

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Band:** 4 (1991)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Wogg AG : Dättwil-Mailand retour  
**Autor:** Tresp, Urs  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-119403>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

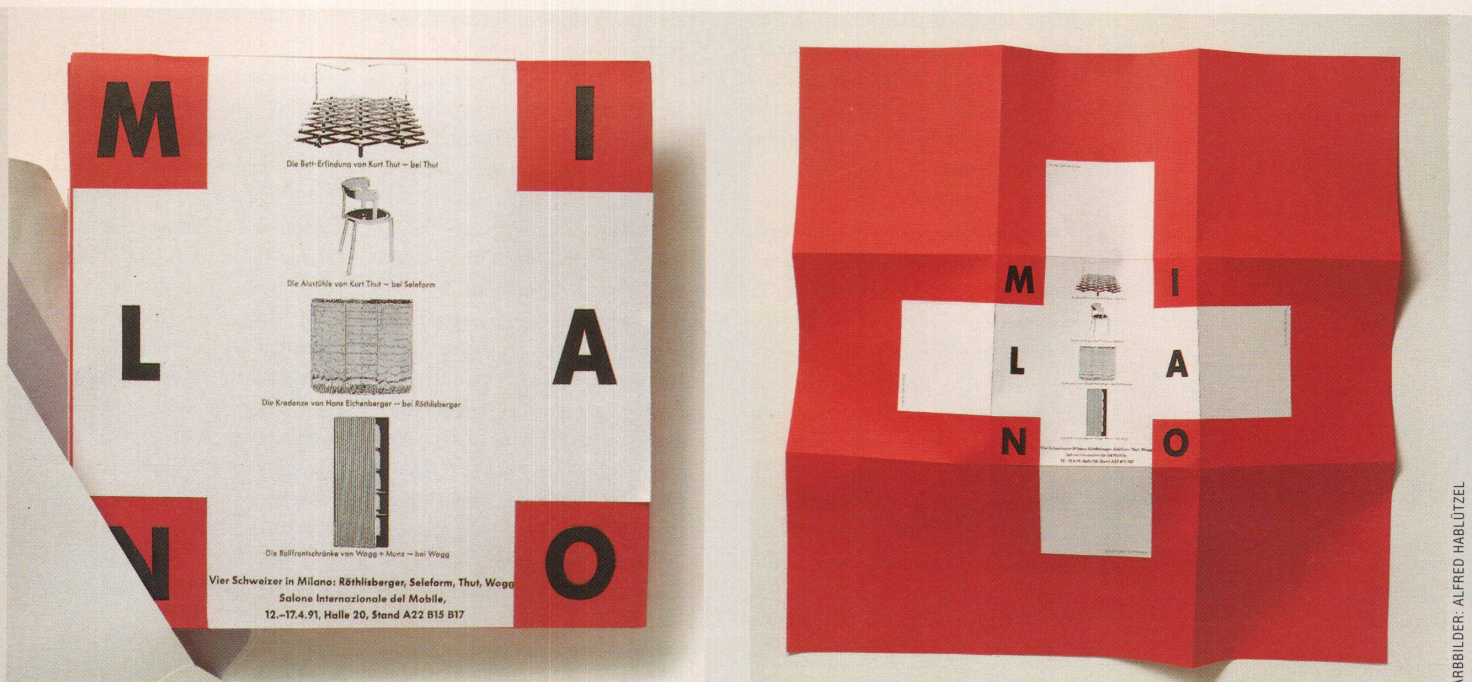
### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 17.11.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Dättwil – Mailand re



Für die Badener Firma Wogg AG, die sich – zusammen mit Thut AG, Kollektion Röthlisberger Schweiz und Seleform – dieses Jahr zum dritten Mal an der grossen internationalen Mailänder Möbelmesse (12. bis 17. April) präsentiert, ist das «Unternehmen Milano '91» eine Generalstabsübung.

Aufs erste erscheint es paradox: Ein kleineres Schweizer Möbelunternehmen scheut keine Kosten und Mühen, um ennet dem Gott hard – am Mailänder Salone Internazionale del Mobile – seine besten Stücke zu präsentieren – für eine Kundschaft, die grösstenteils gleichfalls von diesseits der Alpen angereist kommt. «Mailand ist eben die Weltbühne für Möbeldesign. Während fünf Tagen trifft sich hier Krethi und Plethi – alles, was international in Sachen Möbel Rang und Namen hat. Vor acht Jahren haben wir uns entschieden mitzumachen, bereut haben wir es nie», erklärt Otto Gläser das

nur scheinbare Paradox. Otto und sein Cousin Willi Gläser führen zusammen im Badener Stadtteil Dättwil die Wogg AG.

