

GrStyle

DAS GLAESER DESIGN-MAGAZIN FÜR MÖBEL UND RAUM.



Badrutt's Palace Hotel

Gourmet-Weltklasse in der Tennishalle

Alice Choo's Club

Wo lange Nächte kurz werden

Raiffeisenbank Aadorf

Von Zwängen befreit



Inhalt

Impressum:

Verantwortlich für den Inhalt:

GLAESER WOGG AG

Redaktion, Layout und

Realisation: DACHCOM.CH

Fotorechte: GLAESER WOGG AG

Druck: Sonderegger Druck AG

GLAESER WOGG AG

Im Grund 16, Dättwil

CH 5405 Baden

T +41 56 483 36 00

F +41 56 483 36 99

info@glaeser.ch, www.glaeser.ch

Editorial	3
Eiger, Mönch und Trüffelsäuli	4
Badrutt's Palace Hotel, St. Moritz	8
Trafo Hotel, Baden	14
Alice Choo's Club, Zürich	18
Raiffeisenbank Aadorf, Aadorf	24
Conduct One	28
Neuer Verwaltungsratspräsident der GLAESER WOGG AG	32
WOGG, Möbelmesse Köln	36
Swiss Japan Design Workshop	40
Rückblick 10 Ausgaben «G-Style»	44

Freude und Stolz

10 Ausgaben

«G-Style»-Magazin

Was zeichnet das «G-Style»-Magazin aus?
Die Qualität der Projekte. Die visuelle Präsentation.
Ergänzende Informationen. Tolle Interviewpartner.
Lebendige Konstanz.



Heinz Schönholzer
CEO GLAESER WOGG AG

Mehr über zehn Ausgaben «G-Style» finden Sie auf Seite 40. Bereits mit Blick nach vorne präsentiert sich die zehnte Ausgabe mit einem neuen Erscheinungsbild, das uns leitet für weitere Nummern. Fast zeitgleich steht eine bedeutende Veränderung in der Führung der GLAESER WOGG AG an. Nach vielen Jahren als **Verwaltungsratspräsident** geht dieses Amt von Willi Glaeser ab 1. April 2015 an **Prof. Dr. Klaus Haake** über. Ab Seite 32 nimmt er in einem längeren Interview fundiert Stellung zu seinen Vorstellungen, seinem Denken, seinen Strategien.

Reiche Geschichte, urbaner Geist, so lautet der Rahmen zum neuen **Trafo Hotel in Baden**. Stefan Wetzel, Mitinhaber der Atelier West Architekten AG, erläutert uns interessante Hintergründe dazu. Was hat eine ehrwürdige Tennishalle aus dem Jahre 1918 gemeinsam mit einem Gourmettempel der Zukunft? Die Antwort finden Sie im Beitrag zum **Badrutt's Palace Hotel** in St. Moritz, begleitet vom Interview mit Daniel Peter, dem Bauherrenvertreter und Inhaber der projX management gmbh.

Die junge und engagierte Architektin Katrin Schmid (Geisser Streule Inhelder Architekten) verrät uns mehr zum Konzept der neuen **Raiffeisenbank Aadorf**. In Zürich flasht ein neues Ausgangs-Highlight, der **Alice Choo's Club**. Mario Regli, Head of Interior Design beim Atelier Estimo, über Innenarchitektur in diesem Bereich und Vision, Werte, Lebensstil und Kompetenz. Bei aller Bescheidenheit, die **GLAESER WOGG AG** war bei allen Projekten involviert mit Realisations- und Planungskompetenz.

Als Gastautor für diese Ausgabe konnten wir **Marco Dionisio** gewinnen, einen der profiliertesten Schweizer Botschafter des guten Geschmacks. Er stellt uns einen echt originellen **«Concept Store»** in Wengen vor. Wie es bei uns selber in kreativem Sinne brodelt, zeigt der Beitrag zum **«Swiss Japan Design Workshop»** in unseren Räumlichkeiten.

Viel Spass bei der Jubiläumsausgabe.

Ihre GLAESER WOGG AG

Heinz Schönholzer
CEO

Eiger, Mönch und Trüffelsäuli

Ein edler und
origineller
«Concept Store»
im schmucksten
Chalet von
Wengen



Marco Dionisio
Inhaber und Geschäftsführer
der dioma® ag

**Fotograf:**

Love Weber, Photography,
Nydeggestalden 36, CH-3011 Bern,
foto@loveweber.ch

Seit wenigen Wochen erst gibt es im Berner Oberland einen der schönsten «Concept Stores» in der ganzen Alpenwelt – und schon ist dieses Bijou mehr als nur ein Geheimtipp. Das «Trüffelsäuli» im schmucksten Chalet von Wengen hat sich für Einheimische, Feriengäste und Chaletbesitzer schnell als Ort zum Stöbern, Entdecken und Sich-wohl-Fühlen etabliert.

Wengen, das kleine Dorf im Berner Oberland, kann seit Kurzem eine neue Attraktion aufweisen. Neben den weltberühmten Bergen Eiger, Mönch und Jungfrau und dem Lauberhornrennen gibt es seit Anfang Dezember in einem Chalet von 1920 mitten im Dorf das «Trüffelsäuli». Der kleine und feine Laden wurde vom Inhaber der dioma® ag, Marco Dionisio, und seinem Team nach allen Regeln der Kunst entwickelt und aufgebaut und bietet einer anspruchsvollen Kundschaft eine erlesene Auswahl an Wohnaccessoires, Küchen- und Dekorationsgegenständen und Geschenkartikel an.

Höchster Kreativitäts- und Qualitätsstandard

Das Credo im «Trüffelsäuli»: Höchster Kreativitäts- und Qualitätsstandard – mit vornehmlich regionalen oder einzigartigen internationalen Produkten, die alle eine Geschichte zu erzählen haben. Das teils alpine und dann wieder moderne Design der Wohnaccessoires, der Küchenutensilien oder der originellen Mitbringsel bietet in Verbindung mit der herrlichen Berglandschaft und dem Charme des historischen Chalets eine besondere Ambience, die zu Wengen, vor allem aber zu den Feriengästen und Chaletbesitzern passt.

Das Konzept

Für das Dioma-Team war von Anfang an klar, dass es in Wengen nicht einen weiteren Standard-Souvenir-Shop braucht, sondern ein neues frisches Konzept mit einer authentischen, aber auch modernen Alpen-Stimmung und einem Angebot, das sich mit «Besonderes – Nützlich – Praktisches – Schönes» zusammenfassen lässt. Basis dazu bildete das Ladenlokal des historischen Chalets «Am Schilt». Jahrzehntlang hatte darin der Schuhmacher von Wengen seine Werkstatt. Nach dem Ableben des letzten Schuhmachers diente das Lokal als «Grümpelhammer» für seine Witwe Anni Bischoff. Bis Marco Dionisio kam und die Qualität dieses Lokals erkannte. Nach verschiedenen Gesprächen mit Anni Bischoff, die heute 94 Jahre alt ist, war die Idee geboren und das Konzept klar: In den beiden verhältnismässig kleinen Räumen von insgesamt 25 m² mit ihren charakteristischen Holzelementen wie Fenster, Türen und Wandtäfelung sollte ein inspirierender und überraschender «Concept Store» entstehen, bei dem möglichst viel belassen wird – lediglich der Bodenbelag sollte ersetzt werden.



Einfach und anpassungsfähig

In nur sieben Wochen wurde die Idee in die Realität umgesetzt: Das Shop-Design mit dem passenden Farb- und Materialkonzept für die Wand- und Deckenverkleidung besteht zum einen aus sanften, warmen Grau- und Naturtönen sowie einer dominanten Akzentfarbe, deren dunkles Tanengrün mit den warmen Grauvarianten optimal harmonisiert und dem Laden eine naturverbundene, moderne Eleganz verleiht. Das Konzept für das Shopdesign sollte dem kleinen Raum angepasst sowie einfach und anpassungsfähig sein. Daher entwickelte die dioma® ag ein eigenes System, welches sich durch drei verschiedenartige Boxen aus Seekiefer-Sperrholz zusammensetzt. Diese Elemente können als Warenträger und Präsentationshilfsmittel an einer Wand oder im Raum drehbar eingesetzt werden. Durch beidseitig einschiebbare Klappen können die Kisten zudem geschlossen und so als Lagermöglichkeit verwendet werden. Durch das kombinatorische Stapeln und Aneinanderreihen besteht die Möglichkeit, immer wieder ganz neue Optiken zu generieren und ganz spezifisch auf das Sortiment einzugehen. Höhenverstellbare Tischunterbauten mit einfachen, linoleumbeschichteten Tischplatten ergänzen das Boxensystem und bieten bestmögliche Flexibilität.

