

Ansichtssachen

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **29 (2016)**

Heft 4

PDF erstellt am: **18.04.2024**

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

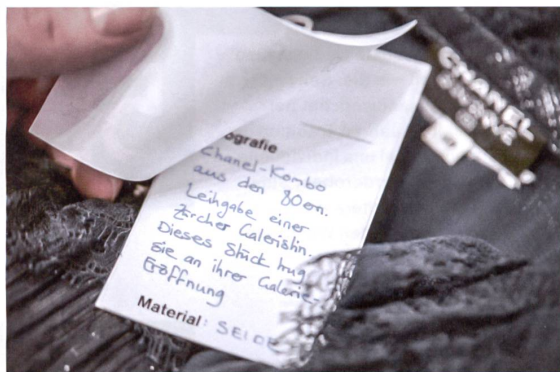
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Jedes Kleid erhält ein Etikett mit einer Laufnummer.



Modeleighboutique «Kleihd» in Zürich: Im winzigen Ladenlokal wartet eine sorgfältig zusammengestellte Kleiderauswahl.



Geschichte tragen: Für das Leihkleid wird notiert, weshalb es der Trägerin teuer ist.

Kleiderbibliothek

Wer das winzige Ladenlokal an der Idastrasse in Zürich betritt, hat gute Gründe. Zum Beispiel den, die schönsten Stücke aus dem eigenen Schrank gepflegt weiterleben zu lassen, statt sie anonym in der Altkleidersammlung zu entsorgen. Eben übergibt eine Kundin eine schwarze Hose und ein Oberteil von Christa de Carouge an Janine Häberle. Diese nimmt die Stücke prüfend entgegen und fragt nach, was sie der Kundin bedeuteten. Textildesignerin Häberle begann sich für Mode zu interessieren, weil sie nachhaltig handeln will. Kein Widerspruch, aber eine Herausforderung. Zusammen mit drei Kolleginnen hat sie Ideen entwickelt, Businesspläne verfasst und verworfen. Letzten Dezember sprangen sie ins kalte Wasser und eröffneten die Leihboutique «Kleihd».

Die Idee ist einfach: «Wer Kleider lange trägt, sie ausleiht, flickt, aufwertet, und wer weitergibt, was nicht mehr gefällt, verlängert den Produktzyklus», erklärt Häberle. Solches Handeln erweitert die eigene, beschränkte Garderobe und befriedigt modische Neugier. Denn wer ein Kleid abgibt, darf sich einen Monat lang bedienen. Das einfache Abosystem funktioniert, weil es auf Aufwertung beruht. Das fängt mit der Auswahl an. Anders als im Brockenhaus wird nicht jedes Stück übernommen. Ist es besonders genug, wird es gereinigt, manchmal auch geflickt oder geändert und mit einer Etikette ausgezeichnet. Wer gibt, lernt: Häberle erklärt geduldig Stoffe, Machart und Herstellungsmethoden und erzählt, was das Besondere an dem Stück ist. Statt anonymen Dutzendware wird getragen, was eine Geschichte hat.

Diese muss auch visuell vermittelt werden, und das tut «Kleihd» mit kleinem Aufwand, aber präzise. Raphael Schoen von Präsens Büro, Luzern, entwarf das Erscheinungsbild. Die eingenahten Textiletiketten machen aus jedem Kleid ein nummeriertes «Kleihd», Papierschilder geben Auskunft über Leihgebühr und Herkunft. Inzwischen suchen die Initiantinnen nach einem grösseren Ladenlokal und denken an weitere, auch thematisch ausgerichtete Filialen. Auch muss die Fülle des Angebots gebändigt und online kommuniziert werden. Etwa jenes einer Basler Architektin, die seit mehr als zwanzig Jahren Prêt-à-porter direkt ab Laufsteg sammelt. Übrigens kommen auch Männer nicht zu kurz. Neben klassischen Anzügen warten Stücke auf sie, die Expeditionen in modischere Gefilde unterstützen. Meret Ernst, Fotos: Judith Stadler

Modeleighboutique «Kleihd»

Idastrasse 28, Zürich

Konzept: Tilla Künzli, Irina Schuppli, Janine Häberle, Alena Jerie

Umsetzung: Janine Häberle, Alena Jerie, Paula Fricke
Abopreis: Fr. 40.– für fünf Stücke während eines Monats (bis Ende April)

Öffnungszeiten: Donnerstag 13–20 Uhr,
Freitag 13–18 Uhr, Samstag 10–16 Uhr
www.kleihd.ch



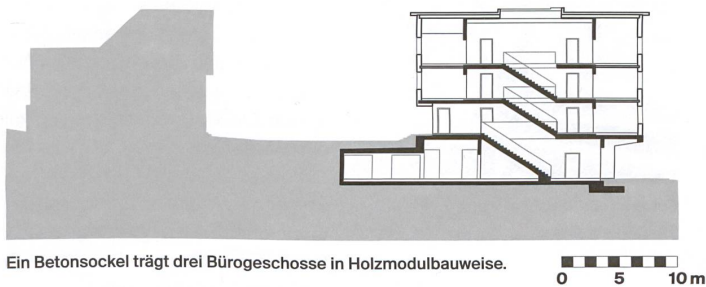
Giebelständig wie die anderen Häuser steht das neue Gemeindehaus an der Hauptstrasse in Nesslau.



