

Öffentliches Wohnzimmer

BURRI PUBLIC ELEMENTS AG Das 1907 in Glattbrugg gegründete Familienunternehmen wird bereits in der vierten Generation geführt. Es entwickelt Lösungen für den öffentlichen Raum. Neben der bekannten Landi-Bank hat das Unternehmen auch bei der Infrastruktur der Glattalbahn mitgewirkt und entwickelt nun zusammen mit der ETH Zürich Messstationen zur Überwachung des Gletscherrückgangs.

TEXT ANOUK ARBENZ INTERVIEW JOSEFINE ANTONIA TISCHENDORF

Dank selbstentwickelter Produkte und der stetigen Weiterentwicklung bietet Burri seinen Kunden eine breite Angebotspalette und Variantenvielfalt für Aussenmöbel, Info- und Werbetechnik, Signaletik, LED-Beleuchtung sowie weitere Infrastruktur-Elemente an. Neben Lichtmasten und Kandelabern für die Strassenbeleuchtung und Verkehrssignalisation ist das Unternehmen auch bekannt für seine hydraulisch absenkbaren Autobahnleitplanken. Das Unternehmen beschäftigt am Hauptsitz in Glattbrugg bei Zürich sowie in der Niederlassung in Deutschland rund 70 Mitarbeitende und liefert die in der Schweiz hergestellten Produkte weltweit aus. Burri kooperiert mit renommierten Architekten, Designern sowie mit nationalen und internationalen Forschungseinrichtungen wie der ETH Zürich oder der Hochschule für Technik HSR.

LANGLEBIG UND INNOVATIV

Unter den beachtlichsten Innovationen aus dem Hause Burri zählen Grossprojekte wie die gesamte Haltestelleninfrastruktur der Glattalbahn oder das Wegleitsystem am Flughafen Zürich. Insbesondere für grosse öffentliche Anlagen, Areal- und Strassenbeleuchtungen sowie Bus- und Bahnhöfe hat sich die BURRI public elements AG einen Namen gemacht. Auch in New York hat sich das Unternehmen gegenüber seinen Konkurrenten durchgesetzt: Im Metropolitan Museum of Art luden im Rahmen der temporären Installation des Künstlers Dan Graham auf dem Dachgarten des Gebäudes Burri-Aussenmöbel des Landschaftsarchitekten Günther Vogt zum Sitzen ein.

In einer neuesten Kooperation von Burri und der ETH Zürich wird ein Netz von alpinen GPS-Gletschermessstationen entwickelt und hergestellt. Diese werden in diversen Projekten zur Überwachung und

Erforschung von Hanginstabilitäten und Felsdeformationen eingesetzt, z. B. im Zusammenhang mit dem Gletscherrückzug. Für die Zukunft sind neben Innovationen im Stadtmobiliar insbesondere in den Bereichen Lichttechnik, Wegleitsysteme und digitale Medien neue Designlösungen zu erwarten.

IM KAMPF GEGEN VANDALE

Das Unternehmen arbeitet regelmässig mit international renommierten Designern und Architekten zusammen. Design ist ihnen wichtig, da es im öffentlichen Raum Identifikation und Wertschätzung gegenüber der Bevölkerung signalisiert. Martin Burri,

«Handschlagqualität ist ein Markenzeichen»

Viele Aufträge bekommt die BURRI public elements AG von der öffentlichen Hand. Ist das Bewusstsein für eine designgerechte Gestaltung des öffentlichen Raumes grundsätzlich gewachsen?

MARTIN BURRI Die Aufträge der öffentlichen Hand machen über alle Bereiche hinweg weniger als 50 Prozent aus. Das Bewusstsein für qualitativ hochwertige Aussenräume ist grundsätzlich da. Die Umsetzung von Gesamtlösungen gelingt jedoch in kleineren Gemeinden mit kurzen Entscheidungswegen oft besser als in grossen Städten. Obwohl unsere Produkte oft nur ein bis zwei Prozent der Investitionssumme eines Projektes ausmachen, sind sie meist für über 80 Prozent der Besucherwahrnehmung verantwortlich. Die Kurz- wie Langzeitwirkung

hochwertiger, zeitloser Public Elements ist auf Grund des langen Lebenszyklus beträchtlich und daher eine gute und weitreichende Investition. Besonders grossen Einfluss haben heute die Verkehrsbetreiber des öffentlichen Verkehrs, Bahnhöfe, Flughäfen und Shopping Malls, welche den Wert des hochwertigen Raumes erkannt haben und diesen mit höchster Priorität und qualitativ hochstehend umsetzen.

Sie gestalten mit Ihren Produkten den öffentlichen Raum. Spürt man da eine Mitverantwortung gegenüber der Öffentlichkeit? Und wo besteht Ihrer Meinung nach in Zukunft noch Handlungsbedarf, was die Gestaltung des öffentlichen Raumes angeht?

Wer für den öffentlichen Raum plant, entwickelt

und produziert, übernimmt eine grosse Verantwortung, da solche Installationen meist über Jahrzehnte erhalten bleiben. «Public Elements®» beeinflussen die Standortqualität, prägen die Identifikation mit einem Ort, vermitteln Wertschätzung und heben die Lebensqualität und Sicherheit der Menschen über Generationen hinweg. Sie tragen wesentlich dazu bei, dass Partizipation und soziale Integration entstehen. Oder wie Armanda Burden, ehemalige City Plannerin von New York sagte: «Public spaces are more important than buildings. They make a City alive.»

