

DER FAMILIENSITZ

Endlich alles unter einem Dach: Das neue matteograssi-Gebäude vereint die vier Units der Firma in einem energieautarken Haupthaus



DER BAUHERR



Wie Massimo Grassi bewährte Traditionen modern aufleben ließ

Sie gehören zu einer der einflussreichsten Design-Familien Norditaliens. Inwiefern ist eine Erweiterung des Unternehmens und damit auch das neue Headquarter eine Art Familienerweiterung?

Massimo Grassi: Natürlich kann man beim Headquarter auch von einer Art Festigung der Familientradition sprechen und einer Fortführung dessen, was unsere Eigenheiten sind.

Wie lautete die Aufgabenstellung für Piero Lissoni – warum fiel die Wahl des Architekten auf Lissoni?

M. G.: Piero gefällt uns als Architekt unglaublich gut. Wir arbeiten bereits seit über 20 Jahren mit ihm sehr eng zusammen. Er ist mit den Regeln der Firma bestens vertraut, er vereint wie kein Zweiter Architektur, Design und Grafik. Deshalb war es die logische Konsequenz, dass er unsere Unternehmens-DNA auch in der Bauweise des neuen Firmensitzes wiedergibt.

Welche Botschaft trägt das Gebäude nach außen?

M. G.: Unser Headquarter möchte ein schönes, modernes, multifunktionales Gebäude sein. Und wir haben natürlich modernste Konstruktionsmethoden angewendet, die einer absolut ökologischen Bauweise entsprechen. So kommen alternative Energiequellen zum Einsatz: etwa unser Heizsystem mit Biomasse, um eine weitere Umweltverschmutzung durch CO₂ zu verhindern, und eine Fotovoltaik-Anlage, die uns völlig energieunabhängig macht.

Wie sehr trägt die Architektur der Firmenphilosophie und dem Firmenerbe von matteograssi Rechnung?

M. G.: Wir machen Möbel aus unserer Tradition heraus mit derselben Fähigkeit, wie es mein Urgroßvater schon vor 130 Jahren gemacht hat. Dabei nutzen wir die typisch italienische Kunst des Schaffens, die Tradition und die Eigenheit, schöne und sehr spezielle Produkte zu erzeugen. Die architektonische Zusammenarbeit mit Lissoni war insofern großartig, weil er als Art-Director wie kein Zweiter mit un-

seren Firmeneigenheiten vertraut ist. Wir mussten bei den Meetings oft gar nicht lange reden – ein Blick und wir wissen oft schon, in welche Richtung ein Projekt gehen soll.

Wo im Headquarter fühlen Sie sich persönlich am wohlsten?

M. G.: Vermutlich in der Fabrik. Wenn ich in unseren Betrieb gehe, dann freut es mich jedes Mal zu sehen, wie unsere vielen Mitarbeiter – viele von ihnen sind seit 20 Jahren bei uns – mit einer Liebe zum Material arbeiten, wie es schon zur Zeit meines Großvaters praktiziert wurde.

Im HQ fließt die gesamte Firmenkommunikation zusammen. Wie wurde das architektonisch gelöst?

M. G.: Das Gebäude kommuniziert von sich aus in seiner strukturellen Schönheit. Und dank spezieller technischer Lösungen, die in der Architektur weitgehend unsichtbar bleiben, sind alle Abteilungen so vernetzt, dass wir die vier Units der Firma in eine Struktur integrieren konnten. www.matteograssi.it



DER ARCHITEKT



Womit Piero Lissoni das Unternehmen ins perfekte Licht rückte

matteograssi hat eine bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts zurückreichende Handwerkstradition. Wie sehr nahm dieses Firmenerbe Einfluss auf Entwurf und Umsetzung des neuen Gebäudes?

Piero Lissoni: Das Gebäude hat zwei interessante Seiten: Tagsüber präsentiert sich uns ein matter fester Bau in Weiß, der das Sonnenlicht reflektiert. Nachts erscheint er wie ein riesiger leuchtender Container. Diese speziellen Lichteffekte zeigen sich insbesondere auch noch einmal im Kontrast zur Umgebungsmauer des Hauptgebäudes, die aus

behandeltem Zement ist. Die gesamte Innenausstattung und somit alle Arbeitsbereiche sind mit Objekten aus den Kollektionen von matteograssi bestückt.

Wie gelingt es, ein Firmengebäude in dieser Dimension nach den Kriterien der Nachhaltigkeit zu bauen?

P. L.: Die Umweltverträglichkeit zeigt sich insbesondere beim Baumanтел – die „Okalux“-Paneele sorgen für optimale Lichtverteilung, sodass man selbst in der lichtarmen Jahreszeit nie mehr als zwei Stunden pro Tag auf künstliche Beleuchtung angewiesen ist. Das bedeutet freilich

enorme Energieersparnis. Darüber hinaus gibt es eine Fotovoltaik-Anlage mit 350 kW, die das Headquarter komplett energieautark macht.

Man beobachtet heute eine neue Integration der Betriebe und der Factory-Bereiche in den Office-Bereich?

