

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 14 (2001)
Heft: 5

Rubrik: Auf- und Abschwünge

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: 13.01.2026

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

leihung anerkennt Deutschland die besonderen Verdienste von Kristin Feireiss um die deutsch-niederländischen Beziehungen auf dem Gebiet der Architektur. Kristin Feireiss wird ihr Amt am Niederländischen Architekturinstitut Ende Mai niederlegen und als Direktorin die erste Internationale Architekturbienale vom Sommer 2002 in Rotterdam aufbauen. Nachfolger wird Aaron Betsky. Der Niederländer war seit 1995 Kurator für Architektur, Design und digitale Projekte am Museum of Modern Art in San Francisco.

Bauen & Wohnen

Und wieder hat Heini Lüthy eine Sonderausgabe der Zeitschrift Bilanz über «Bauen und Wohnen» herausgegeben und wieder war Hochparterre mit von der Partie. Die Leckerbissen des Heftes: Kritik der Standards im Bauen mit wenig Energie; der Bauherrenberater – Porträt eines neuen Berufs; Stand und Aussicht des Textildesigns; Walli senior und Walli junior – das Holzbau-KMU aus dem Prättigau; Porträts von Jasmin Grego, Marion Klein, Chamäleon, Radar, Pia Schmid, Leo Zimmermann und Karl Viriden. Wer das Heft will, telefoniere: 01/448 72 21, verlag@bilanz.ch.

Staatsgeld für Schneekanonen

Die Bergbahnen leiden: Es gibt zu viele, der Winter wird kürzer, die Investitionen drücken. Hansjörg Trachsel, der Präsident des Parlamentes im Kanton Graubünden, fordert: Die Schneekanonen sollen nicht mehr nur von den Bergbahnen bezahlt werden, sondern auch der Staat soll in die Kasse greifen. Trachsel ist übrigens Mitglied der SVP, einer Partei, die lauthals die Staatsausgaben senken will.

Nachdiplomstudien in Design

Die Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich baut drei berufsbegleitende Nachdiplomstudien auf: In Gender Studies können die sozialen Geschlechterverhältnisse studiert werden und in Mobile Application Design wird untersucht, wie der «multimediafähige Mobilfunk» gestaltet wird.

Ein alter Bekannter in neuem Gewand ist «Scenic Design», das erfolgreich als «szenisches Gestalten» neue Felder erkundet hat (HP 9/99). Hier lernen die Studenten, wie Bühne, Inszenierung und Auftritt zu einer Gestalt zusammenfinden. Wer nachdiplomieren will, erfährt mehr bei: *Christian Baer*, 01/446 26 52, oder auf www.hgkz.ch.

Gut besuchte Möbelmesse

Die Möbelmesse SMI in Zürich meldet mit 17 000 die höchste je erreichte Besucherzahl. Am attraktivsten war die Sonderschau «Abitare made in Italy», wo man hochklassigem Design frönen konnte. Gut profiliert haben sich auch die 20 Teilnehmer der Sonderschau «Design+», wo die unkonventionellsten Ideen zu finden waren, beispielsweise das Boxensystem «bilja» von Mario Bissegger in Losone (www.xilobis.ch) oder das System «Modul» von Stefan Pluess aus Suhr (www.stefanpluess.ch). Unter ihrem Wert präsentierte sich die Prototypen-Schau «Konzept ROOM» (siehe Bericht «Das Kmu möblieren», Seite 22). Gern hätte man erfahren, was Hintergründe, Motive und Ziele dieser Kooperation von Produzenten und Studenten waren.

d.a.ch mit «novità di milano»

18 Fachgeschäfte aus der Region Bern-Solothurn-Freiburg, die der «design arena schweiz» (d.a.ch) angehören, treten ab 18. Mai während drei Wochen gemeinsam unter dem Motto «novità di milano» mit Neuheiten aus der Mailänder Möbelmesse auf. Die Palette der Veranstaltungen reicht von Weindegustationen über Mode-Defiles und Vespa-Fahrten bis zu Lieder-Abenden. Die Vernissage der Ausstellungen findet gleichzeitig in allen beteiligten Geschäften statt.

