Assemblage mit Kisten : Showroom des Weinhauses Albert Reichmuth in Zürich von OOS

Autor(en): **Joanelly, Tibor**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **98 (2011)**

Heft 11: **et cetera Cape Town**

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-177726

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 Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Bilder: Claudio Merlini

Oben: Cité du Lignon 2010, Vorhangfassaden mit Fenstern und opaken Paneelen; unten: Prototyp eines renovierten Fensters gemäss Variante C (Ersatz der alten Öffnungsflügel durch neue Profile unter Wahrung der ehemaligen Erscheinung mit doppeltem Verbundglasfenster und integrierter Jalousie).

Bauten, eine vertiefte architekturhistorische, konstruktive und materialtechnische Auseinandersetzung lohnt, nicht zuletzt und vor allem aus wirtschaftlichen Gründen. Dass mit solchen Strategien zugleich in hohem Masse auch denkmalpflegerische Anliegen erfüllt werden können und – wie im Fall der Cité du Lignon – ein architektonisch ausserordentlicher Zeuge aus dem letzten Abschnitt der «Trente Glorieuses» nicht zu Tode saniert werden soll, stimmt zuversichtlich.

Nott Caviezel

La Cité du Lignon à Genève. Etude architecturale et énergétique des enveloppes. EPFL – ENAC – IA – TSAM (Techniques et sauvegarde de l'architecture moderne et contemporaine), Franz Graf (Leitung), Giulia Marino (Mitarbeiterin).
Im Auftrag von: Office du patrimoine et des sites – Service des monuments et des sites DCTI – Etat de Genève; Services de l'Energie, ScanE, DT – Etat de Genève; Comité Central du Lignon.
Methode und Resultate des Forschungsprojekts samt Spezialstudien sind mit Text, Abbildungen und Plänen in drei A4-Bänden festgehalten, aber nicht weit gestreut publiziert.
franz.graf@epfl.ch / giulia.marino@epfl.ch

Assemblage mit Kisten

Showroom des Weinhauses Albert Reichmuth in Zürich von OOS

Der Weingenuss beginnt in den meisten Fällen mit dem Betrachten einer Flaschenetikette. Entsprechend – ist man versucht zu sagen – bahnt sich der Weinkauf mit dem Blick ins Schaufenster einer Weinhandlung an. Doch dem ist selten so; mehr als etwa drei Viertel des in der Schweiz im Einzelhandel verkauften Weins findet seinen Absatz über einen Grossverteiler oder über den Direktverkauf via Internet oder ab Rampe. Bis vor knapp einem Jahr war dies auch beim seit fast 75 Jahren im Zürcher Quartier Aussersihl ansässigen Weinhaus Albert Reichmuth so: Die hauptsächlich aus den traditionellen Anbaugebieten Frankreichs stammenden Weine wurden von Stammkunden aus dem Katalog ausgesucht und bestellt und in wenigen Fällen auch selbst abgeholt. Meist lieferte der Weinhändler die Bestellung direkt nach Hause.

Um am angestammten Ort, einem aufstrebenden ehemaligen Arbeiterquartier, besser wahrgenommen zu werden, entschloss sich das Weinhandelshaus, den Verkauf ab Lager um eine «Galerie du Vin» zur Strasse hin zu erweitern. Dort ist es nun möglich, Wein zu degustieren und einzelne Flaschen direkt zu erstehen.

Bouquet und Gaumen

Im Gegensatz zu einer Weinetikette kann ein Schaufenster das Produkt, das es präsentiert, direkt anzeigen, denn über die durch Klarglas wahrgenommenen Waren ist deren Botschaft unmittelbar erfassbar. Eine gute Weinetikette «bildet» den Flascheninhalt immer nur mittelbar «ab» – im besten Fall präsentiert sie denn auch über die grafische Gestaltung die Werte, die der Weinproduzent mit seinem Produkt verbindet. Den mit dem Ausbau der Galerie beauftragten Architekten von OOS aus Zürich schien dieser Unterschied bewusst zu sein – und dennoch spielt ihr Entwurf metaphorisch mit dem Ritual der Weinprobe. Die Schaufenster des neuen Geschäfts leiten den Blick zuerst auf eine gepflegte und komplexe Warenwelt – und geben somit ein Versprechen ab zu der Weinkultur, für die das Unternehmen steht. Der Blick durch die Schaufenster offenbart Weinflaschen in einer Art Höhle aus gestapelten und von der Decke hängenden Kisten, edel präsentiert. Der an gutem Wein interessierte Kunde ist eingeladen, in den Laden einzutreten. Hat er die drei Stufen des Baus aus der Gründerzeit überwunden und die Türe hinter sich geschlossen, so schlägt ihm ein kräftiger harziger Duft entgegen; wie bei der Verköstigung eines guten Weins ist dies die erste positive Sinneswahrnehmung. Wenn beim Wein diesem Eindruck die Dechiffrierung der Aromen im Gaumen folgt, dann lässt sich dieses Entdecken wiederum auf die visuelle Suche nach der richtigen Flasche übertragen; und wie bei einer Degustation wird im Laden diese Suche durch kundige Beratung unterstützt.