P. L.: Genau das haben wir hier geschafft, die vier großen Einheiten der Firmengruppe (matteograssi, Pierantonio Bonacina, Pizzitutti und Borbonese Casa) in einem Gebäude unterzubringen, zusammen mit den Produktionsstätten und allen Büros. www.lissoniassociati.com

Haupt-Häuser

Sechs renommierte Marken der Möbelbranche präsentieren stolz ihre neuen Headquarters. H.O.M.E. sprach mit den Bauherren und ihren Architekten über ihre zukunftsweisenden Vorzeige-Gebäude – und über Trends im Corporate-Architecture- und Office-Design

TEXT DANIELA PROSSLINER FOTOS HERSTELLER/ARCHIV, BEPPE RASO, MARTIN MAI



MATTEOGRASSI

Es war ein schönes Geschenk anlässlich des 130. Jubiläums des Designunternehmens vor rund zwei Jahren: matteograssi – Spezialist in Sachen Ledermanufaktur seit der ersten Stunde – eröffnete sein neues Headquarter in Giussano, nördlich von Mailand. Auf einer Fläche von 20.000 m² gelang es Star-Architekt Piero Lissoni erstmals, Produktion, Showroom, Büros, Shooting-Studios sowie alle vier Units der Firma in einem Komplex zu vereinen. Der Produktionsbereich ist eine traditionelle Fertigteilkonstruktion. Daran grenzt eine massive Wand aus Stahlbeton mit den Büroräumlichkeiten als eingeschobene Boxen – auf drei Ebenen verteilt und auf schmale Säulen gestützt. Für die Fassade verwendete Lissoni ein ungewöhnliches Material: OKALUX, einen trans- und semitransparenten Kunststoff in Sandwichbauweise, der wie eine Linse Tageslicht in das Innere des Gebäudes lenkt. So wirkt die Fassade wie ein großformatiges Fenster – der Wärmeverlust ist dank der guten Isoliereigenschaften um 40 Prozent gesenkt. Zudem sorgen Fotovoltaikanlagen und ein Heizsystem mit Biomasse für umweltschonende Energieversorgung.

DAS TEAM-ZUHAUSE

Die „neue Seele“ von Baxter wurde nicht nur mit dem „Zertifikat Casa Clima A“ prämiert, sondern schafft auch viel Raum für ausgezeichnetes Arbeitsklima

BAXTER

Das neue, 2011 fertig gestellte Headquarter von Baxter in Lurago d'Erba nördlich von Mailand besticht mit seinen für das Unternehmen typischen harmonischen Proportionen. Architekt Chicco Bestetti, der Bruder von CEO Paolo Bestetti, ging von den Standardkriterien eines modernen Eigenheims aus und konzipierte das horizontal angelegte Gebäude als komplettes Klimahaus – das erste Italiens, das für öffentliche und nicht für private Zwecke geplant wurde. Der modulare Holzfertigbau kontrastiert mit den großen Fensterflächen. Die Verwendung natürlicher Materialien, wie unbehandeltes Holz, gewährleistet 100-prozentiges Recycling. Nicht umsonst wurde das Headquarter bereits zweimal in puncto Umweltverträglichkeit prämiert: mit dem „Zertifikat Casa Clima A“ und mit dem „Award Case Clima 2011“. Die offenen Strukturen und Glaswände im Inneren des Baus vermitteln Transparenz. Bestetti legte größtes Augenmerk auf die Gemeinschaftsräume, damit Arbeitsplätze zu Lebensräumen werden. Design-Highlight ist die Cafeteria im ersten Stock.



DER BAUHERR



Warum Paolo Bestetti offene Architektur bevorzugt

Wo fühlen Sie sich persönlich in Ihrem Headquarter am wohlsten?

Paolo Bestetti: Ich denke, in meinem Büro im ersten Stock. Mich beeindruckt die Architektur des Raums, vor allem weil er zweistöckig angelegt ist – er ist mit meinem Office im Erdgeschoss verbunden. Das Büro ist großzügig und wird auch für Kreativ-Meetings genutzt, weil es die Arbeit im Team erlaubt: Hier brainstormen wir für neue Trends.

Unter Brüdern herrscht nicht automatisch Eintracht. Wie war die Zusammenarbeit mit Ihrem Bruder Chicco bei der Entwicklung des architektonischen Konzepts?

P. B.: Das originale Konzept wurde ein paar Mal verändert. Anfangs

dachten wir an eine traditionelle Architektur mit traditionellen Raumstrukturen. Dann habe ich das Projekt gesehen, dass Chicco für das Holzunternehmen Pircher entwickelt hat – das war wie ein Blitzschlag und wir haben uns für einen neuen Weg entschieden. Erst startete Chicco mit uns eine intensive Analyse der Arbeitsabläufe, um neue Räume zu entwickeln, die interne Prozesse optimieren und verbessern sollen. Dann übernahm er die autonome Umsetzung des Projekts.

Wie setzte er Spirit und Visionen von Baxter in der Architektur um?

