

MAGAZIN
UNABHÄNGIGER
PARTNER
FÜR PLANUNG,
ARCHITEKTUR
UND BAU



DIMENSION





1 Thomas Ammann
Ammann Gärten AG

2 Daniel Bächler
b4d architects & interiors

3 Guido Ebnöther
BAUR Holzbau AG

4 George Tzionas
Bellini Personal AG

5 Susanne Häfliger
Bulthaus Schweiz AG

6 Moritz Küderli
Hydroplant AG

7 Ronny Kleinhans
Invisia AG

8 Alain Rickenbacher
INVASION Veranstaltungs-
technik GmbH

9 Ivo Schwager
LAMBDA
Dämmtechnik AG



14 PARTNER

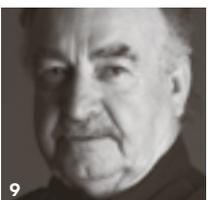
10 Michael Lerch
Lerch AG

11 Marco Blessano
Fotografie

12 Matthias Gebert
Neuco AG

13 Alkis Fotiou
Poly-Rapid AG
Facility Services

14 Sandro Walder
walder,werber
werbeagentur ag



EDI TORIAL

03

N°7

Liebe Leserin, lieber Leser

Was verstehen Sie persönlich unter Abenteuerlust? Eine einfache Frage, die jedoch gar nicht so einfach zu beantworten ist. Jeder empfindet Abenteuerlust anders – und geht individuell mit ihr um. Das gilt auch für die 14 Partner des Netzwerks dimension3. Wir alle haben diese Frage beantwortet, und die facettenreichen Antworten sind auf den kommenden Seiten platziert. Sie werden sehen: Kein Statement gleicht dem anderen, und doch gibt es einen Zusammenhang zwischen den verschiedenen Aussagen. Sie alle haben ganz viel mit persönlicher Motivation, Tatendrang, Mut und Herzblut zu tun.

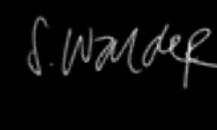
All diese Dinge sind es, die massgeblich zum Erfolg der 14 Partnerunternehmen beitragen – und uns trotz zahlreicher Gegensätze seit genau 10 Jahren zum zukunfts-trächtigen Netzwerk verbinden. Sie haben richtig gehört: dimension3 feiert in diesem Jahr einen runden Geburtstag. Sie halten also die Jubiläumsausgabe unseres Magazins in der Hand! Diese Gelegenheit haben wir genutzt, um die 10 Jahre Revue passieren zu lassen, unsere Entwicklung zu analysieren und gemeinsam in die Zukunft zu blicken. Klar ist: Als «Motor» und treibende Kraft von dimension3 werden wir drei unser Netzwerk auch im Jubiläumsjahr aktiv vorantreiben und nachhaltig stärken. Denn von den wertvollen Synergien, die bei

gemeinsamen Projekten und Abenteuern zum Tragen kommen, profitieren nicht nur wir, sondern auch Sie. Denn je näher wir Hand in Hand arbeiten, desto überzeugender sind die Resultate, die daraus entstehen.

Blättern Sie weiter und lassen Sie sich von spannenden Artikeln und stilvollen Bildwelten inspirieren! Mehr über unser Netzwerk erfahren Sie auf www.dimension3.ch. Gerne wecken wir auch Ihre Abenteuerlust und setzen Ihr ganz individuelles Projekt in die Tat um. Und nun: viel Vergnügen beim Lesen!



Matthias Gebert
Neuco AG



George Tzionas
Bellini Personal AG

Sandro Walder
walder,werber
werbeagentur ag

IN HALT

06

AUFTAKT

Eine Prise Abenteuerlust zeichnet alle Partner von dimension3 aus und sorgt dafür, dass sie bestens für die Entwicklungen und Innovationen der Zukunft gewappnet sind.

24

JUBILÄUM

Ein Grund zum Feiern: dimension3 wird 10 Jahre alt – und ist kein bisschen müde.

08

IM WANDEL DER ZEIT

Der Alltag fordert immer mehr Einsatz. Rund um die Uhr. Und er ist einem permanenten Wandel unterworfen. Wer mithalten will, muss sich selbst laufend neu erfinden. Ein abenteuerliches Unterfangen, mit dem sich die dimension3-Partner bestens auskennen.

26

MUT & RISIKO

Abenteuerlustig zu sein und Neues zu wagen, braucht manchmal Mut – die Partner von dimension3 beweisen diesen immer wieder von Neuem.

18

VISIONEN

Wie wird unsere Gesellschaft wohl in zehn oder zwanzig Jahren aussehen? Welche Innovationen werden unser Leben prägen? Spannende Ansätze und Ideen als mögliche Antworten auf Fragen wie diese.

36

IM GESPRÄCH

Daniel Bächler, George Tzionas, Matthias Gebert und Sandro Walder über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von dimension3.

Impressum

Konzept, Text, Grafik, DTP: walder,werber werbeagentur ag, Uster
Druck: pmc print media corporation, Oetwil am See
Auflage: 12'000

38

GESELLSCHAFT

Ist die Bevölkerung experimentier- und entscheidungsfreudig? Oder einfach nur gestresst? Klar ist: Ihre Eigenschaften, Wünsche und Anforderungen prägen das Angebot auf dem Markt.

46

PARTNERÜBERSICHT

Wer steht hinter dem Netzwerk dimension3?
Die 14 Netzwerk-Partner mit sämtlichen Kontakten in der Übersicht. Lernen Sie uns kennen und kontaktieren Sie uns für Ihr persönliches Projekt.



AUFTAKT

BEREIT FÜR GEMEINSAME ABENTEUER.





**WÜRDEN SIE SICH SELBST ALS ABENTEUERLUSTIGE PERSON
BEZEICHNEN? ODER GEHÖREN SIE EHER ZU JENEN MENSCHEN,
DIE IM «ENTSCHEIDENDEN» AUGENBLICK LIEBER VORSICHTIG
HANDELN ANSTATT EIN RISIKO EINZUGEHEN? UND SO ODER SO:
IST DENN ABENTEUERLUST GRUNDSÄTZLICH EINE BEREICHE-
RUNG ODER VIELMEHR EINE UNVERNÜNFTIGE EIGENSCHAFT,
DIE MIT VIELEN GEFAHREN VERBUNDEN IST?**

07

Es ist wie mit vielen anderen Dingen im Leben auch: So unterschiedlich wir Menschen sind, so unterschiedlich gehen wir mit Abenteuern um. Während manch einer von Natur aus stets einen grossen Erlebnishunger verspürt, die Welt bereist und Extremsportarten ausprobiert, fühlt sich der andere pudelwohl im gewohnten, beständigen und sicheren Umfeld.

VON UNSEREM GEHIRN GESTEUERT

Studien haben jedoch gezeigt, dass Abenteuerlust nicht nur eine individuelle Charaktereigenschaft ist, sondern einen wichtigen Sinn und Zweck in der Evolution erfüllt. Ein Team vom University College London hat mittels Hirnscans bei zahlreichen Probanden herausgefunden, dass waghalsige Handlungen massgeblich von einer tiefen, evolutionsbiologisch sehr alten Hirnregion, dem sogenannten Striatum, gesteuert werden. Dieses ist eng mit dem Belohnungssystem des Gehirns verknüpft und dürfte gemäss Experten auch das Verhalten von Tieren beeinflussen. So ist es diese Hirnregion, die massgeblich dafür verantwortlich ist, dass wir Abenteuerlust empfinden, aktiv Neues ausprobieren, unseren Horizont laufend erweitern, immer wieder Innovationen hervorbringen und uns selbst weiterentwickeln.

