

„Auf der bunten Hollywoodschaukel“. Zur Karriere der schwingenden Gartenbank

Peter Payer

Auch bei uns ist eine gestanden, im Garten meines Elternhauses in einem kleinen niederösterreichischen Ort südlich von Wien. Genau genommen waren es sogar zwei: ein von meinem Großvater Mitte der 1960er-Jahre selbstgebasteltes und ein in der Folge neu gekauftes Modell. Rund zwei Jahrzehnte lang gehörte die Hollywoodschaukel zur Standardausstattung des Einfamilienhausgartens, nicht nur bei uns, auch bei Verwandten, Freunden und Nachbarn. Im Sommer darauf zu sitzen oder zu liegen (genialerweise war beides möglich) und entspannt vor sich hin zu schaukeln, versinnbildlichte das zunehmend unbeschwerte Lebensgefühl der späten Nachkriegszeit. Hier konnte man die „Swinging Sixties“ wörtlich nehmen und sich modern und heutig fühlen.

Ob der ungeheuren Popularität dieses Gartenmöbels erstaunt es, dass seine historische Aufarbeitung bisher nur rudimentär erfolgte. In Studien zur Kulturgeschichte der Schaukel fehlen ausführliche Hinweise,¹ ebenso in den seit einiger Zeit boomenden Populärgeschichten der 1960er- und 1970er-Jahre,² selbst im Internet finden sich nur vereinzelte Bruchstücke.³ So war es bislang auch nur wenigen bewusst, dass der Aufschwung der Hollywoodschaukel hierzulande mit ihrer erstmals großflächigen Präsentation auf der WIG 64 in Zusammenhang steht. Gründe genug also, sich mit der Geschichte dieser schwingenden Gartenbank genauer auseinanderzusetzen.

Gesundheit und Vergnügen

Die Vorläufer der Hollywoodschaukel können in zwei Richtungen festgemacht werden. In den USA verbreitete sich seit Ende des 19. Jahrhunderts die sogenannte *porch swing*, eine langgestreckte Holzschaukel mit Lehne, die auf den Veranden der Einfamilienhäuser situiert und wettergeschützt war und daher selbst über kein eigenes Dach verfügte. Nahezu jede amerikanische Veranda wies von den 1880er- bis in die 1920er-Jahre eine derartige Schaukel auf.⁴ Europäische Holzmöbelproduzenten wiederum boten bereits um 1900 ein „Hängebett mit Dach“ an, geeignet – wie es in einem Inserat hieß – „für Gesunde und Kranke“ und „höchst

wichtig für Landhäuser, Hotels, Curorte und Spitäler“.⁵ Dabei handelte es sich um eine Hängematte, montiert zwischen zwei hölzernen Stehern, die mit einem Stoffdach überspannt war und im Freien aufgestellt werden konnte.

Gemeinsames Ziel beider Varianten war die Entwicklung eines beweglichen Möbelstücks, das einen weitgehend wettergeschützten Aufenthalt an der frischen Luft ermöglichte. Neben dem Vergnügen standen dabei gesundheitliche und therapeutische Aspekte im Vordergrund, ähnlich wie bei den „Schaukelbadewannen“, die zur Jahrhundertwende in Europa eine enorme Verbreitung erfuhren.⁶ Die sanften Schaukelbewegungen mit ihrer beruhigenden Wirkung stellten ein willkommenes Mittel dar im Kampf gegen die allorts konstatierte Beschleunigung des Alltagslebens, gegen die Überreizung der Sinne in einem scheinbar immer nervöser werdenden Zeitalter.

Die endgültige Herausbildung der Hollywoodschaukel als neuartiges Gartenmöbel vollzog sich nach dem Ersten Weltkrieg, allerdings noch nicht unter dieser Bezeichnung. Während sich im englischen Sprachraum *garden swing* einbürgerte (und bis heute gebräuchlich ist), sprach man in Deutschland und Österreich von einer „schwingenden Gartenbank“. Vertrieben wurde diese beispielsweise Ende der 1920er-Jahre von der Berliner Firma Caspary unter dem Produktnamen „Wiegente“ und mit dem aufmunternden Slogan „Jeden Tag Ferien“.⁷ (Abb. 1)



