

Objektyp: **AssociationNews**

Zeitschrift: **Tec21**

Band (Jahr): **128 (2002)**

Heft 12: **Fokus Glas**

PDF erstellt am: **11.09.2024**

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.

Werbung für Planer: Einzigartigkeit herausstreichen

Manchmal kommunizieren sich gute Projekte und gute Bauten selbst. Doch die Öffentlichkeit nimmt diese erst wahr, wenn sie realisiert sind und die Baureklame längst verschwunden ist. Planer können durchaus etwas nachhelfen, um ihre Marktchancen zu verbessern. Und ausser der Mund-zu-Mund-Werbung haben Planungsbüros weitere Möglichkeiten, um Kunden zu finden und ihre Marktchancen verbessern.

Botta, Diener & Diener, Herzog & de Meuron, Morger & Degelo, Zumthor – beinahe jede Person in der Schweiz kennt die Namen dieser Stararchitekten. Ihre Bekanntheit verhilft ihnen zu neuen Aufträgen und macht einen Teil ihres Markterfolges aus. Was für die Stars auf dem internationalen Markt zählt, gilt auch für Planungsbüros von regionaler Bedeutung.

Firmenname als Aushängeschild

Planungsbüros haben durchaus Möglichkeiten, ihre Firma in ihrer Region besser bekannt zu machen. Eine eingängige Firmenbezeichnung bleibt besser in Erinnerung als ein Allerweltsname. Mit dem aus der Geschichte bekannten Namen Medici verbindet sich mehr als mit dem weit verbreiteten Familiennamen Müller. Doch auch Müller kann sich profilieren, indem er seinen Vornamen und den Familiennamen mütterlicherseits in seine Firmenbezeichnung aufnimmt. Max «Müller Platzer Architekten» weckt mehr Interesse und bleibt besser in Erinnerung als ein abgedroschenes «Müller Architekten». Oder Müller kann seine Firmenbezeichnung mit dem Ort des Firmensitzes präzisieren: «Müller Brittnau Architekten ETH SIA». Eine weitere Möglichkeit ist, statt des Familiennamens einen Fantasienamen zu wählen, z. Bsp. «M-plan Architekten».

Der einprägsamste Name nützt nichts, wenn die planerische Leistung nicht stimmt. Am Markt buhlen zahlreiche Büros, die

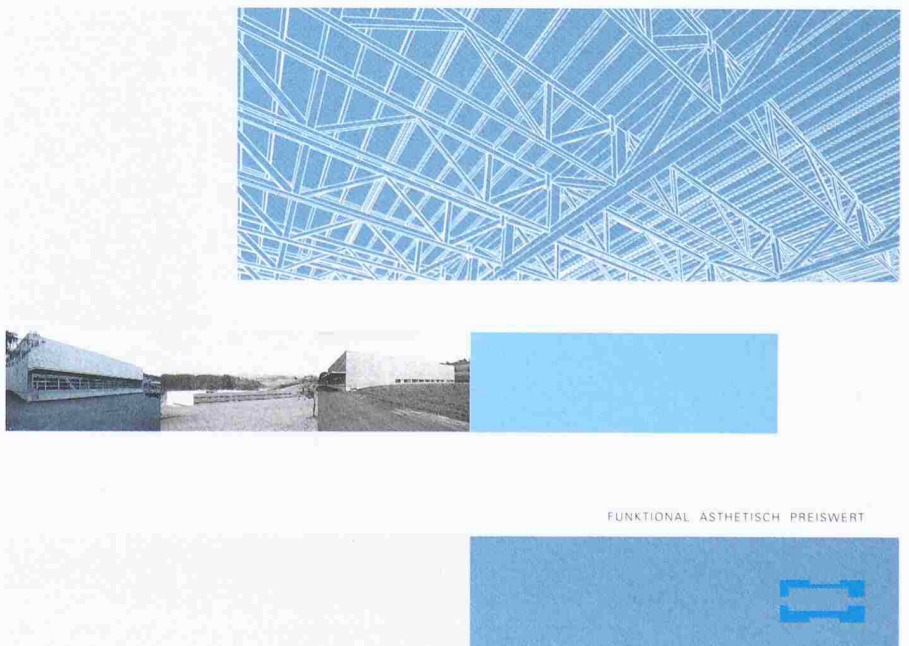
gute planerische Leistungen erbringen, um die Gunst ihrer Kunden. Wer in dieser Situation in einer bestimmten Region Einzigartigkeit lebt und pflegt, kann sich auf Dauer besser gegen die Konkurrenz durchsetzen. Der Name, das damit verbundene Erscheinungsbild, die Firmengrundsätze und die Marktleistungen zusammen machen die Einzigartigkeit auf dem Markt aus. Bei Konsumgütern, selbst bei Dienstleistungsunternehmen, heisst die Zauberformel «Brandmarken» (Branding). Für Produkte und Dienstleistungen werden Welten geschaffen, mit denen sich die Zielgruppe identifizieren kann.

