

HÖRMANN SCHÖRGHUBER

PORTAL 38

KONSUM SEPTEMBER 2016 | DAS ARCHITEKTEN-MAGAZIN VON HÖRMANN UND SCHÖRGHUBER
ANDREA ROOST ARCHITEKTEN, ECE PROJEKTMANAGEMENT, KADAWITTFELDARCHITEKTUR, ZAHA HADID ARCHITECTS





Design by Schörghuber

Wood & Veneer

Natürliche Optik und Haptik in der neuen Oberflächen-Kollektion „Eiche gebeizt“.

- » In zehn Farbtönen gebeizt und einmal Natur gebürstet
- » Edles Naturholz-Finish von matt bis seidenglänzend
- » Ausführung in längs- und querfurniert

Sprechen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!

 **Schörghuber**
Spezialtüren

www.schoerghuber.de



Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Zalando, Amazon und Co verändern unser Konsumverhalten – und unsere Städte. Haben der traditionsreiche Herrenausstatter und der örtliche Buchhändler erst aufgegeben, dann stehen Ladenflächen womöglich länger leer. Aus Einkaufsstraßen werden Problemviertel – und urplötzlich wird aus der Online-Herausforderung für den Handel auch eine architektonische Aufgabe. Denn das urbane Lebensgefühl in den Innenstädten lebt schließlich von den Knotenpunkten eines vielfältigen Einzelhandels. Geht dieser in die Knie, dann können die neuen Brachflächen auch durch noch so viele öffentliche Maßnahmen nicht mehr wirklich belebt werden. Urbanität entsteht nicht durch Bürohäuser, sondern durch Menschen, die

sich an attraktiven Orten begegnen – in Läden, vor Schaufenstern und in Straßen-Cafés. Zum Glück gibt es noch einige erfolgreiche Beispiele des stationären Handels, die wir in dieser Ausgabe zeigen möchten. kadawittfeldarchitektur setzten in Mönchengladbach auf die Wirkung einer kraftvollen Fassade. Zaha Hadid schuf in Peking als eines ihrer letzten Gebäude eine spektakuläre Großform. Und in Bern beweist Andrea Roost, dass auch die eher sensibleren Mittel der Architektur immer noch sehr wirksam sind. Unser Autor Peter Thode schließlich beschreibt kompetent, wie erfolgreiche Shopping-Center entstehen – denn er hat schon einige davon entworfen und eines der neuesten präsentieren wir Ihnen hier. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Handwritten signatures of Christoph Hörmann, Thomas J. Hörmann, and Martin J. Hörmann.

Christoph Hörmann

Thomas J. Hörmann

Martin J. Hörmann

Persönlich haftende Gesellschafter

**ZUM THEMA: SHOPPING-CENTER ALS HERAUSFORDERUNG
UND CHANCE FÜR DEUTSCHLANDS ARCHITEKTEN**



**INITIALZÜNDER:
AQUIS PLAZA IN AACHEN, DE**



**STADTORDNER:
POSTPARC IN BERN, CH**



**KRAFTZENTRUM:
MINTO IN MÖNCHENGLADBACH, DE**



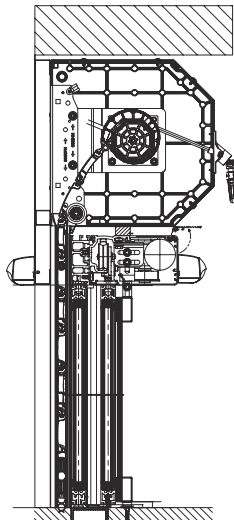
**HINGUCKER:
GALAXY SOHO IN PEKING, CN**



**UNTERNEHMENSNACHRICHTEN
HÖRMANN UND SCHÖRGHUBER**



TECHNIK
HÖRMANN UND SCHÖRGHUBER



ARCHITEKTUR UND KUNST
LEIF TRENKLER



NEULICH IN ... BAD MÜNSTEREIFEL
HEINO



INHALT

04 INHALT / IMPRESSUM

06 ZUM THEMA

Potenzial: Shopping-Center als Herausforderung und Chance für Deutschlands Architekten

12 KRAFTZENTRUM: MINTO IN MÖNCHENGLADBACH, DE

kadawittfeldarchitektur, Aachen, DE

22 INITIALZÜNDER: AQUIS PLAZA IN AACHEN, DE

ECE Projektmanagement, Hamburg, DE

28 HINGUCKER: GALAXY SOHO IN PEKING, CN

Zaha Hadid Architects, London, GB

34 STADTORDNER: POSTPARC IN BERN, CH

Andrea Roost Architekten, Bern, CH

42 UNTERNEHMENSNACHRICHTEN

46 TECHNIK

48 ARCHITEKTUR UND KUNST

Leif Trenkler

50 NEULICH IN ... BAD MÜNSTEREIFEL

Heino

51 VORSCHAU

München

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Postfach 1261
DE-33792 Steinhagen
Upheider Weg 94-98
DE-33803 Steinhagen
Telefon: +49 5204 915-167
Telefax: +49 5204 915-341
E-Mail: pr@hoermann.com
Internet: www.hoermann.com

Schörghuber Spezialtüren KG
Postfach 1323
DE-84536 Ampfing
Neuhaus 3
DE-84539 Ampfing
Telefon: +49 8636 503-0
Telefax: +49 8636 503-811
E-Mail: pr@schoerghuber.de
Internet: www.schoerghuber.de

REDAKTION

Lisa Modest, Verena Lambers (Hörmann KG)

Architect's Mind GmbH
Stuttgart, Deutschland
www.architectsmind.de
Dr. Dietmar Danner
Daniel Najock
Christina Dragoi

DRUCK

Hans Gieselmann Druck und
Medienhaus GmbH & Co. KG
Ackerstraße 54
DE-33649 Bielefeld

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Für unverlangt eingesandte Bilder und Manuskripte übernehmen Verlag und Redaktion keinerlei Gewähr. Die Adressdatenverarbeitung erfolgt durch die Heinze GmbH im Auftrag der Hörmann KG. Printed in Germany – Imprimé en Allemagne

Titelfoto: Iwan Baan, Amsterdam, NL



Galleria Vittorio Emanuele 2 von Giuseppe Mengoni in Mailand.

ZUM THEMA: KONSUM

POTENZIAL

SHOPPING-CENTER ALS HERAUSFORDERUNG UND CHANCE FÜR DEUTSCHLANDS ARCHITEKTEN

Von Peter Thode

Ist Konsumarchitektur eine Aufgabe für Architekten? Ja, ganz eindeutig – meint der Innenarchitekt Peter Thode, Head of Creative Design Department Architecture bei ECE, dem europäischen Marktführer für innerstädtische Shopping-Center. Aber leider nicht in Deutschland. Die weltweit großen Projekte werden überwiegend von anderen Büros entworfen. Peter Thode bedauert dies und erklärt, worin die städtebauliche Verantwortung der Architekten liegt.

ECE betreibt heute 196 Shopping-Center in Deutschland und Europa – und einen großen Teil davon haben wir auch selbst geplant und gebaut. Seit mehr als 50 Jahren wissen wir, wie Architektur und Innenarchitektur aussehen sollten, die vom Kunden tatsächlich angenommen und von den Ladenbetreibern wirklich geschätzt werden. Allerdings – und dies sage ich mit großem Bedauern –, mit dem Entwurf von Einkaufszentren wird man in Deutschland nicht unbedingt an der Spitze der Architektur-Avantgarde eingeordnet. Aber immerhin: Die öffentliche Wahrnehmung dieser Bauaufgabe ändert sich immer mehr. Denn ein allgemein zugängliches Gebäude mit unterschiedlichsten Nutzungen wie Retail, Gastronomie, Entertainment und einer umfassenden Wohlfühlatmosphäre zu planen ist schließlich sehr anspruchsvoll. Und dennoch ist es heutzutage vor allem auch das Einkaufen, durch das sich Deutschlands Innenstädte definieren. Es ist die Architektur des Konsums, die spätestens seit den 60er-Jahren zum wesentlichen städtebaulichen Faktor wurde. Man kann es kritisieren und für einen Verfall des Urbanen halten: Doch es sind Retailflächen und Gastronomiekonzepte, die für Leben in den zentralen Citylagen sorgen – auch dann noch, wenn in den Büroetagen längst Feierabend ist und vor den öffentlichen Gebäuden die Bürgersteige hochgeklappt werden. Das Sich-Treffen,

Verweilen und gemeinsame Shoppen ist der große städtebauliche Treiber geworden – und diese Aufgabe sollte durch die Architektur angenommen und verantwortungsvoll bewältigt werden. Denn die Veränderungen des Konsumverhaltens durch den Online-Handel bedrohen keineswegs nur einige traditionelle Ladenbesitzer. Sie bedrohen die deutschen Innenstädte – und werden dadurch zur architektonischen und städtebaulichen Aufgabe. Negieren lässt sich diese Herausforderung jedenfalls nicht. Und wer dies weiterhin tut, der handelt verantwortungslos. Ganz nebenbei: Die Gestaltung von Retailflächen ist ein enorm großes Betätigungsfeld für die deutsche Architektenschaft, die bislang und mit Ausnahme einiger weniger Büros leider weitgehend den internationalen Großbüros überlassen wird. Ich frage mich, weshalb dies so ist. Denn egal, ob es um Stadionbauten oder Healthcare-Architektur geht: Überall sonst zählen deutsche Architekten zur Weltspitze. Lediglich die Architektur des Konsums scheint ein blinder Fleck im Blickfeld der freiberuflich tätigen Kollegen zu sein. Hier mangelt es – von einigen berühmten Ausnahmen abgesehen – zumeist am Interesse an dieser Bauaufgabe und damit auch an der speziellen Fachkenntnis über die ehernen Regeln der Funktionalität und die Entwicklung des stationären Handels in den Zeiten von Amazon und Zalando.

Emotionen und Geschichten

ECE betreibt selbst ein großes Planungsbüro mit rund 300 Architekten und Ingenieuren. Daneben werden die Arbeiten analog zur Leistungsphase 1 der HOAI, in der sogenannten Creative design phase, von unserer Abteilung mit insgesamt 30 Mitarbeitern übernommen. Aus dieser Perspektive betrachtet, wissen wir sehr genau, weshalb manche Shopping-Center erfolgreich sind – und manche eben nicht. Und eines ist uns vollständig klar geworden: Am wichtigsten ist stets die kluge Kombination von Funktion und Emotion in einem Projekt. Nur eine richtige Funktionalplanung, aufgeladen durch eine emotionale Komponente, die sich auf den Ort, die Geschichte und die anzusprechenden zukünftigen Kunden richtet, entscheidet über den Erfolg oder den Misserfolg eines Shopping-Centers. Es ist dieses „Schwarzbrot“, das

am Beginn einer jeden Planung steht. Wie werden in den Einkaufszentren die Kunden geführt? Wie können wir jene „Nervfaktoren“ reduzieren, die den Besucher eines Centers dazu verführen könnten, beim nächsten Einkauf eine andere Örtlichkeit zu probieren? Und es ist gerade dieser kreative Ansatz, der bei vielen Architekturbüros ohne ausgeprägte Spezialkenntnisse von den Erfahrungswerten aus anderen Projekten überlagert wird.

Die Intuition des Besuchers

Denn wo die Rolltreppen und Aufzüge positioniert werden, ist eben keine naheliegende Entscheidung, die sich aus Bürohäusern oder öffentlichen Gebäuden ableiten oder ganz einfach im „Neufert“ nachschlagen lässt. Es geht nämlich nicht darum, dem spontanen Willen des Kunden und seinen intuitiven Laufwegen zu entsprechen. Diese Intuition des Besuchers muss dagegen erst geweckt werden. Er will und er muss geführt werden. Ist dies nicht der Fall, dann wird er stattdessen von der Fülle des Angebotes nur überwältigt und fühlt sich im schlimmsten Falle desorientiert und unwohl. Gibt es dagegen eine gute Funktionalplanung, dann wird er behutsam von Ankerfläche zu Ankerfläche geführt, ohne Zwang entstehen zu lassen. (Ankerflächen sind im Jargon der Retailplaner jene zentralen Shopping-Marken, die den großen Besucherstrom am ehesten ansprechen.) Auf diese Weise werden die hochgefährlichen toten Bereiche im Shopping-Center vermieden. Der Besucher fühlt sich bei seinem Bummel immer gut unterhalten – und alle Ladenbesitzer profitieren von einem gleichmäßigen Passantenstrom. Deshalb befinden sich die benötigten Parkflächen auch möglichst nicht in Tiefgaragen, sondern – wo immer es nur geht – in Parketagen über den Einkaufszonen. Dies ist baulich billiger, die Entrauchung funktioniert kostengünstiger – und die Besucher tröpfeln aus dem Parkhaus durch alle Ladengeschosse langsam nach unten. Auch wenn es fast schon wie ein Gemeinplatz klingt: Auch die Toilettenanlagen zählen zu einer durchdachten Funktionalplanung. Sie müssen leicht zu finden sein, großzügig dimensioniert, klinisch sauber, gut riechend und vor allem fern von jedem Schmuddel-

Image, das ihnen in der Vergangenheit oft zu schaffen machte. Gerade hier wird sich künftig noch sehr viel tun. In internationalen Shopping-Centern kenne ich Toiletten-Anlagen, die es mit dem WC in der Lobby eines 5-Sterne-Luxushotels problemlos aufnehmen können. Zwischen Urinal und Schminkspiegel entscheidet sich sehr oft, ob der Kunde den Besuch im Center als rundum angenehm empfindet und gerne wiederkommt – oder eben nicht. Dies hat auch etwas mit der baulich ausformulierten Wertschätzung der Kunden zu tun – und damit sind sowohl Shop-Mieter als auch die kaufenden Kunden gemeint. Vor allem aber muss das Shopping-Center eine schlüssige Story erzählen. Und zwar durch alle öffentlichen Bereiche hindurch. Eine Geschichte, die den Besuch zum Erlebnis werden lässt und idealerweise in enger Verbindung zum städtischen Ort steht.