Abb. 1: Reklameanzeige, 1929

Die überdachte, weich gepolsterte [!] und mühelos in Pendelbewegung versetzbare Gartenbank begann sich als moderner Freizeitgegenstand zu etablieren – als ins Freie verlagerte Fortsetzung des bürgerlichen Wohnzimmers und luftiges Pendant zum altväterischen Schaukelstuhl. Behaglich auf dem schwebenden Sofa ausgestreckt, konnte man das Gefühl von Schutz und Geborgenheit genießen und sich für einen Augenblick dem Geheimnis des Schaukelns – der Entgrenzung von Raum und Zeit – hingeben. Ein Luxus, der allerdings begüterten Gesellschaftsschichten vorbehalten war. Denn neben hohen Anschaffungskosten waren ausreichend Zeit und Muße unabdingbare Voraussetzungen für den anhaltenden Genuss des Schaukelns.⁸

Gerne ließ man sich denn auch mit diesem Statusobjekt fotografieren, wie Aufnahmen von Alma Mahler-Werfel und Franz Werfel aus den 1930er-Jahren zeigen. Am Semmering, im Garten der Villa Mahler am Kreuzberg, präsentierten sich beide sichtlich stolz in ihrem mondänen Gartenmöbel. Nach ihrer Emigration in die USA schafften sie sich für den Garten ihres Hauses in Los Angeles erneut eine derartige Schaukel an.⁹ Auch der deutsche Schauspieler Emil Jannings, enger Vertrauter von Hermann Göring, räkelte sich 1936 zufrieden in Lederhose und alpenländischem Outfit auf einer Wiegencouch, die er im Garten seiner neu erworbenen Villa in Abersee am Wolfgangsee hatte aufstellen lassen. (Abb. 2)

„American Way of Life“

Der entscheidende Popularisierungsschub erfolgte schließlich nach dem Zweiten Weltkrieg. Die erfolgreichen Jahre des Wiederaufbaus und ein seit Mitte der 1950er-Jahre weitgehend ungebremses Wirtschaftswachstum hatten das verfügbare Einkommen der Österreicherinnen und Österreicher rasant steigen lassen. Hinzu kam eine kontinuierliche Ausweitung der Freizeit; die wöchentliche Arbeitszeit wurde 1959 auf 45 Stunden gesenkt, 1965 eine dritte Urlaubswoche eingeführt – zwei Faktoren, die sich in einer „expansions- und zukunftsorientierten Konsumhaltung“ niederschlugen. Die zwangsverordnete „Bescheidenheit“ der Nachkriegszeit ging unwiderruflich zu Ende.¹⁰

Ehemals unleistbare Waren gerieten in den Fokus der Aufmerksamkeit. Dazu gehörte nicht zuletzt die Hollywoodschaukel, für die sich nun immer öfter auch genau dieser Begriff einbürgerte, und die damit ein beredtes Zeugnis von der erfolgreichen Amerikanisierung ablegte, die immer weitere Bereiche des Alltagslebens erfasste. Der „American Way of Life“, medial auf vielfältigste Weise vermittelt, avancierte zur begehrten Projektionsfläche einer Gesellschaft, die sich auf dem Weg zum Wohlstand befand. Hollywood war dabei die Chiffre für den erträumten Lebensstil – luxuriös und modern.

Als einer der Pioniere für die Verbreitung des Hollywoodschaukel-Images fungierte die Schuhfirma Humanic.



Abb. 2: Emil Jannings im Garten seiner Villa in Abersee am Wolfgangsee, 1936

Bereits 1956 brachte das Unternehmen – 1907 als „American Shoe House Humanic“ gegründet und PR-mäßig stets offensiv amerikanophil – ein Werbeplakat für einen Damen-Sommerschuh heraus: Darauf ist im Hintergrund eine Hollywoodschaukel zu sehen und der Slogan „luftig, leicht und elegant“. So unbeschwert und zeitgemäß sollte man sich nunmehr fühlen, in den Schuhen genauso wie auf der Schaukel. (Abb. 3)