JEDER TAG EIN ABENTEUER

Das Magazin, welches Sie hier in den Händen halten, rückt ebendiese Abenteuerlust ins Zentrum. Es beleuchtet sie von verschiedensten Seiten und beschreibt diverse Aspekte, die direkt mit dem Thema Abenteuer zusammenhängen. Vielleicht fragen Sie sich nun, was das Ganze mit dem Netzwerk dimension3 zu tun hat. Auf den folgenden Seiten werden Sie sehen: eine ganze Menge! Die Partner von dimension3 sind mit ihren Teams

nämlich Tag für Tag im Einsatz, um die grossen und kleinen Abenteuer des Alltags zu meistern und ihr Unternehmen über Stock und Stein erfolgreich in die Zukunft zu führen. Dabei müssen sie manchmal eine grosse Portion Mut beweisen, sich mit abenteuerlichen Veränderungen in ihrem Umfeld auseinandersetzen und zugleich in die Zukunft blicken, um frühzeitig auf spannende Entwicklungen und Trends zu reagieren. Denn ganz besonders heute, da sich unsere Gesellschaft in rasantem Tempo fortbewegt, müssen Sie immer bereit sein für grossartige, hochspannende Abenteuer. Umso wertvoller ist es, auf ein bewährtes Netzwerk starker Partner zählen zu können, denen man vertraut.

INDIVIDUELL UND DOCH GEMEINSAM

Die Artikel und Berichte in diesem Magazin zeigen auf, dass die 14 dimension3-Partner nicht nur eine riesige Vielfalt an Dienstleistungen und Produkte anbieten, sondern auch ganz unterschiedlich mit dem Thema Abenteuerlust umgehen. Sie alle haben spontan – aus dem Bauch heraus – erklärt, was sie unter Abenteuerlust verstehen. Die genannten Interpretationen wurden auf den folgenden Seiten verteilt und bieten spannende Einblicke und Anregungen. Blättern Sie weiter – und fragen Sie sich zum Schluss, wenn Sie auf der letzten Seite angekommen sind, wie Sie persönlich das grosse Wort «Abenteuerlust» definieren wollen. ■■■■■

N°7

IM WANDEL DER ZEIT

ZEIT FÜR



VE

RÄNDERUNG!

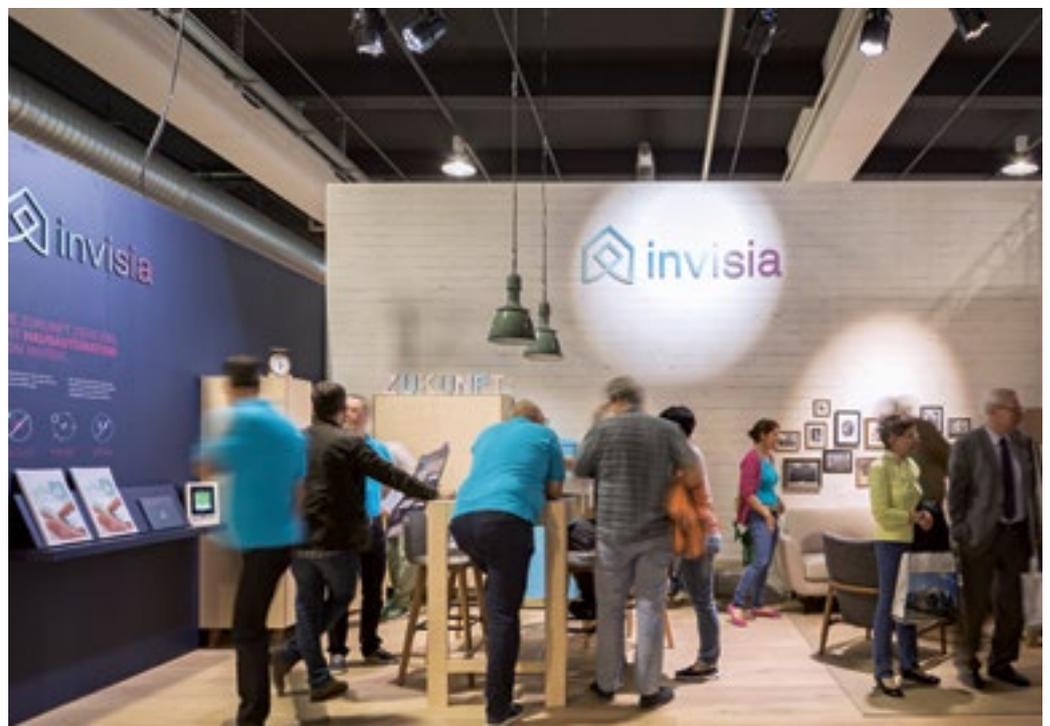
WER SICH HEUTE AUF DEM MARKT ALS STARKER PARTNER POSITIONIEREN
UND DAUERHAFT BEHAUPTEN WILL, MUSS IHM QUASI IMMER EINEN
SCHRITT VORAUSS SEIN. UND ER MUSS DIE VIELFÄLTIGEN VERÄNDERUNGEN
ERNST NEHMEN, DIE DER ALLTAG MIT SICH BRINGT. DASS DIES EIN
HERAUSFORDERNDES, ABER SPANNENDES ABENTEUER SEIN KANN,
WISSEN DIE DIMENSION3-PARTNER AUS ERFAHRUNG.

IM WANDEL DER ZEIT

Ammann Gärten AG: Grüne Stadt-Oasen – Die Urbanisierung als prägendes Element der modernen Gartengestaltung.



Invisia AG: Ein Messestand, der die Hausautomation nicht nur erklärt, sondern in einem nachgebauten Wohnzimmer 1:1 erlebbar macht.



Die meisten Menschen sind hin und wieder für ein Abenteuer zu haben. Manchmal mehr, manchmal weniger – je nach Situation, Vorliebe und aktuellen Umständen. Und der Blick in die Vergangenheit, auf die Entwicklungen, Unternehmungen und Erlebnisse unserer Vorfahren, zeigt deutlich, dass dies schon immer so war. Er zeigt aber auch, dass die Abenteuer, die unser Leben begleiten, einem permanenten Wandel unterworfen sind. Während es beispielsweise noch vor gut 100 Jahren als unvergleichliches Abenteuer galt, mit dem Schiff den Atlantik zu überqueren, stechen heute tagtäglich grosse Luxus-Kreuzfahrtschiffe in See. Zugleich prägen heute ganz neue Abenteuer unseren Alltag, die wir bis vor Kurzem gar nicht kannten. Neue, innovative Technologien spielen dabei eine zentrale Rolle und setzen laufend neue Reize. Im Sekundentakt. Tausendfach.

NACHFORSCHEN UND HINTERFRAGEN

Ein Beispiel dafür ist YouTube mit über einer Milliarde von Nutzern rund um den Globus. Minütlich werden knapp 500 Stunden Filmmaterial hochgeladen. Dieser enormen Schnelllebigkeit und Entwicklung ist sich auch Architekt Daniel Bächler, Inhaber von b4d architects&interiors, bewusst. «Innovationen wie diese machen es einem enorm leicht, an Informationen und somit neue Inspirationen zu gelangen», erzählt er. «Ich bin ein sehr offener, neugieriger Mensch. Darum lasse ich mich immer wieder von neuen Themen fesseln und forsche nach, ob ich gewisse Ansätze in meine Tätigkeiten und Projekte integrieren kann.» Während dies manchmal «nur» bereichernde Spielereien sind, gibt es auch Trends, die absolut zentral sind und aufgenommen werden müssen, um mit der Zeit zu gehen. «Die Tendenz zu mehr Nachhaltigkeit zum Beispiel – sie beeinflusst das moderne Bauen massgeblich. Im Bereich der Stromerzeugung ist dies heutzutage schon offensichtlich. Photovoltaikanlagen sieht man immer häufiger. Aber auch die generelle Bauweise, die Isolation oder Hauselektronik spielen eine wichtige Rolle, wenn man das Abenteuer «Nachhaltigkeit» vollumfänglich annehmen will. Und meine Aufgabe als Architekt ist es, Kunden auf dieses Abenteuer mitzunehmen und sie für diese Themen zu sensibilisieren.»

HALLO ZUKUNFT!

