

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

**Herausgeber:** Hochparterre

**Band:** 13 (2000)

**Heft:** 3

**Artikel:** Freitag in Davos : Davos : skim.com - Laden, Internetlounge und Bar

**Autor:** Stender, Ilka

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-121310>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 12.01.2026

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



# Freitag in Davos

**Die Gebrüder Freitag, bekannt geworden durch ihre Taschen aus alten Lastwagenblachen, haben in Davos ein Geschäft eröffnet: skim.com – Laden, Internetlounge und Bar.**

Immer wieder die Frage: Was werden die Brüder Dani und Markus Freitag aus Zürich treiben, wenn ihre Taschen aus alten Lastwagenblachen mal aus der Mode kommen? Jetzt wissen wir es – sie stellten kürzlich eine Kleiderkollektion vor, die sie auf ein Servicedesign für den e-commerce ausgerichtet haben (siehe Kasten); während des World Economic Forums haben sie in Davos an der Promenade ihren eigenen Laden eröffnet – einen Raum, der Verkaufsort, Internetlounge und Bar gleichsam ist, geöffnet von 12 bis 24 Uhr.

## Lounge und Netz

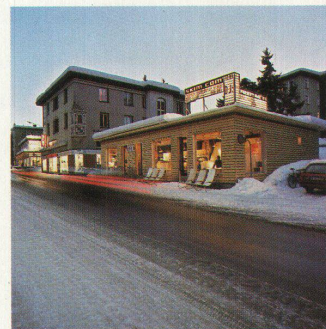
Von aussen ist das Gebäude eine einfache Holzkiste, ein Fertigbau mit grossen Fenstern. Auch innen trotz Hightech der Charme des Einfachen, Unfertigen: grobfaserige Spanplatten, Plexiglas und schwarzes Linoleum kleiden Wände und Boden. Freitagtaschen werden in groben, weissen Kunststoff-Regalen gelagert, die Kleider der skim.com Kollektion auf einem mit schwarzem Linoleum verkleideten Regal ausgestellt. Die Produkte sind an den Rand gedrängt: Der Raum gehört dem Loungemöbel und der Technik. Links vom Eingang steht der «Hub», eine Versorgungssäule und Schnittstelle mit Anschlüssen für Computer, Fernseher und Kameras sowie DJ-Mischpult. Von hier aus führen farbige Kabel an der Decke entlang zu den Geräten – die Ladendecke sieht aus wie ein vergrößerter Computerchip; die Vernetzung ist nicht versteckte Notwendigkeit, sondern Motto. Was hier geschieht, wird laufend mit neuestem technischen Equipment als Live Webvender ins Internet übertragen. Den Raum dominiert eine Sitz- und Liegelandchaft aus Lochblech und Polstern, die mit wettergegerbter LKW-Plane bezogen sind – eine Referenz an das Material, dem Dani und Markus Freitag zu neuen Ehren verholfen haben. Im hinteren Teil, durch einen weissen Kunststoffvorhang abgetrennt, ist die Bar. Sie ist mit Polstermöbeln aus den Siebzigerjahren zurückhaltend eingerichtet.

## Shop? Bar? Internetlounge?

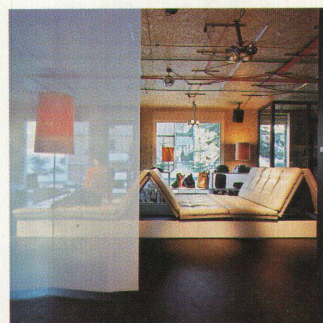
Noch scheint unentschieden, was der Raum sein will. Für einen Laden gibt es zu wenige Produkte; auch muss, wer die Ware betrachten will, gar angestrengt durch die Schaufenster blicken. Ist das der Laden des e-commerce?

Für eine Internetlounge fehlt es an Computern. Also doch in erster Linie Bar, wo Sitz- und Liegemöbel am meisten Fläche einnehmen? Ein Problem wird so oder so zu lösen sein: Wie lassen sich während des Barbetriebes die Produkte vor Diebstahl und Zigarettenrauch geschützt und dennoch ansprechend präsentieren? Das Unfertige bietet Spielraum: Der Ort muss seine Bestimmung abhängig von seinen realen und virtuellen Besucherinnen und Besuchern noch finden.

Ilka Stender



Von aussen eine einfache Holzkiste – der skim.com/shop an der Promenade in Davos



Blick vom Barbereich in die Lounge

Die Vernetzung ist nicht versteckte Notwendigkeit, sondern Motto: der «Hub»



Bilder: Linus Lintner

**Bauherr:** Bruno Mazenhauer, Davos  
**Innenarchitekt:** Christoph Bruckmann, 1raum, Berlin  
**Skim.com** ist eine Kollektion aus Taschen und bequemen, beidseitig tragbaren Hosen, Hemden, Kitteln und dergleichen. Gemeinsames Merkmal: Alle sind gut sichtbar mit einer 6-stelligen Nummer und dem Namen skim.com bestickt. Nummer und Namen sind die anonymisierte E-Mail-Adresse des Trägers. Wollen wir ihn finden, schicken wir einfach Post; er kann sie auf der Webseite von skim.com abrufen und entscheiden, ob er seinen Namen bekannt geben, anonym bleiben oder schweigen will. Die Site ist gleichzeitig online-shop: Hier können die Produkte von skim.com bestellt werden. Die skim.com-community verfügt auch über ein traditionelles Medium: Das gut gemachte, 200 Seiten dicke, vierfarbige Heft skim.com/print ist eine Mischung aus Modeheft, Grafikpostille und Verkaufskatalog. Zu haben ist es in Läden wie Fidelio in Zürich, Zooloose in Basel oder via www.skim.com