Ausgabe 1/2021

do up

DAS WEBER MAGAZIN FÜR ARCHITEKTEN

CORPORATE

DIE ÄSTHETIK DES HANDWERKS: Mittelständischer Unternehmenssitz

FORM FOLLOWS CONTENT: Prof. Jochen Siegemund im Interview

DIE VIELFALT DER KLINKERFASSADE: Moderne Interpretation von Backsteinmauern

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

Corporate Architecture ist Teil des Corporate Design und hat ihre Wurzeln in der Corporate Identity. Es geht dabei also um die Identität von Unternehmen, besser gesagt von Marken. Marken sind im 21. Jahrhundert allgegenwärtig und – ob man diese Entwicklung nun schätzt oder nicht – wichtige Bezugs- und Orientierungspunkte für Menschen. Sie möchten ihren Kern und ihre Werte nicht nur durch ein idealerweise unverwechselbares Produkt- und Verpackungsdesign sowie Logo ausdrücken, sondern auch durch eine möglichst einzigartige Architektur. Mit der spannenden Frage, wie man Identität bauen und Inhalte in den Raum übersetzen kann, befasst sich nicht nur der Masterstudiengang „Corporate Architecture" an der TH Köln, sondern auch dessen Leiter, Professor Jochen Siegemund, im Interview ab S. 9.

Mit Corporate Architecture verbindet man meist die spektakulär gestalteten Unternehmenszentralen internationaler Konzerne – häufig aus der Automobilbranche, zunehmend auch Internetgiganten. Aber auch der Mittelstand hat das Bedürfnis, den Stolz auf seine Produkte, seine Geschichte und seine regionale Verwurzelung in Gebäuden auszudrücken. Ein Beispiel dafür stellt diese do up mit der Firmengruppe Göbel vor. In einem Würzburger Gewerbegebiet fand die Fliesenabteilung des Familienunternehmens ein neues Zuhause. Eine Keramikfassade sowie ein industriell geprägter Materialmix im Innenraum repräsentieren die 70-jährige Tradition des Betriebs. Passend dazu greift der Technikbericht die Fassadengestaltung mit Klinkerriemchen auf – ein Trend, der sich mittlerweile vom Norden her flächendeckend ausgebreitet hat.

Eine lohnende Lektüre wünscht

Ihr Christian Poprawa
Direktor Marketing Saint-Gobain Weber

IN DIESER AUSGABE

DIE ÄSTHETIK DES HANDWERKS:
Mittelständischer Unternehmenssitz 4

FORM FOLLOWS CONTENT:
Prof. Jochen Siegemund im Interview 9

DIE VIELFALT DER KLINKERFASSADE:
Moderne Interpretation von Backsteinmauern 12

DATEN UND FAKTEN:
Corporate Architecture 15

FOLGEN SIE UNS AUF INSTAGRAM: do.up_

Impressum

Herausgeber:
Saint-Gobain Weber GmbH
Schanzenstraße 84, 40549 Düsseldorf
de.weber

V. i. S. d. P.:
Christian Poprawa
Direktor Marketing

Kontakt:
Dorothea Dehlinger
Leiterin Kommunikation/Wissensmarketing
Telefon: (0211) 91369-291
dorothea.dehlinger@sg-weber.de

