
Ausweg aus einer gespaltenen Gesellschaft

Markus Mettler

CEO, Halter AG



Bilder: Was ist das Produkt? Was wird «verkauft»? «Architektur» oder «Nutzen, Cosiness & Lebensgefühl»



Quelle: Halter AG

Bilder: Was ist das Produkt? Was wird «verkauft»? «Architektur» oder «Nutzen, Cosiness & Lebensgefühl»



Bilder: Was ist das Produkt? Was wird «verkauft»? «Architektur» oder «Nutzen, Cosiness & Lebensgefühl»

Unterschiedliches Geschäftsmodell: Architektur- und Immobilien-Produkte sind nicht das Gleiche und haben unterschiedliche Produzenten, Kunden und Beeinflusser ...



Sprache: Was ist die Botschaft in der Nutzeransprache? Produkt konsequent auf Bedürfnisse ausgerichtet ...

«Unter der Linde» entstehen 53 helle, lichtdurchflutete und geräumige Eigentumswohnungen und Doppel-einfamilienhäuser in familienfreundlicher Umgebung mit vielen Grün- und Aussenflächen. Als künftige Eigentümer schätzen Sie die Qualitäten des idyllischen Dorflebens und zugleich die zentrale Lage mit guten Anbindungen. Ob Familie, ob Paare oder Singles – im Hirzel zwischen Zuger- und Zürichsee inmitten des Naherholungsgebietes erfüllen Sie sich Ihren Wohntraum.

Die Linde ist Sinnbild fürs Leben und die Gemeinschaft. Vielerorts ist sie ein Markenzeichen: Sie markiert nicht nur die Dorfmitte, sondern ist auch ein Aussichtspunkt, ein Ort zum Ankommen und Geniessen, ein Ort zum Spielen, Lachen und Begegnen. Ein Treffpunkt, an dem das Leben mit all seinen Facetten Raum findet. Dieses Facettenreichtum soll auch einer der Mehrwerte der neuen Siedlung bilden. Unter der Linde: für ein Leben mit Weitsicht, im Hirzel.»



Sprache: Was ist die Botschaft im Architekturwettbewerb?

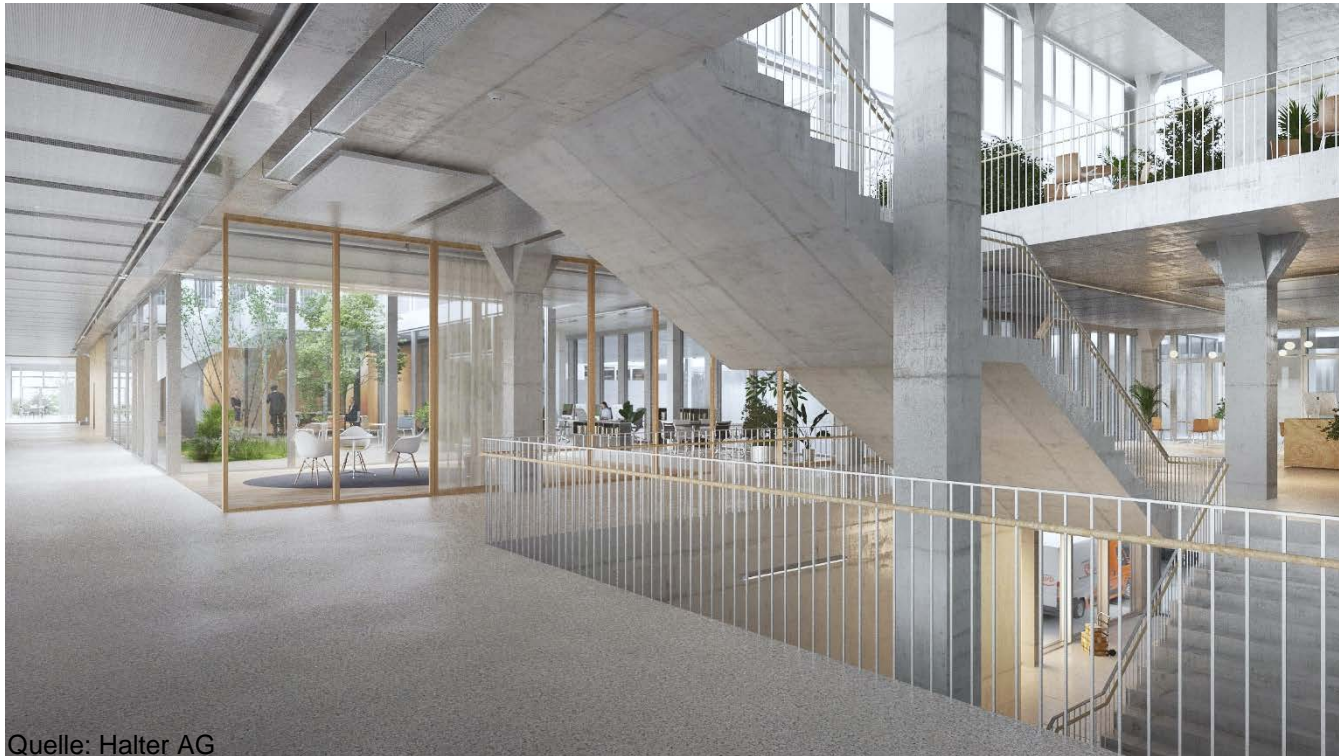
Produkt «Architektur&Baukultur als intellektueller Ansatz

