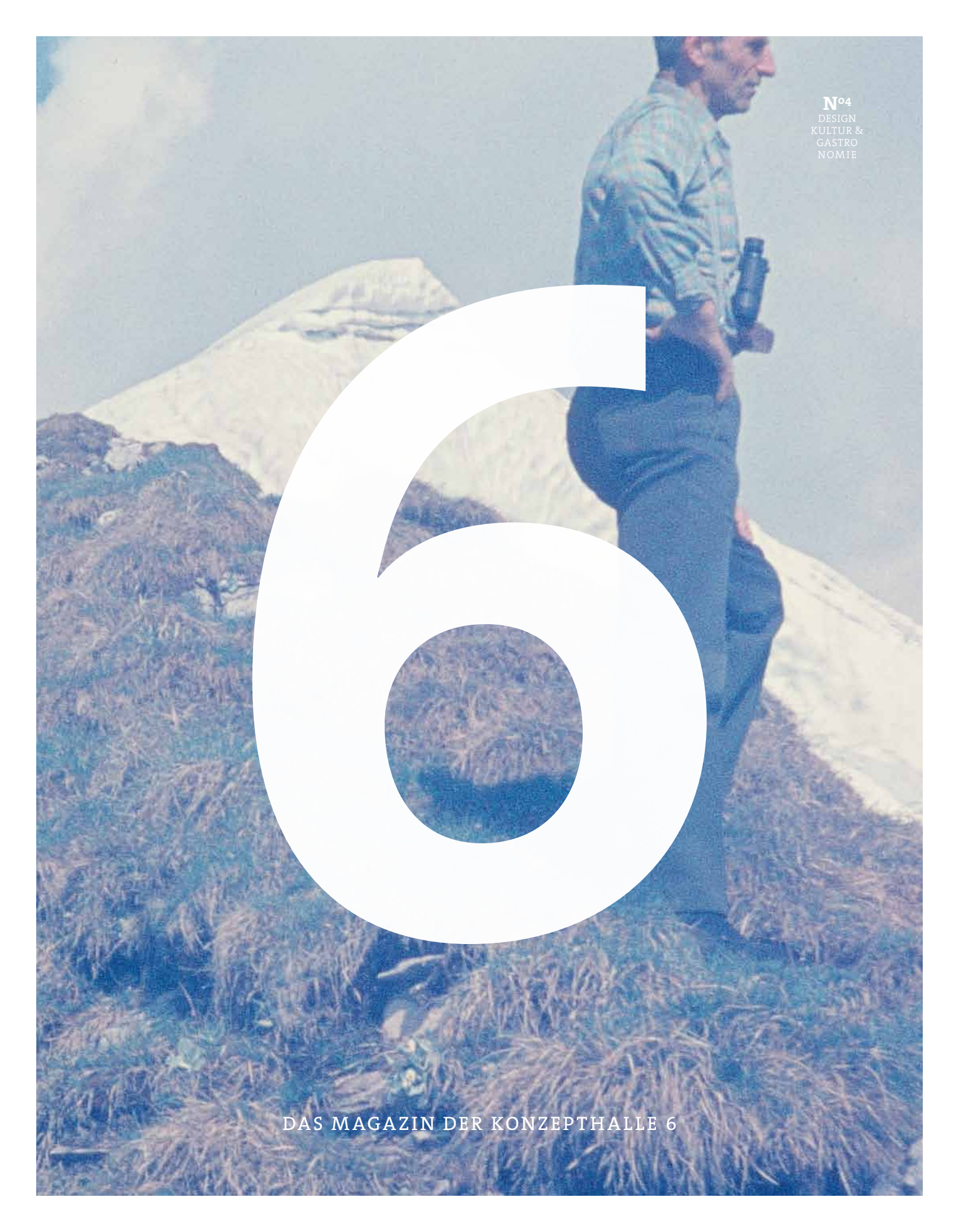




N°4
DESIGN
KULTUR &
GASTRO
NOMIE

DAS MAGAZIN DER KONZEPHTHALLE 6

Ziehen wir dem
Klischeedenken eins
mit dem Alphorn
über und schwingen
uns zu neuen
Gipfeln empor.

français

italiano

rumantsch

Monsieur le Conseiller Fédéral

Savez-vous, Mesdames et Messieurs, que Thun offre beaucoup plus que la place d'armes, le château et cette idylle historique de la petite ville entre Aare et lac? À Thun on trouve le Selveareal – Jadis, un endroit trépidant des jeunes de Thun et de nos jours, espace bureau et habitat. Et dans son cœur: la konzepthalle 6.

Ce petit mot est une invitation, cher Monsieur le Conseiller Fédéral, une invitation à plonger dans la Culture Helvétique et à vivre le Business Suisse d'une façon palpable – innovatrice, productive et toujours en échange intense. En présence de l'histoire industrielle de la ville de Thun, aujourd'hui, vous y trouvez une conurbation pour la diversité commune. C'est-à-dire: 3000 mètres carrés où l'art, la culture et l'art culinaire dictent leurs lois quotidiennement. Et un programme qui dépasse toutes les attentes de la Swissness. Vous pouvez vous attendre pas uniquement aux classiques du Design Suisse combinés à l'haute cuisine de Thun combiné à l'art et à la culture – le guitariste Slädu vous accueillera avec une performance live du Cantique Suisse.

Soyez le bienvenu dans la konzepthalle 6.

Egregio Consigliere Federale

Sapevate, gentili Signore e Signori, che Thun ha molto più da offrire della piazza d'armi, il castello o quell'idillio storico della piccola cittadina tra l'Aare e il lago? A Thun si trova il Selveareal – tempo fa luogo pulsante della gioventù di Thun, oggi spazio per uffici e habitat. E nel cuore: la konzepthalle 6.

Questa lettera è un invito, caro Consigliere Federale, un invito ad immergersi nella Cultura Elvetica e di vivere il Business Svizzero da vicino – innovatrice, produttiva, costantemente in uno scambio vivace. A cospetto della storia industriale di Thun, si trova oggi una zona ad alta concentrazione urbana per le varietà collettive. Per dire: 3000 metri quadri, dove l'arte, la cultura e l'arte culinaria dettano le loro leggi quotidianamente. E un programma che supera tutte le aspettative della Swissness. Da aspettarsi non solamente i classici del design svizzero abbinati all'alta cucina di Thun abbinati all'arte e alla cultura – il chitarrista Slädu l'accoglierà con un'esibizione dall'vivo del Salmo Svizzero.

Siate il benvenuto nella konzepthalle 6.

Zun preziau cussegl federal

Essas vus pertscharts, zun preziasas signuaras, zun preziai signurs, che il marcau da Thun porscha bia dapli che ina piazza d'armas, in casti ed ina idilla mercantila historica denter l'Aara ed il lac? A Thun stat igl areal «Selve» - avon onns in center da cultura giuvenila, oz in quartier cun fatschentas e habitaziuns. Ed el cor dil quartier la konzepthalle 6.

Quei scriver ei ina invitaziun, car cussegl federal, ina invitaziun da discuvrir cultura e economia Svizra ord la vischinonza. Ella ei innovativa, productiva ed adina el discuors activ. Era la historia d'industria da Thun ei aunc adina preschenta el center vital per diversidad communeivla. Quei vul dir: Vus anfleis cheu sin 3000 meters quadrats in clima che vegn dominaus d'art, da cultura ed dils plaschers culinaries. Ed in programm incumparabel tgei che pertucca Swissness. Cheu spetgan classichers da design sin vus, combinai cun la cuschina meistrila da Thun, combinai cun art e cultura – il ghitarrist Slädu fa il beinvegni adequat cun ina inscenaziun en directa dil psalm Svizer.

Nus dein in cordial beinvegni a vus ella konzepthalle 6.

Sehr geehrter Bundesrat

Wussten Sie, verehrte Damen und Herren, dass Thun mehr zu bieten hat als Waffenplatz, Schloss und historische Kleinstadtidylle zwischen Aare und See?

