

SEITE 4

**Der Aufstieg
des Ich**

Der Megatrend Individualisierung

SEITE 18

**Die Marke im
Raum erleben**

Der Wunsch nach Einzigartigkeit zieht sich heute durch alle Lebensbereiche. Wie kaum ein anderer Trend prägt und verändert Individualisierung unsere Lebenswelt. Das ist Anlass genug, in der aktuellen Ausgabe des Forums vielfältige Aspekte dieses Megatrends zu beleuchten.

Liebe Leserinnen und Leser

Es ist ein Paradies für alle, die Schuhe lieben: Bei Skechers in unserem Geschäftshaus Helix in Cham sind über 3000 Schuhe ausgestellt. Es hat Schuhe für Erwachsene und Kinder, Männer und Frauen, sie unterscheiden sich in Stil und Farbe, und es bleibt immer eine stattliche Zahl von Modellen, aus denen nach persönlichen Bedürfnissen ausgewählt werden kann. Das Angebot von Skechers ist individualisiert, die enorme Breite spiegelt die wachsende Vielfalt der Kundenbedürfnisse. Der Einzelne wird immer wichtiger – das ist der Kern des Megatrends der Individualisierung. In unserem Leitartikel gehen wir dem Wunsch nach Einzigartigkeit auf den Grund. Woher kommt er? Was sind die Voraussetzungen? Gibt es eine Kehrseite der «Individualitätsmedaille»? Wo liegt die Grenze zwischen Individualität und Egoismus? Kann uns die Vielfalt der Möglichkeiten auch überfordern, weil sie uns ständig zwingt, Entscheidungen zu treffen?

Auch das eigene Zuhause ist Ausdruck der Individualität. Im individuellen Wohnraum zeigt sich oft, wer man als Person ist. Bei der Alfred Müller AG finden Sie eine breite Palette an einzigartigen Wohnräumen. Wir zeigen Ihnen, welchen individuellen Gestaltungsspielraum Sie bei einem Wohnungskauf bei uns haben und wie Sie dank unserer hochwertigen Grundausstattung aus einer breiten Palette von Produkten meist ohne Mehrkosten auswählen können. Individualität spielt auch bei unseren Geschäftsräumen zunehmend eine Rolle und zeigt sich vor allem in den Einrichtungen. Sie machen die Marken in den Räumen sicht- und spürbar.

Markante Akzente in Geschäftsräumen setzt auch Norbert Stocker mit seinen Kunstwerken. Er geht mit seiner Kunst einen höchst individuellen Lebensweg.

Wir laden Sie ein, in dieser Ausgabe des Forums viel Neues zu entdecken, und wünschen Ihnen dabei individuelles Lesevergnügen.



Christoph Müller
Präsident
des Verwaltungsrates



Michael Müller
Präsident
der Alfred Müller Stiftung



Zum Coverbild

Im Wohnen zeigt sich der Megatrend Individualisierung deutlich. Ob Einfamilienhaus, Terrassenwohnung oder wie hier Baumhaus: Die eigenen vier Wände leben vom Ich des Bewohners.

Foto Westend61 / caiaimage / Astronaut Images

Wir alle spielen Theater

24 Selbstdarstellung ist ein menschliches Bedürfnis, sagt Prof. Dr. Wiebke Bleidorn. Im Interview erklärt die Psychologin, wieso das so ist, wie Identität entsteht und welche Bedeutung Individualität hat.



FOKUS

Megatrend Individualisierung

4 Das Phänomen der Individualisierung verändert unsere Lebenswelten nachhaltig. Menschen haben immer mehr Wahlfreiheiten, was zu mehr Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung führt. Der Fokusartikel zeigt auf, wie einer der dominierenden Megatrends unserer Zeit zu einer massiven Ausdifferenzierung von Lebensstilen, Familienkonstellationen, Konsummustern, Arbeitsmodellen – und nicht zuletzt Wohnformen führt.

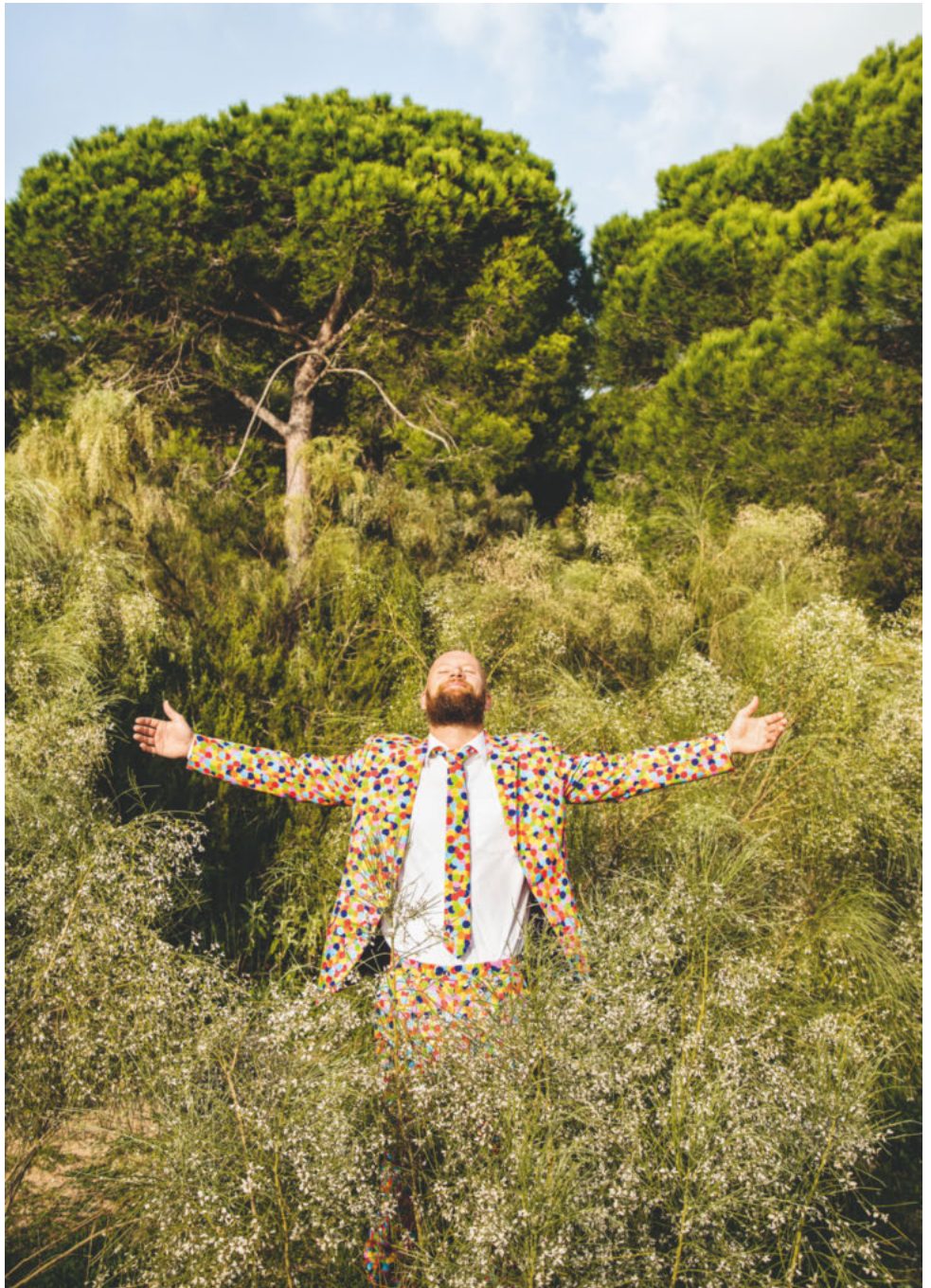


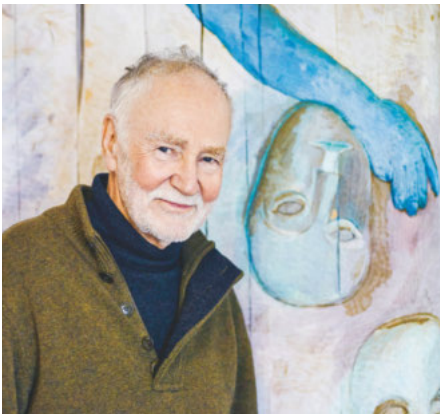
Foto Getty Images / Westend61

Individuell hochwertig

10 Individualität spielt bei Kundenbedürfnissen in Bezug auf Wohnen eine grosse Rolle. Wie relevant dabei eine individuelle Beratung und Betreuung der Kunden ist, diskutieren Christoph Müller und Christof Rüegg im Interview.

Ort der Kreativität

12 Wie stehen Kunst und Individualität zueinander? Ein Besuch beim Künstler Norbert Stocker in Schwyz.



Einmaliges schaffen

16 Kunst und Bau gehen Hand in Hand. Wie die Alfred Müller AG mit Kunst positive Emotionen weckt.

Identität im Marken- charakter

18 Die Welt von Unibarge: So manifestiert das Unternehmen seine Marke in den Büroräumlichkeiten im Quadrolith.



Individuell kurios

22 Welche Sprache sprechen gerade mal 20 Menschen? Und was sind gespiegelte Zwillinge? Einzigartiges und Überraschendes rund ums Thema Individualität.

Einkaufswelt von Skechers

28 Beim US-Schuhhersteller dreht sich in den Showrooms im Geschäftshaus Helix in Cham alles um – klar: Schuhe. Wie daraus ein emotionales Erlebnis wird? Wir haben im Schuhparadies nachgefragt.



KNOW-HOW

32 Was sind Möglichkeiten und Grenzen bei der individuellen Gestaltung einer Neubauwohnung? Wir fragen nach und schauen in der Wohnüberbauung Dorf in Uitikon vorbei.

SCHLÜSSELÜBERGABE

34 Der Erweiterungsbau in der Senevita Burgdorf ist wie das Tüpfelchen auf dem i in der Seniorenresidenz. Leiterin Rebekka Witschi freut sich über den neuen Ort der Begegnung.

AUSSENANSICHT

38 Sind Einzelsportler Individualisten oder gar Egoisten? Ist das der ausschlaggebende Faktor für Erfolg? Darüber schreibt Sportjournalistin und Moderatorin Janine Geigle in der Kolumne.

VORFREUDE

40 Mit der Inbetriebnahme der neuen Tennishalle an der Stelzenstrasse in Zürich Seebach/Opfikon heisst es wieder: «Game, Set, Match.» Ausserdem: Die Residenza ai Fiori in Tenero erlebt ihre dritte und letzte Ausbaustappe.

ALFRED MÜLLER LIVE

43 Drei Fragen an Simone Findeis, neue Vorsitzende der Geschäftsleitung der Alfred Müller AG. Und Gratulation an Priska Nufer für ihren ersten Weltcupsieg.

ESPRESSO

44 Neues Projekt: Wohnüberbauung in Massagno. Und Vollvermietung .kuia.office in Baar.

AGENDA, IMPRESSUM

45 Termine zum Vormerken: Diese Anlässe erwarten uns in den nächsten Monaten.

ONLINE-FORUM

Eine Auswahl an Forum-Artikeln erscheint im neuen Online-Magazin. Spannend aufbereitet, werden sie ergänzt mit Videos, Fotos und Interviews.
alfred-mueller.ch/forum



Der Aufstieg des Ich





Der Individualismus-Trend ist längst auch in der Wohnwelt angekommen. Im Fokus stehen persönliche Freiheit, Flexibilität und individuelle Entfaltungsmöglichkeiten.
Foto Getty Images/
Nick Dolding

Individualisierung ist ein Megatrend unserer Zeit. So viel ICH wie heute gab es noch nie. Dieses Phänomen verändert unsere Lebenswelten im privaten und im beruflichen Bereich nachhaltig – positiv wie negativ.

Klein, medium, gross, mit Koffein oder ohne, Arabica oder Robusta, reguläre Milch, Bio oder fettreduziert, laktosefrei, mit Hafer-, Soja- oder Mandelmilch, kalt oder warm, geschäumt oder nicht, mit Zucker, Stevia, Süsstoff oder ungesüsst, Haselnuss-, Vanille- oder Karamell-Aroma dazu? Im Zeitalter der Individualisierung erfordert schon der morgendliche Kaffee so viele individuelle Entscheidungen, wie einst an einem gesamten Tag notwendig waren, wenn überhaupt.

Individualisierung ist einer der dominierenden Megatrends unserer Zeit. Es ist ein Prozess, in dem der Einzelne zunehmend wichtiger wird. Wir können heute wählen, wie wir leben wollen und wo, wen wir lieben, welchen Bildungs- und Berufsweg wir einschlagen, wie wir unsere Freizeit verbringen, wie wir uns präsentieren, ob wir in einer Beziehung sein möchten, eine Familie gründen wollen – oder eben nicht. Die Zunahme persönlicher Wahlfreiheiten, von Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung führt zu einer massiven Ausdifferenzierung von Lebensstilen, Familienkonstellationen, Konsummustern, Arbeitsmodellen und Wohnformen.

Woher kommt der Wunsch nach Individualität?

Der Begriff Individualität leitet sich vom lateinischen «individuus» ab, was unteilbar oder untrennbar bedeutet. Individualität ist

die Summe aller Merkmale, die eine Person von anderen Menschen unterscheidet. Menschen streben nach Individualität – manche mehr, manche weniger. Doch wieso ist uns Einzigartigkeit überhaupt so wichtig?

Im Kern geht es um das Streben des Menschen nach Autonomie und Selbstbestimmung. Wie uns die Geschichte zeigt, scheint der Wunsch nach Freiheit im menschlichen Wesen verankert zu sein. Aufklärung, Französische und industrielle Revolution: Der Kampf um persönliche Freiheit, politische Mitbestimmung und ein Leben in finanzieller Unabhängigkeit trug zum Loslösen von einst auferlegten Zwängen bei und bereitete den Weg zur Verwirklichung des eigenen Selbst. Historisch und kulturell bedingt breitete sich der Individualismus hauptsächlich in der westlichen Welt aus. Damit nimmt der Westen eine Sonderposition im Vergleich zu anderen, eher kollektivistisch ausgerichteten Kulturkreisen ein (siehe Box Seite 9).

Die moderne Wohlstandsgesellschaft

Dass Menschen dem Wert der Individualität im Laufe der Zeit eine immer grössere Bedeutung beigemessen haben, hängt mit dem allgemeinen Wohlstandszuwachs der modernen Gesellschaft zusammen. Im Zuge der Industrialisierung und der Reformen der Nachkriegszeit, vor allem aber seit den 1960er-Jahren ermöglichte der höhere

Wohlstand den Menschen ganz neue Optionen in Bezug auf ihre persönliche Lebensführung. In den letzten Jahrzehnten haben sich durch die Globalisierung, die Digitalisierung und nicht zuletzt durch den weiteren Wohlstandszuwachs die Möglichkeiten zur Selbstentfaltung vervielfacht. In allen entwickelten Wohlstandsgesellschaften setzt sich die «Kultur der Wahl» durch, konstatiert das Zukunftsinstitut. Ein Blick auf die allseits bekannte Maslowsche Bedürfnishierarchie zeigt schnell, weshalb das so ist. Die unteren Bedürfnisse – physiologische, sicherheitsrelevante und soziale – sind in den meisten westlichen Ländern längst erreicht. Mit der bestehenden Existenzgrundsicherung kommen die letzten beiden Stufen der Bedürfnispyramide ins Spiel: die Individualbedürfnisse und die Selbstverwirklichung. Der Mensch begibt sich auf die Suche nach «mehr».

