

Vorsprung durch Markenarchitektur : Audi Terminal AMAG Bern von GWJ Architekten

Autor(en): **Schindler, Anna**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **97 (2010)**

Heft 4: **Nicht gebaut = Non réalisé = Never built**

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-144744>

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.

Vorsprung durch Markenarchitektur

Audi Terminal AMAG Bern von GWJ Architekten

Pläne und Projektdaten siehe werk-material

Ein Bauwerk sei nur so gut wie sein Bauherr, sagt Sir Norman Foster, der mit vielen exzellenten Auftraggebern Projekte auf allen Masstabebenen entwickelt hat. Den Anspruch, über eine hochwertige Firmenarchitektur die Klasse der Marke weltweit zu verkünden, verfolgt auch der deutsche Automobilkonzern Audi – und hat deshalb 2005 einen internationalen Wettbewerb zur Neudefinition seiner Corporate Architecture durchgeführt. Die siegreichen Münchner Büros Allmann Sattler Wappner und «phase one» für den Bereich Innenarchitektur erarbeiteten in der Folge Richtlinien für das Design neuer «Audi-Terminals», die seit zwei Jahren rund um die Welt an strategisch wichtigen Standorten entstehen. 350 Terminals sind geplant, davon alleine 210 in Asien. Die erste dieser Erlebniswelten des gediegenen Autokaufs in Europa wurde im Sommer 2008 in Genf eingeweiht. Nun haben GWJ Architekten in Bern den dritten Audi-Terminal in der Schweiz fertiggestellt – und damit abermals eine

Spielart des globalen Konzepts durchdekliniert, das sich den Bedingungen des jeweiligen Standorts flexibel anpasst, ohne den Wiedererkennungswert der Marke zu schwächen.

«Vorsprung durch Technik» lautet der Wahlspruch des Ingolstädter Konzerns – und je nach Kontext wird er als «Vorsprung ist der Mut, neues Denken umzusetzen» oder auch «...der Wille, sich vom Gewöhnlichen abzuheben» ausgedeutet. Beides soll auf die neuen Audi-Terminals zutreffen: Die Corporate Architecture will den Kunden die Premium-Markenwelt bereits beim ersten Kontakt mit dem Händler atmosphärisch vor Augen führen. Audi-Terminals können sich deshalb sowohl im Bau wie im Betrieb nur Grossvertreter wie in der Schweiz die AMAG leisten. Sie sind nicht als Konkurrenz zum bestehenden, lokalen Händlernetz gedacht, sondern als unumgängliches Alternativangebot in Grossagglomerationen. Die Architektur der Terminals soll die Eigenschaften der Marke Audi verbildlichen: hochmoderne Technik, kombiniert mit einem eleganten Design, hohem Komfort und Sicherheit. Die lokalen Umsetzungen lässt das Unternehmen dabei von seinen Vertragshändlern mit Architekturbüros vor Ort entwickeln, um Lösungen zu erhalten, die auf den jeweiligen Kontext zugeschnitten sind. Das Gestaltungsmanual der Firma sieht dafür eine breite Palette an Typen vor: Vom eingeschossigen

freistehenden Pavillon bis zum mehrgeschossigen Gebäude in einer Baulücke kann ein Audi-Terminal fast jede Gestalt annehmen. Bindend sind dagegen seine Materialisierung innen wie aussen und eine Innenarchitektur mit Kurven und Schrägwänden, die seit der Moderne Schnelligkeit und Dynamik darstellen sollen.

Kurven als Wände

Der Berner Terminal spielt dieses Raumprogramm fast exemplarisch durch, obschon es weder einen Prototypen noch ein firmenintern verbindliches Vorprojekt gibt. Der Standort im Wankdorf erlaubte eine freistehende zweigeschossige Halle, die über einen gedeckten Verbindungsgang mit Durchfahrt an eine bestehende Werkstatt andockt. Diese reduzierte Anbindung an den Bestand liess den Architekten genügend Freiraum, das Firmenkonzept spielerisch zu interpretieren und – wegen der strengen Vorgaben zu Fassaden- und Oberflächengestaltung – für einen Industriebau ungeohnt hochwertig zu materialisieren.