## Ein halbes Jahr vorbereiten

Der Aufwand allerdings ist immens: Ein halbes Jahr dauern die Vorbereitungen, nicht weniger als 120 000 Franken stecken Wogg, Thut und Röthlisberger, die nach 1988 zum zweiten Mal als Trio in Mailand auftreten, in das Unternehmen – 75 000 Franken allein für die Standplatzmiete. Mehr als 20 Tonnen Material wird in die lombardische Metropole befördert, sechs Angestellte sind während dreier Tage mit dem Aufbau und während zweier Tage mit dem Abbau des Standes beschäftigt. «Wir wissen, dass wir einen grossen Aufwand betreiben. Aber unser Auftritt in Mailand soll die Philosophie unseres Unternehmens sichtbar machen: nicht ausgerichtet auf den schnellen Effekt, den knalligen

Gag, sondern ausgerichtet auf solide Qualität, auf Langlebigkeit und Konstanz.» Wenn Otto Gläser dafür als Perfektionist bezeichnet wird, empfindet er das als Kompliment: «Das Resultat davon ist, dass wir top vorbereitet nach Mailand kommen. So entgehen wir der Gefahr, im Ausstellungsgetümmel unterzugehen.» Zufälligkeiten oder Improvisationen gibt es für die Schweizer Mailandfahrer nicht, alles ist besprochen, geplant, diskutiert worden: Den Stand hat der Designer Hans Eichenberger entworfen, gebaut wird er von Leuten von Röthlisberger, Kurt Thut ist Manager und Koordinator für das Erscheinungsbild, und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Wogg betreuen das Ressort Logistik.

## Die entscheidenden fünf Tage

Aber: Lohnt sich dieser Aufwand? Otto Gläser zögert keine Sekunde: «Auf jeden Fall. In diesen fünf Tagen, da läuft's ab, da wird man

# ur

Schweiz in Milano – schon auf der Einladungskarte von Alfred Hablützel überraschend präsentiert

wahrgenommen, da muss man sich imagemässig inmitten der besten internationalen Konkurrenz bewähren.»

Der Wogg AG ist das bei ihren bisherigen drei Mailänder Auftritten (1984/86/88) gelungen: «Ohne Überheblichkeit dürfen wir sagen, dass wir in Mailand zu den zehn Prozent Ausstellern gehören, die qualitativ hochstehende, beständige Möbel zeigen.» Ein nicht zu unterschätzendes Zeichen des Erfolgs: «Unser Stand ist immer auch gesellschaftlicher Treffpunkt.»

Auch dies allerdings ist nicht zufällig: Die rund 1000 Einladungskarten (gestaltet von Alfred Hablützel) werden nicht nach dem Giesskannenprinzip, sondern ganz gezielt verschickt. Der grösste Teil geht an die Stammkundschaft in der Schweiz und in Deutschland, aber auch in Hongkong, Neuseeland oder Island werden Liebhaber oder mögliche Liebhaber von Wogg-Möbeln angeschrieben. «80 Prozent der Eingeladenen kommen auch wirklich. Das ist doch ein schöner Erfolg. Vorzeigestück bei Wogg an dieser Mailänder Messe ist der Rollschrank mit dem neuen dazugehörigen Sideboard. Beide Möbel sind zusammen mit dem Beschlägetüftler Johann Munz entwickelt worden.»

Allerdings steht für Otto Gläser nicht das Neue, Überraschende im Vordergrund. «Zu zwei Dritteln zeigen wir Beständenes.» Dies im Unterschied zu vielen italienischen Ausstellern, die häufig Objekte und Möbelstücke zeigen, die gar nie in Produktion gehen oder schnell wieder verschwinden.

