

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 19 (2006)
Heft: [16]: 20 Jahr Mühle Tiefenbrunnen : die Mühle lebt

Artikel: Ausdauer : der Mark liebt die Mühle
Autor: Lüönd, Karl
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-123052>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

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

Download PDF: 31.03.2025

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

Ausdauer: Der Markt liebt die Mühle

Text: Karl Lüönd

Können Konzepte auch ohne Worte überzeugend kommuniziert werden? Ja, denn zwingende Ideen werden schnell verstanden. Und wenn sich am Ende eines aufwändigen und manchmal mühsamen Prozesses – hier: der Entwicklung einer Nutzungsmischung – dann die Richtigen zusammengefunden haben, ist die Quittung perfekt.

• Was die erneuerte Mühle Tiefenbrunnen baugeschichtlich spiegelte – den Transfer von der Industrie- zur Dienstleistungs- und Kommunikationsgesellschaft –, bildete sich bereits in ihrem ersten Mieterspiegel ab. Viele Betriebe haben einen langen Atem. Wir sehen – in alphabetischer Reihenfolge – eine grosse Zahl von kommunikativen, beratenden, gestaltenden und dienstleistenden Branchen: Architektur. Ballett-Berufsschule. Bauleitung & Bauausführung. Coiffeur. Computer Systems. Computergrafik. Delikatessen. Design aus Stein. Exercise & Dance. Export & Distribution. Fotostudio. Galerie. Galerie. Grafik-Werkstatt. Innenarchitektur. Innendekoration und Antiquitäten. Kommunikationsberatung. Management Consultants. Modellagentur. Möbel. Möbeldesign. Mode. Musikatelier. Personalberatung. Psychoanalytische Praxis. Public Relations. Dazu kommen ausserdem: Rechtsanwalt. Restaurant. Unternehmensberatung. Vinothek. Visuelle Kommunikation. Werbeagentur.

Neue Namen – alter Mix

In den zwanzig Jahren seit dem Einzug der ersten Mieter haben manche Namen und Adressen geändert, aber die Nutzungsarten blieben weitgehend die gleichen. Ausgezogen sind Mieter vor allem, weil ihre Betriebe wuchsen und das freie Raumangebot in der Müh-

le mit der Nachfrage nicht Schritt zu halten vermochte. Der zweite Hauptgrund für Mutationen sind die unvermeidlichen Wechselfälle des Geschäftslebens, die in den seltensten Fällen vom Standort abhängig sind. Die von den Besitzern selbst entwickelten Basisnutzungen – das «Mühlerama», «Miller's Studio», das Restaurant – hatten schwierige Zeiten und einen langen Durchhaltewillen, der manchen anderen Kulturprojekten gefehlt hat. Und als im vergangenen Sommer, ausgerechnet im Jubiläumsjahr, mit der «Arena 225» ein in einer besonders umkämpften Branche tätiger, für die Jugendlichkeit der Mühle aber unentbehrlicher Betrieb unter Druck geraten ist, engagieren sich die Eigentümer in einer Auffanggesellschaft. Die Erfahrung lautet eben: Die Mischung macht den Erfolg.

Das Unfertige ist das Entscheidende

Bemerkenswert ist, dass Banken und andere Finanzinstitute in der Mieterbiografie der Mühle Tiefenbrunnen nie eine wichtige Rolle gespielt haben. Das hängt in erster Linie mit dem Stadtteil zusammen; die Finanzindustrie konzentriert sich auf der anderen Seite der Stadt. Auch sie sucht und findet ihre Agglomerationen und bestätigt damit indirekt, was den Erfolg des eher hedonistischen Kommunikations-, Gestaltungs- und Genussbiotops in der Mühle Tiefenbrunnen ausmacht: Gleich und Gleich gesellt sich nicht nur, weil sie es gern tun, sondern auch, weil sie einander brauchen: sowohl als Reibungsflächen wie auch als Resonanzkörper.

