

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 14 (2001)
Heft: 12

Artikel: Möbel entwickeln und verkaufen : mit Heinz Ryffel im Restaurant Frieden in Zürich
Autor: Gantenbein, Köbi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121754>

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: 16.01.2026

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

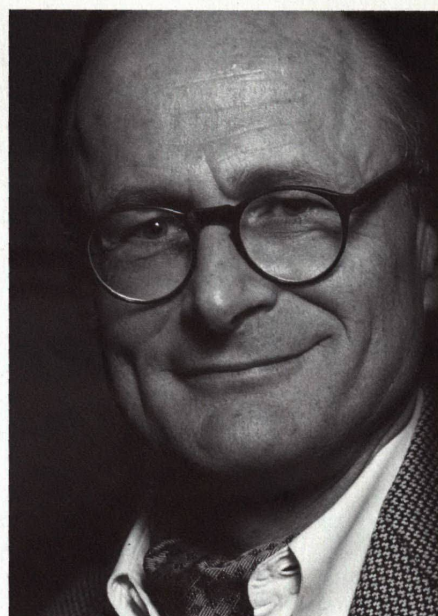
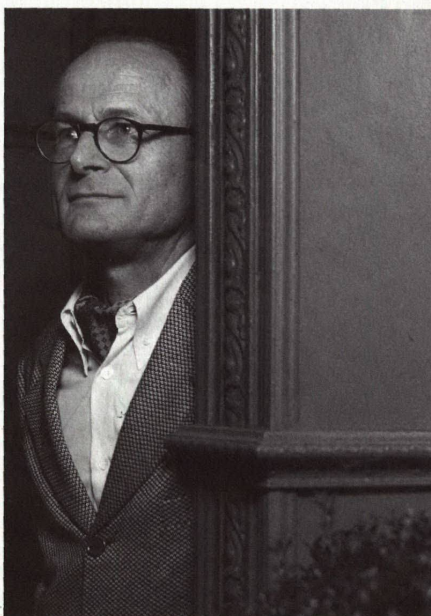


Bild: Pirmin Rösli

MIT HEINZ RYFFEL IM RESTAURANT FRIEDEN IN ZÜRICH

MÖBEL ENTWICKELN UND VERKAUFEN

Die Küche des Restaurants Frieden in Zürich ist wunderbar, das heisst der Koch Kurt Trunz verarbeitet Ware frisch vom Markt mit wenig Fisimatenten zu Kürbissüppchen und sizilianischem Rindfleisch für Heinz Ryffel, mischt daraus furios Salat mit Grünzeug und Feigen und später ein Gemüsecurry für mich. Dazu Kartoffeln für beide, so gratiniert, dass sie den Zähnen noch leichten Widerstand leisten. So muss es sein. Wir wollen anstossen auf die Möbelausstellung «Neue Räume», an deren Gelingen Heinz Ryffel massgeblich beteiligt ist. Doch wir tun uns einen Moment schwer mit der Karte, weil sie mit Angaben geizt. «Barbera d'Alba» allein mag uns nicht genügen und die Kellnerin bringt zum Augenschein die Flasche. «Nein, Gott bewahre, keinen Wein aus der Fabrik von Bataiolo. Bringen Sie uns vorab zur Ansicht die Flasche, die sich hinter dem Wort «Barolo 1996» verbirgt.» Gewiss, von Prunotto wollen wir gerne etwas trinken, dieses Haus bringt einen respektablen Wein in die Flasche, auch wenn es mittlerweile Teil des Antinori-Konzerns ist. Uns gefällt, dass der Barolo aus Bussia im Frieden recht günstig zu haben ist; vielleicht ist das der Grund, ihn auf der Karte zu verstecken.

«Zum Wohl, Heinz Ryffel!» Wie er selber sind alle überrascht, dass die Möbelausstellung «Neue Räume» in den ABB-Hallen derart eingeschlagen hat. 2500 Besucherinnen und Besucher an der Vernissage und 17 500 an der Ausstellung, schon im ersten Anlauf das Budget von etwas über einer Million erreicht. Lauter zufriedene Aussteller gingen nach vier Tagen Ende Oktober nach Hause und eine Reihe Kinderkrankheiten sind erkannt, welche die nächste Auflage in zwei Jahren nicht mehr haben wird. Entscheidend, so Ryffel, war das Messedesign von Stefan Zwicky, der die Besucherinnen und Besucher wie auf einem Laufsteg durch die Möbel geführt hat. Diese standen für sich selber und waren nicht wie üblich eingepackt in Installationen ihrer Hersteller. Die Folge: Ein leichter,