Die andere Seite der «Individualitätsmedaille»

Die Lebensgestaltung nach den eigenen, persönlichen Vorstellungen ist eine Errungenschaft, keine Frage. Gleichzeitig bedingt dieser Freiraum, dass immer mehr Lebensentscheidungen autonom getroffen werden müssen. Wo früher Institutionen wie Kirche, Familie, Dorfgemeinschaft, Staat und traditionelle Rollenbilder dem Individuum Orientierungs- und Entscheidungshilfen boten, hat man heute eine fast unendliche Auswahl an Optionen. Wer alles selbst entscheiden kann, muss auch permanent Entscheidungen treffen. Jeder Einzelne steht vor der Herausforderung, etwas aus sich zu machen. Wie der Medientheoretiker Norbert Bolz es treffend formulierte: «Man muss selbst entscheiden, wer man ist – Sinn wird zunehmend zur Privatsache.»

Die vorherrschende Gleichzeitigkeit aller Möglichkeiten kann Menschen auch überfordern. Das Privileg der Freiheit kann sich umkehren: in spürbaren Druck, individuell sein zu müssen. Das ist nicht verwunderlich, ist doch das Konzept Individualität an sich etwas paradox: Individualität bezeichnet die Einzigartigkeit des Menschen, doch sind alle Menschen individuell. Oder anders gesagt: Wenn viele Menschen einzigartig sein wollen, sind sie in diesem Punkt genau wie alle anderen. Wie fällt man auf in einer Welt voller Individualisten?

Das beste Ich: Konkurrenzkampf und Selbstoptimierung

Es ist noch nicht so lange her, da konnte man mit Rock'n'Roll, Kaugummikauen und

Wohntrend



Das Architektenhaus: der Traum jedes Individualisten

Sie sind das Sinnbild für Individualität beim Hausbau: Architektenhäuser. Von A bis Z nach individuellen Wünschen, kreativen Ideen und finanziellen Vorgaben geplant und gebaut. Wie diese unterirdische Villa in Vals, die durch die Netflix-Produktion «Die aussergewöhnlichsten Häuser der Welt» Berühmtheit erlangte.

Quelle: villavals.ch / Foto: zVg Iwan Stöcklin

Modulares Bauen: individuelles Baukastenprinzip

Ebenso intelligent in der Raumausnutzung wie die Mikroapartements sind modulare Wohneinheiten oder Häuser. Die einzelnen Module lassen sich nach dem Baukastenprinzip zusammensetzen und können flexibel an familiäre und unternehmerische Veränderungen und Lebensmodelle angepasst werden. Ob als Single, später in Partnerschaft, als Familie mit Kindern oder als jemand, der neu von zu Hause aus arbeitet: Anbau oder Aufstockung sind leicht umsetzbar und können auf individuelle Bedürfnisse und Lebenslagen abgestimmt werden.

Foto: Keystone / Laif / Cathrine Stukhard





Floating Housing: Leben auf dem Wasser

Hausboote sind ein alter Hut. Im Amsterdamer Viertel Schoonschip lebt man gleich in einem schwimmenden Quartier mit 46 einzigartigen Wohneinheiten. Hier steht nicht nur der individuelle Wohnraum im Mittelpunkt, es geht auch um Nachhaltigkeit und sozialen Zusammenhalt. Das Ziel: die nachhaltigste schwimmende Gemeinschaft Europas zu werden. Individuelles Wohnen im Kollektiv sozusagen.

Quelle: schoonschipamsterdam.org/en/ / Foto: Isabel Nabuurs

zerrissenen Jeans, später mit Tattoos oder pinken Haaren rebellieren und damit ganze Generationen schockieren. Aus dem Rahmen zu fallen, war für Punks oder «Heavy Metaller» noch deutlich einfacher. Heute empört das niemanden mehr. Es scheint fast, als würde Freiheit in Anpassung und Individualismus in Uniformität münden. In der Tat ist um Einzigartigkeit ein Konkurrenzkampf entbrannt. Individualismus bedingt, dass wir in einem ständigen Konkurrenzmodus leben. Das zeigt sich auch an der Lieblingsbeschäftigung hoch individualisierter Gesellschaften: der Selbstoptimierung. Dank digitaler Technologie stehen wir permanent unter Beobachtung. Mit allen Daten, die digitale Devices und verschiedenste Tracking-Apps über uns sammeln, betreiben wir kontinuierliche Verhaltensorientierung. Ob Kalorienzufuhr, Sleep-Monitoring, Anzahl Schritte oder Stresslevel-Messung: Es gibt fast nichts, das nicht erfassbar und optimierbar wäre.

Unser verbessertes Selbst behalten wir nicht für uns, sondern tragen es öffentlich zur Schau. Bevorzugt in den sozialen Medien. Hier sichert ein gelungener Auftritt auch gleich die entsprechende Anerkennung in Form von Likes und Kommentaren. Das bessere Selbst steigert den sozialen Status. Für alle anderen bedeutet das allerdings, dass sie Profilen hinterherjagen, die es scheinbar besser haben als man selbst. Bessere Körper, mehr Sport, gesündere Ernährung, attraktivere Partner, hübschere Wohnungen, spannendere Jobs – niemand, der Wert auf Individualität legt, scheint vor einem permanenten Wettbewerbsgefühl gefeit zu sein. Trotz Individualität möchte man dazugehören, ist abhängig von Anerkennung und Lob. Der dauergedrückte Like-Button wird für viele zur neuen Währung.

Vielfalt an Lebensstilen, Werten und Normen

Doch halt! Das Phänomen Individualisierung verändert unsere Lebenswelten auch stark auf positive Art und Weise. Dadurch, dass Menschen in ihrer Lebensgestaltung immer mehr Wahlfreiheiten haben, lösen sich die neuen Generationen von vorgefertigten Biografie-, Berufs- und Erfolgsschablonen. Noch vor einigen Jahrzehnten sah eine klassische Biografie vor, dass nach einer Ausbildung oder einem Studium rasch geheiratet und eine Familie gegründet wurde. Die Rollen von Mann und Frau waren dabei klar verteilt: Der Mann arbeitete und machte Karriere, die Frau kümmerte sich um Haus und Kinder. Es folgten

Individualismus



Mikroappartements: smart, flexibel, zukunfts-tauglich

Diese Wohnform für Einzelpersonen erlebt einen wahren Boom. Mikroappartements bieten auf einer Grösse von etwa 30 Quadratmetern alles, was man braucht: zum Wohnen, Schlafen, Kochen, Duschen. Sie werden voll- oder teilmöbliert vermietet, sind kostengünstig und eignen sich damit ideal für das Wohnen auf Zeit. Perfekt für mobile Individualisten, die remote arbeiten und neue Städte entdecken wollen.

Foto: Getty Images / ExperienceInteriors

die Rente und der Lebensabend. Auch der berufliche Werdegang war oft schon vorbestimmt: Man trat in die Fußstapfen der Eltern. Die Individualisierung und die damit einhergehende Multioptionalität verändern nachhaltig das Bild, das wir von einem gelungenen Leben haben. Auch die Normen und Werte in der Gesellschaft wandeln sich und werden vielfältiger. Damit steigen auch Toleranz und Akzeptanz für abweichende Lebensmodelle. Offenheit und Diversität werden zu Kernwerten.

Von der Biografie zur Multigrafie

Heutige Biografien verlaufen nicht mehr nur linear – es gibt Brüche, Umwege und Neuanfänge. Geltende Regeln schwinden, es geht weg von der Normbiografie hin zu einer «Multigrafie». Zwischen die Jugend- und die Erwachsenenzeit schiebt sich eine neue Phase des Ausprobierens und der Selbstfindung. Lebensverändernde Entscheidungen wie Eheschließung und Kinderkriegen werden länger aufgeschoben und verlängern die Zeit der Optionenvielfalt. Sind die Kinder aus dem Haus, kommt es oftmals zu einer neuen Aufbruchphase, bei der über 50-Jährige noch einmal durchstarten und sich beruflich oder privat verändern. Auch die Rentenzeit befindet sich in einem starken Wandel: Statt einem passiven Ruhestand erfolgt eine aktive Lebensgestaltung. In allen Lebensphasen können sich zudem diverse Veränderungen wie Berufsneuorientierungen, Sabbaticals, die Entstehung neuer Partnerschaften oder Patchwork-Familien vollziehen.

Nächster Halt: berufliche Selbstverwirklichung

Im Job steht vermehrt die Entfaltung von individuellen Interessen und Leidenschaften im Fokus. Das schnurgerade Erklimmen der Karriereleiter wird heute eher müde belächelt als angestrebt. Was zählt, ist die Verwirklichung des eigenen Potenzials – nicht mehr nur im Privatleben, sondern auch in der Arbeit. Viele aus der Generation Z, geboren zwischen 1997 bis 2010, vertreten die Einstellung, dass es unmöglich ist, sämtliche ihrer Interessen in einem einzigen Job auszuleben. Die Lösung: Sie werden zu Multi-Jobbern. Ein Lebensstil, bei dem ein Lifecoach nebenbei noch Cupcakes backt oder eine Projektleiterin am Wochenende an ihrem Roman schreibt. Das Mindset ist bunt, kreativ, innovativ. Zwar etwas unberechenbar, doch nachvollziehbar und sinnstiftend.

Gleichzeitig tragen Jobwechsel, die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen

und unterschiedliche Qualifikationen zur sogenannten Employability, der Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitnehmenden und Selbständigen bei, die schon heute tendenziell mehr Facetten bieten müssen, um den Anschluss in der sich schnell verändernden Arbeitswelt nicht zu verlieren. Auch die Arbeitsorte als solche verändern sich. Dank dem Digitalisierungsschub im Zuge von Corona sind wir immer weniger an feste Arbeitsorte gebunden. Die neue räumliche Freiheit macht flexibel – und mobil. Im Ausland leben und arbeiten, ob für längere Zeit oder nur für einige Monate: kein Problem mehr.

Individualismus = Egoismus?

Wenn das Ich nun aber so stark im Vordergrund steht, stellt sich die Frage: Ist Individualismus synonym zu Egoismus? Wie verändert sich das Verhältnis des Einzelnen zur Gemeinschaft? Klar ist, dass es noch nie so viel Ich gab wie heute. Kritiker bemängeln, dass man sich in der westlichen Welt zu sehr mit dem eigenen Innenleben auseinandersetzt und mit der Suche nach dem Selbst eine ganze Industrie von Coaches und Therapeuten beschäftigt ist. Die Gegenseite argumentiert, dass sich darin lediglich ein neues Bewusstsein und eine neue Wertschätzung des Seins widerspiegeln würden. Wenn man die Vielfalt der Lebensoptionen selbst in der Hand habe, sei es nur logisch, dass man sich stärker auf sich selbst fokussieren müsse, um richtige Entscheidungen zu treffen.

Die Psychologin Prof. Dr. Wiebke Bleidorn bestätigt im Interview (Seite 24), dass den Menschen die Interaktion mit anderen, Zugehörigkeit, das Teilen gemeinsamer Interessen und Anerkennung grundsätzlich ebenso wichtig sind wie ihre Einzigartigkeit. Dafür ist man auch bereit, einen Teil der eigenen Individualität hintanzustellen. Das Verhältnis zwischen dem Ich und dem Wir wird derzeit neu ausgehandelt. Neue Gemeinschaften rücken ins Zentrum – selbstgewählte Zugehörigkeiten, Verwandtschaften nach Sympathie sozusagen. Auch in einer individualisierten Welt brauchen Menschen Bindungen.

Das Zuhause als Ausdruck von Individualität

Zum verbindenden Element zwischen Individuen kann auch die Art und Weise werden, in der sich die Einzigartigkeit ausdrückt. Dabei kann gelebte Individualität die unterschiedlichsten Formen



Die meisten Menschen streben nach Individualität. Doch das ist gar nicht so einfach: Wenn alle individuell sein wollen, kann das auch in Uniformität münden.

Foto Westend61/
Vista Collection/Vitta Gallery

«Heutige Biografien verlaufen nicht mehr nur linear – es gibt Brüche, Umwege und Neuanfänge.»

«Wie fällt man auf in einer Welt voller Individualisten?»



annehmen – auch im eigenen Zuhause und Garten. Für die meisten Menschen bedeutet das Eigenheim Selbstentfaltung. Wo, wenn nicht am individuellen Wohnraum, zeigt sich deutlicher, wer man als Person ist? In den eigenen vier Wänden kann man seinem Stil, seinen Überzeugungen und Vorstellungen maximalen Ausdruck verleihen. Die Baubranche reagiert auf dieses Bedürfnis und bietet eine breite Palette an Auswahlmöglichkeiten bei Materialien und Designs an. Türen, Fenster, Handgriffe, Böden, Tapeten und vieles mehr können bedarfsgerecht auf die Wünsche und Präferenzen der Eigenheimbesitzer zugeschnitten werden. Selbst Psychologen und Architekten arbeiten seit einigen Jahren vermehrt zusammen. Zeig mir dein Zuhause und ich sage dir, wer du bist.

Wer die Wahl hat, hat die Qual, wie es so schön heisst. Und doch: Ein morgendlicher Kaffee, den man so trinken kann, dass er dem individuellen Geschmack, den eigenen Lebensmittelunverträglichkeiten und Nachhaltigkeitsanschauungen entspricht, ist doch irgendwie ein guter Start in den Tag, oder?

Text Julia Kliewer

Individualismus versus Kollektivismus

Nicht in jedem Kulturkreis wird der Individualität eine gleich hohe Relevanz beigemessen. Während in individuellen Kulturen wie unserer ein autonomes und selbstorientiertes Handeln sowie die Abgrenzung von anderen Individuen als positiv bewertet werden, steht in kollektivistisch geprägten Kulturen die Gruppe als Gesamtheit im Vordergrund. Normen wie Solidarität, Kameradschaft und Gemeinschaftsgeist stehen in kollektivistischen Systemen weit oben. In individualistischen Gesellschaften werden Konflikte nicht gescheut, um persönliche Interessen zu vertreten. Meinungsäusserung, Diskussionen und Konfrontationen gelten als normal. In kollektivistischen Kulturen geht es hingegen stets darum, das Gesicht in der Öffentlichkeit zu wahren, Konflikte zu vermeiden und nicht aufzufallen.

Wie die meisten asiatischen Länder gehören China und Japan zu den kollektivistischen Kulturen. Auch Südamerika, viele afrikanische Länder und grosse Teile der arabischen Welt sind kollektivistisch. Individualismus ist vor allem in Europa, den USA, Kanada, Australien und Neuseeland ausgeprägt. Individualismus und Kollektivismus sind aber keine Gegenpole, sondern zwei unabhängige Dimensionen, die nicht zwingend als Gegensätze auftreten müssen. Zum Beispiel sind viele lateinamerikanische Länder individualistisch und gleichzeitig kollektivistisch. Gleichzeitig berücksichtigt die geografische Einteilung einige kleinere Gruppierungen nicht. Die streng religiöse Gemeinschaft der Amish beispielsweise, die in vielen Teilen Amerikas und Kanadas leben, ist sehr kollektivistisch geprägt.

Hohe Qualität als Standard

Individualität zeigt sich auch bei den Kundenbedürfnissen bezüglich des Wohnens. Christoph Müller und Christof Rüegg beleuchten die Möglichkeiten, die die Alfred Müller AG bei der individuellen Ausgestaltung von Wohneigentum oder Mietwohnungen bietet. Individualität hat aber noch eine weitere Bedeutung: individuelle Beratung und Betreuung der Kunden.

