

## Hauptpreis und Sieger Kategorie B

Bauherrschaft: Freitag Lap AG / Architektur: Spillmann Echsle Architekten ETH SIA / Standort: Geroldstr.17, 8005 Zürich / Bezug: Mai 2006

### Freitag Flagship Store, Zürich

#### Gebraucht, non-konform, roh, direkt und unverblümt

Freitag schafft eine kongeniale Verbindung von Produktionsweise und Produkt zur Architektur und Bautechnik. Ursprung sind Taschen, die Markus und Daniel Freitag beseelt vom bunten Schwerverkehr vor ihrer Wohnung, schneiderten. Sie mussten belastbar und wasserabweisend sein und wurden aus alten LKW-Planen gefertigt. Das Gebäude ist authentisch zum Unternehmen, Standort und Marke sind die Ableitung aus dem urbanen Ursprung. Das Geviert Geroldstrasse ist geprägt von seiner Lage zwischen den Verkehrsachsen. Auf der einen Seite Hardbrücke mit Geroldrampe, auf der anderen Bahnviadukt und Gleisfeld. Das zur Verfügung stehende kleine Grundstück, wurde optimal ausgenutzt.

Das Transportmaterial ist gleichzeitig Baumaterial und Produktrohstoff. Der normierte 20 Zoll Überseecontainer wird zum Baustein und wächst abgestuft zu einem Turm aus 9 Einheiten. Durch das Heraustrennen von Längswänden und Decken entstand über die vier ersten Etagen ein grosszügiger, mehrgeschossiger, offener Verkaufsraum. Die Basis wurde zum Verkaufsladen, der Turm zum Landmark zwischen den internationalen Verkehrsachsen. Die innere Gliederung folgt den Funktionen Verkauf, Präsentation, Erschliessung und Verkaufslager. Der Weg führt durch das Produktsortiment mit über 1500 Taschen und endet in einer Aussichtsplattform auf rund 25m Höhe mit geschärftem Blick auf Verkehr, Stadt, See und Berge.

**Fazit:** Am Freitaggebäude ist erkennbar, dass durch die sorgfältig auf das Unternehmen und seine Ziele ausgerichtete Corporate Architecture ein nachhaltiger und bereits vielfach ausgezeichnete Klassiker geschaffen wurde – weit mehr als ein kurzfristiger Marketing-Gag! Die Repräsentation setzt nicht durch teures, edles Bauen, sondern durch die Verwendung von „Secound Hand“ Material, mit archaischen Mitteln und einer strengen formalen Geste (Turm) ein.



## Kategoriensieger A

Bauherrschaft: Regent Lighting / Architektur: Staehelin, Gisin + Partner AG, Basel. Mitarbeit: Herbert Kurz / Innenarchitektur/ Ausstellungs- & Beleuchtungskonzept: Felice Dittli, Luzern/Werk 3, Basel / Standort: Dornacherstr.390, Basel / Bauzeit: 2001–2002

### RLC – Regent Lighting Center, Basel

#### Architektur als Markenerlebnis

Licht, das Kernthema des Unternehmens eröffnet vorzügliche Möglichkeiten zur architektonischen Umsetzung der Corporate Architecture. Der Bau wirkt wie eine Laterne mit semi-transparenter Isolierung. Das Thema Licht wurde konsequent und adäquat umgesetzt und wirkt enorm authentisch und glaubwürdig. Die Ausstellung im Innern ist in Verbindung zum Unternehmen interessant gelungen und entspricht Regent, die regelmässig neue Leuchten auf den Markt bringt.

Es ist gelungen einem No-Go-Ort im Dreispitz in Basel einen prägenden Impuls zu verleihen. Ein beispielhaftes Zusammenspiel zwischen Architektur, Innenarchitektur und Lichtarchitektur ist ersichtlich. Trotz des dominanten Themas Licht ist eine dezente Zurückhaltung feststellbar. Die Marketingaspekte wurden perfekt umgesetzt – Licht über alles – von innen nach Aussen, von Aussen nach Innen.



## Kategoriensieger C

Architektur: Bearth & Deplazes Architekten, Chur/Zürich, Valentin Bearth, Andrea Deplazes, Daniel Ladner / Fassade: Kollaboration mit Gramazio & Kohler Architekten, Zürich, Fabio Gramazio, Matthias Kohler / Standort: Fläsch GR / Bauzeit: 2007–2008

### Weinbau Gantenbein, Fläsch

#### Weingut im Terroir-Prinzip

Mit dem Weingut wurde eine Firmenidentität geschaffen, die mit Werten und Zurückhaltung kommuniziert. Qualität steht für die Winzer an oberster Stelle und ist Leitlinie für ihre Marketingstrategie. Der Marketinggedanke ist auch in der Materialisierung des Weingutes ersichtlich. Die Fassade ist ein Kunstwerk aus Backstein und zeigt durch ihre Formgebung und Anordnung der Steine ein Traubenbild. Das Gebäude ist als grosser Weinbottich konzipiert. Im Schnitt widerspiegelt sich der Ablauf der Verarbeitung: 1. der Gärraum, 2. der Säulenkeller im Untergeschoss und 3. die Lounge im Dachgeschoss.