Die erwähnte Hauselektronik ist ein grosses Stichwort, mit dem sich die Firma Invisia AG bestens auskennt. Das Unternehmen wurde 2015 gegründet, um neue, optimal vernetzte Lösungen für die Hausautomation anzubieten. Dies einerseits, um dem erläuterten Trend hin zu mehr Nachhaltigkeit gerecht zu werden, jedoch auch um den Komfort und die Sicherheit im Haus zu erhöhen. «Der Erfolg unseres jungen Unternehmens macht deutlich, dass sich in den letzten Jahren ein Bedürfnis entwickelt hat, das uns noch vor 10 Jahren fremd war. Heute wollen wir alles in unserem Haushalt kontrollieren und perfekt aufeinander abstimmen können. Und wir wollen sogar wissen, was unser Haus macht, wenn wir nicht da sind. Um uns sicherer zu fühlen und unser Leben ganz einfach zu erleichtern. Und das alles mit nur einem Klick. Egal wo, egal wann», erklärt Ronny Kleinhans, Leiter Marketing & Verkauf bei Invisia AG. Ob Beleuchtung, Beschattung, Lüftung, Audiosystem, Videoüberwachung oder Strom-Monitoring – alles kann über eine mobile App ganz einfach gesteuert werden. «Das klingt für einige Leute womöglich noch etwas abenteuerlich, wird aber bald alltäglich sein», meint der Experte. «In so vielen Bereichen unseres Lebens steckt schon Intelligenz drin – höchste Zeit, dass unser Haus mitzieht und selbst mitzudenken beginnt!»

ALLE OBJEKTDATEN - IMMER DABEI

Auf intelligente, mobile App-Lösungen setzt neuerdings auch die Firma Poly-Rapid AG. «Seit das Smartphone zu unserem täglichen Begleiter geworden ist, haben sich für uns ganz neue Möglichkeiten eröffnet», erzählt VR-Präsident Alkis Fotiou. «Die Objektverantwortlichen können jetzt überall und jederzeit auf dem Smartphone auf Objektdaten zugreifen, Informationen eintragen, allfällige Schäden erfassen und entsprechende Massnahmen einleiten. Das vereinfacht unseren Experten vor Ort die Kontrolle und trägt zur Qualitätssicherung bei.» Die Idee ist es, künftig sogar das gesamte Rapportwesen digital abzuwickeln, sodass sich der Papierverbrauch weiter minimieren lässt.



INNOVATIVE MISCHBAUTEN

Und wie haben sich die Alltagsabenteuer für die Firma BAUR Holzbau AG verändert? «Der Elementbau-Trend ist nach wie vor stark spürbar. Zudem erkenne ich aber auch eine Tendenz vom traditionellen Holzbau hin zu Mischbauten, die die grössten Vorteile jedes Materials – von Holz über Kunststoff bis zu Metall – vereinen», so Geschäftsführer Guido Ebnöther. Aus diesem Grund hat das Unternehmen jüngst einige Investitionen getätigt, die sich an diesem Trend orientieren. «Unsere neue Produktionshalle ist 45 Meter lang, 32 Meter breit und 12 Meter hoch, mit einem topmodernen Maschinenpark ausgestattet und sogar geheizt. Für ein optimales Raumklima für sämtliche Materialien und genügend Platz für spannende Aufträge», erklärt er. «Nur so können wir schon heute Projekte umsetzen, die bald gefragter sein werden denn je.» Ausserdem bieten 3D-Visualisierungen im Planungsprozess einen grossen Mehrwert für das Unternehmen und den Bauherren gleichermaßen.

KOMPLEXE UMSETZUNG - EINMALIGE ERLEBNISSE

Mit Visualisierungen arbeitet auch das Unternehmen INVASION Veranstaltungstechnik GmbH, wenn es für seine Kunden aussergewöhnliche Events auf die Beine stellt. «Als wir vor fast 20 Jahren anfangen, war alles noch total «Rock'n'Roll», sagt Geschäftsführer Alain Rickenbacher lachend. «Heute sind Visualisierungen und eine exakte Detailplanung das A und O. Klar, denn die Projekte sind auch viel komplexer geworden.» Video, Ton, Licht werden vom INVASION-Team genau abgestimmt, konzipiert und mittels neuester Technologien und Produkte umgesetzt, damit ein unvergessliches Erlebnis draus wird. Egal, ob es dabei um einen Firmenanlass oder grossen Musikevent geht. «Parallel zu dieser Entwicklung ist auch unser Unternehmen gereift und viel professioneller geworden. Wir müssen mit der Zeit gehen und zwingend am Puls der Zeit sein. Denn in unserem Business gilt: Produkte, die heute auf den Markt kommen, sind morgen schon überholt.»

URBANISIERUNG UND KLIMA ALS PRÄGENDE FAKTOREN

Nicht ganz so schnelllebig, jedoch nicht weniger abenteuerlich sind die Veränderungen im Alltag von Thomas Ammann, Inhaber der Zürcher Firma Ammann Gärten AG. «Das grösste Abenteuer, das uns in den letzten Jahren beschäftigt hat, ist die Urbanisierung. Vermehrt realisieren wir Gärten auf kleinstem Raum, die vielleicht nicht so prunkvoll und üppig sind, wie anderswo, dafür jedoch für eine wertvolle Portion Grün in der Stadt sorgen», erzählt der Gartenspezialist. Die grösste Herausforderung sei es, auf kleinstem Raum das Optimum aus einem Platz herauszuholen – mit charmanten Sitzgelegenheiten, robusten Pflanzen und einzelnen kleinen, aber feinen Hinguckern. Stilistisch sind den Wünschen dabei kaum Grenzen gesetzt. Neben puristischen, durchgestylten Gärten träumen Kunden vermehrt auch von sehr natürlichen, parkartigen Grünräumen, die ihre volle Pracht erst nach ein paar Jahren entfalten. Spannend ist, dass ausserdem die Klimaerwärmung im Zürcher Garten-Business ein Thema zu sein scheint. «Ein gewisser südländischer Einfluss wird langsam, aber sicher sicht- und spürbar. Pflanzen wie Oleander, die wir vor allem aus unseren Ferien kennen, trifft man auch bei uns vermehrt an. Sie können mit der Trockenheit, mit der wir hier je länger, je mehr zu kämpfen haben, gut umgehen.» Und wer hat schon etwas gegen ein bisschen Ferienfeeling im eigenen Garten?

FRISCHER WIND ALS ANSPORN

Obwohl die fünf Unternehmen, die in diesem Kapitel zur Sprache kamen, sich kaum ähneln und ganz unterschiedliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten, zeigen ihre Erläuterungen auf: Ihre Tätigkeiten sind von facettenreichen Abenteuern geprägt, die alles andere als konstant sind. Denn die Umwelt, gesellschaftliche und technologische Entwicklungen sorgen laufend dafür, dass bisherige Abenteuer zur Normalität werden und neue Abenteuer viel frischen Wind in den Alltag bringen. Frischer Wind, der motiviert, zu Hochleistungen anspricht und neue Reize setzt. ■■■■■

Marco Blessano Fotografie: Wer Neues entdecken will, darf den Blick für das besondere Detail nicht verlieren.



Bulthaup Schweiz AG: Der hohe Stellenwert der Küche macht sie heute vielfach zum Zentrum des Familienlebens.



Neuco AG: Die extravagantesten Lichtlösungen offenbaren sich manchmal erst auf den zweiten Blick. (Bild: Valentin Jeck, Stäfa)



walder,werber werbeagentur ag: Überraschend anders! Die Innopap, die neue Fachmesse für Papeterie- und Büroartikel, präsentierte sich als riesige Inspirationwelt auf 1000 m². Rund 90% des Ausstellungsmobiliars wurden ganz unkonventionell aus Karton gefertigt.



