

Auf- und Abschwünge

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **15 (2002)**

Heft 3

PDF erstellt am: **23.09.2024**

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.

auf- und abschwünge

Siemens I: Designforum

Mit 50 aktuellen Produkten aus allen Geschäftssparten, vom Mobiltelefon über das elektrische Schaltmodul bis zum Röntgengerät oder der solarbetriebenen Notebook-Studie zeigt Siemens die Bandbreite seines Designs, das die technische Innovation visualisieren und bedienbar machen soll. Leider bleibt der Beweis dafür aus, weil die Geräte erstens in leuchtenden Vitrinen «unangreifbar» bleiben und zweitens ausgeschaltet sind. Allein die Software-Plattform «Syngo», die bildbasierenden, medizinischen Diagnosegeräten ein einheitliches Interface gibt und so die Bedienung vereinfacht, lässt sich als Demo betrachten. Und weil die Marke Siemens im Vordergrund der Dauerausstellung steht, erfährt der Besucher weder etwas über die Designer noch über Design-Auszeichnungen. Info: *Münchener SiemensForum, Oskar-von-Miller-Ring 20, So bis Fr von 9 bis 17 Uhr, www.siemensforum.de.*

Siemens II: Designlab

Siemens sponsert zusammen mit Softwarefirmen eine Ideen-Schmiede im Handy-Bereich. Organisiert, installiert und mit Inhalt und Leben gefüllt wird das Designlab von der Münchner Agentur Designaffairs. Gesucht seien «aufgeweckte junge Leute, die noch nicht durch den Windkanal der aufstiegsorientierten Karriereplanung gegangen und deshalb mental wie menschlich noch nicht windschnittig verformt sind». Info: 0049 / 89 / 63 68 36 04, Lore Elbracht.

Design in Kuba

Der typografische Gestalter Richard Frick ist Experte und Sammler von Design aus Kuba. Er wird sein Wissen und seine Kontakte weitergeben und lädt zu einer Reise «Arte grafica de Cuba» ein. Sie dauert vom 29. April bis zum 14. Mai. Man wird Designer besuchen, Zeit haben für eigene Unternehmungen und am 1. Mai auf dem Platz der Revolution dieselbe mit Kubanerinnen und Kubanern feiern. Info: *Comedia, Kuba-Reise, Bern, 031 / 390 66 11.*

Bieler Kongresshaus geschützt

Der Kanton Bern stellt das Bieler Kongresshaus, erstellt 1961 bis 66 von Max Schlup, unter Denkmalschutz. In den Sechzigerjahren bis zur Krise in der Uhrenindustrie war die plastische Betonstruktur mit Hängedach und Bürohochhaus ein Wahrzeichen der Boomjahre der Nachkriegszeit. Später wurde der Bau für viele Bielerinnen und Bieler zu einem Schandfleck, den sie am liebsten abgerissen hätten; erst im zweiten Anlauf genehmigten sie den Sanierungskredit. Bis zur Expo soll die Renovation für 22,5 Millionen Franken abgeschlossen sein.

Dokumentation Wohnen

Seit 1978 hat sich die Dokumentation Wohnen als Dienstleistungsstelle mit Wohnstudien, -beratung und -unterricht befasset. Seit Oktober 2001 gibt es die Dokumentation Wohnen nicht mehr. Eva Stillhard hat die Studienbibliothek ins Wohnforum der ETH Zürich überführt, Verena Huber hat das Archiv der Dokumentation Wohnen in ihr neues Büro übernommen. Marianne Daepf wird in einem Forschungsprojekt an der Zürcher Hochschule Winterthur das Thema «Wohnen am Schnittpunkt zwischen gebauter Umwelt und den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer» weiterverfolgen. Die drei Fachfrauen werden auch in Zukunft als Ansprechpartnerinnen zum Thema Wohnen zur Verfügung stehen. Info: *Verena Huber, 01 / 80 79 35, Marianne Daepf, 01 / 980 19 37, Eva Stillhard, 01 / 240 02 43.*