Holzbrücke Hurden

HP 4/01 hat die Holzbrücke zwischen Rapperswil und Hurden vorgestellt. Neben Walter Bieler als Ingenieur wirkten die Bauingenieure Huber & Huber aus Rapperswil und der Architekt Reto Zindel aus Chur mit.

auf- und abschwünge

Namenfieber In der Wirtschaft grassiert seit einiger Zeit das Namenfieber. Es begann mit Novartis (früher Ciba-Geigy und Sandoz), dann folgten Unaxis (Oerlikon-Bührle), Antalis (Mühlebach Papier), Xstrata (Südelektra) und Unique Zurich Airport (Flughafen Zürich), in Deutschland Aventis (Hoechst und Rhône-Poulenc) und E.On, in Frankreich Vivendi, Vinci und Ondeo. Begründet werden die Wechsel unter anderem mit den Anforderungen der Globalisierung. Bei Bührle war zu hören, der alte Name lasse sich vielerorts nicht aussprechen. Es ging wohl eher darum, die Erinnerungen ans abgestossene Waffengeschäft zu tilgen. Andere Neuschöpfungen entstanden bei Fusionen, weil keiner der Partner im Namen des anderen aufgehen wollte. Falsche Klassizismen sind beim «corporate rebranding» begehrt. Einzelne der neuen Fantasienamen verschwinden im Übrigen bereits wieder. Die Zellstoffholding Axantis, die früher Attisholz hiess, wird in Christoph Blochers Ems-Chemie integriert. Es bleibt nur die produzierende Tochter Atisholz übrig, die inzwischen ein «t» verloren hat.

Jetzt gibt sich auch Holderbank einen neuen Namen und sie kann dafür einen einleuchtenden Grund anführen. Das «bank» war oft hinderlich; in verschiedenen Ländern liess sich der Firmenname, weil Holderbank kein Finanzinstitut ist, nicht einmal registrieren. Nun wird Holderbank Financière Glarus, wie die Holding seit 1930 hiess, weltweit durch Holcim ersetzt. In Holderbank (Aargau) nahm der Weltkonzern seinen Anfang, Glarus wurde seinerzeit aus steuerlichen Gründen als Sitz gewählt. Holcim blieb mit der Namenwahl dem Traditionellen, Bodenständigen verhaftet, wie es sich für einen Weltkonzern der angeblich «alten» Wirtschaft mit einem dominierenden Familienaktionär (Thomas Schmidheiny) gehört. «Hol» steht weiterhin für Holderbank, «cim» für Zement. Es gab auch ganz andere Vorschläge, und man ging zuerst zu einer grossen US-Agentur, kehrte dann aber wieder zum Grafiker Ernst Schadeegg nach Gockhausen zurück, der schon das Logo von 1987 und seit Jahren die Geschäftsberichte der Holderbank gestaltet hat.

Das Aufatmen vor der Studiobühne des Zürcher Opernhauses, auf welcher der neue Auftritt präsentiert wurde, war allgemein: Der Name ist auf Anhieb verständlich und enthält weder ein «x» noch ein «y». Die Börsianer schätzten sich zudem glücklich, dass das Börsenkürzel «HOL» bleibt. Selbstverständlich lieferte Zementbaron und Kunstsammler Thomas Schmidheiny, der für einmal auch über Design sprach, weitere Begründungen für die neue globale Marke, die ein «entscheidender Marktfaktor» sein soll. Aus den Leitbildern tönt es aber überall ähnlich: Holcim will «den Menschen als Partner ins Zentrum rücken».

Einen neuen Namen gibts nicht umsonst. Die Entwicklungskosten und anderen Aufwendungen auf Ebene des Konzerns werden auf rund 5 Millionen Franken beziffert, bei der Schweizer Tochter HCB braucht es 6 Millionen, bis alle Zement-, Kies- und Transportbetonfahrzeuge das neue Logo auf Schiene und Strasse spazieren führen. Die HCB startet als Pilotgesellschaft am 21. Mai mit dem Implementierungsprozess der neuen Marke, der in drei Jahren in allen wichtigen Konzerngesellschaften – dort fallen weitere Kosten an – abgeschlossen sein soll. *Adrian Knoepfli*