Sehen und gesehen werden

Mit dieser „Story“ lassen sich auch völlig heruntergekommene Einkaufspassagen aus den 70er-Jahren wiederbeleben, die ansonsten zur „No Go“-Area in den Innenstädten wurden. Ein gutes Beispiel dafür ist der „Marstall“ in Ludwigsburg. In direkter Nachbarschaft zur Schlossanlage waren dort von 70 Geschäften gerade noch zwei vermietet. ECE belebte das historische Marstall-Gelände thematisch wieder neu und machte es zum leitmotivischen Motto der Sanierung. Die Pferdestallungen des Herzogs von Württemberg waren an dieser Stelle neben dem Barockschloss einst die städtebauliche Dominante. Wir haben dieses für Ludwigsburg wichtige historische Detail wieder erlebbar gemacht. Mit überdimensionalen Stalltüren, mit Bronze-Pferden und mit zahlreichen kleinen Erinnerungsstücken. Das Projekt ist ernst zu nehmen, urban und passt perfekt in den städtischen Kontext. Und vor allem ist es der immense Erfolg des Projektes bei den Bürgern Ludwigsburgs, der uns Recht gibt. Aus dem Krisenviertel wurde ein Vorzeige-Platz in der Stadt. In Zusammenarbeit mit der Stadt Ludwigsburg wurden zudem breite Freitreppen gebaut, die aus dem Shopping-Center bis in den öffentlichen Raum ragen. Von dort aus können die Besucher nun das Leben auf der Straßenbühne der Stadt beobachten (oder sich

selbst beobachten lassen). Denn: Menschen interessieren sich nun mal vor allem für Menschen – und die Architektur muss diesem Interesse den passenden Rahmen geben. Auch um den hohen Preis, dass wir durch die breite Treppenanlage im „Marstall“ Verkaufsflächen vernichtet haben, die sich ansonsten teuer hätten vermieten lassen. Diese menschlichen Präsentationsflächen zählen jedoch ebenso zum Kern einer gelungenen Funktionalarchitektur.

Steigende Bedeutung der Gastronomie

Deshalb bekommen die Gastronomieflächen auch eine immer größere Bedeutung. Vor Jahren machten sie in den Shopping-Centern gerade einmal drei Prozent der Gesamtflächen aus. Inzwischen wissen wir, dass wenigstens zehn Prozent nötig sind. Denn für die Besucher ist der „Cappuccino danach“ einfach wichtig geworden. Hier werden die Einkäufe mit Freunden diskutiert. Hier trifft man Bekannte, denen die Schnäppchen gezeigt werden können. Und der Trend geht steil nach oben. In unseren Projekten in Osteuropa benötigen wir schon 12 bis 15 Prozent Gastroflächen – denn hier gibt es nicht die Ladenöffnungsgesetze wie zum Beispiel in Deutschland. Und in China werden sogar schon 30 bis 50 Prozent Gastronomieanteil verlangt. Wer erfolgreiche Shopping-Center planen will, der muss darauf Rücksicht nehmen – und diese Gastronomieflächen so entwerfen, dass sie sowohl für das Center selbst wie auch für die städtische Umgebung von Nutzen sind.

Stuttgarts „Achse“

In Stuttgart und Umgebung entstanden und entstehen gerade eine ganze Reihe neuer, großer Shopping-Center. An einigen davon sind wir selbst beteiligt. Und „unser“ Milaneo bildet zusammen mit dem „Gerber“ die Endpunkte der innerstädtischen „Achse“ Stuttgarts, die an den beiden Enden der Königstraße damit beträchtlich verlängert wurde. Am oberen Ende wurde das sehr vernachlässigte Gerberviertel von einem anderen Entwickler um das erwähnte „Gerber“ ergänzt. Am anderen Ende haben wir in einem neuen Stadtviertel auf dem Gelände des ehema-



Foto: ECE

Shopping-Center Marstall in Ludwigsburg.



Foto: ECE

Shopping-Center Milaneo in Stuttgart.



Foto: tupungato / iStock

Sehen und Gesehenwerden ist ein Urbedürfnis – hier auf der Spanischen Treppe in Rom. Dieses Architektur-Motiv wird auch in Malls verwendet.

Autor: Peter Thode

arbeitet seit 1991 bei ECE, unter anderem in Polen und Russland. Seit 2009 ist er in der Zentrale in Hamburg tätig, seit 2012 als Head of Department Creative Design. Rund einhundert Projekte hat er bereits realisiert. Eines der jüngsten ist das Aquis Plaza in Aachen, das wir in der PORTAL auf Seite 22 vorstellen.

www.ece.com

ligen Güterbahnhofs zwischen neuen Bürogebäuden und der ebenfalls neuen Stadtbibliothek das Milaneo mit großen Gastronomieflächen und zusätzlichen Wohnetagen gebaut. Und: Es ist über die Maßen erfolgreich. Und zwar – wie wir glauben – ohne deshalb wesentliche Kaufkraft aus den bisherigen Einkaufsstraßen abzuziehen. Im Gegenteil: Das Milaneo wertet die City noch weiter auf. Einer unserer Anker-Mieter, die irische Primark-Kette, eröffnet gerade in der Königstraße einen weiteren großflächigen Shop. Dass das „Milaneo“ einen hohen Anspruch an Architektur und Innenarchitektur haben sollte, war für uns selbstverständlich. Shopping-Center müssen heutzutage gestalterisch eindeutig „mehr Kante“ zeigen. Der Anspruch des Konsumenten an die Qualität des Interior Designs steigt kontinuierlich an. Dem dürfen wir nicht hinterhereilen. Wir müssen selbst die Maßstäbe setzen. In Stuttgart ist uns dies sozusagen in Eigenarbeit gelungen. Bei anderen Projekten kooperieren wir immer wieder sehr gerne mit namhaften deutschen Architekturbüros, denen wir die Fassadenplanung übertragen. Im Innenraum arbeiten wir immer wieder mit Interior Designern zusammen. Grundsätzlich müssen Shopping-Center gestalterisch mehrheitsfähig sein. Im Gegensatz zur Vergangenheit müssen sie jedoch zugleich an der Spitze der Avantgarde stehen. Auch die Modelle von Volkswagen – um den Vergleich zur Automobilindustrie zu ziehen – sind ja nicht beim latent spießigen „Jetta“ stehen geblieben. Dasselbe Auto steht heute für zeitgenössisches Design, und sein Fahrer lässt sich auch nicht mehr mit dem Wackeldackel auf der Hutablage blicken.

Branchenmix und Marketing

Darüber hinaus legten wir im genannten Stuttgarter Beispiel aber wie immer sehr großen Wert darauf, all die erwähnten Faktoren der Funktionalplanung zu beachten, die ich aufgezählt hatte. Und gerade hier sehe ich den einen entscheidenden Unterschied zu anderen, vielleicht nicht ganz so erfolgreichen Center-Konzepten der Region. Das andere Differenzierungsmerkmal liegt sicherlich im professionellen Center-Management. Denn dass Architektur und Innenarchitektur stimmen müssen, dies ist eine grundlegen-



Foto: ECE, Hamburg, DE

de Voraussetzung. Hinzu kommen allerdings Soft-Faktoren wie der Branchenmix und das allgemeine Marketing. Es ist einfach wichtig, für alle potenziellen Besucher eines Centers die passenden Marken anzubieten. Vor allem, weil bisherige Großmieter wie Saturn oder Media Markt neue Konzepte verfolgen und ihre Flächen eher reduzieren und das Angebot konzentrieren.

Neues entdecken

Das schafft dann Platz für ein „Mehr“ an Markenauswahl – und eben nicht nur für ein „Mehr“ des ewig Gleichen. In einem Center muss es immer wieder etwas anderes und vor allem immer wieder Neues zu „entdecken“ geben. Es darf keine Langeweile aufkommen. Deshalb ziehen vermehrt Fitness-Anbieter ein, Beauty-Dienstleister und andere Branchen, die vor Jahren in einer Mall noch undenkbar gewesen wären. Auch das Parkhaus wird bald viel mehr sein als eine Abstellfläche für das eigene Fahrzeug. Als Service wird immer häufiger angeboten, das gute Stück von Hand zu waschen und den Innenraum zu reinigen. Kommt die Familie vom Einkauf zurück, ist der Wagen blitzsauber. Und weil alles nichts nützt, wenn die „Story“ eines Shopping-Centers vom Besucher nicht „gelesen“ werden kann, setzen wir auch hier an. Unsere Abteilung bei der ECE besteht zwar aus klassischen Architekten und Innenarchitekten – doch eigentlich verstehen wir uns inzwischen viel eher als Markenarchitekten, deren Zuarbeit selbst bei der Namensgebung und bei der Logoentwicklung sehr willkommen ist. Im Gegensatz zur normalen Agentur greifen wir mit unserer Arbeit allerdings weit über die Ladenflächen der einzelnen Händler hinaus und wirken im besten Falle bis tief hinein in den städtischen Raum. In Stuttgart wurde aus einem Platz zwischen nur tagsüber belebten Verwaltungsgebäuden ein neues urbanes Zentrum. Mit dem Aquis Plaza in Aachen ist es uns gelungen, einen problematisch gewordenen Teil der Innenstadt wieder aufzuwerten und die Initialzündung für weitere Investitionen und architektonische Eingriffe zu geben. Dies ist das Beste, was durch die oftmals so kritisch bewertete Konsum-Architektur erreicht werden kann.



VAPIANO PASTA | PIZZA | BAR

VAPIANO PASTA | PIZZA | BAR

KRAFTZENTRUM

KONSUM IN MÖNCHENGLADBACH:
MINTO VON KADAWITTFELDARCHITEKTUR





Großzügig zweigeschossig: die zentrale Halle.

Mit einer selbstbewussten architektonischen Großform für ein Shopping-Center antwortet kadawittfeldarchitektur auf den fehlenden Genius Loci in Mönchengladbachs Einkaufsstraße. Das neue Minto reagiert auf die heterogene Umgebung, holt Kaufkraft zurück – und schafft urbanes Flair.

Platz 113 auf der Internetliste der größten Einkaufszentren Deutschlands? Nicht schlecht – zumindest für Mönchengladbach. Doch gleichgültig, wer nun den größten Konsumtempel hat. Das Minto ist eindeutig ziemlich groß, und in Mönchengladbach sind sie auf jeden Fall ordentlich stolz darauf. Denn die städtische Konsum-Autobahn Hindenburgstraße ist zwar so breit wie die A2 – bietet aber auch ebenso viel (oder eher wenig) architektonische Spannung. Mit der Fassade des Minto haben die Aachener Architekten von kadawittfeldarchitektur daran nun Entscheidendes geändert.

