

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 11 (1998)  
**Heft:** 5

**Artikel:** Zerlegen, zusammensetzen und absichern : ein Porträt zum 15. Geburtstag der Möbelerfindungsfirma Wogg  
**Autor:** Widmer, Ruedi  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-120831>

### **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**

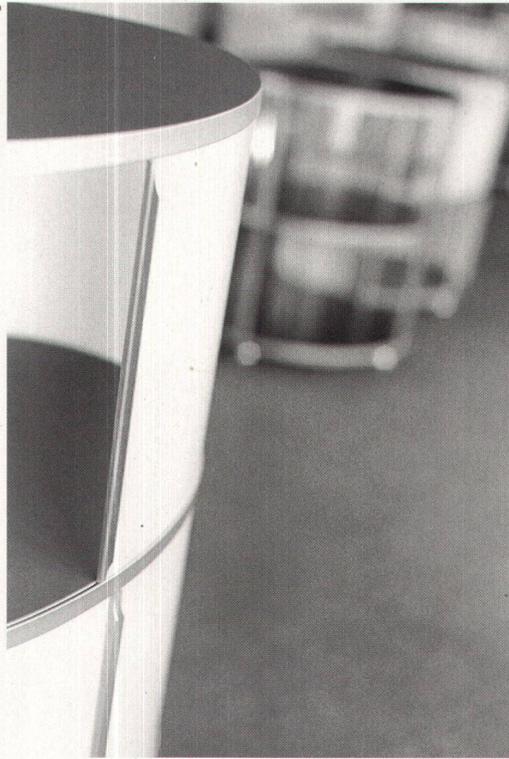
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.01.2025

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

Detailblick auf «Wogg 17», den Ellipsen-Turm des Designers Benny Mosimann für Wogg

Bilder: Maurice K. Grünig



# Zerlegen, zusammensetzen und absichern

**In Dättwil bei Baden führen Willi und Otto Gläser die Möbelerfindungsfirma Wogg.**

**Ihr Motiv heisst: Wo ist die neue Idee?**

**Wie ist sie machbar?**

**Ein Porträt von Ruedi Widmer.**

Die Nase am Duft der neuen Idee, das Gesicht im Wind des Marktes. Das ist das Selbstbild von Wogg, gegründet 1983 von den Cousins Willi und Otto Gläser. Zwischen dem Gespür und dem Geschäft öffnet sich ein Raum, den Arbeit an neuen Produkten füllen soll. Am Ende der Entwicklung steht ein neuartiges Möbel in einer kommerziell tragfähigen Form. Mindestens einmal im Jahr wollen die Gläser-Cousins dieses Ziel erreichen.

Die Idee in Form bringen, sie perfektionieren, austarieren, seriell produzierbar und attraktiv machen, wenn möglich zu einem kleinen Star in ihrer Gewichtsklasse: Die Entwicklung steckt als systematische Überlegung im Körper des Möbelstücks, das schon als Prototyp seinen Charme beweisen konnte, nicht aber seine Durchschlagskraft.

Willi Gläser sagt: «Für mich ist das Produkt noch etwas Fassbares.» Das Möbel hat die Eigenheit, dass der Kunde ihm räumlich begegnen, es in Sekundenbruchteilen erfühlen und auf die innere Waage legen kann – um dann den Preis dagegengzustellen, den er dafür

zahlen mag. In diese Chance, das Kundenherz im entscheidenden Augenblick mühelos zu erobern, stecken die Wogg-Entwickler über Monate Knochenarbeit.

