

Zeitschrift: Schweizerische Bauzeitung
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 94 (1976)
Heft: 5

Artikel: Umbauten von Uhren- und Bijouterieläden: Architekt: Hans Brütsch, Zürich
Autor: Brütsch, Hans
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-73048>

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: 29.04.2026

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

Umbauten von Uhren- und Bijouterieläden

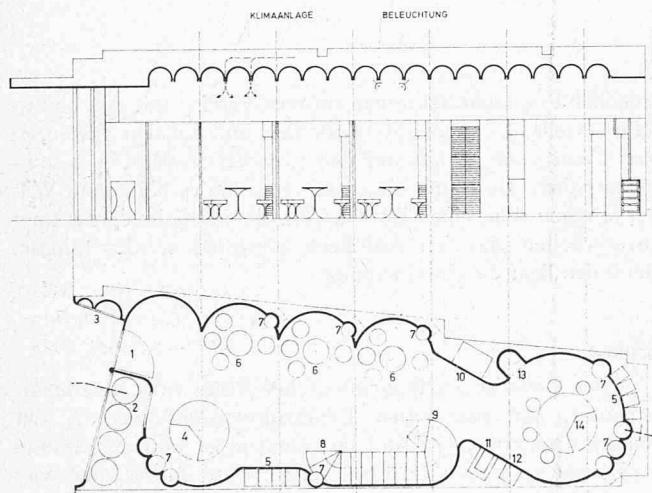
Architekt: Hans Brütsch, Zürich

DK 725.21

Allgemeines

Wie kaum in einem andern Bereich des Ladenbaus steht dem Architekten im Sektor der Uhren- und Bijouteriebranche ein breites Feld für Gestaltungsmöglichkeiten offen. Ein intensives Eingehen auf die besonderen Eigenschaften des Ausstellungs- und Verkaufsgutes ist Voraussetzung. Steine, Edelmetalle, die technischen Wunderwerke der Uhren, kunstvoll hergestellte Spangen und Ringe üben eine starke Faszination aus. Die ganze Fülle dieser Kostbarkeiten soll in Auslagen und Vitrinen optimal präsentiert werden. Der Verkaufsatmosphäre im Raum kommt deshalb grösste Bedeutung zu.

Stahel AG in Zürich, Grundriss und Schnitt, 1 Eingang, 2 Schaufenster, 3 Seitenfenster, 4 Empfang, 5 Schrankelemente, 6 Verkauf Uhren, 7 Vitrinen, 8 Treppe, 9 Kasse, 10 Tresor, 11 Lift, 12 Schaltanlage, 13 Lavabo, 14 Bijouteriebar



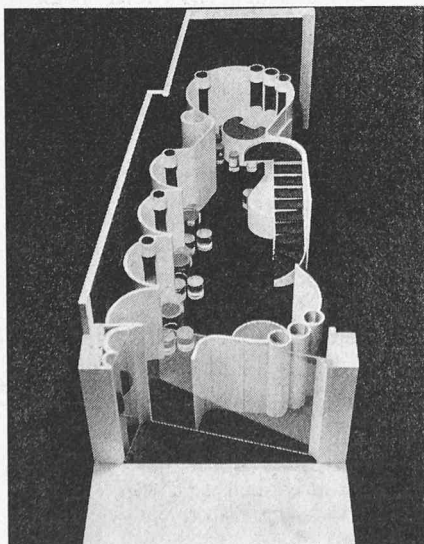
Uhren- und Bijouterieläden sind grösstenteils in eleganten Geschäftsstrassen oder im Kern der Altstadt, jedenfalls an bester Geschäftslage angesiedelt. Umgebaut werden meist Räume, die veraltet zu neuem Leben erweckt werden sollen. Oft sind mit der Neugestaltung umfangreiche Umbauarbeiten verbunden. Die Verkaufsgewohnheiten ändern sich im Laufe der Jahre. Die Kundschaft – oft verwöhnt und schwer zufriedenzustellen – will beim Kauf von Wert-sachen gut und verlässlich beraten sein.

Auch in dieser Sparte stehen die Verkaufsfirmer in angespanntem Konkurrenzkampf. Die gute Geschäftslage fordert hohe Mietzinse. Eine maximale Ausnutzung der verfügbaren Ladenfläche muss deshalb bei der Planung der Neugestaltung im Vordergrund stehen.

