

Zeitschrift: Bauen + Wohnen = Construction + habitation = Building + home : internationale Zeitschrift

Herausgeber: Bauen + Wohnen

Band: 16 (1962)

Heft: 5

Artikel: Werbepavillon eines Textilbetriebes in Emsdetten/Westfalen

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-331206>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.01.2026

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

Helmut Farwick

Werbepavillon eines Textilbetriebes in Emsdetten / Westfalen

Entwurf: 1960

Ausführung: 1961

Aufgabe:

Im Jahre 1960 erteilte ein Textilbetrieb den Auftrag, für die betriebs-eigene Werbeabteilung ein getrenntes Bürogebäude zu entwerfen. Das Bürogebäude sollte in sich getrennt die Räume für die Werbographiker und die Texter aufnehmen. Für gemeinsame Beratungen und Besprechungen mit der Betriebsleitung und den Vertretern sollte ein Sitzungszimmer als zentraler Raum geschaffen werden.

Die Entwicklung des Betriebes und die zu erwartenden Erweiterungen auf dem vorhandenen Grundstück, die noch in keiner Weise festgelegt waren, erforderten ein eventuelles späteres Umsetzen des Gebäudes.

Aus diesem Grunde sollte das Objekt aus vorgefertigten Teilen geplant und demontierbar gestaltet werden. Eine veränderliche Kombination der einzelnen Wandelemente war bei Planung und Konstruktion zu berücksichtigen.

Eine möglichst weitgehende Vorfabrikation entsprach außerdem den Wünschen des Bauherrn, da das Werbebüro spätestens im Mai 1961 bezugsfertig sein sollte und die Baugenehmigung für einen frühzeitigen Baubeginn im Herbst 1960 zu spät erteilt wurde.

Lösung:

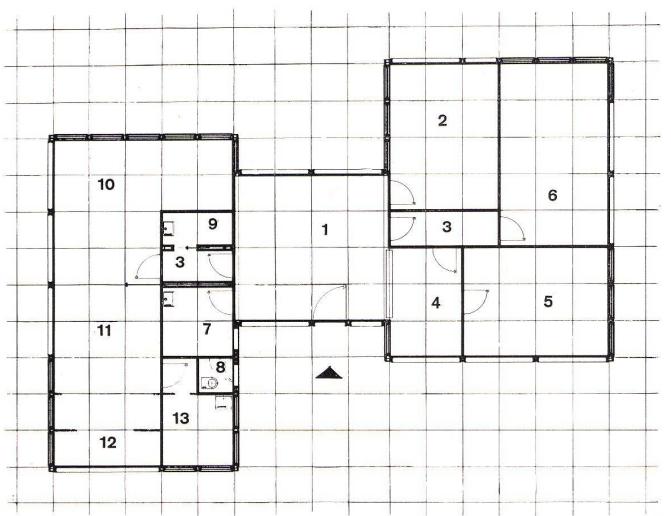
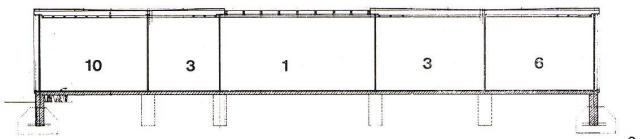
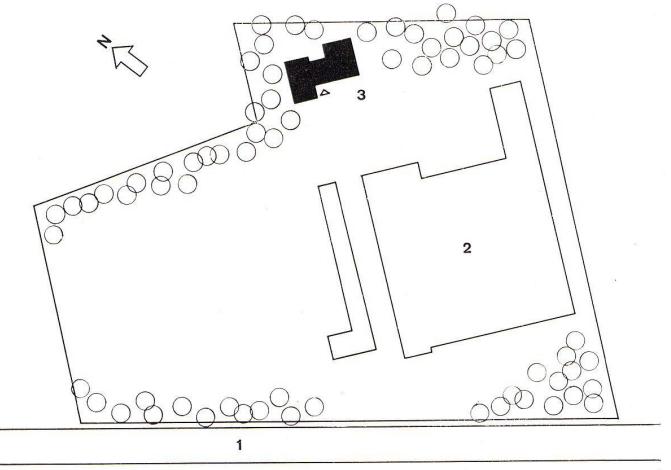
Nach der Überprüfung verschiedener Möglichkeiten zur Errichtung des Gebäudes, wurde ein Brachlandstreifen an der östlichen Grenze des Fabrikgrundstückes neu erworben, welcher mit Heide, niedrigen Fichten und Birken bestanden war. Baumbestand und Heideboden wurden im Rahmen des Möglichen erhalten und die zerstörten Stellen nach Fertigstellung des Gebäudes im ursprünglichen Zustand wiederhergestellt.