Redaktion und Gestaltung:
Brandrevier GmbH, Essen
brandrevier.com

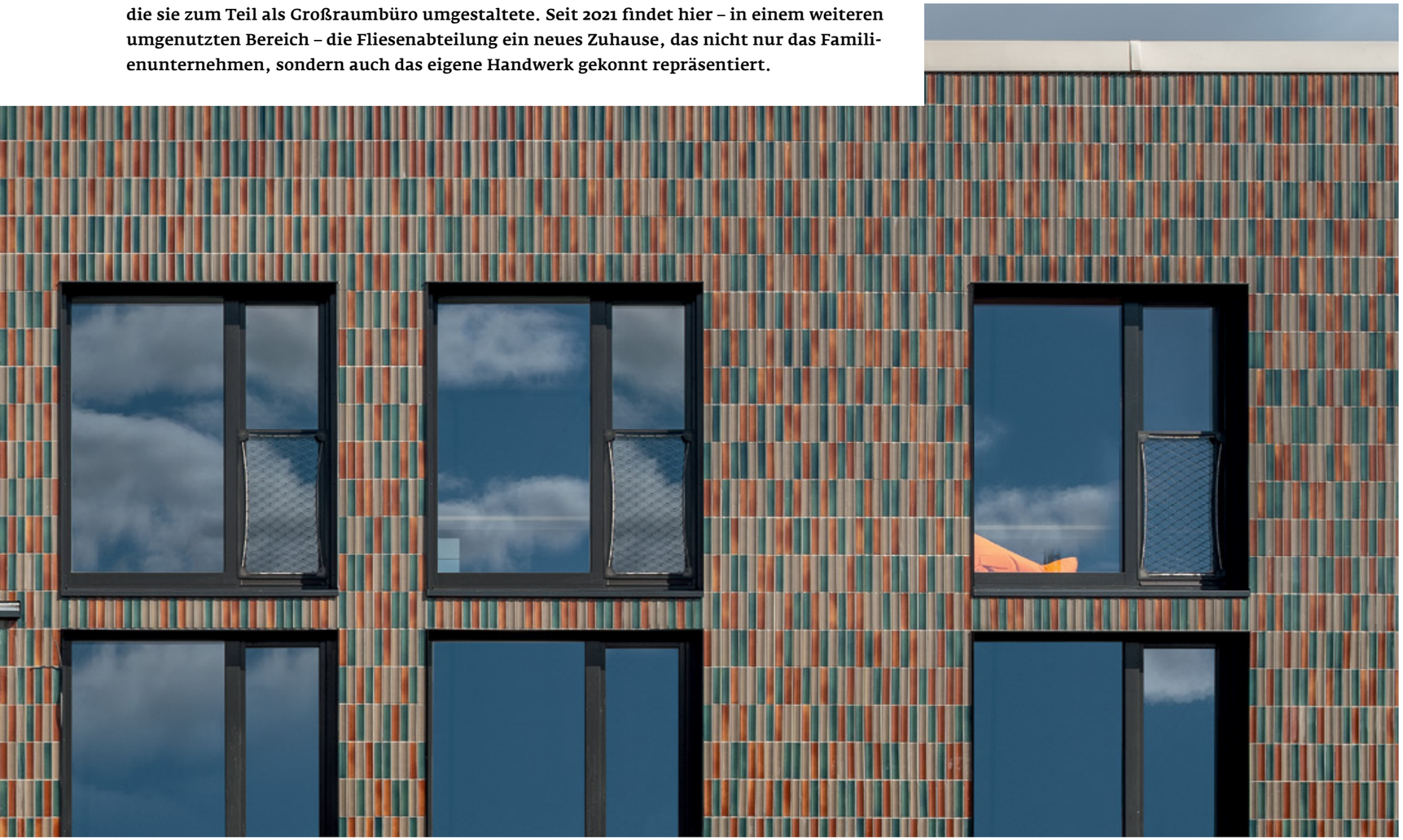
do up im Abo

Einfach auf de.weber/do-up kostenlos bestellen.
Sie haben Themenvorschläge oder möchten die do up nicht mehr bekommen?
Kurze E-Mail an info@sg-weber.de genügt.

Online-Magazin: do-up.de
Instagram: do.up_

DIE ÄSTHETIK DES HANDWERKS

Mit Corporate Architecture assoziiert man in erster Linie Unternehmenssitze wie Googleplex, den Vitra Campus oder die Autostadt des Volkswagen-Konzerns in Wolfsburg. Doch wie sieht es abseits dieser spektakulären Gebäude für Mega-Konzerne aus? In einem Würzburger Gewerbegebiet kaufte die Firmengruppe Göbel im Jahr 2015 zwei Lagerhallen, die sie zum Teil als Großraumbüro umgestaltete. Seit 2021 findet hier – in einem weiteren umgenutzten Bereich – die Fliesenabteilung ein neues Zuhause, das nicht nur das Familienunternehmen, sondern auch das eigene Handwerk gekonnt repräsentiert.