P. B.: Das Gebäude ist in seinen Proportionen harmonisch. Kennzeichnend ist eine natürliche Balance

von Eleganz und Differenziertheit. Wir haben natürliche Materialien verwendet, wie unbehandeltes Holz, um ein 100-prozentiges Recycling zu gewährleisten.

Womit wir beim Thema nachhaltige Bauweise sind ...

P. B.: Baxter wurde mit dem ISO-Zertifikat 14001 versehen, der beste Beweis, dass wir umweltverträglich und systematisch nachhaltig arbeiten. Unser Firmenkomplex zählt zu den ersten Italiens in der Klasse A+. **Inwiefern visualisiert die Architektur des Firmensitzes auch Ihre Designkompetenz?**

P. B.: Ganz wie es dem Wesen von Baxter entspricht, verzichtet das Bauwerk auf extreme Formen. Das Projekt beruht auf den Ideen raffinierten Designs mit klassischen Wurzeln samt zeitgenössischer Adaptierung – somit ein Bau von zeitloser Schönheit. www.baxter.it



DER ARCHITEKT



Wie Chicco Bestetti Arbeitsplätze lebenswert macht

Funktion oder Schönheit – wer bekommt bei Ihnen den Zuschlag?

Chicco Bestetti: Meine Herangehensweise ist eine rationale, bei der die Form der Funktion untergeordnet ist. Es ist ein Grundprinzip von mir, dass die Architektur vor allem Funktionen reflektieren muss.

Wie sieht das ideale Büro aus?

C. B.: Wir verbringen zwei Drittel unseres Lebens im Job und sollten uns im Büro vor allem wohlfühlen. Bei Baxter haben wir großen Wert darauf gelegt, dass alle Arbeitsplätze neutral und veränderbar gestaltet sind, sodass sie jeder nach seinen Bedürfnissen modellieren und personalisieren kann.

Wie wird aus einem Arbeitsplatz ein Lebensplatz?

C. B.: Indem eine geräuschlose und unaufdringliche Architektur dafür sorgt, dass Büros immer behaglicher, häuslicher und gefälliger werden. Wesentlich ist, dass es genügend Gemeinschaftsräume gibt. Im Headquarter von Baxter haben wir daher in der Marketing-Abteilung eine Zone mit einem riesigen Tisch für Meetings eingerichtet. Aber auch die Cafeteria im ersten Stock ist ein wichtiger Bereich für den Austausch. Unsere Philosophie war es, aus diesem Arbeitsplatz ein behagliches Lebensumfeld zu gestalten. Daher ist es nur logisch, dass wir auch alle Outdoor-Zonen entsprechend eingebunden haben. So funktional unsere Büros sein müssen, so angenehm müssen sie gestaltet sein. Ein

gefälliges Ambiente spiegelt sich auch im Arbeitsklima wider.

Welche Rolle spielt das Licht?

C. B.: In den vergangenen zehn Jahren ist man immer mehr zur Erkenntnis gelangt, dass Licht die Qualität der Arbeit enorm beeinflusst. Wir haben sehr genau den natürlichen Lichteinfall studiert. Der Grundriss, die Fensterflächen, offene Strukturen verbinden das Innen und das Außen und schaffen eine helle, transparente Atmosphäre. Die künstliche Beleuchtung haben wir mit dem Studio von Davide Groppi umgesetzt.

Für welche Materialien haben Sie sich entschieden und warum?

C. B.: Wir haben Holz gewählt und wenig metallische Komponenten ausgesucht, die meist gewisse Magnetfelder erzeugen und sich langfristig schlecht auf unseren Körper auswirken. www.bestettiassociati.com



DIE BAUHERRIN

Warum Carola Bestetti transparent wichtig ist

Wo fühlen Sie sich persönlich in Ihrem Headquarter am wohlsten?

Carola Bestetti: Hier macht Arbeit überall Spaß - ich habe ehrlich gesagt keinen Lieblingsbereich.

Wie fühlt es sich an, täglich ein so tolles Bauwerk zu betreten?

C. B.: Es ist ein bisschen, wie wenn man morgens ein Kleid aussucht, und man hat jeden Tag das wunderbare Gefühl, in seine Lieblingsschuhe zu schlüpfen - elegant und bequem zugleich.

Warum fiel die Wahl bei der Neugestaltung auf Piero Lissoni?

C. B.: Piero ist seit 1988 unser Art-Director und kann unsere Welt am besten künstlerisch wiedergeben. Wir wussten einfach, dass er die Identität von Living Divani architektonisch perfekt übersetzen kann.

Wie gelang es ihm, Ihren Spirit umzusetzen?

C. B.: Die Eleganz und Modernität des Baus verkörpert unsere Philosophie. Unser Charakter, der uns zu einer der führenden Marken bei Schaumstoffmöbeln gemacht hat, spiegelt sich somit in dieser Architektur wider. Living Divani sucht nicht um jeden Preis das Minimale, sondern das Notwendige ohne Schnörkel. Das Gebäude bildet den idealen Rahmen für unsere diskreten Designideen und repräsentiert die drei Schlüssel unseres Spirits: Leichtigkeit, formale Klarheit und perfekte Proportionen.