Genius loci

Leerstände in der vorherigen 1980er-Jahre-Mall kosteten die Metropole am Niederrhein Kaufkraft und Attraktivität. Und mit städtischem Flair, das ganz alleine für den Zustrom von konsumwilligen Flaneuren sorgen könnte, ist die im Krieg schwer verwüstete Stadt nicht unbedingt gesegnet. Deshalb dürfte es kadawittfeldarchitektur auch sicher schwergefallen sein, so etwas wie einen „Genius loci“ zu finden, auf den sie sich in ihrem Entwurf hätten beziehen können. Also war es nur naheliegend, dass sie stattdessen eine weitgehend bezugslose Großform wählten, die dafür aber viele andere Vorteile hatte. Übereinander gestaffelte Fassadenbänder reagieren in ihrem Verlauf auf die jeweilige Umgebung. Die Bänder springen vor oder zurück, verdichten den Straßenraum oder weiten ihn auf, bilden Terrassenflächen aus oder leiten den Besucherstrom direkt zum „Schlund“ des Shopping-Centers. Statt mit den nicht vorhandenen städtischen Leitmotiven

Mönchengladbachs zu agieren, arbeiten sie mit Volumen und Raumkanten. Wie so häufig in zerfaserten Innenstadtlagen mit vielen Parzellen und Eigentümern verfügt das Shopping-Center nicht über eine klar definierte Außenkante. An vielen Stellen verläuft es zwar am Blockrand, woanders springt es aber hinter eine Bestandsbebauung zurück – um einige Meter später wieder am Gehsteigrand aufzutauchen. Für die Fassadenbänder ist dies alles kein Problem. So heterogen auch die Nachbarbebauung ist – das Minto wirkt einheitlich und auf angenehme Weise dominierend und ortsbildprägend.

Neue städtebauliche Mitte

Die vertikal stehenden Keramik-Lamellen bewegen sich farblich im Terrakotta-Bereich mit elf verschiedenen Tönungen zwischen Rot und Ocker. Diese Wirkungen wurden ohne Farbglasur und allein durch die Mischung unterschiedlicher Tone erzielt. Leitmotiv waren dabei die am Niederrhein typischen Feldbrandklinker. Das Resultat ist nicht nur gestalterisch überzeugend und zugleich kostengünstig. Es ist auch – relativ – vandalensicher. Denn wo es keine ebene Fläche gibt, da können Sprayer nicht wirklich zu Werke gehen. Und passiert es dennoch, wird punktgenau die betroffene Lamelle ausgetauscht. Im Inneren kommt dem Minto die Topographie entgegen. Dank der Hanglage lassen sich drei der vier Etagen ebenerdig erschließen – und der flanierende Mönchengladbacher erlebt kaum eine Hemmschwelle. Das Shopping-Center wird nicht als gewaltiger Fremdkörper wahrgenommen – sondern als Fortsetzung der Stadt. Die nötigen 600 Parkplätze sind in zwei Etagen über den Einkaufsflächen untergebracht – so wie es heutzutage der bewährte Standard in innerstädtischen Shopping-Centern ist. kadawittfeldarchitektur und dem Bauherrn „mfi - Management für Immobilien AG“ ist es mit dem Minto gelungen, das vorab definierte Ziel zu erreichen. Mönchengladbach hat eine neue städtebauliche Mitte bekommen – und nicht allein einen Konsum-Tempel. Die Lokalpresse jubelt – und die Niederrheiner sitzen auf den Terrassen und Stufen und blinzeln zufrieden in die Sonne. So sieht architektonischer Erfolg aus.



Der große Food-Court des Minto.



Gastronomische Flächen werden in Shopping-Centern immer wichtiger.



Vielfältige Blickbeziehungen erleichtern die Orientierung.



Die kraftvolle Fassade schafft ein neues Zentrum Mönchengladbachs. Die Werbeflächen sind integriert – und nicht einfach nur aufgesetzt.



Hörmann Expertise: Feuer- und Rauchschutztüren sowie Feuerschutz-Schiebetore

Mit rund 450 Feuer- und Rauchschutztüren aus Stahl ist Hörmann im Shopping-Center Minto in Mönchengladbach vertreten. In vielen Fällen sind sie mit Drehflügelantrieben versehen, um eine komfortable und barrierefreie Nutzung zu garantieren. Dabei wurde auf die Wünsche der jeweiligen Mieter eingegangen. Zudem wurden 19 Feuerschutz-Außentüren mit Zulassung für den Einzelfall eingebaut. Perfekt in die moderne Architektur eingegliedert sind die vier Feuerschutz-Schiebetore, die sich in der Nähe der Aufzüge zu den beiden Parkdecks befinden. Sie sind komplett in die Wand

eingelassen und fahren im Brandfall automatisch zu. Im normalen Betrieb sieht der Passant von den Toren nichts. Nur die mindestens 18 Zentimeter breiten Nischenklappen aus Stahlblech verweisen auf eine Funktion. Im geschlossenen Zustand ermöglichen Schlupftüren den Durchgang für den Notfall. Möglich ist es auch, die Feuerschutz-Schiebetore ohne Einlaufprofil an der gegenüberliegenden Wand auszuführen. Dann befinden sich dort stattdessen kleine Einlaufstellen, in denen die gefederten Edelstahl-Einlaufbolzen stumpf einfahren und das Tor sichern.



Im Brandfall schließt das Feuerschutz-Schiebetor den Raum vor den Fahrstühlen ab. Es fährt bei Bedarf aus der Wand heraus.



Das Feuerschutz-Schiebetor verbirgt sich hinter einer Nischenklappe.



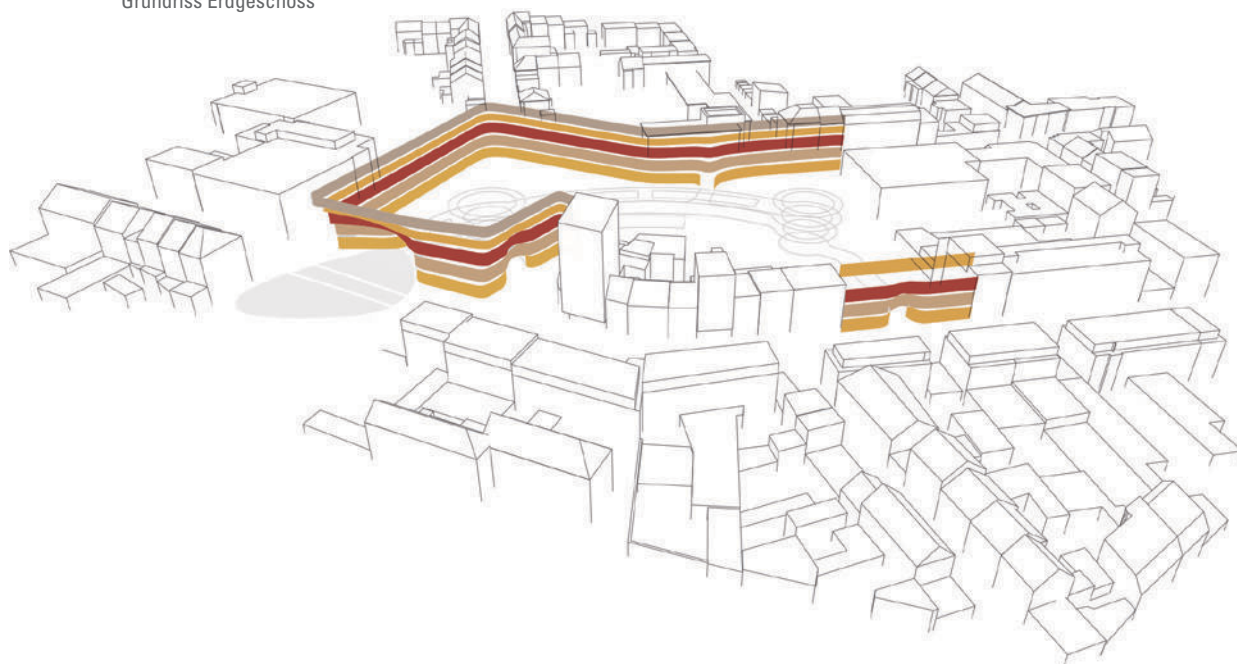
Außentüren befinden sich im teilüberdachten Innenhof der Anlieferung.

Standort: Am Minto 3, 41061 Mönchengladbach, DE
Bauherr: mfi Shopping Center Management GmbH / Unibail-Rodamco
Germany, Düsseldorf, DE
Architekt Entwurf: Heine Architekten, Hamburg, DE
Architekt Fassade: kadawittfeldarchitektur, Aachen, DE
Architekt Ausführung: Planungsgruppe Schmitz + Partner, Wuppertal, DE
Bauingenieur: Kempen Krause Hartmann, Düsseldorf, DE
Bauleitung + Objektüberwachung: Borgmann Architekten und Ingenieure,
Aachen, DE
Netto-Grundfläche: 75.555 m²
Brutto-Grundfläche: 81.265 m²

Brutto-Rauminhalt: 374.731 m³
Fassadenfläche: ca. 8000 m²
Verkaufsfläche: 41.846 m²
Fertigstellung: 2015
Fotos: Stephan Falk, Berlin, DE
Hörmann Ansprechpartner: Frank Hott, Köln, DE
Hörmann Produkte: 450 Stahlblechtüren: H3 ein- und zweiflügelig, RS-55
ein- und zweiflügelig, D45 + D55 einflügelig, H16, 4 T30 / T90 Feuerschutz-
Schiebetore



Grundriss Erdgeschoss



Fassadenkonzept

Architekt Thorsten Schäfer über die gelungene Zusammenarbeit mit Hörmann

Kompetente Beratung ist einer der Schlüssel für ein Projekt, das architektonisch, bautechnisch und budgetsicher gelingen soll. Wir sprachen mit Dipl.-Ing. Thorsten Schäfer aus der Planungsgruppe Schmitz + Partner, verantwortlich für die Ausführungsplanung des Shopping-Centers Minto, und dem zuständigen Hörmann Architektenberater Dipl.-Ing. Jan Lücke über ihre Erfahrungen.

Worauf legen Sie in der Zusammenarbeit mit Unternehmen besonderen Wert?

Wir benötigen die Fachkompetenz des Beraters, schnelle Reaktionszeiten – und eine absolute Verlässlichkeit der Aussagen. Wenn wir – wie zum Beispiel im Fall des Projektes Minto in Mönchengladbach – nur sehr wenig Zeit für die Ausführungsplanung haben, dann brauchen wir einfach innerhalb von vier Wochen eine Auskunft, auf die wir uns dann auch verlassen können. Es bringt doch nichts, wenn uns das Blaue vom Himmel herunter versprochen wird. Es sollte dann bei den Ausschreibungen keine bösen Überraschungen geben.

Und alle diese Voraussetzungen finden Sie bei Hörmann?

Ja – sonst würden wir nicht so regelmäßig zusammenarbeiten. Auch beim Projekt in Mönchengladbach wurden Hörmann Produkte in großem Umfang verbaut. Die Kommunikation mit den Architekten-Beratern klappt hier immer reibungslos und ohne allzu viel Aufwand. Wir fühlen uns mit unseren architektonischen und planerischen Anliegen verstanden. Zumeist genügen ein paar Telefonate und der Austausch von Details und Plänen per Mail. Zu Treffen besteht eigentlich nur in größeren Abständen Anlass, einfach um den persönlichen Kontakt nicht abreißen zu lassen und sich über neue Entwicklungen zu informieren.

Ist es wichtig, dass Sie als Architekten auch auf Beraterseite einen Architekten gegenüber sitzen haben?

Es macht die Kommunikation auf jeden Fall einfacher. Man redet auf Augenhöhe und weiß, dass man wirklich auch dasselbe meint. Herr Lücke kann eben nicht nur Details



lesen, sondern auch Pläne – und daraus die architektonischen Zusammenhänge ableiten. Das macht es deutlich effizienter. Dass die Fachkompetenz für Türen, Tore und Brandschutzthemen da ist, das setzen wir bei Hörmann natürlich sowieso voraus und wurden auch noch nie enttäuscht.

War das Minto ein besonderes Projekt für Ihr Büro?

Grundsätzlich nicht. Wir haben ja schon für sehr viele und sehr große Einkaufszentren die Ausführungsplanung gemacht. Das Minto unterscheidet sich eigentlich nur durch die sehr großzügige – weil tatsächlich doppelstöckige – Halle und den extrem straffen Zeitplan. Wir kamen in diesem Fall erst sehr, sehr spät ins Boot und mussten deshalb noch schneller planen als normal. Aber mit Hilfe der ebenso flexiblen Architektenberater – wie etwa bei Hörmann – hat es dennoch alles sehr gut geklappt.



Doppelflügelige Brand- und Rauchschutztür im Minto.

Jan Lücke, Architektenberater von Hörmann, über alltägliche Herausforderungen



Architektenberatung von Hörmann – vor Ort ...



... und auch online mit dem Hörmann Architektenprogramm.

Dipl.-Ing. Jan Lücke ist Architektenberater bei Hörmann und begleitete die Ausführungsplanung der Planungsgruppe Schmitz + Partner. Durch sein Architekturstudium und mehrere Jahre Berufserfahrung als Architekt weiß er, welche Fragen und Probleme auf Seiten der Planer auftauchen und wie Hörmann Antworten und Lösungen dafür anbieten kann.