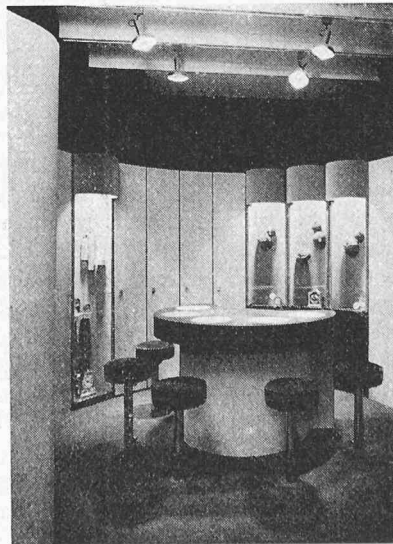
In technischer Hinsicht weist die Aufgabenstellung interessante und ungewöhnliche Gesichtspunkte auf. Der Beleuchtungsfrage kommt hohe Bedeutung zu. Vitrinen und Schaufensterauslagen benötigen gutes Licht, das Juwelen und Diamanten zum «Aufflammen» bringt. Die Atmosphäre im Innenraum wird weitgehend durch Kunstlicht bestimmt. In engem Zusammenhang mit der Beleuchtung steht die Klimatisierung. Hohe Anschlusswerte bringen Überwärme in den Raum, die abgeführt werden muss. Meist wird der Einbau von umfangreichen Klimaanlage notwendig.

Besonderes Gewicht fällt dem Faktor Sicherheit zu. Bedenkt man, dass auch in kleineren Geschäften Millionenwerte aufbewahrt und ausgelegt werden, so erweisen sich hohe Investitionen zur Abwehr von Diebstahl als unumgänglich. Das Kernstück im Fachgeschäft ist die Tresoranlage. Für kleinere Warensortimente kommen Stahlkassetten zur Anwendung, während umfänglichere Anlagen am Ort gebaut werden. Zur Abwendung von Einbruch und Überfall stehen heute technisch hochentwickelte Sicherheitsanlagen zur Verfügung. Panzeralarmgläser und Flächenschutznetze sichern die Raumhüllen, moderne Ultraschallanlagen werden zur Überwachung des gesamten Innenraumvolumens eingesetzt.

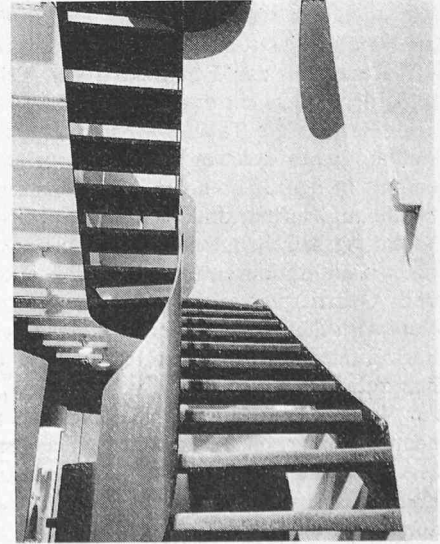
Modellaufnahme. Die Wandelemente sind zum kontinuierlichen Band zusammengefügt

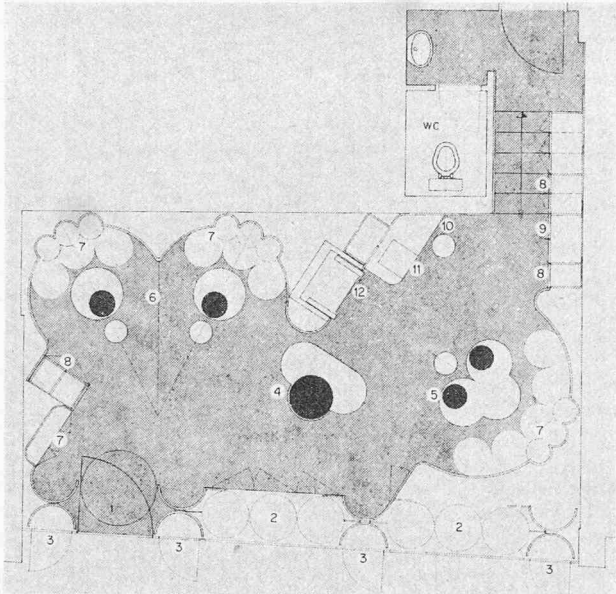


An der Bijoubar werden Gruppen bedient. Heruntergehängte Decke mit Klimaanlage und Beleuchtung



