

## **„Das innovative ZIGERLOFT®“**

Sehr geehrte Damen und Herren,

### **Vision und Mission:**

---

#### **„Ein Haus so natürlich und gesund wie der GLARNER SCHABZIGER®“**

Das „Zigerstöckli“ in seiner über Generationen bekannten, einzigartigen und schlichten Form, soll als Vorlage für ein Typenhaus dienen und als innovatives Produkt aus dem Glarnerland auf den schweizerischen, aber auch weltweiten Markt gebracht werden.

Nicht nur die Form, sondern auch die einzigartigen und ursprünglichen Eigenschaften und Werte, sollen die grundsätzlichen Charakterzüge dieses Gebäudes im Wesentlichen beeinflussen.

Das Qualitätsprodukt aus dem Glarnerland soll für den Pioniergeist und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Kantons Glarus stehen und nachhaltig attraktive Arbeitsplätze sichern.

### **Marke ZIGERLOFT® :**

---

Um sich von anderen, austauschbaren Produkten klar abgrenzen zu können, wurde eigens die Wortmarke ZIGERLOFT® geschaffen. Sie bringt zum Ausdruck, dass es sich um ein dem Trend entsprechendes Gebäude handelt, das im Kontext mit dem GLARNER SCHABZIGER® steht. Neben den klaren Konturen des SCHABZIGER®, steht das Wort Loft für Offenheit, Individualität und Kreativität.

### **Positionierung:**

---

#### **Kernwerte:**

Der Hauptkubus von jedem ZIGERLOFT® muss den Proportionen vom original Zigerstöckli der Firma GESKA AG in Glarus exakt entsprechen und bildet das Hauptmerkmal von jedem ZIGERLOFT®. Die Dachform kann frei gewählt werden. Anbauten, Erker und Einschnitte werden nach den individuellen Wünschen der Bauherrschaften geplant.

Die Häuser mit der Marke ZIGERLOFT® zeichnen sich besonders aus durch: Das natürliche Erscheinungsbild mit zeitgemässer Architektur und einem modernen Innenausbau. Verwendet werden gesunde und verträgliche Materialien. Innovative Bausysteme ermöglichen einen hohen Vorfertigungsgrad. Dank dem konsequenten Einsatz von erneuerbaren Energien weist das ZIGERLOFT® eine ausgeglichene und umweltneutrale Energiebilanz aus.

#### **Anwendungen / Nutzungsmöglichkeiten:**

Die Nutzungsmöglichkeiten sind äusserst vielfältig und können fast beliebig erweitert werden. Das ZIGERLOFT® ist in erster Linie vorgesehen für den Einfamilien- oder Mehrfamilienhausbau, im weiteren sind aber auch denkbar: Wohnhaus mit Büro oder Loft im Dachgeschoss, Ferien- und Wochenendhaus, Büro- und Gewerbehause, als Ausstellungspavillon, aber auch als Kindergarten, Tagesschule, Berggasthaus, SAC-Hütte, Stationsgebäude für Bergbahnen und Seilbahnen etc.

### **Herkunft / Markt:**

Wie der GLARNER SCHABZIGER® soll auch das ZIGERLOFT® als Markenartikel aus dem Glarnerland in die weite Welt hinausgehen. Die Herkunft ist ein wichtiges Instrument für die Positionierung auf dem Markt. Die Zielsetzung ist ehrgeizig, wir möchten neben dem schweizerischen- und europäischen Markt, auch die Märkte in Übersee beliefern können.

### **Kundensegmente:**

Insgesamt gehen wir von einem äusserst hochwertigen Produkt aus, das auch dem Zeitgeist und Lifestyle entspricht, so dass der Kundenkreis für das ZIGERLOFT® ab dem Mittelstand zu erwarten sein wird. Es wird sich zeigen, ob allenfalls längerfristig auch eine „light“ Variante ins Programm aufgenommen werden soll, um auch den Kunden mit einem kleineren Budgetrahmen entsprechen zu können.

### **Umsetzung und Realisation:**

---

#### **Marketing und Verkauf:**

Als Marketinginstrumente sollen vorwiegend die Möglichkeiten der modernen Kommunikation genutzt, sowie traditionelle Pressekanäle und Fachzeitschriften angeworben werden. Über persönliche Kontakte und Empfehlungen soll versucht werden, interessante Kontakte aufbauen zu können.

BRIMO-Immobilien, Braunwald als Urheberin und Besitzer der Markenrechte, ist verantwortlich für den Verkauf und die Realisation, koordiniert die Anfragen und knüpft die Kontakte zu den Partnerfirmen.

