



FELIX PARTNER

NR. 17

CONCENTRATE

DAS MAGAZIN IN EIGENER SACHE

ARCHITEKTUR UND DESIGN INTERDISZIPLINÄR



INHALT

04	EDITORIAL
06	WIEDERBELEBUNG ALTER SCHÄTZE
12	WARUM ATTRAKTIVES MARKETING GLÜCKLICH MACHT
16	DIE VISION EINER BESSEREN ZUKUNFT
18	WIEDERGEBURT EINER IKONE
22	NEUES LEBEN FÜR REIFE MARKEN
26	DAS BÜRO: TOTGESAGT – UND WIEDERBELEBT
28	AKTUELL

Impressum

Herausgeber: FELIX PARTNER, Zürich
Gesamtkonzeption (Redaktion und Design): Felix Partner Design AG, Zürich
Texte: Gerald Brandstätter, Jörg Suter, Reto Westermann
Bilder: FELIX PARTNER (Benjamin Rauber), Andrea Diglas (Villa Allungata)
Visualisierungen: Raumleiter AG (Luisa Zürich),
morph 3D-Visualisierung/Federico F. Fariña (LifeStation Küsnacht)
Infografiken: Felix Partner Design AG, Zürich
Papier: Refutura Blauer Engel, Recycling, matt
© felixpartner.com, 1. Halbjahr 2022
CONCENTRATE erscheint in loser Folge

Eine starke Unternehmensvision kann ungeahnte Kräfte freisetzen.

Peter Felix



Die Persönlichkeit einer Marke verändert sich, wie jene der Menschen auch.

Rahel M. Felix



Die Revitalisierung von Gebäuden, die ihre Nutzdauer überschritten haben, gewinnt seit einigen Jahren immer mehr an Bedeutung.

Chasper Padrutt

Klare Vorstellungen

Brauchen Unternehmen eine Vision? Ich glaube ja. Eine starke Unternehmensvision kann ungeahnte Kräfte freisetzen. Sie begeistert und revitalisiert Menschen, stellt ein gemeinsames Verständnis der Zukunft, der Ziele und des Erfolgs her. Je klarer eine Vision, desto besser bietet sie den Mitarbeitenden Orientierung und Sinn. Einen Sinn zu sehen in Projekten, die auf den ersten Blick unerreichbar erscheinen – die Renovation eines nationalen Denkmals zum Beispiel wie die Villa Allungata auf der Insel Elba im Toskanischen Archipel, Italien (S. 18). Oder um neue Wege zu gehen in der Teamentwicklung und im Austausch und Übergang der Generationen (S. 26).



Laufende Entwicklungsprozesse

Braucht ein Unternehmen einen starken Brand? Unbedingt! Starke Marken ziehen uns an und machen das Unternehmen und seine Produkte erlebbar, lebendig. Kunden, vor allem jüngere Generationen, legen heute grossen Wert auf Authentizität und Transparenz. Diese wiederum erfordern bei den Organisationen mehr Agilität und Antworten auf die Fragen «Wer bin ich» und «Wer möchte ich sein». Die Persönlichkeit einer Marke verändert sich, wie jene der Menschen auch. Darum ist die Neujustierung und Revitalisierung einer Marke eine zentrale Aufgabe der Unternehmensführung – und eine Herausforderung für Rebrandingprojekte wie bei den Unternehmen Leuzinger Generalbau AG und Feer AG, Elektro-Planung und Installation (S. 22).



Zukünftige Werte

Können nur Neubauten visionär sein? Auf keinen Fall! Die Revitalisierung von Grundstücken oder Gebäuden, die ihre Nutzdauer überschritten haben, gewinnt auch hierzulande seit einigen Jahren immer mehr an Bedeutung. Die Vorteile eines solchen Redvelopments sind vielseitig: Es verhindert den Gebäudezerfall, was bei historischen, denkmalgeschützten Immobilien den Erhalt sichert und eine Umnutzung ermöglicht; es wertet das Umfeld auf, was wiederum die Attraktivität und Ausstrahlung des Ortes steigert; und, ganz zentral, es schont Ressourcen und die Umwelt – und ganz nebenbei die Kosten, was in Zeiten immer teurerer Werkstoffe und Transportpreise ein enormer Vorteil ist (Berichte dazu ab S. 6).



WIEDERBELEBUNG ALTER SCHÄTZE

In vielen älteren Mehrfamilienhäusern steckt mehr Potenzial, als sich auf den ersten Blick erahnen lässt. Statt einem Neubau Platz zu machen, können die alten Gebäude oft revitalisiert werden – ganz im Sinne der Nachhaltigkeit. Ob eine Revitalisierung für die eigene Liegenschaft Sinn macht und wie sie angepackt werden soll, zeigt eine vorgängige Potenzialanalyse.

Investitionen in Immobilien werden in der Wirtschaftswissenschaft gerne als Betongold bezeichnet. Der Begriff bringt es auf den Punkt: Ein grosser Teil der Investition in ein Mehrfamilienhaus steckt in der Bausubstanz. Entsprechend sollte diese nicht leichtfertig zerstört werden – auch wenn das Gebäude nicht mehr den aktuellen Bedürfnissen entspricht und eine Sanierung unumgänglich ist. «Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass viele Altbauten ein grosses Potenzial haben, das mit einer umsichtigen Revitalisierung genutzt werden kann und finanziell mindestens so interessant ist wie ein Ersatzneubau», sagt Chasper Padrutt, Geschäftsführer Felix Partner Architektur. Die Weiternutzung der Bausubstanz ist auch ein Beitrag zur Nachhaltigkeit. Es entstehen beispielsweise weniger Bauabfälle (siehe Box S. 7) und die Bilanz bei der grauen Energie fällt besser aus. Dazu kommen je nach Situation weitere Vorteile: Durch veränderte Baugesetze etwa darf manchenorts bei einem Neubau nicht mehr dasselbe Volumen erstellt werden oder neue Lärmschutzvorschriften erschweren marktfähige Lösungen. Für bestehende Liegenschaften hingegen gilt die Bestandesgarantie. 60% der Gebäude in der Schweiz sind vor 1980 gebaut.

Energetische Sanierung macht Sinn

Ob ein Ersatzneubau oder eine Revitalisierung zielführend ist, lässt sich am besten mit einer Potenzialanalyse ermitteln. Zu dieser gehören unter anderem folgende Punkte: Erfassung des Istzustandes, Renditeziele, Wünsche der Bauherrschaft, Positionierung der Liegenschaft im Portfolio sowie etwa auch rechtliche, bautechnische und finanzielle Abklärungen. Darauf basierend wird dann eine Vision entwickelt. Die wichtigsten

Elemente für die erfolgreiche Revitalisierung einer Liegenschaft sind eine klare Positionierung mit Blick auf die anvisierte Nutzergruppe und die individuelle Umsetzung gemäss den Bedürfnissen der Besitzerschaft.