Ein leichte Stahltreppe führt zu weiteren Verkaufs- und Büroräumen im Obergeschoss





Embassy Uhren und Juwelen, St. Moritz, Grundriss 1:100, 1 Eingang, 2 Schaufenster, Tische, 3 Schaufenster, Vitrinen, 4 Empfang, 5 Verkauf Juwelen, 6 Verkauf Uhren, 7 Vitrinen, 8 Schrankelemente, 9 Uhrenmacher, 10 Korrespondenz, 11 Kasse, 12 Tresor

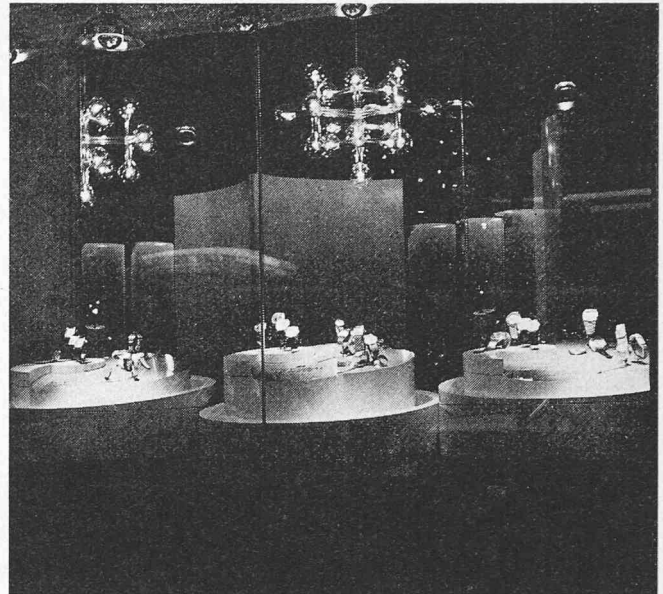
Leitidee zum Konzept

Bei der Planung und Ausführung von konkreten Objekten stellt sich bald die Frage nach der Normierung von Wandteilen und Mobiliar. Normierte Teile finden sich bereits im Handel, so etwa Etalagen und Schubladen für Uhren, Armbänder, Colliers usw. Spezialgeschäfte fabrizieren solche Einheiten in grosser Zahl und bringen sie in den Verkauf. Folgt man dieser Idee, so ergeben sich Ansatzpunkte zur Verwirklichung von Grundelementen, etwa für Wandschränke, Vitrinen, Korpusse, Verkaufstische usw.

Die im Bild gezeigten Elementeinheiten wurden besonders für die Ausstattung der dargestellten Läden entwickelt. Es sind «Bausteine», die – zusammengefügt – die Gesamteinrichtung ergeben. Als Material kam Formsperrholz handelsüblicher Dimensionen zur Anwendung. Je nach Wunsch können diese Elemente furniert, gespritzt oder mit Teppich bezogen werden. Zum flächigen Material kontrastieren die Vitrinen. Diese wurden anfänglich mit Velourstoff bezogen; heute steht ein einwandfreies Spritzverfahren zur Verfügung. Die so beflockten Rückwände und Tischeinsätze bilden einen idealen Fond für das Ausstellungsgut. Die Wandelemente weisen eine durchgehende Höhe von 215 cm auf. Die Vorteile, die sich aus dieser Normierung ergeben, sind:

- Möglichkeit einer Vorfabrikation in kleinen Serien
- kurze Montagezeit, die Elemente werden «steckerfertig» in den Bau geliefert und angeschlossen
- Wirtschaftlichkeit.

Es ist von grösster Bedeutung, dass die Bauteile harmonisch in den Raum eingefügt werden. Anschluss- und Verbindungselemente schaffen den Zusammenhang. So entsteht im Wechsel von Vitrinen und Flächen das endlose Band, das den Raum dominiert. Die dunkel gehaltene Raumhülle tritt in den Hintergrund. Der Anschluss an die Gebäudewände wird bewusst vermieden; das schwungvolle Band führt sein Eigenleben und eignet sich so zur Anwendung im symmetrischen Raum (Embassy) wie auch im verwinkelten Altstadtgebäude (Stahel). Zur Gestaltung der Räume stehen viele Möglichkeiten offen: Gesamtanordnung, Wechsel im Material, Wechsel in der Farbgebung, Deckengestaltung, Lichtführung usw. (vgl. die im Bild gezeigte Deckengestaltung).

