

Lift

Kundenmagazin
Herbst 2024

Hotel Grace La Margna

Luxus neu erleben



Impressum

Herausgeber
AS Aufzüge AG
Erlistrasse 3
6403 Küssnacht
marketing@lift.ch
www.lift.ch

Auflage
12 300 Exemplare

Ausgaben
Lift erscheint 2x jährlich
in Deutsch, Französisch und
Italienisch

Redaktion
Roman Schenkel

Konzeption und Gestaltung
Wave Advertising AG, Luzern

Übersetzung und Korrektorat
BMP Translations AG, Basel

Druck
Multicolor Print AG, Baar

Papier
Eminent FSC®, CO²-neutral,
holzfrei, chlorfrei

Cover
David Frei, General Manager
Hotel Grace La Margna vor den
neuen AS-Liften. (Bild: Chris Iseli)

© Copyright AS Aufzüge AG



gedruckt in der
schweiz



4

Hotel Grace La Margna
Perfekte Lifte für das
modernisierte Luxushotel
in St. Moritz

16



Farbwelten
Neues Liftdesign
von AS: Ihre Kreativität,
unsere Umsetzung



26

**Blick zurück in die
AS-Geschichte**
Der Testturm in Schlatt
prägt bis heute



10

Nüesch Weine AG
Ein Magic bringt
Gäste und Wein in
den Event-Raum



Hydraulisches Kraftpaket
Ein starker AS-Lift unterstützt
die Logistik der Post in Pfungen

22



30

InfoBoards im Hotellift
Ein Traditionshaus setzt auf
innovative Kommunikation



**Geschätzte Kundinnen und Kunden
Liebe Leserinnen und Leser**

Die Unterschiede könnten nicht grösser sein:
Hier die bis ins letzte Detail durchdesignten Lifte
im 5-Sterne-Haus Grace La Margna in St. Moritz
(Seite 4), da der kräftige Warenlift am Güter-
logistikstandort der Schweizerischen Post in Pfun-
gen (Seite 22). Im Luxushotel zählen die Lifte zur
Visitenkarte des Hauses. Die Liftfahrt ist perfekt
auf das Gesamterlebnis im wunderbaren Bou-
tiquehotel abgestimmt. Beim Güterlogistikzent-
rum der Post wiederum gehen täglich Tausende
Pakete und Güter ein und aus. Hier ist das Ziel,
mit einer Liftfahrt möglichst viel Material mög-
lichst effizient zu transportieren.

Trotz aller Unterschiede haben beide Projekte
eines gemeinsam: Dank einer hervorragenden
Zusammenarbeit zwischen unseren Kunden und
unseren Projektverantwortlichen überzeugt das
Ergebnis. Die Projekte repräsentieren, wie wir bei
AS Aufzüge arbeiten. Wir sind nahe bei unseren
Kundinnen und Kunden. Gemeinsam finden wir
die passende Lösung – egal ob für einen Design-
lift, Warenlift, Event-Aufzug oder Personenlift.
Auch für die Modernisierung oder die Wartung
von Liften anderer Hersteller haben wir bei AS
die richtigen Experten.

Übrigens: Ab sofort können Sie Ihren Lift mit
unseren neuen Kabinendesigns planen. Die
Designs ergänzen und betonen die Architektur
des Gebäudes, ohne Kompromisse bei Funk-
tionalität und Sicherheit einzugehen. Lesen Sie
alle Details dazu ab Seite 16.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Max Linsi
CEO AS Aufzüge AG

Luxus neu erleben

In St. Moritz ist eine Hotellegende zu neuem Leben erwacht. Die Liebe zum Detail offenbart sich im 5-Sterne-Superior-Hotel Grace La Margna ganz besonders bei den komplexen Liftanlagen.

 Manuel Huber

 Chris Iseli

Die Mitarbeitenden tragen weisse Sneakers und pflegen eine Du-Kultur. Die offene Rezeption schafft Nähe zu den Gästen. An der Wand hängen Werke von Damian Hirst. Hier wird sofort klar: Dieses Haus ist kein typisches 5-Sterne-Hotel. «Wir legen grossen Wert auf Qualität und Design, aber auch auf Offenheit und Eigenständigkeit», erklärt General Manager David Frei, auch er in weissen Turnschuhen. So hat das Grace La Margna im Gegensatz zu den anderen 5-Sterne-Häusern in St. Moritz ganzjährig geöffnet. Zudem sind im Haus alle willkommen, was sich bereits herumgesprochen hat: N/5 – The Bar ist zum Hotspot von St. Moritz geworden, zum Treffpunkt von Einheimischen und Touristen. Das junge, internationale Team belebt das Hotel mit seiner positiven Energie und einer wohlthuenden Lockerheit, ohne dass die Professionalität darunter leidet. Man spürt sofort: Das Grace La Margna hat einen eigenen «Vibe», wie es der 38-jährige General Manager nennt. Das schätzen Gäste und Angestellte.

Tablet mit «Kissenmenü»

Das Boutiquehotel besteht aus dem historischen La Margna Wing und dem modernen Grace Wing. Der La-Margna-Flügel entspricht dem ehemaligen Hotel La Margna, das 1906 erbaut wurde und unter Denkmalschutz steht. Die heutige Eigentümerschaft hat das Traditionshotel im Jahr 2020 als Bauruine übernommen, aufwendig saniert und mit dem Grace Wing erweitert. Es entstanden unter anderem 74 Zimmer und Suiten, drei Restaurants, eine Bar und ein 1000 m² grosser Spa-Bereich. Innovationen und überraschende Elemente finden sich an allen Ecken. Zwei Beispiele: Der Pool ermöglicht dank einer Gegenstromanlage unendliches Schwimmen. Über das Tablet im Hotelzimmer können die Gäste Behandlungen buchen, Tische in einem der Restaurants reservieren oder ein anderes Kissen bestellen. Zur Auswahl stehen sechs Kissen, die sich in Dicke und Material unterscheiden. Insgesamt wurden 90 Millionen Franken in den Um- und Neubau investiert. Eröffnet wurde das 5-Sterne-Superior-Hotel im August 2023. →





«Lifte repräsentieren ein Hotel.»