Jeder kennt sie – die städtischen Peripherien, in denen meist mittelständische bis kleine Unternehmen angesiedelt sind. So verschieden die Angebote hier auch sein mögen, eines ist ihnen gemein: Die Bebauung folgt keinen städtebaulichen Bezügen oder Vorschriften und ist vom Charakter her funktional. Das Sachliche und Unaufgeregte der Umgebung birgt jedoch auch eine Chance, die sich Architektin und Bauherrin Sandra Göbel bei der Gestaltung der neuen Fliesenabteilung der Firmengruppe Göbel zunutze machte. Gemeinsam mit ihrem Mann Georg Göbel leitet sie das Unternehmen am Standort Heidingsfeld, das bereits 1945 als Maurer- und Fliesenlegerbetrieb gegründet wurde. Im Laufe der Jahre wuchs es stetig um weitere Dienstleistungen aus dem Hoch- und Tiefbau und zählt heute über 200 MitarbeiterInnen.

WERTE SICHTBAR MACHEN

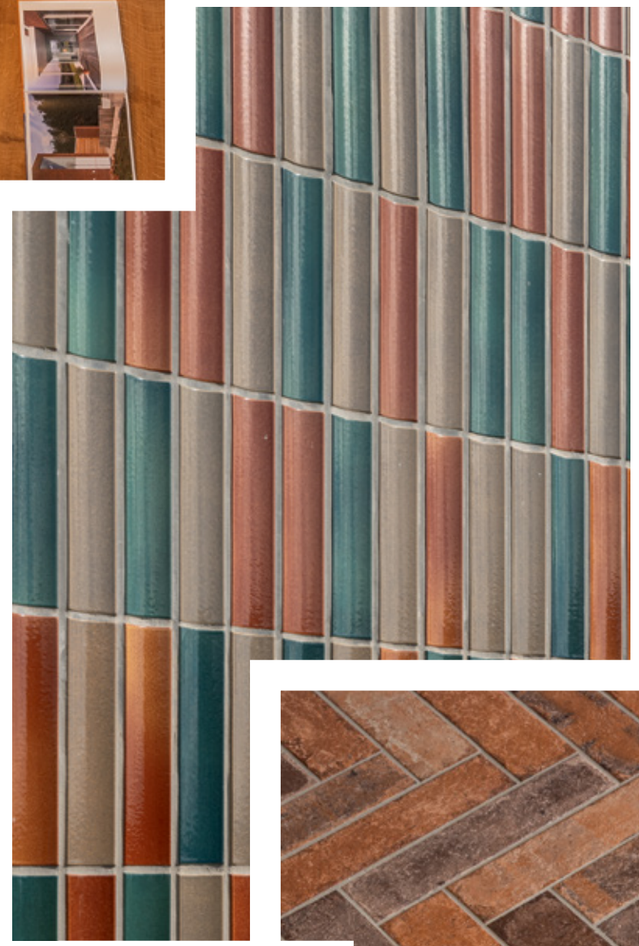
War die Fliesenabteilung bisher wenig prominent zwischen den anderen Bereichen untergebracht, sollte sie nun auf zwei Geschossen ein „eigenes Reich“ bekommen, das ihren Ansprüchen gerecht wird. Denn obwohl das Fliesenlegerhandwerk vor 76 Jahren eine der Keimzellen der heutigen Firmengruppe bildete, war in den bisherigen Räumen nichts davon zu sehen. Daher sollte der neue Gebäudeteil an die Ursprünge erinnern und das widerspiegeln, wofür „Georg Göbel Fliesen“ im eigenen Verständnis steht: die hohe und langjährige Expertise im Fliesenlegerhandwerk, die Nähe zum Kunden sowie das Gespür für eine zeitgemäße, funktionale und gleichzeitig erschwingliche Gestaltung. »