Wie holt die Alfred Müller AG die Kundenbedürfnisse ab?

Christoph Müller: Wir stehen täglich in direktem Kontakt mit unseren Kunden und haben immer offene Ohren für ihre Bedürfnisse. Wir nutzen alle Gelegenheiten für den Austausch.

Weiter beobachten wir laufend den Markt und unsere Konkurrenz, wir besuchen Messen wie beispielsweise die Swissbau und tauschen uns mit unseren kompetenten Lieferanten aus, um in Erfahrung zu bringen, welche Produkte besonders gefragt sind. Schliesslich sind die Social-Media-Kanäle Informationsquellen, die für uns an Bedeutung gewinnen.

Christof Rüegg: In der Projektentwicklung informieren wir uns laufend über aktuelle Trends, sich verändernde Bedürfnisse von Nutzersegmenten und Anspruchsgruppen. Dazu dienen uns Datenbanken anerkannter Schweizer Unternehmen. Zudem informieren wir uns über gesellschaftliche und politische Entwicklungen über Plattformen wie die des Zukunftsinstituts, des Gottlieb Duttweiler Instituts, über Mitgliedschaften wie beispielsweise bei Entwicklung Schweiz, SIA, Bauen digital Schweiz sowie über Fachzeitschriften, -portale und Fachtagungen.

Wie schaffen Sie es, diese Bedürfnisse zu erfüllen?

Christof Rüegg: Wir bauen die Wohnungen möglichst nutzungsneutral mit einem hohen Mass an Anpassbarkeit. Die Grundrisse planen wir so, dass sie verschiedene Möblierungen möglichst zulassen oder unterschiedliche Nutzungen in den Räumen möglich sind. Weiter setzen wir gesunde, natürliche und robuste Materialien ein. Bei den Einbauten und Geräten sind Qualität und Langlebigkeit für uns wichtige Kriterien.

Christoph Müller: Das fängt an mit fachlich kompetenten Mitarbeitenden. Sie unterstützen die Kunden und finden gemeinsam mit ihnen optimale Lösungen. Weiter können die Kunden aus einer grossen Palette an Produkten und Materialien auswählen, da ist sicher für die Mehrheit der Kundenbedürfnisse etwas dabei. Wir bieten bereits beim Standard Innenausbau ein sehr hohes Niveau. Die Bedürfnisse vieler unserer Käufer können damit abgedeckt werden mit dem grossen Vorteil, dass sie meist keinen Mehrpreis für den individuellen Ausbau zahlen müssen.

Wie haben sich die Kundenbedürfnisse verändert?

Christoph Müller: Heute sind online sehr schnell viele Informationen abrufbar. Unsere Kunden kennen alle möglichen und auch «unmöglichen» Varianten. Die Wünsche für Bestellungsänderungen für einen individuellen Ausbau werden dadurch teilweise grösser und anspruchsvoller.

Christof Rüegg: Das Bedürfnis nach erschwinglichem – eigenem – Wohnraum nimmt zu. Eine weitere Tendenz ist die Anpassbarkeit der Wohnsituation an sich verändernde Bedürfnisse. Die traditionelle Familie mit Vater, Mutter und zwei Kindern gibt es immer weniger. Die Lebenssituation ändert sich heute in höherer Kadenz. Mit dem demografischen Wandel wird das Wohnen im Alter zu einem immer wichtigeren Thema. Und schliesslich ist Nachhaltigkeit ein Thema, und das Bedürfnis nach gesundem und energieoptimiertem Wohnraum nimmt zu.

Ist Individualität ein Faktor, der für die Kundinnen und Kunden bei der Miete oder beim Kauf eine Rolle spielt, oder steht anderes im Vordergrund?

Christof Rüegg: Individualität ist als gesellschaftlicher Trend ein zentrales Kundenbedürfnis. Es gibt aber auch einen Gegen-trend dazu, die Auswahl kann die Leute auch überfordern. Sie sind daher froh um unsere hochwertigen, fertigen Angebote. Unsere «Sorglospakete» kommen bei den Kundinnen und Kunden sehr gut an.

Christoph Müller: Beim Kauf von Wohneigentum ist Individualität ein wichtiger Faktor. Unsere Kunden geben viel Geld aus und möchten verständlicherweise ihre persönlichen Wünsche möglichst verwirklichen. Bei der Wohnungsmiete sind diese Wünsche eher sekundär. Der Ausbaustandard bei unseren Mietwohnungen ist aber oft vergleichbar mit Wohneigentum. Generell bleiben aber Lage, Preis und Grundrissqualität die wichtigsten Kriterien für den Kauf oder die Miete einer Wohnung.

Ist die individuelle Kundenbetreuung ein Thema bei der Alfred Müller AG?

Christoph Müller: Das ist ganz klar so. Jeder Kunde hat seine individuellen Anliegen, Wünsche und Ideen. Bei unseren Immobilienvermarktern und natürlich auch bei unseren flexiblen Lieferanten und Handwerkern ist die individuelle Betreuung garantiert.

Christof Rüegg: Das kann ich nur noch bekräftigen. Individuelle Betreuung fängt bei der Vermarktung an und bleibt bis zur Übergabe des Produkts immer sehr wichtig.

Welche Möglichkeiten haben Käuferinnen und Käufer, ihr neues Zuhause individuell zu gestalten? Wie sieht es mit den Honoraren für Bestellungsänderungen aus?

Christoph Müller: Die Käufer können Materialien und Produkte persönlich bei uns oder den Lieferanten in den Ausstellungen aussuchen. Die Auswahl an keramischen Platten, Küchen, edlen Parketten, Sanitäreinrichtungen ist enorm gross. Meist bieten wir eine Auswahl in der jeweiligen Kategorie ohne Mehrpreis oder sogar zum Minderpreis an. Unsere Honorare bei Bestellungsänderungen fallen bescheiden aus.

Christof Rüegg: Neben der angesprochenen grossen Auswahl an Apparaten und Oberflächen für Boden und Wände bieten wir auch Möglichkeiten, innerhalb der vorgegebenen Strukturen Anpassungen zu machen, zum Beispiel bezüglich Platzierung der Küche oder Zimmer.

Wo setzt die Alfred Müller AG den individuellen Wünschen der Stockwerkeigentümer Grenzen?

Christof Rüegg: Eingriffe in Primärstrukturen und statische Systeme wie tragende Wände, Wohnungstrennwände oder Geschosshöhen sind meist nicht möglich.

Christoph Müller: Fassaden, Fenster und Mauern können nur sehr begrenzt angepasst werden. Weiter müssen wir für alle Bestellungsänderungen die Garantien gewährleisten können, das schränkt die Möglichkeiten unter Umständen ein.

Schreiten Sie ein, wenn Stockwerkeigentümer Entscheide fällen, die Sie als nicht so glücklich betrachten?

Christoph Müller: Ja, es gehört zu den wichtigen Aufgaben unserer Verkäufer und Bauleiter, die Kunden zusammen mit unseren Lieferanten bestmöglich zu beraten.

Interview Othmar Bertolosi |

Fotos Severin Jakob



«Die Bedürfnisse vieler unserer Käufer können mit unserem hochwertigen Standard Innenausbau abgedeckt werden mit dem grossen Vorteil, dass sie meist keinen Mehrpreis für den individuellen Ausbau zahlen müssen.»

Christoph Müller
Präsident des Verwaltungsrates

«Unsere «Sorglospakete» kommen bei den Kundinnen und Kunden sehr gut an.»

Christof Rüegg
Abteilungsleiter Projektentwicklung



A full-page photograph of an elderly man with a grey beard and hair, wearing a brown textured sweater over a dark turtleneck and light-colored corduroy trousers. He is standing in a workshop, looking towards the camera with a slight smile. His right hand is resting on a large, dark red wooden sculpture. The workshop is filled with various colorful wooden sculptures in shades of red, blue, green, and yellow. In the foreground, a leather tool roll with several carving tools is visible on a table. The floor is made of stone tiles.

Seine Kunst leitet ihn



Norbert Stocker erschafft Skulpturen aus Holz. Manche sind abstrakt, andere konkret. Bei allen lässt der Künstler Raum für individuelle Empfindungen.

Norbert Stocker schweigt. Er denkt nach. Dann sagt er kopfschüttelnd: «Ich kann die Frage nicht beantworten, was Kunst ausmacht. Kunst ist kein Willensakt. Kein intellektueller Vorgang. Man kann Kunst nicht erklären.» Norbert Stocker ist 82 Jahre alt, lebt in Schwyz und ist Künstler. Seine Werke stehen in Gärten, Wohnungen, öffentlichen Gebäuden, Empfangsbereichen von Unternehmen und auch im Quadrolith der Alfred Müller AG. Stocker gestaltet Skulpturen aus Holz. Zum Unternehmen hat er eine familiäre Bande. Er ist der Bruder von Annaliese Müller-Stocker, der Frau des Firmengründers Alfred Müller. Abstrakte Gebilde, geometrische Konstruktionen, Frauenkörper, Köpfe, Gesichter. Er setzt Farben ein, schafft Abstraktes und Gegenständliches – und manchmal beides in einem. «Während meiner Ausbildungszeit in den 1960er-Jahren hiess es, die Zeit der gegenständlichen Kunst sei vorbei. Dann kam sie wieder auf. Ich lasse die Grenzen in meinen Arbeiten gerne verschwimmen.»

Das Haus als Lebensaufgabe

Sein Weg als Künstler begann über die Malerei. Stocker, der in Zug und Baar aufgewachsen ist, liess sich an der Kunstgewerbeschule Luzern, der Hochschule für bildende Künste Berlin und in London

ausbilden. 1968 kam er nach Schwyz, gemeinsam mit seiner Frau Elisabeth, die er an der Kunstgewerbeschule Luzern kennengelernt hatte. Sich als Künstler den Lebensunterhalt zu verdienen, war kaum möglich. Darum nahm er eine Stelle an der Kantonsschule Schwyz für Bildgestaltung, Fotografie und Bühnenbau an. Die Arbeit bereitete ihm Freude. Bis 1994 blieb er an der Schule.

Neben der Kunst beschäftigten den Künstler viele weitere Lebensaufgaben. Anfang der 1970er-Jahre konnten Norbert Stocker und seine Frau ein Haus aus dem 16. Jahrhundert erwerben. Der Zustand des Riegel- und Steinbaus war desolat. Vieles war kaputt, die historische Bausubstanz teilweise durch Tapeten oder Teppiche verhandelt. Trotzdem erkannte das junge Paar die Schönheit, die unter all den Schichten lag. Und so machten es sich Norbert und Elisabeth Stocker zur Aufgabe, diese Einzigartigkeit wieder an die Oberfläche zu bringen. Es wurden Böden freigelegt, Steinplatten geschrubbt und geschliffen, Tapeten entfernt, Wand- und Deckenmalereien entdeckt und restauriert, Steine aus der Muota geschleppt und in Handarbeit auf dem Vorplatz verlegt und vieles mehr. Einen grossen Teil der Arbeiten verrichtete das Paar selbst. Unterstützt wurde es von Handwerkern, Freunden und der Familie sowie dem Denkmal- und Heimatschutz.

Ein Ort der Inspiration

Nach zwei Jahren Renovation zogen Norbert und Elisabeth Stocker in das Haus ein. «Es war aber noch überhaupt nicht fertig. Ich weiss noch, dass manchmal Leute kamen und fragten: Wohnt hier jemand?», erinnert sich Stocker. Die Arbeiten am Haus sollten noch Jahrzehnte dauern. Entstanden ist ein einmaliger Ort mit vielen Elementen aus der Entstehungszeit. Für Norbert und Elisabeth ist das Haus ein zentraler Teil ihres Lebens. Darin investierte die Familie viel Zeit und Geld. Hier wuchsen die Söhne auf. Hier pflegte Norbert Stocker seine Frau in den vergangenen Jahren. Und hier widmet er sich seiner Kunst – bis heute. Im obersten Stock befindet sich eines der beiden Ateliers. Der Raum ist voll mit Werkzeugen und Dokumenten.

Holz für die Kunst aus dem eigenen Wald

Im Zimmer nebenan stapelt sich Kunst aus verschiedensten Abschnitten seines Schaffens, von frühen Gemälden bis zu jungen



Norbert Stockers Haus der Kunst ist Wohnraum, Atelier und Werkstatt.



Norbert Stockers Werke sprechen für sich, der Künstler hat aber auch viel zu sagen, wenn er analysiert und philosophiert.



Bearbeitungsspuren der Motorsäge zeugen wie Pinselstriche auf einem Bild vom künstlerischen Akt.





«Es hat etwas
Brutales, einen
Baum zu fällen.
Es ist ein Lebe-
wesen. Das
vergesse ich
bei meiner
Arbeit nie.»

Norbert Stocker

Skulpturen. Im Laufe der Jahre kam Norbert Stocker von der Malerei zur Arbeit mit Holz. «Holz hat mich immer fasziniert. Als Junge war ich gerne im Wald. Später hat mich Holz als Werkstoff interessiert», erzählt er. Der Grossteil des Holzes, das er für seine Arbeiten braucht, bezieht der 82-Jährige aus seinem privaten Wald im Tessin. Dort fällt er die Bäume für seine Kunst. «Es hat etwas Brutales, einen Baum zu fällen. Es ist ein Lebewesen. Das vergesse ich bei meiner Arbeit nie», so der Künstler. Die Geschichte eines Holzstücks nimmt er teilweise bewusst in seine Arbeit auf. «Manchmal lasse ich mich von der Form eines Stücks leiten. Manchmal will ich mich aber nicht darauf einlassen und forme es nach meinen Vorstellungen.»

Geheimnisvoll und bewegend

Die zweite Wirkungsstätte des Künstlers befindet sich im Keller des Hauses. Hier werden die groben Arbeiten vorgenommen. Im Raum liegen eine Motor- und eine Stichsäge, ein Beil, Feilen, Schnitzmesser. Die Werkbank ist voll mit Pinseln, Zeitungen, Farben. Individualität ist Norbert Stocker wichtig. Sie heute zu finden, sei aber schwierig. «Die meisten Menschen folgen am Ende doch einfach einer Strömung. Denn echte Individualität kann auch Angst machen. Sie erinnert uns daran, dass wir allein sind.»

Seinen künstlerischen Prozess geht Norbert Stocker gerne allein. «Ich lasse mich leiten. Hier hat mich beispielsweise beschäftigt, was in unseren Köpfen vorgeht», sagt er, als er neben einem geometrischen Gebilde steht. «Ich nenne es darum «Gedankenhaus»». Ein anderes – zwei lange schmale Hölzer, eines mit einem Schwung, die aufeinanderliegen – hat er für sich mit «Langer Atem» betitelt. «Wenn ich mich an eine Arbeit mache, weiss ich nicht, was daraus wird. Es ergibt sich», sagt der 82-Jährige. Manchmal wisse er auch nach Abschluss eines Werks nicht, wofür es stehe. «Es ist ein Irrglaube, dass Künstler immer den Sinn ihrer Werke kennen. Es ist aber auch nicht immer nötig, alles auszuführen oder zu betiteln.»

Nach diesen Ausführungen schweigt Norbert Stocker wieder. Er sieht sich im Keller um. Dann kommt er noch einmal zurück auf die Frage nach der Definition von Kunst: «Vielleicht kann man es so sagen: Kunst löst Empfindungen aus und bewahrt in sich ein Geheimnis.»

Text Samantha Taylor

Fotos Herbert Zimmermann

Einmaliges schaffen



Christoph Müller
und Norbert Stocker
haben die Kunst-
werke für den Qua-
drolith mit Bedacht
ausgesucht.



