

Verfahren

Auslober

Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes NRW (MSWKS) im Rahmen der Initiative StadtBauKultur NRW

Koordination

Europäisches Haus der Stadtkultur e. V., Gelsenkirchen
Vorprüfung

Post • Welters, Architekten BDA und Stadtplaner SRL, Dortmund

Junker + Kruse, Stadtforschung und Stadtplanung, Dortmund

Auslobungszeitraum

15. Dezember 2003 bis 2. Februar 2004

Jurysitzung 12. März 2004

Teilnahmeberechtigt

Einzelhandelsunternehmen und Betreiber, Investoren, Projektentwickler, Stadtverwaltungen, Werbegemeinschaften, Architekten, Planer

Eingereichte Arbeiten

Einzelhandelsgebäude aus NRW, die nach dem 1. Januar 1994 erbaut wurden

Eingereichte Arbeiten 108

Zum Preis zugelassene Arbeiten 99

(9 Ausschlüsse aus formalen Gründen)

Mitglieder der Jury

Prof. Wolfgang Christ . Bauhaus-Universität, Weimar (Vorsitzender)

Monika Block . Galeria Kaufhof, Dortmund

Dr. Jürgen Bohnenkamp . Ernsting´s Family, Coesfeld

Prof. Dörte Gatermann . Gatermann + Schossig Architekten BDA, Köln

Anja Geer . IHK Mittlerer Niederrhein, Krefeld-Mönchengladbach

Dr. Ulrich Hatzfeld . Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

Hartmut Hoferichter . Beigeordneter der Stadt Solingen

Mark Jenewein . LOVE-Architekten, Graz, Österreich

Dr. Dr. h. c. Guido Sandler . Dr.-August-Oetker-Stiftung, Bielefeld

Vorprüfer

Hartmut Welters . Post • Welters, Architekten BDA und Stadtplaner SRL, Dortmund

Dirk Becker . Post • Welters, Architekten BDA und Stadtplaner SRL, Dortmund

Rolf Junker . Junker + Kruse, Stadtforschung und Stadtplanung, Dortmund

Andreas Mayer . Junker + Kruse, Stadtforschung und Stadtplanung, Dortmund

Beratung der Vorprüfung

Karin Bandow . Europäisches Haus der Stadtkultur e. V., Gelsenkirchen

Frauke Burgdorff . Europäisches Haus der Stadtkultur e. V., Gelsenkirchen

Dr. Wilm Schulte . Einzelhandelsverband Westfalen-Mitte e. V., Dortmund

Thomas Thienen . Einzelhandelsverband NRW e. V., Düsseldorf

Kategorien

Innenstadt – bis 3.000 m² 49 Um- und Neubauten wurden eingereicht. Dazu zählen Einzelhandelsgeschäfte, kleine Einkaufspassagen und -galerien sowie kleinere Kaufhäuser.

Innenstadt – über 3.000 m² Die 7 eingereichten Objekte sind ausnahmslos Kaufhäuser.

Stadtrand/Peripherie Die 19 eingereichten Objekte haben im Regelfall eine Verkaufsfläche von über 3000 m².

Sonderkategorien

Sonderform Einzelhandel Es wurden 2 Kunstgalerien eingereicht.

Discounter 7 Beiträge vom Teppich- bis zum Lebensmittel-discounter

Städtebauliche Konzeption Die eingereichten 23 Einkaufszentren mit Verkaufsflächen zwischen 1.700 und 70.000 m² liegen sowohl in der Innenstadt wie auch am Stadtrand. Kennzeichnend sind die besonderen städtebaulichen Merkmale hinsichtlich der inneren Erschließung und Funktion (z. B. Malls), die diese Gruppe deutlich von anderen unterscheidet.

Ensemble/Kommunale Konzepte Es wurde nur 1 Arbeit eingereicht.

Die ursprünglich vorgesehenen Kategorien wurden entsprechend der Lage der Gebäude gebildet: »Zentrum«, »Nebenzentrum«, »Stadtperipherie«. Die Jury entschied sich auf Basis der eingereichten Arbeiten, die Kategorien auf »Innenstadt« und »Stadtrand/Peripherie« zu reduzieren.

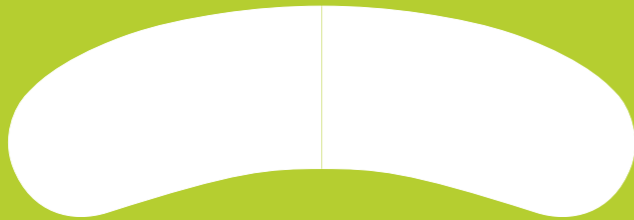
Ergänzende Kriterien waren:

- Verkaufsfläche: bis 3000 m², größer als 3000 m²

- Betriebstyp: Einzelhandelsgeschäft, Kaufhaus, Fachmarkt usw.

- Bautyp: Umbau, Neubau

Zusätzlich wurden Sonderkategorien gebildet, die sich diesem Schema entziehen.



Resümee aus Sicht der Jury



Eingereichte Arbeiten Die Jury stellt fest, dass das Niveau der eingereichten Arbeiten über den Erwartungen liegt: Es wird deutlich, dass sich Architekten und Bauherren häufig auf die bewusste Suche nach einer der Funktion und dem Inhalt angemessenen Formensprache begeben haben. Anhand der eingereichten Arbeiten lässt sich erkennen, dass sich die Haltung gegenüber der Architektur im Handel in den letzten zehn Jahren geändert hat, dass Verkaufsarchitektur offensichtlich nicht beliebig austauschbar sein muss und nicht nur den Regeln der »Ökonomie der Aufmerksamkeit« gehorcht. Im Gegenteil: Die Zurückhaltung in der Architektur gehört bei einigen Händlern wieder zum »guten Ton«. Die Jury lobt selbst einige der am Ende nicht ausgezeichneten Arbeiten ganz im Sinne einer alltäglich guten Architektur für ihren verantwortungsvollen Umgang mit dem Stadtraum und dem historischen Erbe der Stadt.

Innenstadt In der Kategorie »Innenstadt« wurden nicht nur die meisten, sondern auch die überzeugendsten Arbeiten diskutiert. Die Jury findet es bemerkenswert, dass viele kleinere qualitätsvolle Projekte eingereicht wurden und vor allem auch Klein- und Mittelstädte mit hervorragenden Projekten vertreten waren.

Stadtrand/Peripherie Die Peripherien, Ränder und Ausfallstraßen der Städte stehen seit langem im Fokus der planerischen Diskussion. Das Erscheinungsbild wird noch viel zu häufig von »Großen Kisten« mit dominanter Erschließung bestimmt. Auch wenn nur wenige vorbildliche Arbeiten in dieser Kategorie eingereicht wurden, zeigen diese, dass es auch anders geht.

Sonderform Einzelhandel Der Einzelhandel besteht nicht nur aus dem typischen Geschäftsbesatz der Innenstädte sowie der Märkte und Malls auf der grünen Wiese. Anbieter besonderer Waren sind natürlich in der Lage, auch durch ungewöhnliche Architektur und Gebäude auf sich aufmerksam zu machen. Die beiden eingereichten Kunstgalerien zeigen dies an vermeintlich unspektakulären Standorten auf eindrucksvolle Weise.

Discounter Discounter und Lebensmittel-Supermärkte stellen derzeit in einem eher schrumpfenden Markt ein enormes Wachstumspotenzial dar. Fast täglich werden in Nordrhein-Westfalen neue Standorte eröffnet, sei es in der Innenstadt, im Wohngebiet oder am Stadtrand. Gerade hier erscheint aus Sicht der Jury aber noch ein erhebliches Umdenken erforderlich. Auch die eingereichten Beiträge, die zugegebenermaßen bereits erheblich von der Standardkonfektionierung abweichen, zeigen interessante Ansätze, vermochten die Jurymitglieder jedoch noch nicht gänzlich zu überzeugen.

Städtebauliche Konzeption Einkaufszentren stellen eine großmaßstäbliche Sonderform dar. Meist kehren sie den Städtebau nach innen – eine Mall verbindet die großen Einkaufsmagneten am Anfang und Ende. Nach außen zeigen sich die Fassaden bis auf den Eingangsbereich in der Regel abweisend und verschlossen. Die Formensprache bleibt dabei eher modisch und kulissenhaft und konnte die Jury in keinem Fall überzeugen. Es konnten in dieser Sonderkategorie aus Sicht der Jury leider nur wenige positive Ansätze diskutiert werden.

Ensemble/Kommunale Konzepte Der vorgesehene Sonderpreis konnte nicht vergeben werden. Der Beitrag der Stadt Bocholt zur Einzelhandelsentwicklung wird aber ausdrücklich gewürdigt.

Empfehlung Die Zahl und das Niveau der eingereichten Arbeiten zeigen, dass in den letzten Jahren nicht nur ein Bedürfnis, sondern auch ein Wille zur Auseinandersetzung mit dem Thema Handelsarchitektur entstanden ist. Dabei konzentrieren sich die guten Beispiele nicht auf die Ballungsräume und nicht auf die spektakulären Arbeiten. Im Gegenteil: Ein großer Teil der guten Einreichungen befindet sich in kleineren Städten. Aus Sicht der Jury kann daher nur empfohlen werden, den Architekturpreis »Vorbildliche Handelsarchitektur« zu einer ständigen Einrichtung weiter zu entwickeln. Es wird vorgeschlagen, ihn in regelmäßigen Abständen durchzuführen und bei einer Wiederholung jeweils unterschiedliche thematische Schwerpunkte zu setzen. Grundsätzlich regt die aus Einzelhandelsvertretern und Architekten bestehende Jury an, den Dialog zwischen Handel und Architektur zu intensivieren. Wobei deutlich werden muss, dass Handelsbauten eine herausragende Bauaufgabe sind und Architekten in enger Zusammenarbeit mit dem Handel Überzeugungsarbeit zum »bewussten Bauen« in der Stadt leisten können.