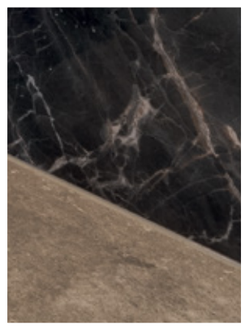
ÜBER MUT UND PRÄZISION

Die Verbindung zum handwerklichen Ursprung bildet eine Keramikfassade am erneuerten Gebäudeteil. Bereits von Weitem sorgt sie für einen Blickfang: Die glasierten Fliesen stechen mit ihren Oberflächen in Orange, Blaugrün und Mittelgrau deutlich aus der ansonsten unaufgeregten Aluminiumverkleidung hervor. Der orangene Farbton stellt zudem eine Verbindung zum Firmenlogo her.
Doch was in der Planung einfach schien, stellte sich in der Umsetzung als echte Herausforderung dar. Denn abgesehen davon, dass diese Art der Fassade eher Seltenheitscharakter besitzt, wurden die Sonderformate mit anderen Maßen geliefert als geplant. Die Architektin reagierte spontan auf die Situation und entschied, die 250 x 62,5 mm messenden Klinkerriemchen stehend anstatt quer zu verlegen, um eine neue, zeitraubende Fertigung zu vermeiden. Das Ergebnis bestätigt ihren Entschluss: Die stehende Verlegung bricht mit üblichen Sehgewohnheiten und lässt das Gebäude höher wirken.
Der keramische Belag wurde schließlich in Präzisionsarbeit mit einem Multifunktions-Flex-Fliesenkleber aufgebracht – eine zurückhaltende Fuge in Zementgrau rückt die farbige Oberfläche in den Vordergrund.

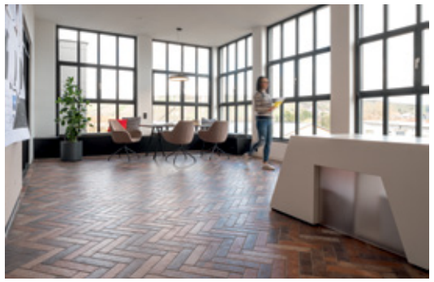
GROSSFORMAT TRIFFT FISCHGRÄTMUSTER

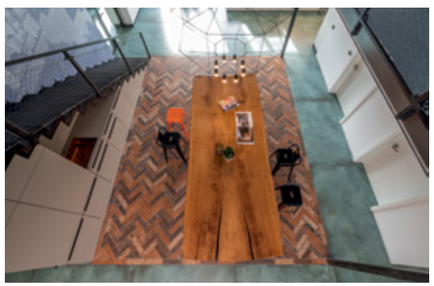
Bei der Gestaltung des Innenraums legte Sandra Göbel Wert darauf, den BesucherInnen die verschiedenen Fliesen, Natursteine und Verlegemuster nicht nur an Ausstellungstischen zu präsentieren, sondern sie in das Gebäude selbst zu integrieren. Daher sah sie in ihrem Konzept neben einem großzügigen Ausstellungsbereich im Obergeschoss auch einen homogenen Materialmix vor: Stahlstützen, Sprossenfenster und –türen sowie Treppengeländer, Möbel und Leuchten aus Metall greifen das industrielle Design des ersten Bauabschnittes auf. Die verschieden gefliesten Böden spiegeln die Farben der Fassade und unterteilen den offenen Grundriss optisch in verschiedene Zonen. Während die Böden von Eingangsbereich und Arbeitsplätzen mit 1,60 x 1,60 Meter großen Feinsteinzeugfliesen in Türkis versehen wurden, sorgt das geflieste Fischgrätmuster im Besprechungsraum sowie im Atrium für einen eindeutigen, bewusst herbeigeführten Kontrast. Denn als Herzstück des Gebäudes »





