

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 13 (2000)
Heft: 1-2

Artikel: Die zeitgenössische Stadt : Zürich : lernen von Limmatwest
Autor: Loderer, Benedikt
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121286>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.05.2025

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



Limmatwest Strassenseite. Die zwei Geschosse Gewerbe unten und die zwei Geschosse Wohnen oben sind deutlich abzulesen. Alle Wohnungen werden von der Zwischengasse her erschlossen



Bilder: Gaston Wicky

Limmatwest Flusseite. Der Wohntrakt ist auf dreigeschoss hohen Säulen aufgeständert. Rechts der Mehrzwecksaal, alles, was von der einstigen Fabrik übrig blieb

Die zeitgenössische Stadt

Aus drei Gründen ist die Überbauung Limmatwest spannend. Erstens war da eine Bauherrschaft mit Langzeitdenken am Werk, zweitens bauten die Architekten ein Stück Stadt und drittens waren die Vermieter und Verkäufer zeitgenössisch. Eine exemplarische Geschichte.

In die Sahelzone kann man nicht investieren. Also sprachen die Immobilienfachleute und meinten das Industriequartier in Zürich. Heute, zehn Jahre später, besichtigen dieselben Immobilienkenner die Überbauung Limmatwest und sagen: «Genau so muss man es machen, das haben wir ja immer schon gesagt.» Aussagen zur durchschnittlichen Intelligenz der Immobilienleute, aber keine zu Limmatwest.

Ein Grundstück ist ein Produkt

Das Grundstück liegt am falschen Ort. Im drogengeschüttelten Kreis 5. Ein schmaler Streifen eingeklemmt zwischen dem Fluss und der verkehrslauten Ausfallstrasse, zerschnitten vom Viadukt der Eisenbahn, Süden ist dort, wo der Lärm am grössten ist und die Umgebung trist. Auf dem Gelände stand das in einem Jahrhundert gewachsene Konglomerat der Textilfärberei Schoeller Hardturm AG, die 1988 den Betrieb einstellte. Was tun mit dem Grundstück?

Es entwickeln, beschloss die Familie Albers, der es gehörte. Denn, und damit

sind wir schon beim Kern der Sache, ein Grundstück ist ein Produkt, keine Liegenschaft. Ein Grundstück muss geschaffen werden, sonst liegt es nur herum. Es gilt die alte Regel, auch wenn sie um 1990 wenig Glauben fand: Wer verdienen will, der muss zuerst investieren. Aber nicht nur Geld, sondern vor allem Geist muss investiert werden und, nicht minder wichtig, auch Zeit. Die Ungeduld kann kein Grundstück produzieren. Limmatwest ist ein Unternehmen, das 15 Jahre dauert. Ein Langstreckenrennen, bei dem die Kräfte richtig eingeteilt werden müssen. Da lob ich mir das alte Geld, das die Schüttelfröste der Konjunkturen gelassen aushält und zielstrebig zu Ende führt, was es begonnen hat. Gute Architektur braucht gute Bauherren, was hier mit weitsichtig, beständig und beharrlich übersetzt werden kann.

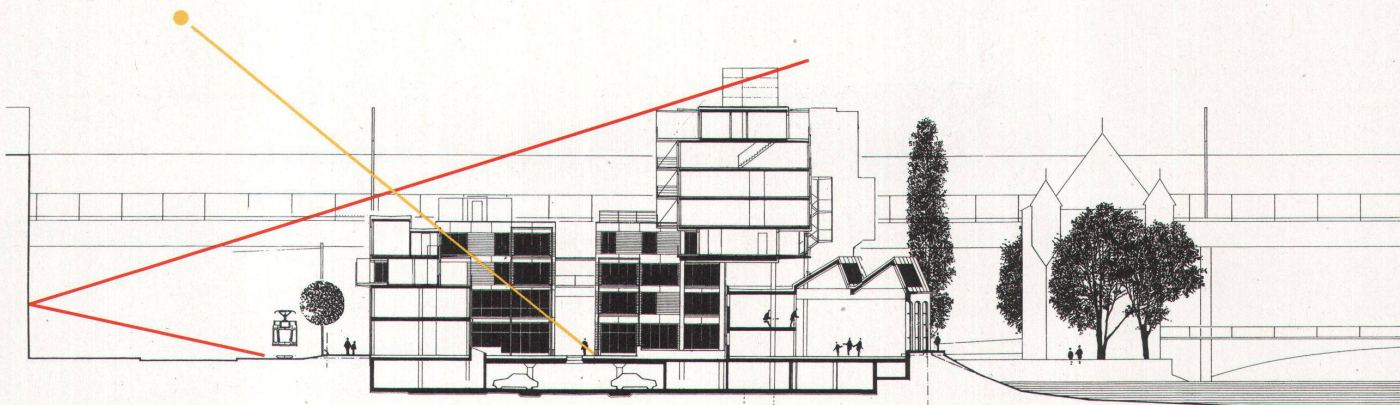
Entwickeln heisst Hirnschmalz investieren. Ein so schwieriges Grundstück kann nicht mit einer Fertiglösung aus dem Katalog der Findig und Rege Architekten AG entwickelt werden. Hier ist zuerst einmal Bauherrenarbeit

