

diplomarbeit
architektur

SCHWARZER
RITTER
HARTBERG

ENTWURFSARBEIT ANHAND
DER WETTBEWERBSAUFGABE
ZUR ERWEITERUNG
DES SCHLOSSES HARTBERG
FRANK OBERLERCHNER



schwarzerRitter

Entwurfsarbeit anhand der Wettbewerbsaufgabe
zur Erweiterung des Schlosses Hartberg

Diplomarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades eines
Diplom-Ingenieurs

Studienrichtung: Architektur

Frank Oberlerchner

Technische Universität Graz
Erzherzog-Johann-Universität
Fakultät für Architektur

Betreuer:
Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Arch. Hans Gangoly
Institut für Gebäudelehre

Graz, Oktober 2011

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen/Hilfsmittel nicht benutzt, und die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommene Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Graz, am

.....
(Unterschrift)

Statutory Declaration

I declare that I have authored this thesis independently, that I have not used other than the declared sources/resources, and that I have explicitly marked all material which has been quoted either literally or by content from the used sources.

.....
(Date)

.....
(Signature)



SCHWARZER RITTER
Erweiterung Schloss Hartberg



SCHWARZER RITTER
HARTBERG

ENTWURFSARBEIT

ANHAND DER WETTBEWERBS
AUFGABE ZUR ERWEITERUNG
DES SCHLOSSES HARTBERG
HARTBERG | AUSTRIA



9 *Prolog. Den Überblick bewahren*
Themenstellung der Arbeit

13 *Hartberg. Stadt der Sinne*
Slow Cities. Langsam, nicht Stillstand
Bewaldeter Berg. Die Namensgebung Hartbergs
Pfalz, Markt, Stadt. Die Gründung Hartbergs
Besitz & Herrschaft
Ein festes Haus am Markt

27 *Wettbewerb. Alte Mauern neuer Charme*
Erweiterung Park
Erweiterung West
Erweiterung Ost

35 *Ringana. Der Schönheit verpflichtet*
Qualitätsstandards
Direktvermarktung
Gläsernes Labor
Corporate Identity
Corporate Architecture

45 *Haut. Ein anderer Blickwinkel*
Der Begriff Haut in der Architektur
Erleben und Wahrnehmen: Haut
Erleben und Wahrnehmen: Architektur
Learning from Louis Vuitton



59 *Projekt. Eine Bühne für die Schönheit*

Entwurfsstudien

Hautbilder

Planliche Darstellung

72 Lageplan

74 Bereichsplan

76 Plandarstellung Ost

82 Plandarstellung West

86 Ansichten

88 Schnitte

91 Fassadenschnitt

92 Visualisierungen

Infrastruktur Schlossareal

La Beauté. Ausstellungsgestaltung

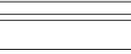
Epilog. Ein Blick aufs Ganze

113 *Appendix*

Literaturnachweis

Abbildungsverweis

Abbildungsnachweis





PROLOG

DEN ÜBERBLICK BEWAHREN

SCHWARZER RITTER
Erweiterung
Schloss Hartberg
KAPITEL [01]

Grundlage der vorliegenden Arbeit ‚Schwarzer Ritter Hartberg‘ bildet die Wettbewerbsauslobung für den Zu- und Umbau des Schlosses Hartberg, ausgeschrieben als einstufiger Architekturwettbewerb zur Erlangung baukünstlerischer Vorentwürfe. Vorgabe dabei war es, den am nordwestlichen Teil der Stadtmauer Hartbergs gelegenen historischen Altbau, auch als Schloss Paar bekannt, durch einen angeschlossenen Zubau und einen vom Bestand abgegrenzten Neubau zu erweitern. Zusätzlich wurden geringfügige Veränderungen der Parkanlage, innerhalb der sich das Schloss befindet, gefordert. Nachstehend werden die grundlegenden Aspekte aller für die Arbeit relevanten Themenbereiche und Berührungspunkte in kompakter Form zusammengefasst, welche den Entwurfsprozess begleiten und somit massgeblichen Einfluss auf die endgültige Darstellung des Projektes haben.



Am nordöstlichsten Punkt der Altstadt Hartbergs, der Bezirkshauptstadt der gleichnamigen Region, eingebettet in das Umfeld einer grosszügigen Parkanlage und umringt von der Stadt- und Burgmauer, liegt das Schloss Paar. Das historische Konglomerat des Schlosses, der Altstadt und ihres grossteils erhaltenen Befestigungsringes besticht vorwiegend durch seine facettenreiche Vergangenheit, geprägt durch ihre geographische Lage im südöstlichen Gebiet der Steiermark. Die Funktion des Parks, als grüne Oase im Stadtgefüge, wird durch die freie öffentliche Zugänglichkeit, sowie die Abhaltung von Veranstaltungen und Konzerten untermauert. Diese Parkanlage mitsamt dem Altbestand umschreibt den Schauplatz der Wettbewerbsauslobung zur Erweiterung des Schlosses Hartberg, und bildet die Vorlage für die, in dieser Arbeit zusammengefassten, architektonischen Auseinandersetzungen. Der Anspruch der Ausschreibung umfasst planerische Eingriffe in das Ambiente, welche sich auf den westlichen Flügel, den östlichen unteren Parkbereich und die Parkanlage selbst konzentrieren werden.

Im Vorfeld der entwurfstechnischen Auseinandersetzung erfolgt die Betrachtung der Entstehung und Entwicklung Hartbergs. Beginnend mit dem Kapitel ‚2. Hartberg‘ werden verschiedene historische Aspekte beleuchtet und dabei Themenbereiche wie die Ursprünge und Herleitung des Stadtnamens, die Forderungen und Einflüsse die zur Gründung Hartbergs führten, und die Weise in welcher sich die Stadt heutzutage zu ihren geschichtsträchtigen Wurzeln positioniert aufgegriffen. Weiters erörtert das Kapitel Herrschafts- und Besitzverhältnisse der Stadt, sowie die Gründe die zur Errichtung einer Burg, des heutigen Schlosses und der Befestigungsanlage geführt haben. Das Kapitel ‚3. Wettbewerb‘ skizziert folgend die Forderungen und Kriterien dieses ‚einstufigen Realisierungswettbewerbes zur Erlangung baukünstlerischer Vorentwürfe‘. In kompakt zusammengefasster Weise wird das Kapitel in die drei Teilbereiche Erweiterung Park, West und Ost unterteilt, bei denen jeder für sich bestimmte Schwerpunkte zur Überarbeitung und Verbesserung setzt. Viele der separat betrachteten Funktionen und Eigenschaften dieser Bereiche bedingen oder überlagern sich wiederum hinsichtlich des Gesamtkonzeptes. Der Osttrakt des Schlosses wird zur Gänze von der Firma Ringana angemietet, einem Unternehmen das sich auf nationaler und internationaler Ebene mittlerweile zu den marktführenden Herstellern von Frischekosmetik und Nahrungsergänzungsmitteln etabliert hat. Die angemieteten Räumlichkeiten, bei denen es sich hauptsächlich um



den verwaltungsorganisatorischen Bereich des Herstellers handelt, sollen durch die in der Auslobung geforderte Erweiterung Ost ergänzt werden, indem Bereiche der Produktpräsentation und der Produktion hinzugefügt werden. Auf Grund dieser Forderung werden im Kapitel ‚4. Ringana‘ eingehend Themen der Unternehmensidentität, -strategie und -darstellung diskutiert. Dabei finden die grundlegenden Ansprüche und Kriterien des Unternehmens, die an das Projekt geknüpft werden, Einfluss. Im Zusammenhang mit der geforderten Erweiterung wird Bedacht darauf gelegt, das bereits bestehende Image des Unternehmens durch Architektur nachvollziehbar und einheitlich zu vermitteln. Damit einhergehend wird im Kapitel ‚5. Haut‘ der Kontext zwischen dem Objekt und seiner Oberfläche aufgegriffen. Das Medium Haut erfährt in der vorliegenden Arbeit, vor allem im Hinblick auf das spätere Nutzerverhältnis, gesonderte Beachtung indem die übliche Betrachtungsweise der Oberfläche als Grenze zwischen Innen und Aussen einer Architektur auf den Aspekt des Interface oder der Kommunikationsplattform zwischen Kunden und Hersteller erweitert wird. Weiters werden Analogien zwischen Haut und architektonischer Oberfläche hergestellt, um daraus Betrachtungsweisen zu formulieren, die wesentlichen Einfluss auf die Ausbildung des Entwurfes haben.

Im anschliessenden Projektkapitel, welches den Hauptteil dieser Arbeit darstellt, werden die Forderungen, Nutzungseigenschaften, Kriterien und essenzielle Ausführungen der vorangegangenen Themen vereint und vor deren Hintergrund effektive Entwurfsüberlegungen formuliert. Den Vorgaben der Auslobung entsprechend umfasst das Kapitel Auseinandersetzungen mit den zwei architektonischen Bereichen der Erweiterung Ost und West, sowie deren planliche Darstellung. Der Entwurf wird aber auch im Hinblick auf das Gesamtkonzept betrachtet. Vertiefende Diskussionen widmen sich dabei der Fassaden- und Ausstellungsgestaltung, die ihren Ursprung in der architektonischen Übersetzung der Unternehmensidentität haben. Der Projektteil schliesst mit der Zusammenfassung des Gesamtkonzeptes, sowie der logischen Überarbeitung und effektiven Adaption des Firmenauftrittes im Rahmen der Erweiterung des Schlosses Hartberg.

Die gewählte Projektbezeichnung ‚Schwarzer Ritter Hartberg‘ verweist auf den Kontext der östlichen Erweiterung mit dem Altbestand des Schlosses. Die verbindenden Elemente sind dabei in der Gründung Hartbergs und der damit einhergehenden Errichtung der Burg, sowie der späteren Erweiterung zur Befestigungsanlage mit Schloss

im Mittelalter zu sehen. Die Bezeichnung steht als Metapher für die Gefahr aus dem Osten, den wiederholten Türkenangriffen und Ungareinfällen, zu deren Verteidigung die bis heute erhalten gebliebene Stadtumwallung erbaut wurde, welche den Bauplatz des Projektes umschliesst. Andererseits ergibt sie sich aus den Überlegungen zur Fassadengestaltung des Neubaus, welchen die Auseinandersetzung mit den Themen der Unternehmensidentität und der Hautbilder vorausgeht. Die Ausbildung einer architektonischen Oberfläche, die sich als multiple Wiederholung des Unternehmensblems manifestiert, beschreibt dabei die schützende Gebäudehülle, die Grenzebene zwischen Körper und Umwelt, und kann metaphorisch als dessen Harnisch gesehen werden. Des Weiteren basiert die vorgeschlagene Bezeichnung auf der Möglichkeit, die Erweiterung mitsamt seiner Nutzung als Präsentations- und Produktionsgebäude der Firma Ringana, über die regionalen Grenzen hinaus, attraktiv zu bewerben. Diese Vorstellung beinhaltet die Überlegung, dass auch andere Bereiche im Gesamtkonzept des Schlossareals von dieser Entwicklung profitieren. Damit wird einem gewichtigen Parameter der Auslobung entsprochen, nämlich den Stadtpark in seiner derzeitigen Nutzung zu erhalten, ihn jedoch durch architektonische Intervention aufzuwerten und seine Funktion als sozialer, kultureller und infrastruktureller Knotenpunkt zu stärken.





HARTBERG

STADT DER SINNE

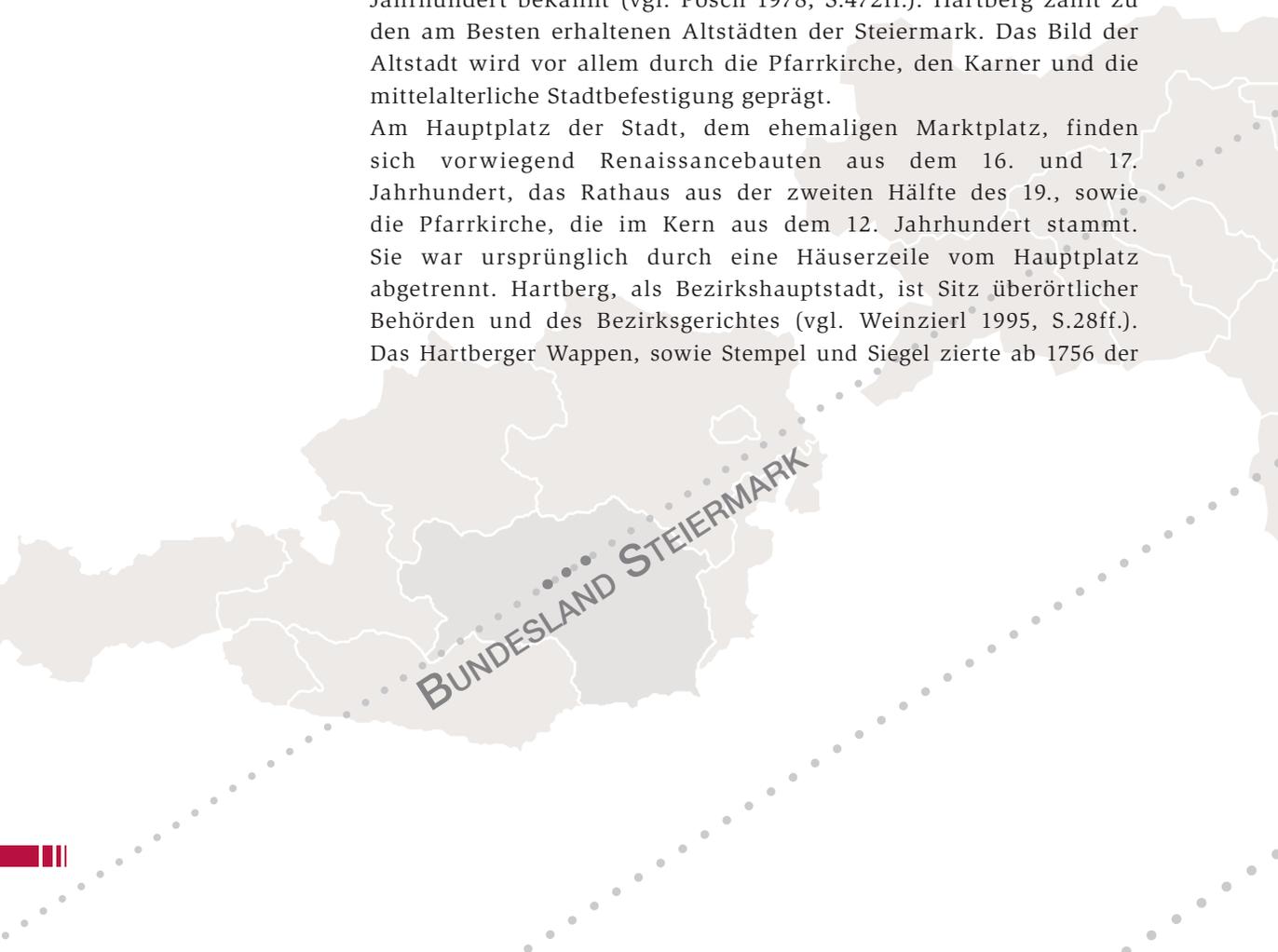
SCHWARZER RITTER
Erweiterung
Schloss Hartberg
KAPITEL [0 2]

Die Stadt Hartberg blickt auf eine lange und bewegte Geschichte zurück. Im nachfolgenden Kapitel werden charakteristische Einschnitte der Stadtgeschichte aufgegriffen und in Abrissen zusammengefasst. Fokussiert werden die Voraussetzungen zur Bildung einer Stadt in dieser geographischen Lage, der Ursprung des Namens Hartbergs, sowie die Position welche die Stadt einst auf Landesebene vertrat. Gegründet als Pfalz, erweitert, und schließlich zum Markt und zur Stadt erhoben, präsentiert sich Hartberg auch heute noch als Ort mit historisch gewachsener Struktur und Identität. Dominiert wird die äußere Stadtansicht durch den Hartberger Karner und die Stadtpfarrkirche, als auch durch die mittelalterliche Stadtbefestigung mitsamt dem Schloss. Das Planungsgebiet der vorliegenden Arbeit erfasst den Grossteil des Schlossareals. Dieser Bereich erfährt besondere Berücksichtigung in der Ausführung seiner Entstehungsgeschichte, Besitzverhältnisse und architektonischen Merkmale.

Im gleichnamigen politischen Bezirk des oststeirischen Hügellandes gelegen, erstreckt sich die Stadt Hartberg über eine Fläche von 21.54 Quadratkilometern. Der Einwohnerzahl der Gemeinde Hartberg mit 6.602 steht dabei eine Bezirkseinwohnerzahl von insgesamt 66.945 gegenüber (Statistik Austria bzw. www.statistik.at (Stand 2010)). Zwischen Wien und Graz gelegen bildet Hartberg einen strategisch günstigen Knotenpunkt, auf nationaler als auch internationaler Ebene. Die Stadt situiert sich auf der letzten Terrainwelle des zum Safental abfallenden Masengebirges, unweit der burgenländischen Grenze, und liegt auf einer Seehöhe von 359 Metern über der Adria.

Der Ringkogel oder früher auch Hartberg genannt, wird als Namensstifter der Stadt angesehen. Dieser Ausläufer des Masengebirges gilt heute mit seinen 789 Metern Höhe als Naherholungsgebiet Hartbergs. Außerdem beherbergt der Ringkogel das nördlichste Weinbauggebiet der Steiermark und ist aufgrund der milden klimatischen Bedingungen auch eines der höchsten Österreichs (vgl. Stadtgemeinde Hartberg bzw. www.hartberg.at). Nach geschichtlicher Überlieferung war der Weinanbau am Hartberg schon zur Zeit der Kolonisation, also im 12. Jahrhundert bekannt (vgl. Posch 1978, S.472ff.). Hartberg zählt zu den am Besten erhaltenen Altstädten der Steiermark. Das Bild der Altstadt wird vor allem durch die Pfarrkirche, den Karner und die mittelalterliche Stadtbefestigung geprägt.

Am Hauptplatz der Stadt, dem ehemaligen Marktplatz, finden sich vorwiegend Renaissancebauten aus dem 16. und 17. Jahrhundert, das Rathaus aus der zweiten Hälfte des 19., sowie die Pfarrkirche, die im Kern aus dem 12. Jahrhundert stammt. Sie war ursprünglich durch eine Häuserzeile vom Hauptplatz abgetrennt. Hartberg, als Bezirkshauptstadt, ist Sitz überörtlicher Behörden und des Bezirksgerichtes (vgl. Weinzierl 1995, S.28ff.). Das Hartberger Wappen, sowie Stempel und Siegel zierte ab 1756 der



BUNDESLAND STEIERMARK

Abb.01 li.a.:
Das einstmalige
Wappen Hartbergs.

Abb.02 li.m.:
1947 wurde dieses
durch das Abbild des
hl. Martin ersetzt.

Abb.03 re.m.:
„Stadt der Sinne“ Logo

Abb.04 re.a.:
Das bunte Hartberg
Logo als Zeichen der
Vielfältigkeit.

einköpfige Adler. Nach 1947 ersetzte man diesen durch das Abbild des hl. Martin, dem Pfarrpatron der Stadt (vgl. Groß o.A., S.3). Das derzeitige Logo der Stadt Hartberg steht stellvertretend für die „bunte Vielfaltigkeit“ und besteht aus vier aneinandergereihten farbigen Häusern. Das blaue Haus symbolisiert dabei den Schölbinger Turm, gefolgt von dem gelben Rathaus und dem roten Karner. Grün bezieht sich auf den Ringkogel mit der Warte (vgl. Stadtgemeinde Hartberg bzw. www.hartberg.at (Stand 2010)). Aufgrund verschiedener Gesichtspunkte der Stadtidentifikation, Belebung und Erhaltung wurde Hartberg 2009 die erste steirische „città slow“. Sie ist dabei zweite Stadt Österreichs und einhundertelfte insgesamt, die in diese Vereinigung aufgenommen wurde. Im Zuge dieser Zertifizierung Hartbergs wurde der Slogan „Stadt der Sinne“ aufgegriffen, welcher zum Ziel hatte, die zu Grunde liegende



BEZIRK HARTBERG

GEMEINDE HARTBERG

Philosophie der „*città slow*“ erlebbar zu machen, im Sinne der Förderung und Wahrung einer hohen Lebensqualität und Bewusstsein für die regionalen Besonderheiten. (vgl. Stadtgemeinde Hartberg, Stadtmarketing & PR bzw. www.hartberg.at (Stand 2010)).

SLOW CITIES. LANGSAM, NICHT STILLSTAND

Das internationale Netzwerk der lebenswerten Städte oder „*città slow* - *slow city*“ wurde 1999 in Italien gegründet. Diese gemeinnützige Vereinigung wurde von der Slow Food Bewegung inspiriert und setzte sich zum Ziel die Kultur des Lebenswerten zu fördern und die Lebensqualität in den Städten zu erhöhen. Das Bewusstsein und die Wertschätzung der Bevölkerung für typische Besonderheiten und eigene Identität der Stadt soll gestärkt und nach aussen hin erkennbar gelebt werden. Die Philosophie der „*città slow*“ rückt die Individualität und den Charakter der einzelnen Stadt ins Zentrum und möchte damit einer Standardisierung entgegenwirken. Die Besonderheiten werden an von den teilnehmenden Städten zu erfüllenden Kriterien markiert und bewertet. So wird die Wahrung und Stärkung der regionalen Kultur unter besonderer Berücksichtigung von Umwelt- und Infrastrukturpolitik, Urbane Qualität, Aufwertung der autochthonen Erzeugnisse, Gastfreundschaft, sowie landwirtschaftliche Qualität, Bewusstsein für Vielfalt und eigene Identität im Zeitalter der Globalisierung gefördert. Vor dem Hintergrund der historisch gewachsenen Identität Hartbergs, der Hervorhebung regionaler Qualität, sowie dem bewussten Umgang mit den Themen Altstadterhaltung und Infrastruktur, bemühten sich die Vertreter der Stadt erfolgreich diese Zertifizierung zu erreichen (vgl. Stadtgemeinde Hartberg bzw. www.hartberg.at, www.cittaslow.net, www.cittaslow.info (Stand 2010)).

BEWALDETER BERG. DIE NAMENSgebung HARTBERGS

Die Bezeichnung Hartberg reicht bis in die Zeit der einsetzenden Kolonisationsphase des oststeirischen Gebietes zurück. Erst am Beginn des 12. Jahrhunderts konnte der von den Ungarn verwüstete und annektierte Landstrich durch König Heinrich III. zurückgewonnen werden. Der Name Hartberg beschrieb zu dieser Zeit das gesamte nordoststeirische Bergland (vgl. Festschrift 1987, S.14). Die vormalige Bezeichnung „*witanesberg*“, was dem karolingischen Namen des Wechsel-Masen Gebietes entsprach, war durch die verzögerte Besiedlung und die daraus verursachte Verödung abgekommen. Hart leitet sich aus dem Alt- und Mittelhochdeutschen Wort für Wald ab.

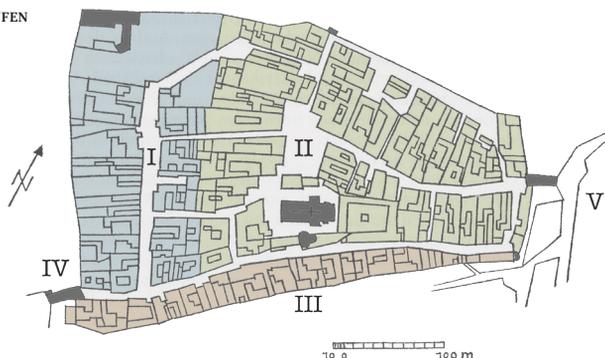
Hartberg beschreibt somit einen „Waldberg“ oder ein „Waldgebirge“. *„Der Name ist eine Reihung mit dem Bestimmungswort mhd. hart „Wald“ und dem Grundwort mhd. përc „Berg, Anhöhe“ im Sinne von „bewaldeter Berg.“* (Weinzierl 1995, S.30) Im Slawischen steht der Name Hartberg (=Dobronuc) für einen Eichenwald. Dies rührt wahrscheinlich daher, dass der gesamte Landstrich zur damaligen Zeit vorwiegend mit Eichenwald bedeckt war. Noch im 16. Jahrhundert wird schriftlich über ausgedehnte Eichenforste in diesem Gebiet berichtet. Der Name blieb jedoch nur an zwei markanten Orten haften. Zum Einen im Namen des Berges Hartberg, dem heutigen Ring oder Ringkogel, zum Anderen im Namen der Stadt, die ihm zu Füßen liegt. Schon im 12. Jahrhundert wurden immer wieder Weingärten am Hartberg urkundlich genannt und erst im 15. Jahrhundert bezeichnet man ihn erstmals als Rodleinsperg oder Ringberg (vgl. Posch 1978, S.41ff.). *„Der ganze Berg vom Fuß bis zum Gipfel hieß bis ins 19. Jahrhundert Hartberg, der Name Ring (nach dem vorgeschichtlichen Ringwall) kommt im Mittelalter nicht vor und hat sich erst sehr spät durchgesetzt.“* (Posch 1978, S.46) Demnach entwickelte sich der Stadtname Hartberg aus der Bezeichnung des gesamten Masengebirges und blieb über die Jahrhunderte nur im Namen der Stadt und deren Hausberg, dem Ausläufer jenes Gebirges, dem heutigen Ringkogel erhalten.

Abb.06:
Stadt Hartberg nach
einem Stich von
Vischer um 1680
(Posch 1978, S.187).



**PLAN DER ENTWICKLUNGSTUFEN
(HARTBERG 1823)**

- I Erste Marktanlage
(um 1125/30)
- II Zweite Anlage
(vor 1147)
- III Spätere Erweiterung
(um 1170)
- IV Grazervorstadt
- V Ungarvorstadt



PFALZ, MARKT, STADT. DIE GRÜNDUNG HARTBERGS

Die Siedlungsgeschichte der Hartberger Gegend reicht bis in die jüngere Steinzeit zurück. Die Ringwallanlage, nach der auch der Hausberg der Stadt benannt wurde, datiert sich auf die zweite Hälfte des ersten vorchristlichen Jahrtausends. Sie diente wahrscheinlich als Fluchtburg oder Verteidigungsanlage, von der späteren Hallstattzeit bis in die Römerzeit. Später verlagerte sich die Siedlung an den Fuss des Berges, auf die letzte Terrainwelle des Masengebirges, der in das Safental abfällt. Ausgrabungen aus dem Jahre 1960 und 1973 weisen auf die Fundamente einer römischen Villenanlage am Ort der heutigen Pfarrkirche hin (vgl. Festschrift 1987, S.13).

„Hier war schon in antiker Zeit ein Straßenknotenpunkt und ohne Zweifel auch eine größere Siedlung, und auch die Karolingerzeit hatte wieder an diese Siedlungsstelle angeknüpft, indem der Erzbischof von Salzburg in allernächster Nähe unmittelbar anschließend die urkundlich älteste bekannte Kirche der Steiermark, die schon 860 genannte 'ecclesia ad Sabnizam, errichtete.“ (Posch 1968, S.6) Weiters dokumentieren die römerzeitliche Besiedlung auch Grabfelder (Hügelgräber) im erweiterten Gebiet um Hartberg, sowie die 1961/62 freigelegte römische Villenanlage von Löffelbach (vgl. Posch 1978, S.9ff.). Nach Zerfall des Römischen Reiches drangen am Ende des 6. Jahrhunderts die Slawen in dieses Gebiet ein. Auch wurde es bis zur Mitte des 11. Jahrhunderts von andauernden Ungareinbrüchen heimgesucht, die erst der deutsche König Heinrich III. um 1043 für längere Zeit zu unterbinden vermochte und damit die Voraussetzung für die Neubesiedlung schuf (vgl. Posch 1978, S.31ff.).

Als Initiator der Kolonisation der Oststeiermark gilt Markgraf Leopold, auch der Starke genannt, der am Fusse des gleichnamigen Eichenwaldgebirges 1122¹ die erste Pfalz der Traungauer in der „Karantaner Mark“² gründete (vgl. Festschrift 1987, S.14).

Abb.07:
Plan der Gründungsstufen Hartbergs (nach: Festschrift 1987, S.18; u. Posch 1978, S.52).

Anm.01:
Zum Gründungsjahr Hartbergs. Hierbei unterscheidet sich die Literatur folglich: 1125 (vgl. Baravalle 1962, S.203), 1125 bis 1128 (vgl. Dehio-Handbuch 1982, S.161), 1122 (vgl. Festschrift 1987, S.14), 1120 bis 1130 (vgl. Schaffler 1962, S.96).

Anm.02:
Die Mark an der mittleren Mur, auch „*marchia transalpina*“ oder „*marchia carentana*“ genannt, die sich vom Kor/Gleinalmzug bis zur Wasserscheide Mur/Raab erstreckte (vgl. Posch 1978, S.31).

Zum Einen stärkte er damit seine Machtposition im Südosten, die sich bis dahin vorwiegend um Steyr, im heutigen Oberösterreich, und um Fischau, im heutigen Niederösterreich, konzentrierte. Zum Anderen lag Hartberg an wichtigen Verbindungsadern des Landes, wie etwa dem von Norden herführenden Wechsel - der Einzugsstrasse der Kolonisten, oder der „*strata ungarica*“, die nach Osten führte (Anhang Blatt 1). Diese Faktoren schufen die Voraussetzung für die Bildung eines neuen Zentrums, einer Pfalz (vgl. Posch 1978, S.47ff.). „*Die eigentliche Pfalz umfasste die Burg (genannt 1147), die Burgkapelle St. Johannes, den Meierhof (am Bruehleingang) und die Mühle (Hofmühle).*“ (Festschrift 1987, S.14) Nachdem oder gleichzeitig dazu wurde ein Gassenmarkt der Burganlage hinzugefügt. Dieser verlief zwischen Burg und Durchzugsstraße auf einer Länge von rund 200 Metern und ist etwa mit der heutigen Herrengasse identisch. Das Areal nordöstlich des Marktes blieb kirchlichen Zwecken vorbehalten. Es umfasste einen Pfarr- und Meierhof, einen Friedhof und die erste Kirche St. Martin, eine romanische Chorquadratkirche (vgl. Festschrift 1987, S. 15).