Ein Profil geben

Der junge Holzbauingenieur Pirmin Jung erweiterte die Firmenbezeichnung «Pirmin Jung GmbH» mit der Bezeichnung «Holzbauingenieure», einem unverwechselbaren Logo und einem dezenten, sachlich wirkenden Blau als Firmenfarbe. Das Logo, das in abstrakter Form eine Holzzelle zeigt, stellt den Bezug zur Tätigkeit der Firma her. Die schlichte Grotteskschrift auf sämtlichen Dokumenten entspricht den technischen Dienstleistungen des Büros. Mit diesem einprägsamen Erscheinungsbild fällt die Firma am Markt mehr auf.

Dosiert vorgehen

In mehreren Gesprächen mit einer Werbefirma erarbeitete der Unternehmer die Schwerpunkte der Firma und die Grundsätze für die Arbeit. Als diese Umschreibung der Marktleistungen und das Erscheinungsbild feststanden, war der Zeitpunkt gekommen, an die Öffentlichkeit zu treten. «Einmal ist keinmal»: Es ist deshalb sinnvoll, nicht alles Pulver auf ein Mal zu verschiessen



FUNKTIONAL ÄSTHETISCH PREISWERT

Mit einer Postkarte, die repräsentative Objekte zeigt, erinnerte eine Holzbaufirma ihre Kunden und Geschäftspartner an ihre Leistungen (Bild: Alfred Maurer)



Gute Objekte kommunizieren sich manchmal von selbst. Doch es lohnt sich, durch gezielte Massnahmen nachzuhelfen. Wohnhaus in Däniken. Architekt: Ueli Zbinden (Bild: Lore Kelly)

und dosiert vorzugehen. Nur wer sich immer wieder und bei verschiedenen Gelegenheiten zu Wort meldet, wird nicht vergessen.

An die im Vorfeld bestimmten Zielgruppen, die Architekten, potentielle Bauherren, Vertreter der Verwaltung und Politik sowie wichtige Partner versandte Pirmin Jung deshalb zuerst eine grosse Postkarte, auf der er das neue Erscheinungsbild und die damit verbundene Geschichte sowie die Marktleistungen und die Firmenphilosophie kurz vorstellte.

Auf die Karte folgte später eine ausführliche Firmenbroschüre mit der Firmenphilosophie, den Marktleistungen und Referenzobjekten. Jährlich sind drei bis vier weitere Karten geplant, die über repräsentative Objekte informieren, an denen das Unternehmen beteiligt ist.

Geh zum Schmied ...

... und nicht zum Schmiedle. Geh zum Fachmann und nicht zum Bastler. Wer ein Bauwerk aus Holz plant, beansprucht die Dienste eines Holzbauingenieurs. Wer werben will, kann dies zwar selber besorgen. Doch es ist sinnvoll, in diesem Fall auch einen Fachmann beizuziehen. Wer in der Baubranche tätig ist, hat Erfahrung mit Wettbewerben. Warum also nicht einige Werbeagenturen einladen, ein Konzept vorzulegen? Und die besten Texte werden kaum beachtet, wenn sie nicht bebildert sind oder wenn dafür nur stümperhafte Amateurfotos zur Verfügung stehen. Damit stets gute Fotos zur Hand sind, lohnt es sich, einen Berufsfotografen zu beauftragen, die Tätigkeit der Firma und insbesondere fertige Werke zu dokumentieren.