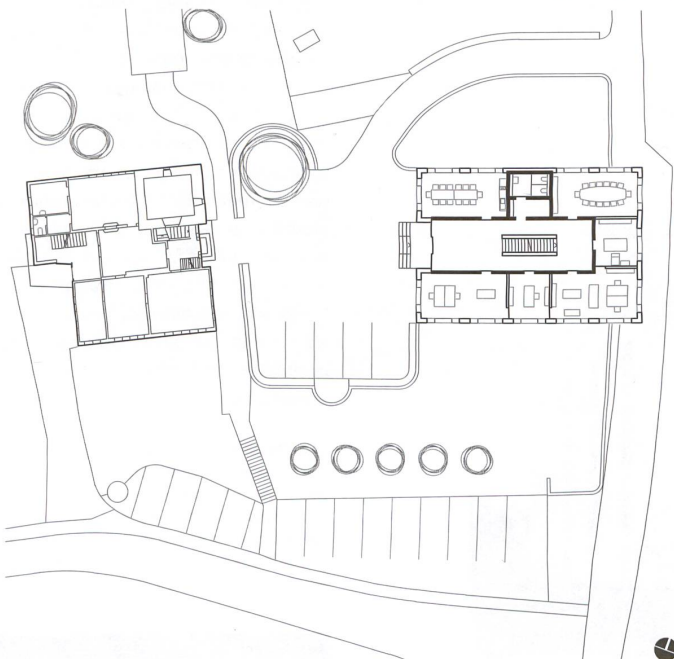
Ein Büromodul bietet 15 Quadratmeter Platz.



Massive Brüstungen im 1. Obergeschoss.



Ein Betonsockel trägt drei Büroggeschosse in Holzmodulbauweise.



Ein Platz verbindet den Neubau mit dem Haus Nüssli, das auch der Gemeinde gehört.

Im Nesslauer Sinn und Geist

Es ist eine Qualität von Architektur, wenn sie kaum Fragen aufwirft, weil sie unkompliziert ist, weil sie ganz selbstverständlich ihre Funktion erfüllt und ihren Platz findet. Das neue Gemeindehaus in Nesslau von Kurt Hauenstein und seinem Atelier-f ist so ein Fall. Auf einem in die Endmoräne geschobenen Betonsockel steht es an der Hauptstrasse des Ortes und krägt als freundliche Einladung an die Passanten über den Fussweg. Im Sockel lagert das Archiv, das die Vergangenheit der kürzlich fusionierten Gemeinden Nesslau, Stein und Krummenau bewahrt. Diese Fusion war der Anlass für den Neubau, das alte Haus an gleicher Stelle wurde abgerissen. Mehrere Renovierungsphasen hatten die letzten Originaldetails vernichtet, für Büros war es wenig geeignet. Zudem wurden nach der Fusion dreimal mehr Büros gebraucht. Der Vorschlag von Atelier-f war der kompakteste im Wettbewerb, zu dem die Gemeinde mehrere Büros eingeladen hatte.

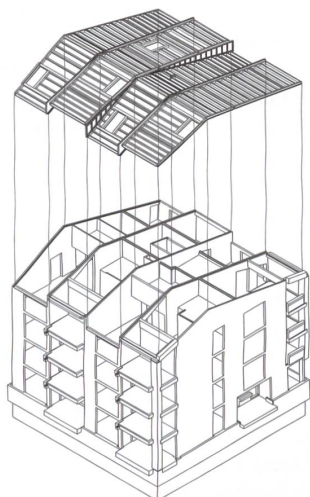
Der Aufbau ist modular, ein Betonkern steift aus. Die Mitarbeiter sitzen in 15 Quadratmeter grossen Büros oder tagen in doppelt so grossen Sitzungszimmern. Grau lasierte Weisstanne bedeckt die Fassade. Die Konstruktion ist aus Fichte, der Innenausbau aus Eschenholz. Das Treppenhaus mit den aufgesetzten Türrahmen, den Brüstungsanschlüssen und der in die Betonfuge am Treppenauge integrierten Beleuchtung ist ein Lehrstück der Detaillierung. Auf ein Minergie-Zertifikat haben die Architekten verzichtet. So wenig Technik wie möglich, das war die Devise. Anstatt einer Lüftungsanlage flankieren zwei kleine Fensterflügel eine grosse quadratische Öffnung. Diese Aufforderung zum aktiven Lüften beantwortet die vielleicht einzige Frage, die die Fassade aufwirft. Was auf den ersten Blick wie Fensterläden mit Photovoltaikelementen wirkt, sind Prismengläser. Im Winter bei tiefem Sonnenstand lassen sie viel Licht hinein, im Sommer brechen sie es. «Ein Gemeindehaus in unserem Sinn und Geist», nennt der Gemeinderatspräsident Kilian Looser das Haus, in dem seit Herbst 19 Mitarbeitende die Belange von 3643 Einwohnern verwalten. Mit einer geschickten Ausschreibung ist es der Gemeinde gelungen, dass die Materiallieferanten und die Handwerker aus der Region kommen, auch die Inneneinrichtung, die teils vom Architekten entworfen ist. Er hatte womöglich den weitesten Weg. Friederike Meyer, Fotos: Ralph Feiner

Gemeindehaus Nesslau, 2015

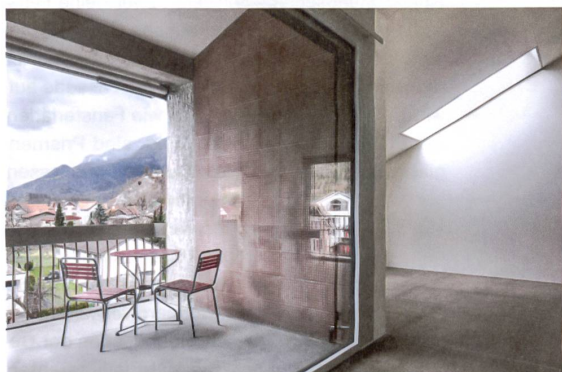
Hauptstrasse 24, Nesslau SG
 Bauherrschaft: Gemeinde Nesslau
 Architektur: Atelier-f, Fläsch
 Mitarbeit: Kurt Hauenstein, Daniel Jäger, Bastian Güdel, Urban Freuler
 Auftragsart: Wettbewerb auf Einladung
 Bauleitung: Wickli + Partner, Nesslau
 Gesamtkosten (BKP 1-9): Fr. 4 525 000.—
 Beteiligte Firmen: Huber Fenster, Herisau;
 Tobler Haustechnik, Neu St. Johann;
 Schättli Metallwarenfabrik, Schwanden



Zwei Wohnungen pro Obergeschoss folgen der starken Wandstruktur; eine sitzt quer.