David Frei, General Manager

und spezifische Lösungen. Die Architektur war gegeben, die Ausgestaltung des Innenlebens ein dynamischer Prozess. «Wir sind mit dem Konzept für ein 4-Sterne-Hotel gestartet», erinnert sich David Frei. «Während der Bauphase wurde entschieden, dass wir ein 5-Sterne-Superior-Hotel werden. Das

Lifte als Visitenkarte

Das Hotel trägt die Handschrift von General Manager David Frei und seinem Team. «Die Eigentümerschaft hat uns von Anfang an ihr Vertrauen ausgesprochen und uns viele Freiheiten gelassen. Wir durften am Konzept mitwirken und alle Details bestimmen, was entsprechend aufwendig und fordernd war.» Insbesondere der denkmalgeschützte La Margna Wing erforderte viel Fingerspitzengefühl

war mit zusätzlichen Investitionen und vielen Anpassungen verbunden, auch weil sich erst während der Bauphase gewisse Bedürfnisse herauskristallisierten.» Das betraf auch in hohem Masse die Lifte. Da wollte David Frei keine Kompromisse eingehen. «Lifte repräsentieren ein Hotel. Da muss jedes Detail stimmen.»

MAGIC Lifte mit Portsteuerung

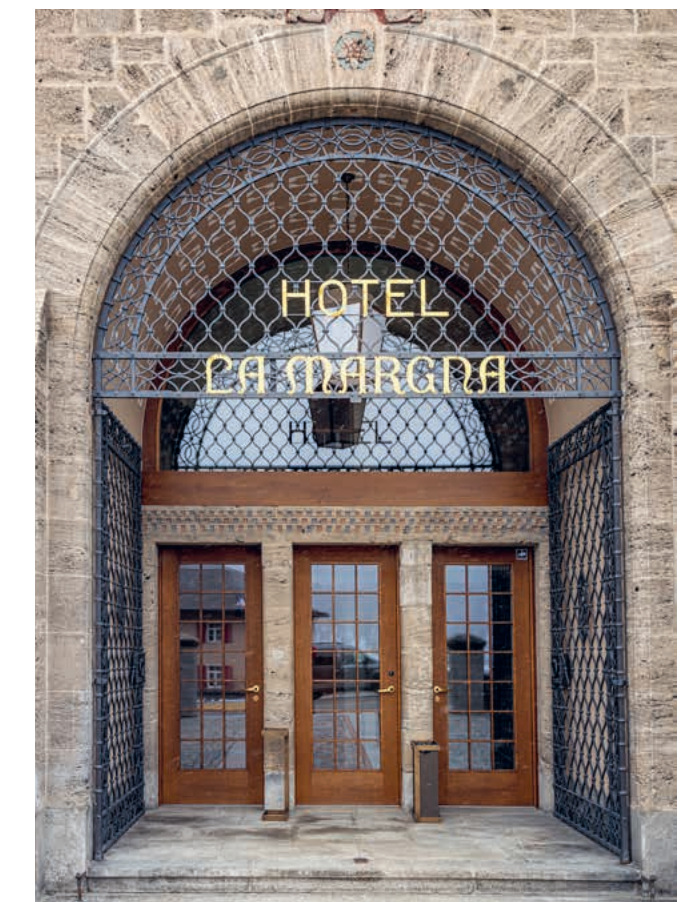
AS Aufzüge hat im Grace La Margna sechs Lifte eingebaut – allesamt Neuanlagen. Sie erfüllen die hohen Ansprüche des Hauses und entsprechen den neusten Anforderungen, beispielsweise an die Barrierefreiheit. Im Altbau wurden vier Aufzüge installiert. Während die zwei Personallifte für die Gäste unsichtbar sind, fügen sich die zwei Gästelifte harmonisch ins Gesamtkonzept ein. Den Gästen stehen zwei komplexe MAGIC Duplex Lifte mit 3-seitiger Türöffnung zur Verfügung. «Unsere MAGIC Lifte sind für ihre Anpassungsfähigkeit und ihr innovatives Design bekannt», erklärt AS-Chefmonteur Mirnes Dervisevic. «Ihre flexiblen Zugangsmöglichkeiten

«Während der Bauphase wurde entschieden, dass wir ein 5-Sterne-Superior-Hotel werden.»

David Frei, General Manager
Hotel Grace La Margna



sind besonders vorteilhaft, wenn die Gebäudestruktur nicht verändert werden soll oder darf – so wie im La-Margna-Flügel.» Beide MAGIC Lifte verfügen über eine intelligente Portsteuerung. «Das heisst, man drückt nicht im Inneren des Lifts die gewünschte Etage, sondern aussen. Der Lift berechnet den schnellsten Weg unter Berücksichtigung von Anfragen weiterer Fahrgäste. Damit wird die Wartezeit um bis zu 30 Prozent reduziert», erklärt Mirnes Dervisevic. Beim Check-in erhalten die Gäste eine kurze Einführung, wie sie die Lifte mit dem Badge aktivieren. →



Jedes Detail muss stimmen

Die Liebe zum Detail fällt überall auf – ganz besonders aber bei den Gästeliften. Praktisch die ganze Ausstattung wurde individualisiert. Beispielsweise erhielten die Lifttüren eine Speziallegierung und moderne Anzeigen. Das Lichtkonzept wurde angepasst, ganzflächige Spiegel integriert und ein Steinboden verlegt. Die Planänderungen während der Bauphase waren für Mirnes Dervisevic und sein Team die grösste Herausforderung bei diesem Projekt. Bei den MAGIC Liften beispielsweise war das digitale Kabinentableau ursprünglich nicht vorgesehen. «Zuerst haben wir in den Liften Standard-Displays eingebaut, die aber nicht zu den Port-Displays aussen passten. Wir suchten nach einer Lösung und realisierten schliesslich ein exklusives digitales Kabinentableau», erzählt Mirnes Dervisevic. Die personalisierten Lifte sind das Ergebnis eines intensiven Austauschs. Daran erinnert sich auch General Manager David Frei: «Mirnes und

ich suchten immer zusammen nach einer Lösung und haben sogar gemeinsam die Lifte programmiert. Ohne einen solch engagierten Projektleiter wie Mirnes hätten wir es nicht geschafft.» Diesen Ball spielt Mirnes Dervisevic umgehend zurück. «Die

«Ohne einen solch engagierten Projektleiter wie Mirnes hätten wir es nicht geschafft.»

David Frei, General Manager

Zusammenarbeit mit David war extrem eng und sehr konstruktiv. Er verfügt über ein grosses technisches Wissen, was die Suche nach Lösungen vereinfachte. Mit ihm zu arbeiten, war eine grosse Freude.» Dieses Miteinander hätte einen Extrastern verdient.