Thun hat das Selveareal – ehemals ein pulsierender Ort für die Thuner Jugendkultur, heute ein Büro- und Wohngebiet. Und in seinem Herzen: die konzepthalle 6.

Dieses Schreiben ist eine Einladung, lieber Bundesrat, eine Einladung dazu, Schweizer Kultur und Schweizer Business hautnah und anders zu erleben – innovativ, produktiv, stets im regen Austausch. In Gegenwart von Thuner Industriegeschichte finden Sie heute ein Ballungszentrum für gemeinschaftliche Vielfalt. Will meinen: 3000 Quadratmeter, in denen Design, Kultur und Kulinarik täglich das Klima beherrschen, finden Sie hier. Und ein Programm, das an Swissness nicht zu übertreffen sein wird. Denn es erwarten Sie nicht nur Schweizer Designklassiker kombiniert mit Thuner Spitzenküche kombiniert mit Kunst und Kultur – zusätzlich empfängt Gitarrist Slädu Sie standesgemäss mit einer Live-Performance des Schweizerpsalms.

Seien Sie herzlich willkommen in der konzepthalle 6.

D E R
B E W E G T E T I S C H
M o v e

Der vielseitig einsetzbare Klapptisch wurde eigens für das Letzigrund Stadion entwickelt. Dank verschiedenen Höhenmassen erstreckt sich sein Einsatzbereich vom Beistelltisch über den Esstisch bis hin zum Stehtisch. Dank Leichtbaukonstruktion und raffinierter Klapptechnik ist der Tisch leicht, aber trotzdem stabil. Entworfen von Philippe Aubert für Designarchiv und in Kooperation mit Produktionspartnern in der Region Thun hergestellt, kommt der Move-Tisch in ganz Europa zum Einsatz.



Bilder: Peter Wyssmüller



Schritt für Schritt zum fertigen Tisch, mit Philippe Aubert,
dem Designer unten links.

D A M A L S W I E H E U T E



Bild: zvg

Man kann ohne Weiteres behaupten: Das USM Möbelbausystem Haller war seiner Zeit voraus. Möbelhändler waren der Meinung: «So sehen doch Büromöbel nicht aus». Also musste eine andere Quelle gesucht werden. Schnell stand die Idee im Raum, das Produkt in Arztpraxen vorzustellen. Das hingegen ging auf Anhieb. Gleichzeitig wurde klar, dass gewöhnliche Büromöbelhändler dieses zeitlos moderne Design noch nicht verstehen. Es mussten also diejenigen Möbelgeschäfte angesprochen werden, die innovativ denken. Problematisch aber war, dass solche Händler auf den Wohnbereich spezialisiert waren und nicht auf Möbellösungen im Arbeitsbereich. So entstand 1969 zu Marketingzwecken dieses Bild: Das USM-Regal im Wohnkontext. daskonzept AG hat das Bild in der Halle 6 eins zu eins nachgebaut – und in wenigen Minuten fotografiert. Damals aber wurde ein grosses Theater betrieben: Hunderte von Telexen, 20 Polaroidbilder, 20 neue Beleuchtungen, zweimal den Boden neu gestrichen, 25 Filme im Kühlfach mit der gleichen Emulsion. So gigantisch wie der Arbeitsaufwand, 1969, war auch das Endergebnis. Die Konsequenz: heute ist der Designklassiker nicht nur ein Dauerbrenner – er wurde als fester Bestandteil in die permanente Ausstellung im Museum of Modern Art in New York aufgenommen. Nicht nur Design, sondern auch Qualität ist eben zeitlos.

**Ueli Biesenkamp, Designer & Inhaber von daskonzept AG. 1969 war er Projektleiter bei USM.
Das USM Haller Möbelbausystem wurde 1965 von Fritz Haller und Paul Schärer entwickelt.**



**SEIT 2008 MACHEN WIR INDIVIDUELLE
MÖBEL FÜR MENSCHEN, DIE SICH NICHT
NACH NORMEN UND VORGABEN RICHTEN.**



ANDY ANDRESEN

Vater, Ehemann, Koch,
Fotograf, Designer,
Consultant, Denker,
Träumer & Zweifler

CEO AAndres
+41 79 533 86 95

aandres.com

Wir sind so reduziert wie eben möglich.

Wir sind zeitlos und vermeiden jede
Art von unnötigem Statement.

Wir sind jenseits aller Moden und
betreiben kein künstliches Branding.

Wir glauben an Qualität und an
echte Nachhaltigkeit - jenseits von
pseudo- grünen Marketingtricks.

Wir bauen alle unsere Teile selbst mit
Lieferanten, die seit Jahrzehnten
beste Qualität liefern.

Wir geben kein unnötiges Geld für
Werbung und PR aus.

Wir verkaufen unsere Möbel nur in
unseren Showrooms und online.

Ja. Wir sind etwas ganz Besonderes
und freuen uns, wenn Sie uns
näher kennenlernen wollen.

I AM YOUR FURNITURE.

**BESUCHEN SIE UNSEREN
NEUEN SHOWROOM
IN DER KONZEPHTHALLE6**

E I N E C H T E S S T Ü C K S C H W E I Z

Z u B e s u c h i n d e r L e n k L o d g e



«Ich habe das Haus vor jedem Schritt nach Erlaubnis gefragt.»

«Einen Käser, einen Metzger, einen Dorfladen – in der Lenk gibt es alles, was man braucht, und zwar direkt vor der Tür und das meiste auch hier vor Ort produziert. In dem Talabschluss wird eben noch ein Stück echte Schweiz gelebt», erzählt Fabienne Cortesi überzeugt, während sie ihre Kaffeetasse mit den Händen umklammert. Es ist ein regnerischer Sonntagmittag. Wir haben es uns vor dem Kamin bequem gemacht. Draussen werden die grünen Berge von grauschwarzen Wolken bedrängt. Auf dem Designersofa sitzend, wähen wir uns in der wohligen Atmosphäre des Aufenthaltsraumes. Die samtigen Jazzmelodien erfüllen den hellen Raum. Es ist eine Begegnung mit Berghüttenromantik und Designermöbeln. Und es ist eine Begegnung mit dem Ehepaar Cortesi – das sich mit der Lenk Lodge einen grossen Traum erfüllt hat. «Wir haben lang suchen müssen, und als wir dann dieses alte Bauernhaus besichtigt hatten, ging alles ziemlich schnell», erzählt Roman Cortesi. Sieben Wochen nach dem Besichtigungstermin war der Vertrag unterschrieben. Im nächsten Moment war klar: Jetzt muss in die Hände gespuckt werden.

Denn bis zum ganz persönlichen Stück vom Glück stand dem Paar im Dezember 2012 noch ein langer und steiniger Weg bevor. Mit der fachmännischen Unterstützung vom Schwiegervater wurde Hand an das nahezu hundertjährige Haus gelegt – die eine oder andere Überraschung inklusive. Das ehemalige Wohnhaus und spätere Ferienheim der Gemeinde Worb wurde so nicht nur auf Vordermann gebracht – mit der Renovierung und sachtem Umbau wurden zum einen ursprüngliche Elemente wieder hervorgeholt, zum anderen wurde das urchige Wohnambiente mit modernem Design ergänzt. Mit Hammer und Meissel in der Hand, stets die Aufmerksamkeit auf die ursprünglichen Gegebenheiten des Hauses gerichtet, wurden hier und da Vertäfelungen entfernt, ein nichtssagender Linoleumboden gab den charmanten Holzboden frei, Wandschränke wurden abgerissen und machten Platz für schlichte Designstücke und viel Licht. «Wir haben stets im Bewusstsein der Geschichte des Hauses gearbeitet», erzählt das Paar. Schöngest Fabienne Cortesi betont zudem: «Bei jedem Schritt habe ich das Haus stets nach seiner Erlaubnis gefragt.»

