



FELIX PARTNER

NR. 15

CONCENTRATE

DAS MAGAZIN IN EIGENER SACHE



ARCHITEKTUR UND DESIGN INTERDISZIPLINÄR



INHALT

04	EDITORIAL
06	URBANE LOGISTIK STELLT SICH NEBEN DENKMALPFLEGERISCHE BERGWELT
22	STADTENTWICKLUNG TRIFFT ALTBAUQUARTIER
28	46 JAHRE MEHR ODER WENIGER
30	AKTUELL

Impressum

Herausgeber: FELIX PARTNER, Zürich

Gestaltung: Felix Partner Design AG, Zürich

Redaktion: Felix Partner Design AG, Zürich

Bilder: FELIX PARTNER (S. 6, 15, 18, 19, 21),

Thomas Aus der Au (S. 1, 2, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21),

Heinz Unger (S. 2, 4, 5, 7, 15, 17, 28)

Visualisierungen: Swiss Interactive AG (S. 22),

Dome Visual GmbH (S. 23)

Papier: Naturpapier crème

© felixpartner.com, 2. Halbjahr 2020

CONCENTRATE erscheint in loser Folge



┌
**Wer sich zu gross fühlt, um
 kleine Aufgaben zu erfüllen,
 ist zu klein, um mit grossen
 Aufgaben betraut zu werden.**
 └

Klein- oder Grossprojekte? Gesamtlösungen oder Teilauftrag? Das aktuelle Geschäftsjahr mit seinen unvorhersehbaren Entwicklungen hat uns gelehrt – oder vielmehr bestätigt –, dass es elementar ist, seine fundierten Kernkompetenzen vielseitig einzusetzen. Die sich permanent verändernden Parameter in der Wirtschaft oder der Wirtschaftslage, in der Gesellschaft und beim Staat verlangen nach einer intensiven Auseinandersetzung, nach einem steten Dialog mit Kunden, Partnern, dem Markt wie auch intern mit dem ganzen Team, damit wir unsere Dienstleistungen immer wieder neuen Voraussetzungen anpassen können.

Genau deshalb ist es unser Credo und unsere Zukunftsstrategie, hochwertige Leistungen für den gesamten Lebenszyklus von Immobilien zu erbringen – umfassende Gesamtlösun-

gen ebenso wie punktgenaue Teilprojekte, in der Architektur, im Design für Marken und Objekte wie auch für das Immobilienmarketing. Und dies sowohl für Kleinprojekte wie für Grossüberbauungen. Die Komplexität eines Auftrags lässt sich nicht mit seiner Grösse messen – jedes Projekt verlangt immer wieder von Neuem und von Grund auf unser ganzes Spektrum an Erfahrung und Wissen ab. Dieser ständige Masstabwechsel hält uns fit, damit wir für alle Aufgaben heute und in Zukunft gewappnet sind.

Herzlich,
 Peter Felix

┌
**Unser Ziel ist nicht, die
 Anforderungen zu erreichen,
 sondern sie zu übertreffen.**
 └



Aufgaben- und masstabgerechtes Denken ist gerade auch in Design und Marketing eine Grundvoraussetzung. Dadurch, dass bei uns Projektentwicklung, Architektur sowie Design und Marketing unter einem Dach vereint sind, befruchten sich diese Disziplinen gegenseitig, liefern sich abwechslungsweise gute Inputs durch andere Sichtweisen. Diversität bedingt Flexibilität.

Das Resultat sind zum Beispiel unser Markenkonzzept West-Log oder die Fassadenmalerei für das Engadinerhaus im bündnerischen Latsch. Zwei verschiedene Aufgaben, unterschiedliche Masstäbe, andere Anforderungen, aber ähnlich komplex und vielfältig.

Flexibel und vielseitig bleibt man, wenn man sich die schönste aller menschlichen Fähigkeiten bewahrt: sich zu wundern. Wir haben uns

dieses Jahr immer wieder wundern können, zum Beispiel wie schnell wir uns an neue Alltagsrealitäten gewöhnen oder wie durch den Verzicht auf gewisse Dinge der Raum für Neues entsteht. Neuen Realitäten mit einem «Wow» zu begegnen, heisst offen sein für Entwicklung und Veränderung. Wir wünschen ein dialektisches Lesevergnügen, abgerundet durch den Dialog der Generationen zwischen unserem jüngsten und unserem ältesten Mitarbeiter ganz hinten im Heft.

