

G-Style

Das GLAESER DESIGN-MAGAZIN für Möbel und Raum.

Ausgabe 5

Starke Zukunftssignale

Flughafen Zürich

Positionierungsnischen schaffen

Corporate Branding

Best of Best

Schreibtisch WOGG 54

5

Editorial
Seite 3

Dock B, Flughafen Zürich
Seite 4

**Flughafen SIKO,
Flughafen Zürich**
Seite 8

Drake Store, Genève
Seite 10

Raiffeisenbank Lenzerheide
Seite 12

Hotel du Commerce, Basel
Seite 16

GLAESER Corporate Branding
Seite 18

WOGG 54
Seite 22

**GLAESER Baden AG:
Betriebsausflug**
Seite 24

GLAESER-Jungschreiner-Akademie
Seite 28

Ein neuer Bereich verstärkt unser Leistungsangebot. **GLAESER TECHNICS** ist die Wahl für Zielgruppen, die bereits in einer frühen Phase des Projektlaufes das Endresultat auf optimale Weise begünstigen wollen. Das heisst, wir setzen mit **GLAESER TECHNICS** vor allem auf Consulting, Analysen, Forschung, Entwicklung, Engineering, Konstruktionsunterstützung und Produktion. Besonders hoch gewichten wir die Materialkompetenz (das richtige Material am richtigen Ort). Wir schöpfen Ihre Potenziale maximal aus, Entwicklungen laufen schneller ab, Markteinführungen sind früher möglich. Unser Beitrag ist das Fundament für Ihre Höchstleistungen. Die Lösungen, die wir für Sie erarbeiten, sind der Weg – der Markt ist das Ziel.

Impressum:

Verantwortlich für den Inhalt: **GLAESER Baden AG**

Redaktion, Layout und Realisation: **DACHCOM.CH**

Fotorechte: **GLAESER Baden AG**

Druck: **Sonderegger Druck AG**

GLAESER Baden 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

Das Gütesiegel Branding



Jeder kennt die Spitze, also den Inbegriff von Branding, der verbunden ist mit Namen wie Coca Cola, IBM, McDonald's oder Apple. In unseren Köpfen verbinden wir damit inhaltliche und emotionale Vorstellungen. Nun eignet sich die Bezeichnung Branding nicht ganz so offensichtlich, um sie ganz korrekt als Gütesiegel zu bezeichnen, aber ich möchte es mal so stehen lassen. Denn mehr und mehr sind nachhaltige, erfolgreiche Lösungen nicht mehr abzutrennen vom bewusst gestalteten Spannungsfeld mit Corporate Branding.

So zeigt sich auch bei unseren Lösungen deutlich, wie Erkennungsmerkmale ebenso wichtig sind wie die klassischen Qualitäten (Material, Form, Funktion, Technik, Handwerk, Hightech). Das Thema Branding ist für uns bedeutungsvoll genug, es in einem Artikel (Seite 18) aus unserer Sicht zu würdigen. Wir zeigen darin an von uns realisierten Projekten auf, wie kommunikations-

relevante Inhalte im Gesamtkonzept integriert sind und die Marke stützen.

Selbst wenn Branding bei den Projekten, die wir Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen, nicht weiter explizit erwähnt ist, ist diese Kultur doch permanent erkennbar. Beim Flughafen Zürich, der markante Zeichen des Wandels setzt mit dem neuen Dock B und der zentralisierten Sicherheitskontrolle SIKO. Beim Drake Store, der in Genève eine versinnbildlichte emotionale und kulturelle Darstellung geschaffen hat, um den Shop für die massgebende Zielgruppe – weibliche Kundschaft im gehobenen Kaufsegment – zu positionieren und attraktiv zu machen.


Auch ausgewiesene Branding-Experten müssen der Raiffeisenbank hohe Anerkennung dafür zollen, wie sie es Mal für Mal schafft, zum zentralen Thema Kundennähe spannende und überraschende Lösungen zu finden. Nach Oberrohrdorf

und Kreuzplatz Zürich stellen wir in dieser Ausgabe Lenzerheide (Seite 12) mit der famos inszenierten Verknüpfung von der Stuben- zur Beraterbank vor.

Im Gastrobereich schafft das Hotel du Commerce Positionierungsbezüge, um auf die ideale Lage in der Nähe der Messe Basel einzugehen. Und WOGG ist seit Jahren ein mehrfach gekürter Brand, welcher auch dieses Jahr mit einem Produkt beim Interior Innovation Award «Best of Best» ausgezeichnet wurde (Seite 22), der zu den weltweit anerkanntesten Designpreisen zählt.

Ich wünsche Ihnen gute Inspiration bei der Lektüre!

Ihre GLAESER Baden AG


Heinz Schönholzer
CEO

Dock B, Flughafen Zürich

Starkes Symbol des Wandels

www.flughafen-zuerich.ch



GLAESER Baden AG prägte die Lösung mit, die Schengen- und Non-Schengen-Passagieren Komfort und eine flexible Abfertigung auf zwei Ebenen bietet.