Das Ergebnis ist ein Ort, an dem sich die Ursprünglichkeit des historischen Gebäudes und zeitgenössische Wohnelemente im

harmonischen Zusammenspiel begegnen. Bereits im Eingang wird man – anders als es das die Holzvertäfelung der Aussenfassade und die typischen grünen Fensterläden vermuten lassen – von lichtem Weiss empfangen, gepaart mit Natursteinboden und der sandgestrahlten Holzterrasse, die in den ersten Stock zu den Gästezimmern führt. Mit Liebe zum Detail – mal als dezenter Akzent, mal als schlagendes Argument – hat Fabienne Cortesi diesem Haus ihren ganz persönlichen Pinselstrich aufgesetzt: Wo einst enge, düstere Kammern Besucher beherbergten, thront jetzt hinter den holzigen Grundrissäulen der schwarze Badekubus. Statt einer gewöhnlichen Rezeption heisst der Rollschrank «Aktentransporter» von daskonzept AG die Besucher willkommen – dahinter schwebt nur wenige Zentimeter über dem Boden eine opulent verzierte antike Eisenlampe mit ausschweifender Porzellanhaube. Zementsäulen treffen auf Naturholzböden und auf Badezimmer ganz in Blau. In den Schlafzimmern bettet man sich in üppige Arrangements aus dicken Kissen und warmen Bettdecken, in Anwesenheit von Designerschrank und antikem Holztisch.

«Wir möchten unseren Besuchern eine ruhige und sehr private Atmosphäre bieten», betont Roman Cortesi, während er neues Holz im Kamin nachlegt. Fünf Gästezimmer sowie ein grosser Aufenthaltsraum stehen den Gästen zur Verfügung, in der Wintersaison 2014 sollen noch drei weitere Schlafzimmer und ein Leseraum im obersten Stock dazu kommen. Das Credo ist: der Gast soll sich zurückziehen, aber auch in den öffentlichen Räumen ein sowohl entspanntes als auch entspannendes Ambiente geniessen dürfen – regenerierende Alpenatmosphäre inklusive. Und die wird im kleinen Detail serviert oder thront mächtig im Bergpanorama, das sich oberhalb vom Dorf abzeichnet. Im Kleinen will das meinen: wurde bereits beim Umbau des Hauses, wann immer möglich, auf natürliches Material aus der Region zurückgegriffen, lädt der Frühstückstisch mit regionalen und hausgemachten Produkten aus der Lenk und Umgebung zum waschechten Alpenzuhause. Das man sich bei warmen Temperaturen am besten im Garten schmecken lässt – und zwar mit Blick auf den Dorfgiganten: den Wildstrubel. E Güete!



Wo Berghüttenromantik und zeitgenössisches Design so gekonnt Hand in Hand gehen, kann nur eines entstehen: der Traum vom eigenen Alpenhaus. Und den träumt man dann am besten in einem der kuscheligen Betten.



SF bi dä Lüt, Transhelvetica und und und – über mangelnde Aufmerksamkeit kann sich die Lenk Lodge nicht beklagen. Mehr zur von daskonzept AG ausgestatteten Lodge im Berner Oberland gibt es unter: www.lenk-lodge.ch



P o r t e n i e r R o t h

Hinter jeder Entwicklung steht ein Konzept, Mode ist da keine Ausnahme. Ein Konzept unterstützt den Designprozess nämlich insofern, dass man Anhaltspunkte hat, um das Entwickelte immer wieder zu überprüfen. Denn nebst ästhetischen Ansprüchen müssen Mode-Kollektionen auch aktuelle Marktbedürfnisse berücksichtigen. Wir stellen die Regeln, die unseren Arbeitsprozess strukturieren, selbst auf. Sie variieren von Kollektion zu Kollektion. Immer aber werden unsere Schnitte direkt am Körper entwickelt. Die Frau und ihre Formen stehen dabei stets im Zentrum. Das Resultat sind geometrische Formen, die den weiblichen Körper umspielen. Die Schweiz ist ein hartes Pflaster, Schweizer Einkäufer kaufen Schweizer Labels erst ein, wenn diese sich im Ausland etabliert haben. In Italien und Frankreich etwa wird der Nachwuchs stärker gefördert – sowohl durch verschiedene Modefördergefässe, als auch durch Politik und Wirtschaft. Wir produzieren in Eigenproduktion in der Schweiz und arbeiten oft mit Schweizer Textilerstellern zusammen. Swissness ist in der Mode aber nicht zwingend ein Vorteil, da die Schweiz nicht als Modeland wahrgenommen wird.

M E H R A L S N U R G E I Z I S T G E I L Y O U N G S W I S S

Die Jugendkarte euro26 heisst neu Young Swiss. Was steckt hinter dem Rebranding?

Im November vor zwei Jahren hat es einen Wechsel in der Geschäftsleitung gegeben. euro26 war damals an einem Punkt, an dem es nicht mehr weiter zu gehen schien. Es fehlte eine Vision. Also haben wir alles hinterfragt und eine neue Strategie formuliert und sind folgedessen zum Schluss gekommen: es braucht u.a. ein Renaming beziehungsweise Rebranding, mit dem Ziel, sich klarer zu positionieren. Der Name Young Swiss spricht für sich. **Inwiefern?** Zum einen widerspiegelt er die junge Schweiz, ein Muss, nicht zuletzt, weil wir die offizielle Schweizer Jugendkarte sind. Und die wurde ursprünglich vom Bundesamt für Kultur ins Leben gerufen. Das BAK hat die Stiftung «Schweizer Jugendkarte» mitgegründet, die auch heute noch über allem steht und unsere Unternehmensethik bestimmt. Zum anderen wird unsere Zielgruppe offener und dennoch konkreter. **Wofür steht Young Swiss nun konkret?** Es geht darum, einen sinnvollen Konsum zu vermitteln. Und es geht darum, in denjenigen Lebensbereichen Möglichkeiten zu bieten, in denen Junge etwas Sinnvolles erleben können. Es geht nicht nur um «Geiz ist geil», wir versuchen vor allem einen Mehrwert zu verschaffen. Wir bieten Qualitätsprodukte mit einem ethisch möglichst korrekten Hintergrund zu vorteilhaften

Preisen. Das ist natürlich immer eine Gratwanderung. Denn junge Konsumenten wollen nicht immer sinnvoll konsumieren. In diesem Spannungsfeld versuchen wir aber immer, das Bestmögliche herauszuholen. **Klingt nach Kompromissen. Was genau kann man sich unter dem Bestmöglichen vorstellen?** Uns ist natürlich klar, dass Konsum eine allgegenwärtige Kraft darstellt. Man kann sie nicht abstellen. Was wir aber machen können, ist, diese Kraft in die richtige Richtung lenken. Wenn wir der jungen Generation schlüssig aufzeigen, dass es sinnvoller ist, in der Schweiz oder im nahen Ausland hergestellte Produkte zu kaufen, dann ist es uns vielleicht möglich, ein Konsumverständnis zu vermitteln, das faire Produktionsbedingungen berücksichtigt. **Wie also sieht der sinnvolle Mehrwert einer Young Swiss-Mitgliedschaft konkret aus?** Der Mehrwert einer Young Swiss-Mitgliedschaft besteht darin, dass man bei uns hochwertige Produkte mit Vergünstigung kaufen kann. Bisweilen sind das teilweise exklusive Angebote. Daneben bieten wir eine ganze Geschichtenwelt, die unsere Angebote so in den Kontext stellt, dass unseren Mitgliedern Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie sie ihre Freizeit sinnvoll gestalten können. Young Swiss bietet eine kompakte Vorteilswelt, die junge Menschen dazu inspiriert, etwas zu bewegen und ihnen gleichzeitig versucht, den Weg

dafür zu ebnen. Unsere Member sollen aktiv werden. **Ihr seid Jugendkarte, Webshop, Onlineplattform und Printmagazin in einem – klingt sehr nach einem Trendsetteranspruch...** Das Letzte, das wir wollen, ist, uns als Trendexperten aufzuspielen. Der Begriff «Trend» ist für uns Tabu. Was wir machen können, ist Kultur- und Konsumprodukten aus Underground und Mainstream eine Plattform zu bieten. Deshalb lassen wir gern junge Kreative zu Wort kommen und ihre Arbeiten präsentieren. Unser Anspruch ist es, Trends zu sammeln und so zu versuchen, ein aktuelles und breites Bild der Schweizer Jugendkultur zu zeichnen. **Ein Konzept von Jungen für Junge also...** Ja. Und das fängt bei uns bereits beim Personal an. Unser Team besteht nahezu ausschliesslich aus jungen Kreativen und Machern, die nebenbei eigene Projekte umsetzen und sich so direkt am Puls der Jugendkultur bewegen. **euro26 zielte auf Jugendliche und junge Erwachsene unter 26 ab – bei Young Swiss wirken Bild- und Unternehmenssprache weniger gezielt, zeitloser.** Young Swiss zählt tatsächlich bis 30. Die heutige Generation bezeichnet sich auch mit 30 noch als jung und freut sich über gewisse Vorteile und Vergünstigungen. Rapper Jay-Z sagte mal: «thirty is the new twenty». Das ist wohl wahr.