Im Eingangsbereich der Alfred Müller AG setzen die Skulpturen und Bilder künstlerische Akzente.

Kunst und Bau gehen Hand in Hand. Das spiegelt sich in Wortpaaren wie «Baukunst» oder «Kunst am Bau». Dieses Miteinander kann Einmaliges schaffen.

Die Geschäftshäuser Quadrolith sind markante neue Wahrzeichen im Süden von Baar. Im Inneren jedes der vier grossen Baukörper ziert je eine augenfällige, farbige Holzskulptur von Norbert Stocker den Eingangsbereich. «Diese Kunstakzente sind mir wichtig», erklärt Christoph Müller, Verwaltungsratspräsident der Alfred Müller AG. «Kunst am Bau ist für uns ein Thema. Allerdings ein bisschen anders als im hergebrachten Sinn. Wir machen das aus freien Stücken, weil wir Freude an der Kunst haben und Ästhetik allgemein für uns eine wichtige Rolle spielt. Ein Bau ist für mich gelungen, wenn er nicht nur gut funktioniert, sondern auch möglichst schön ist. Das ist für mich Baukunst im besten Sinn.»

Neues entdecken

Für die Auswahl der Kunstwerke im Quadrolith hat sich Christoph Müller zusammen mit Norbert Stocker viel Zeit genommen. «Wir haben verschiedene Skulpturen aufgestellt und geschaut, was passiert. Kunst muss man wirken lassen – stark frequentierte Orte wie etwa Eingangsbereiche eignen sich sehr gut dafür.» Es sind aber nicht nur die Kunstwerke von Norbert Stocker, die diese Orte zu etwas Besonderem machen.

Das Mobiliar wurde passend ausgesucht, und auch die Tapete ist ein kleines Kunstwerk für sich. Je nach Betrachtungswinkel ändert sie ihr Muster. «Das ist das Spannende an der Kunst, dass es immer wieder Neues zu entdecken gibt, wenn man sich darauf einlässt», erklärt Christoph Müller. «Das braucht manchmal etwas Zeit. Es gibt Kunstwerke, die bereits auf den ersten Blick wirken. Bei anderen läuft man 20-mal vorbei, und beim 21. Mal packt es einen plötzlich.»

Kunst sorgt für positive Emotionen

Gelegenheiten, sich durch Kunst packen und inspirieren zu lassen, bieten sich in weiteren Bauten der Alfred Müller AG. Beispielsweise im Eingangsbereich am Hauptsitz in Baar oder in Büros. «Wir gehen gerne noch einen Schritt weiter», führt Christoph Müller aus. «Die Fassade unseres neuen Wohn- und Geschäftshauses Marktgassee in Baar ist für mich auch ein kleines Kunstwerk, und für den Gang haben wir eine kunstvolle Tapete ausgewählt. Wir haben lange gesucht, bis wir etwas Passendes in dieser Grösse gefunden haben. Zusammen mit den Lampen entsteht dadurch etwas Einmaliges.»

Der Aufwand lohnt sich auf jeden Fall: Die Kunstwerke in den Gebäuden der Alfred Müller AG und die Baukunst sorgen für positive Emotionen. Jeden Tag laden sie von Neuem dazu ein, ein bisschen zu verweilen, die Gedanken über den Alltag hinweg schweifen zu lassen und die Geheimnisse, die in ihnen verborgen liegen, zu ergründen.

Text Othmar Bertolosi | **Fotos** Herbert Zimmermann



Markengeschichten im Raum erzählen



Individuell, stilvoll und einladend:
der Eingangsbereich von
Unibarge im Quadrolith in Baar.

Marken sind in unserer Gesellschaft allgegenwärtige Sinnstifter und Orientierungshilfen. In der Arbeitswelt sind sie auch einer der Treiber für individuelle Gestaltung der Arbeits- und Geschäftsräume: Aus mehr oder weniger uniformen Bürolandschaften werden zunehmend eigenständige Markenkontaktpunkte.

Sage mir, für welche Marken du dich entscheidest – und ich sage dir, wer du bist. Marken sind ein wesentliches Element der Individualität. Die persönliche Auswahl aus dem immer üppigeren und unüberschaubaren Angebot an Produkten und Dienstleistungen bestimmt die Einzigartigkeit des Individuums. Wer beispielsweise Apple-Produkte nutzt, einen Tesla fährt und Kleidung von Hugo Boss trägt, hinterlässt ein individuelles Profil. Jede Marke steht nicht nur für ein Produkt, sondern für eine Emotion und zunehmend auch für eine Haltung.

Bei Firmen sind es die spezifischen, unverwechselbaren Eigenschaften, die den Unterschied zu anderen ausmachen. Die Wesensart, die Identität zeigt sich im Markencharakter und bestimmt die Einzigartigkeit eines Unternehmens wesentlich.

Marke im Raum erlebbar machen

Im Erdgeschoss der im vergangenen Herbst fertiggestellten zweiten Etappe des Quadroliths öffnet sich mit der Eingangstüre zur Firma Unibarge auch eine eigene Welt: An der stilvoll verkleideten Wand prangt das Unternehmenslogo mit dem unverkennbaren Schiff in Fahrt. Die Farben und Materialien der Einrichtung sind geschmackvoll aufeinander abgestimmt. Das Logo, die Lampen und die verarbeiteten Materialien mit hohem Holzanteil weisen die Richtung, und unwillkürlich wähnt man sich auf einem Schiff auf dem See. Das passt: Unibarge ist ein

führendes niederländisches Unternehmen in der Binnenschifffahrt. Die Einrichtung der neuen Niederlassung in Baar ist ein exaktes Abbild des Hauptsitzes in Rotterdam und repräsentiert die Marke auf eindrückliche Art und Weise. Die im Corporate Design gestaltete Bürolandschaft ist ein wichtiger Markenkontaktpunkt, der die Marke auch im Raum erlebbar macht.

«Marke ist das, was andere über dich sagen, wenn du den Raum verlassen hast», lautet sinngemäss ein Zitat von Amazon-Gründer Jeff Bezos. Dieser Gedanke lässt sich weiterspinnen: «Marke ist auch das, was andere über das Unternehmen denken, wenn sie den Raum verlassen haben.»

Architektur als Teil der Markenidentität

Corporate Architecture gehört zum Corporate Design und hat zum Ziel, die Marke auch in der Architektur zu vermitteln. Ein berühmtes Beispiel ist der BMW-Vierzylinder in München, Firmensitz des bayrischen Unternehmens. Corporate Architecture für ganze Gebäude ist bislang für mittlere und kleine Firmen kaum ein Thema. Sie bestimmt aber zunehmend die individuelle Gestaltung von Büro- und Arbeitsräumen, dies zeigen diverse Beispiele. Uniforme Büroeinrichtungen ab Stange gehören immer mehr der Vergangenheit an. Individuelle Einrichtungen unter Gesichtspunkten der Corporate Architecture liegen im Trend: Ganz in der Nähe von Unibarge, ebenfalls im neuen Quadrolith in Baar, ist die Firma Lotus Bakeries ansässig. Weltbe-

kannt sind die Lotus Biscoff, karamellierte Biskuits aus ausschliesslich natürlichen Zutaten. Erfunden hat sie bereits 1932 der belgische Bäcker Jan Boone. In den 1950er-Jahren hatte er die Idee, die Biskuits einzeln zu verpacken. Cafés und Restaurants kauften diese Gebäcke in grossen Mengen ein, um sie zu einer Tasse Kaffee zu servieren. Mit grossem Erfolg, der bis heute anhält. Die Markengeschichte, die die Räume von Lotus Bakeries in Baar erzählen, vermittelt positive Emotionen. Die Einrichtung erinnert an eine gemütliche Cafeteria mit einer zentralen Kaffeetheke. Die Räume, das Mobiliar und weitere Gestaltungselemente sind in den Firmen- und Produktfarben gehalten. Nur zu gerne taucht man ein in diese einladende Lotus-Welt und nimmt dieses Markenerlebnis im Raum als schöne, bleibende Erinnerung mit nach Hause.

Branding gegen aussen und innen

Corporate Architecture wirkt nicht nur gegen aussen, sondern auch gegen innen. Arbeitsräume, in denen sich die Mitarbeitenden wohlfühlen, mit Begegnungs- und Rückzugszonen sowie Verpflegungs- und Unterhaltungsmöglichkeiten, sind in der modernen Geschäftswelt ein wichtiges Thema. Wie gut man sich an seinem Arbeitsplatz fühlt, wie gerne man zur Arbeit kommt, wie einfach der Austausch untereinander funktioniert, all das ist entscheidend für das Employer Branding und für den langfristigen Firmenerfolg. Glückliche Mitarbeitende bringen gute Leistungen – und wer gerne zur Arbeit kommt, wird auch nicht so schnell abgeworben. Diese Seite der Corporate Architecture gewinnt zunehmend an Bedeutung. Das fängt bei der Rekrutierung an: Kandidatinnen und Kandidaten fühlen sich in lebendig und freundlich gestalteten Räumen willkommen und erhalten beim Bewerbungsgespräch einen ersten guten Eindruck der Marke und der Firmenkultur.



Frank Heim
Projektleiter Neubau
Alfred Müller AG

Individualität und Flexibilität sind zentral

Worauf legen Mieterinnen und Mieter von Geschäftsflächen heute Wert?

Ein wichtiger Faktor ist Flexibilität. Arbeitsräume müssen individuell gestaltet werden können. Sowohl die Unternehmen als auch das Umfeld verändern sich schnell. Anpassungen in der Organisation müssen in den Räumlichkeiten abgebildet werden. Teams, die neu zusammengestellt werden, rücken räumlich zusammen. Neue Produkte und Dienstleistungen erfordern oft Anpassungen bei den Arbeitsplätzen.

Mit der Covid-Pandemie ist Homeoffice zur Normalität geworden. Das hat Auswirkungen. Büros und Arbeitsräume von Firmen werden nicht verschwinden. Sie wandeln sich aber und werden verstärkt zum Ort, wo der direkte Austausch und die direkte Kommunikation stattfinden.

Welche Tendenzen gibt es generell in der Arbeitswelt bezüglich Gestaltung der Büroräumlichkeiten?

Das Bedürfnis nach Zusammenarbeit und persönlichem Austausch bestimmt die Gestaltung wesentlich. Im Trend sind Grossraumbüros mit flexiblen Arbeitsplätzen. Wichtig sind aber auch Sitzungszimmer in verschiedenen Grössen, Rückzugsorte wie kleinere Einzelräume oder Telefonboxen, wo es sich ungestört arbeiten lässt, und natürlich Begegnungsorte wie Cafeterias. Ein Thema ist auch, dass die Arbeitsräume das Unternehmen repräsentieren und das Markenerlebnis fortführen.

Wie erleben Sie Kunden und ihre Anforderungen? Wie reagieren Sie darauf?

Die individuelle Gestaltung der Arbeitsflächen setzt individuelle Beratung und Betreuung unsererseits voraus. Wir suchen mit unseren Kundinnen und Kunden gemeinsam die bestmöglichen Lösungen.

Wie wichtig ist der Wohlfühlfaktor?

Sich wohlfühlen ist eine zentrale Voraussetzung für gute Leistung und die Bindung an das Unternehmen. Im Homeoffice verschmelzen Arbeits- und Lebenswelt. Diese Tendenz spiegelt sich auch in den Bürowelten mit Cafeterias, Rückzugsräumen, Gemeinschaftsräumen und vielem mehr wider.

Zieht eine individuelle Gestaltung der Arbeitsräume hohe Investitionen nach sich?

Nicht unbedingt, es gibt Abstufungen. Farbliche Akzente in den Firmenfarben, das Firmenlogo, schöne Bilder und Ähnliches können schon sehr viel ausmachen. Diese Investition lohnt sich: Die Büro- und Geschäftsräume sind eine Visitenkarte gegen innen und aussen.

Wie bietet die Alfred Müller AG Hand bei der individuellen Ausgestaltung der Büroräumlichkeiten?

Unsere langjährige Erfahrung und unser grosses Portfolio an Arbeits- und Geschäftsräumen sind eine gute Basis, um unsere Kundinnen und Kunden bei der individuellen Ausgestaltung zu unterstützen. Wir verfügen über ein breites Netzwerk mit Spezialisten, beispielsweise Innenarchitekten, die wir beiziehen können.

Heben Sie auch einmal den Warnfinger bei individuellen Ausbaumünschen?

Das kommt sehr selten vor. Zu einem partnerschaftlichen Umgang mit unseren Kundinnen und Kunden gehört dazu, dass wir die Vor- und Nachteile der jeweiligen Lösungen aufzeigen.

Wer einen ausgeprägt individuellen Ausbau wünscht, sollte sich bewusst sein, dass das in der Regel zu Mehrkosten führt und nach Mietende einen kompletten Rückbau nötig macht. Es stellt sich auch die Frage, ob die sehr individuelle Gestaltung auch nach zehn Jahren noch gefällt.

Text Othmar Bertolosi

Fotos Alfons Gut, Justin Hession



⤴
Weltbekannt für
ihre Biskuits:
die Firma Lotus.

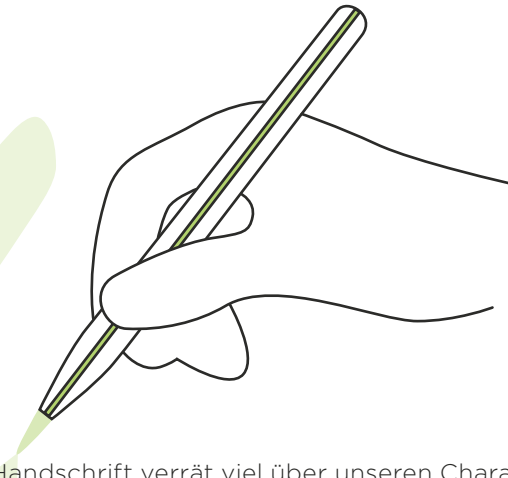


⤴
Die Einrichtung von
Lotus erinnert an eine
gemütliche Cafeteria.

«Die Büro- und
Geschäftsräume
sind eine Visiten-
karte gegen
aussen und innen.»

Frank Heim

Lies mich!



Unsere Handschrift verrät viel über unseren Charakter. Das zumindest sagt die Grafologie. Bis zu 5000 Persönlichkeitsmerkmale entschlüsselt sie aus wenigen handgeschriebenen Zeilen. So sollen runde Buchstaben ein Hinweis auf Kreativität, spitze auf Intelligenz und Neugier sein. Ein grosser Wortabstand steht für den Wunsch nach Freiheit. Wer kleine Abstände lässt, ist nicht gerne allein. Wie zuverlässig diese Analysen sind, ist umstritten. Fest steht: Jede Handschrift ist einzigartig und lässt sich kaum ändern.

Quelle: wirtschaftsforum.de

Fakten und Faszinierendes

Einzigartiges und Überraschendes rund um Individualität



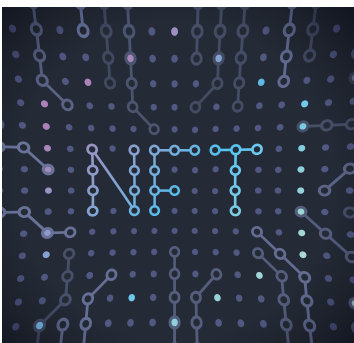
«Das Glück besteht darin,
zu leben wie alle Welt und doch
wie kein anderer zu sein.»