Anklang im urbanen Umfeld

Die Idee hinter dem Shopkonzept ist, dass es nicht nur in den Bergen, sondern auch in einem urbaneren Umfeld Anklang findet. Bei der Auswahl des Sortiments stehen Qualität, besondere Materialien und Swissness im Vordergrund. Ob Einrichtungsgegenstände, Textilien, Küchen-Accessoires oder Geschenkartikel – bis ins kleinste Detail sind die Produkte mit viel Liebe zum Detail ausgesucht worden. Und nachdem ein gutes Visual Merchandising beim Einkauf startet, konnte die gesamte Präsentation auch einfach umgesetzt werden. Alles passt zu allem – und lässt sich immer wieder neu und frisch gruppieren. Von den Pfeffermühlen aus Walliser Hölzern und den handgefertigten Schnitzern und Bauernmessern aus Burgdorf, von kuschligen Plaids, hergestellt in einem kleinen Betrieb in Stuttgart, bis hin zu edlen Kaschmirschals / designed in Switzerland, aus der Himalayaregion – alles im Shop macht Sinn, alles hat eine Geschichte – und es lässt sich nach Herzenslust stöbern.



Plattform für Jungtalente

Das «Trüffelsäuli» möchte zudem aufstrebenden Jungtalenten in Mode, Kunst und Design eine Plattform bieten: So etwa gibt es ganz exklusiv die neusten CDs des wunderbaren Berner Jazzmusikers Daniel Woodtli, Produkte des aufstrebenden Jungdesigners Florian Hauswirth, vom jungen Schweizer Design-Label vonoz, oder dann lokale Schriftsteller, die im «Trüffelsäuli» mit ihren persönlich signierten Werken anzutreffen sind.

Die dioma® ag

Die seit 2001 aktive dioma® ag mit Sitz in Bern und einer Niederlassung in Zürich entwickelt hauptsächlich für den stationären Detailhandel Lösungen in den Bereichen Visual Merchandising, Interior Design und ist zudem spezialisiert auf Trend Research, etwa für Sortimentsgestaltungen, sowie Mood- und Farbkonzepte. Die dioma® ag bietet ihren Retail-Kunden ein «Full Package» an, bei welchem die drei Kompetenzbereiche Visual Merchandising, Interior Design und Trend Research zum Tragen kommen.



Badrutt's Palace

www.badruttspalace.com

Nobus Reich. Eines von nur sechs exklusiven Matsuhisa-Restaurants auf der Welt. Integriert im Badrutt's Palace Hotel, St. Moritz. Konzipiert von Martin Brudnizki Design Studios in London. Realisiert von Daniel Peters projX management gmbh mit profilierter Innenausbaukompetenz der GLAESER WOGG AG.

e Hotel



Nicht nur die Aussensicht wie hier, sondern auch das Glasdach im Restaurant eröffnet eine faszinierende Aussicht auf das Wahrzeichen des Hotels, den Turm.



2011 sass eine Gruppe von Enthusiasten und Visionären zusammen, angeführt durch den Managing Director Hans Wiedemann. Man diskutierte das Potenzial der vormaligen Tennishalle aus dem Jahre 1918. Ein bauliches Volumen mit unglaublichem Entwicklungspotenzial wurde in Zusammenarbeit mit Hosoya Schaefer Architects, Zürich, räumlich entwickelt. Im Dezember 2014 öffnete das neue Lokal «La Coupole». Es bietet dem seit Jahren etablierten und sehr beliebten Restaurant «NOBU» resp. dem neuen Boutique-Brand aus dem Hause Nobu «Matsuhisa» ein neues Zuhause. Im Restaurant «La Coupole» zelebriert während dreier Monate im Winter in der ehemaligen Tennishalle der japanische Starkoch Nobuyuki Matsuhisa (Nobu) sein Können. Spezialitäten: «Black cod», «Yellow Tail Jalapeño» und «Rock Shrimp Tempura».

Geschaffen wurde etwas Neues und Einzigartiges mit hohem Wiedererkennungswert, das jedoch in der Palace-Welt kein Fremdkörper ist. Denn auf die Geschichte des Hauses und insbesondere der ehemaligen und ehrwürdigen Tennishalle wurde Rücksicht genommen. Die ausgewählten Materialien haben einen starken Bezug zur Region. Entstanden ist eine Atmosphäre zum Wohlfühlen, verbunden mit Eleganz und Grandesse. Nicht nur für den Gaumen, sondern auch für das Auge gibt es viel zu entdecken.

Im Zentrum steht die eindrückliche Glas-kuppel (La Coupole), realisiert in Anlehnung an das Glasdach der damaligen Tennishalle. Das räumliche Konzept vermittelt ein energie-reiches und interagie-rendes Ambiente mit offener Showküche, Sushibar, Cocktailbar und Loungebereich mit Kamin. Der Privatraum in Form einer Lounge mit Esszimmer bietet zudem die Möglichkeit für ein diskretes, priva-tes Essen. Rückwärtige Servicekorridore und die logistische Anbindung an die Hauptküche des Hotels machen das Konzept zusätzlich flexibel. Das Dekor macht die reich-haltige Geschichte des Hotels der Öffentlichkeit zugänglich.



BADRUTT'S PALACE
ST. MORITZ SWITZERLAND



Der Klassik wird durch die Verbindung mit modernen Stilelementen ein gewisser Twist verliehen. Die reichhaltige Dekoration stammt ausschliesslich aus dem Fundus und der Sammlung der langjährigen Eigentümergeschichte.



Die Dachkonstruktion wurde komplett neu aufgebaut. Sie nutzt die alten, von der Tennis-halle stammenden originalen Fachwerkträger als tragende Elemente. Die Stahlträger queren sichtbar die Glaskuppel und verleihen dem Lokal damit ein weiteres Stück Einzigartigkeit.



BADRUTT'S PALACE ST. MORITZ SWITZERLAND

«Das neue Lokal «La Coupole» präsentiert sich als Teil des Badrutt's Palace Hotel mit einem Twist. Ein neuer Teil innerhalb des Hotels ist entstanden, der sich perfekt in die Palace-Welt integriert.»

Herr Peter, was war der wichtigste Schritt zum neuen Konzept?

Im Januar 2012 durfte ich als Bauherrenvertreter mit meinem Unternehmen projX management gmbh einen Designwettbewerb auf Einladung mit internationalen Interior Designern durchführen. Als Siegerprojekt konnten wir im März darauf das Siegerteam aus London, Martin Brudnizki Design Studio, verkünden.

Was forderte Sie besonders bei der Realisation?

Da gab es einiges. Beispielsweise die Ausgangslage im Restaurant ohne seitliche Fenster und Ausblicke. Aber auch der Umgang mit den Tages- und Nachtsituationen im Betrieb, insbesondere aufgrund der Situation mit der Glaskuppel. Des Weiteren galt es, zwei unterschiedliche Gastronomiekonzepte abzudecken. Zum einen ein optimales neues Lokal für das Matsuhisa-Restaurant, zum anderen die Nutzung des Raums durch das Hotel für eigene Betriebskonzepte und Anlässe. Umbau und Erstellung einer neuen Gebäudehülle erfolgten während zweier Jahre unter laufendem Hotelbetrieb. Der Platzbedarf für Haustechnik war sehr gross, das verfügbare bauliche Volumen jedoch mehrheitlich begrenzt. Aufwändig war auch die schalltechnische Entkopplung des Restaurants vom darunterliegenden Night Club «King's Club» mittels Tragkonstruktion, die sich über den Club spannt, und einer Zwischenschicht für Haustechnik und Dämmung.

Sind Sie zufrieden mit dem Resultat?

Ja. Die Ziele konnten erreicht werden. Mit dem stetigen Einbezug beider Betriebe ist es uns gelungen, die Ansprüche von Hotel und Restaurant zu erfüllen. Dem Briefing des Auftraggebers entsprechend finden wir heute das Restaurant «La Coupole» mit hohem Wiedererkennungswert vor. Gleichzeitig strahlt das Lokal eine Vertrautheit aus, als ob es schon immer da gewesen wäre.

Kam Ihnen die Zusammenarbeit mit der GLAESER WOGG AG entgegen?

Absolut. Die Zusammenarbeit gestaltete sich stets sehr partnerschaftlich und kompetent. Im umfassenden internationalen Planungsteam mit Interior Designer, Architekt, Bauleitung und Fachplanern wurde immer lösungsorientiert mitgearbeitet. Die GLAESER WOGG AG überzeugte zudem durch unkomplizierte Herangehensweise an die sich stellenden Herausforderungen. Die Termine im Gesamtplan konnten eingehalten werden.



Daniel Peter

Inhaber Unternehmen
projX management gmbh
dipl. Ing. ETH / MBA

Trafo Hotel, Baden

Getragen
von reicher
Geschichte,
beflügelt von
urbanem Geist



Einmal mehr zeigt sich die Innenausbaukompetenz der GLAESER WOGG AG in einem Bereich, in dem es um das besondere Erlebnis geht. Das von Atelier West Architekten AG konzipierte Trafo Hotel in Baden entstand in der einmaligen Umgebung des historischen ABB-Areals. Das besondere Design und der fortschrittliche Auftritt des Hotels machen das Trafo Hotel zu einem ganz besonderen Ort.