Die zweite Gründungsstufe umfasst die Erweiterung der Marktanlage. Da sich der erste Gassenmarkt in seiner Dimension als unzureichend erwies, wurde eine zweite grössere Anlage errichtet, die im Ausmass dem heutigen Hauptplatz entspricht. Dadurch entstand der erste Platzmarkt des Landes, dessen Fertigstellung sich auf 1147 beläuft. Die Marktanlage musste aufgrund ihrer Ausdehnung teilweise auf Kirchengrund errichtet werden, weshalb die hier entstandenen Häuser Grundzinse an den Stadtpfarrer zu entrichten hatten. Diese Vereinbarung hielt sich bis zum Abbruch dieser Häuserzeile, Mitte des 19. Jahrhunderts, wodurch der Hauptplatz in seiner heutigen Form entstand (vgl. Posch 1978, S.51).

Die dritte Gründungsstufe Hartbergs ging einher mit der Erweiterung der Befestigungsanlagen entlang der steirisch-ungarischen Grenze, welche aufgrund der Befürchtung eines erneuten Aufflammens von Grenzstreitigkeiten durchgeführt wurden. Der Beschluss zu diesen Defensivmaßnahmen fällt wahrscheinlich mit dem Zusammentreffen der wichtigsten nordsteirischen Grundbesitzer und des Adels (Anhang Blatt 2) in Fischau und Hartberg zusammen, der von Markgräfin Kunigunde 1166 berufen wurde. In dieses Jahr fällt auch die letztmalige Nennung Hartbergs als „*forum*“ (vgl. Posch 1978, S.70 bzw. Kernbauer/ Huber 1986, S.16f.). „*Gegen Ende des 12. Jahrhunderts war die an der „strata ungarica“, der Haupteinbruchsstelle der Ungarn, gelegene Siedlung Grenzbollwerk gegen die Ungarn und Türken.*“ (Weinzierl 1995, S.30)

MARKIERUNGEN

zusammengestellt von Herrn k. k. Oberoffizial Gmoser.

- 1 blau Hartberg Bahnhof — Stadt (1/4) — Brühl (1/2) — Spielstätte (1/4) — Massenberg (4)
- 2 rot Friedbergerstraße — Eggendorf (1) — Unterlungitz (1 1/2)
- 3 grün Friedbergerstraße — Penzendorf (1/2) — Schloß Reitenau (1 1/2) — Vorau (4)
- 4 rot Brunnengasse — Habersdorf (1/2) — Häuser im Wald (1) — St. Magdalena (2 1/2)
- 5 gelb Hauptplatz — Bergpark — Ring (1/2) — Schöpferbankerl (40') — Ringwarte (1)
- 6 gelb Obere Wäsche — Gasthof „Hartbergerhöhe“ (20') — Gasthof Amesbauer (35') — Ringwarte
- 7 rot Stadtpark — Safenau (1/2) — Hopfau (1) — St. Magdalena (2)
- 8 grün Stadtpark — Lebing (1/4) — Ebersdorf (2) — Auffenhof (3)
- 9 blau Stadtpark — Pöllauerstraße (10') — Flattendorf (1) — Hofkirchen (2 1/2) — Pöllau (3)
- 10 gelb Stadtpark — Pöllauerstraße (10') — Wasserwerk (1/2) — Siebenbrunn (1) — Kaindorf (1 1/2)
- 11 grün Brühleingang — Löffelbach (1/2) — Aue (1 1/4)
- 12 rot Brühleingang — Schloß Neuberg — (1/4) — St. Anna (2) — Pöllau (4)

Farbenerklärung:

rot = blau = — grün = - - - - - gelb = - - - - -



Kartenzeichen:

- | | | | |
|--|--------------|--|-----------------|
| | Wiesen. | | Eisteiche. |
| | Felder. | | Eisenbahn. |
| | Gärten. | | Bäche. |
| | Larhanlagen. | | Starkstromleit. |
| | Weingärten. | | Transformator. |

der Buchhandlung F. Tinner Hartberg.

Da der Markt an seiner Ostseite besonders gefährdet schien, bezog man die an der Durchzugsstraße (Michaeligasse) liegende Häuserzeile in die neue Stadtumwallung mit ein. Diese Erweiterung erst ermöglichte die Umschließung Hartbergs mit Stadtmauer und -graben. Der Überlieferung zufolge wurde im Zuge dessen auch der Karner, ein spätromanischer Rundbau, an der Südseite der Pfarrkirche erbaut (vgl. Festschrift 1987, S.15).

Im Gegensatz zu anderen steirischen Bastionen, wie etwa Graz oder Radkersburg, hat Hartberg seine mittelalterliche Stadtumwallung bis in das Jahr 1794 behalten. Die Verteidigungsanlage die einst die Stadtmauer mit Graben, zehn Wehrtürme und zwei Stadttore besass, kann heute noch allseits gut nachvollzogen werden (vgl. Festschrift 1987, S.31f.). Der Lage und Richtung entsprechend bezeichnete man das Südwesttor als Grazertor und die sich ausserhalb dieses Stadtteils ausbreitende Siedlung Grazervorstadt. Im Nordosten bildete die Ungarvorstadt die Ansiedelung und das Ungartor den Einlass in die Stadt (siehe Plan der Entwicklungsstufen). Ab dem Ende des 12. Jahrhunderts verlor Hartberg, das 1286 erstmals urkundlich als „*civitas*“ (vgl. Kernbauer/ Huber 1986, S.22f.) erwähnt wurde, seine Vormachtstellung als Zentrum des Landes Steiermark an die Stadt Graz, blieb jedoch als Grenzstadt gegen Türken und Ungarn ein viel umkämpftes Bollwerk (vgl. Festschrift 1987, S.15).

BESITZ & HERRSCHAFT

Die Gründung Hartbergs war, wie die Stadtchronik zeigt, eine bewusste Initiative des Markgrafen Leopold von Steier, aus dem Geschlecht der Traungauer. Einhergehend mit der Kolonisation des oststeirischen Gebietes entwickelte sich die Pfalz und der spätere Markt zur Residenzstadt der Traungauer, eine Position die Hartberg bis zur Ablösung durch Graz innehielt. Als Gründungsleiter der Pfalz unter Leopold dürfte Konrad Bertha gelten, der 1129 auch als Konrad von Safen erwähnt wird und erster Burggraf von Hartberg war (vgl. Posch 1978, S.53 bzw. S.91). In den folgenden vier Jahrhunderten wurde Hartberg von unterschiedlichsten Burggrafen und Verwaltern (Pfleger) bewohnt und regiert. Durch seine Lage nahe der ungarischen Grenze war Stadt und Umland andauernden Einfällen ausgesetzt, was nicht selten zu vorübergehender feindlicher Herrschaftsübernahme führte.

Stadt und Schloss, die bis dahin den landesfürstlichen Status innehatten, wurden um 1530 von König Ferdinand I. an Siegmund von Dietrichstein verkauft, und somit patrimonial. Dies geschah

wahrscheinlich um die Kriegskasse des Königs aufzubessern, denn zu dieser Zeit hatte das Land schwer unter den Türkeneinfällen zu leiden (vgl. Posch 1978, S.111ff. u. Weinzierl 1995, S.31). Nach einigen Sanierungsarbeiten, die von Siegmund von Dietrichsteins Sohn Adam getätigt wurden, übergab dieser Schloss und Herrschaft an seinen Diener Caspar Puggl. Im Jahre 1572 wurde das Schloss und die Herrschaft über die Stadt Hartberg gegen die Auszahlung der Pfandsomme, welcher die Summe der Sanierungsarbeiten am Schloss aufgeschlagen wurde, an Johann Baptist Paar, damals Hofpostmeister in Graz (Wurth 2001, S. 476), übergeben. Paar berichtete gleich nach Übernahme des Schlosses seine Baufälligkeit und begann mit dem Ausbau, den er 1584 beendete. Die Bevölkerung Hartbergs hatte jedoch schwer unter seiner Herrschaft zu leiden. Bald nach Antritt dieser, erhöhte er Zinse und Abgabe der Untertanen, die sich in einem bittenden Schreiben an den Kaiser wandten, ihren Unmut vertraten und Hartberg als „[...] *armes in grundt ausgemergeltes städtlein* [...]“ (Baravalle 1961, S. 204) bezeichneten. Bis 1639 blieb das Schloss im Besitz der Familie Paar. Aufgrund von Schulden und Steuerrückständen ging der Besitz jedoch an die Familie Herberstein über und wurde schliesslich um 1640 an den Landeshauptmann Karl Graf Saurau verkauft. In den folgenden Jahren wird das Schloss als baufällig und verfallen bezeichnet (vgl. Baravalle 1961, S. 203ff.).

Abb.09:
Schloss Hartberg um
1681. Nach einem Stich
von Vischer (Pfarre
Hartberg 2007, S.217).



Die Ringmauer war bereits an mehreren Stellen eingefallen, was dazu führte, dass die Stadt Hartberg vom Land erhebliche Mittel zur Sanierung und Instandsetzung der Befestigungsanlagen erhielt (vgl. Festschrift 1987, S.16ff.). Zwischenzeitlich von anderen Eigentümern bewohnt und verwaltet, wurde das Schloss, nach mehrmaligem Bemühen der Nachkommen des Reichsfreiherrn Johann Baptist Paar, im Jahre 1705 wieder an die Familie übergeben und blieb daraufhin im Besitz des Geschlechtes Paar. Im Jahr 1981 wurde das Schloss an die Stadt Hartberg verkauft (vgl. Groß o.A., S.44).

EIN FESTES HAUS AM MARKT

Das Schloss Hartberg, auch als Paar'sches Schloss bezeichnet, stammt in seiner heutigen Form und seinem Aussehen zum grössten Teil aus dem 16. und 17. Jahrhundert. Seine Entstehung lässt sich jedoch bis in das 12. Jahrhundert zurückführen. Die Errichtung einer Burg in Hartberg, „[...] vermutlich als festes Haus [...]“ (Baravalle 1961, S. 203), ging einher mit der Gründung der Stadt durch den Markgrafen Leopold aus dem Geschlecht der Traungauer (vgl. Baravalle 1961, S. 203). Erstmals urkundlich genannt wurde die mittelalterliche Burg Hartberg im Jahre 1147 (vgl. Festschrift, 1987, S. 32). Im Laufe der Jahrhunderte wurde die Burg, später das Schloss, mehrmals saniert und umgebaut.

Abb.10:
Schlosses Hartberg mit
Arkadenhof
(Festschrift 1987, S.33).



Anhand seiner Lage können Rückschlüsse auf den ursprünglich wehrhaften Charakter der Verteidigungsanlage gezogen werden. Das Schloss bildet einerseits den nordwestlichsten Punkt der einstigen Stadtmauer, andererseits auch die am höchsten liegende und somit die am besten zu verteidigende Ebene des mittelalterlichen Stadtgefüges (vgl. Festschrift 1987, S.32f).

Zusätzlich war das Schloss durch einen Wall, der mit der Stadtmauer zu einer Einheit verbunden war, und einen Burggraben geschützt. Zur Burg gehörte auch eine Burgkapelle, welche im „Pregarten“, also abseits oder vor der Burg errichtet wurde. Sie wurde später zu einer Doppelkapelle, somit zwei übereinanderliegenden Kirchen, ausgebaut und besteht heute nicht mehr. Die untere davon war Johannes dem Täufer und die darüberliegende Maria Magdalena geweiht (vgl. Posch 1978, S.50). *„Die heute beim Parktor gegen die Herrengasse angebrachte Bauinschr. des Johann B. von Paar und der Afra geb. von Haim mit dem Dat. 1584 und 1589 aus der abgetragenen Schlosskapelle. (sic.)“* (Dehio-Handbuch 1982, S.166) Ende des 16. Jahrhunderts wurde im Auftrag von Johann Baptist von Paar ein dreigeschossiger Neubau auf den mittelalterlichen Grundfesten des Wehrhauses errichtet, welcher in etwa dem bereits halb verfallenen Westtrakt entspricht.

Von dem einst daran anschliessenden Westturm sind nur noch die Fundamente vorhanden, dieser wurde Anfang des 18. Jahrhunderts wegen Baufälligkeit abgebrochen. *„Der Eckturm ist allerdings [...] bemerkenswert insofern, als er 1680 noch im besten Erhaltungszustande dargestellt ist und das heutige Vacuum zwischen Schlossruine und Stadtmauerecke ausgefüllt zu haben scheint.“* (Schaffler 1962, S.97)

In dem einstigen Trakt befand sich im zweiten Obergeschoss in seiner gesamten Ausdehnung ein Rittersaal, von dem sich bis dato nur noch ein steinerner Renaissancekamin mit dem Paar-Haim Wappen und Teile der Wandmalerei erhalten haben (vgl. Festschrift 1987, S.33). Der Osttrakt, der etwa im rechten Winkel auf das restliche Gebäude steht, wurde im Wesentlichen im 17. Jahrhundert ausgebaut.

Im Gegensatz zu der nach Osten hin eher wehrhaft wirkenden Fassade öffnet sich dieser Gebäudeabschnitt entgegen der Hofseite, in westliche Richtung, im Form von Arkadengängen in beiden Geschossen. Stützen im Erdgeschoss noch massive rechteckige Pfeiler die Bögen und das Gewölbe des Arkadenganges, so werden diese im Obergeschoss durch schlanke Rundsäulen ersetzt. Des Weiteren finden sich im Gangbereich des Obergeschosses noch Teile barocker Wappenmalereien, die erst 1958 freigelegt wurden (vgl. Festschrift 1987, S.33). Der Osttrakt befindet sich heute in seiner Gesamtheit in Miete des Naturkosmetikherstellers Ringana (siehe Kapitel 04),

welcher das Schloss als Verwaltungsbereich nutzt. Dieser beinhaltet hauptsächlich Büro-, Organisations- und Seminarräume. Das Erdgeschoss des erhaltenen westlichen Teiles wird als Abendrestaurant bzw. Burgschenke geführt, der Rittersaal im darüberliegenden Geschoss kann für Festakte und Veranstaltungen angemietet werden. Dieser Bereich des ersten Obergeschosses ist einerseits über den Arkadengang des Osttraktes erreichbar, andererseits über den Aussenaufgang in dem Doppelfenster im Renaissancestil eingelassen sind. Das Schlossareal selbst steht der Öffentlichkeit als Stadtpark zur Verfügung und bildet die einzig nutzbare Grünfläche innerhalb der ursprünglichen Stadtmauer. HAUPTerschliessung des Schlosses und des Schlossareals ist die durch das Parktor führende Verlängerung der Herrengasse. Der westliche Teil des Parks kann über zwei Durchbrüche in der Stadtmauer vom Alten Stadtpark her begangen werden. Den östlichen Teil des Schlossparks verbinden wiederum zwei Durchgänge, einer von der Rinnengasse herauf und einer über der Brühlgasse erhöht liegend.





WETTBEWERB

ALTE MAUERN NEUER CHARME

SCHWARZER RITTER
Erweiterung
Schloss Hartberg
KAPITEL [0 3]

Die Auslobung des Zu- und Umbaues des Schlosses Hartberg erfolgte im Oktober 2009 als offener, einstufiger Realisierungswettbewerb. Die Standortentwicklung und Immobilien GmbH, kurz HSI Hartberg, trat als Auslober des Wettbewerbes auf. Die Wettbewerbsbetreuung und Organisation unterlag dabei archipol architekten. Dieser Wettbewerb zur Erlangung von baukünstlerischen Vorentwürfen umfasste im Wesentlichen drei Teilbereiche: Geringfügige Adaptierungen innerhalb des Schlossparkes zur besseren öffentlichen Nutzung, einen Zubau zum westlichen Teil des Schlosses im Ausmass des abgekommenen Turmes und einen Neubau im Osten, der sich vom Schloss abgelöst und eigenständig in seiner Funktion präsentieren soll. Im folgenden Kapitel werden die, für die vorliegende Arbeit, relevanten Inhalte der Auslobung zusammengefasst dargestellt.



028

WEINBERGASSE

BRÜHLGASSE

BEREICH
ERWEITERUNG
WEST

BEREICH
ERWEITERUNG
OST

RINNENGASSE

ALTER
STADTPARK

HERRENGASSE

HAUPTPLATZ

25m
10m

N



Die Notwendigkeit einer Erweiterung des Schlosses Hartberg ergibt sich aus mehreren zu berücksichtigenden Aspekten. Allen zu Grunde liegt die Forderung Voraussetzungen für den reibungslosen Ablauf von öffentlichen sowie privaten Veranstaltungen in Schlosspark, Abendrestaurant und Rittersaal zu bilden, als auch die davon unabhängigen Funktionen und Abläufe des gewerblichen Betriebes zu gewährleisten. Das Ambiente des Schlossareals soll dabei nicht beschnitten werden, die derzeitige Durchgängigkeit somit erhalten bleiben. Der Schlosspark wird als öffentlicher Park geführt und zusätzlich als Veranstaltungsgelände genutzt.

Erster zu berücksichtigender Aspekt fusst in dieser öffentlichen Nutzung. Im gesamten Schlossareal finden sich keinerlei öffentlich zugängliche Sanitäreanlagen. In der derzeitigen Situation müssen im Falle von Veranstaltungen die Sanitäreanlagen, in dem von der Firma Ringana angemieteten Teil des Schlosses, mitbenutzt werden. Zusätzlich erschwerend kommt die Aufteilung derselben auf zwei Geschosse hinzu, wobei sich Sanitär Damen im Erdgeschoss und Sanitär Herren im ersten Obergeschoss befindet. Diese Mitbenutzung bindet auch Veranstaltungen im Rittersaal sowie das Abendrestaurant mit ein. Im Bezug auf den im ersten Obergeschoss gelegenen Rittersaal, besteht die dringende Notwendigkeit eines barrierefreien Zuganges. Die momentane Erschliessung erfolgt einerseits über die vorgelagerte Aussentreppe, andererseits wiederum über den von der Firma angemieteten Trakt. Des Weiteren entstehen immer wieder Überschneidungen im Veranstaltungsfall, etwa durch die Belieferung des Buffetbereiches. Weitere Raumforderungen die den Rittersaal und das Abendrestaurant betreffen werden im Abschnitt Erweiterung West gesondert besprochen. Die für den Zubau zur Verfügung gestellte Fläche umfasst im Grunde das von Schaffler erwähnte „*Vacuum*“ (1962, S.97) zwischen dem westlichen Schlosstrakt und der Stadtmauer.

Der dritten zu berücksichtigenden Anforderung liegt das Angebot einer langfristigen Einmietung der Firma Ringana im Schloss zu Grunde. Darauf folgt die Forderung nach Zusammenführung der ausgelagerten Bereiche Produktion und Lagerung zur Verbesserung der Effizienz und rationellen Abläufe innerhalb des gewerblichen Betriebes. In Verbindung mit dem Verwaltungsbereich, der im Schloss bleibt, soll ein eigenständiges Gebäude im Schlosspark situiert werden, welches alle sonstigen, von der Firma benötigten, Einrichtungen enthält. Unter Berücksichtigung notwendiger Hygienemaßnahmen in der Produktion wird eine Aufteilung auf zwei Ebenen vorgeschlagen, wobei die obere Ebene in das Konzept des öffentlich nutzbaren Schlossparks mit

Abb.11:
Lageplan des Schlosses Hartberg mit den in der Auslobung definierten westlichen und östlichen Bereichen der Erweiterung.

einbezogen werden soll. Die wesentlichen Kriterien für die einzelnen Erweiterungen werden im Folgenden in den Abschnitten Park, West und Ost zusammengefasst und erläutert (vgl. Auslobung Zu- und Umbau Schloss Hartberg bzw. www.schloss.hartberg.at (02.2010), www.architekturwettbewerb.at (02.2010)).

ERWEITERUNG PARK

Berücksichtigt man Lage und Funktion des Schlossareals, kann festgestellt werden, dass es sich dabei um die einzig grosszügige und öffentlich nutzbare Grünfläche innerhalb des historischen Stadtkerns handelt. Es liegt daher nahe, diesen Ort weiterhin kulturellen Anlässen, Freiluftveranstaltungen und Konzerten zur Nutzung freizustellen. Das von der Bevölkerung gern angenommene Angebot beinhaltet etwa Musicalaufführungen, Lesungen, Schlosshofserenaden oder Streich- und Orchesterkonzerte. Durch den Teilbereich Erweiterung Park sollen Massnahmen gesetzt werden, die den funktionell einwandfreien Ablauf dieser Veranstaltungen gewährleisten, wobei je nach Veranstaltungsart mit 500 bis 700 Besuchern zu rechnen ist. Zur besseren Nutzbarkeit des Schlossparks an Veranstaltungstagen, drängt sich vor allem die Notwendigkeit von öffentlich zugänglichen barrierefreien Sanitäreanlagen auf. Diese können in direkter Nutzungsverbindung mit dem Abendrestaurant gesehen werden, das ebenfalls eine Lösung der Problemstellung Sanitär fordert. Zudem sollen Räume definiert werden, die den Veranstaltungen gewidmet sind und den Künstlern als Garderobe und Vorbereitungsräume zur Verfügung stehen. Da sich die Abhaltung der Freiluftveranstaltungen im Schlosshof vor dem Arkadengang als vorteilhaft herausstellte, soll dieses Konzept beibehalten werden. Angedacht wird die Möglichkeit der Errichtung einer mobilen Bühne in diesem Bereich, als auch die einfache Errichtung eines Zuschauerbereiches entlang des zur Stadtmauer hin ansteigenden Terrains. Einhergehend



mit der Errichtung von Bühne und Zuschauerbereich, sollen Infrastrukturpunkte (Anschlüsse für Strom, Wasser, Kanal) in jenem Bereich, sowie im restlichen Schlossareal definiert werden. In Bezug auf die vorgesehene Erweiterung des gewerblichen Betriebes soll die damit einhergehende Anlegung eines Duft- oder Kräutergartens im Park, sowie die Umwandlung des vorhandenen Löschteiches in ein Biotop erfolgen. Alle Massnahmen sind so zu setzen, dass sowohl die Nutzung, Wegverbindungen und Baumbestand, als auch das Ambiente des Schlossparks weitgehend erhalten bleibt (vgl. Auslobung Zu- und Umbau Schloss Hartberg bzw. www.schloss.hartberg.at (02.2010), www.architekturwettbewerb.at (02.2010)).

ERWEITERUNG WEST

Die Erweiterung des Westtraktes geht einher mit der derzeitigen Nutzung innerhalb des Altbestandes (Anhang Blatt 3 und 4) und zielt auf eine, den Abläufen entsprechende, funktionelle Verbesserung. Im Erdgeschoss befindet sich ein Abendrestaurant, im ersten Obergeschoss der für Veranstaltungen genutzte Rittersaal und im zweiten Obergeschoss eine dazugehörige Galerie. Momentan ist die Erschliessung des ersten Obergeschosses nur über die Aussentreppe oder die interne Verbindung durch den östlichen Trakt möglich. Ein Charakteristikum des westlichen Zubaus sollte demnach die barrierefreie Vertikalerschliessung des Rittersaals sein. Gleichzeitig sollte dadurch eine sinnvolle Möglichkeit der Zu- und Ablieferung (Buffet, Catering, Service) geschaffen werden. Die derzeitigen Nebenräume innerhalb des Rittersaals sind zu entfernen, um mehr Platz für Besucher zu schaffen. Gefordert wird weiters eine Zuweisung von Sanitäreinrichtungen, sowie Proberäume für Künstler im ersten Obergeschoss. Weitere Eingriffe und Umnutzungen betreffen das Abendrestaurant im Erdgeschoss des westlichen Schlosstraktes. Der Gastraum bedarf keiner größeren Dimensionierung, bestehende

Abb.12 li.:
Panorama über den westlichen Schlosspark, von der Zufahrtsstrasse aus gesehen.

Abb.13 re.:
Panorama über den östlichen Schlosspark, vom Durchgang Brühlgasse aus gesehen.



Nebenräume und Sanitäranlagen sollten jedoch entfernt werden um der Küche mehr Raum zu verschaffen. Die öffentlich zugänglichen und barrierefreien Sanitäranlagen, wie sie schon im Abschnitt Erweiterung Park gefordert wurden, sind sinnvoll in die Funktion Abendrestaurant einzuarbeiten. Zusätzlich soll eine Vergrößerung und Positionierung der Lagerräume (Flaschen- und Kühllager) überlegt werden. Im Fall von Freiluftveranstaltungen im Schlosshof soll es ermöglicht werden, die Küche des Restaurants funktionell zu nutzen, sowie eine Schank zu betreiben, deren Positionierung festzulegen ist.

Im Grunde soll sich der Zubau in das Gesamtkonzept der Erweiterung eingliedern. Die äussere Erscheinung soll mit der Erweiterung Ost abgestimmt werden. Die maximale Höhe des westlichen Zubaus darf die Höhe des Altbestandes nicht überschreiten. Ferner soll im zweiten Obergeschoss nur mehr fünfzig Prozent der Nutzfläche des darunterliegenden Geschosses verwendet werden. Bestehende historische Fundamente und Öffnungen können in den Entwurf eingearbeitet werden (Anhang Blatt 5 und 6). In nördliche und westliche Richtung ist die Ausdehnung des Zubaus durch die Stadtmauer bestimmt, die südliche Ausdehnung sollte sich an der Fluchtlinie des Bestandes orientieren und darf diese nicht überschreiten (vgl. Auslobung Zu- und Umbau Schloss Hartberg bzw. www.schloss.hartberg.at (02.2010), www.architekturwettbewerb.at (02.2010)).

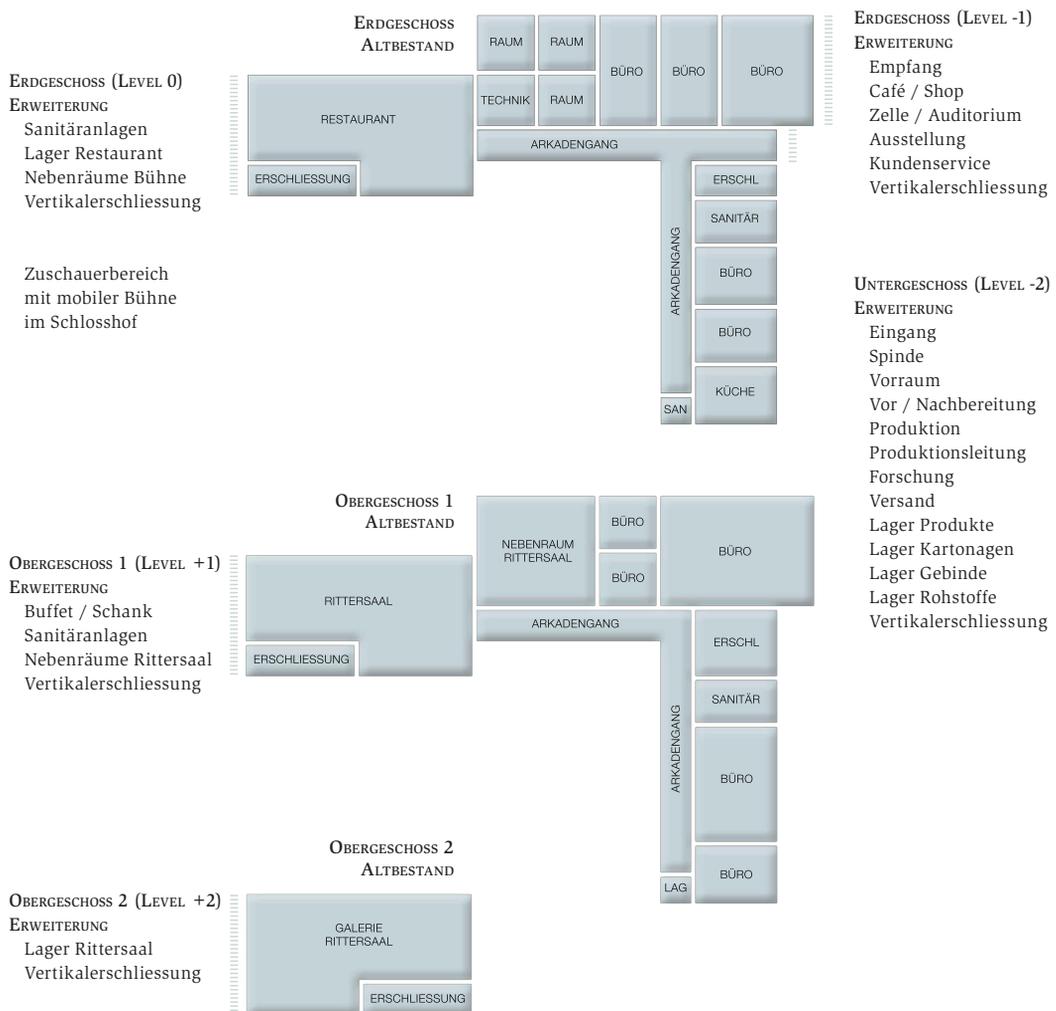
ERWEITERUNG OST

Der Bereich umfasst die Ausdehnung des gewerblichen Betriebes auf den östlichen Schlosspark und behandelt dem Umfang nach grössten Teil der Gesamterweiterung. Hauptintention des Unternehmens ist es dabei, die ausgelagerten Einheiten wie Produktion und Lagerstätten mit dem im Schloss befindlichen Verwaltungsbereich zu vereinen, und damit eine effiziente Unternehmenslogistik zu schaffen. Die geplante Erweiterung bietet der Firma Ringana weiters die Möglichkeit das Unternehmen im Kontext der öffentlichen Zugänglichkeit zu präsentieren. Vor diesem Hintergrund wird die Ausbildung der Erweiterung in Form eines „gläsernen Labors“ gesehen. Dieser Gedanke fusst einerseits in der Firmenphilosophie, die bewusst Themen wie Ethik, Verantwortung und Ehrlichkeit in ihr verankert und diese auch vermitteln möchte, andererseits in dem wachsenden Trend einer informativen einsehbaren Produktherstellung, einer sogenannten Schauproduktion. Es wird daher als nötig betrachtet, Sichtbeziehungen in möglichst alle Bereiche der Produktion

Abb.14:
Darstellung des
Funktionsschemas.

herzustellen, ohne dabei die Produktionsabläufe zu stören bzw. die Hygiene negativ zu beeinflussen. Zu diesem Zweck wird vom Auslober die Aufteilung auf zwei Ebenen vorgeschlagen, wobei die obere öffentlich zugänglich ist, die untere Ebene die gesamte Produktion bis hin zu Verpackung, Versand und Auslieferung beinhaltet. Diese Ebene ist zwar einsehbar, auf Grund der Hygienebestimmungen für den Besucher jedoch nicht zugänglich. Dem Erdgeschoss werden demnach die öffentlichen Bereiche zugeordnet.