„Wir Architektenberater von Hörmann sind letztlich nichts anderes als Dolmetscher. Das heißt: Wir vermitteln zwischen Architekt und Hersteller. Beide haben ihre eigene ‚Sprache‘, ihre eigene Art zu kommunizieren und ihr eigenes Verständnis von Architektur. Das hört sich vielleicht an, als käme es oft zu Missverständnissen in der Kommunikation, doch das wäre natürlich deutlich zu hoch gegriffen. Dennoch können mit unserer Hilfe fachbezogene und gestalterische An- und Herausforderungen an die Planung von Türen und Tore auf schnellem und unkompliziertem Wege gemeistert werden. Bei der Ansprache des Architekten müssen wir beharrlich sein, ohne aufdringlich zu wirken. Wir sollten zudem unser Gewerk nicht zu wichtig nehmen – der Architekt plant schließlich nicht nur Türen und Tore. Es ist auch wichtig, sich auf sein Gegenüber einzulassen und auf dessen Stil einzugehen. Wir verstehen nicht nur die technischen Details unserer Produkte, sondern auch die Pläne und Vorstellungen der Architekten. Dabei halten wir mit unserer Meinung nicht hinter dem Berg und sagen dem Architekten auch direkt, wenn seine Ideen auf diese Weise nicht ausführbar sind. Pauschale Aussagen wie ‚das geht so nicht‘ sind allerdings nicht zielführend. Deshalb ist es unser Bestreben, stets Lösungswege aufzuzeigen. Je eher wir bei den Planungen zu Rate gezogen werden, desto größer ist letztlich die Planungssicherheit für den Architekten. Fehlplanungen können frühzeitig erkannt, Folgekosten vermieden werden. Durch diese ehrliche und direkte Umgangsweise miteinander bekommen wir zudem oft die ungefilterte Meinung zu unseren Produkten mit. Das hilft uns dabei, Anforderungen zu verstehen und unsere Produkte gegebenenfalls entsprechend anzupassen.“



INITIALZÜNDER

KONSUM IN AACHEN:

AQUIS PLAZA VON ECE PROJEKTMANAGEMENT





Teil des Projekts ist eine Wohnbebauung – entworfen von blauraum.

Von der Aachener Schmutdelecke zum Boom-Quartier: Die neue Aquis Plaza von ECE und blauraum Architekten wurde zur städtebaulichen Initialzündung für die Aufwertung eines ganzen Viertels. Der professionell konzipierte Konsum funktioniert hier als Treiber eines urbanistischen Prozesses.

Jede Stadt hat ihre Schmutdelecke. Jene Mischung aus heruntergekommenen Gründerzeitbebauung, dauerhaft provisorisch gefüllten Weltkriegsbaulücken und Sexshops mit unklarer Zukunftsperspektive. Im Idealfall wird dieser preiswerte Kiez von einer lokalen Kreativ-Subkultur entdeckt. Dann entwickelt sich hier (mit einer kurzen Zwischenphase, in der Ateliers, Werkstätten und Studios dominieren) das nächste „In“-Viertel mit jener besonders begehrten Mischung aus Wohnungen für gut situierte, akademisch gebildete Besserverdiener und authentischem Gewerbe- und Laden-Multikulti, das als malerischer Hintergrund von Immobilienmaklern so geschätzt wird. Wenn es dagegen dumm läuft, dann rutscht die innerstädtische Schmutdelecke immer tiefer ab. Dann ist sie zwar so arm wie Berlin, aber will partout nicht so sexy werden, wie es Wowereit weiland beschrieb.

Initialzündung

In solchen Fällen atmen die Stadtväter und -mütter dann hörbar auf, wenn sich ein solventer Investor findet, der zuerst die oftmals verzwickten Eigentümerstrukturen bereinigt und anschließend das tut, was zuvor oft jahrzehntelang versäumt wurde. In Aachen war es die Hamburger ECE gemeinsam mit dem Projektentwickler Strabag Real Estate, die 290 Millionen Euro investierten, fast 30.000 Quadratmeter Verkaufsfläche bauten, dazu 33 Wohnungen und 600 Parkplätze. Es entstanden dadurch 700 neue Arbeitsplätze – und vor allem eine Initialzündung, die nun auch die direkte Nachbarschaft des neuen Shopping-

Centers mitzureißen scheint. Wer die Aquis Plaza mit dem Auto besucht, der taucht zwischen der tausendjährigen St.-Adalbert-Kirche und dem Shopping-Eingangsportaal zuerst einmal tief ab, fährt durch die technischen Eingeweide und wird dann in einer nicht enden wollenden Aufwärtsspirale bis in die Dachetagen geleitet. Die Wegeführung hat Methode. Denn wenn die Besucher von oben ins Center kommen, dann tröpfeln sie als Kundschaft zwangsläufig und langsam durch alle Etagen hindurch – so wie der Kaffee im Melitta-Filter.

Unterhaltung und Erlebnis

Das ist gut für die Ladenbetreiber in den oberen Geschossen – und gut für den bummelnden Besucher. Denn eine Mall dient nicht der unmittelbaren Befriedigung von grundlegenden Bedürfnissen. Wer in ein Shopping-Center geht, der verlangt nach Unterhaltung und nach Erlebnis. Genau darauf wurde auch die Aquis Plaza abgestimmt, die im Wesentlichen aus einer zentralen Achse mit vielfältigen Blickbeziehungen besteht. Es gibt viel zu sehen – und irgendwo blickt man auch immer nach draußen. Vor allem St. Adalbert wird so wieder zur sichtbaren Konstante. Ein (von der Stadt eingeforderter) Wohnblock innerhalb des sanierten Viertels stammt von den Hamburger blauraum Architekten, und die von den ECE-Architekten selbst entworfene Aquis Plaza wird auf der Seite des Kugelbrunnens durch ein weiteres Geschäftshaus ergänzt.

Stadtverträgliche Dimensionen

Diese Aufteilung sorgte für stadtverträglichere Dimensionen und die luxuriöse Verbindung von zwei wesentlichen Plätzen Aachens. Damit steht sie in krassem Gegensatz zu den dunklen und niederen Waschbeton-Ladenstraßen der 1970er-Jahre. Hochwertige Materialien und eine Gestaltung, die zugleich mehrheitsfähig ist und dem Normalverbraucher den Eindruck von Avantgarde vermittelt, sorgen dafür, dass die Plaza nicht allein als kurzlebiger Konsumtempel wahrgenommen wird, sondern als nachhaltige Initialzündung für ein ganzes Quartier.



Die Käufer werden vom Parkdeck aus in der Plaza verteilt.

Hörmann Expertise: Feuer- und Rauchschutztüren und Feuerschutz-Schiebetore

Überall dort, wo sich viele Menschen aufhalten, spielt der Brandschutz eine wichtige Rolle. So auch im Einkaufszentrum Aquis Plaza in Aachen. Hörmann lieferte für das Projekt circa 500 ein- und zweiflügelige T30 und T90 Feuer- und Rauchschutztüren aus Stahl in verschiedenen Ausführungen. Sie sind sowohl im Innenbereich – in vielen Shops, in den Fluren sowie als Durchgang zu diversen Lager- und Nebenräumen – als auch im Außenbereich eingebaut. In den Durchgangsbereichen, zum Beispiel zu den Parkdecks, wurden die Stahlblechtüren passend zu der Farbgebung anthrazitgrau ausgeführt, sodass

sie sich harmonisch integrieren. Große Gebäudeabschnitte werden im Aquis Plaza durch Hörmann Feuerschutz-Schiebetore im Brandfall voneinander abgetrennt. Im geöffneten Zustand liegen die Feuerschutz-Schiebetore unsichtbar in der Wand, sie schließen im Brandfall automatisch. Damit ein Personendurchgang auch möglich ist, wenn das Tor geschlossen ist, wurden zusätzlich Schlupftüren ohne Schwelle in die Tore integriert.



Feuerschutz-Schiebetore fahren im Brandfall aus der Wand und trennen die einzelnen Brandschutzzonen voneinander ab.



Außentür mit Lüftungslamellen.



Zweiflügelige Feuer- und Rauchschutztüren schützen die Fluchtwege in den Außenbereich.



Standort: Adalbertstraße 100, 52062 Aachen, DE

Bauherr: ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG, Hamburg, DE

Architekt Shopping-Center: ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG, Hamburg, DE

Architekt Wohnbebauung: blauraum, Hamburg, DE

Verarbeiter: Ed. Züblin AG, Hamburg, DE

Brutto-Grundfläche: 84.000 m²

Verkaufsfläche: ca. 29.200 m²

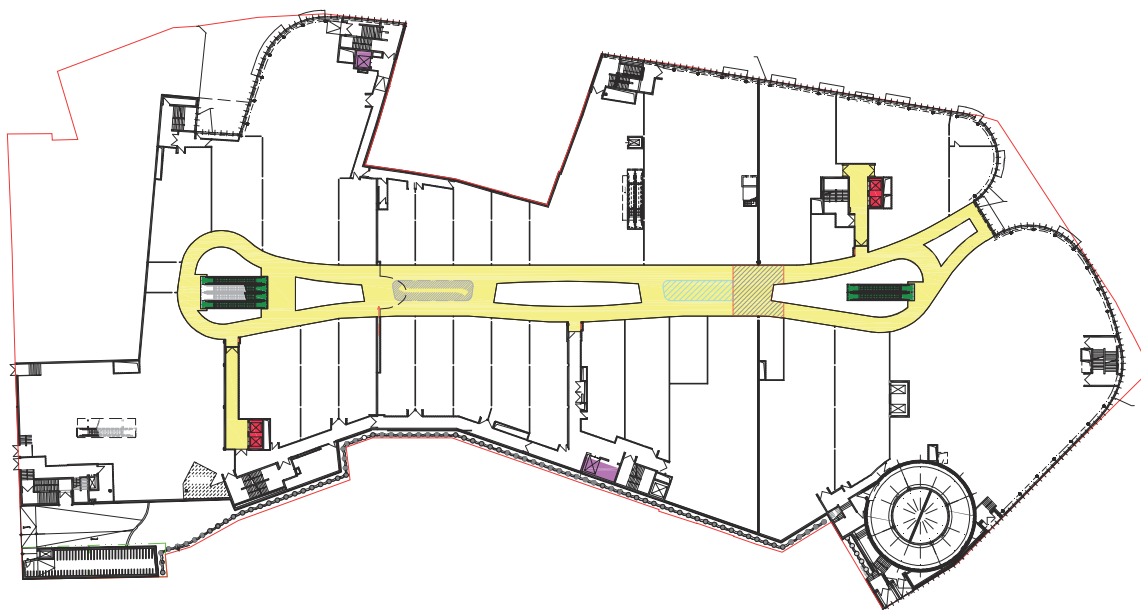
Baukosten: ca. 290 Mio. €

Fertigstellung: 2015

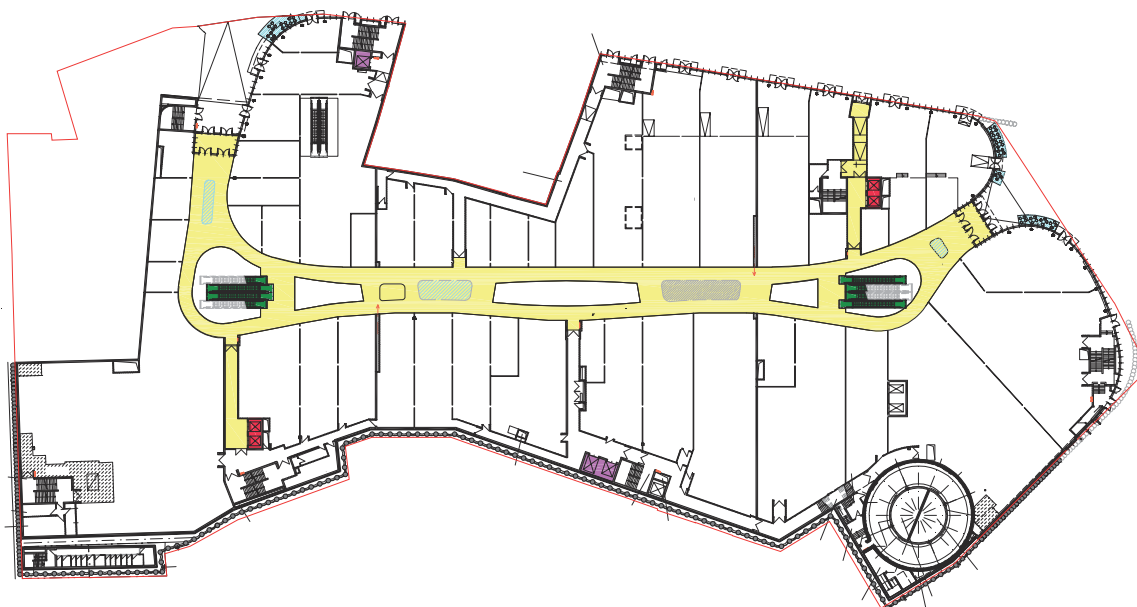
Fotos: Stephan Falk, Berlin, DE

Hörmann Ansprechpartner: Johannes Schmidt, Köln, DE

Hörmann Produkte: ca. 500 1- und 2-flügelige Feuerschutztüren H3, H16, 1- und 2-flügelige T30, T90 Stahlblechtüren STS/STU, 1- und 2-flügelige Rauchschutztüren RS55, 10 T30 / T90 Feuerschutz-Schiebetore



Grundriss 1. Obergeschoss



Grundriss Erdgeschoss

HINGUCKER

KONSUM IN PEKING:

GALAXY SOHO VON ZAHA HADID ARCHITECTS





北京广播电视台

品质

精北
精京

爱国

新

内容



Die „Canyon“ genannte Erschließungsfläche zwischen den vier Türmen.