Herzlich,
 Rahel M. Felix



Latsch GR



FOKUS GESAMTLÖSUNGEN

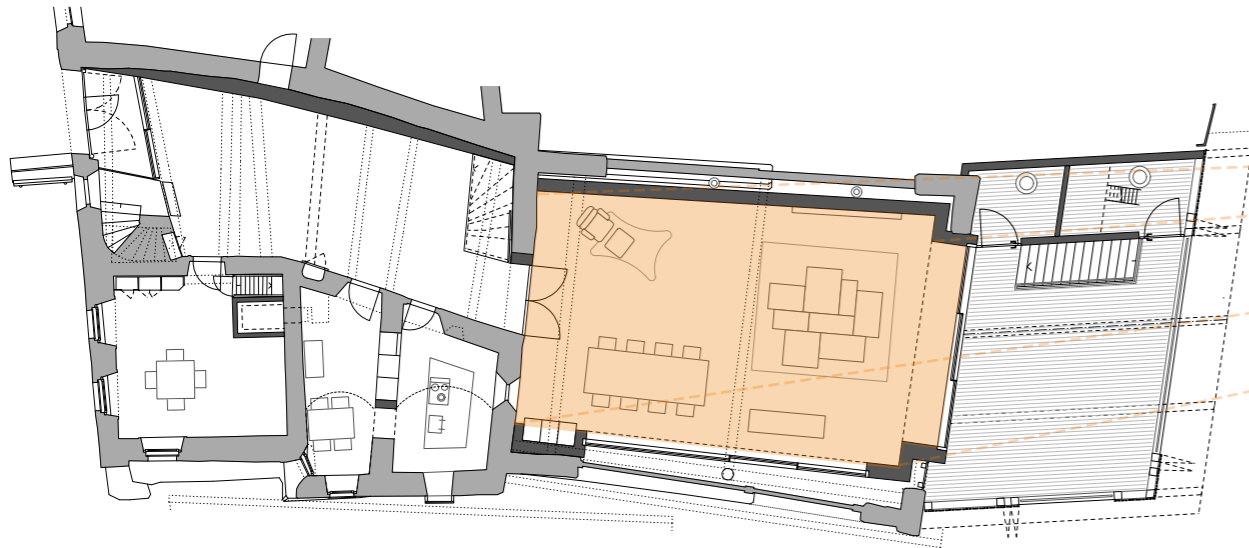
URBANE LOGISTIK STELLT SICH NEBEN DENKMALPFLEGE- RISCHE BERGWELT

Zürich Altstetten

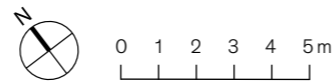
Die Einmaligkeit jedes Auftrags und ganz unterschiedliche Grössenordnungen sind herausragende, faszinierende Merkmale der Architektur und des Designs. So können komplexe Grossbauten und Momente später ein Möbel oder ein Leuchtkörper für spezifische Raumzonen, Winkel und Nischen entworfen werden. Dieses weite Spektrum dokumentieren zwei kürzlich fertiggestellte Objekte: ein Logistikzentrum in Zürich Altstetten und ein restauriertes Engadinerhaus im Bündnerland.



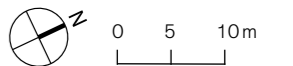
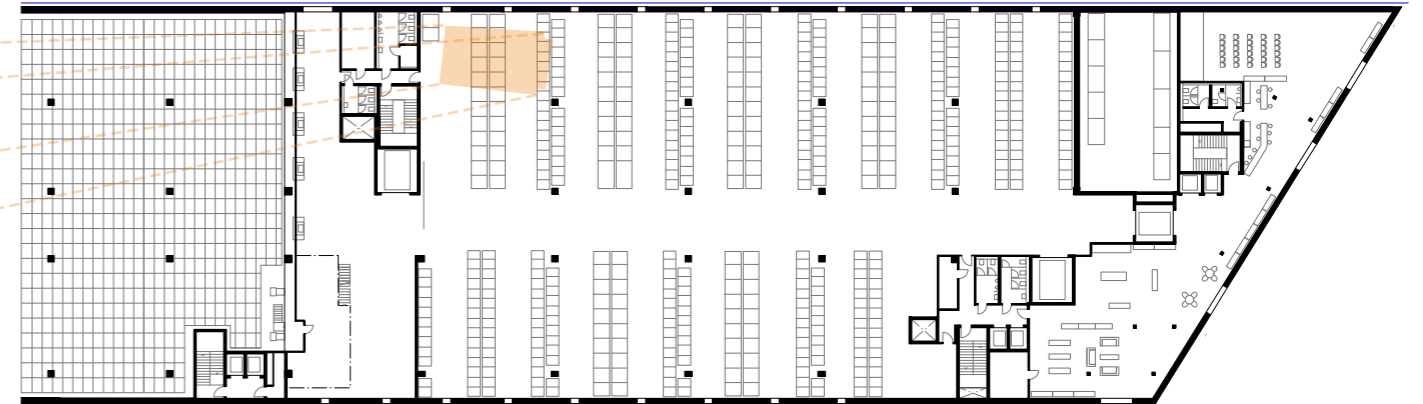
Planung 2016 – 2018
Realisierung 2018/2019
Auftraggeber Privat
Programm Umbau, historisches Engadinerhaus mit Stall
Leistungen Projektentwicklung, Baueingabe, Ausführungsplanung, Farbgestaltung, Patterntwicklung, Fassadengestaltung, -malerei, Teppichdesign, Dokumentarfilm, Website, Textilien, Printprodukte
Standort 7484 Latsch Bergün GR
Auszeichnungen «Iconic Awards 2020 – Innovative Architecture» die Auszeichnung «Best of Best», «German Design Award 2021 – Excellent Architecture – Interior Architecture» die Auszeichnung «Special Mention»



Frappanter Größenunterschied: Der Wohnraum des Engadinerhauses passt mit seiner Fläche rund 30-mal in die grösste Halle von West-Log.



Planung 2016 – 2018
Realisierung 2018 – 2020
Auftraggeberin Swiss Prime Site Immobilien AG
Totalunternehmerin Implemia Schweiz AG
Hauptmieterin Elektro-Material AG
Programm Neubau, Logistikzentrum mit Dienstleistungsflächen
Leistungen Vorprojekt, Baueingabe, Ausführungsplanung, Immobilienbranding, Immobilienmarketing, Signaletik
Standort 8048 Zürich



Mit Weitblick Werte schaffen und wertvolle Substanz schützen.

Hier exponiert, dort intim

Das Projekt West-Log in Zürich Altstetten ist ein substanzieller Beitrag an die Zukunft des Werkplatzes Schweiz. Ein Totalunternehmer beauftragte FELIX PARTNER mit einem Entwicklungskonzept für ein neu zu überbauendes Areal von 7700 Quadratmetern, entstanden durch Zusammenlegung mehrerer Grundstücke. Es liegt direkt an der Bahnhauptlinie in den Westen und den Norden des Landes, ist entsprechend exponiert und gut erschlossen. Zahlreiche grosse Ersatzneubauten prägen die Umgebung am Stadtrand, die in den letzten Jahren eine starke Nachverdichtung erlebt hat.

