

Von Miriam M. Beul

„WIR WOLLTEN eine neue Architektur und eine, die zum Ausdruck bringt, dass wir eine schlimme Krise überwunden haben.“ Michael Russ ist Leiter für internationale Projekte beim österreichischen Gummiproduzenten Semperit. Und jedes Mal wenn er das Firmengelände betritt, blickt er mit Stolz auf das Forschungs- und Entwicklungszentrum von Semperit. Wie ein Ufo steht es quer auf dem Firmengelände in Wimpassing. Im Rückenschwung des imposanten Aluminiumbaus sieht man das Glasdach des zentralen Atriums, das Büro-, Besprechungs- und Laborbereiche großzügig miteinander verbindet. „Es sollte aussehen wie ein Industriegebäude, einen repräsentativen Charakter haben und nicht zu teuer sein“, beschreibt Russ die Aufgabenstellung des 1999 gestarteten Architektenwettbewerbs.

Warum einen Neubau? Für den in den 1920er-Jahren gegründeten Kautschuk- und Kunststofffabrikanten markierte die Jahrtausendwende das Ende einer Epoche. Das vormalige Kerngeschäft, die Produktion von Autoreifen, war 1985 an Continental verkauft worden. Es dauerte, bis neue Geschäftsfelder die Firma wieder auf Kurs brachten. 1997 war die Wende dann geschafft und seitdem wächst das Unternehmen jährlich. Dieses neue Selbstbewusstsein sollte auch baulich sichtbar werden. Den Wettbewerb entschied jedoch keine Architekturstars für sich, sondern Newcomer: das frisch gegründete

„Nicht nur aus Kostengründen, auch wegen der ungewohnten Formen entscheiden sich Mittelständler oft gegen ausdrucksstarke Architektur“

Wiener Architekturbüro der Brüder Karim and Rames Najjar. „Wir waren vom Entschluss des Unternehmens wirklich überrascht“, erinnert sich Rames Najjar heute. Doch der luftige Gebäudekorpus mit seinem schlauchähnlichen Silberdach hatte den Innovationsnerv des Gummierstellers getroffen. Mut bewiesen letztendlich aber beide: das mittelständische Unternehmen, weil es einen ungewöhnlichen Bau zuließ, und dies mitten im architektonisch unaufgeregten Burgenland. Und die Najjars, weil sie mit biomorphen Formen zuvor keinerlei Erfahrung hatten. Die Technik zur Herstellung der gekrümmten Aluminiumbleche für das Dach entliehen sie dem Bootsbau.

Mittelständische Unternehmen schrecken vor großen Namen oft aus Kostengründen und vor expressiven Formen aus Mentalitätsgründen zurück. Semperit wagte eine neue Form und vertraute diese Aufgabe einem jungen Architekturbüro an. Acht Jahre nach der Einweihung des FEZ zeigt sich: Der neue Schuh war keineswegs zu groß. Mit rund 7000 Beschäftigten, davon 600 im Örtchen Wimpassing, 18 Produktionsbetrieben weltweit und einem Umsatz von 655 Millionen Euro gehört Semperit zu den großen Spielern. Die Grundlagenforschung für alle Produkte findet im silbernen Ufo der Brüder Najjar statt. Drei Millionen Euro hat das FEZ insgesamt gekostet.

Und die Investition hat sich gelohnt. „Unser Image hat sich durch den Neubau geändert. Es gelingt uns leichter, Nachwuchs für unsere Firma zu begeistern“, sagt Semperit-Mann Russ. Auch Architekt Rames Najjar ist zufrieden. Wirtschaftlich war der erste große Industriebau für ihn zwar nicht der ganz große Wurf, aber: „Alle Werbeanzeigen werden heute mit dem Gebäude gemacht. Das finde ich natürlich gut“, sagt er.