Im Rahmen einer solchen Analyse lohnt es sich, den Fächer der Möglichkeiten weit zu öffnen. Dazu gehören etwa eine Aufstockung, Anbauten oder Grundrissveränderungen. So lassen sich Ausnutzungsreserven aktivieren und können attraktive Nutzergruppen angesprochen werden. Fixer Bestandteil einer Revitalisierung sollte auch eine energetische Sanierung sein. Diese bringt mehrere Pluspunkte mit sich:

- Der CO₂-Ausstoss reduziert sich stark.
- Der Energieverbrauch sinkt massiv.
- Der Wohnkomfort steigt.
- Der sommerliche Hitzeschutz wird verbessert.
- Die Liegenschaft kann auf dem Markt als nachhaltig positioniert werden.
- Durch langfristig tiefe Nebenkosten ist die Attraktivität bei der Vermietung hoch.

Sinnvoll ist eine Revitalisierung vor allem für Liegenschaften, bei denen sowieso eine grosszyklische Sanierung ansteht. «Durch die Synergie der Arbeiten werden die Potenziale bestens genutzt und die Baukosten optimiert», sagt Peter Felix, Inhaber Felix Partner Architektur und Entwicklung. Um davon profitieren zu können, lohnt es sich, die Potenzialanalyse frühzeitig anzugehen, damit genügend Zeit für die Planung und Umsetzung bleibt.

Dabei braucht jedes Projekt ein massgeschneidertes Vorgehen. Das zeigen auch die vier Beispiele auf den folgenden Seiten. FELIX PARTNER legt bei jeder Revitalisierung gemeinsam mit dem Eigentümer die Ziele fest und sucht in enger Zusammenarbeit mit allen Beteiligten die beste Lösung für die Umsetzung. Dabei spielen nicht nur die individuellen Ansprüche eine Rolle, sondern auch der gesamtgesellschaftliche Kontext des Gebäudes und die Anforderungen an die Nachhaltigkeit.

Rohstoffmine Schweiz

Dass die Schweiz arm an Rohstoffen ist, wie immer gesagt wird, stimmt eigentlich nicht. Vor allem in den Städten und Agglomerationen finden sich Eisen, Kupfer, Kies, Stein, Beton, Holz, Stahl, Sand und vieles mehr: Rund 1500 Millionen Tonnen Baumaterialien lagern im Gebäudebestand. Das Bauwerk Schweiz stellt sozusagen eine riesige Rohstoffmine dar. Diese Rohstoffe gilt es nach einem Rückbau für neue Gebäude wiederzuverwenden. Oder – falls möglich – noch besser: dank einer Revitalisierung gleich im bestehenden Gebäude zu belassen. Damit

lässt sich die im verbauten Material enthaltene graue Energie weiter nutzen, was wiederum die CO₂-Emissionen erheblich reduziert. Und diese sind nicht zu unterschätzen: Die graue Energie macht bei Neubauten oft mehr aus als die gesamte Betriebsenergie über die Lebensdauer eines Gebäudes.

Wie gross der Hebel im Baubereich und im Gebäudebestand sein könnte, zeigen nur schon die Zahlen: Mehr als die Hälfte aller Abfälle aus dem Hochbau werden gemäss einer Erhebung aus dem Jahr 2015 von

Wüest Partner durch Rückbauten verursacht: Sie betragen 2015 beispielsweise rund 4,2 Millionen Tonnen. Ausserdem haben die gut 2,3 Millionen bestehenden Gebäude nach wie vor einen Anteil von rund 45 Prozent am schweizerischen Primärenergieverbrauch und sind für knapp einen Viertel der gesamten CO₂-Emissionen in der Schweiz verantwortlich.

Werden Gebäude nicht zurückgebaut, sondern revitalisiert, schont man damit nicht nur natürliche Ressourcen, sondern trägt auch aktiv zum Klimaschutz bei.

Planung/Realisierung Bewilligung läuft, Baubeginn ca. August 2022
Auftraggeber Casamondo AG, Zug
Programm Ausbau Dachgeschoss
Leistungen Projektentwicklung, Projektierung, Bewilligung
Standort Im Städtchen 15, 3235 Erlach



Im pittoresken Dörfchen Erlach am Bielersee plant FELIX PARTNER den Umbau eines historischen Gebäudes mitten im Ortszentrum. Erstmals erwähnt wurde der aus zwei Häusern bestehende Kernbau im 17. Jahrhundert. Im Jahr 1850 wurde dieser um einen strassenseitig vorspringenden Nordtrakt erweitert. Das Haus, das einst ein Hotel beherbergte, steht heute unter Denkmalschutz. Aufgrund unterschiedlicher Nutzungen sind die Grundrisse über die Jahre organisch gewachsen und deshalb recht unkonventionell. Hier liegt viel verborgenes Potenzial. Gleiches gilt für das Dachgeschoss: Hier befindet sich ein sehr grosses, ungenutztes Volumen.

Die Bilanz geht auf

Im Rahmen einer Potenzialanalyse hat sich FELIX PARTNER intensiv mit dem denkmalgeschützten Haus auseinandergesetzt. Die Lösung: die Realisierung von Kleinwohnungen im Dachgeschoss, die losgelöst von der Struktur eingebaut werden. Dies ermöglicht es, den Dachstuhl unverändert zu erhalten. Trotzdem kann die bestehende Nutzfläche um drei Studiowohnungen mit Schlafgalerie und eine 3,5-Zimmerwohnung mit insgesamt rund 320 Quadratmetern Fläche ergänzt werden. Ihre Belichtung erfolgt über Dachgauben und Glasziegelabdeckungen. Natürlich ist der Aufwand für den Unterhalt eines solch altherwürdigen Gebäudes vergleichsweise hoch – dieser lässt sich aber durch die Einzigartigkeit der Liegenschaft absolut rechtfertigen. Und der Einbau von vier zusätzlichen Wohnungen trägt ausserdem zu einer verbesserten Rendite bei. Auch bezüglich CO₂-Bilanz kann sich das Projekt sehen lassen – einerseits durch die Weiternutzung der alten Bausubstanz, andererseits dank dem Ersatz der ehemaligen Ölheizung durch eine Wärmepumpe.



