IDENTITÄT IN DER VIELFALT

Friedrich Ludewig
Founding Director ACME London
Tim Laubinger
Director ACME Berlin
Heidrun Schuhmann
Director ACME London

NACHHALTIGE NEUINTERPRETATION VON ARCHITEKTUR UND URBANEM RAUM

Bestehendes und Neues nachhaltig und sinnstiftend um- und weiterzudenken ist für Friedrich Ludewig (FL) und Tim Laubinger (TL) von ACME Haltung und Handlung zugleich. Diesem Anspruch folgt auch die Entwicklung des ONE METRO Campus: Historie trifft auf Zukunft. Tradition auf Moderne. Architektur auf Städtebau. Behutsam und Stück für Stück wird hier etwas inspirierend Neues zum Leben erweckt.

Im städtebaulichen Wettbewerb blieb ein wesentliches Gebäude der METRO Hauptverwaltung, die Brücke 1, zunächst unberücksichtigt, sie war wie ein weißer Fleck auf der Landkarte. Für die Zukunft des ONE METRO Campus übernimmt sie jedoch eine entscheidende Rolle, sowohl architektonisch als auch metaphorisch.

FL: Der jetzige METRO Campus war in den 80er- und 90er-Jahren ein zukunftsweisendes Modell einer Arbeitswelt. Heute, 30 Jahre später, hat der Konzern den Mut zu sagen: „Wir sind in der Transformation, wir entwickeln unser Geschäftsmodell und somit konsequenterweise auch unsere Arbeitsweisen und -welten weiter.“ Wir finden es wichtig, dass sich diese Entwicklung auch in der Architektur der globalen Unternehmenszentrale widerspiegelt. Die beiden prägnanten und sichtbaren Gebäude des ONE METRO Campus, die Brücke 1 und die Brücke 2, sind aus baulicher Sicht nicht alt. Es sind gute, 30 Jahre alte Büros, aber ohne prägnante Identität und ohne besondere Anziehungskraft. Ein Bürostandort der Zukunft ist jedoch ein Ort, der mehr ist als ein paar Bürogebäude. Es ist ein Ort, an dem sich Menschen treffen möchten, sich gern aufhalten und inspiriert werden.

Wie können wir also die METRO Bauten unter Beibehaltung des Bestehenden nachhaltig entwickeln und den Campus zu einem Ort machen, der über einen traditionellen Bürostandort hinausgeht? Ich finde es spannend, dass METRO mit dieser Frage und dieser klaren Aufgabenstellung auf uns zugekommen ist. METRO sieht sich als aktiver Part des neu entstehenden Stadtgefüges in Flingern. Ein Ort sowohl für METRO, ihre Gäste und Kunden, aber auch ein Ort für die Nachbarschaft und die Bewohner des neuen Quartiers, die Menschen, die hier wohnen, arbeiten und einkaufen, aber vor allem leben.

Welchen Mehrwert, welchen Beitrag kann und muss METRO in solch einem Gefüge leisten, um als partizipative Gestalterin und Bestandteil wahr- und angenommen zu werden? METRO ist ein Lebensmittel-

zur Übersicht

großhändler für Gastronomie. Ein emotionales Business, in dessen Zentrum vor allem Gastfreundschaft und Qualität stehen. Auf dem METRO Campus in Flingern sind die Marke des Konzerns, ihre Identität und Hospitalität bislang jedoch wenig sicht- und erlebbar. Unsere Arbeit an der Brücke 1 und der Brücke 2 ist daher ein Besinnen auf die Kernkompetenz von METRO: ein Zelebrieren der METRO Produkte und Services sowie natürlich ihrer Kunden und Partner aus der Gastronomie. Das gelingt zum einen durch die Integration vielfältiger gastronomischer Konzepte und des neuen METRO GASTRO Markts in die existierenden Bestandsbauten und zum anderen mit der Schaffung eines lebendigen und attraktiven öffentlichen Raums.

TL: Insbesondere die Brücke 1 ist aufgrund ihrer Sichtbarkeit und Bedeutung für den METRO Konzern essenziell – sie ist der Kopf des gesamten Ensembles. Deshalb ist es unabdingbar, sie in die Planung und Realisierung des neuen Campus einzubeziehen. Mit einem entsprechenden Entree wird dieses Gebäude seiner Bedeutung künftig gerecht werden und mit einer völlig neuen, dynamischen Qualität überraschen: Das vormals kalte, laute und leere Atrium wird zu einem Ort mit Strahl- und Repräsentationskraft, der einen hohen Identifikationscharakter und echte Aufenthaltsqualität vereint. Der Raum erhält nicht nur eine eigenständige Identität, sondern vor allem eine nach außen und innen wirksame Funktion.