**«WER DEN
ABENTEUER
SOLLTE ES MAL MIT
ROUT
DIE IST TÖ**

**KT,
SEIEN GEFÄHRLICH,**

17

**INE VERSUCHEN.
DLICH.»»**

Nº7

PAULO COELHO

VISIONEN

DIE ZUKUNFT WARTET (NICHT)

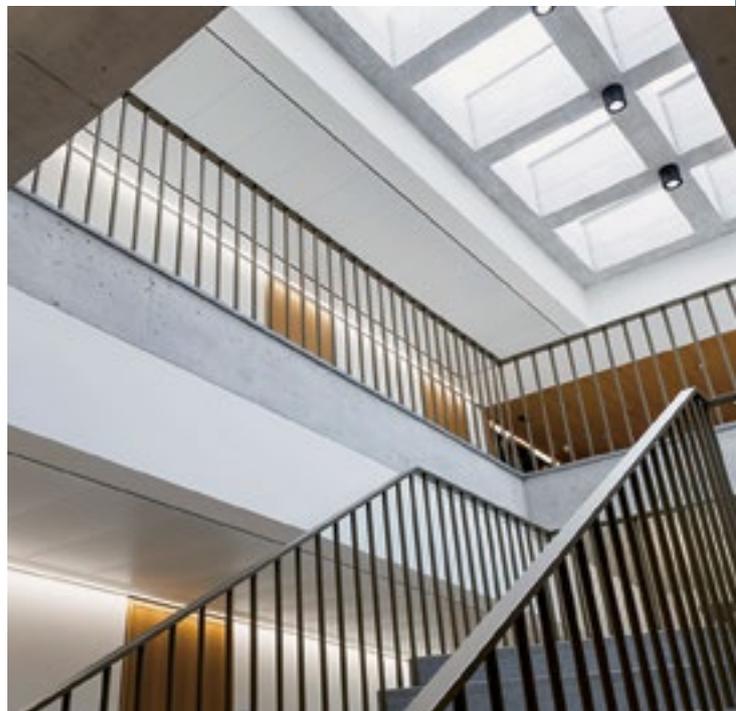
**DIE ZUKUNFT IST EIN EINZIGES GROSSES ABENTEUER. EINIGE
DIMENSION3-PARTNER VERRATEN, WELCHE VISIONEN UND ZIELE
SIE AUS LEIDENSCHAFT UND ÜBERZEUGUNG VERFOLGEN - GANZ
EGAL, WIE ABENTEUERLICH DIESE AUCH SEIN MÖGEN UND WIE WEIT
DER WEG NOCH IST, UM SIE ZU ERREICHEN.**

EINE NEUE GENERATION

«Langsam aber sicher ziehe ich mich aus meinem Unternehmen zurück und plane meine Ablösung. Ganz so einfach ist das aber nicht. Ich habe einfach Freude dran und weiss nach wie vor gerne über jedes Detail Bescheid, das läuft und geht. Meine grosse Hoffnung und Vision ist es, dass das Unternehmen in meinem Sinne weitergeführt wird und ich selbst noch lange ein Teil davon sein kann – wenn auch im Hintergrund.»

Ivo Schwager, LAMBDA Dämmtechnik AG

LAMBDA Dämmtechnik AG: Der Blick nach oben eröffnet oftmals völlig neue Perspektiven.





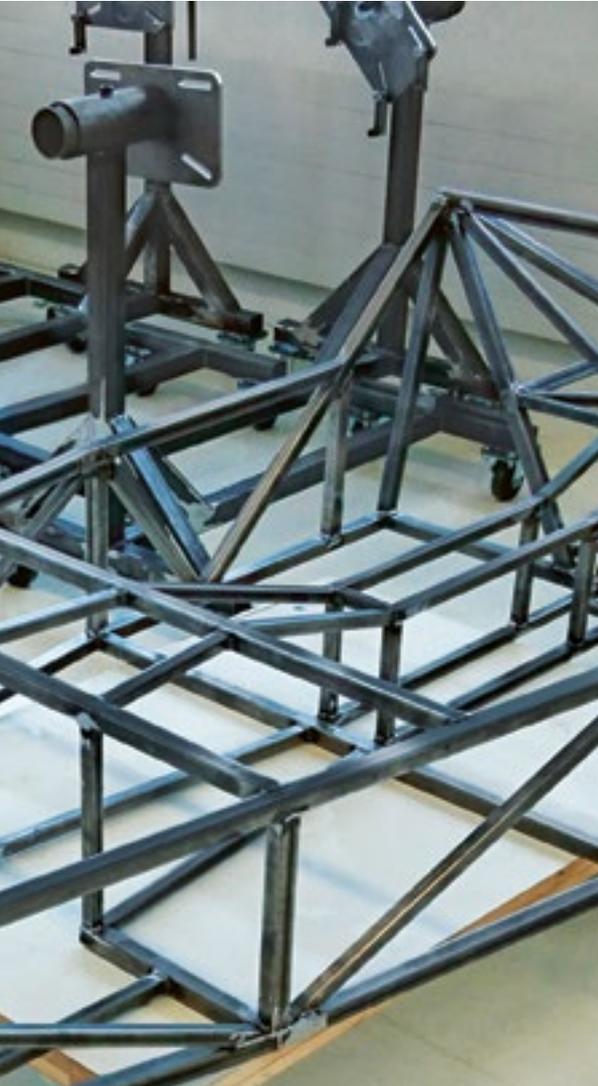
DIE ZUKUNFT IST GRÜN

«Die Welt soll grüner werden! Unsere Städte, unsere Häuser – innen genauso wie aussen. Dafür müssen Architektur und Pflanzenwelt verschmelzen und zur festen Einheit werden. Gut möglich, dass die Hausdächer in der Stadt in Zukunft als Relax-Zone und Gemüsegarten genutzt werden – mit Vögeln, Bienen und bunten Schmetterlingen. Im Keller gäbe es einen Fischteich, der einerseits Nahrung für die Bewohner liefert und andererseits für die natürliche Düngung der Pflanzen auf dem Dach sorgt. So wird das Haus zur selbstversorgenden, grünen Oase.»

Moritz Küderli, Hydroplant AG

VISIONEN

Lerch AG: Der 3D-Rohrlaser läutet die Zukunft der Metallbearbeitung ein.



AUTOMATISIERUNG AUF DEM VORMARSCH

«Wir verfolgen das klare Ziel, uns schweizweit als Rohrlaser-Kompetenzcenter zu etablieren und zum Technologieführer in diesem Bereich zu werden. Sicher ist, dass die Automation künftig noch viel stärker spürbar wird. Nicht nur bei uns, sondern in der ganzen Branche. Roboter werden viele Aufgaben übernehmen, Abläufe besser vernetzt und noch effizienter gestaltet. Und wer weiss, vielleicht hat bald jeder einen eigenen 3D-Drucker zu Hause!»

Michael Lerch, Lerch AG

DIGITALISIERUNG ZUM EIGENEN ZWECK NUTZEN

«Die Digitalisierung prägt unsere Zeit. Um von ihr profitieren zu können, müssen wir uns heute schon auf sie ausrichten – auch in unserer Branche. Unser Unternehmen soll in einigen Jahren zu einer Art Online-Selbstbedienungsgeschäft werden, das professionell betreut wird. Quasi über ein digitales Portal werden die richtigen Menschen zur richtigen Zeit am richtigen Ort zusammengebracht.»

George Tzionas, Bellini Personal AG

INVASION Veranstaltungstechnik GmbH: Sound und Licht im perfekten Zusammenspiel.





Bellini Personal AG: Für jedes Projekt die richtigen Menschen zusammenbringen – auf digitalem Weg.



LIVE ON STAGE

«Unsere Vision: Ein national bekanntes Open Air von A bis Z technisch begleiten und inszenieren. Viele unserer Live-Techniker sind Musikfans und wären begeistert von einem solchen Projekt. Dabei ist es uns wichtig, auch in Zukunft auf besonders hochwertige Produkte und Dienstleister zu setzen. Zuverlässigkeit ist in unserem Job ganz entscheidend.»

**Alain Rickenbacher, INVASION
Veranstaltungstechnik GmbH**



BAUR Holzbau AG: Der Holzbau geht mit der Zeit – und beweist Grösse.

HOLZ SCHAFFT GROSSES

«Noch vor zehn bis zwanzig Jahren wurde heiss diskutiert, ob sich mehrgeschossige Bauten ganz aus Holz überhaupt errichten lassen. Themen wie Brandschutz, Beständigkeit und Statik bereiteten den Fachexperten Sorgen. Mittlerweile hat sich Holz als Baumaterial nicht nur im traditionellen, sondern auch im modernen Hausbau immer stärker etabliert. Meine Vision wäre es, dass diese Entwicklung weitergeht und hierzulande dereinst auch Grossprojekte und Hochhäuser komplett aus Holz gefertigt werden. Beispiele aus dem Ausland zeigen, dass dies durchaus möglich ist.»

Guido Ebnöther, BAUR Holzbau AG

NEUGIER UND ABENTEUERLUST WECKEN

«Meine Vision ist es, die Bevölkerung auf allen Kanälen zu unterhalten – und zwar mit Geschichten, die emotional sind, neugierig machen und alle Sinne überraschen. Nur so kann die Werbung bei ihren Konsumenten Abenteuerlust wecken und dazu anspornen, sich ehrlich für eine Sache zu begeistern. Daran glaube ich fest. Und ich finde: Genau dieser Glaube an die eigenen Ziele und Taten ist die Basis jedes Abenteurers.»

