

Das Wunder von Affoltern

Zur Autobahnrasstation Knonaueramt von OOS

Die Entstehungsgeschichte der Raststätte Knonaueramt liest sich wie ein kleines Wunder. In der ursprünglichen Planung des neuen Autobahnabschnittes der A4 zwischen Zürich und Cham gar nicht vorgesehen, verdankt sie ihre Existenz einer privaten Initiative. Ihren Platz fand sie schliesslich in Affoltern am Albis, an einer auf den ersten Blick denkbar ungünstigen Stelle: im Zentrum der Autobahneinfahrt. Von Rampen und Brücken bedrängt, ist die Doppelnutzung des Bodens ein Gewinn für die Landschaft. Im Inneren erwachsen daraus, anders als man meinen könnte, keine Nachteile – im Gegenteil.

Das «Wunder» setzt sich fort in der Arbeit von OOS, die nicht nur für den Innenausbau zuständig waren, sondern auch die Marke «MY STOP» – so heisst die Raststätte – entwickelt haben. OOS stellten ein interdisziplinäres Team aus Grafikern, Lichtplanern, Duft- und Beschallungsspezialisten zusammen, die Zielgruppen und deren Bedürfnisse formulierten sowie die Markenwerte definierten. Diese strategische Arbeit war in der weiteren Planung und in der Zusammenarbeit mit der Bauherrschaft von grossem Nutzen, weil die Entscheide immer im Bewusstsein dieser Werte gefällt werden konnten. Als Branding-Laie fragt man sich allerdings, ob Attribute wie «lokal», «innovativ», «modern», «nachhaltig», «serviceorientiert» und «persönlich» spezifisch genug sind, um

einem Dienstleistungsunternehmen ein Gesicht zu geben. Wer würde sich diese Eigenschaften heutzutage nicht auf die Fahne schreiben? Das fertige Resultat kommt allerdings so schlüssig daher, dass am Vorhandensein einer gemeinsamen, von allen Beteiligten getragenen und verinnerlichten Haltung nicht gezwifelt werden kann – von welchen Begriffen sie auch immer abgeleitet ist. In diesem Zusammenhang von einem Wunder zu sprechen, ist deshalb angebracht, weil Entwicklung, Umsetzung und Pflege der Marke keine Brüche aufweisen. Hier wurde das ganze Programm bestellt und umgesetzt. Gewiss, die Raststätte wurde erst am 13. November 2009 eröffnet, die Qualität der Markenpflege muss sich erst noch weisen. Die Voraussetzungen aber sind gut: Der aktuelle Flyer für das «Thai Gourmet Festival» gehorcht exakt dem unaufdringlichen typografischen Gestaltungskonzept von Christian Riis Ruggaber, CRR Graphic Design, der auch für die Signaletik verantwortlich zeichnet.

Plötzlich diese Übersicht

Im Idealfall ist eine Autobahnrasstation so gelegen, dass sie in beiden Fahrtrichtungen gleich oft aufgesucht wird und die Strasse so stark frequentiert ist, dass es sich lohnt, auf beiden Seiten ein identisches Raumprogramm zu realisieren und zu bewirtschaften. Wo dies nicht der Fall ist, führen Fußgängerbrücken oder mit Vogelgezwitscher beschallte Unterführungen zu derjenigen Seite mit dem grösseren Angebot. Eine ähnliche Zwitter-

stellung nehmen Raststätten ein, die über der Autobahn liegen. Sie haben zwar den Vorteil, dass nur ein Restaurant einzurichten ist, dessen Erreichbarkeit gestaltet sich aber nicht einfacher. In Affoltern gibt es vier Publikumsgeschosse, denen Verweilzeiten von 5, 15, 30 und 60 Minuten zugeschrieben werden. Logisch, dass der Tankstellenshop mit der kürzesten Zeit im Erdgeschoss und das Restaurant mit der längsten Aufenthaltsdauer zuoberst angeordnet ist. Dazwischen befinden sich ein Take-Away (15 Minuten) und das Laden geschoss (30 Minuten).