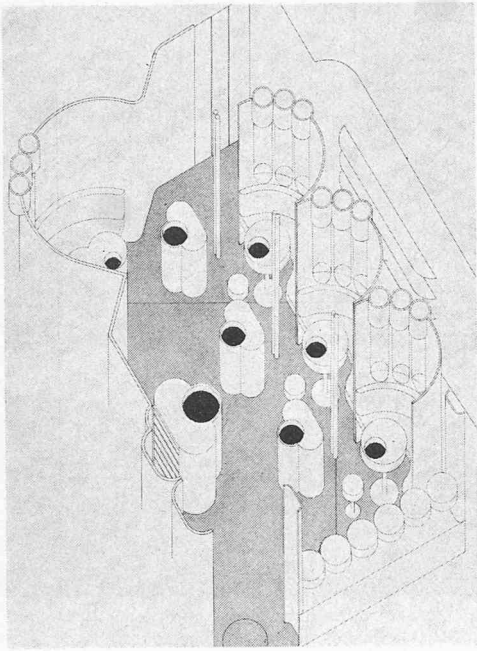


Embassy St. Moritz. Der Schaufensteranlage kommt eine besondere Bedeutung zu. Exklusive Uhren auf eleganten Displays

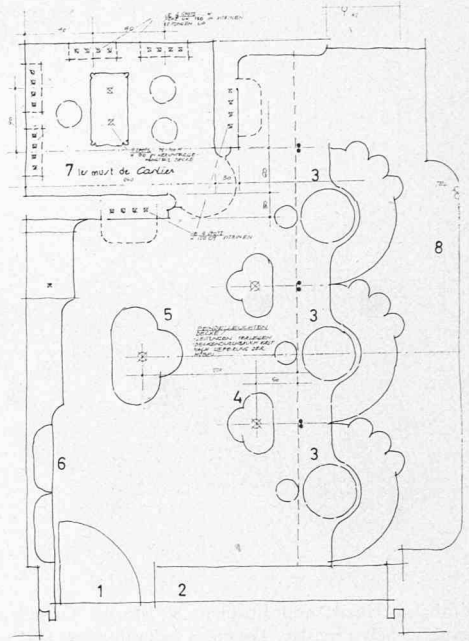
Im allgemeinen steht im Uhrengeschäft der Verkaufskorpus an zentraler Stelle. Er bildet eine Art Schranke zwischen der Käuferschaft und dem Verkaufspersonal. Wir haben dieses System der Schranke verlassen und uns statt dessen für eine Anordnung mit kleinen Tischen in halbrunden Wandnischen entschieden. Damit konnte dem individuellen Verkaufsgespräch ein angemessener, den Vorstellungen der Kunden besser entsprechender Rahmen geschaffen werden. Es versteht sich von selbst, dass im Zusammenhang mit dieser Neuerung auch Probleme der Sicherheit überdacht werden mussten.

Embassy St. Moritz. Formenspiel von Wandelementen und Deckenschild. Hinter den freien Formen steht ein strenges Konzept von Sperrholz-Normelementen handelsüblicher Dimensionen (Leuchter aus der Produktion der Firma Swiss Lamps, Entwurf Heussmann)





Zweiggeschäft des St. Moritzer Ladens an der Bahnhofstrasse Zürich. Die hohe Ausnützung des kleinen Verkaufsraumes an exklusiver Lage ist ein Erfordernis



Ins geplante Raumkonzept musste eine kleine Boutique der Firma Cartier, Paris, eingefügt werden

- 1 Eingang, 2 Schaufensteranlage, 3 Verkaufskojen, 4 Korpus mit Vitrine, 5 Empfang, Verkaufstisch, 6 Vitriinenfront, 7 Boutique, 8 Lager

Beispiele von Umbauten

Bei der Umgestaltung des bereits bestehenden Geschäftes der Firma Stahel AG in Zürich waren umfangreiche bauliche Eingriffe notwendig. Das bis anhin zum Teil mit Büros belegte Erdgeschoss wurde als Laden ausgebaut. Durch eine neu erstellte Treppe konnte sodann das Obergeschoss erschlossen und teilweise ebenfalls dem Ladenbereich angegliedert werden. Die totale Ladenfläche vergrösserte sich somit von 28 m² auf 72 m². Zwei Büroräume sowie eine kleine Uhrenwerkstätte mit Garderobe ergänzen im Obergeschoss die Geschäftsräume.

