

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 21 (2008)  
**Heft:** 9

**Artikel:** Ein Netzwerk von Möbeln, Menschen und Gin tonic : an der Sommerparty für fünf Jahre Architonic  
**Autor:** Marti, Rahel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-123540>

### 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:** 15.01.2026

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

An der Sommerparty für fünf Jahre Architonic

## Ein Netzwerk von Möbeln, Menschen und Gin tonic

Wer Beine hat und noch gehen kann, ist unterwegs im Zürcher Kreis 4 an diesem warmen Freitagabend im Juli. Da braucht es ihn, den zurückhaltend schwarz gekleideten Türsteher. Breitbeinig steht er vor der Müllerstrasse 71 und lässt nur eintreten, wen seine Liste duldet – oder wen Nils Becker oder Tobias Lutz durchwinken, die abwechselnd vor ihm stehen und ihre Gäste empfangen. Becker und Lutz sind die Chefs von Architonic und feiern – nach eigenen Angaben – mit rund 400 Leuten den fünften Geburtstag ihrer Firma. Als Zweimannbetrieb starteten sie 2003 mit der Idee, eine unabhängige Informationsquelle zu Produkten, Materialien und Konzepten in Architektur und Design im Internet aufzubauen. Denn die Fülle an Tischen, Stühlen und Leuchten, an Armaturen, Teppichen und Einrichtungstextilien sei auch für grössere Architekturbüros nicht zu erfassen, so ihre These. Architonic sollte Abhilfe schaffen mit einem Überblick zu allem beim Bau- en visuell Relevanten. Schöne Idee – aber ist es der Gestalter- und Herstellerszene, oft knapp bei Kasse, das Geld wert, auf einer unabhängigen Site aufzutreten? Müssen die nicht jeden Rappen in eigene Werbung stecken?

Tatsächlich war die Anlaufphase hart: In halb Europa für die Idee trommeln und nebenbei das Schiff startklar machen, also die aufwendige Website entwerfen und aufbauen. Dieter Schumann und Thomas Navello tüftelten, in Frankfurt domiziliert, an der nötigen Technik. Der Einsatz der vier Gründer hat sich gelohnt: Nach fünf Jahren ist Architonic auf Kurs und die Besatzung auf beeindruckende 30 Köpfe angewachsen, darunter Architektinnen und Designer, Marketingprofis und Informatiker. Architonic stellt, nach eigenen Angaben, 45 000 Produkte von 4500 Designern und 1400 Herstellern vor, nach Themen geordnet, mit deutlichen Bildern und untereinander verlinkt. Angereichert ist das Kerngeschäft mit allerhand Infos: Angaben zu den Gestaltern, eine Designer Selection, der redaktionelle Teil «News & Trends». Aber wie geht das jetzt mit dem Geldverdienen genau? «Einerseits bezahlen die Hersteller für ihren Auftritt bei uns», erklärt Nils Becker noch vor dem Haus auf der Müllerstrasse. «Andererseits vermarkten wir unsere Datenbank: Mittlerweile nutzen über 200 Händler unser Nachschlagewerk für ihre Endkunden und bezahlen uns Lizenzen.»

In der vor Kurzem bezogenen, kühl-eleganten Büroetage stehen die Compis still. Im Dachstock darüber ist die Party in vollem Gang. Gleich beim Eingang lässt der DJ laute Musik dröhnen, neben ihm ein nicht endendes fröhliches Hallo, Küsse und Drücken. Man kennt und sieht sich an diesem Klassen-, Freundes- und Business treffen in einem, ein junges, urbanes, elegantes Menschenknäuel sammelt sich und drängelt in Sommerabendlaune auf die schmalen Terrassen. Aus der improvisierten Küche strömen unaufhörlich Köstlichkeiten, die selbst dieses augenverwöhnte Publikum aufsehen lassen, es sind aufgespiesste Häppchen aus quadratischem Fleisch und Fisch, getürmtem Gemüse und gekugelter Creme. An der Bar geht der Ausschank langsam von Bier in allen stadtbekannten Sorten über zu Wodka Lemon und Gin tonic – Architonic macht seinem Namen alle Ehre und feiert seine ersten fünf Jahre wie den Beginn eines langen Abenteuers. [www.architonic.com](http://www.architonic.com)

