

Urbanisierter Handel

Christian Kühn & Caramel Architekten

253.856 ● 10 ECTS ● Master Entwerfen
● Christian Kühn, Günther Katherl, Martin Haller, Ulrich Aspetsberger ● 09.10.2015
● 09.30 Uhr ● Ort wird bekanntgegeben

Die Funktionstrennung in die Bereiche Wohnen, Arbeiten, Erholung und Verkehr ist eine zentrale Leitidee der klassischen Moderne in der Architektur. Ihre Erfinder betrachteten Stadt nicht als Gemeinschaft von Häusern, die sich den urbanen Raum solidarisch teilen, sondern als Addition von säuberlich getrennten Funktionseinheiten, die sich so wenig wie möglich stören. Der Supermarkt ist eine Erfindung derselben Zeit. Er geht von einer vom motorisierten Individualverkehr geprägten Wirtschaft mit klarer Funktionstrennung aus. Der Einzelhandel US-amerikanischen Typs bettet den Markt in eine umgebende Parkierungsfläche ein, die Distanz zu den Nachbarn schafft, soweit es noch welche gibt. Dieser Typus hat die Erwartungshaltung an den Einkauf für den täglichen Bedarf in den letzten Jahrzehnten nachhaltig geprägt. Der Kunde erwartet sich von einem Supermarkt einen Parkplatz auf Straßenniveau mit niveaugleicher Anbindung an die ebenfalls erdgeschoßigen Verkaufsräume. Garagen werden höchstens als notwendiges Übel akzeptiert. Sobald der Mitbewerber - also der nächste Supermarkt mit offenem Parkplatz - das Idealmodell anbieten

Institut für
Architektur und Entwerfen
Abteilung für
Gebäudelehre
und Entwerfen

kann, ist klar, wohin sich die Kunden wenden. Rational ist diese Entscheidung nicht unbedingt: In anderen Kontexten wie dem Büro-oder Wohnhaus ist die Garage ein Zeichen von Luxus, und wer den Inhalt eines Einkaufswagens im Schneesturm in sein Auto lädt, wird im offenen Parkplatz wohl kaum die überlegene Lösung erkennen wollen. Es geht hier offenbar auch um das Versprechen der individuellen, freien Bewegung, das die Automobilindustrie ihren Kunden seit über hundert Jahren eingepflichtet hat. Welches Automobil steht lieber mit der Herde im Stall als frei auf der Prärie zu weiden?

Das Entwerfen „Urbanisierter Handel“ geht der Frage nach, ob und um welchen Preis sich der Einzelhandel US-amerikanischen Typs in die gewachsene Stadt integrieren, oder, anders gesagt „resozialisieren“ lässt. Wenn Urbanität von den drei Parametern Dichte, Hybridität und Theatralik lebt, dann muss auch ein urbaner Supermarkt seinen Beitrag dazu leisten. Das bedeutet, dass sich der Supermarkt mit anderen Nutzungen kombinieren lassen muss, um eine entsprechende Dichte und Hybridität zu erreichen und zu einem einprägsamen Ort für das Schauspiel des Alltagslebens zu werden.

Ziel ist an ausgewählten Orten das Potential aufzuzeigen, das in der Resozialisierung des Einzelhandels im dicht bebauten Stadtgebiet und vor allem auch in den Stadtentwicklungsgebieten steckt. Wie können Nahversorger über ihre Primärfunktion hinaus positive Auswirkungen auf das Leben in der Stadt haben, ihr Image als notwendiges Übel ablegen und zu urbanen Orten mit eigener Qualität werden? Das Entwerfen findet in Kooperation mit der REWE International AG statt.