Aushängeschild der Engadiner Jugendstilarchitektur

Das Hotel La Margna wurde vom St. Moritzer Architekt Nicolaus Hartmann (1880–1956) erbaut und bei der Eröffnung 1907 als Aushängeschild der Engadiner Jugendstilarchitektur angepriesen. Sein Besitzer Alfred Robbi, ehemaliger Gemeindepräsident von St. Moritz, benannte sein Hotel nach dem Piz da la Margna, einem Berg der Berninagruppe. Nicolaus Hartmann war der bedeutendste Bündner Architekt des frühen 20. Jahrhunderts. Beispiele seines umfangreichen Schaffens sind unter anderem das Direktionsgebäude der Rhätischen Bahn in Chur, die katholische Kirche in Davos und das Segantini-Museum in St. Moritz. Seine architektonischen Details sind noch immer sichtbar und verleihen dem La Margna Wing einen besonderen Charme. Zu den vielen originalen Bau- und Dekorationselementen gehören etwa die unverkennbaren Säulen mit Gravuren im Living Room oder die Stuckaturen in der Bar.

General Manager David Frei vor den neuen AS-Liften.



Der Nase nach

Barbara Hulsbergen von der Nüesch Weine AG hat die Nase für ganz, ganz vieles. Und sie hat den Magic. Etwas versteckt, aber nicht minder wichtig.

 Martin Rutishauser

 Chris Iseli

Sie lacht. Sagt: «Ich weiss gar nicht mehr, von welcher Firma der Lift war, hoffentlich nicht von eurer.» Barbara Hulsbergen spricht vom Aufzug am alten Standort. Oben war das, an der Hauptstrasse von Balgach SG, eingebaut vor Jahrzehnten, sehr vielen Jahrzehnten gar. Schliesslich gibt es Nüesch Weine schon seit 1834.

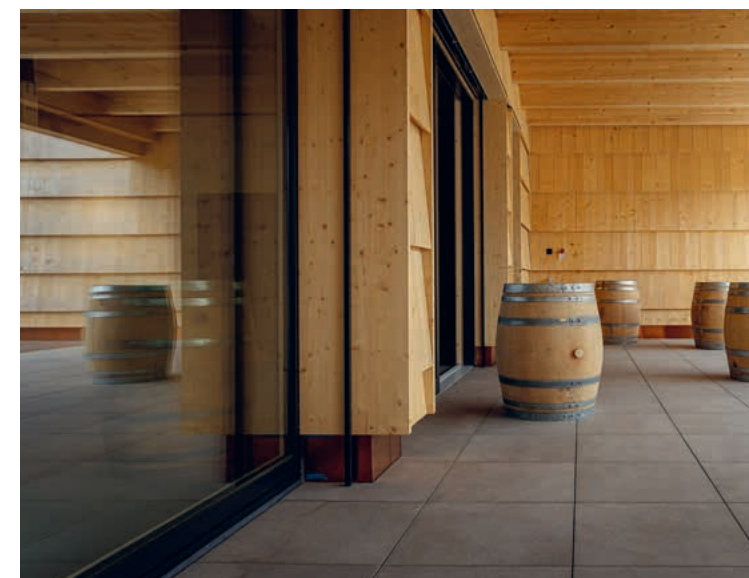
Um dieses hehre Alter einzuordnen: Nur gerade ein Jahr vorher, 1833, war hier der letzte Rest Feudalismus verschwunden: der Loskauf von den Zehntenlasten. 14 Jahre später folgte die Gründung der modernen Schweiz. Lange, lange ist es also her.

2001 kauften die Hulsbergens die Nüesch Weine AG. Der «alte Herr Nüesch» hatte den Betrieb 1986 an Passugger verkauft, im Zuge der Nachfolgeregelung. Seine Töchter, eine davon Physiotherapeutin, hatten nichts mit Wein am Hut. Passugger verkaufte an Feldschlösschen – und dann, knapp vor der Übernahme durch Carlsberg, schnappten sich die Hulsbergens die Nüesch Weine AG.

Australien, Toskana, Balgach

Aus zwei Gründen: Aus einer Art übermütigem Versehen hatte Barbara Hulsbergens Schwiegervater ein Weingut in Australien erworben. Es gehörte einfach zu dem Anwesen, das er sich dort gekauft hatte.

Und: Zur Nüesch Weine AG gehört ein Weingut in der Toskana, die Villa Trasqua. Idyllisch gelegen. Weit entfernt von Autobahnen oder gar von befestigten Strassen. Diese 120 Hektar mitten im Chianti Classico haben Perspektiven eröffnet für eigene Weinkreationen. Und für Wein hat Barbara Hulsbergen ein Näschen. Sie hatte sogar eine Weinschule für Privatpersonen sowie Sommeliers und Sommelières gegründet. Ausserdem wirkte sie dabei mit, dass die Ausbildung zur Sommelière, zum Sommelier den Status der höheren Berufsbildung mit Berufsprüfung und eidgenössischem Fachausweis erhielt.



«Mag der Lift noch? Das fragte man sich jeden Tag.»

Barbara Hulsbergen, Gebäudebesitzerin

Am alten Standort gab es gewisse Mühseligkeiten. Barbara Hulsbergen: «Mag der Lift noch? Das fragte man sich jeden Tag. Wie viel kann ich heute laden? Und dann setzte er sich in Bewegung, langsam.» Überhaupt, das alte Lager: Es war riesig, abends waren da oft 30 000 Schritte auf dem Zähler. Anfang 2024 bezog Nüesch Weine den neuen Standort. →



Barbara Hulsbergens Blick von ihrem Chefinbüro geht geradeaus ins Foyer und über die rechte Schulter in die Spedition. Jetzt ist Tom Zünd da, der Kopf dieses Gebäudes, auch die Hand: Als Bauleiter der Schönauer AG hat er sich um den Bau gekümmert. Von der Schönauer AG kommen Konzept – und die Umsetzung: «Ein Idealfall», sagt er.

Ciao Warenlift, hoi Wunderbalken

Die Spedition schliesst sich nahtlos ans Lager an: «Hier ist unser Zentrum», sagt Barbara Hulsbergen. «Logistisch perfekt.» Viel kleiner als an der Hauptstrasse, dafür hat es drei- statt einstöckige Regale. Ein Mitarbeiter holt eine Palette Wein per Hubwagen, bringt sie zur Spedition, knappe 15 Meter entfernt. Ebenerdig, keine Keller, keine Gewölbe. Warenlift? Braucht es nicht.

Holzbau-Freundinnen und -Freunden bietet Tom Zünd ein Schmankerl: Die Halle – riesige 59 mal 36 Meter – kommt ohne Stützen aus. «Die stünden ja nur im Weg.» Damit es auf diese Länge ohne Stützen geht, braucht es richtig starke Träger. Und die wollte man, klar, aus Holz. «Die konnten wir nicht selber produzieren», sagt er. «So gross sind sie.» →



«Oben ist der Event-Raum. Da muss ab und zu schweres Material hin. Auch kommen Personen, die lieber den Lift nehmen als die lange Treppe, wir haben hohe Räume. Und AS bedeutet Qualität und prima Zusammenarbeit.»

