

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Band: 19 (2006)
Heft: 11

Artikel: Einkaufen mit dem Kick im Nacken : Ebisquare
Autor: Hönig, Roderick
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-122996>

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 13.10.2024

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

Einkaufen mit dem Kick im Nacken

Text: Roderick Hönig

Grafiken: Holzer Kobler Architekturen

Das Team um Holzer Kobler Architekturen feilt beim Erlebniscenter Ebisquare in Ebikon weniger an den Proportionen der Innenräume als vielmehr an den Atmosphären und der Ladenpalette der Mall. Zur Visualisierung ihrer Stimmungskomposition haben die Mall-Creators eine Partitur gezeichnet. Sie zeigt Event, Medium, Zeit und Ort.

Bei der Planung des Freizeit- und Erlebniscenters Ebisquare – Shoppingcenter haben die Projektentwickler aus ihrem Vokabular gestrichen – kommen sich Architektur und Kommerz ziemlich nah. Barbara Holzer und Tristan Kobler wollen verhindern, dass ihre Gesamtidee in der Kakophonie der immer mehr mit Design um die Publikumsgunst buhlenden Shops untergeht. Deshalb haben sie schon Jahre vor der Baueingabe begonnen, verschiedene Atmosphären für die Mall und Vorschläge für den Ladenmix des 576-Millionen-Projekts zu entwerfen.

Weil die traditionellen Malls sich im Grundriss an der mittelalterlichen Stadt orientieren und auf Gassen und Plätzen basieren und auch weil die mittelalterliche Altstadt von Luzern gleich um die Ecke liegt, entschieden sich die Architekten, dem Erlebniscenter Ebisquare das Thema Landschaft zu geben. Dass dieses aus schweizerischen Elementen besteht, liegt nah. In Ebikon werden es ein Berg, eine Wiese und ein See sein, dazu das Zentrum. Diese vier thematischen Bereiche sind die Aktivitäts-Kondensationspunkte in der Mall, deren Grundriss die Form einer Acht aufweist. Darum herum sollen pausenlos kleine Events stattfinden. Die drei Bereiche werden nach dramaturgischen Kriterien in der Mall verteilt. Es sind Projektionsflächen für unterschiedliche Atmosphären. Der Ausschnitt aus der Partitur auf der folgenden Doppelseite visualisiert einen Vorschlag, wie die Mall von 8.00 Uhr morgens bis 22.30 Uhr abends bespielt werden könnte.

Mit Assoziationsketten zum Mietermix

Die Atmosphäre-Designer stimmen aber nicht nur herkömmliche Architektur-Gestaltungsmittel wie Material, Licht oder Form aufs Thema ab, sondern haben sich vorgenommen, Ort, Raum, Dramaturgie, Medien und Nutzungsmix mit Berg, Wiese und See zu synchronisieren. Am Berg sollen die Besucher selbst aktiv werden, beispielsweise an der Kletterwand oder auf der Wanderschuh-Teststrecke. Die Wiese planen die Autoren als horizontale offene Fläche, die sich für Veranstaltungen wie dem jährlichen Golfturnier eignet. Wellness- und Badeangebote sollen sich rund um die offenen und geschlossenen Wasserflächen ansiedeln. Mittels Assoziationsketten haben die Gestalter bereits Vorschläge für die Zusammensetzung der künftigen Anbieter und die inhaltlichen Schnittstellen zwischen den Verkaufsgeschäften und den Events entwickelt.

Die Stichworte sind in sieben Kategorien geordnet: Duft, Klang, Licht, Farbe, Material, Stimmung und Ladenattraktionen. Ausgehend vom Stichwort See beispielsweise, landen die Mall-Creators beim Thema Fisch, spinnen den Faden weiter zur Meerjungfrau und von dort ist es nur noch ein Katzensprung zum Bereich Schönheit. Dass Wellness, Fitness oder ein Schlammbad als Ladenattraktion konkrete Freizeitangebote rund um den See sein könnten, scheint nach dieser Herleitung fast logisch. Ob im Jahr 2010 – dann soll Ebisquare eröffnet werden – die Besucherinnen und Besucher genau diese oder nur ähnliche Angebote annehmen werden, spielt keine Rolle. Die Assoziationskette ist flexibel und erweiterbar. Sie kann zwar nicht beliebig an die Nachfrage angepasst werden, doch solange ein Assoziationsfaden zum Mieter gesponnen werden kann, ist er willkommen. Wichtig ist, dass Mall und Shop