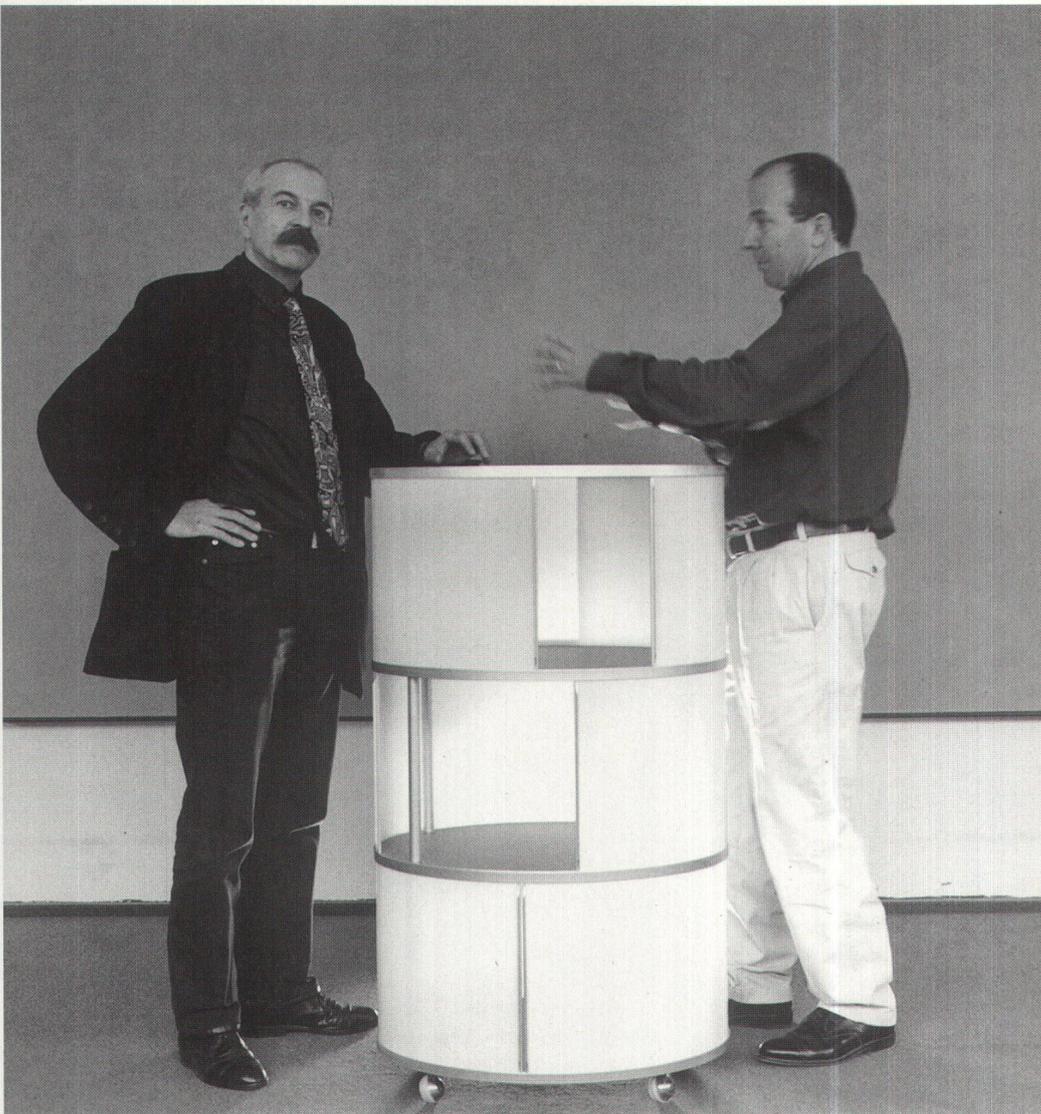
## Auswählen

Der Anfang des Prozesses ist offen und jedesmal anders. Zum Beispiel beim Ellipsen-Turm: Etwa 1995 am Nachwuchswettbewerb der Möbelmesse Bern: Otto Gläser entdeckte einen ovalen Behälter des Basler Designers Benny Mosimann. «Das Produkt hat uns erotisch berührt», sagt Willi Gläser rückblickend – und meint dabei wohl, was er daraus machen wollte. Die Idee des Designers war als Prototyp gebaut, gefestigt, erstmals starr geworden. Und der Entwickler fing Feuer: «Das setze ich ein. Das bringe ich an den Ort, wo es hin muss.»