Die Ausstattung dieser Räume erfolgte mit den erwähnten Bauelementen. Die Anordnung der Möblierung kommt dem Wunsch entgegen, dem Käufer freies Zirku-

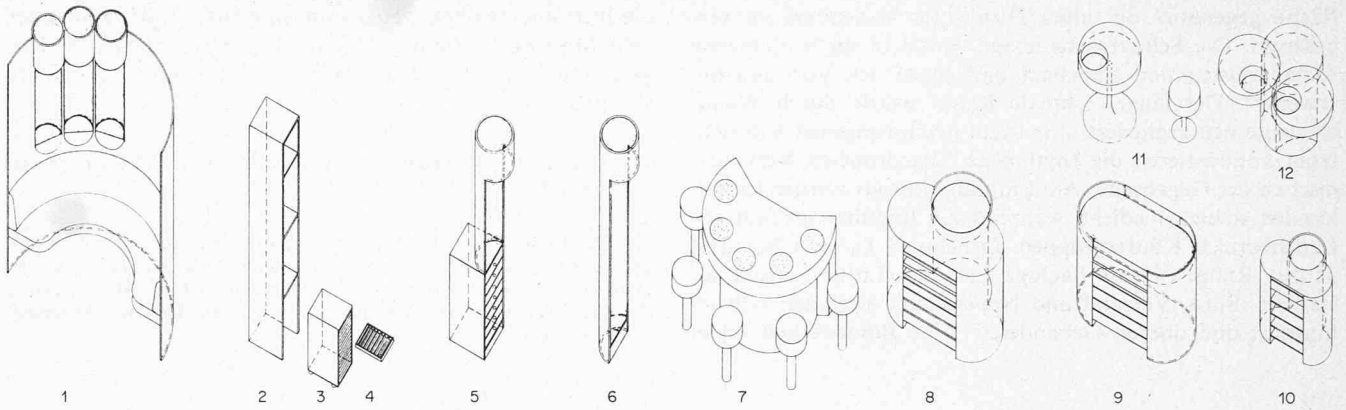
lieren auf beiden Etagen zu ermöglichen. Beim Eingang wurde das alte Guckkastenfenster durch eine Ganzglaskonstruktion ersetzt, die der Eingangsfront eine grosszügige Note verleiht. Die Glasfront steht in schräger Richtung zum Innenraum und bildet eine Nische, in welcher der Interessierte das Ausstellungsgut betrachten kann, ohne vom Strom der Trottoirpassanten gestört zu werden.

Anders liegen die Dinge bei den beiden Läden der neu gegründeten Firma Embassy AG. Stand bei Stahel der eigentliche Um- und Erweiterungsbau im Vordergrund, so ging es hier vorerst um die Ausstattung vorhandener Räume. War dort eine Stammkundschaft bereits aufgebaut, so galt es hier, neue Kontakte anzubahnen. Das Geschäft in St. Moritz sollte eine elegante Note erhalten. Auch hier wurde von