Die Mall-Creators Holzer Kobler gestalten nicht nur Atmosphären, sondern auch Ladenpaletten. Das mit Hilfe von Assoziationsketten, zum Beispiel zum Thema See.

möglichst ineinandergreifen. Holzer Kobler verwirklichen hier aber nicht einfach einen Traum. Das zeigen erste Gespräche mit potenziellen Mietern: Sie zeigen sich am Konzept interessiert und verstehen das Atmosphäre-Spektakel als Standortvorteil.

Holzer Kobler haben aber nicht nur Vorschläge für die Palette und die Platzierung einzelner Läden entwickelt, sondern auch schon konkrete Ideen für die Schnittstellen zwischen den einzelnen Shops und den Themen in der Mall aufgezeichnet. Zum einen haben sie Gestaltungsvorschläge für die Ladenfronten in den drei Bereichen visualisiert. Im Bereich Wasser sollen beispielsweise Aquarien die Trennung zwischen Mall und Shop markieren. Interessant sind auch die Verknüpfungen von Kommerz und Event auf der inhaltlichen Ebene. So denken die Architekten beispielsweise an eine «Regenkapsel» gleich gegenüber des Outdoor-Ladens im Themenbereich Berg. Darin könnten die Wetterfestigkeit der Trekkinghosen geprüft werden und Kinder eine nasse Abkühlung finden. Holzer Kobler können sich auch einen geruchsneutralen Raum für Weindegustationen oder für Parfümtests vorstellen. Solange die Event-Kommerz-Allianz im Rahmen des Gesamtkonzeptes bleibt, sind die Autoren für Ideen offen.

Bleibende Erinnerung

Die Entwürfe für die Mall von Ebisquare verheissen nicht nur ein intelligent verknüpftes Eventspektakel, sondern sind auch ein (Planungs-)Kürlauf in einer im aktuellen Architekturdiskurs kaum gepflegten Disziplin – dem Atmosphären-Design. Denn in der Mall von Ebisquare kommt es nicht darauf an, ob jedes architektonische Detail konstruiert ist oder ob die Betonwände so fein wie Textil sind. Das Gestalterteam legt den Fokus auf die Atmosphäre und den Inhalt – nicht auf die Hülle. Ihr Ziel ist erreicht, wenn