Planung/Realisierung seit 2018
Auftraggeber BFW Liegenschaften AG
Programm Sanierung und Erweiterung
Leistungen Projektentwicklung, Projektierung, Bewilligung, Ausführungsplanung
Standort Schaffhauserstrasse 453, 8052 Zürich

Die Bauarbeiten an der Schaffhauserstrasse 453 in Zürich Seebach laufen derzeit mit Hochdruck. Das 1972 erstellte Mehrfamilienhaus mit Gewerberäumen im Erdgeschoss wird bis Anfang 2023 komplett umgebaut, hofseitig erweitert und um ein Geschoss aufgestockt. Dem Projekt ging eine detaillierte Potenzialanalyse von FELIX PARTNER voraus. Anlass dafür waren einerseits das Alter der Liegenschaft und der damit verbundene Sanierungsbedarf, andererseits die höhere Ausnutzung, die aufgrund der letzten Revision der Bau- und Zonenordnung heute möglich ist. Im Rahmen der Analyse wurden sowohl ein Ersatzneubau als auch eine Revitalisierung und Erweiterung des bestehenden Gebäudes geprüft. Aufgrund der relativ lärmigen Lage zeigte sich, dass die im Gebäude vorhandenen Kleinwohnungen zusammen mit den Gewerberäumen im Erdgeschoss das beste Marktpotenzial haben würden.

Gute CO₂-Bilanz dank Revitalisierung

Bei einem Ersatzneubau hätten aufgrund der aktuellen Lärmschutzvorgaben nur Wohnungen mit hofseitig angeordneten

Wohn- und Schlafzimmern realisiert werden dürfen. Solche Wohnungen hätten eine Grösse gehabt, die an diesem Standort aber wenig gefragt ist, und die Grundrisslösungen wären unbefriedigend gewesen. Durch die Aufstockung und den hofseitigen Anbau ist es möglich, die Zahl der Wohnungen von 36 auf 41 zu erhöhen und die Grundrisse zu optimieren. Die Revitalisierung wird zudem genutzt, um das Gebäude energietechnisch auf den aktuellsten Stand zu bringen. Eine gute Dämmung der Hülle reduziert den Energieverbrauch trotz höherer Nutzfläche um einiges und die Ölheizung wird durch einen Anschluss an die Fernwärme ersetzt. Dank der energetischen Sanierung und aufgrund der Weiternutzung von grossen Teilen der bestehenden Bausubstanz weist die Liegenschaft eine sehr gute CO₂-Bilanz für die Erstellung sowie den Betrieb auf. Und dank des nun tiefen Energieverbrauchs und der nachhaltigen Wärmeerzeugung bleiben die Nebenkosten langfristig niedrig – das erhöht die Attraktivität der Wohnungen zusätzlich.

Witikon ist mit 600 m ü. M. das höchstgelegene Quartier in Zürich. Der ruhige Stadtteil liegt oft schon in der Sonne, wenn das Stadtzentrum noch eingenebelt ist. Hier plant FELIX PARTNER die Revitalisierung eines zweiteiligen Mehrfamilienhauses mit insgesamt 19 Wohnungen. Die Analyse der Liegenschaft mit Baujahr 1980 ergab, dass bezüglich Bauvolumen keine Reserven bestehen. Gezeigt hat sich ausserdem, dass die Grundrisse zwar noch passen, die Wohnungen für eine langfristige Wertesicherung aber den heutigen Standards entsprechend modernisiert werden müssen. Auch eine Anpassung an aktuelle Normen und Richtlinien ist notwendig, etwa durch einen ebenerdigen Zugang und den Einbau von Aufzügen. Da sich die Bausubstanz in gutem Zustand befindet, lohnt es sich, diese im Sinne der Kreislaufwirtschaft zu erhalten.

Attraktiv für die Mieterschaft

Klar ist aber auch: Die Liegenschaft benötigt eine umfassende energetische Sanierung. FELIX PARTNER hat deshalb für das Gebäude ein spannendes Gesamtenergiesystem entwickelt. Dazu gehören der Ersatz der Ölheizung durch eine Erdsonden-Wärmepumpe und die Installation einer Solarfassade. Die Fotovoltaik-Elemente an der Fassade liefern künftig nicht nur Energie für die Wärmepumpe, sondern ermöglichen es auch, der Mieterschaft eigenen, selbst produzierten und CO₂-neutralen Strom anzubieten. Das Gebäude ist damit übers Jahr hinweg zu rund 70 Prozent autark. Nachhaltig produzierte Energie und tiefe Nebenkosten – diese Argumente werden nicht zuletzt auch bei der Vermietung der Wohnungen zu einem Marktvorteil führen.



Planung/Realisierung In Planung, Baubeginn Sommer 2023
Auftraggeber Privat
Programm Gesamtsanierung, energetische Sanierung
Leistungen Projektentwicklung, Projektierung, Bewilligung, Ausführungsplanung
Standort Wiesliacher 21 und 23, 8053 Zürich

Direkt beim Bahnhof Zürich Wipkingen, unweit des Flussbades Unterer Letten, befindet sich die Liegenschaft Scheffelstrasse 3. Der Bau mit seiner schlichten Sichtbetonfassade beherbergt auf vier Stockwerken eine Migros-Filiale, Büros und Wohnungen. Die Liegenschaft mit Baujahr 1966 wurde mehrmals in kleinem Rahmen umgebaut. Im Rahmen einer Analyse hat FELIX PARTNER die Potenziale und Schwachstellen der Liegenschaft eruiert. So wird das erlaubte Bauvolumen zwar bereits gut ausgenutzt – eine Möglichkeit zur Erweiterung besteht aber durch das baurechtlich zulässige Aufsetzen eines Dachgeschosses.

Herausforderung Denkmalschutz

Das Konzept für die Revitalisierung sieht deshalb vor, ein zusätzliches Stockwerk in vorgefertigter Holzbauweise zu realisieren und darin kleine Stüdiowohnungen unterzubringen. Solche Wohnungen – quasi über den Dächern des angesagten Stadtteils – sind sehr gefragt. Im bestehenden Gebäude braucht es verschiedene Eingriffe, damit die Liegenschaft heutigen Anforderungen genügt – so etwa im Bereich Lüftung und Brandschutz. Für eine nachhaltige Revitalisierung ist eine energetische Sanierung unabdingbar. Eine Herausforderung bilden dabei die Auflagen der Denkmalpflege – da die im typischen Stil der 1960er-Jahre gehaltene Fassade der Liegenschaft geschützt ist. Neben der Dämmung gehört zum Konzept für die energetische Sanierung auch ein Ersatz der Gasheizung. Sobald die Stadt Zürich den Anschluss realisiert hat, kann das Gebäude auf die CO₂-neutrale Versorgung mit Fernwärme umgestellt werden.