Simone de Beauvoir

«ALAWALO»

«ALAWALO»

Digitale Kostbarkeiten



Sie sind einzigartig, nicht ersetzbar und nicht greifbar: NFTs (von engl. non-fungible token, digital geschützte Wertmarken). Dabei handelt es sich vereinfacht gesagt um den Besitznachweis von immateriellen Gütern. Solche NFTs mischen derzeit den Kunstmarkt auf und werden für schwindelerregende Summen gehandelt. Das teuerste Werk – «Everydays: the First 5000 Days» – ist eine digitale Collage des amerikanischen Künstlers Mike Winkelmann. Der Verkaufspreis: satte 69,3 Millionen US-Dollar!

Quelle: forbes.at
Illustration: iStock / filo

Wurden Sie so schon mal begrüsst? Vermutlich nicht. Mit «Alawalo» heissen die Chamicuro einen Gast willkommen. Das Volk lebt in der Region von Pampa Hermosa in Peru. Ihre Sprache, das Chamomuro, wird nur noch von rund 20 Personen gesprochen und ist vom Aussterben bedroht. Weltweit gibt es heute rund 6000 Sprachen. Die Uno schätzt, dass fast die Hälfte davon längerfristig aussterben könnte.

Quelle: alleantworten.de





100



Trillionen ...



...Wassermoleküle bilden eine Schneeflocke von 1 Millimeter Durchmesser. Die Chance, dass diese Moleküle identisch angeordnet sind und somit zwei Schneeflocken gleich aussehen, ist äusserst gering, aber dennoch vorhanden.

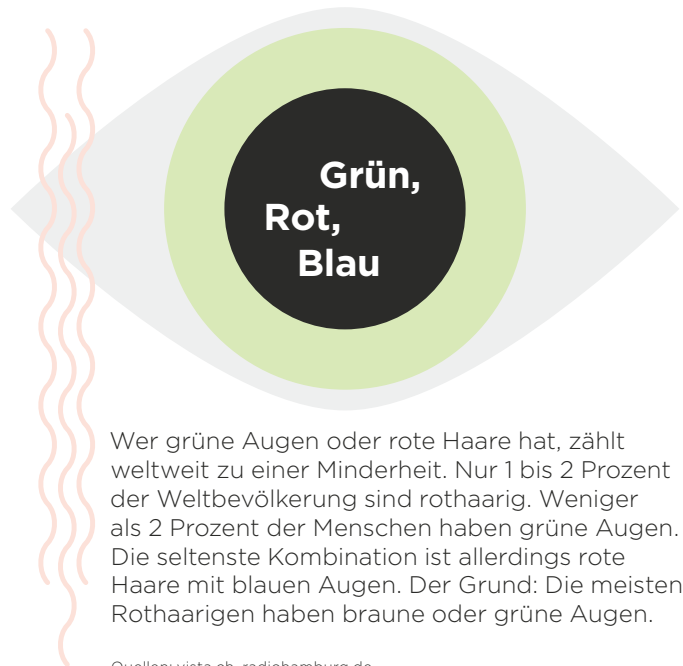
Quellen: tirol.at, snowtrex.de



GESPIEGELT

Dass eineiige Zwillinge das Abbild voneinander sind, ist bekannt. Dass ein Kind aber tatsächlich der Spiegel des anderen sein kann, wohl eher weniger. Bei dieser Form von eineiigen Zwillingen treten äussere Merkmale wie Muttermale oder Haarwirbel gespiegelt auf. Will heissen: Bei einem Zwilling ist das Muttermal rechts, beim anderen links und die Haare fallen in die entgegengesetzte Richtung. Es kommt auch vor, dass ein Kind Rechtshänder und das andere Linkshänder ist. Stehen ich die Zwillinge gegenüber, wirken sie wie Spiegelbilder.

Quelle: es-sind-zwei.de
Illustration: iStock / 35007



Wer grüne Augen oder rote Haare hat, zählt weltweit zu einer Minderheit. Nur 1 bis 2 Prozent der Weltbevölkerung sind rothaarig. Weniger als 2 Prozent der Menschen haben grüne Augen. Die seltenste Kombination ist allerdings rote Haare mit blauen Augen. Der Grund: Die meisten Rothaarigen haben braune oder grüne Augen.

Quellen: vista.ch, radiohamburg.de



Verwirrende Zeichnung

Die Streifen von Zebras sind nicht nur echte Hingucker, sie sind auch Unikate. Jedes «Streifenkleid» gibt es nur einmal. Ihre Wirkung entfalten sie jedoch am besten in der Masse: Stehen Zebras in einer Herde zusammen, irritiert das Löwen und andere Raubtiere so sehr, dass sie kaum ein einzelnes Tier ausmachen können.

Quelle: br.de
Foto: iStock / Jennifer Borton



«Persönlichkeit ist,
wie man von
aussen gesehen
wird, Identität,
wie man von aus-
sen gesehen
werden will.»

Prof. Dr. Wiebke Bleidorn

Einzig oder artig

«Zeig mir, wie du wohnst, und ich sage dir, wer du bist.» Die Psychologin Prof. Dr. Wiebke Bleidorn stimmt dem Zitat von Christian Morgenstern nicht nur zu, sie kann es gar belegen. Im Interview erklärt sie, was Persönlichkeit schafft, wie Identität entsteht und welche Bedeutung Individualität für uns hat.

Prof. Dr. Wiebke Bleidorn ist promovierte Psychologin. Seit 2021 ist sie Professorin an der Universität Zürich und befasst sich mit Persönlichkeitsentwicklung. Zuvor war sie sechs Jahre an der University of California tätig. Sie ist verheiratet und lebt mit ihrem Mann und dem dreijährigen Sohn in Zürich.

Frau Bleidorn, schaffen wir etwas Klarheit: Was ist der Unterschied zwischen Persönlichkeit, Identität und Individualität?

Persönlichkeit ist, wie man von aussen gesehen wird, Identität, wie man von aussen gesehen werden will, sie beschreibt das Verhalten eines Menschen. Unter Individualität versteht man den unverwechselbaren Zug eines Menschen, mit dem er sich von der Masse abhebt.

Man spricht auch von Selbstdarstellung. Sind wir denn alle Schauspieler?

Tatsächlich verglich der Soziologe Goffman soziales Verhalten mit dem Verhalten eines Schauspielers auf der Bühne, nur dass die Rolle das Bild ist, das er von sich selbst vermitteln möchte. Aus dieser Sicht spielen wir in der Öffentlichkeit alle Theater. Wir führen unsere erwünschte Persönlichkeit vor, indem wir uns eine Maske aufsetzen. Hierbei stellen wir uns so dar, dass wir im Spiegel der anderen unser Selbstbild bestätigen, oder wir setzen uns so in Szene, dass wir im Spiegel der anderen ein Bild sehen, das uns schmeichelt.

Wie wichtig ist den Menschen denn Selbstdarstellung?

Sehr wichtig – wobei sich Menschen durchaus in diesem Bedürfnis unterscheiden. Während manche Personen sehr darauf bedacht sind, sich selbst darzustellen und auszudrücken, ist es für andere weniger wichtig. Hier spielt sicher auch der kulturelle Hintergrund eine wichtige Rolle. In individualistischen Kulturen, wie es unsere und andere westliche Kulturen sind, spielen Individualität und Selbstentfaltung eine grössere Rolle als in kollektivistischen. Bei uns haben Autonomie und Freiheit einen hohen Wert. In Ländern wie China oder Mexiko will man einer Gruppe zugehören und eine Identität haben, die der Gruppe entspricht. Soziale Beziehungen sind wichtiger als das eigene Vorankommen.

Welche Voraussetzungen braucht es, damit ein Mensch sich selbst entfalten kann?

Das hängt sicherlich vom jeweiligen Lebensbereich ab. Im Allgemeinen gilt, dass Chancengleichheit und Durchlässigkeit in der Gesellschaft zentral sind, damit sich Personen optimal entsprechend ihren Voraussetzungen entfalten können. Nur wenn das



gewährleistet ist, hat man überhaupt Zugang zu verschiedenen Lebenswegen. Und man braucht natürlich auch finanzielle Ressourcen. Denken wir an die häusliche Umgebung: Man benötigt Mittel, um das Zuhause so zu gestalten, wie es einem entspricht.

Wie wichtig ist trotz Wunsch nach Individualität die Gemeinschaft?

Grundlegende Motivationstheorien unterscheiden zwei grosse und voneinander unabhängige Bedürfnisklassen: zum einen das Bedürfnis nach Individualität, Unabhängigkeit und Status, zum anderen das Bedürfnis, dazuzugehören. Diese beiden Motive sind wie gesagt unabhängig. Das bedeutet, dass ich durchaus beides anstreben kann. Allerdings unterscheiden sich Menschen darin, wie stark sie die Motive verfolgen.

Sind wir bereit, für die Gruppenzugehörigkeit unsere Individualität zurückzustellen?

Auch hier unterscheiden wir uns, aber grundsätzlich lassen sich Situationen und Lebensbereiche identifizieren, in denen wir unsere Individualität hinter die Gemeinschaft stellen. Das ergibt dann einen interessanten Mix. Das Bedürfnis, mitzubestimmen, ist zum Beispiel in der Schweiz stark ausgeprägt. Die Bereitschaft, der Gemeinschaft zuzuhören, ist aber auch sehr hoch. Es ist ein demokratisches Miteinander, was sich auch im Kleinen widerspiegelt. Abgesehen

davon ist es auch ein gutes Gefühl, seine Individualität für eine Gruppe zurückzustellen. Selbst Personen, die ein sehr grosses Bedürfnis nach Individualität haben, haben auch ein grundlegendes Bedürfnis, zu einer sozialen Gruppe dazuzugehören. Das ist etwas absolut Wichtiges für den Menschen.

Welche Kriterien unterstützen die Bildung einer eigenen Identität?

Identitätsbildung und -findung beginnt in der Jugend und dauert bis ins junge Erwachsenenalter. Man nennt diese Zeit auch «emerging adulthood». Das ist die Zeit, in der wir Autoren unserer eigenen Lebensgeschichte werden. Wir sind in der Lage, eine Geschichte zu erzählen, die kritische Informationen darüber enthält, wer wir sind und wie wir uns sehen. Dazu müssen wir autonome Erfahrungen machen können. Deshalb habe ich die letzten zwei Jahre der Pandemie gerade für junge Menschen anstrengend empfunden. Sie wurden dieser Gelegenheiten beraubt. Wenn man nur zu Hause sitzt und nichts hat, was einen ausmacht, kann man auch keine eigene Identität entwickeln.

Wie verändern die sozialen Medien unsere Identität?

Soziale Medien bieten eine weitere Plattform, um unsere Identität auszuleben, uns darzustellen und eben die Geschichte zu erzählen, die preisgibt, wer wir sind – oder wie wir von anderen gesehen

«Es ist deutlich einfacher, individuelle Ziele zu verfolgen, wenn man Status und die nötigen finanziellen Ressourcen hat.»

Prof. Dr. Wiebke Bleidorn



Prof. Dr. Wiebke Bleidorn ist Expertin auf dem Gebiet der Persönlichkeitsentwicklung.

werden wollen. Das Forschungsfeld ist noch recht jung, aber Untersuchungen zeigen, dass wir uns online sehr ähnlich verhalten wie offline.

Selbstdarstellung braucht Mut. Warum tun wir uns oft schwer, aus der Reihe zu tanzen?

Dafür kann es unterschiedliche Gründe geben. Die Angst, herauszustechen, kann unsere Bereitschaft, anders zu sein, beeinflussen, denn sie ist mit Risiken verbunden. Man wird beurteilt, auch mal infrage gestellt. Man liegt durchaus auch mal falsch, wenn man gegen den Strom schwimmt. Aber es geht nicht nur um Mut, sondern auch um mangelnde Kreativität und Offenheit für neue Ideen. Viele wissen gar nicht, wie sie sich selbst abgrenzen können. Und natürlich braucht es zum «Anderssein» auch soziale und finanzielle Ressourcen. Es ist deutlich einfacher, individuelle Ziele zu verfolgen, wenn man Status und die nötigen finanziellen Ressourcen hat.

Was macht es mit einem, wenn es keine Möglichkeit für Individualität gibt – wie in gewissen Ländern oder Institutionen?

Wer die Zugehörigkeit nicht zelebriert, findet immer Auswege. Ein gutes Beispiel sind hier Schulen mit Uniformen. Oftmals finden Schüler solcher Schulen eine ganze Reihe kreativer Ideen, wie sie diese Uniformen innerhalb der erlaubten Grenzen individualisieren und verzieren können. Man beobachtet

das auch im Fussball, wo die Spieler zwar mit Stolz das Mannschaftstrikot tragen, sich aber zum Beispiel mit ausgefallenen Frisuren abgrenzen.

Welche Rolle spielt Individualität im Arbeitsleben?

In westlichen Kulturen sicher eine sehr grosse. In Abhängigkeit von Bildungsgrad und Arbeitsmarkt gibt es bereits in der Jugend und im jungen Erwachsenenalter intensive Bemühungen, den Beruf zu finden, der besonders gut zur eigenen Person – also den Interessen, Fähigkeiten und der Persönlichkeit – passt. Tatsächlich gibt es auch gute Beweisbarkeit dafür, dass eine ideale Passung Vorteile hat und sich auf Arbeitsleistung und sogar das Einkommen niederschlagen kann. Menschen, die gut in ihren Beruf passen, verdienen besser.

Ist auch der Wunsch nach einem Eigenheim ein Ausdruck von erhöhtem Wunsch nach Individualität?

Absolut – sofern es die Ressourcen zulassen. Das Eigenheim ist ein grosser Ausdruck von Individualität und Unabhängigkeit, aber auch von finanzieller Absicherung. Auch wie das Haus gestaltet ist, ist ein grosser Aspekt der Individualität. Es gibt übrigens eine neue Richtung in der Psychologie, die mit Architektur einhergeht. Innenarchitekten arbeiten mit Psychologen zusammen, um herauszufinden, was die Leute eigentlich wollen. Viele Häuser sind ähnlich konzipiert: mit einem Elternschlafzimmer, zwei Kinderzimmern, zwei Badezimmern und einer Küche in ähnlicher Anordnung. Aber es zeigt sich eben, dass manche Leute das ganz anders aufbauen würden. Wenn man Leute befragt, wie sie individuell wohnen möchten, kommt man plötzlich auf ganz andere Pläne. Man kann anhand der Einrichtung übrigens tatsächlich viele Schlüsse auf die Persönlichkeit des Bewohners ziehen. Anekdotisch gilt das Sprichwort «Zeig mir, wie du wohnst, und ich sage dir, wer du bist» sicher für uns alle, aber es gibt auch eine gute Beweisführung dafür. In einer spannenden Untersuchung von Professoren in Berkeley haben Studierende Zugang zu den Schlafräumen anderer Studierender erhalten und konnten mit einer hohen Trefferquote sagen, wie neurotisch die Bewohner waren, wie offen für Erfahrungen oder wie gewissenhaft. Aber sie konnten nicht sagen, ob jemand extra- oder introvertiert war.

Text Monika Mingot | **Fotos** Stéphane Mingot

Im Schuh-paradies

Seit zwei Jahren hat das Ländermanagement der Firma Skechers für die Schweiz und Österreich im Helix in Cham eine neue Heimat gefunden. Hier dreht sich (fast) alles um Schuhe. Schuhe als greifbares, sinnliches Erlebnis – 13 Showrooms auf 1000 Quadratmetern setzen einen bewussten und willkommenen Kontrapunkt in Zeiten des rasant wachsenden Online-Handels.