Barbara Hulsbergen, Gebäudebesitzerin

Ein Fass, ein Gebäude

Etwas gar trist ist es hier im Balgacher Industriegebiet an diesem regnerischen Junitag. Doch da leuchtet der Neubau durch das Grau: Das Holz der Fassade ist hell, die unbehandelten Holzelemente sind schmuck – all das, es strahlt förmlich.

Zu sagen gibt es so einiges: Das Runde des Baus imitiert das Runde des Weinfasses. Die eigens gefertigten Rundregaltürme präsentieren Weine: eigene aus der Toskana und andere, die das Sortiment ergänzen, aus aller Welt. Dazu weitere Verlockungen: Oliven, gegrillte und marinierte Artischocken, auch Pasta. Buongiorno, Toskana.

Die Beleuchtung erfolgt über ebenfalls kreisrunde Leuchtträger. Über die Wände aus glatt geschmirgeltem Holz. Draussen hingegen ist das Holz sägeroh, gänzlich unbehandelt. Es zieht sich als Balken die Glasfassade hoch – eine Reminiszenz an die Fassdauben. Der Boden ist nach Terrazzo-Art gemacht. Heiz- und Kühlelemente hängen an der Decke.



Man habe jemanden suchen müssen. «Jemanden, der daran glaubt, dass man Holzbalken über eine solche Länge machen kann, ohne Stützen.» Und so kamen die Balken, pünktlich und am Stück: 150 cm hoch, 26 cm breit und sagenhafte 28,5 Meter lang, 5,5 Tonnen schwer, und davon 5 Stück – per Spezialtransport aus dem Vorarlberg.

Sangiovese, Weinsensorik

Barbara Hulsbergen ist oft und gerne in der Toskana, auf ihrem Weingut. Indiskrete Frage: Das Flair für Italianità und der niederländische Nachname – wie kommt's? Sie sei Schweizerin, so Barbara Hulsbergen. «Und ich habe eine italienische Mutter und einen niederländischen Mann.»

Und sie hat eine Gabe, eine feine Nase. Schon als Kind wies sie auf Gerüche hin, die die anderen erst später wahrnahmen. Auch ihre Ausbildung hatte mit der Nase zu tun: Weinsensorik in Wädenswil ZH. Es folgte das Studium Internationales Weinmarketing, unter anderem an der Hochschule Geisenheim University in Deutschland und an der Weinakademie Österreich im österreichischen Rust. Was sie da gelernt hat, setzt sie um. Der Beweis: ihr Erfolg, dieses Gebäude. Die Weine bereiten ihr Freude, die Toskana – sowie die Jagd und ihre Jagdhundezucht. Auch darüber gäbe es viel zu berichten.



«Der Magic lässt sich mit drei Türen ausrüsten.»

Andreas Besse ist im Rheintal, im Kanton Graubünden und im Fürstentum Liechtenstein zuständig für den Verkauf neuer AS-Lifte, seit 2014.

Andreas Besse, warum entscheiden sich Ihre Kunden für den Magic?

In diesem Fall ging es darum, dass auch viel Material fürs Catering in den ersten Stock zu transportieren ist.

Der Magic ist aber kein Lastenaufzug ...

Der Magic ist zwar ein Personenaufzug, aber er lässt sich verstärken. Wir haben den Boden und die Schwelle verstärkt, das ist das schwächste Glied. Sonst würde sie einknicken, wenn man mit Rollen – zum Beispiel von einem schwer beladenen Transportwagen – darüberfährt. Der Lift wäre kaputt. Und ein Lastenaufzug wäre teurer und den Events nicht angemessen.

Was macht den Magic eigentlich magisch?

Man kann links und rechts aussteigen, nicht nur über gegenüberliegende Seiten. Oder er lässt sich gleich mit drei Türen ausrüsten. Und er hat einen tiefen Schachtkopf.

Und die Innenwände lassen sich gestalten?

Wir haben den Lift mit einem Laminat auf der Innenwand gefertigt, das mit einem Bild vom Weingut beklebt werden konnte. Das macht schon Eindruck. Mit MeinDesign lässt sich jeder Aufzug individuell gestalten.

Wie ist so eine langjährige Zusammenarbeit, wie Sie sie mit Tom Zünd und Norbert Schönauder, den Architekten und Holzbauern von Schönauder Swiss, pflegen?

Einfach super. Da herrscht gegenseitiges Vertrauen, das alles sehr partnerschaftlich und unkompliziert macht, für beide Seiten.



Tom Zünd auf die Frage:
Warum der Magic?

«Wir machen immer sehr gute Erfahrungen, auch der Preis stimmt. Dazu die Möglichkeit, die Innenseite zu gestalten.»

Magic, dann doch

Der Lift also: Es ist ein Magic. Etwas versteckt neben der Treppe, die ins Obergeschoss führt. Man geht vorne rein, fährt hoch und geht rückseitig raus. Hier ist der Event-Raum, mit riesiger Terrasse. Man kann ihn mieten. Der Andrang ist schon gross.

Warum der Magic? «Die Qualität von AS», sagt Tom Zünd, «wir machen immer sehr gute Erfahrungen, auch der Preis stimmt. Dazu die Möglichkeit, die Innenseite zu gestalten.» Und die ist jetzt grossflächig bedruckt. Mit einem Foto von, klar, der Villa Trasqua.

Neues Liftdesign für die Schweiz: Ihre Kreativität, unsere Umsetzung

Mit unserer neuen Ausstattungslinie für Liftkabinen lassen wir Architektur lebendig werden. Unsere neuen Designs vereinen Ihre kreativen Vorstellungen mit höchster Funktionalität. Für ein nahtlos schönes Gebäudedesign bis in den Lift hinein.

 Laura Truschinski

 Visualisierungen: Kreuzer Design

Ob hochmodernes Bürogebäude in Zürich oder rustikales Alpen-Chalet im Wallis – unsere neuen Liftkabinen passen sich perfekt an jedes Bauprojekt an. Die Designs ergänzen und betonen die Architektur des Gebäudes, ohne Kompromisse bei Funktionalität und Sicherheit einzugehen.

Mit einer Vielzahl an neuen Wandfarben, Böden, Beleuchtungsvarianten und Handläufen haben Sie die Freiheit, Ihre kreativen Ideen Wirklichkeit werden zu lassen. Die Kollektion bietet Ihnen dafür unendliche Gestaltungsmöglichkeiten, die sowohl ästhetisch ansprechend als auch funktional sind.

