

dimension3

Magazin unabhängiger Partner für Planung, Architektur und Bauen



MUT ZUR INDIVIDUALITÄT

13 Partner bauen auf einzigartige Projekte.



EDITORIAL.



Thomas Ammann
Ammann Gärten AG



Guido Ebnöther
BAUR HOLZBAU AG



George Tzionas
Bellini Personal AG



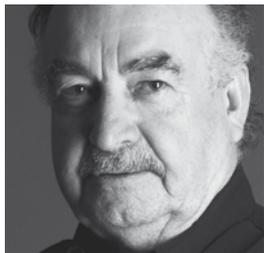
Marco Bonardi
Bonardi Gipsergeschäft GmbH



Urs Clement
Brem & Schwarz AG



Moritz Küderli
Hydroplant AG



Ivo Schwager
LAMBDA Dämmtechnik AG



Marco Blessano
Marco Blessano
Fotografie



Matthias Gebert
Neuco AG



Matthias Rüegg
Rüegg Cheminée AG



Sandro Walder
walder,werber werbeagentur ag



Simon Wyss
ZMALER.CH GMBH



Daniel Bächler
Bächler for Design

Liebe Leserin, lieber Leser

Das vierte dimension3-Magazin steht im Zeichen der Individualität. Einzigartigkeit ist in Industrie, Bau und Design, aber auch in der Werbung und Fotografie zum A und O geworden. Wer nicht durch Besonderheiten hervorsticht, geht in der Masse unter. Auf Unternehmensseite setzen wir das mit USPs, unverwechselbaren Produkten und Dienstleistungen sowie einzigartigen Menschen um. Individualität bedeutet für uns das Zusammenführen verschiedener Komponenten und Kompetenzen zu einem einheitlichen, aussergewöhnlichen Ganzen.

Denn einmalige Lösungen sind je länger, je mehr auch auf Kundenseite gefragt. Dabei äussert sich Individualität nicht nur im Produkt, sondern vor allem auch auf der Service- und Dienstleistungsebene in Gesprächen und in der Zusammenarbeit. Individualität braucht Mut und stösst manchmal an Grenzen. Welche gesetzlichen und rechtlichen Vorschriften legen den Grundstein? Wie weit darf man sich gestalterisch aus

dem Fenster lehnen? Wo liegt das Kostendach? In diesem Magazin stellen wir Ihnen 13 Persönlichkeiten mit ihren Unternehmen und Projekten vor, die täglich alles geben für die individuelle Kundenzufriedenheit. Sie erklären, was sie persönlich unter Individualität verstehen. Und natürlich, was sie einzigartig macht.

Übrigens: Auf www.dimension3.ch erfahren Sie noch mehr über das Spezialisten-Netzwerk, das nun schon seit mehreren Jahren erfolgreich zusammenarbeitet. Lassen Sie sich inspirieren zu viel Spass beim Lesen, Entdecken und Weitersagen.

Daniel Bächler
Bächler for Design

INHALT.





Ammann Gärten AG Gartendesign	6 – 7
b4d Architects Architects / Interiors / Products	8 – 9
BAUR Holzbau AG Holzbau	10 – 11
Bellini Personal AG Personalvermittlung	12 – 13
Bonardi Gipsergeschäft GmbH Gipsergeschäft	14 – 15
Brem & Schwarz AG Elektroinstallationen	16 – 17
Hydroplant AG Grün im Raum	18 – 19
LAMBDA Dämmtechnik AG Dämmtechnik / Innenausbau / Brandschutz	20 – 21
Marco Blessano Fotografie Fotografie	22 – 23
Neuco AG Lichtinszenierung	24 – 25
Rüegg Cheminée AG Cheminée und Öfen	26 – 27
walder,werber werbeagentur ag 2-D- und 3-D-Kommunikation	28 – 29
zmalder.ch GmbH Farbgestaltung	30 – 31

Impressum

Konzept, Text, Gestaltung: walder,werber uster

Bild Titelseite: Verticalis, Hydroplant AG

Bild Inhaltsverzeichnis: Rheinfal, Neuco AG und
Ch. Keller Design AG

IMMER WIEDER ÜBER SICH HINAUSWACHSEN.

Ammann Gärten AG

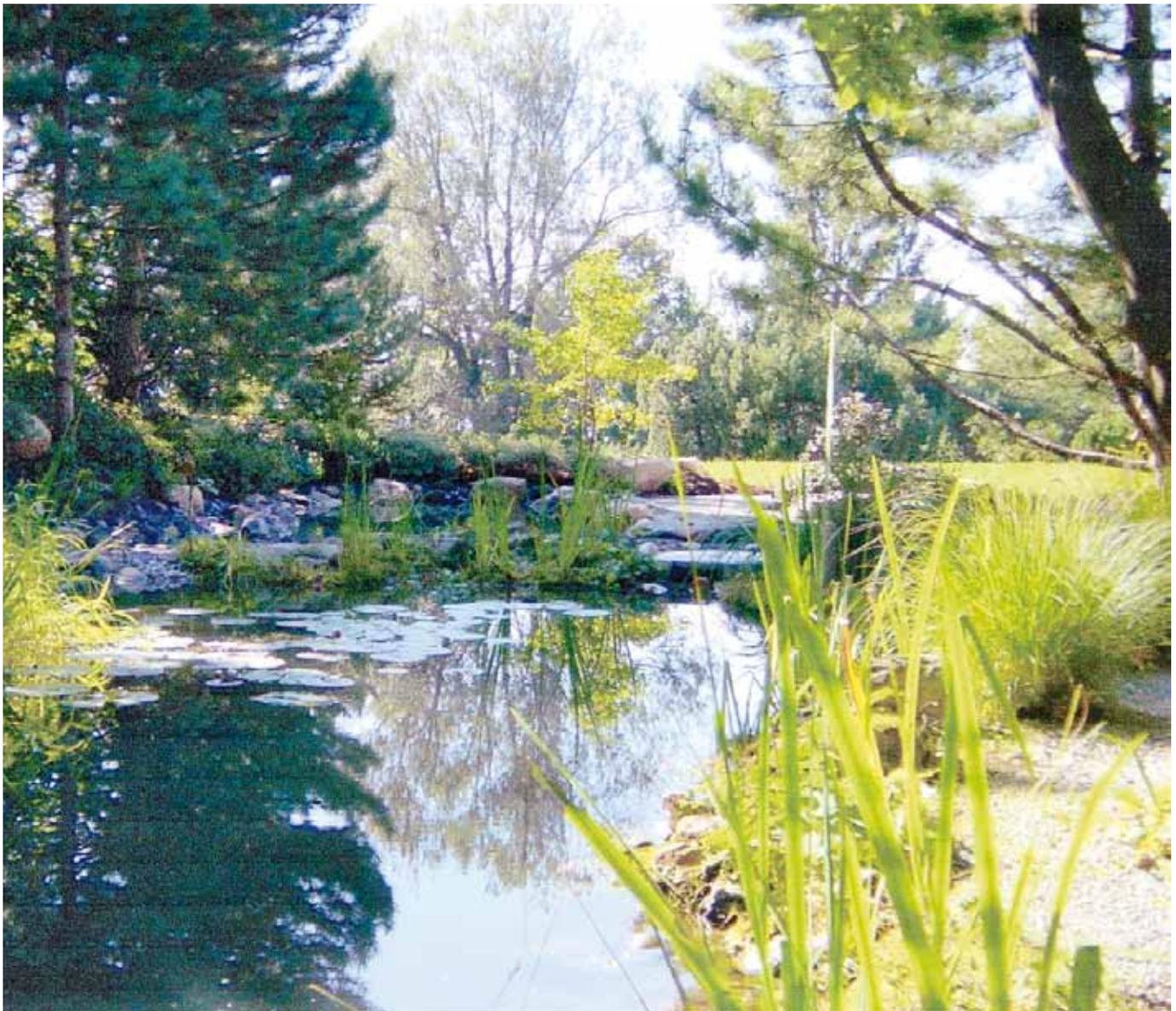
Hammerstrasse 65, 8032 Zürich
Tel. 043 443 40 40, Fax 043 443 40 41
www.ammann-gaerten.ch

Thomas Ammann gehört zu jenen Menschen, die das Leben verschönern. Er und sein 14-köpfiges Gartenspezialisten-Team schaffen grüne Lichtblicke im Stadt- und Landleben. Und zwar von der Ideenskizze bis zur sorg-

fältigen Pflege. Und das tun sie mit blühender Leidenschaft, denn für sie ist ein Garten gleichzeitig Quelle der Inspiration, Oase der Ruhe sowie Zufluchtsort für alle Sinne. Rettende Inseln in einer Welt, deren Puls die Frequenz der S-Bahn Züge und den Piepton der Mailbox bestimmen. Die Ammann Gärten AG kreiert Grünanlagen für Kunden, die so unterschiedlich sind wie Pfingstrose und Herbstzeitlose – von der Credit Suisse über

die Klinik Balgrist bis zum privaten Eigenheimbesitzer. Deshalb ist Individualität für Inhaber Thomas Ammann gar keine Frage, sondern bereits die Antwort. «Jeder Garten ist einzigartig, folglich ist Individualität für unsere Arbeit sozusagen eine Grundvoraussetzung», erklärt er.