Embassy Zürich. Sitzgruppen mit Verkaufstischen und Korpusvitrinen

Verkaufsgespräch in einer Seitennische. Das Angebot wird in Ruhe überprüft





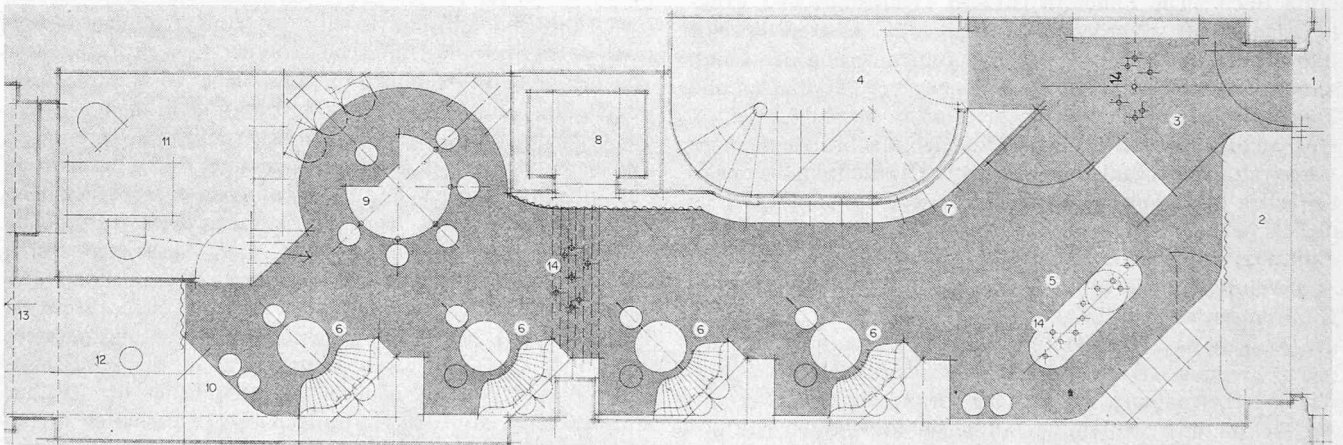
Ausbauelemente, 1 Verkaufsnische, 2 Schrankeinheit, 3 Schubladenkörper, 4 Schublade, 5 Vitrine mit Schubladenkörper, 6 Vitrine, 7 Bijoubar, 8 Verkaufskörper, 9 Vitrinenkörper, 10 Kleeblattkörper, 11 Verkaufstisch und Hocker, 12 Kleeblattisch

der starren Anordnung einer Verkaufsschranke abgesehen. Der Käufer wird in buchtenförmigen Wandnischen individuell bedient. Die besondere Ambiance erhält der Raum durch die weiss ausgesparte Deckenzone, die das Licht reflektiert und als Spiegelbild den Grundriss der Gesamtkonzeption wiedergibt.

Das Zweiggeschäft an der Bahnhofstrasse Zürich weist das gleiche Gestaltungsprinzip auf. In das geplante Raum-

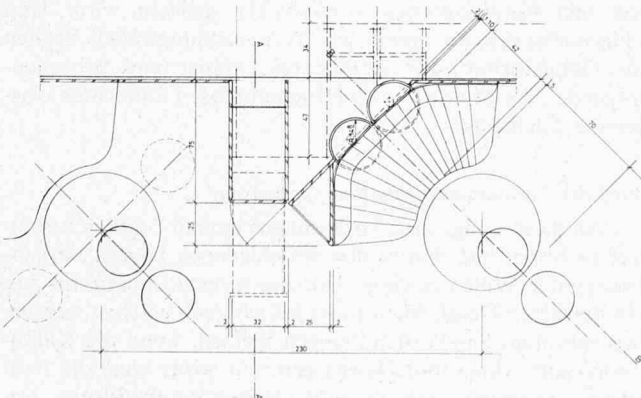
konzept musste jedoch eine kleine Boutique der Pariser Firma Cartier eingefügt werden. Mit signethaftem Charakter steht sie unter dem Motto «La boutique dans la boutique» im Gegensatz zur Form- und Materialsprache des übrigen Raumes.

Die Firma Rüegg in Basel befindet sich an der Freiestrasse in einem Altbau mit schwungvoller Jugendstilfassade. Auch hier gelang es, durch bauliche Eingriffe die Verkaufs-

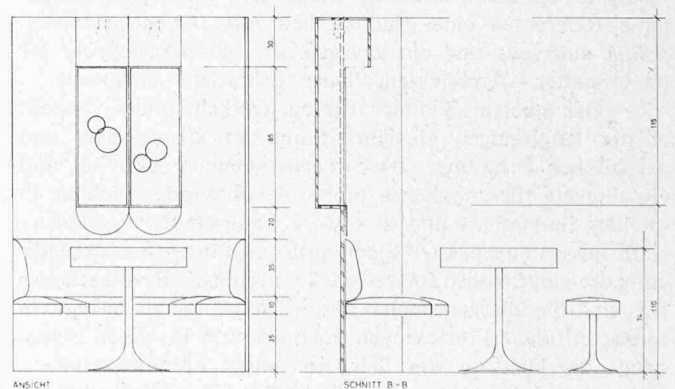


Rüegg Uhren und Juwelen, Basel, Grundriss 1:100, 1 Eingang, 2 Schaufensteranlage, 3 Vorraum, 4 Treppenhaus, 5 Empfangsbereich, 6 Verkaufsnischen, 7 Ausstellvitrinen, 8 Lager, Tresor, 9 Bijoubar, 10 Instrumententische, 11 Chefbüro, 12 Packtisch, 13 Erfrischungsraum, Büros usw.