Parametrismus ist laut Zaha Hadid und Patrik Schumacher nicht nur der legitime Nachfolger der Moderne, sondern auch auf jede Bauaufgabe anwendbar. Bei vielen großen städtischen Gebäudekomplexen in Peking dienten die spektakulären parametrischen Formen dazu, der Immobilie die gebührende Aufmerksamkeit sowie einen zukunftsorientierten Charakter zu verschaffen.

In Peking wurde eines der letzten Projekte der in diesem Jahr verstorbenen Zaha Hadid vollendet. Mit fast 333.000 Quadratmetern Nutzfläche bildet das Galaxy SOHO beinahe ein eigenes Stadtviertel – und diese gewaltige Dimension und der Gebäudekomplex rechtfertigen offenbar den Einsatz einer parametrischen, von Hadids Partner Patrik Schumacher definierten Entwurfstechnik. Denn der „Parametrismus“ liefert unter Beachtung aller begleitenden funktionalen und gestalterischen Parameter mithilfe computergestützter Entwurfsmethoden das ideale Gebäude: für den Bauherrn, den Nutzer, den städtebaulichen Kontext.

Legitimer Nachfolger der Moderne

Die dem Rechner zur Verfügung gestellten Informationen ergeben allerdings zumindest in fast jedem Falle eine hoch spektakuläre Form, die in der allgemeinen Öffentlichkeit das gewünschte Aufsehen erregt und dem Ort wie dem Objekt einen unübersehbaren Stempel aufdrückt. Und zwar gleichgültig, ob es sich um einen parametrischen Entwurf für Damenschuhe, Blumenvasen, Sitzmöbel oder groß dimensionierte öffentliche Architektur-Projekte wie das Galaxy SOHO handelt. Neben Büros und Entertainment-Flächen sollten vor allem dort Shopping-Areas dominieren. Dabei war es natürlich von Vorteil, dass der Parametrismus auf fast jede Entwurfsaufgabe

und vor allem jeden Ort der Welt anwendbar ist – weshalb Patrik Schumacher ihn auch als legitimen Nachfolger der Moderne und neuen international Style beschreibt.

Traditionelle Innenhöfe

Als Hadid 2009 den Auftrag erhielt, für den chinesischen Investor ein anspruchsvolles Projekt zu realisieren, da war es ihr Ziel, mit dem Galaxy SOHO auch auf die traditionelle chinesische Architektur mit den typischen Wohn-Innenhöfen zu reagieren. Damit war also ein zusätzlicher Parameter definiert, mit dem die Rechner in London fertigwerden mussten. Und letztlich entstanden daraus vier bis zu 15-geschossige Türme, die durch einen „Canyon“ genannten Einschnitt getrennt und durch Himmelsbrücken miteinander verbunden wurden. Zusammen mit einem Untergeschoss ergibt sich ein Raumvolumen, das bis zum 34. Obergeschoss für Unterhaltungsdienstleistungen genutzt wird. Alle darüberliegenden Etagen dienen als Büroflächen.

Pionierarbeit

Da die parametrische Entwurfsmethode grundsätzlich weich und dynamisch fließende Formen hervorbringt, war es eine besondere Herausforderung, dafür die nicht nur geeignete, sondern zugleich auch ökonomische Fassadenkonstruktion zu finden. Vor allem galt es aber, in den expressiven Formen einen sinnvollen Anteil von Nutzflächen unterzubringen. Dafür mussten die Kurven vielfach neu berechnet und nachjustiert werden, um den Anteil der mehrfach gekrümmten Fassadenelemente zu reduzieren – jedoch ohne dabei die Dynamik der Form zu gefährden. Die komplexen Formen brachten zahlreiche baukonstruktive und fertigungstechnische Herausforderungen mit sich – die letztlich nur mit den Möglichkeiten des Building Information Modeling bewältigt werden konnten. Das auf jeden Fall hochspektakuläre Gebäude provozierte bautechnische Pionierarbeit und führte dann aber auch zum gewünschten wirtschaftlichen Erfolg.



Die überdachten Innenhöfe des Galaxy SOHO sollen laut Zaha Hadid das Motiv der Innenhöfe in historischen Pekingern Wohnhäusern aufnehmen.

Hörmann Expertise: Sonderanfertigung ohne Türgriffe

Hörmann trägt mit 885 Stahlblechtüren zum Projekt von Zaha Hadid bei. Es handelt sich dabei um Türen, die vor allem zu den Bürozellen und den Sanitärräumen führen. Das Modell ZKS-1 wurde speziell für das Galaxy SOHO entworfen: Es verfügt über einen besonders ausgeformten Falz und das dazu passende Gegenstück, den speziell gefertigten 90-mm-Rahmen. Zargen und Türen sitzen flächenbündig in der Wand. Um den filigranen Schwung der Wände nicht zu stören, verzichteten die Architekten auf der Außenseite der Tür auf einen Türgriff. Sie lassen sich ohne viel Aufwand einfach aufdrücken.



Die Farbe der Türen entspricht jener der Decken. Auch sie wurde speziell für das Galaxy SOHO entworfen.



Durch Drücken öffnen sich die Türen.



Die Türen sitzen flächenbündig in der leicht geschwungenen Wand.

Standort: No. 7A Xiao Pai Fang Hutong, Dongcheng District, Peking, CN

Bauherr: SOHO China Ltd., Peking, CN

Architekt: Zaha Hadid Architects, London, GB

Lokaler Architekt: BIAD Beijing Institute of Architecture & Design, Peking, CN

Bauingenieur: Beijing Construction Design Institute GmbH, Peking, CN

Generalunternehmer: China Construction First Building (Group)

Corporation Ltd, Peking, CN

Brutto-Grundfläche: 328.204 m²

Bürofläche: 161.034 m²

Verkaufsfläche: 97.367 m²

Gebäudehöhe: 60 m

Fertigstellung: 2013

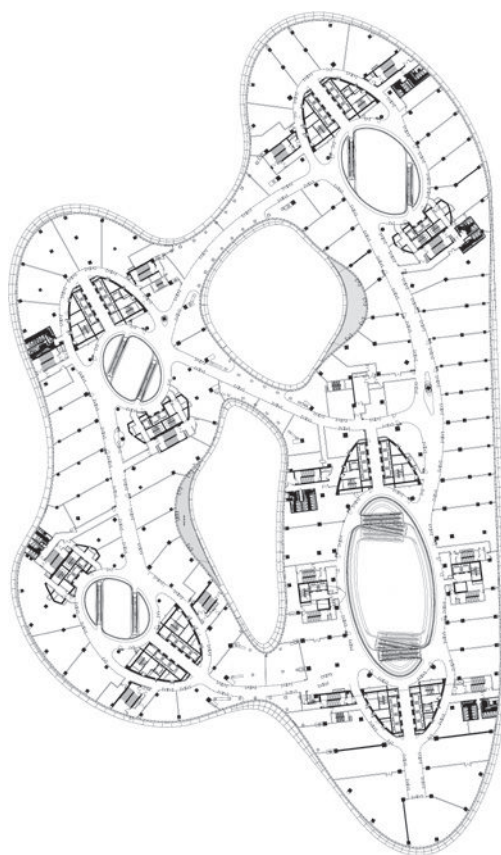
Fotos: Chen Shu, Peking, CN

Hörmann Ansprechpartner: Zhu Yuanbo, Peking Branch, CN

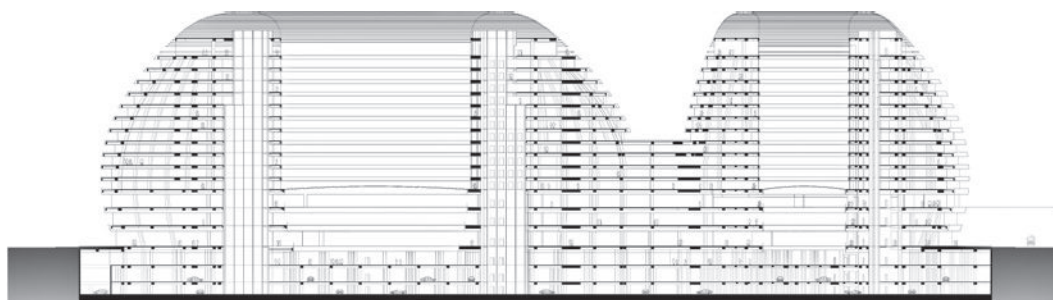
Hörmann Produkte: 885 Innentüren ZKS-1 als Sonderanfertigung ohne Griff



Grundriss Ebene 1



Grundriss Ebene 3



Schnitt



STADTORDNER

KONSUM IN BERN:

POSTPARC VON ANDREA ROOST ARCHITEKTEN





An den geschwungenen Dächern der Bahnsteige wird noch gearbeitet.

Andrea Roost gelang eine erfolgreiche Operation am offenen Herzen einer Stadt. Im Berner PostParc musste eine echte städtebauliche Verklumpung über dem Hauptbahnhof sorgfältig aufgelöst werden. Verkehrsflächen, Büroräume, Gastronomiebereiche und nicht zuletzt Shopping-Zonen wurden entwirrt, geordnet und dann mit ruhiger Hand neu gestaltet.

Die aufgesetzte Show-Architektur und das gewollt Spektakuläre so mancher Gegenwartsbauten scheint dem Schweizer Nationalcharakter eher zu widersprechen. Beim Projekt in Bern wurde deshalb ganz bewusst auf die „Mittel heiterer Fassadenspielereien“ verzichtet, wie es der Architekt selbst formulierte. Andrea Roost wählte stattdessen alleine die „formale Reduktion“ als gestalterisches Mittel. Deren „Ästhetik liegt im Sachlichen“ – so Roost – „und macht in diesem Sinne das Unauffällige auffällig“.

Herz der Hauptstadt

Die ehemalige Schanzenpost ist tatsächlich ein Kernstück der eidgenössischen Hauptstadt, und durch die Eisenbahngleise, den Hauptbahnhof, vielerlei Dienstleistungsfunktionen sowie ein Bürogebäude ist es entsprechend verdichtet. All diese Elemente werden durch vielfältige Fußgängerverbindungen verknüpft, und eine lange Baugeschichte schafft eine hochkomplizierte Haustechnik und eine schwer durchschaubare Statik. Statt dieses komplexe Gefüge durch aufgeregte Formen weiter unleserlich werden zu lassen, entschied sich Andrea Roost jedoch für die gegenteilige Strategie. Mit ruhigen Großformen und horizontaler Schichtung im oberen Bereich konterkarierte er die zwangsläufige Unregelmäßigkeit auf dem Fußgängerniveau des Stadtbodens. Gerade diese Fußgänger standen im Mittelpunkt des Entwurfs. Die Verbindungen innerhalb des Areals sind nun direkter, die zur Verfügung stehenden Flächen großzügiger. Zwei

städtische Plätze kamen hinzu, wertvolle Mietflächen wurden dafür aufgegeben. Doch dieser Verzicht war es wert. Denn die neue Ordnung tut dem Ort gut. Dass das Projekt runde zehn Jahre in Anspruch nahm, verwundert nicht. Vorhandene Bausubstanz musste erhalten, konstruktiv bearbeitet, haustechnisch bewältigt und vor allem funktional „ent“-schachtelt werden. Ganz nebenbei sollte auch die darunter liegende Bahn in ihrem künftigen Entwicklungspotenzial nicht eingeschränkt werden. Und vor allem: Dieses Herz der Hauptstadt schlug währenddessen immer weiter.

