

# Gegenwart : Gasse, Platz und Mall

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **20 (2007)**

Heft [5]: **Sihlcity : die kleinste Grosstadt**

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-123224>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

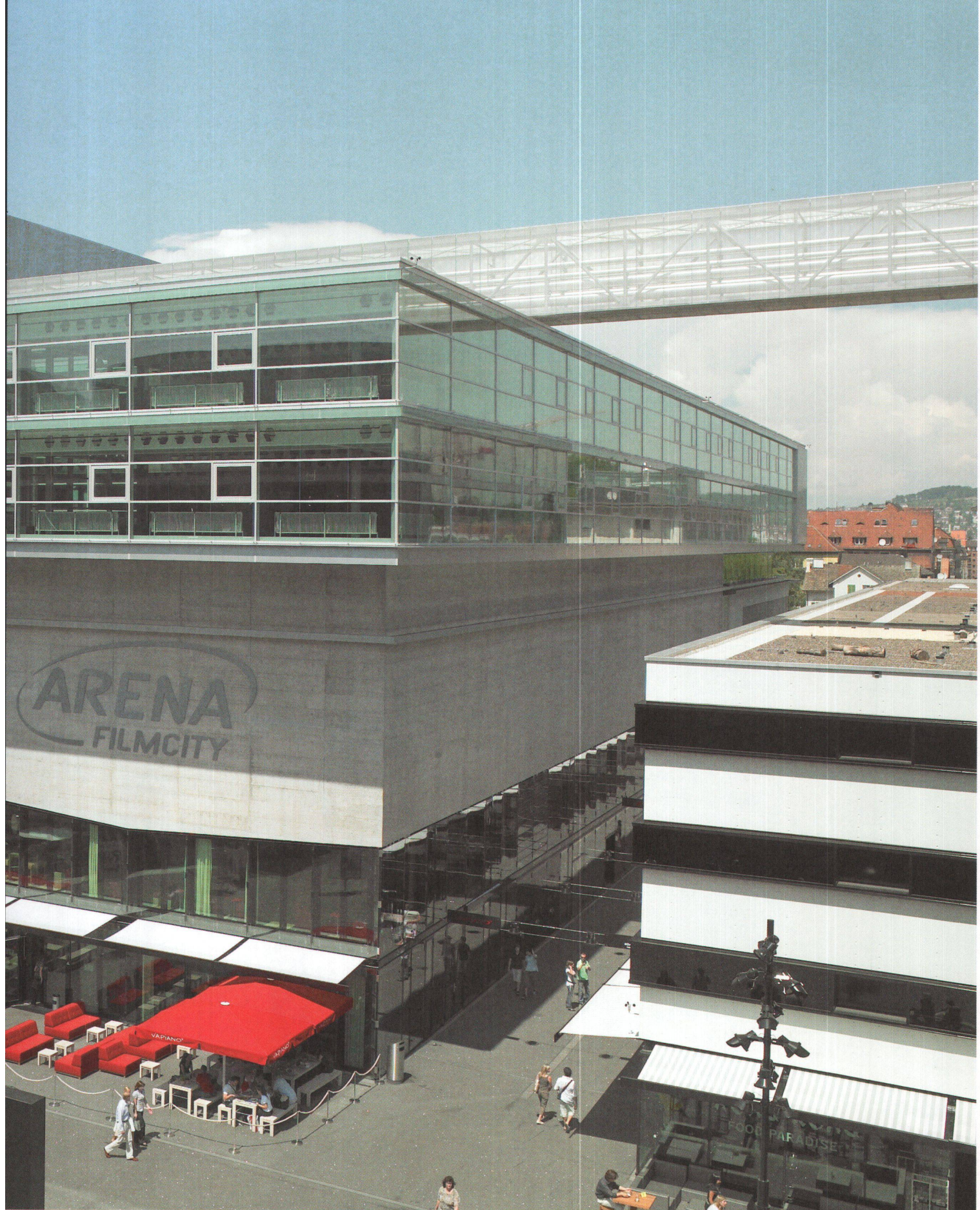




# Gasse, Platz und Mall

Text: Benedikt Loderer







Drei Stichworte fassen Sihlcity zusammen: Bühnenstadt, Innenstadt und Schichtung. Auf der Bühne des Kalenderplatzes hat die urbane Konsumentin ihren Auftritt, im Innern der Mall erlebt der Besucher die Höhenfahrt, und aus Schichten ist das Konglomerat gebaut, das Sihlcity heisst. Eine unorthodoxe Besichtigung.

• «Willkommen in der kleinsten Grossstadt», begrüsst die Werbung im März 2007 das Publikum zur Eröffnung, «mehr braucht es nicht: 80 Läden, 13 Restaurants, 1 Fitness-/Wellnesscenter, 10 Kinos, 2300 Arbeitsplätze.» Man darf also die Stadtmetapher ernst nehmen und fragen: Wie viel Stadt bist Du, Sihlcity?

Welche Art Stadt überhaupt? Eine Gründungsstadt. Sie ist nach einem vorgefassten Plan in kurzer Zeit von einer potenten Bauherrschaft errichtet worden. Der Vorgang erinnert an die mittelalterlichen «villes bastides» in Südwestfrankreich. Der König von England baut sich Stützpunkte im Hundertjährigen Krieg. Wie damals ist die Lage der neuen Gründungsstadt der Grund zur Gründung: strategisch günstig gelegen, im Fluss der Warenströme und im Brennpunkt der Kaufkraft, am richtigen Ort. Die Statthalter des englischen Königs und die Marketingstrategen der Karl Steiner AG haben verwandte Überlegungen gemacht, als sie den Standort wählten.

Die neue Stadt ist ummauert. Nicht mit Wall und Graben, aber eingefasst vom Fluss, der Bahn, dem Autobahnviadukt und den Strassen. Wie eine Insel liegt Sihlcity als geschlossene Stadt am Rand der Allmend. Die übereinandergetürmten Kuben der geschlossenen Stadt haben durchaus etwas Wehrhaftes: der Kamin als Ausguck und der Bahnhof als Vorwerk. Nicht über Zugbrücken ist sie zu erreichen, aber durch Unterführungen. Auf den ersten Blick scheinen ihre Umfassungswände unten geschlossene Mauern, darüber offene Umgänge zu sein, das Abwehrdispositiv eines Burgherrn. Es fehlen nur die Stadttore, und schon wäre Sihlcity eine kleine Festung mit eigener Rechtshoheit. Die Grenze zwischen aussen und innen ist mit scharfem Schnitt gezogen. Das Urbild der europäischen Stadt ist in Sihlcity enthalten: die ummauerte, dichte Packung, der eingegrenzte Ausnahmebezirk.