Häuser, so Willi Gläser, werden als Prototypen geplant, gebaut und stehen gelassen. «Ein Produkt erträgt das nicht.» Von Produkten erwartet man Perfektion. Mosimanns «Ellipsen-Turm» mit der transparenten Polycarbonat-Folie brauchte zunächst eine optimal gleitende Schiebvorrichtung.

## Ansetzen

Das zweite Problem, so Gläser, war die industrielle Machbarkeit in den Margen des Marktpreises: «Es darf ja dann nichts kosten.» Den durchschnittlichen Rechnungsbetrag pro Einheit hat Wogg in den letzten Jahren halbiert, die Verbreitung des Angebots entsprechend vergrössert. An jedem geplanten Produkt hängt von Anfang an der Preis und regiert den gesamten Entwicklungsprozess. Auf Mosimanns Prototyp wartete eine Reihe von Eingriffen, ein Erscheinungsdatum und am Schluss ein Label: «Wogg 17». Minimale Veränderungen an Proportionen und Details sollten seine Eleganz entfalten – ohne am Grundplan des Gestalters zu rütteln. Willi Gläser vergleicht den Prozess mit der Evolution vom Urmenschen zum Menschen: keine einfache Vorstellung für den Designer. Kauft er den Möbelproduzenten ihre Liebe zu ihrem Objekt ab? Folgt er ihrer Logik, wenn sie gedanklich ihr Logo darauf markieren? Wenn sie sich fragen: «Kann das Wogg werden?» Ahnt er den Kompromiss? Oder gibt er der angestrebten ästhetischen «Zeitlosigkeit» seiner Arbeit die



Die beiden Cousins: Willi und Otto Gläser mit dem Ellipsen-Turm aus Polycarbonat-Folie, «Wogg 17»

Chance, sich am Markt zu realisieren, indem er sie aus den Händen gibt? Der «Ellipsen-Turm» zeigt das Dilemma. Es handelt sich um ein «Beziehungsmöbel»: Der Abnehmer schliesst es ins Herz, bevor er es gedanklich im System der alltäglichen Notwendigkeiten zu platzieren sucht. Mosimann hat den Behälter in der «Meinung entworfen, dass man durchaus auch zu einem Möbel eine etwas nähere Beziehung haben kann». Woggs Beitrag bestand mithin darin, einem «etwas weiteren» Kreis von Kunden zu der «etwas näheren» Beziehung zu verhelfen, in deren Geist das transluzente Regal geboren ward.

#### Aufgleisen

Die Anfangsschwierigkeit in der Beziehung zwischen Designer und Fabrikant löste man bei Wogg früher so, dass man durch einen unabhängigen Berater die Zweierbeziehung zum Dreieck machte, bis das Gespräch lief, die Firma in den Augen des Designers glaubwürdig war. Heute liegt die Aufgabe der Moderation zwischen den Konstruktions- und den Designinteressen bei den Gläsern selbst. Zu «Wogg 17» lieferte Mosimann

als letzten substantiellen Beitrag einen revidierten Plan. Nach dieser Etappe gibt der Designer üblicherweise seine Hauptrolle ab. Es folgen Detailabklärungen, die Momente der Wahrheit im Kostenbereich; die «Leidensphase», wie Gläser sagt. Kostendruck und Argumentationszwang verteilen sich auf alle Instanzen. Die weiterentwickelte Form muss die gestalterischen Augen von neuem überzeugen. Die Techniker machen grosse Augen, wenn man für die Fassungen der «Wogg 17»-Tablare plötzlich Aluminium ziehen muss, ein Novum in der Firma. Hat man das gesuchte Alu-Oval erreicht, «hebt sich das Drama auf die nächste Ebene»: Toleranzen, Kompatibilitäten, Margen der Unsicherheit zwischen den Komponenten.