Das Gebäude ist ein multifunktionaler Glas-Stahl-Bau. Was war die Aufgabe für Lissoni?

C. B.: Es war seine Idee, einen horizontalen, transparenten Körper zu kreieren. Ein wenig wie eine lichtdurchlässige Schachtel, umgeben von einer doppelten Glashülle, die den Lichteinfall quasi scannt und neue Verbindungen zwischen innen und außen, zwischen öffentlich und privat herstellt.

Der Charakter des transparenten Containers als Weiterführung Ihrer Philosophie ...

C. B.: Die Transparenz verweist ganz klar auf den Charakter von Living Divani. Der Arbeitsplatz ist unserem Wesen nachempfunden, Räumlichkeiten sind so strukturiert, dass es fließende Übergänge gibt - vom Showroom zu den Büros, von innen nach draußen, um auch die Natur zu integrieren.

Inwiefern kommt ein Firmen-Neubau bei einem Familienunternehmen quasi einer Familienenerweiterung gleich?

C. B.: So ein Bauwerk bezeichnet niemals einen Abschluss oder einen Ausgangspunkt, es handelt sich vielmehr um eine Synthese dessen, was bereits vorhanden ist. Es ist aber auch kein Denkmal. Das Schöne ist die Dreidimensionalität - die ja im weitesten Sinne erst durch die Menschen entsteht, die hier arbeiten. www.livingdivani.it



DER ARCHITEKT

Wie Piero Lissoni maximale Leichtigkeit schuf

Wie geht das Headquarter von Living Divani auf die Gegebenheiten der Umgebung ein?

Piero Lissoni: Living Divani ist mit seinem Sitz in der Nähe von Como perfekt in die Umgebung eingebettet. Das Unternehmen sollte um 10.000 m² wachsen. Es gelang uns, dies auf verschiedene Flächen wie Büros, Showroom, Produktion und öffentliche Räume zu verteilen.

Welche Message soll der Bau vermitteln?

P. L.: Das Hauptelement unseres Konzepts ist eine Art „verkehrter“ Architektur mit sehr speziellen Proportionen und einer großen Leichtigkeit des Baus.

Inwiefern zeigt sich darin der Design-Stil von Living Divani?

P. L.: Die Firma, die in den 1970er-Jahren als relativ kleines Unternehmen für klassisch-moderne Polstermöbel startete, hat sich in den vergangenen Jahren enorm entwickelt. Durch meine langjährige Zusammenarbeit mit diesem Kunden konnten wir einen Stil schaffen, der durch unaufdringliche Möbel geprägt ist. Wir haben Formen vereinfacht und die Objekte, die uns umgeben, neu vermenschlicht. Das Konzept für den Firmensitz ist so gesehen eine perfekte Fortsetzung der Gesamtphilosophie von Living Divani. www.lissoniassociati.com

DIE LICHTSCHACHTEL

Living Divani wächst über sich selbst hinaus. Das neue Headquarter bietet dazu ausreichend Platz und wirkt dennoch schwerelos



LIVING DIVANI

Der Firmensitz in Anzano del Parco im Herzen der Brianza nördlich von Mailand repräsentiert die Philosophie und die Kompetenz von Living Divani als internationale Bezugsmarke für Polstermöbel. Schwerelosigkeit, klare Formen und Proportionen prägen die Möbel und spiegeln sich auch im 2007 von Architekt Piero Lissoni entworfenen Gebäude wider. Das horizontale, transparente Volumen - 1.140 m², verteilt auf zwei Ebenen - fügt sich perfekt in die Landschaft ein. Die Hülle ist eine doppelte Glashaut mit Lamellen aus U-Glas. Die dahinter liegende Glaswand steuert den Lichteinfall rhythmisch und schafft so neue Beziehungen zwischen innen und außen. Die Gebäudestruktur besteht aus verzinktem Stahl in den Farben Natur und Weiß, wobei umweltfreundliche, fotokatalytische Lacke verwendet wurden. Die beiden Etagen werden durch künstlich geschaffene Innenräume aufgelockert. Durchsichtige Glaswände erzeugen Volumen und heben gleichzeitig Trennungen auf. Das Erdgeschoss beherbergt die Büros, die obere Ebene die Kollektionen.

DIE IDEEN-FABRIK

Das neue Poliform Lab ist ein pulsierendes Firmenherz, das für Kreativität, Inspiration und nicht zuletzt auch für eine gesunde Umwelt schlägt

POLIFORM

Das 2011 fertig gestellte und von Carlo Colombo konzipierte Lab erstreckt sich auf einer Fläche von 13.500 m² und versteht sich als kreative Einrichtung, die ausschließlich der Kommunikationsaktivität des Unternehmens gewidmet ist – eine Art Ideen-Center für Marketing, Showroom-Design, Visual Merchandising, Fotografie und Webdesign-Aktivitäten. Das Lab ist Poliforms siebte Struktur an ihrem Sitz in Inverigo in der Mailänder Brianza. Das Gebäude folgt strengen Prinzipien im Bereich des Umweltschutzes: Die Struktur harmoniert mit dem Umfeld und ist u. a. mittels Solarpaneelen energetisch unabhängig. Der große, offene Raum, der von Glaswänden unterteilt wird, ermöglicht eine intensive Kommunikation der Abteilungen, damit Interior-Designer, Projektentwerfer, Marketing-Manager und Webdesigner problemlos zusammenarbeiten können. Der Showroom ist wie ein rotierendes Fenster konzipiert worden, in dem Produkte und Lösungen angeboten werden, die ständig aktualisiert werden. Das Poliform Lab ist mit seiner „Werkstätten-Philosophie“ ein idealer Treffpunkt nicht nur für die verschiedenen Abteilungen des Unternehmens, sondern auch für Architekten und Händler.