WETTBEWERB SERGEBNISSE

Die Jury vergab für die folgenden Kategorien insgesamt 5 Preise und 4 Anerkennungen.

INNENSTADT - BIS 3000 M²

Preis . Juwelier Nonhoff, Münster
Preis . Zara, Köln

INNENSTADT - ÜBER 3000 M²

Preis . Peek & Cloppenburg, Düsseldorf
Preis . Karstadt, Gütersloh

STADTRAND/PERIPHERIE

Preis . RS + Yellow Möbel, Münster

SONDERFORM EINZELHANDEL

Anerkennung . Galerienhaus ads 1a, Köln
Anerkennung . Kunstgalerie Rackey, Bad Honnef

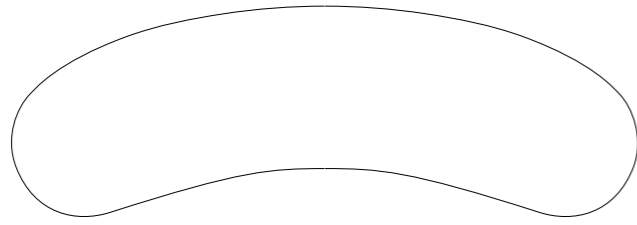
STÄDTEBAULICHE KONZEPTION

Anerkennung . Buersche Markthalle, Gelsenkirchen
Anerkennung . Clemens-Galerien, Solingen

ENSEMBLE/KOMMUNALE KONZEPTE

Lobende Erwähnung . Einzelhandelskonzept der Stadt Bocholt (nicht dokumentiert)

INNENSTADT - BIS 3000 M² · PREIS JUWELIER NONHOFF, MÜNSTER

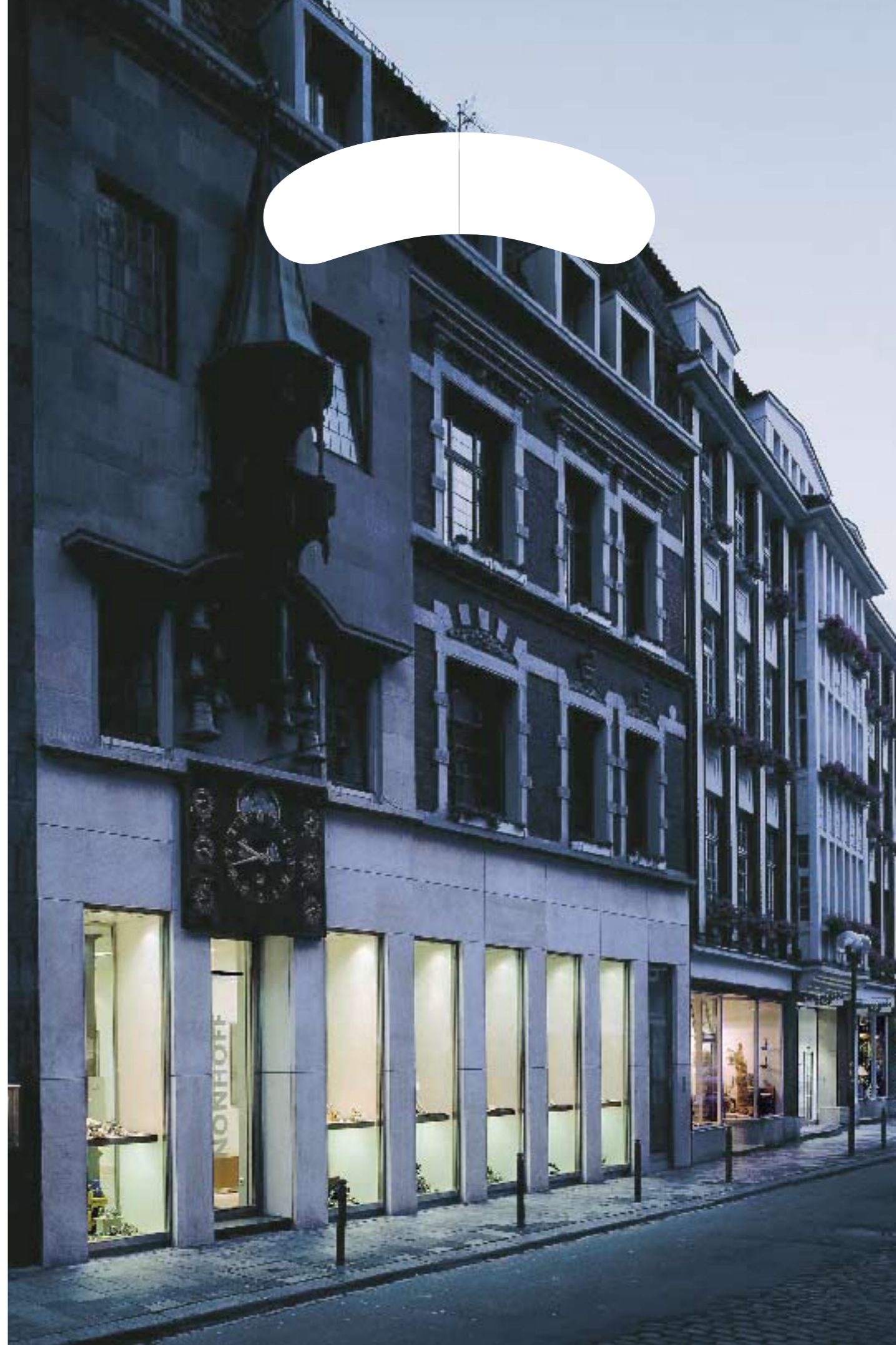


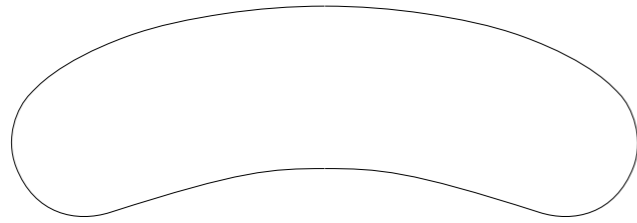
Umbau des Hauses Rothenburg

Eigentümer/Nutzer Gebrüder Nonhoff oHG
Architekt Igel Architekten BDA, Münster
Baujahr 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts/1952
Umbau 1999/2001
Verkaufsfläche 180 m²
Standort Rothenburg 11/12/13, Münster



Die Straße Rothenburg in Münster/Westfalen ist Teil des rekonstruierten Altstadtrings um die alte Domburg. Im Verhältnis zu den beiden Fußgängerzonen und dem Prinzipalmarkt wurde die Rothenburg in den letzten Jahrzehnten stets als 1b-Lage angesehen, sie erfährt zur Zeit jedoch eine Aufwertung durch umfangreiche Stadterneuerungsmaßnahmen. Das Juweliengeschäft Nonhoff erstreckt sich über drei Gebäude: Rothenburg 11, 12 und 13. Domplatz, Prinzipalmarkt und das Westfälische Landesmuseum liegen in unmittelbarer Nähe. Bei dem Haus Rothenburg 13 handelt es sich um ein denkmalgeschütztes Gebäude aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Das Erdgeschoss wurde mit dem Wiederaufbau 1946 und danach stark verändert. Das Gebäude Rothenburg 12, ein Wohn- und Geschäftshaus von 1950 bzw. 1960, wird an der Straßenfassade im ersten Obergeschoss durch eine Weltzeituhr mit Glockenspiel und zwei Figurenhäuschen aus dem Jahr 1962 verziert. Die Weltzeituhr ist als technisches Kulturdenkmal klassifiziert. Das Haus Rothenburg 11 ist Teil eines ehemaligen Bankgebäudes aus dem Jahr 1952. Im ersten Bauabschnitt wurden Fassade und Innenraum der Stammhäuser Rothenburg 12 und 13 umgebaut. Im zweiten Abschnitt wurde das ehemalige Bankgebäude Rothenburg 11 angemietet und umgestaltet. Der ehemalige Schalterraum der Bank wird nun als Erweiterung der Schaufensterfläche sowie für wechselnde Ausstellungen und – auf der Empore – für eine Großuhrmacherei genutzt.





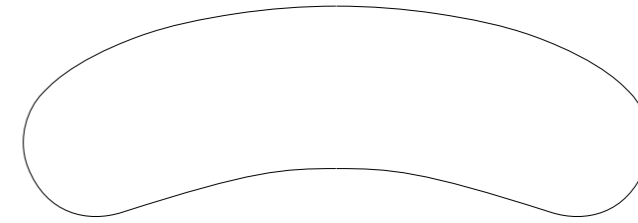
Ziel des Umbaus war es, eine ruhige und elegante Fassade mit dem für Münster typischen Sandstein zu entwickeln. Die dunkle Diabas-Straßenfassade aus dem Jahre 1967 mit breiten Schaufenstern in liegendem Format wurde komplett umgebaut. Eine neue helle Sandsteinverkleidung und stehende Fensterformate im Erdgeschoss nehmen wieder Bezüge zu den Obergeschossen der historischen Fassade auf. Die verwendeten Materialien sind Sandstein, gebürsteter Edelstahl, Glas und dunkles Holz. Im Innenraum wurden, wo möglich, die ursprünglichen Raumhöhen der Gebäude wieder hergestellt. Im Zuge des Umbaus wurden direkte Übergänge zwischen den Häusern geschaffen. Ein neues Treppenhaus erschließt anstelle des Hofes die hinteren »Abteilungen«: Verwaltung und Warenwirtschaft im Untergeschoss, das Büro der Geschäftsleitung im Hochparterre und das Goldschmiedeatelier im Obergeschoss. Somit entstand eine »Hausfassade im Haus«.