1975 wurde das alte Dock B gebaut. Eine beinahe unschuldige Zeit, bedenkt man, wie sich die Umstände und die Entwicklung des Flugwesens verändert haben. Seit dem 1. Dezember 2011 ist das neue Dock B in Betrieb, das eine flexible Abfertigung von Schengen- und Non-Schengen-Flügen auf zwei Ebenen erlaubt. Die Lösung, an der GLAESER Baden AG entscheidend mitwirkte, etabliert den Anspruch von Zürich als Qualitätsflughafen nachhaltig.

DOCK B

Das Dock B ist beeindruckende 250 Meter lang und 45 Meter breit. Seine Nutzfläche beträgt 35 000 m². Der Umbau von Dock B ist das Schlüsselprojekt nach der Schengen-Umsetzung und gleichzeitig das aufwendigste Teilprojekt von «Zürich 2010».



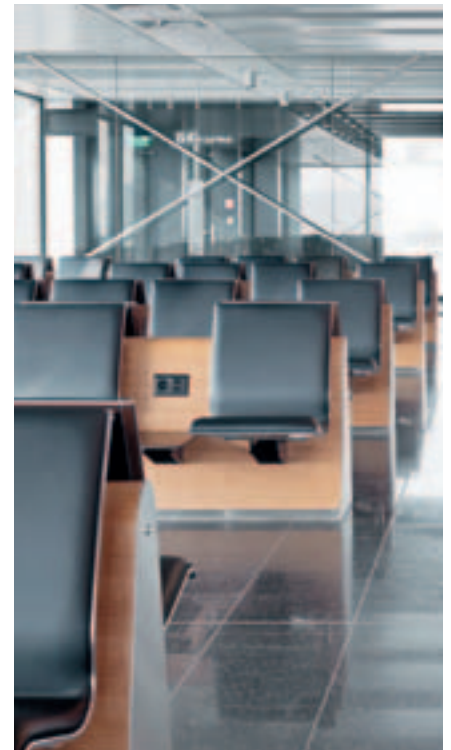
Chic, praktisch, mobil

Die gekonnte und gezielt bedarfsorientierte Möblierung von Dock B erfolgte von GLAESER Baden AG in Kirschholz und Chromstahl. Auf dem Dach des Dock B befindet sich die neue Zuschauerterrasse. Ins Dock B gelangt man via Airside Center, das weiterhin als zentrale Passagierdrehscheibe gilt. Der gesamte Bereich hinter der Bordkartenkontrolle ist neu sicherheitskontrolliert. Im hinteren Bereich des Docks entstanden acht Non-Schengen-Busgates. Das Angebot an Rundfahrten und Serviceangeboten wurde optimiert.

Mehr Komfort und Nutzerfreundlichkeit

Die Non-Schengen-Ebene befindet sich im Erdgeschoss (Gate D). Schengen-Passagiere halten sich im Obergeschoss an Gate B. Die modernen Gates umfassen bis zu neun Dockstandplätzen. Mit dem neuen Dock B steigen Komfort und Nutzerfreundlichkeit des Flughafens Zürich beträchtlich. Sogenannte Selfboarding-Schleusen ermöglichen den Flugreisenden ein selbständiges Einsteigen ins Flugzeug.

Stephan Knöpfel: **Allen Beteiligten das Maximum abgefordert**



Stephan Knöpfel, aus dem alten Dock B ist ein neues entstanden?

Was war Ihre Aufgabe dabei?

Als Gesamtprojektleiter der Totalunternehmerin HRS Real Estate AG war ich für die qualitäts-, kosten- und termingerechte Realisierung des Projekts Dock B verantwortlich. Zusammen mit einem Team von qualifizierten Planungs-, Fach- und Bauleitern ist es uns gelungen, alle gesteckten Ziele zu erreichen. Die Flughafen Zürich AG ist mit dem Resultat sehr zufrieden.

Wie ist das Projekt gelaufen?

Das Projekt war eine enorme Herausforderung für alle Mitwirkenden. Man bedenke die Lage unmittelbar am Pistenrand mit Flugbetrieb. Dazu die parallel laufende Erneuerung des Vorfelds und die baulichen Massnahmen im Bereich der Dockwurzel unter laufendem Betrieb. Das alles verlangte ein hohes Mass an Know-how, Flexibilität und einen ausgeprägten Koordinationsbedarf auf allen Stufen der Planung und Ausführung.

Aussergewöhnlich für uns als Totalunternehmer waren die Planung und Ausführung der Flugzeugenergieversorgung, der Sicherheitssysteme für die Personensicherheit und die Lieferung und Installation der Fluggastbrücken.

DOCK B

HRS Real Estate AG

8050 Zürich
 www.hrs.ch

Wie läuft Alt und Neu zusammen?

