Schöner wohnen mit Glasfaser

Autor(en): **Ernst, Meret**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **17 (2004)**

Heft 8

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-122411

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

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

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Schöner wohnen mit Glasfaser

‹Nanoo› ist eine Schweizer Möbelkollektion. Ihre Teile können drinnen und draussen gebraucht werden. Tische, eine Liege und ein Stuhl bestehenhauptsächlich aus Glasfaser verstärktem Kunststoff. Das kommt nicht von ungefähr: Die Kollektion wurde von der Firma Faser-Plast initiiert.

Text: Meret Ernst
Fotos: Friederike Baetcke

1

: Im Rickenbacher Industriegebiet, sieben Taxi-Minuten vom Bahnhof Wil SG, ist die Strasse aufgerissen. Es riecht nach Landwirtschaft, die nicht weit sein kann. Hier ist die Firma Faser-Plast, der Fabrikladen liegt gleich neben dem Empfang und dieser neben den Produktionshallen. Darin wird gebaut, was wohl jedes in der Schweiz lebende Kind kennt. Faser-Plast produziert und vertreibt seit 1972 unter anderem Rutschen, Planschbecken und Spielgeräte. Aus Glasfaser verstärktem Kunststoff (GFK) und deshalb witterungsbeständig, vandalensicher und bunt. Neben Kindern bedient Faser-Plast auch Wirte, Gartenbesitzer, Landwirte, Tierzüchter, Obstbauern und Winzer. Faser-Plast stellt alles her, was in Haus und Hof und auch teilweise in der Industrie gebraucht wird. Und zunehmend auch anderes: Für die Expo.02 baute Faser-Plast die Brücke zur Wolke und das Glasfaserdach des Forum Soft auf der Arteplage Yverdon.

Pascal Kesseli hat das Unternehmen vor drei Jahren zusammen mit zwei Partnern gekauft. Der Besitzer suchte aus Altersgründen einen Nachfolger. «Wichtig war mir, dass das Unternehmen eine ausbaubare Produktion hat. Der eingeführte Name, der direkte Draht zum Endkonsumenten: alles attraktiv. Und es ist ein gesundes Unternehmen», betont Pascal Kesseli. Lange Jahre erzielte Faser-Plast mit der Produktion nur gerade 15 Prozent des Umsatzes. Der Vertrieb war stets wichtiger. Nun baut Pascal Kesseli die

1 Christian Deubers Stehleuchte ‹Nan05› ergibt zusammen mit Jörg Boners überarbeiteter Liege ein gepflegtes Ensemble.

2 Drinnen und draussen gut: Stuhl ‹Nan06› von Christophe Marchand und der überarbeitete Gartenbeiz-Klassiker ‹Nan01›

3 Der zwei Meter lange Tisch ‹Nan02› von Dominic Kesseli eignet sich als Schreibtisch und auch als Garten- oder Esstisch.

4 Wie alle Teile ist der Beistelltisch ‹Nan04› nicht nur weiss, sondern ab 30 Stück gegen Aufpreis in allen RAL-Farben zu haben.

2

Produktion aus und setzt auf eigene Entwicklungen. Die Mitarbeiterzahl konnte er von 19 auf 28 erhöhen: Kesseli schaffte es, einen Grossauftrag für Hafen-Mobilkräne an Land zu ziehen. Für die nächsten sechs Jahre baut Faser-Plast die GFK-Verkleidungen für diese immensen Kräne.
Das Sortiment für den Heim- und Gartenbedarf stand bisher nicht unter dem Verdacht, Designpreise einzuheimsen. Funktionale Behälter in Tannengrün, schwarze Pumpen und Tonnen, Gartenmobiliar aus Vollplastik mit Marmor-Deko. Alles grundsolide und in hunderttausenden von Schweizer Gärten anzutreffen.
Dagegen wirken die weissen Möbel unter dem Label ‹nanoo by faserplast› wie von einem andern Stern. Das erste Mal aufgefallen sind der kleine und der grosse Tisch, die Liege, der Beistelltisch, die Lampe und der Stuhl im letzten November an der Messe Neue Räume. Auch deshalb, weil der Auftritt frisch und die Grafik ungewohnt ist. Unter dem Label firmieren die Designer Jörg Boner, der als Art Director die Kollektion entwickelt (HP 9/03), Christian Deuber, Christophe Marchand und der Bruder des Geschäftsführers, Dominic Kesseli. «An dieser Wahl wird es nicht scheitern», meint Sylvie Merlo, die als PR-Fachfrau diverse Möbelproduzenten betreut. Sie weiss, was es kostet, bis eine Kollektion erfolgreich positioniert ist. Qualität und Neuheit allein genügen nicht, entscheidend ist eine Finanzierung, welche die Anlaufzeit überbrückt. Pascal Kesseli: «Wir geben der Kollektion Zeit, bis sie sich selbst trägt. Bis dahin ist der Umsatz noch nicht relevant. Wichtig ist erst der Auftritt. Und dass die Teile verfügbar und lieferbar sind. Erst dann kommt die Umsatzplanung.»