Der bis zum Umbau ungünstig am rechten Rand des Gebäudes angeordnete Eingang wurde verlegt und unter der »Weltzeituhr mit Glockenspiel« angeordnet. Die Muschelkalk-Fassade des Hauses Rothenburg 11 wurde nicht verändert.

Begründung der Jury Die zurückhaltende, schlichte Gestaltung des Umbaus ist überzeugend. Die kleinteilige, aber wertvolle historische Substanz der Häuser bleibt erhalten und wird weiter entwickelt. Das Alte tritt mit dem Neuen nicht in Konkurrenz, sondern profitiert von dem Umbau. Dies gilt insbesondere für die Verlegung des Eingangs unter die Weltzeituhr. Die ergänzte Architektur bleibt durch die Wahl der Farben und Materialien ablesbar. Es handelt sich also um eine anspruchsvolle Arbeit, die über die klassische Rekonstruktion hinausgeht.



Oliver Röhren, Münster



Durch die Umbaumaßnahmen entsteht wieder der Eindruck eines zusammenhängenden Ensembles, wobei die Fassaden der Einzelhäuser ablesbar bleiben. Dies hat den positiven Effekt, dass Erdgeschoss und obere Geschosse nicht – wie leider häufig im Handel üblich – voneinander getrennt werden und sich der Blick auf das gesamte Gebäude öffnen kann.

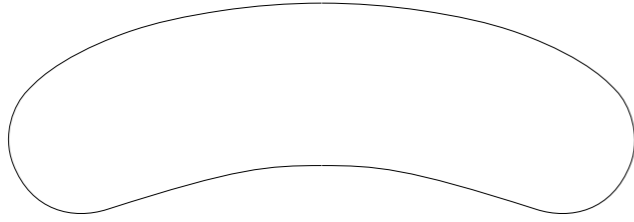
Das neue Ladeninnere wird durch helle Materialien, Transparenz und eine streng und mit Präzision platzierte Ausstattung geprägt. Der neu gestaltete Innenraum des Juweliergeschäfts schafft eine zu den hochwertigen Produkten adäquate Umgebung. Die Schlichtheit des Raumes und die Präzision bei der Anordnung von Fenstern, Möbeln und der Lichtdecke unterstreichen den hochwertigen Anspruch. Lobend hervorzuheben ist darüber hinaus der Verzicht auf jegliche an der Fassade angebrachte Außenwerbung – allein die dezenten Schaufenster und die Architektur sind Werbeträger.

Insgesamt wird durch den Umbau der Häuser Rothenburg 11, 12 und 13 ein hervorragender Beitrag zur Neukonstruktion des historischen Bestandes mit zeitgemäßer Architektur geleistet, der Vorbildfunktion für Einzelhandelsentwicklung im Bestand haben sollte.



Janina Röhren, Münster

INNENSTADT - BIS 3000 M² · PREIS
ZARA, KÖLN



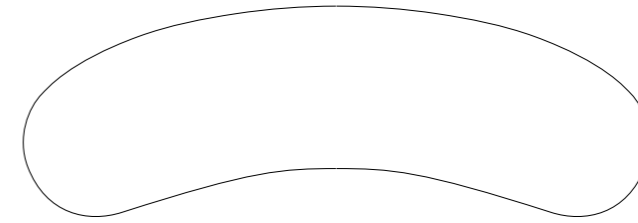
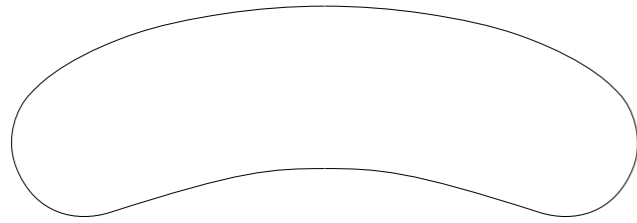
Neubau eines Textilkaufhauses

Eigentümer BFW Barisch Feinhals Wirxel
GmbH & Co. KG, Grevenbroich
Nutzer Zara Deutschland GmbH, Hamburg
Architekt Architekturbüro Feinhals, Aachen
Baujahr Neubau 2003
Verkaufsfläche 2.500 m²
Standort Hohe Straße, Köln

Der Neubau des Modehauses Zara befindet sich in der Hohen Straße, einer stark frequentierten Fußgängerzone in der Kölner Innenstadt. Die flächige Fassade ist eine vollständig verglaste Pfosten-Riegel-Konstruktion. Die Deckprofile wurden mit poliertem Edelstahl erstellt. In den geschlossenen Fensterelementen befinden sich zur Hohen Straße hin dunkel-ultramarinblaue Fotovoltaik-Elemente. Abends und nachts leuchtet der Bau von innen nach außen. Die Rückseite des Gebäudes Richtung Marspfortengasse und Salomonsgasse ist mit dunkelblau emailliertem Glas verkleidet, dessen Farbe in etwa der der Fotovoltaikfassade entspricht. Das Gebäude wird nur in den unteren Etagen als Modehaus genutzt. Im dritten und vierten Obergeschoss befinden sich Büroflächen sowie zwei Wohnungen mit Dachterrassen. Diese Nutzungsgliederung findet sich in der Fassadengestaltung wieder, denn die Verkaufsfächen sind durch großzügige quadratische Fensterflächen abgesetzt und betont. In diesen Fenstern befindet sich auch die einzige Außenwerbung des Gebäudes, die mit großformatigen Buchstabenfolien gestaltet wurde. Ein eigener Zugang von der Marspfortengasse erschließt die Nutzungen in den Obergeschossen. Die Büroetagen sind mit einer internen Treppe verbunden, die über eine verglaste Dachpyramide belichtet wird. Die Anlieferung erfolgt von der Gebäuderückseite.

Copyright Meyer, Köln





Begründung der Jury Das Entwurfskonzept reagiert auf die Formen- und Farbenvielfalt sowie die ausladenden Werbeanlagen der Nachbarbebauung mit positiver Zurückhaltung und Klarheit.

Durch die verwendeten Materialien (Glas, polierter Edelstahl, dunkelblaue kristalline Fotovoltaikzellen) entsteht der gewünschte und zurückhaltende Eindruck von Eleganz und Wertigkeit. Gleichzeitig wird der Kunde durch die ungewöhnliche Fassadengestaltung auf das Kaufhaus aufmerksam gemacht. Die auf den Schriftzug »Zara« reduzierte Außenwerbung wird zum Markenzeichen des Hauses. Das Bauwerk zeigt so, dass architektonische Mittel aussagekräftig genug sind, um auf die Nutzung der Geschosse und die angebotenen Produkte hinzuweisen. Der Verzicht auf die vielfach üblichen geschosshohen oder geschossübergreifenden Werbetransparente wird ausdrücklich begrüßt.

Die Jury begrüßt darüber hinaus die für die Lage ungewöhnliche und stadtvträgliche Nutzungsmischung des Gebäudes. Fragwürdig ist allerdings der ökologische Nutzen der Fotovoltaikanlage ohne direkte Sonneneinstrahlung.

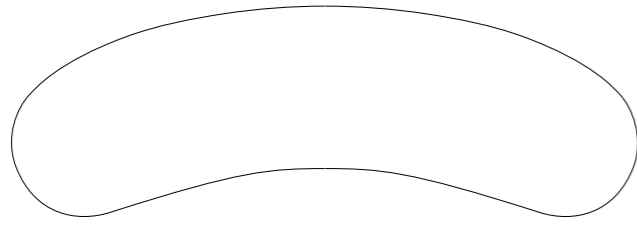


Das statische Konzept beinhaltet Flachdecken mit Gurtstreifen und Stahlverbundstützen. Unterzüge sind nicht vorhanden, so dass die Ausführung einer durchgehenden Installationsebene möglich wurde.

Die Fotovoltaikfassade besteht aus 16 unterschiedlichen Modultypen mit unterschiedlichen Leistungen von 45 Wattpeak bis 350 Wattpeak. Insgesamt sind auf einer Fläche von 140 Quadratmetern 112 Einzelmodule in Isolierglasscheiben eingebettet. Die Isolierverbundscheiben werden so über Punkthalter in der Pfosten-Riegel-Konstruktion gehalten, dass die Teilabdeckung der Fuge oder die Ausbildung einer schwarzen Silikonverfugung möglich wurde. Da die Fassade im Tagesverlauf nur selten in direkter Sonneneinstrahlung liegt, wurden die Fassadenelemente in 19 voneinander unabhängige Leistungseinheiten zusammenschaltet. Diese erreichen laut Angaben der Architekten auch dann noch eine ausreichende Stromausbeute, wenn ein Großteil der Fassade bereits verschattet ist. Um die Optimierung des Systems und seiner Stromausbeute leisten zu können, ist ein umfangreiches Steuerungssystem notwendig.



