Ausstellungsfläche bis etwa 300 m<sup>2</sup> entspricht. Die auf einem Raster aufgebauten Ausstellungsträger sind von dem zur Verfügung stehenden Raum unabhängig. Die Normierung der auf Quadrat und Dreieck basierenden Vitrinen erlaubt eine einfache Verpackung. Die einzelnen Teile werden zusammengesteckt und eingehängt, so dass die Montage ohne Werkzeug erfolgen kann.

Die Ausstellung wurde erstmals in der Schweiz Ende 1970 vorgestellt. Sie wurde von Anfang an für eine Tournee in den europäischen Oststaaten ohne Russland geplant. Mit Start in Rumänien wurde sie in Polen, Ungarn usw. einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Nachträglich wurde sie auch in Südamerika gezeigt.

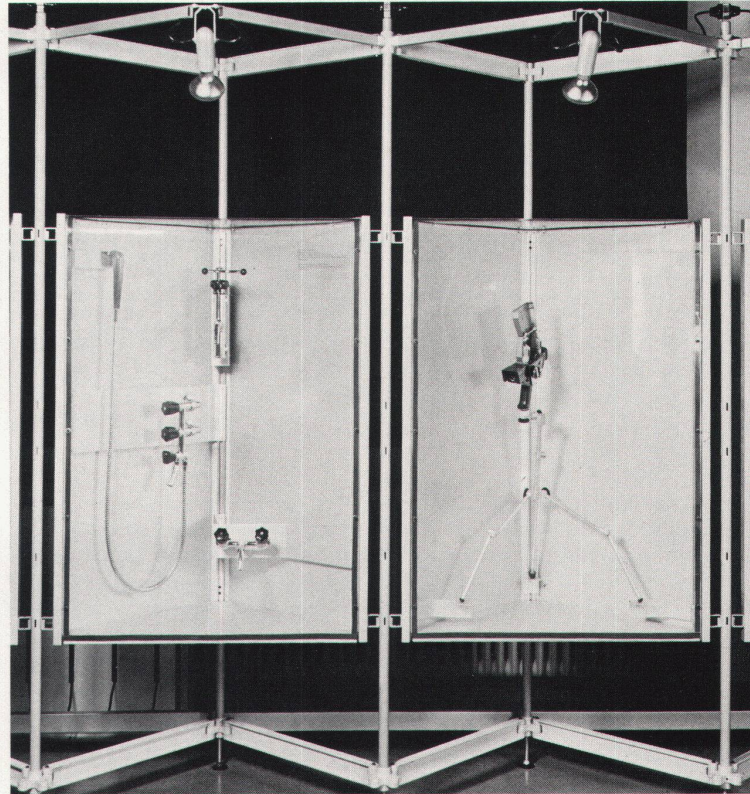
Die Planer der Ausstellung nahmen an, dass die Leute in den Oststaaten für thematische Gedankengänge mehr Interesse zeigen würden als bei uns. In dieser Hinsicht wurden sie eher enttäuscht: Auch im Osten halten sich die Ausstellungsbesucher in erster Linie an das Bildmaterial. vh

### Thematischer Aufbau:

1. *Plakat «Schweiz»*. Mit symbolischer Darstellung wird schlagzeilenhaft auf die geografische Lage, die wirtschaftliche und politisch-soziologische Situation hingewiesen und die Problematik des ungestümen zivilisatorischen Fortschrittes angedeutet, die in einem kleinen überbevölkerten Land früher erkennbar wird als in einem grossen.

2. *Wo und wann trifft der Schweizer auf Produkte des Industrial Design?* In Dia-Projektionen und anhand einzelner Objekte wird der alltägliche Umgang mit industriellen Produkten gezeigt. Die Freiheit der Wahl beim Vorhandensein von Konkurrenzprodukten. Die Qualitätskriterien des Konsumenten und des Produzenten. Werbung als Verkaufshilfe. Industrial Design als Resultat von Funktionstüchtigkeit, Qualität und Ästhetik.

3. *Sind die Serienprodukte des Industrial Design das Privileg einer bestimmten Käuferschicht?* Anhand von schematischen Lohn- und Preisvergleichen wird die Verschiebung des Wertbegriffes bei steigendem Wohlstand erläutert. Die Massenproduktion baut Privilegien ab. Die maschinelle Reproduzierbarkeit führt zur anonymen Form.



6

4. *Industrial Design – eine Tradition der Schweiz*. Ein historischer Rückblick auf die frühe Industrialisierungs-Notwendigkeit zeigt die Entwicklung jener Charakter-Eigenschaften, die für die Qualitätsproduktion industrieller Erzeugnisse günstige Voraussetzungen schufen. Der jahrhundertalte Kampf um wirtschaftliche Selbstbehauptung eines an Naturschätzen armen Landes.