Der lange schmale Raum wird durch Wandelemente neu gegliedert. Die rhythmisch angeordneten Verkaufsnischen treten in ein Spannungs-Empfangsbereich werden hastige Kunden stehend bedient, während die Bijoubar im hinteren Ladenbereich Käufergruppen aufnehmen kann



Detailplan einer Verkaufskoje. Die Elemente wurden vorgefertigt und steckerfertig montiert



fläche gegenüber der alten Disposition wesentlich zu vergrössern. Die Schaufensteranlage wurde in die vorhandene Metallkonstruktion eingebaut und gegen den Vorraum hin erweitert. Der lange, schmale Raum wurde durch Wandelemente neu gegliedert. Zur leicht geschwungenen Vitrinenfront kontrastieren die rhythmisch angeordneten Verkaufsnischen der Gegenseite. Am Empfangskorpus werden Einzelkunden stehend bedient, während die Bijoubar im hinteren Ladenbereich Käufergruppen aufnehmen kann. Über dem ganzen Raum ist eine flächige Lamellen-Lüftungsdecke installiert. Büro, Versand und Nebenräume befinden sich im hinteren und oberen Gebäudeteil. Eine Besonderheit bildet

die Instrumententheke. Hier können Käufer Edelsteine unter dem Mikroskop begutachten. Im Gegensatz zu den andern gezeigten Umbauten weist das Geschäft Rüegg markantere Formen auf.

Adresse des Verfassers: *Hans Brüttsch*, Arch. SWB, Buchzelgstrasse 65, 8053 Zürich.

Die Entwicklung der Elemente erfolgte in Zusammenarbeit mit der Firma *Dynamant, Ladenbau der Uhren- und Bijouteriebranche*. *Dynamant* ist eine Abteilung der Ladenbaufirma *Gysi AG* in Aarau, die auch die Mehrzahl der hier beschriebenen Ladeneinrichtungen ausgeführt hat.

Freizeit-Silo, Ferien-Konserve und kein Ende?

Von **Dona Dejacó**, Zürich

DK 711.41

Zu einer Arbeitstagung des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes über die Grundsätze zur Architektur und Siedlungsgestaltung in Ferienorten.

Der Massentourismus ist ein Phänomen, mit dem sich unsere Zeit abfinden muss. Unsere Kinder und Kindeskiner sind die Freizeitgesellschaft von morgen. «Touristische Erschliessung» von Erholungslandschaften ist zu einem wirtschaftspolitischen Schlüsselwort geworden. Das Fazit: Rundherum trauriger Anschauungsunterricht zu Jost Krippendorfs Buch «Die Landschaftsfresser. Tourismus und Erholungslandschaft – Verderben oder Segen?». Überall dasselbe Bild: Die Ferienverhäuslung, die Zubetonierung der Landschaft bis in dahin unberührte Regionen mit Parkplätzen und Zweitwohnungssilos, die brechreizenden Jumbo-Chalets – Heimatstil-Ambiente im Engros-Vertrieb, die brutale bauliche Vergewaltigung organisch gewachsener Ortschaften, die uneinheitlichen Konglomerate architektonischer Hässlichkeit, lediglich Behälter für eine stetig zu steigende Touristenbetten-Zahl. Das einzig geltende Gesetz? Das der Rendite...

Wenn man die (Pflicht)lektüre von Krippendorfs Buch voraussetzen darf, erübrigt sich eine detailliertere Darstellung der Ausgangslage für eine im Herbst 1975 vom Schweizerischen Fremdenverkehrsverband sehr verdienstvoll durchgeführte Arbeitstagung, an der die Grundsätze zur Freizeit-Architektur und Siedlungsgestaltung in Ferienorten neu diskutiert wurden.

