

Innenarchitekt Möbel Pfister

Autor(en): **Knoepfli, Adrian**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **5 (1992)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119577>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

muss es plötzlich schnell gehen.» Auch Budgetkontrollen werden intensiver durchgeführt, sparsamer auch im Kleinen kalkuliert, wird der Sparhebel angesetzt. Hannes Wettstein (Zürich) erlebt das als «verkürzten Evaluationsprozess auf Kosten einer ganzheitlichen Denkweise», oder von Einsparungen bei einzelnen Arbeitsschritten. «Durch solches Bremsen können ganze Prozesse auseinanderbrechen, Synergien werden nicht genutzt. Es kommt zur Feuerwehrlage, unter der schliesslich die Aura des Produkts leidet.» Bremswirkung hat auch Gerd Burla (Gerd Burla AG, Zürich) verspürt: Ein Grossauftrag (Display-Konzept für Leder-Armbänder) wurde für sechs Monate aufs Eis gelegt, zwei Aufträge liefen zufällig gerade aus. Gerüchte, wonach bei Burla Stellen abgebaut worden seien, dementiert der Firmenchef. Ausser der normalen Personalfuktuation haben Leute die Firma verlassen, weil sie nach Amerika gehen oder studieren wollen: «Von mehreren wissen wir auch, dass sie zu uns zurückkommen möchten – und das ist sicher kein schlechtes Zeichen.» Burla erwartet einen «moderaten Anstieg innert eines Jahres, wenn auch nicht mehr auf den Stand der Hochkonjunktur». Im Auslandgeschäft falle zudem die Abflachung in Deutschland ins Gewicht.

Öko-Welle oder Augenwischerei?

«Bestens beschäftigt», mit Ausnahme des Investitionsgüterbereichs, sind die deutschen Designer nach Auskunft von Brigitte Wolf, Geschäftsführerin beim «Rat für Formgebung» in Frankfurt. Der Grund dafür: Die Ausrichtung auf ökologische Erfordernisse. «Das Thema Nummer eins – Verpackungen – gibt zu tun,

dass sich die Designer kaum retten können.» Auch die Autoproduzenten konzentrieren sich auf künftige Umweltvorschriften, die den Produzenten nach dem Verursacherprinzip auch für die Beseitigung seiner Produkte verantwortlich machen. «Da ist zurzeit viel Augenwischerei dabei», gibt Günter Horntrich von Yellow Design in Pforzheim als Präsidiumsmitglied des Verbands Deutscher Industriedesigner freimütig zu. Noch hapere es bei den Recycling-Konzepten, aber immerhin: Der Prozess wird vorangetrieben. Für die Schweiz kritisiert Meyer-Hayoz: «Bei den Recycling-Anstrengungen steht die Schweiz gut da. Der Vorsprung könnte aber noch mehr genutzt werden. Den meisten Schweizer Unternehmen fehlt zurzeit die grosse Perspektive, es fehlt am Mut, den Schritt aus der bisherigen Entwicklung

zu wagen, einzusehen, dass möglicherweise etwas falsch gelaufen ist.» Nicht mehr die Verpackung der Waschmittel sei das Hauptproblem, sondern die heutige Art zu waschen müsste in Frage gestellt werden, betont Meyer-Hayoz. Für ihn hätte ein zukunftsorientierter Ansatz das Problem zu stellen, ob und wie dank vorhandener, hochentwickelter Dosierungstechnik eine Waschmaschine gebaut werden könnte, die hochkonzentriertes Waschmittel «intelligent», direkt abhängig von Grössen wie Wasserhärte, Wäschemenge usw. braucht. Die Nutzung dieses Marktes dürfe die Schweiz nicht verpassen.

Produzenten-Mut gefragt

Neue Sensibilitäten und andere Trends melden sich auch hierzulande: Die Elite der Konsumenten hat ihr Veto gegen den stumpfen

Konsum bereits eingelegt. Die Schlagworte heissen: mehr Essenz, mehr Werthaltigkeit (Wettstein). Oder anders: Überdross statt Überfluss (Horntrich): hat sich eingestellt, und wer unter den Designern dazu neigt, neue Werte zu definieren, setzt seine Fahne in den Wind einer neuen Bescheidenheit. Der Unsinn, alle Jahre wieder dasselbe neu verpackt auf den Markt zu werfen, muss überdacht werden. Meyer-Hayoz: «An der Bildqualität eines TV-Geräts ist nicht mehr viel zu verbessern. Aber als Modulsystem, nachrüst- und reparierbar, bekäme es einen neuen Wert.» Besinnung auf Eigenverantwortlichkeit in bester Bauhaus-tradition? Mutige Produzenten müssten die Vorreiterrolle übernehmen. «Aber da», stellt Meyer-Hayoz fest, «sind wir im Moment schwach auf der Brust.»

ADALBERT LOCHER ■

Innenarchitekt Möbel Pfister

Auf dem «normalen» Möbelmarkt sind kaum mehr grosse Wachstumsraten zu erzielen. Neue Impulse erhofft sich Branchenleader Möbel Pfister nun von einem «Kind», das an der IGEHO in Basel der Öffentlichkeit präsentiert worden ist.

Möbel Pfister Interior Service wendet sich mit seinem Angebot, die Innengestaltung von Objekten – «produkteneutral», wie Geschäftsleiter Kurt Hofmann meint – zu planen und zu realisieren, an Architekten, Hoteliers, Ban-

ken, Versicherungen und auch öffentliche Bauherren. Er existiert seit Anfang 1990, beschäftigt inzwischen 80 Leute und ist mit zehn Verkaufsstützpunkten in der ganzen Schweiz präsent. Unter den Referenzobjekten werden etwa das Palace Hotel in Gstaad, die Klinik Hirslanden in Zürich und die Teppichfabrik Malans angeführt. Mit Interior Service bekommt auch die 1990/91 erfolgte Übernahme der Mobag-Gruppe (Generalunternehmung) durch Möbel Pfister mehr Sinn. «Wir ar-

beiten viel mit der Mobag zusammen», erklärte Innenarchitektin Jeanette Dinkel gegenüber HP. So konnte Interior Service z.B. in einer von der Mobag realisierten Villen-Überbauung in Zumikon (ZH) sein Können mit der Einrichtung einer Musterwohnung demonstrieren.

ADRIAN KNOEPFLI ■