Das Zusammenspiel verschiedener Farben, Formen, Materialien und Pflanzen lässt von



Natürliche Gartengestaltung



Park- und Begegnungsinstitutionen



Terrassenbegrünung

Natur aus einen enormen Spielraum für individuelle Gestaltungen zu. Dabei wurzelt jeder Garten in den Wünschen und Vorstellungen des Kunden. Ganz egal, ob es nun um die Neugestaltung, Umänderung oder einfach um die Pflege einer Anlage geht. «Individualität bedeutet aber auch das Anbieten von Gesamtlösungen», ergänzt Thomas Ammann. Das heisst, einen Garten zu bepflanzen, ist – bescheiden ausgedrückt – nur das Kerngeschäft. Alle anderen verwandten Arbeitszweige, wie zum Beispiel der Einbau eines Gartenpools oder das Verlegen von Betonelementen und Kieswegen, bietet Ammann Gärten auf Wunsch ebenfalls an, in der Regel in Zusammenarbeit mit Partnerfirmen.

Trotz allem sind den vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten aber auch Grenzen gesetzt: zum Beispiel durch gesetzliche Bauvorschriften oder klimatische Bedingungen. Innerhalb dieser Grenzen geht es stets darum, bei einem Konzept die Ästhetik und den Nutzen einer grünen Anlage optimal zu verbinden und dabei auch das ökologische Gleichgewicht im Auge zu behalten: vom beschaulichen Garten Eden bis zur grossen Parkanlage. Thomas Ammann ist überzeugt, dass sein Unternehmen mit dem Fokus auf Individualität weiterhin gut gedeiht. Denn schliesslich werden die vielen Gestaltungsmöglichkeiten und unterschiedlichen Anforderungen der Kunden auch in Zukunft einzigartige Individuallösungen erfordern. Und die Triebkraft brauchen, immer wieder über sich hinauszuwachsen.

SELBSTVERWIRKLICHUNG UND KOSTENPLÄNE ZU VERBINDEN, IST EINE KUNST.

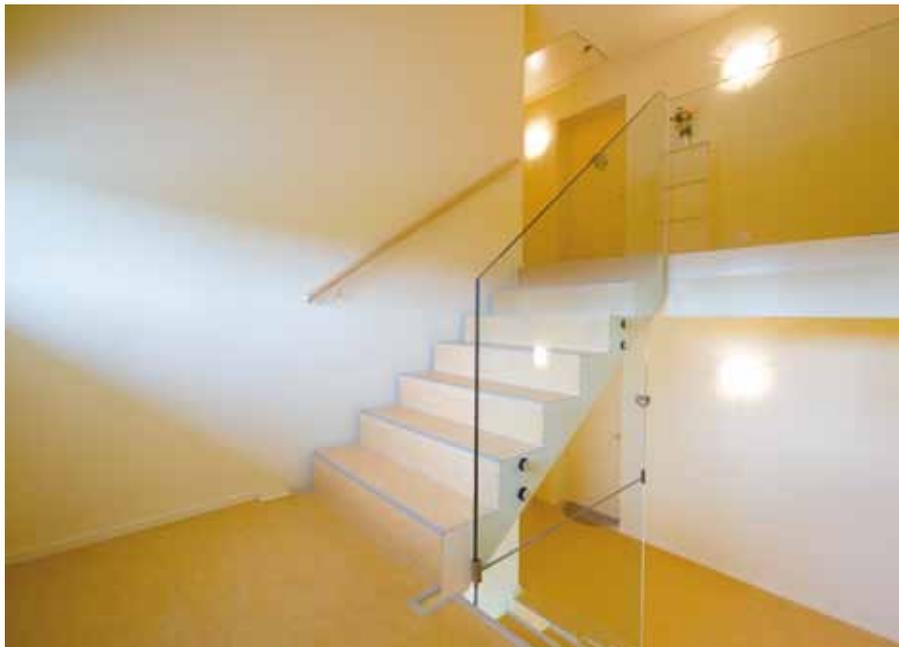
b4d Architects | Interiors | Products

Häldeliweg 35, 8044 Zürich
Tel. 043 455 90 30, Fax 043 455 90 31
www.b4d.ch

b4d sagt eigentlich schon alles. Der Name ist Design. Kreativität in Buchstabenform. Bei Daniel Bächler dreht sich alles um Architektur, Innenarchitektur und Produktgestaltung. Individualität bedeutet für ihn in erster Linie Partnerschaft. Zusammenarbeit versteht er als einmalige Kombination von verschiedenen Experten. «Ich stelle für jedes Projekt ein einzigartiges Team aus Spezialisten zusammen, das ganz genau auf die Anforderungen des Kunden zutrifft», sagt der Inhaber von b4d. Er ist es auch, der das dimension3-Netzwerk initiiert hat. Mit diesen Partnern arbeitet er Tag für Tag zusammen. Ihre Zusammensetzung ist aber so vielseitig wie seine Aufträge – von der Boutique bis zur Alterswohnung.

Wichtige Eckpfeiler in der Arbeit des Architekten sind Style, Perfektionismus und Anpassungsfähigkeit. Daniel Bächler ist ein Tüftler: Seine Themen und Aufträge für Privat-, Geschäfts- und öffentliche Räume sowie Messekonzepte sind enorm heterogen und erfordern immer wieder innovative Ideen. Genauso wie den Mut, aus bekannten Strukturen auszubrechen. «Architektur bewegt sich oft im Rahmen von Normen. Um individuelle Akzente zu setzen, muss man diese Massstäbe immer wieder ganz bewusst hinterfragen», erklärt Daniel Bächler. Deshalb kommt es vor, dass er mit seinen Konzepten und Vorschlägen aneckt. «Dann braucht es viel Überzeugungskraft und Fingerspitzengefühl meinen Dialogpartnern gegenüber», sagt der Architekt. Auch einmal nein sagen zu können zu einem Projekt, das sich gar nicht umsetzen lässt, gehöre ebenfalls dazu. Der Mann hat eine klare Linie. Man erkennt es nicht nur in seinen Designs, sondern auch an seinem Charakter.

Daniel Bächler ist aber nicht nur Architekt, sondern auch Unternehmer. Selbstverwirklichung und Kostenpläne zu verbinden, ist eine Kunst. «Mut zur Individualität braucht es dann, wenn man sich als Bauherr oder Investor fragen muss, wie weit man gehen



Innenausbau Wohnprojekt-Sonnweid



Innenausbau Aufenthalts- und Konzertraum



Siedlungsbau und Landschaftsgestaltung

darf, um trotzdem noch eine breite Käuferschaft ansprechen zu können», sagt er. Die vielen guten Ideen liegen in der einen Waagschale, das Budget und der Terminplan in der anderen. Die Balance liegt irgendwo dazwischen. Daniel Bächler hat aber immer wieder auch Arbeiten, bei denen er seinem kreativen Freigeist keine Grenzen setzen muss: zum Beispiel bei Privathäusern, Büroräumen oder Gewerbeobjekten, die nur eine kleine Anzahl Kunden ansprechen. Und natürlich in seinem eigenen Unternehmen: Noch mehr eigenständige Projekte will er in Zukunft mit einem vierten Geschäfts-

bereich realisieren. Neben den Standbeinen Architects, Interiors und Products baut er zurzeit einen weiteren Geschäftszweig auf – Concepts 360°. Kein Wunder, wird es bei Daniel Bächler auch in Zukunft rund laufen.

AUF DEM HOLZWEG BESTENS UNTERWEGS.