Der Markenwert der Architektur beruht dabei auf einer einfachen, aber streng einzuhaltenden Kombination zweier Systeme. Eine orthogonale statische Hülle – die Industriehalle – wird mit einem dynamischen Prinzip der Innenraumgestaltung überlagert: mit einer Parallelkurve, die einem nachempfundenen Ausschnitt aus einer Renn-

Industriebau mit dynamisierenden Öffnungen (links) und «Kurve» als Ausstellungsraum (rechts)



Bilder: Thomas Jantscher

strecke entspricht. Diese Verquickung von Kurven und Geraden, die sich zwei- und dreidimensional ausformulieren lässt, ist originär genug, um unverwechselbare Fassadenprofile entstehen zu lassen. Dort, wo die Kurvenlinien der Präsentationsräume die vertikalen Flächen der Gebäudehülle schneiden, entstehen in der Fassade offene, geschosshoch verglaste Winkel mit schrägen seitlichen Begrenzungen, deren Neigung vom Radius der Kurve bestimmt wird. Dies verleiht den Öffnungen eine Dynamik, deren Logik sich jedoch erst beim Betreten des Verkaufsraums erschliesst.

Der Entwurf von GWJ Architekten basiert auf zwei rechteckigen Geschossen von je rund 1000 Quadratmetern Fläche und einer Höhe von 6.50 Metern. Dies ergibt einen quaderförmigen Baukörper, der dank seiner Höhe von insgesamt 15 Metern über die umgebenden Werkstätten und überdachten Autoabstellplätze hinausragt und von der nahen Autobahn aus als Landmark am Stadtrand sichtbar wird. Zugleich ist das Gebäude gross genug, um zwischen den markanten Bauten im grösseren Radius des Wankdorffelds – dem Stade de Suisse, der futuristisch anmutenden Sporthalle Wankdorf oder dem neuen Feusis-Schulzentrum – bestehen zu können. Farblich passt sich der Terminal mit seiner fast zur Hälfte geschlossenen Fassade aus perforiertem, natur-eloxiertem Aluminiumblech und den darin eingelassenen Glasfronten der Umgebung an – ohne jedoch darin zu verschwinden wie die benachbarte Glasbox des Konkurrenten Mercedes.

Auf die beiden Grundrissrechtecke wird pro Geschoss je eine gegenläufige Parallelkurve als Ausstellungsfläche projiziert. Deren anthrazitfarbener, fugenlos gegossener mineralischer Bodenbelag wird an der Aussenseite der Kurve auf die begrenzende Schrägwand hinaufgezogen, damit diese als «dunkle Steilwandkurve» erscheint. Auf der Innenseite steigt als Konterpart eine überhängende konvexe Wand in heller Materialisierung auf, die «weisse Kurve». Lage, Krümmung und Ausrichtung der beiden Wände dürfen im Grundkonzept zwar frei gewählt werden; sie müssen jedoch eine gut zu bespielende Präsentationsfläche frei lassen und zugleich genügend Raum bieten für Servicebereiche und Arbeitsflächen. Im Grundriss erinnert die Komposition an ein kurviges Stück Strasse, das sich quer durch den Raum zieht. Die beiden ausgesparten, hellen Eckbereiche bilden zwei diagonal versetzte tragende Kerne. Sie nehmen die Büroarbeitsplätze ebenso wie Abholbereich, Kundenempfang und die versteckte Erschliessung auf: zwei Treppenhäuser, einen Auto- und einen Personenlift. Licht und Ausblick erhalten die Kerne durch Binnenfenster in den offenen Hallenraum. Dieser wird von einer langen Rolltreppe durchschnitten, die den Besucher vom unteren in den oberen Ausstellungsbereich befördert.