*Alfred Maurer, Kommunikationsberater, Solothurn
Peter P. Schmid, Redaktor BR, Generalsekretariat SIA*

STELLENANGEBOTE

Für die Realisierung eines grösseren Bauvorhabens suchen wir einen erfahrenen

Bauleiter

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung
Andreas Rigert + Patrik Bisang Architekten AG
ETH dipl. Arch. BSA SIA, Sälistrasse 23a, 6005 Luzern



GEMEINDE ZOLLIKON Bauabteilung

Die Bauabteilung Zollikon ist ein Dienstleistungsunternehmen im Bereich Hoch- und Tiefbau. Sie befasst sich mit Raumplanung, Baubewilligungen, Denkmal- und Naturschutz, Öffentlichem Verkehr und Tiefbauten.

Für den Bereich Tiefbau suchen wir per 1. Juni 2002 oder nach Vereinbarung infolge Pensionierung des Stelleninhabers eine/n initiative/n und gewissenhafte/n

Bauingenieur/in HTL/FH (100%)

oder Tiefbauzeichner/in mit entsprechender Erfahrung und Weiterbildung.

In dieser Funktion unterstützen Sie den Leiter Infrastruktur bei der Umsetzung von Infrastrukturbauten. Sie setzen die Werterhaltungsmassnahmen in den Bereichen Kanalisations- und Strassenunterhalt um, projektieren selbständig kleine Tiefbauvorhaben und übernehmen Bau- und Oberbauleitungen.

Anforderungen:

- Bauingenieur/in HTL/FH oder Lehre als Tiefbauzeichner/in mit entsprechender Erfahrung und Weiterbildung
- Erfahrung im Strassen- und Kanalisationsbau sowie Kenntnisse in Hydraulik erwünscht
- Idealalter: Bis 40 Jahre
- Selbständigkeit, Flexibilität, Belastbarkeit
- Gute PC-/EDV-Anwenderkenntnisse
- Teamfähigkeit und gute Umgangsformen.

Wir bieten Ihnen eine interessante und vielseitige Tätigkeit in einem kleinen Team, gleitende Arbeitszeit und einen den Anforderungen und Leistungen entsprechenden Lohn sowie gute Sozialleistungen.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Jürg Adank, Leiter Infrastruktur, Tel. 01/395 34 24, gerne zur Verfügung.

Die handschriftliche Bewerbung mit Photo, Lebenslauf und den weiteren Unterlagen senden Sie bitte an Herr Jürg Adank, Bauabteilung der Gemeinde Zollikon, Postfach 212, 8702 Zollikon.

Architektur auf Zeit

(pps) Nach 159 Tagen Ausstellungs-dauer sollen sämtliche Bauten der Expo.02 wieder verschwinden und nichts als Erinnerungen zurückbleiben. Dieses Bauen auf Zeit ist für Architekten und Ingenieure eine besondere Herausforderung und bietet verlockende Möglichkeiten. In der SIA-Dokumentation «Vers une architecture éphémère» stellen namhafte Architekten und Ingenieure ihre Überlegungen und Erfahrungen zum Bauen für eine begrenzte Zeit, teils in französischer, teils englischer Sprache vor. Zahlreiche Bauten galten seinerzeit als derart vorbildlich, dass sie über die ursprünglich beschränkte Nutzungsdauer hinaus erhalten blieben, zum Teil bis zum heutigen Tag. Beispiele sind der berühmte Eiffelturm, das Le-Corbusier-Haus in Zürich oder einzelne Bauten der Expo 64. Alle besprochenen Bauten erforderten Erfindungen, unkonventionelle Methoden und neue konstruktive und organisatorische Lösungen. Nebst historischen Bauten reichen die im Buch vorgestellten Beispiele von provisorischen Brücken über Bauten aus Papier und Karton des Japaners Shigeru Ban bis zu den Bauten für die Expo.02.

«Vers une architecture éphémère – Reflexions dans le cadre d'Expo.02.», SIA-Dokumentation D0172. Referate der EPFL-Tagung vom 10. Januar 2002 teilweise in Französisch, teilweise in Englisch, 40 Seiten A4, mit schwarz-weißen Illustrationen, herausgegeben vom SIA zusammen mit der EPFL, 2002, Fr. 36.–.