angenehmer Parcours, ruhig und gelassen fürs Auge. Qualität als Merkmal des Erfolgs? Zur Ausstellung liessen Heinz Ryffel und seine Gefährten nur die zu, «die unseren Ansprüchen genügen». Was heisst das? «Mühe, Sorgfalt und Pflege der Kollektion. Referenz für das originale Design, keine Trittbrettfahrer. Firmen, die oft über Jahre an ihren Beiträgen arbeiten, keine Schnellkünstler.» Ich frage nach: «Ist diese Messe nicht ein Misstrauenshinweis an all die Läden, die in Zürich und anderen Städten gepflegte Möbel anbieten, so dicht wie sonst nirgends auf der Welt? Denn was in den «Neuen Räumen» zu sehen war, ist bei ihnen ja auch zu sehen?» Heinz Ryffel lobt den Barolo und holt aus zum Exkurs. «Die Möbelläden haben von Anfang an mitgemacht. Wir entwickeln keine Verkaufsmesse, wer Stühle und Sessel will, wird sie im Laden kaufen. Gewiss aber hat die Branche Probleme. Es gibt zu viele Läden. Das Angebot ist weiträumig verstreut. Seine Qualität, die Beratungen und der Service müssen besser werden. Es ist war in den «Neuen Räumen» eindrücklich zu sehen, wie gut informiert die Kundinnen und Kunden sind. Und es ist ein Problem, dass zu viele Angestellte in Möbelläden zu wenig wissen und weder den Überblick haben, noch geschmacksicher sagen können, was wofür und für wen geeignet ist.» Doch es irrt, wer meint, Ryffel reihte sich unter die ein, die in den Möbelläden ermattete Margenzehrer sehen, welche die Möbel um vierzig Prozent verteuern. «Die Läden sind wesentlich für die unermüdliche Arbeit an der Basis, sie leisten einen unverzichtbaren Beitrag zu einem bunten Bild der Branche.» Auch ökonomisch könnte er als Agent nie auf Läden verzichten, sie erst besorgen den fein verteilten Betrieb. Aber sie müssen sich regen.

Heinz Ryffel ist im Element, wenn er von Läden und vom Handel spricht. Verkaufen gehören seit dreissig Jahren zu seinem Lebensglück. «Nach einer Lehre als Elektriker studierte ich zufällig in Amerika Interior

Design», dann baute er, zurück in der Schweiz, das Büromöbelgeschäft des Verlegers und Papeteristen Jack Waser auf, wechselte in eine eigene Designagentur, stieg beim Wohnbedarf ein, dem er mit «wb projekt» ins Büromöbelgeschäft half und konnte schliesslich die Agentur Seleform kaufen, die in der Schweiz die mythengeiche Möbelmarke Thonet vertritt. «Der Wohnbedarf war für mich eine Schuhnummer zu gross. Den hätte ich gerne übernommen. Bei allem Auf und Ab – das bleibt ein Haus der Ehrfurcht.»

Büroplaner, Detailhändler, Zwischenhändler – und Produzent. «Mich hat es gefuchst, nur verkaufen zu können, was andere gemacht haben. Wer verkaufen kann, sieht, was man besser machen kann.» In einem ersten Anlauf regte er bei den Gebrüdern Thonet einen Designrat an, der die Produktentwicklung dieser erfolg- und traditionsreichen, aber etwas ruhigen Firma voranbringen wollte. Überraschende Messeauftritt, neue Möbel, Zusammenarbeit von Thonet mit Designern wie Christophe Marchand, Hanspeter Weidmann oder Kurt Thut waren eine Folge.

Zum Dessert gibts Kirschtorte von Treichler aus Zug, angerichtet mit energisch auf den Teller drapierten Früchten. Heinz Ryffel unterrichtet mich über das Wesen von Marke und Vertrieb, von Marketing und Image, von Handel und Zeitgeist. Und von damit verbundenen Passionen. So nahm auch die Geschichte mit Thonet eine Wendung. Zuviel Schweizeri schien der deutschen Firma nicht opportun, zumal die Schweiz natürlich ganz und gar nicht den Löwenanteil der Produktion beiträgt. Der Designrat schlief ein; Ryffel aber, auf den Geschmack gekommen, widmete seine Kraft stärker seiner eigenen Kollektion, mit der er seit ein paar Jahren unter Sele 2 Stühle, Tische, Paravents entwickelt, meist zusammen mit Vater oder Sohn Thut. «Sele 2 ist kein Geschäft, aber ich lerne unheimlich viel über Material, Konstruktion und Kultur und ich mache es einfach gerne.» **Köbi Gantenbein**