Das Ausstellungskonzept ist denkbar einfach gehalten: Originale, allerdings extra und neu hergestellte Bordeaux-Kisten aus Kiefernholz, werden zu einer einzigen Displaylandschaft zusammengesteckt. Seine Umsetzung entpuppte sich aber als anspruchsvoll. Die Schwierigkeiten zeigten sich schon bei der planerischen Darstellung. Auch wenn der gesamte Ladenausbau im Modell im Voraus gemäss den Vorgaben des Verkaufs arrangiert worden war, so zeigte sich, dass in der Realität des Ladenlokals andere räumliche Gesetze gelten als postuliert. In enger, zeitaufwändiger Zusammenarbeit mit der Bauherrschaft wurde vor Ort die endgültige Form gefunden. Bauseitige Anpassungen und Formatdifferenzen bei den Kisten führten zu einem bedeutend höheren Bedarf an Holzboxen als ursprünglich geplant.

Struktur und Abgang

Die Kisten-Landschaft bietet sehr viele Stellmöglichkeiten für Flaschen; das Angebot kann oft neu arrangiert werden und präsentiert sich entsprechend auch der Stammkundschaft immer wieder anders. Im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, nahe beim Eingang und in der Mitte des Verkaufs-

raums, stehen jeweils aktuelle und verbilligte Weine; ihre Präsentation unterscheidet sich aber kaum von den thematisch nach Anbauregionen sortierten anderen Verkaufsbereichen. Für die ausgestellten Weine bilden die Kisten den Hintergrund, eine Art strukturalistisches Rauschen; alle weiteren gestalterischen Entscheide sind diesem Präsentationskonzept untergeordnet, sowohl vom Entwurf her als auch im Verkauf. Die Preise sind einheitlich von Hand direkt auf die Flaschen geschrieben; zu den einzelnen Erzeugnissen sind jeweils Abreisszettel mit wichtigen Informationen über Herkunft, Assemblage und Verköstigung mit Nägeln an die Kisten angeschlagen. Diese lapidare Art der Beschriftung und Befestigung mag auf einen ersten Blick dem hohen und oft elitären Anspruch einer Spitzen-Weinkultur zuwiderlaufen, findet aber im Handwerklichen der Weinherstellung dennoch eine angemessene Entsprechung. Und die gestapelten Kisten erzählen auch auf überzeugende Art von einer für den Weinhandel typischen Atmosphäre des Provisorischen, Lagerhaften.

Im hinteren Bereich des Ladens findet sich ein kleiner, leicht schräg verzogener, farblich rubinrot gehaltener Tresen mit glatt polierter Oberfläche, der sowohl der Buchführung als auch der Weinprobe dient; er ist ein architektonisches Element inmitten von Holz und Flaschenglas und kontrastiert das Gestapelte und Aufgetürmte. In Anlehnung an Roland Barthes' «Literatureffekt» liesse sich hier etwas salopp von einem «Architektureffekt» sprechen. Denn hier wird der Unterschied von Architektur und Dekoration deutlich, aber auch ein für das Büro OOS typisches Vermischen der Disziplinen: Wenn die aufeinandergetürmten und aneinandergehängten Kisten einen vor allem dekorativen Reiz haben – und dieser wird durch teilweise sich verwerfende Kisten noch verstärkt –, so sind sie nach architektonischen – will heissen räumlich-funktionalen, kompositorischen und auf Dauer ausgelegten – Kriterien geordnet und aneinandergefügt, so dass eine zusammenhängende Struktur entsteht, welche die Bedingungen der Aufgabe in ein Ganzes überführt. In der Behandlung der Beleuchtung wird deutlich, wie sehr der Ladenausbau architektonisch gedacht ist: Um die gleichzeitige Roh- und Feinheit von Kisten und Flaschen nicht zu hintertreiben, ist die eminent wichtige Beleuchtung nicht etwa versteckt integriert – vielmehr fanden die Architekten mit den von Sommerlatte & Sommerlatte entworfenen Downlights ein zusätzliches gestalterisches Element, das zwar in seiner Grösse und Form an Weinflaschen anklingt, die Idee einer Anverwandlung aber nicht der Lächerlichkeit preisgibt. In der gemeinsamen formalen «Struktur» der einzel-

Grundriss, Eingangspartie an der Feldstrasse (oben), Verkaufsraum und Tresen (unten).

Bilder: Christine Müller

nen Elemente passt das eine zum anderen wie die verschiedenen Traubensorten bei einer gelungenen Assemblage.