8

01 Neues vom Hotello gibt es in der Retrospektive anlässlich der Mailänder Designmesse 2014 und als Vorschau auf die 15. Edition des Designers' Saturday in Langenthal. Einige Monate liegt die diesjährige Mailänder Designmesse schon zurück. Ein Jahr zuvor präsentierte sich Hotello an dem grossen Branchenanlass und wurde vergangenen April rückwirkend vom *Frame Magazine* in den Top Ten aller Mailänder Ausstellungen der Jahre 2012 und 2013 aufgelistet. Geruht wird dennoch nicht, denn das Hotelzimmer aus dem Koffer von daskonzept AG reist im November nach Langenthal. In diversen Produktionsstätten, dort wo Design nämlich entsteht, präsentiert die Schweizer Designmesse während zwei Tagen ausgewählte Designer und deren Produkte. **www.frameweb.com | www.designersaturday.ch**

02 Thuner Baukultur fördern und die Lebensqualität der Bewohner verbessern, ist das erklärte Ziel des Thuner Architekturforums. Im Jahr 2008 von einigen Architekturfreunden rund um den Thuner Architekten Johannes Saurer und den Künstler Hanswalter Graf gegründet, stellt sich der Verein in geführten Stadtpaziergängen, Fach-Vorträgen und anderen Veranstaltungen gezielt Fragen zu wichtigen Themen der Architektur, etwa zur Ökologie und Ästhetik, Nutzung von Industriebrachen, zum gemeinnützigen Wohnungsraum und zur Investorenrolle. In zwei Vorträgen in der konzepthalle 6 im September und Oktober stellt man sich der Beziehung von Kunst und Architektur und diskutiert das Feld der Architekturfotografie. Weitere Vorträge folgen. **www.architekturforum-thun.ch**

03 Statt nur Bla Bla, gibt es BlaBla und Bar in einem. In gemütlicher Atmosphäre in der Halle6-Bar soll sprachübergreifend Small Talk betrieben werden. Ob auf Französisch, Englisch, Italienisch, Spanisch oder auf Deutsch – Fremdsprachenkenntnisse auf allerlei Niveau dürfen bei diesem monatlichen Event mal abseits von Lehrbüchern und Sprachprogrammen ungehemmt erprobt werden. Nicht Korrekturen und Grammatikpauerei beherrschen hier das Lern-Ambiente, sondern Gruppendynamik und Gastfreundschaft. Denn Gastgeber dieses Multi-Sprachen-Anlasses ist der Sprachraum Thun. Für Gesprächsstoff wird gesorgt, Lacher sind garantiert und Fehler natürlich erlaubt. Nächste BlaBlas: 27. August & 16. September. **www.sprachraum-thun.ch**

04 Bergwärts will uns die Zürcher Agentur Bergdorf lotsen. Warum? Weil die Schweiz seit jeher für hochstehende Baukultur steht, «und das ist auch heute nicht anders», schreiben die Macher Mirko Beetschen und Stéphane Houlmann im Vorwort ihres Buches *Bergwärts* – zeitgemässes Wohnen in den Schweizer Alpen. Auf 208 Seiten werden Beispiele zeitgemässer alpiner Baukultur in Bild und Text vorgestellt – nicht ohne das Augenmerk auch auf das gehaltvolle Innenleben dieser Häuser zu lenken. Das Werk zeichnet eindrucksvoll ein Bild zeitgenössischer Schweizer Bau- und Wohnkultur, auch in Hinblick auf ihre Auseinandersetzung mit ästhetischen wie ethischen Prinzipien. Interessierte finden nicht nur Information, sondern auch Inspiration. **www.bergdorf.org**

05 Sparkling Jewelry, das sind zarte Schmuckstücke für Handgelenk, Hals – oder für den Oberkörper. Designerin Ann Palm greift mit ihren Bodychains den Trend der Hollywood-Stars auf und setzt ihn im eigenen Design von Hand um. Edelsteine und Halbedelsteine verbinden die Silber- und Goldketten, die sich leicht an Oberkörper und Bauch schmiegen. Die Kollektion ist von der Leichtigkeit der Hippie-Insel Ibiza inspiriert, farbige Steine und feingliedrige Ketten unterstreichen die Weiblichkeit ihrer Trägerin. Der perfekte individuelle Akzent für die Bikini-Saison – erhältlich via Webshop oder im Showroom in Bern. **www.sparkling-jewelry.com**

06 Es war einmal ein Käse, der sich auf den Weg machte, um gehobene Schweizer Genusskultur zu servieren. Einst nur als gern gegessener Gast regelmässig auf dem Berner Münstersteg-Märit zu Besuch, drehte er den Alpen den Rücken zu und wagte den Sprung über den Kanal bis in die pulsierende britische Metropole London. Im Emmental nach alter Familien-Tradition hergestellt, bereichern die Käsekunstwerke der Berner Mike Glauser und Jürg Wyss seit neustem das kulinarische Angebot auf dem Borough Market mit einem Stück echter Schweizer Esskultur. In Bern kann man sich die Jumi-Spezialitäten beim Bärendreck-zNacht oder Brunch direkt auf den Teller servieren lassen. Ein Tisch – ein Menü – gemeinsam essen. **www.jumi.lu | www.baerendreck.ch**

Aus der Mitte heraus gipfelt der
bunte Strauss von Identitäten ins Verständnis
einer gemeinsamen Tradition.



Aus der Mitte heraus gipfelt der
bunte Strauss von Identitäten ins Verständnis
einer gemeinsamen Tradition.



Giardinogrande von Designarchiv, Design Ueli Biesenkamp
Coray Stuhl von Seleform, Design Hans Coray



Giardinogrande von Designarchiv, Design Ueli Biesenkamp
Coray Stuhl von Seleform, Design Hans Coray

Die Innovation hockt derweil
im Schosse der Alpen und lockt im Kleinen
mit grossem Gedankengut.



Die Innovation hockt derweil
im Schosse der Alpen und lockt im Kleinen
mit grossem Gedankengut.

S Ü S S E M E L O D I E N M I T S A U R E N T E X T E N

Ein Interview mit Rapper und Sänger Leduc.



