

Ein Garten und sieben Lifte : Neubau des Nicolas G. Hayek Center in Tokio von Shigeru Ban Architects Tokio, mit zwei Boutiquen des Schweizer Design- und Architekturbüros Atelier Oï aus La Neuveville

Autor(en): **Pradal, Ariana**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **94 (2007)**

Heft 9: **Fenster = Fenêtres = Windows**

PDF erstellt am: **23.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-130594>

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.



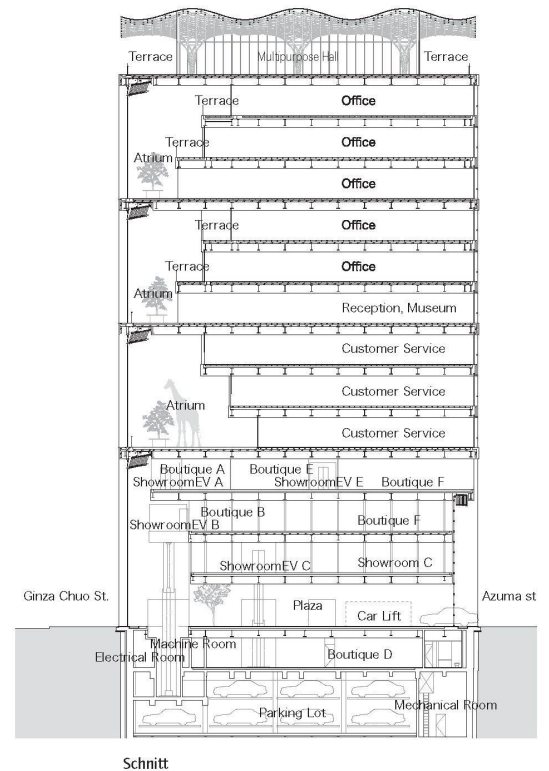
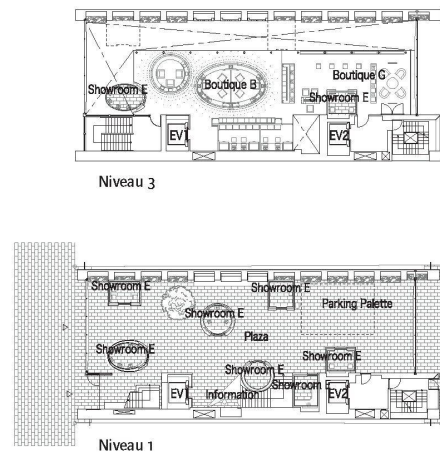
Ein Garten und sieben Lifte

Neubau des Nicolas G. Hayek Center in Tokio von Shigeru Ban Architects Tokio, mit zwei Boutiquen des Schweizer Design- und Architekturbüros Atelier Oi aus La Neuveville.

Der japanische Architekt Shigeru Ban hat an der Ginza in Tokio für das Unternehmen von Nicolas G. Hayek einen Turm gebaut. Die Ginza ist die Luxus-Einkaufsmeile der Japaner. Auf dem teuersten Flecken der zwölf Millionen Stadt erhebt sich der Bau auf einem Grundriss von 412 m² über 17 Geschosse; 14 sind über- und 3 unterirdisch. Der Turm beherbergt Boutiquen und Kundenzentren für sieben Marken der Swatch Group, Büros und zuoberst einen Raum für Events und Ausstellungen. Links und rechts ist der Turm von zwei weiteren Türmen, die ebenfalls Läden internationaler Marken beherbergen, flankiert.

Vorn und hinten wird die Fassade bei Tag sozusagen «aufgeklappt». Glaslamellen, die wie ein Rollladen hochgezogen werden können, machen dies möglich. Das Haus beeindruckt nicht nur durch die Hülle, sondern auch durch die Innenräume, ihre Aufteilung und Erschliessung.

Die bewegliche Fassade und der dadurch fließende Übergang von innen und aussen erinnern trotz komplexer Technik und Materialwahl an traditionelle Elemente der japanischen Baukultur. Genau wie die Shojis oder Fusumas, die traditio-