BAUR Holzbau AG

Friedgrabenstrasse 19, 8907 Wettswil
Tel. 043 466 20 00, Fax 043 466 20 00
www.baur-holzbau.ch

Bei der BAUR Holzbau AG hat vieles Tradition. Zum Beispiel das fortschrittliche Denken. Zum Beispiel die Experimentierfreude. Zum Beispiel die Innovation. Auch Guido Ebnöther gehört schon lange dazu, als Mitinhaber und Mitglied der Geschäftsleitung. Heute nimmt er sich Zeit, zwischen Terrassenrosten und Dachaufbauten kurz innezuhalten und über das Thema Individualität nachzudenken. «Individuell zu sein, hat für mich viel damit zu

tun, die richtigen Menschen am richtigen Ort zu haben», sagt der eidgenössisch diplomierte Zimmermeister. Die rund 40 Mitarbeitenden sind nicht alle aus dem gleichen Holz geschnitzt. Zum Glück. Bei BAUR arbeiten vom Zimmermann bis zum Projektleiter die unterschiedlichsten Leute. Im Beruf haben sie aber etwas gemeinsam: das flexible Handeln, das kreative Denken und das innovative Agieren. Das ist kein Widerspruch zum traditionsreichen Betrieb seit 1855, sondern die perfekte Symbiose.

Wenn Guido Ebnöther mit der Hand über die Holzstruktur fährt, spürt man förmlich, dass

hier die Chemie stimmt. Es sind der Respekt und die Wertschätzung, mit denen er den ursprünglichen und natürlichen Werkstoff behandelt. Dieselbe Ernsthaftigkeit, die er auch seinen Kundenwünschen entgegenbringt. Und damit wären wir bereits beim springenden Punkt. «Die Wünsche des Kunden mit den Gegebenheiten des Werkstoffes Holz in Einklang zu bringen, ist unsere grösste Herausforderung», erklärt er. Die flache, klare Firmenstruktur und der direkte Kontakt der verantwortlichen Führungsperson zum Kunden ermöglichen erst, immer wieder individuelle Lösungen auf die Beine zu stellen. Egal, ob es sich um die Planung einer



Holzbau, Kilchberg (Minergie-P-ECO)

Grossüberbauung, um eine Renovation oder lediglich um eine allgemeine Schreinerarbeit handelt.

Manchmal wird Guido Ebnöther mit seinem Team aber besonders auf die Mutprobe gestellt. Nämlich dann, wenn es darum geht, Risiken einzugehen. Etwas zu wagen, das man noch nie gemacht hat, und wofür es in der Umgebung auch keine Referenzbeispiele gibt. In diesen Situationen braucht es Mut zur Individualität. In Zukunft will sich Guido Ebnöther mit der BAUR Holzbau AG klar noch mehr in Richtung Individuallösungen und Einzelanfertigungen entwickeln. «Ich wünsche mir aber auch, dass der Kunde mehr Verantwortung übernimmt für seine speziellen Wünsche – und zwar von Anfang an bis zum Schluss und mit allen Konsequenzen. Schliesslich geht es immer darum, die Vorstellungen der Kunden, die Gegebenheiten des Werkstoffs und die Bauvorschriften perfekt zusammenzubringen», erklärt er. Klar ist: Guido Ebnöther ist auf dem Holzweg bestens unterwegs.



Kantine Altersheim Wildbach, Zürich



Freischwebende Terrassengestaltung, Rigiblick Zürich

INDIVIDUALITÄT GEHÖRT ZUM PORTFOLIO.

Bellini Personal AG

Stauffacherstrasse 35, 8004 Zürich
Tel. 058 059 59 59, Fax 058 059 58 58
www.bellini.ch

So einen wie George Tzionas trifft man selten. Ein absoluter Macher. Sprüht vor Ideen. Ist mit den Gedanken mal hier, mal dort, aber immer bei der Sache. Zum Thema Individualität kommt es wie aus der Pistole geschossen: «Differenzierung ist in unserer Branche ein Muss», sagt der Bellini-CEO. Kein Wunder, schliesslich geht es bei der Vermittlung von

temporären Baufachkräften um Menschen, und nur um Menschen. Dabei muss es meistens schnell gehen. Gerade heute, wo kurzfristige Termine und blitzschnelle Reaktionszeiten fast schon vorausgesetzt werden. Zum Beispiel, wenn es in Projekten plötzlich zu Engpässen kommt. Damit dann alles reibungslos und in null Komma nichts abläuft, muss man sich vorher Zeit nehmen. Zeit für die Kunden, Zeit für die Kandidaten.

«Ich glaube, das ist es, was uns wirklich individuell macht», sagt George Tzionas, jetzt

doch etwas nachdenklicher. Er meint damit zwei Dinge: zum einen die Nähe zu seinen Kunden, also den Arbeitgebern. Jeder Agent hat zum Beispiel einen Arbeitstag bei einem seiner Kunden verbracht. Um die Atmosphäre zu spüren, die Bedürfnisse abzuholen und das Geschäft genau zu verstehen. Zum anderen geschieht dasselbe auf der Seite der potenziellen Arbeitnehmer. Bevor jemand in die Kartei aufgenommen wird, durchläuft er einen anspruchsvollen Rekrutierungsprozess. So verfügt Bellini heute über ein riesiges qualitatives Netzwerk mit über 60'000





Sich für Kunden und Kandidaten Zeit nehmen

gut gepflegten Kontakten. «Hier dreht sich vieles um Nutzen, Ehrlichkeit und das gegenseitige Vertrauen», erklärt George Tzionas. Schliesslich reden hier Fachleute mit Fachleuten.

Dass die Bellini Personal AG ihren eigenen Weg geht, zeigt sich auch intern. Die eigenen Mitarbeitenden werden so geschult, dass sie sich wie selbständige Unternehmer verhalten. Es geht nicht um den kurzfristigen Profit, sondern immer um die langfristige Ausrichtung, auch wenn es die Agenten mit tempo-

rären Angestellten zu tun haben. «Wir haben zum Beispiel zwei Schulungszentren für unsere eigenen Berater aufgebaut», erklärt der CEO. Wobei die Kurse nach Wunsch auch für externe Kunden und Kandidaten angeboten oder sogar ganz spezifisch zusammengestellt werden. Dass Individualität zum Portfolio gehört, zeigt sich auch in der Organisationsstruktur der Bellini Personal AG. Das Unternehmen gehört zur Axxeva Gruppe – genauso wie fünf weitere Marken, welche sich auf die Personalvermittlung in unterschiedlichen Bereichen spezialisiert haben.

Spezialisierung als Charaktereigenschaft. In Bezug auf seine Branche wünscht sich der CEO in Zukunft mehr Macher als Mitläufer. Menschen, die agieren, nicht reagieren. Eins steht fest: Wenn George Tzionas ansteckend ist, dann wird es bei Bellini noch mehr von seiner Sorte geben.

WAS DIE KUNDEN VON EINEM GIPSER ERWARTEN? GRIPS.

Bonardi Gipsergeschäft GmbH

Postfach, 8040 Zürich
Tel. 044 241 84 40, Fax 056 241 00 64
www.bonardi.ch

Das Bonardi Gipsergeschäft ist ein Familienbetrieb in der dritten Generation. Hier wird Fachwissen vom Vater zum Sohn weitergegeben, und zwar mit derselben Sorgfalt zum Detail wie bei der täglichen Arbeit. «Es erfüllt mich mit Stolz, wenn ich sehe, wie Familienmitglieder aus verschiedenen Generationen und mit unterschiedlichen Fähigkeiten einen Betrieb leiten», erklärt Marco Bonardi. Dass dabei auch immer wieder Herausforderungen anstehen, ist ganz natürlich. Dem begegnet er mit einer gemeinsamen Geschäftsvision

sowie offener, transparenter Kommunikation. «Nur so können wir Probleme anpacken und jedem seinen Raum geben, sich individuell einzubringen», ist er überzeugt. Es ist aber nicht ausschliesslich die Familie, die hinter dem Gipsergeschäft steht, es sind genauso die Mitarbeitenden, die durch ihre Treue und Zuverlässigkeit diesem Unternehmen seinen unverwechselbaren Charakter geben. «Ohne sie wäre es uns nicht gelungen, das zu erreichen, worauf wir heute stolz sind.»

