

Aktuell : das Autohaus der Zukunft

Autor(en): **Joedicke, Joachim Andreas**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **75 (1988)**

Heft 9: **Genua = Gênes = Genoa**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-57068>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Aktuell

Das Autohaus der Zukunft

Das Auto ist längst zum unverzichtbaren Bestandteil der mobilen Gesellschaft geworden, in der wir leben. Wir benutzen es fast täglich; die hiermit vergrößerte eigene Reichweite ist die Voraussetzung für einige Berufe. Es ist ein Stück individueller Freiheit, mit dem Auto zu fahren, auf das wir auch in unserer Freizeit nicht mehr verzichten wollen.

Auf der anderen Seite hängen Industriezweige und damit die Existenz von Menschen, die hier ihren Lebensunterhalt verdienen, von der florierenden Produktion immer neuer Kraftfahrzeuge ab.

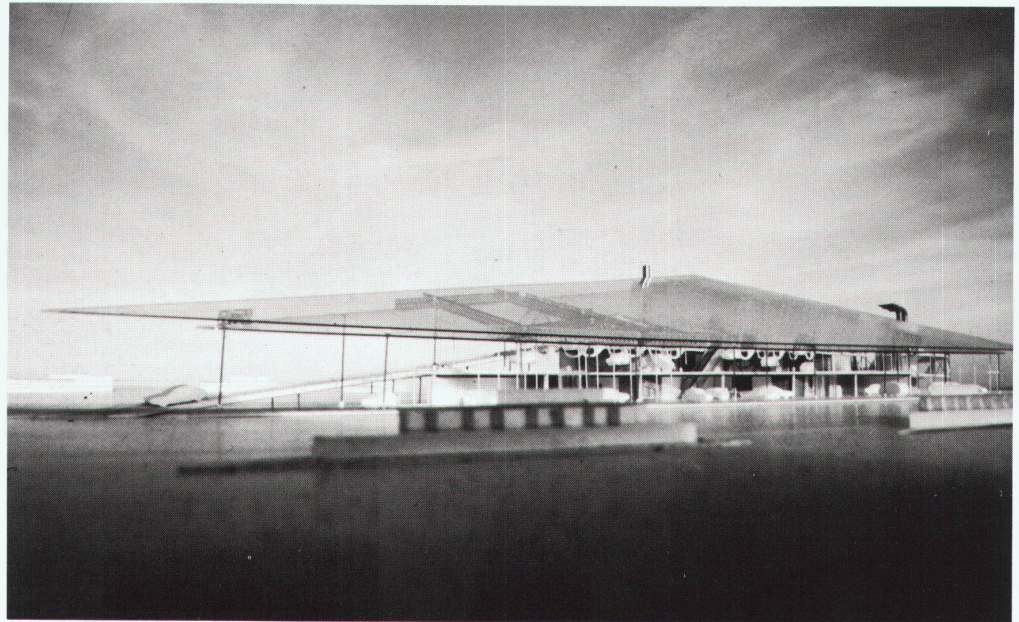
Das Auto wurde zu einem «Grundbedürfnis» des Menschen, zumindest in den Europa zivilisatorisch gleichstehenden Gebieten.

Dieser Stellenwert des Autos in unserer heutigen Gesellschaft war der erste Aspekt des Wettbewerbs. Die Teilnehmer sollten sich aber auch mit der Tatsache beschäftigen, dass Dienstleistungen in einer zunehmend von frei verfügbarer Zeit und wachsenden Ansprüchen an Lebensqualität und «Freizeit» geprägten Epoche einen immer höheren Stellenwert bekommen werden.

Die «grossen» Firmen sind sich dieses Umstands längst bewusst und bedienen sich dieses nicht mehr weg zu diskutierenden Zeitproblems.

Der Anspruch an die Architektur wächst damit in zweifacher Hinsicht.

Es werden erhöhte gestalterische Anforderungen an die Qualität der Arbeitsplätze der Mitarbeiter ge-



stellt, wobei ergonomisch optimale und vom Milieu her angenehme Arbeitsbedingungen die Basis bilden sollen für eine positive innere Einstellung, die sich natürlich auf die wirtschaftliche Erfolgskurve niederschlägt.

Die Kunden sollen auf der anderen Seite auf eine äussere architektonische Gesamtanlage stossen, die sie einlädt und willkommen heisst.

Diese beiden Aspekte einer kommunikationsfördernden Gestaltung werden heute immer wichtiger. Architektur in ihrer Gesamtheit wird damit zu einem Marketing-Instrumentarium im Sinne einer «cooperate-identity».

Die beiden Begriffe «Auto» und «Architektur» ergaben in diesem Sinne die Zielsetzung des unter Studenten ausgeschrieben Wettbewerbs, der unter dem Motto «Auto-tekture 2000» stand und innovative Zukunftsvisionen entwickeln sollte. Der Anspruch, zukunftsorientierte und in der Zukunft gültige und denkbare Modelle zu entwickeln, wurde durch die Vision des heranrückenden Jahres 2000 erfasst.