Innovative Wandfarben und Materialien

Unsere neue Ausstattungslinie bietet eine breite Palette an modernen Wandfarben und Materialien, die miteinander kombiniert werden können. Stellen Sie sich eine Liftkabine mit zeitlosen, dezenten Farbtönen aus mattem oder glänzendem Laminat vor. Oder wählen Sie eine extravagante, elegante Wandverkleidung aus hochwertiger, marmorierter Keramik. Farbige Akzente und strukturierte Oberflächen schaffen ein einladendes Ambiente, das aktuelle Wohntrends widerspiegelt. →

Edle Holzoptik, Boden in Keramik-Look und indirektes Licht: So kommt das neue Kabinendesign daher.





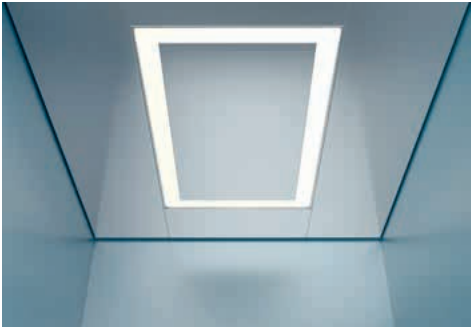
Ob im Mehrfamilienhaus oder im Geschäftsgebäude – unsere Personenlifte mit der neuen Ausstattungslinie passen überall perfekt.



Ein hoher und schmaler Spiegel sorgt für Übersicht.



Die energiesparende LED-Deckenbeleuchtung ist hell, blendet aber nicht.



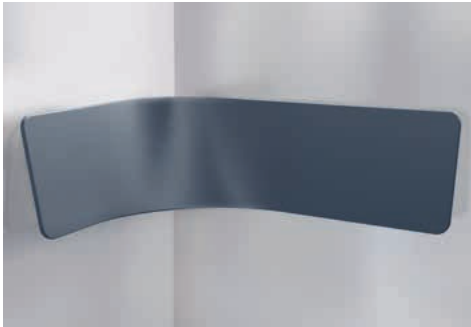
Bei der Anordnung gibt es diverse Möglichkeiten. Jede sorgt für eine angenehme Atmosphäre und rückt die Liftkabine ins beste Licht.



Neu ist eine erhöhte Sockelleiste im Angebot.



Die Sockelleiste kann auch eingelassen werden.



Ob elegante Rückenlehne...



... oder klassischer Handlauf. Es ist für jeden Geschmack etwas dabei.



Neue Farben und ein edles Tableau geben jedem Lift einen modernen Look.

Stilvolle und nachhaltige Böden

Der Bodenbelag spielt eine zentrale Rolle für das Erscheinungsbild und die Funktionalität einer Liftkabine. Unsere neuen Böden sind in verschiedenen Materialien erhältlich, darunter nachhaltiges Linoleum und edle Keramikböden mit hoher Sockelleiste. Linoleum ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch strapazierfähig und pflegeleicht. Keramik schafft wiederum eine besonders elegante Atmosphäre. Die neuen Böden bieten die ideale Grundlage für jede Liftkabine, sei es in moderner Marmoroptik für zeitgemässe Stadtgebäude oder in authentischer Holzoptik für traditionelle Chalets.

Flexible Beleuchtungsvarianten für jede Stimmung

Licht ist ein wesentliches Element in der Gestaltung von Räumen. Unsere neuen Beleuchtungsvarianten ermöglichen es Ihnen, die Atmosphäre in der Liftkabine individuell zu gestalten. Die neue umlaufende Beleuchtung gewährleistet eine indirekte und angenehme Ausleuchtung der Kabine. Leuchtschienen hingegen schaffen eine besonders moderne Atmosphäre und lassen sich optimal mit Kabinentableaus in dunklem gebürstetem Edelstahl kombinieren.

Elegante und ergonomische Handläufe

Handläufe sind ein wichtiger Bestandteil jeder Liftkabine. Sie schaffen Orientierung und Sicherheit für Personen jeglicher Bedürfnisse. Unsere neuen Handläufe kombinieren elegantes Design mit ergonomischem Komfort. Sie sind in verschiedenen Ausführungen und Farbtönen erhältlich, die sich harmonisch in das Gesamtkonzept der Kabine einfügen und gleichzeitig höchsten Komfort bieten. Ein besonderes Highlight ist der neue Handlauf «Lehne», der an der Rückwand der Kabine montiert wird und zum komfortablen Anlehnen einlädt.

Kombination von Materialien nach Ihrem Geschmack

Unsere neue Ausstattungslinie ermöglicht es, verschiedene Materialien zu kombinieren, um einzigartige Liftkabinen zu gestalten. Stellen Sie sich nachhaltiges Linoleum auf dem Boden vor, kombiniert mit eleganter Keramik an den Wänden. Kombinieren Sie strukturierte Laminats mit rückseitig lackierten, matten Glasoberflächen. Stimmungsvolle, umlaufende Beleuchtung und ein stilvoller Handlauf in goldfarbenem Edelstahl schaffen eine unverwechselbare Atmosphäre und machen jede Fahrt zu einem besonderen Erlebnis.

Entdecken Sie die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten! Gemeinsam mit Ihnen designen wir bei AS Aufzüge Liftkabinen, die Ihre architektonischen Projekte auf das nächste Level heben. Ihre Kreativität und unsere Expertise sind der Schlüssel zu lebendiger und funktionaler Architektur.

Eine kleine Auswahl der neuen Farben:



Jaspisbraun Keramik



Kirschbaum Keramik



Bergkristallgrau Keramik



Achatgrau Keramik



«Eine effiziente Transportinfrastruktur in der Vertikalen ist daher absolut zentral, um die Attraktivität von oberen Stockwerken zu erhöhen.»

Ralph Kramer, Leiter Operations des Logistikzentrums Pfungen der Schweizerischen Post

Hydraulisches Kraftpaket

Am Güterlogistikstandort der Schweizerischen Post in Pfungen sind die beiden Etagen durch einen neuen Warenlift von AS Aufzüge verbunden. Die Einzelanfertigung mit 10 Tonnen Nutzlast ist schnell und für grosse Mengen sowie für sperrige Güter wie geschaffen.

 Manuel Huber

 Chris Iseli

Um 05.00 Uhr geht's los. LKWs und Lieferwagen kommen und gehen, werden zügig entladen und beladen. 60 Rampen stehen dafür zur Verfügung, darunter auch neue hydraulische Anpassrampen. Es herrscht Hochbetrieb am Güterlogistikstandort Pfungen mit 12 000 m² Fläche auf zwei Etagen und rund 50 Mitarbeitenden. Um die Stosszeiten zu bewältigen, braucht es genau definierte Prozesse und eine Infrastruktur, die hohe Kapazitäten bewältigen und auch Güter ausserhalb der Norm bewegen kann. Denn in Pfungen erbringt die Post verschiedene Dienstleistungen für die Ostschweiz und das angrenzende Ausland: Stückguttransporte, Lagerlogistik und Sendungen, die über Nacht oder am gleichen Tag zugestellt werden.