nötig. Der eingeladene, zweistufige Wettbewerb, den Albers zwischen 1988 und 1990 durchführten, ist das Kernstück dieser Arbeit, denn Wettbewerbe sind Bauherrenarbeit. Es ist die intensive Auseinandersetzung mit der einfachen Frage: Was wollen wir?

Die Herstellung von Stadtgefühl

Von den 14 Eingeladenen gewannen Kuhn Fischer Partner. Ihr Projekt kombiniert die bewährte Grundrissflexibilität (nachzulesen in HP 8/95) mit einer intelligenten Schnittlösung. Die Baustruktur gehorcht den wirtschaftlichen Zwängen und bedient sich der von Kuhn Fischer Partner ausgefeilten Zonierung. Habraken, der grosse holländische Theoretiker des Wohnungsbaus, lässt grüssen. Doch entscheidend ist der Schnitt. Die hohe Dichte von 1.93, die Lärmabwehr, der Sonnengang und der Flussanstoß erzeugten ein neues Muster. An der lärmigen Strasse steht ein viergeschossiger Riegel, zwei Geschosse Gewerbe unten, zwei Wohngeschosse oben. Am Fluss erhebt sich die seiner Krümmung fol-

Querschnitt durch den ersten Gartenhof und den Mehrzwecksaal. Der reflektierte Lärm (rot) wird abgeschirmt, doch die Sonne (gelb) dringt bis in die Höfe vor



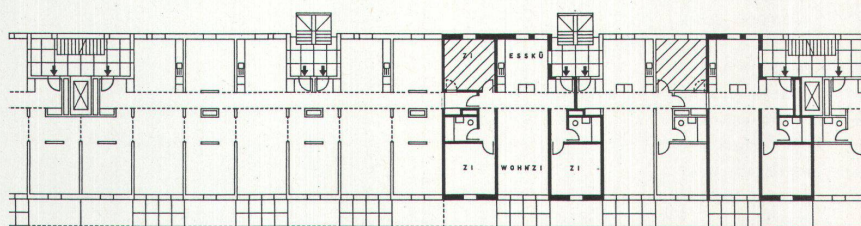


Die innere Gasse kreuzt sich mit einem Gartenhof. Durch die Flussfenster bleibt die Limmat auch im Innern spürbar

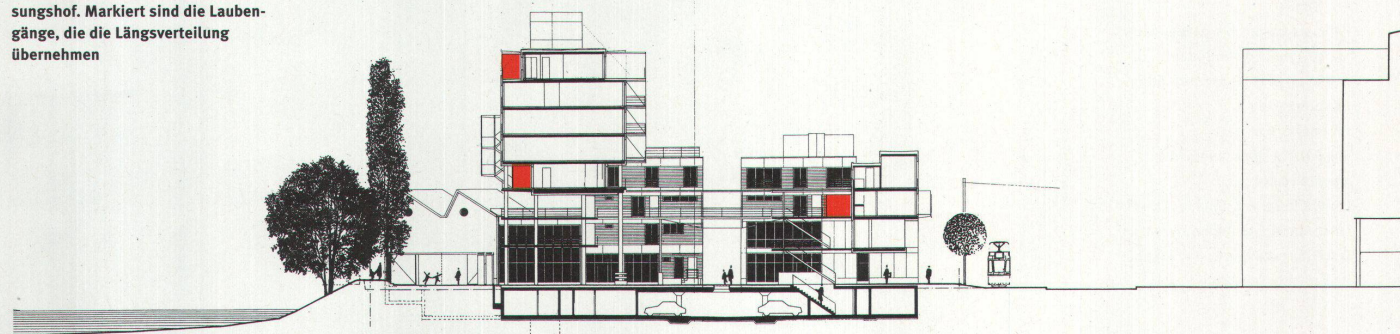


Die Dächer werden intensiv genutzt. Die Z-Generation braucht keine Gärten, sie braucht aber private Aussenräume