Das Zusammenführen von Bestand und Neubau ist immer eine spannende Angelegenheit und führt zu aussergewöhnlichen Lösungen. Im vorliegenden Fall wurden die Horizontalerschliessungen der Gebäudetechnikinstallationen im Geschoss 1 nicht innerhalb des Geschosses im Deckenhohlraum installiert, sondern wegen der geringen lichten Höhe der Bausubstanz des vormaligen Eventdocks in einem neu erstellten Hohlraum über der Decke Geschoss 1, also unmittelbar unter der begehbaren Fläche der neuen Zuschauerterrasse. Das ist erwähnenswert, weil die Ausführung im Winter erfolgen musste und den beteiligten Unternehmern unter diesen Umständen alles abverlangte, ebenso wie die extrem kurze Bauzeit von nur 19 Monaten in Kombination mit einer rollenden Planung. Am 1. Dezember 2011 wurde das neue Dock B in Betrieb genommen. Wir sind alle stolz darauf.

Was gibt es zur Architektur zu sagen?

Aus architektonischer Sicht haben die Architekten der Burckhardt + Partner AG mit dem neuen Dach, das die Zuschauerterrasse beidseitig wie ein Flügel überspannt, ein markantes und sehr elegantes Element entworfen. Die geplante Stahlstruktur ausführungstechnisch sauber umzusetzen, war mit einer grossen baulichen Herausforderungen des Projekts.

Wie erlebten Sie die Zusammenarbeit mit GLAESER Baden AG?

GLAESER Baden AG war mir bereits zuvor in einigen Projekten ein verlässlicher Partner. Einmal mehr wurde das Vertrauen durch eine sehr gute Leistung belohnt. Die neue Warteraummöblierung entspricht voll und ganz den Vorgaben und der Vorstellung der Flughafen Zürich AG. Alle durch uns beauftragten Arbeiten wurden zur vollsten Zufriedenheit geplant und ausgeführt. Ich kenne mittlerweile einige der GLAESER-Mitarbeiter persönlich seit einigen Jahren. Es freut mich immer wieder, sie auf einer Baustelle anzutreffen, im Wissen, dass allfällige Probleme gelöst werden und sie alles daran setzen, unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen.

Bemerkenswert: Das Bauprojekt des neuen Dock B basiert auf der Bausubstanz des alten Eventdocks.



SIKO, Flughafen Zürich

Zentralisierte Sicherheitskontrolle

www.flughafen-zuerich.ch



Fotos © Flughafen Zürich AG



Die dezentralen Sicherheitschecks vor den Gates gehören endgültig der Vergangenheit an. Mit ebenso hoher Qualität und Gründlichkeit, aber verbunden mit mehr Komfort und Annehmlichkeiten, werden sie im Flughafen Zürich ab Dezember 2011 zentral durchgeführt. Das geschieht im vierstöckigen Sicherheitskontrollgebäude (SKG) gleich hinter der Bordkartenkontrolle.

Das heisst für die Passagiere, im Duty-Free-Bereich sind sie bereits kontrolliert, können sich frei bewegen und ihre Zeit bis zum Abflug besser einteilen. Auch der Zeitgewinn ist markant: 26 Kontrolllinien sorgen für schnellere Abfertigung. Die Wege sind kürzer und einfacher, reduzierte Wartezeiten vor den Kontrollen sind der direkte Mehrwert. Auf Spitzenbelastungen kann flexibler reagiert werden.

Licht, Oberflächengestaltung und Möblierung spielten eine entscheidende Rolle für die Realisation des neuen Sicherheitskontrollgebäudes am Flughafen Zürich.

Planung: 2008 – 2010

Realisierung: 2010 – 2011

Inbetriebnahme: 01.12.2011

Geschossfläche: 10 000 m²

Bauvolumen: 56 000 m³



Alexandro Bühl, Itten+Brechbühl AG

Hohe Funktionalität in angenehmer Raumstimmung

Auftraggeber:

Flughafen Zürich AG

Architekten und Generalplaner:

Itten+Brechbühl AG

Realisation:

GLAESER Baden AG

Alexandro Bühl, was war Ihre Aufgabe bei diesem Projekt?

Innerhalb des Generalplanerteams war ich zuständig für die Planungsleitung und Architektur des Neubaus SKG. Als Planungsleiter koordiniert man die verschiedenen Fachplaner und Spezialisten; als Architekt entwickelt man eine Architektursprache für das Gebäude und fügt die Beiträge der einzelnen Disziplinen derart zusammen, dass die Bauherrenanforderungen erfüllt werden und gleichzeitig eine gestalterisch kohärente Architektur entsteht.

Wie ist das Projekt gelaufen?

Der gesamte Neubau wurde unter laufendem Betrieb realisiert. Mitte 2010 starteten die Hochbauarbeiten und wurden mit bemerkenswerter Geschwindigkeit vorangetrieben. Die unmittelbare Nähe der Baustelle zu Passagieren und Flughafenmitarbeitern stellte höchste Ansprüche an die Planung, Baulogistik sowie an alle beteiligten Unternehmer. Trotz diesen erschwerten Bedingungen konnte nach nur 18 Monaten Realisierungszeit das Gebäude termingerecht eröffnet werden.

Was strebten Sie an?