FUNKTIONSSCHEMA DES ALTBESTANDES UND DER ERWEITERUNGEN



Diese beinhalten im Wesentlichen den Empfangsbereich mit Shop, Ausstellungsbereiche zu unterschiedlichen Themen und ein Café, welches auch in Verbindung mit dem Schlosspark genutzt werden soll. Sämtliche Bereiche dieser Ebene sind barrierefrei auszustatten, ausgenommen davon bleibt der Verbindungsgang zum Schloss, der die Funktion des Bindegliedes zwischen Neubau und Altbestand einnimmt. Alle Bereiche der Produktherstellung bleiben dem Untergeschoss vorbehalten. Dies vereint Räume der Forschung und Entwicklung, der Produktion und Lagerung, sowie Verpackung und Versand auf einer Ebene. Hauptaugenmerk ist dabei auf Hygiene und rationelle Arbeitsabläufe (kurze Wegverbindungen) zu richten. Da sich der Großteil bzw. das gesamte Untergeschoss im Erdreich befindet, fordert der Entwurf weiters eine Lösung für natürliche Belichtung der Arbeitsplätze. Die Anlieferung der Rohstoffe, sowie der Versand der Fertigprodukte, soll über eine Verbindungsrampe erfolgen die ausserhalb der Stadtmauer in die Brühlgasse mündet. Auch in diesem Bereich soll der Geländeverlauf grundsätzlich beibehalten werden.

Die westliche Begrenzung des zu entwerfenden Objektes wird durch die vormalige Burggrabenmauer gebildet, deren Lage und Ausmass den Grabungsskizzen entnommen werden kann (Anhang Blatt 5, 7 und 8). Der Bereich des ehemaligen Burggrabens ist somit von einer Bebauung ausgenommen. Als höchster Punkt der Erweiterung ist eine horizontale Linie, vom Wulstgesims ausgehend, zu betrachten. Dieses befindet sich im unteren Bereich der Ostfassade, etwa auf Höhe Fussbodenniveau im Erdgeschoss des Altbestandes. Der Verbindungsgang zwischen Schloss und Neubau ist von dieser Forderung allerdings ausgenommen. Das Gesamtprojekt ist in vier Brandabschnitte zu gliedern. Der westliche und östliche Zubau wird jeweils als ein Abschnitt gesehen, sowie der Bereich Abendrestaurant / Rittersaal samt Nebenräumen und der Bereich des angemieteten Verwaltungstraktes. Die besondere Lage von Schloss und Park im Stadtgefüge wird als massgeblich für die Formulierung von Entwurfskriterien angesehen. Beide Trakte des Schlosses stehen unter Denkmalschutz und dürfen, bis auf notwendige bzw. geforderte Erschliessungen, weder in Form noch Aussehen verändert werden. Bestehende Sichtbeziehungen innerhalb des Areals sollen weitgehend bestehen bleiben, ebenso die Wegverbindungen (vgl. Auslobung Zu- und Umbau Schloss Hartberg bzw. www.schloss.hartberg.at (02.2010), www.architekturwettbewerb.at (02.2010)).



In einer kapitalistisch ausgerichteten Gesellschaft ist körperliche Attraktivität und Natürlichkeit mittlerweile zu einem Konsumgut avanciert. Damit einhergehend etablierte sich auch ein Kundenbewusstsein für Alternativen in der breiten Produktpalette von Kosmetika und Nahrungsergänzung. Konsumenten befassen sich unter anderem mit der Herkunft der Rohstoffe, Verwendung der Inhaltsstoffe, sowie der ethischen und biologischen Herstellung und Verarbeitung. Das in Hartberg ansässige und im östlichen Schlosstrakt eingemietete Unternehmen Ringana hat sich in diesem Zusammenhang zum Ziel gesetzt, Hautpflegeprodukte und Nahrungsergänzungsmittel ohne jegliche Konservierungsstoffe herzustellen und setzt damit den Standard für eine alternative Kosmetikbranche. Aufgrund der Relevanz für das vorliegende Projekt werden die Firmenphilosophie und Unternehmensidentität betreffenden Bereiche, sowie die Forderungen des Unternehmens an den Entwurf behandelt.

Der Name Ringana vereint zwei Produktlinien in Form von Frischekosmetik und natürlicher Nahrungsergänzung, deren Besonderheit darin besteht, ein Ablaufdatum zu besitzen. Aus dem Verzicht auf chemische Zusatzstoffe sowie Konservierungsmittel resultiert eine kürzere, sogleich aber auch eine natürliche Haltbarkeit. „*Frische Produkte, die direkt aus der Natur kommen, haben auch ein Ablaufdatum, sie sind also, haltbar bis__*“ (Wilfinger zit.n. ringana presse__ 2008, S.2). Zudem kann die Eigenschaft „*haltbar bis__*“ auch in dem zu pflegenden Medium, der Haut oder dem Körper gesehen werden. Eine Analogie dazu findet sich ebenso in Oberflächen der Architektur wieder. Ringana zählt zu den führenden österreichischen Herstellern von Naturkosmetik und positioniert sich als einziger Produzent von Frischekosmetik auf internationaler Ebene (vgl. Ringana Presse, 2008, S. 2ff.). Vor dem Hintergrund einer Unternehmensphilosophie die „*Frische, Natürlichkeit, Ethik, optimale Verträglichkeit und Respekt vor dem Leben*“ (ringana presse__ 2008, S.3) als zentrale Werte propagiert, werden die Produkte aus natürlichen, rein pflanzlichen Rohstoffen hergestellt. Als Alternative zu herkömmlichen Hautpflegeprodukten, deren Inhaltsstoffe Allergien hervorrufen, oder sogar Hautschäden verursachen können, setzt die Frischekosmetik auf den Verzicht von Konservierungsmitteln, künstlichen Duft- und Farbstoffen, Mineralölen, Formaldehyden oder tierischen Rohstoffen. Auch die zweite Produktlinie der Nahrungsergänzung unterstreicht diese Unternehmensauffassung, durch den Verzicht auf chemische Hilfs-, Farb- und Aromastoffe sowie tierische Rohstoffe (vgl. ringana presse__ 2008, S.4f.).

QUALITÄTSSTANDARDS

Ein Frischeprodukt mit Ablaufdatum setzt eine konstante Qualität voraus und bildet damit die Forderung an Herstellungsstandards und Güteprüfung. Nach der ‚*Leitlinie der österreichischen Codexkommission zur Herstellung kosmetischer Mittel*‘ wird empfohlen: „*Jeder Hersteller hat für die Qualitätsprüfung seiner Ausgangsmaterialien und Fertigprodukte Sorge zu tragen. [...] Die Prüfungen können auch extern vergeben werden. Die Methoden und die Akzeptanzkriterien sollen festgelegt werden.*“ (BMG 2010, S.15)

Die Herstellung kosmetischer Produkte bedarf großer Sorgfalt in der Produktion. Verhaltensmassnahmen und Vorschriften in der Kosmetikherstellung sind gesetzlich verankert (vgl. ebda. BMG 2010, S.5). Die Haltbarkeit der Ringana Produkte wird durch eine hygienische und keimfreie Produktion und Verpackung garantiert.



Weiters fusst das Ringana Qualitätsmanagement auf der Überprüfung und Sicherung durch externe Institute, als auch der Zertifizierung durch Tierschutzorganisationen wie PetA und Vier Pfoten (vgl. ringana presse__ 2008, S. 4ff). Eine korrekte Dosierung und Kennzeichnung der Zutaten und Inhaltsstoffe der Produkte wird regelmässig durch das LEFO Institut geprüft und mit Gütesiegel bestätigt. Eine weitere Prüfung und Zertifizierung erfolgt vom unabhängigen Prüfinstitut LACON, welches die Erzeugung ökologischer Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft bewertet. Mitunter werden auch die Rohstofflieferanten kontrolliert. Alle Produkte werden ausserdem noch mit dem ‚RINGANA - Standard‘ Qualitätssiegel prämiert, welches für den Verzicht auf Problemstoffe in der Kosmetik steht (vgl. ringana presse__ 2008, S.4ff.). Die Zertifizierung von PETA und VIER PFOTEN bedeutet den Verzicht auf Tierversuche, geltend für Hersteller als auch Lieferanten (vgl. haltbar bis_ _ 2010, S.12).

Der Umgang mit Qualität und Güte der Produkte setzt eine hohe Kompetenz und Verantwortung des Unternehmens voraus und bildet somit eine Voraussetzung für die Einrichtung eines „gläsernen Labors“. Anhand von Offenheit und Transparenz soll dem Besucher, der im übertragenen Sinn als Beobachter und Prüfer agiert, vermittelt werden, welche zentrale Stellung die Themen Hygiene, Qualität, Prüfung und Zertifizierung im Unternehmen einnehmen.

DIREKTVERMARKTUNG

Die logische Konsequenz einer zeitlich begrenzten Haltbarkeit von Produkten stellt die, auf Direktvermarktung basierende, Logistik dar. Im Sinne der derzeitigen Trends der Gesellschaft in Richtung bewusster biologischer Ernährung, höherer Stellenwert und Investitionen in die Gesundheit, Arbeitsplatz und Einkauf von zu Hause (Home Office und Home Shopping) wurde das Ringana Vertriebssystem installiert, das ohne Zwischenhändler auskommt. Die Produkte sind nicht im Handel erwerbbar, sondern direkt beim Hersteller via Internet oder Telefon. Das Unternehmen vermeidet damit Lagerzeiten des Produktes bei Zwischenhändlern und garantiert somit den Vertrieb von ausschliesslich frischen Produkten (vgl. ringana presse__ 2008, S.11). Die Bestellung wird direkt in den „[...] Labors hergestellt und anschließend frisch und direkt ohne Umwege an den Kunden versandt.“ (ringana presse__ 2008, S.11) In der geplanten Erweiterung zum Schloss Hartberg soll dieses Konzept erhalten bleiben. Die Einrichtung eines Verkaufsbereiches bietet, zusätzlich zur oben genannten Verkaufsstrategie, die Möglichkeit einer Direktvermarktung vor Ort aus erster Hand.

Abb.15 o.:
Das Qualitätssiegel
des unabhängigen
Prüfinstitutes LACON.

Abb.16 m.:
Das Prüfzeichen des
LEFO Institutes.

Abb.17 u.:
Das Ringana Standard
Qualitätssiegel.

Das Unternehmen Ringana formuliert, Bezug nehmend auf die Auslobung, konkrete Anforderungen an die Ausbildung eines „gläsernen Labors“. Im Vordergrund steht die Thematisierung der Transparenz durch die das Unternehmen seine Produkte sichtbar, erlebbar und hautnah spürbar machen möchte. Im Kontext des verstärkten Bio- und Gesundheitstrends, sowie der daraus entstandenen Produktvielfalt und Angebote, wächst ein deutliches Verbraucherinteresse und -bewusstsein daran, Produkte sorgfältig nach Kriterien wie Herkunft, Inhaltsstoffen und Herstellungsweise auszuwählen. Genau an diesem Punkt möchte das Unternehmen anknüpfen und die Produktion von Naturkosmetik und natürlicher Nahrungsergänzung in Form einer Schauproduktion verwirklichen. Nach dem Motto *“What you see, is what you get!”* (F. Wilson) kann der Kunde die Entstehung des Produktes verfolgen das er erwerben möchte. Die transparente Erzeugung von Naturkosmetik wäre einzigartig in dieser Branche. Am globalen Markt könnte damit die Markenposition anhand von Kompetenz, Offenheit und Ehrlichkeit gestärkt werden. Des Weiteren orientiert sich das Unternehmen an Zielen wie der Neukundengewinnung durch Forcierung des Bekanntheitsgrades, der Umsatzsteigerung durch die Direktvermarktung vor Ort und die Belebung umliegender Wirtschafts- und Tourismusbetriebe. Das Thema der Transparenz kann dabei nicht nur nach Innen, durch Einsicht in die Herstellung, sondern auch nach Aussen gesehen werden, indem das Unternehmen als Informationsträger zu Themen der Gesundheit und Nachhaltigkeit auftritt.

Im Konkreten umfasst die Vorstellung des Unternehmens das Konzept, den Besucher auf einen Rundgang durch die öffentliche Ebene zu senden in der er, unter gleichzeitigem Einblick in sämtliche Produktionsbereiche, Stationen durchläuft die zu verschiedenen Themen informieren, unterhalten und ihn mit einbeziehen (vgl. Auslobung Zu- und Umbau Schloss Hartberg bzw. www.schloss.hartberg.at (02.2010), www.architekturwettbewerb.at (02.2010)).

Im Hinblick auf die Firmen- und Markenidentität gilt die „gläserne Produktion“ als Bestandteil von Qualitätsmanagementsystemen und wird als Brückenschlag zwischen Unternehmen und Kunden gewertet. Transparenz beschreibt nicht nur eine materielle Eigenschaft, sondern auch eine Durchschaubarkeit und Nachvollziehbarkeit von Prozessen, Abläufen und Handlungen innerhalb des Unternehmens. Sie kann daher als, durch Kompetenz erzeugte, Basis für ein gegenseitiges Vertrauen stehen, als Ehrlichkeit und Offenheit dem Kunden gegenüber (vgl. Knittel-Ammerschuber 2006, S.91ff.).



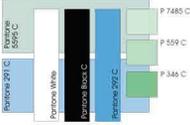
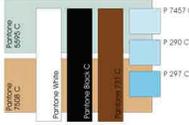
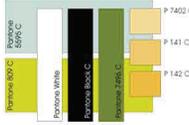
® Der Begriff umschreibt ein strategisches Kommunikationswerkzeug, welches die visuelle Identität eines Unternehmens verkörpert. Der Grundgedanke

beinhaltet das marktorientierte Verlangen eines Unternehmens, sich durch gezielte Massnahmen und Hilfsmittel identifizierbar zu machen (vgl. Knittel-Ammerschuber 2006, S.129f.). Identifikation bildet dabei den wesentlichen Bestandteil eines Unternehmens. Dies beinhaltet sowohl die Identifikation der Leitung, Partner oder Mitarbeiter mit dem Unternehmen selbst, als auch die Identifikation der Bezugsgruppe mit dem Unternehmen oder dem Produkt (vgl. Herbst / Scheier 2007, S.54).

Die Unternehmenspersönlichkeit orientiert sich an vier Eckpfeilern, die sich aus Kultur, Leitbild, Instrumenten und Image zusammensetzen und auch nur gemeinsam die geforderte Wirkung zu erzeugen vermögen. Ausdruck der vertretenen Werte, des gelebten Selbstbildes oder der Firmenphilosophie spiegelt die Unternehmenskultur wieder. Sie beschreibt den wichtigsten und fundamentalen Baustein der Identität und drückt gleichzeitig die damit verbundene Einzigartigkeit aus. Das Leitbild verkörpert den Nutzen des Unternehmens gegenüber dem Kunden, dem Markt oder der Gesellschaft und unterstreicht diesen mit aussagekräftigen Leitsätzen und Slogans. Zusätzlich dazu sind die Instrumente zu sehen, die ein einprägsames und einzigartiges Erscheinungsbild des Unternehmens durch Farben, Typographie, Bilder, Logos etc. bilden und damit die Symbole der Wiedererkennung des Unternehmens definieren. Ein durch das Unternehmen erzeugtes Image übernimmt die Aufgabe, durch bildliche und nicht bildliche Vorstellungsbilder, eine langfristige Bindung zu Bezugsgruppen herzustellen und zu stärken (vgl. Herbst / Scheier 2007, S.57ff.).

Die vertretenen Ziele des Unternehmens können am Firmenauftritt und ihrer Philosophie abgelesen werden. An sämtlichen identitätsbildenden Bereichen sollten dieselben erkennbar gemacht werden, was eine einheitliche und durchgängige Formulierung voraussetzt. Mit den Schlagworten Frische, Ethik, Natürlichkeit, Verträglichkeit und Transparenz fasst Ringana ihre Wertvorstellungen zusammen und präsentiert sich als Hersteller von Kosmetika und Nahrungsergänzung aus rein pflanzlichen Rohstoffen, die ohne Hilfs- und Konservierungsstoffe auskommen und strengen Qualitätskriterien unterliegen (vgl. ringana presse__ 2008, S.3f.).

Abb.18:
Logo des Unternehmens
Ringana als Instrument
der Corporate Identity.

Word mark	RINGANA		
Sender designation			
Claim	haltbar bis __		
Typeface	<p>Aa</p> <p>Didot Regular Didot Italic Didot Bold</p>		
Markets (prod.)	Frischekosmetik	Packs Nahrungsergänzung	Caps Nahrungsergänzung
Colours (prod.)			
Visuals (prod.)			
Advertisements (prod.)			
Brochures (prod.)			
Internet ³ (prod.)			

Das Leitbild entwickelt sich dabei aus dieser Unternehmenskultur, bildet die Kommunikationsbasis mit dem Kunden und vermittelt ihm die zugrunde liegenden Werte. Bezug nehmend auf die natürlich begrenzte Haltbarkeit und die damit verbundene Frische der Produkte, kreierte Ringana „*haltbar bis__*“ (haltbar bis__ , 2010, S.6) als kurzen und prägnanten Claim (Forderung). Dieser treffende Wortlaut bezieht sich auf eine in der Firmenphilosophie verankerte Wertvorstellung, wobei Produkte bewusst nicht künstlich haltbar gemacht werden. Das vorerst als neutral gewertete ‚haltbar bis‘ - Argument stellt sich somit bei genauerer Betrachtung als Wettbewerbsvorteil des Unternehmens heraus. Einstimmig auf diesen Claim folgt auch der Leitsatz, der die spezifische Kompetenz des Unternehmens zum Ausdruck bringt. *„Frische Ringana Naturkosmetik und Nahrungsergänzung sind die kompromisslosesten Produkte ihrer Branche. Niemand ist frischer, niemand konsequenter. Von der Produktion direkt zum Kunden. Keine Umwege. Keine chemischen Konservierungsstoffe. Keine Kompromisse. Nur pure Frische.“* (haltbar bis__ , 2010, S.4).

Die Instrumente der Corporate Identity können sehr vielschichtig sein, sind jedoch alle als Ausdruck der Unternehmenspersönlichkeit zu sehen und unterstützen Einzigartigkeit und Wiedererkennung. Anhand des ‚Versuches der Beschreibung eines CI-Portfolios‘ werden die Merkmale der Wiedererkennung der Marke Ringana nachvollzogen. Als Ausdruck der Unternehmenskultur und unter ausschliesslicher Verwendung natürlicher Rohstoffe, ist das Ideal eines gesunden und strahlenden Aussehens zu sehen. Dementsprechend orientieren sich die Instrumente am Abbild schöner Haut, eines gesunden Körpers, Symbolen der Natur und Farbtönen, die sich aus ihr ableiten. Auch die verwendete Typographie und das Firmenlogo oder -zeichen, in diesem Fall Ringanas kombinierte Wort - Bildmarke, ist in den Bereich der Instrumente einzuordnen. Zusammenfassend definiert sich das Image des Unternehmens und resultiert in einem positiven Feedback, Steigerung der Nachfrage und Umsatzwachstum. Ein erfolgreiches Image vermag, durch gezielt eingesetzte Identitätsvermittlung, eine langfristige Bindung der Bezugsgruppe mit dem Unternehmen herzustellen, Vertrauen in dasselbe zu stärken und Kompetenz zu vermitteln (vgl. Herbst / Scheier 2007, S.57ff.).

Ebenso wie die einheitliche und durchgängige Darstellung der Unternehmensidentität Ringanas, können aber auch Unstimmigkeiten aus dem Corporate Identity Portfolio abgelesen werden. So wird beispielsweise erkennbar, dass der Webauftritt³ nicht, bzw. noch nicht, den CI-Instrumenten entspricht. Dies soll im Zuge der Erweiterung des

Abb.19:
Versuch der
Beschreibung eines
CI-Portfolios des
Unternehmens Ringana
(In Anlehnung an:
Zintzmeyer / Binder
2002, S.35-44).

Anm.03:
Durch den direkten
Vergleich am
CI-Portfolio sind
am Webauftritt
Unstimmigkeiten zu
erkennen.

Portfolios (Kapitel ‚6. Projekt‘) überarbeitet und angepasst werden. Die Corporate Identity als strategisches Kommunikationswerkzeug prägt das Erscheinungsbild und den Wiedererkennungswert am globalen Markt, beeinflusst wesentlich das Wirken gegenüber einer Bezugsgruppe und damit die Kaufkraft. Sie umfasst sämtliche Unternehmensbereiche, somit auch deren Architektur (vgl. Knittel-Amerschuber 2006, S.129f.).

CORPORATE ARCHITECTURE

Dem Begriff liegt die Forderung zu Grunde, Gestaltungsmaßnahmen zu setzen, welche die Identität und den Erkennungswert des Unternehmens unterstützen. Er beschreibt das Zusammenspiel zwischen Unternehmen und Architektur, das durch die Übereinstimmung von kommunikativen Prozessen ein deutliches und einheitliches Firmenbild erzeugt (vgl. Knittel-Amerschuber 2006, S.13ff.). *„Die traditionellen Formen der Kundenansprache genügen nicht mehr, um sich auf dem multimedialen, globalisierten Marktplatz zu behaupten. Die neue Qualität des Markenerlebnisses basiert auf direkter Interaktion und unverwechselbarer Erfahrung.“* (Riewoldt 2002, S.8)

Im Vordergrund steht dabei die authentische und einzigartige Wiedergabe der Unternehmenskultur und die Abstimmung auf deren Ziel- und Wertvorstellungen. Da nicht alle identitätsbildenden Maßnahmen des Unternehmens in Architektur übersetzt werden können, muss eine Balance zwischen Identität und den Gestaltungsparametern des umbauten Raumes gefunden werden (vgl. Knittel-Amerschuber 2006, S.32f.). Die Unternehmensarchitektur kann sich dabei aus verschiedenen oder ausgewählten Identitätsmerkmalen entwickeln. Sie bezieht ihre Gestaltungsvorlage etwa aus dem Unternehmensleitbild, aus Produkten und Produktbereichen oder aus der Marke selbst. Während die Leitbildarchitektur die Zielsetzungen des Unternehmens aufgreift und in Architektur übersetzt, spiegelt die Produktarchitektur in konsequenter Weise die Gestalt von Firmenprodukten wieder. Die Markenarchitektur dagegen, basiert auf der Wiedererkennung der Marke und ist meist ortsungebunden einsetzbar. Sie argumentiert eine einheitliche Typologie und fordert die stets gleichbleibende und wiedererkennbare Vervielfältigung eines Gebäudestils oder einer Form, zumindest jedoch die Wiederholung einheitlicher Gestaltungselemente. Die Ausprägung von Stil, Form und Grundriss, oder welche Materialien verwendet werden,

ist wesentlich von der Individualität des Unternehmens abhängig. Aus der Erfassung von, und Abstimmung verschiedener strategischer Massnahmen aufeinander, kristallisiert sich eine individuelle Unternehmensarchitektur (vgl. Knittel-Ammerschuber 2006, S.130ff.). „*Man ist so, wie man sich zeigt, und wie man sich zeigt, so ist man. Das Erscheinungsbild ist nicht nur das Äußere, wenn es auch von Vielen nach der klassischen Philosophie gesehen wird. Es ist das Eigentliche. Man kann nicht existieren, ohne sich zu zeigen, und wie man sich zeigt, so ist man.*“ (Aicher 1991, S.157)

Ziel der vorliegenden Arbeit wird es sein, die Unternehmensidentität der Firma Ringana durch die Komplettierung kommunikativer Prozesse, nämlich Architektur, zu stärken und damit dem ‚Versuch der Beschreibung eines CI-Portfolios‘ weitere Teilbereiche hinzuzufügen. Unter Berücksichtigung des Planungsgebietes in historischem Umfeld, sollen Gestaltungsparameter vorgelegt werden, welche den Anforderungen an den Entwurf bestmöglich gerecht werden. Die dadurch gebildeten Rahmenbedingungen beziehen sich grundsätzlich auf die vorangegangenen Kapitel ‚2. Hartberg‘ und ‚3. Wettbewerb‘ und auf die Forderungen seitens des Unternehmens Ringana.

Dem geschichtlichen und politischen Hintergrund Hartbergs zufolge etablierte sich die heutige Bezirkshauptstadt schon sehr früh zu einem Ort von florierendem Handel und Gewerbe, sowie kulturellem Austausch. Der Einbeziehung dieser Tatsache und der Definition des Planungsgebietes, welche eine Einbettung der Erweiterung nicht nur in den öffentlichen Schlosspark, sondern auch in das Umfeld historischen Ambientes voraussetzt, ist die Forderung nach einem *Ort der Kommunikation und der Verständigung*, als zentraler Gestaltungsparameter inhärent. Unterstützend dazu ist die Nutzung des Areals als Veranstaltungsgelände zu betrachten. Anhand der Ausbildung eines ‚*Gläsernen Labors*‘ innerhalb des östlichen Zubaus, zur visuellen Nachvollziehbarkeit der Produktionsabläufe, sollen *Werte und Ziele des Unternehmens* veranschaulicht werden. Dabei sind die Themen der Transparenz, Ethik, Ehrlichkeit und Natürlichkeit zentral. Die Transparenz kann dabei auf materielle Eigenschaften oder hinsichtlich der unternehmerischen Qualitäten ausgelegt werden. Einen weiteren bedeutenden Gestaltungsparameter bildet die architektonische *Oberfläche* der Erweiterung, deren Pendant, die makellos schöne jugendliche Haut, als zentraler Baustein der Instrumente der Corporate Identity verwendet wird. Die Hautoberfläche ist nicht nur Indikator physischer Balance und

Wohlbefindens, Grenzschicht zwischen Körper und Umwelt, sondern bildet vor allem die *Kommunikationsbasis* zwischen Hersteller und Kunden. Sie kann weiters als wertvolles Mittel der Imagebildung des Unternehmens angesehen werden, denn an ihr ist die direkte Wirkung der Produkte für die Bezugsgruppe nachvollziehbar.

In nachfolgendem Kapitel ‚5. Haut‘ werden Aspekte einer Analogie zwischen Architektur- und Hautoberfläche beleuchtet und die für das Projekt relevanten Berührungspunkte überlegt. Weiters wurde bereits in der Einleitung zum aktuellen Kapitel festgestellt, dass Ringana die Stellung des führenden österreichischen Naturkosmetikerherstellers einnimmt und sich auf internationaler Ebene als einziger Produzent von Frischekosmetik etabliert hat. Die Argumente zur Ausarbeitung des Entwurfes unter dem Begriff der *Markenarchitektur* können anhand dieser aussergewöhnlichen Marktposition, der Eigenheit der Produkte und der steigenden Nachfrage nachvollzogen werden. Unterstützt wird diese Forderung durch die aktuelle Presseaussendung des Unternehmens, indem es sich die Möglichkeit einer europaweiten Expansion für die Zukunft vorbehält (vgl. ringana presse__ 2008, S.3). Die durch den Wettbewerb geforderte Erweiterung kann somit in vielerlei Hinsicht als Bereicherung und Aufwertung gesehen werden. Einerseits unterstützt Ringana seine Unternehmensidentität durch Architektur, steigert seine nationale und internationale Bekanntheit und unterstützt den Wiedererkennungswert. Andererseits wird damit das Erscheinungsbild, sowie die öffentliche Nutzbarkeit des Schlossparks aufgewertet. Zusätzlich profitiert die Stadt Hartberg durch die Schaffung einer modernen Attraktion in historischem Ambiente und einem dadurch forcierten lokalem Wirtschafts- und Tourismuswachstum und Steigerung der Besucherfrequenz.



SCHWARZER RITTER
Erweiterung
Schloss Hartberg
KAPITEL [0 5]

Jedes Objekt wirkt über seine äusserste, wahrnehmbare und erlebbare Schicht, die Haut. Diese wird von der Umwelt als Identifikationsmerkmal herangezogen um den Inhalt, das Tiefer- und Dahinterliegende zu bestimmen und zu bewerten. Die Oberfläche des menschlichen Körpers ist schützende Hülle und Grenze zwischen Innen und Aussen. Sie trägt unerlässlich zu unserem Wohlbefinden im Alltag bei, ist Medium des Austausches und Leinwand unserer Empfindungen. Wie im vorherigen Kapitel beschrieben, zielt das Unternehmen Ringana auf diese Dimensionen. Es wird damit versucht das Empfinden einer reinen Haut, als auch eines gesunden Körpers in ihren Produkten zu konzentrieren und somit erwerbbar zu machen. Im folgenden Kapitel sollen, in Anlehnung an diese kommerzielle Strategie Ringanas, Eigenschaften der Haut, als auch Analogien zur Architekturoberfläche diskutiert werden, um darauf aufbauend einen Kontext mit der Entwurfsaufgabe herzustellen.