Im letzten Jahrhundert wurden auf diesem Areal Transformatoren und Spannungsumwandler produziert, deshalb der Name Trafo. Das neue, schöne und stylische Hotel mit seinem neuartigen Konzept verzichtet auf unnötigen Schnickschnack und orientiert sich stattdessen an wirklichen Bedürfnissen des Gastes. Erstklassiges Schlafenerlebnis, urbanes Ambiente im Herzen von Baden, Seminarräume und Kongressbereich prägen das Resultat. Gäste, die es gerne ein bisschen anders mögen, dürfen sich in diesem Hotel auf Zeitgemässes, Unkompliziertes und vor allem Persönliches freuen. Die GLAESER WOGG AG ist stolz darauf, zum gelungenen Resultat beigetragen zu haben.





Stefan Wetzel
Mitinhaber Atelier
West Architekten AG

Herr Wetzel, was erwartet die Gäste des Trafo Hotel Baden?

Ein neuartiges und elegantes Konzept mit insgesamt 81 Zimmern und ein integriertes Businesszentrum, welches die Bedürfnisse der modernen Geschäftsreisenden ideal erfüllt, einen einmaligen Blick in die Industriehalle und direkte Sicht auf die in die Fassade eingearbeiteten 660 bunten Gläser des Künstlers Ugo Rondinone, eine Vielzahl von Seminar- und Eventflächen und vieles mehr.

Sie sahen sich bestimmt einigen Herausforderungen ausgesetzt?

Die eigentliche Herausforderung beim Entwurf des Trafo Hotels bestand darin, die bestehenden Industriehallen und ihre jahrelange Geschichte lebendig zu halten und deren Charakter in der Materialisierung der Innenräume aufzunehmen. Den gewaltigen Dimensionen dieser Industrieepoche wird mit einer zweigeschossigen Eingangshalle Rechnung getragen. Sie bildet das Zentrum des Gebäudes, an das auch die Konferenzräume angeschlossen sind. Die Korridore sind bewusst dunkel gehalten und bilden einen Kontrast zu den hellen Zimmern. Der Eingangsbereich und die Nasszellen in den Zimmern sind offen gestaltet, was den Raum sehr grosszügig erscheinen lässt.



Was sagen Sie zum Resultat?

Das Ziel unseren Entwurfs bestand darin, in den einzelnen Bereichen einen «Farb- und Materialklang» zu erzeugen, ohne alle Flächen bespielen zu müssen. Die im Innenraum verwendeten Materialien sind aus dem industriellen Kontext abgeleitet. An den Wänden dominieren Tapeten in zurückhaltenden Farben, an den Decken anthrazitfarbige Streckmetalle, im Bodenbereich Teppiche mit Metallfarben. Als Gegenstück zu den farbigen Flächen ist ein Grossteil der Möblierung und der Einbauten in Weiss gehalten, was die Reflexion der Farben zulässt. Den dadurch entstandenen «Klang der Räume» erachten wir als sehr gelungen.



Fotos: René Röhli, Baden

Wie gestaltete sich die Zusammenarbeit mit der GLAESER WOGG AG?

Da sich der Entwurf auf das Wesentliche reduziert, sind besonders präzise Ausführungen bei den Details von grosser Bedeutung. Mit der GLAESER WOGG AG haben wir eine Partnerin gefunden, die den gleichen Qualitätsanspruch hat wie wir als Planer. Durch den Einbau eines Musterzimmers konnten zudem alle Details nochmals überprüft werden, was zu einem reibungslosen Ablauf bei der Ausführung geführt hat.

www.alice-choo.ch

Nichts scheint unmöglich in der Welt von Alice Choo. Gemeint ist das Ambiente, die Musik, die Darbietungen, die Gourmetküche und alles, was lange Nächte dort kurz macht. Das Atelier Estimo aus Dietikon

DAS NEUE HIGHLIGHT IM ZÜRCHER NACHTLEBEN

inszenierte eine grandiose Projektionsfläche, welche die Erwartungen der anspruchsvollen Gäste im Alice Choo's Club erfüllt, um sich im einzigartigen Lifestyle-Restaurant mit Clubbetrieb verzaubern zu lassen.





Einmal mehr konnte sich die GLAESER WOGG AG in einem speziellen Projekt in der Planung und Realisation (Eingangsbereich, Garderobe, Restaurant mit Mobiliar, Club, Privat Dining und Bar, WC) beweisen, das von der individuellen Klasse lebt. Das gesamte Alice Choo baut auf Exklusivität auf, grosse Teile des Interieurs sind Extraanfertigungen. Die Gäste erwartet nebst der aufregenden Lokalität ein kulinarischer Höhenflug in Form panasiatischer Spitzengastronomie, für welche sich das Team um den international angesehenen Starkoch Nathan Dallimore verantwortlich zeichnet. Artisten wie Feuerschucker, TurnerInnen oder TänzerInnen bieten mit ihren Shows und hochstehenden Darbietungen einen ganz speziellen Rahmen für einen Besuch. Die Kombination aussergewöhnlicher Elemente erlaubte dem Atelier Estimo, partiell aus der Norm und dem bereits Gesehenen ausubrechen und so die geschätzte Alice ins oft zitierte Wunderland zu befördern.

Das Alice Choo ist eine Erlebniswelt für alle Sinne und ein sehenswerter Zirkus für anspruchsvolle Freunde gehobener, erwachsener Ausgehkultur.»



Mario Regli

Head of Interior Design
Atelier Estimo, Dietikon

Ihre Gedanken und Leitmotive zu diesem Projekt, Herr Regli?

Innenarchitektur gibt dem Raum Identität, Charakter und Aussagekraft. Sie verkörpert Vision, Werte, Lebensstil und Kompetenz. Das Interior Design und das Betriebskonzept eines Projektes, wie es das Alice Choo darstellt, müssen Hand in Hand gehen, um eine anziehende Glaubwürdigkeit auf ihre Klientel ausüben zu können. Ein Raum ist nicht bloss Raum. Er ist die Projektionsfläche für die Inszenierung der Erwartungen der anspruchsvollen Gäste. Skurril, stylish, exklusiv und sexy, dies waren auf den Punkt gebracht die Leitmotive bei der Entwicklung der Designstory. Um diese Attribute erfolgreich im Rahmen eines Restaurantprojektes vereinen zu können, verbanden wir traditionelle Elemente mit modernem Snobismus, gespickt mit exklusiven und anspruchsvollen Einzelanfertigungen im High-End Bereich.

Welche Elemente sind das?

Um nur einige zu nennen: Gewagte Kombinationen erlesener Textilien an Stühlen und Sitzbänken, ein Empfangstresen aus exklusivem Naturstein, massgefertigte Funktionsmöbel im Privat Dining, schwarze Parsolspiegel, welche die Räume optisch vergrössern und auf stilichere Weise moderne Eleganz und Noblesse erzeugen. Sonderanfertigungen von Kronleuchtern oder Skulpturen namhafter Glasmanufakturen und eigens entwickelte Kunstinstallationen erzeugen ein einzigartiges Raumgefühl und garantieren dem Besucher einen bleibenden Eindruck. Projekte wie das Alice Choo fordern uns als Designer besonders. Eine Herausforderung, die wir aber dankend annehmen. Zum einen ist es das Komponieren und Kreieren fernab der Normen, dem bereits Gesehenen und Anerkannten, welches eine unkonventionelle Denkweise voraussetzt, und zum anderen der sehr straffe Terminplan, welcher allen Beteiligten Höchstleistungen abverlangte.







Wie war die Zusammenarbeit mit der GLAESER WOGG AG?

Kurz nach Vergabe des Projektes haben wir in sehr speditiven Werksplanungssitzungen mit der GLAESER WOGG AG sämtliche Details besprochen und geklärt. Wir arbeiteten unter Hochdruck in einem sehr engen zeitlichen Rahmen. Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, war der intensive Kontakt mit den professionellen und erfahrenen Innenausbauplanern der GLAESER WOGG AG ein wichtiger Parameter. In der Realisation des Projektes hat sich diese intensive, sensible Zusammenarbeit und das reibungslose Zusammenspiel von Planung und Umsetzung weiterhin bewährt und entscheidend zum Gelingen des Projektes beigetragen.

Wie sind Sie zufrieden mit dem Resultat?