Der starke Rhythmus von Dach und Fassaden bestimmt auch die innere Struktur.



Beton mit Bretterschälung im Treppenhaus.

Die Fugen der Akustikklinker liegen übereinander – sie sind nicht gemauert, sondern geklebt.



Grosses Haus für Ems: Die Gliederung versucht, die ungünstige Proportion zu korrigieren.

Das Dorf gestalten

«Früher war das ein schönes Dorf», sagt Aita Flury, während wir an der neuen Gross-Migros von Domat / Ems vorbeifahren. Viele Läden im Dorfkern mussten schliessen, Spekulationshäuser machten den Raum enger. Auch die Zürcher Architektin sah sich vor der Aufgabe, einen Teil ihres Heimatdorfes zu verdichten: Nach dem Tod des Vaters ging das 4000 Quadratmeter grosse Grundstück an sie und ihren Bruder. Grosse Bäume stehen dort, gleich beim Bahnhof, auch das hundertjährige Haus der Grosseltern und der fünfzigjährige, grossartig «schwebende» Bungalow der Eltern, den die Dorfbewohner einst als «Kindergarten» belächelten. Die Grenze zwischen Kern- und zweigeschossiger Wohnzone läuft quer durchs Grundstück, weshalb man zum Bahnhof hin nur niedrig bauen darf. Da brauche es neue städtebauliche Ansätze, findet Flury. Für solche ist die Gemeinde aber noch nicht bereit, drum bleibt das Grundstück auf dieser Seite vorerst unbebaut.

Neben das Haus der Grosseltern durften vier Geschosse hin, mit obligatem Schrägdach. Die Bedingungen für den Neubau mit zwölf Wohnungen (sechs davon Eigentum) waren eng: Parzelle ausnutzen, ein riesiges Dach entwickeln und nicht zuletzt der eigenen Familie beweisen, dass das kostengünstig geht. Hinzu kamen die ungünstigen Proportionen des massigen Baukörpers. Die Architektin gab dem Haus zwei Hauptfassaden, zur Strasse und zum Garten. Horizontale und vertikale Bauteile fügte sie zu einer kräftigen Gestalt, in der die grossen Loggien nicht als Loch erscheinen. Pfeiler und Ziegelflächen, Lüftungsflügel und Putzfelder, ja selbst die rindenartige Putzstruktur auf den Pfeilern betonen das Vertikale. «Das zieht das Haus in die Höhe», sagt die Architektin. Das Satteldach zeichnete sie seitlich als Giebel, vorn und hinten als kubisches Auf und Ab. Die Loggientürme dürfen als baurechtliche Gauben über die Traufe hinausreichen. Der starke Rhythmus von Dach und Fassaden bestimmt auch die Lage der Innenwände, in die sich drei Wohnungen pro Geschoss hineinschmiegen.

Die «Brettischalung» im Treppenhaus ist Aita Flurys Stolz. Um die verputzte Aussendämmung kam sie nicht herum, erdachte aber viele Massnahmen, um sie solider erscheinen zu lassen: einen schmalen Betonsockel oder die Klinker, die sichtlich geklebt sind und nicht gemauert. Letztere beziehen sich auf den Bungalow im Garten, in dem Aita Flury aufgewachsen ist. Ihre Mutter blickt nun von einer der neuen Wohnungen hinab auf den Bungalow, den heute die Emser Kinderkrippe nutzt. Als hätten es die Nachbarn vorausgesehen. Axel Simon, Fotos: Ralph Feiner

Mehrfamilienhaus La Contenta, 2015

Gassa sutò 58, Domat / Ems
Bauherrschaft: La Contenta, Scuol
Architektur: Aita Flury, Zürich
Bauingenieur: Conzett Bronzini Partner, Chur
Gesamtkosten (BKP 1-9): Fr. 5,3 Mio.
Baukosten (BKP 2 / m³): Fr. 900.—

Ein Teppichmonster

«Ein Abenteuer» sei seine neue Rolle als Teppichproduzent, sagt der Textildesigner Christoph Hefti. Sein Abenteuer begann vor zwei Jahren, als er erstmals nach Nepal reiste. Vom Teppichhandwerk inspiriert entwarf er dort in seinem Hotelzimmer einen Teppich, auf dem er alle möglichen Knüpftchniken ausprobierte, und nannte ihn «World Mask». Er zeigt eine afrikanische Ritualmaske, eine tibetische Totenmaske, eine Karnevalsmaske aus Guatemala und die Maske eines mexikanischen Wrestlingkämpfers – jedes Segment ist aus verschiedenen Materialien handgeknüpft, die gleichzeitig die jeweilige Kultur charakterisieren, mit unterschiedlich hohem Flor. Das ganze Stück misst 305 mal 220 Zentimeter. «Ein Teppichmonster» nennt Hefti seinen Entwurf liebevoll. Ähnlich aufwendig ist der Teppich «The Visitors», der ein Jahr nach «World Mask» entstand. Er zeigt eine prähistorische Figurine, die Hefti in einem Museum in Bogotá entdeckte und die er auf seiner Zeichnung gleich selbst auf einen Teppich gestellt hat. Nebst diesen bildhaften Entwürfen arbeitet der Textildesigner auch abstrakt, das Motiv «Bleeding Colour» etwa zeigt einen Dégradé, eine Abstufung, die ein vergrösserter Drucktest aus einer Fabrik in Italien ist, bei der er mode-technisch zu Besuch war.