„Die Haut umhüllt uns vollkommen, ist das früheste und sensitivste unserer Organe, unser erstes Medium des Austauschs und unser wirksamster Schutz.“ (Montagu 1984, S.7) Tatsächlich beschreibt diese kurze Einleitung einen Grossteil der Eigenschaften der menschlichen Oberfläche. In anatomischer Hinsicht besteht die multifunktionale Haut aus mehreren Schichten die, aufeinander folgend als Epidermis, Dermis und Hypodermis bezeichnet werden. Während in der Epidermis die Bildung von Zellen stattfindet, tragen Dermis und Hypodermis massgeblich zur Festigkeit und Stabilität der Haut bei. Die Haut, als äussere Hülle des Körpers, übernimmt eine Vielzahl an Funktionen, wie etwa den Schutz gegenüber Einflüssen mechanischer oder bakterieller Art. Sie schützt den Körper bis zu einem gewissen Grad vor schädlicher UV-Strahlung und ist in der Lage den Wärmehaushalt zu regulieren, um einer Überhitzung vorzubeugen. Gleichzeitig erfolgt ein geringer Teil der Atmung, durch den Austausch von Atemgasen, über die Haut. Eine hohe Dichte an Rezeptoren in der Haut ist für das Temperatur- und Schmerzempfinden, als auch die Erkennung verschiedener Oberflächenbeschaffenheiten verantwortlich (vgl. Lupton 2002, S.44f. bzw. Terhorst 2005, S.2ff.). Eine weitere Eigenschaft der Haut ist die Veränderung ihrer Oberflächenausprägung im Laufe des Lebens. Die Vergänglichkeit der Haut ist dabei dem natürlichen und unausweichlichen Prozess des Alterns unterworfen, die jeder Oberfläche eigen ist (vgl. Benthien 2001, S.131ff.). Dazu erläutert Montagu: *„Im immer längeren Verlauf der Jahre neigen wir dazu, das Altern unserer Haut als einen nur zu offenkundigen Beweis dessen, dass wir älter werden, und eine unangenehme Mahnung an das Vergehen der Zeit zu betrachten.“* (1984, S.10)

Die bekannteste und auch offensichtlichste Eigenschaft, die der Haut zugesprochen wird, ist jedoch die Trennung von Innen und Aussen, also vom Körper und seiner Umwelt. *„Die zwei Millimeter dicke Haut befindet sich an der Grenze zwischen Innen und Aussen, umhüllt das Fleisch und bildet einen Panzer, der das Innere vor dem Äusseren schützt. Sie trennt das Ich vom Anderen, und sie ist die materielle Grundlage, die Eigenständigkeit und körperliche ‚Privatsphäre‘ gewährleistet.“* (Atsushi 2002, S.17) An dieser Stelle wird es möglich den Begriff Haut in Analogie mit anderen Objekten, als auch mit Architektur zu sehen. Anhand von Gebäudeoberflächen kann der Bezug zu manchen der oben erwähnten Eigenschaften hergestellt werden, bestimmt jedoch zur Eigenschaft der Grenzfläche zwischen Innen und Aussen. Der nachfolgende Absatz gibt einen Einblick in die Verwendung des Begriffes Haut in der Architektur, wodurch die Basis für weiterführende theoretische Überlegungen und Betrachtungen geschaffen werden soll.

DER BEGRIFF HAUT IN DER ARCHITEKTUR

Von der Haut eines Gebäudes zu sprechen ist keineswegs eine moderne Umschreibung der Gebäudeoberfläche, im Gegenteil, die Verwendung dieses Begriffes reicht in der Architekturtheorie weit zurück. Dem voraus geht die Implikation der menschlichen Proportionen in die Architektur, ein Verhältniskonstrukt welches bereits im 1. Jahrhundert vor Christus, in der von Vitruv verfassten Schrift *„Zehn Bücher über Architektur“* festgehalten wurde. Unter dem Begriff *„eurythmia“*⁴ verband er ein, sich am Körper orientierendes Proportions- und Masssystem, welches fast zweitausend Jahre später als Vorbild zur Formulierung von LeCorbusier's Massregler, des *„Modulors“* herangezogen wurde (vgl. Fischer 2010, S. 153f.). Leon Battista Alberti forderte seinerseits in *„della architettura“* den Körper eines Gebäudes mit einer Haut aus mehreren Putzlagen zu überziehen, um der Oberfläche einen angemessenen Ausdruck zu verleihen (vgl. Zaera 1995, S.98). In diesem Zusammenhang wird die Fassade als Gesicht des Hauses gedeutet, eine Assoziation, die sich anhand der etymologischen Herkunft bestätigen lässt. Im Lateinischen steht das Wort *„facies“* für das Angesicht, die äussere Beschaffenheit oder das blosse äussere Ansehen (vgl. Georges 1903, S.301).

Die Wahrnehmung der menschlichen Haut als Grenzfläche, als auch die damit induzierte Übertragung in die Architektur, wurde nach Benthien erst durch die Entwicklung der Humananatomie im 16. und der Dermatologie im 18. Jahrhundert ermöglicht (vgl. 2001, S.49). Dadurch konnten die grundlegenden Eigenschaften der Haut, der Schutz und die Trennung von Innen und Aussen, in Theorie auch auf die Bekleidung und Behausung erweitert werden. Die Rede ist demnach von einer zweiten und einer dritten Haut, letzterer Begriff findet sich aktuell vorwiegend in der Wohnpsychologie. *„Der Mensch hat drei Häute: Er wird mit der ersten geboren, die zweite ist sein Kleid, und die dritte ist die Fassade seines Hauses.“* (Schurian 1983, S.113) Hierbei kann darauf verwiesen werden, dass sich auch Wissenschaften wie die Dermatologie ihrerseits an Analogiebegriffen aus der Architektur orientieren. So spricht man beispielsweise im Bezug auf die Ausprägung der ersten Haut von einer *„Oberflächenarchitektur“*⁵ oder von einem *„Oberflächenrelief“*⁶ (vgl. Benthien 2001, S.34). Mies van der Rohe prägte Anfang des 20. Jahrhunderts durch seine als *„Haut und Knochen Stil“* beschriebene moderne Architektur darauf folgende Planergenerationen. In Anlehnung an ein Stabwerk mit Bedeckung sah er in der Glasfassade die Haut und in der Konstruktion die Knochen: *„Die gläserne Haut, die gläsernen Wände erst lassen den Skelettbau seine eindeutige konstruktive Gestalt und sichern ihm seine architektonischen Möglichkeiten.“* (Neumeyer 1986, S.378)

Anm.04:
Anhand des Begriffes
„eurythmia“ forderte
Vitruv das Überprüfen
der Proportionen
eines Bauwerkes auf
Harmonie (vgl. Fischer
2010, S.153ff.).

Anm.05:
vgl. Fritsch/Benninghoff
1985, S.566; zit. nach:
Benthien 2001, S.34.

Anm.06:
vgl. Wollona/Wollina
1990, S.521; zit. nach:
Benthien 2001, S.34.



Abb.20 li.:
Fassade des Bibliotheksgebäudes in Eberswalde. Architekten Herzog & de Meuron. „Their design for the Technical School Library in Eberswalde, Germany, uses a serilith process to transfer photographs to the buildings concrete surface. Images are also silkscreened directly onto the glass. The result is a tattooed skin of glass and concrete.“ (Lupton 2002, S.97).

Abb.21 m.:
Membranfassade (ETFE) des Eden Projektes in Cornwall. Nicholas Grimshaw & Partners.

Abb.22 re.:
Projekt GreenPix. Die Zero Energy Medienfassade von Simone Giostra & Partners und Arup.

Anm.07:
Struktur, Raum und Haut; Titel der Lord Reilly Memorial Lecture, gehalten von Nicholas Grimshaw am London Design Museum, 15. Okt. 1992; In: Powell/Moore 1993.

Die sich ständig ändernden Einflüsse von Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft verlangen heutzutage, mehr als jemals zuvor, hohe Flexibilität von der Architektur. Nicholas Grimshaw beschreibt zu dieser Forderung treffend: „Bauwerke haben die Fähigkeit, flexibel zu sein und sich wechselnden Bedingungen anzupassen. Sie können lichtdurchlässig oder transparent sein; ihre Haut kann sich ändern; sie können auf die Aktivitäten und das Leben, das in ihnen herrscht, reagieren.“ (Powell/Moore 1993, S.243). In seinem Vortrag ‚Struktur, Raum und Haut‘⁷ am Design Museum in London, konstatiert Grimshaw weiters die Unvorstellbarkeit einer Architektur, bei der eben diese drei Komponenten keine wichtige Rolle spielen (vgl. Powell/Moore 1993, S.236).

Im Spannungsfeld der aktuellen Technologie- und Materialentwicklungen des 21. Jahrhunderts wird die Fassade oft auch als mediale Haut der Architektur gesehen, die durch Interaktivität, Multimedialität und Konnektivität ihre subtilen Qualitäten offenbart (vgl. Sauter 2004, S.116ff.). In ähnlichem Verhältnis steht der Begriff der Smart Surfaces. Diese intelligenten Oberflächen, ob eingesetzt in Kunst, Design oder Architektur, verfügen über die technischen Eigenschaften des Justierens, Veränderns oder Anpassens. Initiiert und ausgelöst werden diese innovativen Verhaltensweisen der Oberflächen etwa durch Veränderung der Umgebung oder des Lichteinfalls, durch den natürlichen Tagesrhythmus, durch manuellen Einfluss, etc. (vgl. Klooster 2009, S.62ff.).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die Verwendung des Begriffes Haut in der Architektur auf die Bedeutung des menschlichen Körpers für die Baukunst bezieht. Diese Assoziation reicht theoretisch weit zurück, aber erst am Übergang zum 21. Jahrhundert erfährt der Begriff, durch die Möglichkeit vielschichtiger und funktioneller Verwendung architektonischer Oberflächen (siehe dazu Abb.21-23), vor allem aber durch die fortschrittliche

Technologien, eine völlig neue Definition. Das nachfolgende Kapitel diskutiert das Thema der Haut als Grenzschicht. Aufgrund einer weitgehenden Bearbeitung dieses Themas in der Psychologie und Literatur, liegt es nahe, Analogien zur gebauten Hülle aufzugreifen. Vorweg genommen werden kann die Tatsache, dass sich Haut als Grenzschicht anhand zweier Bedeutungsbereiche differenzieren lässt. Diese Bereiche widersprechen sich zwar nicht, kontrastieren sich jedoch aufgrund der jeweiligen Betrachtungsweise.

ERLEBEN UND WAHRNEHMEN: HAUT

Was wird gemeint, wenn man Ausdrücke wie ‚*seine Haut zu Markte tragen*‘⁸ oder ‚*nur noch Haut und Knochen sein*‘⁹ verwendet? Unzählige dieser Redewendungen kursieren im alltäglichen umgangssprachlichen Wortschatz, vielleicht ohne über ihre Entstehung, noch ihre Bedeutung Bescheid zu wissen. Nach Benthien teilen sich diese, zum Teil überlieferten, aber auch zeitgenössischen Redewendungen, in zwei Bedeutungsbereiche, die erst bei genauer Betrachtung des Begriffes erkennbar werden. *„Es gibt zum einen die Vorstellung, dass die Haut das Selbst in sich schließt: Sie wird als schützende, bergende, in anderen Redewendungen aber auch als verbergende und täuschende Hülle imaginiert. Das Authentische liegt unter der Haut, im Leibe verborgen. Es entzieht sich dem Blick und erfordert eine Lese- und Deutkunst zur Dechiffrierung.“* (2001, S.25)

In dieser ersten Bedeutung wird der Haut die Wertigkeit eines passiven, schützenden Äusseren übertragen, die das Wertvolle in sich birgt. Hier kann als Beispiel etwa ‚*sich in seiner Haut wohlfühlen*‘ angeführt werden, vergleichbar mit der französischen Wendung ‚*être bien dans sa peau*‘. Durch diese Wendungen wird auf die in der Haut verborgenen Qualitäten hingewiesen, einer Erfahrung, die tiefer geht als die reine Oberflächenwahrnehmung. Umgekehrt kann in dieser Betrachtungsweise die Haut nicht ausschliesslich als Barriere gegen Einflüsse der Umwelt, also nicht als Schutzhülle, sondern als nach innen gekehrte physische Grenze gesehen werden, einem ‚*in der eignen Haut gefangen sein*‘ gleichgestellt. *„Dies zeigt sich in Formulierungen wie «nicht in der Haut des Anderen stecken wollen».“* (Benthien 2001, S.28) In der Literatur wird diese Art von Analogie oft herangezogen, um Darstelleridentitäten in Metaphern auszudrücken, so beschreibt etwa Hebbel den Zwiespalt zweier Charaktere: *„Wir passen ein für alle Mal nicht zusammen, er kann's nicht eng genug um sich haben, er möchte seine Faust zumachen und hinein kriechen, ich möchte meine Haut abstreifen,*

Anm.08:
Entspricht der Wendung ‚*Etwas auf eigene Gefahr zu tun*‘ (vgl. Ersch/Gruber 1828, Bd. II/3, S. 203; zit. nach: Benthien 2001, S.26).

Anm.09:
Gebräuchlich um körperliche Dürre zu beschreiben. (vgl. Benthien 2001, S.27).

wie einen Kleinkinderock, wenn's nur ginge!“ (Hebbel 1997, S.132) Dem gegenüber steht der zweite, personifizierende Bedeutungsbereich, welcher die Haut mit dem Wesen an sich verbindet. Stellvertretend für die Person spricht man über eine Charaktereigenschaft derselben. Das ‚Selbst‘ wird als qualitatives Merkmal nach Aussen projiziert, wo es für die Umgebung wahrnehmbar ist. Das ‚Ich‘ der Person wird als „Oberflächenwesen“¹⁰ charakterisiert. Demzufolge wird beispielsweise eine gutmütige Person als ‚gute Haut‘ bezeichnet. Jemand, der im Augenblick psychische Belastung erleidet oder einen Schicksalsschlag zu verarbeiten hat, gilt als ‚arme‘ oder ‚unglückliche‘ Haut. „Die Essenz liegt hier nicht unter der Haut, im Inneren verborgen, sondern ist die Haut, welche metaphorisch für den ganzen Menschen steht.“ (Benthien 2001, S.25) Dieser Bedeutungsbereich wird im zeitgenössischen Sprachgebrauch weitgehend vernachlässigt, und so verwundert es nicht, dass Redewendungen dieser Art nur mehr selten angewandt werden. „Derartige Wendungen, von denen gegenwärtig nur noch ‚ehrliche‘ Haut gebräuchlich ist, sind Formen der Individualisierung, in denen statt ‚Mensch‘, ‚Haut‘ gesagt wird. Ein Sprechen, dass aus heutiger Sicht fremd klingt.“ (Benthien 2001, S.26) Diese differenzierte Betrachtung der Haut als Oberfläche, einerseits als Schutzhülle, andererseits als metaphorischer Vergleich eines Ganzen, bilden die Voraussetzung für eine vergleichende Prüfung der beiden Bedeutungsbereiche anhand der Architekturoberfläche.

Anm.10:
 „Das Ich ist vor allem ein körperliches, es ist nicht nur ein Oberflächenwesen, sondern selbst die Projektion einer Oberfläche.“
 (Freud 2010, S.285).

Anm.11:
 „Pursuing the analogy of body and architecture through gesture and ambiguity, we arrive at the envelope itself, the surface of the boundary as the most decisive architectural element. [...] It belongs to neither the interior nor the exterior and has, by its very nature, the power to question this preliminary segregation in architecture: inside versus outside, form versus content, body versus soul.“
 (Pelkonen 1996, S.121).

ERLEBEN UND WAHRNEHMEN: ARCHITEKTUR

Die Entsprechung zum ersten Bedeutungsbereich lässt sich durch die offensichtlichste Eigenschaft der Architektur, nämlich die Ausbildung einer Grenzfläche¹¹ als Schutz gegenüber den äusseren Einflüssen und die Trennung von Innen und Aussen, antizipieren. „Auf den ersten Blick sind Oberflächen Grenzen. Sie scheinen das Innenleben der Dinge zu verschließen.“ (Klooster 2009, S.6) Gleichzeitig bedingt diese Überlegung die weitere Komponente des wertvollen und geschützten Inneren, welches sich hinter dieser Grenze verbirgt. Ähnlich dem Körper, dessen Äusseres - die Haut, ihm Schutz bietet, wird dem Innern der Architektur - dem Raum, begrenzt durch die Fassade, ein erfahrbares Wesen zugeschrieben. Wie der Körper, welcher zwar über sein Äusseres wahrnehmbar ist, aber nicht ausschliesslich aus Haut besteht, kann die Architektur bzw. das Objekt nicht auf ihre äussere Hülle reduziert werden. „Dies sind keine Objekte, denen die Wahrnehmenden gegenüber stünden, dies ist ein komplexes Geschehen, das sie umfängt und umfasst.“ (Seel 2000, S.98)

Die Erfahrung eines authentischen Inneren impliziert dabei die Durchdringung der Oberfläche, einer möglicherweise täuschenden oder irreführenden Hülle. *„Wenn es wahr ist, dass Architektur Räume gestaltet, so muss man, um sie zu beurteilen, sich in diese Räume hineinbegeben. Man muss leiblich anwesend sein. Natürlich wird man dann die Gebäude und die Konstruktionen betrachten und sie nach Maß und Gestalt beurteilen, aber dazu brauchte man nicht anwesend zu sein. Die entscheidende Erfahrung kann man nur machen, wenn man durch seine Anwesenheit an dem Raum, den Architektur gestaltet und schafft, teilnimmt.“* (Böhme 2003, S.10)

Eine vergleichbare idiomatische Umschreibung findet sich wiederum bei Benthien: *„Avoir quelqu'un dans la peau' im Französischen und die gleichartige englische Wendung ‚to have got someone under one's skin' besagt, daß man die geliebte Person dann ganz besitzt, wenn man sie «in der eigenen Haut hat», wenn sie einem ganz und gar verfallen ist. Die gleiche Wertung liegt auch dem zugrunde, dass nur das, was «unter die Haut geht», zumindest jedoch hautnah erlebt wird, wahrhaftig berühren kann.“* (2001, S.32) Daraus geht hervor, dass auch wenn die Oberfläche an sich eindeutig wahrnehmbar ist, der wahre ‚Erlebniswert‘ tiefer, also unter der Oberfläche liegt. *„Das Authentische liegt unter der Haut, im Leibe verborgen.“* (Benthien 2001, S.25) Erst eine Durchdringung der Grenzfläche und das Betreten des umbauten Raumes kann dieses Erlebnis vermitteln. Vergleichend dazu schreibt Böhme in seinem Aufsatz ‚Über Architektur reden, Architektur wahrnehmen, Architektur machen‘: *“Ist die genuine Art, Architektur wahrzunehmen wirklich das Sehen, oder nicht vielmehr das Spüren?“* (2003, S.8)

Der Übertragung des zweiten Bedeutungsbereiches liegt die optische Wahrnehmung der Architektur zu Grunde, wobei vorausgeschickt werden kann, das bereits Hegel, der die Künste nach Sinnen unterteilt, Architektur im Bereich der äusserlichen, visuellen Kunst verortet (vgl. Hegel 1965, S.89ff.). Berücksichtigt man jedoch im Zeitalter der Digitalisierung und technischen Reproduzierbarkeit den gesellschaftlichen und kulturellen Stellenwert der Medien, kann auf eine erweiterte Sensibilität in Bezug auf die visuelle Wahrnehmung geschlossen werden. Schon in der Entwurfsphase ist Architektur in Medienformen wie Modellen, Zeichnungen, Simulationen und Animationen präsent. Nach der Ausführung und Herstellung erscheint die fotografische Dokumentation des Werkes, seine Veröffentlichung in Fachzeitschriften und Broschüren als ebenso wichtig, nicht zuletzt



für das Oeuvre des Planers. Ein bedeutender Teil der Architektur ist somit immer die Tendenz zur Selbstinszenierung, sie wird dabei zu einer Gedanken- und Bilderwelt, aufgeladen durch Werbung, Marketing, Branding und Präsentation (vgl. Böhme 2003, S.8f.). Die visuelle Wahrnehmung bezieht sich dadurch nicht ausschliesslich auf eine Oberfläche, sondern auf das Objekt in seiner Gesamtheit. Architektur wird folglich nicht als reine Fläche erfahren, sondern als informatives, ideologisches oder körperhaftes Medium, das anhand charakterhafter Merkmale seine Wiedererkennung einfordert. „*Architektur schafft und verändert Bilder, real und im Kopf, sie verändert Sehgewohnheiten.*“ (Zumthor 2006, S.68f.)

Eine bildliche Interpretation dieser Dualität lässt sich exemplarisch an Caravaggios ‚*The Incredulity of Saint Thomas*‘ (zu Dt. ‚Der ungläubige Thomas‘) verfolgen. Diese Darstellung erscheint als adäquat zu den beschriebenen Bedeutungsbereichen, da sich an ihr beide Ansätze erkennen lassen. Während die beiden Figuren im Hintergrund ihre Erkenntnis aus der visuellen Wahrnehmung folgern, bezieht sich die Figur im Vordergrund auf das Erleben als subjektive Erfahrung. Ohne Bemessung der Wertigkeit kann dabei das ‚*Wahrnehmen durch Sehen*‘ konkret dem ‚*Wahrnehmen durch Erfahren*‘ gegenübergestellt werden.

Zusammenfassend lässt sich zu dieser Integration der beiden ideomatischen Bedeutungsbereiche der Haut als Grenzschicht mit der Architektur folgendes festhalten: Ergeben sich im Hinblick auf die Inszenierung und Identifikation der Architektur aus dem ersten Bedeutungsbereich Hinweise auf die Ausbildung von Erlebnis- und Erfahrungswelten¹² unter einer Oberfläche, so bildet sich die Oberfläche im zweiten Bedeutungsbereich als signifikantes und charakterhaftes Gesamtbild einer Architektur ab. Das von Andre Heller entworfene Hauptgebäude der Swarovsky Kristallwelt wird somit im ersten Augenblick als begrünte Erhebung (Oberfläche) inmitten eines ebenen Umfeldes erkannt, doch erst durch das Betreten des Objektes ist das Erfahren einer Gesamtinszenierung möglich (Erlebnis). Unterirdisch entfaltet sich ein Labyrinth aus Wunderkammern - ein Kabinett aus Kristallen, Spiegeln, Farben und Effekten, erst hier wird die kristalline Vielfalt der Produkte und der Glanz des Unternehmens erkennbar (vgl. Heller 1996, S.68ff.). Ergänzend dazu manifestiert sich der von Coop Himmelb(l)au entworfene ‚*DoubleCone*‘ an der Vorfront der BMW Welt München zwar optisch als zwei ineinander gesetzte, glas- und metallverkleidete Kegel (Oberfläche), durch die mediale Reproduktion gewinnt diese Architektur jedoch an

Abb.23:
Ausschnitt aus
Michelangelo Merisi
da Caravaggio ‚*The
Incredulity of Saint
Thomas*‘.

Anm.12:
Sog. Brandscapes
oder Brandlands
beschreiben Orte der
Markeninszenierung.
Eine künstlich
gestaltete Bühne auf
der eine Marke zum
körperhaften Ort
transformiert, sie
wird verständlich und
begreifbar dargestellt,
vor allem aber spürbar
und erlebbar gemacht
(vgl. Mikunda 2004,
49ff. bzw. Riewoldt
2002, S.7ff.).

Charakter und wird zum visuellen Beweis von Dynamik, Design und konzentrierter Kraft, zum ‚Twister‘ indessen Sog sich Innovation, Idee und Technik vereinen (Information) und zum architektonisch konkretisierten Sinnbild einer Automobilmarke. Da sich die Bedeutungsbereiche gegenseitig nicht aufheben, sondern zwei unterschiedliche Betrachtungsweisen einer Oberfläche darstellen, kann die Beschreibung der beiden angeführten Beispiele genauso verkehrt werden. Der Versuch einer vergleichenden Überleitung der theoretischen Idiome in das Bauwesen, ist somit vor allem im Hinblick auf die Markeninszenierung durch Architektur von Bedeutung, eine Sprache derer sich moderne Flagship Stores, Headquarters, als auch Erlebnis- und Einkaufswelten bedienen.

LEARNING FROM LOUIS VUITTON¹³

Der letzte Abschnitt des aktuellen Kapitels Haut beschäftigt sich mit dem zeitgenössischen Trend einer architektonischen Inszenierung von Oberflächen, welcher sich vor allem an den kommerziellen Geschäftsbauten internationaler Luxuslabel erkennen lässt. Durch die visuell erzeugte Auflösung der Materialität und die gleichzeitig undefinierbare Tiefe einer Oberfläche, transformieren diese Bauwerke zu einem baulichen Manifest der Illusion. *„Sie verkünden einfach die Aufhebung der Grenze zwischen der virtuellen Realität und der materiellen Objektwelt.“* (Gleiter 2009, S.140)

Dass Japan dabei den Standard dieser Ästhetik des Verschwindens vorgibt scheint nicht verwunderlich, handelt es sich dabei doch um eine, dem digitalen Zeitalter entsprechende, Auseinandersetzung und Neuinterpretation traditioneller Wahrnehmung und Logik. Dahinter verbirgt sich weder eine nostalgische Rückführung auf Formen der Vergangenheit, noch eine Ästhetisierung technisch hochentwickelter Wirtschaftsprodukte, vielmehr skizzieren diese Gebäude in eleganter Weise die Annäherung traditioneller japanischer Ästhetik an den dominanten Kontrast moderner Architekturpraxis (vgl. Gleiter 2009, S.146ff.). Im Weiteren wird diese Architektur vielfach vom Begriff ‚Superflat‘ begleitet, der von dem japanischen Künstler Takashi Murakami durch sein gleichnamiges Manifest geprägt wurde. Sein Konzept bezieht sich einerseits auf die künstlerische Auseinandersetzung mit einer nach Westen orientierten, kapitalistischen Konsumgesellschaft und der damit einhergehenden Standardisierung und Verflachung der japanischen Kultur, andererseits ersetzt er die zeitgemässe Praxis der perspektivischen Bildbetrachtung durch die zweidimensionale

Anm.13:
Nach dem Essaytitel von
Taro Igarashi ‚Learning
from Louis Vuitton‘
In: Luna / Viscardi
2009, S.9-16.

Ästhetik von ‚*manga*‘ und ‚*anime*‘, jener Comic- und Zeichentrickstil, der sich in der japanischen Gesellschaft euphorischer Popularität erfreut (vgl. Azuma 2000, S.139ff.). „*The world of the future might be like Japan is today - super flat. Society, customs, art, culture: all are extremely two-dimensional.*“ (Murakami 2000, S.5) Neben der Architektur nehmen weitere Bereiche der Kunst, wie Graphikdesign, Film und Photographie, Anleihe an dem Begriff des ‚*Superflat*‘, der eine Erzeugung von visueller Tiefe durch die Zusammenführung unterschiedlicher Schichten auf eine einzige Bildebene beschreibt. „*One way to imagine super flatness is to think of the moment, when in creating a desktop graphic for your computer, you merge a number of distinct layers into one.*“ (Murakami 2000, S.5)

Den Architekturen dieser Zweidimensionalität ist gemein, dass sie jeweils für sich ein Statement zur stofflichen Definition von Transparenz abzugeben scheinen, als auch dass sich ihr voller Effekt erst über die Bewegung und Positionsveränderung des Betrachters offenbart (vgl. Igarashi 2009, S.13). In architekturtheoretischem Kontext dazu steht die von Rowe und Slutzky durchgeführte, und unter ‚*Transparency*‘ publizierte, schriftliche Auseinandersetzung mit der Transparenzthematik. In ihr gestalten sie den Versuch, einen für die Architektur gültigen ambivalenten Transparenzbegriff anhand einer systematischen Arbeits- und Abbildungstechnik herzustellen. Aufgrund der Annahme, dass Transparenz mehr als ein optisches Charakteristikum darstellt, dem Begriff vielmehr eine räumliche Ordnung und Schichtung¹⁴ zugrunde liegt, entwarfen sie ihre Vorstellung einer architektonischen Wahrnehmung unter Einbeziehung verschiedener räumlicher Lagen (vgl. Rowe/Slutzky 1997, S22f.). Die Anlehnung an die Verflechtung von Bildelementen, wie sie die kubistische Malerei beschreibt, bereitet ihnen dabei die Vorlage für eine entsprechende Analogie, die für die Architektur gültig ist und von der simultanen Wahrnehmung verschiedener räumlicher Lagen sowie geschichteter Formen ausgeht (vgl. Agotai 2007, S111f. bzw. Mertins 1998, S.106).

Anm.14:
 „Der Begriff Transparenz wird somit nicht als eine dem Material innewohnende Eigenschaft verstanden, sondern impliziert eine räumliche Ordnung, welche auf der gleichzeitigen Wahrnehmung unterschiedlicher Raumschichten ein mehrdeutiges Bild des betrachteten Raumes vermittelt.“ (Agotai 2007, S.112).

Daraus resultierend unterschieden sie zwischen einer ‚*wirklichen oder buchstäblichen Transparenz*‘ (orig. ‚*literal transparency*‘) und einer ‚*Transparenz im übertragenen Sinne oder scheinbaren Transparenz*‘ (orig. ‚*phenomenal transparency*‘). Im Gegensatz zur wirklichen Transparenz, die sie in Verbindung mit der modernistischen Glasfassade der ‚*Curtain wall*‘ sehen, beschreiben sie die phänomenale Transparenz als mehrdeutige Wahrnehmungsform, die von dem Betrachter einen differenzierten Umgang mit der frontal gesehenen

architektonischen Fassade abverlangt (vgl. Riley 2003, S.12). Dazu formulieren Rowe/Slutzky folgend: „Er (der Betrachter)¹⁵ mag sich zwar am Sinneseindruck erfreuen, durch eine Glaswand zu schauen und so vielleicht das Äußere und das Innere des Gebäudes gleichzeitig zu sehen; aber dabei werden ihm nur wenige der mehrdeutigen Eindrücke bewusst werden, die von Transparenz im übertragenen Sinne ausgehen.“ (1997, S.43)

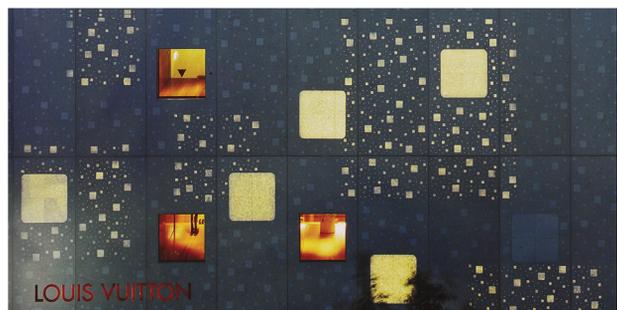
Der Architekturkritiker Taro Igarashi zieht in diesem Zusammenhang den Vergleich zu den, von Jun Aoki entworfenen, LV Stores und spricht dabei von der Unabdingbarkeit einer konstanten Bewegung des Betrachters. Erst durch die Änderung der Sichtbeziehung kann die Aussenhaut in seiner visuellen Wirkung erfahren werden und erst dann gibt sie ihre, durch die Vielschichtigkeit begleitete, wertvollste Charakteristik preis, die Transparenz im übertragenen Sinne. Zur gleichen Zeit jedoch, vor allem aber im Zuge der Annäherung an das Gebäude, wird die wirkliche Transparenz erkennbar, die sich durch eine Abhängigkeit von der transparenten Eigenschaft des Glases auszeichnet (vgl. 2009, S.13). Neben der signifikanten Präsenz virtueller Materialität, welche die Grenzen zwischen einer abstrakten und konkreten Bilderwelt verschwimmen lässt, erscheint die grundlegende Funktion der Gebäude als nahezu trivial, besteht ihr eigentlicher Selbstzweck doch in Präsentation und Verkauf.

