

## Ideenwettbewerb im Einladungsverfahren Einkaufscenter Zugerland Neugestaltung Mall

Genossenschaft Migros Luzern

### Jurybericht vom 13. September 2021



Quelle: GMLU

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	3
1.1.	Revitalisierung / Umbau	3
<b>2.</b>	<b>Verfahrensbestimmungen</b>	3
2.1.	Verfahren	3
2.2.	Eingeladene Teams	4
2.3.	Beurteilungsgremium	4
2.4.	Termine	4
2.5.	Bearbeitung	4
2.6.	Fragenbeantwortung	4
2.7.	Schlusspräsentation	4
2.8.	Vorprüfung	5
<b>3.</b>	<b>Beurteilung</b>	5
3.1.	Jurytag 1	5
3.2.	Beurteilungskriterien	5
3.3.	Projektauswahl	5
<b>4.</b>	<b>Empfehlung und Würdigung</b>	6
4.1.	Empfehlung 1	6
4.2.	Empfehlung 2	6
4.3.	Würdigung und Dank	6
<b>5.</b>	<b>Genehmigung</b>	6
<b>6.</b>	<b>Projektbeschriebe</b>	7
6.1.	Die zwei Projekte der zweiten Stufe	7
6.2.	Alle Projekte der ersten Stufe	14

## IMPRESSUM

### Auftraggeberin

Genossenschaft Migros Luzern  
Kontaktperson Walter Baumann (walter.baumann@migros-luzern.ch)  
Postfach 360  
6031 Ebikon

### Verfahrensbegleitung

Hitz AG Bauherrenkompetenz  
Kontaktperson Martin Hitz (martin.hitz@hitzag.ch)  
Hüttenwiesstrasse 28  
9016 St. Gallen

### Zeitraum des Verfahrens

Dezember 2020 bis September 2021

### Ingress

Zur besseren Lesbarkeit wird generell nur die männliche Schreibweise verwendet. Selbstverständlich sind damit auch weibliche Personen angesprochen und eingeschlossen.

## 1. Einleitung

Das Einkaufscenter Zugerland wurde am 28. September 1979 in der Zuger Gemeinde Steinhausen eröffnet. Auf 6000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche boten über 20 Geschäfte ihre Produkte und Dienstleistungen an.

Nach 26 Jahren platzte der neue Einkaufsort aus allen Nähten. Das Zugerland hatte sich in dieser Zeit zum überregionalen Einkaufscenter gemausert. Nach längerem Umbau wurde im September 2005 die Neueröffnung mit mittlerweile 45 Geschäften auf über 22'000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gefeiert.

Die grösste Migros der Zentralschweiz und weitere 50 Geschäfte machen heute das Zugerland zum beliebtesten Einkaufscenter der Region. Das Zugerland befindet sich an gut erreichbarer Lage mit rund 1100 günstigen Parkplätzen, einer eigenen Bushaltestelle, E-Ladestationen für Autos und Velos und einer grossen Wertstoff-Sammelstelle.

Das Zugerland befindet sich gemessen am Umsatz unter den Top Ten der schweizerischen Shopping-Center Landschaft. Das regional stark verwurzelte Einkaufscenter besteht aus einer klassischen grossen Mall auf 3 Verkaufsebenen, an die sich alle Geschäfte anreihen. Die auf allen Geschossen angegliederten Parkdecks sind mit Stichgängen und Seitenmalls angeschlossen.

### 1.1. Revitalisierung / Umbau

Die Immobilieneigentümern Genossenschaft Migros Luzern beabsichtigt das Einkaufscenter Zugerland im Jahr 2023 umzubauen und zu revitalisieren. Die Gebäudesubstanz stammt aus den ausgehenden 70er-Jahren, letztmals wurde im Jahr 2005 total umgebaut und massiv erweitert. Aufgrund der räumlichen Situation, der Flächenbedürfnisse und auch der bereits ausgenutzten Ausnützung ergeben sich für den Umbau aber nicht allzu viele Möglichkeiten.

Grösster Treiber im Center ist sicher der Supermarkt der Migros. Dieser soll auf der heutigen Verkaufsfläche revitalisiert werden und ist nicht Teil der Aufgabenstellung. Ebenso alle übrigen eingemieteten Geschäfte, welche teilweise bereits erneuert wurden oder dies in den nächsten Jahren noch tun werden.

Die Parkebenen sollen über die nächsten Jahre (2022-2023) vorgängig sukzessive in Stand gestellt und ertüchtigt werden. Die Wegführung zu den Parkflächen bleibt bestehen und wird als gut und tauglich vorausgesetzt.

## 2. Verfahrensbestimmungen

### 2.1. Verfahren

Aufgrund von Referenzen wurden sechs Architekturbüros / Teams eingeladen, welche in der Lage sind, eine Idee (kein baureifes Projekt) und eine «Vision» für die beabsichtigte Aufgabenstellung gemäss den heutigen Qualitätsanforderungen vereint mit dem notwendigen Kostenbewusstsein zu entwickeln und darzustellen.

Das Verfahren wurde nicht anonym durchgeführt. Die Teams präsentierten ihre Arbeit am 01.06.2021.

## 2.2. Eingeladene Teams

Firma	Ort	HP
TGS Architekten AG	Luzern	<a href="https://tgsarchitekten.ch">https://tgsarchitekten.ch</a>
ATP architekten ingenieure Zürich AG / Mint Architecture AG	Zürich	<a href="https://www.atp.ag">https://www.atp.ag</a> <a href="https://www.mint-architecture.ch">https://www.mint-architecture.ch</a>
Ramseier & Associates LTD	Zürich	<a href="https://www.ramseier-assoc.com">https://www.ramseier-assoc.com</a>
Holzer Kobler Architekturen GmbH	Zürich	<a href="https://holzerkobler.com">https://holzerkobler.com</a>
Carlos Martinez Architekten AG	Berneck	<a href="https://carlosmartinez.ch">https://carlosmartinez.ch</a>
Detail Design GmbH	Zürich	<a href="https://www.detail-design.com">https://www.detail-design.com</a>

## 2.3. Beurteilungsgremium

Fachexperten (mit Stimmrecht)

**Walter Baumann**, dipl. Arch. ETH/SIA, Leiter Bau Immobilien CM Migros Luzern, Mitglied der GL

**Daniel Duss**, dipl. Arch. HTL Leiter Bau und Technik

**Martin Hitz**, dipl. Arch. ETH/SIA/SWB, Hitz AG Bauherrenkompetenz St. Gallen

**Patrick Zwysig**, dipl. Arch. FH, CEO S+B Baumanagement AG Zug

Sachexperten (mit Stimmrecht)

**Guido Rast**, Geschäftsleiter Migros Luzern

**Thomas Külling**, Leiter Centermanagement Migros Luzern

**Beat Niederberger**, Leiter Centerdienste Zugerland Migros Luzern

## 2.4. Termine

Mo 15.03.2021	Startsitzung / Begehung vor Ort
Di 30.03.2021	Frist Einreichung Fragen
Fr 09.04.2021	Frist Fragenbeantwortung
Di 01.06.2021	Schlusspräsentation / Beurteilung

## 2.5. Bearbeitung

Die Bearbeitung erfolgte in einem Schritt mit einer Schlusspräsentation. Es wurden keine Arbeiten vorab abgegeben.