Bis auf die betonierte Grundplatte, die Rabitzdecke, den Estrich und die Dachhaut sind alle Teile vorgefertigt und montierbar entwickelt worden.

Die Mehrkosten für die Ausführung des Pavillons in Montagebauweise sind bei einem einmaligen Umsetzen vollauf ausgeglichen, da der Kostenanteil der wiederverwendbaren Teile zirka 60% der Gesamtbaukosten beträgt.

Konstruktion:

Der Konstruktion liegt ein Maßsystem von 1375 mm zugrunde. Die tragende Stahlkonstruktion beschränkt sich auf handelsübliche Industrieprofile. Die Einspannstützen an den acht Ecken der beiden Baukörper aus

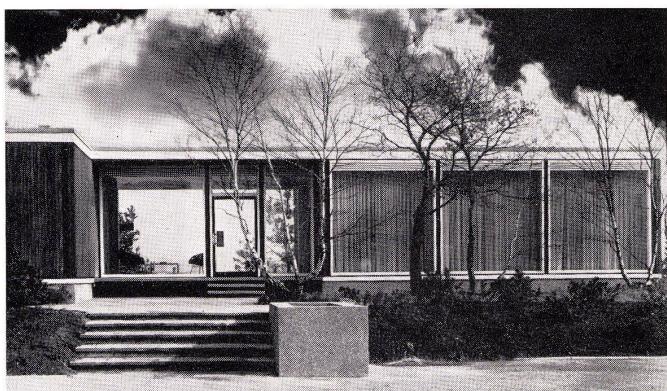


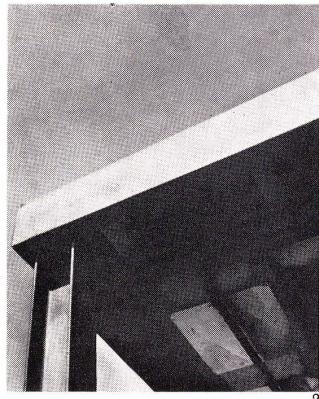
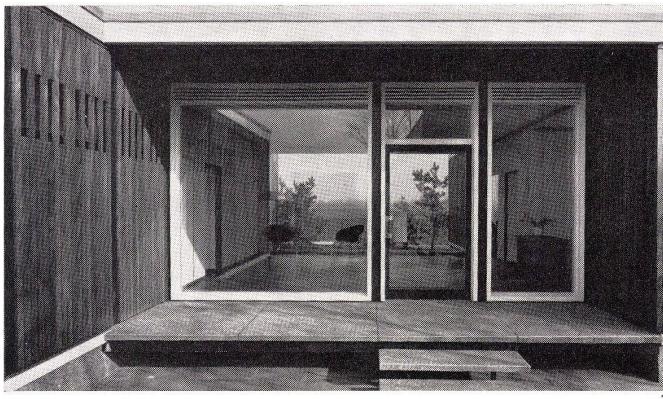
1
Situation 1: 2000
1 Straße
2 Textilfabrik
3 Werbepavillon

2
Schnitt 1:250
1 Eingang
3 Flur
6 Textraum
10 Atelier

3
Grundriß 1:250
1 Eingangshalle
2 Sitzungszimmer
3 Flur
4 Sekretär
5 Heimberatung
6 Textraum
7 Garderobe
8 WC
9 Putzraum
10 Atelier
11 Werkraum
12 Schaufenster
13 Dunkelkammer