Mit West-Log entstand ein Logistikbau mit rund 21'000 Quadratmetern Nettogeschossfläche. Mehrheitlich dient er als Firmenzentrale für den Hauptmieter, einen Elektrogrossver-

teiler. Neben verschiedenen Kommissionierlagern enthält das Gebäude einen Shop, einen Showroom und Büros. Etwa ein Fünftel der Fläche steht weiteren Mietern zur Verfügung. West-Log steht für Funktionalität im professionellen Alltag, für eine effiziente, zukunftsweisende Einheit im Dienst von Handel und Business.

Wesentlich ruhiger geht es in Latsch im Bündnerland zu und her. Der Weiler liegt auf einer nach Süden orientierten Bergkuppe über dem Dorf Bergün im Albulatal. In den 1950er-Jahren wurden hier Szenen des ersten Heidifilms gedreht. Die damals auf Zelluloid gebannte «heile Welt» ist erhalten geblieben; das Dorfbild präsentiert sich noch immer intakt. Latsch zählt derzeit 50 Einwohner, zwei Bauernhöfe werden noch aktiv bewirtschaftet. Die Auftrag-

geber haben im unteren Dorfteil, gleich gegenüber der Kirche, ein stattliches Bauernhaus im Engadiner Baustil erworben. Das Objekt stand gut 50 Jahre leer und ist auf der Nordseite mit dem Nachbargebäude verbunden. Die Grenze zu ihm verläuft entlang dem First des gemeinsamen Dachs.

Ziel und Auftrag waren es, das gut 350 Jahre alte, denkmalgeschützte Gebäude in ein zeitgemäßes Wohnhaus zu verwandeln und dabei nicht nur den Bedürfnissen der Bauherrschaft, sondern auch der bestehenden Substanz und dem historischen Ortskern gerecht zu werden.

Hier wie da kompetenzintensiv

Die beiden Projekte könnten unterschiedlicher nicht sein. Aber beide beanspruchten das ganze Spektrum der Kompetenzen, stets unter

Berücksichtigung der jeweiligen Ausgangslage, der spezifischen Rahmenbedingungen und der Zielvorstellungen. Der Planungsrhythmus war in beiden Fällen ein anderer. Bei West-Log lag gewissermassen eine «Tabula rasa»-Situation vor: Das nahezu ebene Grundstück wurde mit einem freistehenden Gebäude bebaut. Neben der Parzellenform und der Baugesetzgebung steckten die Bauherrin und die Hauptmieterin den Handlungsrahmen ab; sie präsentierten ihre Vorstellungen und Bedürfnisse, die wenn nötig korrigiert und auf Nachfrage präzisiert wurden. So entstand die Grundlage für das architektonische Projekt, das sich nach präzisen, vordefinierten Planungsschritten konkretisierte.

Das Planungsteam musste auf komplexe Logistikforderungen im Erdgeschoss einge-

hen, was beispielsweise zu einer maximalen Reduktion von Stützen und grossen Spannweiten bei maximalen Nutzlasten führte. Weitere Herausforderungen waren die geringe Breite der Bauparzelle, gemessen an dem zu berücksichtigenden Lkw-Verkehr, die Höhenentwicklung des Gebäudes oder die von den Logistikfunktionen vorgegebenen Geschosshöhen der Innenräume. Der Innenausbau lag in der Kompetenz der Mieterschaft. Eine wichtige Entwurfsaufgabe war hingegen der Umgang mit der erwähnten Exponiertheit. Sie konnte für ein prägnantes Erscheinungsbild genutzt werden, welches das Gebäude im direkten Umfeld angemessen hervorheben soll. Der Entscheid fiel bewusst auf eine Fassade aus einer perforierten Metallverkleidung aus Aluminiumblech. Sie umhüllt über der verputzten Sockelpartie die Obergeschosse. Die mar-

kanten vertikalen Profile sind als optischer Verweis auf Elektrokabelkanäle erkennbar, ein Standardartikel aus dem Sortiment der Hauptmieterin.

Beim historischen Gebäude in Latsch standen andere Prioritäten im Vordergrund: Vorweg musste in Zusammenarbeit mit den zuständigen Denkmalbehörden eine genaue Analyse des Bauwerks vorgenommen werden. Im Anschluss brauchte es eine Güterabwägung: Was kann und soll erhalten werden? Das Haus besteht aus einer Bruchstein- und Holz-Strickbau-Kombination und wurde über die Jahrhunderte mehrfach umgebaut. Was sollte erkennbar bleiben oder wieder erkennbar werden? Was durfte man diesem Bau zumuten? Was durfte man der Bauherrschaft zumuten? Der Umgang mit diesen zahlreichen Fragen

┌
**Architektur beginnt nicht beim
 Auftrag und endet bei der Ausführung.
 Disziplinen überwinden heisst
 gemeinsam gestalten und stets das
 Ganze im Fokus behalten.**
 └

verlangte neben bautechnischem Wissen auch diplomatisches Geschick und nicht zuletzt Zeit und Geduld von allen Beteiligten. Alte Häuser, die kaum oder überhaupt nicht mit Plänen dokumentiert sind, gleichen Wundertüten: Jeder Eingriff kann zu Überraschungen führen, die auch das weitere Vorgehen beeinflussen.