#### **Terminplan:**

Seit über einem halben Jahr wurde intensiv am Vorprojekt gearbeitet, sowie die öffentliche Präsentation vorbereitet. Der Aufbau der Marke soll kontinuierlich und mit Konstanz angegangen werden. Die Detailplanung, der Aufbau von Kontakten, evtl. weitere PR-Aktionen, sowie gezielte Suche nach möglichen Bauherrschaften und die Realisation eines Musterhauses bilden die kurz- bis mittelfristigen, terminlichen Schwerpunkte.

#### **Zielsetzungen:**

Das ZIGERLOFT® ist nicht als Massenware gedacht. Die Objekte werden auftragsbezogen und individuell für die entsprechende Kundschaft sorgfältig geplant und realisiert. Um erste Erfahrungen sammeln zu können, möchte man in der nahen Zukunft ein Musterhaus bauen und weiter mindestens 1 Haus pro Jahr produzieren können. Längerfristig soll der Markenname gefestigt werden können und mehreren Objekten pro Jahr ausgeliefert werden können. Dazu sollen weitere Innovationen und Anwendungen im Zusammenhang mit dem ZIGERLOFT® entwickelt werden.

#### **Erstellungskosten:**

Die Berechnungen der Erstellungskosten für die Realisation von einem ZIGERLOFT® basieren auf fundierten Erfahrungszahlen aus der entsprechenden Branche, unter Berücksichtigung der komplexen Aufgabenstellung.

Für ein ZIGERLOFT® Einfamilienhaus gehen wir im heutigen Stand der Planung von reinen Gebäudekosten von ca. 550'000.- bis 600'000.- Franken aus, je nach Umfang der Ausstattung.

Aus den Überlegungen der Nachhaltigkeit und Robustheit der hochwertigen Baumaterialien, gehen wir von sehr geringen Amortisationskosten aus.

### **Unterhalts- und Betriebskosten:**

Aufgrund der ausgeglichenen Energiebilanz kann von geringen Betriebskosten ausgegangen werden. Die natürlichen Materialien und Verkleidungen sind Gewähr für eine Langlebigkeit, einfache Renovierbarkeit und geringe Unterhaltskosten.

### **Technische Daten Gebäude:**

Volumen nach SIA 116	m3	737.0	
Wohnfläche netto	m2	152.9	
Bruttogeschossfläche BGF	m2	224.8	
Durchmesser EG	ml	9.14	
Höhe ab Boden EG	ml	9.16	(Mitte Haus)
Dachneigung	ca.	15 – 20 Grad	
Dachfläche	m2	48.0	
Fassadenfläche netto	m2	190.9	
Fenster- und Türfläche	m2	51.9	
Energiebezugsfläche EBF	m2	194.7	
U-Wert (Dach u. Fassade)	durchschnittlich 0.1 W/m2K		
U-Wert (Fenster)	0.8 W/m2K		
Heizwärmebedarf Qh	15 kWh/m2a		

### **Chancen / Stärken:**

Die ungewöhnliche und einzigartige Gebäudeform, die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten und die klare Positionierung als ein gesundes Haus mit einer ausgeglichenen Energiebilanz, schaffen deutliche Wettbewerbsvorteile.

Die von Baubiologen empfohlenen und überwachten natürlichen Baumaterialien, entsprechen dem zunehmenden Trend zu mehr Natürlichkeit, Wellness und Wohlbefinden und gewinnen mehr und mehr an Bedeutung bei den Bauherren.

Das ZIGERLOFT® kann ohne Investitionen mit den vorhandenen Infrastrukturen im Kanton Glarus, dem Ursprungsland des GLARNER SCHABZIGER's®, produziert und in die weite Welt geliefert, sowie an einem beliebigen Ort montiert werden.

Das leistungsfähige Netzwerk von Planern, Ingenieuren, Unternehmern und Handwerkern im Glarnerland, garantieren für eine hohe Qualität und persönliche Ansprechpersonen für die Bauherrschaften.

### **Dank und Wunsch:**

---

Seit dem vergangenen Sommer 2005 wurde mit viel Engagement, Fachwissen und Herzblut am Projekt ZIGERLOFT® gearbeitet. Das ZIGERLOFT® ist jetzt reif für den öffentlichen Auftritt. Bei meinen Projektpartnern und Mitarbeitern möchte ich mich von Herzen für die herausragenden Arbeiten bedanken.

Ein besonderer Dank gilt der Fa. GESKA AG, Herrn J.M. Trümpy für die wohlwollende Begleitung und Kooperation, ebenso der Kontaktstelle für Wirtschaft, mit Frau Regierungsrätin Marianne Dürst, für die ideelle Unterstützung.

Ich freue mich ausserordentlich darauf, dereinst oder vielleicht schon bald, das erste ZIGERLOFT® betreten zu können.

Markus Hermann, BRIMO-Immobilien, Architekturbüro, Braunwald GL

Braunwald, 28. Februar 2006