Planung/Realisierung Bewilligung erfolgt, Baubeginn ca. Oktober 2022

Auftraggeber GEMAG Immobilien AG

Programm Sanierung, Erweiterung

Leistungen Projektentwicklung, Projektierung, Bewilligung, Ausführungsplanung, Ausschreibung, Ausführung

Standort Scheffelstrasse 3, 8037 Zürich



WARUM ATTRAKTIVES MARKETING GLÜCKLICH MACHT



Wozu der Aufwand eines gezielten Immobilienmarketings, wenn sich Wohnungen an gefragter Lage fast von selbst vermieten? Langfristig wirkt sich ein professionelles Immobilienmarketing durch Mietzinsoptimierung, besseren Mietermix, weniger Fluktuation und weniger Verwaltungsaufwand positiv auf die Renditen aus.

Welcher Mietermix führt langfristig zu weniger Fluktuation? Welche Rolle spielen dabei der Standort und der Innenausbau-standart? Und mit welcher Mietzinsstrategie lässt sich der Verwaltungsaufwand reduzieren? Felix Partner Design hat dank jahrzehntelanger Markterfahrung und der engen Zusammenarbeit mit Bauherren, Projektentwicklern und Vermarktern ein effizientes und flexibles Immobilienmarketing-Tool entwickelt, das auf diese Fragen klare Antworten liefert und sich auf jede Immobilie individuell anwenden lässt. Der modulare Ansatz verbindet Analyse, Kreation und Technologien zu einem integralen Vermarktungsprozess, welcher bereits bei der Projektplanung zum Tragen kommt.

Das Potenzial einer Immobilie wird durch dynamische Standort- und Lageanalysen in Kombination mit immer genaueren und aktuelleren Daten aus soziodemografischen Entwicklungen, Lebensweisen einzelner Zielgruppensegmente und neusten Erkenntnissen aus der Wissenschaft optimiert. Die DNA – die Persönlichkeit – einer Immobilie wird dadurch trennscharf ausgearbeitet und auf die passenden Zielgruppen übertragen. Das Kreationsteam kann auf dieser Basis gezielte Kommunikationsmassnahmen entwerfen, welche die gewünschte Zielgruppe mit den richtigen Argumenten überzeugen.

Elemente des Felix Partner Immobilienmarketing-Tools



ANALYSE

Lage: Makro-/Mikroanalyse
Lifestyle Zielgruppen: Status- und Lebensstil-
positionierung
Architektur: Analyse Ausbau, Standard, USPs



KONZEPT/STRATEGIE

Strategie, Positionierung
Marketingkonzept



KOMMUNIKATION

Kreation, Branding, Design, Kommunikationskonzept

Erfolgreiche Ergebnisse eines umfassenden oder auch punktuellen Einsatzes dieses Marketingtools zeigen sich an nachfolgenden aktuellen Projekten von Felix Partner Design.



Erstvermietung nach Sanierung
Vermarktung Cavegn Immobilien GmbH
Auftraggeber Nova Property Fund Management AG
Wohnungsspiegel 20 Kleinwohnungen
Standort Luisenstrasse 40, 8005 Zürich
Website luisa-zürich.ch



Auftrag an Felix Partner Design:
 Analyse, Strategie, Marketingkonzept, Positionierung, Kreation, Branding, Design, Kampagne on- und offline

Welche Botschaften und Kommunikationsmittel erreichen Individualisten zwischen 25 und 44 Jahren, die in direkter Nachbarschaft des urbanen Ausgehviertels in Zürich leben möchten, die genauso viel Wert auf Lifestyle wie Architektur und die Lage legen? Die überdurchschnittlich oft in gemieteten Einzelhaushalten oder auch Wohngemeinschaften leben?

Mit dem Namen «Luisa» wird ein traditioneller Vorname, der heute wieder sehr beliebt ist, als Aufhänger genommen. Er bildet den roten Faden für das moderne Zusammenspiel zwischen Alt und Neu und lenkt zusammen als Muster, welches sich auch in den Accessoires der Visualisierung widerspiegelt. Die jugendliche, reduzierte Sprache mit den spezifischen Keywords vervollständigt den Markenauftritt, der hauptsächlich über On-linekanäle verbreitet wurde.

luisa-zürich.ch



LifeStation Küsnacht

Erstvermietung nach Sanierung
Vermarktung Zanella Partner Immobilien AG
Auftraggeber Zurich Invest AG, Real Estate
Wohnungsspiegel 32 Wohnungen und insgesamt 767 m² Gewerbeflächen
Standort Fähnlibrunnenstrasse 3/5, 8700 Küsnacht
Website lifestation-küsnacht.ch



Auftrag an Felix Partner Design:
 Analyse, Strategie, Marketingkonzept, Positionierung, Kreation, Branding, Design, Kampagne on- und offline

Welche Botschaften erreichen eine diversifizierte Zielgruppe zwischen urbaner Avantgarde und bildungsorientierter Oberschicht? Beim Renovationsbau beim Bahnhof Küsnacht an der Zürichsee-Goldküste fällt das Zielgruppenpotenzial breit aus. Die Herausforderung: Die Kommunikation muss bezüglich Design, Sprache, Bildwelt und Wahl der Verbreitungskanäle vielschichtiger sein – was oft auf Kosten der Prägnanz geht. Die Lösung ist der Fokus auf einen zentralen gemeinsamen Nenner aller Zielgruppen: die Wertschätzung der unmittelbaren Anbindung ans öffentliche Verkehrsnetz und zur Stadt Zürich.

Auf der zweiten Ebene wurden die Werte der Nähe zum See und zur Natur sowie das Prestige der Gemeinde Küsnacht hervorgehoben und mit der entsprechenden Bildwelt zielgruppengerecht aufbereitet und kommuniziert.

lifestation-küsnacht.ch



GESAMTLÖSUNG: VITALISIERUNG

DIE VISION EINER BESSEREN ZUKUNFT

Städten und Gebäuden, die wir wegen ihrer Strahlkraft bewundern, liegen immer visionäre Ideen zugrunde. Gestalt annehmen konnten diese nur mit der Hilfe entschlossener Investoren, zukunftsorientierter Behörden und mutiger Unternehmer, die hinter der Vision standen und diese mittrugen.

Visionen sind die Basis für Veränderungen. Damit technologische, soziale und städtebauliche Meilensteine entstehen können, braucht es vorausschauende Architekturschaffende. FELIX PARTNER hat sich dem Anspruch verschrieben, mit architektonischen Visionen die Zukunft mitzugestalten.

Wir sind überzeugt, dass in Zukunft nur jene Unternehmen und institutionellen Anleger am Markt bestehen und gewinnen können, die hier und jetzt in eine visionäre, ökologische und soziale Baukultur investieren. Alle Technologien und Lösungen sind bereits heute vorhanden, um eine wirtschaftliche, umweltverträgliche und zugleich zukunftsweisende Architektur für morgen zu realisieren.