Das im behutsamen Vorantasten entstandene Konzept hat Tradition und Innovation in Einklang gebracht: Bestehende Elemente wie Bruchsteinmauerwerk, Balken, Holzböden und barocke Möbel, aber auch ganze Zimmer und die pechschwarze Räucherammer liessen sich erhalten und fachgerecht restaurieren. Es wurde darauf Wert gelegt, mit lokalen Unternehmen zusammenzuarbeiten und lokale Materialien zu verbauen. Das Lärchenholz aus der Region wurde bei den neu eingefügten

Raumelementen mit wenigen, roh belassenen Materialien ergänzt: Sichtbeton und schwarzer Stahl. In der einstigen Scheune entstand ein weiträumiger Wohnteil und darunter ein Spa aus Sichtbeton. Es wurden zahlreiche massgeschneiderte Details, so etwa Lavabos, Badewannen und Leuchtkörper, speziell für dieses Objekt entworfen. Alt und neu verschränkt sich dahingehend, dass das fachgerecht restaurierte Haus als unaufdringliche, harmonische Einheit erscheint. Wie zuvor gliedert sich das Gebäude mit einer grossen Selbstverständlichkeit ins Gesamtbild des Weilers ein. Was nicht auffällt: Das Haus ist jetzt ein Nullenergiebilanzhaus! Auf den grossen Dächern der beiden Anbauten wurden Fotovoltaik- und Solarthermie-Paneele installiert. Die im Sommer überschüssige Energie wird über eine Erdsonde im Felsen gespeichert, wo sie im Winter klimaneutral zur Verfügung steht.

Gross oder klein: immer das Ganze im Blick
 Architektur lässt sich schlecht eingrenzen. Oft erfasst der Gestaltungswille oder das Auftragspektrum Aufgaben, welche über die eigentliche Bauplanung und Ausführung hinausgehen. Deshalb gehört zur Felix Partner Gruppe neben der Sparte Architektur auch ein erfahrenes Designteam. Gemeinsam und in projektbasierter Zusammenarbeit ist es dadurch möglich, Gesamtlösungen wie bei West-Log und beim Wohnhaus in Latsch anzubieten.

Beim Projekt West-Log ging der Auftrag über die architektonischen Leistungen hinaus. Die Eigentümerin betraute das interdisziplinäre Team von FELIX PARTNER zusätzlich mit der Schaffung einer Identität des Gebäudes. Mit dem bestehenden Namen «West-Log» und der Inspiration der Fassadenlösung entstand ein einprägsames und authentisches Marken-

konzept. Das Logo nimmt die Optik der Langlochperforation der Fassade wieder auf. Der Bezug zur Hauptmieterin wird so noch deutlicher erkennbar. Das Vermarktungskonzept für die Liegenschaft richtet sich explizit an eine heterogene Zielgruppe, die als Drittmietter infrage kommt.

Speziell hervorzuheben ist bei dieser Designaufgabe die Signaletik. Nach einer Analyse der Wegführung für die diversen Nutzer und die Besucherinnen wurde gezielt eine Beschilderung für die drei Hierarchien Logistik, Privatverkehr und Fussgänger entwickelt. Dank ihrer Klarheit und ihrer strategischen Positionierung liess sie sich auf ein Minimum reduzieren. Speziell bei dieser Aufgabe zeigten sich die Vorteile des interdisziplinären Teams: Der kompetente Blick aufs Ganze führte zu einer zeit- und kostensparenden Lösung mit Vorzeigecharakter.

Der intime Rahmen des Wohnhauses in Latsch verlangte weniger nach einem klassischen Branding für die Wirkung nach aussen. Hingegen wurde der Charakter des Umbaus mit einem verbindenden Designelement künstlerisch zum Ausdruck gebracht: Inspiriert von den ortstypischen Quadermalereien und -sgraffiti an den Fassadenecken und abgeleitet von den vielen schrägen Linien und Bauteilen des Objekts, wurde ein neues Ornament gestaltet – ein «Quader» aus drei asymmetrischen Formen; dezent, zeitgemäss und natürlich. Ob als Positiv-Negativ-Form, gespiegelt, addiert oder multipliziert, zieht sich dieses Motiv wie ein roter Faden durch das Gebäude. So trifft man es nicht nur an der Fassadenecke an, sondern auch bei der Wandbemalung in der Wohnhalle, beim grossen Spiegel im Master-Bad und bei den Teppichen für den Sulèr (Vorraum), die Halle und die Stüva (Stube).

Dieses Engadinerhaus war ein Abenteuer mit anfangs unbekanntem Ausgang. Mit einem kleinen Fotoband und einem Film, der sich an ein interessiertes Fachpublikum richtet, kann man an der Faszination dieses aussergewöhnlichen Projekts teilhaben.



Semitransparent: Mit der lichtdurchlässigen Lärchenholzfassade der Loggia werden die ehemalige Scheune und ihre Lichtverhältnisse auf neue Art interpretiert, wohingegen die perforierte Metallverkleidung aus Aluminiumblech die starke Horizontalität der Bandfenster in den Bürogeschossen durchbricht sowie die funktionalen Lochfenster der Lagergeschosse kaschiert.



