

Produkte und Projekte ■ Luccon – das fünfte Element
Markt und Umwelt ■ Tunnelbau in Steilwänden
Kunden und Partner ■ In den Beton hineinsehen

context

Das Magazin von HeidelbergCement • Ausgabe 4 • 2006 • 4€

Thema: Sehen

Augen-Blick

HEIDELBERGCEMENT

Liliencarré Wiesbaden

Shoppen im Quadrat

Modell des Liliencarrés Wiesbaden: Die runde Form des Einkaufszentrums passt sich optimal in die Umgebungsarchitektur ein.



Im Frühjahr 2007 wird in Wiesbaden eines der modernsten Einkaufszentren Deutschlands eröffnet. Das Konzept erforderte viel Fingerspitzengefühl, denn das Center liegt an der Schnittstelle von Innenstadt und angrenzenden Wohnquartieren und muss sich optimal zwischen die historischen Bauten am Kaiser-Friedrich-Ring einpassen.

Roland Duda, Architekt bei Ortner & Ortner und verantwortlich für das Projekt Liliencarré, erinnert sich: „Die Hortana Projektentwicklung und ihr Partner Multi Development Corporation, die das Projekt alleine realisieren, haben auf Wunsch der Stadt im Februar 2001 einen Workshop durchgeführt, bei dem fünf internationale Architekturbüros vertreten waren, die ihre Arbeit vorgestellt haben. Unser Konzept hat die Verantwortlichen letztlich über-

zeugt; es wurde allerdings stark modifiziert.“ Zuerst stand ein sechzig Meter hoher Hotelurm im Mittelpunkt, später erschienen Büros erfolgversprechender. Das aktuelle Konzept sieht wieder ein Hotel vor, im Zentrum steht allerdings ein Einkaufszentrum. Spatenstich war im September 2004. Die mehr als drei Jahre währende Entwicklungs- und Konzeptionsphase zeigt, wie heikel große Bauprojekte in Innenstädten sind. Es muss klar sein, wie der Raum genutzt werden

soll; gefragt ist eine wohldosierte Mischung aus Hotel, Bürogebäuden und Einkaufszentrum. Die Architektur wiederum muss penibel auf die Umgebung abgestimmt sein.

In den achtziger und neunziger Jahren gab es diese Probleme noch nicht. Die großen Einkaufszentren wurden bevorzugt außerhalb der Innenstädte angesiedelt, meist im Verbund mit großen Kinos und anderen Unterhaltungskomplexen. Beispiele sind das Main-Taunus-Center in

Frankfurt am Main und das Rhein-Neckar-Zentrum in Viernheim. Solche Zentren sollten den Erlebnis-Charakter beim Einkaufen fördern. „Shopping ist Entertainment“, betont Manfred Ortner, Geschäftsführer von Ortner und Ortner.

In den vergangenen Jahren ist, was die Wahl des Standorts von Einkaufszentren anbelangt, eine Trendumkehr zu erkennen. Solche Zentren sind nicht mehr wie vor Jahren suburbane Phänomene, sondern wandern in die deutschen Innenstädte zurück. Treibender Faktor sind meist freiwerdende Flächen aus dem Bestand von Post und Bahn, die neue Nutzer anlocken. Einkaufen und Unterhaltung spielen dabei eine dominante Rolle: Das Nebeneinander von Atmosphäre und gastronomischen Angeboten soll Kunden zu einer längeren Verweildauer und einer freigeigeren Haltung animieren. „Die Stadt als Umgebung ist dabei wichtig, denn Stadt ist

Erlebnis“, erklärt Duda. Der Standort Lilien carré liegt allerdings nicht unmittelbar im Zentrum der Stadt. Er grenzt an den Wiesbadener Ring, an dem größere Gebäude hervortreten, zum Beispiel der Bahnhof und das Landeshaus. „Uns war es deshalb wichtig, bei der Gestaltung des Lilien carrés den Charakter des Viertels mit eigenständigen Häusern zu erhalten. Die Gebäude sollen die jeweils unterschiedliche Nutzung ausdrücken, aber auch städtischen Charakter haben. Das neue Viertel ist geprägt von einer steinernen Architektur, die das aufnimmt, was in der Umgebung da ist: Ziegelstein, Naturstein und Schieferdächer auf dem Landeshaus sowie den Kirchen“, erläutert Duda.

Zurzeit wird an den Büros, am Hotel und dem Einkaufszentrum noch gebaut. Sie entstehen auf dem Gelände der ehemaligen Hauptpost, die 2002 abgerissen wurde. Das zweigeschossige Einkaufs-

zentrum mit seinen rund 26.000 Quadratmetern Verkaufs- und Gastronomiefläche ist das zentrale Gebäude. Der Kuppelbau ist gewissermaßen in den Untergrund eingeschoben und ragt an seiner Rückseite zum Hotel hin nur noch fünf Meter aus dem Boden. An der Vorderseite hingegen bietet es dem Bahnhofsgebäude noch eine zehn Meter hohe Stirn in Form einer Fassade, die aus einzelnen Steinprismen besteht. Darin eingelassen sind Leuchten, die die Wand am Abend in ein warmes Licht tauchen. Auch am Tag schafft der Bau mit seiner markanten Kuppel aus Glas und Stahl eine angenehme Atmosphäre.

Ein großes Fenster, das in Richtung Bahnhofsplatz gerichtet ist, verbindet die Innenwelt der Kuppel großzügig mit der Welt draußen. Das geschlossene Glasdach, das die Kuppel überwölbt, sorgt für behagliches Einkaufen bei Wind und Wetter. Ansonsten sollte die Architektur innen eher schlicht sein. „Beim Gestalten eines Einkaufszentrums hat sich ein Architekt eher zurückzuhalten, denn die Ware ist das Erlebnis“, erklärt Ortner. Als Kunden haben die Planer keineswegs nur den hedonistischen Lifestyle-Konsumenten im Blick. Die Zielgruppe ist so gemischt wie die Passagiere eines Zweite-Klasse-Abteils in einem Nahverkehrszug. Man will den ganz normalen Bahnreisenden bedienen, die Nähe des Einkaufszentrums zum Bahnhof ist dafür ideal.

Neben diesem Zentrum werden auf dem Gelände außerdem Bürogebäude mit insgesamt 6.000 Quadratmetern Nutzfläche gebaut, ebenso ein Hotel mit 185 Zimmern an der Ecke Kaiser-Friedrich-Ring/Biebricher Allee. Wer nicht mit der Bahn kommt, kann seinen PKW im Parkhaus abstellen, das in das Einkaufszentrum integriert ist.

(gh) ■

@ mail@ortner-ortner.de

www.lilien-carree.de

i www.multi-development.com

Bauarbeiten im Innenbereich des Einkaufszentrums:
Ab Frühjahr 2007 ist der Bau zum Flanieren freigegeben.