Wer die Zukunft proaktiv mitgestalten will, stösst allerdings vielfach auf breite Skepsis und Mutlosigkeit, auf bürokratische Hürden und regulatorische Hindernisse. An vielen Orten mangelt es an Vorstellungskraft, vor allem aber auch am Mut für eine visionäre Immobilienentwicklung. Doch dem unermüdlichen Pionier eröffnet sich die Chance, echte architektonische, städtebauliche und ökologische Veränderungen anzustossen. Schliesslich können nur mit einer starken Vision echte Innovationen umgesetzt, ungeahnte Kräfte freigesetzt und die Immobilienbranche inspiriert werden.

Zukunftsweisende Projekte lassen sich nicht im Alleingang realisieren. Es braucht verlässliche Partner, die an die gleiche Vision glauben, über Imagination verfügen und bereit sind, mutige Entscheidungen zu treffen. Für FELIX PARTNER als Immobilienentwickler bedeutet der Glaube an eine Vision auch, dass der Einsatz gewinnbringend zum Erfolg führt. Dafür sichern wir



Grundstücke, konkretisieren architektonische, energetische und städtebauliche Lösungen, die simuliert und visualisiert werden. So erbringen wir mit unserem Know-how und dem unserer Partner den Nachweis eines soliden Fundaments der Machbarkeit und der Wirtschaftlichkeit. Mutige Wegbereiter profitieren schliesslich als Erste von der medialen Aufmerksamkeit, von einem prägenden Image als vorbildlicher Innovator und letztlich auch vom wirtschaftlichen Erfolg.

Visionen müssen keine Utopien bleiben. Visionen sind die Perspektive von dem, was morgen Realität sein könnte. Wer keine Visionen hat, vermag weder Hoffnungen zu erfüllen, noch grosse Vorhaben zu entwickeln.



REVITALISIERUNG GIÒ-PONTI-VILLA

WIEDERGEBURT EINER IKONE

Anfang der 1960er-Jahre entwarf der italienische Architekt und Designer Giò Ponti auf Elba die Villa Allungata, eine von zwei *piccole case al mare*. Obwohl sich das denkmalgeschützte Ferienhaus in einem komplett desolaten Zustand befand, hat FELIX PARTNER Architektur und Design das Potenzial sofort erkannt und das Gebäude in Abstimmung mit der Denkmalpflege originalgetreu restauriert. Neu erstrahlt die Architekturikone wieder in ihrem ursprünglichen Glanz.

Wie eine ausgestreckte Katze in der Sonne liegt sie da: die Villa Allungata im Parco Nazionale im Osten der Insel Elba. Ihre schlichte Erscheinung an einer Hangkante, ihr weiss getünchtes Mauerwerk mit den dunkelbraunen Fensterläden verraten nicht auf den ersten Blick, dass das Ferienhaus eine Architekturikone ist. Entworfen hat es der bekannte italienische Architekt und Designer Giò Ponti zu Beginn der 1960er-Jahre im Auftrag einer englischen Immobilienfirma. Zehn Häuser, ein Hotel und ein Restaurant umfasste das damalige Bauprogramm. Jedes Haus formulierte Giò Ponti anders aus. Gebaut wurden letztlich nur zwei Häuser: die Villa Ottogonale und die Villa Allungata. An ihnen zeigt sich, wie Giò Ponti – damals auf dem Höhepunkt seiner Karriere – seine räumlichen Visionen, seine Ideen von einem respektvollen Umgang mit dem Ort und seine Liebe zum Detail konsequent umsetzte.

In die Natur integriert

Bevor Giò Ponti die Villa Allungata entwarf, untersuchte er die Lage und den Lichteinfall auf dem Grundstück sowie die traditionelle Bauweise Elbas ganz genau. So übernahm Ponti ein auf der Insel bei alten Häusern immer wieder vorkommendes Element, das Hochziehen der Mauer über den Dachrand und seine spezielle Form, und übersetzte es in eine moderne Sprache. Er richtete die Räume – das Wohnzimmer, die Loggia und die vier

Schlafzimmer – vollumfänglich auf das Landschaftserlebnis mit dem unverbauten Meerblick aus. Betritt man eines der Schlafzimmer vom rückseitigen Gang her, kann man direkt durch die Terrassentür aufs Meer blicken. Dank clever platzierten Fenstern auf der Nordseite des Gebäudes meint man schon beim Anblick die kühlende Brise zu spüren, die während der heißen Sommernächte durch die Räume zieht.

Die Strahlkraft des Originals

Die Villa Allungata gehörte für 25 Jahre einem Schweizer Filmmacher, bevor sie nun FELIX PARTNER Architektur und Design in enger Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege in Pisa restauriert hat. Ihr Zustand vor dem Umbau war katastrophal: Das Dach und die Terrasse waren komplett undicht, die Haustechnik unbrauchbar, die Ölheizung funktionierte nicht mehr und die Garage war provisorisch abgestützt worden, damit sie nicht zusammenfällt. Nicht mehr brauchbar waren auch die Küche und alle Bäder. «Es gehört zu unseren Kompetenzen, das Potenzial einer Immobilie zu erkennen, auch wenn ihr Zustand noch so schlecht ist. Und wir fühlen uns verpflichtet, mit unserem professionellen Ansatz sowie der jahrzehntelangen Erfahrung den Kunden zu beraten und ihn von einer wertvollen Investition zu überzeugen», erklärt Peter Felix. «Es war reine Knochenarbeit, die zu erhaltenden Elemente herauszuschälen



Vorher – Nachher

Ein gutes Gespür für das Potenzial einer Architekturikone: Der Zustand der Villa Allungata von Giò Ponti von Anfang 1969 befand sich vor der Renovation (Bilder links) in einem desolaten Zustand. Dank historischen Fotos, einer sorgfältigen Bestandssicherung, respektvollen Eingriffen und Rückbauten sowie einem Interior Design aus der Zeit atmet das Ferienhaus mit unverstelltem Meerblick wieder den Geist des Originals (Bilder rechts).