Hefti arbeitete während dreizehn Jahren als Kreativassistent und Printdesigner für Dries Van Noten in Antwerpen, wechselte zu Lavin und ist aktuell bei Acne Studios engagiert. Dort entwirft er Stoffe, die später als Prêt-à-porter-Roben auf den Laufstegen zu sehen sind. Etwas zu schaffen, das länger als drei Monate Bestand haben müsse, sei fantastisch. Mit den Teppichen will er Geschichten erzählen. Das tut er nun auch in der Einzelausstellung «Visitors» in Zürich. Sie sind in den Räumen der Galerie Soon Art zu Gast und präsentieren sieben von unterdessen zehn Teppichen. Inszeniert hat sie der Textildesigner gemeinsam mit Martin Rinderknecht, ergänzt mit Vintage- und zeitgenössischen Objekten aus dessen Sammlung. Allerdings betont Hefti, seine Teppiche seien keine Kunst. Zwar sind die Stücke auf je acht oder fünfzehn Stück limitiert – je nach Komplexität –, sie sollen aber als Einrichtungsgegenstände genutzt werden. Oder am liebsten selbst zum Möbel werden, indem sich der Besuch für den Tee direkt auf den Teppich setzt statt aufs Sofa. Lilia Glanzmann, Fotos: Joelle Bacchetta

Ausstellung «Christoph Hefti – Visitors»

Soon Art, Limmatstrasse 206, Zürich

Dauer: bis 10. April

Galerie: Helm Rinderknecht

Teppichdesign: Christoph Hefti

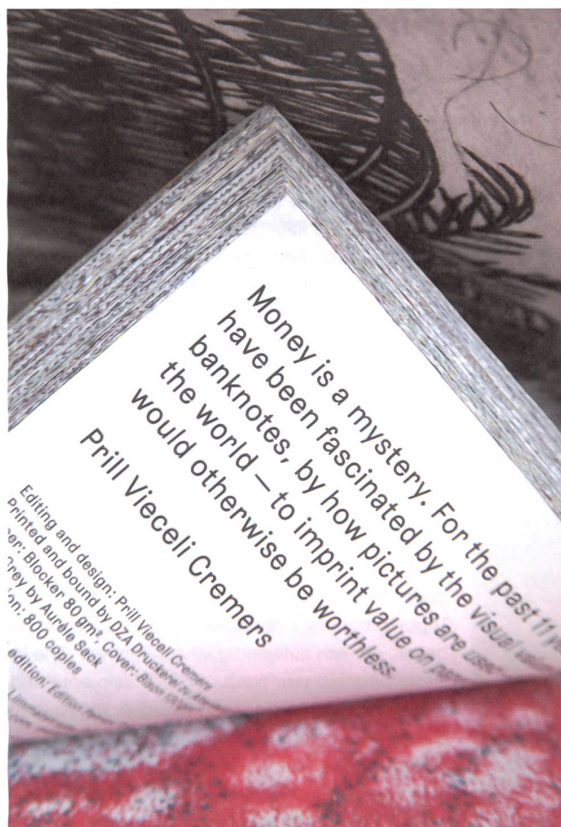
Materialien: Seide, Wolle

Produktion: Kathmandu Valley, Nepal

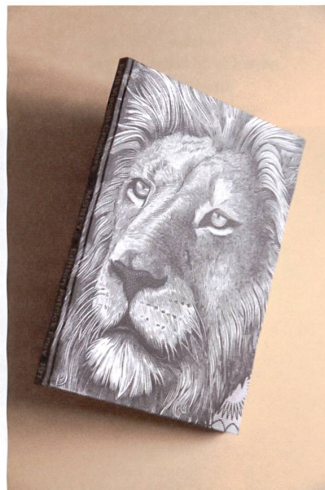
Preise: ab Fr. 6000.–



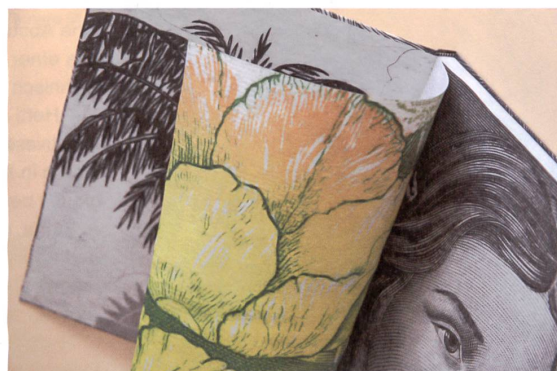
«World Mask» kombiniert gefärbte Wolle, Naturwolle und Seide sowie die unterschiedlichsten Knüpftchniken.



Bis auf diese kurze Textseite ist der Bildband «Money» frei von Erklärungen.



Macht hoch zwei: Ein Löwe zielt das Cover, der ehemalige «Löwe von Bagdad», Saddam Hussein, die Rückseite.



Gezielte Farbakzente rhythmisieren den Bildband.



Analogien und Gegensätze geben die nötige Würze.

«Money» ist randabfallend gedruckt – wie ein Bündel Geldscheine.

