

architektur. aktuell

the art of building

Jordi Badia, DELUGAN MEISSL,
fasch&fuchs, HoG, Atelier Kempe Thill,
Amanda Levete, Jean Nouvel, REX/
OMA

Januar Februar
January February 2010

358 359

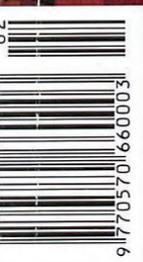
deutsch /
english

Österreich / Deutschland

€ 14,80

Schweiz

SFR 25.-



Treibstoff Kultur Spaces of Beauty

Pb.b.
Verlagspostamt
1201 Wien,
Erscheinungsort Wien,
Zulassungsnummer: 02Z031409M



Direkt an der Bundesstraße Directly connected to the highway



Zu Closed

Obstbau Leeb: Die intelligente Marktstandbox The intelligent market stand box

[p.8] Dominika Glogowski

Ein schlichter Holzbau von Architects Collective an der Durchzugsstrasse B51 nach Frauenkirchen verbindet überzeugend Obstverkauf und Produktion mit Themen wie prefabrication und upcycling, Ökonomie und Ökologie, Funktion und Ästhetik.

Auf insgesamt knapp 450 m² schließt im Obstbau Leeb der Käufer den Kreis von der Produktions- zur Verbraucherkette. Zwei an den Ecken ineinander geschobene Rechtecke bilden Lager und Verkaufsfächen. Eine Verlängerung ihrer Außenkanten und dadurch eine optische Erschließung des Kubus werden nicht nur virtuell vorgetäuscht. Offene Wandkonstruktionen übertragen den einheitlichen Block in die Realität. Der Clou dabei ist, dass der Eingangsbereich sich leicht in die Schräge öffnet und mit der strengen Geometrie bricht. Er verweist dabei nicht nur auf die Basilika in Frauenkirchen, sondern fungiert wie ein Trichter, der Umgebung und Besucher in den Verkaufsraum saugt. Flexible, an Scheunentore angelehnte Schiebewände ermöglichen eine optische Verschiebung des Gebäudes. Ebenso kann mittels klappbarer Sonnenschutzabdeckungen über den zur B51 hin ausgerich-

teten Glasfenstern die Einsicht in die Verkaufsfläche versperrt werden. Die Simulation von Offen- und Verschlussheit, somit ein abweisender Produktions- oder einladender Kaufeffekt wird vorbeifahrenden potentiellen Kunden dadurch äußerst anschaulich vermittelt. Weitere Verweise auf die Funktion des Objekts liefern Marktstand-Analogien, wie die zuvor erwähnten beweglichen Verschattungen. Gleichermaßen fungieren Faserzementplatten vor dem Eingang und mit Ausrichtung auf die Strasse wie Schultafeln, auf

Passivhausstandard mit Straßenbezug

denen mit Kreide neueste Produkte und Angebote angepriesen werden können. Sie komplementieren das Marktfeeling. Ökonomisch wie ökologisch wurde die schlichte Box aus vorgefertigten Holzelementen in insgesamt nur sechsmonatiger Bauzeit ausgeführt. Der Verwaltungs- und Verkaufsbereich folgt dabei den Standards eines Passivhauses. Dank ihrer Optik von gepressten Sägespänen vermitteln die lasierten OSB-Platten dem Motto entsprechend ein naturgetreues Bild. Die verwendeten Masse von 2,5 m x 5 m führten zu einem kreativen Spiel mit Geometrie, in

dem nichts dem Zufall überlassen wurde. Auch die feinen Linien der Blechnasen, welche ihre Oberkanten vom Wassereindringung schützen, teilen und verbinden bewusst einzelne Fassadenelemente, Innen wie Außen. Mies hätte sich gefreut. Farblich setzen die verwendeten Grün- und Brauntöne ein prägnantes visuelles Zeichen in der Landschaft und beziehen das Objekt dadurch gleichzeitig in diese ein. Der Innenbereich bleibt ebenfalls dem Leitmotiv der Nachhaltigkeit treu. Das Interieurdesign besteht aus Entwürfen von gabarage upcycling design. Dementsprechend liefern wieder verwendete Produkte originell ästhetisches Design. So werden Fahrradschläuche in spritzige Lampen verwandelt, Druckerplatten bilden ein Verkaufspult und einstige Werbepapan des Wienmuseums ermöglichen einen adäquaten Sonnenschutz. Versickerungsflächen ehemaliger Weingartensteher aus Beton runden im Außenbereich das Bild ästhetisch ab und integrieren es lokal.



Offen nach zwei Seiten Bilateral openings



Upcycling von Fahrradschläuchen Bicycle tubes transformed into lamps

A plain wooden building by Architects Collective on the B51 road to Frauenkirchen convincingly combines the production and sale of fruit with themes such as prefabrication and upcycling, economy and ecology, function and aesthetics.

On a total floor area of just 450m² Obstbau Leeb (Leeb Fruit Growers) the buyer closes the circle from production to consumer. Two rectangles that engage each other at the corners form the storage and sales areas. A continuation of their outside edges, and with it the visual opening of the cube, is suggested, not just virtually. Open wall structures translate the uniform block into reality. The trick here is that the entrance area opens slightly at an angle, breaking with the strict geometry. In this way it not only acknowledges the basilica in Frauenkirchen but also functions like a funnel to draw the surroundings (and visitors) into the sales space. Flexible sliding walls, slightly reminiscent of barn doors, allow the building to be visually closed. Similarly, it is possible to block the view into the sales area by using hinged solar protection flaps to screen the windows facing towards the B51. The simulation of open and closed, inviting

people to buy, while still shielding the production area is conveyed to potential customers driving by in extremely visual way. Further indications of the building's function are supplied by the analogies to a market stand, such as the hinged shades already referred to. In a similar way fibre cement panels in front of the entrance, facing towards the road, function like blackboards on which the latest products and offers are announced in chalk. They complement the market feeling. The plain box, as economical as it is eco-

Passive house standard and a relationship to the street

logical, was put together out of prefabricated wooden elements in a construction time of only six months. The administration and sales area achieves the standards of a passive house. Thanks to the visual effect of pressed wood shavings the glazed OSB panels convey a natural image that reflects the motto. The dimensions used here, 2.5 m x 5 m, led to creative games with geometry in which nothing was left to chance. Even the fine lines of the metal drip mouldings that prevent water from penetrating the upper edges of the panels deliberately separate and com-

bine individual facade elements, internally and externally. Mies would have been delighted.

In terms of colour shades of green and brown are used here to place a striking visual symbol in the landscape while also integrating the building in it. The interior also remains true to the *leitmotif* of sustainability and consists of items from gabarage upcycling design. Reused products provide an original aesthetic. Bicycle tubes are transformed into witty lamps, used printers' plates form a sales counter, and old advertising banners from the Wien Museum provide adequate protection from the sun. Surface water drainage areas of concrete vineyard posts round off the appearance of the outdoor area aesthetically and integrate it in its setting.