### Die traditionelle Stadt

«Weiter noch öffnet Siena dir sein Herz», las, wer im Mittelalter durch das offene Stadttor ging. In Sihlcity ist unsichtbar in Funkelschrift auf den Boden geschrieben: «Komm

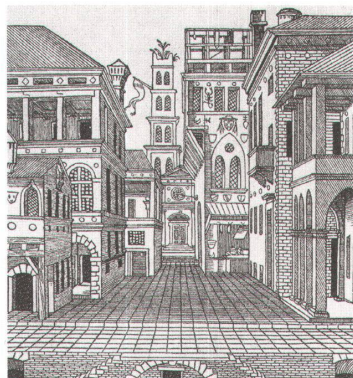
herein!» Die Stadt, die einen so geschlossenen Eindruck macht, lockt, lädt ein, verspricht Wunder und Reichtum in ihrem Innern. Wo innen und aussen ist, muss nicht erklärt werden, es ist selbstverständlich. So selbstverständlich wie in einer italienischen Bergstadt. Das städtebauliche Rezept ist auch dasselbe: Ziehe eine Mauer um deine Stadt, gib ihr Tore und dann nimm Gasse und Platz! Gasse meint einen von Häusern gebildeten, oben offenen Korridor, Platz heisst ein Behälter ohne Deckel. Immer aber sind die Raumgrenzen klar erkennbar, der Blick wird eingegrenzt, trifft auf Fassaden, man bewegt sich im geschlossenen Stadtraum, im Zwischenraum der Häuser. Zwar werden die riesigen Baukörper wahrgenommen, doch entscheidend ist, was dazwischenliegt, die Leere, anders herum: Gasse und Platz.

Was ist das Gegenteil einer solchen Stadt? Die Ansammlung von frei stehenden Gebäuden, die zwischen sich keinen Raum bilden, bloss einen weiten Abstand haben, das Verfahren der Moderne, zu besichtigen in der Agglomeration. In Sihlcity benutzten die Stadtbauer die althergebrachte Methode, die Bildung von Zwischenraum. Wann wurde in der Schweiz zum letzten Mal dieses uralte Bildungsgesetz der traditionellen Stadt angewendet? In der Siedlung Halen des Atelier 5 aus dem Jahre 1961, wenn auch unter ganz anderen Voraussetzungen.

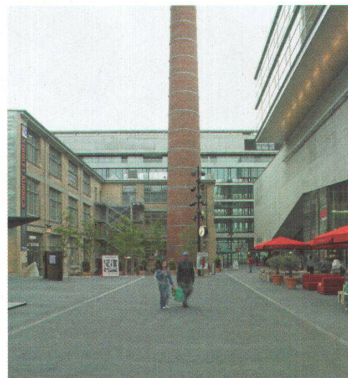
### Die Stadt als Bühne

Nur, ist Sihlcity wirklich eine Stadt? Selbstverständlich nicht. Sihlcity ist der Nachbau einer Stadt, genauer ihres Kerns. An der Sihl gibt es einen Aussichtsbalkon auf das Wasser. Dreht man sich um, so erinnert der Kalenderplatz an ein altes Bild: die Bühne für die Komödie. Sebastiano Serlio hat sie 1545 entworfen, sie zeigt einen alltäglichen, italienischen Platz, auf dem die Verwicklungen des Lebens dargestellt werden. Ein solches Bühnenbild ist auch in Sihlcity gebaut worden. Man gibt en suite das Leben füllende Lustspiel «Die urbane Konsumentin». Die spielt sich selbst. Hier hat sie ihren Auftritt, hier wächst sie in ihre Rolle. Sie tut das mit Tausenden anderen; die männlichen Mitspieler sind auch gemeint.

Sihlcity ist eine Bühne, auf der gehobener Alltag gespielt wird. Kaum ist man in dieser Stadt angekommen, fühlt man sich beobachtet – man betrachtet ja auch die anderen. Es ist ein erhöhtes Lebensgefühl, man spürt, hier ist es anders, konzentrierter, dichter. Warum? Weil man sich im Stadtraum befindet. Man ist nicht irgendwo, sondern an einem besonderen Ort. Die Moralisten vom Dienst rümpfen die Nase und zischen: Selbstbetrug! Nicht ein erhöhtes Lebensgefühl wird hier produziert, sondern erhöhte Kauflust. Doch die Moralisten unterschätzen die urbane →



1



2

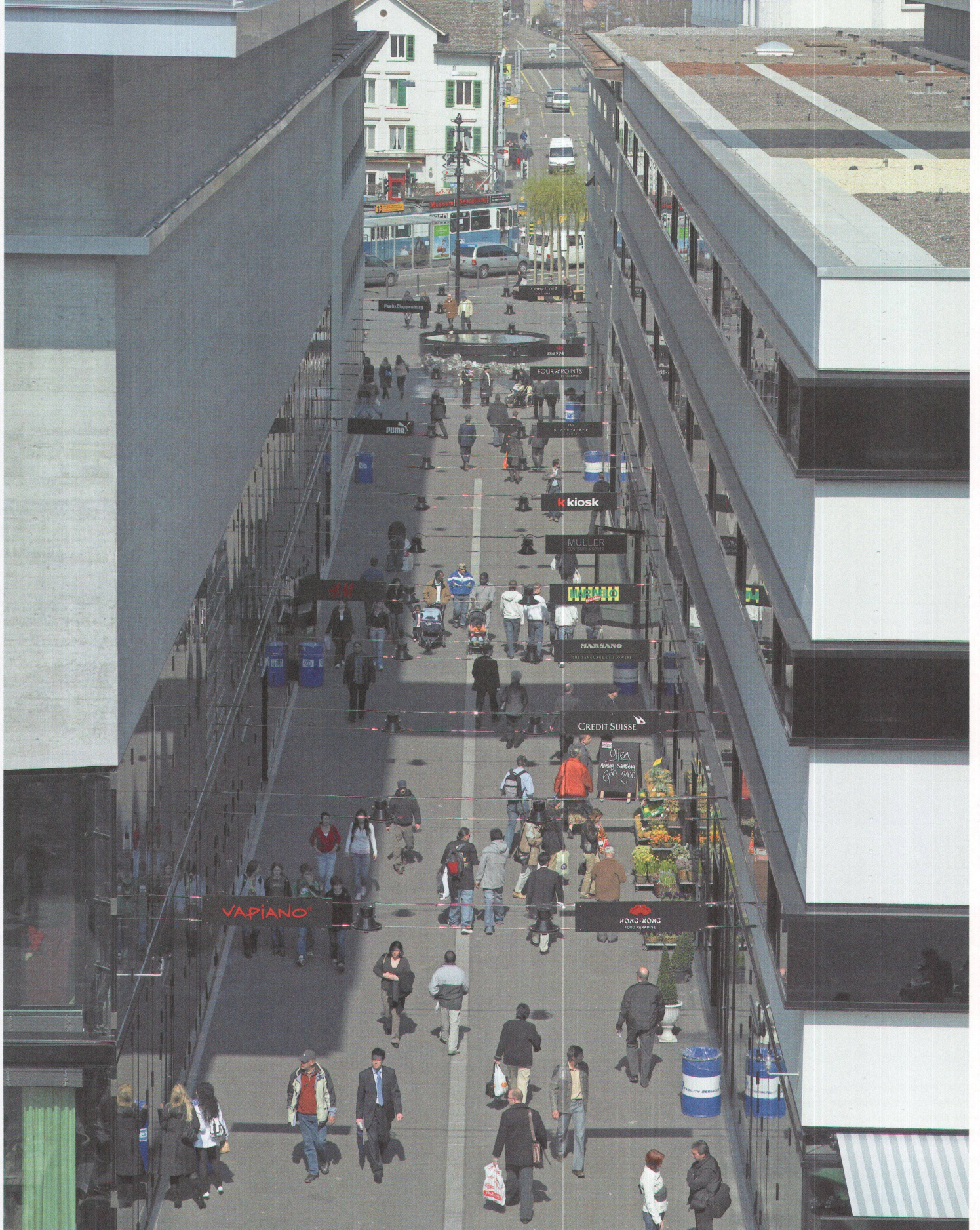
← Seiten 12-13 **Das architektonische Thema in Sihlcity heisst Schichtung. Grosse Baukörper sind wie Klötze aufeinandergetürmt.**