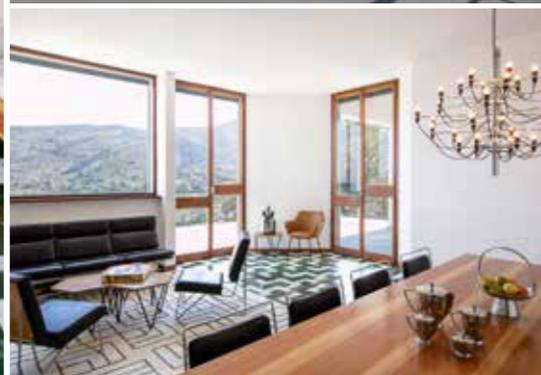
und diese auch in der Restaurierungsphase zu schützen», so Peter Felix. FELIX PARTNER Architektur und Design hat einen grossen Aufwand betrieben, Fotos und Planmaterial des Originals und des Originalzustands zu finden. Dabei zeigte sich, dass die gemauerten Balustraden bei der Terrasse nicht original waren. «Folglich haben wir sie zurückgebaut. Die Terrasse präsentiert sich heute wieder offen zum Meer, wie einst gedacht.» Zum Glück stellte sich heraus, dass die eigentliche Bausubstanz weitestgehend erhalten werden konnte. Das Pultdach wurde indes erneuert, das Fundament mit der Garage neu erstellt und der Hang mit einer Mauer gestützt. Dies eröffnete zugleich die Möglichkeit, einen Pool in den Garten zu integrieren, in dem auf rund 5000 Quadratmetern auch Zitronen-, Oliven- und Feigenbäume wachsen.

Nicht nur die Anzahl Schlafzimmer für insgesamt sieben Personen und das Wohn- und Esszimmer haben entgegen der schlichten Erscheinung der Architektur etwas sehr Grosszügiges. Auch besitzt jedes Schlafzimmer ein eigenes Bad mit Oberlichtern und eine luftige Raumhöhe von drei Metern. Zur Terrasse hin gibt es eine Enfilade durchgehender Türen, dank der man die ganze Gebäudegrösse erleben kann. Die handbemalten Keramikfliesen mit ihrer auffälligen Geometrie schaffen eine eigentliche Signature Architecture – eine starke Identität.

Ambiente der 1960er-Jahre

Wie durchdacht Ponti die Jahreszeiten berücksichtigt hatte, zeigt sich auch im nach Norden gerichteten, ummauerten Patio, der weniger der direkten Sonne ausgesetzt ist und früher die Anlieferung zur Küche war. Zum anderen besitzt die Loggia im Südwesten ein Cheminée; für Abende im Spätsommer, Herbst oder Frühling, wenn man doch noch draussen die Natur und den Pinienduft geniessen möchte.

Die Bäder hat FELIX PARTNER Architektur und Design erneuert, aber ebenfalls zurückhaltend materialisiert, unter Beibehaltung der alten Holztüren und mit dem Einsatz von Türdrückern von Giò Ponti sowie Armaturen, die in die Zeit der 1960er-Jahre passen. Dies gilt auch für die Möblierung. Im Haus findet sich Vintage Design von Giò Ponti, wie etwa die wabenförmigen Couchtische. Diese wurden durch eine private Sammlung von typischen Designklassikern aus der Zeit, in der die Villa erbaut wurde, ergänzt. «Die aufwendige und zugleich rücksichtsvolle Renovation der Villa Allungata hat uns erneut bewusst gemacht, wie virtuos Giò Ponti die Räume und die Innenarchitektur auf die Umgebung ausgerichtet hat», so Peter Felix. «Das Ferienhaus am Meer atmet nun wieder den Geist jener Jahre, in denen es erbaut wurde.»



Juwel eines Ferienhauses am Meer

Die Isola d'Elba gilt als Ferienperle der Toskana. Sie bietet Entspannung an lauschigen Stränden, herrliche Ausflugsziele in einer mediterranen Naturlandschaft und kulturelle Highlights. Und am Rande des Parco Nazionale im Osten der Insel mit unverstelltem Meerblick liegt die von Giò Ponti entworfene Villa Allungata. Das Ferienhaus, ein nationales italienisches Architekturdenkmal für design- und architekturaffine Gäste, bietet Platz für bis maximal 7 Personen.

Für weitere Informationen und Buchungsanfragen:
villaallungata.com



NEUES LEBEN FÜR REIFE MARKEN

Unternehmen, Produkte und Marken verändern sich permanent. Ähnlich wie biologische Organismen sind sie gewissen Alterungsprozessen ausgesetzt. In der Unternehmensberatung spricht man daher von Lebenszyklen. Diese spielen auch bei der Markenentwicklung und insbesondere bei einem geplanten Rebranding eines Unternehmens eine zentrale Rolle.

Die vier Phasen in einem Lebenszyklus (Life Cycle Management)



Das Konzept der Lebenszyklen ist schon länger fester Bestandteil der Auseinandersetzung in der Marketingwissenschaft und im Branding. Die Erkenntnisse aus den interdisziplinären Bereichen fließen auch in die Branding-Workshops von Felix Partner Design, wenn es um die Ausarbeitung der Werte und Ziele einer Marke geht und um die Frage, wie sich diese in der Erneuerung einer Marke widerspiegeln sollen. Die beiden nachfolgenden Praxisbeispiele von der Feer Elektro AG und der Leuzinger Generalbau AG verdeutlichen dies.

Vier Phasen eines Lebenszyklus

Es zeigt sich aus den empirischen Analysen, dass sowohl bei Produkten als auch bei Unternehmen in der Regel zwischen vier Phasen in einem Lebenszyklus unterschieden werden kann. In der Gründungsphase ist es das Ziel für junge Unternehmen, eine überlebensfähige Struktur und ihr Produkt oder ihre Dienstleistung aufzubauen und bekannt zu machen. In der Wachstumsphase geht es darum, die Position am Markt zu festigen, Markterfolge zu erzielen sowie Umsatz und Mitarbeiteranzahl zu steigern. In der Folge erreicht das Unternehmen eine Phase der Stabilität, die sogenannte Reifephase, die durch gute betriebswirtschaftliche Ergebnisse gekennzeichnet ist.

Zwischen Höhepunkt und Umbruchphase

Die Reifephase ist zum einen der Höhepunkt des Lebenszyklus – und auch wenn diese Phase über längere Zeit stabil erhalten werden kann, ist sie zum andern auch eine Umbruchphase. In dieser Zeit entscheidet sich, ob das Unternehmen durch gezielte Massnahmen wieder zurück zu Innovation und Wachstum kommt – in eine Revitalisierungsphase – oder in die Degenerationsphase gleitet, an deren Ende letztlich die Schliessung des Unternehmens stehen kann.

Über 50% aller KMU in der Schweiz befinden sich laut Umfragen in dieser Reifephase. Im idealen Fall investieren sie in dieser Zeit, wenn frei gewordene Kapazitäten in der Führung und genügend Ressourcen vorhanden sind, in Innovation, neue Geschäftsfelder oder neue Dienstleistungen. Statt sich zu lange auf den sprichwörtlichen Lorbeeren auszuruhen, eignet sich diese Zeit besonders für eine Revitalisierung, bevor die Stagnations- und Degenerationsphase eintritt.