DER BAUHERR



Warum Giovanni Anzani Orte der Begegnung liebt

Herr Anzani, was ist Ihr Lieblingsraum im Betrieb?

Giovanni Anzani: Das Poliform Café. Hier versammeln sich täglich an die 50 Personen aus allen Bereichen – Kunden, Architekten, Journalisten. Es gibt für mich nichts Schöneres, als diese Menschen unterschiedlicher Nationalität zu beobachten. An den Wänden des Cafés haben wir Bereiche, wo jeder Besucher ein „Zeichen“ hinterlassen kann. Da uns schon viele namhafte Künstler besucht haben, finden sich darunter auch Kunstwerke, etwa von Mario Arlati oder Raffaele Fiore.

Das Poliform Lab fungiert als eine Art Think-Tank. Beschreiben Sie die architektonische Atmosphäre in den einzelnen Departments!

G. A.: Sie müssen sich das als ge-

samtheitliches Produktionskonzept vorstellen – eine Fabrik, die im Grunde keine Designobjekte produziert, sondern Ideen. Diese freien und ortsunabhängigen Inspirationen manifestieren sich später oft in Bildern, bei der Gestaltung der Messestände, in Videoclips, auf Events oder als Stil-Interpretationen. Diese kreative Kommunikation schafft wiederum neuen Platz für Ideen und spiegelt sich in unseren Produkten wider.

Das Lab wirkt somit wie ein großes Fenster in die vielfältige Welt von Poliform. Auf welche Visionen soll der Blick konkret gelenkt werden?

G. A.: Wir schaffen hier auf 13.500 m² einen Raum mit lebendigem Ideenaustausch. Die Glaswände zwischen den Departments sind

in diesem Sinne keine wirklichen Trennwände – vielmehr schaffen sie Orte der Begegnung. Der von Chicco Bestetti in Kooperation mit dem Project Department Poliform gestaltete Showroom umfasst 3.300 m² und versteht sich als pulsierender Nukleus für alle unsere Aktivitäten. **Wie kam es zur Zusammenarbeit mit Carlo Colombo?**

G. A.: Colombo ist ein junger, talentierter Designer, der mit der Poliform-Welt gewachsen ist und unsere Palette mit modernen Designprodukten erweitert hat. Als Italiener und erfahrener Partner ist er Teil der Brianza geworden.

Was macht das Poliform Lab zu einem nachhaltigen Projekt?

G. A.: Das gesamte Gebäude funktioniert mittels Fotovoltaikanlagen absolut energieautark. Allein darin zeigt sich die große Verantwortung unserer Firma gegenüber unserer Umwelt. www.poliform.it



DER ARCHITEKT



Wie Carlo Colombo einen Think-Tank entwarf

Worin liegt die spezielle Herausforderung, wenn man als Architekt und Designer Gebäude für ein Designunternehmen plant?

Carlo Colombo: Das Wichtigste ist eine gewisse Kohärenz mit allen Projekten des Unternehmens. Die firmeneigene Handschrift muss klar und eindeutig erkennbar sein. **Was unterscheidet Designunternehmen von anderen Großkunden der Industrie?**

C. C.: Designfirmen haben bereits eine stark definierte Identität. Meine Aufgabe besteht darin, meine persönliche Handschrift einzubringen, ohne dabei den Blick auf fundamentale Erkennungsmerkmale des Unternehmens zu verlieren. Beim Poliform Lab haben wir gedämpftes Naturholz für die

Außenverkleidung verwendet, mit für die Firma typischen klaren Formen gearbeitet und mit Transparenzen gespielt. Außerdem haben wir vorhandene architektonische Strukturen erhalten, wie den Sektor „contract“, den ältesten Bereich des Unternehmens, und in puncto Einrichtung die Design-Linie von Poliform verfolgt.

Welche Botschaft soll das Gebäude vermitteln?

C. C.: Mit dem Poliform Lab wurde ein pulsierendes Firmenherz geschaffen, das Kunden und Besuchern Synergien bietet, die vorher nicht vorhanden waren. Wir wollten ein einheitliches „Poliform-Haus“ schaffen, bei dem der Showroom nicht nur eine in sich geschlossene Ausstellungsfläche

ist, sondern auch das Gefühl hervorruft, zu Hause zu sein.

Worin spiegelt sich der Spirit von Poliform wider?