Sternenhimmel für Autos

In der Umsetzung verlangte die schnittige Ästhetik den Konstrukteuren einiges ab: Die teils tragenden geneigten Kurven aus Stahlbeton wurden

vor Ort in vorgefertigte Schalen gegossen, die Rundungen aus zusätzlichem Dämmmaterial feinmodelliert. Die Halle selber ist eine Tragstruktur aus Stahl, die sich unter einer abgehängten Decke verbirgt. Bodenheizung, Kühldecken und eine kontrollierte Lüftung sorgen für ein ganzjährig angenehmes Raumklima; die Aussendämmung entspricht dem Minergiestandard. Davor ist die äussere Fassadenschicht aus Alublech gehängt, deren Lochmuster zu mindestens 50 Prozent perforiert und horizontal ausgerichtet sein muss.

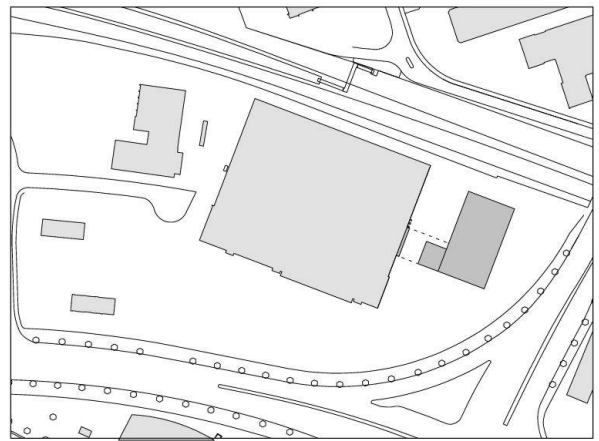
Vorgegeben ist neben der Möblierung der Ausstellungsräume auch deren Beleuchtung. Fünf bis sechs Deckenspots richten sich jeweils auf einen Wagen – ein Konzept, das zu einem scheinbar unregelmässigen Sternenhimmel an der Decke führt. Das Prinzip einer zu grossen Teilen geschlossenen Fassade mit Öffnungen auf alle Seiten gestattet es, auf aussen angebrachte Sonnenstoren zu verzichten. Bei direkter Sonneneinstrahlung wird einzig auf den exponierten Scheiben ein innenliegender Blendschutz wirksam. Die nicht angestrahlten Öffnungen bleiben transparent und damit der Blick auf den zentralen Inhalt des Bauwerks – das Produkt – Tag und Nacht frei. Vieles laufe zur Zeit erkennbar richtig bei der bayerischen VW-Tochter, schrieb das Nachrichtenmagazin «Der Spiegel» – dies trifft durchaus auch auf die Firmenarchitektur als adäquate Darstellung der Marke zu.

Anna Schindler



Audi Center AMAG, Bern

Standort: Wankdorffeldstrasse 60, Bern
Bauherrschaft: AMAG Automobil- und Motoren AG
Architekt: GWJ Architekten AG, Bern
 Mitarbeit: Donat Senn, Sandra Malicki, Dörthe Cordes, Sandro Schöbi, Jasmine Hadorn
Bauleitung: Marazzi Generalunternehmung AG, Köniz
Bauingenieur: Beyeler Ingenieure AG, Bern
HLKKS: roschi + partner AG, Bern
Elektroingenieur: CSP Meier AG, Bern



Situation

Projektinformation

Audi führte 2005 einen internationalen Wettbewerb für seine Corporate Architecture durch. In der Folge wurden von den Münchner Büros Allmann Sattler Wappner und phase one (Innenarchitektur) Richtlinien erarbeitet. Mit den Audi-Terminals werden die Verkaufsstellen in den Dienst der Markenkommunikation gestellt. Das Konzept ist Teil einer umfassenden Corporate Identity, welche bei Typografie, Form und Farbe des Logos ansetzt, und über das grafische Erscheinungsbild, die Bekleidung des Verkaufspersonals etc. bis hin zum öffentlichen Auftritt der Fanclubs reicht. Die Terminals sollen die Produkteigenschaften «Dynamik, Asymmetrie und Transparenz» kommunizieren. Das Unternehmen lässt seine Vertragshändler mit lokalen Architekturbüros kontextspezifische Projekte entwickeln. Vom eingeschossig freistehenden Pavillon bis hin zur in einen Blockrand implementierbaren mehrgeschossigen Lösung sind zahlreiche städtebauliche Typologien und Variationsmöglichkeiten möglich. Der Berner Terminal ist eine der ersten Umsetzungen.