Foto: Maximilian Lederer

LO & LEDUC

Euer neues und gleichzeitig erstes physisches Album heisst Zucker fürs Volk – was genau ist der Zucker und wer ist das Volk? Das Volk sind wir alle. Wir haben zwar nicht den Anspruch neue Volksmusik zu machen, aber unsere Platte soll sowohl Jung als auch Alt gefallen. Und der Zucker, naja, es ist ein zweischneidiges Schwert. Einerseits mag jeder Zucker oder in diesem Falle Musik, die süchtig macht, andererseits ist Süsses für viele Leute schnell negativ konnotiert. Wir möchten diese Toleranzgrenze ausweiten. **Tatsächlich steht bei euch doch auch immer wieder ein stiller Vorwurf im Raum, dass ihr ohne klaren Genreentscheid musiziert. HipHop oder Pop – was ist euer Anspruch?** Ah, das kann man gut als Pop bezeichnen. Wenn jemand nur Rap darin sieht, dann ist das aber sicher auch nicht falsch. Unser wahrer Anspruch ist tatsächlich und vor allem ernsthaft Musik zu machen. **War also die Entscheidung, sich nach etlichen Gratisveröffentlichungen im Alleingang einem Label anzuschliessen, nur eine logische Konsequenz? Oder brauchtet ihr Sicherheiten?** Das kann man sicherlich so auslegen. Ich muss aber hinzufügen, dass ich in den letzten drei Jahren mehr Zeilen für E-Mails anstatt für Songs geschrieben habe. Mit einem Label im Rücken lässt sich der organisatorische Aufwand besser bewältigen. Zugegebenermassen ist es aber auch finanziell eine Absicherung. Bei einem kleinen Label wie Bakara geht vielleicht der Alleingang flöten, die Eigenregie aber ist immer noch unser Zugpferd. **Zurück zum Volk. Wie siehst du die Schweiz und ihre Schweizer?** In Bezug auf das Album fällt mir vor allem die Aversion gegen alles Protzige auf. Besonders im Pop wird das Schöne oft vorschnell als kitschig gewertet und damit wird ihm sofort jegliche Relevanz abgesprochen. Schöne und eingängige Melodien müssen jedoch nicht per se einfältig sein und können durchaus mit einer Portion Brisanz auf der Textebene kombiniert werden. Bei uns gibt es Sonnenuntergang und Ellbogencheck in einem. **Sind Schweizer also zu kritisch?** Zu vorschnell!

Kritik hingegen ist nicht unsere Stärke. Die Pressestimmen zu unserem Album sind meistens schön aus der Mitte heraus argumentiert. Oder aber die Meinung wird in Zynismus verpackt und dann aber lediglich aus der Argumentation heraus, dass das Schöne zu wenig gut ist – ohne grosse Auseinandersetzung mit den Finessen. Ich hätte es lieber entweder ganz zuckrig oder halt mitten ins Gesicht. **Das Einmitten also als typische schweizerische Eigenart.** Wenn meine Musik etwas nicht sein soll, dann eingemittet. Ein bisschen Pop. Hier und da Rap. Ich habe andere Ambitionen und die sind auf dem aktuellen Album gar nicht so schlecht umgesetzt. **Deine Chance zum Gegenargument: Mit welchen Finessen also besticht die Platte?** Im Vergleich mit einem Popsong, den man im Radio hört, rangiert die Sprache im Rap generell auf einem ganz anderen Qualitätslevel. Wir haben zwar ganz klar ein Popgewand, unsere Sprache aber ist und bleibt kantig. **Lo&Leduc ist Mundartmusik, das schränkt euren geographischen Spielraum stark ein.** Ja, und das ist ein Vorteil – für den Moment. Denn dieser eingeschränkte Rahmen ist auch gleichzeitig eine geschützte Werkstatt. Längerfristig birgt es das Risiko, je nach Erfolg, seine Ziele bereits in zehn Jahren erreicht haben zu können. Ich werde nicht aufhören Musik zu machen, und da stellt sich mir die Frage: Werde ich also immer das Gleiche machen müssen? Man könnte natürlich auch den abstrusen Ansatz haben, unseren Sound zu exportieren. **Lo&Leduc als Schweizer Exportschlager?** Ein gewisser Exotismus kann ja durchaus wirksam sein. Wenn wir aber von Mundartmusik als Exportprodukt reden, kommen wir automatisch zur Swissness-Thematik. Und ich will mich nicht als das verkaufen, was ausserhalb von der Schweiz mit Swissness assoziiert wird. **Warum nicht?** Sagen wir es mal so: Wenn ich Alphorn spielen würde, dann ginge ich damit um die Welt. Aber ich spiele kein Alphorn.

Zucker fürs Volk gibt es am 6. Dezember 2014 in der konzepthalle 6 – live und als einziger Tour-Stop im Berner Oberland. www.lo-leduc.ch



steht auf Steinway

NEUE
ADRESSE
v

Neue Adresse ab 1. Oktober: Effingerstrasse 53 · 3008 Bern · www.krompholz.ch

Krompholz
Mehr Musik



V O N M E N S C H L I C H E N A B G R Ü N D E N U N D D I R E K T E R D E M O K R A T I E

Ein Gespräch mit Filmemacher Luki Frieden

Luki, du hast von Ricola über Fonduekässe bis hin zu Uhren und Banken schon so ziemlich alle Schweizer Klischees verfilmt. **Fehlt noch was?** Einen Touristikfilm habe ich noch nicht gedreht. Ein Bergfilm etwa würde mich reizen. **Ein Heidi-Remake vielleicht?** Das interessiert mich weniger. **Warum?** Heidi ist wunderbar verfilmt worden – zwei-, dreimal sogar wiederverfilmt. Ich finde das Original immer noch am schönsten. Und das soll man so stehen lassen. **Gibt es andere Klassiker, die du gern verfilmen würdest?** Ich war beim Dällebach Kari stark involviert, der letztendlich von Xavier Koller realisiert wurde. An der Verfilmung von *Der Goalie* bin ich auch zuerst dran. Mein Schaffen hat sicherlich einen Bezug zu Schweizer Urthemen, aber ich kann nicht sagen, dass ich sie bewusst suche. Swissness alleine reizt mich nicht, ich finde die Geschichte wichtig und vor allem die Menschen darin. **In deinem aktuell abgedrehten Film *Unser Kind* erhält ein Paar in der Schwangerschaft die Diagnose einer möglichen Behinderung ihres Ungeborenen – eine Situation, in der sich Abgründe auftun.** Das ist eben das Schönste am Leben. **Was genau fasziniert dich daran?** Filme mit Happy End, Scheinwelten, die aufgebaut werden, Rosamunde Pilcher am Sonntagabend – kennen wir alle. Aber der Fall, der Moment, in dem die Fassade zusammenbricht, das Dunkle, das

Abnormale, ein Mord – das interessiert den Menschen wirklich. Der Mensch braucht beide Seiten – das Glück und das Unglück. Im Film kann ich das ausleben. Das mag vielleicht pervers klingen, ist aber nicht so. Ich denke mich gern in schwierige Situationen hinein, frage mich, wie sich ein Mensch dann verhalten soll und will. Und das macht mir – in Anführungsstrichen – Spass. Ich versuchte mich mal an komödiantischem Stoff. Aber einen Film zu schreiben, der die Leute nur zum Lachen bringen soll, interessiert mich nicht wirklich und so landete ich wieder beim Abgründigen. **Wie bist du auf die Thematik der pränatalen Diagnostik gestossen?** Ich habe vor langer Zeit schon einen Bericht gelesen, über zwei Frauen. Beide haben die Diagnose «Behinderung» erhalten und beide haben sich unterschiedlich entschieden. Es war sehr spannend zu lesen, wie sie argumentierten – insbesondere deshalb, weil ich beide Argumentationen durchaus nachvollziehen konnte. Die Thematik begegnete mir dann Jahre später wieder, als ich bei einem Abendessen einen Frauenarzt kennenlernte. Er bestärkte mich in meiner Film-Idee, weil es zum einen ein sehr aktuelles und zum anderen ein menschlich prekäres Thema ist – für alle Beteiligten: die Betroffenen, das Umfeld und auch die Ärzte. Letztere auch deswegen, weil sie die Betroffenen vor eine Entscheidung stellen, die ein Mensch eigent-

lich gar nicht fällen kann beziehungsweise nicht fällen darf. Je nach Sichtweise. **War die emotionale Dimension dieser Thematik auf dem Set spürbar?** Dadurch, dass der Film die zwischenmenschliche Ebene ins Zentrum rückt, war dies natürlich auch am Set zu spüren. Es gibt ganz viele schwierige Szenen in dem Film, in denen die Schauspieler echte Emotionen durchleben. Und da kann es vorkommen, dass die Schauspielerin sich auch in den Pausen in ihre Trauer zurückzieht, nicht ansprechbar ist. Mir ist es wichtig, dass die Stimmung im Film mit der Stimmung am Set korrespondiert – anders geht es nicht. Ich will nicht, dass etwas gespielt wird. **Es muss also nah an der Wirklichkeit gedreht sein?** Ich mag keine aufgesetzten Situationen. Wenn jemand weint, dann weint er wirklich. Ich liebe Filme, die quasi im Haus bei unseren Freunden nebenan stattfinden. **Der Stoff muss also stets der Realität entnommen sein.** Ich kann mich als Zuschauer sicherlich auch für einen Science-Fiction-Film begeistern, als Filmemacher benötige ich die Wirklichkeit – ohne aber auf ein paar Tricks zu verzichten. Und da ist die Musik im Film ein gutes Beispiel. Mit Musik kann man eine Welt erschaffen in einer Szene, die vielleicht allein durch das Spiel sonst nicht den gewünschten Wirkungseffekt hätte. Ziel ist, dass das nicht allzu häufig passiert, es hilft aber auch, dem Film die