C. C.: Das Projekt ist kein steriler, sondern ein sehr durchdachter Bau. Architektur und Interior-Design gehen eine perfekte Verbindung ein. Wichtig ist die Balance zwischen Architekturprojekt und Designidee. **Welchen Einfluss hatte das von Paolo Piva kreierte Headquarter auf Ihren Entwurf?**

C. C.: Das Poliform Lab unterscheidet sich wesentlich von den Gebäuden, die von Piva konzipiert wurden. Der Gedanke hinter diesem Projekt war einfach, alle Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der Firma unter einem Dach zu vereinen: Büros, Showroom, Restaurant, Meetingsäle, Shootingräume. Das Poliform Lab hat demnach eine völlig andere Charakteristika die Produktionsstätten. www.carlocolombo.it

GLAS ITALIA

Markenzeichen des 2010 unter der Planung von Piero Lissoni fertig gestellten Headquarters von Glas Italia ist seine Außenverkleidung. So wurden die bereits bestehenden Bereiche des mit einer Fläche von 11.000 m² in Macherio bei Mailand ansässigen Glasdesign-Unternehmens von der neuen Hülle nahtlos umgeben. Schwarze Stahlrahmen kontrastieren mit den thermoisolierenden U-Glas-Profilen und in unregelmäßigen Abständen unterbrechen schmale Fensterrahmen die Fassade. Auch die dunklen Stahltoie mit den Laderampen heben sich optisch von der Glas-Struktur ab. An der Südseite dominiert eine kubische Struktur aus Stahlbeton, wo der großzügige Konferenzbereich untergebracht ist.

Beim Haupteingang öffnen sich hinter der Fassade ein begrüntes Atrium und die lichtdurchflutete Empfangshalle mit ihren raumhohen Glasfronten. Über eine imposante frei stehende Treppe – wiederum aus schwarzem Stahl und Kristallglas – gelangt man in die erste Etage, wo Büros, Showrooms und die Cafeteria untergebracht sind. Riesige Glaswände und helle Granulatböden unterstreichen die luftige, transparente Atmosphäre.



DER GLASPALAST

Zukunftsträchtige Architektur aus einem der ältesten Materialien der Welt: Glas Italias neue Zentrale beweist ökologischen Weitblick



DER BAUHERR



Warum Lorenzo Arosio sich gern überraschen lässt

Im April vergangenen Jahres wurde Ihr neues Headquarter in Macherio eingeweiht. Was empfinden Sie, wenn Sie Ihr neues Büro betreten?

Lorenzo Arosio: Ich muss zugeben, dass der Überraschungseffekt noch immer groß ist – die Begeisterung übertrifft klar die Gewohnheit.

Als Sie vor fünf Jahren entschieden haben, Ihr Headquarter zu redesignen – warum fiel Ihre Entscheidung auf Piero Lissoni?

L. A.: Lissoni ist einer der besten Planer der Welt, seine Werke sind erhaben. Es war klar, dass die Wahl auf ihn fiel, nicht zuletzt weil Lissoni auch als Designer und

Art-Director für Glas Italia tätig ist. **Glas Italia gilt als der Spezialist im Glas-Design seit den 70ern. Wie wichtig war es, mit dem neuen Firmensitz ein Zeichen für Ihre Designkompetenz zu setzen?**

L. A.: Da geht es ganz klar um eine gewisse Kohärenz mit unserem Tätigkeitsfeld. Dass wir Design produzieren und fördern, muss sich selbstverständlich in unserem Firmensitz widerspiegeln.

Wie sehr hat sich die Glasindustrie in den vergangenen Jahren gewandelt?

L. A.: Bei den Materialien beziehen sich die meisten Neuerungen auf

den Bereich des Bauwesens, mit dem großen Ziel, den Energieverbrauch zu reduzieren. Genau aus diesen innovativen Materialien ergeben sich interessante Anwendungen für den Einrichtungsbereich.

Wohin gehen die Trends im Glas-Design?

L. A.: Wir sind diesmal am „Salone“ in Mailand auf mehreren Ebenen vertreten. Indem wir sehr viele verschiedene Techniken anwenden, versuchen wir vorwiegend Produkte zu realisieren, bei denen der strukturelle und dekorative Gebrauch immer mehr eins wird.

Wie reagiert Ihre Firma auf das Thema einer nachhaltigen Produktion?

L. A.: Unsere Außenwände sind komplett aus Glas, und Glas zählt bekanntlich zu den ökologischsten Werkstoffen, zumal es zu 100 Prozent und unendlich oft recycelbar ist. Außerdem garantiert die spezielle Beschichtung mit U-Glas-Profilen eine optimale Isolierung und somit eine enorme Energieersparnis.

Warum ist Glas für Sie das beste Bau- bzw. Einrichtungsmaterial?

L. A.: Glas ist ein ewiges Material, es begrenzt Räume und verleiht ihnen gleichzeitig Transparenz – somit ist es für jede Architektur ideal. Glas ist einer der ältesten Werkstoffe der Menschheit und wird damals wie heute durch das Schmelzen von Silizium erzeugt. Seine Erforschung erschöpft sich nie und erlaubt mittlerweile auch sehr mutige und innovative Anwendungen.