INNENSTADT - ÜBER 3000 M² · PREIS
PEEK & CLOPPENBURG, DÜSSELDORF

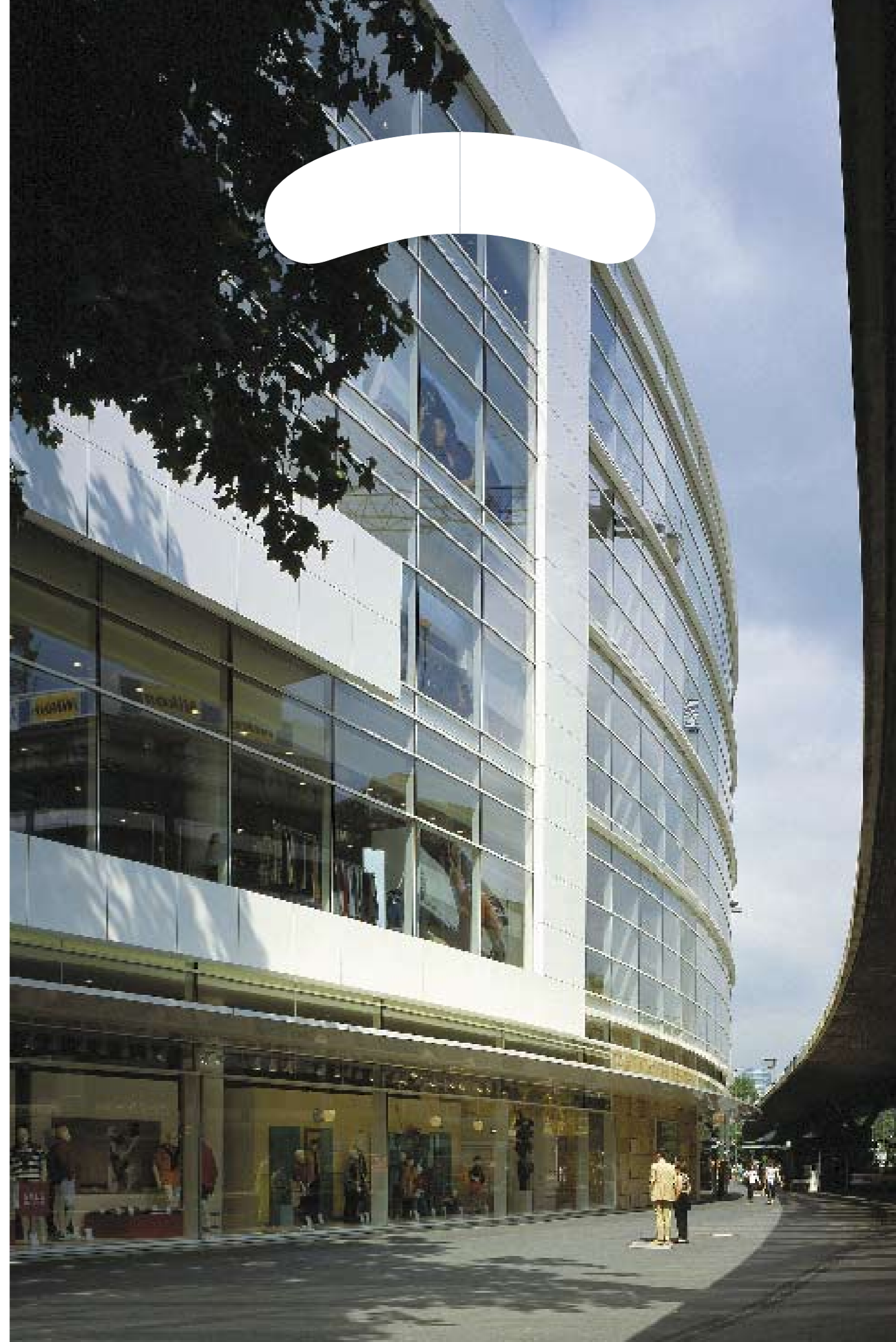


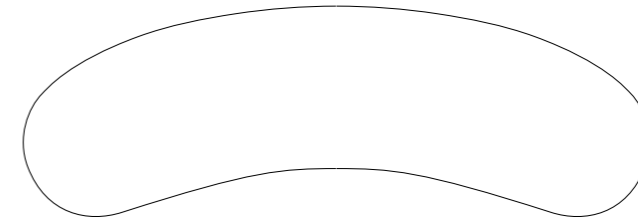
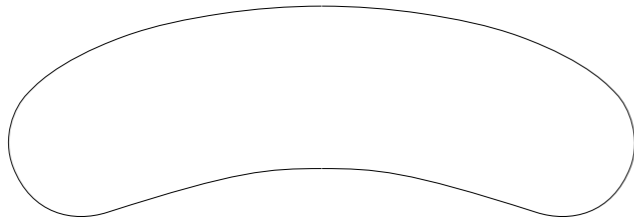
Neubau eines Textilwarenhauses

Eigentümer Brilar Beteiligungs GmbH + Co. Vermietungs-KG, München
Nutzer Textilfachgeschäft Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
Architekt Richard Meier & Partners, New York
Baujahr Neubau 2001
Verkaufsfläche 15.000 m²
Standort Schadowstraße, Düsseldorf



Architekt Richard Meier & Partners, New York





»Anspruchsvolle Architektur für anspruchsvolle Mode« lautet der Grundsatz der Firma Peek & Cloppenburg. In diesem Sinne hat sie zentrale Kaufhausprojekte als »Weltstadthäuser« durch renommierte Architekten entwerfen lassen. Das Kaufhaus in Düsseldorf mit rund 15.000 Quadratmeter Verkaufsfläche liegt im Geschäftszentrum an der Nahtstelle zwischen Schadowstraße und der deutschlandweit bekannten Einkaufsmeile Königsallee.

Die städtebauliche Situation ist komplex: Das Gebäude wird von der Fußgängerzone, Straßenbahnhaltestellen, einer mehrspurigen Straßenkreuzung und einer Hochstraße umgeben. Das Erdgeschoss reagiert darauf mit Hilfe einer leicht zurückgesetzten Schaufensterzone für Fußgänger und Passanten. In den Obergeschossen nimmt ein großflächig gewölbtes Schaufenster den Großteil der Fassade ein und prägt so eine markante Ansicht zur Hochstraße. Richtung Schadowstraße nimmt die Architektur über eine Staffelung auf die städtebauliche Fluchtlinie die angrenzende Bebauung auf.

Die Fassade des Gebäudes ist nach allen Seiten geöffnet. Tageslicht kann die Außenbereiche der Verkaufsräume belichten, es werden Einblicke für potenzielle Käufer und Ausblicke für die Kunden im Inneren geschaffen. Die großflächigen Schaufenster werden nach Bedarf mit Waren, Werbebannern und Beleuchtung bespielt.

Erschließungs- und Infrastrukturfunktionen wie zum Beispiel die Treppenhäuser sind durch einen Materialwechsel in der Fassade ablesbar. Der Baukörper ist durch ein im Erdgeschoss umlaufendes Vordach und durch ein gestaffeltes Obergeschoss, in dem sich unter anderem die Haustechnik und Gastronomie befindet, gegliedert. Durch ein gläsernes Atrium wird das Tageslicht, das durch die verglaste Außenhaut einfließen kann, auch in die rückwärtigen Gebäudebereiche geleitet.

Neben dieser Übersetzung der Funktionen des Kaufhauses in die Fassade sind »Bilder«-Rahmen aus hellen Metallpaneelen, die mehrere Geschosse umfassen, als spielerisches Element auf die Fassade appliziert.

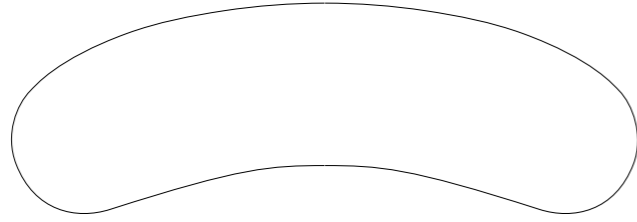


Begründung der Jury Insgesamt entsteht eine elegante Architektur, die in der Tradition der klassischen Kaufhäuser des vergangenen Jahrhunderts steht und die den Gebäudetypus Warenhaus zeitgemäß und beispielhaft repräsentiert. Die Besonderheit des Düsseldorfer Hauses und der Unterschied zu vielen eingereichten Beiträgen, die ebenfalls das Thema gläserne Fassade oder Fassade als Schaufenster behandeln, besteht darin, dass bei aller Offenheit und Transparenz die Architektur nie in den Hintergrund tritt. Durch die filigrane horizontale Gliederung der Glasflächen, durch vorgesetzte weiße Rahmenelemente, durch geschlossen gestaltete Abschnitte der Fassade und durch die Ausbildung einer Sockel- und Dachzone entsteht deutlich mehr als ein Schaufenster, hinter dem Waren oder Werbung präsentiert werden. Die sichtbaren architektonischen Elemente und das gewölbte Schaufenster bilden eine »architektonische Leinwand« mit hohem ästhetischen Wert.

