



Flagship Store

Wolfgang Kölbl
Elisabeth Wieser
Andreea Cebuc

Großes Entwerfen ● 253.C02 ● 10 ECTS
SS2018 ● Einführung 09.03.2018 ● SR02
10.00 - 17.00 ● weitere Termine
jeweils freitags

Institut für
Architektur und Entwerfen
Abteilung für
Gebäudelehre und
Entwerfen

Onlinehändler sind schuld daran, dass die Innenstädte veröden. Das ist kurzgefasst das übliche Narrativ, das in der akademischen Architektur- und Stadtplanung genauso verbreitet ist wie bei der Lokalpolitik, die Leerstände in den Geschäftsstraßen erklären muss.

Umso überraschender sind Meldungen, wonach manche Onlinehändler in den stationären Handel einsteigen wollen und das in Pilot-Projekten auch schon realisiert haben. Dabei kommt es zu einem skurrilen Aufeinandertreffen. Das momentan innovativste Segment des Handels trifft auf das momentan einfallloseste Segment des Handels. Ein Vorwurf, der die Architektur für den stationären Handel ausdrücklich miteinschließt.

Welches Potential dabei brach liegt, beweist bereits die Praxis der Flächenwidmung. Bis heute will kaum eine Kommune innerstädtische Flächen für Shopping Center oder große Verkaufseinheiten widmen, weil derartige Anlagen mehr destruktiv als konstruktiv eingeschätzt werden. Der stationäre Handel hat also auch ohne die Online-Konkurrenz konsequent seinen Erfolgshorizont limitiert.

Aufgabe der Lehrveranstaltung wird sein, architektonische Ideen für den stationären Bekleidungshandel zu entwickeln und mit einer Serie von Flagship Store Entwürfen detailliert auszuarbeiten. Die Entwürfe sind als Case Study Serie gedacht, um eine möglichst große Bandbreite an Ideen abdecken zu können. Die Ideen sollen so weit intensiviert werden und konkretisiert werden, bis nicht nur das Machbare, sondern auch das Nicht-Mehr-Machbare erkennbar wird. Dabei werden zwei wesentliche Ziele verfolgt:

1. Programmatische Ideenfindung:

Welche neuen Abläufe sind im stationären Handel denkbar und wie sieht die architektonische Umsetzung aus. Wie können Routine-Abläufe neu gedacht und organisiert werden. Wie weit kann das übliche Raum- und Funktionsprogramm erweitert werden, um sämtliche Mode-relevante Aktivitäten für die Marke Publikums-wirksam werden zu lassen: Produktion, Marketing, Display, Verkauf und Veranstaltungen, etc.

2. Städtebauliche und baubehördliche Evaluierung:

Welche Auswirkungen hat der jeweilige Entwurf für das urbane Umfeld. Das Thema soll an 3 unterschiedlichen Grundstücken getestet werden, um zu zeigen, was an den verschiedenen Standorten möglich/verträglich ist. Geplant sind eine innerstädtische A-Lage, eine städtisch B-Lage, und eine Peripherie-Lage. Welche Möglichkeiten/Schwierigkeiten sind jeweils baubehördlich zu erwarten. (Bauordnung, Bebauungsvorschriften, Veranstaltungsrecht, Arbeitsstättenverordnung, etc.) Welche vorausschauenden Lösungen können dafür gefunden werden.