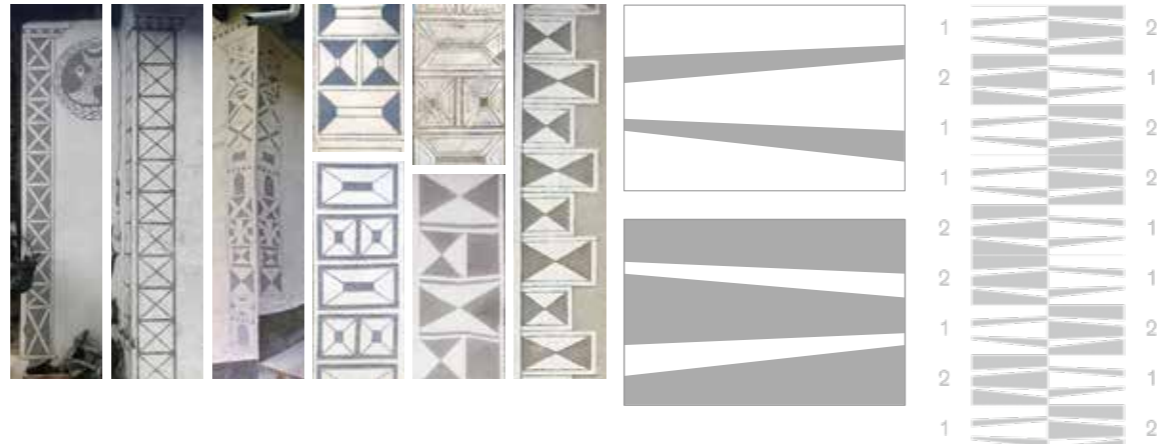
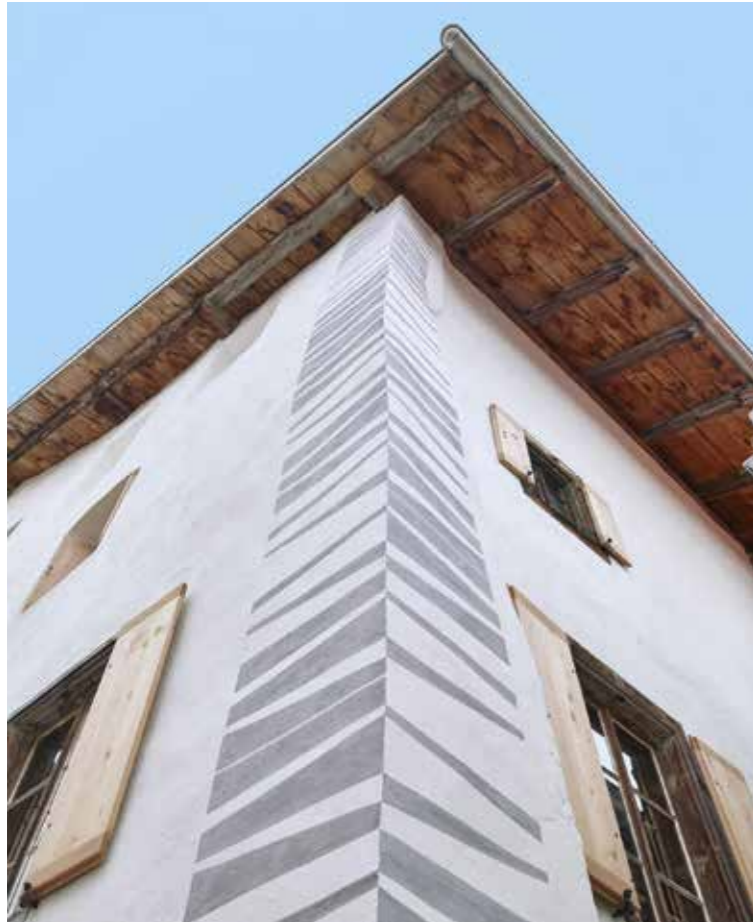
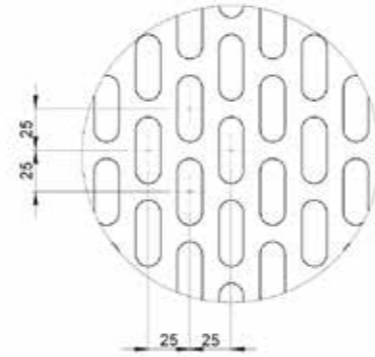


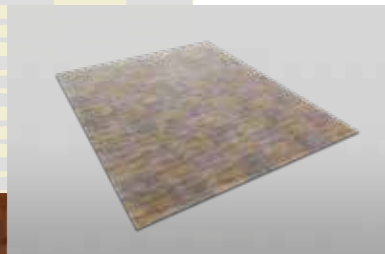
Historische Bausubstanz, restauriert und kombiniert mit gezielten Eingriffen, erzeugt eine intime Wohnatmosphäre im Gegensatz zu den nüchternen Hallen mit ihren technischen Einrichtungen, welche in erster Linie logistische Anforderungen erfüllen müssen.

Seien es das Perforationsmuster der Metallfassade oder die ortstypischen Quadermalereien der Engadinerhäuser, das Markenkonzept West-Log wie auch das Gestaltungsmotiv für das Wohnhaus Latsch entwickelten sich aus der jeweiligen Fassade heraus und sind auch deshalb nicht aufgesetzt, sondern authentisch.



WEST LOG





Aus einem Guss: Dem Quaderornament begegnet man unter anderem auch in der Wohnhalle als Wandbemalung und bei allen Teppichen im gesamten Gebäude. Ebenso findet das Markenkonzept für West-Log umfassende Anwendung, sei es bei den Signaletikelen oder bei der Website west-log.ch.

west-log.ch



FOKUS IMMOBILIENMARKETING

STADTENTWICKLUNG TRIFFT ALTBAU- QUARTIER

Es müssen nicht immer Gesamtlösungen aus einer Hand sein. Oft erbringt FELIX PARTNER auch nur eine Teilleistung wie das Immobilienmarketing. Das zeigen folgende zwei Beispiele aus unserem aktuellen Portfolio: Bellaria mit 172 Neubauwohnungen in Zürich Wollishofen und Caspar mit 40 sanierten Mietwohnungen in Zürich Seebach – ein Vergleich.