Das Gebäude geht auf die vielfältigen Anforderungen seiner direkten Umgebung geschickt ein. Ein überhohes Erdgeschoss gibt vor allem der am stärksten frequentierten Eingangsebene ein einladendes und großzügiges Ambiente. Auch die Präsentation der Waren erreicht ein überdurchschnittliches Niveau, so dass das Einkaufserlebnis ausreichend ausgeprägt ist. Die Jury lobt, dass das Gebäude sowohl auf die Geschwindigkeit der Fußgänger als auch auf die der Autofahrer auf den gegenüberliegenden Seiten mit einer anderen Formensprache reagiert. Auch im Inneren des Gebäudes findet sich die hohe Qualität wieder, die über das in diesem Verkaufssegment durchaus Übliche deutlich hinausragt. Das gelungene Zusammenspiel aus großflächiger Präsentation der Waren und deutlich und markant in Erscheinung tretender Architektur wird vom Preisgericht besonders positiv gewertet.



INNENSTADT - ÜBER 3000 M² · PREIS KARSTADT, GÜTERSLOH



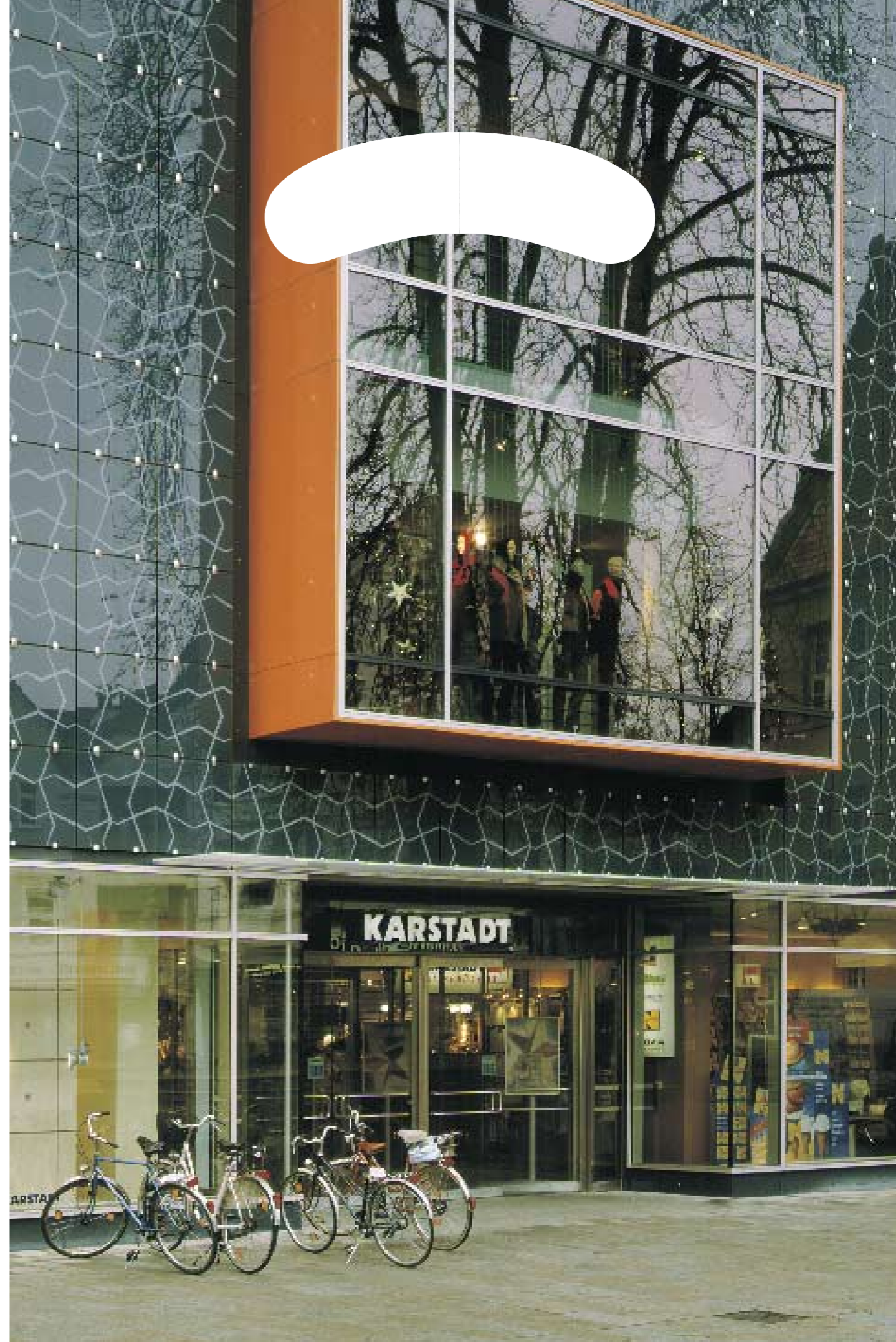
Umbau eines Kaufhauses

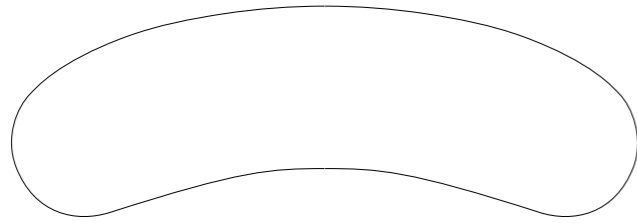
Im Jahr 2000 wurden die Fassade und die Verkaufsräume dieses Warenhauses aus den sechziger Jahren in der Innenstadt von Gütersloh neu gestaltet und organisiert. Das Haus bildet mit knapp 9.000 Quadratmeter Verkaufsfläche den wichtigsten Handelsmagneten im Geschäftszentrum von Gütersloh. Es nimmt durch seine Lage und Größe eine wichtige städtebauliche Funktion am zentralen Berliner Platz ein.

Der massive, zeitgenössisch gestaltete Baukörper bildet einen dunkel spiegelnden Kubus und setzt sich bewusst von der heterogenen Gestaltung der Umgebung ab. Ein transparenter gläserner Abschluss definiert den Übergang zur kleinteiligen, historischen Nachbarbebauung. Einzelne Elemente dieser Glasfassade können im Erdgeschoss zur Seite geschoben werden, so dass sich die dort angesiedelte Gastronomie auf die Platzfläche ausbreiten kann.

Grundidee der Fassadengestaltung ist die »geschlossene Box mit gesetzten Öffnungen«. Dieses Konzept basiert zum einen auf der Überlegung, die monofunktionale Nutzung des Hauses nach außen sichtbar zu machen. Zum anderen spielt Tageslicht bei der Ausleuchtung der großflächigen Verkaufsräume nur eine untergeordnete Rolle, und Fenster stehen einer flexiblen Gestaltung und optimalen Nutzung der Verkaufsräume in den Randbereichen entgegen.

Eigentümer Karstadt Immobilien AG, Essen
Nutzer Karstadt Warenhaus AG, Gütersloh
Architekt GATERMANN + SCHOSSIG
Architekten Generalplaner, Köln
Baujahr 1965 . Umbau: 2000
Verkaufsfläche 8.800 m²
Standort Berliner Platz, Gütersloh



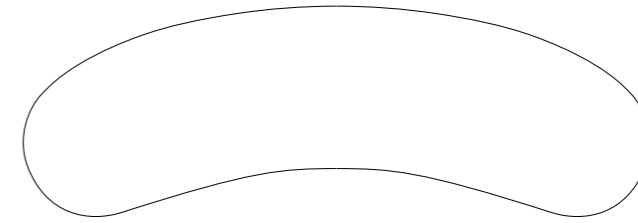


Die Erdgeschosszone wurde mit einem umlaufenden, plan in die Fassade eingelassenen Schaufensterband gestaltet. An den Gebäudekanten befinden sich kleinformatige Fensteröffnungen, die die Ecken akzentuieren und die dort liegenden Treppenhäuser belichten. Die beiden farbig abgesetzten Schaufenster, die wie Erker aus der Fassade heraustreten, fassen die zwei oberen Nutzebenen zusammen. Sie betonen die darunter liegenden Eingänge.

Die Außenhaut wird durch das von Thomas Weil entwickelte Linienornament in den Glasplatten und deren Aluminiumhalterungen geprägt. Das Muster und die Farbe des Ornaments bilden einen Kontrast zur glatten dunkelgrauen Oberfläche der Glasplatten der Fassade. Die silbrig glänzenden Halterungen ragen über die gläserne Oberfläche hinaus und verleihen ihr eine zusätzliche Textur. Die aus der Ferne flächig wirkende Fassade entfaltet so von Nahem neue Detailsprägungen. Je nach Blickwinkel dominieren entweder die Linienstrukturen des Ornaments oder die perlenartig aneinander gereihten Aluminium-Halterungen. Im Rahmen eines Forschungsprojektes der Deutschen Bundesstiftung Umwelt wurde für das Gebäude ein Konzept zur Reduzierung des Gesamtenergieverbrauchs entwickelt. 44 Zuluft-Klappen erreichen, dass die Fassade hinterlüftet wird und das Gebäude in der Nacht durch Frischluftzirkulation auskühlen kann.



Carola Meiner - Bielefeld



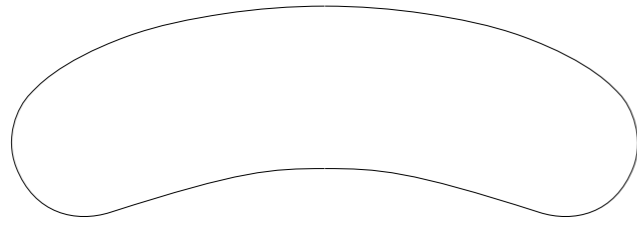
Lobend erwähnt wird, dass die reduzierte Formensprache durch das Linienornament der Glasplatten und deren Aluminiumhalterungen feingliedrig ergänzt und angereichert ist. Darüber hinaus zeigt insbesondere das energetische Konzept, dass Architektur ökologisch bewusste und ökonomisch tragfähige Lösungen für komplexe Aufgaben im Einzelhandel finden kann.