Miniatur-Hollywoodschaukeln als Spielzeug für die Puppenstube kamen auf den Markt, und auch in Kinofilmen tauchten die begehrten Möbelstücke bisweilen auf. Allerdings weniger in den klassischen Hollywoodstreifen (hier ließen sich – entgegen den Erwartungen – keine nennenswerten Belege finden)¹¹ als in den damals weit populäreren Heimatfilmen. Etwa in *Wenn der Toni mit der Vroni* (Regie: Franz Josef Gottlieb, 1961), wo Hauptdarsteller Peter Alexander seiner Angebeteten Waltraud Haas auf einer Hollywoodschaukel ein Ständchen singt. Die Hollywoodschaukel wird erotisch aufgeladen als Ort der Nähe und Zweisamkeit – und gleichzeitig mit dem Flair des Exklusiven versehen. Denn auf Haas' überraschten Ausruf: „Eine Hollywoodschaukel!?“ antwortet Alexander beruhigend mit: „Auf Raten!“¹²

Möglicherweise waren es auch weniger die Bilder in den Spielfilmen als jene in den Wochenschauen und bunten Illustrierten, die das aufregende Leben prominenter Filmstars beleuchteten und dabei wohl immer wieder auch eine Hollywoodschaukel ins Bild rückten. Fest steht, dass diese letztlich zu einer jener zahlreichen Hollywood-Mystifikationen wurde, die, so Reinhold Wagnleitner, die kulturellen Vorstellungen des Kleinbürgertums zutiefst prägten.¹³ Als Ikone des Kapitalismus wurde die Hollywoodschaukel zwar bei weitem nicht so wirkungsmächtig wie das Automobil oder das Fernsehgerät, aber im Kontext des ebenfalls stark aufgeladenen Eigenheims doch ähnlich bedeutsam wie der eigene „Swimming Pool“. Beide waren unverzichtbare Insignien des Traum- und Wunschbildes „High Society“.¹⁴

WIG-Möbel

Eine reale Begegnung mit einer Hollywoodschaukel war für den Großteil der österreichischen Bevölkerung erstmals auf der WIG 64 im Donaupark möglich. Zu den Attraktionen der europaweit größten Gartenschau gehörten neben dem Blütenzauber von tausenden Sträuchern und Blumen auch neue Formen der Mobilität: So konnte man sich mit dem Express-Aufzug des Donauturms in luftige Höhe begeben,¹⁵ mit einem Sessellift elegant durch die Lüfte schweben, mit der Kleinbahn oder eigenen Motor-Rikschas durch das Gelände fahren – oder in Hollywoodschaukeln gemütlich hin und her wiegen. Diese waren in großer Zahl verstreut über das Freigelände aufgestellt worden und für die Gesamtdauer der Ausstellung unentgeltlich zu benutzen. Zusätzlich wurde von Mai bis Juni auch eine eigene „Möbel-Sonderschau“ abgehalten (Zelt 3), bei der man weitere Modelle besichtigen konnte.¹⁶ (Abb. 4)

Die im Freien aufgestellten Hollywoodschaukeln präsentierten sich in drei unterschiedlichen Farben (rot, blau, rot-blau-gelb-grün-gestreift), womit sie sich ideal in das bunte Gesamtbild einfügten. Ganz pragmatisch erfüllten sie mit ihrer mehrseitigen Abschirmung auch die Funktion von schattigen Rastplätzen auf den langen, der Sonne ausgesetzten Wegen durch die Ausstellung. Diese war als Event für die ganze Familie konzipiert, die zur Gänze auf dem langgestreckten Gartenmöbel Platz nehmen konnte, um gemeinsam das „Paradies in der Nußschale“, wie Bundespräsident Adolf Schärp es bei der Eröffnung bezeichnet hatte,¹⁷ zu genießen.

Ein optimistisches Lebensgefühl, gepaart mit Stolz auf das Erreichte – so könnte man die latente Botschaft der Hollywoodschaukel interpretieren, die als perfektes Symbol für den erfolgreichen Wiederaufbau fungierte. Mit ihr war wieder Leichtigkeit in den Wiener Alltag eingekehrt. Nicht zurück-, sondern nach vorne blicken, so funktionierte die Hollywoodschaukel, und so sollte auch das Leben funktionieren.