Lebenszyklus und Nachfolgeplanung

In kleineren und mittleren Unternehmen, die inhabergeführt sind, verläuft diese Reifephase oft parallel zur Planung der Nachfolgeregelung. Auch hier gilt die Grundregel, nicht zu lange zu warten mit dem Aufbau potenzieller Nachfolger oder der Übergabepaltung.

Die Brandingspezialisten von Felix Partner Design durften die beiden Unternehmen Feer Elektro AG und die Leuzinger Generalbau AG während ihrer Reifephase im Übergang zur Konsolidierung bei der Revitalisierung ihrer Firmen mit einem Rebranding ihrer Marken begleiten und unterstützen. Anders als bei Start-ups und jungen Unternehmen ist die grösste Herausforderung eines Rebrandings von Unternehmen in der Reife- und Konsolidierungsphase das Zusammenspiel zwischen Innovation und Tradition. Beide Werte sind für diese Unternehmen wichtig und nur in der richtigen Mischung können sie den Lebenszyklus in eine neue Wachstumsphase überführen. Die Workshops mit den Unternehmensführungen haben die DNA der Firmen mit ihren Potenzialen, Zielen und Werten aufgezeigt. Diese DNA übertrug die Kreativeabteilung anschliessend in die Gestaltung der Logos, Bildwelten und Kommunikationsmittel.



Vorher – Nachher

Digitaler, schneller, innovativer: Das Logo-Redesign widerspiegelt die Weiterentwicklung des Unternehmens und jener Werte, welche es gegenüber Kunden und dem Markt ausstrahlen möchte.



feer.ch

Persönlicher, direkter, funktionaler: Der neue Webauftritt holt User auf der Startseite mit einem direkten zielgruppen- oder dienstleistungsorientierten Einstieg ab.

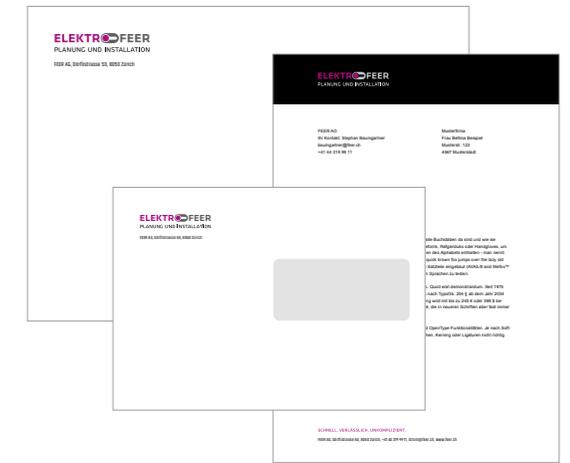
Farben

Das Farbspektrum unterstützt die zu kommunizierenden Werte zwischen fachlicher Kompetenz in der Elektrotechnik und dem lösungsorientierten Qualitätsbewusstsein.



Kampagne

Warum entscheiden sich Bauherren, Planer und die öffentliche Hand für Elektro Feer? Die Kampagne liefert die Antworten darauf unmittelbar sowie überzeugend und schafft so Mehrwert durch Wiedererkennbarkeit.



Briefschaften

Trotz zunehmend digitalisierter Kommunikation vermittelt eine aufgeräumte und selbstbewusste Gestaltung der Briefschaft, zusammen mit der richtigen Wahl des Papiers, die nötige Wertschätzung und das Vertrauen gegenüber Neukunden und Partnern.



Vorher – Nachher

Klarer, einprägsamer, natürlicher: Formen und Farben des Schriftbildes vermitteln die Selbstwahrnehmung der Naturbezogenheit in Verbindung mit innovativen Bautechnologien nach aussen.



leuzinger-generalbau.ch

Der komplett neu gestaltete Webauftritt der Generalbauunternehmung nimmt die Kampagnenbilder als visuelle Wiedererkennbarkeit auf und legt den inhaltlichen Fokus auf die weitherum bekannte Erfahrung im Holzelementbau.

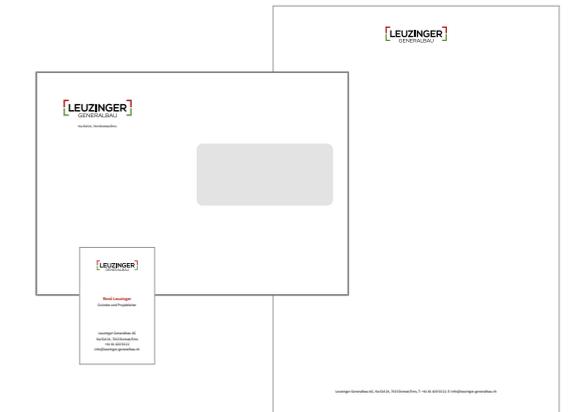
Farben

Der Holzelementbau als zentraler Bestandteil der Baudienstleistungen des Unternehmens beeinflusst die Farbwahl der Kommunikation – in Kombination mit Zuverlässigkeit sowie der regional verankerten Tradition und dem Leistungsbewusstsein.



Kampagne

Die Ökologie, die Nähe zur Tier- und Pflanzenwelt, prägt die neue Kampagne des Holzbauspezialisten und soll darüber hinaus bei der Zielkundschaft auch die Verankerung in der Region vermitteln.



Briefschaften

Leicht, zeitgemäss und dennoch der Tradition verschrieben zeigen sich die Briefschaften und Visitenkarten.

DAS BÜRO: TOTGESAGT – UND WIEDERBELEBT



Nach zwei Jahren (Zwangs-)Homeoffice ist es Zeit für eine Bilanz – und eine Wiederbelebung der Büro- und Teamkultur.

Schon vor der Pandemie haben viele Unternehmen neue Arbeitsformen wie Remote- und hybrides Arbeiten getestet und eingeführt – mit mehr oder weniger Erfolg. Doch das staatlich verordnete Homeoffice und die Lockdowns haben diesen Trends nochmals enorm mehr Schwung und Bedeutung verliehen. Was mancherorts beinahe euphorisch begonnen hat – man hat all die neuen Freiheiten und Möglichkeiten in der eigenen Wohnung, die Effizienzsteigerungen und neuen Kommunikationstechnologien gelobt und genossen –, brachte jedoch auch genauso schnell die Nachteile dieser Arbeitsweisen zum Vorschein. Die fehlenden physischen Kontakte, die unzähligen Meetings vor dem Bildschirm, die Isoliertheit und die fehlenden Ortswechsel zeigten uns sehr deutlich die Grenzen des digitalen Zusammenarbeitens auf.