Drinnen und draussen

Tisch, Stuhl und Liege stehen drinnen und draussen. Jörg Boner: «Wir gingen vom Faser-Plast-Tischklassiker aus, der nicht nur in sämtlichen Schweizer Gartenbeizen, sondern auch im einen oder anderen Haushalt als Esstisch anzutreffen ist. Wir haben den Fuss modifiziert und den Tisch als ‹nan01› herausgebracht.» Der Tisch, der mit einem runden oder rechteckigen Blatt zu haben ist, setzte die Leitlinie. Jörg Boner fasst zusammen: «Die Kompetenz von Faser-Plast ist und bleibt – neben dem Handel – der Umgang mit Glasfaserkunststoff. Glasfaser lässt vieles zu. Die Kollektion basiert auf diesem Werkstoff. Trotzdem setzen wir das Material nur dort ein, wo es Sinn macht.» Sein Fuss aus Akazienholz macht aus einer simplen Strandliege, wie sie in ähnlicher Form zu hunderttausenden die Küsten des Südens ‹zumüllen›, eine gepflegte Chaiselongue. Ihr Ready-Made-Charme zielt auf Kunden, welche den Witz eines Möbels erkennen. Das gilt auch für den grossen Tisch, den Dominic Kesseli beisteuerte: Mit seinem glanz- oder mattweissen GFK-Blatt auf einem einfachen Chromstahlgestell ist er eine einzige grosse Leerstelle. Der Tisch kommt derart selbstverständlich daher, dass man ihn am liebsten in jedes Zimmer stellen möchte. Und auf den Balkon. Auch der Stuhl von Christophe Marchand lässt sich ebenso gut drinnen wie draussen nutzen. Gefertigt wird er aus einer GFK-Schale, die auf einem Gestell aufliegt. Die extrabreite Armlehne verheisst deutlich mehr Komfort, als er bei Gartenstühlen üblich ist.
Eindeutig drinnen sind der kleine Beistelltisch und die Lampe angesiedelt. Christian Deuber hat letztere zur Kollektion beigesteuert und gleich einen Volltreffer gelandet. Sie steht bereits in der Design Sammlung des Museums für Gestaltung. Der Lampenschirm in Polyethylen lässt sich stufenlos verschieben, mit einem Fingerdruck auf die matt vernickelten Metallteile wird das Licht gedimmt. Sie ist bequem zu bedienen, spendet angenehmes Licht, hat kecke Details und durch die Wahl des Materials bedient sie eine unangestrengte Beiläufigkeit. Demgegenüber wirkt der kleine Beistelltisch auf einem festen oder drehbaren Sockel etwas gar angestrengt. Und das, obwohl die schwierige Produktion der u-förmig gerundeten GFK-Platte souverän beherrscht wird.