Das Sicherheitskontrollgebäude übernimmt eine zentrale Funktion im Flughafenbetrieb. 30 000 Personen durchlaufen täglich im Neubau die Sicherheitskontrollen. Neben einer hohen Funktionalität sollte auch eine angenehme Raumstimmung für Passagiere und Flughafenmitarbeiter geschaffen werden. Licht, Oberflächengestaltung und Möblierung spielen dabei eine entscheidende Rolle. Als Kontrast zu den Metall-, Glas und Sichtbetonoberflächen des Gebäudes haben wir uns bei der Möblierung für Holz entschieden. Das Zusammenspiel aller eingesetzten Materialien ergab die gesuchte Stimmung für den Innenraum.

War besonderes Know-how erforderlich?

Eine spezielle Herausforderung war es, unsere Formvorstellungen der Möbel umzusetzen. Die Anforderung der Schwerbrennbarkeit verunmöglichte eine reine Holzkonstruktion. Die Lösung: Nicht brennbare Gipsfaserplatten, belegt mit Echtholz furnier aus Kirsche. Für die Ausbildung der abgerundeten Kanten mussten diese Gipsfaserplatten in einem aufwendigen Prozess mehrlagig in der gewünschten Form verklebt werden. Eine solche Konstruktion anzubieten und zu realisieren, braucht besonderes Know-how und Erfahrung des Unternehmers.

Wie gestaltete sich die Zusammenarbeit mit GLAESER Baden AG?

Die Zusammenarbeit war geprägt von Professionalität und Menschlichkeit. Wie in jeder Beziehung gab es sehr gute und weniger gute Momente, doch dank dem gemeinsamen Ziel, ein Werk abzuliefern, das allen Anforderungen gerecht wird und dabei auch einen wichtigen gestalterischen Akzent zu setzen vermag, stand einer konstruktiven Zusammenarbeit nie etwas im Weg.

Hochstehende Ausführungskompetenz

In Partnerschaft mit Itten+Brechbühl AG (zuständig für Architektur und Planung) konnte GLAESER Baden AG seine Realisationsqualitäten voll ausspielen: 14 Kabinen (Pass, Check) aus nicht brennbarem Material. Weitere Kabinen in drei Abteilungen mit Metallaufsatz und Vorhang für Sichtschutz. Garderoben für Mitarbeitende, Sitzbänke und Tische (Chromstahl geschliffen). Acht Containermöbel mit Klappe, Gasdruckdämpfer und Endlagedämpfer und vier EGIS-Möbel für die Sprengstoffenttarnungsgeräte. Nicht alltägliche Herausforderungen ergaben sich vor allem im Hinblick auf Sicherheit, enge Radien, nicht brennbare und furnierte Materialien.

Drake Store, Genève

Fingerspitzengefühl

Mode als Sprache: der Drake Store in Genève, umgesetzt als exklusiver Anziehungspunkt, eine Welt, die Alltag und Gewohnheiten vergessen lässt.





.....

Eine Andeutung von Used

So das Vintage-Feeling, welches Augen und Sinne zum Prickeln bringen soll, eine Andeutung von Used, interpretiert mit Stahl. GLAESER Baden AG realisierte die komplette Ladeneinrichtung in kürzester Zeit. Der zwei-stöckige Shop richtet sich an eine weibliche Kund-schaft, die sich an Fashion, Accessoires, Design und hochwertige Marken in einem einzigartigen Umfeld orientiert.

.....

Keine Beliebigkeit. Individuelles Gepräge. Oszillieren zwischen Armani und Dolce & Gabbana. Eintauchen in eine Welt, die den Alltag und Gewohnheiten vergessen lässt. Diese Einzigartigkeit vermittelt in Genève der neu inszenierte Drake Store für eine gehobene weibliche Kundschaft.

Wer Mode als Sprache versteht, für den ist der Drake Store der geeignete Ort. Jeder Kauf ein Statement. Der neu inszenierte Shop im altherwürdigen Gebäude entsprach genauen Vorstellungen der Inhaber (Peter Saxer und Sohn Tobias). Deshalb gab es bei der Realisation einige Knackpunkte zu lösen.



Raiffeisenbank Lenzerheide

Vertraute Nähe neu erlebbar

Die Raiffeisenbank Lenzerheide: Einladend,
offen, transparent, ohne nötige Aspekte
von Sicherheit und geschützten Bereichen
zu vernachlässigen.

www.raiffeisen.ch



Früher nannte man es Stubenbank. Das war in Zeiten der Raiffeisenbank, als der Bankleiter seine Kunden in der Stube empfing und dort die Bankgeschäfte in aller Gemütlichkeit abgewickelt wurden. Mittlerweile hat sich vieles geändert, der menschliche Kontakt jedoch bleibt bei der Raiffeisenbank wichtiger denn je. Das zeigt sich in neuen und Aufsehen erregenden Projekten, die mit spannenden Konzepten auf Nähe setzen und dabei den geschichtlichen Bezug immer wieder aufgreifen.