Lebendiger Treffpunkt

Und wie jeder hoch frequentierte Verkehrsknotenpunkt ist ein Hauptbahnhof stets auch eine bevorzugte Lage für Retailflächen und Gastronomie – einerseits, um kurzfristigen Bedarf der Reisenden zu decken, andererseits aber auch, um den Bahnhof zu einem Ort der Begegnungen zu machen. Die reine Mietfläche im Erdgeschoss wurde zu Gunsten eines vergrößerten öffentlichen Raumes und entsprechender räumlicher Qualitäten zwar reduziert, bei der Körnung der Retailflächen wurde aber Wert darauf gelegt, keine Monostruktur zuzulassen, sondern im Gegenteil eine hohe Diversifizierung des Angebotes zu erreichen. Die für gastronomische Betriebe zur Verfügung gestellten Flächen sollen den Bahnhof zu einem lebendigen Treffpunkt machen.

Gegenentwurf zur Event-Architektur

Insgesamt wurde der PostParc damit zum Gegenentwurf jener Event-Architekturen, die mit möglichst großem formalen Spektakel Aufsehen erregen und Kundeninteresse auf sich ziehen, das Bild der Stadt aber verunklaren. Denn oft genug missachten solche Bauten das städtische Umfeld. Der PostParc beweist jedoch, dass in komplexen räumlichen Situationen und an empfindlichen Orten mindestens ebenso erfolgreich mit klassischen architektonischen Werkzeugen gearbeitet werden kann. Andrea Roost machte das Bild der Stadt Bern besser lesbar und an diesem wichtigen Knotenpunkt einprägsam.



Das „Unauffällige auffällig“ zu machen war das Ziel des Architekten Andrea Roost.



Ein hoher Anteil von umzubauenden Bestandsflächen mitten in der Stadt und über den Bahngleisen musste funktional neu geordnet werden.

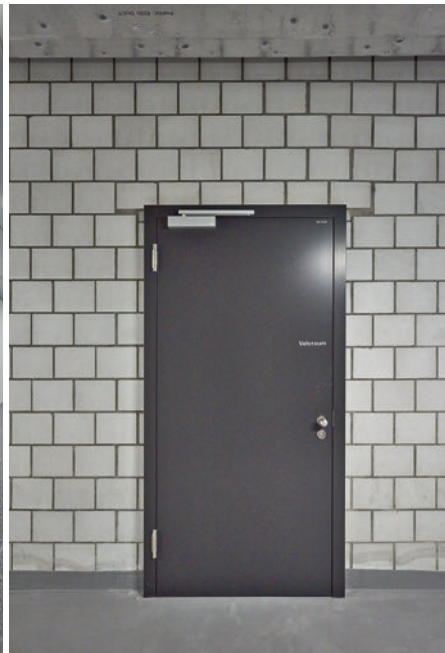


Die Retail- und Gastroflächen im PostParc wurden so entworfen, dass keine Monostrukturen entstehen können.

Schörghuber Expertise: Flächenbündige Spezialtüren aus Holz

Für den PostParc Bern lieferte Schörghuber über 750 Spezialtüren aus Holz. Dabei wurde von den Architekten auf eine einheitliche Farbgebung geachtet: Der überwiegende Teil der Türen ist anthrazitfarben lackiert. Lediglich für die Zugänge zu untergeordneten Räumen wurden weiße Türen gewählt. In den Büroetagen sind die Türen zudem mit verglasten Seitenteilen ausgeführt, die sich flächenbündig integrieren. Der Einsatz der Glaselemente begünstigt den Lichteinfall und sorgt für eine transparente Gestaltung. Abhängig vom jeweiligen Einsatzort im PostParc

wurden an die Schörghuber-Türen verschiedene Anforderungen gestellt. Überwiegend wurden Brandschutztüren eingesetzt, die teilweise mit weiteren Funktionen wie Rauch-, Schall- und/oder Einbruchschutz versehen wurden, um den unterschiedlichen funktionalen Aspekten vom Keller bis zu den Büroräumen gerecht zu werden.



Im gesamten Gebäude wurden Brand-, Rauch- und Schallschutztüren aus Holz von Schörghuber verbaut – auch im Keller und in der Tiefgarage.



Das Glas ist flächenbündig mit den Zargen eingesetzt.



Glaselemente gewähren Einblicke in die Büros.

Standort: Schanzenstraße 4/5, Bern, CH

Bauherr: PostFinance AG, Bern, CH vertreten durch Post Immobilien Management & Services AG

Architekt: Andrea Roost Architekten, Bern, CH

Bauingenieur: Henauer Gugler AG, Zürich, CH / Hartenbach + Wenger AG, Bern, CH

Totalunternehmer: Steiner AG, Bern, CH

Brutto-Grundfläche: 53.000 m²

Baukosten: 185 Mio. CHF

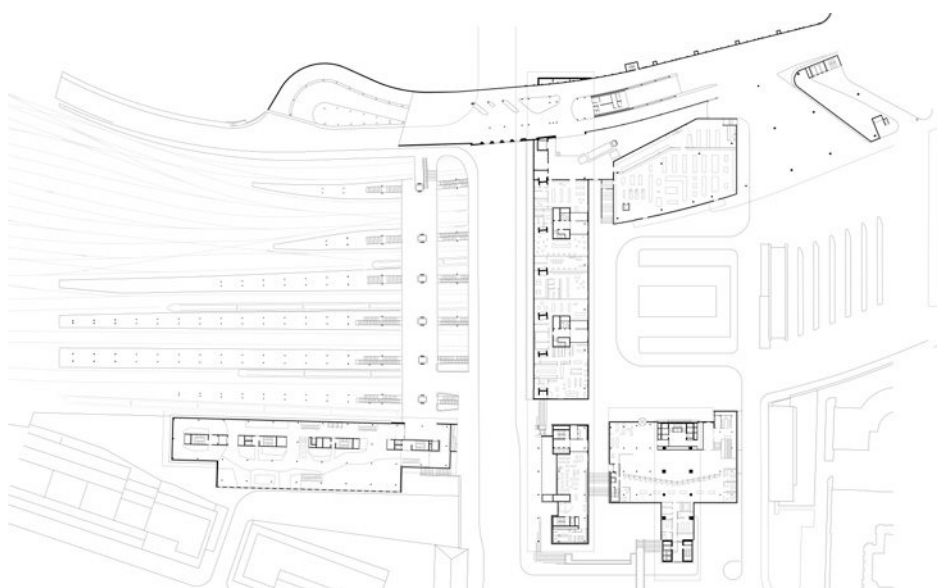
Fertigstellung: 2016

Fotos Architektur: Seraina Wirz, Zürich, CH / Stephan Falk, Berlin, DE

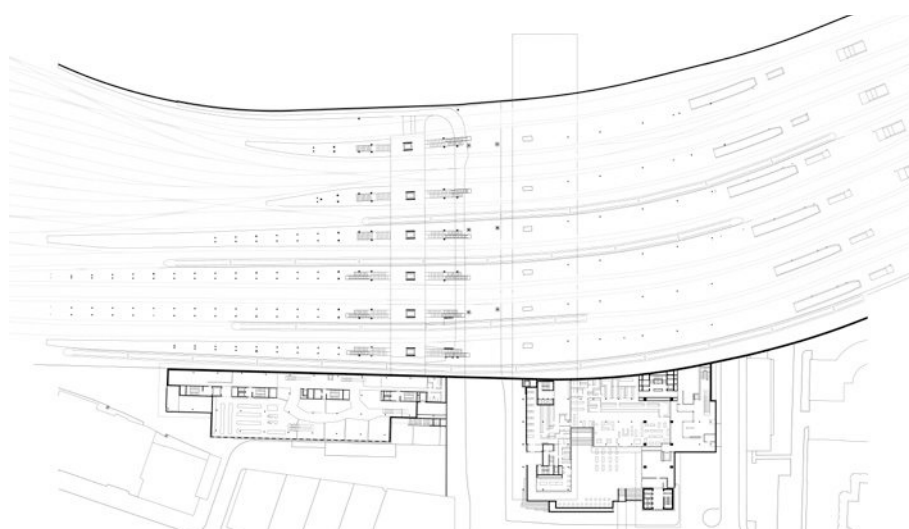
Verarbeiter: Strasser AG Thun, Thun, CH

Schörghuber Ansprechpartner: Luca Cesari

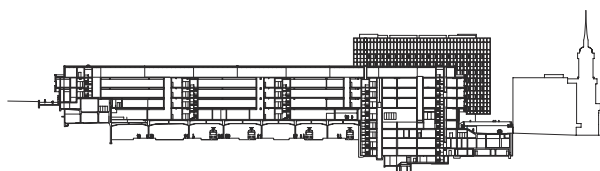
Schörghuber Produkte: T30 Brand-/Rauchschutztüren 1-flügelig Typ 3, T30 Brandschutztüren 2-flügelig Typ 4, T30 Brand-/Schallschutztüren 1-flügelig Typ 3, Typ 13, Typ 5 und 2-flügelig Typ 6, Typ 26, 1-flügelig Typ 16 und 2-flügelig Typ 4, 2-flügelig Typ 14, teilweise mit Klimaklasse III, T30 Brand-/Schall-/Einbruchschutztüren 2-flügelig Typ 26, T30 Brand-/Einbruchschutztür 1-flügelig Typ 3 in Verglasung 25 V, T30 Brand-/Schall-/Einbruchschutztür 2-flügelig Typ 6, 1-flügelig Typ 16, 1-flügelig Typ 5, Vollspantüren 1-flügelig Typ 3 und 2-flügelig Typ 4, Schallschutztüren 1-flügelig Typ 5, Zargen: Massivholzstockzargen, faltstockzargen, 4-seitig umlaufende Massivholzstockzargen



Obergeschoss



Erdgeschoss



Schnitt



Foto: Wege durch das Land

Ein voller Erfolg: Mit 550 Besuchern war jeder Platz im Hörmann Werk in Amshausen besetzt.

KLAVIERKLÄNGE UND LESUNG IM WERK

Dort, wo sonst Hörmann Garagentore produziert, lagert und auf LKW verlädt, zeigte sich Anfang Juli 2016 für einen Abend ein anderes Bild. Fernab der alltäglichen Arbeit im Hörmann Werk Amshausen, das sich direkt am Unternehmenssitz der Hörmann Gruppe befindet, gastierte das Literatur- und Kulturfest „Wege durch das Land“. Diese Veranstaltungsreihe führt seit 16 Jahren ihre Besucher an verschiedenste Orte in Ostwestfalen-Lippe: So boten bereits Renaissanceschlösser als

auch Pferdeställe, Adelshöfe und grüne Wiesen eine Bühne für das vielseitige literarisch-musikalische Programm. Seit vielen Jahren unterstützt und fördert Hörmann das Literatur- und Kulturfest – in diesem Jahr erstmals als Gastgeber im eigenen Werk. Das stählerne Hochregallager diente als Kulisse für die Lesung der Schauspielerin Leslie Malton und für das Konzert des Pianisten Marc-André Hamelin. Mit 550 Besuchern war jeder Platz davor belegt. Leslie Malton las aus ihrem Romandebüt „Brief an meine Schwester“. Darin schreibt sie über ihre 11 Monate jüngere Schwester, die an der Erbkrankheit Rett-Syndrom

leidet. Ergänzend dazu konnten sich die Zuhörer eine Fotoausstellung mit Bildern von Malton und ihrer Schwester ansehen. Die „Wege durch das Land“ führten den als führenden Pianisten der Gegenwart geltenden Marc-André Hamelin ebenfalls in das Hörmann Werk. Normalerweise ist der kanadische Musiker und Komponist in den weltweit bedeutenden Musikzentren zu hören. Am Flügel präsentierte er seine Interpretationen der Werke von Franz Liszt und Samuel Feinberg und ließ so sein virtuosos Spiel zwischen Hochregallager und LKW-Verladestationen erklingen.



Uwe Brandt, CFO bei Hörmann (vorne rechts), nahm den Preis entgegen.

HÖRMANN GEWINNT CSR-PUBLIKUMSPREIS OWL 2016

Am 26.04.2016 verliehen die Initiative für Beschäftigung OWL und die Gilde GmbH Wirtschaftsförderung Detmold den CSR-Preis OWL 2016. Hörmann gewann den Publikumspreis in der Kategorie „Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern“ und wurde damit für sein nachhaltiges Engagement ausgezeichnet. Hörmann baut seit vielen Jahren sein Engagement für Mitarbeiter, Umwelt und Gemeinwesen kontinuierlich aus. 2016 wurde zum Beispiel die „Hörmann Akademie“ ins Leben gerufen, die Partnern und Mitarbeitern ein umfangreiches Weiterbildungsangebot bietet. Das Projekt „MehrAusbildung“ unterstützt Schüler, Azubis und Stu-

denten durch Auslandsaufenthalte, Werksunterricht oder Schnuppertage. Unter dem Motto „Wir denken grün“ vereint Hörmann Projekte, die den „ökologischen Fußabdruck“ des Unternehmens verbessern. Dazu gehört die Umstellung auf Ökostrom und der neueröffnete Solarpark zur Stromversorgung des Hörmann Werkes in Indien. Auch das Thema Flüchtlingshilfe spielt eine tragende Rolle. Mit dem Ziel „Flüchtlingen als Menschen begegnen“ bietet Hörmann kostenfreie Unterbringungen und Deutschkurse an. „Nachhaltigkeit gewinnt heutzutage immer mehr an Bedeutung. Wir wollen als gutes Beispiel vorangehen und hoffen auch weitere Unternehmen vom nachhaltigen Handeln überzeugen zu können“, so Uwe Brandt, kaufmännischer Geschäftsleiter von Hörmann, der den Preis entgegennahm.