versammelt das Atrium mit seinem zweigeschossigen Luftraum nicht nur alle Nutzungen um sich, sondern ist mit seinem großen Besprechungstisch aus Eichenholz auch der repräsentative sowie identitätsstiftende Treffpunkt aller Firmenzweige, MitarbeiterInnen und KundInnen. Während sich die Außenanlagen noch in der Ausführung befinden, herrscht im Gebäude schon reges Treiben. Wer hier eintritt, den erwartet eine Fortführung dessen, was die Keramikfassade bereits ankündigt: ein inspirierendes Design, das Möglichkeiten eröffnet, ohne dabei marktschreierisch zu wirken. Vielmehr macht es neugierig und vermittelt auf zeitgemäße Weise die Werte des traditionsreichen Familienunternehmens.





So soll der Eingangsbereich nach Fertigstellung aussehen.

DATEN + FAKTEN

OBJEKT:	Georg Göbel Fliesen, Würzburg
BAUHERR:	Georg Göbel Fliesen, Würzburg
ARCHITEKT:	Sandra Göbel, Raumwerk Architekten, Würzburg
BILDRECHTE:	Karl Huber Fotodesign

DAMIT WURDE GEBAUT

AUSSENFASSADE ABDICHTUNG / ENTKOPPLUNG:	2-K-Dicht-, Entkopplungs- und Klebesystem weber.xerm 844
VERKLEBUNG KERAMIK-FLIESEN:	Multifunktions-Flex-Kleber weber.xerm 861
VERFUGUNG:	weber.fug 877 in Zementgrau
BODEN UND WAND FLIESEN-VERKLEBUNG:	Multifunktions-Flex-Kleber weber.xerm 861
VERFUGUNG:	weber.fug 877 (Boden) und weber.fug 875 BlueComfort (Wand)

FORM FOLLOWS CONTENT

Laut Prof. Siegemund ein gelungenes Beispiel für Corporate Architecture: die österreichische Supermarktkette MPREIS.
Foto: Christian Flatscher

ZUR PERSON

JOCHEN SIEGEMUND *leitet an der TH Köln den Master- und Forschungsschwerpunkt Corporate Architecture. Neben zahlreichen Tätigkeiten in Fachgutachten, -gremien und -verbänden arbeitet er in der Praxis als Architekt und Stadtplaner und führt das Büro „Siegemund Architekten & Stadtplaner" in Bonn.*

INTERVIEW

Prof. Jochen Siegemund über die gegenwärtige sowie zukünftige Bedeutung „gebauter Identität"

Herr Prof. Siegemund, Sie lehren an der Technischen Hochschule Köln den Masterschwerpunkt „Corporate Architecture". Können Sie das Profil kurz umreißen?
Ich habe seit 1995 eine Professur für Entwerfen, Objekt und Raum in Köln und darauf aufbauend 2007 die Mastervertiefung an der Technischen Hochschule gegründet und etabliert. Im Fokus meiner Lehre stehen der öffentliche und der repräsentative Bau für Bildung, Kultur und Unternehmen sowie architektonische Räume für Inhalte und Erlebnisse. Wir stellen uns der Frage, wie man Identität bauen kann und wie wir Inhalte in Raum übersetzen können, der beispielsweise die Haltung eines Unternehmens vermittelt. Denn es geht ja nicht nur darum, ein funktionales Programm abzuarbeiten, sondern den Raum auch als einen Bedeutungsträger zu verstehen, der den Menschen prägt. »

„Inhalte in Raum übersetzen“ – taucht in Ihrem Gebiet deshalb immer wieder der Leitsatz „form follows content“ auf?
Ja, wir haben ganz bewusst Mies van der Rohes „form follows function“ zu „form follows content“ abgewandelt. Der Inhalt spielt für uns eine große Rolle. Als ArchitektInnen müssen wir in der Lage sein, inhaltliche Kriterien in die Materialisierung und die Raumbildung zu übertragen. Es entspricht außerdem unserer Haltung, dass wir über eine umfangreiche Analyse ein Verständnis für unseren Bauherrn bekommen und daraus eine Programmatik entwickeln.