So auch in Lenzerheide. Auch hier ist klar, wenn schon eine neue Bank, dann muss sie den Erwartungen der Zukunft vollends gerecht werden. Das Wohlgefühl in den Räumen ist wichtig. Die Qualität der Beratung und die entsprechenden räumlichen Voraussetzungen ebenso. Dazu die in offenen Konzepten mögliche Diskretion. Was nun die Architekten Lenz, Voneschen & Partner AG in Lenzerheide realisierten, legt nahe, wie Individualität (eine Stärke der Raiffeisenbank) ausgelebt werden kann. Das originelle Konzept unterstreicht die Eigenartigkeit der Raiffeisenbank auch dank dem von GLAESER Baden AG realisierten Innenausbau.



Extrem genaue Detailarbeit

Das Interessante an den furnierten Möbeln in Nussbaum (eigentliche Eye Catcher) ist die liegende Laufrichtung, die mit einer speziellen Kantenmechanik versehen ist.

Die Montagezeit der Einrichtung betrug lediglich zwei Wochen und erforderte eine extrem genaue Detailarbeit.

Von der Stuben- zur **Beraterbank**



Franziska Lenz

Lenz, Voneschen & Partner AG

7078 Lenzerheide

www.lv-p.ch



Frau Lenz, wie war Ihre Ausgangslage für dieses Projekt?

Die Raiffeisenbank Mittelbüden hat die Büroräumlichkeiten in Lenzerheide im Edelrohnbau gemietet. Der Innenausbau wurde über einen Projektwettbewerb unter fünf Architekturbüros ausgeschrieben, den wir als Arbeitsgemeinschaft zusammen mit dem Architekturbüro Schumacher, Chur, gewonnen haben.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für die Wahl von GLAESER Baden AG?

Die kurze Einbauzeit bedingte einen kompetenten und zuverlässigen Partner für die Schreinerarbeiten und die Möbelherstellung. Unser Vertrauen war von Anfang an da, weil wir mit GLAESER Baden AG bereits die Talstation der Lenzerheide Bergbahnen realisiert haben. Die Zusammenarbeit war in allen Bereichen sehr konstruktiv und hoch kompetent.

Können Sie uns mehr über den konzeptionellen Ansatz verraten?

Unser Projektansatz liegt in der Geschichte der Raiffeisenbank begründet, welche zu Beginn als «Stubenbank» ihre Kunden in der Wohnstube des Bankleiters betreut und beraten hat. Diese Nähe zum Kunden wollten wir in einer modernen Ausformulierung beibehalten und zum Ausdruck bringen. Von Anfang an war uns klar, dass wir eine offene Schalterhalle mit Inseln für die Abwicklung der Tagesgeschäfte erstellen wollen.

Gibt es auch beim Projekt Lenzerheide typische Bezüge zu Ort und Herkunft?

Es war uns nicht möglich, über die bereits gebaute Struktur (Aussenhülle) Bezüge zum Ort zu schaffen, da diese nicht Teil unseres Entwurfs war. Wir haben jedoch in der Materialisierung darauf geachtet, wann immer möglich Produkte aus unserer näheren Region zu wählen (Fussboden Valser Quarzit). Die Sitzungszimmer wurden nach unserer Bergwelt benannt. Auch die Kunst am Bau wurde an einen einheimischen ortsansässigen Künstler vergeben.

Welche Materialien und Eindrücke erwarten den Kunden?

Die Bodenbeläge sind aus Valser Quarzit, beim Innenausbau und den Schreinerarbeiten kam Nussbaum zur Anwendung, bei Wänden und Decken Weissputz. Den Kunden erwarten offene Räumlichkeiten, die einladend wirken und dem Konzept einer modernen Beraterbank entsprechen. Er trifft auf eine Architektursprache, welche Kundennähe nicht nur zulässt, sondern neu definiert und bewusst die Distanz zwischen Berater und Bankkunde abbaut.

Gab es besonders anspruchsvolle Anforderungen beim Ablauf?

Durch die Übernahme des Edelrohbaus Anfang September war die Bauzeit für den Innenausbau sehr komprimiert. Die Übergabe der Räumlichkeiten erfolgte am 21. November 2011, die Eröffnung fand am 5. Dezember 2011 statt. Weil im Edelrohbaus keine Elektro-, Sanitär- und Lüftungsinstallationen realisiert waren, mussten diese nachträglich eingebaut werden.

Können Sie uns Ihr Unternehmen kurz vorstellen?

2003 gegründet, ist unser Ziel die Zusammenführung von Architektur und Bauingenieurwesen. Das gegenseitige Verständnis beider Berufsgruppen fördert praxisnahe und gleichermassen kreative Denk- und Lösungsprozesse und nutzt entsprechende Synergien. Unsere Kernkompetenzen liegen in der gesamtheitlichen Planung und Leitung von Bauprojekten im Hoch- und Tiefbau. Wir arbeiten mit modernsten EDV-Hilfsmitteln und Arbeitstechniken und sind in der Lage, unser Team durch eingespielte Fachleute und Arbeitsgemeinschaften individuell zu erweitern und auf die Projekte abzustimmen.