Was die Kunden von einem Gipser erwarten? Grips. Dass er durchdachte und auf die Umgebung abgestimmte Lösungen entwickelt, die bauphysikalische, brandschutztechnische, akustische und optische Faktoren gleicher-

massen berücksichtigen. Solche Herausforderungen interessieren das Bonardi Gipsergeschäft. Die Individualität kommt dabei vor allem bei Renovationen und Einzelanfertigungen zum Tragen. «Eine individuelle Lösung bedeutet Aufwand, den ich aber gerne investiere», erklärt der Gipsermeister. So kommt es oft vor, dass er persönlich mit dem Kunden unterwegs ist und Referenzobjekte besichtigt oder extra ein aufwendiges Ansichtsmuster herstellt. Trotzdem: Individuelle Lösungen erfordern verschiedene Spezialisten. «Neben dem Kerngeschäft können wir dank der Vernetzung mit Spezialisten aus anderen Bereichen sehr viele Dienstleistungen zusätzlich anbieten – und zwar mit denselben Qualitätsstandards», erklärt er. So organisiert er neben sämtlichen Gipserarbeiten zum Beispiel auch weitere Handwerker bis zum Reinigungsdienst. Ein individuelles Dienstleistungspaket aus einem Guss.

«Individualität lohnt sich nicht nur wirtschaftlich, sondern weil man sich dabei auch selbst verwirklichen kann», ergänzt Marco Bonardi. Die kleinen, feinen Aufträge gefallen ihm. Aufträge, bei denen er auch eigene Vorschläge einbringen kann und nicht alles schon in Stein gemeisselt ist. «Ausserdem möchte ich den Leuten noch persönlich grüezi sagen können, wenn ich mit ihnen zu tun habe», sagt er.

Für die Zukunft wünscht sich Marco Bonardi aber auch etwas mehr Wertschätzung für das Gipserhandwerk. «Der Beruf ist körperlich extrem anstrengend, und trotzdem verdienen Gipser im Allgemeinen eher schlecht», bemerkt er. Für den Geschäftsführer sind die Mitarbeitenden genauso wichtig wie die eigenen Familienmitglieder. Gips verbindet im wahrsten Sinne des Wortes.



Viel Raum für Menschlichkeit



Reproduktion Stuckatur

AUCH KÜNFTIG GEGEN DEN STROM SCHWIMMEN.

Brem & Schwarz AG

Baslerstrasse 125, 8048 Zürich
Tel. 044 438 62 32, Fax 044 438 62 33
www.brem-schwarz.ch

Inhaber Urs Clement hat einen Werdegang à la «american dream» hinter sich. Seine Vorzeigekarriere startete im Zürcher Kreis 9 mit einer Lehre beim Elektroinstallationsunternehmen Brem & Schwarz. Heute ist er erfolgreicher Inhaber desselben Unternehmens. Und trotzdem ein Aussteiger: Dem Preis- und Verdrängungskampf in der Branche hat er nämlich längst den Stecker gezogen. Wie macht man das? «Wir haben uns aus dem

gängigen Markt ausgeklinkt und uns auf eine besonders anspruchsvolle Kundschaft spezialisiert. Ein Segment, in dem man fair bezahlt wird – dafür aber auch aussergewöhnlich gute Leistungen erbringen muss», erklärt der eidgenössisch diplomierte Elektroinstallateur. Individuelle Dienstleistungen und besondere Services, die es gerade ausmachen, sind für ihn deshalb selbstverständlich. Sein Motto klingt einfach, ist es aber nicht: «Individuell zu sein heisst, dem Kunden das Leben leichter zu machen.»

Die gesamte Dienstleistungskette muss von A bis Z perfekt geplant sein. Was heisst das

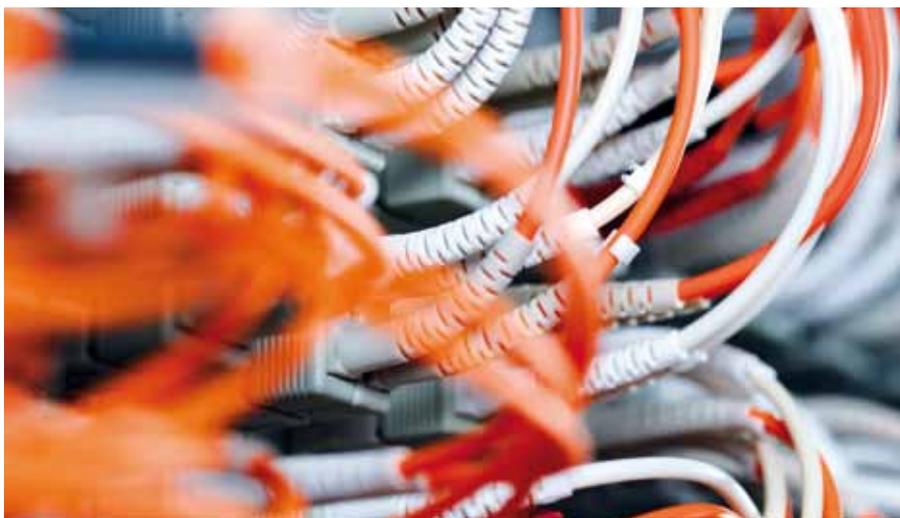
konkret für Urs Clement und sein 40-köpfiges Team? «Wir bieten zum Beispiel kleine Zusatzleistungen an, indem wir den Dialog mit dem Mieter von A bis Z übernehmen oder nach Abschluss unserer Arbeiten immer ein Feedback geben. Kleine Services mit einer grossen Wirkung», erklärt Urs Clement. Das ist aber nur ein Faktor. Der Inhaber sieht seine Mitarbeitenden als Dreh- und Angelpunkt individueller Dienstleistungen. Deshalb pflegt er zu ihnen einen besonders guten, menschlichen Draht. «Wir schauen extrem auf Details», verrät der Chef. Gepflegte Erscheinung des Montagepersonals, blitzblankes Werkzeug, Überziehschuhe in Privat-



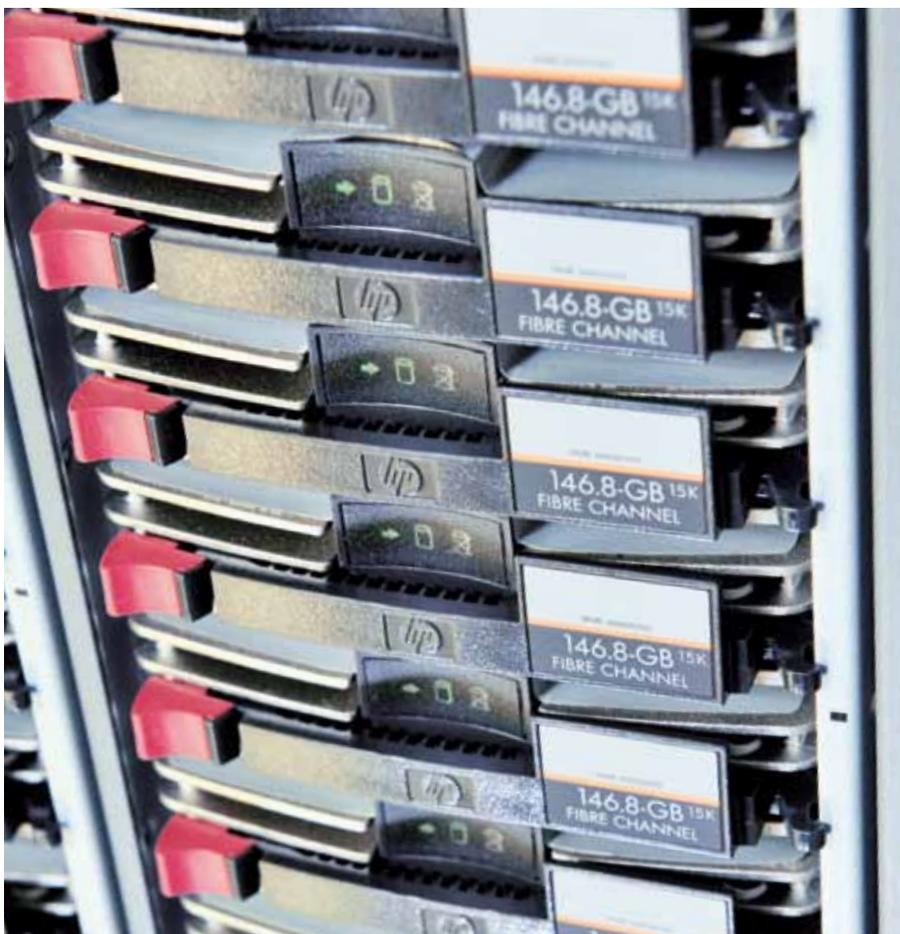
Serverinstallationen

räumen, Wolldecken zum Schutz des Bodens und Handschuhe gehören für ihn einfach zu sauberer Arbeit. Urs Clement fordert aber nicht nur viel, er gibt auch viel. «Ich bin sicher, dass motivierte und zufriedene Mitarbeitende massgeblich zum Erfolg beitragen», sagt er. Floskeln, die keine sind. Denn er lässt Worten Taten folgen. Und bezahlt jedem Mitarbeitenden zum Beispiel seinen persönlichen Wunschlohn.