Die Jury unter Vorsitz von Michael Hopkins aus London war mit Prof. Manfred Schiedhelm und Prof. Helmut C. Schulitz aus Braunschweig besetzt. Zusammen mit der Volkswagen AG, Wolfsburg, schrieb die

Technische Universität Braunschweig diesen Studentenwettbewerb für die TU Braunschweig aus, an dem sich erstaunlich wenige beteiligten. Es waren lediglich 14 Arbeiten von 18 Teilnehmern.

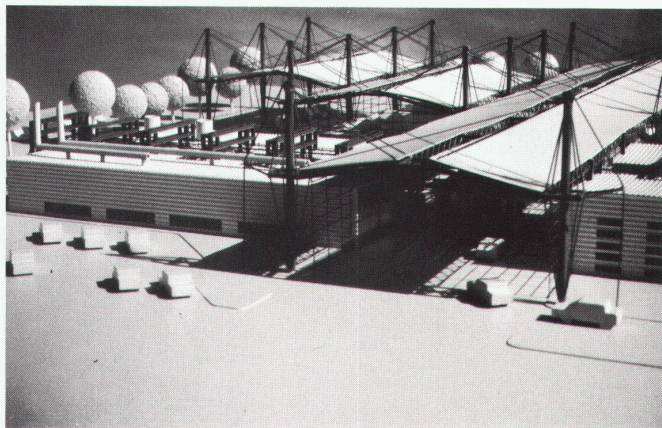
Oder sollte ein gewisses Resentiment dieser eindeutig strukturierten Aufgabe gegenüber, die die zuvor genannten Aspekte kritiklos übernahm, einige davon abgehalten haben, ihre kreativen Kräfte hier einzusetzen?

Es ging um eine ganzheitliche Betrachtung eines neuen Autohauses mit allen seinen Bereichen wie Ersatzteillager, Reparaturbetrieb, Verkauf und Verwaltung, besonders aber

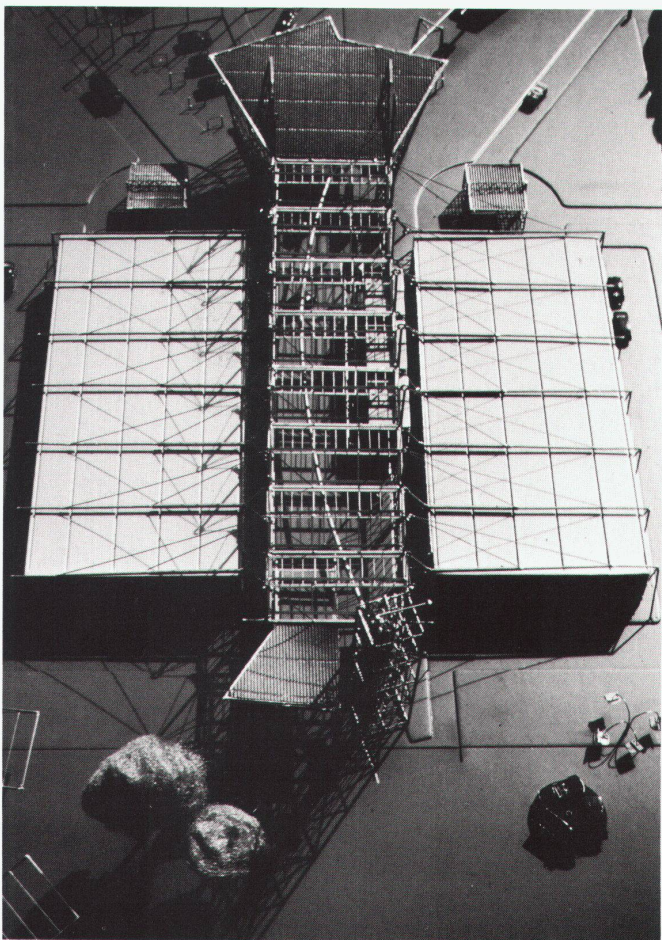


1. Preis: Arnd Gatermann. Strassenansicht – sie gestattet den Einblick in den transparenten Innenraum. Die Identität des Unternehmens wird durch die prägnante Grossform unterstrichen.

2. Blick von oben in den transparenten Innenraum mit den zwei Ebenen bedienenden «Transportringen» in der Werkstatt. Foto: Harald Gatermann, Braunschweig



3



4

2. Preis: Kaupa und Rüssmann. Frontansicht mit Diagnosestation und Einblick in die Werkstatt, Transportband und Durchgang zu den dahinter befindlichen Ausstellungsbereichen.

3. Preis: Vieths und Poitiers. In der Mitte befindet sich der Verkaufs- und Ausstellungsbereich, in den Seitenflügeln die mechanische Reparatur- und die Karosserie- und Lackierwerkstatt.

der Schauräume für Ausstellungszwecke und der erhofften Öffnung zum Kunden hin.