Hotel du Commerce, Basel

Effizienz mit Charme

www.ducommerce.ch

Nur wenige Schritte von der Messe Basel und nur 10 Minuten von der Basler Altstadt entfernt lockt das 3-Sterne-Hotel du Commerce mit seinem erweiterten gastronomischen Konzept. Es wartet mit Trümpfen auf, die Gäste in der lebendigen Stadt Basel schätzen.

Das effiziente Gastronomie- und Hotelleriekonzept, das Bezug nimmt auf die ideale Lage, stammt vom Innenarchitekten Rudolf Schweizer. Zusammen mit GLAESER Baden AG wurde das Projekt mit neuem Frühstücksraum (zusätzliche Funktion als Messe-Eventrestaurant), grosszügiger Lounge und neun zusätzlichen Hotelzimmern (Flachbild-TVs, kostenfreies WLAN) realisiert. Dabei wird auch der modulare Komfort von drei Shower-Cubes für die Gäste erlebbar.





Rudolf Schweizer, Innenarchitektur

3074 Muri

www.designrs.ch

Ein Spiel der weichen Farbtöne

Herr Schweizer, wie gestalteten sich Ausgangslage und Konzept?

Als das Restaurant im Erdgeschoss des Hotels geschlossen wurde, erkannten die Pächter des Hotels die Möglichkeit, die bestehenden Frühstücksräume ins Erdgeschoss zu verlagern. Die Freifläche im 1. OG und ein Teil der Fläche im Erdgeschoss wurden neu genutzt, Wirtschaftlichkeit und zu erwartender Pachtzins setzten die Planungsmaßstäbe für das neue Konzept. Die eingesetzte Fläche musste durch Eigenwirtschaftlichkeit rentieren und sollte nicht durch andere Betriebsbereiche quersubventioniert werden.

Wie verlief das Projekt und welche Materialien kamen zum Einsatz?

Ein Umbau von zwei Etagen in Etappen, und das in einem Hotel, welches in Betrieb ist, verlangt neben einer fundierten Planung sehr bewegliche und offene Bauherrn, Pächter und kompetente Handwerker. Mit Systemhotelbädern von GLAESER Baden AG und Roc-Pod AG konnten die kleinsten Räume optimal genutzt werden. Serielle Extra-Anfertigungen im Innenausbau trugen zum hohen Standard und zum realen Preis bei.

Was erwartet die Gäste?

Schöne Kombinationen mit Jurakalkstein und furniertem Nussbaummöbel, ergänzt durch Glas, Textilien und Teppich. Aussagekräftige Materialien. Ein Spiel von weichen Farbtönen, bereichert um Farbakzente, Licht und Schatten. Der Gast erfreut sich an einem werthaltigen warmen Eindruck und einer funktionalen Inneneinrichtung mit hohem Nutzen.

Wie erlebten Sie die Zusammenarbeit mit GLAESER Baden AG?

Von Bemusterung, Kostenschätzung, Projektplanung, Ausführung bis zum Service après-vente eine umfassende Betreuung. Fachlich durch und durch kompetent in Material, Technik und Preisgestaltung.

Können Sie uns Ihr Unternehmen kurz vorstellen?

Als Fachplaner für Gastronomie und Hotellerie betrachte ich die Vorstellungen und Bedürfnisse des Betreibers und des Investors aus der Sicht des Gastes. Mit strukturierter Planung nach Funktion-Form-Farbe-Licht setze ich die Grundlage, damit jeder Betreiber/Investor seine Anforderungen, Ziele und Erwartungen zuerst in der Funktion definieren muss. Mit der formulierten Funktion kann zielgerichtet die weitere Planung erfolgen: Der sichere Weg für zufriedene Gäste in den neuen Räumen!



Corporate Branding

Der Schlüssel

zum Erfolg

www.glaeser.ch

Corporate Branding ist ein Faktor, der Prozesse anschiebt. Prozesse im Kopf von Kunden, Konsumenten und Interessierten. Unser Ziel ist es deshalb, das Aussergewöhnliche und Besondere eines Unternehmens im Gedächtnis der Zielgruppe zu verankern. So tragen wir dazu bei, ein Unternehmen dauerhaft als stabile Grösse im Markt zu verankern und unmittelbar Kaufanreize zu fördern.

Schlüsselhandlungen begünstigen

Am offensichtlichsten erfolgt das in verkaufsnahen Bereichen oder beim Point of sales. Corporate Branding schafft die Voraussetzungen, Schlüsselhandlungen zu begünstigen (im direkten Fall den Verkaufsprozess). Im Bereich Shop muss das unmittelbar passieren. Deshalb arbeiten wir mit produktspezifischen Merkmalen und Anreizen und berücksichtigen die Vorgaben des Kunden (Logo, Erscheinungsbild, Farbcodes usw). In vielen Fällen bieten wir ihm eine von uns erarbeitete Vision zur Umsetzung an.