Unsere Antwort auf diese Frage lautet stets: Unser bestes Projekt wird immer unser nächstes Projekt sein. Mit dem Resultat im Alice Choo sind wir dennoch sehr zufrieden. Das geschaffene Ambiente erfüllt unsere Erwartungen. Das geschaffene Lokal in Kombination mit den aussergewöhnlichen betrieblichen Darbietungen wird in Zürichs Nachtleben einzigartig sein. Wir sind dankbar und stolz, ein Teil dieser einmaligen Geschichte zu sein.



www.raiffeisen.ch/aadorf

Die Raiffeisenbank Aadorf ist das neueste von mehreren bemerkenswerten Bauten dieser Bank, bei denen die GLAESER WOGG AG ihre institutionelle Kompetenz im Innenausbau beweisen durfte. Bereits vor dem Umbau zeichnete sich die Kundenzone der Raiffeisenbank Aadorf durch ihre grosszügige Grundanlage mit einem Grossraum und zwei Seitenflügeln aus. In ihrer damaligen Erscheinung kam dies jedoch zu wenig zum Tragen. Der Umbau von Geisser Streule Inhelder Architekten aus St.Gallen macht diese Grundanlage erlebbar, befreit die Kundenzone von unnötigen Zwängen und wird so den Anforderungen an eine offene, zeitgemässe und kundenfreundliche Bank gerecht.

Grosszügig, einladend und von Zwängen befreit

Die neue Kundenzone hat an Grosszügigkeit und Leichtigkeit gewonnen. Der Raum wird durch eine Lichtdecke überspannt, welche für besondere Raumtiefe und Helligkeit sorgt. Zudem hat sie eine Klima- und Akustikfunktion.



Kundenhalle mit grosszügiger Verglasung

Die Kundenhalle tritt mit grosszügiger Verglasung aus dem Innenraum in Richtung Dorfplatz. In diesem Bereich befindet sich die Wartezone für Bankkunden. Nebst dieser Lounge bleibt Raum als Verweilmöglichkeit für Kleinkinder. Dem Bancomat im Aussenbereich angegliedert ist neu eine 24h-Zone, ergänzt mit einem Münz- und Noteneinzahler. Die Verbesserung der Infrastruktur sorgt für mehr Sicherheit für Kunden und Mitarbeiter.



Beratungsdesk als Highlight

Zentral in der Kundenhalle erinnert der mäanderförmige, weisse Beratungsdesk aus Acrylstein an den Bachlauf aus dem Aadorfer Wappen. Seine Form sorgt für grösstmöglichen Diskretionsabstand der Kunden. Eine der drei Anlaufstellen ist speziell für hohe Kundenfrequenzen konzipiert. Rückseitig zum Desk steht ein etwas höheres Möbel, ebenfalls aus Acrylstein, mit Drucker, Kopiergerät und ausreichend Platz für Büromaterialien und Broschüren. Zudem erfüllt es die Funktion, Frischluft in den Raum abzugeben. Beide Möbel, von der GLAESER WOGG AG angefertigt, wirken ruhig, sind jedoch ausgestattet mit zahlreichen Funktionen.

Frau Schmid, wie würden Sie das architektonische Konzept beschreiben?

Zentral geht es um die Schaffung maximaler räumlicher Flexibilität, Helligkeit und Leichtigkeit bis in die Raumtiefen. Durch die Grösse des Gebäudes unterstreichen wir die Öffnung der Seitenflügel zum Hauptraum. Die seitlichen Räume wurden durch die Holzaukleidung diskret und kundenfreundlich gestaltet. Die seitlichen Wände zeigen wir massiv und betonen dies mit Licht in den Leibungen.

Welche Ziele lagen Ihnen nahe?

Uns ging es um maximale Flexibilität auch für zukünftige Entwicklungen. Dazu gehört die Eliminierung der vier tragenden Betonstützen, welche je 60 Tonnen getragen haben. Für die Kunden wichtig: hohe Diskretion, hoher Sicherheitsanspruch, freundlicher Empfang, gute Vertrauens-

Ausgeprägtes Raumgefühl

Eine einfache Glasfront trennt die Arbeitsbereiche akustisch von der Kundenhalle. Dahinter liegen zwei Büros für die Mitarbeiter. Als Kontrast zur offenen Bankhalle öffnen sich in den Seitenflügeln die beiden Beraterräume. Grosse und imposante Flügeltüren lassen diese Konzeption räumlich spürbar werden. Durch die Auskleidung mit Kerneschenholz entsteht ein komplett anderes Raumgefühl mit mehr Behaglichkeit und Diskretion. Im offenen Zustand wird dieses Raumgefühl in die Kundenhalle geleitet.



Katrin Schmid
BSc FHO in Architektur
Geisser Streule Inhelder
Architekten, St.Gallen

basis und ein angenehmes Raumgefühl. Die Kundenhalle und alle Nebenräume sind hoch technisierte Räume. Ein grosses Ziel war es, diese Technik zu integrieren und unsichtbar zu machen.

Sind Sie zufrieden mit dem Resultat?

Mit dem Endresultat und den Produkten der GLAESER WOGG AG sind wir zufrieden. Der Beratungsdesk und das rückseitige Möbel sind eines der vielen Highlights in der Kundenhalle. Das Material haben wir ausgewählt dank den hervorragenden Eigenschaften bei Belastbarkeit und Langlebigkeit. Ein grosser Teil der Möbel wurde im Werk vorfabriziert, vor Ort zusammengebaut und angepasst. Die GLAESER WOGG AG überzeugte durch unkomplizierte Auftragsabwicklung, gute Beratung, hohe Qualität der Planung und des Endprodukts und nahm Kundenwünsche flexibel auf.

Conduct One der GLAESER WOGG AG

Revolutionäres Licht-Regalsystem ohne Kabel

Revolutionär, warum? Die vier Ausführungsvarianten sehen nicht nur sehr gut aus – sie bieten auch einen besonderen Clou. Conduct One leuchtet ohne Kabel. Conduct One gibt es als Wandschienenregal, C-Regal, Wandregal und als frei stehendes Regal.



«Für einen starken Auftritt braucht es keine Kabel. Nur eine gute Idee.»

Neuartige Technologie

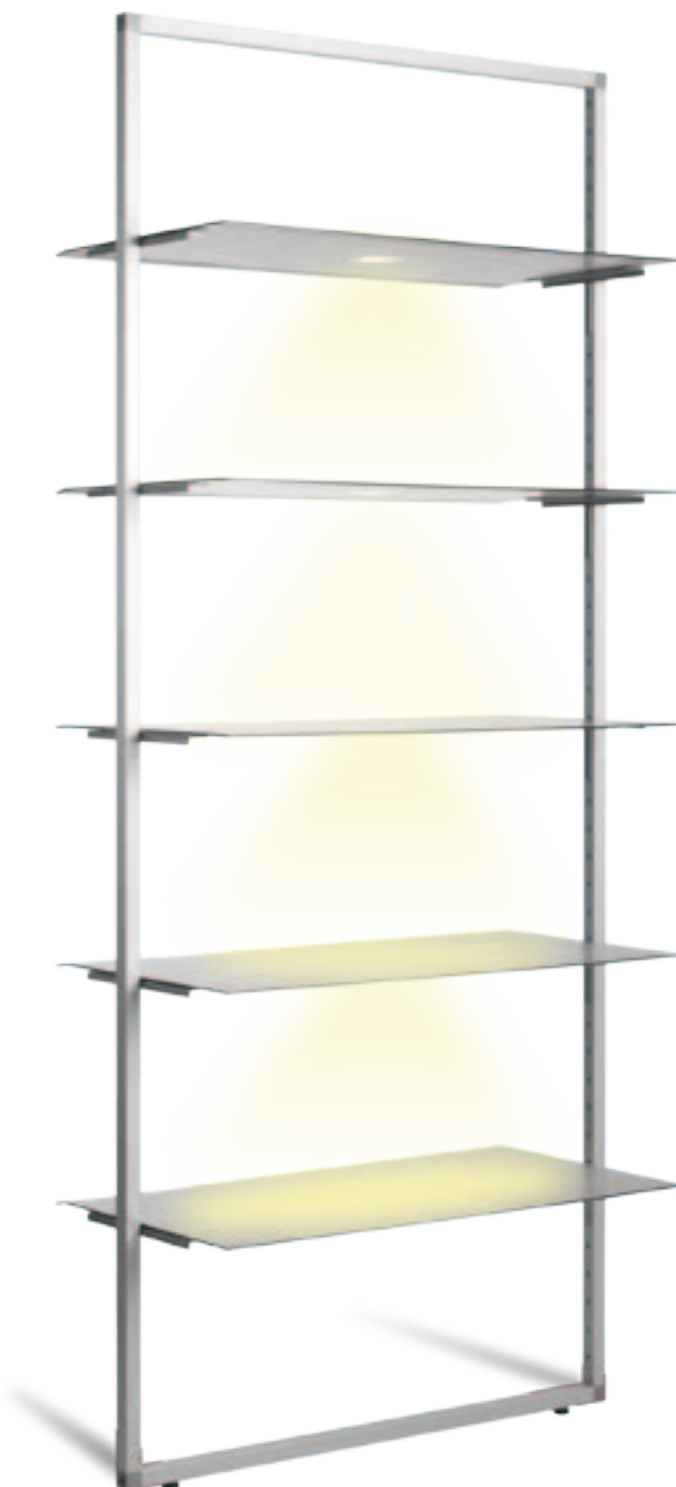
Mit einer bisher nicht bekannten Technologie erfolgt die Energiezuführung. Nicht über Kabel, sondern direkt über das Regalprofil und die Aluminiumverbund-Tablare. In den hauchdünnen Tablaren sind LED-Komponenten integriert. Deshalb bieten sich Raum und optimale Möglichkeiten, Ihre Waren in Szene zu setzen.