Grundriss viertes und fünftes Obergeschoss. Links die Baustruktur, rechts Beispiele für die Planungsflexibilität



Querschnitt durch einen Erschliessungshof. Markiert sind die Laubengänge, die die Längsverteilung übernehmen





Blick aus einer zweigeschossigen Wohnung auf den renovierten Hardturm und in den Limmatraum

gende Wand des achtgeschossigen Wohntrakts. Im Zwischenraum liegt eine innere Gasse, die von Brücken überquert wird. Der Riegel zum Fluss ist bis zum vierten Geschoss mit «Flussfenstern» durchlöchert. Es entstehen Sichtachsen quer zur Bebauung, der Fluss und das Ufer bleiben auch im Innern spürbar. Die «Flussfenster» führen zu hofartigen Ausweitungen, ein «steiniger» Erschliessungs- und ein «grüner» Gartenhof wechseln sich immer ab. Die Erschliessung der Wohnungen erfolgt über die aussen geführten Treppen in den Erschliessungshöfen. Doch führt ein Laubengang zu den Wohnungseingängen und zu den Zwischentreppen ab dem vierten Stock. Wie in den Gassen einer Altstadt muss sich der Besucher seinen Weg zur richtigen Haustüre suchen. Diese Erschliessung führt zu einer überraschend grossen Vielfalt im Zuschnitt der Wohnungen. Die Palette reicht von eineinhalb- bis zu Siebeneinhalb-Zimmer-Geschosswohnungen, auch Maisonettes sind zu haben. Anders herum: Der Wohnungsspiegel ist das genaue Gegenteil dessen, was die markterfahrenen Immobilienleute für gut halten. Diese Vielfalt ist aber einer der Gründe des Erfolges von Limmatwest.

Gebaut ist alles nach den Regeln der kommerziellen Vernunft. Konventionell in den Baumethoden, zeitgenössisch in

der Form. Was ist städtisches Wohnen heute? Limmatwest ist eine Antwort darauf. Hohe Dichte, klar gefasste Ausserräume, eine Erschliessung als Weg, nicht als Liftfahrt und die Vielfalt des Wohnungsangebots. Hier entsteht ein Stadtgefühl.

Auch die Nachfrage ist ein Produkt

Nicht nur das Grundstück, auch die Nachfrage ist ein Produkt. Wie macht man aus einer Überbauung eine Marke? Das Kind braucht als erstes einen Namen: Limmatwest. Gefunden hat ihn die Werbeagentur Wirz. Sie und drei Immobilienverwaltungen waren eingeladen worden, ihre Vorstellungen von Standortmarketing vorzustellen. Einzig die Werber wussten damit etwas anzufangen. Sie fragten sich: Welche Art Leute will in Limmatwest wohnen? Die Z-Generation. Urbane, weltoffenen Leute, Architekten, Werberinnen, Journalisten, Intellektuelle, Stadtmenschen. Ihnen musste Limmatwest bewusst gemacht werden. Eine Kampagne mit Mitnahmekarten im Tram, die sich auf Vico Torrianis Schlager «Kalkutta liegt am Ganges, Paris liegt an der Seine» stützte, behauptete: Limmatwest liegt an der Limmat. Gleichzeitig wurde ein Internet-Auftritt gestartet. Die Z-Generation hats sofort begriffen. 400 000 Mal besuchte sie die Internetseite Limmatwest, drei Eigentumswohnungen wur-

den über Internet direkt verkauft. Jede Wohnung konnte virtuell besucht werden. Zum ersten Mal war das Internet das Hauptinstrument einer Wohnungsvermarktung. Immobilienleute mit Erfahrung machen Inserate, Nachfrageproduzenten beherrschen das Internet.