Angebot bedingt effizienten Lift

Das Angebot «Swiss-Express Tag» ist Programm, sagt Ralph Kramer, Leiter Operations des Logistikzentrums Pfungen: «Die Güter kommen rein, sind wenige Stunden bei uns und gehen wieder raus.» Mit «Swiss-Express Innight» erhalten Kunden ihre Ware noch vor Arbeitsbeginn. Auch AS Aufzüge nutzt die Nachtlogistik der Post. Ersatzteile werden nachts in die Fahrzeuge der Servicemitarbeitenden geliefert. «Zudem bereiten wir hier in Pfungen die Mehrwegboxen zur Lieferung der Ersatzteile wieder auf und bringen sie zurück nach Ebikon ins AS-Lager oder recyceln die ausgetauschten Teile fachgerecht», erklärt Ralph Kramer.

Pfungen wickelt für Kunden auch Retourensendungen von Online-Bestellungen ab. Im Schnitt sind es täglich 5300 Artikel. Im Weiteren wird der Versand von sperrigen Gütern wie Haushaltsgeräten oder Möbeln über Pfungen abgewickelt und ein Aufstellservice angeboten. Ein Kunde bestellt beispielsweise einen Schrank, der nach Hause geliefert und von einem 2-Mann-Team fachgerecht aufgebaut wird. Solche Dienstleistungen bedingen ein Lager und eine Umschlagsfläche, die sich in Pfungen auch im Obergeschoss befindet. «Transporte innerhalb eines Gebäudes sind immer ressourcenintensiv», erklärt der 43-jährige erfahrene Betriebsleiter. «Eine effiziente Transportinfrastruktur in der Vertikalen ist daher absolut zentral, um die Attraktivität von oberen Stockwerken zu erhöhen.» →



Blick in den Liftschacht des Hydrauliklifts.



14 Europaletten oder 12 Rollwagen haben im neuen Warenlift Platz.

Hydraulisches Kraftpaket

Bisher waren die beiden Etagen des Logistikzentrums mit zwei Liften verbunden: einem Warenlift mit 5 Tonnen Nutzlast, der Platz für maximal 4 Europaletten bietet. Und einem kleinen Palettenförderer, gedacht für nur eine Europalette von 120 mal 80 Zentimeter, der aber seit längerer Zeit nicht mehr genutzt wurde. «Er bot nicht genügend Kapazität, wenig Flexibilität und war schlichtweg zu langsam.» Ralph Kramer suchte nach einem Ersatz und einer Ergänzung zum 5-Tonnen-Lift. «Auch wenn die AS-Techniker im Notfall schnell vor Ort sind – nur einen Lift im Haus zu haben, war uns zu riskant. Zudem erfüllt der bestehende Lift nicht die Anforderungen an eine effiziente und effektive Logistik, die wir auch mit Blick auf die Zukunft anstreben.»

Die Post hatte genaue Vorstellungen, was der neue Lift leisten soll und wie er ausgestaltet wird, erinnert sich Oliver Matz, Verkauf Neuanlagen Region Mitte Ost von AS Aufzüge: «Der Lift ist ein Manufakturlift, also eine Einzelanfertigung, und genau auf die Bedürfnisse der Post zugeschnitten.» Gross, stark und schnell sollte er sein, der neue Warenlift. Oder in Zahlen ausgedrückt: Er musste Platz für 14 Europaletten oder 12 Rollwagen bieten. Das bedingt eine Fläche von 4,5 mal 5,5 Meter. Die Vorgabe für die Nutzlast lag bei 10 Tonnen. Und die Hubhöhe

von 5,13 Meter sollte der neue Lift innerhalb von 10 Sekunden schaffen – also mit einer Geschwindigkeit von einem halben Meter pro Sekunde. Für dieses hydraulische Kraftpaket musste ein neuer Liftschacht betoniert werden. 6,20 Meter breit, 6,30 Meter tief. Das bedingte umfassende Schutzmassnahmen beim siebenmonatigen Umbau im lau-

«Der Lift ist ein Manufakturlift, also eine Einzelanfertigung, und genau auf die Bedürfnisse der Post zugeschnitten.»

Oliver Matz, Verkauf Neuanlagen AS Aufzüge

fenden Betrieb. «Auch die Türen sind eine Spezialanfertigung», erklärt Oliver Matz. «Sie sind fast 4,50 Meter breit und 2,90 Meter hoch. Da wird viel Gewicht bewegt, was ein Ausprobieren und ein sauberes Einstellen der Mechanik nötig machte.» Im Innern des Lifts wurden auf drei Höhen Ramm- schutzleisten angebracht.



Er war für die Installation verantwortlich: Montagechef André Keiner beim Hydraulikaggregat.

Deutlich mehr Effizienz

Der neue Lift erfüllt alle Vorgaben der Post und bewährt sich im dynamischen Arbeitsalltag. «Das Befördern von Gütern zwischen den Stockwerken ist wesentlich effizienter geworden, und wir sind flexibler beim Umschlag mit grossen und sperrigen Gütern», bestätigt Ralph Kramer und freut sich, dass der neue Lift auch bei den Mitarbeitenden sehr gut ankommt. Die Zusammenarbeit mit AS Aufzüge während der Planung und der Bauzeit beschreibt Ralph Kramer als «sehr gut und unkompliziert». Auch die Realisation spezieller Details habe bestens funktioniert, wie etwa die Anbindung des Zutrittskontrollsystems via Badgeleser. Seine Leistungsfähigkeit stellt der neue Warenlift in Pfungen nun jeden Tag unter Beweis. Neu ist es möglich, mit nur drei Liftfahrten einen 40-Tonnen-Lastwagen zu füllen, der Platz für maximal 34 Europaletten bietet. So ist der LKW schneller wieder auf der Strasse. Die Effizienz in der Vertikalen erhöht also gleichzeitig die Produktivität in der Horizontalen.



So funktioniert der Innight-Prozess



Kunde meldet Störung



bis 17.00 Uhr

Bestellung durch Servicetechniker



18.30 Uhr

Abholung durch PostLogistics



bis 06.00 Uhr

Transport durch Innight-Kurier ins Servicefahrzeug



07.00 Uhr

Montage beim Kunden



08.00 Uhr

Lift wieder in Betrieb



Der 45 Meter hohe Testturm in Schlatt im Kanton Thurgau: Hier wurden ab 1955 die AS-Lifte entwickelt, getestet und produziert.

Prägend bis heute

Wo liegt der Grundstein von AS Aufzüge? In der Stadt Schaffhausen. Ein Grundpfeiler des Unternehmens steht aber auf der anderen Seite des Rheins und prägt die Landschaft bis heute. Die Geschichte des Liftturms von Schlatt gibt Einblicke in die Entstehung von AS Aufzüge.