Das liebe und das böse Geld

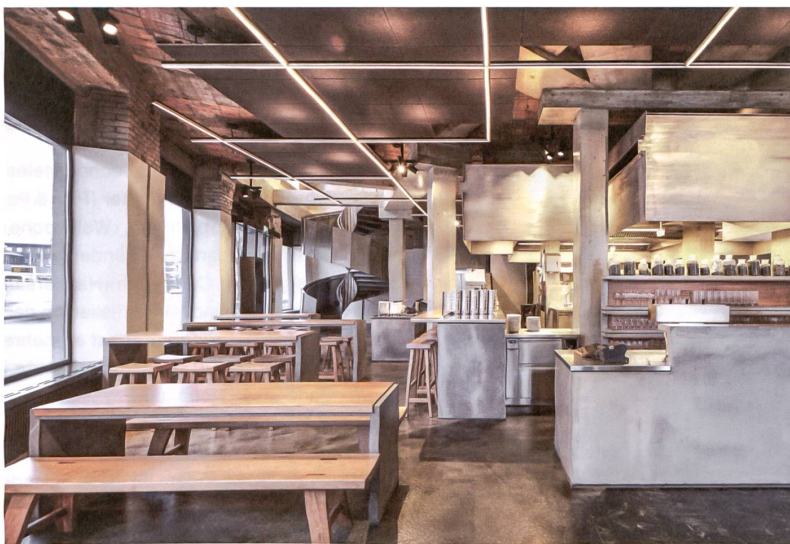
Palmen, Sonnenschein, eine einladende Bucht und Menschen, die sich am Strand tummeln. Erst auf den zweiten Blick bemerkt die Betrachterin Fesseln, die einen Teil der Gruppe zu Sklaven macht – nur durch die Vergrösserung wird die Brutalität der Szene deutlich. Sie stammt aus dem Bildband «Money», den das Zürcher Grafikerkollektiv Prill Vieceli Cremers letzten Herbst in der Edition Patrick Frey herausgegeben hat.

Elf Jahre lang haben die drei Gestalter überall auf der Welt Banknoten gesammelt, sie eingescannt, vergrössert, beschnitten und aus ihrem Zusammenhang gelöst – mit dem alleinigen Fokus auf die bildliche Darstellung; alle Symbole für Währung, Zahlen für Werte und weitere Details fehlen. Auch das Buch kommt ganz ohne Beschreibung aus, auf Titel, Seitenzahlen oder Herkunft der Banknoten verzichten die Macher konsequent. Erst nur schwarzweiss geplant akzentuieren nun Farbbilder die Sammlung, allerdings leicht bearbeitet: «In den originalen Farben zu drucken, war nicht möglich», sagt Alberto Vieceli. Diese werden speziell für den Notendruck hergestellt und sind nicht auf dem Markt erhältlich. Wichtig war Tania Prill, Alberto Vieceli und Sebastian Cremers ebenso das hochwertige Papier, das zum Thema passen sollte und mit dem sie vermeiden, das eine Abbildung auf der anderen Seite durchscheint: «Deshalb haben wir uns für ein teures Papier entschieden, mit einem Anteil an weissen Pigmenten», erläutert Cremers.

Und was lehrt uns das Buch über Bildmotive auf Banknoten? Oftmals repräsentieren die Illustrationen Macht und Reichtum: Köpfe wichtiger Menschen, signifikante Bauwerke, technische Errungenschaften, Landwirte als symbolische Helden der Arbeiterklasse oder das allsehende Auge auf der Rückseite der 1-Dollar-Note. Zu sehen sind aber auch Bergmassive und üppige Landschaften mit fantastischer Tierwelt. Clever und reizvoll, wie die Grafiker die Ausschnitte zu neuen Bildpaaren kombinieren – so wirkt eine Illustration über die Laufwege von Bienen neben einem Fussballer plötzlich wie eine Spielstrategie, die der Trainer auf eine Tafel gemalt hat. Und es lohnt sich, genau hinzuschauen: Da und dort sind in den Bildern versteckte Botschaften platziert – ein wunderbares Bilderbuch für Erwachsene. Und nun erwarten wir umso gespannter, welche Motive ab Mitte April auf den neuen Fünfigernoten zu sehen sind. Lilia Glanzmann, Fotos: Guillaume Musset

Bildband «Money»

Herausgeber und Gestaltung: Prill Vieceli Cremers
Format: 24 x 33 cm, 256 Seiten, 219 farbige Abbildungen
Papier: Blocker, 80 g/m², Cover: Bison, 180 g/m²
Druck: DZA Druckerei zu Altenburg (D)
Schrift: Grey von Aurèle Sack
Verlag: Edition Patrick Frey, Zürich 2015
Auflage: 800 Exemplare
Preis: Fr. 60.–



Die «Lily's Factory» in Zürich ist Restaurant, Take-away, Delivery-Küche – und ein Lehrstück über den Umbau.