BIELEFELD-PREIS FÜR „DIE WORTFINDER“

Anfang Juni wurde der Verein „Die Wortfinder“ mit dem Bielefeld-Preis 2016 ausgezeichnet. Der Verein engagiert sich bereits seit sechs Jahren für die Förderung von Kunst und Literatur besonderer Menschen. Die aktuelle Buchveröffentlichung einer vierbändigen Enzyklopädie wurde vom Steinhagener Familienunternehmen Hörmann unterstützt. „Die Wortfinder“ wurden 2010 von der Psychologin Sabine Feldwieser gegründet und fördern das kreative Schreiben sowie die damit verbundenen künstlerischen Gestaltungen von Menschen mit geistiger Behinderung. Hierzu zählen unter anderem die Organisation von Schreibwerkstätten sowie ein jährlicher Literaturwettbewerb.



Der Preis wurde von Sabine Feldwieser (dritte von links) entgegengenommen.



Vier Bücher erschienen Anfang 2016.



Einsatzbereich und Interieur – frei von Architekten und Planern definiert werden, und auch Sondermaße können millimetergenau umgesetzt werden. Auch mit bestimmten Funktionen wie Brand-, Rauch- und Schallschutz sind Aluminiumzargen in Kombination mit zusätzlichen Anforderungen wie Oberlichtern oder Seitenteilen nur eingeschränkt einsetzbar. Eine Lackierung der Aluminiumbeschichtung ist hingegen in jedem beliebigen RAL- oder NCS-Farbtönen möglich. Die Kombination aus Holz und Aluminium erweist sich als besonders stabile Zargenkonstruktion mit sehr guten Wärmedämmwerten. Die Holzzargen mit Aluminiumdecklage sind mit verdeckt liegenden Bändern, einem innenliegenden Türschließer und verschiedensten aufliegenden Beschlägen erhältlich.

Foto: Schörghuber

Die Holzwerkstoffzargen mit Aluminiumdecklage unterscheiden sich optisch nicht von Aluminiumzargen.

HOLZWERKSTOFFZARGEN IM ALUMINIUM-DESIGN

Schörghuber hat eine neue Fertigungstechnik für Zargen entwickelt, mit der die meisten Holzwerkstoffzargen des Herstellers mit einem 1,0 Millimeter dicken Aluminiumblech beschichtet werden können. Die Holzzargen im Aluminium-Design sind eine kostengünstigere Alternative zu Aluminiumzargen und bieten Architekten und Planern in Sachen Wärmedämmung, Gestaltungs- und Funktionsvielfalt mehr Möglichkeiten bei der Ausstattung von Objekten.

Aluminiumzargen kommen aufgrund ihrer hochwertigen und modernen Ansicht häufig im Innenausbau von Objekten zum Einsatz. Dabei stoßen Planer und Architekten jedoch oftmals an gestalterische und funktionale Grenzen des Metalls: Durch überwiegend fest definierte Abmessungen der Aluminiumprofile sind Abweichungen der Maße beispielsweise nur begrenzt möglich, und auch die Zargenvariante ist nicht frei wählbar. Bei Holzzargen hingegen können Abmessung und Zargenvariante wie Holzumfassungszarge, Falstockzarge und Holzblockzarge – je nach



Holzfallstockzarge im Aluminium-Design.

Foto: Schörghuber



Schörghuber präsentierte auf der Fachmesse architect@work zwei seiner Spezialtüren.

ARCHITECT@WORK 2016

Auf der mehrfach im Jahr in unterschiedlichen Städten stattfindenden Fachmesse architect@work stellt Schörghuber seinen Besuchern verschiedene Produktneuheiten aus dem Werkstoff Holz vor. Die Besonderheit dieser Veranstaltung: Ausstellen dürfen nur Hersteller, deren Produkte von einem unabhängigen Gremium als einzigartige Produktinnovation ausgewählt wurden. Schörghuber war bereits viermal auf der Fachmesse für Architekten vertreten und zieht nach dem diesjährigen Auftakt in Luxemburg eine positive Bilanz: „Wir sind sehr zufrieden mit unserem Start auf der Messe und haben viele interessierte Besucher begrüßen und beraten dürfen. Wie auch bei

bereits vergangenen Veranstaltungen war das Interesse der Architekten und Fachbesucher an unseren ausgestellten Exponaten und unserem Produktprogramm groß“, so Alexander Reinstädler, Außendienstmitarbeiter bei Schörghuber. Nach einem erfolgreichen Auftakt auf der diesjährigen architect@work in Luxemburg nimmt Schörghuber in diesem Jahr in drei weiteren Städten teil. Architekten und Planer haben an folgenden Terminen die Möglichkeit, sich ein Bild von den Spezialtüren aus Holz zu machen und sich vor Ort fachlich beraten zu lassen: Schörghuber wird vom 12. bis 13. Oktober in Wien, vom 09. bis 10. November in Berlin und vom 07. bis 08. Dezember in Stuttgart mit einem eigenen Stand auf der architect@work vertreten sein.

SCHÖRGHUBER ERWEITERT HPL-OBERFLÄCHEN-ANGEBOT UM EIN WEITERES DESIGN

Schörghuber hat sein HPL-Oberflächen-Angebot um ein weiteres Design für Türblätter und Holzzargen erweitert: Bei der neuen Oberflächenbeschichtung „Schörghuber Diamantweiß“ handelt es sich um einen weiß durchgefärbten und besonders glatten HPL-Schichtstoff. Der aus mehreren gleichfarbigen, mit Melaminharz imprägnierten Dekorpapieren bestehende Schichtstoff verhindert das Durchschimmern eines dunklen Trägermaterials und sorgt somit für ein einheitlich weißes Erscheinungsbild der Türen. Das Design der Türblätter und Holzzargen in „Diamantweiß“ gleicht einer Premium-Lackierung in RAL 9016 und stellt eine kostengünstigere Alternative dar. Zudem weist die 0,8 mm starke Oberflächenbeschichtung die Eigenschaften von HPL (High Pressure Laminates) auf, wodurch sie um ein Vielfaches robuster ist als lackierte Oberflächen. Erhältlich ist die neue Designausführung „Diamantweiß“ für alle Türblätter und Holzzargen von Schörghuber und kann zudem mit allen Funktionen wie Brand-, Rauch-, Schall-, Strahlen- und Einbruchschutz sowie mit beschusshemmender Funktion und Nassraumeignung kombiniert werden. Für eine noch langlebigere Ausstattung empfiehlt sich die Kombination mit der neuen ABS-Kante (Acrylnitril-Butadien-Styrol) von Schörghuber.

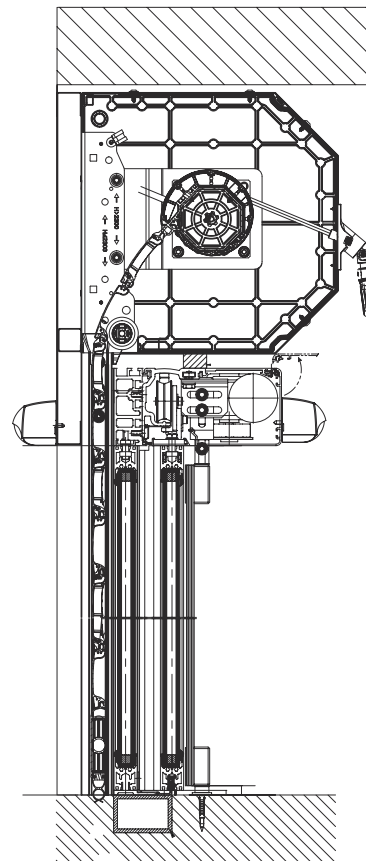


In Kombination mit der glatten ABS-Türblattkante entsteht eine farblich einheitliche Türblattansicht.

TECHNIK: HÖRMANN AUTOMATIK-SCHIEBETÜR IN KOMBINATION MIT ROLLGITTER

Anwendungsbereiche: Für sichere Ladenabschlüsse mit engen Platzverhältnissen wie beispielsweise oftmals in Tankstellen, Apotheken, Juweliergeschäften und auch Shopping-Centern stellt diese preiswerte Kombination aus Automatik-Schiebetür AD 100-X und Rollgitter HG 75 TD eine barrierefreie und einbruchhemmende Lösung dar. Im Tagesbetrieb ist das Rollgitter hochgefahren, und der Personendurchgang wird durch die mit Sensoren ausgestattete Automatik-Schiebetür sicher ermöglicht. Im Nachtbetrieb ist die Automatik-Schiebetür fest verschlossen, und das Rollgitter gewährt eine Einbruchhemmung gemäß RC 2. Die Kombination ist zertifiziert als Fluchwegtür und integriert sich dank RAL nach Wahl in das Gestaltungskonzept des Gebäudes.

Modell: Automatik-Schiebetür AD 100-X in Kombination mit Rollgitter HG 75 TD **Ausführung:** 1- und 2-flügelig **Hauptfunktionen:** Empfohlen für barrierefreies Bauen, Personenschutz, Einbruchhemmung, zertifiziert als Fluchwegtür **Profilsystem Automatik-Schiebetür AD 100-X:** Aluminiumprofil stranggepresst, feingerahmt **Profilsystem Rollgitter HG 75 TD:** Aluminiumprofil stranggepresst **Behangart Rollgitter HG 75 TD:** gelocht (Rechteck 100 x 40 mm), **Lochung:** versetzte oder gerade Anordnung **Einbaumaße:** RAMB = 2160 mm, RAMH = 2830 mm **Max. Größe:** RAMB = 6000 mm, RAMH = 3335 mm **Bautiefe:** 335 mm **Montage in:** Mauerwerk **Einbau:** 1) Montage in die Öffnung, hinter dem Sturz 2) Montage in die Öffnung mit Sturzzusatzblende 3) Montage von innen hinter die Öffnung **Design:** RAL nach Wahl **Antriebsbedienung:** Automatik Schiebetür AD 100-X mit Programmschalter, Rollgitter HG 75 TD mit Totmannsteuerung über Schlüsselschalter **Öffnungsgeschwindigkeit (einstellbar):** 55-75 cm/s **Schließgeschwindigkeit (einstellbar):** 10-50 cm/s **Aufhaltezeit (einstellbar):** 0-180 s **Ausstattungen:** Isolierverglasung 22 mm mit Sicherheitsglas, Kombinationsmelder innen / außen, Schutzflügel **Zusatzausstattungen:** Rollgitter HG 75 TD mit Handkurbel



Detail des Rollgitterkastens



Sichere Ladenabschlüsse durch die Kombination von Automatik-Schiebetür und Rollgitter.

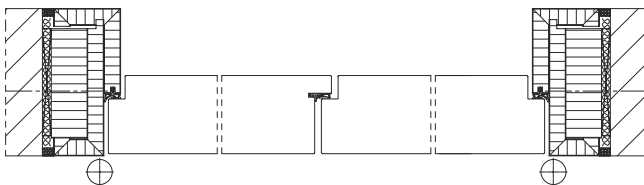


Rollgitter mit Einbruchhemmung der Klasse RC 2.

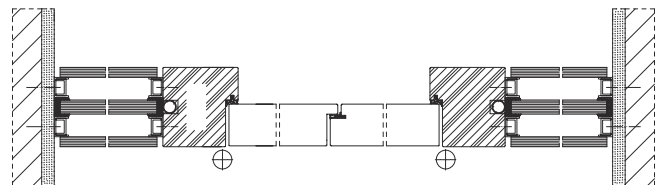
TECHNIK: SCHÖRGHUBER ZWEIFLÜGELIGE FLUR- UND DURCHGANGSTÜR

Anwendungsbereiche: In öffentlichen Gebäuden ist es gesetzlich vorgeschrieben, Brandabschnitte zu schaffen und für Fluchtmöglichkeiten zu sorgen. So müssen Türen im Gefahrenfall den Fluchtweg für die sich im Gebäude befindenden Personen sichern und zugleich im Brandfall schließen, um ein Ausbreiten des Feuers zu verhindern. Da vor allem Flure und Treppenhäuser häufig als Fluchtweg dienen, müssen Feuer- und Rauchschutztüren diesen Bereich vor einem Übergreifen des Feuers absichern und gleichermaßen als Durchgang zur Verfügung stehen. Um diese Anforderungen zu erfüllen, ist die zweiflügelige Flur- und Durchgangstür von Schörghuber in feuerhemmender T30- oder feuerbeständiger T90-Funktion erhältlich und kann mit Freilaufschließern, Schließern mit Feststellanlagen und Panikschlossern ausgestattet werden. Für Barrierefreiheit sind die Türlösungen mit automatischen Drehflügelantrieben und E-Öffnern kombinierbar.