Das Produkt ist der Star

Auf der Unterseite der Tablare sorgen Leuchtdioden dafür, dass sich die darunter angeordneten Waren in bestem Licht zeigen. Die reine Form der Präsentation. Das Produkt ist der Star. Auf faszinierende Weise wird es – ohne Ablenkung – ins richtige Licht gerückt. In formreduzierter Eleganz überzeugt das Regalsystem Conduct One ohne den üblichen Ballast. Keine unförmigen Leuchtquellen. Keine Blenden oder Verkleidungen. Dafür eine beeindruckende Inszenierung.

Neues Zeitalter

Mit Conduct One beginnt ein neues Zeitalter der Warenpräsentation. Aus zwei zukunftsweisenden Technologien entstand ein einzigartiges Produkt: Conduct One. Neuartige LED-Technologie verbindet sich mit dem Aluminiumverbundwerkstoff Alucobond und ermöglicht ein Regalsystem ohne störende Kabel, das gleichzeitig Energie einspart.



Herr Schönholzer, wie kam es zur Idee zu diesem Produkt?

Der Retail-Markt bewegt sich weg von einer leistungsstarken Allgemeinbeleuchtung mit einer Anschlussleistung von zeitweise mehr als 30 W/m² hin zu einer energieeffizienten und grundsätzlich schwächeren Grundbeleuchtung von 10 bis 15 W/m². Verstärkt wird jedoch gleichzeitig die direkte und akzentuierte Beleuchtung auf die Produkte. Dies kann nun am besten gelöst werden, indem das Licht direkt in die Regale integriert wird. Conduct One bietet dazu als Weltneuheit qualitativ hochwertige, technisch ausgereifte, effiziente und moderne Lösungen an.

«Conduct One schafft auf emotionale Weise einen uneingeschränkten Zugang zum Produkt.»



Heinz Schönholzer
CEO GLAESER WOGG AG

Was zeichnet Conduct One aus?

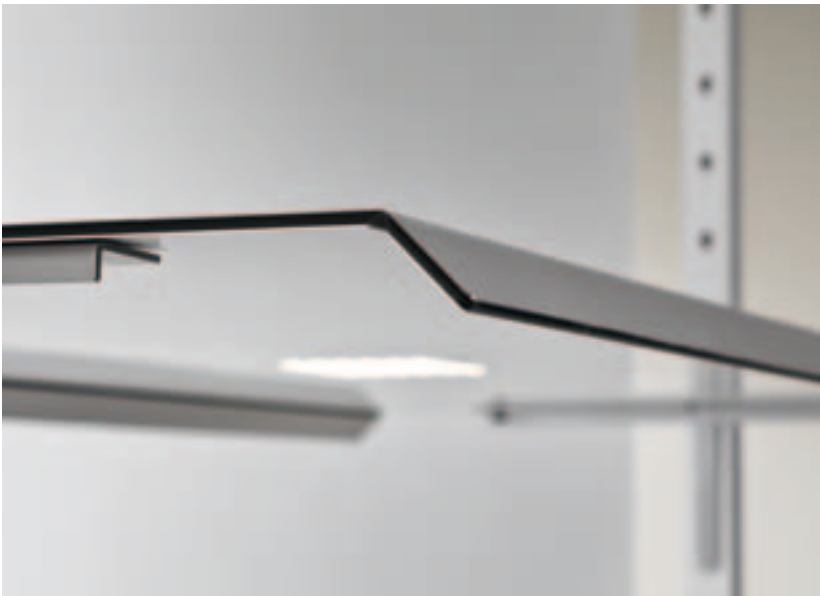
Die LED-Technik bietet die beste Grundlage für ein qualitativ hochwertiges Licht. Entscheidend sind unterschiedliche Anschlussleistungen, die Wählbarkeit der Lichtfarbe, die Qualität der Wiedergabe, die Energieeffizienz und der kabellose Anschluss. Moderne Materialien und die sehr kleine Einbautiefe (bzw. die Dicke des Regals) ab 4 mm ermöglichen einen vielfältigen Einsatz und neuartige Präsentationsmöglichkeiten. Das Produkt im Fokus, ausgestellt auf eine neuartige Weise, erhöht die Aufmerksamkeit und das Interesse der Kunden.

Welche Varianten sind erhältlich?

Es sind diverse Ausführungen für den Einsatz in einem horizontalen elektrifizierten Schlitzsystem für Wand- und Mittelraumanlagen und frei stehend in einem vertikal ausgelegten Regalsystem verfügbar. Bei beiden Grundausführungen sind Leistung, Farbe, Grösse und Form im Rahmen der technischen Machbarkeit anpassbar an die Kundenbedürfnisse.

Wo kommen die Regalsysteme zum Einsatz?

Überall, wo Produkte in einer spezielleren Art und Weise präsentiert werden sollen, z.B. in Warenhäusern, in Modehäusern, bei Optikern, in Bijouterien, in Souvenirläden und bei vielen anderen Anwendungen ...



Die Stromzufuhr erfolgt nicht wie gewohnt über Kabel, sondern direkt über das Profil und die Tablare aus dem Aluminiumverbundwerkstoff Alucobond.

Obschon nur hauchdünn, verfügen die Tablare über eine eingebaute LED-Beleuchtung. Conduct One ist ein ideales Präsentationstool, perfekt auf individuelle Vorstellungen abstimmbare.



Keine Blenden oder Verkleidungen.
Dafür eine beeindruckende Inszenierung.



Die reine Form der Präsentation.
Das Produkt ist der Star.



Leicht, flexibel und robust. Leuchtdioden sorgen dafür, dass sich die Waren in bestem Licht zeigen.

Prof. Dr. Klaus Haake wird neuer Verwaltungsrats- präsident der GLAESER WOGG AG

Klaus Haake übernimmt ab 1. April 2015 das Amt des Verwaltungsratspräsidenten bei der GLAESER WOGG AG. Er löst damit Willi Glaeser ab, der weiterhin für spezielle Aufgaben der GLAESER WOGG AG zur Verfügung stehen wird. Die operative Leitung des Unternehmens liegt wie bis anhin in den Händen von CEO Heinz Schönholzer.

Klaus Haake ist Professor für Unternehmensführung an der Steinbeis Universität in Berlin und Lehrbeauftragter an der Universität St. Gallen. Als Gründungspartner der HSP-Consulting AG berät er seit über 20 Jahren KMU in betriebswirtschaftlichen Fragen, insbesondere im Bereich Strategieentwicklung.



Klaus Haake

Designierter Verwaltungsratspräsident der
GLAESER WOGG AG



V.l.n.r.: Klaus Haake, neuer
Verwaltungsratspräsident
bei der GLAESER WOGG AG.
Willi Glaeser, bisheriger
Verwaltungsratspräsident.
Heinz Schönholzer, CEO.

*«Engagement – Distanz – Nähe.
Die Begriffe scheinen sich zu widersprechen,
aber nur auf den ersten Blick.»*



«Die GLAESER WOGG AG ist eine gut aufgebaute und geführte Firma mit ausgezeichnetem Renommee und hat einen sicheren Platz in der Schweizer Wirtschaft.»

Herr Prof. Dr. Haake, in welchem Zusammenhang hörten Sie erstmals von der GLAESER WOGG AG?

Das war vor über zwanzig Jahren, als ich Willi Glaeser als Obmann einer meiner Unternehmergruppen kennen und schätzen gelernt habe. Er hat mich als «Greenhorn» in die Gruppe eingeführt, die ich seither betreuen darf. Die Marke WOGG mit ihren faszinierenden Möbeln ist mir immer wieder aufgefallen, sei es bei Freunden, in Hotels oder in Lifestyle-Magazinen.

Wie kam es zur Vereinbarung für Ihr Mandat als Verwaltungsratspräsident?

Seit Jahren darf ich mit Heinz Schönholzer im Rahmen der vorgängig genannten Unternehmergruppe zusammenarbeiten. Zudem hat unsere Beratungsfirma mit einer breit abgestützten Zufriedenheitsstudie aus dem Kreis der «Key accounts» die zukünftige Ausrichtung der Firma unterstützt. Ebenso fanden im Vorfeld der Zusammenlegung der beiden Firmen Glaeser und WOGG zur GLAESER WOGG AG Interviews statt, die Einfluss auf die weiteren Entscheide hatten. Während dieser Zeit haben wir uns gegenseitig kennen und schätzen gelernt. Natürlich hat es mich dann sehr gefreut, als Heinz Schönholzer mir den Eintritt in den Verwaltungsrat anbot: Eine Herausforderung, die ich gerne angenommen habe.

