

4. AWARD FÜR MARKETING UND ARCHITEKTUR

Der Markenwert der Architektur

Bauwerke haben eine grosse Aussenwirkung. Unternehmen nutzen dies, um ihre Identität zu transportieren. Alle zwei Jahre wird ein Preis in acht Kategorien für hervorragendes Marketing durch Architektur vergeben. Dieses Jahr gewinnt die «stadtlounge» in St. Gallen den Hauptpreis.

Text: Marko Sauer



Die «stadtlounge» in St. Gallen bietet als Platz die Interpretation eines Innenraums, inklusive Möbeln unter rotem Kunststoffgranulat.

Kalt lässt der rote Platz in St. Gallen niemanden. Die einen schätzen den mit rotem Kunststoffgranulat überzogenen Stadtraum, unter dem sich Bänke, Sofas und gar ein Auto abzeichnen. Die anderen können ihm nicht viel Gutes abgewinnen. Wie auch immer man dazu steht: Die sogenannte «stadtlounge» des Architekten Carlos Martinez und der Künstlerin Pipilotti Rist weckt Emotionen. Und damit sind wir schon mitten in der Diskussion, in der sich auch der Award für Marketing und Architektur bewegt. Die Auszeichnung wird seit 2008 alle zwei Jahre vergeben. Mit ihr werden

«Firmen, Institutionen, Architekten und Bauherren ausgezeichnet, welche die Architektur als Marketinginstrument hochwertig und sinnvoll einsetzen.»

Für einmal steht die Architektur also nicht direkt im Vordergrund, sondern ihre Wirkung als Marketinginstrument. Die Preise werden in acht Kategorien vergeben, die zwölfköpfige Jury wählt aus ihnen einen Hauptgewinner aus. 2014 hat sich die «stadtlounge» als Siegerin des Gesamtwettbewerbs und der Kategorie Standortförderung durchgesetzt. Die Raiffeisen Schweiz Genossenschaft aus St. Gallen fungiert als Bauherrschaft.

Mit dem Blick der Werber

Die «stadtlounge» ist ein bestechendes Beispiel dafür, wie Architektur und Marketing zusammenspielen. Der Platz liegt in einem Quartier, das die Raiffeisenbank in den letzten Jahren umgepflegt hat und mit mehreren Neubauten wiedererfinden musste. Früher standen dort an zentraler Lage umgenutzte und leicht verlotterte Industriebauten, in denen ein sich Brockenhaus und auch das Atelier des berühmten naiven Malers Hans Krüsi befanden – ein Ort mit hoher Identität, aber geringer Wertschöpfung. Dieser Charakter war dem Bleicheli-Quartier nach



Die Geschäfte unter den Viaduktbögen in Zürich stehen für hippen Kleingewerbe in einem angesagten Quartier.



Provoziert: Die Tamina Therme in Bad Ragaz zeigt Haltung und eckt an.

seiner Erneuerung abhandeln gekommen, und der Aussenraum sollte nun das leisten, was der Architektur nicht gelang: dem Geviert einen Charakter geben.

Der rote Platz vermittelt zwischen den Neubauten und verleiht dem Quartier selbst über Strassen hinweg eine einheitliche Oberfläche. Das Beispiel verkörpert nicht nur formal eine aussergewöhnliche Aussenwirkung einer Marke – der Platz ist unter dem Namen «Raiffeisenplatz» im Stadtplan von St. Gallen verzeichnet: ein wahrer Marketingcoup. Kein Wunder, dass sich die Kommunikationsfachleute in der Jury dafür begeistern konnten.

Vielfältige Gewinner

Die weiteren Kategorien zeichnen weitere breit diskutierte Gebäude und Bauwerke aus: das Projekt «Im Viadukt», bei dem unter den steinernen Viaduktbögen im hippen Kreis 5 in Zürich Verkaufslöcher eingebaut wurden (Preis für Industrie- und Gewerberäumlichkeiten), oder die Tamina Therme Bad Ragaz, für deren Gestaltung Smolenicky&Partner aus Zürich verantwortlich zeichnen (Auszeichnung in der Kategorie Hotels, Restaurants, Bars, Residenzen, Wellnessanlagen). Das Bad polarisiert auf ähnliche Weise wie die «stadtlounge»: Auch an ihr

scheiden sich die Geister, und an Charakter mangelt es dem Gebäude bestimmt nicht.

Besonders erwähnenswert erscheint die Energiezentrale Forsthaus Bern von Graber Pulver (Auszeichnung in der Kategorie öffentliche Bauten und Anlagen), bei der für einen gigantischen Infrastrukturbau eine architektonische Form gefunden werden musste (vgl. TEC21 13-14/2013). Hier hatte sich wohl die Fraktion der Baufachleute in der Jury durchgesetzt, denn die Energiezentrale schafft dank ihrer kräftigen Architektur eine äusserst starke Identität.