5. *Gibt es ein spezifisch schweizerisches Gesicht des Industrial Design?* Eine Gegenüberstellung von Produkten aus verschiedenen Ländern weist auf die konstruktiven Bedingungen und die Bedürfnisse der Konsumenten als Basis des Industrial Design hin. Industrial Design ist ein internationales Phänomen und führt zu einer international ähnlichen Formenwelt.

6. *Industrial Design = eine kulturelle Aufgabe. Industrial Designer = ein neues Berufsziel*. Das Berufsbild des Designers in der Schweiz am Beispiel verschiedener Ausbildungsmöglichkeiten. Das einst ästhetische Wunschdenken einer intellektuellen Elite ist heute weitgehend Richtlinie der Praxis: Bestrebungen des Werkbundes, Auszeichnung der guten Form. Industrial Design als Mode-Erscheinung. Die Korruptionsmöglichkeiten des Begriffes als umsatzförderndes Argument der Konsumgesellschaft. Der Designer als «Verführer» des Konsumenten oder als «Verführer» des Produzenten. ■

5, 6 **Flach- und Hochvitrinen aus Aluminium mit Plexiglas-Abdeckung basieren auf dreieckiger und quadratischer Form.**

7 **Elektrifizierung des Ausstellungsträgers durch aufsteckbaren Verteilerkopf. Mobiles, einsteckbares Beleuchtungselement mit Spotlampe.**

8 **Als Kriterium für das Ausstellungsgut waren nicht die neuesten Errungenschaften des Design ausschlaggebend, sondern es wurden alltägliche Gebrauchsgegenstände ausgewählt. Befestigung der Objekte durch individuelle Halterungen an einheitlichen Trägerschienen.**

9 **Steckverbindung von Lampe zu Lampe. Das Kabel wird im Vierkantrohr geführt.**

5, 6 **Les vitrines plates et verticales en aluminium avec feuilles de plexiglas sont à base de formes carrées et triangulaires.**

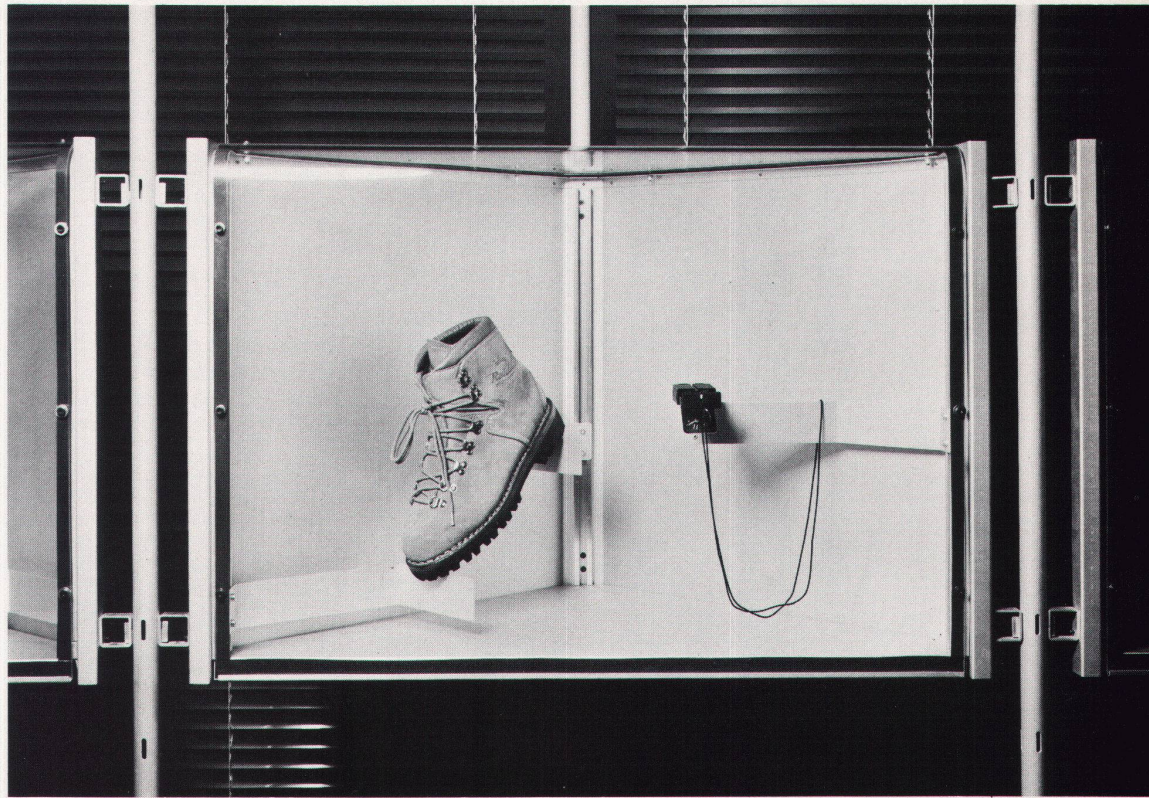
7 **Amenée de courant électrique à l'étalage d'exposition par fiche distributrice. Élément d'éclairage mobile, avec prise et lampe à faisceau.**