Urs Clement ist überzeugt, dass sich Individualität für Brem & Schwarz in jedem Fall lohnt. «Es braucht zwar Mut, grosse Aufträge auch mal abzulehnen, zahlt sich aber aus. Ist die Dienstleistung perfekt, wird auch weniger über den Preis diskutiert», sagt der erfahrene Elektriker. Und nach seiner Einschätzung wird sich der Markt auch in Zukunft nicht stark verändern. Zum Vorteil für Brem & Schwarz: Denn das Unternehmen wird auch künftig gegen den Strom schwimmen.



Netzwerkinstallationen



Serverinstallationen

ÜBER SICH HINAUSWACHSEN.

Hydroplant AG

Neunbrunnenstrasse 50, 8052 Zürich
Tel. 044 942 93 93, Fax 044 942 93 94
www.hydroplant.ch, www.verticalis.ch

Dieser Ort bringt die Fantasie zum Blühen. Hier gedeihen Sansevieria Jiboa, Aechmea, Ferocactus und eine schier endlose Palette weiterer Pflanzen. Wir sind im Kreativwerk der Hydroplant AG in Oerlikon. Ein Raum für Inspiration, in dem es frisch riecht und aussieht wie in einer Galerie. Willkommen in Moritz Küderlis Welt. «Man muss verstehen, dass Grünpflanzen weit mehr sind als Dekoration», erklärt der CEO, «Pflanzen beeinflussen unsere Stimmung und verbessern das Raumklima bedeutend.» Dass sich der Unternehmer nicht mit Massenware zufriedengibt, hat er längst bewiesen. Zum Beispiel mit Verticalis, der grünen Kunst von Hydroplant. Kürzlich wurde das Designerstück bei einem der renommiertesten internationalen Produktwettbewerbe mit dem red dot design award in der Kategorie product design ausgezeichnet. Damit hat es Verticalis ins Museum geschafft. Im Juli 2011 ist das Wandkunstwerk auch in einer Sonderausstellung im red dot design museum in Essen, Deutschland, zu sehen.

Seit der Gründung 1972 ist Hydroplant Schritt für Schritt vom klassischen Hydrokulturen-Anbieter zum grünen Architekten mit einem Flair für herausragende Ästhetik gewachsen. Der Beweis: Die Entwicklung neuer Produkte, wie zum Beispiel der Wassermeter oder die grüne Wand, die dank ihrem Design wie Kunstobjekte daherkommen. «Um individuell zu sein, muss man seine Produkte und Dienstleistungen ständig überprüfen», erklärt Moritz Küderli. So sucht er zum Beispiel auch in anderen Branchen immer wieder nach gemeinsamen Projekten und Kooperationsmöglichkeiten, um über sich hinauszuwachsen. «Man muss seine Individualität nur kommunizieren», meint der CEO.

Ganz so einfach ist es dann aber doch nicht. Denn bei grossen Kunden spielt der Preis nach wie vor eine grosse Rolle. Davon lässt sich Hydroplant aber nicht beirren. So kommt es auch vor, dass das Unternehmen nicht an einer Ausschreibung teilnimmt, weil sich das Projekt nicht mit der Firmenphilosophie vereinbaren lässt. In solchen Fällen sagen die Verantwortlichen von Hydroplant aber nicht einfach ab, sondern machen einen praktischen und gleichzeitig individuellen Gegenvorschlag.

Und in Zukunft? Moritz Küderli lässt gedankenverloren den Blick über die Ausstellung schweifen. «Ich wünsche mir, dass die Leute mutiger werden und manchmal auch etwas riskieren», sagt er. Dass Themen wie Nachhaltigkeit, Wohlbefinden und Gesundheit in Zukunft wichtig bleiben, davon ist der Unternehmer überzeugt. Und für ihn ist klar, dass die grüne Branche dazu einen wesentlichen Beitrag leisten kann. Wer nichts wagt, gewinnt nichts. Oder mit anderen Worten: Nur wer die Sonnenseiten sucht und findet, kann auch aufblühen.





Grüne Wand im Wellnessbereich



Hochwertige Grüninstallation in einem Sitzungszimmer



Dekorative Grüngestaltung in einem Bürogebäude

GENAUSO VIELSCHICHTIG WIE DAS DÄMMATERIAL.

LAMBDA Dämmtechnik AG

Postfach 109, 5605 Dottikon
Tel. 056 624 42 70, Fax 056 624 42 78
www.lambda.ch

Warum fühlt man sich in gewissen Räumen einfach wohl? Und mit anderen wird man gar nie warm? Ivo Schwager weiss es. Der Mann beschäftigt sich seit über 40 Jahren mit Schallschutz, Kälteisolation und anderen Ebenen der Dämmtechnik. Er kennt die Variablen in der Formel des Raumklimas. Er weiss, was zu tun ist, damit in Räumen ein gutes Klima herrscht und Lärmemissionen dort bleiben, wo sie herkommen. Der Inhaber der LAMBDA AG beschäftigt sich zwar täglich mit Dämmung und Isolation, ist aber selbst einer, der gern aneckt.

«Individuell zu sein, heisst für mich, Aufgaben anders anzupacken als andere», erklärt Ivo Schwager. Aber genau hier liegt auch das Dilemma. «Kunden erwarten von uns enorm viel. Auch Dinge, die sich zum Teil gar nicht verwirklichen lassen. Denn je höher die Realisierungsrate, desto höher werden auch die Erwartungen», bedenkt der Geschäftsführer.

Individuelle Projekte umzusetzen bedeutet, dass man sich nicht direkt auf Erfahrungswerte beziehen kann. «Wir können uns also nicht auf frühere Arbeiten beziehen und haben nur eine Chance, die wir unbedingt nutzen müssen», schmunzelt Ivo Schwager. Es sind genau diese Projekte, die ihn reizen. Eigenständige Arbeiten holt er sich unter anderem dadurch, dass er sich Aufgaben stellt, die andere als zu risikoreich einstufen: zum Beispiel bei der blitzschnellen Gesamterneuerung der Sportabteilung von Jelmolli Zürich oder bei den Isolierungen im Primärbereich der Kernkraftwerke Beznau und Gösgen.

Die LAMBDA AG ist genauso vielschichtig wie das Dämmmaterial, das die Mitarbeitenden täglich verlegen. «Wir können sehr gut abwägen, was möglich ist und was nicht – denn ich kenne die Stärken und Schwächen des Betriebs genauso gut wie die meiner Leute», erklärt der Inhaber. Wenn er sich entscheiden muss zwischen einem grossen, lukrativeren Projekt und einem kleinen, individuellen Auftrag, dann meistens für letzteren.