Angefertigt wurden die WIG-Hollywoodschaukeln von der Firma St. Karasek & Co, der größten Metallmöbel-fabrik Österreichs mit Sitz in Wien-Neubau und Filialen in Wien-Leopoldstadt, Linz und München. Gegründet 1932, bot die Firma seit Jahrzehnten Schlaf-, Sitz- und Sportmöbel aus Stahl für Garten und Camping an. In einem Firmenprospekt hob man die Vorteile der auf der WIG 64 präsentierten „neuen Hollywoodschaukel“ hervor, u. a. Sitz- und Liegebank aus Winkelleisen, Bespannung der Bank mit verzinktem Matratzengeflecht, klappbare Rückenlehnen, stabile Aufhängung ohne Ketten, verstellbare Dachbögen, geräuschlose Kunststofffüße, einfach zerlegbares Gestell und niedriger Preis aufgrund großer Serienerzeugung.¹⁸ Der angegebene Stückpreis von 3.400 Schilling (heute umgerechnet mehr als 1.000 Euro) war jedoch nach wie vor beachtlich, weshalb die Firma auch ein kleineres Modell, eine sogenannte „Liliputschaukel“, um 1.550 Schilling anbot.¹⁹ (Abb. 5)



Abb. 3: Humanic-Plakat, 1956

Abb. 4: Sommerblumenschau auf der WIG 64 mit Hollywoodschaukeln, 1964

Abb. 5: Inserat der Firma St. Karasek & Co, in: Stadt Wien. Sondernummer zur WIG 64, 1964



Abb. 7: Bruno Kreisky mit Willy Brandt und Olof Palme im Garten seines Hauses in der Armbrustergasse, 24.5.1975

Wenn sich auch noch nicht alle eine Hollywoodschaukel leisten konnten, ihre Bekanntheit stieg mit der WIG 64 sprunghaft an. Weiterhin tauchte sie als beliebtes Werbesujet auf, etwa für die renommierte Baumschule F. Praskac (1964/65) oder für Rüttgers-Sekt (1965). Und der deutsch-amerikanische Jazz- und Schlagersänger Bill Ramsey setzte ihr gar ein musikalisches Denkmal. In dem 1966 veröffentlichten *Hollywood-Schaukellied* wird das Gartenmöbel, begleitet von Grillengezirpe, Vogelgezwitscher und Ananas-Bowle, zum lauschigen Liebesnest: „Auf der bunten Hollywoodschaukel, Hollywoodschaukel, Hollywoodschaukel, schaukel ich mit dir, und du mit mir./Auf der bunten Hollywoodschaukel, Hollywoodschaukel, Hollywoodschaukel, ist das gar nicht schwer, immer hin und her./ [...] Auf der bunten Hollywoodschaukel, Hollywoodschaukel, Hollywoodschaukel, schaukeln wir zu zweien, in das Glück hinein.“²⁰ (Abb. 6)

Das „kleine Glück“

Unbeschwert in die Zukunft blicken, über die engen Grenzen hinweg den Horizont erweitern, weltgewandt und international sein – das alles konnte man mit diesem Möbel verbinden, das mit seiner Buntheit und Dynamik perfekt in eine Zeit passte, die selbst das Sitzen neu

bewertete.²¹ Aufbruch und Bewegung waren angesagt, und sei es auch nur im dezenten Hin-und-Her des eigenen Gartens. Unzählige Prominente posierten fortan auf Hollywoodschaukeln, darunter Musiker wie Jimi Hendrix (1967 in Berlin), die Schauspielerin Romy Schneider gemeinsam mit Alain Delon (um 1965) oder die Wiener Sängerin und Kabarettistin Cissy Kraner (1963). Und auch die hohe Politik ließ sich nur allzu gerne in entspannter Hollywoodschaukel-Atmosphäre abbilden: von Walter Ulbricht (1965) über Hans-Dietrich Genscher (1972) bis hin zu Bruno Kreisky, der seine Gäste Olof Palme und Willy Brandt im Garten seiner Villa in der Armbrustergasse empfing (1975). (Abb. 7) Fototermin mit Hollywoodschaukel – ein Fixpunkt im privaten wie im öffentlichen Leben.