Abb.24 li.:
Fassadenausschnitt
des LV Roppongi Hills.
Jun Aoki & Associates,
Eric Carlson, Aurelio
Clementi (2003).

Abb.25 re.o.:
Ansicht auf die Aussen-
fassade des LV Nagoya
Sakae. Jun Aoki &
Associates (1999).

Abb.26 re.u.:
Fassadenausschnitt des
LV Ginza, Namiki Dori.
Jun Aoki & Associates
(2004).

Anm.15:
Anmerkung des
Verfassers.



Paradoxerweise lassen sich diese Architekturen in keine der beiden, von Venturi, Scott Brown und Izenour Ende der siebziger Jahre konstatierten, Definitionen einer ‚*Ente oder eines dekorierten Schuppens*‘ einordnen. Während die ‚*Ente*‘ einen Stil beschreibt, deren Raum, Konstruktion und Nutzung in eine umfassende symbolische oder skulpturale Gestalt verzerrt wurde, äussert sich der ‚*Dekorierte Schuppen*‘ durch eine der Nutzung unterworfenen Struktur, deren Verzierung unabhängig davon, äusserlich hinzugefügt wurde (vgl. 2007, S.104f.). *„Die Ente ist ein Bau spezifischer Nutzung, der als Ganzes Symbol ist; der dekorierte Schuppen ist ein normales, schützendes Gehäuse, das Symbole verwendet.“* (2007, S.105)

Im Zwiespalt von Sein und Schein beschreiben diese inszenierten Verkaufsgebäude viel mehr eine komplexe Fusion der beiden Begriffe, denn weder spiegeln ihre Oberflächen das eigentliche Innere des Gebäudes wieder, noch existieren diese als vollkommen autonome Schicht. Erzeugt durch die dekorative Verkleidung, die sich über das Volumen erstreckt, wird dem Betrachter viel mehr ein imaginäres Abbild des Inneren vermittelt, welches in Wirklichkeit nicht existiert (vgl. Igarashi 2009, S.14). Die architektonische Haut positioniert sich selbst somit einerseits im Kontext eines abgeschlossenen und andererseits eines umhüllten Raumes, sie ist also ‚*Hülle und Verhüllende*‘ (Böhme 1995, S.168) zu selben Zeit.

Der visuelle Effekt dieser architektonischen Oberflächen gründet in eben dieser kompositorischen Hierarchie, die eine fundamentale Änderung in der visuellen Wahrnehmung beschreibt. Die durch die Mehrschichtigkeit erzeugte optische Tiefe der Fassade und durch den Einsatz von transparenten/transluzenten Materialien, erfährt das Konzept des Zwischenraumes, das in der traditionellen japanischen Ästhetik als indefinite Sphäre einer mystisch immateriellen Präsenz verankert ist, eine deutliche Neuinterpretation (vgl. Gleiter 2009, S.146f.). Entsprechend dazu kann auch Valery's Begriff einer ‚*Tiefe der Haut*‘¹⁶ herangezogen werden, der die Vermutung vorausschickt, dass die wahren Qualitäten einer Oberfläche in ihr selbst liegen (vgl. Anzieu 1996, S.85 bzw. Benthien 2001, S.11f.) Die im Spannungsverhältnis zu solchen traditionellen Architekturansichten stehende aktuelle Technologieentwicklung und Digitalisierung, bildet die Basis für diese künstlerische Auseinandersetzung und architektonische Neuformulierung. *„Dem liegt die Erkenntnis zugrunde, dass im Zeitalter globaler Technologien kulturelle Differenzierung nicht im nostalgischen Rückgriff auf die Vergangenheit möglich ist, sondern nur dort, wo es gelingt, in den universalen Technologien das jeweils kulturell*

Anm.16:
 „Was am tiefsten im Menschen liegt, ist die Haut.“ (Valery/Hytier zit. nach: Anzieu 1996, S.85. bzw. Benthien 2001, S.11).

Eigene zu erkennen und sichtbar zu machen.“ (Gleiter 2009, S.150)
Der Wert dieser Architekturen liegt dabei nicht in der Vervollständigung eines Unternehmensimages, sondern vielmehr in dessen Überlagerung durch die Inszenierung einer Phantasie. Die einfach anmutenden Oberflächen transformieren dabei zu einer komplexen Illusion von realer und irrealer Stofflichkeit, Licht und Schatten, Transparenz und Opazität. Die Einzigartigkeit der Gebäude und Authentizität ihres architektonischen und gestalterischen Konzeptes skizziert dabei den differenten Umgang der Planer mit dem Thema und beschreibt den Versuch traditionelle und kulturelle Konzepte unter Berücksichtigung neuer Materialien, sowie technischer Möglichkeiten in das Geflecht einer modernen Architektursprache und Ästhetik einzuknüpfen. *„Luxury retail design today serves the same purpose as the pavilions of global exhibitions. Both architectures are considered ephemeral, but they share a similar tendency to adventure. [...] As we progress further into the 21st century, retail design, with its constant quest for the new, will lead the way for the rest of architecture.“ (Igarashi 2009, S.16)*





PROJEKT
EINE BÜHNE FÜR DIE SCHÖNHEIT

SCHWARZER RITTER
Erweiterung
Schloss Hartberg
KAPITEL [0 6]

Nachdem sich die vorhergegangenen Kapitel eingehend mit den Einflüssen und Anforderungen an den Entwurf beschäftigt haben, werden diese im Folgenden an Entwurfsideen und -gedanken gebunden und anschliessend planlich umgesetzt. Aufeinanderfolgend wird sich der Entwurf mit den drei Bereichen der Erweiterung befassen. Es ist hierbei sinnvoll mit der Erweiterung Ost zu beginnen, da sie einerseits den grössten zu behandelnden Teil bildet, und die beiden anderen Bereiche andererseits in einem gewissen Abhängigkeitsverhältnis dazu stehen. Die Absicht wird es vorerst sein, aus den zu Grunde liegenden Kriterien, ein nachvollziehbares Funktionsschema zu bilden, Grundrisslösungen der östlichen und westlichen Erweiterungen darzustellen und konzeptuelle Überlegungen zur Neugestaltung der Parkanlage aufzuzeigen.



Der Entwurf zur Erweiterung Ost, welcher unter Berücksichtigung eines respektvollen Abstandes zum historischen Altbau herzustellen ist und sich im unteren Parkareal situiert, setzt sich aus den Vorgaben der Auslobung, sowie jenen des späteren Nutzers zusammen. Beiden gemein ist die Forderung nach der sinnvollen und dezenten Einbettung des Objektes in die Parklandschaft. Der Umfang des Bauplatzes wurde bereits in der vorangegangenen Wettbewerbsbeschreibung erwähnt, die maximale Höhenentwicklung wird durch die Horizontale, ausgehend vom Wulstgesims am Osttrakt, beschrieben. Dies entspricht dem, auf der mittleren Abbildung gegenüber zu erkennenden, Übergang von verputzter Wand zu freiem Steinmauerwerk. Unter Einbeziehung der Vorgabe der begrenzten Höhenentwicklung des Objektes, sowie die geforderte Anbindung der Produktionsebene an die Brühlgasse, ergibt sich eine zweigeschossige Ausführung als logische Konsequenz. Auf Grund der besseren Verständlichkeit wird an dieser Stelle die Bezeichnung ‚Produktionsebene‘ für das Untergeschoss und ‚Präsentationsebene‘ für das Erdgeschoss der östlichen Erweiterung eingeführt.

Die Auseinandersetzung mit Form, Gestalt und Positionierung des neuen Baukörpers erfolgt unweigerlich unter Berücksichtigung des Kontextes von Neubau und Altbestand. Als vorherrschendes bauliches Element wird der nach Süden verlaufende Osttrakt angesehen, welcher das Erscheinungsbild des unteren Schlossparkes massiv prägt. Die ersten Entwurfsüberlegungen beziehen sich daher auf dieses Element als gestalterische Vorlage, indem diese Form multipliziert wird, wodurch sich drei unabhängige Teile in das Areal einbetten und so dem geforderten Flächenbedarf für die Präsentationsebene entsprechen. Die Positionierung der drei zueinander in Abstand liegenden Teilbereiche des Objektes ergibt sich auf Grund der Vorgaben und Eingrenzung des zur Verfügung stehenden Bereiches durch die Burggrabenmauer, die äussere Stadtmauer, sowie die Burgmauer bis zum Zugang Rinnengasse. Die für das Projekt als sinnvoll erachtete Dreiteiligkeit der Präsentationsebene orientiert sich an der flächenmässigen Ausbreitung der Produktionsebene im Untergeschoss, welche sich als geschlossene und eigenständige Ebene unterhalb der drei sichtbaren Teilbereiche erstreckt. Der formale Entwurf versucht sich somit in diesen Bereich taktvoll einzufügen und weiters die umgebenden Grenzlinien als Parallele aufzunehmen. Diese Aufgliederung des Gesamtvolumens wird als vorteilhaft angesehen, da damit eine Auflösung der Massivität

Abb.27:
Darstellung der
Erschliessung des
Bauplatzes.

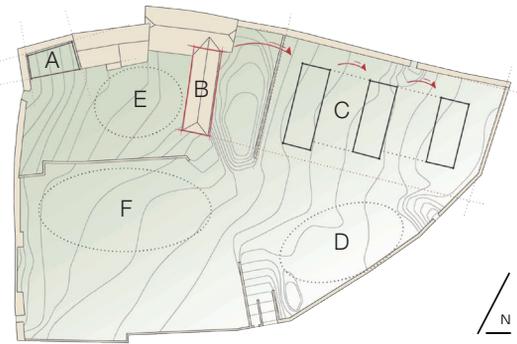
Abb.28 li.u.:
Blick vom Zugang
Klostergasse auf
den Westtrakt und
Arkadengang des
Ostraktes.

Abb.29 m.u.:
Blick auf den Osttrakt
des Schlosses.

Abb.30 re.u.:
Blick auf den östlichen
Bereich des Parkes mit
dahinterliegendem
Ostrakt.

**KONZEPTSKIZZE DER ERWEITERUNGEN
UND DER PARKANLAGE**

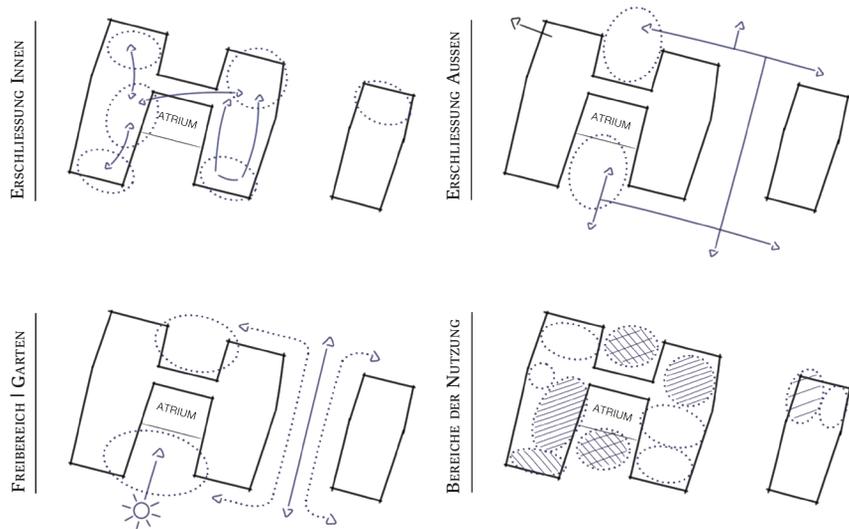
- A Erweiterung West
- B Vorlage Osttrakt
- C Erweiterung Ost
(Aufteilung des Volumens)
- D Umgestaltung Löschteich
(Bestandteil Erw. Park)
- E Veranstaltungsbereich
(Schloss Arkadenhof)
- F Veranstaltungsbereich
(Unterer Schlosspark)



des monolithischen Baukörpers erreicht werden kann. Zusätzlich ergeben sich daraus Möglichkeiten für die Gestaltung interessanter Blickbeziehungen und offener Wegverbindungen. Ausgangspunkt für die Entwurfsüberlegungen bildet die, unter dem Gesichtspunkt der Transparenz stehende, Forderung nach einem gläsernen Labor, das die Einsicht in den Produktionsablauf der Kosmetikherstellung ermöglichen soll. Vorzugsweise sind dies Bereiche der Forschung, Produktion und des Versandes. Einsicht in die Lagerbereiche wird in der Auslobung nicht ausdrücklich gefordert, jedoch im Entwurf berücksichtigt. Da es gleichzeitig nötig ist eben diese, als Arbeitsbereiche deklarierten Räume, natürlich zu belichten, wird die Einführung eines Atriums über beide Ebenen vorgeschlagen. Diese Lösung ist naheliegend, da die Trennung zur Besucherebene (aus hygienischen Gründen) ohnehin durch die Geschossdecke erfolgt, die Produktherstellung im Untergeschoss uneingeschränkt vollzogen und die Einsicht somit ungemindert stattfinden kann.

Die Aufteilung des oberirdischen Volumens unterstützt des Weiteren den Gedanken der Einbindung dieses Lichthofes. Durch den Entfall des südlich umschliessenden Teiles kann die Belichtungsmöglichkeit der unteren Ebene verbessert werden. Im eigenständigen Untergeschoss, welches sich wie vorweggenommen um das Atrium entwickelt, wird das Hauptaugenmerk auf rationelle Arbeitsabläufe und kurze Wegverbindungen gelegt. Grundsätzlich wird deshalb von der Trennung der Produktionsebene in westlich liegende Arbeits- und Personalbereiche und in östlich liegende Lagerbereiche ausgegangen. In Letzterem findet sich wiederum die gestalterische Verbindung zu dem dritten oberirdischen Teil der Präsentationsebene. Dieser beinhaltet die Vertikalerschliessung in Form einer Fluchttreppe, Lagerbereiche im Erdgeschoss, sowie die Möglichkeit des Einblicks in die Lagerbereiche des Unternehmens, zusätzlich zur Verfolgung

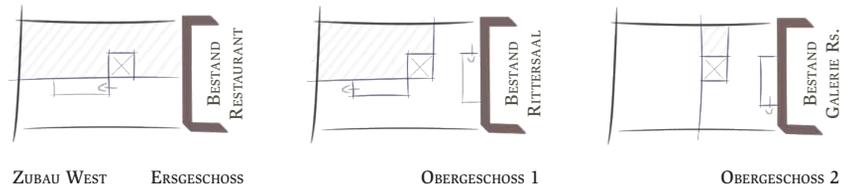
Abb.31:
Konzeptskizze zu den
Erweiterungen und der
Parkanlage.



des Produktionsablaufes. Diese Umsetzung kommt somit der Transparenzforderung des Unternehmens entgegen.

Betreffend der Erweiterung West evolvierten die Hauptkriterien aus der Auslobung selbst. Diese beinhaltet die barrierefreie Zugänglichkeit der öffentlichen Sanitäranlagen sowie aller drei Ebenen, als auch die nutzungsorientierte Neudefinition im Kontext des Abendrestaurantes, des Rittesaales und des Veranstaltungsbereiches im Schlosshof. Die zu Verfügung stehende Fläche beschränkt sich auf den Bereich des abgekommenen Turmes, im Ausmass von etwa 15 x 8 Metern, der den leeren Raum zwischen Westtrakt und Stadtmauer bildet und gegen Süden durch die Flucht des Altbaues begrenzt wird. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass der Zubau West der architektonischen Formulierung der östlichen Erweiterung entspricht. Unter Berücksichtigung der Vereinigung verschiedenster Funktionen in diesem Objekt, deklariert sich die grundsätzliche Trennung zwischen den Bereichen der Erschliessung, sowie öffentlichen Nutzung und den Bereichen der betrieblichen und servicetechnischen Nutzung, als zweckmässig. Zusätzlich ist eine rationelle Erschliessungslösung ausschlaggebend für die bestmögliche Ausnutzung der vorhandenen Fläche. Eine längs durch den Zubau verlaufende Wandscheibe erstreckt sich über die ersten beiden Geschosse und positioniert dabei die Erschliessung an ihrer südlichen Front. Im zweiten Obergeschoss verringert sich die zur Verfügung stehende Fläche auf die Hälfte des darunterliegenden Geschosses. Durch diese Bestimmung kann die Position des Aufzuges definiert werden, dessen Schachtwand somit gleichzeitig die westliche Aussenwand bildet. Wichtiges Kriterium

Abb.32:
Entwurfsskizzen zur
Erweiterung Ost.



obliegt der einwandfrei funktionierenden horizontalen Verbindung zwischen Alt- und Neubau, deren Öffnungen sich nach den bereits vorhandenen Mauerdurchbrüchen orientieren. Erweiternd zum Zubau West werden von der Auslobung bauliche Änderungen am Bestand gefordert, welche sich aus der Notwendigkeit der direkten Verbindung zum Veranstaltungsbereich im Arkadenhof und zum Rittersaal im ersten Obergeschoss ergeben. Dabei handelt es sich vorwiegend um Lagerräumlichkeiten und Umkleiden für Künstler. Eine genauere Auseinandersetzung der Zusammenhänge in Nutzung und Funktion kann anhand der noch folgenden Grundrissdarstellungen beschrieben und nachvollzogen werden.

Die Erweiterung Park umfasst grundsätzlich die Definition des Veranstaltungsbereiches im Arkadenhof des Schlosses, sinnvoll am Parkareal verteilte Infrastrukturpunkte und die Positionierung eines Parkbiotopes als Ersatz für den vormaligen Löschteich. Die Lage des Letzteren wird sich am Wegesystem orientieren, gewiss jedoch auf dem Plateau zwischen den Zugängen Herrengasse und Rinnengasse liegen. Der Grund dafür wird durch die zentrale Lage des Punktes beschrieben, der einen Überblick über das gesamte Parkareal erlaubt. Der zu definierende Veranstaltungsbereich vor dem Schloss beinhaltet die Forderung nach einem Bereich für die mobile Bühne, sowie einem Zuschauerbereich, welcher für die meisten kleineren Konzert- und Veranstaltungsreihen bestuhlt sein wird. Die Positionierung der Infrastrukturpunkte orientiert sich grundsätzlich nach der Nutzung der Parkbereiche. Zudem ergibt sich die Möglichkeit der Definition eines erweiterten Veranstaltungsbereiches unterhalb des Schlosses. Eine Überarbeitung des Wegesystemes ist allein schon wegen des Umfangs und der Positionierung des neuen Baukörpers unabdinglich und wird sich auf Grund weiterer Umstrukturierungen als günstig herausstellen. Hauptzugang wie auch Lieferzufahrt zum Schloss bildet nach wie vor das Tor am höchsten Punkt der Herrengasse. Diese Zufahrtsstrasse, welche die Notwendigkeit der Belieferung des Abendrestaurants beibehält, mündet derzeit direkt in den Arkadenhof. Ihr Verlauf wird grundsätzlich dem Wegesystem angepasst werden und berücksichtigt den neu zu definierenden Veranstaltungsbereich

vor dem Schloss. Die Zugänge Kloostergasse und Alter Stadtpark bleiben in ihrer Funktion als westliche Erschliessungen erhalten, werden jedoch durch infrastrukturelle Verbesserungen aufgewertet. Die Zugänge über die Rinnengasse und die Brühlgasse erschliessen den östlichen, tieferliegenden Bereich der Parkanlage und bleiben in ihrer Wertigkeit erhalten. Hinsichtlich des Zuganges Brühlgasse bedarf es eines Umbaus, die logistischen Abläufe des Unternehmens betreffend. Die in der Auslobung definierte Versandrampe wird in die, ausserhalb der Stadtmauer, steil abfallende Böschung münden und verbindet somit die Produktionsebene mit der Brühlgasse. Durch diesen Eingriff wird einerseits das äussere Erscheinungsbild des Zuganges Brühlgasse verändert, ihr andererseits aber die Möglichkeit einer vorteilhaften, direkteren Erschliessung hinzugefügt.

AXONOMETRIE UND FUNKTIONSSCHEMA DES ENTWURFES

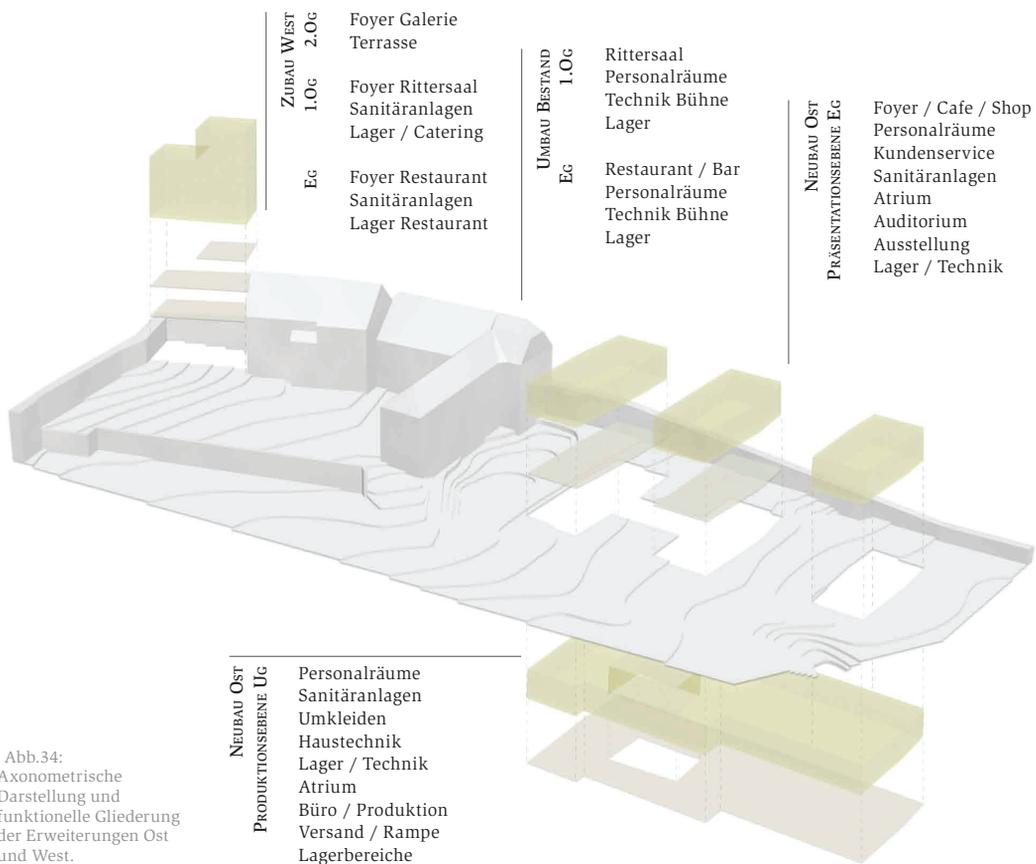


Abb.34:
Axonometrische
Darstellung und
funktionelle Gliederung
der Erweiterungen Ost
und West.



Abb.35:
 Papierstudien zur
 Beschreibung
 möglicher Hautbilder.



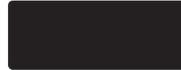
Unter diesem Begriff versteht sich die Auseinandersetzung mit der Ausprägung der Oberfläche bzw. Art der Fassadengestaltung der zu entwerfenden Objekte. Die Annahme, dass die Oberfläche jeder Architektur auch metaphorisch als ihre Haut gesehen werden kann, gewinnt in diesem Projekt an Gewicht, als das es sich bei dem späteren Nutzer des Neubaus um den Hersteller von Kosmetik und Nahrungsergänzungsmitteln handelt. Gerade in diesem Zusammenhang erscheint es als zweckmässig, der Oberfläche mehr als nur die Eigenschaft der Trennung zwischen Innerem und Äusserem beizumessen und ihre Bedeutung für das Projekt genauer zu beleuchten. Berücksichtigt wird dabei die Forderung der Auslobung, den kleineren westlichen Zubau in seiner architektonischen Sprache an dem größeren östlichen Neubau zu orientieren. Die nachstehenden Beschreibungen der Entwurfsüberlegungen zur Oberfläche werden sich somit ausschliesslich auf das östliche Objekt, das Präsentations- und Produktionsgebäude der Firma Ringana, beziehen - die westliche Erweiterung, im Bereich des abgekommenen Turmes, wird gestalterisch davon abhängig sein.

Die Aspekte der Vielschichtigkeit und Vielfältigkeit einer Oberfläche, wie sie die Haut in sich vereint und im vorangegangenen Kapitel beschrieben wurden, erscheinen für die Formulierung der Projektoberfläche als erstrebenswerte Kriterien. Aufgrund dieser Überlegung werden vorerst Papierstudien erstellt, anhand derer versucht wird, eine Annäherung an die facettenreiche Vorgabe zu beschreiben. So können sich Hautbilder zwischen glatt und grob, eben und rau, gelocht und genarbt, unregelmässig oder geordnet, usw. positionieren. Grundsätzlich kann von einer unendlichen Vielfalt an Möglichkeiten eine Form von Haut als Oberfläche darzustellen gesprochen werden, weshalb es sich bei den Studien um eine begrenzte Auswahl handelt. Dennoch belegen sie, trotz ihrer Einfachheit, eine bewusste Tendenz zur Dreidimensionalität, die sich aus dem Versuch ergibt mehrere Funktionen in bzw. auf einem Medium zu vereinen. Dieser Tatsache entsprechend wird im nächsten Schritt die Möglichkeit der Mehrschichtigkeit fokussiert. In diesem Zusammenhang greift der Entwurf auf den Kontext mit der Umgebung zurück und versucht die Stadt- bzw. Burggrabenmauer als Vorbild mit einzubinden, welche unausweichlich das Umfeld des Bauplatzes beeinflusst. Die Massivität der Mauer wird dabei theoretisch in vollkommene Transparenz aufgelöst, sodass ansich nur mehr ihre Schichtdicke, ihre zwei parallelen Flächen und die

Silhouette des Mauerwerkes bestehen bleiben. An dieser Stelle ist es erforderlich die spätere Nutzung des Objektes als Firmenhauptsitz und Produktionsort zu antizipieren, deren Oberfläche neben der Funktion, als umhüllend architektonisches Medium, auch als Kommunikationsfläche zwischen Kunden und Unternehmen fungiert. Die Herausforderung besteht demnach darin, eine Form von authentischer und einzigartiger Identitätswiedergabe zu finden, ein architektonisches Argument an dessen sich die Branche eines Kosmetik- und Nahrungsergänzungsmittelherstellers wieder erkennen lässt - sich aber zusätzlich in das Umfeld des Schlossparkes und historischen Bestandes einfügt.

Wie bereits beschrieben ist es möglich die Unternehmensarchitektur aus bestimmten Identitätsmerkmalen abzuleiten, die sich beispielsweise in deren Leitbild, einzelnen Produkten bzw. Produktlinien oder deren Marke selbst widerspiegeln können. Die drei derzeitigen Produktlinien der Firma Ringana stellen sich einerseits in jeweils unterschiedlicher Form und Präsentation dar, wie aus dem CI-Portfolio zu entnehmen ist. Andererseits sollen alle Produktlinien vor Ort hergestellt und eine Erweiterung des Produktumfanges dennoch jederzeit ermöglicht sein, wodurch eine einheitliche Form weder effizient hergeleitet, noch vom Betrachter nachvollzogen werden kann. Demnach kann eine produktorientierte Architekturform für dieses Projekt vernachlässigt werden. Es liegt also nahe den Entwurf am Leitbild bzw. der Marke des Unternehmens zu orientieren. Berücksichtigt man die Marktposition, die das Unternehmen auf nationaler und internationaler Ebene einnimmt, rückt die Forderung näher, den architektonischen Entwurf unter den Einfluss der Marke zu stellen. Erweiternd dazu wurde bereits festgestellt, dass sich die Firma Ringana eine europaweite Expansion für die Zukunft vorbehält (vgl. ringana presse__ 2008, S.3).

Des Weiteren beschreibt das Unternehmen als eine ihrer Hauptanforderung an den Entwurf mit dem Begriff der ‚*Transparenz*‘. Diese Forderung beruht zum Einen auf der, für den Kunden bzw. Besucher, visuellen Nachvollziehbarkeit der Produktherstellung, zum Anderen auf dem unternehmensstrategischen Konzept der Offenheit und Ehrlichkeit dem Kunden gegenüber. Die Kundenzufriedenheit basiert grössten Teils auf dem individuell subjektiv wahrgenommenen Erfolg des angewendeten Produktes und äussert sich, im Hinblick auf ein Kosmetik- und Nahrungsergänzungsmittelunternehmen, durch eine offensichtlich schöne, glatte und geschmeidig sanfte Haut bzw. einen gesunden Körper und ausgewogenes Wohlgefühl. Im Entwurf der Oberfläche sollen sich diese zwei Parameter, die geforderte Transparenz



sowie der projizierte Markenerfolg einer glatten Haut, manifestieren. Hier wird wiederum an die vorherige Überlegung der Transformation des Mauerwerkes bis hin zur Schemenhaftigkeit angeknüpft, welche ihre Entsprechung im ersten Parameter der Transparenz findet. In Folge kann die Silhouette des Mauerwerkverbandes als geometrisches Muster interpretiert werden, indem der einzelne Mauerstein durch das Unternehmenselement stilisiert wird. Ausgehend von den parallelen Mauerschichten, ruft die Überlagerung der beiden Ebenen mit identischem Muster einen visuellen Kontext hervor, der auch als „operative Transparenz“ (Loebermann 1998, S.100) bekannt ist. Grundsätzlich beruht dieser Begriff auf dem optischen Effekt, der durch das Verschieben an sich nicht transparenter Flächen und Muster hervorgerufen wird (Anhang Blatt 9 und 10). Die dabei entstehenden unterschiedlichen Erscheinungsbilder besitzen zum einen die Eigenschaft durch verschiedene Dichtgrade die einfallende Lichtmenge bzw. die mögliche Durchsicht zu verringern oder zu vergrößern. Zum Anderen entstehen bei dieser Verschiebung neue geometrische Muster, die sich aus dem Grundmuster der beiden Ebenen zusammensetzen (vgl. Loebermann 1998, S.103).