Dem Vermassungsprozess entgegensteuern

Dass das Tagungsthema Sprengstoff enthielt, darüber waren sich wohl alle der rund 100 Tagungsteilnehmer – Architekten, Planer, Behördenmitglieder, Politiker, Hoteliers, Verkehrsdirektoren usw. – im klaren: Nach tiefeschürfenden Analysen des unerquicklichen Status quo verlangten kompetente Referenten eine grundsätzlich *neue Fremdenverkehrspolitik* einerseits und ein *gewandeltes Anforderungsprofil* für die Gestalter – Architekten, Planer, Behörden – anderseits.

«Das oberste Ziel der Fremdenverkehrspolitik besteht in der langfristigen Gewährleistung der körperlichen und psychischen Erholung, sowie regenerierenden Aktivität und Geselligkeit für möglichst breite Bevölkerungsschichten in intakter Landschaft und in sowohl Landschafts- wie Gästebedürfnissen angepassten Siedlungsformen unter Berücksichtigung der langfristigen Interessen der ansässigen Bevölkerung.» Das sind die übergeordneten und bis heute nur in geringstem Masse erfüllten Forderungen Krippendorfs in seiner Eigenschaft als Direktor des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes und des Forschungsinstitutes für Fremdenverkehr an der Universität Bern. Darauf stellten Krippendorf, Archi-

tekt Fred Baumgartner, Dr. Paulhans Peters, Chefredaktor des «Baumeister», München, sowie weitere Referenten (in Podiumsgesprächen und Arbeitsgruppen) einen detaillierten Anforderungskatalog auf, aus dem einige wesentliche Punkte herausgegriffen seien:

Erkennung und Berücksichtigung der Belastungsgrenzen einer Landschaft, eines Ferienortes; Redimensionierung auf kurzfristigere, überschaubare Entwicklungsbereiche; Rückkehr zur Massstäblichkeit der Freizeitarchitektur, zur «dimension humaine», die den Menschen und seine *echten*, (nicht die ihm auf suggerierten) Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt; betonte Unterscheidung der Freizeit-Architektur von der Alltags-Architektur; eine nicht vorkonditionierte Architektur, die verschiedene Nutzungsmöglichkeiten offenlässt; Rücksicht auf die Animationswirkung des Ferienortes, Formenreichtum, Nutzungsmischung und Aufrechterhaltung der gesellschaftlichen und ökonomischen Querbeziehungen und Verflechtungen; Aufrechterhaltung einer natürlichen Beziehung zwischen Feriengästen und Ansässigen durch kommunikative Architektur (Erstellung z.B. auch kommunikationsfreundlicher Schwellenbereiche wie Plätze, Brunnen, Höfe, Lauben); Vermeidung stereotyper Gestaltungsnormen; höchstmögliche individuelle Anpassung an die landschaftlichen, kulturellen und baulichen Gegebenheiten der Region; ein flexibleres, von den Gemeinden bzw. Talschaften individuell anwendbares, planungsrechtliches Instrumentarium, das phantasievollere, ortsspezifische Lösungen erlaubt; lediglich übergeordnete administrative Richtlinien; Aufhebung der Ausnützungsziffer, dafür gestalterische Richtlinien für Baustil, Baustellung, Charaktere wie Dachlandschaft usw.; bessere Nutzung bestehenden baulichen Leermaterials (verlassene Bauern- und Wohnhäuser, unbenützte Ställe) bzw. Erweiterung von Aussenfraktionen, bevor an Ferien-Satellitenorte (ein vieldiskutiertes Streitobjekt), gedacht wird. Und schliesslich: gezielte, periodische Weiterbildungsmöglichkeiten (als Obligatorium) für Architekten, Planer und Behördenmitglieder, als Alternative zu beziehungslosen Gutachten ortsfremder Fachleute.

Wird der Ferientourist langsam erwachsen?

All diese dringenden Forderungen einmal deutlich formuliert zu hören und den in den verschiedenen Lagern vorhandenen guten Willen zu deren Durchsetzung zu spüren, tut gut. Mit derselben Deutlichkeit muss jedoch auch gesehen werden, dass dies alles Sandkastenübungen bleiben, wenn die Kalkulation ohne Alpha und Omega gemacht wird: ohne die Bauherren, die Promotoren, die auftraggebenden Investoren, Immobilienhändler und Konzerne einerseits, an deren Ferien-