 Manuel Huber

 Pius Amrein

1950 gründeten drei ehemalige Angestellte der Firma Schindler die Firma SPB. Vier Jahre später folgte der Zusammenschluss mit der Flug- und Fahrzeugwerke AG Altenrhein. Das neu gegründete Unternehmen hiess Aufzüge AG Schaffhausen, denn der Ursprung des Unternehmens lag in der Stadt Schaffhausen, erzählt Historiker Matthias Wipf: «Die Firma startete mit wenigen Mitarbeitenden an der Stimmerstrasse. Da im Quartier kein Liftturm gebaut werden durfte, zog die Firma kurze

Zeit später aus Schaffhausen weg.» Fündig wurde das junge Unternehmen rund fünf Kilometer entfernt auf der anderen Seite des Rheins: in Schlatt im Kanton Thurgau, direkt an der Grenze zum Kanton Zürich. Hier entstand 1955 das Werk Schlatt. Das Unternehmen florierte und wuchs. «Mit über 300 Angestellten war die Aufzüge AG Schaffhausen in ihrer Blütezeit einer der grössten Arbeitgeber der Region», so Matthias Wipf weiter, der selbst aus Schaffhausen stammt. →

Symbol der Leistungsfähigkeit

Im Werk Schlatt konnte die Aufzüge AG Schaffhausen schliesslich einen 45 Meter hohen Liftturm aus Beton bauen. Kaum stand der Turm, wurde er als Wahrzeichen und Symbol der Leistungsfähigkeit des Unternehmens gefeiert. Zu Recht: Im Werk wurde einer der modernsten und schnellsten Aufzüge der Schweiz mit einer Geschwindigkeit von 2,5 Meter pro Sekunde gebaut. Der Liftturm war nötig, um die im Haus entwickelten Aufzüge zu testen und zur Einsatzreife zu bringen. «Wir haben darin alles getestet», erinnert sich Rudolf Feser. «Dazu gehörten Steuerungen, Getriebe und Fangvorrichtungen.» Der heute 70-Jährige absolvierte von 1969 bis 1973 im Werk Schlatt die Lehre als Konstruktionsschlosser und hat den Liftturm in Betrieb erlebt. «Danach zog es mich in den Aussendienst. Ich war lieber draussen.» Es folgten 10 Jahre auf Montage, anschliessend war Rudolf Feser bis zu seiner Pensionierung 2019 als Servicemonteur unterwegs.

Gefunkt hat es später

Auch seine Frau Heidi Feser-Benz kennt das Werk Schlatt aus eigener Erfahrung – als Lehrtochter im kaufmännischen Bereich. «Das war eine schöne Zeit», erinnert sich die heute 68-jährige Thurgaueerin, vor allem auch deshalb, weil das Unternehmen Skilager in den Flumserbergen für die Lehrlinge organisierte. «Dass wir vom Büro zusammen mit den Stiften der Werkstatt ins Lager durften, fanden wir im Alter von 16 Jahren natürlich grossartig.» Übrigens: Gefunkt hat es zwischen Heidi und Rudolf Feser erst später. «Im Werk Schlatt waren wir einfach Lehrtochter und Lehrling», erzählen die beiden.

S wie Schaffhausen

In den 1970er-Jahren wurde die Aufzüge AG Schaffhausen eine Tochtergesellschaft von Schindler. Im Jahr 1998 folgte schliesslich der Zusammenschluss von Aufzüge AG Schaffhausen mit der Gebauer AG, der H. Schweizer Aufzüge AG und der Segulift SA. Daraus entsteht die AS Aufzüge AG. A steht für Aufzüge, S für Schaffhausen. Die zwei Buchstaben «AS» erinnern somit bis heute an die Anfänge der Aufzugsproduktion in der Stadt Schaffhausen. Rudolf Feser hat den Zusammenschluss zur AS Aufzüge AG miterlebt. «Für mich hat sich aber nichts

geändert», sagt er. «Wir hatten weiterhin einen tollen Arbeitgeber und ein lässiges Team.» Beim Zusammenschluss war auch sein ehemaliger Arbeitskollege Kurt Signer dabei. Er kam 1980 zur Aufzüge AG Schaffhausen, arbeitete danach 20 Jahre lang auf Montage und ist heute – kurz vor der Pensionierung – als Feldtechniker im Einsatz. «Als ich damals als Monteuranwärter anfang, war der Liftturm bereits nicht mehr gross in Betrieb», erinnert sich Kurt Signer. «In den Anfängen hat die Aufzüge AG Schaffhausen die Lifte in Schlatt selbst hergestellt und vor Ort getestet. Das Volumen hat aber stets abgenommen, so dass es den Liftturm für Tests kaum mehr brauchte.»

«Wir hatten weiterhin einen tollen Arbeitgeber und ein lässiges Team.»

Rudolf Feser, ehemaliger AS-Angestellter

Als wertvoll eingestuft

In den letzten Betriebsjahren des Werks Schlatt lag der Fokus auf der Produktion von Kleingüteraufzügen. 2001 wurde die Liftproduktion in Schlatt schliesslich eingestellt. Seit 2002 sind in den ehemaligen Produktionshallen verschiedene Gewerbebetriebe eingemietet. Und der Liftturm? 2011 kam die Idee auf, den Lift wieder in Betrieb zu nehmen und auf der Turmspitze ein kleines Café einzurichten. Doch daraus wurde nichts, weil die Platzverhältnisse zu knapp sind. So steht der Liftturm zwar noch immer, genutzt wird er aber nicht. Pläne für einen Abriss gibt es keine. Da er als ein industriell- und baugeschichtlich bedeutendes Bauwerk gilt, stuft ihn die Denkmalpflege des Kantons Thurgau als «wertvoll» ein. Der Schutzentscheid ist pendent. So bleibt der Liftturm vorerst, was er ist: ein Stück Industriegeschichte, einzigartig und markant, prägend für die Landschaft und voller Erinnerungen für all jene, die darin geschraubt, getestet und bei Erfolg gejubelt haben.



Gefunkt hat es zwischen ihnen erst später, kennengelernt haben sich Rudolf Feser und Heidi Feser-Benz als Lernende bei AS.



Das ehemalige AS-Werk von oben. Heute ist es ein Gewerbezentrum und beheimatet verschiedene Firmen.

Die perfekte Unterhaltung im Lift

Die Modernisierung der visuellen Kommunikation eröffnet neue Möglichkeiten und stärkt das Image eines Hotels. Das zeigt sich beim Victoria Hotel & Residence in Villars-sur-Ollon, dessen Gästeaufzüge neu mit InfoBoards von AS Aufzüge ausgestattet sind.