Arosa entdecken

«Baukultur entdecken», so heisst die neuste Publikationsreihe des Schweizer Heimatschutzes mit Architekturspaziergängen durch Tourismusemeinden. Arosa macht den Auftakt. Ein Faltblatt stellt zwanzig Bauten von 1492 bis 2000 in Bild und Text vor, eine Planskizze zeigt, wo die Objekte liegen. Das Faltblatt gibt der Schweizer Heimatschutz kostenlos ab. Info: *Schweizer Heimatschutz, Postfach, 8032 Zürich, www.heimatschutz.ch.*

Kreativpapiere Sie sei «bei den Kreativpapieren unbestrittener Marktführer», hält die Papiergrosshändlerin Baumgartner stolz fest. Über das neuste Produkt in ihrem Angebot gerät sie gar richtig ins Schwärmen: Conqueror, von Arjo Wiggins hergestellt, sei «das universelle Corporate Image Papier, von Spitzenklasse, hohem Prestige und mit absoluter Vertrauensgarantie». Neben den traditionellen ungerippten und gerippten Oberflächen seien neu «das Designer-orientierte Concept, die zeitgenössischen Textures und die ultrasanften Smooth» entwickelt worden. Designpapiere, bei Baumgartner auch aus den Rohstoffen Baumwolle, Stroh, Torf, Rinde, Federn und Hadern erhältlich, liegen im Trend.

Im Übrigen hat Baumgartner aber Sorgen. Das zugekaufte Schweizer Papier muss unter hohen Verlusten liquidiert werden und seit Monaten ist das Unternehmen in einen Übernahmekampf verwickelt. Die meisten Schweizer Papiergrosshändler haben die Übernahme durch einen ausländischen Konkurrenten schon hinter sich. Die Schweizer Marktführerin Mühlebach landete 1995 bei Arjo Wiggins Appleton (AWA) und heisst jetzt wie deren verselbstständigter Handelsbereich Antalis. Die Nummer Zwei, Sihl + Eika, gehört seit 1998 zur deutschen Schneidersöhne. Biber Papier, die Nummer Vier, wurde 1995 an die französische Mafipa verkauft, die 1998 von der portugiesischen Inapa geschluckt wurde. Unabhängig ist neben Baumgartner (Nummer Drei), die vor einem Jahr eine Allianz mit der deutschen Igepa (Interessengemeinschaft von Papiergrosshändlern) einging, nur noch Fischer Papier in St. Gallen, die Nummer Fünf.

Von den kleineren Papiergrosshändlern hat praktisch keiner überlebt. Überproduktion, Preisdruck, Globalisierung und Konzentration prägen auch diese Branche. Vereinigten die sieben grössten Händler Europas 1990 noch 44 Prozent der gehandelten Tonnen auf sich, so waren es zehn Jahre später 75 Prozent. Die Zugehörigkeit zu einem grossen Konzern bringe Vorteile, unter anderem bei der Beschaffung und bei der Kreierung von Eigenmarken, mit denen Kundenbindung erzeugt werde, erklärt Erich Häuptli von Biber Papier. Die Entwicklung verlief parallel zur Konzentration auf Herstellerseite. Wie weit die Internationalisierung fortgeschritten ist, zeigt sich auch daran, dass die grösste Schweizer Papierfabrik (Biberist) gerade noch 15 Prozent ihrer Produkte in der Schweiz absetzt.

Nicht nur die Papiere, sondern auch die Papiergrosshändler müssen kreativ sein. Weil sich die Massenpapiere in ihrer Qualität kaum mehr unterscheiden, werden Logistik und Service immer wichtiger. Papermanagement nennt zum Beispiel Sihl + Eika ihr Angebot an Druckereien, nicht nur deren Papierbewirtschaftung, sondern auch die Auslieferung der Druckerzeugnisse zu übernehmen. Die Kunden wollen möglichst keine Lager mehr halten und erwarten, dass die Ware innert 24 Stunden bei ihnen ist. Und das bei einer nach wie vor enormen Artikelvielfalt. In einer Nische zu überleben versucht die kleine Thalo Papier in Adliswil, die sich als «Papiertempel der Künstler, Werbeagenturen, Dekorateur und Fachleute aus dem grafischen Gewerbe» preist. Sie führt nebst den konventionellen Papieren über 1000 Spezialsorten «vom traditionellen Blütenpapier bis hin zum trendigen Designerbogen». Adrian Knoepfli