« D i e Q u a l d e r W a h l a b e r
k a n n u n m e n s c h l i c h s e i n . »

nötige Relevanz und Brisanz zu verleihen. Dramaturgie inszeniert Wendepunkte in einem auf der Leinwand vorgespielten Alltag. Das fesselt den Zuschauer. **Nicht zuletzt deshalb bietet sich das Medium Film besonders gut dafür an, gesellschaftliche Themen auch kritisch aufzugreifen.** Sicherlich. Ich mache das aber nicht bewusst. In *Unser Kind* war es vor allem wichtig, sich von Anfang an darüber im Klaren zu sein, wie die eigene Haltung im Kontext dieser Thematik aussieht und ob man seine Haltung dem Zuschauer vermitteln will. Wir wollten nicht. Denn der Film wird an einem Sonntagabend im Herbst ausgestrahlt, und die Thematik ist so delikat, dass es kein Richtig und kein Falsch gibt. Aber wir werden die Zuschauer auch nicht zu einfach aus der Thematik entlassen. So viel sei versprochen. Schliesslich wird hier etwas inszeniert, das einem viel grösseren Konflikt zugrunde liegt. **Von welchem Konflikt sprichst du?** *Unser Kind* spiegelt gesellschaftliches Denken ganz aktuell: Die

Menschen heute wollen alles beeinflussen dürfen und können, aus einer Unzahl von Möglichkeiten auswählen und so das ganz persönlich Individuelle bekommen. Selbstbestimmung steht auf dem Programm – und zwar in jeder nur erdenklichen Hinsicht. Um das zu verdeutlichen: Heute will ich entscheiden, wann mein Kind auf die Welt kommt, welches Geschlecht es hat; ich will entscheiden, ob es grüne oder blaue Augen hat. Es stellt sich doch die Frage: Will man das wirklich? Oder will man das nicht? Und die andere Frage ist: Kriegt man's angeboten? Oder kriegt man's nicht angeboten? Wird man dann im Prozess der Schwangerschaft vor eine solche Frage gestellt, grenzt das schon fast an Unmenschlichkeit. Die Qual der Wahl aber kann unmenschlich sein. **Auch ein gesellschaftlich sehr aktuelles Thema in der Schweiz ist die Einwanderungsfrage, welche die Filmbranche nach der Abstimmung im Februar grosse Summen an Fördergeldern gekostet hat. Menschliches Versagen? Ein Desaster?**

Ich denke, das kriegen wir schon noch hin. Natürlich ist die Situation sehr unglücklich, ich fand auch die Abstimmung sehr unglücklich. Ach, und ich finde sowieso: Diese ganze direkte Demokratie, das ist zwar schön und gut, es gibt aber ganz viele Themen, die einfach nicht vor das Volk gehören. Bei der Minarett-Abstimmung wurden Millionen verschwendet, wegen vier Gebäuden in der Schweiz. Das ist blödsinnig! Es fehlt an fundiertem Wissen. Ich finde überhaupt nicht, dass die Mehrheit immer recht hat. Man hat ja bereits am Beispiel des Dritten Reichs gesehen, dass die Mehrheit keinesfalls immer recht hat. **Was also ist dein Vorschlag?** Deshalb finde ich: Abstimmen ja, aber mit zwei Ausnahmen: Blödsinn und komplexe gesellschaftliche Fragen, deren Konsequenzen man nicht einschätzen kann. Ich könnte mir vorstellen, dass die Schweiz mal einen König hat. Und der entscheidet dann auch schnell und kompetent. Ich hasse diese ganze Bürokratie. **Danke für das Gespräch.**

Luki Frieden studierte an der New York Film Academy, drehte seinen aktuellen Spielfilm in Thun und co-programmiert den Film am Montag in der konzepthalle 6. Die Saison 2/14 verspricht unter anderem hochkarätige Schweizer Dokumentarfilme. www.lukifrieden.ch



Luki Frieden führte nicht nur Regie zum Werbefilm
«Roger Federer skypes Lindsey Vonn» für Lindt – Chocolatier Suisse,
er lieferte auch das Drehbuch.



Bild: Peter Wyssmüller

«konzepthalle 6? In Thun? Nie gehört.» «Selveareal? Ja, irgendwo da hinten... glaub ich?!» Da liegt sie, die konzepthalle 6. Ganze vier Minuten und 300 Meter zu Fuss von der Kuhbrücke in Thun entfernt. Das sind 36 Sekunden mit dem Auto oder nur 28 mit dem Töff. Aber, was ist sie denn nun, diese konzepthalle 6: Ein Konzept? Eine Halle? Und wieso 6? Vielleicht sexy? Möglicherweise ist sie ja eine Stuhlausstellung. Ich habe 288 einzelne Stühle gezählt. Hinzu kommen rund 50 Gartenstühle und 360 Stühle im Veranstaltungssaal. Es gibt da jede Form und Art von Stuhl. Kostenpunkt: ab 150 Franken bis 7'000 Franken. Nur Designerstühle also? Ehm ja, was bitte ist denn ein Designerstuhl? Ach die Dinger, auf denen man nicht sitzen kann? Nicht so in der konzepthalle 6. Denn auf allen sitzt irgendwann einmal eine Frau, ein Mann oder ein Kind. Denn dafür sind unsere Stühle ja da. Zum Sitzen, nicht zum Anschauen.. Weiter hinten kocht Adrian Tschanz im Restaurant? Ja, DER Tschanz?! Und ja, es hat ein Restaurant in der konzepthalle 6. Ein verdammt gutes sogar. Zahlreiche Persönlichkeiten (Namen sind dem Kolumnisten bekannt) haben hier gegessen, inkognito sowie in privater Gemütlichkeit. Inklusive Champagner – aber, naja, das geht mich eigentlich nichts an. Die Frage, die bleibt ist: Wieso Konzept? Na, weil es ein Konzept ist – und zwar ein ziemlich innovatives. Darum. Die Halle 6 verbindet zwei Restaurants mit einer Möbelausstellung mit einem Showroom mit einem Büro mit einem Veranstaltungssaal mit einer Eventlocation mit einem Gartenrestaurant (direkt an der Aare, Ladies und Gentlemen) mit einer, nun ja, Stuhlsammlung. Nur ein kleines Problem gibt es da. Wir sind am Arsch der Welt. Nämlich 300 Meter von der Kuhbrücke entfernt. Und es hat, zugegebenermassen, sehr wenig Parkplätze. Sie müssen sich also zu Fuss zu uns auf den Weg machen... Scheibenstrasse 6. Selveareal Thun. Willkommen.

D E R F E R R A R I I N S A C H E N F L E I S C H

L U M A B E E F

«Nussig im Geschmack und sehr zart», so beschreiben die Macher ihr Produkt. Das LUMA Beef – der Produktname eine Symbiose aus den Namen der beiden Geschäftspartner Lucas Oechslin und Marco Tessaro, das Produkt eine Kombination aus technischem Know-how und ausgeprägtem Qualitätsdenken – ist eine neue Art Fleisch zu essen, im wahrsten Sinne des Wortes: veredelt. So umschreiben der Biotechniker und der Betriebswirtschafter ihre Tätigkeit: Sie veredeln Fleisch, und zwar mit einem Edelpilz, und lassen es über Wochen am Knochen aufgehängt reifen. Das Resultat ist nicht einfach nur ein hochwertiges Produkt, sondern eine Delikatesse.