## 2.6. Fragenbeantwortung

Die Gelegenheit schriftlich Fragen zu stellen, wurde rege genutzt. Alle Fragen und Antworten wurden den Teams schriftlich zugestellt.

Ein Dutzend Fragen zum Raumprogramm, zur Nutzung, zu den Kundenfrequenzen sowie zur strukturellen Erhaltung des Zugerlandes wurden beantwortet.

## 2.7. Schlusspräsentation

An der Schlussbesprechung vom 01. Juni 2021 präsentierten alle sechs Teams ihre fertigen Studien. Sie zeigen auf, wie die Aufgabenstellung gelöst wurde und nutzen die Gelegenheit, ihre Ideen zu begründen.

## 2.8. Vorprüfung

Da die Arbeiten erst zur Schlusspräsentation mitgebracht wurden, erfolgte keine Vorprüfung über die Einhaltung der im Pflichtenheft formulierten Randbedingungen.

## 3. Beurteilung

### 3.1. Jurytag 1

Die Jury tagte am 01.06.2021 in der Betriebszentrale der Migros Luzern. Beat Niederberger war als zusätzlicher Experte anwesend.

Die Beurteilung erfolgte anhand der abgegebenen Pläne und Visualisierungen sowie den mündlichen Vorstellungen und Erläuterungen der Teams.

### 3.2. Beurteilungskriterien

Es wurden Aussagen zu folgenden Inhalten erwartet:

Die Gestaltung beschränkt sich auf den Innenraum mit zusammengefasst den 3 wichtigsten Hauptschwerpunkten und lässt sich mit dem Stichwort **«Suchen nach dem WOW-Effekt»** beschreiben:

- Stiften einer eigenen **Identität** für das Erlebnis im Zugerland
- Vermitteln einer angenehmen **Stimmung** für das Einkaufen und Verweilen generell
- Erzeugen eines spürbaren **Kundenwohlseins** in den Räumen der Mall und angrenzenden Seitenerschliessungen

Die Bauherrschaft kann sich drei Eingriffstiefen vorstellen

**Small** Gestaltung der Oberflächen in Kombination mit dem Licht

**Medium** S plus kleinere Eingriffe in die Struktur möglich

**Large** S und M verbunden mit grösseren Struktureingriffen

### 3.3. Projektauswahl

In der sehr eingehend geführten Diskussion der 6 Projekte wurde in einer ersten Runde der Vorschlag von Ramseier & ass. und Holzer Kobler Architekten ausgeschieden. In einer weiteren Wertungsrunde wurden die Vorschläge von Carlos Martinez Architekten und ATP/Mint Architekten ausgeschieden.

Die verbleibenden beiden Vorschläge wurden anschliessend in vertiefter Auseinandersetzung aller Vor- und Nachteile einander gegenübergestellt.

Keines der beiden Projekte kann über alle Teile vollumfänglich überzeugen. Beide Beiträge bieten gute bis sehr gute Ansätze für die gewählten Kriterien, aber auch Defizite, die weiter vertieft werden sollten.

## **4. Empfehlung und Würdigung**

### **4.1. Empfehlung 1**

Die Jury empfiehlt der Veranstalterin einstimmig die Konzepte und Ideen von Detail Design und TGS Architekten in einer Überarbeitung vertiefen zu lassen.

Dazu werden beiden Teams bei bestätigter Bereitschaft zur weiteren Bearbeitung zusätzlich CHF 5'000 (inkl. NK, exkl. MwSt.) vergütet.

Die Kritikpunkte werden beiden Teams schriftlich zur Verfügung gestellt. Die weitere Bearbeitung erfolgt im Dialog mit einer individuellen Startsitzenz der Teams und einem Ausschuss (Kernteam) der Jury.

Start zur Überarbeitung war der 25. Juni 2021.

### **4.2. Empfehlung 2**

Die Jury trat am 01.09.2021 erneut vollzählig zusammen und hat sich beide verbleibenden Konzepte vertieft erläutern lassen. Die Entwicklung der Ideen ist signifikant und im Sinn der Kritikpunkte gelungen.

Beide Teams haben unter erneut sehr grossem Engagement ihre Ideen vertieft und plausibel dar- und vorgestellt.

Unter Berücksichtigung aller Kriterien hat die Jury nochmals beide Konzeptideen einzeln und im gegenseitigen Vergleich diskutiert und gewürdigt. Sie kam dabei zur Überzeugung, dass die Idee von TGS über alle Aspekte das grösste Potenzial zur Umsetzung bietet. Dabei ist die Eingriffstiefe, die Machbarkeit und vor allem die anhaltende Spürbarkeit aus Kundensicht am besten gewährleistet.

Die Jury empfiehlt der Veranstalterin einstimmig das Konzept und die Ideen von TGS Architekten zur Ausführungsreife bringen zu lassen.

### **4.3. Würdigung und Dank**

Die im Rahmen des Ideenwettbewerbs zu bearbeitenden Fragestellungen waren sehr anspruchsvoll und zudem bewusst nicht völlig ausdefiniert. Trotzdem ist es den Teams gelungen, sehr gute und vielseitige Ideen zusammenzutragen. Die Jury verdankt ausdrücklich den grossen Einsatz der teilnehmenden Teams.

Den vier ausgeschiedenen Teams wird die Entschädigung vollumfänglich ausgerichtet. Für sie war das Verfahren mit dem ersten Schritt abgeschlossen. Nach dem endgültigen Entscheid der Jury werden alle Teilnehmer mit dem finalen Jurybericht bedient.