Um das neue Kind herum entsteht in sechs Monaten ein massgeschneidertes Produktionssystem von A bis Z: Maschinen, Abläufe, Zulieferanten, Know-how, Handling, Verpackung. Im Fall von «Wogg 17» kostete die Entwicklung eine Viertelmillion Franken. «Alles in der Firma», so Willi Gläser, «läuft um das Produkt herum.»

Und: «Tu nichts allein, denn nur in der Zusammenarbeit passiert es.» Es: der Erfolg. Alle Beteiligten haben ihre Domäne, verfügen über Spielräume, denken mit, können durch eine Idee das Resultat beeinflussen. Je kleiner die psychischen Barrieren, desto interessanter das Produkt.

Irgendwann – im Fall des «Ellipsen-Turms» war es im Dezember 95 – wissen die Hauptpersonen: Es wird funktionieren. In Köln, Mitte Januar, steht er in der Messe. Noch «faucht und pfeift» die Türe in der Schiene, während das Möbel abgeleuchtet wird. Der Erfolgsdruck weicht. Weihnachten.

#### Absichern

Der Moment Messe: Der Fabrikant schiebt sein Produkt unter die Hände und Augen des Publikums. Jedes Tasten, jedes Zögern fällt ihm auf, jede unvorhergesehene Reibung im Gebrauch. Nach der Rückkehr ins Werk wird er die Schwachstellen ausbügeln lassen. Dennoch: Im Grunde ist schon vor dem ersten Auftritt die Sache gelaufen. Aufzurollen gibt es nichts mehr. Das Objekt mag gefallen oder nicht, man ver-

kauft es mehr oder weniger geschickt. Doch Materialvorgaben, Kosten und Schritte der Verarbeitung sind fein aufeinander abgestimmt. Die erfolgreiche Entwicklung garantiert den beruhigenden Vorsprung auf dem Markt. Eine Kopierbarriere hinzustellen statt einer Bastelanleitung, darauf sei er stolz, sagt Willi Gläser: «Ein Produkt muss heute so gut sein, dass der Nächste, der es anfasset, Respekt bekommt.» Die Erleichterung kommt davon, dass man die Probleme im Kern erfasst und gelöst hat – zumindest im Grundsatz. Gläserns Prinzip: «Das Produkt muss an der Basis rein sein».

«Wogg 16», ein Klapptischsystem mit einzel klappbaren Fussgelenken vom deutschen Designduo Ginbande, hat die Konkurrenz zwar kopiert, aber nicht auf dem Wogg-Niveau. Die eigentliche Herausforderung für «Wogg 16» kam von anderer, unerwarteter Seite. Das japanische Grossunternehmen Okamura war so interessiert an den Gelenken, dass es einen Tischfuss fünftausendmal einklappen liess – bis der Splint herausfiel. Die Japaner forderten mit Messprotokollen von ausgeklügelten Tests zusätzliche Belastungssicherheit; die Entwickler konnten sich nicht lumpen lassen. Nach achtzehn Monaten kam es zum Abschluss, der die Dättwiler zu Asien-Exporteuren machte. Wogg testet seither seriöser.

#### Ausstrahlen

Wogg realisiert zurzeit einen Umsatz von 6,8 Millionen Franken pro Jahr. Die Hälfte stammt aus Produkten, die jünger als fünf Jahre sind. Alle Projekte erfüllen vorab ein Kriterium: «Das gibt es nicht. Das ist neu.»

Mit jedem Projekt erneuert sich der Reiz, die Idee zum Laufen zu bringen, Terrain zu erobern und zu sichern. Das Produkt, einmal ins Auge gefasst, ergreift die Köpfe. Seine gegenständliche Seite ist das gestalterische Gesicht, in dem die entwicklerische Leistung durchscheint und sich ummünzt – sofern die Zahl am Preisschild stimmt.

Ruedi Widmer