Bellaria, Zürich Wollishofen



Caspar, Zürich Seebach



BELLARIA

ZÜRICH WOLLISHOFEN

Auftraggeberin Helvetia Versicherungen

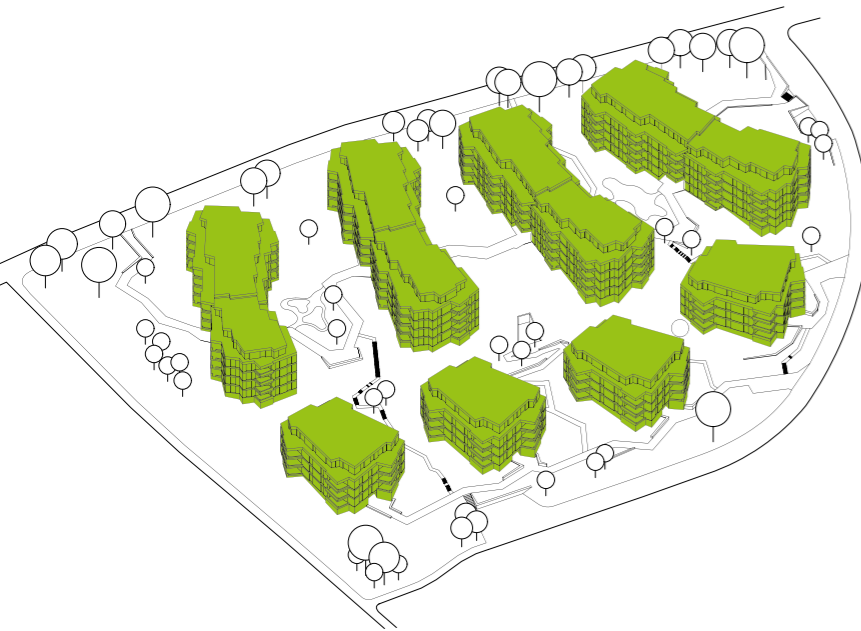
Vermarktung H&B Real Estate AG

Angebot 172 Mietwohnungen

Standort Bellariastrasse 53–63 / Bellariarain 2–12,
Zürich Wollishofen

Jahr 2018 – 2020

Leistungen/Kommunikationsmittel Positionierung,
Namensentwicklung, Claim, Kommunikationskonzept,
Corporate Design, Presite, Website Vollversion mit
Schnittstellenprogrammierung zum Bewirtschaftungstool,
Regie Visualisierungen, Axo, Grundrisse, Fotografie,
Objektbrochure, Planbrochure, Postkarten



bellaria-zuerich.ch



CASPAR

ZÜRICH SEEBACH

Auftraggeberin Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG

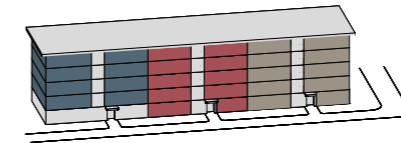
Vermarktung Zanella Partner Immobilien AG

Angebot 40 Mietwohnungen

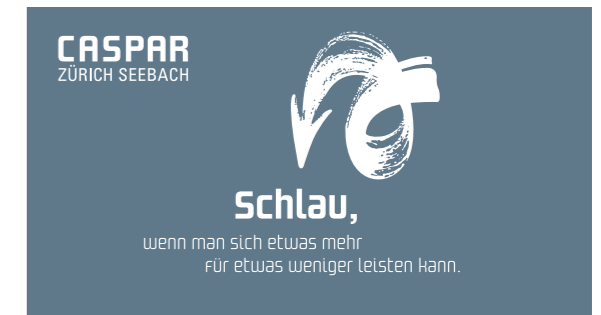
Standort Caspar-Wüst-Strasse 38–42, Zürich Seebach

Jahr 2020

Leistungen/Kommunikationsmittel Positionierung,
Namensentwicklung, Headlinekonzept, Corporate Design,
Website



caspar-seebach.ch



Seesicht versus Sonnenlicht

Der Seeanschluss, die Hanglage mit Sicht übers Zürcher Seebecken, die Ruhe und gleichzeitig die unmittelbare Nähe zur Stadt: Wollishofen war seit jeher und ist bis heute eines der beliebtesten Wohnquartiere der Stadt Zürich. Mittendrin sind die acht Neubauten von Bellaria, umgeben von einem Park mit altem Baumbestand und viel Grünflächen.

Zürich Seebach dagegen ist ein traditionelles Wohnquartier am nördlichen Stadtrand mit zahlreichen Naherholungsgebieten – über die Jahrzehnte stark gewachsen und multikulturell geprägt. Das Mehrfamilienhaus Caspar ist Teil einer Arealüberbauung aus den 50er-Jahren mit sehr grosszügigen Gebäudeabständen. Das bringt viel Sonne und Licht in die Wohnungen und schafft eine angenehme Distanz zu den Nachbarn.

Hier exklusiv, dort inklusiv

In Wollishofen kommen alle auf ihre Rechnung. Badeplätze und gepflegte Grünanlagen am Zürichsee, ein lebendiges Quartierleben mit zahlreichen Vereinen, von sportlich bis sozial, und kultureller Vielfalt, von alternativ bis traditionell.

In Seebach wird das Quartierleben von der heterogenen Gesellschaft seiner Bevölkerung

und deren Traditionen geprägt. Zwischen Basketballfeld und Hündeler-Wiesen, Spielplätzen und Familien-Picknicks an den Grillstellen – hier wird Vielfalt gelebt und akzeptiert.

Stadtentwicklung oder Architekturgeschichte

Die Überbauung Bellaria ist ein Stück moderne Architektur, sanft verankert und in den Kon-

und auserlesen. Die Preisspanne bei den Mieten ist hoch – dementsprechend vielschichtig sind die Zielgruppen.

Im Gegensatz dazu ist das Mehrfamilienhaus Caspar ein Stück Architekturgeschichte aus dem Jahr 1957, zweckmässig und sanft saniert mit passendem Farbkonzept, das mit der Altbautradition spielt. Die Fassaden und Bal-

┌
Beide ein Vermarktungserfolg, jedes auf seine Art eigenständig und selbstbewusst: Bellaria und Caspar – Immobilienmarketing als Teildisziplin ist dann erfolgreich, wenn Planer, Designer und Programmierer Hand in Hand arbeiten.
└

text des Quartiers eingebunden. Die Neubaugewohnungen sind hochwertig ausgebaut und je nach Haustyp mit grossen Terrassen und Balkonen, hell, grosszügig und mit speziellen Grundrissen. Den unterschiedlichen Ansprüchen der Mieterschaft wird in Form von zwei Ausbaustandards Rechnung getragen: funktional und kostenreduziert oder komfortabel

kone, Küchen und Nasszellen wurden erneuert und die Grundrisse minimal angepasst und optimiert. Die 3- bis 4,5-Zimmer-Wohnungen sind für Paare und Kleinfamilien konzipiert.