## **5. Genehmigung**

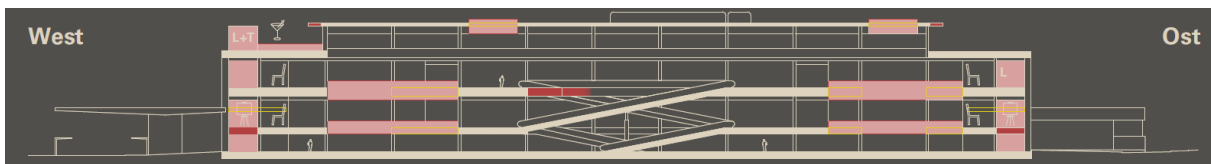
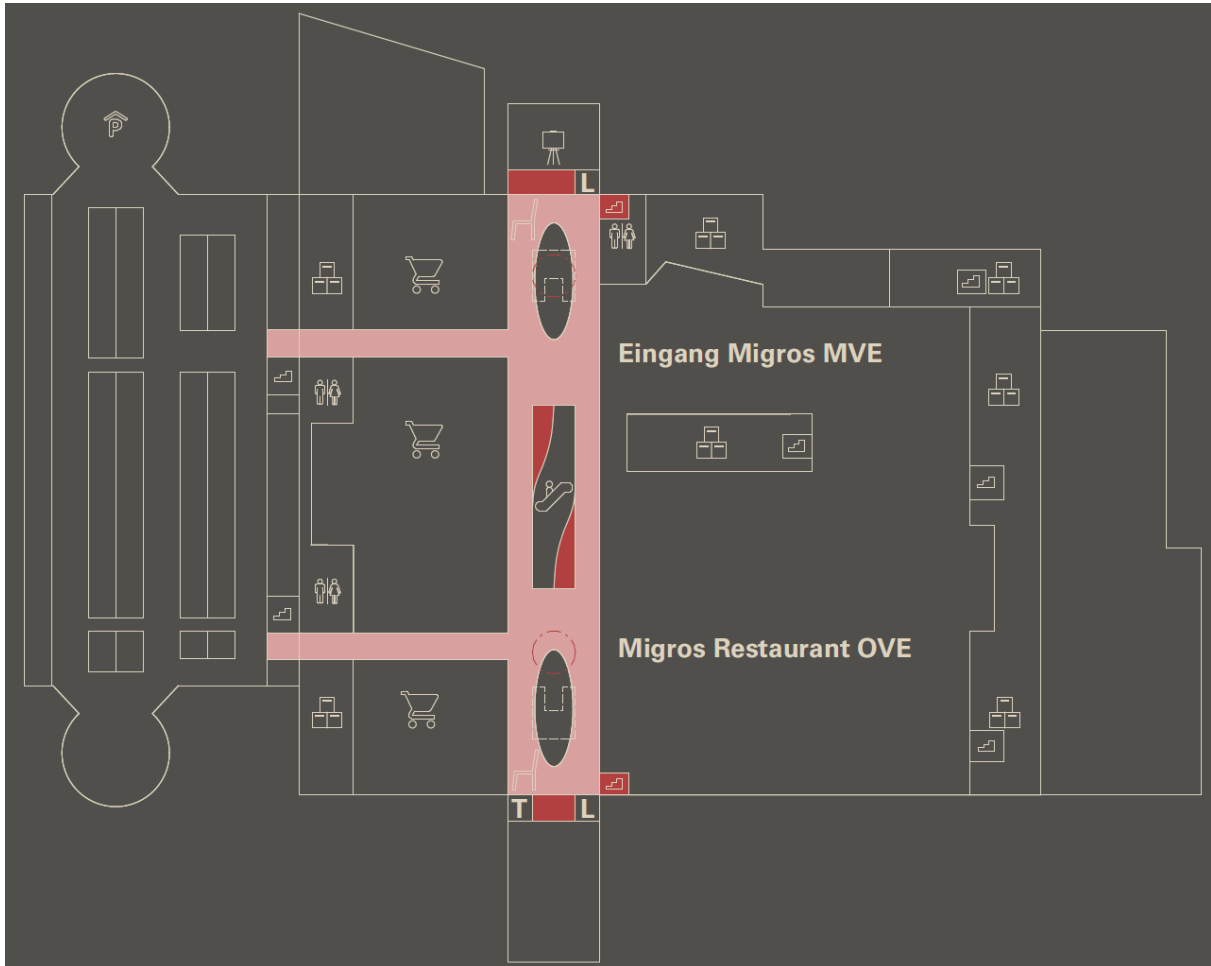
Der vorliegende Bericht wurde vom Gremium auf dem Zirkularweg genehmigt.

## 6. Projektbeschriebe

### 6.1. Die zwei Projekte der zweiten Stufe

**TGS Architekten, Luzern**, zur Weiterbearbeitung empfohlen

Ruth Kurmann  
Andreas Moser











Die Verfasser nehmen die Kritikpunkte zur Materialisierung, zum Thema Licht/Lichtführung und zur noch nicht ganz ausgereiften Story-Line sehr gut auf und entwickeln das Konzept weiter, ohne dass die Qualitäten der ersten Stufe verloren gehen.

Unter den prägenden Hauptthemen «Orientierung erleichtern», «Übersicht schaffen» und eigene «Identität bieten» werden die Eingriffe verdichtet, präzisiert und zu einem stimmigen Ganzen weitergedacht.

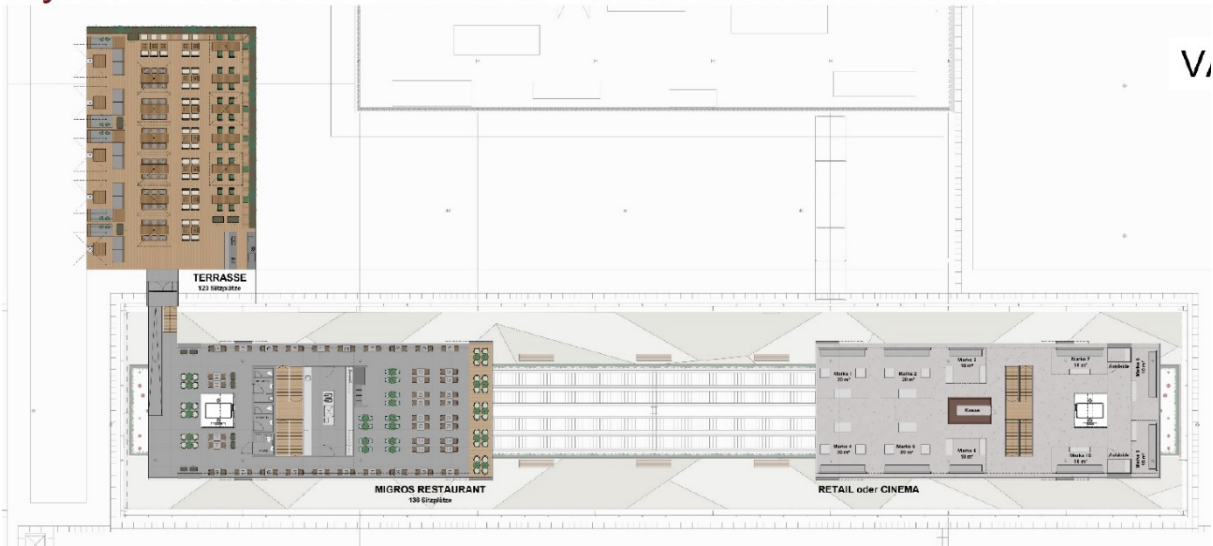
Die Lichthöfe bleiben völlig frei von Möblierung, die Lifte sind am richtigen Standort gesetzt. Interessant ist die Aktivierung des seitlichen Tageslichts der bestehenden «Laternen» über der OVE mit einem umlaufenden vergrößerten Vordach, das die Nutzung des Sonnenschutzes (Storen) möglichst obsolet macht.

Das vorgeschlagene stimmige und trotzdem dezente Farbkonzept in Kombination mit den gewählten Materialien überzeugt und scheint langlebig ausgelegt, um viele modische Trends zu überdauern. Dabei dürfen die Farben in der Endfassung durchaus noch kräftiger werden.