Architektonisch integriert sich die Brücke 1 visuell und räumlich in ihre unmittelbare Umgebung: So verbindet sie zum einen METRO mit dem öffentlichen Campus-Platz, zum anderen wird das Atrium zum Ausgangspunkt einer sinnhaften Verbindung mit den existierenden METRO Bürobauten der Brücke 2. Diese horizontale Verflechtung der Gebäude zu einem durchgängigen Organismus wird zweifellos künftig eines der Highlights des ONE METRO Campus.

Das Atrium der Brücke 1 wird zum einladenden Entree und Raum für eine zeitgemäße Unternehmenspräsenz mit hohem Identifikationscharakter und Aufenthaltsqualität.

Die bestehenden Bürobauten werden zu einladenden Einfallstoren ins Quartier, die auf einen lebendigen Platz mit vielfältigen Aktivitäten und Angeboten führen.

Eine wesentliche Herausforderung beim ONE METRO Campus ist sicherlich das Bauen im Bestand, die Integration und die Anpassung vorhandener Architektur …

TL: Ja, natürlich. Aber darin steckt auch eine Menge Potenzial. Letztendlich geht es darum, den Wert dieser grauen Energie zu schätzen und zu bewahren, Veränderungen ablesbar zu machen und eben nicht wieder abzureißen und neu zu bauen. Aus unserer Sicht ist das von METRO ein richtiger, stimmiger Ansatz: am Standort bleiben, zusammenrücken und behutsam, aber auch mutig an manchen Stellen modernisieren. Mit ein paar Kunstgriffen entstehen überraschend neue Landschaften, andere Verbindungsachsen und Blickbeziehungen – und zwar über die Grenzen des ONE METRO Campus hinaus hin zu einer innerquartierlichen und -städtischen Verknüpfung. In der Gesamtheit ist das ein großer Aha-Effekt des Projekts.

Ein Projekt, das sich inzwischen um ein Office-Konzept erweitert hat …

TL: … und bei dem es darum geht, genauer hinzuschauen, zu hinterfragen und gegebenenfalls andere Wege zu beschreiten, um moderne Arbeitswelten zu gestalten. Neben Büro und Homeoffice kommt in der aktuellen Diskussion rund um New Work auch immer wieder der dritte Ort ins Spiel. Gemeint sind damit (halb-)öffentliche Orte, an denen Menschen sich begegnen, Zeit verbringen, Beziehungen aufbauen, Ideen austauschen und ihr Gemeinschaftsgefühl stärken. Klassische Beispiele sind Co-Working-Spaces, Cafés, Parks oder Bibliotheken, also Orte, die bewusst nichts mit dem Büro oder dem Zuhause zu tun haben.

„ES GILT, DEN EXISTIERENDEN ORT BEHUTSAM ZU LESEN, ZU VERSTEHEN UND EIN GESPÜR FÜR IHN UND SEINE ZUKUNFT ZU ENTWICKELN.

zur Übersicht

Im Herzen des neuen Quartiers liegt die zukünftige Campus-Plaza, die den entstehenden Stadtteil D.STRICT und den ONE METRO Campus verbindet.

„ORTE SIND MEHR ALS NUR RÄUMLICHE DIMENSION, SIE HABEN GESELLSCHAFTLICHE, WIRTSCHAFTLICHE UND KULTURELLE QUALITÄT.“

FL: Wir leben heute in einer Welt, in der viele von uns einige Tage pro Woche von zu Hause aus oder remote arbeiten. Diese Flexibilität hinterlässt nun riesige Bürobauten, die oft an einem Gefühl der Leere leiden. Die interessante Frage ist deshalb: Wie gelingt es, hier wieder Energie und Gemeinschaft zu erzeugen? Gemeinsam mit METRO haben wir entschieden, ihre Bürowelten umzudenken, sodass sie dem Transformationsgedanken und den geänderten Ansprüchen gerecht werden. Das Ergebnis: kleine, einzelne Zellen- und unflexible Gruppenbüros weichen zugunsten einer großzügigen und multifunktionalen Bürolandschaft. Strukturiert wird die Fläche durch flexible Arbeitsplätze sowie informelle Gemeinschaftsflächen – also Räume, die ein Zusammenkommen ermöglichen und Austausch fördern. Wir Menschen sind nun mal soziale Wesen, wir kommen nicht ins Büro, um isoliert und in Stille zu arbeiten – das können wir auch zu Hause. Wir kommen ins Büro, um uns mit Kollegen zu treffen, zu kommunizieren und um gemeinsam Ideen zu entwickeln. Dafür schaffen wir spannende, teils auch unerwartete neue Arbeitsorte am ONE METRO Campus.