Von Freiraum bis Funktionalität

Bellaria bildet einen Lebensmittelpunkt inmitten einer historischen Stadtoase für Men-

schen, denen ihr Zuhause etwas bedeutet. Für Kenner einer guten Wohnlage mit breiter Mietkosten- und Ausbauspanne zwischen funktional und eher günstig bis zu komfortabel und exklusiv. Grosse Vorzüge bei Verkehr, Sicherheit, Bildung und Freizeitangebot.

Caspar hingegen bietet cleveren und stilvollen Wohnraum zu erschwinglichen Mieten für begrenzte Budgets. Für Paare und Familien, die bei Funktionalität, Entfaltung und Ruhe dennoch keine Abstriche machen wollen.

Einmal umfassend, einmal punktuell

Unser Auftrag für Bellaria enthielt das Gesamtkonzept des Immobilienmarketings von der Markenentwicklung der Siedlung bis zur nahtlosen Übergabe an die Vermarkterin. Die frühe Einbindung unseres Marketingteams in die Projektentwicklung hat die Aussenwirkung der Neubausiedlung entscheidend geprägt wie auch vereinfacht – von der Marktanalyse bis zur trennscharfen Zielgruppendefinition. Erst in einer zweiten Phase wurde der Vermarkter bestimmt und ins Projekt integriert.

Beim Auftrag für Caspar verfolgten wir das Ziel mit dem Projekt mit wenig Mitteln dennoch maximale Wirkung nach aussen zu erzielen – inkl. Naming und Gestaltung der Vermietungswebseite.

Emotional gegenüber rational

Name und Claim «Bellaria – Meine Mietwohnung im Park» verweisen auf den ehrwürdigen Park und die gleichnamige Villa aus dem 19. Jahrhundert. Der Park dient als verbindendes Element zwischen der Bildwelt und den Kernaussagen für die vielschichtigen Zielgruppen. Dieser Diversität galt das Hauptaugenmerk bei der Konzeptentwicklung. Das Resultat: Porträts von verschiedenen Menschen, Paaren, Familien und Singles in Verbindung mit dem ebenso vielseitigen Baumbestand des Parks.

Bei Caspar verzichten wir auf aufwendige Bildwelten und fokussieren uns auf den überraschend wie simplen Namen «Caspar» – ein Verweis auf den Kasper aus den berühmten Schweizer Hörspielen und den ehemaligen Gemeindepräsidenten Seebachs Caspar Wüst, nach dem die Strasse benannt ist. Ergänzt mit interessanten Aussagen zu den Fakten wird impliziert, dass schlau ist, wer sich hier eine Wohnung mietet.

Das eine vernetzt, das andere direkt

Bei der Vermietung von 172 Wohnungen in Bellaria sind Datenverarbeitung und Automatisierung zentral. Deshalb wird die Vermietungswebseite erstmals via eine extra kreierte Schnittstellenprogrammierung von

FELIX PARTNER über ein Online-Vermietungstool an das ERP-System der Vermarkterin angebunden. Der digitale Erstvermietungsprozess vereinfacht die Daten- und Informationsverarbeitung wie auch die Kommunikation zwischen der Vermieterin oder der Bewirtschaftung mit der Mieterschaft.

Einzigartig ist zudem das mehrstufige Vermietungsverfahren – Vormieter der ehemaligen Siedlung wie auch frühe Interessentinnen erhielten in einer ersten Phase einen VIP-Zugang auf die Webseite, bevor diese nach dem offiziellen Verkaufsstart für alle geöffnet werden.

Die 40 Caspar-Wohnungen zu vermieten, ist administrativ eine weniger grosse Herausforderung, daher wurde hier die Programmierung der Vermarktungswebseite auf das Wesentliche reduziert, enthält jedoch sämtliche Grundrisse, die über die aktive Grafik des Gebäudes angeklickt und heruntergeladen werden können.



PERSÖNLICH

46 JAHRE MEHR ODER WENIGER

Mykola Müller

*2004 (16 Jahre), Lernender Zeichner EFZ Architektur

Martin Glättli

*1958 (62 Jahre), Leitung Wettbewerbe, Mitglied GL, Dipl. Architekt ETH SIA

Bei FELIX PARTNER arbeiten neben Spezialisten verschiedener Disziplinen und Fachrichtungen auch mehrere Generationen zusammen und bereichern das berufliche und persönliche Spektrum der Unternehmensgruppe wie auch jedes Mitarbeitenden. Martin Glättli ist 62 und schaut auf eine langjährige Architektenlaufbahn zurück, Mykola Müller ist 16 und hat sein ganzes berufliches Leben noch vor sich – ein Generationentreffen.

Mykola: Weshalb hast du dich für die Ausbildung als Zeichner Architektur entschieden?

Weil meiner Kreativität bei diesem Beruf wenig Grenzen gesetzt sind und weil ich meine Ideen in die Wirklichkeit umsetzen kann. Ausserdem finde ich den Bauprozess sehr spannend; wie aus einem Plan ein richtiges Gebäude wird. Ich wollte schon seit ich klein bin Architektur studieren. Aber ich wollte unbedingt auch mal Koch werden...

Martin, wenn du heute nochmals eine Ausbildung beginnen würdest, was wäre es?