8 **Comme critère pour le choix des objets exposés il n'a pas été tenu compte des toutes dernières nouveautés de la création. On s'en est tenu à des objets d'usage courant. Ces objets sont fixés à leurs supports normalisés au moyen d'attaches individuelles.**

9 **Fiches en série pour prise de courant. Le câble est à l'intérieur d'un tube à section rectangulaire.**



7



8

## «Industrial Design» en Suisse – une exposition itinérante pour l'étranger

A la fondation Pro Helvetia incombe la tâche de soigner nos relations culturelles avec l'extérieur. Elle doit, en particulier, stimuler la compréhension des opinions et de la culture suisses en organisant, par exemple, des expositions à l'étranger. Depuis quelques années déjà une exposition d'art architectural suisse se déplace dans les pays de l'Est et y jouit d'un grand succès.

Pour l'exposition itinérante «Industrial Design en Suisse», Pro Helvetia a organisé en 1967, sous le patronage du «Schweizerischer Werkbund», un concours limité, réservé à des membres choisis de cette association. Le premier prix fut attribué au projet de Wolfgang Behles et de Fritz Keller. L'exposition fut spécialement conçue pour les pays de l'Est européen. Pour ses créateurs, son principal attrait résidait dans l'occasion qui leur était donnée de vaincre les préjugés, positifs et négatifs, des visiteurs dans ces pays. C'est pourquoi on a voulu éviter toute pompe propagandiste en prenant garde, toutefois, de ne pas faire de l'auto-critique de façon telle qu'elle puisse être interprétée comme un signe de faiblesse.

La conception avouée de l'exposition n'est pas de présenter des œuvres extraordinaires mais, au contraire, de faire une tentative d'esquisse des aspects économiques et sociaux conférés au développement de la civilisation par l'«Industrial Design». C'est pourquoi les explications textuelles n'ont pas été libellées comme des slogans publicitaires en faveur des créations suisses. Elles sont considérées comme étant un complément au matériel exposé induisant à étudier l'«Industrial Design» de façon objective et critique.

Le thème de l'exposition donna l'occasion de concevoir son aménagement même comme faisant partie de cet art.

C'est ainsi que naquit le prototype d'un système d'exposition susceptible d'être produit de façon industrielle et particulièrement propre à des expositions itinérantes. Le cadre extérieur en fut fixé par la capacité de transport d'un camion, ce qui correspond à une surface d'exposition de 300 m<sup>2</sup> env. Les supports des objets exposés, fixés sur une grille, sont indépendants de l'espace disponible. La normalisation des vitrines à des formes carrées ou triangulaires simplifie l'emballage. Les composants s'emboîtent ou s'accrochent les uns aux autres permettant un montage sans outillage spécial.

L'exposition fut présentée pour la première fois en Suisse en 1970. Elle avait été conçue dès le début pour effectuer une tournée dans les pays de l'Est européen, Russie exceptée. Après avoir débuté en Roumanie, elle fut présentée en Pologne, Hongrie, etc., à la suite de quoi elle fut transportée en Amérique latine.

Ses promoteurs partaient de l'idée que les habitants de l'Europe orientale montreraient plus d'intérêt que nos concitoyens pour des exposés thématiques. A ce point de vue ils furent plutôt déçus. A l'Est aussi les visiteurs s'en tiennent surtout aux illustrations.

### Aménagement thématique

1. *Affiche «La Suisse»*. Au moyen de symboles et de légendes l'attention des visiteurs est attirée sur la situation géographique de la Suisse, sa position économique et politico-sociologique. Il est fait allusion aux problèmes créés par le progrès effréné, plus rapidement perceptibles dans un petit pays surpeuplé que dans un grand.