Wie lange das Mailänder Publikum die überlegte, konstante Entwicklung der Wogg-Kollektion allerdings noch mitverfolgen kann, ist ungewiss. Noch nicht klar ist, ob das Schweizer Trio beim nächsten Salone Internazionale del Mobile überhaupt wieder dabei ist. Künftig nämlich soll die Messe – wie heuer erstmals – immer im Frühling und nicht mehr wie früher im Herbst stattfinden. Das gibt Friktionen mit der Planung für die Kölner Möbelmesse (Januar). Otto Gläser: «Unmittelbar nach Mailand werden wir uns entscheiden müssen: entweder Köln oder Mailand. Für ein kleines Unternehmen, wie wir es sind, liegt beides nicht drin.»

## Das Herz schlägt für Milano

Wie man sich bei Wogg, Röthlisberger und Thut entscheiden wird, ist noch völlig offen: «Von unserer Kundschaft her wäre Köln eigentlich logischer, Mailand ist eben auch eine Selbstinszenierung der italienischen Designszene.» Gläser ist nicht nur der gewissenhafte Planer, er ist auch ein Sinnenmensch. Und das

Willi Gläser, Johann Munz und Otto Gläser (von links) mit dem Rollschrank, ihrem Paradestück

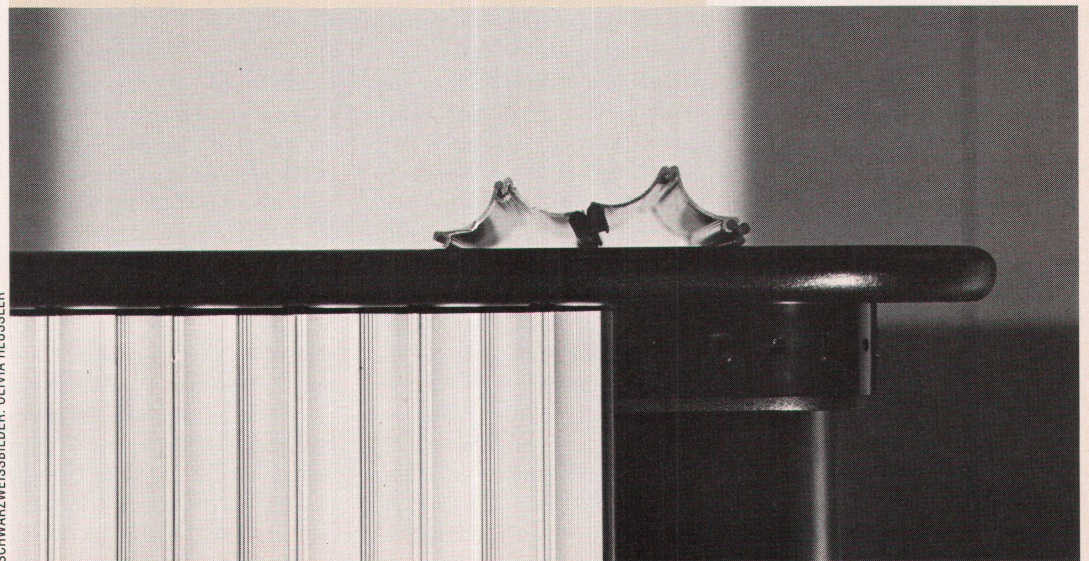
Herz des Sinnenmenschen schlägt für Mailand: «Da stimmt halt auch das ganze Umfeld, das Essen, das Trinken, die Begegnungen, die Stimmung. Italianità halt.»

Vor dem definitiven Entscheid will man sich noch einmal voll hineinbegeben in den grossen Jahrmarkt mit seinen fast 2000 Ausstellern (1730 italienische, 230 ausländische). «Das Ganze ist für mich – und ich glaube für die andern auch – wie ein belebendes Bad. Oder», fügt der Badener Lokapatriot Otto Gläser bei, «wie eine Badenfahrt.» Für Nichtbadener: Das ist ein alle fünf Jahre stattfindendes Fest, bei dem während zehn Tagen den sinnlichen Genüssen des Lebens gehuldigt wird.

URS TREMP ■

Neben dem Team Wogg-Thut-Röthlisberger-Seleform sind in Mailand auch «Anstatt-Möbel» (Eduard Baumann, Zürich, und die Victoria AG, Cham, als Schweizer Hersteller vertreten.

Der Rollschrank im Detail: Ergebnis überlegter, konstanter Entwicklung



SCHWARZWEISSBILDER: OLIVIA HEUSSLER