Wie werden Sie dieses Mandat wahrnehmen?

Lassen Sie mich drei Stichworte nennen: Engagement – Distanz – Nähe. Die Begriffe scheinen sich zu widersprechen, aber nur auf den ersten Blick. Ich habe mir vorgenommen, das Mandat mit viel **Engagement** anzupacken. Ich möchte ein aktiver Verwaltungsrat sein, der die Geschäftsleitung mit kritischen Fragen und selbständigen Impulsen weiterbringt. Die Zeiten, in denen Verwaltungsräte mit Familienangehörigen, Militärkollegen und einem Juristen besetzt wurden, sind passé. Heute sind vertiefte betriebswirtschaftliche Kenntnisse und – vor allem in KMU – generalistisches Wissen gefordert. Ich hoffe, beides einbringen zu können. Der Verwaltungsrat ist zwar gemäss OR «die oberste Geschäftsführung» und hat als solches undelegierbare Aufgaben. Andererseits ist er keine Schattengeschäftsführung. Aktive, pragmatische Menschen, und dazu zähle ich mich, müssen sich daher hüten, zu sehr ins operative Geschäft einzugreifen. Das erfordert eine gewisse **Distanz**, die es mit Selbstdisziplin zu wahren gilt. In meinem Fall ist die Entfernung des Firmensitzes zu meinem Büro hilfreich. Zur **Nähe**: Ich werde ins gut ausgebaute Controlling der GLAESER WOGG AG eingebunden und kann dadurch die zentralen Steuerungsgrössen zeitnah verfolgen. Der VR tagt viermal im Jahr, dazu kommt eine Budgetierungssitzung. Darüber hinaus sind Heinz Schönholzer und ich in anderen Gremien in ständigem Kontakt. Was vermutlich genauso wichtig ist: Ich habe den anderen Mitgliedern der Geschäftsleitung, Roland Leutwyler und Andreas Weissbrodt, ein immer offenes Ohr angeboten. Alles in allem sollte dies sicherstellen, dass mein Bezug zur Firma eng genug ist.

Wie schätzen Sie das Potenzial der GLAESER WOGG AG ein?

GLAESER WOGG AG ist eine gut aufgebaute und geführte Firma mit ausgezeichnetem Renommee und hat einen sicheren Platz in der Schweizer Wirtschaft. Zwar wachsen weder im Innenausbau noch im Möbelbereich die Bäume in den Himmel, aber ausgezeichnete Qualität und Beratung sowie verlässliche Partner finden ihre Kunden. Ich weiss aus unserer HSP-Befragung, dass GLAESER WOGG AG mit sehr wenigen Mitbewerbern in der Lage ist, Grossprojekte bei höchsten Qualitätsansprüchen termingerecht zu realisieren. Die aktuelle Infrastruktur erlaubt industrielles Arbeiten und somit marktgerechte Preise. Die zentrale Lage im Grossraum Zürich stellt sicher,

«Natürlich hat es mich sehr gefreut, als Heinz Schönholzer mir den Eintritt in den Verwaltungsrat anbot: Eine Herausforderung, die ich gerne angenommen habe.»

dass wir nahe an unseren Kunden sind. Auch die Designer-Möbel von WOGG erleben derzeit ein Revival. Es gibt, nicht nur in der Schweiz, eine zahlungskräftige Kundschaft, die Wert auf modernes, zeitloses Design legt. Ich will aber nicht verhehlen, dass die aktuelle Währungsproblematik eine Herausforderung ist. Werden wir den Euro-bedingten Preisschub im Ausland ohne Volumenverluste bewältigen können? Mit einem verstärkten und gestrafften Vertriebsnetz haben wir jedenfalls die Grundlagen hierfür gelegt.

Gibt es aus Sicht Ihrer HSP-Tätigkeit ein Strategierezept für Unternehmen, das Sie für besonders wirksam halten?

Seit über zwanzig Jahren widme ich mich dem Thema Strategie; zunächst wissenschaftlich, dann als Berater in der Konzeptions- und Umsetzungsbegleitung. Daher bin ich der Überzeugung, dass «Normstrategien» des Teufels sind. Jede Unternehmung muss ihren Platz im Konzert der Mitbewerber finden und versuchen, diesen mit USPs (Unique selling propositions) zu verteidigen. Wichtige betriebswirtschaftliche Aspekte in der strategischen Führung sind jedoch die breite Verankerung der strategischen Ziele im Kader, was oft auch als Unité de doctrine bezeichnet wird. Und natürlich deren konsequente Umsetzung; man darf nicht schon beim ersten Gegenwind des Marktes umfallen. Die aktuelle Neufestlegung der Unternehmensstrategie gibt mir Gelegenheit, mein diesbezügliches Wissen einfließen zu lassen.

Haben Sie spezielle Vorlieben in Ihrer Freizeit?

Skifahren, Tauchen, Fitness und Lesen haben einen hohen Stellenwert in meiner Freizeit. Gelesen wird alles, was mir in die Hände fällt: Von den drei Sonntagszeitungen bis hin zu Belletristik, meist in deutscher Sprache, gerne aber auch einmal in Englisch oder Französisch. Und natürlich widme ich mich meiner Familie, obwohl unsere beiden Söhne schon fast flügge sind.

WOGG LIVA

Wohnen und Arbeiten als Synthese



SWISS MADE mit WOGG auf höchstem Niveau: Das neue in den Abmessungen grosszügige Bigboard ist mittels Schubladen oder Hängeregister das i-Tüpfchen für das Büro zuhause.



Grosszügig, offen: das neue Openboard von WOGG. Für Bücher, Dekoration oder andere Liebhabereien.

Aesthetics for living and home office, heisst der Aufhänger. Er bringt auf den Punkt, wie sich in der modernen Zeit Wohnen und Arbeiten immer mehr verschmelzen. Die Antwort von WOGG auf diese Herausforderung heisst LIVA. Diese Produktlinie verbindet konsequent die Idee der Aufbewahrung und der Präsentation für ästhetisches Wohnen und Arbeiten zuhause.

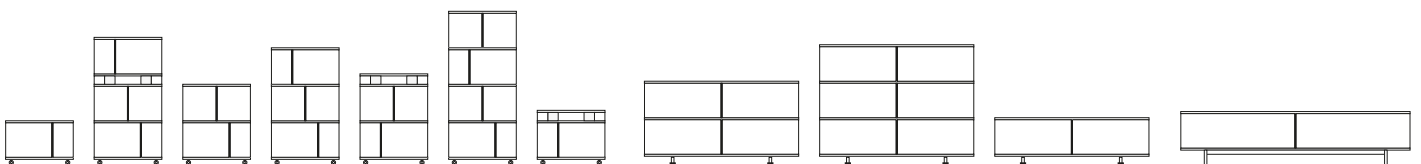


Das neue Accessoires-Paket – ebenfalls Design Benny Mosimann –, eingebettet in der Produktlinie WOGG ARON, welches sich sowohl mit der WOGG-LIVA-Produktlinie als auch mit der ganzen Kollektion kombinieren lässt. Im Gegensatz zu den schwarzen oder weissen Möbelstücken bilden die Accessoires die farbigen Akzente.

«WOGG-LIVA-Produkte bereichern, am richtigen Ort eingesetzt, mit ihrer leichten und zeitlosen Erscheinung räumlich und funktional sowohl die Wohn- als auch die Home-Office-Welt.»

WOGG LIVA als Neuheit an der «imm cologne» 2015

Die Verschmelzung Wohnen und Arbeiten verlangt nach neuen Ausdrucksformen, nach Möbelstücken, die sowohl für das eine wie auch für das andere im Sinne von grösster Identifikation stehen. WOGG entwickelt und produziert ästhetisch hochwertige Produkte, welche sich diesen beiden Welten Living und Home Office mit ästhetisch hohen Ansprüchen verschreiben. Das bewies WOGG beim Auftritt an der «imm cologne» im Januar 2015 in Köln eindrücklich.



WOGG LIVA Ellipsetower

WOGG LIVA Classicboard

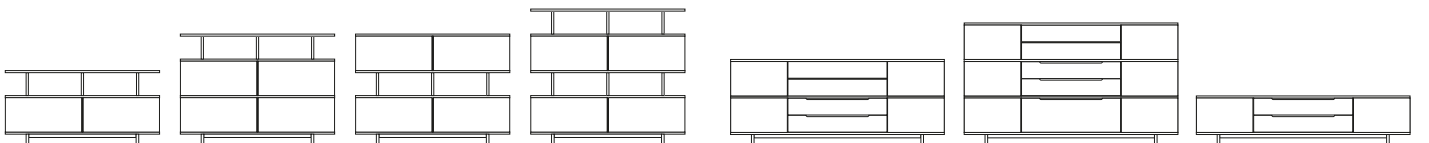
WOGG LIVA Longboard

Maximen und Pioniergeist

Wogg-Maximen und Pioniergeist spielen im Umgang mit neuen Materialien und innovativen Verarbeitungstechniken eine bedeutende Rolle. Daraus wird Qualität sowohl in Optik als auch in Verarbeitung und Funktion generiert. So auch bei der Produktlinie WOGG LIVA. Sie vereint die bisherigen WOGG-Klassiker – Ellipsetower, Classicboard und Longboard – aus der Handschrift von Designer Benny Mosimann mit zwei neuen Möbelkreationen desselben Designers, dem Openboard und dem Bigboard.