2. *Où et quand la Suisse rencontre-t-elle des produits de l'«Industrial Design»?* Les contacts quotidiens avec des produits industriels sont indiqués à l'aide d'objets isolés et de projections de diapositives. Le libre choix offert par la concurrence est souligné. Les critères de qualité appliqués par le consommateur et par le producteur sont exposés ainsi que le rôle joué par la publicité dans la promotion des ventes. L'«Industrial Design» est le résultat à la fois du bon fonctionnement, de la qualité et de l'esthétique des produits.

3. *Les produits de l'«Industrial Design» fabriqués en série sont-ils l'apanage d'une certaine catégorie d'acheteurs?* Le décalage de la notion des valeurs lorsque le bien-être se généralise est expliqué à l'aide de comparaisons schématiques entre les salaires et les prix.

4. *«Industrial Design» – une tradition suisse.* Un rappel historique des nécessités d'industrialisation du passé sert à illustrer le développement d'une mentalité propre à un travail de qualité, mis au profit de produits industriels et de la lutte centenaire pour l'affirmation économique d'un pays dépourvu de richesses naturelles.

5. *Existe-t-il un visage spécifiquement suisse d'«Industrial Design»?* La comparaison de produits en provenance de divers pays indique que les conditions constructives et les besoins de la clientèle sont à la base de l'«Industrial Design». Ce dernier est un phénomène international et, comme tel, il aboutit à créer un monde fortement uniformisé.

6. *«Industrial Design»: une tâche culturelle.* «Industrial Designer»: un nouveau but professionnel. L'image du constructeur-créateur en Suisse est donnée par l'exemple des diverses possibilités de sa formation. L'idéal esthétique de jadis, rêvé par une élite intellectuelle,

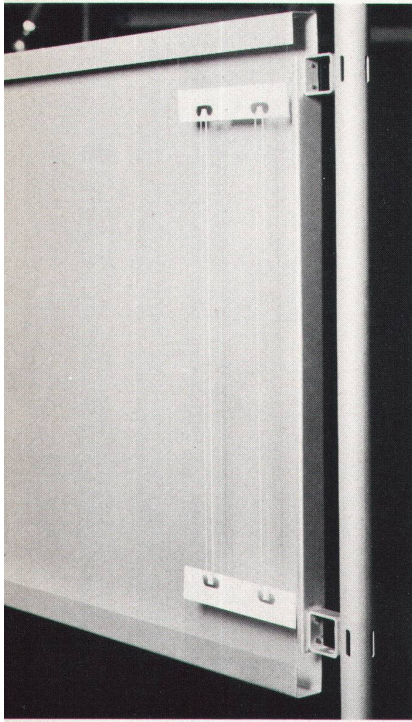
5, 6 Flat and vertical display cases of aluminium with plexiglass covers are either square or triangular.

7 Electric power supply to exhibition media by way of mobile system of plugs. Mobile, plug-in lighting fixture with spotlight.

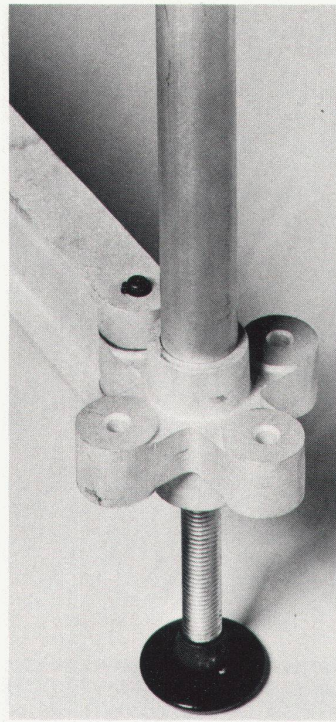
8 The very latest achievements of design in the selection of the exhibition material, but everyday articles of use were selected. The objects are attached to display racks, etc. individually.

9 Plug connection between lamps. The cable runs in square ducts.

9



10



11



12

**10** Die auswechselbaren Schriftfilme werden an einem gestanzten Polystyrolstreifen durch handelsübliche Gummibänder gespannt.

**11** Gelenkverbinder und Verbindungszargen in Aluminiumguss mit verstellbarem Fuss.

**12** Dispenser für Prospekte am Ausgang der Ausstellung. Der Faltprospekt in der Sprache des Gastlandes ist zugleich als Plakat ausgebildet.

**10** Les films portant les inscriptions sont maintenus tendus sur une bande perforée en polystyrène au moyen de simples anneaux de gomme.

**11** Joint articulé et cadre de raccordement en aluminium coulé, avec pied ajustable.

**12** Distributeur de prospectus à la sortie de l'exposition. Le dépliant, imprimé dans la langue du pays hospitalier, est combiné pour servir aussi d'affiche.

fait aujourd'hui largement partie des règles appliquées à la pratique: efforts du «Werkbund», distinctions pour les jolies formes.