Sandro Walder, walder,werber werbeagentur ag



walder,werber werbeagentur ag: Eine Imagekampagne, die durch originelle Provokation zum Durchstarten anspornt.

HOLOGRAMM STATT 2D-VISUALISIERUNG

«Hologramme prägen die Zukunft unserer Planungsprozesse. Wer weiss, vielleicht wird es eines Tages sogar möglich sein, dass wir einen Raum mit dem Smartphone scannen und automatisch alle relevanten Daten erfasst und für die Planung genutzt werden können. Im Anschluss kann der Kunde seine neue Küche als Hologramm 1:1 erleben und sogar testen, bevor diese realisiert wird.»

Susanne Häfliger, Bulthaup Schweiz AG



Bulthaup Schweiz AG: Visionäre Küchenplanung.

HAPPY BIRTHDAY DIMENSION3

IM JAHR 2006 WURDE DIMENSION3 GEGRÜNDET – NUN FEIERT DAS NETZWERK UNABHÄNGIGER PARTNER FÜR PLANUNG, ARCHITEKTUR UND BAU SEINEN 10. GEBURTSTAG. EIN GUTER GRUND, STOLZ ZU SEIN UND VON DEN VERSCHIEDENEN NETZWERKPARTNERN ZU ERFAHREN, WAS SIE GANZ PERSÖNLICH UNTER DEM BEGRIFF «ABENTEURLUST» VERSTEHEN UND WELCHE ROLLE «MUT» DABEI SPIELT.

**«UNERWARTETES
ERFINDEN.»**

Thomas Ammann,
Ammann Gärten AG

**«DIE BEGEISTERUNG
NEUES ZU WAGEN.»**

Moritz Küderli, Hydroplant AG

**«ACTION UND
ADRENALIN!»**

Susanne Häfliger,
Bulthaup Schweiz AG

**«AUF REISEN GEHEN UND
DINGE SEHEN, DIE NEUE
PERSPEKTIVEN ERÖFFNEN.»**

Alkis Fotiou, Poly-Rapid AG

«FERNWEH.»

Michael Lerch, Lerch AG

**«QUERMUT UND
EXPERIMENTIERFREUDIGKEIT.»**

George Tzionas, Bellini Personal AG

**«NICHT DAVON REDEN.
MACHEN!»**

Sandro Walder,
walder,werber werbeagentur ag

**«DER EINSATZ ZUKUNFTS-
WEISENDER PRODUKTE, DIE NOCH
KAUM ERPROBT WURDEN.»**

Guido Ebnöther, BAUR Holzbau AG

**«JEDE VERÄNDERUNG ANZUNEHMEN
UND WILLKOMMEN ZU HEISSEN,
DENN WER WEISS, WAS HINTER DER
NÄCHSTEN ECKE WARTET.»**

Marco Blessano, Marco Blessano Fotografie

**«WEGKOMMEN VON
DER EIGENEN ROUTINE.»**

Matthias Gebert, Neuco AG

«ROCK'N'ROLL!»

INVASION Veranstaltungs-
technik GmbH

**«NIE STEHEN BLEIBEN.
IMMER MIT DER ZEIT GEHEN.»**

Daniel Bächler, b2d architects&interiors

«NEUES ERLEBEN UND ENTDECKEN.»

Ivo Schwager, LAMBDA Dämmtechnik AG

**«AN EINEM ORT
SEIN, AN DEM
NIEMAND ANDERS
JE ZUVOR WAR.»**

Ronny Kleinhans, Invisia AG



MUT ZUM «NERVEN- KITZEL»

27

GANZ KLAR: SKYDIVING, RIVERRAFTING UND FREECLIMBING SORGEN FÜR NERVENKITZEL PUR. EIN ABENTEUER, DAS MUT ERFORDERT. DOCH WIE SIEHT ES MIT DEN ALLTÄGLICHEN ABENTEUERN DER UNTERNEHMEN VOM NETZWERK DIMENSION3 AUS? SORGEN AUCH SIE MANCHMAL FÜR EINEN ADRENALINKICK UND VERLANGEN NACH EINER PORTION MUT?

N°7

Hydroplant AG: Der Messestand als fesselnder Eyecatcher.

Als ich mich 1993 selbständig machte und ein eigenes Unternehmen gründete, war das ein grosser Schritt für mich – und natürlich für meine ganze Familie», erinnert sich Ivo Schwager, Geschäftsleiter der LAMBDA Dämmtechnik AG. Wer diesen Schritt selbst bereits gewagt hat, weiss genau: Zwar wägt man in einem solchen Fall Risiko und Chancen gegeneinander ab, doch die Grenze zwischen kalkulierbarem Risiko und unvorhersehbarem Abenteuer ist fließend. Und oftmals weiss man im Voraus nicht, wie lange es dauern wird, bis das neue Unternehmen tatsächlich reibungslos läuft und Gewinn erzielt. Im Fall von Ivo Schwager ging das glücklicherweise nur wenige Monate – dann gelang es ihm, durch unermüdlichen Einsatz, maximale Sorgfalt und gute Kontakte mit Jelmoli einen grossen Kunden zu gewinnen.

MUT & RISIKO



Bulthaup Schweiz AG: Erfolgreich dank viel Mut zum Purismus.



Lerch AG: Vielfältiges Möbeldesign dank innovativster und modernster Technologie im Metallbereich.

BEQUEMLICHKEIT ÜBERWINDEN

Gründe und Auslöser für den Schritt in die Selbständigkeit sind natürlich sehr individuell. Und sicherlich ist es eine Typfrage, ob man sich in der «Freiheit» der Selbständigkeit wohlfühlt oder aber die «Sicherheit» bevorzugt, von der man als Angestellter profitiert. Ronny Kleinhans von Invisia AG sass noch vor nicht allzu langer Zeit in der Geschäftsleitung eines grossen Unternehmens. Dann schloss er sich Unternehmer Georg Diener an und sie gründeten mit einem kleinen Team das innovative Unternehmen Invisia AG. «Natürlich war es vorher im «Chiefsessel» sehr bequem. Aber langfristig entsprach das nicht meinem Naturell. Ich wollte aus meiner Komfortzone rauskommen und hatte Lust auf ein Abenteuer – und darauf, direkter am Geschehen zu sein», schildert er seine Gedanken im vergangenen Jahr.

TIEFPUNKT ALS ANSPORN

Auch Marco Blessano erinnert sich gut an die Momente und Erlebnisse, die schliesslich den Ausschlag gaben, dass er seinem Job in der Immobilienbranche den Rücken kehrte und sich als Fotograf selbständig machte. «Immer wieder fragte ich mich, ob ich weiter mit dem Strom schwimmen oder meinem Bauchgefühl folgen und etwas ändern sollte – unternahm aber nichts. Erst als ich in meinem damaligen Job so richtig unglücklich wurde und meinen Tiefpunkt erreicht hatte, war ich endlich bereit für eine Veränderung», erzählt Marco Blessano heute. «Klar brauchte das Mumm. Aber ich habe nie bereut, diesen Weg eingeschlagen zu haben.» Seitdem hat er sich erfolgreich als Architektur- und Peoplefotograf etabliert und beweist immer wieder von Neuem, dass er

das Fotografieren im Blut hat. Dabei ist seine persönliche Abenteuerlust nie geschwunden. «Jeder Auftrag ist ein neues Abenteuer, denn immer sind unzählige ungewisse Faktoren im Spiel: Wie ist das Model heute gelaunt? Was hat der Kunde für ein Bild im Kopf, das er von mir verlangt? Kann ich seinen Wünschen entsprechen? All dies ist eine Herausforderung, aber auch eine grosse Bereicherung. Denn ich bin überzeugt: Nur wer immer wieder Neues wagt, kann dem monotonen Alltagstrott langfristig entfliehen und sein Glück finden.»