Zusätzlich zur Verschiebung und Verdrehung der Ebenen, besteht die Möglichkeit der Skalierung um einen bestimmten Faktor. Die dadurch entstehenden Eigenschaften und Besonderheiten dieser diversen Variationen des optischen Erscheinungsbildes werden im Folgenden mittels Papierstudien analysiert und in frontaler Ansicht wiedergegeben. Es kann somit anschaulich vorgeführt werden wie sich die Gesamterscheinung unter

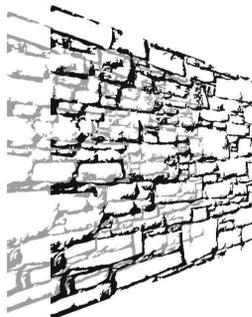
Abb.36 o.:
Transformation des
Unternehmenslogos.

Abb.37 u.:
Darstellung der
Transformation der
Stadt- bzw. Burgmauer
zur aktuellen Fassade.

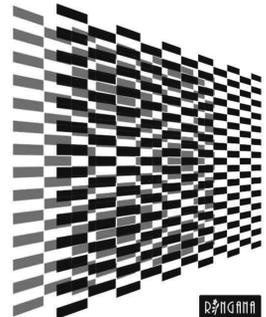
MAUERWERK ALS DOMINIERENDES
OPAKES ELEMENT



TRANSFORMATION DER MASSIVITÄT IN
TRANSPARENZ UND SILHOUETTE



INTERPRETATION DES MAUERWERKS
ALS LOGOVIELFACHES



RANGANA

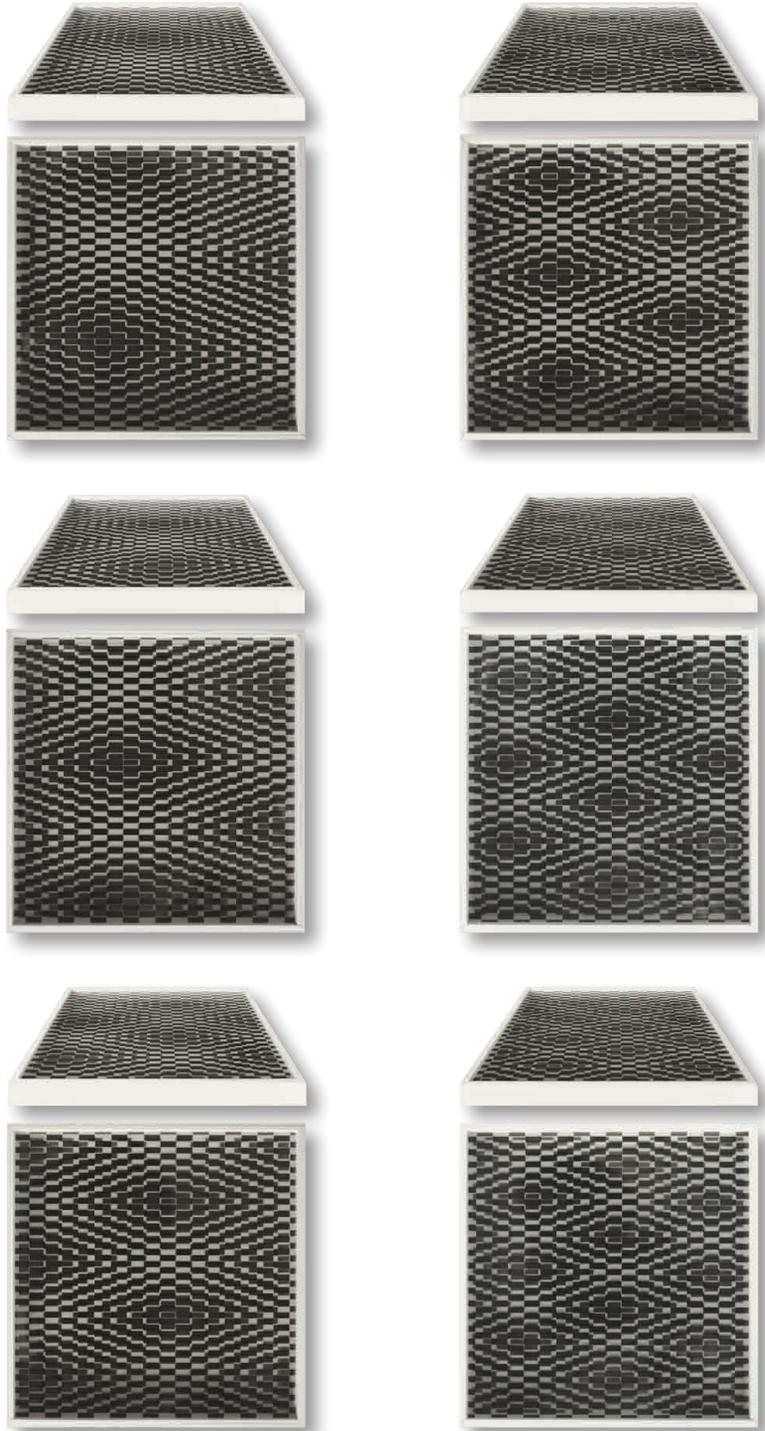


Abb.38:
Papierstudien zur
Fassadengestaltung.

97.5	90.0
95.0	85.0
92.5	80.0





geringfügiger Abänderung des Grössenverhältnisses entwickelt. Auf der gegenüberliegenden Seite finden sich diese Studien zur Darstellung der beeinflussten Veränderung, hervorgerufen durch die Grössenskalierung der rückwärtigen Ebene. Die drei Darstellungen der linken Spalte beschreiben dabei eine anteilige Verringerung auf 97.5, 95 und 92.5 Prozent der Ausgangsgrösse bzw. der vorderen Ebene. Die rechte Spalte 90, 85 und 80 Prozent davon. Durch den spielerischen Umgang mit dem Abstand der Ebenen zueinander, dem geometrischen Muster, sowie die Veränderung der Grössenverhältnisse, wird es möglich einen optischen Effekt hervorzurufen, welcher bereits im letzten Kapitel eingehend dargelegt wurde. Zusätzlich zum visuellen Eindruck den die Oberfläche durch ihre frontale Wahrnehmung erweckt, erfährt der Betrachter die erweiterte und vollständige Wirkung erst über seine eigene Bewegung entlang der Fassade (vgl. Igarashi 2009, S.13). Durch eine bewusste Positionsveränderung wird die Fassade vom Betrachter unterschiedlich wahrgenommen, beschreibt sie doch von jedem Punkt aus eine andere Impression ihrer selbst. Ausgehend von diesen beiden, im Abstand zueinander stehenden, parallelen Ebenen, können nun Rückschlüsse bzw. Vergleiche auf die bereits im Vorfeld behandelten Eigenschaften und Funktionen der Haut gezogen werden. In Anbetracht der Mehrschichtigkeit einer Oberfläche können einzelne Eigenschaften, wie etwa der Witterungs-, Sicht- und Sonnenschutz, als auch die Temperaturregulierung auf die Fassade übertragen werden. *"Eine Raumhülle, die in der Lage ist, diesen Anforderungen durch Verwandlung gerecht zu werden, indem sie den Grad von Einblick (Privatheit), die Menge der Sonne (Belichtung), die Möglichkeit die Luft zu riechen (Klima) etc. den Bedürfnissen anpassen kann [...]."* (Loebermann 1998, S.102)

Abb.39 li.o.:
Modellstudie zur
Volumenverteilung.

Abb.40 re.o.:
Modellstudie zur
Fassadengestaltung.

Die weiterführende Auseinandersetzung gilt der Übersetzung der behandelten theoretischen Überlegungen in architektonische Elemente, welche dann in die vorgeschlagene Grundrisslösung, sowie Aufbau, Schichtfolge und Materialisierung im Fassadenschnitt integriert werden.

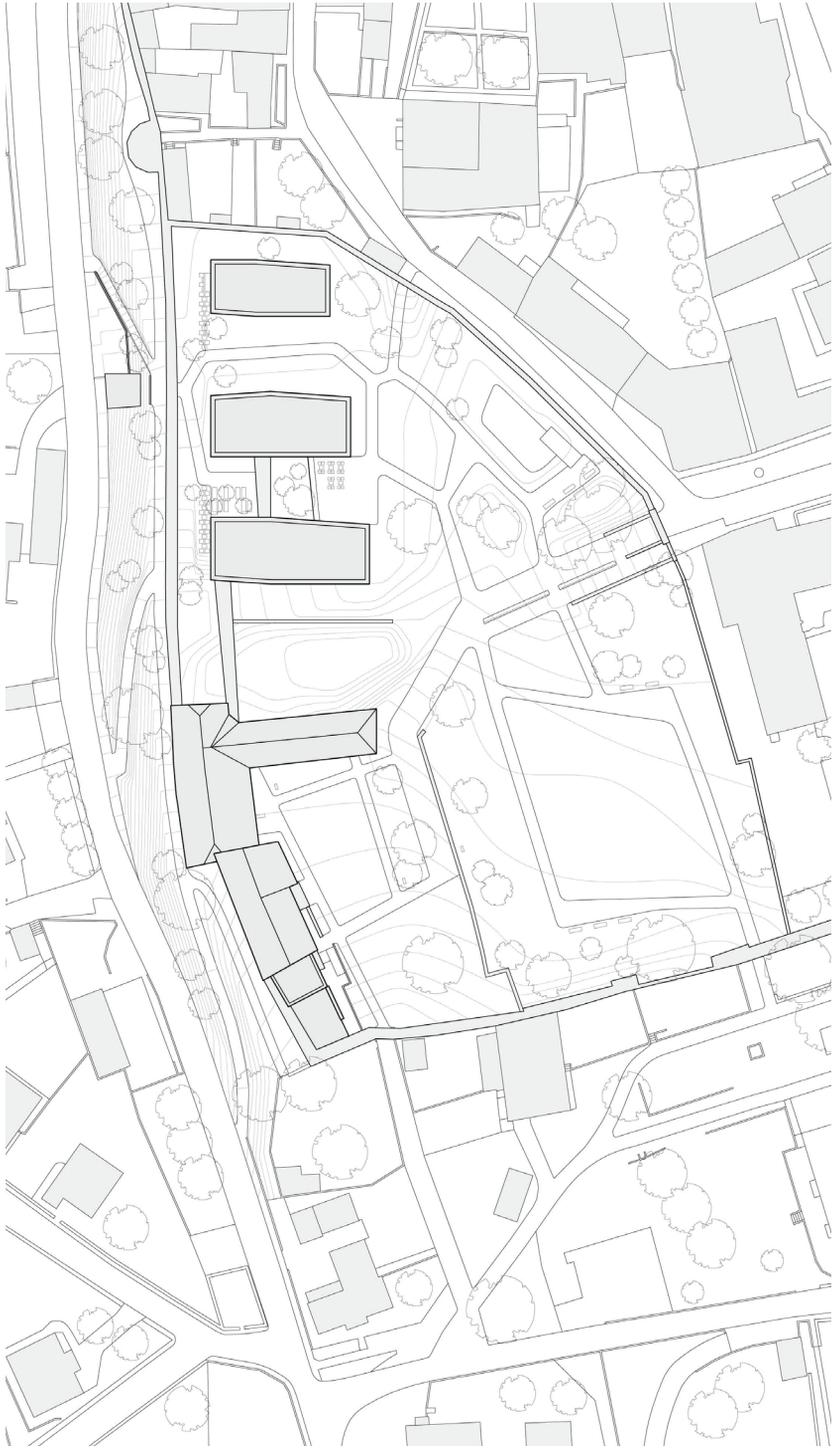


Abb.41:
Lageplan des
Schlossareals mit
Erweiterungen.



PLANLICHE DARSTELLUNG

Die vorgeschlagene Entwurfslösung wird nachstehend in ihren gestalterisch architektonischen und funktionellen Zusammenhängen beleuchtet. Aufeinanderfolgend werden die planlichen Darstellungen des östlichen Neubaues, sowie des westlichen Zu- und Umbaues behandelt, die Grundrisse dabei durch adäquate Beschreibungen ergänzt und im Anschluss durch Ansichten, Schnitte, Fassadenschnitt und Visualisierungen vervollständigt.

Das Erdgeschoss der östlichen Erweiterung, welches im Vorhinein als Präsentationsebene definiert wurde, umfasst im Wesentlichen drei voneinander abgerückte Baukörper. Die beiden grösseren Objekte sind dabei auf eine öffentliche Zugänglichkeit ausgelegt und definieren ihren Abstand durch den Lichthof, der dem Besucher Einblick in den Produktionsablauf im Untergeschoss ermöglicht. Zusätzlich dazu können durch die Fassade des östlichsten und kleinsten Baukörpers die Lagerarbeiten der Produktionsebene beobachtet werden. Ausgehend von der Lobby [e1] (s.d. S.76ff.) der Präsentationsebene besteht für den Besucher die Möglichkeit zwischen einem Ausstellungsrundgang, dem Shopbesuch oder der Nutzung des Ringana Cafe/Restaurants und dessen Freibereich zu wählen. Der Ausstellungsrundgang bildet dabei das Kernstück der Erweiterung und umfasst das Auditorium, die vier Bereiche der Ausstellung¹⁷, sowie den Kräuter/Duftgarten im Zwischenbereich der Erweiterung und der Stadtmauer. Der Rundgang wird dabei konstant durch interessante und differente Einblicke in den Produktionsablauf und die jeweiligen Herstellungsprozesse im Untergeschoss begleitet, welche durch den Lichthof ermöglicht werden. Die Ausstellung endet wiederum an ihrem Ausgangspunkt, dem Ringana Shop, wo es dem Besucher frei steht die kennengelernten Produkte zu testen bzw. zu erwerben. Die Einrichtung des Kundenservices des Unternehmens, sowie die Positionierung der Vertikalerschliessung ergibt sich aus der Überlegung eines firmenintern rationalen Kontextes und wird über die Verbindungsbrücke zwischen der östlichen Erweiterung und dem Altbestand des Schlosses beschrieben. Diese Erschliessung mündet im Arkadengang des Schlosses und stellt somit eine logische Verlängerung der bestehenden West/Ost Verbindung des Bestandes dar. Durch die Einführung einer weiteren Trennlinie im Altbestand wird es möglich, den Verwaltungsapparat des Unternehmens als funktionell eigenständigen Bereich anzusehen.

Die Produktionsebene im Untergeschoss der östlichen Erweiterung ist in ihrem gesamten Umfang der Herstellung und Lagerung sämtlicher Produkte des Unternehmenssortimentes gewidmet.

Anm.17:
Vergleiche dazu
nachfolgend: La Beauté -
Ausstellungsgestaltung.



Abb.42:
Lageplan mit
Kennzeichnung der
einzelnen Bereiche.

- 1 Veranstaltungsbereich oberer Schlosspark
- 2 Veranstaltungsbereich unterer Schlosspark
- 3 Burggraben mit Mauer
- 4 Schlosspark Biotop
- 5 Erweiterung Ost Teil 3
- 6 Erweiterung Ost Teil 2
- 7 Erweiterung Ost Teil 1
- 8 Ringana Versandrampe
- 9 Erweiterung West
- 10 Altbestand Schloss

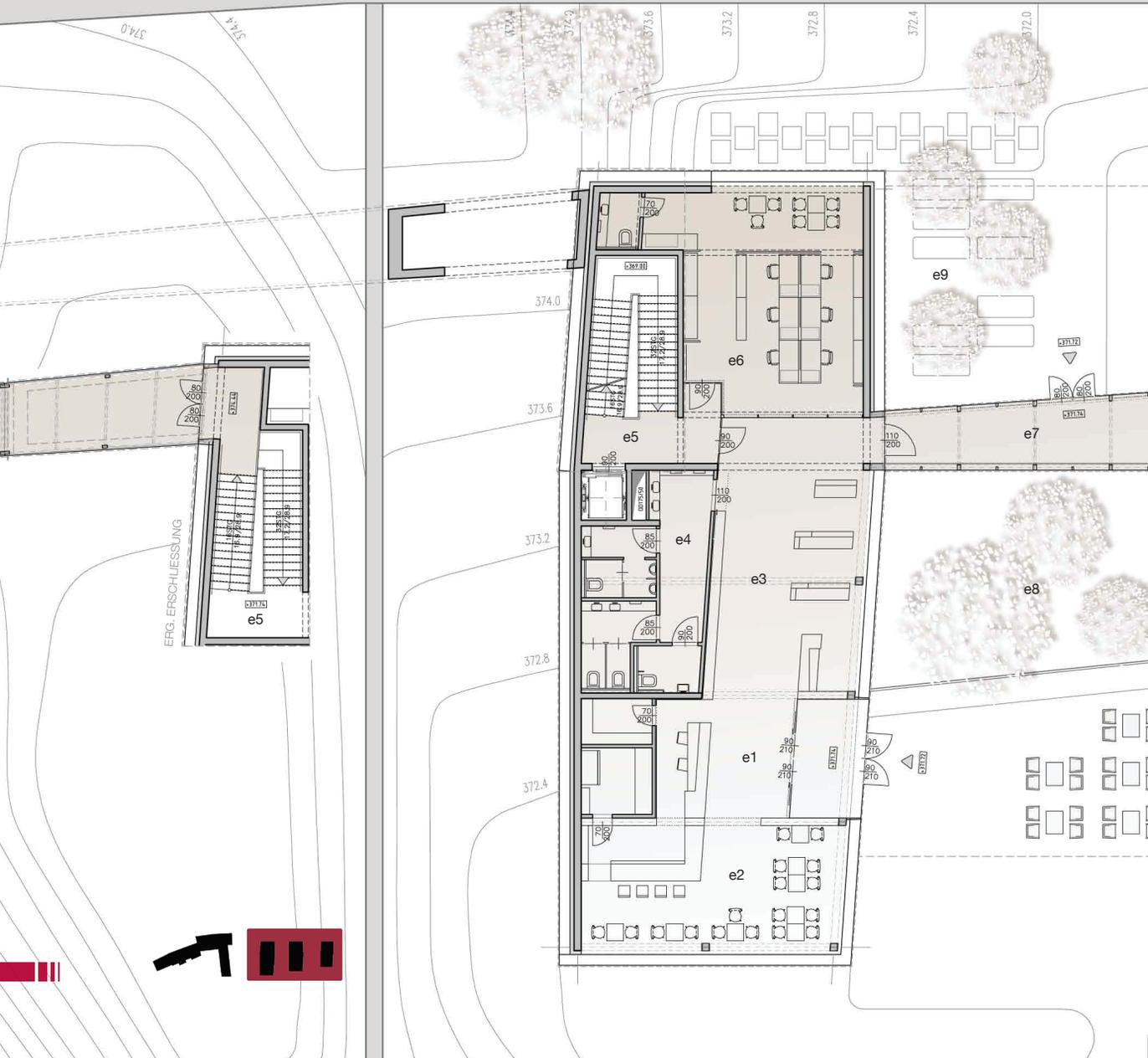
Auf Grund der Hygienebestimmungen ist der Zutritt nur dem Firmenpersonal gestattet, die Einsicht in wichtige Bereiche und die damit verknüpfte Verfolgung des Herstellungsprozesses aber auch für den Besucher von der Präsentationsebene aus möglich. Das zentrale Element stellt dabei wiederum der Lichthof [u12] dar, welcher neben der Einsicht vor allem die natürliche Belichtung der anschliessenden Arbeitsbereiche gewährleistet. Diese umfassen Bereiche der Forschung, der Produktion und Produktionsleitung, sowie Verpackung und Versand. Ausgehend von der vertikalen Verbindung über das Erdgeschoss, welche den Hauptzugang zur Produktionsebene bildet, werden vorrangig Personal- und Servicebereiche, wie Umkleiden, Sanitäranlagen oder Haustechnik erschlossen, in weiterer Folge dann die unterschiedlichen Arbeitsräumlichkeiten der Produktion. Im Gegensatz zu den Bereichen der Forschung, Versand und Lager, in welchen die allgemeinen Hygienebestimmungen ausreichen und somit direkt betreten werden können, ist die Produktion und die Produktionsleitung ausschliesslich über eine Hygieneschleuse erreichbar. Selbe Forderung obliegt den Rohstoffen, die über eine Rohstoffschleuse in die Produktion gelangen, dort verarbeitet werden und sie auf demselben Weg wieder verlassen. In diesem Zusammenhang definiert die Önorm die Ausführung der Zugänglichkeit zu Hygienebereichen anhand der Begriffe des Weissen, Grauen und Schwarzen Bereiches, welche sich an der Abfolge der Reinheitsgrade orientieren (vgl. Önorm ENV 1631 S.20-21). Gemäss dieser Vorschrift kann der Spinderraum [u6] als Schwarzer Bereich und somit allgemein zugänglich, die erweiterte Umkleide [u7] als Grauer Bereich beschrieben werden, welcher nur Mitarbeitern der Produktion zugänglich ist. Als Weisser Bereich wird der Vorraum der Produktion [u8] angesehen, welcher zweckgemäss durch Sanitär- und Desinfektionsanlagen ergänzt wird.

Die zugehörigen Lagerräumlichkeiten orientieren sich in Lage und Ausrichtung an den internen Funktionszusammenhängen und der Häufigkeit ihrer Frequentierung. Die Lager der Rohstoffe und Fertigprodukte werden dabei der Produktion zugewiesen, die der Kartontage und Gebinde ausschliesslich durch den Versand genutzt. Wie vorhergehend beschrieben kann der Besucher vom Schlosspark aus diese Lagerbereiche einsehen und somit den Produktweg in vollem Ausmass verfolgen. Die Zulieferung der Rohstoffe und Materialien, sowie der im allgemeinen tägliche Abtransport der versandfertigen Produkte, erfolgt über die Versandrampe [u16], welche als Nord/Süd Achse die Produktionsebene mit der Brühlgasse verbindet.

Erweiterung Ost
Grundriss EG
(Level -1)



- e1. Rezeption/Lobby
- e2. Cafe/Restaurant
- e3. Ringana Shop
- e4. Sanitäreanlagen
- e5. Erschliessung
- e6. Kundenservice
- e7. Verbindungsgang
- e8. Atrium/Lichthof
- e9. Kräutergarten
- e10. Ausstellung
- e11. Auditorium
- e12. Lager/Technik
- e13. Versandrampe
- e14. Luftraum Lager
- e15. Lager/Technik
- e16. Fluchtweg



Erweiterung Ost
Grundriss UG
(Level -2)



- | | | | |
|------|---------------------|------|----------------------|
| u1. | Erschliessung | u11. | Rohstoffschleusse |
| u2. | Haustechnik | u12. | Atrium/Lichthof |
| u3. | Lager/Technik | u13. | Verpackung/Versand |
| u4. | Büro Forschung | u14. | Mülllager |
| u5. | Sanitäreanlagen | u15. | Lager Rohstoffe |
| u6. | Spinderraum | u16. | Versandrampe |
| u7. | Umkleide Produktion | u17. | Lager Kartonage |
| u8. | Vorraum Produktion | u18. | Lager Gebinde |
| u9. | Produktion | u19. | Lager Fertigprodukte |
| u10. | Büro Produktion | u20. | Fluchtweg |



Die westliche Erweiterung umfasst den architektonischen Zubau an den Bestand, sowie die baulichen Veränderungen und Umstrukturierungen im/am Altbestand des Schlosses. Im Gegensatz zur östlichen Erweiterung, welche vom Schloss durch den ehemaligen Burggraben getrennt ist und deren einziger Erschliessungszusammenhang in der Verbindungsbrücke besteht, schliesst der westliche Zubau direkt an den Bestand an. Daraus ergeben sich direkte Verbindungsmöglichkeiten in jedem Geschoss, wobei sich die Durchbrüche an den historischen bzw. gegebenen Maueröffnungen orientieren. Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass sich alle Massnahmen dieser Erweiterung an der Forderung nach funktioneller Verbesserung der Nutzungsbedingungen innerhalb des Bestandes orientieren. In seiner Ausdehnung füllt der Zubau den Leerraum zwischen Schloss und Stadtmauer aus und wird an seiner offenen Seite durch die Flucht des Bestandes begrenzt. Diese Forderung der Auslobung bleibt jedoch unterschritten, um den sichtbaren Schlossmauerabbruch in seiner Wirkung weiterhin zu erhalten.

Erschlossen wird der Zubau über die Lobby [e1] (s.d. S.82ff.), welche eine barrierefreie Zugänglichkeit vom Schlosshof, als auch vom Abendrestaurant vorsieht. Die Einbindung von öffentlichen Sanitäranlagen in diese Ebene unterstützt eine Anbindung an Bereiche der Erweiterung. Einerseits kann dadurch das funktionelle System des Schlossareals erweitert werden, andererseits wird diese Lösung durch die effiziente Erreichbarkeit auch den Anforderungen der regelmässig abgehaltenen Veranstaltungen im Schlosspark und dem alltäglichen Betrieb des Schlossrestaurantes gerecht. Des Weiteren wird versucht Teile der, durch den Grabungsplan definierten, Turmfundamente und Mauerwerksreste in die Lobby miteinzubinden.

Anhand des Erdgeschossgrundrisses kann die Ausprägung der, in den Entwurfsstudien beschriebenen Wandscheibe, nachvollzogen werden, welche die Erschliessung von den Sanitär- und Servicebereichen trennt. Das Abendrestaurant im Bestand [e6] behält in vollem Umfang seine Funktion bei, die Nutzfläche wurde jedoch durch zweckmässige Umstrukturierungen erweitert. Zugehörige Lager- und Kühlräumlichkeiten [e3/e4] situieren sich im Zubau und sind über die Restaurantküche zu erreichen. In die Ausbildung des Gastraumes wurde nur geringfügig eingegriffen. Aufgrund der geforderten Neudefinition des Veranstaltungsbereiches¹⁸ im Schlosshof ergibt sich die Notwendigkeit der Zuordnung

Anm.18:
Vergleiche dazu
nachfolgend: Infra-
struktur Schlossareal.

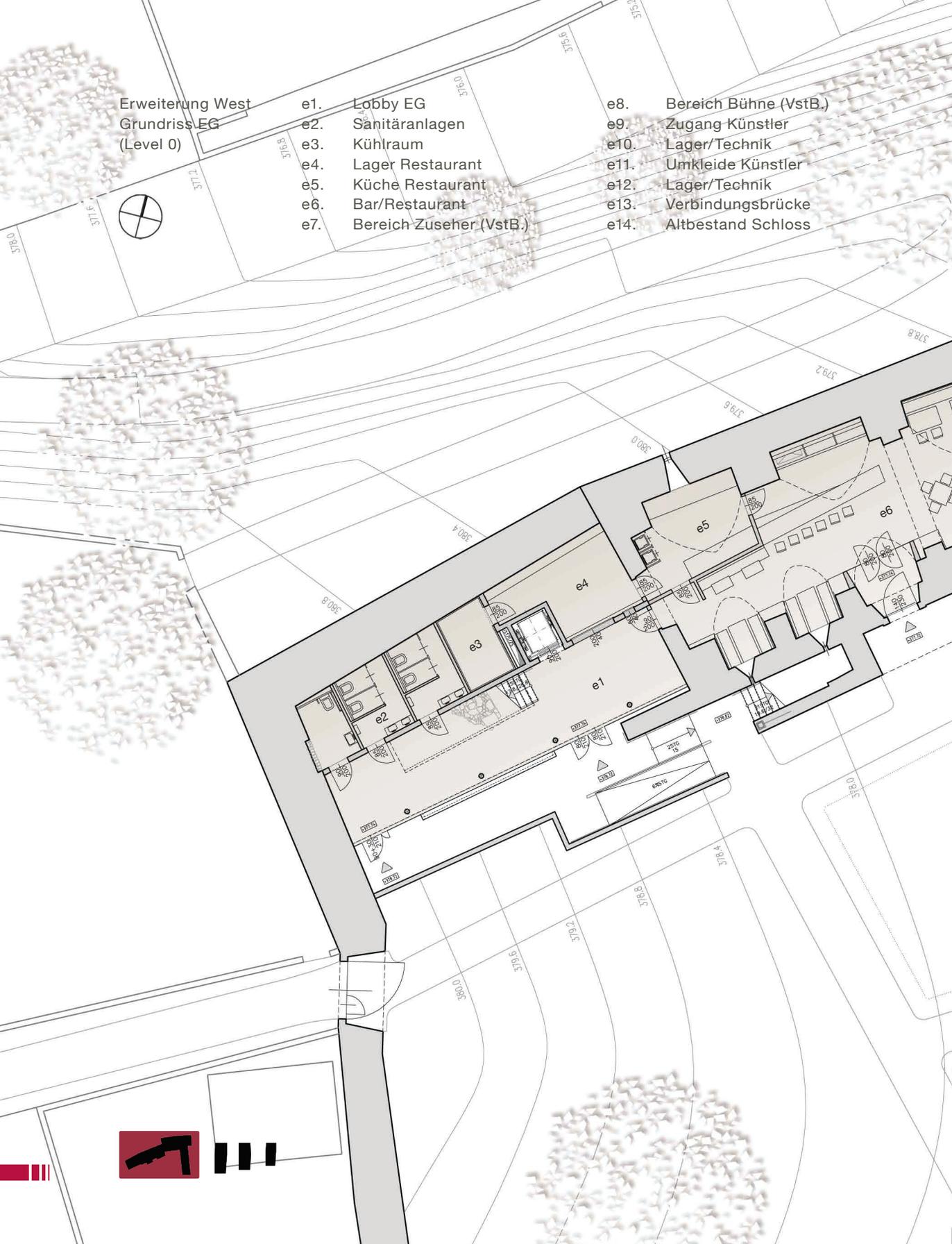
infrastrukturell geeigneter Räumlichkeiten. Diese werden durch die umgewidmeten Bereiche im Altbestand des Schlosses gebildet, sind über den Arkadengang zu erreichen und umfassen die Lagerräume [e10/e12] der mobilen Bühne, Bestuhlung und Technik, sowie die barrierefrei zugänglichen Künstlergarderoben [e11]. Wie bereits in Vorhinein erwähnt wird an dieser Stelle des Arkadenganges die Trennung zum Bereich des Unternehmens angesetzt. Dies garantiert eine jeweils vollständig unabhängige betriebliche Nutzung durch das Unternehmen Ringana und den Betreiber des Schlossrestaurants.