Für jene, die sich die begehrte Gartenschaukel noch immer nicht leisten konnten, schaffte die boomende Heimwerkerliteratur Abhilfe. Sich eine Hollywoodschaukel selbst zu basteln, schien ebenso leicht wie der Ausbau eines Partykellers. Denn eines war klar: „Worüber würde sich Ihre Frau am meisten freuen? Über ein Auto für den Garten, über einen Pelz für die Terrasse oder über eine Hollywoodschaukel? – Dreimal dürfen Sie raten.“²² Wenn auch vom Mann angefertigt, war die Hollywoodschaukel eindeutig weiblich konnotiert. Das Wohlfühlen in Heim und Garten, die Verwirk-

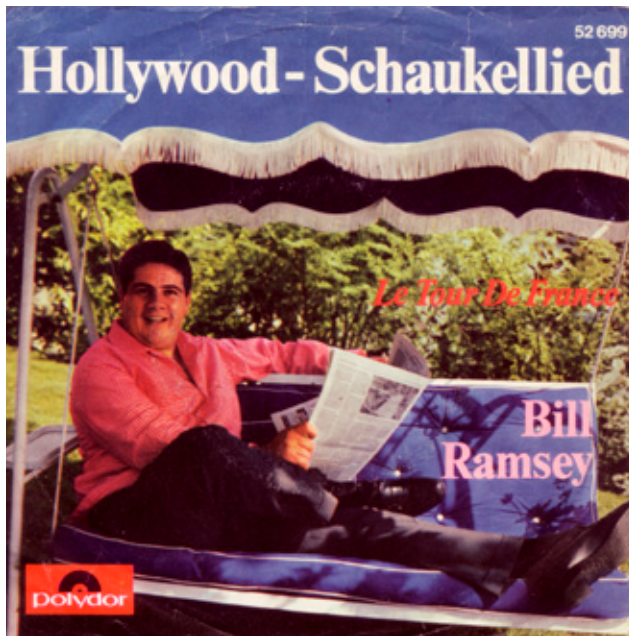


Abb. 6: Bill Ramsey, Hollywood-Schaukellied, Singlecover, 1966

lichung des „kleinen Glücks“, fiel in den Zuständigkeitsbereich der Hausfrau, im Gegensatz etwa zu den männlich konnotierten Sehnsuchtsobjekten Auto oder Motorrad.²³

Spätestens Mitte der 1970er-Jahre fand die Hollywoodschaukel ihre Nische in beinahe jedem heimischen Garten. Die Preise waren aufgrund der steigenden Nachfrage deutlich gesunken, auch in das umfangreiche Warenangebot der Versandhäuser hatte die Schaukel mittlerweile Eingang gefunden. So boten die 1968 gegründete Firma Universal-Versand, vor allem aber Quelle – gegründet 1927 und mittlerweile zum größten Versandhaus Europas aufgestiegen – gleich mehrere preiswerte Modelle an.²⁴

In blumigem, befranstem Design, durch imprägnierte Dächer und Seitenteile weitgehend wetterfest geworden, kamen Modelle mit Namen wie „Genf“, „München“ oder „Mainau“ auf den Markt.²⁵ Das kuschelige „Sommer-sofa“ hatte sich etabliert und war endgültig zum Symbol des Wohlstands für alle geworden. Gleichzeitig erlebte es – zumindest in Deutschland – auch einen medialen Höhepunkt in der vom ZDF ausgestrahlten Sendung *V.I.P.-Schaukel*.²⁶

Doch schon in den 1980er-Jahren verlor die Hollywoodschaukel an Anziehungskraft. Ihr Glanz verblasste, sie geriet in den Verdacht der spießigen, allzu bornierten Gemütlichkeit. Das Freiluftmöbel galt zunehmend als unmodern, Gärten und Terrassen wurden wieder hollywoodschaukeelfrei. Doch zu Beginn des 21. Jahrhunderts machte sich im Sog der kulturellen Retrowelle eine zarte Renaissance bemerkbar, die sich in jüngster

Zeit weiter verstärkt. „Hollywoodschaukeln sind zurück“ und „Ewig schwingt die Hollywoodschaukel“ titelten vor kurzem deutsche Zeitungen und brachten damit einen auch hierzulande bemerkbaren Trend zum Ausdruck.²⁷ Die schwingende Gartenbank findet Eingang in die Literatur²⁸ und wird als Designobjekt wiederentdeckt. Ihre Erzeugerfirmen propagieren erneut die Schaukelbewegung als idealen Ausgleich für den hektischen Alltag. Modelle mit so bezeichnenden Namen wie „Grace Kelly“ oder „Marilyn Monroe“ kommen auf den Markt, gewürzt mit einem Schuss Frivolität. Denn zu jenen Orten, an denen man zumindest ein Mal im Leben Sex gehabt haben sollte, gehört, so die Autorin Charlotte Labouche, mittlerweile auch und unbedingt – die Hollywoodschaukel.²⁹

Für Hinweise und Unterstützung bedanke ich mich herzlich bei Robert Buchschwenter, Martina Nußbaumer und Drehli Robnik.