Quadratplatten-Decke aus Gips mit einem Metallraster von 15 mm



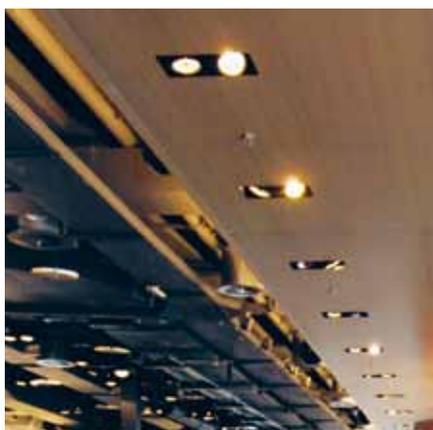
Vordach über Autoausstellung: windgesicherte Streckmetall-Decke



Quadratplatten-Decke aus Gips mit einem Metallraster von 15 mm



Metall-Decke mit Niveaustirne aus Hochglanz-Aluminium verspiegelt



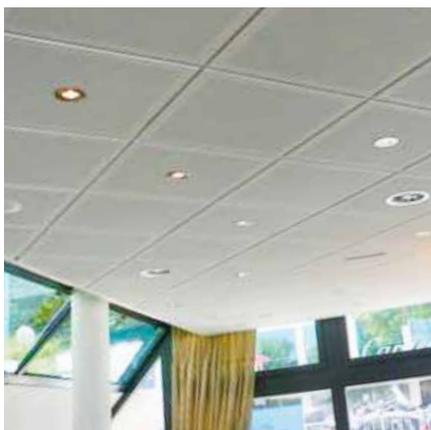
Decken-Spiegel aus Top-Akustik-Holzelementen geschlitz



Decken-Segmente aus natureloxiertem Aluminium-Blech mit integrierten Stromschiennen



Decken-Spiegel eingefasst mit Abschlussprofil aus Holz (Akustik-Decke)



Quadratplatten-Decke aus Gips mit metallener Abschluss-Stirne zum Fensterbereich



Quadratplatten-Decke aus Gips mit metallener Abschluss-Stirne zum Fensterbereich



Wandverkleidung mit Aluminium- und Holz-Paneeelen inkl. Einschiebe-Kassetten mit Autobildern



Streckmetall-Quadratkassetten in Metallraster eingelegt



Spanndecke mit Installations-Kanal sowie Abschlussleuchten-Kanal als Indirekt-Beleuchtung

Ivo Schwager ist ein entscheidungsfreudiger Mensch. Vielleicht ist es aber auch der weite Blick über Wiesen und Felder im ländlichen Dottikon, der manchmal die zündende Idee auslöst. «Die Grenzen der Individualität erfahren wir immer dann, wenn etwas nicht mehr finanzierbar ist», erklärt der Geschäftsführer. Für ihn steht allerdings fest, dass Eigenständigkeit weiterhin stark gefragt ist. «Speziell für unseren Betrieb wünsche ich mir, dass wir auch in Zukunft die individuellen Ansprüche unserer Kunden und Partner erfüllen können», sagt Ivo Schwager. Den dann wird es ihm selbst ohne Dämmtechnik warm ums Herz.

IDEEN TREFFEN IHN MANCHMAL WIE DER BLITZ.

Marco Blessano Fotografie

Seestrasse 110, 8610 Uster
Tel. 044 942 22 72, Fax 044 943 66 45
www.blessano.ch

Marco Blessano ist ein Unikat. Genau wie jede seiner Fotografien. Oder sind seine Bilder gerade deshalb so eigenständig? Wer ihm begegnet, kommt so schnell nicht darüber hinweg. Gut so. Denn Marco Blessano ist Fotograf mit Leib und Seele. Aus ihm sprudeln die Ideen nur so heraus. Ideen treffen ihn manchmal wie der Blitz. Wer aber denkt, die Einfälle würden ihm immer einfach so zufallen, liegt falsch. «Die Kunden vertrauen auf meine Kreativität. Da bin ich manchmal schon ein bisschen nervös, denn die Inspiration kommt oft erst beim Fotografieren, da ich mich auf mein Gegenüber zuerst einstellen muss», sagt er. Mut zur Individualität beginnt bei ihm mit dem Mut zur Lücke. Einfach mal hingehen, sich umschauchen, neue Perspektiven suchen, abdrücken. Sein Unternehmen ist seine Persönlichkeit. Seine Bilder sind sein Charakter. Fotografie als Individualität schlechthin.

«In meinem Alltag ist der persönliche Kontakt zu den Kunden extrem wichtig», erzählt Marco Blessano. Aber nicht nur: Flexibilität, Schnelligkeit, spezielle Services und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sind genauso bedeutend. Individuelle Projekte erreicht er aber vor allem dadurch, dass er als Fotograf nicht einfach Mandate entgegennimmt, sondern diese aktiv mitgestaltet.

Manchmal kommt Marco Blessano aber auch völlig unverhofft zu einem spektakulären Auftrag: zum Beispiel, wenn er in einem Helikopter oder in einem Skyworker arbeitet. Oder bei grossem Zeitdruck, wenn ein Bau noch nicht fertig ist und er im letzten Moment Tag und Nacht fotografieren muss, um die Deadline noch einhalten zu können. Marco Blessano hat in seiner Karriere schon einige Szenen erlebt. Oft ist höchste persönliche Flexibilität gefragt, aber auch kurzfristiges Umdenken. Heute fotografiert er Menschen, morgen Architektur und übermorgen Objekte. Eines hat er aber immer dabei, im Fotorucksack: seine Begeisterung für unkonventionelle Ideen und seine krea-

tive Neugierde. «Die Kunden wollen ins beste Licht gerückt werden, um aus der Masse hervorzustechen», erklärt der Fotograf. Das erfordere immer wieder auch Mut – Mut vonseiten der Kunden, Mut vonseiten des Fotografen. Zum Beispiel dann, wenn man sich gegen einen aktuellen Trend entscheidet und gegen den Strom schwimmt. «Individualität ist zudem immer eine Frage des Preises», sagt Marco Blessano. Wenn er aber an einem Projekt interessiert ist, steht das Wirtschaftliche nicht im Vordergrund.

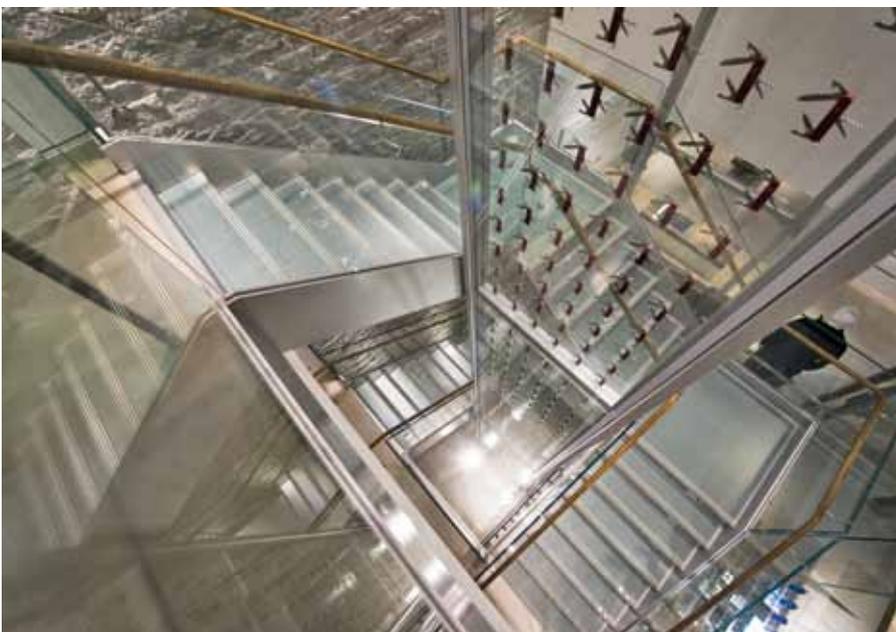
Es ist gleich wie mit der Blende und der Verschlusszeit: Wird das persönliche Interesse grösser, verkleinert sich die Bedeutung des Preises. Auch das passt zu Marco Blessano. Er sucht neue Perspektiven. Jagt Herausforderungen. Fokussiert das Spezielle. Und hat ein ganz besonderes Auge dafür.



Studio-Autofotografie Aston Martin DB4 / Privatkunde



Getax, Lausanne / Andreas Messerli AG



Victorinox Flagship Store London / Retailpartners AG



Privatwohnung / Abraxas Interieur GmbH

DIE ÜBERZEUGENDE INSZENIERUNG VON OBJEKT, ARCHITEKTUR UND MENSCH.