Erhältlich bei SIA Auslieferung, Schwabe & Co AG, Postfach 832, 4132 Muttenz 1, Tel. 061 467 85 74, Fax 061 467 85 76, E-Mail: auslieferung@schwabe.ch



Freie Kursplätze

In folgenden Kursen sind Plätze frei:

Nr.	Thema	Datum	Ort
CM8-02	Nachforderungen	4.+11. April	Zürich
PM8-02	Projektmanagement	10.–12. April	Aegeri
GD1-02	Geneigte Dächer	11. April	Zürich

Die Detailbeschreibungen finden Sie im gedruckten Weiterbildungsprogramm 2002 des SIA und auf der Homepage www.sia.ch unter Weiterbildung. Auskünfte und Anmeldung bei [sia form](mailto:sia_form), Kursadministration, Selnastr. 16, Postfach, 8039 Zürich, Tel. 01 283 15 58, Fax: 01 201 63 35, E-Mail: form@sia.ch

Neuer SIA-Fachverein

Am 8. November 2001 hat der Fachverband Schweizer Raumplanerinnen und Raumplaner (FSU) seinen Beitritt als Fachverein des SIA beschlossen, nachdem bereits die Delegiertenversammlung des SIA die Aufnahme gutgeheissen hatte. Er übernimmt damit den fachlichen Bereich Raumplanung im SIA von der Fachgruppe Raumplanung und Umwelt (FRU). Letztere wird sich in Zukunft ausschliesslich mit dem Bereich Umwelt befassen. Der FSU entstand im Frühling 2000 durch den Zusammenschluss der drei Fachvereine, nämlich der Vereinigung der Raumplanerinnen und Raumplaner NDS/HTL (VRN), dem Schweizerischen Berufsverband der SiedlungsplanerInnen (BVS) und dem Bund Schweizer Planerinnen und Planer (BSP), und fasst nun alle Raumplanungsfachleute in einem

Berufsgruppe Boden Wasser Luft (BWL)

Die Berufsgruppe Boden Wasser Luft besteht aus fünf Fachvereinen: dem Fachverein Brückenbau und Hochbau (FBH), dem Fachverein der Kultur-, Geomatik- und Umweltingenieure (FKGU), der Fachgruppe Wald (FGW), der Fachgesellschaft für Raumplanung und Umwelt (FRU) und neu dem Fachverband der RaumplanerInnen (FSU).

SIA-BWL ist die Plattform des SIA für Nachhaltigkeit und Umwelt. Sie ist ein Netzwerk von Kompetenzen für die gestaltete Umwelt und ermöglicht die Kontakte zur Bearbeitung kreativer, innovativer und interdisziplinärer Projekte.

Informationen: www.sia.ch/Berufsgruppen, fischli@sia.ch
Präsident: Fritz Zollinger, fritz.zollinger@vd.zh.ch

einigen Verband zusammen. Dadurch soll die Raumplanung in Fachkreisen und in der Öffentlichkeit mehr Gewicht erhalten. Dieses Ziel verfolgen wir auch durch die Zusammenarbeit mit dem SIA.

Viele Mitglieder der FRU sind gleichzeitig Mitglieder des FSU. Wir laden alle an der Raumplanung interessierten Personen im SIA ein, dem FSU beizutreten. Unser Fachverein nimmt nicht nur die Profis der Raumplanung, sondern alle an diesem Bereich interessierten SIA-Mitglieder auf. Wir sind überzeugt, dass auch andere Fachleute wichtige Beiträge zur Raumplanung leisten können.

Zurzeit beschäftigt sich der FSU zusammen mit andern Fachverbänden ausgiebig mit der Aus- und Weiterbildung. Weiter bearbeitet er die Auswirkungen der Verkehrspolitik auf die Raumordnung, die Agglomerationspolitik des Bundes und Normen in der Raumplanung.

Christian Wiesmann, Präsident FSU, info@f-s-u.ch

Allgemeine Bedingungen für Bauarbeiten

Bewährt und weit herum akzeptiert sind die «Allgemeinen Bedingungen für Bauarbeiten», welche der Schweizerische Ingenieur- und Architektenverein seit 1977 im Wesentlichen unverändert herausgibt. Als Erläuterung dazu ist im Januar 2002 das Merkblatt «Sicherheitsleistungen des Unternehmers im Werkvertrag» erschienen. Im Merkblatt sind die möglichen Sicherheitsleistungen von Banken, Versicherungen oder Branchenorganisationen dargestellt, die je nach Risikosituation verschieden ausgestaltet werden können. In aller Regel genügt die Solidarbürgschaft.