Es ist der vergleichsweise geringen Grösse des Bauwerks zu verdanken, dass man sich trotz des vielfältigen Angebotes nie in einem Shopping-Center wähnt. Alles ist sehr übersichtlich hier. Und wünschte man sich das Gebäude von aussen etwas länger, damit es weniger nach einem Haus mit zwei Löchern für die Durchfahrt von Autos aussähe, sondern zur Brücke würde, erweist sich die beschränkte Längenausdehnung im Innern als Glückssfall. Sie ermöglichte mit einfachsten Mitteln eine Erschliessung des Restaurants im Sinne einer «promenade architecturale», die nicht nur räumlich, sondern auch betrieblich überzeugt. Ist die Wegführung im Erd- und Zwischengeschoss auf beiden Autobahnseiten noch identisch, macht es im Folgenden einen Unterschied, ob man sich auf dem Weg nach Zürich oder in die Innerschweiz befindet. Wer nach Norden will, wird auf seinem Weg ins Restaurant zuerst das Ladengeschoss durchqueren, ehe er am anderen Ende zur auf-

1. Obergeschoss: Bar und Take-away



2. Obergeschoss: Ladengeschäfte als Verkaufsinself



wärts fahrenden Rolltreppe findet. Der Südreisen-de dagegen gelangt direkt ins Restaurant und pas-siert erst danach die Shops. Diese Erschliessung ist für die Läden positiv, da sie auf jeden Fall fre-quentiert werden. Und den Restaurantbesucher dürfte der «Umweg» nicht weiter stören, da er – wegen des kleinen Hauses – kurz ist und nur ein-mal begangen werden muss.

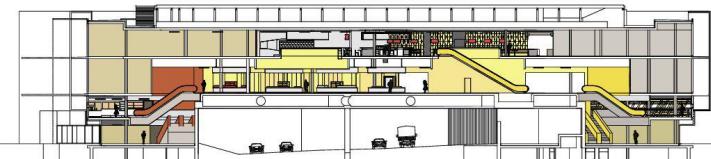
Kurz soll auch der Schritt zum (nicht beabsich-tigten) Kauf sein: Damit man einen Laden gar nicht erst betreten muss, gibt es Verkaufsinseln innerhalb der Verkehrsfläche. Geplant waren acht, realisiert wurden vier. Die potenziellen Mieter konnten sich die Inseln trotz Visualisierungen und Modellen nicht vorstellen. Jetzt, da sie gebaut sind, finden sie grossen Zuspruch. Man kann ein um-fangreiches Sortiment auf kleiner Fläche präsen-tieren und wird «automatisch» wahrgenommen – aber nicht allen gelingt die Präsentation gleich gut unter den kreisrunden Ringen, in denen ein ab-senkbarer Vorhang für den nächtlichen Verschluss steckt. Anders als bei den beiden Tankstellenshops im Erdgeschoss, wo unterschiedlichste Produkte und Verpackungen in den schwarz lackierten Met-tallgestellen einen aufgeräumten, ja gediegenen Eindruck hinterlassen, mangelt es der Ware auf den weissen «Tellern» zuweilen an Halt.

In Farbe und Material identisch, aber rechteckig in der Form, gibt es die Inseln aus weissem Acryl-stein auch im Restaurant, wo sie der Essens- und Getränkeausgabe dienen und den Raum gliedern. Damit werden nicht nur unterschiedlich dimen-