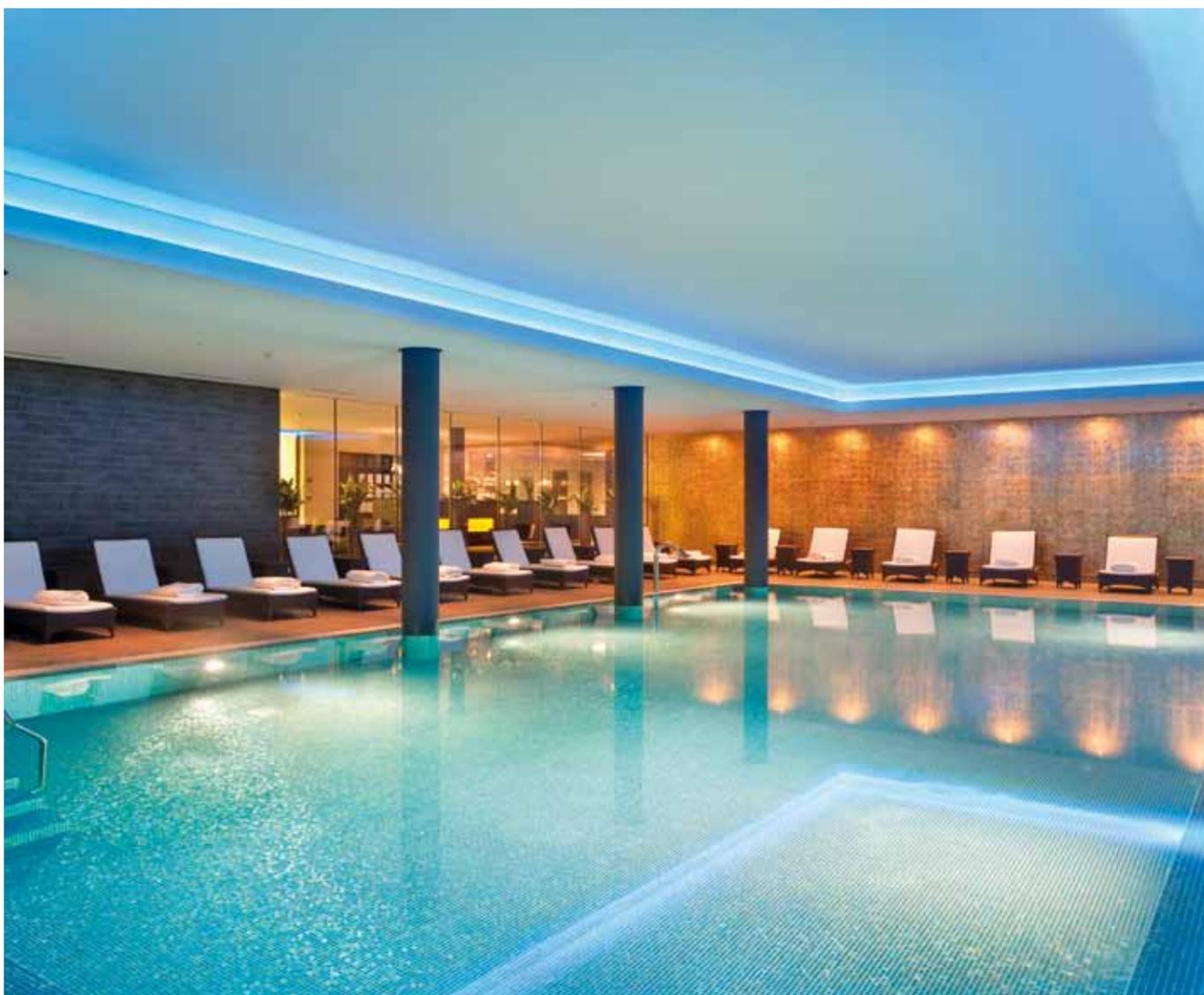
Neuco AG

Würzgrabenstrasse 5, 8048 Zürich
Tel. 044 437 37 37, Fax 044 437 37 38
www.neuco.ch

Man fragt sich schon, was der Rheinfluss in Schaffhausen, das Golfpanorama in Lipperswil, das Kunsthistorische Museum Bern und das Chalet gemeinsam haben. Es ist dieses Licht. Das perfekte Zusammenspiel von blendfreien Leuchten und die überzeugende Inszenierung von Architektur, Objekt und

Mensch. Ein Lichtkonzept, das nur von einer stammen kann: von der Neuco AG. Das Kundenportfolio des Schweizer Marktführers für hochwertige Lichtinszenierungen in der Architektur umfasst ein riesiges Spektrum an Unternehmen, Museen, Hotels, Kirchen, Wohnungen und Verkaufsgeschäften. Man kann sich etwas aussuchen. Geschäftsführer Matthias Gebert weiss Bescheid. Seine Projekte sind so unterschiedlich wie die schillernden Facetten des Lichts selbst. Die Frage nach der Individualität in seinem Fachgebiet

erübrigt sich fast. Aber nur fast. «Persönlichkeit erreichen wir, indem wir uns auf den anspruchsvollsten Bereich der Architekturbeleuchtung konzentrieren und uns damit klar vom Wettbewerb abgrenzen», erklärt der gelernte Elektriker, den man vom grundlegenden Handwerk über die Finessen im Verkauf bis zu den Geschicken in Führungssachen alles fragen kann. Viele Projekte der Neuco sind wegen der unverwechselbaren Rahmenbedingungen von Natur aus schon einmalig. Aber Matthias Gebert ist weit davon



Golfpanorama, Lipperswil



Chalet



Kunsthistorisches Museum Bern

entfernt, sich einfach im Erfolg zu sonnen: «Neuco ist nur deshalb einzigartig, weil wir über langjährige Markterfahrung verfügen, ein ausgeprägtes Qualitätsverständnis haben und auf eingespielte Partnerschaften zählen können», erklärt der Geschäftsführer. Sich auf den Lorbeeren auszuruhen – schön wärs. Denn auch die Neuco stösst hie und da an Grenzen. Zum Beispiel dann, wenn institutionelle Bauherren oder Generalunternehmungen am Werk sind, die Individualität entweder nicht schätzen oder nur einseitig die Investitionskosten beleuchten.

Matthias Gebert hat das Glück, meistens mit Architekten, Designern und Lichtplanern sprechen zu können, die Kreativität pflegen und vor allem auch die vielseitigen Dienstleistungen und die qualitativen Produkte der Neuco schätzen. «Dann lohnt sich Individualität nämlich, auch wirtschaftlich gesehen, denn für etwas Nachhaltiges und Besonderes ist man bereit, auch etwas mehr zu investieren», erklärt er. Kommt noch dazu, dass er viele Projekte und Aufträge in seinem anwendungsorientierten Showroom in Zürich eins zu eins simulieren und den Kunden von einer perfekten Lichtlösung überzeugen kann. «Das Wichtigste ist, dass wir die Bedürfnisse der Kunden spüren, genau eruieren und in die Planung aufnehmen können», so Matthias Gebert. Für die Zukunft wünscht er sich, dass Individualität noch stärker gelebt wird. Er jedenfalls wird den Spot weiterhin auf eigenständige Lösungen richten.

FÜR DEN ROHSTOFF HOLZ DIE HAND INS FEUER LEGEN.

Rüegg Cheminée AG

Schwänthenmos 4, 8126 Zumikon
Tel. 044 919 82 82, Fax 044 919 82 90
www.ruegg-cheminee.com

Mit Matthias Rüegg wird man schnell warm. Kein Wunder bei jemandem, der Feuer und Flamme ist für sein Fachgebiet. Die Rüegg Cheminée AG ist mittlerweile in ganz Europa bekannt und für die Renaissance von Cheminées, Kachelöfen und Kaminöfen mitverantwortlich. Und zwar nicht im alten Stil, sondern neu entdeckt als energiesparende Wärmequellen und architektonische Designobjekte. Als Ausdruck persönlichen Lebensstils und von Individualität. Dass es überhaupt so weit kam, hat viel mit der Rüegg-Unternehmensphilosophie zu tun. «Wir sind mit internen und externen Marktumfragen und -beobachtungen ständig daran, Trends zu antizipieren», erklärt Matthias Rüegg zwischen Cheminéetür und Gussofenangel. So spricht die Firma mit neuen Produktinnovationen zunächst einmal vor allem Trendsetter an.

Ein Beispiel für eine solche Innovation ist das Küchenfeuer CookCook. Die Idee ist so ursprünglich wie naheliegend: CookCook ist die moderne Feuerstelle mitten in der Küche, dort, wo das Feuer im Wohnraum seinen Ursprung hat. Natürlich erkennt man es nicht wieder. «Bei allen unseren Produkten geht es darum, Design, Funktion, Material, Handwerk und Technik perfekt in Einklang zu bringen», sagt Matthias Rüegg.