Bei der Einrichtung haben Sie u. a. Jean-Marie Massauds Sofas, Armchairs und Schreibtische verwendet. Was muss gute Büroeinrichtung aus Ihrer Sicht können?

L. A.: Möbel aus Glas sind klar, pur, elegant und neutral. Daher sind sie für mich perfekt für ein repräsentatives Arbeitsambiente.

Wie wurde das Thema Kommunikation im architektonischen Konzept umgesetzt?

L. A.: Das Headquarter ist das Herz der Firma und Triebkraft für die Unternehmenskommunikation – der Bau drückt in diesem Sinne das Wesen von Glas Italia und unsere Ziele aus. www.glasitalia.com



DER ARCHITEKT

Wie Piero Lissoni die Seele der Firma sichtbar macht

Welche Botschaft soll der Bau vermitteln?

Piero Lissoni: Der Fabriksbau für Glas Italia war wie eine weitere Stufe für meine Arbeit als Architekt. Das gesamte Gebäude präsentiert sich als gigantische Kristallscheibe – optisch auch wie ein riesiger Barcode – mit über zehn Meter hohen Mauern, an der Oberfläche wurde überall U-Glas eingesetzt.

Welche strukturellen und statischen Schwierigkeiten muss man bei Glas-Bauten bewältigen?

P. L.: Wir haben uns allein zwei Jahre lang mit den Themen Wärmedämmung und Lichtprojektion auseinandergesetzt.

Das Headquarter ist das Herz der Firmenkommunikation. Wie wurde das Thema Kommunikation in der Architektur umgesetzt?

P. L.: Die Firma war für ein neues Styling bereit. Zunächst habe ich im Team die Produkte, die Fabrik

und die gesamte Kommunikation neu interpretiert – weniger in meiner Funktion als Architekt als vielmehr als Art-Director. Meine Mission lautet: die Seele der Firma zu respektieren. Es geht mir nicht so sehr darum, neue Objekte unter meinem Namen herauszubringen, sondern darum, die Arbeit mit anderen Designern zu koordinieren. Dabei konzentriere ich mich auf die Entwicklung der Marke und ihrer Produkte.

Wie umweltverträglich ist das Headquarter?

P. L.: Wir nutzen die natürliche Luftzirkulation für optimale klimatische Raumbedingungen. Zum anderen setzen wir auf natürliches Tageslicht, so dass wir die künstliche Beleuchtung stark reduzieren können. In Summe ergibt das neue Wertigkeiten für unsere Arbeitsplätze, die somit zu Lebensräumen werden. www.lissoniassociati.com

DER KUBUS MIT HERZ

Maßgeschneidert: Das Headquarter von **Walter Knoll** verbindet moderne Eleganz mit traditioneller Industriearchitektur



DER BAUHERR

Warum Bauen für Markus Benz zur Familienangelegenheit wurde

Wo fühlen Sie sich persönlich in Ihrem Betrieb am wohlsten?

Markus Benz: Mitten unter unseren Mitarbeitern und Kunden. Aus diesem Grund liegt mein Büro an der Schnittstelle zwischen Produktion, Vertrieb und Showroom.

Die Produktionshalle in Mötzingen ist ein neues klares architektonisches Statement aus dem Haus Walter Knoll. Wie war die Aufgabenstellung für Architekt Hansulrich Benz?

M. B.: Der ursprüngliche Industriebau von 1901 sollte erhalten bleiben, deutlich sichtbar hervortreten und im Kontext zu zeitgemäßer Architektur stehen. Mit wenigen, aber ausgesuchten Baumaterialien in höchster Qualität - wie Beton, Stahl und Glas. Hansulrich ist mein Bruder. Wir sind gemeinsam aufgewachsen und arbeiten seit über 15 Jahren bei Architekturthemen zusammen. Naturgemäß haben wir eine innige Kommunikation und kennen die Belange des Unternehmens bestens. Durch seine Kompetenz gelang es, eine Corporate Architecture für Walter Knoll zu entwickeln, deren Schönheit sich mit jedem neuen Bauabschnitt entfaltet.

Unter Geschwistern herrscht nicht immer Einigkeit ...

M. B.: Unsere Zusammenarbeit ist von gegenseitigem Respekt vor der Person und den Fähigkeiten des jeweils anderen geprägt. Wo Kompetenz herrscht, kann in der Sache eine gemeinsame Linie gefunden



WALTER KNOLL

Handwerk und Hightech, inspirierendes Interieur und eine 140-jährige Geschichte kennzeichnen das in Herrenberg (Baden-Württemberg) ansässige Designunternehmen Walter Knoll. So setzt auch die Architektur des 2006 fertig gestellten und 6.000 m² umfassenden Headquartiers auf eine klare Formensprache. Ebenso wie die 2011 in Betrieb genommene neue Multifunktionshalle im nahe gelegenen Mötzingen, bei der Architekt Hansulrich Benz moderne Logistik mit nachhaltiger Architektur verband. Der transparente viergeschossige Neubau in Herrenberg konzentriert sich auf Glas, Beton und Stahl und markiert die Verbindung der Moderne mit traditioneller Industriearchitektur. Der in eine Betonspange eingeschobene transparente Kubus gewährt Einblicke in das Herz der Firma. Wichtigste Kommunikationsfläche ist aber die Fassade: An der Innenseite der Glasfassade sind Projektionsflächen installiert und bei Dunkelheit projizieren Videobeamer interaktive Bilder. Die 8.000 m² umfassende neue Halle in Mötzingen ist ein klarer Baukörper und folgt der Idee einer markanten, mit Titanzinkblech verkleideten Spange mit eingeschobenem transluzentem Glasquader - unterbrochen von acht Laderampen.

werden. Affekte haben wir längst zu beherrschen gelernt.