NEUE WEGE BESCHREITEN

Eine Portion Mut ist auch gefragt, wenn ein Unternehmen einen neuen Geschäftszweig erschliessen will und dafür gewisse Investitionen auf sich nimmt. So beispielsweise die Lerch AG mit Sitz in Mönchaltorf im Zürcher Oberland, die heute in vierter Generation geführt wird. «2009 stellten wir uns die Frage, wie wir uns weiterentwickeln und besser für die Zukunft rüsten können», erzählt Geschäftsleitungsmitglied Michael Lerch, der damals gerade die Unternehmensführung übernommen hatte. «Zur selben Zeit kam eine Innovation auf den Markt, die wir als sehr bedeutsam erachteten: der Rohrlaser. Wir fassten den Entschluss, diese enorme Investition zu tätigen und eine solche Maschine zu kaufen. Schliesslich muss man hin und wieder auf seine Intuition hören und etwas riskieren.» Vorerst investierte man in ein Occasionsmodell, um «den Markt zu prüfen», wie Michael Lerch berichtet. 2014 schliesslich, als bereits eine gewisse Grundauslastung da war, kaufte man einen neuen 3D-Rohrlaser mit Schrägschnittfunktion bis 45° – als erstes und einziges Metallbearbeitungsunternehmen in der Schweiz. «Dank dem Rohrlaser konnten wir uns seitdem noch besser profilieren und mittlerweile ein Alleinstellungsmerkmal entwickeln.»

GRÖSSER, VERNETZTER, SPANNENDER

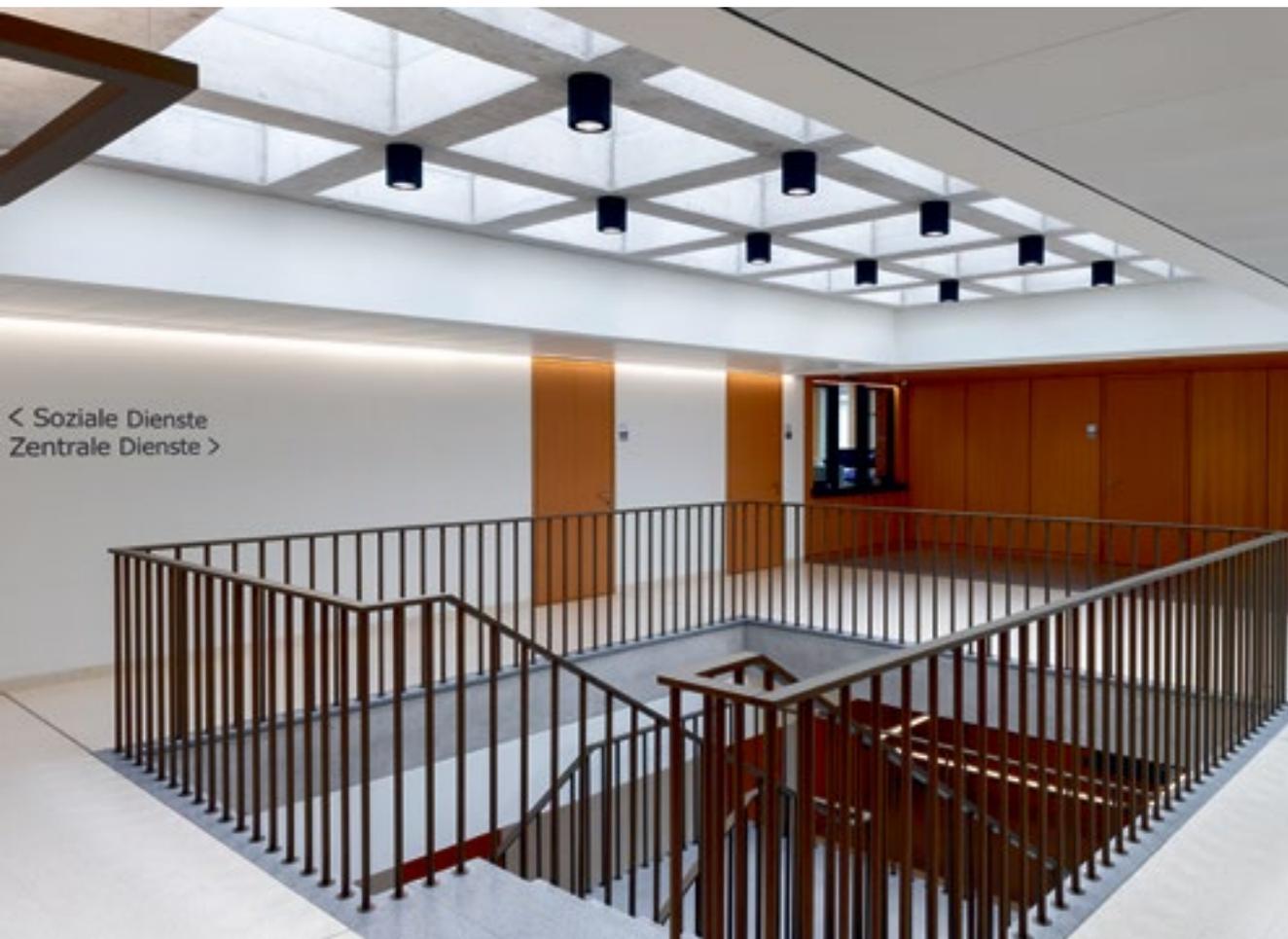
Mut hat auch die Firma Hydroplant AG bewiesen, als sie vor einiger Zeit ein ganz spezielles Projekt in Angriff nahm. Während das Zürcher Unternehmen nämlich bislang hauptsächlich Begrünlungslösungen für den Innenraum realisierte, war für das Gebäude der Novartis in Basel zusätzlich eine einzigartige Fassaden- und Aussenraumbegrünlung gefragt. «Ein so grosses Projekt hatten wir bis zu diesem Zeitpunkt noch nie umge-

setzt», sagt Inhaber Moritz Küderli. «Wir mussten sehr vernetzt und eng mit diversen Spezialisten zusammenarbeiten – vom Profikletterer bis zum Fassadenexperten. Das war hochspannend und das Projekt im Endeffekt ein voller Erfolg, auf den wir heute sehr stolz sind!» Und auch für die Novartis ist die aussergewöhnliche Begrünlung nicht nur optisch attraktiv, sondern zugleich auch ein imagebildendes Statement.

MUT ZUR REDUKTION

Die Firma Bulthaup Schweiz AG beweist, dass es nicht zwingend aussergewöhnliche, effektvolle oder extrem beeindruckende Projekte sein müssen, die mit einer mutigen Handlung angestrebt werden. Manchmal strahlt genau das, was auf den ersten Blick eher unspektakulär wirkt, besonders viel Mut aus. Mut zur Reduktion, zur Konsequenz und Authentizität. Und Mut «Nein» zu sagen zu kurzlebigen Trends. Im Gespräch mit Susanne Häfliger, CEO der Bulthaup Schweiz AG, wird deutlich, dass das Traditionsunternehmen eben diesen Mut hat. «Wir denken ganz bewusst sehr langfristig und setzen auf Qualität statt Quantität», erklärt sie. So gibt es von Bulthaup beispielsweise nur drei Küchenlinien, zwei Varianten von Griffen sowie zwei verschiedene Wasserhähne, die dem Kunden zur Auswahl stehen. «Der Wiedererkennungswert, den wir daraus gewinnen, ist äusserst wertvoll. Und unsere Kunden schätzen unsere reduzierten, authentischen und zeitlosen Designs sehr. Für die richtige Prise an Individualität haben sie die Möglichkeit, mit exklusiven Materialien zu spielen, die sonst nirgends erhältlich sind – zum Beispiel dem Holz der sogenannten Mooreiche.» Aktuell ist die Bulthaup Schweiz AG ausserdem mit einem weiteren interessanten Abenteuer beschäftigt: der Zusammenarbeit mit Starkoch Andreas Caminada. Soeben brachten Bulthaup und Caminada nämlich gemeinsam eine exklusive Küchenaccessoires-Linie inklusive Gewürzmischungen und Messer heraus. «Ein Projekt, mit dem wir aus unserer traditionellen Komfortzone ausbrechen und etwas ganz Neues schaffen. Und eine Zusammenarbeit, die einfach Spass macht und eine grossartige Bereicherung ist für Bulthaup und all unsere Kunden.»

BAUR Holzbau AG: Aussergewöhnliche Ideen schaffen spektakuläre Ergebnisse.



LAMBDA Dämmtechnik AG: Die Decke als funktionales Element und Design-Statement.





Poly-Rapid AG: Nur ein glänzender Auftritt ist gut genug für die Präsentation grosser Kunst.