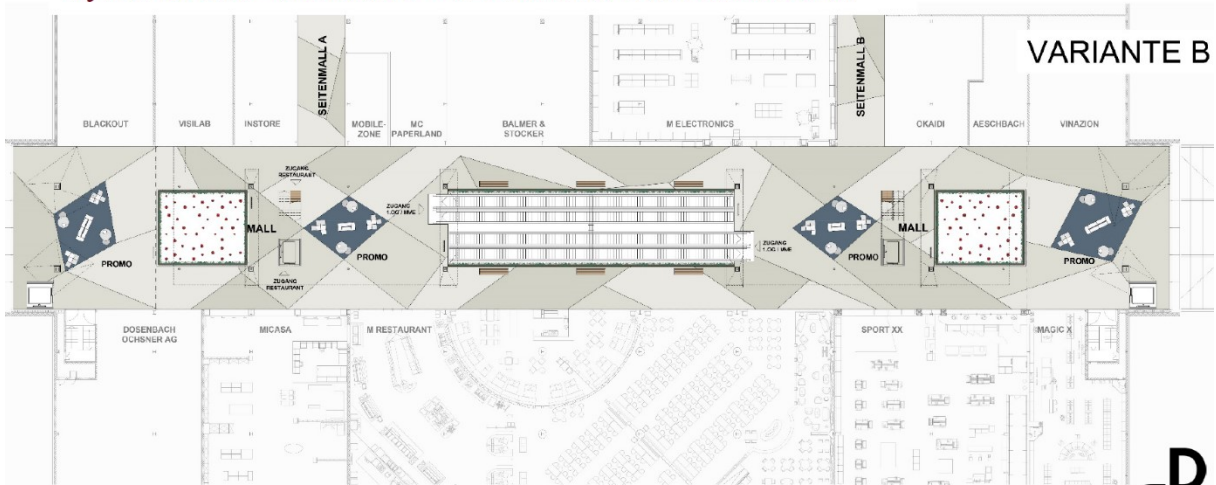
Das Thema Nachhaltigkeit in Form von Wiederverwertung der Materialien und Kreislaufwirtschaft ist aus Sicht Jury nicht wirklich anwendbar und sollte thematisch nicht überbewertet werden.

Gesamthaff überzeugt der Vorschlag durch eine gute Differenzierung zu anderen Einkaufszentren, wertigen Materialisierungsvorschlägen und einer spürbaren Veränderung für die Stammkunden durch die neue Formgebung der organischen Geschossöffnungen.

**Layout Plan DVE & DGE – VARIANTE A – LIFTE IN ATRIEN BEIBEHALTEN**



**Layout Plan OVE – VARIANTE B – LIFTE AN PERIPHERIE UMGESIEDELT**









Die Hinweise der Jury werden umfassend verarbeitet und es gelingt der Schritt zum «less is more», obwohl jetzt sogar zwei Satelliten angeboten werden.

Neu werden alle Stützen zu «Baumstämmen» umgewidmet, das Grün wird reduziert und bei den Aufenthaltszonen sinnvoll und richtig eingesetzt. Auch hier überleben die guten Elemente aus der ersten Stufe wie die Untersichten der Rollbänder oder das Lichtkonzept. Die Materialisierung wird deutlich einfacher und das Design für den Endkunden spürbar bis zur Haptik der Elemente.

Die zusätzlichen Einbauten verlocken sehr und prägen die neue Mall. Eine konkrete Nutzung kann aber derzeit (noch) nicht identifiziert werden und die Flächenerweiterung ist baurechtlich kritisch und funktioniert klar besser, wenn die Lifte in den Lichthöfen bleiben, was der gewünschten besseren Sichtverbindung über die Geschosse nicht förderlich sein kann. Ohne die Realisierung dieses sehr gelungenen Elements würde das gesamte Konzept viel von seiner Kraft verlieren.

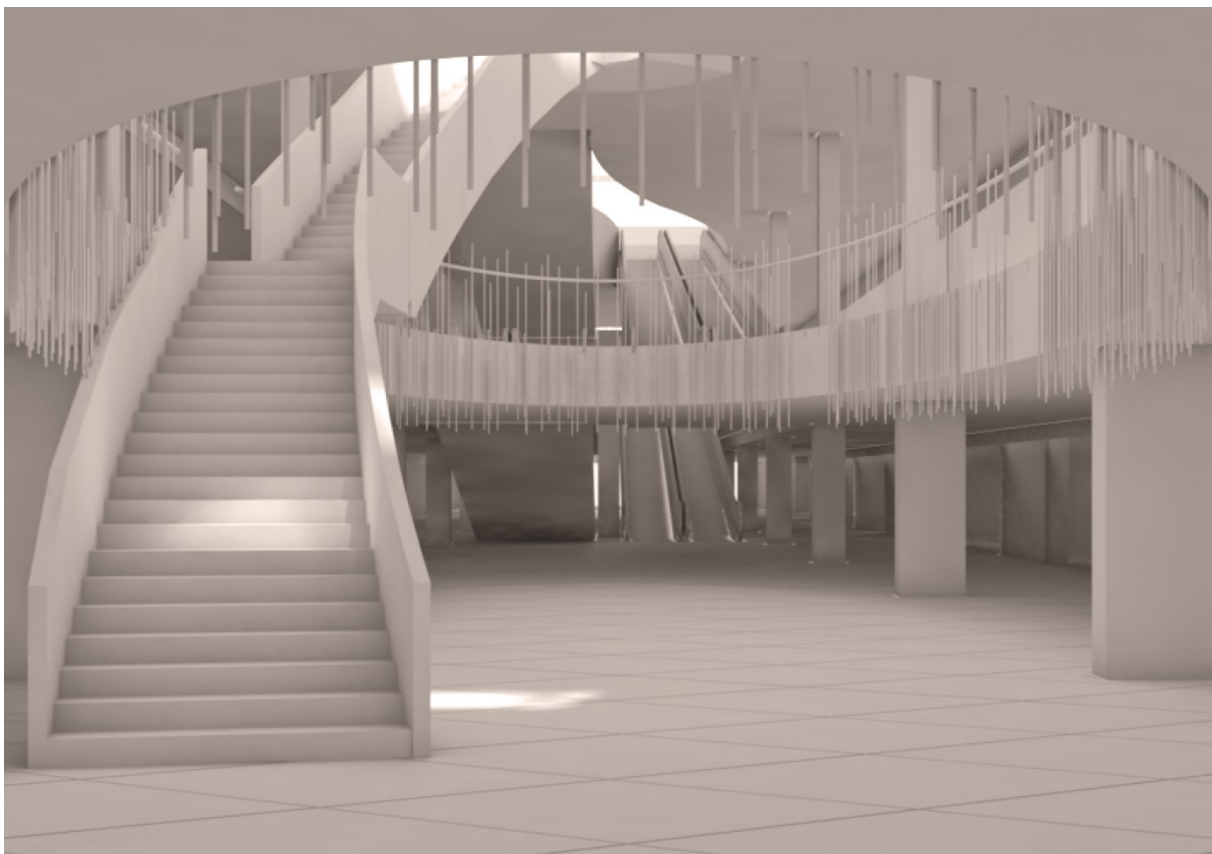
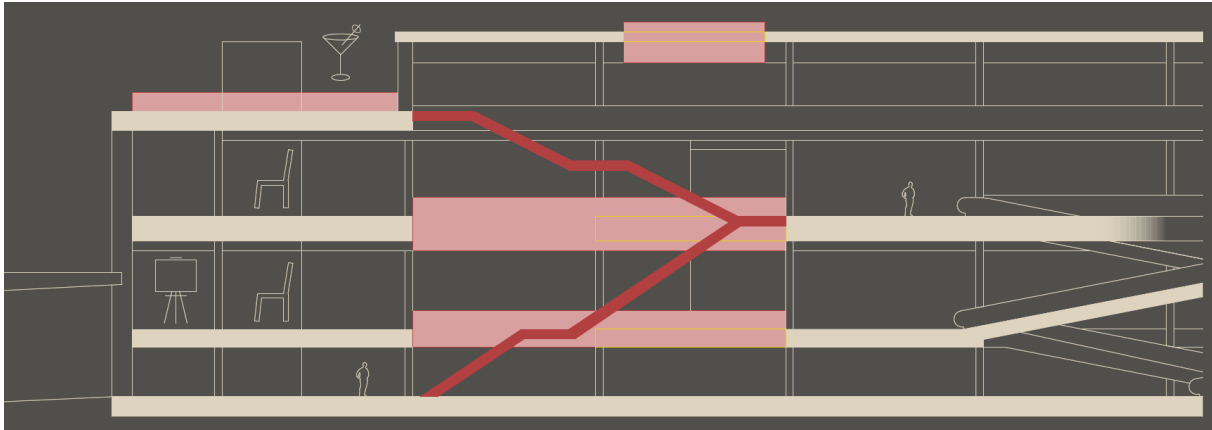
Insgesamt liegt ein sehr kraftvoller Vorschlag vor, der die Mall im Zugerland umfassend verändern würde. Die Jury zweifelt etwas daran, ob die in sich gelungenen Elemente und Eingriffe nachhaltig genug sind und nicht (zu) rasch demodieren würden.