Die Idee entstand aus dem Bedürfnis nach Schweizer Fleisch, welches konstant auf hohem Qualitätsniveau rangiert und sich so für die gehobene Spitzenküche eignet. «Eigentlich haben wir ja alle Bedingungen direkt vor der Tür: Alpen, schöne Wiesen, tolle Kühe», erzählt Lucas Oechslin und ergänzt: «Warum ist es also nicht möglich, ein gewisses Qualitätsniveau zu halten?» Als Biotechniker war dem 31-Jäh-

rigen schnell klar: die Lösung bringt ein Schimmelpilz. Denn, so die Erklärung des Experten: «Ein Schimmelpilz wächst in das Produkt hinein, zieht dort Nährstoffe heraus und bearbeitet so das Medium.» Zwei Enzymgruppen aus dem Edelpilz sorgen für den typischen Charakter von LUMA-Fleisch: Die eine ändert den Geschmack, die andere macht das Fleisch zarter. Je mehr Enzyme man in den Lagerungsprozess hineinbringt, desto zarter wird das Fleisch, desto intensiver wird zudem der Geschmack. Und der mundet nicht allen gleich. Denn mit der Produktion und dem Vertrieb im Ausland wurden für die Geschäftsmänner kulinarische Mentalitäten deutlich. «Für die Deutschen ist der Schweizer Geschmacksstandard fast schon zu stark. Dort produzieren wir deshalb weniger geschmacksintensiv. Wir glauben, dass der Einfluss vom Süden eine grosse Rolle spielt. Auch innerhalb der Schweiz merken wir bereits Unterschiede. Welsche oder Tessiner wünschen sich ihr LUMA Beef weitaus intensiver», so Tessaro.

So oder so – und darin sind sich die Freunde und Geschäftspartner einig – LU-

MA-Fleisch ist kein Alltagsgericht. Allein schon der Preis des Filets zeigt: Hier wird ein Luxusprodukt serviert. Das ist sowohl durch die Auswahl des Fleisches, als auch durch die Lagerung und Reifung bedingt. Der Qualitätsgedanke wird konstant hoch gehalten. Und das kostet, betont Betriebswirtschafter Tessaro: «Wir haben gar nicht die Möglichkeit, unser Produkt günstig zu verkaufen. Wir greifen schon beim Einkauf auf das Beste zurück. Zudem sind wir in der Quantität eingeschränkt, wir können nicht beliebig viel produzieren.» Ein Wohlstandsprodukt für das Wohlstandsland Schweiz – der Gedanke liegt nahe, zumal 100 Gramm LUMA Beef immerhin satte 15,50 Franken kosten. Ein Burger hingegen kostet 4,50 Franken pro 100 Gramm, das Kotelett 6,00 Franken. Zudem sind faire Arbeitsbedingungen und eine artgerechte Tierhaltung fester Bestandteil von Geschäftsphilosophie und Produktionsprozess. Oechslin und Tessaro profitieren mit ihren Produkten vom Trend zum Regionalen. «Denn», so Oechslin, «insbesondere der Schweizer gibt gern Geld aus für regionale Produkte mit

Bild: zvg



Nur das Beste vom Besten kommt für LUMA-Produkte in Frage.

Kreativ unterstützendes und effizientes Produzieren von augenfälligen, grafischen Kommunikationsmitteln.

Jost Druck AG | Postfach 102 | 3626 Hünibach | Tel. 033 244 80 80 | www.jostdruckag.ch



Bild: zvg

Wenn Fleisch veredelt wird: Mehrere Wochen reift das Fleisch mit dem Edelpilz.

Spekulation oder Tatbestand?

Ihre Immobilien-Spezialisten für Bewirtschaftung, Verkauf/Vermarktung und Bewertung



H.P. Burkhalter+Partner AG
Immobilien Management



www.burkhalter-immo.ch

Könizstrasse 161 | Postfach 258 | 3097 Liebefeld | Tel. 031 379 00 00 | Fax 031 379 00 01
Bahnhofgässli 27 | Postfach 97 | 3792 Saanen | Tel. 033 828 88 00 | Fax 033 828 88 01



guter Qualität. In vielen anderen Ländern Europas scheint mir diese Art des Konsums im Wandel. Fakt aber ist: Wenn die Leute bei Lebensmitteln geizen, gibt es Druck auf die Produzenten. Die Folge sind Skandale in der Lebensmittelbranche. Ein Huhn für 2.00 Euro zu kaufen, ist doch total absurd. Diese Situation haben wir in der Schweiz zum Glück noch nicht.»

Nicht aber nur ihr Qualitätsanspruch ebnete ihnen den steinigen Weg auf den deutschen Markt – vor allem die Komponente

Swissness bewährte sich im Ausland. Tessaro ist sich sicher: «Mit den Gammelfleischskandalen lag kein einfacher Weg vor uns. Da hat die Schweiz als Herkunfts- und Produktionsland sehr geholfen. Die Leute denken: was aus der Schweiz kommt, muss qualitativ gut sein.» Zu Recht, möchte Oechslin betonen, denn allein schon bezüglich den Produktionsbedingungen sei die Schweiz vielen EU-Ländern weit voraus. Dass sich die beiden Freunde nicht nur in Sachen Produktion, sondern auch in der kulinarischen Darbietung ihres Produktes

einig sind, zeigen ihre Ideen in der Zubereitung von LUMA Beef. Die Experten raten zur «rohen Variante, etwa einem Tatar oder einem Carpaccio, weil so die cremige Konsistenz und der nussige Geschmack am besten zum Ausdruck kommen. Man kann LUMA Beef aber auch auf dem Grill zubereiten, obwohl viele Fleischessende Hemmungen haben, teures Fleisch zu grillen. Dabei sagen wir immer: Fleisch braten ist doch viel einfacher als Kuchen backen.»

Das Restaurant Halle6 serviert LUMA Beef nach Art des Hauses als LUMA Burger. Im LUMA-Onlineshop können LUMA-Produkte sowie andere Spezialitäten ausgesuchter Produzenten bequem nach Hause bestellt werden. luma-dac.com | luma-delikatessen.ch

S O N N T A G A U F D E M T E L L E R

Brunchen geht man meistens am Sonntag. Wichtig sind dann für mich zunächst die Location und dann das kulinarische Angebot. Das Ambiente sollte hell sein, viel Raum bieten. Am liebsten sitze ich natürlich draussen unter einem schönen Baum im Schatten. Das ist umso angenehmer, wenn man Samstag vielleicht lange unterwegs war. Im kulinarischen Repertoire muss sowohl Salziges als auch Süsses enthalten sein. Es muss hausgemachte Konfitüre haben, aber auch Speck und Fisch. Der Begriff Brunch setzt sich aus den englischen Wörtern Breakfast und Lunch zusammen, er sollte optimalerweise also beide Komponenten haben. Ob man dann einfach nur ein leckeres z Mittag isst oder sich mit Musse für Frühstück und anschliessenden Lunch Zeit nimmt und so den Vormittag kulinarisch in den Nachmittag übergehen lässt, ist persönliche Geschmackssache.