Raumprogramm

Ausgangspunkt des Entwurfs sind rechteckige Geschosse, auf deren Grundriss die gekurvte Fläche des Showrooms projiziert wird. An seiner äusseren Begrenzung geht der dunkle Bodenbelag in eine als Steilwandkurve lesbare Wand über, an der Innenseite steigt eine überhängende konvexe Wand mit heller Materialisierung auf. Lage, Krümmung und Ausrichtung dieser Wände dürfen so gewählt werden, dass die dienenden Räume nach Bedarf organisiert und mit Durchbrüchen erschlossen werden können. Die Durchdringung des Showrooms mit den Fassaden der «Box» generiert die Umriss der geschosshohen, seitlich schräg geschnittenen Bandfenster.

Konstruktion

Das Haus ist als Stahlbetonkonstruktion mit Aussendämmung und vorgehängten perforierten natureloxierten Aluminiumblechen ausgelegt. Die geneigten Wände sind teils tragend, teils in Leichtbauweise ausgeführt.



Bilder: Thomas Jantscher

Gebäudetechnik

Das Gebäude entspricht dem Minergie-Standard. Wärme wird mit Wärmepumpe und Erdsonden erzeugt, über eine Fussbodenheizung zu- und über Gipskühldecken abgeführt. Die Räume im EG und OG werden mechanisch belüftet. Bei der Luftaufbereitung erfolgt eine Wärmerückgewinnung mit bedarfsweiser Nachwärmung bzw. Nachkühlung der Frischluft. Die Luft wird über im Boden versenkte Quellluftauslässe eingebracht, die verbrauchte Luft wird über Diffusionsgitter an der Decke abgesaugt.

Organisation

- Direktauftrag
- Auftraggeberin: Marazzi Generalunternehmung AG
- Einzelunternehmung

Grundmengen nach SIA 416 (2003) SN 504 416*Grundstück:*

GSF Grundstücksfläche	6 858 m ²	
GGF Gebäudegrundfläche	1 107 m ²	
UF Umgebungsfläche	5 751 m ²	
BUF Bearbeitete Umgebungsfläche	5 751 m ²	

Gebäude:

GV Gebäudevolumen SIA 416	25 399 m ³	
GF UG	2 857 m ²	
EG	1 107 m ²	
EGG	1 107 m ²	
OG	990 m ²	
OGG	990 m ²	

GF Grundfläche total	5 967 m ²	100.0 %
NGF Nettogeschossfläche	5 215 m ²	87.4 %
KF Konstruktionsfläche	752 m ²	12.6 %
NF Nutzfläche total	4 516 m ²	75.7 %
Verkauf und Ausstellung	1 398 m ²	
Verkauf und Beratung	373 m ²	
Werkstatt	106 m ²	
Büro	119 m ²	

VF Verkehrsfläche	456 m ²	7.6 %
FF Funktionsfläche	242 m ²	4.1 %
HNF Hauptnutzfläche	4 429 m ²	74.2 %
NNF Nebennutzfläche	88 m ²	1.5 %

Erstellungskosten nach BKP (1997) SN 506 500

(inkl. MwSt. ab 2001: 7.6%) in CHF

BKP

1 Vorbereitungsarbeiten	130 000.-	0.8 %
2 Gebäude	14 384 000.-	86.8 %
3 Betriebseinrichtungen (kont. Lüftung)	646 000.-	3.9 %
4 Umgebung	627 000.-	3.8 %
5 Baunebenkosten	191 000.-	1.2 %
6 Reserve	595 000.-	3.6 %
1-6 Erstellungskosten total	16 573 000.-	100.0 %