## 6.2. Alle Projekte der ersten Stufe

**TGS Architekten, Luzern**, für die zweite Stufe ausgewählt

Ruth Kurmann  
Andreas Moser





Die Verfasser erkennen die Kernthemen treffend und schaffen eine markant bessere Transparenz durch neue Sichtbezüge über alle Geschosse, indem die Deckendurchbrüche vergrößert und oval geformt werden. All dies wird noch unterstützt durch neue, zenitale Oblichter über diesen Lichthöfen. Einer davon wird mit einer skulpturalen Treppe möbliert, was aus Sicht der Jury die geschätzten Durchblicke eher wieder schmälert.

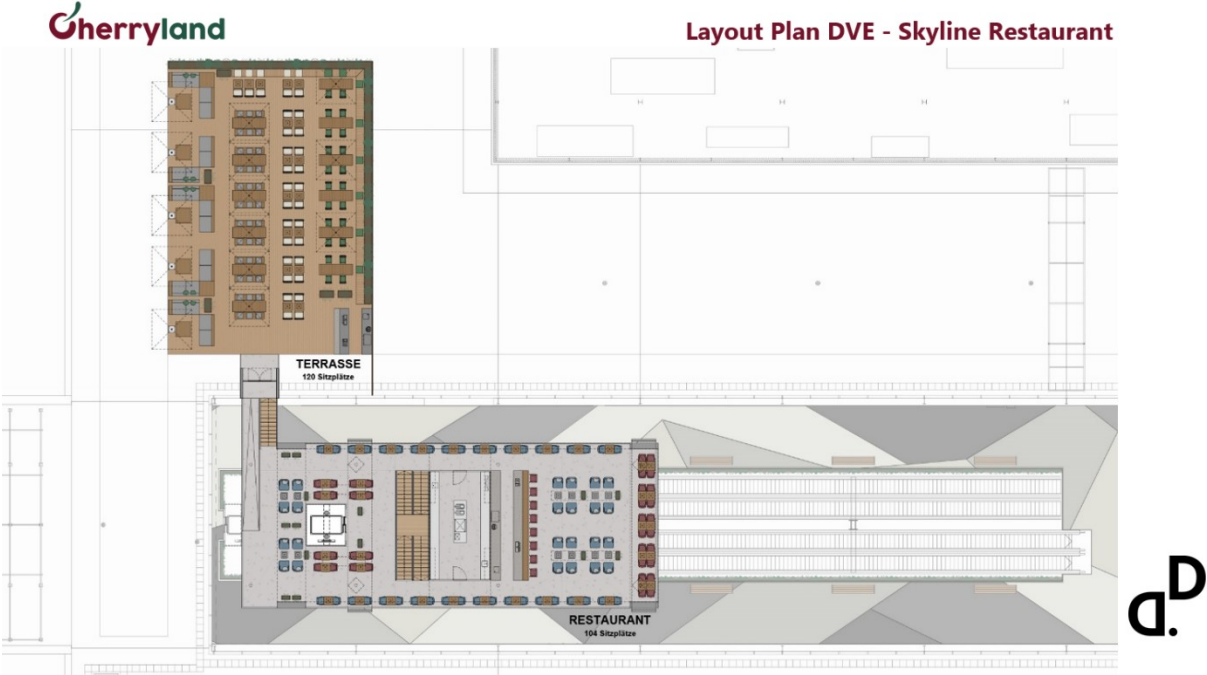
Die Lifte werden (in Mietflächen) verschoben, was als gute Idee, aber an falscher Endlage kommentiert wird.

Die strukturellen Einbauten an den Kopfenden der Mall sind plausibel und massvoll und werden durch aktivierte Flächen im Bereich der Rollbänder auf der OVE unterstützt. Die Flächenbilanz ist ausgeglichen und bietet baurechtlich wohl keine Widerstände. Als zusätzliche Idee wird die Aktivierung der Dachterrasse für Gastronutzungen vorgeschlagen. Untermalt wird die Idee mit interessanten Ideen zur Digitalisierung und zur Anbindung von Pick-Up Angeboten in der UVE.



Detail Design GmbH, Zürich, für die zweite Stufe ausgewählt

Roger Copeland





Die Verfasser entfachen ein Feuerwerk für die Story-Line mit der Kombination von Design und Licht mit der Verlinkung von Traditionen und Bräuchen aus dem Zugerland.

Der markanteste Eingriff ist der Einbau eines aufgestellten «Satelliten» als Skyline-Restaurant über der OVE. Zudem wird viel Grün vorgeschlagen, an Stützen, Decken und Wandelementen. Die Glaubwürdigkeit für das Grün mit künstlichen Pflanzen ist für die Jury fraglich.

Viele gute Ideen für das Thema Pick-Up werden sinnvoll unterstützt durch die Lichtführung und Materialisierung, welche etwas sehr «üppig» ausgefallen scheint, aber für die Orientierung hilfreich sein wird.

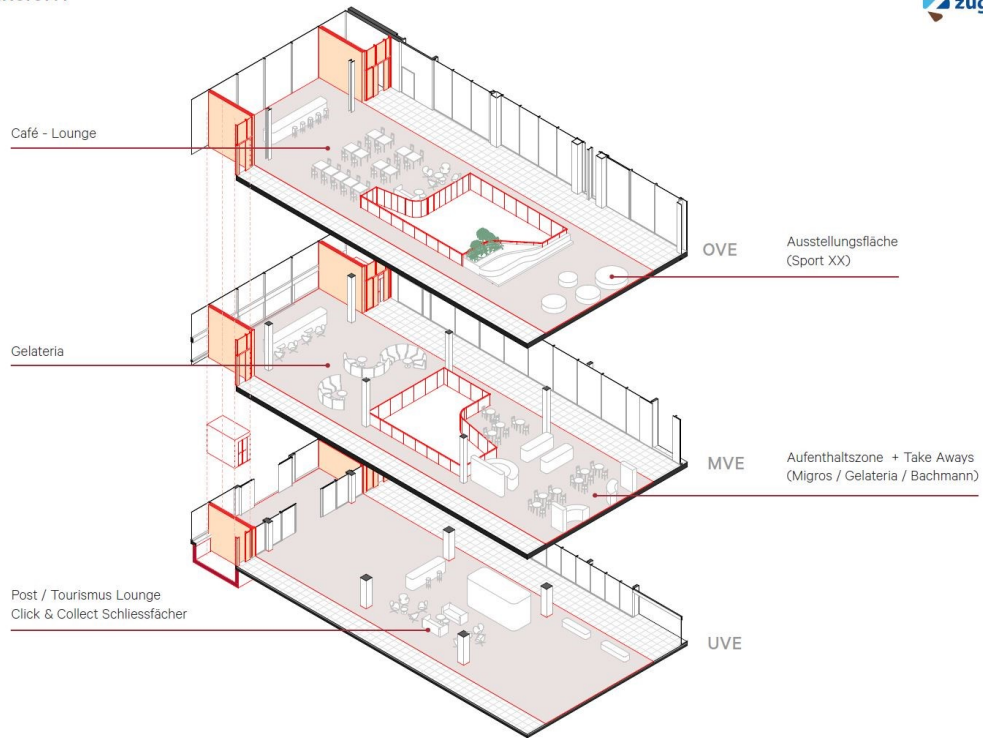
Die gewünschte Transparenz wird (noch) nicht vollständig erfüllt, die Massnahmen (Elimination der Betonwände der Lifte) helfen, werden aber durch die Verdoppelung der Lifte gleich wieder geschwächt.