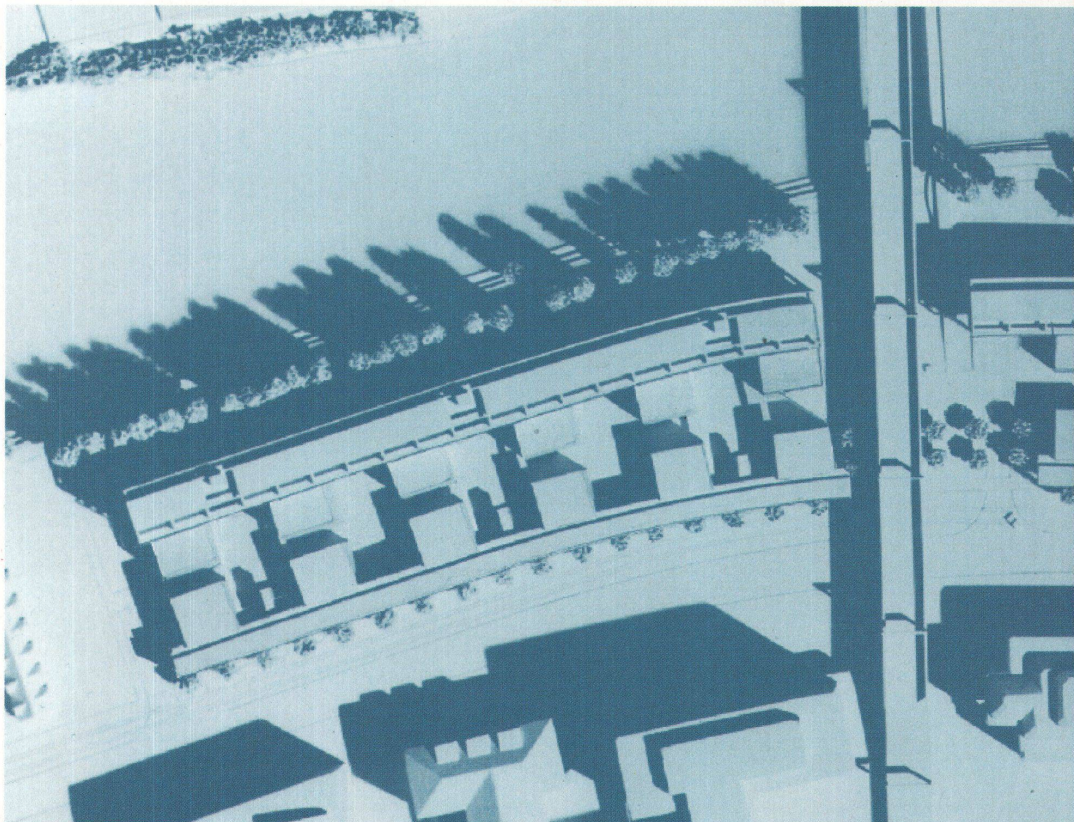
Trotzdem musste sich die Halter Immobilien und Treuhand AG, die den Verkauf der rund 50 Eigentums- und rund 150 Mietwohnungen der ersten Etappe übernahm, für jeden Interessenten genügend Zeit nehmen. Durchschnittlich fünf Mal besichtigen die Käufer ihre Wohnung vor dem Kaufentschluss. Pro Wohnung muss man mit 30 Dokumentationen rechnen, bevor sie vermietet ist. Am Sonntag haben die Leute am besten Zeit. Rund zwei Prozent der Bausumme mussten für die Vermarktung eingesetzt werden, was für die ganze Überbauung 2,6 Millionen heisst.

Limmatwest zeigt drei Dinge: Ein Grundstück ist ein Produkt. Dichte macht Stadt. Die zünftigen Immobilienleute können hier noch viel lernen.