Wo spiegelt sich die handwerkliche Tradition der Firma in der Architektur wider?

M. B.: Walter Knoll steht für Möbel, deren Gestaltung modern und zugleich klassisch ist. Unsere Produkte zeigen rationale Linien. Die Verbindung dieser Linien mit den verwendeten Materialien schafft die Emotion: eine klare Form, dazu perfekt im Detail.

Und wie sollte Ihre Design-Philosophie repräsentiert werden?

M. B.: Bei Walter Knoll geht es um wahre Werte. Wir verstehen uns als Vertreter des Minimalismus der Moderne. In diesem Sinne sind unser Design und unsere Architektur von der Verwendung natürlicher Materialien geprägt, von minimalem Einsatz der Ressourcen und ästhetischer Langlebigkeit. Außerdem sollten unsere Besucher erle-

ben, wie unsere Produkte entstehen - vom Entwickeln, Zuschneiden, Nähen und Polstern bis hin zur Auslieferung.

Wie nachhaltig ist Ihr Firmensitz?

M. B.: Der Bau wurde unter streng ökologischen Gesichtspunkten entwickelt. In Herrenberg wurde eine neue Heizungsanlage eingebaut und Dämmungsmaßnahmen erfolgten, wodurch im Gesamtareal 40 Prozent weniger Energie verbraucht werden als zuvor allein für den Altbau. Auch in Mötzingen wird neben optimierter Dämmung und leistungsstarken Wärmepumpen ein Sprinklertank in Spitzenlastzeiten als Wärmepuffer zur Kühlung herangezogen. Auf den Dächern befinden sich Fotovoltaikanlagen mit einer Gesamtleistung von ca. 500 Kilowatt-Peak. Dazu nutzen wir in den Gebäuden Betonkerntemperierung zur Wärmespeicherung. www.walterknoll.de



DER ARCHITEKT

Wie Hansulrich Benz die Familie erweiterte

Worin liegt die Herausforderung, Stätten der industriellen Produktion zeitgemäß zu gestalten?

Hansulrich Benz: Industrielles Planen fängt nicht erst mit der Bauaufgabe an, sondern viel früher. Es geht um innerbetriebliche Kommunikation, Erschließungskonzeptionen, Produktionsabläufe, Entwicklungsperspektiven. Die zweite Herausforderung ist, die richtige Antwort auf die definierte Aufgabe zu finden. **Wohin geht der Trend bei Corporate Architecture und Office-Design?**

H. B.: Es gibt verschiedene Strömungen: die „Allesgleichmacher“ der Food- und Fashionindustrie; kindliche Firmenfarben werden ans Gebäude gepinselt, egal, wie dies in der Umwelt wirkt; die Wiederentdeckung der Architecture Parlante

- mein Haus sieht aus wie mein Koffer; dann gibt es Trophäenjäger - und letztendlich die Baukompetenten: Firmen, deren Erfahrung sich in ihren Gebäuden niederschlägt. Wahrscheinlich haben zurzeit die Trophäenjäger die Nase vorn. Nur: Dies hat nichts mit der Corporate Architecture der Firma zu tun. Hier schmückt man sich mit der fremden Corporate Identity des Architekten. **Wie sehr entspricht ein neuer Firmenbau einer Art Familienerweiterung - zumal Walter Knoll eine langjährige Tradition hat?**

H. B.: Familienmitglieder sind nicht vorher planbar und der Einfluss auf sie ist begrenzt. Man arrangiert sich wohlwollend - das macht eine Familie aus. Das Gebäude soll dem Zweck dienen und wie ein

Maßanzug sitzen - dies ist harte Arbeit für alle Beteiligten. In diesem Sinn sind weitere Gebäude für Walter Knoll die Weiterentwicklung und Profilierung einer einzelnen Persönlichkeit, nämlich der des Unternehmens - und dies ist letztendlich nachhaltige Corporate Architecture.

Wie schaffen Sie es, die Technik „unsichtbar“ zu machen? Welche Rolle spielt das Licht?

H. B.: Da wir kaum mit abgehängten Decken arbeiten, ist dies jedes Mal eine Herausforderung. Das Gebäude muss unter Berücksichtigung der kompletten Technik geplant werden. Licht, Akustik und tiefenpsychologische Aspekte zählen zu den wichtigsten Entwurfsparametern. Ich nenne sie „die weichen Entwurfsparameter“. Sie haben großen Einfluss auf Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz. www.hansulrichbenz.de