Kaufprozess ins Rollen bringen

Richtungsweisende Referenzbeispiele finden sich in sämtlichen Ausgaben unseres G-Style-Magazins. Generell stehen wir vor der Herausforderung, mit optischen Gestaltungselementen und visueller Durchdringung einen harmonisch einladenden Gesamteindruck zu erwecken. Dieser ist möglichst prima vista zu verstehen und soll sich im Empfindungsbewusstsein des Interessenten nachhaltig einprägen. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, bahnen sich positive Assoziationen an, die den Kaufprozess ins Rollen bringen.

Positionierungsnischen schaffen, um sich von Mitbewerbern zu unterscheiden. Mehr und mehr ist Corporate Branding bei unseren Projekten ausschlaggebend. Vorausgesetzt wird nicht nur unser qualitativ hochstehendes Handwerk, sondern auch ein bewusster Umgang mit relevanten Merkmalen des Corporate Branding. Kurzum: Wir tragen zur emotionalen, rationalen und kulturellen Darstellung dessen bei, was der Betrachter mit Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten verbindet, und das auf differenzierte Weise in den Bereichen Shop, Gastro und Institutionen.



Unser Atelier. Hier beginnt, was beispielsweise bei einem Shop ausschlaggebend ist: hervorragende Produkte ins beste Licht zu rücken. Die Detailausarbeitung eigener Lösungen ergänzt sich mit Spezifikationen von Designlösungen namhafter Architekten und Innenarchitekten.





Wie sich Corporate Branding an einem Ort grundsätzlich unterschiedlich und doch absolut zutreffend verwirklichen lässt, zeigen die Beispiele Hotel Ochsen 2 (links, eine Oase für Skifreaks) und Hotel Grischa (unten, mit kosmopolitischer Ausrichtung).

Einzigartigkeit **in den Köpfen**

Ähnlich hoch wie im Bereich Shop, wenn auch mit einigen Unterschieden, liegt die Latte bei der Gastronomie. Auch die Gastronomie zielt mit ihrem Angebot auf bestimmte Bedürfnisgruppen. Diese lassen sich vom preiswerten oder exquisiten Angebot ebenso verführen wie vom Ambiente. Die Anziehungskraft verstärken wir durch die Positionierung, also das, was man als Einzigartigkeit in den Köpfen der Anspruchsgruppen hinterlässt. Entscheidend – wie auch in der Hotellerie – sind Merkmale, die vielleicht weniger auf die Schnelle des Kaufentscheids ausgerichtet sind, dafür genussorientierte Reize und behagliche Gefühle auslösen, die zu einer starken Bindung mit dem jeweiligen Restaurant oder Hotel führen.



Differenziertes Gespür für Unternehmenskultur

In einem weiteren Bereich, dem institutionellen, entscheidet sich die Schlüsselhandlung noch weniger direkt als bei Shop, Gastronomie und Hotellerie, aber nicht minder ausschlaggebend. Meistens geht es hier (Banken, Versicherungen, Museen, Offices) um langfristige Bindungen, also um Vertrauen, das der Kunde fühlen muss. Handlungsentscheide bahnen sich unbewusst an, die neuronalen Aktivitäten des Interessenten sind rege. Je nach Projekt sind andere Ansprachen und Wahrnehmungsmerkmale gefragt. Die Elemente eines solchen Corporate Brandings verlangen ein differenziertes Gespür für das Anliegen des Kunden. Die Raiffeisenbank setzt hier seit Jahren wegweisende Akzente mit bemerkenswerten Konzepten in ihren Filialen.

Mit Corporate Branding vermitteln wir positive Eindrücke und richtige Nutzenargumente für alle Berührungspunkte, welche im Umgang mit Kunden oder Interessenten relevant sind. Hier das Beispiel ETH Zürich.



Beispiel Raiffeisenbank: Jeder Standort eine Marke, verblüffend originell und konsequent. Die Raiffeisenbank Seefeld (Zürich) mit ihrem Empfang durch Einstein, Wagner und Keller.



Für die Neuausrichtung der Raiffeisenbank Oberrohrdorf prägen drei aussergewöhnliche Materialien die Lösung: Lehm, Aluminium und Bambus.



Best of Best preisgekrönt **Schreibtisch** **WOGG 54**

www.wogg.ch



interior
innovation
award
2012

Best of Best

Ausgezeichnet im Wettbewerb zwischen Klasse und Weltklasse: Das schlichte Untergestell beim WOGG 54 unterstützt die Form und verleiht dem Tisch seine Leichtigkeit.

Der Rat für Formgebung hat die Gewinner 2012 des Interior Innovation Award 2012 «Best of Best» erkürt. Wie letztes Jahr gehört ein WOGG-Produkt zu den Preisträgern. Der Schreibtisch WOGG 54 (von Christophe Marchand) überzeugt durch seine schlichte Art und überrascht gleichzeitig mit technischer Raffinesse.



Bis ins Detail Stil, Effizienz und Hochgenuss. Der Schreibtisch WOGG 54, ausgezeichnet mit dem Interior Innovation Award 2012, der weltweit zu den am höchsten angesehenen Designpreisen der Einrichtungsbranche zählt.