Benedikt Loderer

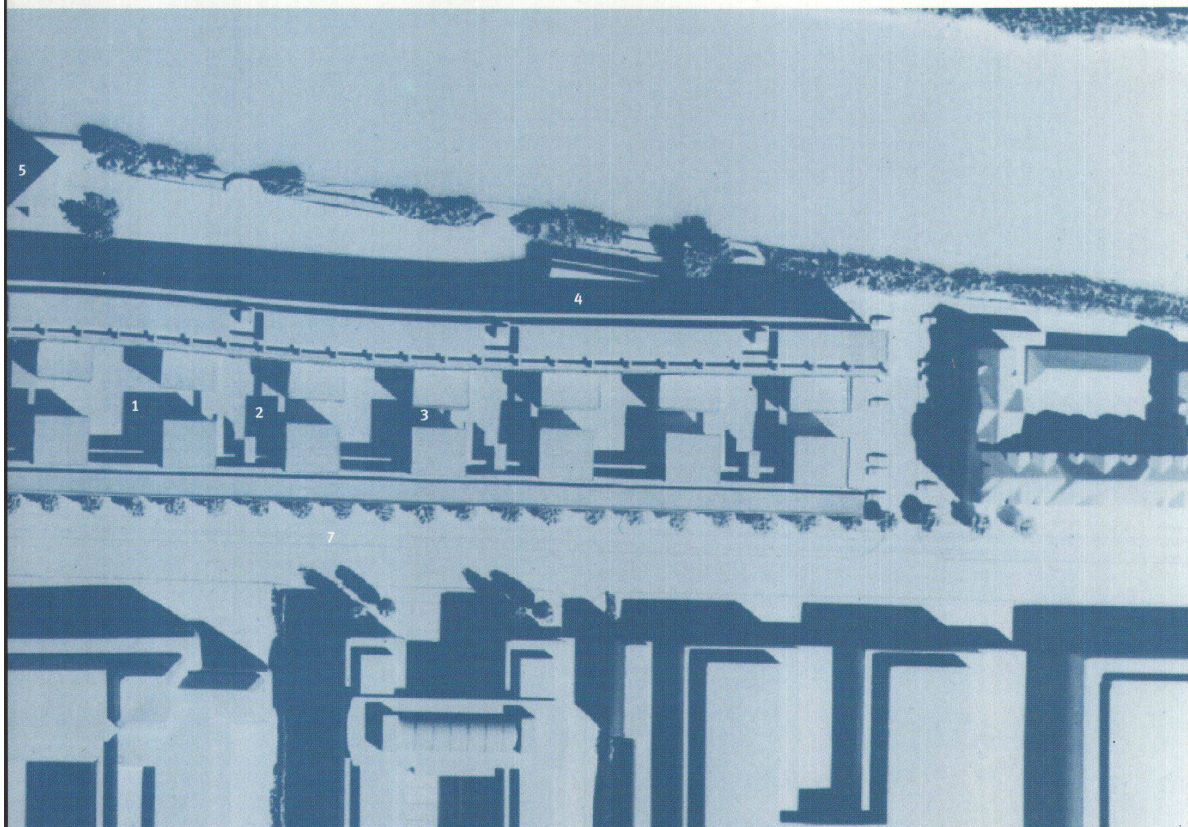
Überbauung «Limmatwest», Zürich

Bauherren 1. Etappe: Hardturm Immobilien, Schweizerischer Textilverband, Frau R. Halter, Pensionskasse der Credit Suisse
Totalunternehmer: Halter Generalunternehmung, Zürich
Architekt: Kuhn Fischer Partner Architekten, Zürich
Landschaftsarchitekt: Guido Hager, Zürich
Wettbewerb: 2-stufiger SIA-Wettbewerb 1988–90
Gestaltungsplan: 1994
Bau eingabe: 1995
Bauzeit 1. Etappe: 1997–99
Arealfäche 1. + 2. Etappe: 26 630 m²
Bruttogeschossfläche 1. + 2. Etappe: 51 471 m², Wohnanteil 75 %, AZ 1.93
Rauminhalt SIA 116 1. + 2. Etappe: 242 883 m³
Raumprogramm 1. + 2. Etappe: 314 1½–7½Zi-Wohnungen
 12 981 m² Büro/Gewerbe/Läden
 1 Kindergarten
 1 Kinderkrippe
 Shed-Halle (Mehrzweckraum)
 2 Restaurants
Parkplätze 1. + 2. Etappe: 348 PW in Einstellhalle, 51 PW im Freien
Erstellungskosten 1. + 2. Etappe: ca. 130 Mio. Franken





«Flussfenster» im Erschliessungshof.
Rechts die Mehrzweckhalle



oModell, Zenitalaufnahme. Rechts
die bereits ausgeführte erste Etappe,
links die zweite, die derzeit gebaut
wird, dazwischen das Bahnviadukt

- 1 Gartenhof
- 2 Erschliessungshof
- 3 Innere Gasse
- 4 Mehrzweckraum
- 5 Hardturm
- 6 Limmat
- 7 Limmatstrasse