Das Weingut ist nach dem Terroir-Prinzip konzipiert: Lokale Weinbaukultur kombiniert mit geeigneter, einfacher aber nachhaltiger Technologie. Der Gärraum beherbergt 12 Cuvées aus Eichenholz und muss eine konstante Temperatur, ein angenehmes, mildes Tageslicht aufweisen, das Handarbeit ohne Kunstlicht erlaubt. Das durchbrochene Mauerwerk und die dadurch entstehende Lichtbrechung und Lichtstreuung erzeugen eine einzigartige Raumstimmung. Gleichzeitig speichert die Mauermasse die Energie des Sonnenlichts und federt so grosse Temperaturschwankungen moderat ab.



## Kategoriensieger D

Bauherrschaft: Gemeinde Lachen SZ / Landschaftsarchitekten & Gesamtleitung: Graber Allemann Pfäffikon SZ / Ing. Wasserbau: Staubli, Kurath & Partner Zürich / Lichtplaner: Reflexion Zürich

### Hafen Lachen, Lachen

#### Côte d'Azur am oberen Zürichsee

Grossartig, wie sich der kleine Bezirkshauptort Lachen durch die Verbesserung eines zentralen städtebaulichen Bereiches der Öffentlichkeit zeigt und sich damit innovativ vermarktet. Der Hafen war in die Jahre gekommen: Mit einem neuen, übergeordneten Materialkonzept wurde in erster Linie der Abfolge von Plätzen und Fussgängerzonen am Wasser ein einheitliches Gesicht verliehen. Die Materialien erstrecken sich gleichzeitig auf die angrenzenden öffentlichen Flächen und strahlen so in den Ort hinein.



Den vorgelagerten Betonmauern zum Wasser hin befinden sich Stege aus türkisblauem Fiberglas, von denen aus die einzelnen Bootsplätze erreicht werden können. Das eigenwillige Material ist zum Identität stiftenden Merkmal der Hafenanlage geworden und vermittelt zwischen Wasser und Festland. Zudem befinden sich darunter Beleuchtungskörper, die die Ufermauern nachts dezent anleuchten. Es ist ein eindrücklicher Ort entstanden, der eine heutige Sprache spricht. Er ist Bühne für die imposante Naturkulisse und erhält durch die Architektur eine Standortqualität, die sich aktiv im Marketing einsetzen lässt.



## Sonderpreis Green-Technologie

Bauherrschaft: Eawag (vertreten durch BaFA Bauten) / Architektur: Bob Gysin + Partner BGP Architekten, Zürich / Standort: Dübendorf / Bezug: 2006

### Forum Chriesbach – Eawag, Dübendorf

#### Forschung für das Wasser

Die Eawag ist ein national verankertes und international vernetztes Wasserforschungsinstitut. Sie setzt sich ein für einen ökologisch, ökonomisch und sozial verantwortungsvollen Umgang mit der Lebensressource Wasser und den Gewässern. Das Gebäude steht als Ganzes sowohl in Erscheinung als auch in Funktionalität für einen nachhaltigen Umgang mit dem Element Wasser ein.

Die Corporate Identity durchzieht als Thema das Gebäude und wird für Mitarbeiter und Besucher unmittelbar erlebbar: Die Umgebungsgestaltung visualisiert den Wasserkreislauf und der revitalisierte Chriesbach wird zur sinnlichen Erfahrung. Das im Wassergarten natürlich gefilterte Wasser wird als Spülwasser wiederverwendet. Das Abwasser der Toiletten wird wiederum zu Forschungszwecken eingesetzt. Das Gebäude wird in seiner Gesamtheit von fern und nah als Botschaft und zum Thema Wasser erlebbar. Marketing zum Lebenselement Wasser wird nachhaltig etabliert.



## Sonderpreis Teamleistung

Bauherrschaft: Schweizer Fernsehen SF / Architektur-Team: Hannes Wettstein, Stephan Hürlemann, Marc Briefer, Alex Kalberer, Beatrice Knöpfel / Standort: Fernsehstudio DRS, Zürich-Seebach / Realisierung: 2005–2007

### Setdesign Schweizer Fernsehen SF, Zürich

#### Tagesschau & 10vor10, Schweiz aktuell, Meteo, Sport, Rundschau, Club

Im Kontext des CI-Relaunchs des Schweizer Fernsehens SF, spielte die Neugestaltung der Kern-Sendegefässe eine zentrale Rolle. Die Anforderungen an eine zeitgemässe und nachhaltige Corporate Architecture standen dabei im Vordergrund. Nebst den spezifischen TV-Set-Designs wurde für das Schweizer Fernsehen ein «Corporate Architecture-Gestaltungshandbuch» erstellt.

Die Leistung besteht in der Positionierung durch die CA, die sich klar von Wettbewerbern abhebt. Der modulare Aufbau, klare Formen, Wiedererkennungswert und ein stringentes Farbkonzept überzeugen ebenso, wie vorbildliche Zusammenarbeit zwischen Spezialisten aus den Bereichen Architektur, Bühnenbau, Marketing, Graphik, Regie, Technik, Szenographie und Logistik. Eine inhaltliche Weiterentwicklung und Markenwahrnehmung wird ermöglicht, ohne zu stark formale Vorgaben zu machen.