Der Rittersaal im ersten Obergeschoss ist der Abhaltung von öffentlichen und privaten Veranstaltungen gewidmet. Die hinzugefügten Bereiche dieser, sowie der darüberliegenden Ebene, beziehen sich daher auf dessen Nutzung. Bestehende Nebenräume werden vollständig entfernt und in die Erweiterung eingegliedert, um den Saal flächenmässig bestmöglich ausnutzen zu können. Neben Sanitäranlagen im westlichen Teil der Lobby werden Serviceeinrichtungen [o3/'o4] hinzugefügt, die im Veranstaltungsfall einen reibungslosen Ablauf ermöglichen sollen. Der Saal kann nach wie vor über die Aussentreppe erschlossen werden, welche jedoch im Zuge der Erweiterung durch Lift und Treppe im Zubau ergänzt wird und folglich auch den barrierefreien Zugang ermöglicht. Im Rahmen der Positionierung der Bühne werden durch die Erweiterung Teile des Altbestandes neu definiert. Hierbei handelt es sich, wie auch im Erdgeschoss, um Umkleiden für Künstler, sowie Technik- und Lagerräume, welche sich im Altbestand östlich des Rittersaales situieren. Auch in diesem Geschoss wird eine nutzungsbedingte Trennung innerhalb des Arkadenganges eingeführt, um eine jeweils eigenständige Funktion der beiden Trakte zu ermöglichen.

Hinsichtlich der Höhenentwicklung bildet das zweite Obergeschoss den Abschluss der Erweiterung und vertikalen Erschliessung. Dabei bindet diese Ebene eine, bis an die Stadtmauer heranreichende, Dachterrasse [o2] mit ein und ermöglicht weiters den Zugang zur Galerie [o4] des Rittersaales im Altbestand des Schlosses. Unter Berücksichtigung der Positionierung innerhalb der einfassenden Stadtmauer/Schloss Dualität und der dadurch beschränkten Belichtungsmöglichkeit der Geschosse, wird vorgeschlagen, die Südseite des Zubaues als Glasfassade auszuführen, welcher bereichsweise eine Messingfront vorgesetzt wird. Um einen architektonischen Kontext zwischen den beiden Erweiterungen herzustellen soll dabei auf das selbe gestalterische Grundsymbol zurückgegriffen werden, derer sich der östliche Neubau bedient, um die Metallfront zu perforieren.

Erweiterung West
Grundriss EG
(Level 0)

- | | | | |
|-----|-------------------------|------|-----------------------|
| e1. | Lobby EG | e8. | Bereich Bühne (VstB.) |
| e2. | Sanitäranlagen | e9. | Zugang Künstler |
| e3. | Kühlraum | e10. | Lager/Technik |
| e4. | Lager Restaurant | e11. | Umkleide Künstler |
| e5. | Küche Restaurant | e12. | Lager/Technik |
| e6. | Bar/Restaurant | e13. | Verbindungsbrücke |
| e7. | Bereich Zuseher (VstB.) | e14. | Altbestand Schloss |

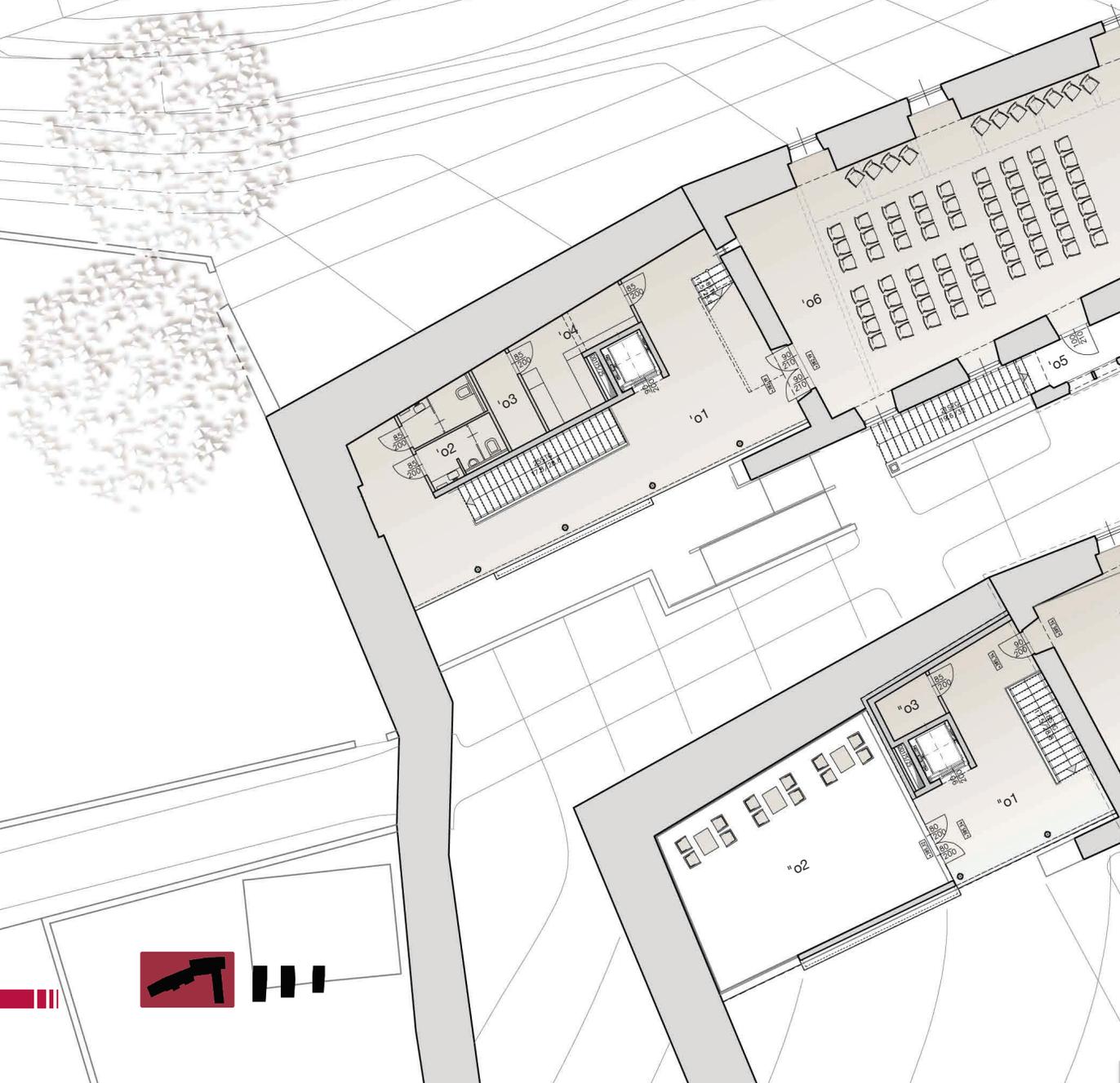


Erweiterung West
Grundriss OG 1/2
(Level +1/+2)



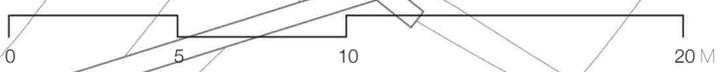
- 'o1. Lobby OG 1
- 'o2. Sanitäranlagen
- 'o3. Lager Catering
- 'o4. Küche Catering
- 'o5. Aussenzugang RS.
- 'o6. Rittersaal
- 'o7. Zugang Künstler
- 'o8. Lager/Technik
- 'o9. Umkleide Künstler
- 'o10. Lager/Technik
- 'o11. Altbestand Schloss

- "o1. Lobby OG 2
- "o2. Terrasse
- "o3. Lager/Technik
- "o4. Galerie Rittersaal
- "o5. Luftraum Rittersaal





ERG. OBERGESCHOSS 2



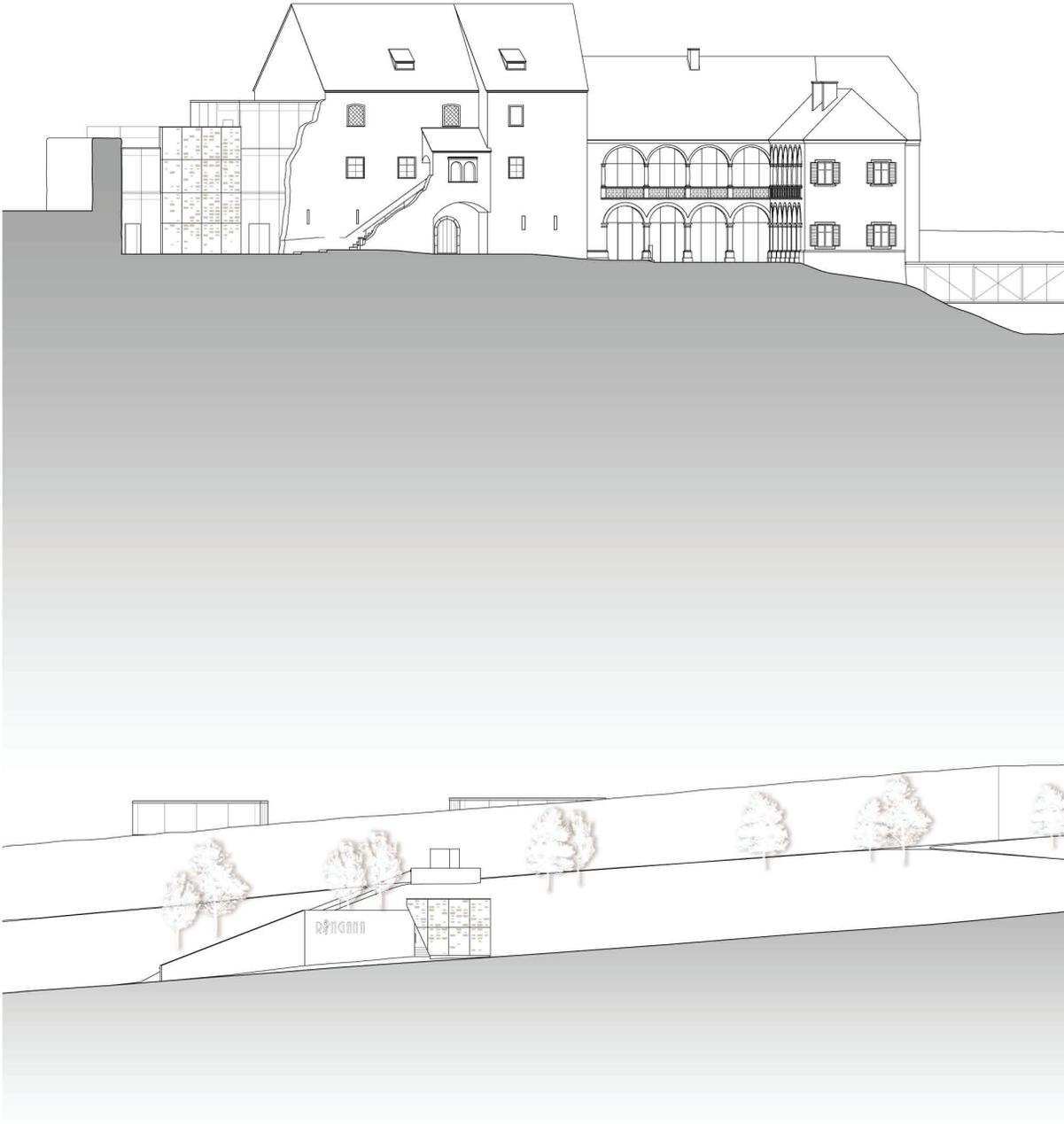


Abb.47 o.:
Südansicht S
(Ansicht Schlosspark)

Abb.48 u.:
Nordansicht N
(Ansicht Brühlgasse)

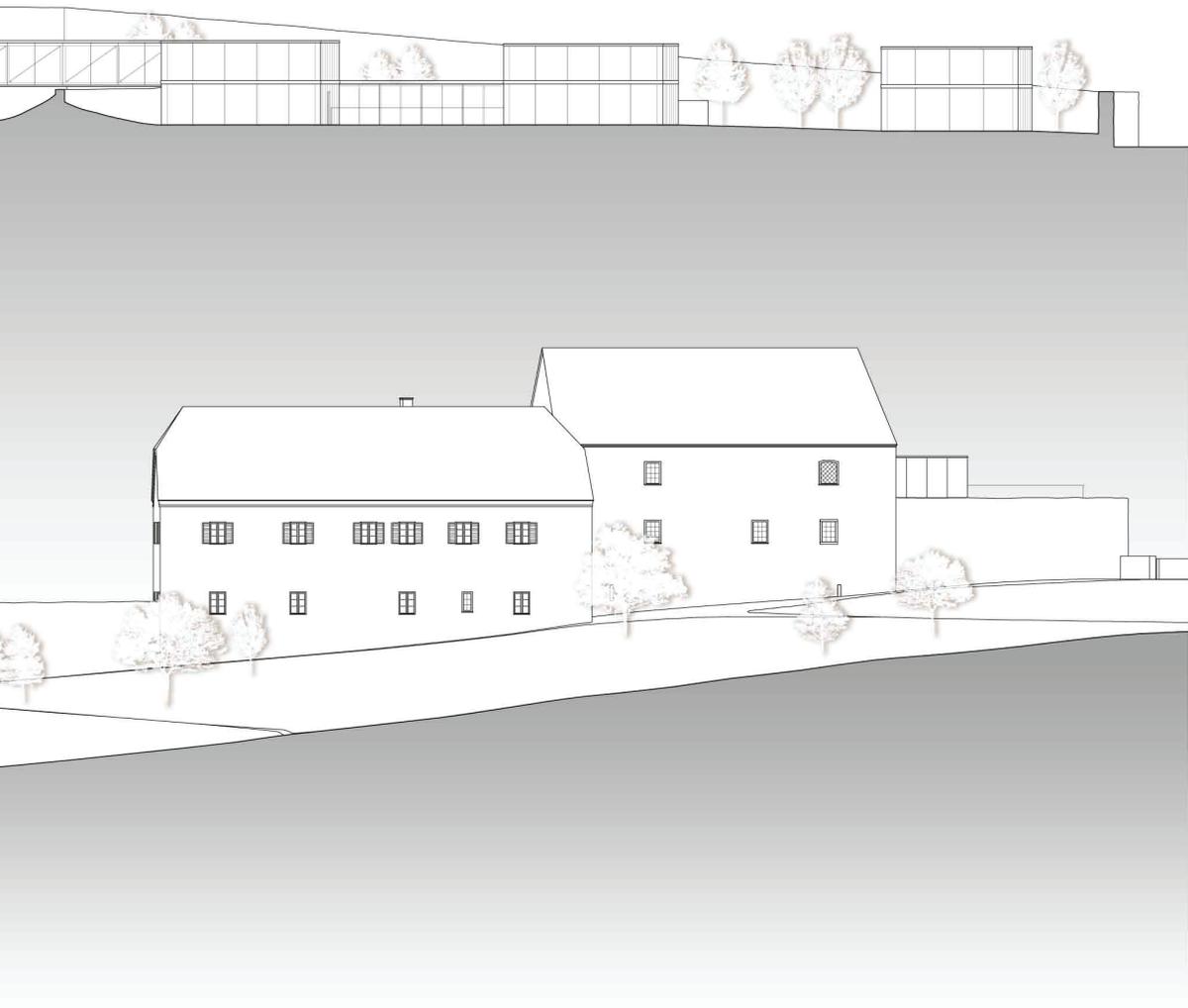


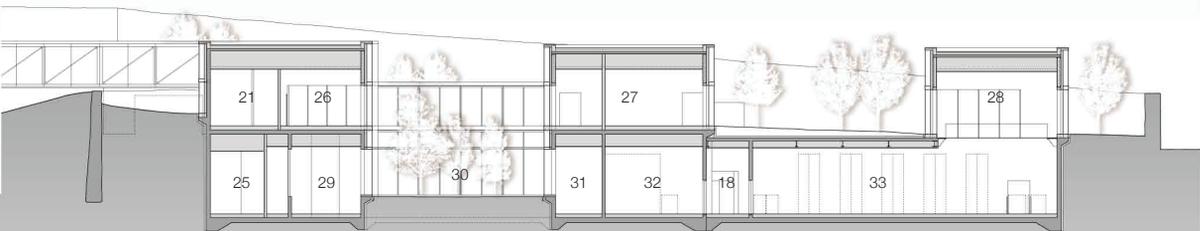
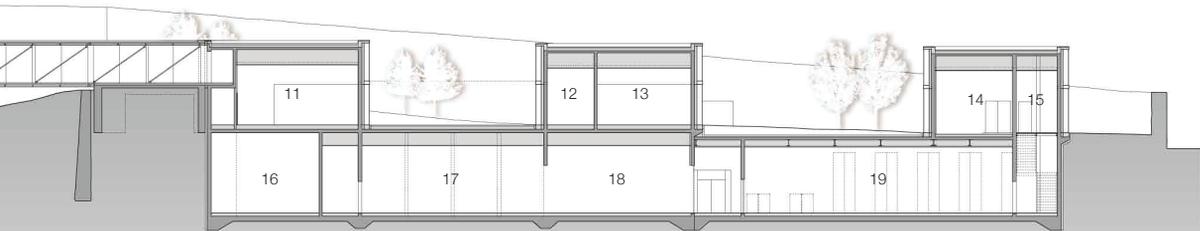


Abb.49 o.:
Längsschnitt A

Abb.50 li.u.:
Querschnitt B

Abb.51 re.u.:
Längsschnitt C

- | | | | | | |
|----|----------------------|----|--------------------|----|----------------------|
| 1 | Lobby Erdgeschoss | 12 | Lager/Technik | 23 | Umkleide Produktion |
| 2 | Lobby 1.Obergeschoss | 13 | Auditorium | 24 | Spinderraum |
| 3 | Lobby 2.Obergeschoss | 14 | Lager/Technik | 25 | Sanitäranlagen Ug |
| 4 | Dachterrasse | 15 | Fluchtweg | 26 | Ringana Shop |
| 5 | Restaurant Schloss | 16 | Haustechnik | 27 | Ausstellung |
| 6 | Rittersaal Schloss | 17 | Verpackung/Versand | 28 | Luftraum Lager |
| 7 | Galerie Rittersaal | 18 | Versandrampe | 29 | Büro Forschung |
| 8 | Arkadengang Eg | 19 | Lager Kartonage | 30 | Lichthof/Atrium |
| 9 | Arkadengang Og | 20 | Rezeption/Lobby | 31 | Büro Produktion |
| 10 | Verbindungsbrücke | 21 | Sanitäranlagen Eg | 32 | Lager Rohstoffe |
| 11 | Kundenservice | 22 | Erschliessung | 33 | Lager Fertigprodukte |

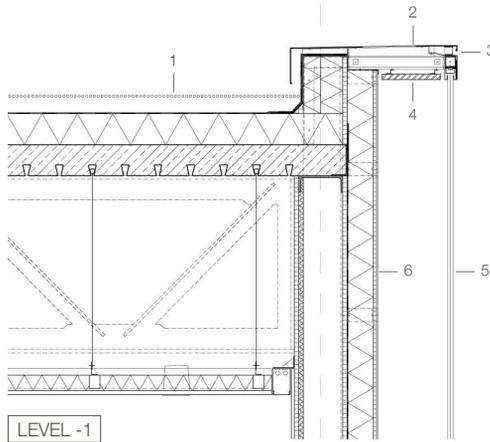


0 5 10 25 M



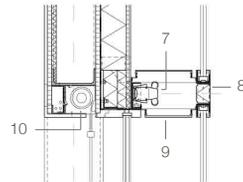
Vertikalschnitt Fassade:

- | | |
|---|--|
| <p>1 Deckenaufbau Flachdach:
Kiesschüttung 80 mm
Bitumenabdichtungsbahn 2 lagig
Wärmedämmung 140 mm,
im 2% Entwässerungsgefälle
Dampfsperre (i.A. dampfdicht)
Stahlbetonverbunddecke 140 mm,
Montana Profil 600/51
Fachwerkträger 800 mm,
Abgehängte Decke ges. 1000 mm,
Installationsraum Klima/Technik,
Akustikdämmung 70 mm,
Gipskarton Kauf Cleaneo 19 mm</p> <p>2 Metallblech Attikaabdeckung,
Aluminium schwarz eloxiert</p> <p>3 Obere Lüftungsöffnung
der hinterlüfteten Fassade,
Insektenschutzgitter</p> <p>4 Obere Abdeckung der Lüftungsebene,
Verbundplatte mit Metallobersicht,
z.B. Aluminium poliert,
in Ständerkonstruktion eingehängt</p> <p>5 Äusserer Transparenzlayer VSG,
laminiertes Verbundsicherheitsglas,
bedruckte Folie, 2x12 mm</p> <p>6 Aufbau Wand Erdgeschoss:
Innerer Transparenzlayer,
Acrylglas mit bedruckter Folie
auf Verbundplatte 8 +12 mm
Wärmedämmung 120 mm
Dampfsperre (i.A. dampfdicht)
Wandaufbau Stahlkonstruktion,
200 mm zwischen 2x20 mm
Verbundwerkstoffplatten,
im Anschlusspunkt Vertikalstütze
HEB 240 (siehe Grundriss)
(In anderen Bereichen durch STB
Wand 240 mm ersetzt)
Gipskarton Knauf Cleaneo 19 mm</p> <p>7 Lichtleiste (feuchteresistent),
Leuchtstoffröhre 2 fach</p> <p>8 Abdeckung Lichtleiste,
Aluminium schwarz eloxiert,
Technikzugriff Leuchtmittel</p> <p>9 Abdeckung Lichtleiste in HLF,
Acrylglas matt semitransparent</p> <p>10 Rollscreen eingel. 140/130 mm,
textiler Sonnenschutz, lichtgesteuert,
Führungsschiene an Vertikalstütze</p> | <p>11 Innerer Transparenzlayer,
Wärmeschutzverglasung Innen,
Float 8 mm + SZR 12 mm +
lam. Verbundsicherheitsglas 13 mm,
innenliegend bedruckte Folie</p> <p>12 Deckenaufbau Präsentationsebene:
Stabparkett 8 mm
Zementestrich 60 mm
Pe Folie (Gleitlage)
Klimadecke Joco 30 mm
Pe Folie (Gleitlage)
Mineralfaserplatte TDP 20 mm
Hohlraumträgerplatte 22 mm
Hohlraum und Ständerebene,
160 mm mit Dämmung 50 mm
Stahlbetondecke 240 mm
Abgehängte Decke ges. 450 mm,
Installationsraum Klima/Technik,
Akustikdämmung 50 mm,
Gipskarton Knauf Hygena 19 mm</p> <p>13 Auslasskasten Zuluft/Klima,
eingelassen in Fussboden</p> <p>14 Untere Abdeckung der Lüftungsebene,
Verbundplatte mit Metallobersicht,
z.B. Aluminium poliert,
in Ständerkonstruktion eingehängt</p> <p>15 Untere Lüftungsöffnung
der hinterlüfteten Fassade,
Insektenschutzgitter</p> <p>16 Fassadenentwässerung auf
Konsole, verdeckte Rigolleiste in
Dämmung 120x110 + 90x110 mm</p> <p>17 Deckenaufbau Produktionsebene:
Industrieboden Olminar OM8 8 mm
Zementestrich 85 mm
Pe Folie (Gleitlage)
Mineralfaserplatte TDP 20 mm
Pe Folie (Gleitlage)
Foamglasdämmung 100 mm,
belastungsres. statisch/dynamisch
Bitumenabdichtungsbahn
Stahlbetondecke 320 mm</p> <p>18 Wandaufbau Produktionsebene:
Fliesen im Mörtelbett 18 mm,
(bzw. Hygieneanstrich auf Putzlage)
Stahlbetonwand 260 mm
Bitumenabdichtungsbahn
Wärmedämmung XPS 120 mm
Noppenschutzbahn</p> |
|---|--|



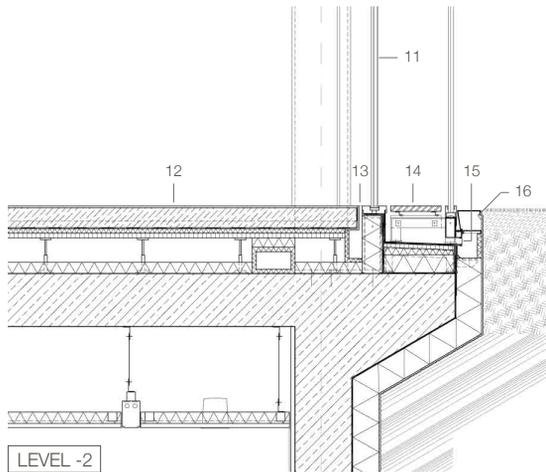
LEVEL -1

AT UK
 EL +377.14
 Δ +/- 0.00 EG ALTBAU
 Δ EL WULSTGESIMS



FW UK
 EL +375.73

ST UK
 EL +374.34

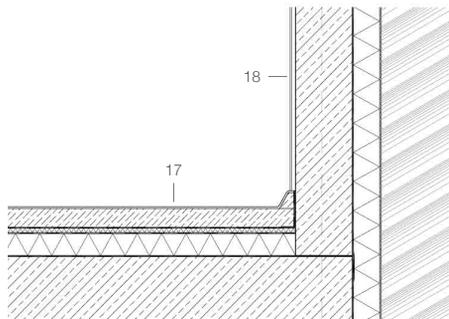


LEVEL -2

PRÄSENTATIONS
 EBENE LEVEL -1

F FBOK EG
 EL +371.74
 Δ EL ÖFF. ZUGANG

PRODUKTIONS
 EBENE LEVEL -2



F FBOK UG
 EL +366.24
 Δ EL VERSANDRAMPE

Abb.52:
 Fassadenschnitt zur
 Erweiterung Ost.
 (z.B. in den Bereichen
 Auditorium, Cafe/Bar
 oder Ausstellung.)

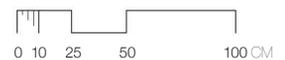
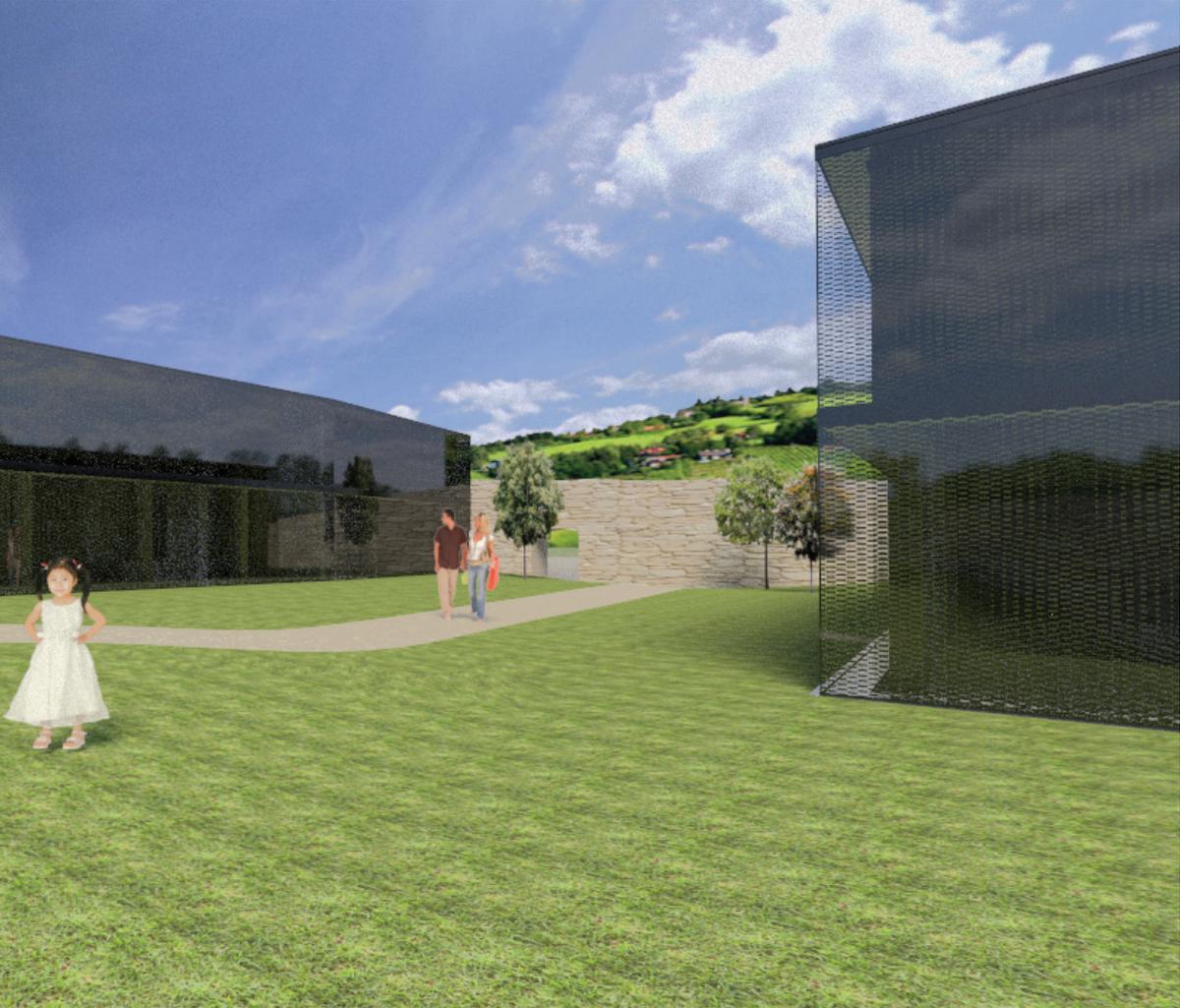




Abb.53:
Ansicht des unteren
Schlossparkes mit der
Erweiterung Ost.