Marco Blessano Fotografie: Jedes Abenteuer beginnt mit einem ersten Schritt.



b2d architects & interiors: Exklusive Mode – ansprechend und detailreich inszeniert.



Neuco AG: Das tibits – einzigartige Lichtstimmung über dem Bahnhof Luzern.

Hydroplant AG: Die vertikale Fassadenbegrünung ermöglicht faszinierende Ausblicke und verbindet Natur und Architektur auf innovative Weise.





**«ABENTE
EN
IM HER**



**UERLUST
TSTEHT
ZEN.»**

«EIN TEAM FÜR GEMEINSAM SPITZENLEISTEN»

REISEN WIR GEDANKLICH 10 JAHRE ZURÜCK. WIE WAR DAS DAMALS GENAU MIT DER ENTSTEHUNG VON DIMENSION3?

DANIEL BÄCHLER: Die Vergangenheit hat gezeigt: Bei mir brodelt es alle fünf Jahre. Dann muss ich etwas verändern oder etwas ganz Neues ausprobieren, um wieder mit mir und meiner Arbeit zufrieden zu sein und temporär zur Ruhe zu kommen. Und genauso war das auch damals vor 10 Jahren. Im intensiven Austausch mit Sandro Walder reifte die Idee, zusammen mit meinen Partnern ein Projekt zu realisieren, das unsere gemeinsamen Geschichten erzählt und nach aussen trägt. Daraus entstand das Netzwerk dimension3, das seitdem laufend gewachsen ist. Mittlerweile wurden 7 Magazine herausgebracht, rund 50 Events und Treffen veranstaltet und unzählige spannende Aufträge in die Tat umgesetzt.

WIE HAT SICH DIMENSION3 SEITDEM VERÄNDERT?

MATTHIAS GEBERT: Die Qualität hat sich gesteigert und neue, wertvolle Partner konnten für unser Netzwerk begeistert werden. 2015, als sich Daniel Bächler entschied, die Leitung abzugeben, entschlossen George Tzionas, Sandro Walder und ich, dimension3 als eine Art «Motor» voranzutreiben und weiterzuentwickeln. Dieser Schritt brachte frischen Wind ins Spiel und konnte den Zusammenhalt sowie den gegenseitigen Austausch spürbar stärken. Nun haben wir die Vision, dimension3 gemeinsam in die Zukunft zu bringen und noch stärker zusammenzuarbeiten. Wir alle führen ein Unternehmen. Auch wenn sich unser Handwerk grundlegend unterscheidet, sind es doch dieselben Dinge, Probleme und Motivationen, die uns tagtäglich bewegen. Das verbindet.

WORIN LIEGT DER ZENTRALE NUTZEN FÜR KUNDEN VON DIMENSION3?

GEORGE TZIONAS: Wir alle sind Spezialisten, die in unserem Bereich für Top-Qualität und Zuverlässigkeit stehen. Wenn wir optimal und eng zusammenarbeiten, profitiert der dimension3-Kunde von einer Komplettbetreuung und von umfassenden «Rundum-Sorglos-Dienstleistungen» aus einer Hand. Je genauer wir uns gegenseitig kennen, desto besser die Zusammenarbeit und die Ergebnisse für den Kunden.

WARUM HAT DIMENSION3 GERADE HEUTZUTAGE GROSSES POTENZIAL?

SANDRO WALDER: Das Vertrauen zwischen uns Netzwerkpartnern ist zentral. Die regelmässigen Treffen und der private Kontakt sorgen dafür, dass wir von jedem die Stärken und Schwächen kennen, uns optimal ergänzen und als Team Spitzenleistungen erbringen können. Das ist enorm viel wert. Auch für unsere Kunden, weil sie sich zu 100% auf uns verlassen können. —

ÜR E

VIER MÄNNER, VIER FRAGEN - DANIEL BÄCHLER
(INITIANT), GEORGE TZIONAS, MATTHIAS GEBERT
UND SANDRO WALDER ÜBER DIE ENTSTEHUNG
VON DIMENSION3, IHRE MOTIVATION SOWIE DEN
ZENTRALEN NETZWERKNUTZEN FÜR IHRE KUNDEN.

TUNGEN.»»

37

N°7



AKTION UND

WER SCHAFFT EIGENTLICH NEUE TRENDS? SIND ES DIE INNOVATIVEN FORSCHER
UND UNTERNEHMEN, DIE REGELMÄSSIG NEUES ERTÜFTELN? DIE TAUSENDEN VON
START-UPS, DIE HIERZULANDE JÄHRLICH GEGRÜNDET WERDEN UND NEUE IDEEN
PRÄSENTIEREN? ODER SIND ES DOCH EHER DIE KUNDINNEN UND KUNDEN,
DIE MIT IHREN ANFORDERUNGEN DIE ANGEBOTE AUF DEM MARKT FORMEN?



REAKTION



39

N°7

GESELLSCHAFT

Invisia AG: Räume, die mitdenken - eine «unsichtbare»
Intelligenz steckt womöglich bald in jedem Haus.



Marco Blessano Fotografie: Voller Körpereinsatz für das perfekte Bild.

Eine spannende Frage, auf die es wohl keine abschliessende, richtige Antwort gibt. Denn in vielen Fällen sind sicherlich beide Aspekte entscheidend. So setzen die Spezialisten von dimension3 nicht nur neue Trends, sondern stellen sich laufend die Frage: Welche Ansprüche hat die Gesellschaft? Und wie wandeln sie sich? Tatsache ist: Sie wandeln sich sehr stark und schnell. Und sie haben enormen Einfluss auf die Prozesse in den einzelnen Unternehmen. Klar, dass man sie darum eingehend beobachten und ernst nehmen muss.

WIRTSCHAFTLICHE UND SOZIALPOLITISCHE EINFLÜSSE

«Wir beobachten, dass sich die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden zirka alle 5 Jahre verändern», sagt Susanne Häfliger, CEO der Bulthaup Schweiz AG. In welche Richtung sie sich verändern, hänge nicht einfach von saisonalen, optischen Trends und Vorlieben ab. «Die Vorlieben in unserem Kundensegment sind seit je her sowieso extrem individuell. Während jemand den Fokus auf Funktion, Schlichtheit und Robustheit legt, wünscht sich der andere vor allem Design pur und nur die exklusivsten Materialien.» Fakt ist: Die beobachteten Veränderungen hängen hauptsächlich von wirtschaftlichen und sozialpolitischen Entwicklungen ab. «In den letzten Jahren sind beispielsweise traditionelle Wohnformen vielfach von moderneren Wohnformen abgelöst worden. Es gibt viel mehr Wohngemeinschaften und Singlehaushalte als noch vor zwanzig Jahren. Zudem wird der Platz zum Bauen knapper und Wohnungen tendenziell kleiner. Da sind kleine und kompakte Küchen gefragt», beschreibt Susanne Häfliger. Was trotz all dieser Dynamik konstant geblieben sei, ist das hohe Qualitätsbewusstsein der Kundinnen und Kunden.



ANFORDERUNGEN STEIGEN AN

Aber nicht nur im Küchenbau – auch in der Lichtplanungsbranche hat sich diesbezüglich in den letzten Jahrzehnten einiges getan. «Ich habe den Eindruck, dass Kunden heutzutage keine Wünsche mehr haben, sondern eher eine klare Erwartungshaltung», so Matthias Gebert, Geschäftsführer der Firma Neuco AG. «Es ist eine gewisse Selbstverständlichkeit spürbar, die man früher nicht kannte.» Dass diese Tatsache unter anderem auf die Digitalisierung der Gesellschaft zurückzuführen ist, ist für Daniel Bächler von b4d architects & interiors offensichtlich. «Heute kann sich via Internet jeder ein gewisses Mass an Fachwissen aneignen. Dadurch bringen sich Kunden auch viel stärker in Projekte ein – mit Forderungen und Wünschen, die jedoch je nach Situation gar nicht umsetzbar sind», erzählt er. «Wir als Planer müssen dann die richtigen Leitplanken setzen und Grenzen aufzeigen, um gemeinsam mit dem Kunden die optimale Lösung zu erarbeiten.»