Solidarbürgschaft klar definiert

Anrufe aus der Bauwirtschaft im Zusammenhang mit dieser Solidarbürgschaft zeigten, dass in zwei Punkten Unsicherheiten bestehen. Gefragt wurde, ob bei der Bürgschaft nach SIA 118, Art. 181, der Bürgschaftsbetrag mit oder ohne MWSt bestimmt wird. Andere wollten wissen, ob bei der Bürgschaft nach SIA 118, Art. 181, der Bürgschaftsbetrag mit oder ohne die Werklohnanteile für Abbrucharbeiten bestimmt wird.

Das Merkblatt hält fest, dass der Bürgschaftsbetrag sich nach der «Totalsumme der vom Bauherrn für das gesamte Werk zu leistenden Vergütungen jeder Art» bemisst. Diese Totalsumme beinhaltet immer auch den Betrag der MWSt. Ebenso umfasst diese Totalsumme die Abbrucharbeiten, die in SIA 118, Art. 1, Absatz 2, ausdrücklich als Werk definiert sind.

Um die Sicherheitsleistungen beim Bauen ist es in den letzten Jahren zum Teil zu Übertreibungen gekommen, welche letztlich das Bauen insgesamt verteuern, ohne die Qualität zu verbessern. Mit dem Merkblatt und unserer Präzisierung dürfte die Sache nun klar sein. Bei weiteren Fragen zur SIA 118 «Allgemeine Bedingungen für Bauarbeiten» steht Ihnen der Rechtsdienst des SIA, jus@sia.ch oder Tel. 01 283 15 10 (Dienstag und Mittwoch von 9 bis 12), zur Verfügung. *Jürg Gasche*, Rechtsdienst SIA

Merkblatt 2020

Das Merkblatt 2020 «Sicherheitsleistungen des Unternehmers im Werkvertrag» zur Norm SIA 118 erhalten Sie zum Preis von Fr. 42.- bei SIA Auslieferung, Schwabe & Co AG, Postfach 832, 4132 Muttenz 1, Tel. 061 467 85 74, Fax 061 467 85 76, E-Mail: auslieferung@schwabe.ch

Suchen Sie als **dienstleistungsorientierte/r Kulturingenieur/in** eine neue

vielseitige Funktion im Bereich des Gemeinde-Ingenieurwesens?

Verfügen Sie über

- eine Ausbildung als Kulturingenieur/in und zusätzlich über das eidg. Geometerpatent (bzw. die Absicht oder Bereitschaft, dieses Patent noch zu erwerben)?
- idealerweise Erfahrung in Baurecht/Baupolizei/Raumplanung?
- Berufserfahrung im Bereich Gemeindeingenieurwesen entweder in einem Ingenieurbüro oder in einer kantonalen oder kommunalen Verwaltung?
- eine ausgeprägte Dienstleistungs- und Kundenorientierung?
- die Motivation, innovative Dienstleistungen im Bereich der Vermessung zu entwickeln und auf dem Markt anzubieten?

Dann sind Sie möglicherweise der/die gesuchte

Kulturingenieur/in ETH mit Geometer-Patent

für ein mittleres und gut etabliertes Ingenieurbüro in der nördlichen Agglomeration von Zürich.

Ihr zukünftiger Aufgabenbereich:

- Wahrnehmung von unterschiedlichen Funktionen im Bereich Gemeindeingenieurwesen
- anspruchsvolle Projektleitungen im Bereich Geomatik
- Zusammenarbeit mit Behörden, Architekten und Bauherren

Sind Sie interessiert? Herr P. Bähler gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte in der von Ihnen gewählten Form und freut sich über Ihre Bewerbung. Volle Diskretion wird zugesichert.

RESKOM

Peter Bähler, lic. oec., Winzerstr. 11, CH-8049 Zürich,
Tel. 01 342 28 10, Fax 01 342 28 40,
email: info@reskom.ch
Unternehmens-, Führungs- und Personalberatung,
Kommunikationstraining, Coaching