- 1 Verena Fink: Komm auf die Schaukel ... Eine Kulturgeschichte. Hg. von Torkild Hinrichsen, Husum 2010, S. 74.
- 2 Vgl. u.a. Susanne Pauser, Wolfgang Ritschl: Wickle, Slime und Paiper. Das Online-Erinnerungsalbum für die Kinder der siebziger Jahre, Wien/Köln/Weimar 1999; Peter Thomas Suschny: Jopa Eis, Jochen Rindt und Jugendrevolte. Das Erinnerungsbuch an die 60er Jahre, Horitschon 2001; Corinna Wodarz: Flowerpower und Weltraumdesign. Lebens- und Wohnkultur der 60er und 70er Jahre, Oldenburg 2001; Werner Faulstich (Hg.): Die Kultur der 60er Jahre (= Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, Bd. 6), München 2003; Hannes Etlzstorfer (Hg.): Die 60er. Beatles, Pille und Revolte (Ausstellungskatalog Schallaburg), 2010.
- 3 <http://de.wikipedia.org/wiki/Hollywoodschaukel> (17.1.2014). Eine (lückenhafte) Typologie von Hollywoodschaukeln der 1970er- bis 1990er-Jahre findet sich auf: <http://www.hollywoodschaukel-paradies.de/blog/category/hollywoodschaukel-museum/> (17.1.2014).
- 4 Vgl.: The history of the uniquely American front porch, http://www.mlive.com/homeandgarden/index.ssf/2010/08/the_history_of_the_uniquely_am.html (17.1.2014).
- 5 Inserat von Joh. Schön, Bau- und Portaltischler in Wien-Meidling, abgedruckt in: Beilage zu Kikeriki. Humoristisches Volksblatt, Nr. 50/1895, o. S. (S. 8).
- 6 Bis zum Jahr 1912 wurden in Deutschland unter dem Slogan „Bade zu Hause“ über 100.000 Schaukelbadewannen verkauft, und auch in Österreich war der Absatz beachtlich. Bekannterweise war auch Kaiserin Elisabeth ein großer Fan von Schaukelbadewannen. (Fink, Schaukel, S. 75–87.)
- 7 Reklameanzeige der Fritz Caspary A.G., Berlin-Marienfelde, 1929 (Sammlung Peter Payer).
- 8 Vgl. Fink, Schaukel, S. 19–30.
- 9 Vgl. http://www.alma-mahler.com/deutsch/almas_life/lebensorte/alma_und_der_semmering.html; http://www.alma-mahler.com/deutsch/almas_life/almas_life4.html (23.1.2014).
- 10 Vgl. Franz X. Eder: Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhunderts, in: ders., Peter Eigner, Andreas Resch u. a. (Hg.): Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum, Innsbruck/Wien/München u. a. 2003, S. 224–244.
- 11 Eines der seltenen Beispiele für einen US-amerikanischen Film mit Hollywoodschaukel ist *Die Dämonischen (Invasion of the Body Snatchers)*, Regie: Don Siegel, 1956).
- 12 Vgl. <http://www.youtube.com/watch?v=kWzJdPDyYpo> (23.1.2014).
- 13 Vgl. Reinhold Wagnleitner: Coca-Colonisation und Kalter Krieg. Die Kulturmission der USA in Österreich nach dem Zweiten Weltkrieg, Wien 1991, S. 261–326. Zum Spannungsfeld und Einfluss von Hollywood- und Heimatfilmen vgl. Robert Buchschwenter: Schmalz und Ketchup. Zur österreichischen Filmkultur der Nachkriegszeit, in: Peter Payer (Hg.): Filme malen. Der Wiener Plakatmaler Eduard Paryzek, Salzburg 2010, S. 75–113.
- 14 In dem gleichnamigen Film aus dem Jahr 1956 kommt interessanterweise keine Hollywoodschaukel vor.