L'«Industrial Design» apparaît comme une tendance en vogue. La notion peut perdre de sa pureté en devenant un argument de vente dans notre société de consommation. Le créateur-construc-teur passe pour être le «séducteur» des consommateurs qui s'est laissé «séduire» par le producteur. ■

### Industrial design in Switzerland – a travelling exhibition for foreign countries

The function of Pro Helvetia is to maintain and promote cultural relations between Switzerland and foreign countries. In particular, it attempts to arouse interest in Swiss cultural activities, for example by arranging for exhibitions. For some years already an exhibition on Swiss architecture has been travelling the Eastern European states with outstanding success.

For the travelling exhibition "Industrial Design in Switzerland" Pro Helvetia in 1967 organized a limited competition, under the patronage of the Swiss Werkbund, participation being restricted to invited SWB members; in this competition the project of Wolfgang Behles and Fritz Keller won First Prize. The exhibition was conceived especially for the East bloc states. The main attraction for the organizers was the opportunity to overcome negative and positive prejudices of potential visitors in the Eastern bloc countries. A missionary spirit was to be avoided; however, self-criticism was not to be interpreted as a sign of weakness.

The exhibition deliberately avoids giving a survey of top-notch designs, but attempts to draw attention to the intellectual, economic and social aspects of the contribution made by industrial design to general cultural development. In this sense the explanatory texts are not conceived as publicity for Swiss design, but they aim to encourage an objective, critical approach to industrial design; they merely supplement the exhibition material.

The theme of the exhibition provided an opportunity to elaborate the show itself as an example of industrial design. Thus there was created the prototype of an industrially producible exhibition system, especially adapted to travelling exhibitions. The outside dimension was determined by the size that could be handled on a truck, and this corresponds to an exhibition area of around 300 m<sup>2</sup>. The exhibition media are set up on the basis of a grid, and they are independent of the building in which the show is held.

**10** The interchangeable filmed lettering is affixed to a stencilled polystyrol strip by means of ordinary rubber bands.

**11** Flexible cast-aluminium connecting elements with adjustable foot.

**12** Dispenser for brochures at the exit of the exhibition. The folding pamphlet, in the language of the host country, is at the same time designed as a poster. ■

Standardization of the square and triangular display cases permits simple packing. The individual parts are put together and suspended in position, so that assembly can be effected without need of tools.

The exhibition was presented for the first time in Switzerland at the end of 1970. It was from the outset planned to take it only through the Eastern European countries, not including the USSR. It was available to the general public first in Rumania, followed by Poland, Hungary, etc. It was subsequently also shown in South America.

The planners of the exhibition assumed that the people in the Eastern bloc states would display more interest in thematic connections than is the case in the West. In this respect they were rather disappointed. In the East as well the exhibition visitors were mainly attracted to the pictorial material.

### Competition project 1967:

1. *Poster "Switzerland"*. A symbolic, concise presentation is made of Switzerland's geographical economic and political situation, and reference is made to the problems created by impetuous development, which become noticeable earlier in a small overcrowded country than in a large one.

2. *Where and when does the Swiss encounter products of industrial design?* Everyday contact with industrial products is demonstrated by means of slides and individual objects. Freedom of choice among competing products. The qualitative criteria of the consumer and the manufacturer. Advertising as a sales aid. Industrial design as the resultant of functional efficiency, quality and aesthetic quality.

3. *Are the mass-produced products of industrial design reserved to a specific category of buyers?* By means of schematic wage and price comparisons shift in the concept of value with a rising standard of living is elucidated. Mass production does away with privileged classes of buyers. Mechanical standardization leads to anonymity of form.

4. *Industrial design – a Swiss tradition.* A historical survey of the early phase of industrialization, which was a necessity, reveals the development of those qualities which created the favourable conditions for high-quality production of industrial goods. The centuries-long struggle for economic survival by a country poor in natural resources.

5. *Is there a specifically Swiss type of industrial design?* A comparison of products from different countries throws light on the structural conditions and the requirements of consumers as a basis for industrial design. Industrial design is an international phenomenon and it leads to shapes that are similar everywhere.

6. *Industrial design = a cultural function. Industrial designer = a new profession.* The status of the designer in Switzerland as shown by various training opportunities. What was once an ideal of an intellectual elite is now to a great extent a practical guide-line. Efforts made by the Werkbund, awards for outstanding design. Industrial design as a fad. How industrial design can be corrupted to promote sales in a consumption-oriented society. The designer as «seducer» of the consumer or as the victim of seduction by the producer. ■