«Als starke Vision für das gesamte Gebiet gelingt es dem Projekt, die Transformation des Ortes nicht nur zu planen und zu erläutern, sondern aktiv zu inszenieren zu einem identitätsstiftenden, zukunftsfähigen Quartier. Wahrhaftig aus dem Standort gedacht, nutzt das Projekt die Zäsuren des Ortes, die vorgefundenen Elemente und vielfältige bauliche und freiräumliche Typologien als entwurfsgenerierendes Momentum. Dabei wird das Projekt getragen vom Verständnis der Stadt (... *des Dorfes...*) als dialoghaften Prozess der steten Aushandlung, getragen vom Grundgerüst und Regelwerk.

Auf Basis einer prozessorientierten Entwurfsmethode gelingt der Spagat zwischen einer regelhaften Beschreibung der Anforderungen, konkreten Rahmenbedingungen und maximaler Offenheit für eine dynamische Entwicklung.

Als Collage auf Basis des Vorgefundenen entfaltet sich ein Zukunftsbild, das sich aus dem Kontext direkt entwickelt und dem Bestand eine Bedeutung beimisst, die über die bauliche Struktur und die gebundene Graue Energie hinaus geht. Dabei liegt die Bedeutung der Bestandsobjekte nicht zwingend in einer wertvollen Substanz, sondern in deren Funktion als Katalysatoren der Entwicklung. Dadurch werden diese ebenso prägend für eine ortsspezifische Bebauungsstruktur wie für mögliche Erinnerungsorte und vermögen, als nicht abschliessend ausformulierte Orte auch eine eigenständige ästhetische Kraft zu entwickeln.»

Bilder: Wer ist der Zielkunde? «Architektur-Experte» oder «Nutzer»



Bilder: Wer ist der Zielkunde? «Architektur-Experte» oder «Nutzer»



Bilder: Wer ist der Zielkunde? «Architektur-Experte» oder «Quartierbewohner»



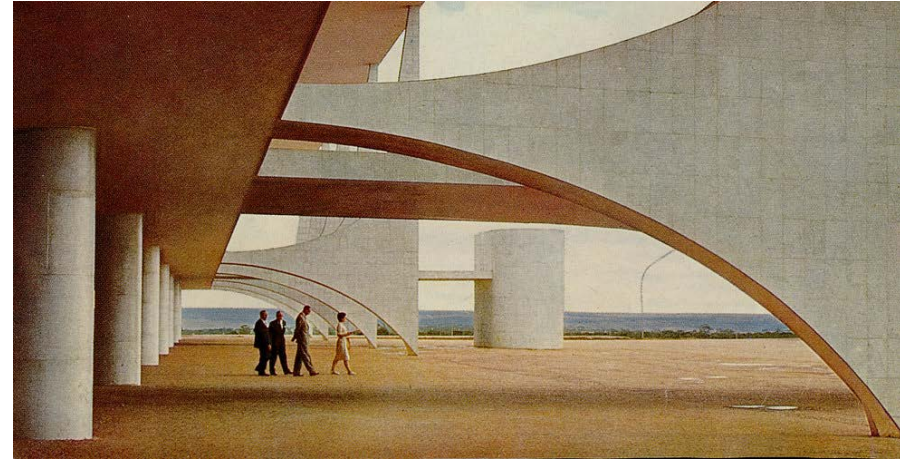
Bilder: Wer ist der Zielkunde? «Architektur-Experte» oder «Quartierbewohner»



Quelle: Halter AG

Eine Kopie kann kein Architektur-Produkt sein ... – aber für Kunden und Nutzer ein grosses Bedürfnis ...

Der scheinheilige Diskurs über wahre oder lügende Gebäude (Authentizität vs. Disney-Kulissen-Architektur, Kitsch) ist in Tat und Wahrheit der Kampf um Marktanteile für Geschäftsmodelle ...



Ausweg aus einer gespaltenen Gesellschaft

Architektur und die Bedürfnisse der Nutzer müssen und können im Normalfall in einem Produkt vereinigt sein ... und die Nutzer entscheiden am Ende / am Anfang ...

Fazit:

- Schönheit muss nicht teuer sein
- Der beste Städtebau ist auch wirtschaftlich, weil er selbstverständlich ist
- Es gibt viele einfache architektonische Mittel für Schönheit