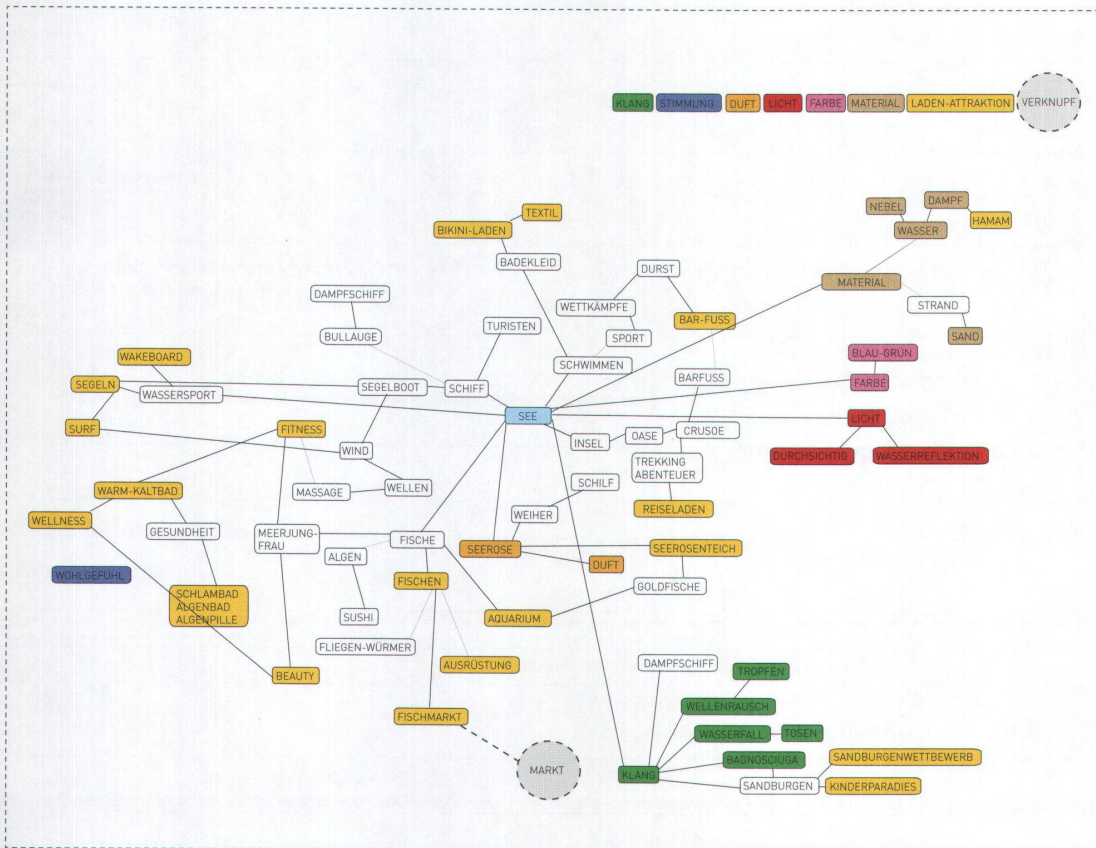
Ebisquare, Ebikon

- > Bauherrschafft: Schindler Management und Nüesch Development, St. Gallen
- > Projektentwicklung: Nüesch Development, St. Gallen
- > Generalplaner: Burckhardt + Partner, Bern
- > Architektur: Voelki Partner, Zürich
- > Malldesign: Holzer Kobler Architekturen, Zürich
- > Licht: Rolf Derrer, Zürich
- > Sound: Michel Seigner, Zürich
- > Medientechnik: i-art, Basel
- > Anlagekosten: CHF 576 Mio.
- > Zeitplan: 2005 Bebauungsplan und Autobahnzubringer genehmigt, 2006 Baueingabe, 2008 Baubeginn, 2010 Eröffnung www.ebisquare.ch

International Scenographers' Festival

Das Institut Innenarchitektur und Szenografie der FHNW, Hochschule für Gestaltung und Kunst in Basel, organisiert zum ersten Mal ein dreitägiges Festival für Szenografie, verstanden als spartenübergreifende Masterdisziplin. Unter dem Motto «Alltagswelt in künstlichen Umgebungen» diskutieren internationale Fachleute aus verschiedenen gestalterischen Bereichen über den Anspruch der Szenografie, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und Lebensstile zu bilden. Das Festival 2006 steht unter dem Motto Alltagswelt in künstlichen Umgebungen. Das Festival findet im Theater Basel und in der Elisabethenkirche, Basel, statt, 23. bis 26. November. Anmeldung und Programmhinweise: www.in3.ch

die Zeit, die man in Ebisquare verbringt, zum Event wird und eine bleibende Erinnerung hinterlässt. Der reiche Erfahrungsschatz im Ausstellungsdesign, auf den der langjährige Ausstellungsarchitekt des Museums für Gestaltung Tristan Kobler zurückgreifen kann, ist dem Projekt anzusehen. Die Wegführung, die Szenografie, die Dramaturgie und die Atmosphäre sind austariert und aus der Besucherperspektive herausentwickelt. Mit ihrem Vorschlag für die Bespielung lässt das Team klassische Architekturthemen in den Hintergrund treten. Diese Fokusverschiebung könnte den Gestaltern auch helfen, die vielen Kompromisse und Budgetkürzungen, die zum Bau eines solchen Monsterprojekts gehören, schadloser zu überstehen. • →