Gibt es Ihrer Erfahrung nach Unterschiede zwischen Großkonzernen und mittelständischen Unternehmen, was die Relevanz der eigenen Corporate Architecture betrifft?
Große Unternehmen haben ihre eigenen ArchitektInnen, die nur darauf schauen, dass ihre Headquarter weltweit entsprechend ihrer Corporate-Design-Richtlinien gestaltet werden. Das ist unabdingbar, wenn sie sich in der globalen Wirtschaft wiedererkennbar machen möchten. Mittelständler dagegen haben den Wettbewerb in diesem Umfang nicht und können sich aus Budgetgründen meist auch nicht so beraten lassen, wie es die ganz Großen machen. Dennoch sehe ich auch hier ein enormes Potenzial: Innovation, Werteverständnis, Regionalität, Firmenhistorie und damit einhergehend Traditionen sowie der Umgang mit den eigenen MitarbeiterInnen sind Themen, die sich über die Architektur wunderbar und nachhaltig transportieren lassen.

MPREIS Filiale Wenns, Foto: Lukas Schaller

Es ist derzeit vielfach zu hören, dass das Home-Office langfristig die Bedeutung des Präsenz-Arbeitsplatzes und damit auch des Firmengebäudes verändern wird. Sehen Sie diese Tendenz?
Ja, aber es ist dabei wichtig zu sagen, dass die Bedeutung deshalb nicht geringer wird. Bei einem Arbeitsplatz geht es ganz stark um Beziehungen und Vertrauen. Das müssen Unternehmen auch in Zukunft aufrechterhalten. Vielmehr ist es eine Frage der Verortung, also wie wir Wohnen und Arbeiten zukünftig miteinander kombinieren können. Ein Unternehmen sollte seine Flächen nicht reduzieren, sondern sich fragen, wie es sie innerhalb einer Stadt neu organisieren kann, ohne dabei den Wert des Arbeitsplatzes zu verringern. Es ist demnach eine ganzheitliche, städtebauliche Betrachtung notwendig, anstatt nur auf ein einzelnes Firmengebäude zu blicken.

Inwiefern hat die voranschreitende Digitalisierung Auswirkungen auf die Relevanz von „gebauter Identität“?
Insbesondere in der jetzigen Situation wird uns bewusst, wie wichtig analoge Begegnungen, Orte und Räume sind. Aber natürlich wird es mit der voranschreitenden Digitalisierung immer mehr virtuelle Angebote geben. In diesem Zusammenhang müssen wir Analog und Digital neu bewerten und gewichten. Dennoch lässt sich ganz klar sagen – und das haben wir spätestens durch Corona noch einmal nachdrücklich gemerkt –, dass digitale Angebote keinesfalls die analoge Welt ersetzen können, in der sich die Menschen physisch begegnen. Diese Begegnungen und den wissenschaftlichen Austausch wünsche ich uns auch mit den Studierenden in der Mastervertiefung Corporate Architecture!

TH Köln
Mastervertiefung Corporate Architecture

DIE VIELFALT DER KLINKERFASSADE

Klinkerfassaden werden immer beliebter. Kein Wunder: Die bei hohen Temperaturen gebrannten Klinker und ihre moderne Variante, die Klinkerriemchen, sind widerstandsfähig, wartungsarm und zeichnen sich durch eine große Gestaltungsvielfalt aus.