Bei Sabina Kojasevic und Urs Wettstein dreht sich (fast) alles um Schuhe.

«Unsere Kunden sollen den Showroom begeistert verlassen.»

Urs Wettstein





⬆
Die Einkaufswelt von Skechers wird von den Einkäuferinnen und Einkäufern gerne genutzt.

But don't you step on my blue suede shoes» – «...aber tritt mir nicht auf meine blauen Wildlederschuhe», singt Elvis Presley in einem seiner grossen Hits. Schuhe sind wichtig, für den individuellen Stil oder wie bei Elvis gar für die Persönlichkeit, wenn bei den Schuhen der Spass aufhört. Oder erst richtig anfängt: Schuhe sind sehr stark verknüpft mit Freizeit, Sport und Vergnügen. Wer verbindet nicht gern Skischuhe mit der letzten Abfahrt, Joggingsschuhe mit dem Lauf durch den Wald, Golfschuhe mit dem gelungenen Abschlag, Bergschuhe mit der anstrengenden, aber unvergesslichen Gipfeltour?

Bequem, gutaussehend, hochwertig

Schuhe wecken Emotionen, ein sinnliches Erlebnis. Das ist auch das Credo der amerikanischen Firma Skechers. Die Marke wurde vor 30 Jahren in Kalifornien gegründet und zählt heute in der Schuhindustrie weltweit zu den Marktführern. Fragt man Kolleginnen und Kollegen nach Skechers, fällt wahrscheinlich schon bald: «Das sind die Bequemen.» Die Entwicklung von Technologien zur Erhöhung des Komforts steht auch im Mittelpunkt der Mission des Unternehmens. Und die Produkte sollen nicht nur bequem sein, sondern gut aussehen, hochwertig sein und zu fairen Preisen angeboten werden.

Wie gut das gelingt, zeigt sich im Erdgeschoss an der alten Steinhäuserstrasse 14 in Cham, im Helix-Komplex der Alfred Müller AG. Hier ist seit rund zwei Jahren der Sitz des Ländermanagements Schweiz

und Österreich – ein Schuhparadies. Rund 3000 Schuhe werden in insgesamt 13 Showrooms ausgestellt: farbige, grosse, kleine, für Arbeit, Sport, Casual, Performance, Sneakers, Stiefel, Sandalen – alles, was das Herz begehrt. Das ist die Einkaufs- und Erlebniswelt für die Einkäuferinnen und Einkäufer der Fachhändler von Skechers-Produkten. Die Showrooms sind Business-to-Business ausgerichtet, Private finden die Skechers-Produkte in den fünf Flagship-Stores in Zürich, Ebikon, Lugano, Bern, Lausanne und online oder bei den meisten Schuhhändlern.

Begeisterte Kundinnen und Kunden

Die Showrooms werden rege genutzt, weiss Urs Wettstein, Country Manager Switzerland & Austria bei Skechers. «Es gibt Kundinnen und Kunden, die sich mehrere Male pro Jahr in unseren Showrooms beraten und inspirieren lassen.» Sind Showrooms in Zeiten der Digitalisierung und des explodierenden Online-Handels aber nicht ein Anachronismus? «Ganz und gar nicht, eher im Gegenteil», ist Urs Wettstein überzeugt. «Showrooms gehören fest zur Unternehmensphilosophie. Die Haptik spielt bei Schuhen eine grosse Rolle. Unsere Kundinnen und Kunden schätzen es sehr, wenn sie die Produkte anfassen, prüfen oder sogar anprobieren können.» Schuhe sind ein emotionales Thema, nicht erst seit Elvis' blauen Wildlederschuhen: «Unsere Kunden sollen den Showroom begeistert verlassen.»

Erweiterung des Angebots

Für Urs Wettstein ist der neue Standort in Cham im Herzen der Schweiz ein grosser Vorteil: «Es macht einen Unterschied, wenn man mit den Kundinnen und Kunden direkten Kontakt hat, ihnen die verschiedenen Materialien, Modelle und Technologien aus erster Hand erklären und Fragen direkt beantworten kann.» Showrooms verschwinden bei anderen Marken immer mehr, für Skechers bleiben sie eine tragende Säule. «Die direkte Kommunikation ist wichtig und hat ihren eigenen hohen Stellenwert», führt Urs Wettstein aus. «Das ist eine Erkenntnis aus der Pandemie, nicht nur für uns, sondern für ganz viele Unternehmen. Die Kunden und Kundinnen kommen nicht allein wegen unserer Produkte nach Cham. Zu unserem Angebot gehören auch Beratungen und Services, beispielsweise im Marketing.»

In Cham baut Skechers die Showroomfläche um weitere 300 auf insgesamt 1000 Quadratmeter aus. «Skechers erweitert



Skechers – in 30 Jahren zum globalen Leader in der Schuhindustrie

Die Firma Skechers mit Sitz im Süden Kaliforniens sorgt schon seit fast 30 Jahren dafür, dass Männer, Frauen und Kinder überall gut aussehen und sich wohlfühlen. Die Entwicklung von Technologien zur Verbesserung des Komforts steht im Mittelpunkt der Unternehmensmission – dabei bietet Skechers stylische, innovative und hochwertige Produkte zu fairen Preisen. Vom vielseitigen Schuhsortiment bis zum wachsenden Angebot an Bekleidung und Accessoires bietet Skechers alles, was eine Lifestyle-Marke auszeichnet.

In über 4000 Skechers-Stores rund um den Globus und Skechers-Online-Shops profitieren Kundinnen und Kunden vom Direktvertrieb der Kollektionen. Zudem bietet Skechers die Produkte über ein Netzwerk von externen Partnern an.





Neben dem Show-room gibt es auch grosszügige Büroräume.



Mehr als 3000 Schuhe stehen bei Skechers in Cham zur Auswahl.



Der Aufenthaltsraum wird von den Skechers-Mitarbeitenden und Gästen sehr geschätzt.



das Sortiment mit Bekleidung im Bereich Sport und Freizeit», verrät Marketingmanagerin Sabina Kojasevic. «Die Sport-Performance- und Bekleidungslinie erhält bei uns eine eigene Verkaufswelt. Zwei neue Account-Manager Textil sorgen für die gewohnte Service- und Beratungsqualität.» Neben der physischen spielt aber auch die digitale Welt bei Skechers eine immer wichtigere Rolle. «Wir sind für beide Seiten offen», erklärt Urs Wettstein. «Die Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden steht im Mittelpunkt, auf allen Kanälen.» Neben dem Angebot wird daher auch der Digitalbereich ausgebaut. Das Digitalteam in Cham besteht zurzeit noch aus vier Mitarbeitenden, neue Kolleginnen und Kollegen sollen aber schon bald dazukommen.

Hohe Standortqualität

Skechers ist bestens in Cham angekommen. «Wir haben uns sehr gut eingelebt bzw. leben uns von Neuem gut ein, weil wir nach viel Homeoffice jetzt wieder hauptsächlich im Büro sind», erklärt Urs Wettstein. «Auch unsere Mitarbeitenden, die von weit her kommen, schätzen inzwischen ihren Arbeitsplatz mit der modernen Büroinfrastruktur sehr. Die gute Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln sowie die Anbindung an die Autobahn machen das Gesamtpaket perfekt.»

Auch Sabina Kojasevic schätzt das spannende Umfeld im Helix in Cham. «Die Internationalität hier gefällt mir sehr. Wir profitieren von vielen Möglichkeiten für die Work-Life-Balance, vom Fitnessangebot im Haus beispielsweise. Unsere schöne Dachterrasse wird von zahlreichen Mitarbeitenden rege genutzt, und im Sommer ist die Nähe zum See ein grosser Pluspunkt.»

Alles aus einer Hand

Die Showrooms von Skechers sind weltweit nach dem gleichen Design aufgebaut wie im Hauptquartier in Kalifornien. Für Urs Wettstein war es ein grosser Vorteil, dass es sowohl bei Auskünften zum Mietobjekt als auch bei Fragen zur Gestaltung des gewünschten Mieterausbaus immer den gleichen Ansprechpartner gab: die Alfred Müller AG. «Alles hat sehr gut geklappt, wir wurden gut betreut und die Handwerker lieferten qualitativ sehr hochwertige Arbeit. Einfach gesagt: Es war und ist alles genau so, wie man es von einem Unternehmen mit dem sehr guten Ruf der Alfred Müller AG erwartet.»

Mit der Alfred Müller AG zur Traumwohnung

Bei der Alfred Müller AG lässt sich Individualität ohne Mehrkosten leben. Das Grundangebot bei Neubauwohnungen bietet so viele hochwertige Varianten, dass sich viele Kunden ihre Wünsche ohne Zusatzaufwand erfüllen können.

Wenn jemand eine Eigentumswohnung kauft, ist das in der Regel ein Entscheid für das ganze Leben. In den eigenen vier Wänden will man sich wohlfühlen, das Interieur soll den ästhetischen Vorlieben entsprechen, die Einrichtung langlebig sein. Käufer von Eigentumswohnungen profitieren bei der Alfred Müller AG von einer hochstehenden Planung, Grundausstattung und Beratung (siehe auch Interview Seite 10).

Preisvorteil dank grossem Einkaufsvolumen

Ein aktuelles Projekt ist die Wohnüberbauung Dorf in Uitikon. Vor den Toren der Stadt Zürich realisiert die Alfred Müller AG an naturnaher Lage 28 Eigentumswohnungen mit 2.5 bis 4.5 Zimmern. Bezugstermin ist gegen Ende dieses Jahres. Für die Vermarktung zuständig war die Immobilienberaterin Petra Handschuh. Sie führte die Erstgespräche mit Interessenten und betreute diese bis zum Abschluss des Reservationsvertrags. «Mein Ziel ist es, dem Kunden eine saubere Entscheidungsgrundlage dafür zu bieten, welche Leistungen er zu welchem Preis bekommt», sagt Handschuh. «Generell bekommen die Kunden bei uns viel mehr, als wenn sie ihre Ausstattung selber einkaufen würden.» Ein Beispiel: Da die Alfred Müller AG mit namhaften Anbietern zusammenarbeitet und ein gewisses Volumen bezieht, ist 1 Quadratmeter Parkett für den Kunden deutlich günstiger, als wenn er es selber kaufen würde.



Im Stirnrütipark Horw überzeugen Farben, Formen und Materialien.





Einrichtung mit Stil
im Gütsch Oberägeri.

«Generell bekommen die Kunden bei uns viel mehr, als wenn sie ihre Ausstattung selber einkaufen würden.»

Petra Handschuh
Immobilienberaterin

Grundausrüstung gewährt viel Spielraum

Die Alfred Müller AG legt Wert auf eine erstklassige Grundausrüstung. In der Siedlung in Uitikon ist die Basisvariante beim Verputz ein Weissputz. Zur Einrichtung im Bad gehören ein Dusch-WC und eine Regendusche. Die Kunden haben zudem im Grundangebot viele Wahlmöglichkeiten, die sich ohne Mehrkosten realisieren lassen. Um nur einen Auszug zu nennen: Beim Parkett stehen neben geölter Eiche diverse weitere Materialien zur Verfügung. Im Badezimmer kann man bei den Platten zwischen rund 20 Farb- und Materialvarianten wählen. In der Küche stehen Kunstharz- und Hochglanzoberflächen, 20 Farbtöne und 20 Granitsorten im Angebot. Die Küchengeräte stammen fast ausschliesslich von V-Zug, vom Herd bis zum Steamer, ebenso Waschmaschine und Tumbler. «Wenn möglich beziehen wir die Produkte für die Wohnungseinrichtung von Schweizer Firmen», betont Petra Handschuh.

Neben dem grossen individuellen Spielraum, den die Grundausrüstung gewährt, haben die Kunden Wahlmöglichkeiten, die mit einem Aufpreis verbunden sind. Etwa, wenn sie statt eines weissen mineralischen Verputz möchten. Oder wenn sie spezielle Platten, ein anderes Parkett oder statt einer Badewanne eine zweite Dusche wünschen.

Besuch beim Fachhändler

Petra Handschuh berät die Kunden mithilfe von Materialmustern, Plänen und Visualisierungen. Einigen genügt das so. Zum Service gehört aber auch, dass die Interessenten einen Fachhändler besuchen können, der noch tiefergehende Beratung anbieten kann. Viele treffen die definitiven Material-

entscheide erst nach dem Besuch beim Spezialisten.

Und in welchem Bereich haben die Kunden am meisten Änderungswünsche? «In der Küche», sagt Handschuh. «Wenn man eine neue Wohnung kauft, möchte man gern seine Traumküche bekommen.» Daneben ist auch das Badezimmer ein Ort, wo Individualität gefragt ist.

Doch die Wahlmöglichkeiten haben ihre Grenzen: Beispielsweise dann, wenn SIA-Normen nicht mehr eingehalten werden können. So war in der Siedlung in Uitikon der Einbau eines Whirlpools nicht möglich, weil sonst die Schallschutznormen verletzt worden wären. Änderungen des Wohnungsgrundrisses sind bei vielen Projekten in begrenztem Mass realisierbar. In Uitikon ging das aber kaum, weil fast alle Mauern statisch wichtig waren.

Manche Kunden möchten nicht selber auswählen

Längst nicht alle Kunden haben Änderungswünsche, weiss Petra Handschuh: «Sehr viele sind froh, dass wir einen attraktiven Standardausbau anbieten.» Denn es gebe auch Käufer, die kein Bedürfnis hätten, die Ausstattung selber zu wählen – oder gar damit überfordert seien. Sie unterstützt die erfahrene Beraterin Petra Handschuh gern mit ihrem Know-how. «Auch wenn sich ein Kunde innerhalb der Standardmöglichkeiten bewegt, hat er am Schluss eine Wohnung, bei der alles zusammenstimmt.» Das grösste Kompliment sei, wenn der Kunde sich am Schluss für das «super Verkaufsgespräch» bedanke und ihr gegenüber beteuere: «Ich bin absolut sicher, dass diese Wohnung für mich passt.»

Text Daniel Bütler | **Fotos** Alfons Gut

Alle Möglichkeiten fürs Alter

Eine grüne Oase und doch nur wenige Schritte vom Zentrum von Burgdorf entfernt – die Senevita Burgdorf bietet mit grosszügigen und hellen Seniorenwohnungen sowie freundlich eingerichteten Wohnbereichen mit Pflegezimmern ein umfassendes Betreuungs- und Pflegeangebot. Die Alfred Müller AG hat als Totalunternehmerin einen Erweiterungsbau mit 40 Pflegezimmern und zahlreichen Allgemeinräumen realisiert.

Mergelport heisst der markante Grüngürtel mitten in Burgdorf, der am Stadtpark beginnt und sich bis zum Areal Suttergut erstreckt. In direkter Nachbarschaft dazu, entlang des Grüngürtels, liegt seit 2006 die Senevita Burgdorf. Sie besteht aus vier parallel gestellten Hauptbaukörpern mit unterschiedlichen Bautiefen und hofähnlichen Aussenräumen. Ein eingeschossiger Verbindungsgang fasst die Baukörper zusammen.

Im freundlichen Eingangsbereich der Seniorenresidenz sind die grossen Schwarz-Weiss-Fotos ein Blickfang. Sie zeigen Szenen aus den berühmten Gotthelf-Verfilmungen aus den 1950er-Jahren: «Ueli der Pächter», «Ueli der Knecht» oder «Die Käserei in der Vehfreude». «Pfarrer Albert Bitzius alias Jeremias Gotthelf ist hier im Emmental ein Nationalheiliger», schmunzelt Rebekka Witschi, Leiterin der Senevita Burgdorf. «Er ist bei uns sehr präsent, und wir haben auch unseren neuen Mehrzwecksaal nach ihm benannt.»