Damit und dagegen

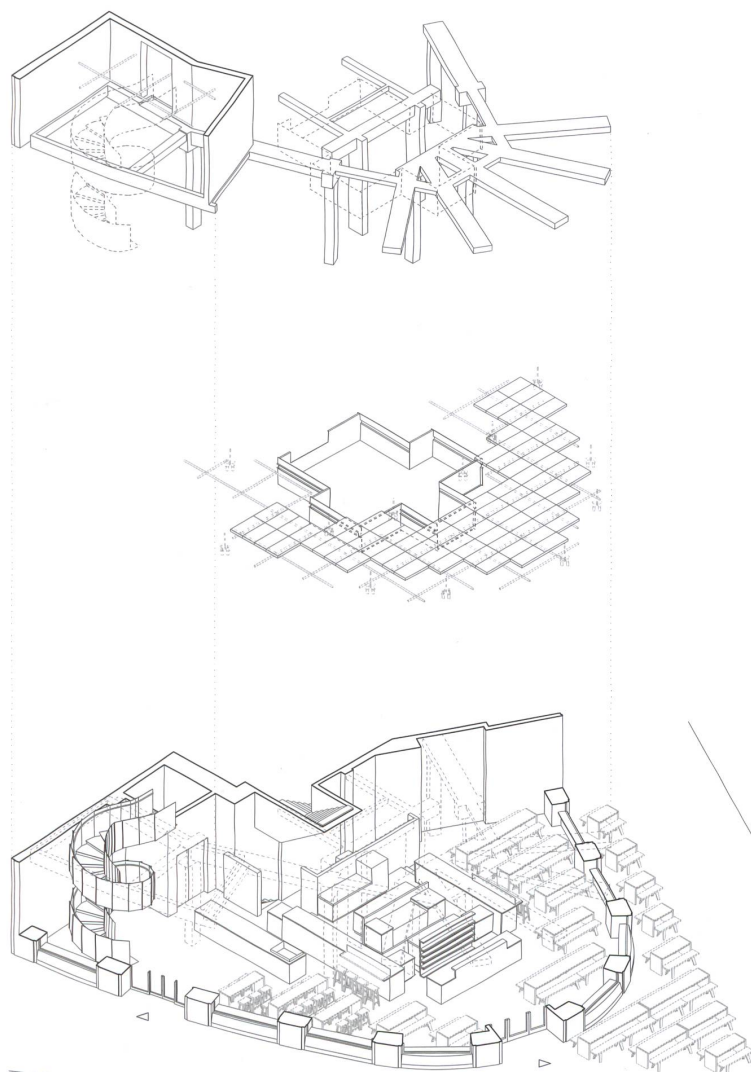
Bänke statt Einzeltischen, keine Reservationen und grosse Portionen zu fairen Preisen – dieses Gastrokonzept machte «Lily's» zur Stadtzürcher Institution. Nebst Asiafood reicht das Sortiment von Cheesecakes über Birnen-Eisenkraut-Saft bis zu fermentiertem Chinakohl. Abends flitzen Velokuriers durch die Stadt und liefern ausserdem Alkohol, Zigaretten und Kaugummis aus. Als 2015 der Mietvertrag der separaten Delivery-Küche endete, erneuerten die Betreiber Angebot, Grafik und Internetauftritt. Penzel Valier bauten die «Factory»: den neuen Hauptsitz mit Restaurant, Take-away und Büro.

Die «Factory» arbeitet einerseits mit dem Bestand: Abgeschliffene Böden erzählen die Geschichte des Gründerzeitbaus, dessen Erdgeschoss einst dreigeteilt und mitunter Metzgerei und Sexshop war. Unter den abgehangenen Decken sind die Backsteine der Hourdisdecke zum Vorschein gekommen. Die Fassadenstützen bleiben oben unverputzt. Ein mittiger Schlitz mildert ihre Schwere. Auch die Ertüchtigung der Tragstruktur ist situativ. Armierungseisen und Beton verstärken die Eisenträger und -stützen. Kräftige Quader ummanteln und betonen die Knotenpunkte.

Die «Factory» arbeitet andererseits gegen den Bestand: Neben dem Seiteneingang führt eine expressive Wendeltreppe hinauf zu Toiletten und Büros. Das Falwerk aus acht Millimeter starkem Stahlblech ist formal unabhängig von der rechtwinkligen Ordnung, die von gastronomischen Abläufen ausgeht und die radiale Struktur des Bestands überlagert. Die bühnenartig erhöhte Schauküche ist das neue Zentrum. Als kräftiges Kreuz markiert eine Ablufthaube aus geschliffenem Stahl die Mitte. Über dem Restaurant setzt sich die neue Raumordnung als Schichtung fort. Unter Akustikpaneelen mit schwarzem Industriefilz sorgt ein strenges LED-Raster für die Grundbeleuchtung. Strahler werfen vom Rand her zusätzliches Licht auf die Küche und die Möbel aus Kirschholz und Beton.

Das neue «Lily's» ist ein Lehrstück über den Umbau. Es vereint pragmatische Reparatur und unkümmertes Weiterbauen mit präzisen Eingriffen und inszenierten Brüchen. Müheless finden moderne Gastronomie und hundert Jahre Patina zusammen. *Palle Petersen, Foto: Hannes Henz*

Umbau «Lily's Factory», 2015
 Sihlfeldstrasse 58, Zürich
 Bauherrschaft: Lily's, Zürich
 Architektur und Baustatik: Penzel Valier, Zürich
 Auftragsart: Direktauftrag, 2014
 Stahlbau: Josef Meyer, Emmen
 Beleuchtung: Fluora Leuchten, Herisau
 Baukosten (BKP 2-9): Fr. 3,2 Mio.



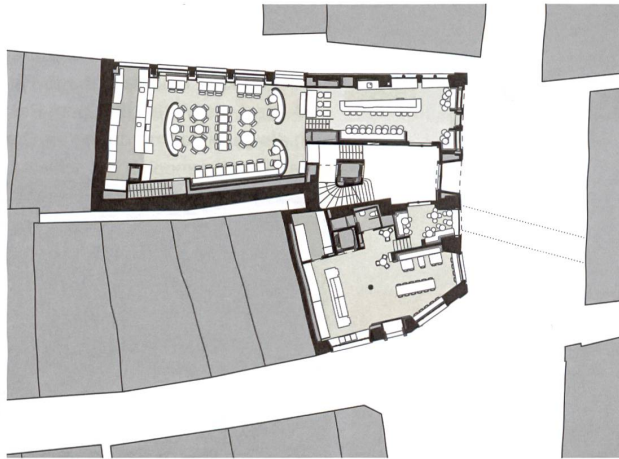
Geschichtet: Küche, Möbel, Akustikpaneele und LED-Schienen etablieren den rechten Winkel im radialen Raum.