Es gibt kein Zurück

Plötzlich schätzte man wieder die Vorteile des guten alten Büros, die Pausengespräche in der Kaffeeküche, die Besprechungen im Meetingraum, die gemeinsamen Mittagessen... Gleichzeitig wurde allen bewusst, dass die Rückkehr in den vorherigen Zustand nicht mehr möglich ist. Zum einen, weil die neuen Erfahrungen nicht nur negativ waren, und zum andern, weil viele nach wie vor Angst vor Ansteckungen oder vor neuen Pandemiewellen haben.

FELIX PARTNER hat diese Zeit genutzt, um die neuen Erkenntnisse in den Umbau und die Einrichtung der neuen Räumlichkeiten an der Forchstrasse einfließen zu lassen. Das Büro soll ein flexibler Ort des Mehrwerts, des Wohlfühlens, der Begegnung und Stärkung des Teamgefühls sein, wo Unternehmenswerte gelebt werden und Identifikation stattfinden kann.

Teamgeist geht über den Magen

Eine besondere Rolle kam daher der Bereitstellung von Gemeinschaftsräumen, sogenannten Shared Spaces, zu. Sie bilden den Grundstein für Teamgeist, Kreativität und Austausch – ergänzt mit wertigen Details wie einer hochwertigen Kaffeemaschine oder einer gut ausgebauten Küche. Gleichzeitig braucht es aber auch weiterhin abgetrennte Bereiche für konzentriertes Arbeiten und ungestörte Telefonate.

Doch Räumlichkeiten allein machen noch keinen Teamgeist aus. Daher ging FELIX PARTNER einen Schritt weiter und implementierte regelmässig stattfindende Events wie das Teamkochen, spontane Besuche im Kunsthaus oder kulturelle Anlässe. Die ersten Erfahrungen daraus sind durchwegs positiv und motivieren das ganze Team, weiter am gemeinsamen Wachstum des Unternehmens zu arbeiten.

AKTUELL

Rebranding oder Launch. Wofür kannst Du Dich mehr begeistern?

Rebrandings sind auf jeden Fall sehr spannend: Die Analyse des aktuellen Auftritts, der Firmengeschichte, der Vision für die Zukunft – viele Faktoren fließen in den Entscheidungsprozess für eine präzise Positionierung ein. Analog zur Architektur stellt sich die Frage: Renovieren oder Abreißen und etwas ganz Neues kreieren?

Benjamin Rauber, Brand Design, Fotografie, Digital- und Printproduktion



Lebst du lieber in einem Neubau oder einem Altbau?

Mir gefällt es, in einem Altbau zu leben, wo sich Alt und Neu vermischen. Einerseits hat man die einmalige Wohnatmosphäre und andererseits ist es möglich, seine eigenen Ideen auszuleben und umzusetzen.

Ut Nguyen, Brand Design, Typografie, Digital- und Printproduktion



Du hast viele verschiedene Funktionen. Wie packst Du das?

Ich finde es toll, eine abwechslungsreiche Tätigkeit zu haben, bei der ich mit den verschiedensten Leuten in Kontakt komme und bei der ich nicht am Morgen schon genau weiss, was der Tag alles bringt. Erfahrung und die Fähigkeit Prioritäten zu setzen, helfen bestimmt dabei.

Caroline Faber, Leitung Backoffice



Wie wichtig sind für dich Visionen?

Eine Vision ist für mich das «Streben der Menschheit zum Guten». Handlung ohne Vision ist für mich (im beruflichen Alltag) unerfüllend. Ich möchte zu einer Besserung meiner Umwelt beitragen und ein Ziel vor Augen haben. Gleichzeitig darf man dabei aber nicht vergessen, den Prozess zu genießen und den Plan spontan zu brechen, wenn es sich richtig anfühlt.

Simeon Bodmer, Architekt MSC ETH SIA, Projektentwicklung



Haute Couture in Webdesign und Entwicklung

Für den Interior-Design-Spezialisten BE at HOME, ein über zehnjähriger Kunde, hat Felix Partner Design eine bild- und ambientestärke Website entwickelt, welche ein Eintauchen in seine exzellenten Einrichtungswelten gewährt. Mittels einer ästhetischen Bildwelt, eines emotionalen und persönlichen Imagefilms oder einer Projektbegleitung mit einer interaktiven Work Tour wird ein umfassender Einblick in das kreative Schaffen des Kunden präsentiert.



be-at-home.ch

Auftraggeber BE at HOME Interior Design by Bruno Stebler, Zürich
Programm Redesign Website
Leistungen Redesign, Programmierung

Exklusivität stilvoll in Szene gesetzt

An der Segantinistrasse entstehen zwei sorgfältig ins gewachsene Quartier eingebettete Gebäude mit je acht grosszügigen Eigentumswohnungen. Geplant mit architektonischem Feingefühl und ausgestattet mit allen Annehmlichkeiten, bieten sie Wohnqualität auf höchstem Niveau. FELIX PARTNER ist mit der Positionierung und der Vermarktung des Projekts betraut und bezieht sich dabei auf die Exklusivität an herausragender Lage. In Anlehnung an den Namen der Strasse impliziert das Konzept die Themen Licht, Natur, Aussicht und Farben, die bei diesem Projekt stark zum Tragen kommen.



segantini-höngg.ch

Verkauf Neubau
Vermarktung IT3 Immobilien AG
Auftraggeber Fundamenta Group (Schweiz) AG
Wohnungsspiegel 8 Eigentumswohnungen
Standort Segantinistrasse 166/174, 8049 Zürich
Website segantini-höngg.ch



Vorankündigung Green Spin

In Winterthur – der am schnellsten wachsenden Stadt der Schweiz – entwickelt FELIX PARTNER Architektur und Design zusammen mit den innovativsten Fachspezialisten ein in Europa einzigartiges Leuchtturmprojekt. Ganz unter dem Motto «pioneering holistic sustainability» wird sich das Gebäude als stromproduzierendes Kraftwerk mit einer posi-

ven CO₂-Bilanz am SNBS-Platin-Level orientieren und neue Massstäbe in der ESG-Integration setzen. Der lebendige Mikrokosmos mit rund 120 Gross- und Kleinmietflächen wird als mit dem Velo befahrbare Büro- und Gewerbehäuser mit einem einzigartigen Arbeitsplatzprodukt konzipiert.

Projektinitiative und -entwicklung FELIX PARTNER Architektur und Design



FELIX PARTNER

FELIX PARTNER

Felix Partner Architektur AG

Felix Partner Design AG

Felix Partner Entwicklung AG

Felix Partner Invest AG

Forchstrasse 59

8032 Zürich

+41 43 960 24 30

info@felixpartner.com