Text: Rahel Marti | Fotos: Urs Walder



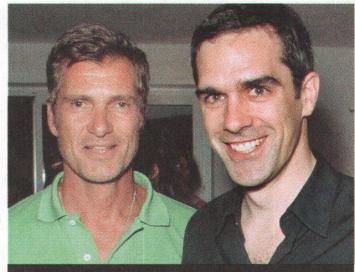
Wer merkt's? Richtig! Sarah van Nuffel, Farbgestalterin, und Architonic-Grafikerin Janine Keist sind Schwestern.



Sachlich in Sommerweiss: Für Regula Meili, Leiterin Marketing Online der NZZ, ist diese Party Business.



Monika Stähelin, Grafiker Kurt Seiler und Christoph Schifferli, oScope, verhalfen Architonic zu den ersten Büros.



Wie, Ferien? Dafür seien sie zu wichtig: Raymond Lüdi von Mediascope und Michael Mix, Sales Director des Hauses.



Ferien? Nur einmal im Jahr, dafür in Indien – das Konzept von Textildesignerin Caroline Flueler und Neeraj Singh.



Maurizio Mancinone ist als Leiter von NZZdomizil einer der Architonic-Lizenzinehmer – offensichtlich ein zufriedener.



Über ihnen hängt die Discokugel – daher die schöne Pose von Diana Segantini, Martin Fuchs und Silvia Lüdi-Sokalski.



Die aufgespiessten Köstlichkeiten mit Mirvi Guda und Simon Reimann im Hintergrund, nimmermüde kellnernd.



Ferien? Wie man sieht, waren sie auf Mallorca: Christiane Sauer von Architonic Berlin und Sabine Leuthold, Architektin.



Ob sie zu zweit aufs Bild möchten? Und ob, antworten Florian Arber, Innenarchitekt, und Rob Lagrand.



Ferien? Keine Zeit als Selbstständige, erklärt Nina Horvitz, Agentin im Auftrag des Lederanbieters Spinneybeck.



Ein Gruppenbild mit Palme: Ines Klemm, Mirjam Dubach und Gabi Flach, die Chefinnen von Imaï Inneneinrichtung.



Geniessen die Party, aber auch einander: Architekt Hubert Lüscher und Raumstylistin Martina Nievergelt.



Morgen in die Häberli-Schau, verspricht Iris Landenberger von Vitra Christian Brändle vom Museum für Gestaltung.



Die Brains der Firma: Dieter Schumann und Thomas Navello haben die Architonic-Website-Technik erfunden.



Für Bildli-Seiten sonst nicht zu haben: Architekt Rafael Schmidt und Alessandra Frank machen für uns eine Ausnahme.



Mal sehen, wen wir hier fürs Business gewinnen können: Elvira Handworker, Agentin von Andrew World.



Schlicht fotogen: Namwook Kang, Architektin bei Teo Jakob, und Tobias Mueller, Leiter Galerie Bischofberger.



Lara Piazza ist ein Frühlings- und Herbstmensch, ohne Sommerferien. Auch Designer Charles O. Job arbeitet durch.



Aus einem anderen Grund bleibt Architektin Annette Spindler im Land: Als Hochschwangere will sie nicht weit fort.



Frisch verheiratet: Trix Barmettler Lutz und Architonic-Chef Tobias Lutz. Gute Sache, findet Architekt Stephan Renner.



Nils Becker, zweiter Architonic-Chef, und Partnerin Susi Fritz strahlen den zahlreich eintretenden Gästen entgegen.



Ferien? Später. Simone Büchi und Christoph Wigert, Denz Office Architecture, hecken lieber Geschäftsideen aus.



Filmstars? Nicht ganz, Architekten: Jean-Lucien Gay, Zürich und Berlin, und Nadine Jerchau, Gramazio Kohler.