Die Architekten haben so eine einheitliche und weitgehend geschlossene Fassade, die im Innern größtmögliche Flexibilität zulässt.

Begründung der Jury Durch das zunächst monolithische Äußere setzt der Umbau in seiner heterogen geprägten städtebaulichen Umgebung ein kräftiges Zeichen und formuliert einen Ankerpunkt in der Gütersloher Innenstadt. Dabei spiegelt das Gebäude seine Funktionen und den inneren Aufbau konsequent nach außen und präsentiert sich ganz selbstverständlich als neues innovatives Ganzes. Das Gebäude weist darüber hinaus zahlreiche hochwertige Details auf, die zeigen, dass die Aufgabe feinsinnig und detailbewusst umgesetzt wurde. Es entsteht ein reizvolles Spiel aus spiegelnden, geschlossenen Flächen, großformatigen Schaufenster-Erkern, kleinen Fenstern an den Gebäudekanten und einer transparenten Sockelzone. Diese konsequente architektonische Haltung wird von der Jury ausdrücklich im Sinne der Lesbarkeit der Funktion gelobt. Das äußere Erscheinungsbild kommt dabei ganz selbstverständlich ohne aufgesetzte Applikationen und Werbeanlagen aus.



STADTRAND/PERIPHERIE · PREIS
RS + YELLOW MÖBEL, MÜNSTER

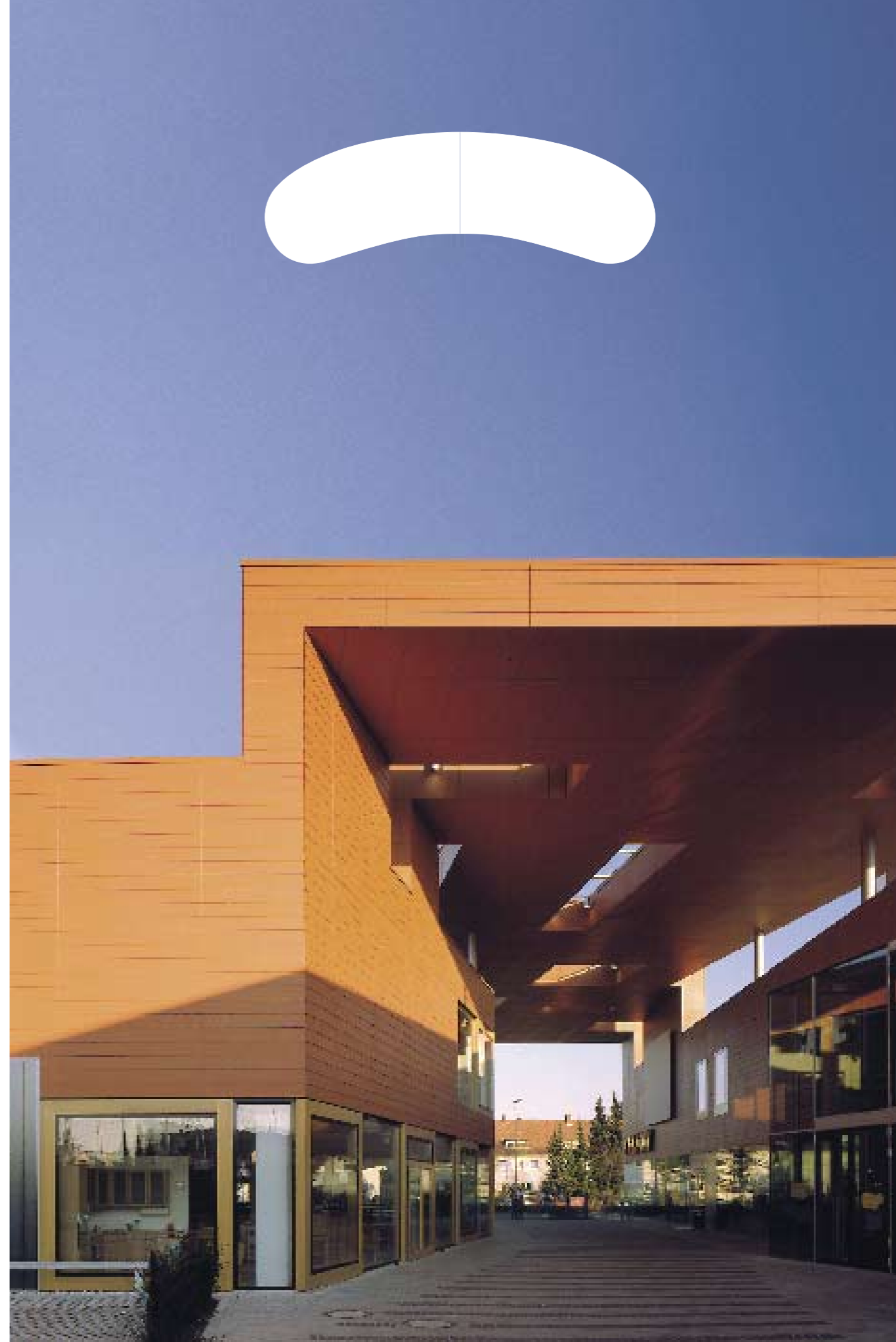


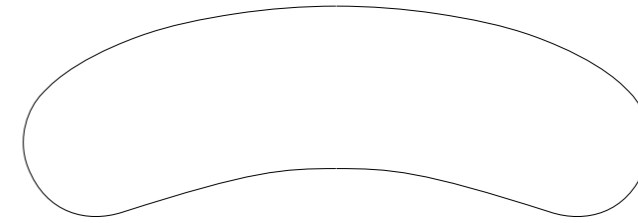
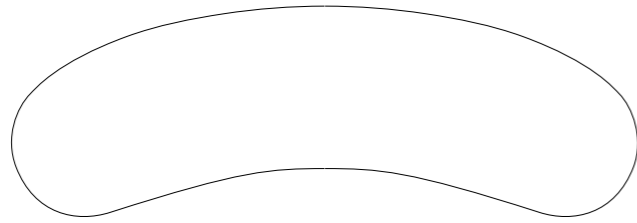
Neubau eines Möbelfachmarktes

Eigentümer Rainer Scholze, Münster
Nutzer RS + Yellow Möbel
Architekt BOLLES + WILSON, Münster
Baujahr Neubau 2002
Verkaufsfläche 5.100 m²
Standort Grevener Straße, Münster

Zwei Möbelmärkte unter einem Dach und der Versuch, dem Typus des boxenartigen, großflächigen Handelsbaus ein urbanes Gepräge zu verleihen, kennzeichnen dieses Fachmarktzentrum an einer Ausfallstraße in Münster. Dadurch, dass die Stellplätze auf die Rückseite in einen Hof verlegt und die Nutzungen auf mehrere Baukörper verteilt wurden, entsteht ein Innenhof, der sowohl Parkplatz als auch Anlieferungshof ist. Die Verkaufsgebäude schließen den Block und öffnen sich zur Straße mit einem Durchgang. Öffentliche und halböffentliche Räume werden auf diese Art hintereinander gestaffelt. Die zweigeschossigen Verkaufsräume bilden zur Straße eine weitgehend als Schaufenster konzipierte Raumkante.

Christine Richards, Münster



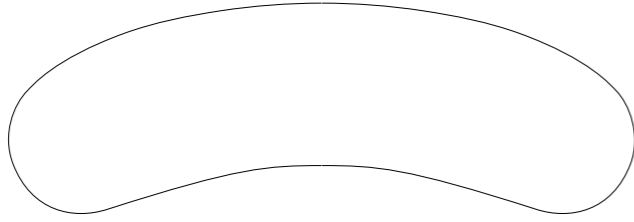


Christian Reinhard Müller

Charakteristisch für den Bau ist die bewusste Inszenierung der Aufgabe. Die Nutzung kündigt sich mit dem weithin sichtbaren orange-gläsernen Werbeturm und über das effektiv angeordnete große Dach über der Hofeinfahrt schon aus der Distanz an. Der Turm ist von innen beleuchtet und mit dem Logo eines der beiden Möbelmärkte versehen. Er korrespondiert mit den nahe gelegenen Türmen von Kirche, Brauerei und Feuerwehr und dient dem Fachmarkt als »supersign«. Das zwölf Meter hohe, teilweise schwebend wirkende Dach markiert den Eingang. Diese Geste wirkt wie ein Tor und lädt Passanten und Autofahrer ein, die Passage und den Komplex, in dem sich auch ein Bistro befindet, zu besuchen. Die Fassaden sind weitgehend als Schaufenster genutzt. Dies setzt sich in der Hofeinfahrt fort; sie wird dadurch belebt und für die Öffentlichkeit nutzbar gemacht. Der bewussten Inszenierung steht eine eher sparsame Materialwahl gegenüber. Die Konstruktion stützt sich weitgehend auf Betonfertigteile, die anschließend mit orange- und anthrazitfarbenen Faserzementplatten verkleidet wurden. Die Materialwahl an Fassaden und Elementen der Innenraumgestaltung korrespondiert mit den unterschiedlichen Verkaufsprodukten der Möbelmärkte, so dass Beziehungen zwischen den Gebäudehüllen und deren Inhalten nachvollziehbar hergestellt werden: Die Fassaden der Verkaufsräume des Möbelanbieters RS, der fast ausschließlich Holzmöbel verkauft, sind zum Beispiel mit 35 Zentimeter breiten Holzrahmen versehen.