**1 Das Bühnenbild für die Komödie, wie es Sebastiano Serlio 1545 entworfen hat. Hier wird italienischer Alltag gespielt.**

**2 Das Bühnenbild, wie es Theo Hotz 2003 entworfen hat. Hier wird das Stück «Die urbane Konsumentin» gegeben.**

**3 Blick in die Kalendergasse Richtung Utoplatz. Die neue Gasse gehorcht dem traditionellen Muster: ein urbaner Korridor.**







→ Konsumentin. Sie spielt freiwillig und bewusst mit. Ihr Auftritt auf der Bühne ist zwar nur ein Teil ihrer Lebenswirklichkeit, aber echt ist er trotzdem. Anders herum: Shopping ist nicht Einkaufen, sondern eine Freizeitbeschäftigung, ein Stück befriedigendes Leben. Sihlcity bietet die Bühne dafür. Auch hier ist das Gegenteil erhellend: Auf dem Parkplatz ist man gelangweilt, hat vielleicht sogar Angst. Auf dem Kalenderplatz hingegen fühlt man sich unterhalten, geniesst das Schauspiel (Leute sehen Leute an). Hier ist die milde Spannung am höchsten, weil hier die Bühne am besten ausgestattet ist, hier ist die Selbstdarstellung am deutlichsten. Sie nimmt ab, je weiter man sich vom Kalenderplatz entfernt.

### Der Weg

Zur Bühne führen Wege, die ihrerseits Szenen des Lustspiels sind. Die urbane Konsumentin steigt zum Beispiel an der Haltestelle (Uto-Brücke) aus dem Tram. Da spürt sie: Noch bin ich im normalen Zürich. Der Utoplatz gehört zur Stadt, obwohl er zugleich der Empfangssalon von Sihlcity ist. Die Konsumentin weiss: Noch bin ich draussen. Der Utoplatz hat städtische Weite, aber er ist vom Verkehr beherrscht. Hier geht die urbane Konsumentin in ihrem gewohnten Fussgängertempo. Am Eingang zur Kalendergasse sagt sie sich: Jetzt trittst du ein. Schmal und verkehrsfrei, meist im Schatten liegend, beginnt hier ihre Freizeit, hier wechselt sie die Rolle. Aus der unbeachteten Normalbürgerin wird die Selbstdarstellerin. Sie geht langsamer, schlendert, betrachtet Leute und Auslagen. Ihr Ziel ist klar, vorne winkt der Platz. Je nach Tageszeit leuchtet ihn die Sonne aus, in jedem Fall meldet das Licht ihn an. Auf dem Platz angekommen weiss sie: Jetzt bist du da, hier ist die Mitte. Der Platz selbst ist wie eine gute Stube, ein Zimmer im Freien. Er lädt zum Verweilen ein. Sie bleibt stehen, setzt sich hin...

Der Kalenderplatz hat eine Richtung: Vorne ist die Sihl, hinten die Ausrüsterei und der Kamin, der Campanile von Sihlcity. Der Blick zur Sihl ist gerahmt wie ein Bild: seitlich durch die Gebäude, oben durch den doppelten Balken von Autobahn und Gebäudebrücke. Im Hintergrund bilden die Häuser jenseits des Flusses die Raumgrenze, die Sihl selbst bleibt vorerst unsichtbar. Raffiniert ist, was man erst beim zweiten Hinsehen entdeckt. Die rechte Platzwand läuft leicht schräg auf die Sihl zu, der Raum verengt sich zum Fluss. Hat Sebastiano Serlio auch dieses Bühnenbild entworfen? Auch die Zugänge von der Bahnstation her, sie sind Inszenierungen von Wegen. Auch hier kommt man von der normalen Stadt durch Tor-Situationen in enge Gassen und zum Platz. Und wieder die Frage: Was ist hier das Gegenteil? Die Ankunft mit dem Auto.

Die urbane Konsumentin fährt in einem Betonschlitz abwärts, durch eine Unterführung, eine Spiralarampe hoch, stellt den Wagen hin, durchquert eine niedrige Abstell-schicht, kommt in einen Windfang und findet sich in der Mall wieder. Dieser komplizierte Weg ist ihr nur lästig, sie bewegt sich so schnell sie kann, sie atmet erst auf, wenn sie die Mall erreicht hat.

### Die Innenstadt

So viel zur Stadt Sihlcity, zur Bühnenstadt. Es gibt noch eine zweite Stadt, die in der ersten steckt, die Innenstadt: Mall genannt. Sie ist nicht nach dem Rezept der traditionellen Stadt gebaut, sondern nach den Regeln der Verkaufskunst. Die urbane Konsumentin betritt eine Innenwelt, die kein Aussen hat. Die Mall ist vom Typus her eine Passage des 19. Jahrhunderts, die das Parkhaus mit dem Kalenderplatz verbindet. Trotzdem ist sie kein Durchgangsraum, sondern das immense, vierstöckige Foyer für die daran anschliessenden Läden.

Dieser Vorraum hat zwei Aufgaben. Er muss die Leute im Gebäude verteilen und er muss die Bedeutung des Shoppingcenters ausdrücken. Beides geschieht mit den Treppen. In ovalen Deckendurchbrüchen klettern sie dreimal atemberaubend in die Höhe. Man schaut unwillkürlich nach oben, dort trifft der Blick auf die aus Dreiecken gewobene Kuppel der Oberlichter. Die Aufwärtsbewegung ist entscheidend, man muss der urbanen Konsumentin Lust machen, nach oben zu fahren.

Natürlich ist die Treppenkaskade unter dem mittleren Oberlicht das Vorzeigestück. Hier bleibt die urbane Konsumentin stehen und staunt. Sie muss genau hinschauen, damit sie mehr sieht als nur die steigende Schlange der Brüstungen. Sie merkt erst beim zweiten Hinschauen, dass der Durchbruch in der Decke über dem Erdgeschoss zu den darüberliegenden versetzt angeordnet ist. Die Kaskade entpuppt sich als zweiläufige Treppe, die sich im Zickzack nach oben schraubt, von der Ebene 1 zur Ebene 2, ergänzt durch eine doppelte Rolltreppe.