PRIORITÄT 1: DETAILLIERTES FACHWISSEN

Egal, ob als Koch, beim Heimwerken oder in Bezug auf eine Fremdsprache: das Zeitalter von Google, Wikipedia, YouTube und Co. hat zweifellos dafür gesorgt, dass jeder sich autodidaktisch zum Quasi-Experten weiterbilden kann – und von den «wahren Profis» im Gegenzug noch mehr Expertise erwartet. Das weiss auch Alkis Fotiou der Poly-Rapid AG: «Wir spüren, dass Kunden heute mehr Wert auf detailliertes Fachwissen legen – früher hatte das Zwischenmenschliche, die Sympathie, noch einen grösseren Stellenwert. Heute stehen harte Fakten und ganz konkrete Forderungen vermehrt im Vordergrund.» Dem gegenüber steht die Erkenntnis von George Tzionas, CEO der Bellini Personal AG. Er stellt nämlich fest, dass die Bedürfnisse seiner Kunden heutzutage sehr unpräzise und vage sind. «Viele wissen gar nicht genau, was sie wollen und was ihr Ziel ist.» Auch diese Situation verlangt nach

Leitplanken – nach professioneller Begleitung und Support, um die Entschlossenheit der Leute zu fördern und sie gezielt zu führen. Und ihnen den richtigen Weg aufzuzeigen, auch wenn dieser eventuell nicht direkt von A nach B, sondern allenfalls über C und D zum Ziel führt.

DAS LEBEN SELBST SCHAFFT BEDÜRFNISSE

Interessant ist, dass diese Problematik der allzu konkreten beziehungsweise völlig diffusen Anforderungen besonders bei einem dimension3-Partner kaum ein Thema zu sein scheint: bei der Invisia AG. Denn Ronny Kleinhans, Leiter Marketing & Verkauf, hat festgestellt: Die Wünsche seiner Kunden sind oftmals verhältnismässig einfach, da sie das Potenzial des ganzen Systems nicht kennen. «Die meisten wollen zu Beginn einfach ihre Beleuchtung einfacher steuern. Wenn sie dann erkennen, was das System alles kann, wachsen die Bedürfnisse nach und nach. Das ist nicht verwunderlich, denn erst wenn man mit dem System lebt, entstehen daraus die entsprechenden Wünsche», beschreibt der Spezialist seine Erfahrungen. Das Gute daran ist: Jeder Aspekt der Hausautomation lässt sich einzeln umsetzen, sofern das Ganze von Beginn an richtig und mit Blick in die Zukunft geplant ist – bei Bedarf Step by Step.

HEKTIK VS. ABENTEUERLUST

Und wie steht es um die generelle Abenteuerlust der Gesellschaft? «Der Faktor Zeit hat vieles verändert in den letzten Jahren», sagt Marco Blessano, und fügt hinzu: «Alles muss im Eiltempo ablaufen, niemand macht sich mehr in Ruhe Gedanken, wo er überhaupt hin will und was ihn persönlich weiterbringen könnte.» Die Abenteuerlust scheint zwar da zu sein, leidet aber spürbar unter dem hektischen Lebensstil, in dem wir uns heute wiederfinden – darüber sind sich die dimension3-Partner einig. Sandro Walder pflichtet dieser Ansicht bei: «Ich bin der Überzeugung, dass wir in einer richtigen Abenteuer-gesellschaft leben. Aber viele Leute sind so im Stress, dass bereichernde Abenteuer komplett auf der Strecke bleiben. Sie setzen die Prioritäten falsch und vergessen schlichtweg, wie wertvoll es sein kann, Neues zu wagen, auszuprobieren und kennenzulernen.» Gartenexperte Thomas Ammann ergänzt: «Unser Alltag ist so klar strukturiert, dass kaum mehr Zeit bleibt für neue, spezielle Erlebnisse. Man muss sich ganz bewusst Zeit nehmen, um aus diesem Trott auszubrechen.» Sein eigener Beitrag dazu? Gärten, die als Erholungs- und Rückzugsort in diesem hektischen Alltag dienen. «Natur und Stille bilden einen guten Gegenpol zur Hektik – unabhängig davon, ob es sich um eine natürliche, grosse Parkanlage oder einen kleinen Kräuter- und Gemüsegarten handelt.»



43

N°7



Poly-Rapid AG: Spezialisiert auf Einsätze in schwindelnder Höhe wie beim Limmat Tower in Dietikon.

walder,werber werbeagentur ag: Gastro-Konzept für verrückte Hühner:
Der «Hühnerstall & Guggeltreff», ein Pop-up-Restaurant mit Poulets vom Grill,
kann für individuelle Events gemietet werden.





Ammann Gärten AG: Wo Bäume zum Schattenspender und Grünräume zur Erholungszone werden.

Neuco AG: Stimmige Lichtwirkung in der Swiss Lounge im Flughafen Zürich. (Bild: Valentin Jeck, Stäfa)



PARTNERÜBERSICHT

AMMANN GÄRTEN AG

Umfassende Lösungen rund um den Garten: Planung, Bau, Umgestaltung, Pflege und Unterhalt

Hammerstrasse 65, 8032 Zürich
T 043 443 40 40
www.ammann-gaerten.ch

B4D ARCHITECTS & INTERIORS

Spezialisten für Architektur, Innenarchitektur und Produktedesign

Händeliweg 35, 8044 Zürich
T 043 455 90 30
www.b4d.ch

14

PARTNER

INVISIA AG

Intelligent vernetzte, innovative und zukunfts-trächtige Lösungen der Hausautomatisierung

Zürcherstrasse 41
8400 Winterthur
T 052 770 07 24
www.invisia.ch

INVASION VERANSTALTUNGS-TECHNIK GMBH

Planung, Konzept und Umsetzung in den Bereichen Audio, Video und Licht

Pfäffikerstrasse 28
8310 Kempthal
T 052 345 04 04
www.invasion.ch

LAMBDA DÄMMTECHNIK AG

Innovative Dämmtechnik – von der Decken- und Wandverkleidung bis zum Brandschutz

Bahnhofstrasse 66,
Postfach 109, 5605 Dottikon
T 056 200 05 05
www.lambda.ag

LERCH AG

Spezialisten für Metallbearbeitung – vom CO₂-Laserschneiden bis zur Herstellung von Baufertigteilen

Mettlenbachstrasse 1
8617 Mönchaltorf
T 043 277 70 80
www.lerchag.ch

BAUR HOLZBAU AG

Holzbauunternehmen für kreative und zukunfts-trächtige Lösungen

Friedgrabenstrasse 19
8907 Wettswil
T 043 466 20 00
www.baur-holzbau.ch

BELLINI PERSONAL AG

Spezialisiertes Personalmanagement in den Bereichen Bau, Technik und Industrie

Stauffacherstr. 35, 8004 Zürich
T 058 059 59 59
www.bellini.ch

BULTHAUP ZÜRICHSEE

Innovativer Küchenbau und elegante, umfassende Innenraumlösungen auf höchstem Niveau

Seestrasse 39, 8700 Küsnacht
T 043 266 70 70
www.bulthaup.ch

HYDROPLANT AG

Spezialisten für Hydro-kulturpflanzen und einzigartige Vertikalbegrünungen

Neunbrunnenstrasse 50
8052 Zürich
T 044 942 93 93
www.hydroplant.ch



NETZWERK

**MARCO BLESSANO
FOTOGRAFIE**

Spezialisiert auf die Architektur-, People-, Produkte- und Autofotografie sowie auf Werbeaufnahmen

Seestrasse 110 B, 8610 Uster
T 044 942 22 72, M 079 420 25 87
www.blessano.ch

NEUCO AG

Schweizer Marktführer für hochwertige Licht-inszenierungen im Innen- und Aussenbereich

Würzgrabenstrasse 5
8048 Zürich
T 044 437 37 37
www.neuco.ch

POLY-RAPID AG

Facility & Clean Services mit Fokus auf professionelle Reinigung, Hygiene und Pflege

Bauherrenstrasse 50
8049 Zürich
T 058 330 02 02
www.poly-rapid.ch

**WALDER,WERBER
WERBEAGENTUR AG**

Werbeagentur für On- und Offline-Kommunikation, Events, Animationsfilme und 3D-Inszenierungen

Brunnenstrasse 1, 8610 Uster
T 044 905 77 10
www.walderwerber.ch

WWW.DIMENSION3.CH