Ein Ort der Begegnung

Der Gotthelf-Saal gehört zum Erweiterungsbau, der am 30. Oktober 2021 eröffnet werden konnte, pünktlich zum 15-jährigen Bestehen der Senevita Burgdorf. Geplant und gebaut wurde er durch die Alfred Müller AG als Totalunternehmerin. «Das sind ja unsere Nachbarn», erklärt

Rebekka Witschi. Die Alfred Müller AG realisiert hier mitten in Burgdorf das Projekt «Da läbi guet» mit 44 Miet- und 36 Eigentumswohnungen sowie rund 6000 Quadratmeter Gewerbe- und Dienstleistungsflächen. Der Baustart erfolgt im Winter 2022.

Nach der Eröffnung konnte der Gotthelf-Saal aufgrund der Corona-Pandemie leider noch nicht für seinen ursprünglichen Zweck genutzt werden. Statt Konzerte, Bilderausstellungen, Theater, Generalversammlungen oder Gottesdienste durchzuführen, halten hier die Teams Sitzungen ab. «Wir hoffen, dass sich das schon bald ändert», führt Rebekka Witschi aus. «Der Austausch mit der Bevölkerung ist uns sehr wichtig.» Ein Ort der Begegnung möchte die Senevita Burgdorf sein. Neben dem kulturellen Angebot zählt dazu das Restaurant Viva oder ein kleiner Tierpark mit Ziegen und Alpakas. «Unsere Küche geniesst einen sehr guten Ruf», erklärt Rebekka Witschi. «Und die Tiere sind natürlich ein Magnet für Familien mit Kindern, wenn sie die Grossmutter oder den Grossvater bei uns besuchen.»

Ausgebautes Pflegeangebot

Die Senevita Burgdorf ist vor 16 Jahren mit 98 Wohnungen in vier Häusern gestartet, inklusive einer Pflegeabteilung mit 16 Plätzen. «Unser Angebot hat sich in den letzten Jahren gewandelt», führt Rebekka Witschi



«In dieser Tätigkeit steckt
eine grosse Sinnhaftigkeit,
die viel fordert, aber jeden
Tag auch viel zurückgibt.»

Rebekka Witschi



Im speziell gestalteten
Aussenbereich können
sich Demenzkranke
frei bewegen.



Rebekka Witschi
leitet die Senevita
Burgdorf seit
sieben Jahren.



⬆
Pflege wird im Alter
immer mehr ein Thema.

⬅
Die Senevita Burgdorf
bietet alles fürs Leben
im Alter aus einer Hand.

«Wir können alles aus einer Hand bieten. Ob zu Hause mit Spitex-Leistungen und hauswirtschaftlichen Diensten oder hier bei uns in den Häusern mit be- treutem Wohnen oder Pflege.»

Rebekka Witschi

aus. Gestiegen ist vor allem die Zahl der Pflegeplätze. «Mit dem Erweiterungsbau sind neue Pflegeplätze dazugekommen, und wir verfügen jetzt über insgesamt 96 Pflegeplätze und 65 Wohnungen. Die Pflege konnten wir dank dem Erweiterungsbau auf zwei Häuser konzentrieren, das ist ein grosser Vorteil. Als positiver Nebeneffekt stehen dadurch in den anderen zwei Häusern mehr Wohnungen zur Verfügung.»

Rebekka Witschi arbeitet seit neun- einhalb Jahren bei der Senevita und leitet seit fast sechs Jahren die Senevita Burgdorf. «Ich bin mit viel Herzblut dabei, es ist für mich der schönste Job, den ich haben kann. In dieser Tätigkeit steckt eine grosse Sinnhaftigkeit, die viel fordert, aber jeden Tag auch viel zurückgibt. Und es ist grundsätzlich eine schöne Aufgabe, zu den Menschen zu schauen, die ihren letzten Lebensabschnitt bei uns verbringen.»

Leben im Alter – alles aus einer Hand

Die Senevita Burgdorf bietet ein umfassendes Dienstleistungs- und Wohnangebot für

das Leben im Alter. Auch die Spitex Senevita Casa Emmental-Oberaargau ist im Haus untergebracht. «Wir können alles aus einer Hand bieten. Ob zu Hause mit Spitex-Leistungen und hauswirtschaftlichen Diensten oder hier bei uns in den Häusern mit betreutem Wohnen oder Pflege.» Im zweiten Stock des neuen Erweiterungsbaus ist eine geschützte Abteilung für Demenzerkrankte untergebracht. «Seniorinnen und Senioren mit einer Demenzerkrankung sind bei uns sehr gut aufgehoben in einem geschützten Rahmen», ist Rebekka Witschi überzeugt. «Das ist sehr wichtig und wertvoll. Sie haben keine Reizüberflutung und können sich frei bewegen, sind nicht eingesperrt.» Sehr gerne genutzt wird der Garten, der speziell für Demenzerkrankte gestaltet wurde. «Wir haben beim Bau in der Mauer eine Zeitkapsel eingelassen», erklärt Rebekka Witschi. «Gefüllt ist sie mit Zeitzeugnissen: einer Moderna-Impfdosis, einem Burgdorfer Bier, Zeitungsberichten und vielem mehr. Einige Bewohnerinnen und Bewohner haben Texte und Gedichte verfasst. Wir hoffen natürlich, dass diese Zeitkapsel erst in ferner Zukunft

geöffnet wird. Es wäre aber spannend, die Reaktionen darauf zu sehen.»

Hohe Wohn- und Lebensqualität

In den nächsten Monaten sind Umrüstungen an den bestehenden Häusern im Gang. «Dann geht es darum, all die neuen Dinge zu festigen und die Prozesse und Arbeitsabläufe auf die neuen Möglichkeiten zu adaptieren», blickt Rebekka Witschi in die Zukunft. «Ich bin froh, dass diese Erweiterung so gut gelungen ist. Dafür gebührt allen herzlichen Dank: der Credit Suisse als Eigentümerin und Vermieterin, Senevita und natürlich der Alfred Müller AG. Die Zusammenarbeit war sehr professionell, wir hatten immer Ansprechpersonen, und es ist bewundernswert, dass der Bau trotz erschwerten Corona-Bedingungen termingerecht und in hoher Qualität fertiggestellt werden konnte.»

Qualität spielt auch beim Wohnen eine grosse Rolle. Die Bewohnerinnen und Bewohner sollen sich wohlfühlen. Die Raumaufteilung und der grosszügige Garten inklusive Terrasse werden den spezifischen Bedürfnissen der Bewohnenden gerecht. Natürliche Materialien und warme Farben schaffen eine freundliche und wohnliche Atmosphäre. «Die Senevita Burgdorf mit seinen 150 Bewohnerinnen und Bewohnern sowie den 130 Mitarbeitenden ist für mich wie eine lebendige Emmentaler Blumenwiese», erklärt Rebekka Witschi. «Mit blühenden Blumen, Kräutern, Gras, stacheligen Pflanzen – und bisweilen auch giftigen. Wichtig ist immer das Gesamtbild. Es hilft auch, um den Verlust von Menschen, zu denen man eine Beziehung aufgebaut hat, besser einordnen zu können: Manche Blumen verwelken am Ende ihrer Zeit. Sie schaffen Platz und nähren den Boden für neue.»

Text Othmar Bertolosi

Fotos Anita Affentranger



Im neuen Erweiterungsbau bieten zahlreiche Gemeinschaftsräume Kontaktmöglichkeiten.

Senevita: Wohnen und Leben im Alter

Wir werden immer älter, und mit den geburtenstarken Jahrgängen werden immer mehr Menschen immer älter. Wohnen im Alter ist ein wichtiges Thema und kennt viele Formen. Organisationen wie Senevita haben sich auf Wohnen und Pflege im Alter spezialisiert.

Die Senevita ist die führende Anbieterin für integrierte stationäre und ambulante Pflege in der Schweiz. Senevita setzt auf nachhaltige Lösungen und blickt auf eine solide Erfolgsgeschichte zurück: Sie bietet heute Wohn- und Betreuungsangebote an 37 Standorten sowie Pflege und Betreuung zu Hause an 26 Senevita-Casa-Standorten.

Neben fachlichem Know-how sind Herzlichkeit, Sicherheit und Respekt die zentralen Werte, die die tägliche Arbeit in den Senevita-Häusern prägen.

«Näher am Menschen» ist die Unternehmensphilosophie. Sie bildet die Grundlage für ein erfolgreiches Miteinander zwischen Bewohnerinnen und Bewohnern, Kundinnen und Kunden, Angehörigen, Mitarbeitenden und öffentlichen Stellen.

Alles für die Athleten

Warum Sportler Individualisten sein müssen, aber nur mit einem Team Erfolg haben.



Janine Geigele

war über 25 Jahre lang Sportjournalistin unter anderem beim Schweizer Fernsehen und Radio. Sie moderierte als eine der ersten Frauen die Sendung «Sport aktuell» und wechselte dann in den America's Cup zu Team Alinghi und Team Shosholoza. Die 48-jährige Bieleerin ist nun selbstständig und konzentriert sich mit ihrer Firma auf Sport- und Krisenkommunikation, Athletenmanagement und Moderationen.

Illustration

Kornel Stadler

Oh nein! Mein Handy klingelt im dümmsten Moment. Ausgerechnet in diesen Sekunden fahre ich in eine Tiefgarage. Ich habe keinen Empfang mehr.

Sie rief mich aus dem Krankenwagen an. Das verrät mir wenige Minuten später ihre hinterlassene Nachricht: «Ich bin gleich im Spital, da werde ich geröntgt. Ich melde mich, wenn ich wieder telefonieren kann.» Es war Sonntagabend, 18 Uhr – und ich machte mir etwas Sorgen. Schon seit einigen Jahren betreue ich diese bekannte Spitzensportlerin. Ich kümmerge mich um die Medienarbeit, das Marketing, die Sponsoren, die Website und vieles mehr. Sie war allein mit dem Velo unterwegs. Eine längere Trainingsstrecke hatte sie bereits hinter sich. Dann passierte das Malheur: Sie stürzte. Passanten halfen ihr sofort und alarmierten den Notarzt. Stunden später meldete sich die Athletin aus dem Spital. Wir hatten noch nicht alle Neuigkeiten zu ihrem Gesundheitszustand und mussten weiter warten.

Wir lesen und hören sehr oft von verletzten Sportlerinnen und Sportlern oder auch schlimmen Unfällen. Sie alle kennen Michael Schumacher. Auf den Rennstrecken ein Genie – und ein Egoist. Aber schon zu seiner Aktivzeit war er auf die Hilfe eines Teams angewiesen. Und heute? Was wurde über seinen Skiunfall publik? Wie gelingt es dem Management, dass seit über acht Jahren keine Bilder des kranken siebenfachen Formel-1-Weltmeisters veröffentlicht werden? Dass kein Arzt, kein Pfleger Einzelheiten über seinen Gesundheitszustand verrät. Um das richtig zu machen, braucht es viel Fingerspitzengefühl. Es braucht das Team. Und ich bin für die Sportlerinnen und Sportler, die ich betreue, Teil eines solchen Teams.

Die grosse Frage lautet: Sind Einzelsportler Individualisten, also Personen, die möglichst grosse Eigenständigkeit im Denken und Handeln für sich beanspruchen? Meine Antwort lautet: ja. Sie sind sogar Egoisten. Das müssen sie auch sein. Wer zu viel Rücksicht auf andere nimmt, verlässt seinen eigenen Weg. Doch auf diesem Weg ist der erfolgreiche Sportler nicht allein unterwegs. Keiner.

Haben Sie sich schon einmal Gedanken gemacht, wie viele fleissige Helfer um einen Einzelsportler herumschwirren? Bei einigen Sportarten ist es offensichtlich, bei anderen arbeitet das Team verborgen im Hintergrund. Klar ist: Ohne Team hat kein Spitzensportler

Erfolg. Er braucht die richtigen Schuhe, den richtigen Anzug, den richtigen Mechaniker. Ein Management, das ihn im Sponsoring- und Medienbereich unterstützt und ihm die nötige Erholungszeit freischaufelt.

Denn was Einzelsportler täglich leisten, ist immens. Sie verfolgen permanent ein hohes Ziel. Sie müssen sich konsequent weiterentwickeln. Sie riskieren viel und müssen oft Umwege gehen. Oder Rückschläge einstecken. Die Triathlon-Olympiasiegerin Nicola Spirig hat sich mit dem härtesten Trainer der Welt zusammengetan. Sie diskutieren heute noch kontrovers und verstehen sich nicht immer. Aber wer ist bei Auseinandersetzungen der Boss? Die Athletin zahlt den Trainer. Er plant ihr Training, ist ständig dabei. Erfolgreich können sie nur zusammen als Team sein. Es gilt, Gewohnheiten abzulegen, unbequeme Wege zu gehen. Der Trainer muss der Athletin seine Meinung sagen können. Auch wenn es weh tut. Auch wenn sie die Chefin ist.

Für die Athleten geht es darum, sich als Marke aufzubauen und zu positionieren. Sie setzen das Team aus Personen wie Puzzlesteine zusammen. Jeder kann jederzeit ausgewechselt werden. Jeder muss seinen Teil zum Unternehmen beitragen. Der Athlet entscheidet und trägt die Verantwortung.

Es ist aber vor allem auch das Umfeld, das die akribische, egoistische Planung des Athleten aushalten muss. Vor den Spielen in Peking hat sich Olympiasieger Nevin Galmarini in Isolation begeben. Keine Familie, keine Kinder. Allein essen, allein trainieren. Wochenlang. Mit dem Ziel, konsequent den Kontakt mit dem Covidvirus zu vermeiden. Alles wurde bis ins letzte Detail geplant. Sogar der Zeitpunkt des letzten Telefonats mit der Ehefrau vor dem Wettkampf. Sein Team hat Galmarini getragen, alles getan, damit er die Isolation durchhält und eine gute Leistung bringen kann. Es braucht ein riesiges Verständnis von allen rund um einen Spitzensportler. Es ist ein Balanceakt für Umfeld und Athlet. Eine Seite kommt dabei immer zu kurz. Sie muss zurückstecken und die Situation akzeptieren. Auch ich bin ein kleiner Puzzlestein. Wann ein Athlet meine Hilfe braucht, spielt keine Rolle. Ich bin rund um die Uhr erreichbar, eigentlich ständig in einer Art Krisenmodus.

5 Stunden und 24 Minuten dauerte am 30. Januar dieses Jahres der epische Final des Australian Open zwischen dem Spanier Rafael Nadal und dem Russen Daniil Medvedev. Immer wieder hatte Nadal in den Monaten zuvor mit Verletzungen gekämpft. Sogar das Wort Karriereende machte die Runde. Doch der Spanier übertraf sich selbst und gewann seinen 21. Major-Titel. Was für eine unglaubliche Leistung eines Einzelsportlers. Aber bei wem bedankte sich der Spanier bei der Pokalübergabe als Erstes? Sie ahnen es: bei seinem Team. Alle Spitzensportler wissen es: Allein haben sie keine Chance.

So, jetzt möchte ich Ihnen noch verraten, welche Sportlerin mir aus dem Krankenwagen ... Oh nein, Entschuldigung, mein Handy klingelt – es brennt.