Er legt aber auch für den Rohstoff Holz als ökologischen Energielieferanten die Hand ins Feuer. Denn Holz erzeugt beim Verbrennen genauso viel CO₂, wie es beim Wachstum absorbiert hat. Ein Nullsummenspiel, das der Natur zugutekommt. Zum Thema Individualität denkt Matthias Rüegg aber noch an etwas anderes: an die Gesamtstruktur und Organisation des Unternehmens an sich. «Gemeint ist das Franchising-System, mit dem wir ein europaweites Vertriebsnetz pflegen und unseren Partnern in einem neuartigen Vertriebskonzept fixfertig eingerichtete

Rüegg-Studios anbieten können», erklärt der CEO. Über ganz besondere Lösungen wird zwischen Designern, Ofenbauern, Hafnern und dem Fachhandel zum Teil hitzig debattiert. Denn Kunden erwarten für ihre individuellen Bedürfnisse auch individuelle Lösungen. Nach Matthias Rüeggs Erfahrung aber Diskussionen, die sich wirtschaftlich lohnen. Für ihn hat Individualität erst dann Grenzen, wenn die Rentabilität nicht mehr gesichert ist. Dass er seine Kundenwünsche erfüllen kann, ist für ihn aber der Normalfall.

«Ich wünsche mir in Zukunft allerdings noch klarere Strukturen und mehr politische Rahmenbedingungen», sagt der Geschäftsführer. Und so, wie wir Matthias Rüegg kennengelernt haben, wird er auch für dieses Anliegen die Kohlen aus dem Feuer holen.



Premium-Cheminée Terza



Moderne Kochidee CookCook

MEHR ALS WERBUNG. LEIDENSCHAFT.

walder,werber werbeagentur ag

Brunnenstrasse 1, 8610 Uster
Tel. 044 905 77 10, Fax 044 905 77 12
www.walderwerber.ch

Wer das erste Mal bei walder,werber durch die Tür tritt, spürt die einzigartige Atmosphäre der Kreativagentur sofort. Hier vermischt sich das konstruktive Chaos der Inspirationswand mit den sorgfältig ausgewählten Designermöbeln und der geradlinigen, überdimensionalen Büroraumbeschriftung – und wechseln sich laut denkende Kreative mit ruhig bleibenden Beratern ab. Geschäftsführer Sandro Walder macht es kurz: «Nur ausgefallene Konzepte und massgeschneiderte Umsetzungen fallen auf – deshalb braucht es Kreativagenturen.» Mit demselben Perfektionismus und dem Gespür für Trends werden auch die Kunden behandelt. Aber wie macht man das,

in einer Welt, die überflutet ist von Reizen, Bildern, Texten? «Eigenständige Konzepte entstehen dann, wenn es uns gelingt, individuelle Geschichten zu erzählen. Dazu gehen wir einer Idee auf den Grund und analysieren sie ganz genau. Es geht dabei nicht um die beste Idee für den Kunden, sondern für den Kunden unseres Kunden. Dazu müssen wir ihn zuerst ganz genau kennenlernen und verstehen.»

Es sind aber vor allem auch die Menschen, die walder,werber ein Gesicht geben. «Bei uns sind ganz verschiedene Fachleute am Werk, vom Mediaplaner über den Art Director bis zum Psychologen. Die verschiedenen Kompetenzen und Neigungen – seien sie nun beruflicher oder privater Natur – werden beigezogen und fliessen in die Ideenfindung mit ein.» So konzipiert die Agentur 2-D- und

3-D-Kampagnen mit Tiefgang für hochgesteckte Ziele. Für das 175-Jahre-Jubiläum einer Regionalbank erarbeitet walder,werber beispielsweise vom 140-seitigen Jubiläumsbuch über die konzeptionelle und szenische Gestaltung der VIP-Events, die Jubiläumsmicrosite mit einer wöchentlichen Fortsetzungsgeschichte bis hin zur 3-D-Wanderausstellung in den Geschäftsstellen alles aus einer Hand. «Das ist Individualität pur – die verschiedensten Mittel und Massnahmen müssen durchdacht und crossmedial aufeinander abgestimmt sein.» Natürlich kommt die Agentur auch an Grenzen. Manchmal mehrmals täglich. Alles muss schnell gehen, hochkreativ und erst noch günstig sein: nicht nur in der Umsetzung, sondern bereits bei der Konzeption. Aber wer Sandro Walder kennt, weiss genau, dass es diese Herausforderungen sind, die ihn und sein 15-köpfiges



Spezielle Signalitik, Innen- und Aussenraumbeschriftung

Team immer wieder zu Höchstleistungen motivieren. Ihre Lösungen sind mehr als nur Werbung. Leidenschaft.

Oft ist es eine Gratwanderung zwischen den Gewohnheiten der Kunden und den kreativ-professionellen Ambitionen einer frisch denkenden Kommunikationsagentur. «Mut zur Individualität braucht es zum Beispiel auch dann, wenn wir einem Kunden eine verrückte Idee präsentieren, obwohl wir wissen, dass dies nicht unbedingt sein gängiger Stil ist. Dann gilt es, den Kunden mit guten Argumenten, Analysen, Marktforschungsergebnissen und nicht zuletzt persönlicher Leidenschaft zu überzeugen», sagt Sandro Walder. Und ihn zu inspirieren, neue, erfolgreiche kommunikative Wege zu gehen. Fest steht: Den Wettbewerb gewinnt, bei wem Individualität ganz einfach Standard ist.



175 Jahre Jubiläum: Zeitreisegestaltung auf über 600 m², 140-seitiges Jubiläumsbuch

GRÜNES LICHT FÜR ALLE FARBEN.

zmal.ch GmbH

Neugutstrasse 14, 8002 Zürich
Tel. 043 495 61 61, Fax 043 495 62 62
www.zmal.ch

Für Simon Wyss, den Inhaber der zmal.ch GmbH, haben Kundenwünsche erste Priorität, auch wenn sie sich manchmal von einem Tag auf den anderen verändern. Flexibel zu reagieren und die verschiedenen Anforderungen zu berücksichtigen gehört für den diplomierten Malermeister zum Alltag. Das Thema Individualität hat für die zmal.ch GmbH deshalb zentrale Bedeutung. Simon Wyss weiss: «Jeder Kunde ist individuell mit seinen verschiedenen Bedürfnissen und Wünschen.» Zum Beispiel können Tapeten speziell nach vorgegebenem Muster hergestellt oder Farbtöne direkt vor Ort gemischt werden. Der aktuelle Trend zu Einzelanfertigungen kommt dem Geschäftsführer und seinem Team sehr entgegen. Denn die Unternehmensphilosophie

hat genau das zum Ziel: flexibles Denken und Handeln sowie das Eingehen auf spezifische Kundenwünsche.

Die Kundenpalette der zmal.ch GmbH ist vielseitig. Das Hallenbad Kilchberg ist ein Beispiel unter vielen. «Fürs Hallenbad machten wir neben den konventionellen Malerarbeiten auch Vorschläge für die Wandbeschriftung und Wegleitung», erklärt Simon Wyss. Besonders war auch das Projekt Freitagstower in Zürich. Bei der Erweiterung des Verkaufsturms ging es darum, die Oberflächen nicht klassisch perfekt zu malen, sondern den abgenutzten Stil der Container und Taschen in der Gestaltung aufzunehmen. Ein weiteres Vorzeigeprojekt ist die Modeboutique Vestibule in Zürich. Hier wurden die Oberflächen von Wänden und Möbeln auf die Kleider und Accessoires abgestimmt. Spezielle Tapeten ausgesucht, die Möbel mit Öl-Lasur patiniert und die Wände mit Bürste und Lasur im edel-

französischen Look gestaltet. «Vielseitiger könnte mein Alltag gar nicht sein», sagt Simon Wyss.

Solche Projekte sind für den Geschäftsleiter echte Farbtupfer. Und eine Bestätigung, den richtigen Weg gewählt zu haben. «Seiner Philosophie treu zu bleiben und die Grundzüge beizubehalten braucht manchmal etwas Mut». Dabei hilft es natürlich, dass es die zmal.ch GmbH in der Regel mit eigenständigen, individuellen Projekten zu tun hat, auf die sie auch spezialisiert ist. «Ich hoffe, dass die Tendenz zu edlen Tapeten und bunten Kombinationen im Innen- und Aussenraum noch lange anhält», sagt er. Schön, dass die zmal.ch GmbH gemeinsam mit ihren Kunden dabei den Farbton angibt.



Fassade Paradeplatz 4, Zürich



Hallenbad Kilchberg



Freitagtower, Zürich