Schnitt

nellen beweglichen Schiebewände aus Holz und Papier, dient hier die Fassade als grosses Fenster, Tür und oder Wand. Auch erinnert das «Aufrollen» der Glaslamellen an die traditionellen Sudares. Dies sind Jalousien aus dünnen Bambus- oder Holzstreifen, die man aufrollt und zum Schutz vor Sonnenlicht, Regen und Insekten an Verandas oder andere Gebäudeöffnungen hängt. So betrachtet scheint es nachvollziehbar, dass ein japanischer Architekt diese Fassadenlösung entwickelt hat. Zeitgenössische Interpretationen traditioneller Bauweisen entdeckt man immer wieder in Shigeru Bans Architektur – auch wenn Bans Bauten meist nicht traditionellen Häusern gleichen. Es sind Prinzipien, die er übernimmt und weiter entwickelt. Wie zum Beispiel im Curtain Wall Haus in Tokio, in dem über zwei Geschosse reichende Vorhänge den Besitzern als bewegliche Wände, Licht- und Blickschutz dienen (cf. S. 41 in diesem Heft). Die beweglichen Glaslamellen hat Shigeru Ban bereits in Privathäusern eingesetzt. Neu wendet er sie nun an einem öffentlichen und fast 56 Meter hohen Bau an.

Geschichtet und verschoben

In der Höhe ist der Bau optisch in vier Module unterteilt. Das Modul beginnt und endet, wo der Boden des untersten und die Decke des obersten Geschosses bis an die Fassade reichen. Die Geschosse dazwischen sind zurückversetzt, weniger breit oder lang und wirken wie Schubläden, die man aus der Gebäudestruktur herausgezogen hat.

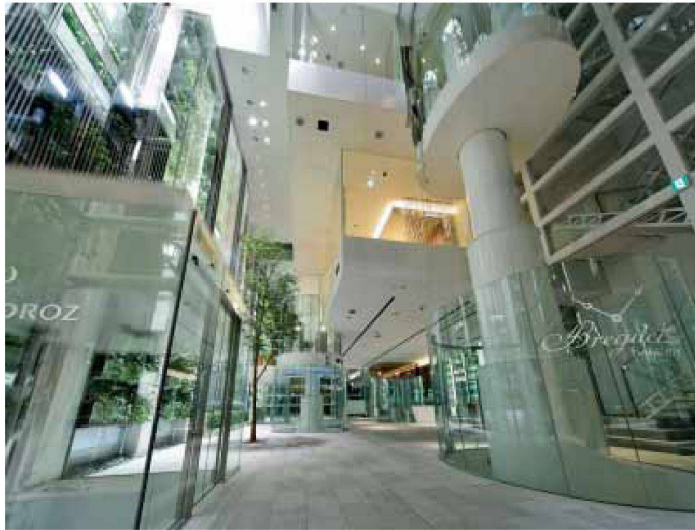
Jedes Modul verfügt über ein eigenes Atrium. Im schmaleren Teil des Turms ist das Treppenhaus untergebracht. Ein gewelltes Dach bildet den Abschluss des Gebäudes und wirkt wie eine waagrecht Fahne im Wind. Als Vorbild der Tragstruktur und des Dachs diente das Prinzip von geflochtenen Strohütten. Damit setzt sich der Bau von seinen Nachbarn ab, die meist mit einem Flachdach enden und oben mit Gebäudetechnik voll gestellt sind.

Bewegliche Verkaufsflächen

Ungewöhnlich am «Nicolas G. Hayek Center» ist das Erdgeschoss, das Besucher wie einen Weg benutzen können, der Vorder- und Rückseite des Gebäudes verbindet. Dem «Weg» entlang sind sieben gläserne Schaukästen eingerichtet, die man betreten kann, ähnlich wie Verkaufsbuden entlang der Strasse – hier, versteht sich, in edler Ausführung. Es sind Displays der Marken Swatch, Omega, Breguet, Léon Hatot, Blancpain, Jaquet Droz und Glashütte Original. Gefällt einer Besucherin eine ausgestellte Uhr oder ein Schmuck, kann sie auf einen Knopf drücken und der Schau-

kasten gleitet nach oben oder in einem Fall nach unten. Die Schaukästen entpuppen sich dann als runde, ovale oder quadratische hydraulische Lifte, welche die Besucher in die auf vier Geschosse verteilten Markenläden bringen. Jeder Schaukasten ist mit den Materialien und Farben der betreffenden Boutique ausgestattet. Am ungewöhnlichsten ist der Lift der Marke Swatch: Dem runden Schaukasten ist ein Vorhang aus Uhren vorgehängt. In den anderen Schaukästen finden wir die edlen Stücke auf Podesten und hinter Glashauben präsentiert. Shigeru Ban erklärt seinen Entscheid, alle sieben Marken im Erdgeschoss auf kleinem Raum zu präsentieren so: Er habe keine Marke bevorzugen wollen, dies wäre aber geschehen, wenn er die Marken auf den verschiedenen Stockwerken platziert hätte. Diejenige im Erdgeschoss hätte automatisch mehr Aufmerksamkeit bekommen. Mit diesem Entscheid setzte er sich über die Wettbewerbsauflagen hinweg und gewann.