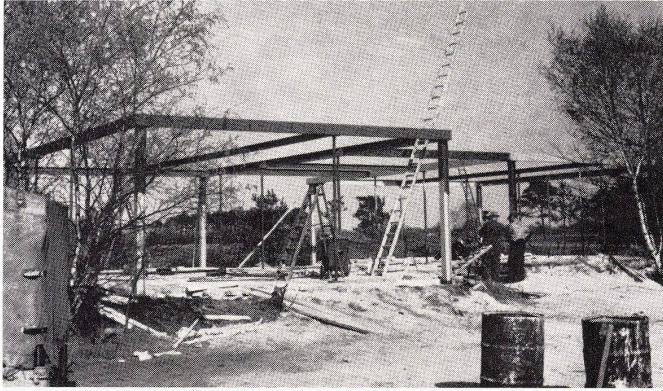
4
Westansicht



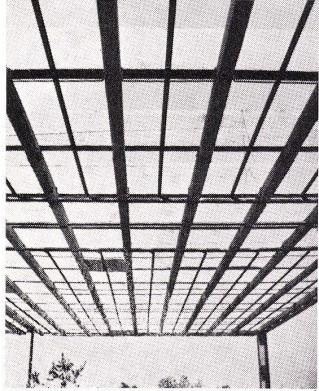


1

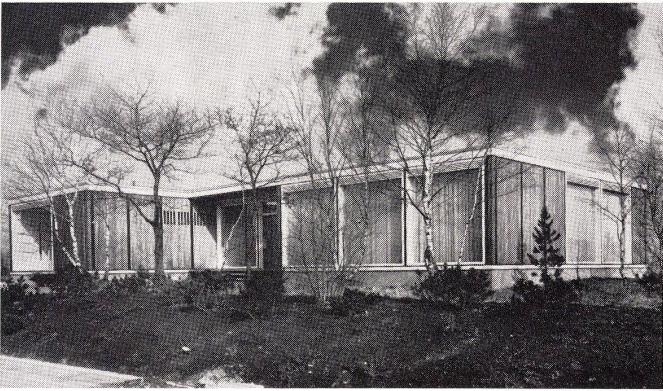
2



3



4



5

- 1 Haupteingang
- 2 Detail Dach: Einspannstütze P 16, Gesimsträger C 22, Holzbalken, Isolation und Stramax-Deckenheizung.
- 3 Montierte Stahlkonstruktion
- 4 Am Holzbalk montierte Stramax-Heizung.
- 5 Gesamtansicht

Die Rolle des Architekten bei Fabrikbauten

von Hermann Guttman, Teilhaber des Victor Gruen Associates

Die neue Richtung beim Bauen von Fabriken, wie man es etwa von den großen, nordamerikanischen Autobahnen her sieht, kann wohl auf ein wachsendes Bewußtsein des Reklamewertes und der Förderung der «Public Relations» durch schöne Fabrikbauten zurückgeführt werden. Die Industriezonensplanung fällt oft mit den Hauptverkehrsadern zusammen. Weil die Fabrikbauten dadurch einem sehr großen Teil der Öffentlichkeit sichtbar gemacht werden, läßt sich die Betonung des «Fabrikbildes» bei den Industriellen rechtfertigen. Dann wird der Architekt beigezogen. Während der ersten Konferenzen und der Erforschung der Verhältnisse mag der Bauherr wohl ungeduldig sein mit der Beschäftigung des Architekten mit den funktionellen und betriebsmäßigen Aspekten des Projekts.

Wie sich aber seine Geschicklichkeit bei der Lösung der unzähligen Probleme, wie Standort, Produktionsweg, Einfügung ins Landschaftsbild, Flexibilität und Ausdehnungsmöglichkeiten, zeigt, beginnt der Architekt sich erhöhter Autorität in den Augen der Fabrikleitung zu erfreuen. Die Beteiligten sind aber am meisten darauf gespannt, wie es aussehen werde.

Es gibt aber noch einen anderen Grund für die Beschäftigung mit der äußeren Erscheinung. Neben den herkömmlichen Kriterien für die Planung von Fabrikbauten steht das gegenwärtig für die Industrie sehr akute Problem des Personalmangels. Die Atmosphäre des Gebäudes wird zu einem äußerst wichtigen Anreiz in der Personalwerbung, und der Architekt muß mehr und mehr eine Atmosphäre schaffen, die möglichst weit von den Vorstellungen des Fabrikbetriebes entfernt ist.

Beim Planen genügt eine Berücksichtigung der Betriebskapazität und der Bauökonomie nicht. Allzuoft in der Vergangenheit führte dies zu weitgespannten Bauten mit monotonen Wänden, wobei die Räume

für die Vorsteher und das Hilfspersonal in Winkeln und Ecken am Rande des Hauptgebäudes angehängt wurden. Nicht selten konnte man Büros mit 8 Fuß langen Wänden und einer 20 Fuß hohen Decke finden. Abgesehen vom Büro des Präsidenten der Firma, das speziell geplant wurde, wurde die Mehrzahl der Büroräume von einem System beleuchtet, das für Fabrikräume geplant war. Auch in bezug auf die Klimaanlage wurden sie als Anhänger betrachtet, und häufig bestanden die Fenster aus Teilen von Flügeln, die mit der Raumunterteilung nicht zusammenfielen.