Begründung der Jury Das Konzept stellt einen bemerkenswerten Beitrag zum Thema Handelsarchitektur dar und sollte als Vorbild für Fachmarktzentren und ähnliche gelagerte Bauaufgaben dienen. Insbesondere die räumliche Rhythmisierung und städtebauliche Fassung der Einfallstraße lassen sich als innovativen Ansatz zur Qualifizierung von peripheren Lagen bezeichnen. Die Gebäude besitzen eine hohe skulpturale Qualität und ziehen die Aufmerksamkeit des Besuchers auf sich, ohne dabei aufdringlich zu wirken. Das ausladende Dach formuliert ein Tor und lädt Passanten und Autofahrer ein, die Passage und den Komplex zu besuchen: Es entsteht ein witterungsgeschützter und trotzdem offener Platz. Die Jury lobt, dass der Bau vorbildlich auf die unterschiedlichen Produkte reagiert. Die einfachen Materialien der Baukörper und seiner Fassaden kontrastieren angenehm mit der künstlerischen Überformung der Bauaufgabe und lassen ein insgesamt sehr prägnantes und individuelles Gebäudeensemble entstehen. Zudem werden zahlreiche Bezüge zu den angebotenen Produkten hergestellt. Auch wenn in der Jury die teilweise dramatische Inszenierung der Gebäude kritisch diskutiert wurde, wird der Komplex als wegweisend bezeichnet, da es unter Beachtung von Nutzer- und Betreiberansprüchen gelungen ist, eine eigenständige Formensprache zu finden.

SONDERFORM EINZELHANDEL · ANERKENNUNG GALERIENHAUS ADS 1A, KÖLN



Umbau eines Umspannwerkes zum Galerienhaus

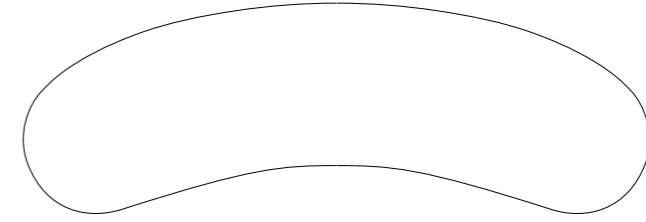
Das Galerienhaus ads 1a befindet sich zwischen der Mülheimer Brücke und der Zoobrücke, in der Nähe des Rheins und in unmittelbarer Nachbarschaft zu Siebziger-Jahre-Wohntürmen, umgeben von mehrspurigen Straßen und anderen Verkehrsbauwerken. Fünf junge Galeristen entdeckten dieses ehemalige Umspannwerk, das nach 30 Jahren Betriebszeit leer stand, und entschlossen sich, eine Umnutzung des Umspannwerkes in Angriff zu nehmen.

Das vorgefundene Gebäude, eine leergeräumte Betonhülle, entsprach in keiner Weise den technisch-bauphysikalischen Anforderungen an die gewünschte neue Nutzung. Andererseits erschienen die räumlichen Nutzungsmöglichkeiten interessant, ebenso die Fragestellung der ökologischen und ökonomischen Gesamtbilanz einer möglichen Umnutzung.

Die Umstrukturierung nimmt das vorgefundene »Material« in seiner eigenen Regelmäßigkeit an und transformiert den Bau durch Subtraktion, durch gezielte Schnitte in die innere Struktur und die äußere Schale. Wenige Wand- und Deckenelemente wurden neu hinzugefügt. Die neue, mehrschichtige Fassade aus transparenten Lichtkuppeln steht in der Tradition der industriellen Funktionsarchitektur. Gleichzeitig setzt sie den Betonfertigteilen eine eigenständige Textur entgegen.

Nach dem Umbau wurden in dem Gebäude vier unterschiedliche Galerieeinheiten von je rund 150 Quadratmetern, zusätzliche Lagerflächen, ein Atelier und ein Raum für gemeinsame Nutzungen wie etwa für Veranstaltungen nach Ausstellungseröffnungen, Filmpräsentationen oder Lesungen geschaffen.

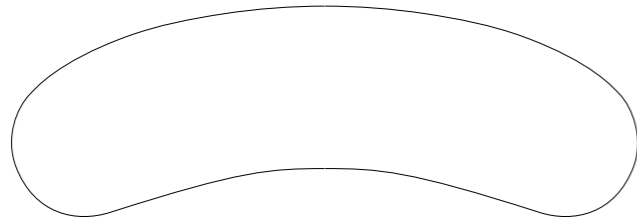
Begründung der Jury Mit dem Umbau des ehemaligen Umspannwerkes wurde ein nüchterner Zweckbau zu einem reizvollen Gebäude umgewandelt. Die Architekten stellten sich damit einer ungewöhnlichen Umbau-Aufgabe und zeigten, dass eine im gängigen Verständnis abweisende Form mit geringen Eingriffen in einen spannungsvollen Raum verwandelt werden kann. Die ungewöhnlichen Fassadenmaterialien (Kunststoff-Lichtkuppeln anstelle von Fensterscheiben) unterstreichen dabei den Anspruch, sich gängigen Schönheitsidealen zu entziehen. Die Architekten haben den umgestalteten, offenen Stadtraum der Umgebung für die anspruchsvolle Gestaltung genutzt: Das Gebäude wirkt in der rauen, wenig attraktiven Umgebung wie ein Lichtblick und weckt so die Neugier des Betrachters auf das Ungewohnte – und damit auch auf die ausgestellte Kunst.



Eigentümer/Nutzer Luis Campaña Galerie, Galerie Vera Gliem, Galerie Hammehle und Ahrens, Sabine Schmidt Galerie
Architekt bernd kniess architekten stadtplaner, Köln
Baujahr 1972 . Umbau 2002
Verkaufsfläche 1.000 m²
Standort An der Schanz 1a, Köln-Riehl



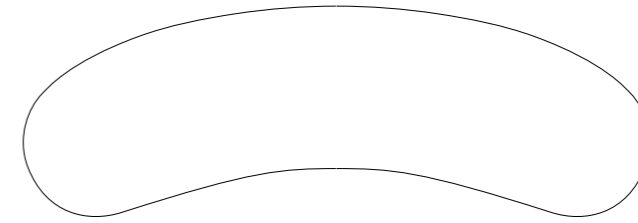
SONDERFORM EINZELHANDEL · ANERKENNUNG KUNSTGALERIE RACKEY, BAD HONNEF



Neubau einer Kunstgalerie

Die Kunstgalerie Rackey liegt mitten in einem Industriegebiet an einer stark befahrenen Straße in Bad Honnef. Die Fassade des Gebäudes wurde in Sichtbeton ausgeführt, formt ein Oval und ist zur Straße hin geschlossen. Die Wände besitzen eine raue Oberfläche, die von der verwendeten Holzschalung stammt. Ein Wandstück wurde scheinbar herausgeschnitten und vom Gebäude abgerückt. Im Zwischenraum befinden sich ein Hof und ein kleiner Garten. Lichtkamine auf dem Dach lenken das Licht ins Gebäudeinnere, nachts werden sie angestrahlt und dienen als Blickfang. Der gesamte Außenraum des Industriegebiets wird – bis auf einen kleinen gestalteten Freibereich – ausgeblendet. Die innere Belichtung erfolgt über die Lichtkamine. Rund um die Gebäudeskulptur ist eine Rasenfläche angelegt. Das Gelände ist mit einem Industriezaun eingefriedet.

Begründung der Jury Das Gebäude der Kunstgalerie Rackey ist ein mit großer Konsequenz entwickelter Bau, der einen eigenen skulpturalen Wert ausstrahlt. Es ist ein introvertiertes, auf sich selbst bezogenes Gebäude, das nicht versucht, in dem wenig gestalteten Industriegebiet Bezugspunkte aufzunehmen, sondern durch seine außergewöhnliche Form eine eigene Landmarke formuliert. Die beiden von den Galeristen gewünschten Ziele, die »Ware« Kunst möglichst perfekt zu präsentieren und ein Blickfang für die Vorbeifahrenden zu sein, wurden eigenwillig umgesetzt. Im schlicht gestalteten und geschickt mit Tageslicht versehenen Innern genießt die Kunst den deutlichen Vorrang vor der Architektursprache. Die rauen und einfachen Oberflächen sowie das Vermeiden von überflüssigen Details schaffen eine Atmosphäre der Neutralität. Gleichzeitig wecken die wenigen Schlitz- und Öffnungen des Gebäudes sowie seine ungewöhnliche Gesamtform die Neugier des Betrachters und potenziellen Käufers.