An prominenter Lage im Zürcher Niederdorf: Das Hotel Marktgasse an der gleichnamigen Gasse.



2. Stock: Das Hotel belegt mehrere, seit Langem zusammengewachsene Häuser.



Erdgeschoss mit dem Restaurant Baltho links, der Bar und dem «Delish» unten.

Gastliche Tradition

Unternehmer Beat Curti hat schon vieles unternommen: Er war Detailhändler (Pick & Pay, Usego), Verleger («Beobachter», «Weltwoche»), und 1988 war er Hochparterre-Gründer (als Verleger). In jüngster Zeit ist Curti auch «Häusersammler» und so, zumindest indirekt, Hotelier. An der Marktgasse im Zürcher Niederdorf hat er mehrere Liegenschaften gekauft. Zwei davon baute er nun zum «Marktgasse Hotel» um.

Die Häuser haben eine lange Geschichte; die Bäume für die ältesten Balken wurden vor 1300 gefällt. Seit Langem ist diese Ecke der Gasse ein Ort der Gastlichkeit, und als sie Emil Bäggi in den 1930er-Jahren übernahm, wurde sie stadtbekannt. «Golden Bar», «Buurestube», «Palazzo» oder «Red House» hiessen die Lokale, später auch «Barrique», «Zic Zac» und «Rock Hotel»; legendär waren die Schnecken im «Stägefässli».

Die Verruchtheit der Lokale ist verschwunden. Die alte Bausubstanz hingegen blieb erhalten. Jedes Zimmer ist anders, die Böden sind schief, die Decken niedrig. «Boutique Hotel» nennt sich das, klein und fein. Wenige, ausgesuchte Materialien prägen die 39 Zimmer: In den meisten liegt ein Eichenparkett am Boden, in einigen gibt es Stuckaturen, Täfer, Kachelöfen oder historische Säulen. Der Kleiderschrank ist ein Stahlskelett, ein eigens gestaltetes Wandregal nimmt Gästemappe und Wasserkaraffe auf. Eine Minibar gibt es nicht, das Wohnzimmer ist die Lobby im ersten Stock. Die Gäste können sich aber auch in die Bibliothek zurückziehen, die einen schönen Blick auf die Stadt bietet.

Das Aushängeschild der Gastronomie im Erdgeschoss ist das «Baltho», das mit seiner einsehbaren Küche weltstädtisches Flair verbreitet. Dunkles Holz, dunkles Leder und filigrane Leuchten prägen den Raum. Das grosse Foto einer Installation von Stefan Burger setzt einen künstlerischen Akzent und dämpft nebenbei den Schall. Zur Strasse liegt die Bar, in der petrolgrüne Wände und ein Tresen aus Baumnussparkett eine intime Atmosphäre schaffen. Kühler ist die Stimmung im benachbarten «Delish», wo man seine Speisen und Getränke an der Theke holt, um sich dann an einen der Tische zu setzen.

Als Betreiberin des Hotels verpflichtete Beat Curti die frühere Molino-Gruppe, einst Jelmoli-Tochter, dann Besitz von Georg von Opel. Vor knapp zwei Jahren kaufte die Genossenschaft Migros Zürich die Molino AG, die seit Anfang 2015 Ospena Group heisst. Werner Huber

Marktgasse Hotel, 2015

Marktgasse 15/17, Zürich

Bauherrschaft: Alt-Züri Immobilien, Zürich

Architektur: Miller & Maranta, Basel

Innenarchitektur: Kessler Kessler Creative Design

Consultants, Zürich (Konzept); Ida 14 by Karsten Schmidt, Zürich (Umsetzung)

Kosten Mieterausbau Ospena Group: Fr. 14 Mio.



Weltstädtisches Flair im «Baltho».



Die Zimmer sind angenehm zurückhaltend möbliert.



Von klein und aus Glas bis ganz gross und aus PET:
Die neu gestaltete Rivella-Flasche mit konturgestanzter Etikette
muss in allen Variationen überzeugen.

Sportlich, sportlich

Alle paar Jahre muss die Hülle erneuert werden, damit wir ein Produkt noch mögen. Schliesslich bestimme der Auftritt den Inhalt, sagen uns Marketingexperten. Das gilt seit 1952 auch für unser Nationalgetränk aus Milchserum und Kräuterextrakt. In der Rezeptur unverändert übersteht es auch die jüngste Auffrischung – und will doch frischer getrunken sein. Yves Béhar hat die Flasche und damit den Auftritt von Rivella aufgeräumt.

Eineinhalb Jahre arbeitete der in San Francisco tätige Designer mit Westschweizer Wurzeln am Redesign, für dessen Industrialisierung er mit seinem Studio Fuseproject auch zuständig war. Gelungen? Ja. Das zeigt der vergleichende Blick auf die letzten Bemühungen. In der Überarbeitung von 2007 siehe Hochparterre 4/08 rutschte die Taille der PET-Flasche nach unten und erhielt zehn üppig aufgeworfene Rillen. Doch was den Griff erleichterte und den PET-Verbrauch reduzierte, liess die Rivella-Flasche unsportlich wirken. In der Wirkung war das eher ungünstig, ist doch Rivella seit 1977 über das Sponsoring des Schweizer Skiteams fest im sportlichen Körper der Nation verankert.