2 Gebäude	14 384 000.-	100.0 %
20 Baugrube	220 000.-	1.5 %
21 Rohbau 1	6 068 000.-	42.2 %
22 Rohbau 2	624 000.-	4.3 %
23 Elektroanlagen	1 130 000.-	7.9 %

24 Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage	1 620 000.-	11.3 %
25 Sanitäranlagen	312 000.-	2.2 %
26 Transportanlagen	516 000.-	3.6 %
27 Ausbau 1	502 000.-	3.5 %
28 Ausbau 2	1 143 000.-	8.0 %
29 Honorare	2 249 000.-	15.6 %

Kostenkennwerte in CHF

1 Gebäudekosten BKP 2/m ³ GV SIA 416	566.-
2 Gebäudekosten BKP 2/m ² GF SIA 416	2 040.-
3 Kosten Umgebung BKP 4 /m ² BUF SIA 416	109.-
4 Zürcher Baukostenindex (4/2005 = 100) 4/2008	110.5

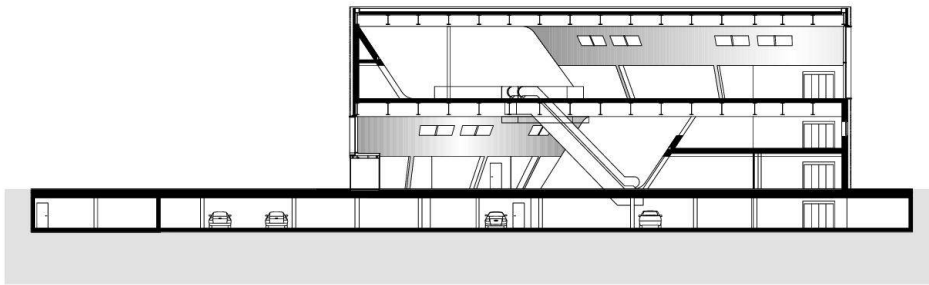
Energiekennwerte SIA 380/1 SN 520 380/1*Gebäudekategorie und Standardnutzung:*

Energiebezugsfläche	EBF	4 468 m ²
Gebäudehüllzahl	A/EBF	0.92
Heizwärmebedarf	Qh	98 MJ/m ² a
Wärmerückgewinnungskoeffizient Lüftung		73.1 %
Wärmebedarf Warmwasser	Qww	13.70 MJ/m ² a
Vorlauftemperatur Heizung, bei -8 °C		40 °
Stromkennzahl: Wärme	Q	9.5 kWh/m ² a

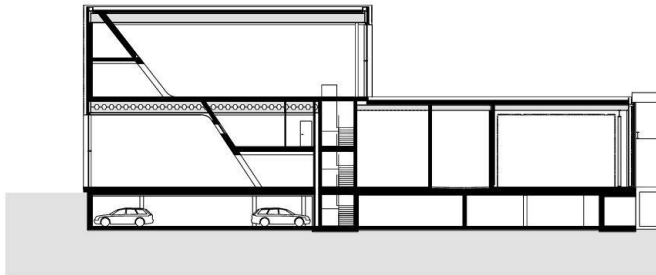
Bautermine*Planungsbeginn:* Februar 2007*Baubeginn:* Juli 2008*Bezug:* August 2009*Bauzeit:* 13 Monate