Die Einrichtung im Victoria Hotel & Residence ist modern und gemütlich gestaltet – als Gast fühlt man sich sofort wohl.



 Manuel Huber

 Chris Iseli

Une escale bien-être – also einen Zwischenstopp zum Wohlfühlen. Das versprechen die Bildschirme in den Aufzügen des Victoria Hotel & Residence in Villars-sur-Ollon, einem charmanten Bergresort auf einem sonnigen Plateau über dem Rhonetal im Kanton Waadt, ideal zum Wandern, Golfen, Skifahren oder eben – zum Entspannen. Der Wellnessbereich im Victoria Hotel & Residence verwöhnt mit Innenpool, Sauna, Hammam, Fitness. Das erfahren die Gäste über neue InfoBoards von AS Aufzüge in den drei Gästeliften. Dahinter steckt weit mehr als der Wechsel von analog auf digital.

Auf dem Weg zur Hotellerie von morgen

Die neue Ära des Victoria – erbaut 1894 – begann vor drei Jahren. Die neuen Besitzer liessen das Traditionshaus komplett renovieren. «Dabei wurden auch die bestehenden Gästelifte von AS durch Neuanlagen von uns ersetzt», erläutert Laurent Dupraz, Verkauf Neuanlagen und Modernisierung von AS

West. Gleichzeitig ersetzte AS Aufzüge die beiden Kleingüterlifte für die Küche. Nach der sechsmonatigen Sanierung empfing das Eurotel Victoria unter dem Namen Victoria Hotel & Residence wieder Gäste aus aller Welt. Das 4-Sterne-Hotel verfügt heute über 150 stilvolle Zimmer und Suiten, zwei Restaurants, eine Bar mit Terrasse und einen Wellnessbereich. Alle Räume sind modern und stilvoll gestaltet, strahlen Eleganz und Frische aus. Naturtöne herrschen vor. Das Victoria Hotel & Residence gehört zur VAR Group. VAR steht für Villars Alpine Resort. Zur Gruppe zählen auch das historische Luxushotel Villars Palace, das Chalet RoyAlp Hôtel & Spa und die Villars Lodge. Die Besitzer der VAR Group erhalten international viel Aufmerksamkeit, weil sie sich von bestehenden Modellen in der Hotellerie lösen. Sie verfolgen stattdessen ein nachhaltiges Hotelkonzept, das traditionelle Muster hinterfragt und neue, hybride Plattformen schafft, die Ausbildung, Nachhaltigkeit und Gastfreundschaft verbinden. Dazu gehört auch der Einsatz moderner Technologien. →





Via die AS-InfoBoards werden die Hotelgäste informiert, unterhalten und auf spezielle Angebote aufmerksam gemacht.

«Die Bildschirme fügen sich nahtlos in unsere Gesamtstrategie ein, die darauf abzielt, ein modernes und anspruchsvolles Kundenerlebnis zu bieten.»

Frederic Jay, Director of Engineering & Security

Erweiterung des digitalen Ansatzes

Die digitalen InfoBoards haben die bisherigen A4-Plakate aus Papier in den Gästelisten ersetzt. Diese neue dynamische Lösung passt zum hochwertigen Image der Hotelgruppe, sagt Frederic Jay, Director of Engineering & Security: «Die Bildschirme fügen sich nahtlos in unsere Gesamtstrategie ein, die darauf abzielt, ein modernes und anspruchsvolles Kundenerlebnis zu bieten. Sie sind eine natürliche Erweiterung unseres digitalen Ansatzes, der bereits

in anderen Bereichen des Hotels zu finden ist.» Die Modernisierung der visuellen Kommunikation dient also nicht zuletzt dazu, strategische Ziele zu erreichen. «Mit den Bildschirmen stärken wir die visuelle Kohärenz und die Markenbotschaft entlang der gesamten Kundenreise und positionieren das Hotel als innovatives und vernetztes Haus», ergänzt Frederic Jay. Jede Liftfahrt erhöht also das Gesamterlebnis, jeder Blick auf die Bildschirme dient der Positionierung.

Inspirieren und informieren

Im Hotelalltag sorgen die Bildschirme vor allem für Inspiration und Information. Das macht sie zu einem wertvollen Kommunikationsmittel, sagt Laurent Dupraz von AS: «In einem gehobenen Hotel bieten Bildschirme einen zusätzlichen Nutzen für die Gäste, indem sie über Speisekarten informieren oder Ideen für Ausflüge und Aktivitäten im Hotel liefern.» Dies gilt auch für das Victoria Hotel & Residence. Auf den InfoBoards werden die genussvollen Menüs in den Restaurants beworben, Lust auf Entspannung im Spa-Bereich geweckt oder auf kulturelle Veranstaltungen hingewiesen. Auch praktische Informationen wie Öffnungszeiten werden eingeblendet. «Der grösste Mehrwert für unsere Gäste besteht darin, dass sie einfachen und unmittelbaren Zugang zu relevanten Informationen und exklusiven Angeboten haben, was ihr Gesamterlebnis verbessert»,

bestätigt Frederic Jay von der VAR Group. Gleichzeitig hat diese digitale Lösung auch für die Mitarbeitenden im Hotel einen praktischen Nutzen. Die Inhalte können über ein Content Management System (CMS) digital erfasst und einfach aktualisiert werden. Zudem kann die zur Verfügung stehende Werbefläche vielfältiger genutzt werden. «Der Einbau von InfoBoards erfordert Erfahrung und individuelle Lösungen. Die optimale Positionierung der Bildschirme ist ebenso zentral für den Erfolg wie die ideale Geschwindigkeit, in der die Angebote wechseln», erklärt Laurent Dupraz und verspricht: «Wir unterstützen Kunden von der Planung bis zur Inbetriebnahme der Bildschirme.» So werden die Gäste schliesslich bei jeder Liftfahrt auf moderne und ansprechende Weise an ihren «Zwischenstopp zum Wohlfühlen» erinnert, der sich nicht nur auf den Wellnessbereich beschränkt.



Bei der Sanierung des Hotels hat AS auch neue Lifte installiert.



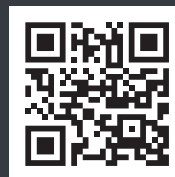
Die Zimmer sind schlicht eingerichtet und bieten viel Platz.





IHRE IDEE. **UNSERE GESTALTUNG.**

**Lieber edel, natürlich oder extravagant?
Gestalten Sie Ihren Lift passend zu Ihrem
Gebäude. Unsere neuen individuellen
Designs und Ausstattungen eröffnen Ihnen
diese kreative Freiheit.**



**Mehr
erfahren:**
lift.ch