Am Anfang stand das Material

Die Kollektion richtet sich an Leute, die ihre Billigmöbel, aber nicht die damit verknüpfte Lockerheit hinter sich lassen wollen. «Wir entwickeln Möbel für Leute, die zwischen der Ikea-Wohngemeinschaft-Generation und der Klassiker-Generation ihrer Eltern stehen», erläutert Jörg Boner. Es geht nicht um teure Materialien, sondern um adäquate Formen. Der GFK unterstützt ein solches Anliegen. Und dieses deckt sich nicht zuletzt mit der Absicht von Pascal Kesseli. Er war nämlich auf der Suche nach einem Projekt, mit dem er seine Produktion in neue Kundensegmente tragen kann. Die Möbelkollektion, die daraus entstand und dereinst auf eigenen Füssen stehen soll, hat auch damit zu tun, dass er die Erfahrung nicht mehr missen möchte, mit Gestaltern zusammenzuarbeiten: «Ich sehe das als Weg, die Firma zu modernisieren, ideenfreudiger und stärker in der Entwicklung zu machen.» Zu hoffen bleibt, dass eine solche Unternehmensstrategie langfristig wirkt. Und dass die Nische im Möbelmarkt gross genug ist. Damit noch viele GFK-Perlen auf den Markt kommen. •

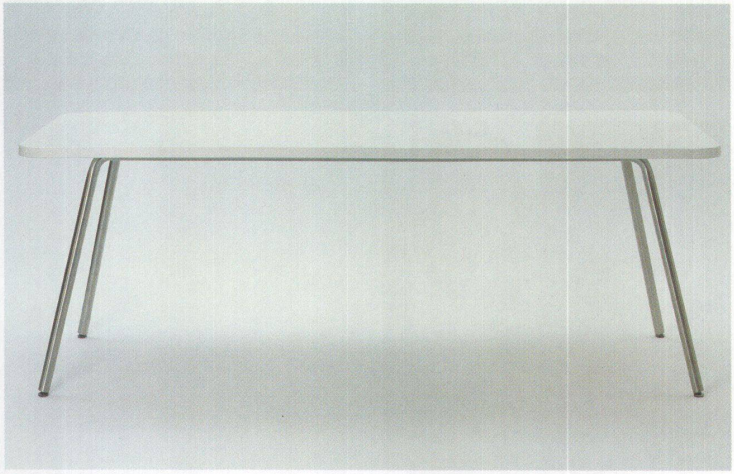
Der Werkstoff

GFK ist chemisch weit gehend resistent und witterungsbeständig. Er hat eine minimale Wärmeleitfähigkeit und ein geringes spezifisches Gewicht, was eine eher geringe Steifigkeit nach sich zieht.

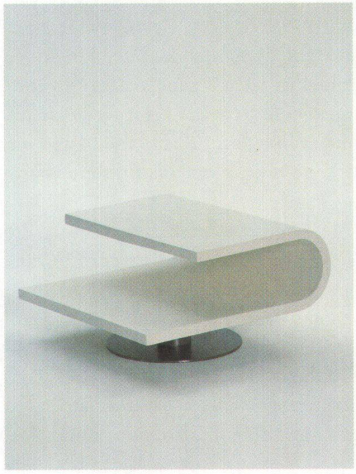
Stimmen zu ‹nanoo›

--› Norbert Wild, Kurator Design Sammlung MfGZ: «Schwierig zu sagen, ob die Kollektion überlebensfähig ist. Nicht aufgrund der unbestrittenen Qualität, sondern mit Blick auf den Markt: Kleinere Kollektionen werden, sobald sie die ersten Erfolge feiern, sofort kopiert und billiger angeboten. Die Chancen steigen, wenn es gelingt, den innovativen Kern von ‹nanoo› (Umgang mit Materialien, Funktionalität bei der Leuchte) mit Werten am Leben zu erhalten, welche echte Bedürfnisse abdecken, und sie formal eigenständig umzusetzen. Denn im Moment strahlt die Kollektion noch eine Modernität aus, die man bereits zu kennen meint.»

--› Sylvie Merlo, SMK: «Der Möbelmarkt ist gesättigt und wegen fehlender Budgets nicht sehr experimentierfreudig. Eine neue Kollektion auf den Markt zu bringen, kostet viel Geld. Oft werden die Mittel unterschätzt, die für Marketing investiert werden müssen. Auch das Timing muss stimmen: Steht die Kollektion, muss man schnell und breit den Markt besetzen. Sonst haben die Kopisten ein leichtes Spiel. Mit einer Kollektion kann ein Produktionsbetrieb durchaus strategische Ziele verfolgen. Bei Schreinereien wie Röthlisberger oder Glaeser (Wogg) sind aber Synergien zwischen Kerngeschäft und Kollektion deutlicher als bei Faser-Plast.»



3



4