Spielerische Ebenen

Die Idee von Aufbewahrung und Präsentation zeigt sich bei den Schiebetüren, mal geschlossen und verbergend, dann offen oder halb offen, unterschiedlich in Abmessungen und Höhen. Spielerisch wechseln sich geschlossene Flächen mit offenen Etagen ab, oder ein bestimmtes Innenleben zeigt sich nach aussen. Das neue Openboard, wie es der Name bereits verspricht, hat eine grosszügige offene Präsentationsfläche für Bücher, Dekoration oder andere Liebhabereien. WOGG verkörpert SWISS MADE auf höchstem Niveau: Seit 1983 entwickelt Wogg hochwertige Möbel und stellt sie in den eigenen Werkstätten her.



WOGG LIVA Openboard

WOGG LIVA Bigboard

Kreative Köpfe bei GLAESER WOGG AG

Die absolute Konzentration im Konferenzraum ist förmlich zu spüren. Papier- und Kartonmodelle liegen am Boden und stapeln sich auf den Tischen. Zehn Designer, fünf aus Japan und fünf aus der Schweiz, tüfteln an Gegenständen, die aus einem speziellen Aluminium-Kunststoff-Verbundmaterial geschaffen werden könnten.



Willi Glaeser, Verwaltungsratspräsident,
GLAESER WOGG AG



Veranstalter und Gastgeber ist der 75-jährige Willi Glaeser, der seit 15 Jahren mit diesem Verbundmaterial experimentiert. Schweizweit zum ersten Mal fand im Februar 2015 ein «Swiss Japan Design Workshop» in den Räumlichkeiten von GLAESER WOGG AG in Baden-Dättwil statt.



«Die zehn Designer waren frei in der Wahl, was sie gestalten möchten.»



«Vorgesehen ist die Fortsetzung des Workshops in Japan - mit der gleichen Besetzung.»



Idee von Willi Glaeser

Willi Glaeser selber hat sich aus Altersgründen zwar schon seit Jahren aus dem operativen Geschäft der GLAESER WOGG AG mit Sitz in Baden-Dättwil zurückgezogen, ist aber in anderen Bereichen immer noch aktiv. «Ich war im Vorstand von Ingenious Switzerland.» Dieser Verbund hat vom Bund die Aufgabe, sich der Förderung von Exportgeschäften – Architektur, Ingenieurwesen und Design – anzunehmen. Um konkurrenzfähig zu bleiben, gerade angesichts der aktuellen Euro-Krise, müsse man etwas tun, ist Willi Glaeser überzeugt. So erstaunt nicht, dass die Idee zu einem japanisch-schweizerischen Design Workshop von Willi Glaeser selber kommt.

Neue Produktideen generieren

«Die Japaner haben viele gleiche Werte wie wir Schweizer. In Sachen Qualität und Exaktheit sind sie jedoch noch extremer als wir», sagt Willi Glaeser, der während gut 20 Jahren regelmässig nach Japan reiste. Zudem bestünde der älteste Handelsvertrag der Schweiz nicht etwa mit einem europäischen Land, sondern mit Japan. Heuer feiert denn auch die Zusammenarbeit zwischen der Schweiz und Japan ihr 150-Jahr-Jubiläum. Aus diesem Grund findet in Tokio aktuell eine entsprechende Ausstellung statt.

Einfach und anspruchsvoll zugleich

Die Aufgabe, die den zehn Designern zu Beginn des Workshops gestellt wurde, ist simpel und anspruchsvoll zugleich. Sie sollen aufzeigen, was mit diesem äusserst leichten, strapazierfähigen, wetterfesten und faltbaren Material alles kreiert werden kann. Es ist leichter als Aluminium und hat den Vorteil, dass es, wie etwa ein Buch, zusammenklappbar ist. Diesen Vorteil haben Carlo Clopath aus Trin und sein Workshop-Kollege Christophe Guberan aus Lausanne noch so gerne aufgegriffen. Sie haben ein Schranktürmodell entwickelt, das gänzlich ohne Scharniere auskommt. Carlo Clopath ist kein Unbekannter, hat er doch 2014 für seine Kochutensilienkreation den Schweizer Design-Preis geholt.

Konzentration und Spass im Einklang

Mit von der Partie sind auch die Japanerin Yoko Yasunishi und ihr Partner Yusuke Hayashi. Sie haben sich zum Ziel gesetzt, ein spezielles Sitzbank- und Beleuchtungsdesign zu entwerfen. Den beiden, die seit rund 15 Jahren im Designbereich zu Hause sind, macht der Workshop in Baden-Dättwil grossen Spass. Die zehn Designer arbeiten ohne konkrete Vorgaben. An der internen Präsentation stellen alle Designer ihre Kreationen vor. Vier Projekte, davon zwei schweizerische und zwei japanische, sind in Kooperation mit den jeweiligen Designern vorgesehen für eine Machbarkeitsstudie. Davon erhofft man sich zwei mögliche Prototypen.

Teilnehmer der Jury

- Heinz Schönholzer, CEO, GLAESER WOGG AG
- Mark Werder, Bereichsleiter WOGG, GLAESER WOGG AG
- Martin Weiss, Technischer Leiter, GLAESER WOGG AG
- Willi Glaeser, Verwaltungsratspräsident, GLAESER WOGG AG

«Das Ziel des Workshops ist es, einerseits zu neuen Produktideen zu kommen und andererseits, auf sich aufmerksam zu machen.»

Kontext

Die Veranstaltung «Swiss Japan Design Workshop» wurde von verschiedenen eidgenössischen Gefässen gesponsert und steht unter dem Patronat des SIA (Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverband). Das Konzept wurde im Exportförderungsgefäss Ingenious Switzerland erarbeitet, das seit 2014 im SIA integriert ist. Willi Glaeser war im Vorstand von Ingenious Switzerland. Er ist auch heute noch eng mit den Verantwortlichen verbunden. So wurde Glaesers Idee, mit einem entsprechenden Workshop auf das hochstehende schweizerische und japanische Design-Handwerk aufmerksam zu machen, gerne aufgegriffen und unterstützt. Ob weitere solche Workshops in der Schweiz folgen könnten, wird nach Abschluss der Premieren-Veranstaltung entschieden.

10

Ausgaben

«G-Style»-Magazin

Rückblick und Fazit



Die zehn Ausgaben des «G-Style»-Magazins offenbaren ein fulminantes Spektrum. Mit den über 50 Namen von Architekten, Designern, Planern, Bauherren und Unternehmern verbunden sind einzigartige und ambitionierte Projekte, in jedem Falle auch die Realisations- und Planungskompetenz der GLAESER WOGG AG. Abgedeckt und dokumentiert sind hochstehende und spannende Herausforderungen und Projekte in den Bereichen Gastro, Shop und Institutionen. Tolle Bilder, bereichert mit Hintergrundinformationen, prägen jedes einzelne «G-Style»-Magazin. Die engagierten Statements der Interviewpartner tragen massgeblich dazu bei, dem «G-Style»-Magazin eine vortreffliche Beachtung zu sichern.

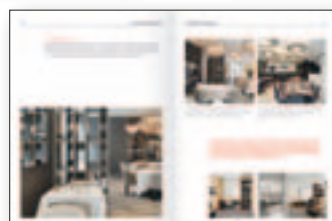
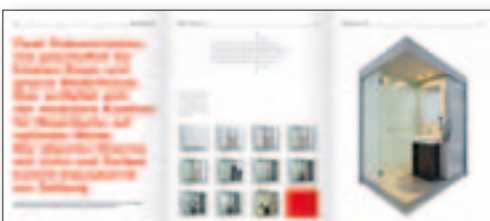


Schuh-bl-du-bi-du
 Ein beschwingtes
 Gefühl erfüllt die
 Kunden auf Schritt
 und Tritt beim Flanieren
 durch die neuen
 Räumlichkeiten.
 Der Mensch hat hier
 Raum, wird nicht
 eingeengt, kann sich
 locker und entspannt
 von seinen Wünschen
 leiten lassen.