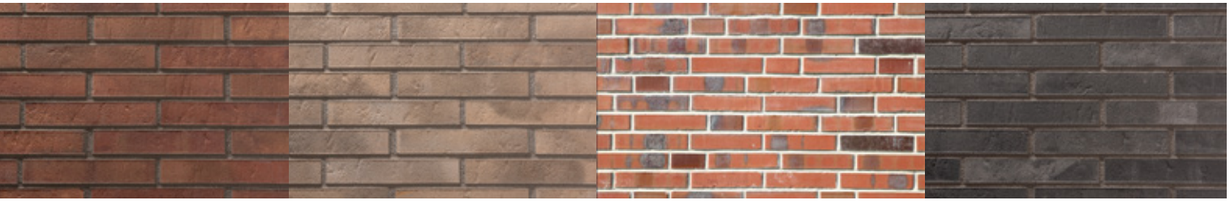
Der Backsteinexpressionismus erlebt aktuell eine Renaissance. Die architektonische Stilrichtung, die sich in den 1920er Jahren insbesondere in Norddeutschland und im Ruhrgebiet ausprägte, entwickelte sich parallel zur neuen Sachlichkeit des Bauhauses. Im Gegensatz zu dieser zeichneten sich die im Stil des Backstein- oder Klinkerexpressionismus errichteten Gebäude durch eine ornamentale Formensprache mit rauen, kantigen, oft spitzen Elementen aus.
In der gegenwärtigen Architektur wird Klinker immer häufiger in Form von Mischfassaden aufgegriffen. Putzfassaden werden mit Klinkerflächen kombiniert, um die natürliche Wirkung mineralischer Oberflächenstrukturen mit einem strengen geometrischen Fugenraster zu kontrastieren.

EINE FLIESE IN WABENFORM

Klinkerriemchen sind die schlanke Variante von Vollklinkern. Wie diese werden sie bei sehr hohen Temperaturen von 1100 bis 1300 °C gebrannt und nehmen dadurch kaum Feuchtigkeit auf. Im Unterschied zu Klinkersteinen weisen Riemchen jedoch lediglich eine Dicke zwischen 9 und maximal 25 mm auf. Die Form von Klinkerriemchen ist in den meisten Fällen rechteckig, wobei die Maße variieren. Neben dem Normalformat werden auch besonders schlanke und breite Dünnformate sowie Riemchen im so genannten Reichsformat gefertigt (siehe Kasten). Sonderformate wie Dreiecke sind eher eine Seltenheit, sorgen dafür aber umso mehr für einen Blickfang. So ließ das Kölner Büro bob-architektur für das Facharztzentrum Bonn-Beuel eigens eine silberfarbene, dreieckige Keramikfliese mit einer Kantenlänge von 13 cm anfertigen. Das ungewöhnliche Sonderformat wurde in einer Wabenform produziert, von Hand gebrochen und einzeln verklebt.

VON FARBE, STRUKTUR UND VERBÄNDEN

Klinker-Kollektionen werden in einer breiten Auswahl an naturnahen Farbtönen wie Grau, Braun, Ziegelrot und Ocker, aber auch in kräftigen Farben wie Blau und Gelb angeboten. Dabei sind die meisten Kollektionen nicht streng einfarbig, vielmehr changieren die Farben einzelner Klinkerriemchen und lockern so das streng geometrische Flächenbild auf. Ob glatt oder leicht bis stark strukturiert – auch die Oberfläche trägt zur Wirkung in der Fläche bei. Besonders glatt und glänzend sind beispielsweise glasierte Riemchen, die an Londoner U-Bahnstationen erinnern. Andere wiederum wirken durch ihre raue, matte Oberfläche besonders rustikal. »



Der Name Klinker ist abgeleitet vom niederländischen „klinken“. Es bezeichnet den hellen Klang, der beim Anschlagen ertönt.

Neben Format und Oberflächenbild ist auch die Art des Mauerverbands entscheidend für die Wirkung der Klinkerriemchen in der Fläche. Dabei wechseln sich Läufer – also ganze Riemchen – mit sogenannten „Köpfen“ ab, deren Name sich aus den Stirnseiten von Backsteinen ableitet und die passgenau zugeschnitten werden. Man unterscheidet verschiedene Mauerverbände: Beim Blockverband werden Läufer und Köpfe in den Reihen abgewechselt. Einen Läuferverband erzielt man, wenn die Reihen jeweils um einen halben Läufer versetzt angebracht werden. Aber auch Mosaike oder Ornamente lassen sich mit Klinkerriemchen realisieren.