Entscheidend für den Erfolg und die – auch durch die erzielten ansehnlichen Mietzinse beglaubigte – Sonderstellung der Mühle Tiefenbrunnen auf dem Zürcher Vermietungsmarkt ist wohl die unternehmerische Balance aus zähem Festhalten am erfolgreichen Konzept und Offenheit für Neues. Oder wie es Bert Brecht formuliert hat: «Die wirklich gross geplanten Werke sind unfertig!» •

Toni Maruccia, Coiffeur

«Il Parrucchiere», der Coiffeur, Toni Maruccia ist seine Abstammung sofort anzusehen: Seine schwarzen, bis tief in seinen Nacken reichenden, leicht gewellten Haare, die dunklen, lebhaften Augen und die olivfarbene, leicht gebräunte Haut machen ihn zu einem Bilderbuch-Italiener. Der gelernte Coiffeur steht in seinem Salon, gleich neben dem «Miller's Studio». Konzentriert wickelt er, Strähne für Strähne, das lange, blonde Haar einer Kundin auf die dicke Rundbürste. Rollt sie in die Gegenrichtung aus und föhnt das so gestreckte Haar in Form. Seine Assistentin steht aufmerksam daneben und verinnerlicht die geübten und fließenden Bewegungen ihres Lehrmeisters. Links davon wäscht eine Mitarbeiterin einem Kunden das Haar. Der Raum ist klein, aber zweckmässig und modern eingerichtet. Die Türe ist offen und gibt den Blick auf den Innenhof der Mühle frei. «Ciao, Toni!», rufts ab und zu herein, wenn ein Nachbar vorbeigeht – man kennt sich in der Mühle.

Trotzdem: «Als Teil einer Familie empfinde ich mich nicht, obwohl ich seit achtzehn Jahren mein Geschäft in der Mühle Tiefenbrunnen habe», kommentiert Toni Maruccia die Rufe. «Dazu sind wir hier alle zu individualistisch. Leben und leben lassen – eher so würde ich das Gemeinschaftsgefühl beschreiben.»

Dass sein Salon nicht an einer Passantenlage liegt und Laufkundschaft eher selten ist, stört den «Parrucchiere» nicht. Seine langjährigen Kundinnen und Kunden sind ihm hierher gefolgt und profitieren, wie er selber, vom einmaligen Ambiente, der Infrastruktur und dem ausreichenden Parkplatzangebot. Die reizvolle Lage seines Geschäfts ist aber nicht der Hauptgrund für deren Treue. Davon ist der Coiffeur überzeugt. «Die Qualität meiner Arbeit und das Vertrauensverhältnis, das sich über Jahre aufgebaut hat, sind wichtiger – und ich bin ein guter Zuhörer.» Was hört er denn so? «Die meisten reden über ihren Beruf und dessen Umfeld oder über Familienangelegenheiten. Ich lerne eine ganze Menge über die verschiedensten Branchen, und da viele meiner Kunden in den Medien arbeiten, werde ich mit News und Klatsch bestens versorgt. Von den Dächern pfeifen hier aber nur die Vögel. Die richtigen. Ich kann nämlich auch gut schweigen.» Der Figaro lacht und wendet sich seiner nächsten Kundin zu. Christa Löpfe

Il Parrucchiere | Toni Maruccia | Mühle Tiefenbrunnen | Seefeldstrasse 225 |
8008 Zürich | 044 422 80 22

→ Seite 28 **Blick in die Kuppel des «Müleramas» mit dem Loch in der Mitte, des Lüftungsabzugs.**

→ Seite 29 **Aus Christa de Carouges Atelier sieht man in den Hof und zur «Blauen Ente».**

«Als Teil einer Familie empfinde ich mich auch nach 18 Jahren noch nicht. Dazu sind wir hier alle zu individualistisch. Leben und leben lassen – eher so würde ich das Gemeinschaftsgefühl beschreiben.»