Zwei Boutiquen haben die Schweizer Designer und Architekten von Atelier Oï aus La Neuveville gestaltet: Die Boutiquen der Marke Breguet und Léon Hatot sind eine Mischung aus der Corpo-



Das Erdgeschoss als offener Durchgang mit sieben Liften, die Besucher zu den Boutiquen fahren und zugleich als kleine Showrooms dienen

rate Identity und Elementen der Designer, die man bereits am letztjährigen Salone del Mobile in Mailand sowie am Designer's Saturday in Langenthal gesehen hat. Für Breguet haben die Designer ihre Leuchten aus gebogenen Metallstäben verwendet, die der italienische Hersteller Foscarini in ähnlicher Form produziert. Diese zeitgenössischen Lüster verleihen der klassischen Boutique optische Frische. Die gleichen Metallstäbe haben die Designer auch verwendet, um blickdurchlässige Serepees für Kundenberatungen zu gestalten. In der Boutique für Léon Hatot dienen gespannte schwarze Seile als Abtrennung für Präsentationszonen und als eine Art statischer Vorhang vor den Glaswänden. Aber auch der Fuss der Salontische ist mit Seil umwickelt. Die gespannten Seile sind ein beliebtes Gestaltungselement von Atelier Oi, das sie ebenfalls bereits in verschiedenen Varianten für Ausstellungen eingesetzt haben. Die gepolsterten Sessel der Boutique haben traditionelle Formen, brechen aber das bekannte Bild, weil Holz

und Textil ganz in schwarz gehalten sind. Die Gestalter verstehen es in diesen zwei Beispielen, die für Uhren- und Schmuckfirmen typischen Auftritte, die sonst eher dem Traditionellen verpflichtet sind, zu brechen. Die klassischen Räume bekommen durch ihre Interventionen einen zeitgemässen Auftritt.

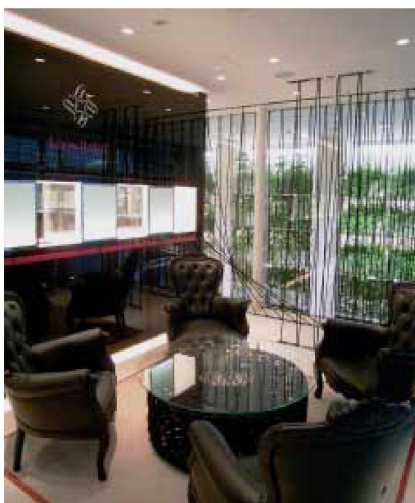
Hängender Garten

Ein weiteres ungewöhnliches Element ist der Garten, der sich über eine Wand der Innenseite und über alle Geschosse erstreckt. Die vielen immergrünen Pflanzen stehen laut Shigeru Ban stellvertretend für einen kleinen Park. Denn hier habe es weit und breit keine Grünfläche, die als Erholungsort dienen könnte. Noch sieht man die einzelnen Kisten streng neben- und übereinander platziert. Bald aber werden die Pflanzen so weit gewachsen sein, dass die Seitenwand wie ein hängender Garten wirkt und man die Behälter und Regale dahinter nicht mehr sieht.

Fragt man die Japaner, wie sie mit der offenen Fassade bei Regen und Kälte umgehen, lachen sie. In Tokio hat man Angst vor der Hitze, der warmen, feuchten Luft der Sommermonate. Die kalten Tage seien schnell vorbei, die warmen aber nicht und da sei man über jeden Luftzug dankbar. Diese Einstellung ist typisch für die Einwohner im Land der aufgehenden Sonne, wo man in den japanischen Alpen alte Bauernhäuser findet, die über ein festes und steiles Dach verfügen, das dem Gewicht des Schnees standhält, aber zugleich aus dünnen Holzwänden und Schiebetüren gebaut sind, durch die der Wind ungehindert hindurch pfeifen kann – damit es im Sommer drinnen nicht zu heiss wird.

Ariana Pradal

Architektur: Shigeru Ban Architects, Tokio
Generalunternehmer: Suruga Corporation/Kajima Corporation
Konstruktion: Arup Japan
Landschaftsplanung: Toru Mitani, Studio on Site
Beleuchtung: Lighting Planners Associates Inc.
Grafisches Design: Hara Design Center Inc.
Innenarchitektur Boutiquen Léon Hatot / Breguet: Atelier Oi



Bilder: ©Swardt (oben), ©Keiji Ashizawa (unten)



Links: Boutique für die Juweliermarke Léon Hatot. Gestaltung: Atelier Oi, La Neuveville
 Rechts: Verkaufsräume der Uhrenmarke Breguet. Gestaltung: Atelier Oi, La Neuveville