Vom Architekten verlangt man heute ein Gefühl für Proportionen und vor allem für eine menschliche Atmosphäre. In allen Nebengebäuden, die vom eigentlichen Fabrikbetrieb losgelöst werden können, ist eine mehr oder weniger wohnliche Atmosphäre jetzt üblich. Aufenthaltsräume für die Freizeit und Erholung der Angestellten werden wirklich als solche geplant und mögen wohl ihrem Charakter nach einem Klubhaus gleichen.

Ein typischer Fall für diese neue Richtung ist die kürzlich vollendete

P 16, die Pendelstützen aus Ø 63, das umlaufende Gesimsprofil aus [22 und das Sockelprofil aus [10 mit aufgeschweißtem Montagewinkel bilden das tragende Gerippe. In das umlaufende Gesimsprofil schieben sich die Holzbalken der Flachdachkonstruktion ein.

Die Dachhaut aus 4 cm Awatekt mit zwei Lagen bituminierter Pappe und 5 cm loser Kiesschüttung legt sich auf die 24 mm starke Unterschalung aus normalen imprägnierten Schaltafeln. Unter die Holzkonstruktion wurde die Stramax-Heizung installiert und eine Rabitzdecke daruntergehängt.

Die Innenwandelemente wurden nach Fertigstellung des Estrichs und der durchlaufenden Stuckdecke zwischen Fußboden und Deckenkonstruktion gespannt.

Die Außenwandelemente zeigen folgende Konstruktion: von außen nach innen: 24 mm zweimal geölte Kambalaschaltung, 2x2 cm Poresta mit 5 cm Luftzwischenraum und 20 mm Sperrplatten, die an der Raumseite mit Latex gestrichen sind.

Die Gesamtkonstruktion hat einen K-Wert von 0,5.

Die Fensterelemente mit den eingebauten Lamellenstoren sind in Pitchpine gearbeitet und mit Thermopane fest verglast. Zur Lüftung der Räume sind 16 cm hohe Dauerlüfter eingebaut.

Ausbau:

Sämtliche Räume sind mit einem unigrauen Tellux-Teppich auf Dämmostrich ausgelegt. WC, Photolabor und Abstellraum haben einen Mipolam-Belag. In der Diele sind bruchraue rechteckige Schieferplatten verlegt. Die eingebaute Stramax-Heizung ist über ein Gegenstromaggregat an die Betriebsanlage angeschlossen und wird vollautomatisch reguliert.

Sämtliche Leitungen der sanitären Installation und der Heizung sind offen auf den Wänden montiert und farbig gestrichen. Die Zuleitungen für die Elektroinstallation wurden in die Zwischenräume der Wandelemente verlegt.

Fabrik für Rose Marie Reid im San-Fernando-Tal bei Los Angeles, Kalifornien. Diese Firma ist führend in der Herstellung von Badeanzügen und bekannt für den Flair von Modeschönheiten. Sie zog mehrere Bauplätze für die Errichtung ihres neuen, vergrößerten Betriebsgebäudes in Betracht. Ihre bisherige Fabrik-Anlage, die sich Stück für Stück entwickelt hatte, war vollkommen unzureichend. Doch war sie für die Anwerbung von erfahrenem Personal günstig gelegen. Obwohl sich der neue Bauplatz im Tal als hervorragend erwies, was seine Beschaffbarkeit und den Verkehrsan schlüß betraf, so blieb ein großes Fragezeichen: Wird sich genug Personal finden, sei es durch Anwerbung aus der Umgebung, oder sei es, daß die gegenwärtigen Angestellten dazu gebracht werden können, mit der Firma umzuziehen. Die Eigentümer entschlossen sich, das Personalproblem zu riskieren, aber sie milderten es sehr, indem sie dem Auftrag an den Architekten die besondere Forderung hinzufügten, daß die Fabrik nicht nur denselben Flair ausdrücken sollte, für den die Firma bekannt war, sondern auch ein