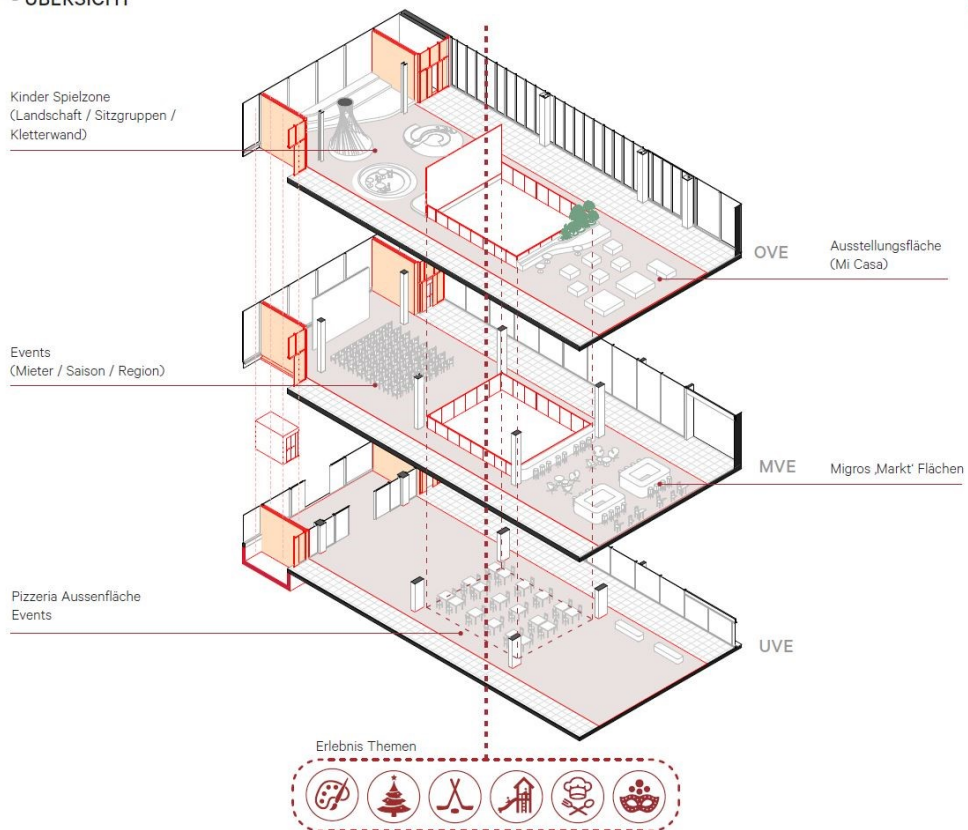
# ATP/Mint Architekten Ingenieure, Zürich

Esperanza Martinez  
Rafael Parga

## `GENUSS` - ÜBERSICHT



## `ERLEBNIS` - ÜBERSICHT



11



Die Verfasser schlagen nach einer schlüssigen Analyse der "Pain Points" und der Frequenzen der Eingänge in einer plausiblen Art über verschiedene Eingriffstiefen vor, präferiert den Eingriff «Medium» umzusetzen. Darin werden kosmetische Verbesserungen aus der Variante «Small» kombiniert mit baulichen Optimierungen und Verbesserungen für das Fokusthema "Genuss und Erlebnis", wofür je eine Mall-Seite stellvertretend steht.

Das Konzept platziert alle Lifte neu unter Verdoppelung der Kapazitäten konsequent und symmetrisch an den Mallenden, argumentierend für die Konzentration nach innen, was bildlich heisst, das Herz ist mittig. Auf den Verkaufsebenen werden verschiedene öffentliche Zonen für diverse Nutzungsangebote geschaffen.

Die Mallenden werden für gastronomische Aktivitäten reserviert. Die Lichthöfe werden verschieden thematisch adressiert (Genuss oder Erlebnis) und baulich verschieden angepasst. Für das Thema Genuss wird die Bodenöffnung der OVE verdoppelt und über alle Geschosse mit verschiedenseitig eingeschobenen Balkonen ein spezielles Ambiente mit verschiedenen neuen Durchblicken geschaffen.

Die Eingriffe der Materialien sind angemessen und für das Bauen unter Betrieb durchdacht.

Kritisch beurteilt werden die Einschnürungen entlang der Rollbänder mit grünen Zonen für Pflanzen. Die verbleibende Zirkulationsfläche wird generell als eher zu klein, resp. zu «verstellt» mit verschiedenen Angeboten in den Zonen eingeschätzt.

Obwohl die Balkone im Lichthof «Genuss» neue und spannende räumliche Eindrücke erzeugen, vermag die Transparenz über alle Geschosse nicht zu befriedigen.