Sie sind heute Schweizer Marktführer. Was waren im Rückblick die entscheidenden Schritte von einem lokalen Handwerkerbetrieb



Stephan Oetiker: «Leute kaufen nicht, was du machst, sondern warum du es machst.»

Fotos: zVg

ECKDATEN ZUM UNTERNEHMEN

Gründung: 1907, Als Einzelfirma durch Paul Burri
Inhaber: Seit 2000 in der vierten Generation durch Martin Burri, Sabine Bellefeuille-Burri und Marcel Clot.
Rechtssitz: Opfikon (ZH)
Mitarbeitende: 70

Mitinhhaber und Bereichsleiter Entwicklung, Design und Innovation: «Form und Funktion müssen im Einklang sein – Dabei müssen Sicherheit, Gebrauchstauglichkeit, Dauerhaftigkeit, Sozial- und Umweltverträglichkeit im öffentlichen Raum ausgewogen sein.» Gerade auch in Bezug auf Vandalis-

mus sei besonders wichtig, dass die Einrichtungen durch gute Gestaltung und hochwertige Lösungen Wertschätzungsgruppen hinweg schaffen – so reduziere sich auch der Vandalismus erheblich. Als Prävention fungieren als Beispiel eines

Gestaltungsansatzes sogenannte «Opferflächen», auf welchen Scratching oder Graffiti stattfinden kann. Ein entscheidender Beitrag ist auch der regelmässige Unterhalt und die Reinigung der Anlagen.



Fabian Frei, Lichttechnik & Beleuchtung; Stephan Oetiker, Vorsitzender der Geschäftsleitung; Sabine Bellefeuille-Burri, Operations; Marcel Clot, Öffentlicher & Individueller Verkehr; Martin Burri, Entwicklung, Design und Innovation; Stephan Bachmann, öffentliche Aussenräume (v.l.n.r.).

hin zu einem Unternehmen, das weltweit operiert und Anerkennung findet?

SABINE BELLEFEUILLE-BURRI Im Unterschied zu vielen Mitbewerbern sind wir sehr breit aufgestellt und in allen Bereichen des öffentlichen Raumes tätig. Das war schon vor 50 Jahren so. Dies ergibt eine gewisse Dichte und grosse Synergien in den unterschiedlichsten

Bereichen. Weltweit operieren wir noch nicht, in Kooperation mit renommierten Architekten ist es uns jedoch gelungen, in zahlreichen herausragenden Projekten im Ausland Akzente zu setzen. Ab 2016 wird die Internationalisierung gezielt ausgebaut.

Wo sehen Sie die BURRI public elements AG in 20

Jahren? Und was wäre Ihr liebstes Projekt, das Sie gerne einmal realisieren würden?

Bereits heute lebt ein Grossteil der Weltbevölkerung in Ballungszentren. Schlagworte wie Verstädterung und Mega Cities sind in aller Munde. Der öffentliche Raum wird zu einem immer knapper werdenden Gut – und seine Gestaltung und Nutzung somit wertvoller und relevanter denn je. Städteplaner und Raumentwickler haben längst erkannt, dass es die «public spaces» sind, die einen städtischen Lebensraum ganz entscheidend prägen, zum Leben erwecken und ihm eine ganz eigene Identität verleihen. Gerade in Zeiten fortschreitender Globalisierung und zunehmender Anonymität schenken öffentliche Räume den Menschen Sicherheit und Orientierung. Sie schaffen Raum für Begegnung und

Austausch zwischen allen Bevölkerungsschichten. Sie fördern die Zugehörigkeit zu und Identifikation mit einem bestimmten Lebensraum und vermitteln ein Gefühl von Verwurzelung und Heimat. In diesem Kontext würden wir gerne ein Grossprojekt in einem Ballungszentrum oder zur Entwicklung einer neuen Region beitragen.

Wie wichtig ist für Sie der Standort Schweiz? Was sind die Vorteile und wo sehen Sie aus Sicht eines erfolgreichen, international tätigen KMU Handlungsbedarf?

STEPHAN OETIKER Jede erfolgreiche Firma hat eine deutlich verankerte Heimat, einen Ursprung, einen Heimmarkt. Wir sind und werden immer eine Schweizer Firma bleiben und darum ist der Standort Schweiz für uns von zentraler Bedeutung. Ich bin

überzeugt, dass man auch aus der Schweiz heraus sehr erfolgreich international tätig sein kann. Fachkompetenz, Verlässlichkeit und Handschlagqualität sind immer noch Markenzeichen unseres Landes und international sehr gefragt. Ich denke, es ist einfach, die Probleme nur auf den Euro oder einen möglichen Standortnachteil zu schieben. Bei diesen Herausforderungen ist es umso wichtiger, sich trotz oder gerade wegen der Frankenstärke zu behaupten und auf seine Kompetenzen zu setzen. Erfolgreich sein heisst, immer die Augen offen halten, innovativ sein, Neues ausprobieren und vor allem eine riesige Portion «Passion» mit zu bringen. Mir gefällt das Sprichwort von Simon Sinek: «Leute kaufen nicht, was du machst, sondern warum du es machst.»