Die Ergebnisse der Preisträger lassen einige, schwerpunktmäßig bei vielen Arbeiten auftauchende Bemühungen erkennen. Der Werkstattbereich und die Stellung der dort beschäftigten Mitarbeiter wird aufgewertet. Gerade der Werkstattbereich wird offen und transparent gestaltet, um Einblicke zuzulassen. Die anderen unterschiedlichen Bereiche wie Verkauf von Fahrzeugen, von Teilen und von Serviceleistungen werden im Sinne einer Synthese gleichwertig behandelt.

Dem Anspruch einer «cooperate-identity» wird mit prägnanten Gebäudeformen Rechnung getragen, die Zeichen setzen sollen. Die verwendeten Formen haben einen hohen Wiedererkennungswert. Die gestalterisch sichtbare Konstruktion und die Analogien, die zum Beispiel zwischen Fassadenausbildung und Automobiltechnologie gezogen werden, dienen als Mittel, diese Einheit zu erreichen.

Sicherlich war die fortgeschrittene Autotechnologie Anreiz, sich mit einer totalen Technisierung im Inneren auseinander zu setzen. Es werden fahrerlose Warentransportsysteme, Parkieranlagen in Form von Paternostern und als Parkregal und Alternativen zu den herkömmlichen Hebewerkzeugen im Reparaturbereich vorgeschlagen. Zur Anpassung an unterschiedliche lokale und klimatologische Bedingungen kommen modulare Systeme für spätere Erweiterungen, aber auch für Demontage an nicht mehr lebensfähigen Standorten zum Einsatz. Vorfertigung, Erweiterbarkeit und Technisierung des produktionstechnischen Vorlaufs spielen bei vielen Konzepten eine wesentliche Rolle.

Die Jury vergab drei Preise und zwei Sonderpreise für innovative Ideen.

Den ersten Preis erhielt Arnd Gatermann aus Lemgo. «Das Motto des Entwurfs ist das erfahrbare Autohaus», das in allen Bereichen so ausgelegt ist, dass eine für den Kunden problemlose Bewältigung auch der innerbetrieblichen Wege möglich ist und zum Erlebnis wird. Aus diesem Grund entsteht der aus der Parkierung bekannte flache Winkel, der dem ganzen Gebäude die Form gibt und damit auch die überregionale Identität herstellt. Unter einem grossen schrägen Energiedach entwickelt sich das Innenleben transpa-

rent bis unter die Dachspitze; erdgeschossig der Ausstellungs- und Verkaufsbereich, darüber die Werkstatt- und Technikzonen. Im Mittelpunkt der Werkstatt steht funktionell eine vom Bearbeiter entwickelte neuartige «Hebebühne», die sogenannten «Transportringe», die sowohl Diagnosefunktionen, Pufferpositionen wie auch Reparaturpositionen ermöglichen und aufgrund ihrer Form eine zweigeschossige Werkstatt ergeben. Der Kunde erreicht die Werkstatt über eine assoziativ wirkende Spindel und verlässt sie wieder über eine Rampe, die wiederum die Assoziation des vom Band rollenden, technisch im Neuzustand befindlichen Wagens wecken soll.»

Weitere Preise gingen an Siegfried Kaupa und Rudolf Rüssmann aus Braunschweig. «Im Vordergrund dieses Konzeptes steht die Umkehrung konventionellen Grundrisslayouts: nicht der Ausstellungsraum ist zur Strasse orientiert, sondern der Werkstattbereich. Auf diese Weise soll dem Kunden die mechanische Orientierung von Kundendienstbetrieben vor Augen geführt werden. Der Kunde gibt sein Auto zur Reparatur auf ein Transportband, das deutlich sichtbar die Werkstatt durchläuft und den gesamten Tagesbedarf zu reparierender Autos aufnimmt. Das Passieren der Werkstattzone erlaubt die Erlebbarkeit der mechanischen Faszination bewegter Maschinen und ein Vertrauen in das Qualitätsniveau des Betriebes. Danach erst wird die grundrisslich abwechslungsreiche Ausstellungslandschaft erreicht, die zudem ein hohes konstruktives und gestalterisches Niveau erreicht.»

Für die Schaffung einer Erlebniswelt der kommenden Freizeitgesellschaft, dass heisst ein auch an Wochenenden und nach Feierabend attraktives Gebäude mit Aktivitäten und Attraktivitäten rund ums Auto, erhielten Stefan Vieths und André Poitiers aus Zürich und Hamburg den dritten Preis. Sonderpreise gingen an Justus Pysall, Braunschweig, und Stephan Beddig, Mascherode.

In Kürze werden die Wettbewerbsentwürfe aller Teilnehmer in einer Buch-Publikation «Autotektur 2000 – Konzepte für das Autohaus der Zukunft» erscheinen. Interessenten können sich an das Institut für Baukonstruktion und Industriebau, TU Braunschweig, Prof. Helmut C. Schultz, Pockelstrasse 4, 3300 Braunschweig, wenden.

Joachim Andreas Joedicke