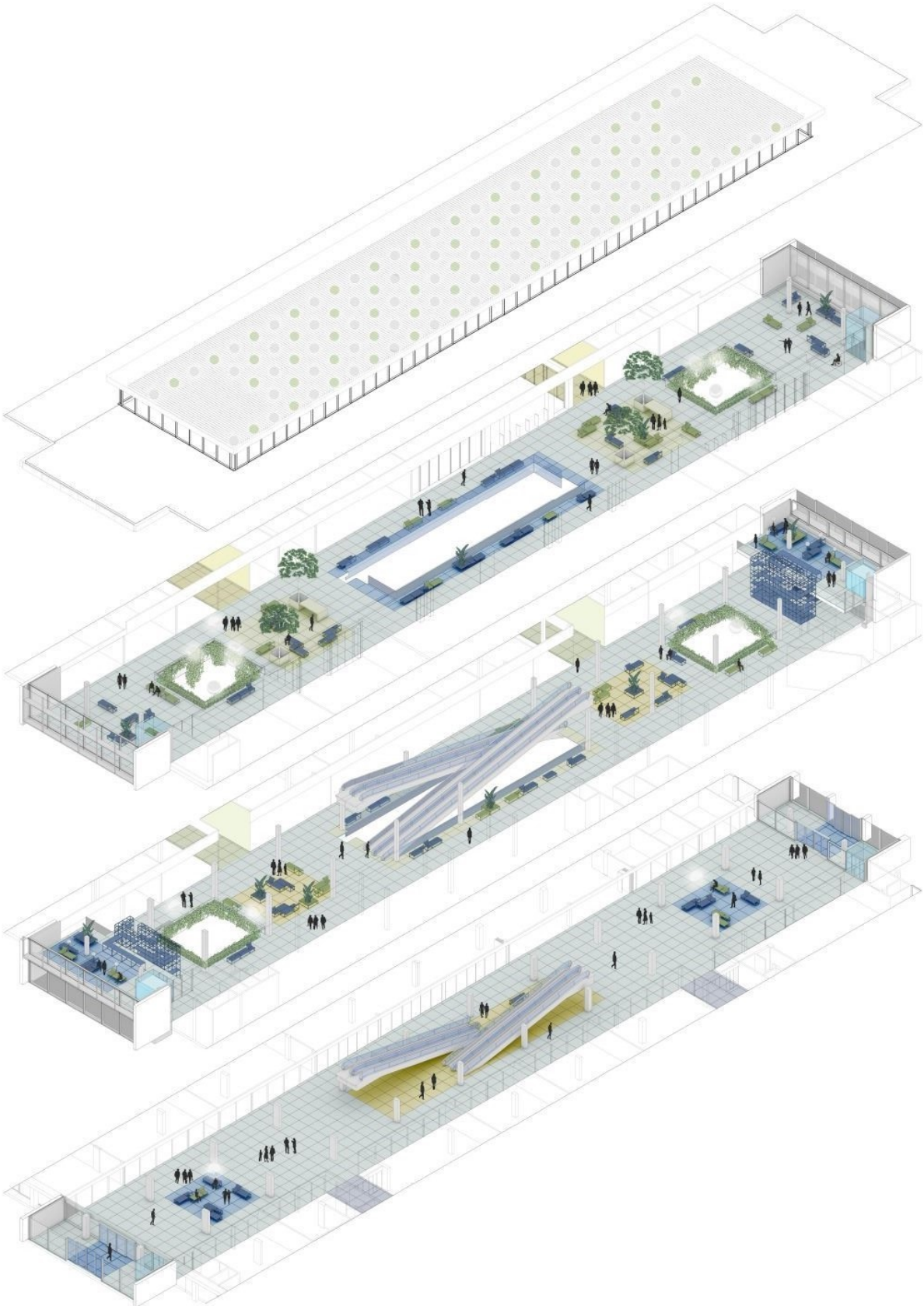
Die Palette von Ideen ist sehr umfangreich und erfreulich. Der Umgang mit weichen Materialien und Möbeln ist gut gewählt und nicht zu stark der Mode unterworfen. Der Umgang mit dem Licht überzeugt noch nicht vollends.

«Die Eingriffe wie Akupunktur» (Zitat ATP) sind pragmatisch und umsetzbar. Gesamthaff vermag der Vorschlag aber nicht zu überzeugen, v.a. weil die Identität zwar neu und erlebbar ist, aber wohl zu wenig kraftvoll, um für längere Zeit das Zugerland im Gedächtnis von Kunden zu verankern.



Holzer Kobler Architekturen GmbH, Zürich

Barbara Holzer  
Volker Mau









Das Team nimmt sich die Schaffung eines Ortes in eigener, unverwechselbarer Atmosphäre vor, angelehnt an eine "Pergola" als raumbildender Pfeiler. Ziel ist nicht nur das Verweilen am Ort, sondern vorab einmal überhaupt Attribute zu schaffen für das Kommen der Kunden. Man will weg von den heute bekannten eher eindimensional "funktional" gerichteten Transiträumen durch neue Sinnlichkeit, die sich in der Erinnerung verankert – eine eigentliche Bindung zu den Kunden zu schaffen. Dabei ist gute Erreichbarkeit, effiziente Zirkulation mit überlagerten, multifunktionalen Mehrfachnutzungen weiterhin im Fokus.

Das Bild des Gartens oder Wintergartens zu allen Jahreszeiten mit viel Grün als wohltemperierte zeitgemässe Interpretation bedient sich an bekannten Referenzbildern (Stichwort "Orangerie"). Gestalterische Maxime soll der umbaute Garten als Sehnsuchtsort zwischen Innen und Aussen werden, ein überlagerter architektonischer Raum mit Naturraum. Dies wird mit pastell-farbigen, dezenten Farben, bekannten Materialien und multifunktionalen Möbeln unterstrichen.

Hauptintervention sind begrünte Brüstungen in den Lichthöfen, Pergolen an der Decke und eine speziell kreierte grossformatige keramische Platte für den Boden nach Prinzip "eigens entwickeltes Ornament". Zudem werden drei verschiedene Hauptelemente für das künstliche Licht eingesetzt, ergänzt durch funktionale gestallartige Elemente an den Mallenden.

Die UVE wurde bei der Gestaltung fast vergessen, ist aber das schwierigste Thema bei der Neugestaltung und bräuchte besondere Aufmerksamkeit im Konzept.

Im Haus herrscht permanent «all Season» aber nicht zufällig!

So gut die Idee, wirkt doch die Beschreibung zu akademisch, um die Wirkung auf die Kunden zu entfalten und projizieren, die eigentlich gewünscht ist.

Positiv gefällt die grosse erzielbare Wirkung mit recht bescheidenen Eingriffen. Die noch nicht fertige Idee, so die Verfasser selbst, überzeugt aber zu wenig, um weiterbearbeitet zu werden.

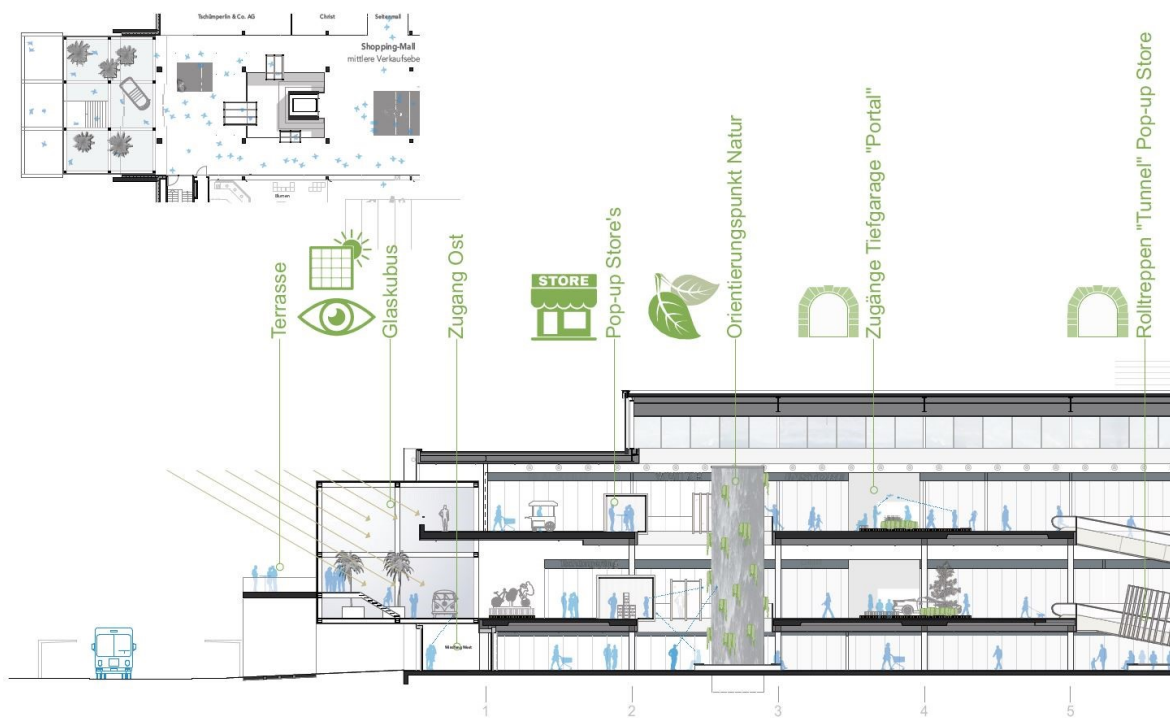
Der Vorschlag ist in sich schlüssig und gut ausgearbeitet, resp. aufgebaut. Es bleibt in der Summe fraglich, ob das permanente Garten-Lounge-Galerie-Feeling die richtige Wahl für die öffentlichen Innenräume eines Einkaufszentrums ist.