Erlebnis-Partitur

13.15 Uhr: Der leichte Regen über dem singenden See 07 hört plötzlich auf. Für kurze Zeit blubbert nur noch ein sonderbarer Fischklang aus den Aquarien 06, die gleichzeitig auch Schaufenster sind. Aus dem benachbarten tiefen See 01 dringt ein sphärisches Brummen, das eher zu spüren als zu hören ist. Die herumlungenden Kids sind mit ihren Rollern wieder in die Berufsschule gefahren, die Seen in der Mall gehören wieder Müttern und Vätern mit Kleinkindern. Sie geniessen die kurze Berieselungspause. Fünf Minuten später sind wieder neue sonderbare Klänge zu hören. Immer wenn eines der Kinder mit der flachen Hand auf die Wasseroberfläche des Sees 07 klatscht, erheben sich Wellengeräusche, um dann nach ein paar Sekunden wieder abzubauen. Der kleine Max kann nicht genug vom interaktiven Soundeffekt kriegen. Zehn Minuten später beginnt der See wieder zu singen und langsam steigt ein geheimnisvoller Dunst über der Wasseroberfläche auf. Es wird dunkler und

ungemütlich, düstere Klänge sind zu hören. Das Klang-, Licht- und Wasserorchester steigert seine Effekte bis zu einem krachenden Gewitter, das sich in dichten Dunstwolken mit heftigem Regen, Donner und Blitzen entlädt. Der Wetterklimax dauert exakt 17 Minuten, die meisten Besucher suchen derweil Schutz in den Läden. Das Gewitter über dem singenden See 07, ist nur eine von 21 Eventspuren, mit welchen Barbara Holzer und Tristan Kobler täglich in den vier Themenbereichen Wasser, Zentrum, Berg und Wiese (nur teilweise auf der Partitur) Allegros oder Vivaces komponieren. Meistens laufen die Multimedia-Spektakel unabhängig voneinander ab, doch um 14, 18 und 20 Uhr sollen sie sich zu einem «Grossereignis» steigern. Zur Darstellung und Organisation der vielen Events, komponiert aus rund fünfzig verschiedenen Klang-, Licht-, Luft- und Wassermedien, hat das Team die Partitur gewählt. Die untereinander angeordnete Zusammenstellung aller Einzelstimmen soll dem Dirigent ermöglichen, das musikalische Geschehen

auf einen Blick zu überschauen. Im Fall von Ebisquare muss aber kein Dirigent das Zentrum überschauen können, sondern die «Mall-Creators», wie sich das Spezialistenteam nennt. Auf ihrer Atmosphäre- und Eventpartitur ordnen sie auf der X-Achse die 21 Orte (z. B. Tauchgrotte, Höhenweg oder Grosser Felsen) übereinander an und fächern diese in die verschiedenen Klänge (Tierstimmen, Lichteffekte, Regenarten usw.) auf. Die Orte sind den Bereichen Wasser, Wiese, Berg und Zentrum zugeordnet. Bei den Stimmen unterscheiden die Autoren zwischen animiert und interaktiv. Zudem ist auf der vertikalen Achse die räumliche Ebene des Events ablesbar, also dass die Kletterwand 12 vom Erd-, übers Ober- bis aufs Dachgeschoss reicht oder dass der Klangpfad 20 nur im Erdgeschoss verläuft. Auf der Y-Achse wird der Einsatz der Stimmen dargestellt. Sie sind einerseits einer bestimmten Uhrzeit zugeordnet, andererseits kann in der Horizontalen ihre Intensität und ihre Dynamik abgelesen werden. Man ersieht aus der Partitur beispielsweise, dass der Wind 9 beim

Höhenturm und das Blubbern in der Tauchgrotte 05 ab 17.30 Uhr zunimmt. Die drei Graustufen der Linien zeigen an, ob es sich beim Event um einen Klang, um Licht oder um andere Effekte handelt, wie beispielsweise Nebel, Regen oder Wind. Hinterlegt ist die dichte Linientabelle mit Farbwolken, die ineinander übergehen. Sie stehen für die fünf Zielgruppen von Ebisquare und verorten auf der Zeitachse die Besucherfrequenz: Gelb für Mütter und Väter mit Kindern, Rosa für Geschäftsleute, Orange für Familien, Blau für Kids und Grau für Jugendliche. Aus den regenbogenähnlichen Farbverläufen können die Benutzungsvorstellungen herausgelesen werden: Geschäftsleute sollen sich beispielsweise hauptsächlich zwischen acht und zehn Uhr sowie nach Büroschluss rund um den grossen Felsen im Bereich Berg aufhalten. Ein paar von ihnen mischen sich am Abend vielleicht auch noch unter die Jugendlichen, die in der Kletterwand 12 hängen, das zeigt der Grün-Rosa-Ton nach 19 Uhr im zentralen Bereich der Mall.