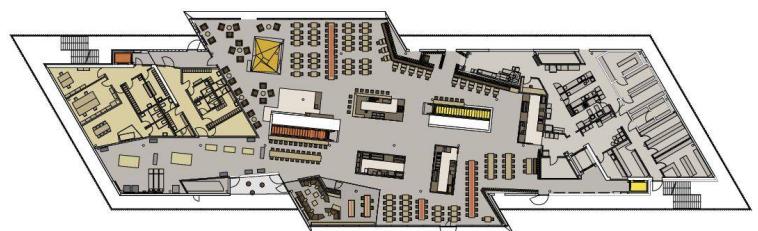
3. Obergeschoss: Restaurant



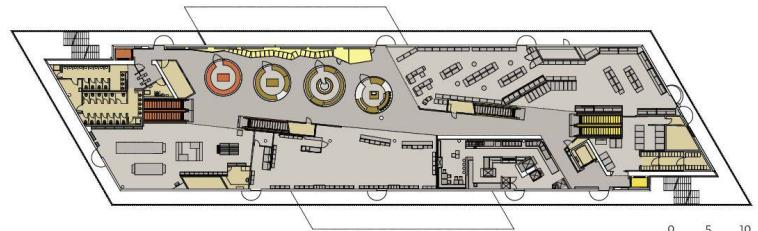
Bilder: Dominique Marc Wernli



Längsschnitt



3. Obergeschoss



2. Obergeschoss

0 5 10

ATMOSPHÄRE – STIMMUNG

INDIVIDUALISIERT / WARM
FOKUSSIEREND / ZURÜCKHALTEND
LEBENDIG / FRISCH
SCHLICHT / INFORMATIV

sionierte Aufenthaltsbereiche ausgeschieden, sondern auch die Durchschusswirkung der beiden vorgegebenen, kastenartigen Panoramafenster gemindert. Überhaupt ist interessant zu beobachten, wie OOS mit ihren Interventionen gleichermassen mit der und gegen die dominante Struktur des Rohbaus arbeiten. Die Grundrissgeometrie räumlich in weiten Teilen negierend, ist das Rohbau-gerüst formgebend für die abgependelte Grundbeleuchtung und prägt die beiden Take-Aways, in denen es mit unterschiedlichen Mitteln sichtbar gemacht wird. Im Fall der schiefwinkligen Wandverkleidung kippt dies ins Absurde; so, als wollte man davon ablenken, dass dieser Raum den Spagat zu leisten hat, Aufenthalts- und Erschliessungsraum in einem zu sein. Mit einem Augenzwinkern zu «lesen» ist auch der mit Braille-Schriftzeichen

ornamentierte Wandteppich im Restaurant: Sätze übers Autofahren aus Film und Musik.

Reich und dicht gestaltet

Die erwähnte Grundbeleuchtung legt unter den schwarz gestrichenen Decken und den sichtbar belassenen Installationen ebenso einen roten Faden durch das Haus wie die Wandverkleidungen aus gold-metallic lasierten OSB-Platten, die im Ladengeschoss flächig und im Restaurant reliefartig eingesetzt werden. Anwendung und Verarbeitung der Materialien sollen Raumatmosphären hervorrufen, die entsprechend der Aufenthaltszeit von unten nach oben in ihrer Wertigkeit zunehmen. Dieses Prinzip ist erkennbar, die Unterschiede sind jedoch nur graduell. Beim erwähnten Tankstellenshop könnte es sich auch um einen

Ableger von Globus Delicatessa handeln, zumal die MY STOP-Lebensmittel aus regionaler Produktion wie Käse, Trockenfleisch und Teigwaren – und nicht zu vergessen der Kaffee aus der eigenen, im Restaurant stehenden Rösterei – mit einem schlichten Papieretikett versehen sind, das an das Edel-Warenhaus erinnert. Freilich ist das Restaurant am reichsten ausgestattet, und der Gummigranulat-Boden weicht hier einem Parkett aus Räuchereiche. Wenn nun aber von Reichtum die Rede ist, dann ist damit die Dichte an Gestaltungs- und Funktionselementen gemeint. Mag man den Ausdruck «serviceorientiert» auch für einen Allgemeinplatz halten, hier oben sieht man, was es heissen könnte, wenn man ihn befolgt: Es gibt eine Smokerlounge mit Raucherbalkon, eine Baby-Stillecke, die diesen Namen auch verdient,

Gut für Architekten und Ingenieure: A3 Farb All-in-Ones für unter 500 CHF!

Fotos in A6, Standards in A4, Pläne oder CAD-Animationen in A3. Maximale Gestaltungsfreiheit können sich jetzt auch kleinere Büros mit niedrigeren Druckaufkommen leisten.

Als einziger Hersteller bietet Brother A3 All-in-Ones mit Inkjet-Technologie. Die ideale Lösung für alle, die mehr Einsatzmöglichkeiten von einem Business-Gerät erwarten und bisher die hohen Anschaffungskosten einer A3 Lösung gescheut haben. Mehr Papierformate, mehr Funktionen, mehr Anschlüsse, mehr Speichermedien, mehr Qualität.

Drucken, Kopieren, Scannen und Faxen von A6 bis A3.

Das Top-Modell bietet sogar kostensparenden A4 Duplexdruck mit Broschürenfunktion. Erfreulich, dass auch die Folgekosten im ökonomisch vernünftigen Rahmen bleiben: Separate und besonders ergiebige HighCapacity-Tintenpatronen sparen bis zu 40% Kosten.

Schnell, effizient und flexibel:

Mit 35 A4 Seiten pro Minute in Schwarzweiss und 28 A4 Farbseiten pro Minute erledigen die neuen A3 All-in-Ones Routine-Jobs und Farbaufgaben in professionellem Tempo. Anschluss finden die A3 Inkjets, je nach Modell, über USB Hi-Speed oder die integrierten LAN- und WLAN-Schnittstellen. Zwei Papierkassetten erlauben den gleichzeitigen Einsatz unterschiedlicher Papierformate und -sorten, der randlose Fotodruck ist direkt von diversen Speichermedien möglich, die Bildbearbeitung kann über das Display direkt am Gerät vorgenommen werden, Vorlagenglas und Dokumenteneinzug sind für gebundene wie mehrseitige Vorlagen geeignet und zahlreiche Profi-Funktionen beim Kopieren, Scannen und Faxen bieten angenehmen Komfort im Büroalltag.



Geprüfte Umweltverträglichkeit:

Alle A3 All-in-Ones gehören zu der neuen Brother Gerätegeneration die mit dem Energy Star und dem Blauen Engel ausgezeichnet ist. Damit sind die Geräte als energiesparend, ressourcenschonend und emissionsarm klassifiziert. Diese wichtigen Prüf- und Gütesiegel geben die Sicherheit, sich mit dem Kauf eines Brother A3 Business-Inkjets für ein besonders umweltfreundliches Produkt zu entscheiden.

brother
at your side

www.brother.ch

weil sie mehr ist als ein Stück ungenutzter Korridor. Es hat Billardtische und Flipperkästen sowie eine Spielinsel für die Kleinen, die so platziert ist, dass man als Eltern am Tisch sitzen bleiben kann, ohne seine Schützlinge aus den Augen zu verlieren.

OOS mögen bedauern, dass ihre Überlegungen zur räumlichen Zonierung und Schaffung ungewohnter Raumerfahrungen mittels Duftwolken und popmusikfreier Beschallung aus finanziellen Gründen nicht realisiert wurden. Und natürlich hätte man im Außenraum die holprig vorgeschlagene Zufahrstrasse, die dazu hätte beitragen sollen, dass die MY STOP-Welt nicht erst am Gebäude beginnt, gerne gehört und gespürt. Der Bau ist aber auch so ein aussergewöhnlicher Ort geworden, der eindrücklich zeigt, wie Autobahnrasenstätten auch sein könnten.

Alois Diethelm

Wendepunkte im Bauen

Ausstellung im Architekturmuseum der TU München in der Pinakothek der Moderne

Stehen wir heute wieder an einem Wendepunkt im Bauen, am Übergang von der seriellen zur digitalen Architektur? Ist es, ein halbes Jahrhundert nach Konrad Wachsmanns «Wendepunkt im Bauen», Zeit, die nächste Revolution auszurufen, die uns die Architektur des Informationszeitalters bringen wird? Wer die aktuelle Ausstellung im Münchner Architekturmuseum besucht in der Erwartung, sich mit solcherlei revolutionären Thesen auseinanderzusetzen zu können, wird enttäuscht. Anders als der Titel «Wendepunkt(e) im Bauen – Von der seriellen zur digitalen Architektur» viel-

leicht erwarten liesse, wird wenig über die Zukunft des Bauens spekuliert. Die Ausstellung ist in erster Linie eine Retrospektive, bei der die seriellen, nicht die digitalen Bauweisen im Fokus stehen. Es ist aber trotzdem eine gelungene Schau. Mit wunderschönen Modellen, welche die Entwicklung verschiedenster Modulbausysteme über annähernd zwei Jahrhunderte vor Augen führen, bietet sie auch für das digitale Bauen wertvolle Anregungen.

Modelle

Wie Winfried Nerdinger im Katalog zur Ausstellung schreibt, ist Konrad Wachsmanns 1959 erschienenes Buch unbedingt zu den einflussreichsten Architekturbüchern des 20. Jahrhunderts zu zählen. Dass der darin proklamierte Wendepunkt



DESAX AG
Oberflächenschutz
Riedenstrasse 1
8737 Gommiswald

T 055 285 30 85
F 055 285 30 80

DESAX SA
Protection des surfaces
Ch. de la Forêt 10, CP 16
1024 Ecublens

T 021 635 95 55
F 021 635 95 57
info@desax.ch
www.desax.ch

Die Graffitischutz-Spezialisten

Les spécialistes de l'anti-graffiti

®
DESAX
schützt Bauten unsichtbar
protège vos bâtiments de manière invisible