Das Auge rechnet zuerst nicht mit der Raffinesse der Architekten, worauf der Kopf zugeben muss, wie mit gezielten Regelbrüchen das Normale zum Ungewöhnlichen wird. Das gilt auch für die geknickt angeordneten Ladenfronten, die dem Raum die Banalität nehmen, die ihm sonst droht. Die Brüstungen der Durchbrüche, innen dunkel wie der Boden, aussen weiss und von Lichtsternen übersät, gehören auch zu den Überraschungen. Wo man eine Glashaut erwartet, ist die Brüstung massiv und gibt den Blick ins nächste Geschoss nicht frei. Von unten betont die Stapelung der weissen Bänder das Oval der Öffnungen und damit die Aufwärtsbewegung. →

1 Das Papierlager links und das Kalendergebäude rechts sind zu einem Hotel und einem Kleidergeschäft geworden.

2 Der Kalenderplatz ist ein Ort zum Verweilen und der Selbstdarstellung. Hier hat die urbane Konsumentin ihren Auftritt.

3 Der Autobahnviadukt ist mit überraschender Selbstverständlichkeit Teil von Sihlcity geworden. Im Hintergrund die Linde.



1



2







## → Die Raumeroberung

Alle architektonische Kraft liegt in der Mall. Sie ist das mild-labyrinthische, neugierig machende Raumereignis. Sie gleicht weniger der gedeckten Einkaufsstrasse anderer Shoppingcenters als einem klassischen französischen Warenhaus aus der Belle Epoque. Die urbane Konsumentin spielt hier eine andere Rolle; nicht zur Selbstdarstellung, sondern zur Entdeckungsfahrten ermuntert sie diese Umgebung. Anstelle des Auftritts tritt hier die Höhenfahrt. Sie steht auf der Rolltreppe und wird diagonal nach oben geschoben oder sinkt langsam in die Tiefe. Das Panorama der Geschosse zieht an ihr vorüber, harmlose Abgründe tun sich unter ihr auf, die Brüstungen türmen sich über ihrem Kopf, kurz, sie bewegt sich durch eine (machine à contempler), durch einen (Raumerlebe-Apparat).

Für den Rest gilt auch in Sihlcity der Satz: Ein Shoppingcenter ist ein Shoppingcenter. Die Verkaufskunst verbündet sich mit dem rechnenden Bauen, auf der einen Seite mit grossen, auf der anderen mit geringeren Raumtiefen, die eine für grosse Läden, die gegenüber für die kleineren. Zusammenfassend: Herstellen von Verkaufsfläche. Die Einrichtung der Läden ist den Mietern überlassen und wird hier nicht weiter besprochen. Die Bühnen- und die Innenstadt sind durch ein grosses rotes Tor verbunden und haben trotzdem nichts miteinander zu tun. Sie gehorchen verschiedenen Bildungsgesetzen. Der städtische Zwischenraum schafft die Bühne, das Labyrinth der Innenstadt weckt die Neugier.

## Horizontale Schichten

Das ist die Konsumentenperspektive, was aber ist die architektonische? Da fällt zuerst auf, dass das Gebilde Sihlcity von keinem Standpunkt aus vollständig zu erfassen ist. Woher man auch schaut, nie kommt man zu einem Gesamtbild. Der beste Standort ist auf der Allmend. Im Vordergrund sieht man die grüne Ebene der Sportfelder, dahinter grosse flache Kuben, die rechts vom Deckel der Auskragung über den Spiralrampen abgeschlossen werden. In der Mitte der Kasten des riesigen Fensters als schwarzes, weiss umrahmtes Loch, der Kamin als Ausrufezeichen dahinter. Die Wohnungen links wirken wie auf eine Glaskiste aufgesetzte Betonkuben. Eine Stadt? Ein Konglomerat, etwas Zusammengesetztes.

Dass man das Ganze nicht von einem Standort aus erfassen kann, hat einmal mit der schieren Grösse zu tun. Das Objekt ist zu umfangreich, man kann es nur durch Abschreiten ermessen, was zeigt: Der Mensch sieht mit den Füssen. Zum anderen ist das Konglomerat eine (Collage City), wie Collin Rowe sie beschrieben hat, ein Gebilde aus verschiedenen Zeiten und verschiedenen Bautypen.

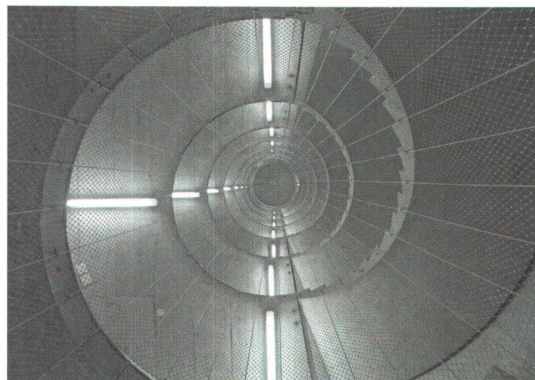
Sihlcity ist aus gigantischen Bauklötzen zusammengebaut, kubische Körper sind über- und aneinandergeschichtet. Entstanden ist kein einheitliches Gebäude, kein Modell Versailles, sondern eine Komposition von erkennbaren Einzelteilen in verschiedenen Formen.

Das rührt nicht bloss daher, dass vier Bauten der einstigen Papierfabrik wieder verwendet wurden. (Wieder verwendet meint: das noch Brauchbare nach der Art eines guten Hausvaters aufbewahren.) Das Kalendergebäude, das Papierlager und die Ausrüsterei sind zur unteren Schicht geworden, auf der eine zweite steht, auf der wiederum die dritte, die Dachaufbauten mit den Technikräumen. Diese Schichtung ist die architektonische Grundregel der ganzen Überbauung. Mit dem Brückengebäude, das vom Dach der Mall über den Kalenderplatz hinweg auf das Dach des Hotels übergreift, ist die Schichtung auf die Spitze getrieben und exemplarisch gemacht. Sie wird durch leichte Verdrehung der Schichten oder durch Rück- und Vorsprünge zusätzlich unterstrichen. Doch ist sie durch die horizontalen Bänder der Dachabschlüsse, Deckenstirnen, Fensterbänder, Brüstungen und Sockel gebändigt. Das Konglomerat ist wohl dem Diktat der Nutzungen unterworfen, die die Grösse und Stellung der einzelnen Baukörper bestimmen, doch ist das Auseinanderstrebende einem Ordnungswillen unterworfen. Die Horizontale beherrscht die Komposition. Sie war schon da. Die Bänder der Glasbausteine in der Fassade des Kalendergebäudes des Architekten André Bosshard von 1959 und die Fenster des Papierlagers haben dieses architektonische Motiv nach Sihlcity gebracht. Einzig der Turm des Kamins und die Trennwände der Wohnungen bilden die vertikalen Ausnahmen. Ergänzt wird diese horizontale Ordnung durch die Rahmen, die die einzelnen Baukörper in ihrer Eigenständigkeit hervorheben.