**Carlos Martinez Architekten, Berneck**

Carlos Martinez  
David Gschwend







Sich etwas Gutes tun oder sich etwas Schönes gönnen ist das Motto des Vorschlags, zusammengefasst als Haus eines Themenparks, wo Happiness und Luxus für Körper, Geist und Seele aufeinanderprallen. Untermalt mit Ferienbildern, Möglichkeiten zur Bildung und Bewegung beginnt die Intervention bereits bei der Einfahrt ins Areal. Eine neue Willkommensgeste kombiniert mit dem «Upgrade» für die Wertstoffsammelstelle soll die Besucher empfangen und bereits in Ferienstimmung versetzen. Ein Bazar von Abenteuern, Naturerlebnissen, sogenannten «soft-units» wird kombiniert mit dem «eat theatre», einer bestimmten und definierten Zone für die Gastronomie.

Durch den Tunnel ans Licht betritt man stark sinnlich geführt die Mall. In beiden Vertikalzonen mit verschiedenen Aktivitätsmöglichkeiten konfrontiert, wird die Orientierung verbessert.

Die fixen rahmenartigen Raummodule für Kleinflächen wirken sehr anregend und verstärken sicher die Blickkontakte der Kunden über die Geschosse. Der Kletterturm hingegen wird als zu betriebsintensiv eingeschätzt und braucht viel Betreuung zur Gewährleistung der Sicherheit.

Die neuen zweigeschossigen Raummodule an den Mallenden in der Variante «Large» sind zu aufwändig und generieren zwar grossartige Räume, aber schlecht nutzbare, resp. vermietbare Nutzfläche. Praktische Sitzangebote, auch als «Arena» sind gewünscht, eher weniger realistisch sind Angebote für Bildung in diesen Zonen.

Die Materialisierung gefällt und ist schlicht und angemessen. Die Neugestaltung der Liftwände ist wohltuend, aber die nötige Transparenz über die Geschosse wird damit kaum verbessert.

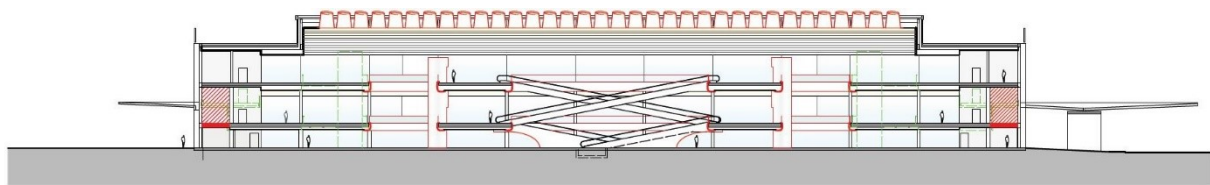
Positiv gefällt die gesamtheitliche Betrachtung ab Eintritt ins Areal und die massvollen Eingriffe bei den Varianten «Small» und «Medium». Interessant und nicht alltäglich ist auch die Idee der «Torbögen» über die Rollbänder als Gestaltungselemente oder der feine Wasserfall mit nachhaltiger Bepflanzung.

Der Vorschlag lässt offen, was die eigentliche Hauptaussage zur Identitätsstiftung ist und generiert viel Aufwand für den Betrieb. Bevorzugt wären bauliche und gestalterische Elemente, die nicht permanent «bespielt» und überwacht werden müssen. Und es bleibt die Grundsatzfrage, ob Einkaufen mit Ferien gleichzusetzen ist.

**Ramseier & Associates LTD, Zürich**

Zoe Alexa Ramseier  
Andreas Ramseier





EINGANG OST

LÄNGSSCHNITT MALL VARIANTE B MIDI  
M 1:500 (A3)

HAUPTINGANG

Die «Mall als Bühne» wird als Hauptthema dem ganzen Vorschlag zugrunde gelegt. Das führt zwangsläufig zu vielen nötigen Aktivitäten im Betrieb, was über die Zeit sehr anspruchsvoll sein und bleiben wird. Untermalt werden die Ideen mit verschiedenen Logovorschlägen zu einem neuen Branding, das gefällt.

Eine umfassende Analyse führt zum grossen Eingriff an der Decke, die mit ca. 140 neuen Tageslicht-Kegeln das Sonnenlicht diffus ins Zentrum der Mall führen will. Dies führt wohl zu viel Tageslicht, wird aber mit dem Vorschlag des sehr dunklen Terrazzo-Bodens (Zebra-Look) gerade wieder torpediert.

Die Vorschläge zum Umgang mit dem Kunstlicht sind in Kombination mit den bekannten Formen der Deckengestaltung konventionell.

Zentraler Themenpunkt ist die Transformation von eckig zu rund. Auffällig sind die Ausrundungen verschiedener Eingriffe, so für die Form der Lichthöfe wie auch für die umlaufende Neugestaltung der ehemaligen Fenster des Mallaufbaus über Dach. Die Mutation von der langen geometrischen Ausrichtung zu organischen Formen gefällt, v.a. auch in Kombination mit den neuen, als Schürzen ausgebildeten Storefronten.

Die Optimierung der Mallflächen in Kombination mit der Aktivierung der Mallenden und der Elimination der Galerien ist schlüssig.

Die Verschiebung der Öffnungen (Variante B) bei gleichem Querschnitt hingegen ist nicht wünschenswert. Die neu entstehenden Flächen an den Enden der Mall sind zwar gut in der zusammenhängenden Fläche, für die Bespielung aber zu dezentral und im Betrieb schwierig.

Der Ersatz der neu runden Glaslifte ohne massgebliche Erhöhung der Liftkapazität erhöht zwar die Transparenz, ist aber unverhältnismässig aufwändig im Vergleich Kosten zu Nutzen.

Die Ideen-Palette für die neuen Lifestyle- und Experience-Hubs und die Digitalisierung sind wertvoll und interessant.

Die Materialisierung ist wohl spannend, aber etwas fremd für die Region. Trotzdem wird der nachhaltige Ansatz mit dem getrockneten, recyclefähigen Bananenurnier geschätzt.

Gesamthaff wird man den Eindruck nicht los, dass die neue Gestaltung alles können muss. Die grosse Erfahrung des Büros mit ausgeführten und bewährten Konzepten führt hier aber eher zur Austauschbarkeit, was dem Gegenteil der Aufgabe entspricht. Die Wiedererkennbarkeit und Einzigartigkeit werden so nicht erreicht.