Wenn man sich im Laden nun endlich für einen Wein entschlossen hat, so wird die gewählte Flasche nicht etwa eingepackt und mitgegeben. Das Verkaufspersonal greift stattdessen zum Telefonhörer und veranlasst, dass ein paar Augenblicke später der Kellermeister in der Tür zu Treppenhaus, Hofausgang und Durchgang zum Lager erscheint, um einem eine Flasche desselben Weins, richtig temperiert und gelagert, eigenhändig zu übergeben. Dieses kleine Ereignis hat zwar nichts mit Architektur zu tun, ist aber dennoch eine feine Geste innerhalb eines ganzheitlichen Konzepts von Präsentation und Repräsentation, das auch bei Kennern der Architektur für einen lang anhaltenden Abgang sorgt. Tibor Joanelly

Adresse: Feldstrasse 62, 8004 Zürich
Bauherrschaft: Weinhaus Albert Reichmuth AG
Architekten: OOS, Zürich
Naming und Signaletik: Caspar, Poltéra, Zürich
Lichtplaner: Sommerlatte & Sommerlatte, Zürich

Raum für Weindegustationen

Bild: Christine Müller

Phantastische Landschaften

Ausstellung «Hochhaus – Wunsch und Wirklichkeit» im Museum für Gestaltung Zürich

Die Bilder der beiden in sich zusammenstürzenden Wolkenkratzer am Südende von Manhattan sind 10 Jahre nach dem Attentat, das die Welt bisher im 21. Jahrhundert prägt, omnipräsent. Das Bauen in die Höhe bedeutet immer auch ein Überwinden der Angst, ist ein Spiel mit Statik, Schwerkraft und Symbolik. Im September 2001 wurde die Verletzlichkeit der hoch in den Himmel ragenden Stahl-, Glas- und Betontürme überall auf der Welt augenfällig – und begründete zugleich eine neue Faszination für den Bautypus Hochhaus. Dass wer höher baut, mächtiger oder zumindest reicher ist, erzählen schon die Geschlechtertürme in San Gimignano. Zur Zeit wachsen die wagemutigsten Nadeln in Dubai, Shanghai und London aus dem Boden – und das Erreichen immer absoluterer Höhenmarken scheint unabdingbar mit der Lust an ihrer Konzeption verknüpft. Der Statuskampf findet mittlerweile nicht mehr zwischen Städten oder Ländern, sondern zwischen ganzen Kontinenten statt: Neben den Tausenden «normal hoher» Wolkenkratzer bis zu 200 Metern Höhe gibt es rund um den Globus rund 50 superhohe Hochhäuser von 300 Metern und mehr. Nur gerade sieben davon sind vor 1990 entstanden – ebenso wurden rund drei Viertel der insgesamt 600 Türme über 200 Meter Höhe in den letzten zwanzig Jahren gebaut. Der Hochhaus-Bauboom ist ein Phänomen der Gegenwart; gebremst wird das Streben nach Rekordmarken nicht etwa von Bauvorschriften, sondern alleine von der Ökonomie und ihren periodischen Krisen.

So gesehen verkörpert die Ausstellung im Museum für Gestaltung exakt den Zeitgeist – inhaltlich ebenso wie in ihrer glatten, eleganten Form. Diese bezieht verschiedene Medien ein, gesteht den klassischen Präsentationsmitteln der Architektur – Plan, Bild und Modell – aber am meisten Raum zu. Der Szenographie gelingt es dazu, mittels kulissenhafter Ausstellungskörper aus jeweils zwei Wandscheiben, die durch unterschiedlich hohe Sockel miteinander verbunden sind, die Assoziation an eine Skyline zu wecken.

Die städtische Realität

Das Hochhaus steht exemplarisch für heutige Urbanität und bauliche Verdichtung. In Asien dient das vertikale Wachstum der Grossstädte denn auch in erster Linie zur Lösung des Problems fehlenden Wohnraums im Stadtkern, in Europa dagegen stellt das Wohnen im Hochhaus neuerdings das Privileg einer vermögenden Minderheit dar. Hier hat das Hochhaus seinen Ausnahmecharakter innerhalb der Städte nie verloren: Geschäftshochhäuser in Innenstädten erhalten selbst, wenn sie konzentriert auftreten, ihrer Sichtbarkeit im historischen Kontext wegen stets Monumentcharakter. In Amerika dagegen wurde der Hochhausbau seit der ökonomischen Krise von 2008 markant reduziert. Zur Zeit realisieren die kompetentesten amerikanischen Hochhausbauer ihre Türme in Asien und im Mittleren Osten. Dabei wird neben der Höhe auch die ökologische Komponente immer wichtiger: Eigene Systeme zur zusätzlichen Stromversorgung, natürliche Belüftung, wasserfreie Urinale oder spezielle Isolierverglasungen werden bei zeitgenössischen Hochhäusern immer öfter angewandt.

Die Ausstellung zeigt diese verschiedenen Aspekte des Hochhausbaus in Bezug zu der spezifischen kulturellen und planerischen Umgebung einzelner Städte. New York, London, Zürich, Hongkong und Shanghai sind die Schauplätze des ersten Teils. Dabei begegnet man etwa der hochkant aufgestellten «Glasscherbe» von Renzo Pianos «Shard London Bridge», mit 310 Metern das künftig höchste Gebäude Europas. Der spitz aufragende Turm, der zur Eröffnung der Olympischen Sommerspiele 2012 fertiggestellt sein soll, berücksichtigt den über ganz London geltenden Schutz der Sichtachsen auf die Kuppel von St Paul's Cathedral und die Westminster Abbey. Zugleich aber zeigt die «Scherbe» den typischen individuellen Ausdruck von Londoner Hochhäu-