Ein Exote unter den Preisen

Der Award für Marketing und Architektur stellt eine Besonderheit auf der Landkarte der Architekturpreise dar. Im Normalfall bleiben die Baufachleute unter sich, wenn ein Preis verliehen wird – eine Jury aus den verschiedenen Fachbereichen bildet dabei schon die löbliche Ausnahme. Die «Auszeichnung für hochwertige Corporate Architecture» hingegen vereint neben den Architekten und Architektinnen auch Fachleute aus Kommunikation und Marketing. Dabei entsteht eine merklich andere Wahrnehmung der gebauten Umwelt. Erst durch das Urteil der bunt gemischten Jury wird jedoch bewusst, welche Bauwerke ein Potenzial haben, gegen aussen zu wirken. •



Die Energiezentrale Bern macht die Marke weitherum sichtbar.



AUSZEICHNUNGEN

Sieger Standortentwicklung und Gesamtsieger:
stadtlounge St. Gallen; Bauherrschaft: Raiffeisenbank
Genossenschaft, St. Gallen; Architektur: Carlos Martinez
Architekten, Berneck; künstlerische Beteiligung:
Rist Sisters Corp., Zürich

Büro- und Geschäftshäuser: Raiffeisenbank
Untersiggenthal; Bauherrschaft: Raiffeisenbank,
Siggenthal-Würenlingen; Architektur: Liechti Graf
Zumsteg Architekten, Brugg

Industrie- und Gewerberäumlichkeiten:
«Im Viadukt» – Umnutzung Viaduktbögen, Zürich;
Bauherrschaft: Stiftung PWG, Zürich;
Architektur: EM2N Architekten, Zürich

Läden, Kundencenters, Flagshipstores, Messebau:
Messestand Konform, SuisseEmex'12, Zürich;
Bauherrschaft: Konform Produktion, Arbon;
Architektur: Konform Kreation, Zürich

Öffentliche Bauten und Anlagen: Energiezentrale
Forsthaus, Bern; Bauherrschaft: ewb Energie Wasser
Bern; Architektur: Graber Pulver Architekten;
Anlagetechnik, Gesamtleitung: tbf+Partner;
Bauingenieur: Walt + Galmarini

Hotels, Restaurants, Bars, Residenzen, Wellnessanlagen:
Tamina Therme Bad Ragaz; Bauherrschaft:
Tamina Therme, Grand Resort Bad Ragaz;
Architektur: Smolenicky & Partner, Zürich, mit
gasser, derungs, Zürich/Chur

Sport- und Touristikanlagen: Sportzentrum Sargans;
Bauherrschaft: Hochbauamt des Kantons St. Gallen;
Architektur: Blue Architects + Ruprecht Architekten,
Zürich

Teampreis: Bahnhofplatz und Bushof Aarau; Bauherr-
schaft: Stadt Aarau, Kanton Aargau, SBB, Aare Parking,
Aarau; Architektur: Vehovar & Jauslin Architektur,
Zürich; Generalplaner: Suisseplan Ingenieure, Aarau;
Tragwerksplanung Dach: formTL ingenieure leichtbau,
Radolfzell (D); Lichtdesign: Atelier Derrer, Zürich

JURY

Christof Glaus (Jurypräsident), Dipl. Arch. ETH,
Stücheli Architekten, Zürich

René Eugster, Creative Director, Altenrhein

Michael A. Grund, Prof. Dr. rer. pol.,
Leiter Center für Marketing HWZ, Zürich

Maria Luise Hilber, Geschäftsleitung intosens,
urban solutions, Zürich

Urs Hofer, Gastronom und Mood Manager, Zermatt

Claus Koch, Geschäftsführer Claus Koch™, Hamburg

Thomas Müller, Dipl. Arch. ETH/SIA – NDS BWI ETH,
Kommunikationsberater der Führungsebene des SIA,
Zürich

Basil Rogger, Dozent Zürcher Hochschule der Künste
und Kulturunternehmer, Zürich

Christian Röthenmund, Geschäftsführer Minergie
Schweiz, Bern

Pia Schmid, Architektin und Designerin, Zürich

Judit Solt, dipl. Arch. ETH/Fachjournalistin BR,
Chefredaktorin TEC21, Zürich

Uwe Tännler, Präsident Zentralvorstand
Swiss Marketing (SMC), Olten



Umbau Geschäftshaus – Zürich
Wild Bär Heule Architekten – Zürich

Bauen Sie
einen Lift,
der so ist
wie Sie –
einzigartig.

MEHR ALS EIN LIFT
SWISS MADE



EMCH Aufzüge AG | Fellerstrasse 23 | CH - 3027 Bern
T + 41 31 997 98 99 | F + 41 31 997 98 98 | www.emch.com