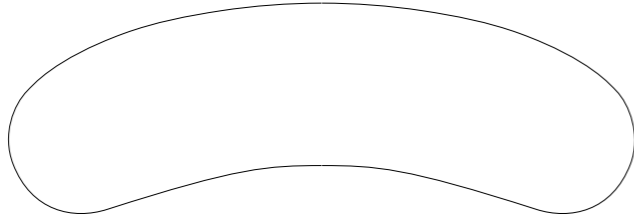


Eigentümer/Nutzer Familie Rackey, Bad Honnef
Architekt Hermann + Valentiny et associates,
Remerschen . Luxembourg
Baujahr Neubau 2002
Verkaufsfläche 382 m²
Standort Gewerbegebiet Rottbitze, Bad Honnef



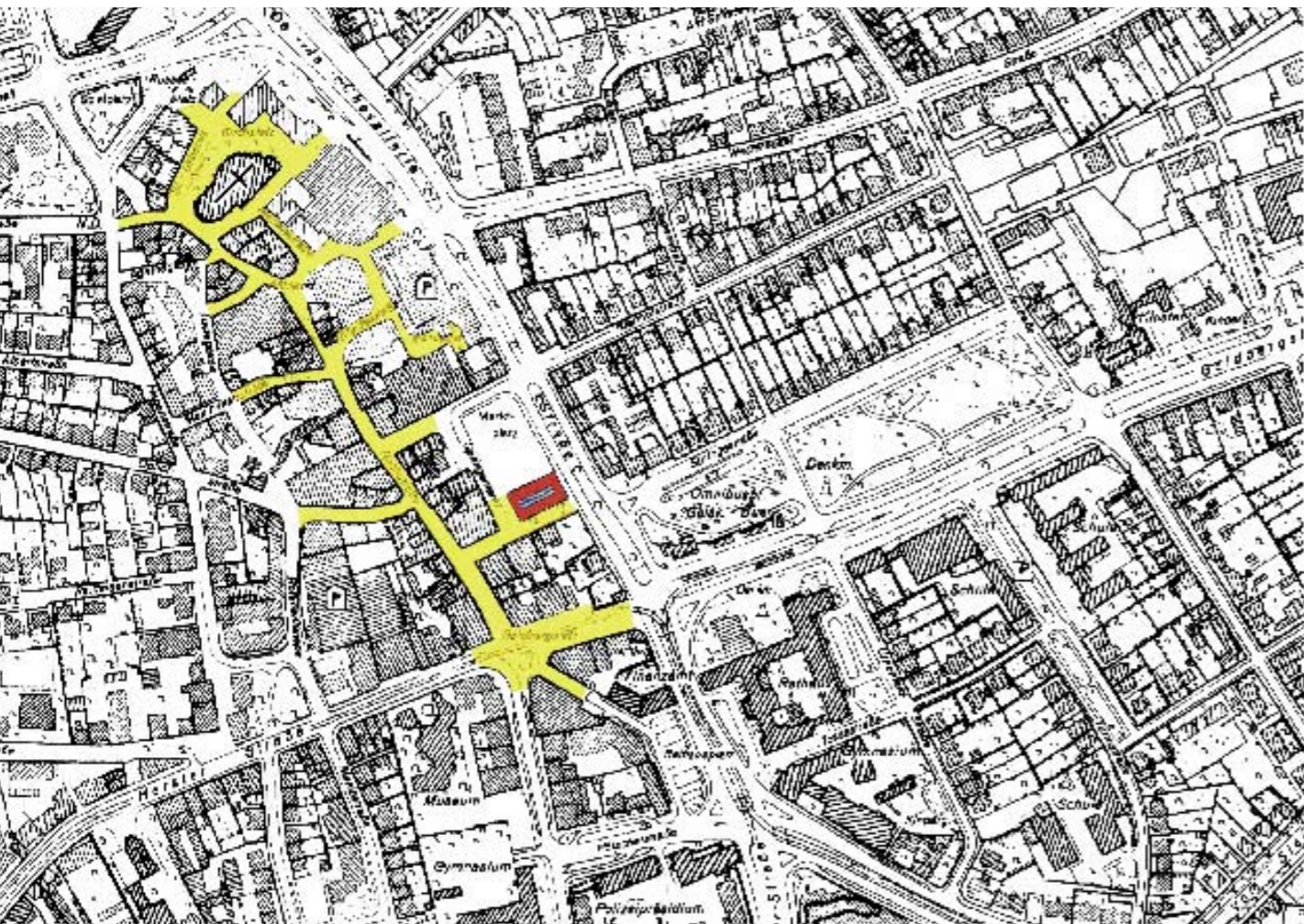
STÄDTEBAULICHE KONZEPTION · ANERKENNUNG

BUERSCHER MARKTHALLE, GELSENKIRCHEN



Neubau einer Markthalle

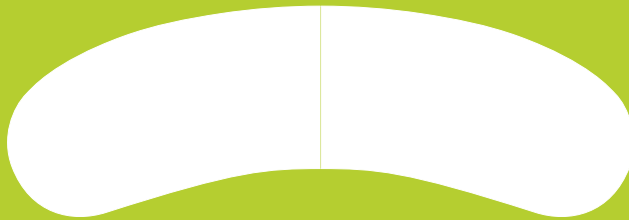
Eigentümer Intecta Bauprojektentwicklungs-GmbH, Gelsenkirchen
Nutzer Verschiedene
Architekt Allgemeine Planungs- und Ingenieur GmbH,
Michael Becker, Gelsenkirchen
Baujahr Neubau 1999
Verkaufsfläche 1.700 m²
Standort Springemarkt, Gelsenkirchen-Buer



Die neue Markthalle in Gelsenkirchen Buer wurde auf einem Teilbereich des Springemarktes errichtet. Der Springemarkt ist traditionell der Platz des Stadtteil-Wochenmarktes. Als Fundament und Sockel dient dem Gebäude ein bestehender Tiefbunker. Angrenzend finden sich mehrere denkmalgeschützte Gebäude, unter anderem die Villa Pöppinghaus und das Kaufhaus Weiser. Im Weiteren ist der Marktplatz mit Architektur der Nachkriegszeit umgeben – der Stadtteil Buer wurde im Zweiten Weltkrieg in großem Umfang durch Luftangriffe zerstört. Die Stahlbeton-Konstruktion ist mit einer dunkelroten Klinkerfassade bekleidet, die Dachhaut aus Titanzink ruht auf einer Stahlbinder-Konstruktion, die an die Fachwerkbinder alter Fabrikhallen erinnert. Die Dachunterseite ist mit einer Akustikdecke aus Holzlamellen verkleidet. Das Konzept der Markthalle in Gelsenkirchen soll einen städtebaulichen Gegenentwurf zu den Einkaufsmalls auf der »Grünen Wiese« darstellen. Durch die Schaffung einer neuen Markthalle bei gleichzeitigem Erhalt des traditionellen freien Wochenmarktes soll eine Ergänzung des Einkaufsangebotes entstehen, die historische Mitte gestärkt und die Abwanderung der Verbraucher zu den Angeboten in der Peripherie gestoppt werden. Der rote Backsteinbau bezieht sich in seiner äußeren und auch seiner inneren Gestaltung auf traditionelle alte Markthallen des vorigen Jahrhunderts und weckt bewusst historische Assoziationen.

Begründung der Jury Die Jury würdigt das städtebauliche Konzept der Buerschen Markthalle. Die Halle ist eine wichtige Ergänzung des innerstädtischen Angebots, gerade im Bereich frischer Waren. Der Wochenmarkt wird dabei nicht verdrängt, sondern bleibt erhalten, wird durch die Halle sogar gestärkt und gewinnt an Attraktivität. Der Baukörper fasst den Marktplatz neu und bewirkt eine erhebliche stadträumliche Aufwertung. Die architektonische Gestaltung im postmodernen Stil verzichtet zugunsten eines historisierenden Typus auf zeitgemäße und innovative Ausdrucksformen, die hier durchaus Berücksichtigung hätten finden können.





Herausgeber
Europäisches Haus der Stadtkultur e. V.
Frauke Burgdorff, Karin Bandow
Leithestraße 33
D-45886 Gelsenkirchen
www.stadtbaukultur.nrw.de

Konzeption und Redaktion
Europäisches Haus der Stadtkultur e. V.
Frauke Burgdorff, Karin Bandow

Norbert Post • Hartmut Welters, Architekten BDA & Stadtplaner SRL, Dortmund
Dirk Becker, Hartmut Welters

Junker und Kruse Stadtforschung Stadtplanung, Dortmund
Andreas Mayer, Rolf Junker

Lektorat
Europäisches Haus der Stadtkultur e. V.
Frauke Burgdorff, Karin Bandow

plan c, Düsseldorf
Norbert Herwig

Projektmanagement Medien
plan c, Düsseldorf
Norbert Herwig

Gestaltung
von bremen > düsseldorf
Anke von Bremen, Ethel Struggala

Titelfoto
Bernd Wichmann, Düsseldorf

Druck
Kontakt Offset-Druck, Dortmund

© Initiative StadtBauKultur NRW . April 2004

Mit freundlicher Unterstützung



StadtBauKultur ist eine Initiative der Landesregierung Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit der Architektenkammer, der Ingenieurkammer-Bau, der Arbeitsgemeinschaft der Kommunalen Spitzenverbände, der Vereinigung der Industrie- und Handelskammern, den Verbänden der Bau- und Wohnungswirtschaft und den Künstlerverbänden in Nordrhein-Westfalen.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Bezug

Diese Broschüre kann bei den Gemeinnützigen Werkstätten Neuss GmbH kostenlos bestellt werden. Bitte senden Sie Ihre Bestellung (per Fax, E-Mail oder Postkarte) unter Angabe der Veröffentlichungsnummer SB 220 an die:

GWN GmbH – Schriftenversand
Am Krausenbaum 11
D-41464 Neuss
Fax 02131 . 74 50 21 32
mswks@gwn-neuss.de

Telefonische Bestellung
c@il.nrw 0180 . 310 01 10

ISBN 3-9809564-0-7