TL: So zum Beispiel in den ehemaligen METRO Musterräumen, die in ihrer Gänze nicht mehr benötigt werden. Etwa drei Viertel der Fläche sind daher zukünftig als flexibles Open-Space-Konzept für alle Mitarbeiter vorgesehen. Hier schaffen wir mit dem MARKETPLACE in der ersten Etage des ONE METRO Campus einen Ort, der alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammenbringt.

Gebäude kommunizieren mit ihrem Umfeld. Das ist eine eurer Kernaussagen als Architekturbüro. Warum sollten sie das leisten und wie gelingt das? Welcher Mehrwert ist damit verbunden?

TL: Man hat – endlich, möchte ich sagen – erkannt, dass sich Städte und Quartiere in den Erdgeschosszonen öffnen müssen. Das Erdgeschoss ist für den Charakter, die Identität und den Nutzwert einer Stadt prägend, es bildet den Übergang zwischen öffentlichem und überbautem Raum. Diese Schnittstelle in der ebenerdigen Sockelpartie ist der Schauplatz für urbanes Leben und vielfältige Nutzungen. Hier spielt sich das Geschehen ab, dem eine große Signetwirkung innewohnt, woran die Öffentlichkeit partizipieren kann. Dieser Idee folgt auch der zukünftige ONE METRO Campus: Er präsentiert sich einladend, überall auf dem Areal öffnen sich den Menschen die Sockelzonen mit Gastronomie- und Einzelhandelsangeboten sowie dem METRO GASTRO Markt als Ankerpunkt. Dazu trägt auch verstärkt die Schaffung der Passage bei, die den neu entstehenden Stadtteil D.STRICT in den ONE METRO Campus hereinholt. Aus meiner Sicht ist es ein großes Commitment von METRO, ihre Bürobauten zu öffnen und auch der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Stichwort „Placemaking“: Ihr kreiert Quartiere und Räume, die in sich stimmig sind und mit ihrer Umwelt korrespondieren. Was waren für euch die wesentlichen Parameter beim ONE METRO Campus?

FL: Jeder Raum hat Qualitäten und Herausforderungen, jeder Ort kann sich entwickeln und neu entfalten. Im Grunde ist es eher selten, dass man etwas gänzlich Neues schafft, zumeist arbeiten wir auf Basis von Bestehendem. Es gilt, den existierenden Ort behutsam zu lesen, zu verstehen und ein Gespür für ihn, seine Chancen, seine Zukunft zu entwickeln.
Identität und Permeabilität sind die zwei wichtigsten Parameter beim Placemaking des ONE METRO Campus, der heute ein wenig einladender Ort ist. Doch wie schafft man es, aus zwei Gebäuden, die keine Platzqualität haben, einen echten Platz zu kreieren? Ich sehe unsere größte Herausforderung darin, Interesse zu wecken, auch mal hinter die METRO Gebäude zu schauen. Die innen liegende Campus-Plaza wird zukünftig im Herzen des neu entstehenden Quartiers liegen. In ihrer heutigen Beschaffenheit versperren die METRO Bauten jedoch den Zugang zu diesem Raum. Um das Interesse an ihm zu wecken, müssen diese existierenden Bürogebäude zunächst zu einladenden Einfallstoren ins Quartier werden. Vielfältige attraktive Angebote und Aktivitäten füllen die Campus-Plaza schließlich nachhaltig mit Leben.

TL: Orte sind mehr als nur räumliche Dimension, sie haben gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Qualität. Wir haben uns viel mit der Geschichte des Stadtteils und seiner historischen Nutzung beschäftigt, den Schmincke-Farbfabriken, die bis 1980 den Ort bestimmten, sowie dem Grafentaler Walzwerk – historische Aspekte, die wir in der Gestaltung des Atriums und der Passage aufgreifen. Im städtebaulichen Wettbewerbsverfahren und in der Öffentlichkeitsbeteiligung war es der Dreiklang aus den großen Stadträumen – also Campus, Quartiersplatz und Green Lane –, der überzeugt hat. Die Campus-Plaza wird ein bunter, großer Marktplatz mit unversiegelten Grün- und Wiesenflächen werden, ein Magnet und Anziehungspunkt für alle Nutzer und die Düsseldorfer Bürgerinnen und Bürger.

zur Übersicht