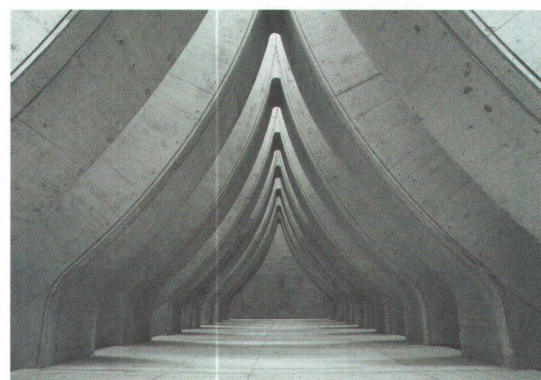
## Die Doppelschnecke

Ursprünglich war die Parkierung in einem zweiten Untergeschoss vorgesehen, was der Grundwasserschutz verunmöglichte. Die Architekten machten aus der Platznot eine Tugend und setzten das Parkhaus als achtgeschossiges Autoregal an den südlichen Rand des Grundstücks. Zwei gegenläufige Spiralrampen erschliessen die Parkebenen. Diese zweifache Betonschnecke ist eines der Wahrzeichen von Sihlcity und begrüsst die Autofahrer, die auf der Autobahn von Süden her, oder vom Land in die Stadt, kommen. Die Schnecke wird vom grossen, auskragenden Betondach darüber gestoppt und gerahmt.

Diese Doppelspirale ist ein reines Architekturereignis: Die Form, geboren aus der technischen Notwendigkeit, haben die Entwerfer radikalisiert, bis nur noch Masse, Licht →



1



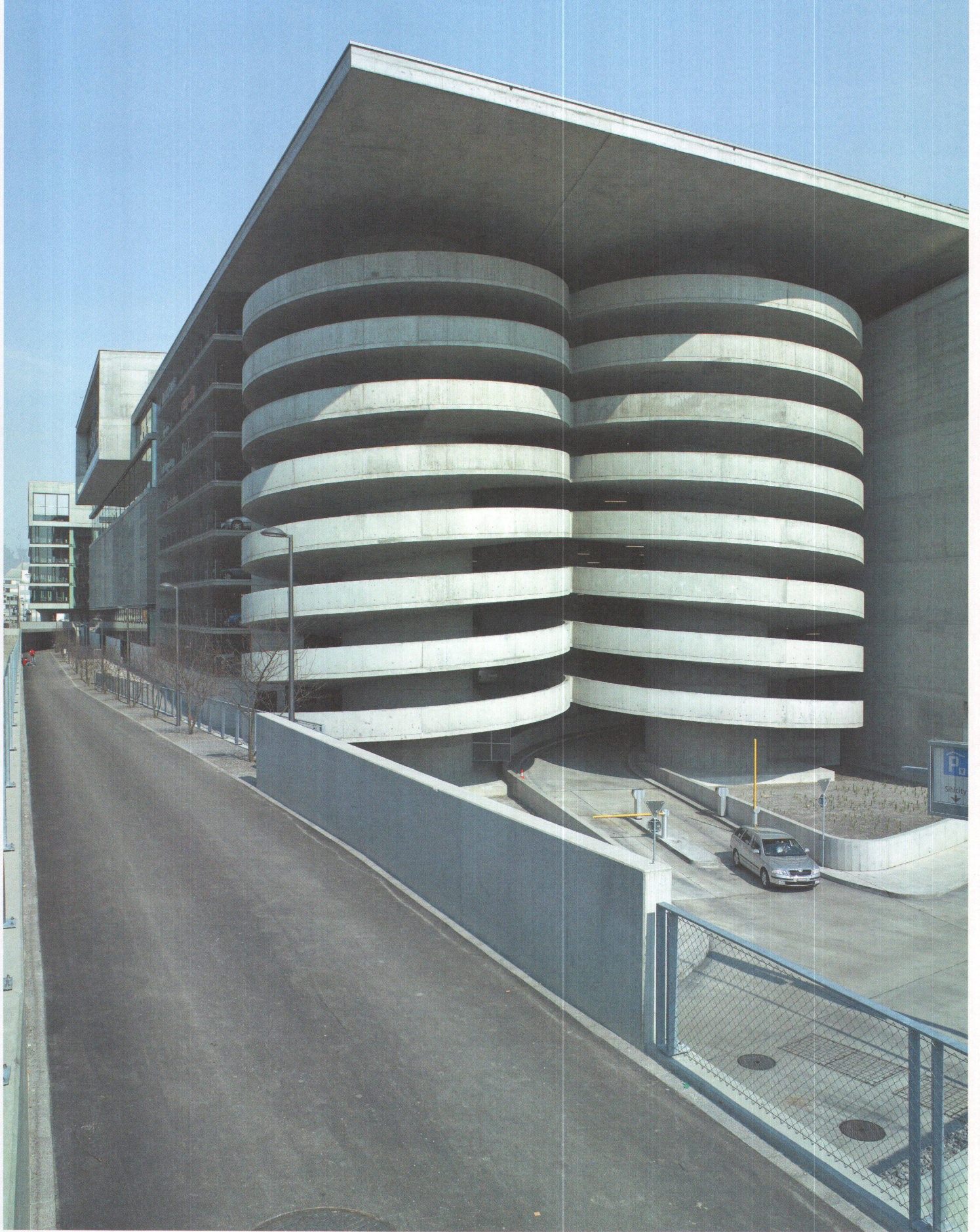
2

1 Das Innere der Rampentürme ist ein achtgeschossiges Rohr, in dem sich die Treppen hochwinden – beängstigend.

2 Blick nach oben, dort, wo die Rampen zusammenstossen: ein senkrecht gewölbtes, ausgeleuchtet wie ein Kirchenraum.

3 Die doppelte Spirale und der Deckel darüber sind ein reines Architekturereignis: die Radikalisierung durch Reduktion.



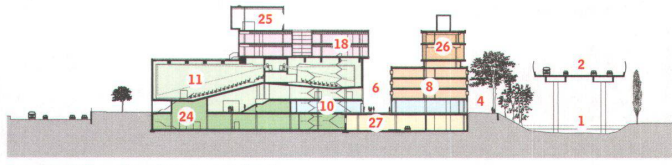




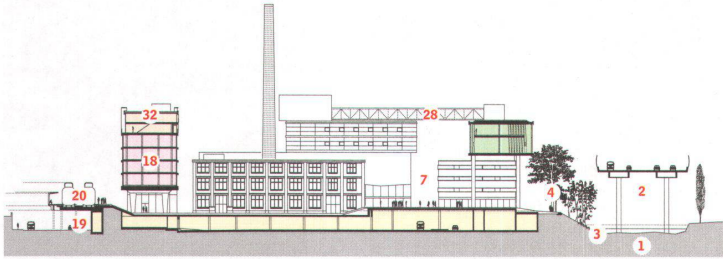
Schnitte und Grundrisse

- Läden
- Büros
- Multiplexkino
- Wellness
- Gastronomie/Entertainment/Kultur
- Hotel
- Wohnungen
- Konferenz
- Erschliessung/Parkierung
- Aussenräume und Mall
- 1 Sihl
- 2 Autobahn über der Sihl
- 3 Balkon zur Sihl
- 4 Büttenweg
- 5 Utoplatz
- 6 Kalandergasse
- 7 Kalandersplatz
- 8 Hotel
- 9 Kirche
- 10 Kinderparadies