Produkt: Zweiflügelige Flur- und Durchgangstür **Ausführung:** T30 Typ 4, 14 (50 mm Türstärke), T30 Typ 6, 26 (70 mm Türstärke), T90 Typ 24 (70 mm Türstärke) **Zargen:** Holzzargen, Stahlzargen, Aluminiumzargen **Einbau in:** Mauerwerk mit Maueranker, Leichtbauwand, wandbegleitend mit Hutanker **Funktionen:** Brandschutz T30, T90, Rauchschutz RS, Schallschutz $R_w, P=32, 37, 42, 45$ dB, Einbruchhemmung RC 2, RC 3, Nassraumeignung, Feuchtraumeignung, Vollspan **Baurichtmaße (Breite x Höhe):** 2-fügelig 1375-3500 mm x 625-3500mm (4000 mm mit Oberteil) **Zusatzausstattung:** Freilaufschließer, Schließer mit Feststellanlagen, automatische Drehflügelantriebe, E-Öffner, Magnet- und Riegelkontakt, Sperrelement, Panikschlosser, Motorschlösser, Zugangskontrollen, Kombination mit einer Verglasung Typ 25 V



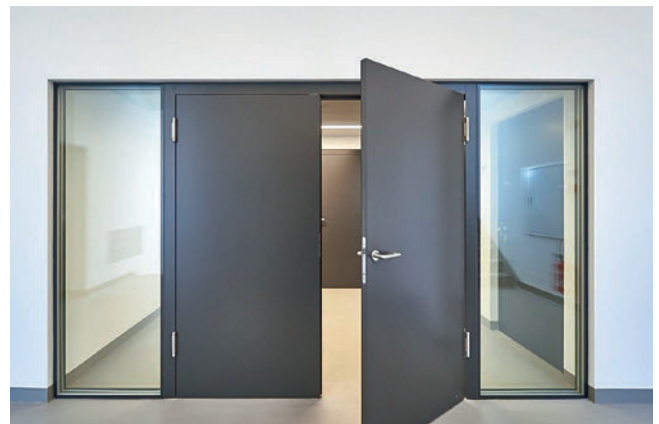
Horizontalschnitt



Horizontalschnitt



Brand- und Schallschutztür mit Holzfutterzarge ohne Zierfalz.



Brand-/Rauchschutztür mit flächenbündiger Verglasung.

Fotos: Schörghuber

ARCHITEKTUR UND KUNST

LEIF TRENKLER



Etwas Unwirkliches (2015), 50 x 40 cm
Foto: Simon Vogel



2030 (2016), 90 x 70 cm
Foto: Uwe Walter



Das Telefonat (2016), 130 x 98 cm
Foto: Simon Vogel

Es sind banale Szenerien aus dem Alltag, die Leif Trenkler in seinen Bildern darstellt. Eine große Rolle spielt dabei der öffentliche Raum.

Leif Trenklers Bilder fallen auf. Es ist die gnadenlose Übersteuerung der Farben, die für Aufmerksamkeit sorgt. Obwohl der Betrachter aufgrund der unspektakulären, alltäglichen Motive zunächst fast meinen könnte, Teil dieser Welt zu sein, wirkt die Umwelt surreal. Was steckt dahinter? Leif Trenkler zählt zu den prägenden Vertretern der Neuen Figuration, einer Strömung der zeitgenössischen Kunst, in der kritischer Realismus im Mittelpunkt steht. Und so sind es Schnappschüsse, Momentaufnahmen der Realität, die er auf Reisen oder im banalen Alltag schießt und die dann als Grundlage seiner Arbeit dienen. Im Atelier seziiert er diese

Aufnahmen, reduziert sie auf das Wesentliche, fügt andere Elemente hinzu. In einem Großteil seiner jüngeren Arbeiten nimmt der öffentliche Raum einen Großteil der Bildfläche ein. Personen drängen sich nicht in den Vordergrund, sind manchmal sogar nur von hinten zu sehen. Dadurch entsteht eine Sogwirkung, die den Betrachter regelrecht in das Bild zieht. In seinen früheren Werken war das noch anders: Da setzte Leif Trenkler Personen in das Zentrum. Oft stellte er seine Modelle sogar nur im Ausschnitt dar. Sie rückten dem Betrachter regelrecht auf die Pelle und schufen so eine geradezu intime Atmosphäre. Eines haben sowohl seine älteren als auch seine jüngeren Werke gemeinsam: Die Szenerie ist eigentlich gewöhnlich, doch durch die starken Licht-Schatten-Kontraste und die irritierende Wirkung der Fehlfarben entstehen intensive Sinneseindrücke – so werden aus unauffälligen Begebenheiten magische Momente.

Künstler: Leif Trenkler

geboren 1960 in Wiesbaden, DE
studierte von 1984 bis 1986 an der Städelschule in Frankfurt am Main.
Nach einem einjährigen Intermezzo an der Kunstakademie Düsseldorf
kehrte er zurück nach Frankfurt und studierte dort bis 1990 bei Thomas
Bayrle und Christa Näher. Im Anschluss erhielt er ein einjähriges
Auslandsstipendium der „Studienstiftung des deutschen Volkes“ in Italien.
Seit Anfang der 1990er-Jahre ist Leif Trenkler in zahlreichen Gruppen-
und Einzelausstellungen präsent. Er gilt als renommierter und prägender
Vertreter der Neuen Figuration.
Galerie Jochen Hempel, Spinnereistraße 7, 04179 Leipzig, DE
www.jochenhempel.com



Foto: Yvonne Cornelius



Am Atlantik (2015), 98 x 130 cm
Foto: Simon Vogel

NEULICH IN ... BAD MÜNSTEREIFEL



Foto: Starwatch / Michael Petersohn

Das pittoreske Bad Münstereifel ist ein Novum in Deutschland. Hier entstand das erste Outlet-Center in einem historischen Altstadtzentrum. Viele Bürger standen dem Projekt skeptisch gegenüber. Einer von ihnen: der Sänger Heino. Was hat er über seine Stadt zu sagen?

Was hat denn einen gebürtigen Düsseldorfer nach Bad Münstereifel verschlagen?

Ich wollte etwas mehr Ruhe haben und zog zunächst nach Ülpenich. Allerdings vermisste meine Frau Hannelore dort die Berge, die sie in ihrer Heimat in Oberösterreich so sehr mochte. Jetzt kann man die Eifel zwar nicht mit den Alpen vergleichen, aber ich wollte ihre Sehnsucht zumindest etwas stillen. Wir haben uns dann Bad Münstereifel angeschaut, und es hat uns so gut gefallen, dass wir dorthin gezogen sind.

Sie haben dort jahrelang das Café Heino betrieben – bis es zu einem Anbieterwechsel kam. Wie sind Sie heute noch mit dem Café verbunden?

Ich habe das Café rund 17 Jahre betrieben und wirklich viel Freude daran gehabt. Als Bad Münstereifel zur Outlet-Stadt wurde, hatte ich zwar die Gelegenheit, das Gebäude zu kaufen – habe es aber abgelehnt. Mittlerweile befindet sich das Café etwas oberhalb der Altstadt im ehemaligen Kurhaus, in dem wir auch unsere Wohnung haben. Ich betreibe es allerdings nicht mehr selbst, bin dort aber gerne zu Gast.

Können Sie uns etwas aus der Karte besonders empfehlen?

Ich bestelle meistens ein Stück Frankfurter Kranz – eine mit Buttercreme gefüllte Torte, die aus mehreren Böden aus Sand-, Wiener- oder Biskuitmasse besteht. Hervorragend! Meine Frau bevorzugt dagegen die Apfeltarte.

Was sind die kulturellen Höhepunkte Bad Münstereifels?

Für mich persönlich ist es sicherlich das alljährliche Weihnachtssingen, das ich im Dezember an drei, vier Tagen im Kurhaus veranstalte.

Inspiriert Sie Bad Münstereifel in Ihrem Schaffen?

Durch meine Musik komme ich sehr viel rum. Inspiration finde ich überall – auch auf Reisen. Bad Münstereifel ist dagegen



Foto: eurotravel / Stock

Bad Münstereifel hat einen pittoresken Altstadt kern.



Foto: Joerg H. Wagner

Heino wohnt im alten Kurhaus oberhalb der Altstadt.

Künstler: Heino

geboren 1938 in Düsseldorf, DE

Ursprünglich absolvierte Heino eine Lehre als Konditor, fand aber sehr schnell den Weg zur Musik. Die erste Hit-Single erschien 1966. Mehr als 50 Millionen Tonträger verkaufte Heino seitdem. Auch im Fernsehen ist er präsent, zuletzt als Juror bei „Deutschland sucht den Superstar“. Trotz aller Erfolge ist „Mit Freundlichen Grüßen“ aus dem Jahr 2013 seine erste Nummer-Eins-Platzierung in den deutschen Albumcharts. Zuletzt veröffentlichte Heino pünktlich zur Fußball-Europameisterschaft das Album „Songs rund um das Leder“, auf dem er populäre Fußball-Songs interpretiert.
www.heino.de

vor allem eins: mein Zuhause. Hier fühle ich mich wohl. Hier komme ich zur Ruhe.

Inwiefern hat das City Outlet die Stadt verändert?

Mit der Lösung des City Outlets zur Wiederbelebung der Innenstadt musste ich mich erst anfreunden. Ich war wie viele Einwohner sehr skeptisch, habe mich aber eines Besseren belehren lassen. Das Konzept tut der Stadt sehr gut. Es hat Wirkung gezeigt, und mittlerweile ist wieder Leben im Zentrum.

Was sollte man sich in Bad Münstereifel ansehen, wenn man nicht nur zum Shoppen gekommen ist?

Das Highlight ist sicher die historische Altstadt selbst: die vielen Fachwerkhäuser, die alte Stadtmauer, die Tore, der Kurpark – das gesamte Ensemble ist klein, fein und gemütlich.

Wie ist denn Ihr persönliches Verhältnis zur Architektur?

Den Großteil meines Lebens nimmt die Musik ein. Da bleibt kaum Raum für die anderen Künste. Trotzdem: Wenn ich durch Bad Münstereifel gehe, genieße ich die alten Fachwerkhäuser. Meiner Meinung nach hat man früher schöner, freundlicher und sympathischer gebaut als heute.



Foto: Joerg H. Wagner

Im alten Kurhaus befindet sich auch das Café Heino – samt den Trophäen.

VORSCHAU

Thema der nächsten Ausgabe von PORTAL: München

Alle zwei Jahre werden in München neue Maßstäbe gesetzt. Dann trifft sich die Baubranche auf der BAU und stellt die besten Innovationen und größten Errungenschaften vor. Rund 250.000 Besucher ließen sich im Jahr 2015 die Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme nicht entgehen. Doch nicht nur die Messe selbst lockt die Architekten in die bayrische Landeshauptstadt. Auch das Rahmenprogramm hat es in sich. Es gibt zahlreiche Vorträge renommierter Architekten und Experten, bedeutende Preise werden verliehen. Für viele Besucher ebenso interessant: die lange Nacht der Architektur. Rund 50 Gebäude öffnen ihre Pforten und gewähren rund 30.000 Besuchern Einblicke, die man nicht alle Tage bekommt. Auch Hörmann war in den vergangenen zwei Jahren an einer Vielzahl von Projekten in und um München beteiligt. Eine Auswahl davon stellen wir Ihnen in der kommenden Ausgabe der PORTAL vor.



16.–21. Januar • München



Foto: Oliver Weber / iStock

Zur BAU ist es in den Biergärten der Stadt noch recht frisch.

EDELSTAHL®
**Rost
frei**



Glänzende Edelstahl-Lösungen für höchste Hygieneanforderungen

- Stumpf einschlagende Feuer- und Rauchschutztüren verbinden Brandschutz- und Hygienevorgaben in modernen Architektur-Konzepten
- Durchblickfenster und Zargen erfüllen spezielle Anforderungen in Krankenhäusern oder der Gastronomie
- Feuer- und Rauchschutz-Schiebetore unterteilen Brandabschnitte in Produktionshallen der Lebensmittelindustrie
- Schnellauftore beschleunigen Arbeitsabläufe und senken Energiekosten in der Lebensmittelproduktion

HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe