

turrisbabel

10 2003

Geschäfte und Bars

Negozi e bar

60

Trimestrales Mitteilungsblatt der Kammer der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner, Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen
Notiziario trimestrale dell'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della Provincia Autonoma di Bolzano

De Architectura

Baukultur mit Supermärkten.

Die Firma MPreis in Tirol

Interview mit / Intervista con

Rainer Schölzhorn

Franz Staffler





Trimestrales Mitteilungsblatt der Kammer
der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner,
Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen
Notiziario trimestrale dell'Ordine degli Architetti,
Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della
Provincia Autonoma di Bolzano
Sparkassenstraße 15 via Cassa di Risparmio
I – 39100 Bolzano / Bozen
Tel. 0471 971741 <http://www.bz.archiworld.it>
e-mail: turrisbabel.bz@archiworld.it



Verantwortlich für den Inhalt / Direttore responsabile:
Luigi Scolari

Vizedirektor / Vicedirettore:
Umberto Bonagura

Redaktion / Redazione:
Lukas Abram, Pier Francesco Bonaventura,
Alessia Carlotto, Angela Giudiceandrea,
Sabrina Pievani, Emil Wörndle

Kammerbeauftragter / Resp. rapporti con l'Ordine:
Roberto D'Ambrogio

Verantw. für die Werbung / Resp. per la pubblicità:
Ulrich Weger, Tel. 0471/973886

Grafik / Grafica: www.Lupe.it (BZ)

Druck / Stampa: Europunto (VR)

Für Wort, Bild und Zeichnungen zeichnen
die jeweiligen Autoren verantwortlich.

Scritti, fotografie e disegni impegnano soltanto
la responsabilità dell'autore.

Register der Druckschriften des Landesgerichtes Bozen
Registro stampe del tribunale di Bolzano
N./n. 22/97 vom/del 9.12.1997

Oktober / Ottobre 2003

Spedizione in a.p., 45%, art. 2 comma 20/b,
legge 662/96 – Filiale di Bolzano

Kostenlose Verteilung / Distribuzione gratuita

Foto Titelseite / Foto copertina:

Bozen, Lauben /
Bolzano, Portici

© Ludwig Thalheimer / Lupe

Editorial / Editoriale

- 2 Ground zero
Luigi Scolari
De Architectura Geschäfte / Negozi
- 4 Vom langen Weg zum schnellen Bauen
Zusammengestellt von Sabrina Pievani
- 10 2. Durchgang
Zusammengestellt von Alessia Carlotto
- 16 La «pelle» dell'architetto
Alberto Vignolo
- 22 Sacri Fumi
a cura di Umberto Bonagura
- 26 Arcade: 12 Ebenen für ein Geschäft
Zusammengestellt von Andrea Santini
- 28 1063. Goldschmiede
Elisabeth Schatzer
- 30 Negozio di fiori a Bolzano
Zusammengestellt von Alessia Carlotto e Umberto Bonagura
- 32 Geschäft Shri Lakshmi. Indisches Kunsthandwerk
Zusammengestellt von Alessia Carlotto
- 34 Schuhhaus Dissinger, Brixen
Zusammengestellt von Umberto Bonagura
- 36 Fünf Höfe, Five Courtyards for the Munich City Centre
Zusammengestellt von Assistent Communications, Herzog & de Meuron
- 40 „De Call“ Flag-Ship-Store in Deutschland
Zusammengestellt von Umberto Bonagura
- 42 AWG: DonGil
Zusammengestellt von Lukas Abram
Interview
- 46 Architetti imperatori
a cura della redazione
- 50 I love shopping
a cura di Umberto Bonagura, Angela Giudiceandrea, Luigi Scolari
- 56 Politik, Wirtschaft und das Erscheinungsbild der Stadt
Zusammengestellt von Lukas Abram
Statements
- 60 Osservazione sui Portici
Pier Francesco Bonaventura
De Architectura Bars / Bar
- 62 Restaurierung des „Batzenhäusl“ in Bozen
Gertrud Kofler
- 64 Umbau der Erweiterung des „Batzenhäusl“ in Bozen
Christoph Mayr Fingerle
- 68 „Walther's – Caffè Ristorante“
a cura di Umberto Bonagura
- 70 Bar Hilde
a cura di Umberto Bonagura
- 72 Gasthof Figl
Zusammengestellt von Andrea Santini
- 74 Il Bar Hintergasse a Brunico
Giovanni Dissegna
- 78 Baukultur mit Supermärkten. Die Firma MPreis in Tirol
Zusammengestellt von Emil Wörndle
Textbausteine / Architetture di carta
- 84 Al Paradiso delle Signore
a cura di Alberto Vignolo
Wettbewerbe / Concorsi
- 86 Concorso per una scuola elementare a Vipiteno
a cura della redazione

Luigi Scolari

Editorial
Editoriale

Le tre possibilità

La città, struttura dinamica, estesa per chilometri quadrati, milioni di metri cubi di cemento, mattoni e calcina, quinta architettonica multiforme di stili, stratificata nella storia, eretta a ridosso della maglia stradale, suddivisa per isolati, generata per quartieri, è percepita dall'uomo che per generazioni l'ha demolita e ricostruita, questo essere umano, altezza media 1 metro e settanta, a partire dal suo punto di vista: da terra. Dal basso, dal piano stradale su cui agevolmente può muoversi il frequentatore abituale di questo quanto mai complesso tessuto urbano, il cittadino ma anche il visitatore curioso, il turista, la città è percepita in modo selettivo. Tutta questa complessità si perde, obliata dalle luminaires, che irretiscono lo sguardo, e la percezione si concentra sulla vetrina del negozio.

Sul ground zero si aprono gli spazi commerciali e della sosta, i bars, a cui è dedicato questo numero 60 di turrisbabel.

Abbiamo voluto indagare se e come l'immagine della città dipende anche dalla percezione e dalla qualità di questi esercizi, valutando che a prescindere dalla loro funzione di servizio essi potrebbero e dovrebbero svolgere un ruolo rappresentativo per la città (I love shopping pag. 50). Vetrine, insegne, plateatici, emissioni acustiche, cartelloni pubblicitari influenzano in modo rilevante quello che in senso più limitato viene altrimenti definito "arredo urbano". Da parte della pubblica amministrazione, sarebbe auspicabile avviare dei progetti di gestione qualitativa almeno per

gli arredi dei plateatici, che invadono lo spazio pubblico, sempre più risicato, con tavolini, sedie in plastica e ombrelloni di scarsa qualità anche fuori degli orari di esercizio. Come i bar, anche i negozi tendono a riversare i loro spazi all'esterno, ampliando vetrine a discapito del pubblico passaggio, insensibili a proporzioni e indifferenti alle composizioni delle facciate architettoniche in cui si inseriscono (Osservazioni sui Portici pag. 60).

Compito dei gestori più sensibile sarebbe quello di testimoniare che anche iniziative e progetti modello, possono contemporaneamente soddisfare le proprie esigenze di reddito e quelle di tutela e salvaguardia dello spazio pubblico (Architetti imperatori pag. 46). Sino ad ora l'invasione dei grandi centri commerciali è stata tenuta a freno da preventivi piani urbanistici e del commercio, che ci hanno risparmiato dalla triste sorte delle province vicine, Veneto e Trentino, e contemporaneamente hanno permesso ai "piccoli" commercianti di prosperare e crescere, generando anche dei piccoli imperi. Molti sostengono che un mercato più libero e aperto all'offerta del commercio all'ingrosso, garantirebbe una riduzione dei prezzi. Se al consumatore verrà offerta una tale opportunità, dovremmo almeno evitare di ricreare il paesaggio di capannoni prefabbricati che ben conosciamo, e fare invece tesoro iniziative imprenditoriali lungimiranti come quelle della catena austriaca M-Preis (Baukultur mit Supermärkten

pag. 78). Per gestori e commercianti le preoccupazioni e le difficoltà nell'affrontare la ristrutturazione e l'allestimento del proprio spazio sono numerose ed le situazioni sono molto differenziate. Il mercato degli affitti condiziona in modo tangibile la durabilità e sopravvivenza di un esercizio. Esercizi di lunga tradizione, ma con locali in affitto, hanno chiuso i battenti. In casi eclatanti, alcuni proprietari hanno valutato che le rendite da locazione sono più soddisfacenti ed hanno preferito chiudere o trasferire l'attività affittando gli spazi a grandi catene commerciali, che sole possono permettersi le posizioni centrali, a volte con unico scopo di rappresentatività. Il centro storico diviene sempre più anonimo e simile a quello di tante altre città. Chi decide di rinnovare i locali o apre una nuova attività ha davanti a se tre strade. Arrangiarsi con un allestimento "fatto in casa", come avviene per alcuni bars e quasi mai per il negozio. Qui, risolti i requisiti tecnici e d'igiene di talune attività specifiche, si ritiene che per creare un'atmosfera accogliente bastino tavoli e sedie in legno di seconda mano.



Altrove sono le ditte specializzate che propongono cosiddette soluzioni su misura per il cliente, vantando un'esperienza pluriennale e tempistica garantita. La gestione chiavi in mano e la sicurezza dei tempi di consegna sono fattori determinanti nella scelta del committente. A fronte di queste garanzie, implicite nell'offerta di qualsiasi professionista capace, raramente la soluzione proposta va oltre un adattamento alle dimensioni dei locali di un arredamento



di serie, cui la ditta fa riferimento o produce in proprio. La merce è esposta su ripiani, il negozio, anche se ravvivato dai colori di pareti e pannelli fortemente illuminati, diventa un magazzino. I progetti pubblicati testimoniano la terza via, valutino i commercianti ed i gestori di locali quale sia per loro la soluzione più soddisfacente.

Die Stadt, diese in Jahrhunderten gewachsene, dynamische Struktur von enormen Dimensionen, wird vom Mensch, diesem durchschnittlich 170 cm großen Wesen, von seinem Standpunkt, dem Boden, aus wahrgenommen. Diese Wahrnehmung von unten bedeutet einen sehr selektiven Blick auf das urbane Gefüge. All die Komplexität der Stadt tritt zurück, die Wahrnehmung konzentriert sich auf die Vitrinen der Geschäfte, der Bars.

Sie prägen diese Ebene Null, – und ihnen ist diese Ausgabe 60 von turrisbabel gewidmet.

Wir wollten untersuchen, ob und in welchem Maße das Bild der Stadt von der Erscheinung und der Qualität dieser Strukturen abhängt und ob sie über ihre eigentliche Funktion hinaus auch eine repräsentative Rolle für die Stadt spielen (I love shopping S. 50). Schaufenster, Schilder, Eingänge, Werbeelemente prägen das Erscheinungsbild der Stadt. Es wäre wünschenswert, wenn die öffentliche Verwaltung Richtlinien wenigstens für die Gestaltung jener Bereiche erlassen würde, die den öffentlichen Raum prägen, der auch außerhalb der Öffnungszeiten immer mehr von hässlichen Tischen, Plastikstühlen und Sonnenschirmen verunstaltet wird. Auch die Geschäfte stülpen sich gleichsam in den öffentlichen Raum hinaus, ohne Rücksicht auf die Ordnung und die Proportionen der Fassaden, in denen sie sich befinden (Osservazioni sui Portici S. 60). Dabei beweisen die Initiativen und Projekte einiger weniger, dass es möglich ist, wirtschaftliches Interesse und Rücksicht auf den öffentlichen Raum zu vereinbaren (Architetti imperatori S. 46).

Die Schaffung von großen Einkaufszentren konnte bisher durch urbanistische Maßnahmen und Initiativen der Kaufleute gebremst werden. Das unglückliche Los der Nachbarprovinzen Trentino und Veneto blieb uns so erspart, und viele kleine Kaufleute konnten überleben und wachsen, einige sogar über die Maßen. Viele vertreten die Ansicht, dass ein freier Markt die hohen Preise senken könnte. Falls in Zukunft diese Möglichkeiten geschaffen werden, sollten wir wenigstens darauf achten, diese Märkte rücksichtsvoll in die Landschaft zu setzen, wie es uns die österreichische Supermarktkette MPreis beispielhaft vorführt (Baukultur mit Supermärkten S. 78). Der Umbau und die Einrichtung von Geschäftsräumen gestaltet sich für Pächter und Kaufleute häufig pro-

blematisch: Hohe Mieten erschweren das Überleben und viele Traditionsbetriebe mussten deshalb ihre Läden schließen. In manchen Fällen war es für die Geschäftsbesitzer lukrativer, ihre Tätigkeit einzustellen und die Räumlichkeiten an große Ladenketten zu vermieten, die sich zentralste Lagen leisten können, manchmal auch nur zu reinen Repräsentationszwecken. So wird das Stadtzentrum immer anonym und dem anderer Städte immer ähnlicher. Wer einen Umbau oder eine Geschäftseröffnung plant, hat im Grunde drei Möglichkeiten: Eine Selfmade-Einrichtung, wie man es hauptsächlich bei Bars häufig sieht, wo schon ein paar gebrauchte Tische und Stühle eine einladende Atmosphäre schaffen können. Dann gibt es die Möglichkeit, sich an spezialisierte und erfahrene Firmen zu wenden, die mit schlüsselfertige und maßgeschneiderten Einrichtungen werben. Darin sehen viele den großen Vorteil, obwohl diese Garantien eigentlich von jedem Professionisten erwartet werden können. Diese



Lösungen sind meist nichts anderes als eine individuelle Anpassung von seriell gefertigten Einrichtungs-elementen, und das so gestaltete Geschäft besteht aus einer Ansammlung von Regalen und eher einem Magazin. Die in dieser Ausgabe gezeigten Beispiele zeigen die dritte Möglichkeit auf, – überlassen wir es dem Urteil der Unternehmer, welcher Weg für sie der zufriedenstellendste sein kann.

Kurt Egger, Dora Aichner, Werner Seidl

De Architectura
Geschäfte / Negozi

Vom langen Weg zum schnellen Bauen – eine Baugeschichte

Am Anfang stand ein aus allen Nähten platzendes Athesia Buch- und Papierhaus in Bruneck – von Prof. Arch. Othmar Barth vor 30 Jahren geplant und gebaut. Ein Gebäude, von städtebaulicher und innenräumlich höchster Qualität, dem keine Möglichkeit zur Erweiterung gegeben war. Nach langem Suchen fand der Bauherr durch den Erwerb des ehemaligen Sennigebäudes, Stadtgasse 4, die Möglichkeit zur Erweiterung. Der kleinere Teil des Stammhauses – die Papierabteilung – sollte im sanierten Ex-Sennigebäude ihren Platz finden, die Buchabteilung das ganze Stammhaus füllen. Nach einem genehmigten Sanierungs- und Umbaukonzept für das neue Haus wurde der Athesia das an das Ex-Sennihaus angrenzende Rechhaus angeboten. Durch etliche Studien wurden verschiedene Sanierungs- und Umbaukonzepte für beide Häuser durchgespielt. Durch die nun vorhandene Dimension in Fläche und Kubatur beschloss der Bauherr, nicht die Papierabteilung, sondern das Buch- und zukünftige Medienhaus hierher zu verlegen. Das von Prof. Arch. Othmar Barth geplante Stammhaus sollte nun als Papier-, Geschenk- und Spiele-Haus genutzt werden. Durch drei verschiedene Niveaus in den zwei bestehenden Häusern, feuchtes bis nasses Mauerwerk im schlossbergseitigen Teil und die zu geringe Traglast der erst kürzlich ausgewechselten Decken war die Nutzung des Bestandes als Buch und Medienhaus nur schlecht möglich. Das Landesdenkmalamt wurde um ein Gutachten ersucht, ob die zwei vor kurzem total sanierten Häuser erhaltenswert seien oder ob ein Abbruch und Neubau möglich wäre. Nach einem Lokalaugenschein und einer Fassadenuntersuchung in beiden Häusern wurde durch das Landesdenkmalamt keine erhaltenswerte Substanz festgestellt und einem Abbruch und Neubau zugestimmt. Die Aufgabe wurde immer reizvoller – ein neues Buch- und Medienhaus im Ensemble der Stadtgasse. Nach diversen Entwürfen,

Absprachen und Klärungen mit den Bauherren, dem Landesdenkmalamt und der Gemeinde und den daraus folgenden Varianten war das Projekt einreichfertig. In der Zwischenzeit hatte sich aber durch das Auftreten weniger Personen massiver Widerstand gegen einen Abbruch der alten Häuser formiert. Die Polemik zog sich über Monate und wurde auf sehr emotionalem und unterschwelligem Niveau ausgetragen (nachzulesen in vielen Leserbriefen der Tageszeitung Dolomiten). Im Herbst 2000 versuchte der Bauherr mittels einer groß angelegten Bürgerversammlung mit Projektvorstellung und anschließender Diskussionsrunde auf eine rationale Gesprächsebene zurückzukehren. Was zu einem großen Teil auch gelang. Die aggressiven und unterschweligen Angriffe einiger wurden aber bis zur Fertigstellung des Hauses weitergeführt. Durch diese Polemik verschob sich der geplante Baubeginn – Juli 2000 – um Monate. Der Eröffnungstermin blieb mit 16. November 2001 immer der gleiche. Im Zeitraum der Ausführungsplanung und Vergabe der Arbeiten wurden die alten Häuser abgebrochen und die technisch aufwendige, 6 bis 13 m tiefe Baugrube mittels bis zu 16 m hohen Wurzelpfählen (Fels, Wasser, zum Teil nicht unterkellerte, fundamentlose Nachbarhäuser) eingerichtet. Die Hochbauarbeiten starteten Anfang April. Sieben Monate für die Bau-, Ausbau- und Einrichtungsarbeiten an der engsten Stelle der Stadtgasse gingen an die Grenzen des Machbaren für alle Beteiligten – Bauherren, Architekten, Bauleiter, Firmen, Nachbarn, Passanten usw. – ein Kapitel für sich. Der Eröffnungstermin wurde mit dem 16. November 2001 eingehalten.

(Dora Aichner, Werner Seidl)



ATHESIA