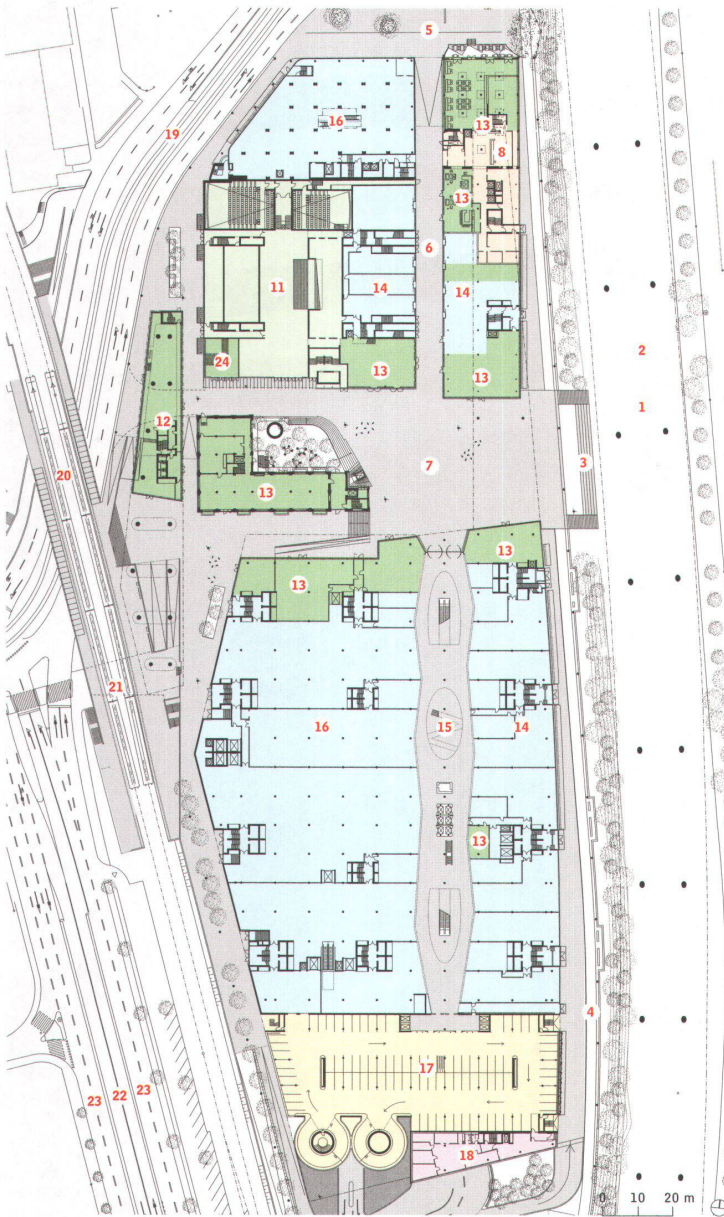
- 11 Multiplexkino
- 12 Bibliothek
- 13 Gastronomie/Restaurant
- 14 Verkaufsfächen schmal
- 15 Mall
- 16 Verkaufsfächen tief
- 17 Parkhaus
- 18 Büroflächen
- 19 Giesshübelstrasse
- 20 S-Bahnhaltestelle
- 21 Fussgängerunterführung
- 22 Zufahrt Sihlcity
- 23 Allmendstrasse
- 24 Disco
- 25 Technik
- 26 Konferenz
- 27 Erschliessung/Lager/Technik
- 28 Leitungsbrücke
- 29 Papiersaal
- 30 Ärztezentrum
- 31 Wellness
- 32 Wohnungen



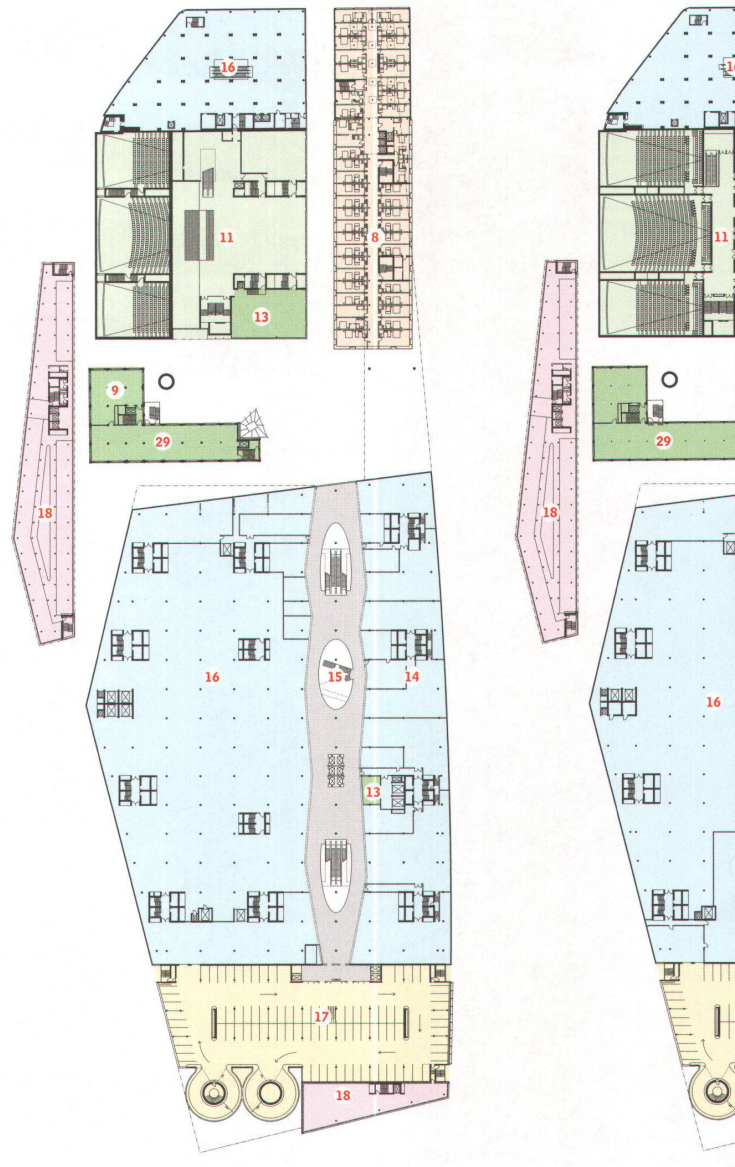
Querschnitt Kino, Kalandergasse und Hotel



Querschnitt Kalandersplatz



Ebene 0 (Ebene -1: Seite 25; Dachplan: Seite 35)

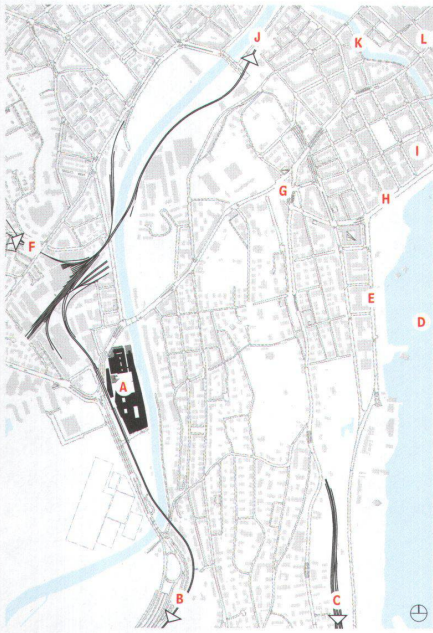


Ebene 1

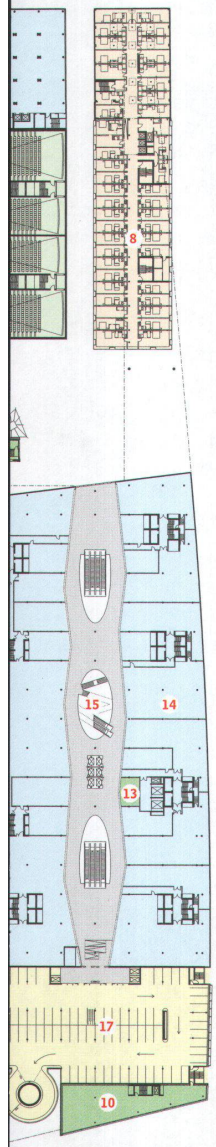
Ebene 2



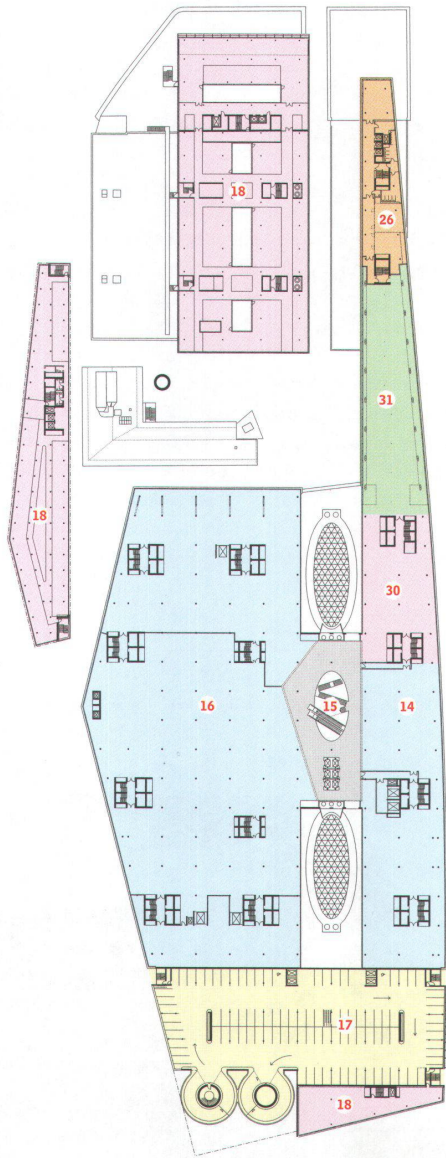
Situationsplan



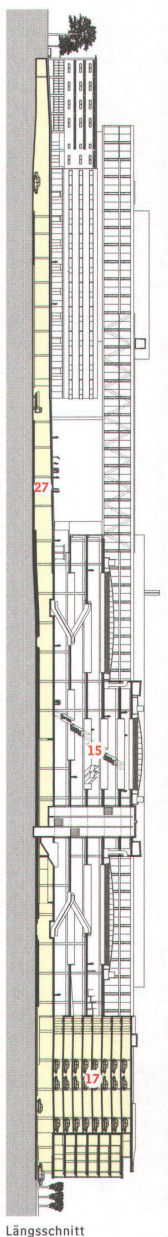
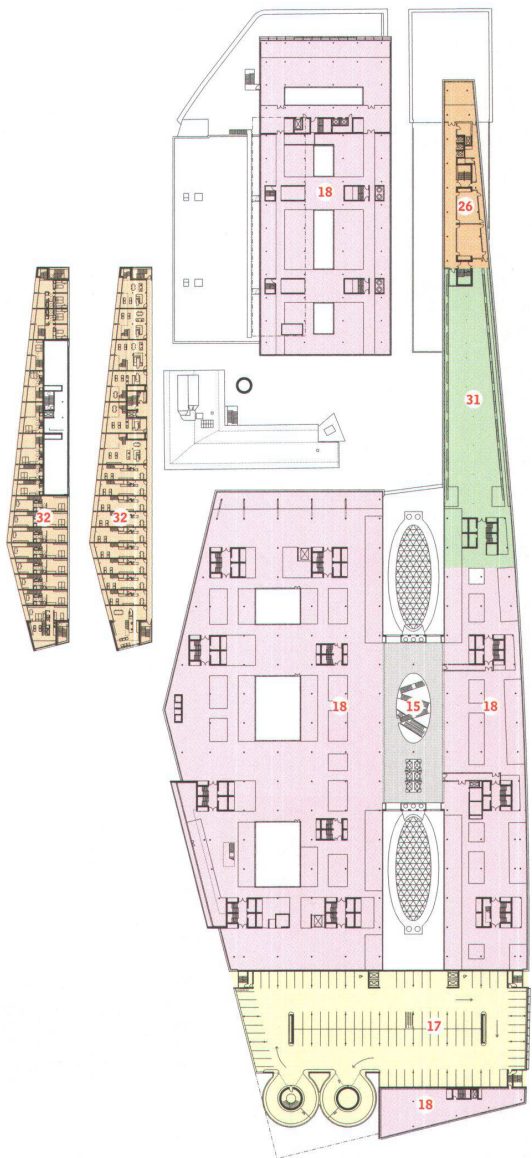
- A Sihlcity
- B Sihltalbahnhof Richtung Adliswil
- C SBB Richtung Chur
- D Zürichsee
- E Mythenquai
- F Uetlibergbahn bergwärts
- G Bahnhof Enge
- H General Guisan-Quai
- I Kongresshaus
- J Sihltalbahnhof Richtung Hauptbahnhof
- K Schanzengraben
- L Paradeplatz



Ebene 3



Ebene 4



Längsschnitt



→ und Schatten am Werk waren. Entstanden ist nicht bloss eine konkrete Spirale, nein auch die Darstellung der abstrakten Idee der Spirale.

Die grafisch-architektonischen Entdeckungen sind damit noch nicht zu Ende. Das Innere der Spindel der beiden Schnecken gehört auch dazu. Ein senkrechtes Rohr, in dem eine Schraubenlinie nach oben klettert. Die Höhe dieses Kamins aus Beton und Maschengitter ist so beeindruckend, dass der Betrachter ganz klein wird. Ein Schauer-raum, hier stürzt im Kriminalfilm der Mörder zu Tode. Zwischen den Rampen und der Rückwand entsteht ein leerer Spickel, der sich acht Geschosse hoch übereinandertürmt. Ein Angebot an die Architekturfotografen.

Die Fassaden des Shoppingcenters sind mit einem feinen Stahlnetz überspannt, eine zweite Haut vor den Fenstern. Dieses Netz vereinheitlicht und beruhigt den grossen Block. Darüber hinaus verhindert es den Wildwuchs der Reklamen in den Fenstern der Geschäfte und lenkt die Logos, die die Geschäfte ankündigen, in geordnete Bahnen.

## Das Kulturhaus

Aus der ehemaligen Ausrüsterei ist das Kulturhaus geworden. Unten liegt das Restaurant mit dem Namen (Rüsterei), oben in einem Teil des ersten Stocks die Kirche, im anderen Teil und im zweiten Stock die Ausstellungsräume. Das Restaurant hat der Künstler Heinz Julen eingerichtet, der in den hohen Raum, der die Rauheit der Industrie bewahrt hat, seine sehr speziellen Möbel stellte wie Tische, die sich an die Decke winden lassen. Eine grosszügige Ess- und Trinkhalle. Die Kirche, sie wird von den drei Landeskirchen betrieben, ist ein quadratischer Raum mit dunkelgrauen Wänden, einer betulichen vorhängartigen Fensterdekoration, einem Pult für eine Bibel, einer dicken Kerze und einem Gästebuch. Still ist es hier, in sich gekehrt. Die Kirche muss zu den Menschen, wenn die Menschen nicht in die Kirche gehen.

Die Ausstellungsräume sind fast wie früher belassen und von der Ausstellung bestimmt, die darin stattfindet. Die erste ist dem Regisseur Stanley Kubrick gewidmet. Der Raum ist in eine Blackbox verwandelt worden, vor den Fenstern stehen Stellwände. Einzig das neu ausgebrochene Kastenfenster auf den Kalenderplatz erlaubt einen Blick ins Freie, eine Wohltat. Die Renovation des Kulturhauses samt Lift ins Untergeschoss und der Haltestelle für den Bus 89 haben Vehovar & Jauslin geplant. Sie betonten den abgerissenen Anbau an die Ausrüsterei, indem sie eine Art Baupflaster über die Wunde an die Brandmauer klebten.

Das ursprüngliche Niveau der Papierfabrik hat sich in der (Rüsterei) und im Garten davor erhalten. Diese versenkte Insel ist einer der wenigen Orte, wo Sihlcity noch den ur-

sprünglich gewachsenen Erdboden berührt, alle anderen Flächen sind unterkellert und mussten aus Rücksicht auf das Grundwasser angehoben werden.

## Licht, Klang und eine Linde

Drei Anmerkungen noch: Sihlcity lebt 24 Stunden, also gibt es eine Tag- und eine Nachtstadt. Die Bedeutung der Beleuchtung ist damit offensichtlich. Nicht nur in der Mall (Seite 26), sondern auch in den Gassen und auf dem Platz. Sihlcity kann man auch hören. Es gibt zwei verschiedene Klangwelten, die äussere und die innere. Aussen auf dem Utoplatz zum Beispiel herrscht der geschäftige Lärm des Verkehrs. Das Nadelöhr unter der S-Bahnbrücke hindurch ist eine der Einfallsportnen in die Stadt, was mit dem Vorspringen des Wohnungsbaus gegen den Nachbarn jenseits der Brücke noch unterstrichen wird. Immer wenn man sich ausserhalb bewegt, hört man den Verkehr. Selbst mitten auf der Allmend ist das Rauschen der Autobahn ständig präsent. Im Innern aber, in den Gassen und auf dem Platz, herrscht ein anderes Klangklima. Fast ferienmässig ruhig ist es hier, was daher kommt, dass es keinen Verkehr mehr gibt. Die Autobahn ist als silbergrauer Balken zwar präsent, hörbar hingegen fast nicht. Es ist erstaunlich, wie selbstverständlich das riesige Bauwerk des Viadukts heute zu Sihlcity gehört. Die Architekten haben ihn in ihren Entwurf eingemeindet, nicht bekämpft.

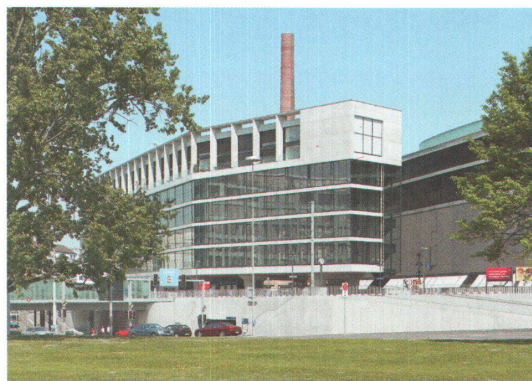
Der Sihl entlang gibt es noch einmal einen anderen Ton-teppich. Der grosse Raum unter dem Viadukt verändert den Klang von Blätterrauschen und Suchverkehr. Man verbindet unwillkürlich den Wassergeruch mit dem Widerhall. Im der Mall herrscht das gedämpfte Summen der Stimmen, untermalt mit Hintergrundmusik. So tönt ein Shoppingcenter. Erwähnt werden muss schliesslich noch die Linde. Sie ist vielleicht 150 Jahre alt, älter also als alle Gebäude von Sihlcity. Sie steht zwischen dem einstigen Bürohaus der Papierfabrik und dem Kalendergebäude. Ein wehmütvoller Gruss aus der vorindustriellen Zeit.

Worum geht es? Um das Schaffen eines Ortes, Identität heisst das Zauberwort. Das Herstellen des Unverwechselbaren, nur einmal Vorhandenen, der gewöhnlichen Ausnahme. Nicht Spektakel, sondern Dichte. Identität meint die Übereinstimmung des Ortes mit dem Besucher, anders herum: Er fühlt sich zugehörig. Identität heisst sich identifizieren. Der Anspruch Stadt wird eingelöst, weil die Leute hierherkommen, wie sie die Altstadt besuchen. Sie finden sich selbst. Die urbane Konsumentin sitzt auf dem Kalenderplatz auf einem Sofa, schaut um sich und sagt zu ihrem Begleiter: «Diesmal haben wir Glück gehabt. Stell dir vor, statt dieses Platzes stünde hier der Bürokomplex (Utopark). Mir ist viel wohler in Sihlcity.»•

**1 Der Flaschenhals Utobrücke. Die Strasse unterquert die Bahn, der Knick in der Fassade unterstreicht die Verengung.**

**2 Das grosse Fenster blickt zum Uetliberg. Mit einem Rahmen wird der Baukörper unterstrichen und diszipliniert.**

**3 Stadtraum heisst gefasster Raum. Wer von der Sihltalbahn kommt, betritt eine Stadt und findet sich in einer Gasse wieder.**



1



2