70 Kilometer nördlich von Wimpassing, in der Wiener Neustadt, sticht das coole Design einer weiteren Industrieimmobilie aus dem flachen Land heraus. Direkt an einem kleinen Sportflugplatz liegt der Forschungs- und Produktionsstandort der Schiebel Elektronische Geräte GmbH. Das frische Grün des Firmensignets hebt sich elegant von der dunklen Außenhaut des Gebäudequaders ab. Schicke bunte Flugzeuge starten und landen im Hintergrund, ansonsten herrscht rund um den kantigen Schiebel-Firmensitz gespenstische Leere. Ein wenig James Bond hängt

Visitenkarten aus Stein und Glas

Auffällig gestaltete Industrieimmobilien können den Markenauftritt eines Unternehmens effektiv aufwerten. Vor allem mittelständische Firmen setzen auf den Ausdruck moderner Architektur und großer Namen



MIRIAM BEUL: VIA BILCOMBERG NEWS; FOSTER AND PARTNERS; ANDREAS SCHMITZER; AN ARCHITECTS; LIBESKIND



in der Luft. Ein Eindruck, der sich im Innern der futuristischen Immobilie noch verstärkt. Man betritt hier die Hallen eines internationalen Luftfahrtunternehmens, das unbemannte Hightech-Helikopter herstellt. Die Drohnen werden zur Minensuche, für Aufklärungsflüge, Katastropheneinsätze und im Grenzschutz eingesetzt. Auch wenn Piraten die Meere unsicher machen und Fracht- oder Kreuzfahrtschiffe bedrohen, setzen die örtlichen Regierungen immer häufiger Fluggeräte von Schiebel ein.

1951 wurde das Unternehmen gegründet, seit 1994 befasst es sich mit der Entwicklung unbemannter Hubschrauber. Ein lukratives Geschäft, das schon bald mehr Platz benötigte. 2004 schrieb das Unternehmen einen Wettbewerb für eine neue Produktionshalle nebst Bürokomplex aus, den project A01 architects aus Wien für sich entschieden hat. Schrägen und Kanten, Vorsprünge und Rücksprünge geben dem 2006 fertiggestellten Bau viel Dynamik. Im Innern dominieren Silber und klinisches Weiß, transparente Durchblicke und noch mehr als draußen das Gefühl, an ei-

nem Filmset zu sein: Im Besprechungsraum fährt auf Knopfdruck eine dünne Wand zur Seite und gibt den Blick durch eine Scheibe hinunter in die 2300 Quadratmeter große Produktionshalle frei. „Die Halle lässt sich flexibel gestalten. Und weil sämtliche Leitungen im Fußboden versenkt wurden, wirkt sie so aufgeräumt und transparent“, erläutert Andreas Schmitzer von project A01 architects. Von den Konferenzräumen gelangt man auf eine großzügige Besucherterrasse, die auch Flugvorführungen dient. Zehn Millionen Euro hat sich Schiebel den Neubau kosten lassen – Inneneinrichtung inklusive.

Auch in Deutschland werden kleinere Unternehmen mutiger und vertrauen auf moderne Architektur, manche sogar auf große Namen. In Wuppertal beispielsweise lässt sich die Firma Putsch GmbH & Co. KG, ein Spezialunternehmen für Zucker- und Süßungsmittel, eine umweltfreundliche Hightech-Immobilie vom Londoner Büro Foster und Partners bauen. Erste Teile des Mischkomplexes mit 18 000 Quadratmetern Hallen- und 7000 Quadratmetern Büroflächen sollen schon im nächsten Jahr betriebsbe-

1 Eingang der Bodegas Ysios in Bilbao, gestaltet von Santiago Calatrava. Wie eine Fortsetzung der Berge ragt das Gebäude des Weinguts in die Kulturlandschaft. 2 Daniel Libeskind entwarf das Entree der Firma Rheinzink in Datteln – und wirbt damit für ein wichtiges Produkt der Firma – Titanzink. 3 In Wuppertal entsteht eine umweltfreundliche Hightech-Immobilie für die Putsch GmbH & Co., aus der Feder von Foster and Partner. 4 Frank O'Gehry schuf ein dramatisches Wellendach für das Hotel „Marques de Riscal“ in Bilbao. 5 Project A01 architects baute eine Produktionshalle für Schiebel in Österreich



reit sein. Von außen gleicht der Baukörper einer dreigliedrigen Raupe. Putsch-Geschäftsführer Carl Christian Radinger ist mit der Arbeit des Baumeisters mehr als zufrieden. „Die Architekten beschäftigen sich mit den Produktionsabläufen und sie verstehen sie auch. Man nimmt sich wirklich viel Zeit für uns“, sagt er. Und räumt ein: „Wir sind sicher eine harte Nuss. Denn wenn ein Familienunternehmen baut, kommt es vor, dass der Chef sich um jeden Quadratmeter selbst kümmert“, sagt er.