Text Janine Geigele | **Illustration** Jamie Aspinall



ZÜRICH SEEBACH

Game, Set, Match



Die neue Tennishalle an der Stelzenstrasse ist eine der wenigen in der Stadt Zürich.

Seit Mai fliegen an der Stelzenstrasse in Zürich Seebach/Opfikon wieder die Tennisbälle über das Netz. Mit der Inbetriebnahme der modernen neuen Tennishalle hat die Alfred Müller AG die erste Phase ihres Projekts auf diesem Areal abgeschlossen. In einer zweiten Phase wird eine Wohnüberbauung bestehend aus drei Baukörpern mit 96 Mietwohnungen entstehen.



Der Tennisclub Ettenfeld verfügt dank der neuen Halle über hervorragende Trainings- und Wettkampfmöglichkeiten.



Zur Halle gehört auch ein schmackhaftes Bistro.

Ein Jahr nach seinem 70-Jahr-Jubiläum erhält der Tennisclub Ettenfeld in Zürich Seebach/Opfikon ein schönes Geburtstagsgeschenk. Seit Mai 2022 heisst es «Game, Set, Match» in der neuen Tennishalle mit vier Innenplätzen, Garderoben, einem schmucken Bistro, Sitzungs- und Büroräumlichkeiten sowie vier Aussenplätzen. Gebaut hat die Tennisanlage die Alfred Müller AG als Bauherrin. Sie ist Eigentümerin des Grundstücks und vermietet dem TC Ettenfeld die Sportinfrastruktur – als sogenannte Mietfabrik. Die Halle wurde 1,5 Meter höher konzipiert als der Standard für Tennisanlagen. Sie gewinnt dadurch an Vielseitigkeit und kann auch für andere Sportarten oder Veranstaltungen genutzt werden. Der Tennisclub Ettenfeld mit seinen rund 300 Mitgliedern verfügt damit langfristig wieder

über eine hervorragende Trainings- und Wettkampfanlage.

Wohnen im Park

Dank der Tennisanlage und der Wohnüberbauung entsteht ein attraktives Freizeit- und Wohnangebot mit eigenständigem Charakter. Anfang nächsten Jahres erfolgt der Baustart für 96 Mietwohnungen mit 1.5 bis 4.5 Zimmern, ideal für Einzelpersonen, Paare und kleine Familien. Ein begrünter Innenhof zwischen den drei Baukörpern sowie eine grosszügige Grünfläche zwischen der Wohnüberbauung und der Tennisanlage werden für attraktive Aussenräume sorgen. Die Alleen entlang der Schaffhauser- und der Stelzenstrasse bleiben erhalten und verleihen dem Areal Parkcharakter. Die künftigen Mieterinnen und Mieter kommen so in den Genuss intakter Natur

in einem städtischen Umfeld. Zum städtischen Umfeld gehört auch eine sehr gute Verkehrsanbindung an Autobahn, Tram, Bus und Eisenbahn. Und wer gerne in die Ferne schweift oder ein breites Einkaufsangebot schätzt, ist in wenigen Minuten am Flughafen Zürich. «Es ist für uns als Baarer Familienunternehmen nicht alltäglich, in Zürich ein Projekt mit fast 100 Wohnungen und einer modernen Sportanlage zu realisieren», erklärt Christoph Müller, Verwaltungsratspräsident der Alfred Müller AG. «Umso mehr freut es mich, hier ein gut gelegenes und abwechslungsreiches Wohn- und Freizeitangebot und damit einen Mehrwert für die Menschen in diesem Teil Zürichs zu schaffen.»

Text Othmar Bertolosi | **Fotos** Severin Jakob

Kontakt

Nicole Bürkle gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte:
nicole.buerkle@alfred-mueller.ch
+41 41 767 02 85

Wohnüberbauung Stelzenstrasse Zürich

Bauherrschaft: Alfred Müller AG

Architekten: Cerutti Partner Architekten AG

Fertigstellung: 2024

Angebot: 96 Mietwohnungen, 1.5 bis 4.5 Zimmer



Ein Wohnsitz im Tessin ist eine verlockende Option auch für den Ruhestand.

TENERO, RESIDENZA AI FIORI, 3. ETAPPE

Wohnen, wo andere gerne Ferien machen

Tenero ist für viele einer der Ferienorte der Schweiz. Das Dorf liegt direkt am nördlichen Ufer des Lago Maggiore, nur ein paar Kilometer vom Stadtzentrum von Locarno und Ascona entfernt, und ist mit dem privaten und dem öffentlichen Verkehr hervorragend erreichbar. Tenero verfügt im sehenswerten alten Dorfkern und im grossen Shoppingcenter über sehr gute Einkaufsmöglichkeiten. Der Kontrast von Bergen, weissen Sandstränden und Rebbergen schafft eine besondere Atmosphäre, die zum Bleiben einlädt.

Die erstklassige Lage verbunden mit dem milden Klima und der südlichen Ambiance machen Tenero auch zu einer

Oase, um auszuspannen und im Ruhestand die angenehmen Seiten des Lebens zu geniessen: von Sport, Baden, Grottos und Restaurants bis hin zum abwechslungsreichen Kulturangebot auf der Piazza Grande in Locarno oder in Ascona.

In Tenero baut die Alfred Müller AG die dritte und letzte Etappe der Residenza ai Fiori. Die Überbauung umfasst insgesamt sechs Gebäude mit 164 Wohnungen. Die Etappen 1 und 2 sind bereits fertiggestellt. Die Wohnanlage der dritten Etappe umfasst 84 Mietwohnungen mit 2.5 bis 4.5 Zimmern, 3.5-Zimmer-Maisonette-Wohnungen und 1200 Quadratmeter Gewerbeflächen unterschiedlicher Grösse.

Alle Wohnungen an herrlicher Lage sind mit grossen Terrassen ausgestattet und verfügen über grosszügige Grünflächen. Die Gewerbeflächen werden schlüsselfertig oder auf Wunsch auch im Rohausbau mit der Möglichkeit des individuellen Innenausbaus vermietet. Die Wohnungen und Gewerbeflächen werden in drei Phasen vermarktet. Die Übergabe der ersten Phase beginnt im September 2022.



Tenero, Residenza ai Fiori | Foto Elisabeth La Rosa



Grosse Terrassen und grosszügige Grünflächen tragen zur hohen Wohnqualität bei.

Herzlich willkommen – drei Fragen an Simone Findeis

Seit dem 23. Mai 2022 ist Simone Findeis Vorsitzende der Geschäftsleitung der Alfred Müller AG. Simone Findeis verfügt über umfangreiche und fundierte Erfahrungen in verschiedenen Funktionen. Sie war als CEO und Inhaberin der SF Bauconsulting GmbH und stellvertretende Chief Operation Officer (COO) der Architektur Rolf Stalder AG tätig. Weitere Stationen ihrer beruflichen Laufbahn waren die Implenia Schweiz AG als Mitglied der Geschäftsleitung Buildings für die Nordwestschweiz sowie die Strabag Gruppe, dort zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung in der Strabag Schweiz.

Was motiviert Sie an der neuen Aufgabe als Vorsitzende der Geschäftsleitung der Alfred Müller AG?

Es ist eine grosse Chance und Ehre, einem solch renommierten und traditionellen Familienunternehmen vorsitzen zu dürfen. Ich bin motiviert, mit meinem Wissen, meiner Erfahrung und meinem Team einen massgebenden Beitrag zum weiteren Geschäftserfolg der Alfred Müller AG zu leisten. Die Unternehmenskultur und die Werte der Familie Müller als tragende Säulen überzeugen mich sehr. Ihr Entscheid, die Führung des Unternehmens auch weiterhin in externe Hände zu geben, ist Ausdruck ihrer Tatkraft. Teil der

Alfred-Müller-Crew zu sein sowie das attraktive Unternehmensumfeld mit einer schlagkräftigen Organisation und dem vielfältigen Leistungsspektrum sind weitere Faktoren, wieso ich mich riesig auf die neue Herausforderung gefreut habe.

Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen, und wo legen Sie das Schwergewicht in den ersten Monaten?

In den ersten Monaten werde ich mir einen Gesamtüberblick verschaffen und setze den Fokus auf die Vertrauensbildung beim Verwaltungsrat und bei der Geschäftsleitung, bei den Mitarbeitenden sowie bei relevanten Partnern. Parallel dazu gilt es, die aktuellen globalen Herausforderungen mit politisch und wirtschaftlich unsicheren Entwicklungen sowie die Auswirkungen der Pandemie genau zu beobachten, um gegebenenfalls rechtzeitig Marktanpassungen einzuleiten. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Landakquisition als Basis unseres Kerngeschäfts.

Was ist Ihr persönliches Rezept für eine ausgewogene Work-Life-Balance?

Meine optimistische Lebenseinstellung, meine Fähigkeit, Prioritäten zu setzen und dem Alltag eine Struktur zu verleihen, sind wichtige Voraussetzungen,



 Simone Findeis, Vorsitzende der Geschäftsleitung der Alfred Müller AG

um mich nicht zu überfordern. Abschalten und Auftanken kann ich in meiner wertvollen Freizeit bei und mit meiner Familie, unseren Pferden und im Kreis unserer Freunde. Zudem achte ich darauf, unwichtigen, oberflächlichen oder sogar toxischen Themen wenig Raum zu geben, und fokussiere mich auf das aus meiner Sicht Essenzielle. Und wenn mal etwas in Schieflage gerät, vertraue ich als gebürtige Rheinländerin dem Motto «Es ist noch immer gut gegangen» und «Es kommt, wie es kommt».

Text Mélanie Ryser



Erster Weltcup-sieg für Priska Nufer

 Verdienter Jubel nach dem ersten Sieg im Skiweltcup.

Seit zehn Jahren fährt Priska Nufer im Ski-Weltcup die Speed-Disziplinen. Seit ihrem Ausbildungsstart mit 15 Jahren an der Sportmittelschule Engelberg begleitet und unterstützt die Alfred Müller AG die sympathische Obwaldnerin als Sponsorin. Im 144. Rennen hat es für Priska Nufer endlich geklappt, und sie holte in der Abfahrt von Crans Montana am 27. Februar 2022 ihren ersten Weltcupsieg.

Wir freuen uns mit unserer Markenbotschafterin darüber. Als Immobilienunternehmen wissen wir aus eigener Erfahrung, dass es manchmal viel Geduld braucht, um am Ende erfolgreich zu sein.

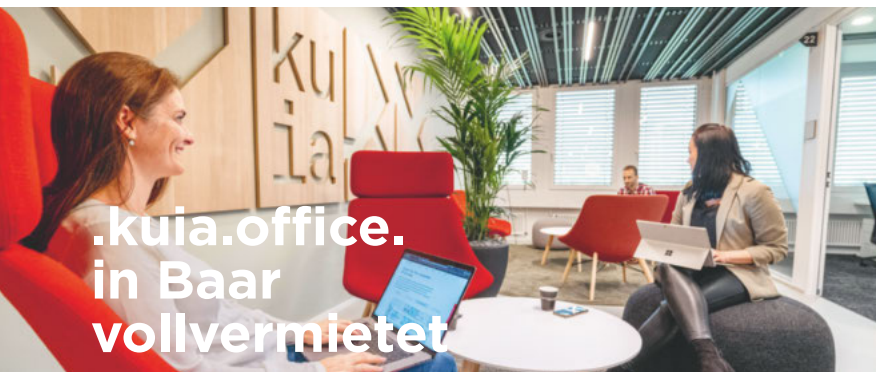
Text Othmar Bertolosi

Foto Keystone/Alessandro della Valle



Ein voller Erfolg: Alle 31 stilvoll möblierten Büroräumlichkeiten im **kuia.office.** sind vermietet.

Foto Tino Scherer



.kuia.office. ist die flexibel ausstattbare Bürolösung für Einzel- und Kleinunternehmen sowie Projektgruppen. Die Alfred Müller AG hat das Angebot im November 2020 gestartet. Mit Erfolg: Zum ersten Geburtstag im November 2021 waren bereits zwei Drittel der 31 Büros mit einer Gesamtfläche von 1500 Quadratmetern vermietet.

Anfang 2022 hat die Nachfrage nach .kuia.office. weiter kräftig Fahrt aufgenommen, und seit Ende März 2022 ist .kuia.office. erfreulicherweise vollvermietet. Teil der Erfolgsgeschichte ist, dass ehemalige .kuia.-Kunden expandieren konnten und im Quadrolith gleich nebenan Büroflächen bezogen haben. Die Erfolgsgeschichte von .kuia.office. soll künftig an weiteren Standorte fortgesetzt werden.

EVZ macht das Unmögliche möglich und ist Schweizer Eishockeymeister



Die Alfred Müller AG unterstützt den EVZ seit 45 Jahren. **Foto** Othmar Bertolosi

Nach einer noch nie da gewesenen Aufholjagd holte der EV Zug am 1. Mai 2022 im alles entscheidenden siebten Playoffspiel gegen den ZSC den zweiten Schweizer-Meister-Titel in Serie. Die Leistung des EVZ verdient höchste Anerkennung und ist einmalig im Schweizer Eishockey.

Die Alfred Müller AG steht seit 45 Jahren an der Seite des EVZ und gratuliert ganz herzlich zur sehr erfolgreichen Saison und dem verdienten Meistertitel.

Beste Aussichten

Massagno, eine der flächenmässig kleinsten Gemeinden der Schweiz, grenzt als Vorort direkt an Lugano. Der Kastanienbaum im Gemeindewappen erinnert an die Lage auf einem kastanienreichen Hügel oberhalb des Luganersees. In Massagno plant die Alfred Müller AG eine Wohnüberbauung mit rund 95 Einheiten, 2.5- bis 5.5-Zimmer-Wohnungen, davon je gut die Hälfte Miet- und Eigentumswohnungen. Die Überbauung wird sehr zentral gelegen sein, nur gerade zehn Minuten vom Bahnhof Lugano entfernt.

Die Baueingabe für das Projekt wird im Frühling 2023 erfolgen.



Modernes Wohnen in Massagno: Die drei Wohngebäude fügen sich optimal in die Umgebung ein.

Visualisierung und Plan
ARC Architetti Russo
Cortesi Sagl

Agenda

8.-11. SEPTEMBER 2022

Bauen & Modernisieren Messe Zürich

www.bauen-modernisieren.ch

10.-13. NOVEMBER 2022

Hausbau+Energie Messe BERNEXPO Gelände Bern

www.bau-energie.ch

22.-30. OKTOBER 2022

Zuger Messe

www.zugermesse.ch

24. NOVEMBER 2022

Schweizer Bautagung 2022 Campus Sursee

www.bautagung.ch

3.-4. NOVEMBER 2022

NZZ Real Estate Days Alpengold Davos

www.realestate.nzz.ch/real-estate-days

Impressum

Herausgeber

Alfred Müller AG,
Neuhofstrasse 10, 6340 Baar,
041 767 02 02,
E-Mail: marketing@alfred-mueller.ch

Redaktionelle Leitung

Othmar Bertolosi, Abteilung Marketing
und Kommunikation Alfred Müller AG;
Monika Mingot, Linkgroup AG

Autoren

Othmar Bertolosi, Baar; Julia Kliewer, Zürich;
Samantha Taylor, Zürich; Daniel Bütler, Zürich;
Monika Mingot, Zürich; Janine Geigele,
Hünenberg

Gesamtkonzept/Design/Realisation

Linkgroup AG, Zürich, linkgroup.ch

Auflage

10 600 Exemplare

Nächste Ausgabe

Dezember 2022

ALFRED MÜLLER AG

BAAR
FRIBOURG
CAMORINO