Gute Frage! Was mich schon bei der Berufswahl beschäftigt hat, ist die Wertschätzung, die man der Architektur entgegenbringt. Die Fokussierung auf finanzielle Aspekte hat diese wohl ein wenig erodiert. Wir sollten uns wieder

daran erinnern, dass die gebaute Umwelt länger als für eine Generation Bestand haben sollte. Darum würde ich mir heute auch andere sinnvolle Berufe ansehen, beispielsweise Fahrradmechaniker.

Martin, an welches Projekt in deiner ganzen Karriere erinnerst du dich am liebsten?

Die erste Aufgabe, an die mich Theo Hotz nach dem Diplom gesetzt hat, war das Konferenzgebäude Grüenhof (1987–1990) am Hauptsitz der UBS, wo ich unter anderem die Glasfassade und die Treppe entwarf. Die Bank nutzt das Haus bis heute für Bankette, wichtige Meetings und Medienkonferenzen. Es hat kaum Patina angesetzt, obwohl schon acht neue Chefs nach ihrer Ernennung jeweils auf dieser Treppe interviewt wurden. Die Treppe ist wirklich einmalig, sie steht frei im Raum und

strahlt eine barocke Üppigkeit aus – ich glaube nicht, dass man so etwas heute noch machen würde.

Mykola, welches Gebäude fasziniert dich?

Ganz klar der Pavillon Le Corbusier, das Gebäude wurde von Le Corbusier selbst entworfen und ist sein letztes Bauprojekt. Es wurde 1967 gebaut. Ich habe es während einer Exkursion meiner Berufsschule entdeckt, als wir das Gebäude besichtigt haben.

Gibt es etwas, worum ihr euch gegenseitig beneidet?

Mykola: Ich beneide Martin um seine Erfahrung – egal ob beruflich oder persönlich.
Martin: jedenfalls nicht um die Haartracht! In den 1970er-Jahren hatten wir auch tolle Frisuren!

AKTUELL

Wohnen. Zukunftsorientiertes Bauen

Immer knapper werdende innerstädtische Flächen stehen dem wachsenden Bedarf nach bezahlbarem Wohnraum gegenüber. Gleichzeitig ist die Art zu Wohnen heute eine Frage der individuellen Selbstverwirklichung. Das Buch «Wohnen. Zukunftsorientiertes Bauen» präsentiert mehrere individuelle und innovative architektonische Lösungen, die zeigen, wie dieser Spagat gelingen kann. Darunter befinden sich zwei Projekte von FELIX PARTNER.

Das Buch erschien im Deutschen Architektur Verlag. Schreiben Sie uns eine E-Mail an info@felixpartner.com und wir senden Ihnen kostenlos ein Exemplar zu (solange unser Vorrat reicht).

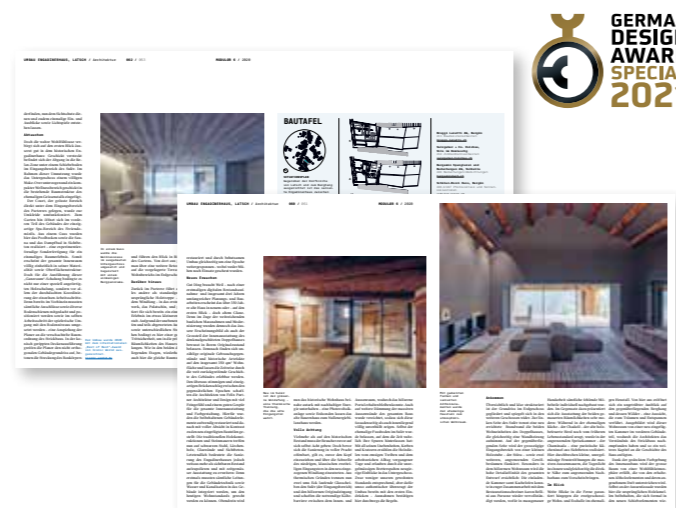


Die Geschichte weiterstricken

Möchten Sie noch mehr zu unserem spannenden Umbau und zur umfassenden Renovation des Engadinerhauses in Latsch erfahren? Die Zeitschrift MODULOR beschreibt in ihrer aktuellsten Ausgabe umfassend, wie dem baufälligen Strickbau mit viel Engagement und Liebe neues Leben eingehaucht wurde.

Schreiben Sie uns eine E-Mail an info@felixpartner.com und wir senden Ihnen kostenlos ein Exemplar der Fachzeitschrift zu (solange unser Vorrat reicht).

PS: Der Rat für Formgebung hat das Werk in der Zwischenzeit mit zwei Auszeichnungen prämiert: Als Best of Best bei den Iconic Awards 2020 und mit einer Special Mention beim German Design Award 2021.



Winner bei den Iconic Awards 2020

Unsere komplett inhouse konzipierte und realisierte Unternehmenswebsite wurde bei den Iconic Awards 2020 zum Winner in der Kategorie Communication gekürt! Die Website widerspiegelt die interdisziplinären und ganzheitlichen Dienstleistungen unserer inhabergeführten Unternehmensgruppe für den gesamten Lebenszyklus einer Immobilie – von der Architektur über das Design bis zum Marketing und zur Kommunikation.



Wir machen Profis

FELIX PARTNER engagiert sich für die Nachwuchsförderung und bildet seit diesem Sommer Lernende als Zeichner/-innen EFZ Fachrichtung Architektur aus. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur beruflichen und gesellschaftlichen Integration junger Menschen und sorgen dafür, dass die Schweizer Wirtschaft auch in Zukunft auf gut qualifizierte Fachkräfte zählen kann.





FELIX PARTNER

FELIX PARTNER

Felix Partner Architektur AG

Felix Partner Design AG

Felix Partner Entwicklung AG

Felix Partner Invest AG

Reinhardstrasse 19

8008 Zürich

+41 43 960 24 30

info@felixpartner.com