Die Auszeichnung gehört zu den begehrtesten überhaupt. «Best of Best» unterscheidet zwischen Klasse und Weltklasse. Hier zeigt sich, wer die Zukunft gestaltet. Ausgezeichnet werden internationale Spitzenleistungen, die heute schon Massstäbe für morgen setzen. Dass WOGG selbst in dieser Kategorie Akzente setzt, spricht für sich. Der Schreibtisch WOGG 54 ist eine optimale Ergänzung zu den leichten und eleganten Regalsystemen von WOGG. Klug und elegant inszenierte Stauräume kommen zum Tragen und bestimmen die Gestaltung. Die formvollendeten Boxen können präzise in die Nischen eingesetzt werden.



GLAESER Baden AG

Auf den Spuren des Doubs

www.glaeser.ch

Der Betriebsausflug von GLAESER Baden AG zusammen mit WOGG AG führte am 27. September 2011 ins Pays du Saut du Doubs. In dieser reizvollen Gegend bildet der Doubs die natürliche Grenze zwischen Frankreich und der Schweiz. Das liebevoll gestaltete Programm bot ein tolles Spektrum für alle Beteiligten.

Wandern in einer Flusslandschaft, die mit immer neuen Überraschungen aufwartet. Der 27 Meter hohe Wasserfall «Saut du Doubs», der sich imponierend vom Lac de Brenets in die Tiefe stürzt. Eine Schifffahrt auf dem See, der die Form von Fjorden aufweist, nach Les Brenets zum Mittagessen. Die Fahrt nach Le Locle zur Besichtigung der unterirdischen Mühlen Col-des-Roches. Über steile Treppen in die Tiefe, wo es rauscht, gurgelt und tropft. Ein einzigartiges Industriedenkmal, das als Museum dokumentiert, wie die Menschen vor über hundert Jahren arbeiteten. Und dazu viele Momente, die Mitarbeitende zusammen ausserhalb des Geschäfts genossen haben.

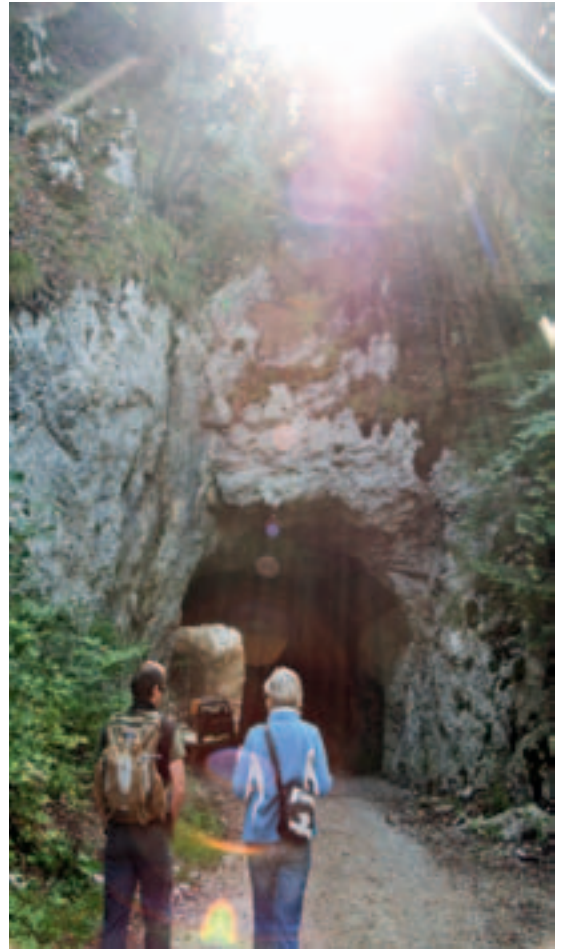
Ein Tag, der die Mitarbeitenden zweier Unternehmen und verschiedener Bereiche zu eindrücklichen Erlebnissen vereinte.





Wandern, besichtigen, Schiff fahren, gut Essen und Zusammensein in der Gegend des Zauberflusses Doubs, der nicht nur mit vielen Windungen, sondern auch mit einzigartigen Sehenswürdigkeiten überrascht.







Schöne und bleibende Erinnerungen
im Banne eines gemeinsamen Tages.



GLAESER Baden 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

GLAESER-Jungschreiner-Akademie

Wissen ist relativ – Praxis ist handfest

Wir sind engagierte, begeisterungsfähige und profilierte Lernende der GLAESER-Jungschreiner-Akademie. Die Praxis liegt uns am Herzen. Die Herausforderung bringt uns weiter. Deshalb suchen wir Projekte, die wir in Begleitung von GLAESER-Fachprofis für Sie umsetzen dürfen.



Interesse? Ein erstes Gespräch?

Heinz Schönholzer, CEO

Telefon +41 56 483 36 24

oder

Thomas Gerber, Berufsbildner,

Leiter Jungschreiner-Akademie

Telefon +41 56 483 36 45