In Béhars Entwurf auf acht reduziert schnürten die griffigen Rillen die Flasche nicht mehr gar so stark ein. Parallel geführt überkreuzen sie sich und sollen, so der Hersteller, die Berge symbolisieren, die Béhar im Übrigen ebenso wie die dahinter hervorstrahlende Sonne von der Etikette verbannte. Jung, urban statt heimatschwer und klischiert soll das Getränk wirken. Die kreuzweise angeordneten Rillen assoziieren in anderer Lesart einen Verband, was durchaus zur Welt des Sports passt. Sie werden formal von der grafisch entschlackten Etikette aufgenommen: Eine in den fünf Rivella-Farben gehaltene Fläche mit dem Schriftzug und einer leichten Farbabstufung legt sich über eine weisse Fläche.

Die Typo, seit 1967 kleingeschrieben und seit 1991 auf einem schräg über die Etikette laufenden Band platziert, verzichtet erstmals auf Serifen, ausser beim ersten und letzten Buchstaben. Das und die leichte Kursivsetzung lassen den Schriftzug zwar frischer wirken, doch zugleich verliert er den Anschluss an die Historie. Die konturgestanzten Etiketten dagegen sind eine überzeugende Erfindung, bisher ungesehen auf Getränkeflaschen. Mit der Idee allein war es freilich nicht getan. Damit die Etiketten passgenau auf den neugeformten Flaschen landen, müssen diese in der Anlage perfekt ausgerichtet sein. Hier bestimmt die Produktion die Form und also den Auftritt. Daran wird deutlich, was ein Industrial Designer aus einer Verpackung alles herausholen kann. Meret Ernst

Redesign Rivella

Design: Yves Béhar, Fuseproject, San Francisco
Verantwortlich bei Rivella: Andrys Aardema, Silvan Brauen,
Michael Nussbächer
Hersteller: Rivella, Rothrist



Seit 1952 gibt es Rivella. Der Lauf der Zeit spiegelt sich in den veränderten Flaschen und Etiketten.



Neben den Klassikern Rot und Blau wirken die Variationen weniger stringent verpackt: Die Flaschen sind heller, und wer genau hinschaut, entdeckt auf den Etiketten Grünteelblätter, einen Pfirsich und einen Rhabarber.



Das Plakat zur Ausstellung von Dan Solbach.



Die obere Ausstellungsetage in der Kunsthalle Zürich lädt Kinder zum Spielen ein.



Die von Yvan Pestalozzi erfundene Rutsch- und Kletterröhre «Lozziwurm».



Die untere Etage der Ausstellung «The Playground Project» führt durch hundert Jahre Spielplatzgeschichte.

Kinder, bringt eure Eltern

«Kinder sind wie Uhren», hat der Schriftsteller Jean Paul einmal gesagt. «Man darf sie nicht nur aufziehen, man muss sie auch gehen lassen.» Diesem Gehenlassen widmet sich «Playground Project», die aktuelle Ausstellung in der Zürcher Kunsthalle. Kuratiert hat sie die Stadtplanerin Gabriela Burkhalter, die seit vielen Jahren zur Geschichte der Spielplätze forscht und ihre Funde auf www.architektur fuer kinder.ch veröffentlicht.

Für die Kleinen bietet die Schau Seile zum Schaukeln, Netze zum Klettern und einen originalen «Lozziwurm», die vom Schweizer Bildhauer und Maler Yvan Pestalozzi erfundene Rutsch- und Kletterröhre, die in den Siebzigerjahren auf Spielplätzen in ganz Europa lag und noch heute auf Anfrage produziert wird. Für die Grossen breitet «Playground Project» hundert Jahre Spielplatzgeschichte aus. Sie reicht vom Anfang des 20. Jahrhunderts, als die Sozialreformer das «herumlungernde Kind» von der Strasse holten und es auf betreuten, nach Geschlecht getrennten Plätzen «in Sicherheit» brachten, über die Dreissigerjahre, als das Gestalten mit Wasser und Sand an Bedeutung gewann, die Siebzigerjahre, als das gemeinschaftliche Experimentieren im Vordergrund stand, bis hin zu den Achtzigerjahren, als Norm und Langeweile Einzug hielten.

Dass sich seitdem vergleichsweise wenig verändert hat, weiss jeder, der kleine Kinder hat. Zwar unterhält beispielsweise die Stadt Zürich rund 620 Spielplätze und hält ein 93-seitiges Spielplatzkonzept bereit. Doch die Trilogie aus Schaukel, Rutsche und Sandkasten dominiert allzu oft. Mit der Gestaltung eines Spielplatzes könnten Planerinnen und Gestalter keine Karriere machen – diese Ausrede lässt die Ausstellung aber nicht gelten. Sie will im Gegenteil zeigen, was möglich war und wäre. Neben den Kletter-skulpturen des Schweizers Michael Grossert, den Aktionen der Group Ludic in Frankreich und den Bauexperimenten von Riccardo Dalisi in Neapels Sozialviertel Rione Traiano versammelt sie auf einer Weltkarte auch zeitgenössische Lichtblicke – seien es eine Autoreifen-Schaukel in Lima, eine Bambuswippe in Brasilien oder eine Malwand in Indien. Spielplätze von Rural Studio in den USA, von Alejandro Aravena in Chile und von Assemble in Grossbritannien zeigen, dass die Rückbesinnung auf Selbstbau und Gemeinschaft die vernachlässigten Nischen der Stadt wieder ins Licht zu rücken vermag. Friederike Meyer, Fotos: Annik Wetter

Ausstellung «The Playground Project»

Kunsthalle Zürich, Limmatstrasse 270, Zürich

Dauer: bis 15. Mai

Szenografie: Daniel Baumann und Gabriela Burkhalter

www.kunsthallezuerich.ch