Christoph Abereg
 Innenarchitekt und Designer
 zum Restaurant Molino, Vevey:

*«Mutige Investoren, kreative Köpfe
 und pragmatische Realisatoren.»*



Interviewpartner und Projekte



Jean-Lucien Gay

Architekt und Designer zum Projekt
Raiffeisenbank Kreuzplatz, Zürich:

*«Höchstleistungen
unter Zeitdruck.»*



*«In Europa sucht
man vergeblich
nach etwas
Vergleichbarem.»*

Ushi Tamborriello

Szenografin und Innenarchitektin zum
Bullyversum, Bavaria Studios, München

G-Style Nr. 1 | **Dr. Regula Pfister**, CEO und Präsidentin Verwaltungsrat ZFV-Unternehmungen, Zürich (Sorell Hotel Rütli, Zürich) | **Peter Curiger**, Innenarchitekt, Sempach (Sorell Hotel Rütli, Zürich) | **Alfred Steiner**, Gründer Molino-Gruppe, Zürich (Pizzeria Molino, Vevey) | Christoph Aberegg, Innenarchitekt, Zürich (Pizzeria Molino, Vevey) | **David Munz**, dipl. Architekt dipl. Architekt ETH SIA, Meierhofer Munz Architekten (Zürich Non-Schengen, Zürich Flughafen) | **G-Style Nr. 2** | **Michael H. Schicker**, dipl. Ing., Leiter Interior Design Steigenberger Hotels (Hotel Steigenberger Graf Zeppelin, Stuttgart) | **Ralf Fessel**, Leiter Gastronomiefachplanung proma Fox AG, Bad Zurzach (Fashion Café Bar, Flughafen Zürich) | **Hans Tschirren**, Hotelier, Bern (Brasserie Capitol Tschirren, Bern) | **Markus Stucki**, Innenarchitektur FH/VSI Zürich (Raiffeisenbank Oberrohrdorf) | **G-Style Nr. 3** | **Jean Lucien Gay**, Projektverantwortlicher, NAU GmbH, Zürich (Raiffeisenbank Kreuzplatz, Zürich) | **Carlo Schertenleib**, Verwaltungsrat, Davos Klosters Bergbahnen (Hotel Ochsen 2, Davos) | **Roger J. Copeland**, Managing Director, Detail Group GmbH, Zürich (Lindt & Sprüngli, München) | **Tanja Fischbach & Christoph Aberegg**, Gastrokonzept GmbH, Zürich (Hotel Grischa, Davos) | **G-Style Nr. 4** | **Ushi Tamborriello**, Szenographin und Innenarchitektin, Rieden bei Nussbaumen (Bullyversum – Bavaria Studios, München) | **Karsten Henkel**, dipl. Ing, Senior Projektmanager Emch+Berger AG, Basel (Citibank, Primetower, Zürich) | **Jo Brinkmann**, Innenarchitekt, Zürich (Hotel Schweizerhof, Zürich) | **G-Style Nr. 5** | Stephan Knöpfel, Gesamtprojektleiter HRS Real Estate AG, Zürich (Dock B, Flughafen Zürich) | **Alexandro Bühl**, Associate Projektleiter, dipl. Architekt ETH, Itten+Brechtbühl AG, Zürich (Flughafen SIKO, Flughafen Zürich) | **Franziska Lenz**, dipl. Architektin FH, Lenz, Voneschen & Partner, Lenzerheide (Raiffeisenbank Lenzerheide) | **Rudolf Schweizer**, Innenarchitektur, Muri BE (Hotel du Commerce, Basel) | **G-Style Nr. 6** | **Andrea Walt Mohr**, dipl. Architektin Projektleiterin, Zürich (Pädagogische Hochschule - PH, Zürich) | **Alfredo Häberli**, Design Development, Zürich (25hours Hotel, Zürich West) | **G-Style Nr. 7** | **Andreas Haderlein**, Wirtschaftspublizist und selbstständiger Unternehmensberater, Frankfurt am Main (Gastautor) | **Emil Bosshard**, Präsident der Ortsbürgerkommission Wettingen (Schloss-Restaurant Scharfenfels, Wettingen) | **Ushi Tamborriello**, Szenografin und Innenarchitektin, Rieden bei Nussbaumen (Seerose Resort & Spa, Hallwilersee) | **Felix Suhner**, Inhaber Seerose, Meisterschwanden (Resort & Spa, Hallwilersee) | **Claudia Silberschmidt**, Innenarchitektin, Atelier Zürich



Rolf Hiltl

Inhaber Haus Hiltl über über die erste Vegi-Metzg der Schweiz:

«Unsere Vegi-Metzg entspricht dem Stil eines vornehmen Tante-Emma-Ladens.»



Alfredo Häberli

Designer und Architekt
zum 25hours Hotel, Zürich West:

«Ein sprudelnder Vulkan an Farben.»

(Sternen Grill, Zürich) | Andreas Akermann, MAS in Bank Management Leiter Private Clients, VermögensZentrum, Zürich (Vermögens-Zentrum, Zürich) | **Jean-Lucien Gay, Marc Guinand**, DGJ + NAU Arge (VermögensZentrum, Zürich) | **Jean-Luc Bögli**, Inhaber Bögli Trading & Selling AG, Bülach (Edelweiss-Shop, Interlaken) | **Jürg Welti**, Leiter Corporate Communications Globus (Globus Schmuckabteilungen, Basel, Bern, Luzern) | **G-Style Nr. 8** | **Dr. Mirjam Hauser**, Senior Researcher und Trendforscherin am GDI Gottlieb Duttweiler Institut (Gastautorin) | **Rolf Hiltl**, Inhaber Haus Hiltl, Zürich (Hiltl Restaurant und Vegi-Metzg, Zürich) | **Ushi Tamborriello**, Szenografin und Innenarchitektin, Rieden bei Nussbaumen (Hiltl Restaurant und Vegi-Metzg, Zürich) | **Norbert Nothhelfer**, Gesamtprojektleiter, HRS Real Estate AG, Bern (Campus Brugg Windisch) | **Christoph Bader**, Projektleiter Immobilien Aargau Departement Finanzen und Ressourcen (Campus Brugg Windisch) | **Carmen Gasser Derungs und Remo Derungs**, gasser, derungs innenarchitekturen gmbh, Zürich (Strohmuseum im Park, Wohlen) | **Didier Blanchard**, Mitglied der Direktion Olympisches Museum, Lausanne (Olympischer Museum, Lausanne) | **Franz Türler sen. und Franz Türler jun.**, Zürich (Türler Airside Center, Level 1, Flughafen Zürich | **G-Style Nr. 9** | Köbi Gantenbein, Cheredaktor und Verleger Hochparterre (Gastautor) | Volker Mau, Projektleiter, dipl. Ing. Arch. Mitglied der Geschäftsleitung Holzer Kobler Architekturen, Zürich (Kino Rex, Thun) | **Martin Schwarzenbach**, Mitglied der Geschäftsleitung Oberholzer & Brüscheweiler Architekten AG, Küsnacht (Golfclub Dolder Zürich, Clubhaus) | **Karin Zürcher**, dipl. Technikerin Hochbau TS, Itten+Brechbühl AG, Bern (The Dolder Grand, Gallery Lounges/Terrazza Suite, Zürich) | **Riccardo Fardo**, Leiter Store Factory Manor, Uster (Manor ShoppiMall, Spreitenbach) | **Jacques Morgeneegg**, Chef de Projets landside chez Genève Aéroport (Flughafen Genf) | **Norbert Nothhelfer**, Gesamtprojektleiter, HRS Real Estate AG, Bern (Rennbahnklinik, Muttentz) | **Veronika Elsener**, Projektverantwortliche Victorinox, Ibach (Victorinox Bunkamura-Gallery, Shibuya-ku, Tokio) | **G-Style Nr. 10** | **Marco Dionisio**, Inhaber und Geschäftsführer der dioma® ag, Bern (Gastautor) | **Mario Regli**, Head of Interior Design, Atelier Estimo, Dietikon (Alice Choo's Club, Zürich) | **Stefan Wetzel**, Inhaber Atelier West Architekten AG, Baden (Trafo Hotel, Baden) | **Katrin Schmid**, BSc FHO in Architektur, Geisser Streule Inhelder Architekten, St.Gallen (Raiffeisenbank Aadorf, Aadorf) | **Daniel Peter**, Inhaber Unternehmen projX management gmbh dipl. Ing. ETH / MBA, Pontresina (Badrutt's Palace Hotel, St. Moritz).



GLAESER WOGG AG Im Grund 16, Dättwil, CH 5405 Baden, T +41 56 483 36 00, F +41 56 483 36 99, info@glaeser.ch, www.glaeser.ch

Top moderner Meeting-Room: Inspiration und Feeling

www.glaeser.ch/meetingroom

Suchen Sie einen einwandfrei und auf modernstem Niveau eingerichteten Raum für konstruktive Meetings? Dann sind Sie bei uns richtig. Unser Meeting-Room findet beste Anerkennung. Ambiente, Technik und Betreuung in perfekter Symbiose. Raum für maximal 87 Personen.

Geniessen Sie unseren Service und die Catering-Betreuung vor Ort. Der Meeting-Room ist bereichert mit modernsten Multimedia-Technologien. Praktisches Mobiliar. Klimatisiert. Verdunklungsvarianten. Alles da. Davon profitierten namhafte Unternehmen und Institutionen. Anruf oder E-Mail genügt.