Unser Sonntagsbrunch bietet eine ausgiebige und ausführliche kulinarische Reise vom Süssen zum Salzigen und wieder zurück – wenn man das will. Fünf verschiedene Buffets verköstigen den Gast mit allerlei Säften sowie selbstgemachtem Caffè Latte, angemacht zum Beispiel mit Sojamilch, mit 16 bis 24 verschiedenen Käsesorten – die meisten aus der Region – sowie einem ausgesuchten Fleischrepertoire, beispielsweise mit Bündnerfleisch, Rohschinken, Kochschinken und Lyoner. Es gibt auch eine kleine Fischeauswahl, bestehend aus geräuchertem Fisch und einem Fischmousse. Unsere Fruchtglassäulen sind keine Dekoration, sondern bieten in Kombination mit dem Cerealien-Buffer die per-

fekte Basis für das selbstgemachte Müsli. Mit dem zusätzlichen warmen Buffet servieren wir nicht nur Brunch-Kultur par excellence, sondern nehmen auch gleich unser Show-Küchen-Konzept auf. So kann der Gast direkt in der Küche zwischen zehn und zwölf verschiedenen warmen Gerichten auswählen – vom Würstchen bis hin zum fünflibergrossen Pancake mit Ahornsirup. Unsere Brotstation lockt mit frischem Brot und hausgemachtem Zopf, passend dazu gibt es vier verschiedene Sorten hausgemachter Konfitüre. Wichtig ist uns, neben den regionalen Produkten, vor allem auch die ökologische Nachhaltigkeit. Wir versuchen dem Verpackungswahnsinn entgegenzuwirken – unsere Butter etwa wird am grossen Stück serviert und kann so auch individuell portioniert werden. Wer das Ganze mit einem Glas Prosecco abrunden möchte, kann sich jederzeit an unserer rollenden Prosecco-Bar bedienen. Das Highlight aber ist unser Sonntagsbraten, von dem man sich Punkt Zwölf Uhr, je nach Hunger, seine Scheibe abschneiden darf.

Der Halle6-Brunch serviert nicht nur eine unaufdringliche, gemütliche Atmosphäre, er ist ein Event – dann und wann auch mal von einem lauschigen Gitarrenkonzert begleitet oder mit ein paar Marktständen abgerundet. Kulinarische Sonntage à discrétion.

Adrian Tschanz, Küchenrockstar und Gastgeber im Restaurant Halle 6



Bilder: Peter Wyssmüller

REDAKTION Nicole Steiner, Maja Hornik

TEXTE Maja Hornik (eswerdewort.ch),
Kolumne: Andy Andresen, Übersetzung: Sabrina di Gaspare & Patrick Schmed

DESIGN // LAYOUT OVENJU* Nicole Steiner (ovenju.ch)

COVER Bild: Gottlieb Saurer
DRUCK Jost Druck AG (jostdruckag.ch)

MERCI Fabienne & Roman Cortesi, Sabine Portenier & Evelyne Roth, Arci Friede, Tabea Reusser, Lo&Leduc,
Luki Frieden, Andy Andresen, Ueli Biesenkamp, Zlatko Perica, Thomas Tanner,
Marc Biesenkamp, Adrian Tschanz, Daniel Mani, Sabrina di Gaspare, Patrick Schmed, Jonas Ruh

KONTAKT magazin@konzepthalle6.ch

BUSINESSPARTNER GOLD // Brunner + Imboden AG // Die Mobiliar Versicherung, Generalagentur Thun // Fritz Hansen AS // Porsche Zentrum Bern // swisscom
Restaurant Halle6 // daskonzept ag // BUSINESSPARTNER SILBER // AEK Bank 1826 // Freund & Brönnimann AG – BMW & Mini Garage // Frutiger AG
Schreinerei Kipfer // Jost Druck AG // Predata Informatik AG // Probst Optik // BUSINESSPARTNER BRONZE // Bank EKI Genossenschaft // HP Burkhalter + Partner AG – Immobilien
Mangagement // Printout.ch // TECHNIKPARTNER // Sounds & More GmbH // Andreas Zimmermann



Restaurant
Halle 6

konzepthalle 6

Restaurant Halle 6, T 033 / 222 01 60, halle6@thunisst.ch // konzepthalle 6, scheibenstrasse 6, 3006 Thun, T +41 33 225 55 75



KULTUR PROGRAMM

SEPT. – DEZ. 2014

15.09.2014 // FILM NACH ANSAGE

FILM AM MONTAG

Infos zu gegebener Zeit auf www.konzepthalle6.ch

17.09.2014 // HEINRICH LÜBER, KUNST
UND ARCHITEKTUR

ARCHITEKTURFORUM THUN

Der Basler Performer und Künstler Heinrich Lüber ist ein genialer
Inszenierer – fast ohne Grenzen. Seine Lieblingsarbeitspartnerin:
Die Architektur. www.lueber.net

13.10.2014 // SENNA (GB – 2010)

EIN FILM VON ASIF KAPADIA

Die Dokumentation Senna huldigt mit bis dato unbekanntem
Bildmaterial aus seinem privaten Umfeld dem brasilianischen

Ausnahme-Formel-1-Fahrer Ayrton Senna. www.sennamovie.com

15.10.2014 // DOMINIQUE ULDRY,

ARCHITEKTURFOTOGRAFIE

ARCHITEKTURFORUM THUN

www.dominiqueuldry.ch

17.10.2014 // LEA LU (CH)

SING SONGWRITER

Lea Lu ist wieder da. Ihr neues Album, «2», ist die Geschichte ei-
nes Comebacks. Lea Lu legt den Schalter um: Nach ihren zwei
schlanken, akustischen Alben stöpselt die 29-jährige Zürcherin
nun die Elektronik ein. www.lealu.ch

01.11.2014 // BOOOST (CH)

REGGEE, FUNK & SOUL

Alles in Reggae - von Pink Floyd, Peter Gabriel bis Michael Jack-
son. Und natürlich sensationelle, heisse eigene Songs.
Und das ist der Grundgroove der 10-köpfigen Band: Let it flow...

www.booost.ch

10.11.2014 // DIE WEBER (D - 1927)

EIN FILM VON FRIEDRICH ZELNIK

Ein fesselndes Stummfilmkonzert mit dem Live-Musiker und
Klangwerker Markus Dürrenberger. www.tralalaproductions.ch

12.11.2014 // LUCA SELVA,

ARCHITEKTURVORTRAG

ARCHITEKTURFORUM THUN

www.selva-arch.ch



14.11.2014 // DUO LEONORE

KLASSIK

Krompholz & Konzepthalle 6 präsentieren: Maja Weber Stradi-
vari Cello & Per Lundberg Klavier. Seit über 20 Jahren kraftvoll
und tiefgründig gehören sie zum Besten, was die Kammermusik
und im speziellen die Umsetzung der Werke von Beethoven
zu bieten hat. www.duoleonore.ch / Mit freundlicher Unterstüt-

zung der AEK



28.11.2014 // ANSHELLE (CH)

POPSONGS

Already Cone: Aufbruch zu neuen Ufern. Mit der neuen CD Al-
ready Cone entführt uns Michèle Anne Bachmann, die charisma-
tische Sängerin und Songwriterin der Berner Band Anshelle, er-
neut ins Land der empfindsamen Geschichten. www.anshelle.ch

03.12.2014 // BEAT CONSONI,

ARCHITEKTURVORTRAG

ARCHITEKTURFORUM THUN

www.consoni.ch



06.12.2014 // LO & LEDUC (CH)

BERNER POP-HIP-HOP

Nach drei Alben in Eigenregie jetzt mit dem offiziellen und er-
staunlichen Debut «Zucker fürs Volk» am Start: das Berner Pop-
Hip-Hop-Duo Lo & Leduc. Ein unschlagbares Team! «Zucker fürs
Volk» überzeugt nicht zuletzt auch mit ansteckender Tanzbar-
keit. www.lo-leduc.ch

08.12.2014 // NEULAND (CH – 2013)

EIN FILM VON ANNA THOMMEN

Anna Thommens an zahlreichen Festivals ausgezeichnete
Dokumentarfilm öffnet den Blick in eine Welt, die man so kaum
kennt: Jugendliche aus aller Welt lernen in einer Integrations-
klasse Sprache und Kultur unseres Landes. www.neuland-film.ch

Film am Montag // ab 18 Uhr Food & Drinks Filmbeginn 20 Uhr
Konzert // ab 18 Uhr Food & Drinks //Konzertbeginn 21 Uhr
Architekturforum // 18.30 Uhr

Reservationen an t.tanner@konzepthalle6.ch oder 079 357 80 84

konzepthalle 6