- 15 Einer der beiden Original-Aufzugsmotoren befindet sich heute im Technischen Museum Wien, Inv. Nr. 92179.
- 16 Johann Rottensteiner (Red.): Ausstellungsführer. Wiener Internationale Gartenschau WIG 64, Wien 1964, S. 150–151.
- 17 Arbeiter-Zeitung, 17.4.1964, S. 1.
- 18 Firmenprospekt Metallmöbel-fabrik St. Karasek & Co., um 1964, o. S. Die Firma übersiedelte in der Folge nach Wien-Liesing, wo sie bis heute existiert (<http://karasek.co.at>).
- 19 Ebd.
- 20 Single Polydor 52699, Musik: Heinz Gietz, Text: Hans Bradtke, 1966. Die erstmalige Aufführung des Liedes erfolgte am 31.8.1966 im deutschen Fernsehen (ZDF-Magazin *Die Drehscheibe*).
- 21 Vgl. Ricarda Strobel: Architektur, Design und Mode zwischen Funktionalismus und Pop, in: Werner Faulstich (Hg.): Die Kultur der sechziger Jahre, München 2003, S. 155–157.
- 22 Willi J. Lanek: Wohnen mit Kniff und Pfiff. Von der Kellerbar bis zum Dachstudio – Originelle Ideen für Haus und Garten, Stetten a. F. 1967, S. 147; vgl. auch Yara Hackstein, Tobias Pehle: Das große Heimwerker-Buch. 1000 Tips und Tricks für Haus, Wohnung, Garten, Terrasse und Auto, Berlin 1978.
- 23 Vgl. Eder, Privater Konsum, S. 229.
- 24 Zum Beispiel: Hollywoodschaukel und zwei Stühle, Komplettpreis S 299,- (Quelle-Katalog, Frühjahr/Sommer 1978, Fürth 1978, S. 16). Zur Geschichte des Versandhauses Quelle und seiner Produkte vgl. Theo Reubel-Ciani: Der Katalog. Konsumkultur, Zeitgeist und Zeitgeschichte im Spiegel der Quelle-Kataloge 1927–1991, Nürnberg 1991.
- 25 Vgl. Prospekt „Freizeitmöbel 1974“, in: <http://www.hollywoodschaukel-paradies.de/blog/hollywoodschaukel-museum/das-hollywoodschaukel-museum/> (30.1.2014).
- 26 Der Sendungsname war eine bewusste Anspielung auf die Hollywoodschaukel. In dem überaus populären, von 1971 bis 1980 ausgestrahlten Format interviewte die österreichische Journalistin Margret Dünser High-Society-Prominenz in ihrem privaten Umfeld.
- 27 Inge Ahrens: Und ewig schwingt die Hollywoodschaukel, in: Berliner Zeitung, 30.4.2010; Peter-Philipp Schmitt: Hollywoodschaukeln. In der Schwebe zu Hause, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 21.7.2010; Simone Andrea Mayer: Eine Wiege für Erwachsene – Hollywoodschaukeln sind zurück, in: Hamburger Abendblatt, 13.5.2013; Ulli Kulke: Hollywoodschaukel. Das Hin und Her kommt mondän und frivol zurück, in: Die Welt, 4.9.2013; N.N.: Schaukeln wie im Film, in: Die Presse, 18./19.5.2013, S. 13.
- 28 Frank-Kirk Ehm-Marks: Das Glück auf der Hollywoodschaukel. Gedichte, Kurzprosa, Grafiken, Augsburg 1998, S. 34; Franz Böni: Gruß aus der Hollywoodschaukel. Ein Lesebuch 1974 bis 2004, Vaihingen/Enz 2005, S. 106–107; Jan Weiler: Antonio im Wunderland. Roman, Reinbek bei Hamburg 2006, S. 11. Auch in Monika Helds Roman *Der Schrecken verliert sich vor Ort* beginnt sich die Geschichte auf einer Hollywoodschaukel einzuschwingen (Köln, 2012, S. 8–10).
- 29 Charlotte Labouche: 101 Plätze, an denen Sie Sex haben sollten, bevor Sie sterben, München 2010, S. 120–121.