DAS SYSTEM IM DETAIL

Klinkerriemchen eignen sich hervorragend als Oberflächenfinish auf Wärmedämm-Verbundsystemen, entweder vollflächig oder zur kombinierten Gestaltung aus Klinkerflächen und mineralischen Edelputzen. Mithilfe moderner WDV-Systeme wie beispielsweise weber.therm AK 500 lässt sich schnell und einfach eine wärmebrückenfreie Gebäudehülle herstellen. Die Dämmplatte besteht aus Mineralwolle, wodurch man im Zusammenspiel mit den gebrannten Klinkerriemchen einen vollmineralischen, nicht brennbaren Systemaufbau erzielt.

Für die Befestigung der Klinkerriemchen kommt ein systemeigener Klebemörtel mit extrem hoher Klebkraft und Elastizität zum Einsatz. Bei der Verklebung der Riemchen muss das kombinierte Verfahren „Buttering and Floating“ angewendet werden. Dabei wird der Klebemörtel auf die Armierungsschicht und auf die Rückseite der keramischen Bekleidung aufgetragen.

Die Wahl des Fugenmörtels trägt als zusätzlicher Gestaltungsfaktor zum Gesamtbild der Fassade bei. So kann neben einer kontrastarmen oder -reichen Farbe auch die Struktur der Körnung oder die Tiefe der Fuge die Fläche beeinflussen: Ist die Fuge tief, rücken die Klinkerriemchen in den Vordergrund, ist die Fuge bündig mit den Klinkern, wirkt die Fläche aufgeräumter.

WEITERE INFORMATIONEN:
OBERFLAECHEN.DE.WEBER

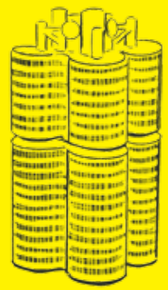
RIEMCHENFORMATE

NORMALFORMAT:	240 x 71 mm
DÜNNFORMAT:	240 x 52 mm
REICHSFORMAT:	240 x 65 mm

DATEN & FAKTEN

Der kreisrunde von Norman Foster geplante **Apple Park** im Silicon Valley misst knapp einen halben Kilometer im Durchmesser und ist damit bei klarer Sicht auch aus dem Weltraum sichtbar.

Mit ihrem Entwurf des **VitraHauses** in Weil am Rhein greifen Herzog & de Meuron auf die Urform des Hauses zurück. Die 12 gestapelten und überlappenden Häuser mit insgesamt 57 Metern Länge, 54 Metern Breite und 21,30 Metern Höhe überragen die übrigen Gebäude des Campus und bieten somit einen Ausblick über die nähere und weitere Umgebung.



~~MIT DEM~~ NEUBAU ~~SEINES~~ MÜNCHENER FIRMENSITZES IN FORM EINES VIERZYLINDERS WURDE ~~BMW~~ INTERNATIONAL BEKANNT.

DAS FÜR KOFFER DER MARKE **RIMOWA** CHARAKTERISTISCHE „RILLEN-DESIGN“ FINDET SICH AUCH IN DER GESTALTUNG DER ALUMINIUMFASSADE DER KÖLNER UNTERNEHMENSZENTRALE.

Die **Brennerei Herz** in Bad Mergentheim ist bereits von weitem durch die unterschiedlich großen Tonnendächer erkennbar, die ihr Unternehmenslogo spiegeln.

1909 errichtete der Fabrikant **Hugo Zietz** in Dresden seine **Zigarettenfabrik** im Stil einer Moschee und benannte sie nach einem Tabak-Anbaugebiet im damaligen Osmanischen Reich – was zu der umgangssprachlichen Bezeichnung „Tabakmoschee“ führte.

Quellen: Mac & i 5/2017, www.baukunst-nrw.de, www.detail.de, www.manager-magazin.de, www.vitra.com, www.yenidze.eu

weber
SAINT-GOBAIN