Siehe auch Beitrag in wbw 4 | 2010, S. 50

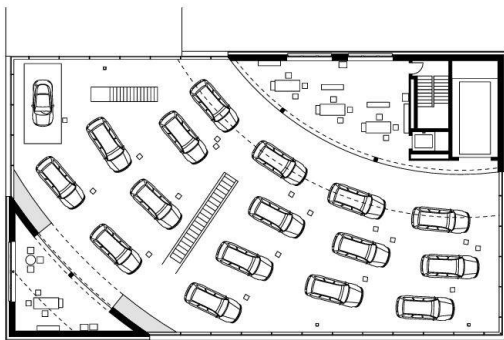




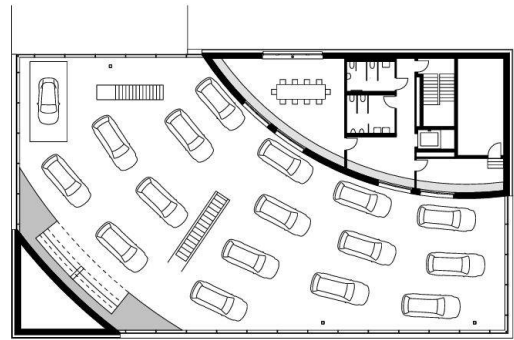
Längsschnitt



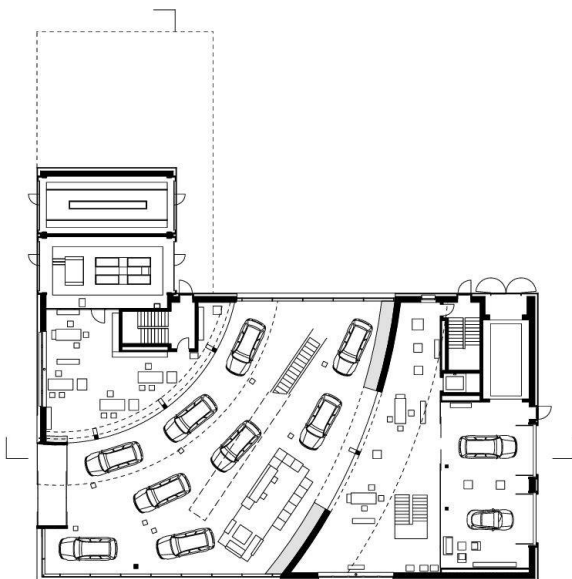
Querschnitt



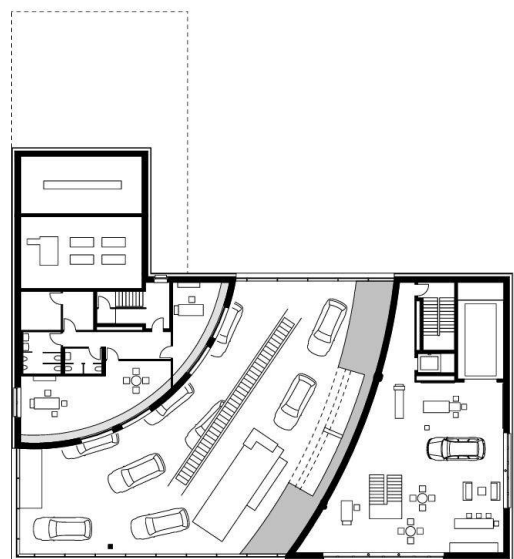
Obergeschoss



2. Zwischengeschoss



Erdgeschoss



1. Zwischengeschoss



Bodenaufbau OG Ausstellungsraum	
- fugenloser, mineralischer Belag, colorstone	5 mm
- Zementunterlagsboden	90 mm
- PE-Trennlage	
- Trittschalldämmung	20 mm
- Stahlbetondecke	220 mm
- HEB 1000	1000 mm
- Kühldecke (weiss)	150 mm

Bodenaufbau EG Galerie	
- Teppich + Kleber	15 mm
- Zementunterlagsboden	85 mm
- PE-Trennlage	
- Trittschalldämmung	20 mm
- Stahlbetondecke	300 mm
- Kühl- + Streckmetallkassettendecke	250 mm

Bodenaufbau EG Service	
- helle Fliese + Kleber	15 mm
- Zementunterlagsboden	80 mm
- PE-Trennlage	
- Trittschalldämmung	20 mm
- Stahlbetondecke	500 mm
- Dämmung, Mehrschichtplatten SW	125 mm
- Anstrich	

Bodenaufbau UG	
- WU-Beton (wasserundurchlässiger Beton)	250 mm
- Magerbeton	80 mm
- Erdreich	