Ohne Kommentare aus der Chefetage kann dagegen Daniel Libeskind bei seinem Projekt im nordrhein-westfälischen Datteln zu Werke gehen. Auf dem Areal des Zinkherstellers Rheinzink GmbH & Co. KG entsteht gerade der Prototyp der sogenannten Libeskind-Villa, eine Art Luxus-Fertighaus, das der Stararchitekt in Serie produzieren will. Neben der typisch kantigen Libeskind-Optik – vor allem bekannt durch das Jüdische Museum in Berlin sowie den Entwurf für den Neubau Kö-Bogen in Düsseldorf – glänzt das Gebäude vor allem durch eine nachhaltige und energieeffiziente Bauweise. Neben Holz werden für den gesamten Bau nur umweltverträgliche und entsprechend deklarierte Baustoffe verwendet. Rheinzink wird das Designhaus als Entree und Besprechungsraum nutzen.

Das der prominente Baumeister ausgerechnet ein 36 000-Einwohner-Nest im nördlichen Ruhrgebiet als Bühne für seine Villa-Premiere wählt, wundert nur auf den ersten

„In einem interessanten Gebäude wird die Produktion zu einem Ereignis“

Blick. Libeskind kauft hier schon seit Langem ein. Denn für viele seiner unverwechselbaren Bauten lieferte Rheinzink das Material. „Titanzink sieht wunderbar aus, es lebt und besticht durch seinen geringen CO₂-Wert“, hebt Rheinzink-Geschäftsführer Ullrich Grillo die Qualitäten für Dach- und Fassadenbauten hervor. Er hofft durch das ungewöhnliche Architekturprojekt das Firmengelände in Datteln zu beleben. Eine Werbegemeinschaft, die beiden nützt.

Auf den Marketingeffekt hochwertig gestalteter „Produktionsimmobilien“ setzen aber nicht nur Industrieunternehmen, sondern auch Winzer. Während der österreichische Winzer Josef Umathum einen jungen Architekten aus der Nachbarschaft beauftragte, eine Scheune in eine sakral wirkende Lagerhalle für Weinfässer umzubauen, beschäftigten baskische Weinbauern auch Architekten von Weltruh. Erste Station: das Örtchen Laguardia. Für das 50 Hektar große Weingut „Ysios“ hat Santiago Calatrava einen lang gestreckten Baukörper mit gewelltem Dach und einem hoch aufragendem Mittelschiff aus Glas entworfen. Die „Bodegas Ysios“ beherbergen Lagerraum für 1,35 Millionen Flaschen und 4000 Fässer. Im gläsernen Bug, der den Blick auf die Reblandschaft freigibt, finden die Verkostungen statt. Der Weingenuß wird zum Event, inszeniert in einer eigens für ihn geschaffenen Umgebung. Mit der Romantik feuchter Keller haben diese High-Tech-Immobilien nichts mehr zu tun. Herstellung und Verkauf finden in strahlend weißen, voll klimatisierten Hallen statt, die in ihrer Karg- und Klarheit an protestantische Kirchenbauten aus den 70er-Jahren erinnern.

Von innen aufgeräumt und klar, von außen dafür umso verspielter: So präsentiert sich 110 Kilometer von Bilbao entfernt das Hotel „Marques de Riscal“. Es entstand auf dem gleichnamigen, 220 Hektar großen Weingut im 1000-Seelendorf Elciego-Alava. Ersonnen hat die wilde Kreation kein geringerer als Frank O'Gehry. Diesmal hat er sich von der Idee der Verpackung inspirieren lassen. Die verschaltelten Gebäudewürfel ahmen Weinkisten nach, darüber sind dramatisch gewellte Titanbahnen drapiert, die der Architekt in drei Farben von einem Hersteller aus Japan bezieht. Das rosafarbene Band steht für den Rotwein, das silberne für die Etiketten und die Weinkapsel, das goldene für das Netz, mit dem das Weingut seit einem Fälschungsversuch im 19. Jahrhundert seine Marke schützt. O'Gehry hat damit den Kunstgriff geschafft: Das Gebäude wertet nicht nur das Unternehmen auf. Es macht auch Werbung für die eigene Werbung.