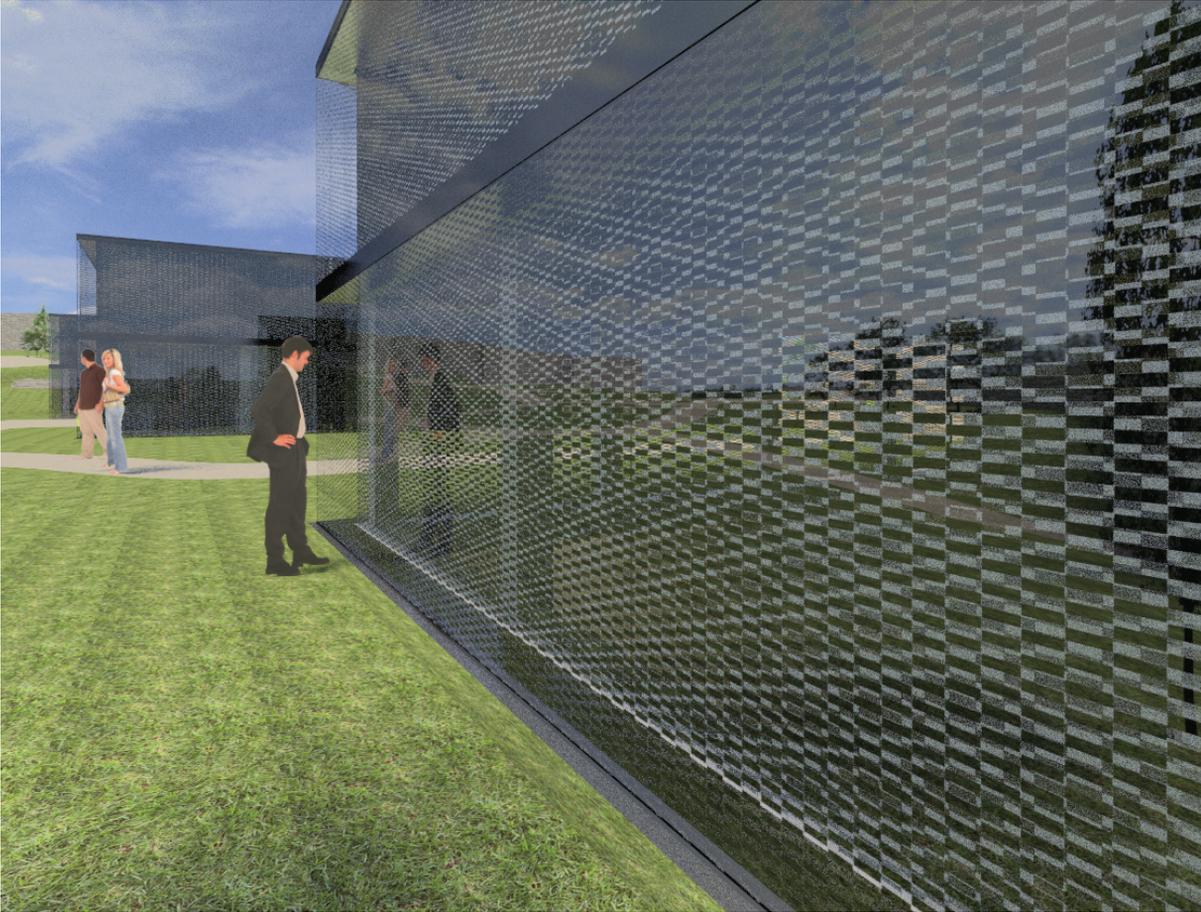


Abb.54 li.:
Über die Fassade
kann Einblick in die
Lagerräumlichkeiten
genommen werden.

Abb.55 re.:
Das Atrium ermöglicht
u.a. Einsicht in den
Bereich der Produktion.



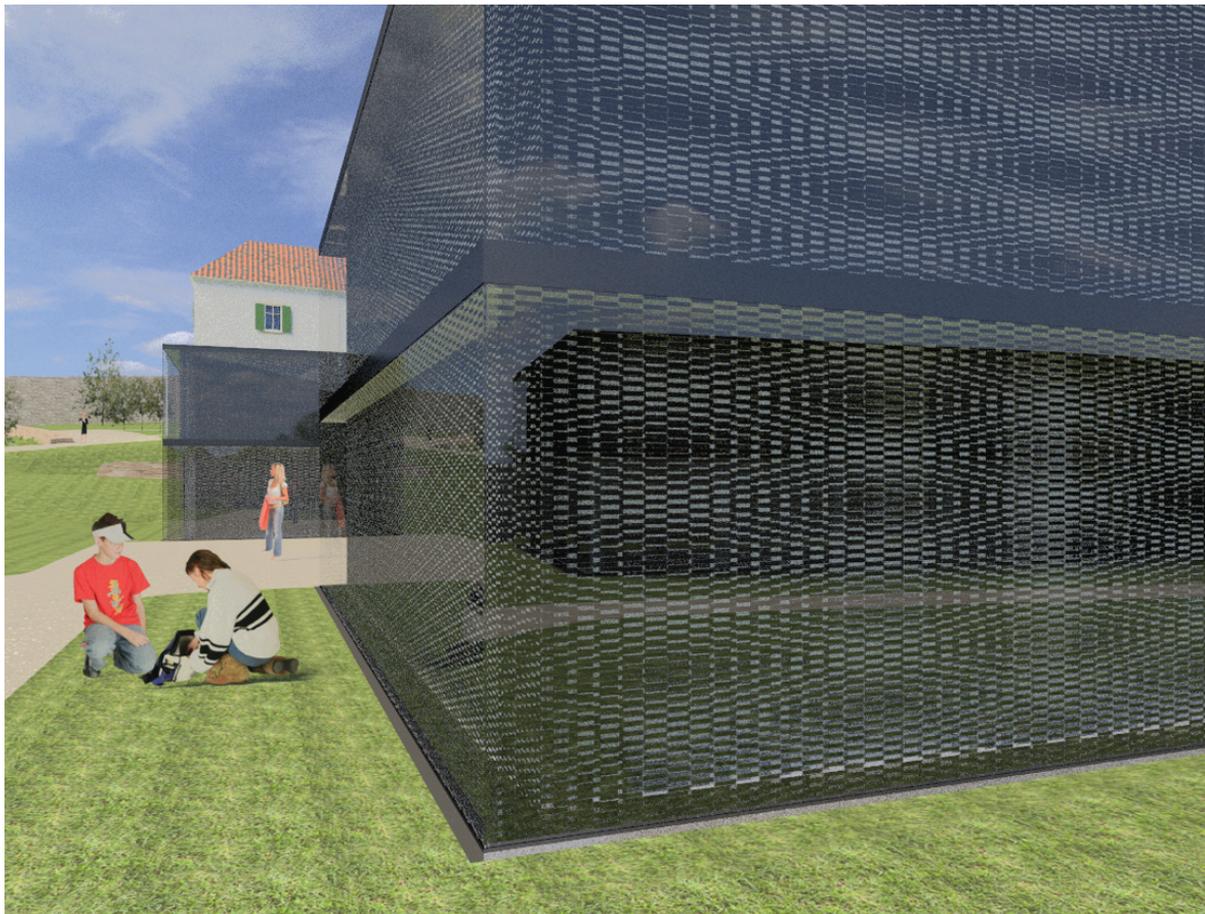


Abb.56 li.:
Je nach Position des
Betrachters verändert
sich die Erscheinung der
Fassade.

Abb.57 re.:
Das Auditorium bildet
den Ausgangspunkt des
Ausstellungsrundganges.

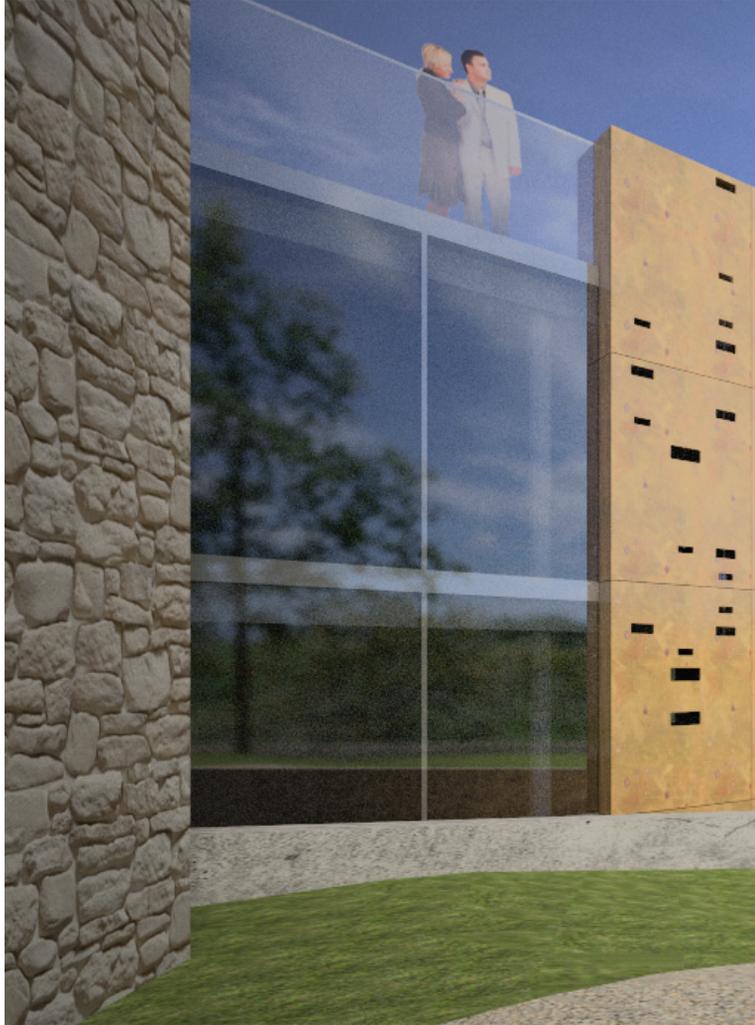




Abb.58:
Ansicht des Arkadenhofes und der westlichen Erweiterung mit vorgesetzter Metallfront.



Abb.59:
Blick vom Zugang
Klostergasse über den
oberen Schlosshof mit
der Erweiterung West.





INFRASTRUKTUR SCHLOSSAREAL

Die folgende Beschreibung widmet sich der Neugestaltung der Parkanlage und der Definition ihrer Bereiche. Fokussiert wird dabei vor allem die Positionierung von Veranstaltungsorten, welche sich auf Grund ihrer unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten auf zwei Bereiche beziehen. Der Veranstaltungsbereich im oberen Schlosspark [A] orientiert sich nach dem Arkadenhof des Osttraktes und umfasst den Publikumsbereich [A1], einen Platz für die mobile Bühne [A2], sowie den Bereich der Technik- und Schankanlage [A3]. Die Unterteilung in die genannten Zonen erscheint als vorteilhaft, da das Wegesystem im Schlosshof auch im Veranstaltungsfall seine Nutzung in vollem Umfang beibehält. Dieser Bereich soll hauptsächlich der Abhaltung kleinerer Veranstaltungsreihen, wie etwa Kabarett, Tanz, Streich- und Kammermusik zur Verfügung stehen, da diese vorwiegend Sitzmöblierung verlangen. Die Definition eines weiteren Veranstaltungsbereiches im unteren Schlosspark [B] ermöglicht zusätzlich die Abhaltung von Events in grösserem Umfang und gesteigerter Besucherquote. Auch hier wird wiederum zwischen Zonen für die Technik- bzw. Schankanlage [B1] und dem Event- bzw. Freibereich [B2] unterschieden. Für den täglichen Parkbetrieb und auch Veranstaltungsfall stehen öffentliche Sanitäreanlagen im westlichen Zubau zur Verfügung. Räumlichkeiten für die Unterbringung der Möblierung und der mobilen Bühne sind im Erdgeschoss des Bestandes vorgesehen. Die Mitbenutzung des derzeit durch das Unternehmen Ringana angemieteten Traktes entfällt damit gänzlich.

Die im Schlosshof und im unteren westlichen Schlosspark verteilten Infrastrukturpunkte [i] orientieren sich nach der Nutzung der einzelnen Bereiche und beinhalten die Anschlüsse für Strom, sowie Zu- und Abwasser. Zweckgemäss wird somit den Veranstaltungsbereichen im oberen und unteren Schlosspark jeweils ein solcher Punkt hinzugefügt um den Betrieb einer Licht- und Bühnentechnik bzw. einer Schankanlage zu gewährleisten. Zusätzlich ergibt sich durch die Forderung nach einer mobilen Bühne die Notwendigkeit der Errichtung eines weiteren Anschlusspunktes im Bereich des Arkadenhofes.

Für das neue Parkbiotop [C] wird der Platz des ehemaligen Löschteiches vorgeschlagen. Dieser befindet sich auf dem Plateau zwischen dem Zugang Rinnengasse und der Zufahrt Herrengasse im südöstlichen Bereich des Schlossparkes. Diese Lage wird deshalb als wertvoll erachtet, als dass sich von ihr aus ein vorteilhafter Überblick über das gesamte Schlossareal ergibt, welcher das Ensemble der Gebäude, als auch den unteren westlichen Schlosspark miteinbezieht.



Das Wegenetz innerhalb des Areals wird geringfügigen Änderungen unterworfen, wobei der logistische Ablauf und die vorhandenen Mauerdurchbrüche in ihrer Funktion bestehen bleiben. Die nötigen Veränderungen resultieren vor allem aus der Positionierung des Neubaus im östlichen Schlosspark, sowie der Forderung nach einer Neudefinition der Mündung der Zufahrtsstrasse. Letztere wird sich, auf Grund der Notwendigkeit der Belieferung des Abendrestaurants, weiterhin bis zum Arkadenhof erstrecken, ihr Verlauf sich jedoch an der ehemaligen Burggrabenmauer orientieren. Zusätzlich bietet die Aufteilung des Neubauvolumens die Möglichkeit der Definition eines Kräuter- und Duftgartens [D], welcher als erweiterter Ausstellungsbereich der Firma Ringana genutzt werden kann und dem Image des Naturkosmetikerherstellers unterstützend zu Gute kommt. Dieser Bereich kann als weitere Aufwertung für den frei zugänglichen Schlosspark bzw. als Ergänzung des Gesamtensembles gesehen werden und wird der Öffentlichkeit auch ausserhalb der Geschäftszeiten zur Verfügung stehen.

Abb.60:
Lageplan des Schloss-
areals mit Definition
der einzelnen Bereiche:

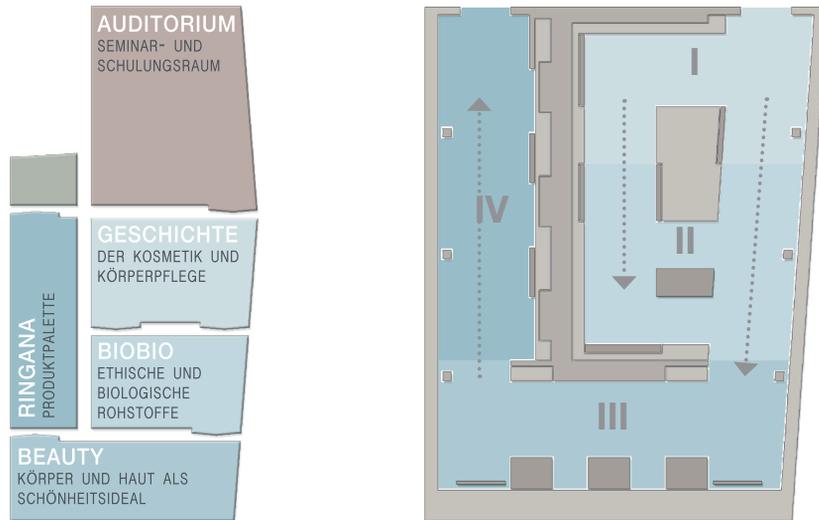
- A Veranstaltungsbereich
oberer Schlosspark
- A1 Zuseherbereich
- A2 Mobile Bühne
- A3 Technik / Schank
- B Veranstaltungsbereich
unterer Schlosspark
- B1 Technik / Schank
- B2 Freibereich
- C Parkbiotop
- D Kräuter- / Duftgarten
- i Infrastrukturpunkt



LA BEAUTÉ. AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

Die Ausstellungsräumlichkeiten der Firma Ringana situieren sich im mittleren Teil des Neubaus und umfassen neben dem Ausstellungsbereich selbst, auch das Auditorium und den Kräuter- und Duftgarten. Ausgehend vom Auditorium wird ein Rundgang durch vier, mit thematischen Schwerpunkten belegten, Bereiche vorgeschlagen. Das zentrale Thema des Rundganges beschreibt der Begriff ‚La Beauté‘ unter dem sich die Produktlinien des Unternehmens, gesundheitsfördernde Nahrungsergänzungsmittel und unter biologischen Kriterien erzeugte Frischekosmetik, vereinen. Ziel der Ausstellung ist die umfassende Vermittlung von Hintergrundinformationen zur Geschichte der Haut- und Körperpflege, sowie der Herstellung der Produkte unter ethischen und biologischen Standards. Mitunter erfolgt eine eingehende Auseinandersetzung mit dem Thema der Schönheit und Gesundheit. *„Schönheit und Gesundheit sind die beiden zentralen Ziele, die sich mit der Pflege unseres Körpers verbinden. Wie unsere Vorstellung davon, was den Körper gefährdet und was ihm wohltut, sich - in der Reaktion auf die realen Begebenheiten der Außenwelt - neu orientieren, so verändern sich auch die jeweiligen Orte, Techniken und Maßnahmen, um Gesundheit und Schönheit zu erreichen.“* (Stolz 2003, S.37)

Des Weiteren wird ein Einblick in die aktuelle Produktpalette des Unternehmens geboten. Die Ausstellung soll als geführter Rundgang erfolgen in dem die Wissensvermittlung, je nach Bereich, unterschiedliche Sinne ansprechen soll und mit Hilfe verschiedenster Medien unterstützt wird. Den Kernbereich des östlichen Neubaus bildet das, durch die Auslobung geforderte, ‚Gläserne Labor‘ des Unternehmens. Im Grunde versteht sich darunter die, unter dem Begriff Transparenz zusammenfließende, Vorstellung des Einblickes in den Produktionsablauf. Die beiden an das Atrium angrenzenden Bereiche der Ausstellung [III u. IV] kommen dieser Forderung entgegen und eröffnen dem Besucher die Einsicht in die Bereiche der Produktion, Forschung und des Versandes. Neben dem ‚Gläsernen Labor‘, welches sich im Untergeschoss der Erweiterung befindet, soll auch die Ausstellung mit der Forderung belegt werden, gezielte Neukundenwerbung zu Gunsten des Unternehmens zu betreiben, sowie die Bekanntheit des regionalen Standortes zu verstärken. Der an den Besucher oder die Besuchergruppe herangetragene Informationsumfang zielt darauf ab, einen bewussten Umgang mit den Themen der Kosmetik, Nahrungsergänzung und in Folge auch der Gesundheit jedes Einzelnen zu vermitteln. Im Folgenden wird



der thematische Inhalt der einzelnen Ausstellungsräume besprochen. Das Auditorium als zentraler Ausgangspunkt des Rundganges wird als multifunktionaler Raum gestaltet, der unterschiedliche Möglichkeiten zur Präsentation des Unternehmens bietet. Einerseits kann er als Seminar- und Schulungsraum, andererseits auch für Veranstaltungen im Zusammenhang mit der Herstellung von Kosmetik (Besucherlabor), sowie Themen der Gesundheitsförderung genutzt werden. Im Rahmen der Ausstellung bietet er die Möglichkeit einer kurzen medialen Vorstellung des Unternehmens und eines ‚Previews‘ der Ausstellungsbereiche. Darauf folgend gibt der erste Bereich [I] Einblick in die chronologische Entwicklung der Körperpflege und Kosmetikprodukte im Zusammenhang mit den historischen, als auch gängigen Hygienevorstellungen. Unter anderem erfuhren die ursprünglich selbst hergestellten Präparate zur Haut- und Körperpflege im Hinblick auf den gesteigerten Wert, den der Körper als Dekorationsfläche im 17. und 18. Jahrhundert einnahm, einen enormen Aufschwung, was zu einer zunehmenden Nachfrage nach vorgefertigten käuflichen Pflegeprodukten und Kosmetik führte (vgl. Stolz 2003, S.36). Diese Entwicklung von Körperpflegeprodukten und ihrer damit einhergehenden Vermarktung kann, vor dem Hintergrund eines immerwährenden Verlangens nach Schönheit und Jugend, exemplarisch anhand einer Gegeüberstellung von Werbeplakaten und Anzeigen unterschiedlicher Entwicklungsepochen visualisiert und thematisiert werden. Der zweite Bereich [II] widmet sich der Produktherstellung und Verwendung von Rohstoffen unter

Abb.61 li.:
Einteilung der Bereiche
des Ausstellungsbauwerks.

Abb.62 re.:
Thematische
Organisation des
Ausstellungsrundganges.

- I. GESCHICHTE
der Kosmetik und
Körperpflege
- II. BioBio
Ethische und
biologische Rohstoffe
- III. BEAUTY
Körper und Haut als
Schönheitsideal
- IV. RINGANA
Produktpalette

biologischen und ethnischen Gesichtspunkten. Im Kontext mit dem Unternehmensleitbild und der Firmenphilosophie erfolgt die nachvollziehbare Darstellung des Weges der, in den Ringana Produkten enthaltenen, Rohstoffe. Dabei wird deren Ursprung, Aufbereitung und Verarbeitung, bis hin zum fertigen Produkt beleuchtet. „Die Natur liefert alle Zutaten für die Frischekosmetik. Rezepturen mit wissenschaftlichem Anspruch verfälschen sie nicht. Man braucht die richtige Extraktion, Verarbeitung und Kombination der Wirkstoffe, um sie zur Geltung zu bringen.“ (haltbar bis __ 2010, S.19)

An dieser Stelle kann sich der Besucher eingehend mit Rohstoffen, Inhaltsstoffen und der Unternehmensphilosophie nicht entsprechenden Produkten auseinandersetzen. Weiters beinhaltet dieser Bereich Informationen zu den jeweiligen Gütekriterien und -auszeichnungen, welche dem Unternehmen durch seine Arbeit im Hinblick auf Ethik und Nachhaltigkeit von unabhängigen Prüfinstituten zugesprochen wurden.

Die triviale Grimm'sche Frage „*Spieglein, Spieglein an der Wand, wer ist die Schönste im ganzen Land?*“ (Grimm 2008, S.251) leitet das Thema des dritten Ausstellungsbereiches [III] ein. Grundsätzlich wird dabei den Darstellungen und der Vermittlung verschiedenster

Abb.63 li.:
Beispiel einer
historischen Werbung
für Kosmetik (1880).

Abb.64 re.:
Beispiel aktueller
Werbedarstellung des
Unternehmens Ringana.



Schönheitsideale nachgegangen, die sich im Laufe der letzten Jahrhunderte entwickelt und verändert haben. Dem Besucher wird in diesem Bereich die Möglichkeit geboten seine Haut und Gesundheit durch unterschiedliche aktuelle Methoden (Hauttypenscan, Corneometer, Sebumeter, Falten-scan etc.) zu analysieren (vgl. Auslobung Zu- und Umbau Schloss Hartberg bzw. www.schloss.hartberg.at (02.2010), www.architekturwettbewerb.at (02.2010)). Zusätzlich sollen dabei Themen des Wellness und der Gesundheitsvorsorge, aber auch individuell sensible Bereiche, wie ‚Innere und Äussere Schönheit‘ diskutiert werden. Dadurch erfolgt bereits die Vorbereitung auf den vierten Bereich [IV] der Ausstellung, welcher dem Unternehmen Ringana und seinen Produktlinien vorbehalten ist. Die im Vorhinein erfolgte Auseinandersetzung mit den Hauttypen und ihren Eigenschaften, sowie des Körpers und der Gesundheit, erleichtert dem Besucher die Zuordnung und Auswahl von Produkten aus der Ringana Produktpalette, die er nun kennenlernen und erproben kann. Durch die bereits erlangte Hintergrundinformation ist es dem Besucher an dieser Stelle möglich Produkte nicht nur nach deren Inhaltsstoffen, Herstellung und Ursprung auszuwählen, sondern auch ihre spezielle Wirkung zu erfahren. Die jeweils aktuelle Produktpalette steht dem Besucher im Anschluss an die Ausstellung im Ringana Shop zum Erwerb zur Verfügung.

Zusätzlich zum Ausstellungsrundgang kann der, neben dem Neubau angelegte, Kräuter- und Duftgarten besucht werden. Dieser beinhaltet eine Auswahl der, vom Unternehmen verwendeten, Pflanzenvielfalt in ihrer natürlichsten Form. Pflanzen und natürliche Rohstoffe bildeten seit jeher den fundamentalen Baustein jeder Kosmetik und Nahrungsergänzung. Das Unternehmen Ringana bezieht sich, als einer der wenigen internationalen Hersteller von Frischekosmetik, auch heute noch auf diesen Aspekt. Der Bereich kann nach Bedarf in Verbindung mit Veranstaltungen im Auditorium, als Teil der Ausstellung oder als eigenständige Garten- oder Kräuterführung genutzt werden. Als Teil des öffentlich zugänglichen Parkes wird er auch ausserhalb der Geschäftszeiten der Besichtigung und Begehung freigestellt.

Auf der folgenden Doppelseite erfolgt die Darstellung von Lesetexten, wie sie vorwiegend im Bereich der Ausstellung, aber auch im Shop und Kräutergarten, angewendet werden können. Diese Darstellung eines visuellen Mediums soll exemplarisch vermitteln, wie Instrumente aus dem CI-Portfolio (z.B. Farbe und Schrift) in unterschiedlichen Objektbereichen angewendet werden können, um ein einheitliches Erscheinungsbild des Unternehmens zu garantieren.

Abb.65:
(folg. Doppelseite)
Lesetexte für die
Bereiche der Ausstellung
/ Shop und Kräuter- und
Duftgarten.

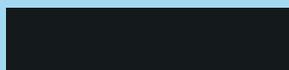
Inhalt

Unterüberschriften subheads
Didot Regular 54pt / 72pt LW 2



Kraftquelle Natur.

Körperpflege für
die Seele mit den
Schätzen der Natur.



Überschriften headings
Didot Regular 215pt / 242pt LW 4

ar bis

Legenden captions
Didot Bold 18pt / 24pt LW1
Didot Regular 18pt / 24pt LW1

Frische Kosmetik

Duschgel, Shampoo, Seifen - kaum etwas lassen wir näher an
Körper heran als unsere täglichen Pflegeprodukte. Damit die
Hautflora in Balance bleibt, sollten wir auf sanfte, natürliche
Ringana präsentiert frische Neuheiten aus der Körperpflege

Lesetexte copy
Didot Regular 36pt / 48pt LW1

In den Microcell-Emulsionen
werden Öltröpfchen mithilfe
von Olivenwachsen im Wasser
gebunden. Die eingelagerten
Öltröpfchen bilden einen



EPILOG. EIN BLICK AUFS GANZE

Der vorliegende Entwurf ‚Schwarzer Ritter Hartberg‘ bildet die gestalterische Symbiose aus den Vorgaben der Auslobung und den Anforderungen des späteren Nutzers,

des Unternehmens Ringana. Vor dem Hintergrund des historischen Kontextes mit dem Altbestand des Schlosses, entwickelte sich die Form der oberirdischen Objektteile der östlichen Erweiterung. Die Manifestation dieser Gebäudedreiteiligkeit basiert auf der Auflösung eines massiven monolithischen Volumens und resultiert in einer dezenten Einbettung in das vorhandene Parkareal und historische Ambiente. Dieses gestalterische Argument fusst in der Forderung der Auslobung, die Nutzungsmöglichkeit des Parkes, sowie der historischen Umgebung uneingeschränkt beizubehalten. Die einzig vorhandene Grünfläche der ursprünglichen Stadtumwallung behält somit ihre Eigenschaft als grüne Oase bei und erfährt durch den baulichen Eingriff in regionaler Hinsicht eine Reputation in Funktion und Attraktivität, als Ort der Kommunikation, Verständigung und Begegnung.

Den Ausgangspunkt für die transparent anmutende Oberflächengestaltung der Fassade bildet die Forderung des Unternehmens nach einem ‚*Gläsernen Labor*‘. Dadurch werden unterschiedliche Einblicke in verschiedene betriebliche Bereiche des Kosmetikherstellers ermöglicht und somit der geforderten Transparenz Rechnung getragen. Im Hinblick auf die Fassadengestaltung wird die Oberfläche metaphorisch als Haut gesehen, eine Annahme die der Architektur nicht fremd ist, in diesem Projekt vielmehr zusätzliche Geltung erfährt. Rückgreifend auf die Instrumente der Unternehmensidentität vereint die vorgeschlagene Oberfläche die geforderte Transparenz und Markenkommunikation des Unternehmens. Demnach fungiert die gestalterische Oberfläche nicht nur als Grenzschicht zwischen dem Körper und seiner Umwelt, sondern bildet eine Kommunikationsebene zwischen dem Hersteller und seinen Kunden. Im Sinne einer Markenarchitektur wird durch die multiple Wiederholung und Überlagerung eines Gestaltungselementes eine texturierte Oberfläche geschaffen, die für den Betrachter den visuellen Effekt der „*Tiefe der Haut*“ (Valery/Hytier zit.n. Anzieu 1996, S.85 bzw. Benthien 2001, S.11) erzeugt. „*The use of new materials or the harnessing of old materials in new applications have created a subclass of dramatic and highly textured environments.*“ (Luna 2008, S.28) Die bekannt offenkundige Veränderung unserer eigenen Haut spiegelt

Abb.66:
Schwarzer Ritter Logo als
Teil der CI-Ergänzung.

sich dabei in dieser visuellen Transformation der Gebäudeoberfläche wieder, welche sich dem Besucher entsprechend seiner Position und Bewegung unterschiedlich offenbart. Gleichzeitig positioniert sich das Äussere als schützende Oberfläche des Objektes und kann, im Zusammenhang mit der Textur, als dessen Harnisch gesehen werden. Zusätzlich wirkt das Gebäude je nach Witterungseinfluss, Tageszeit und Lichteinstrahlung individuell auf den Betrachter, wobei die Beleuchtung in der Nacht den selben optischen Effekt erzeugt. Das gestalterische Element findet sich ebenfalls in der Erweiterung West wieder, abgeändert in seiner Funktion, wird die selbe Architektursprache beibehalten und eine massiv wirkende Metallfassade durch eine wiederholte Perforierung aufgelöst. In Anlehnung an die, den Schlosspark umschliessende Stadtmauer, bilden die drei Objekte Kontext und Hintergrund zur bestehenden Naturszenerie. Diese natürliche Umgebung spiegelt sich durch

Abb.67:
Überarbeitung und
Ergänzung des Ringana
CI-Portfolios.

Appearance			
Internet update (prod.)			
Banners (prod.)			
Outdoor Communication system			
Scene Settings Light / Transparency			

die Reflektion in der Fassade, wird so Teil der wahrgenommenen Oberfläche und symbolisiert den natürlichen, biologischen und ethischen Anspruch des Unternehmens an seine Produkte. Der Einfluss des Kosmetikherstellers auf das Projekt wird somit in die Oberflächengestaltung des ‚Schwarzen Ritters‘ eingebunden und transformiert das Unternehmensimage zum Bestandteil der Architektur. Bereits die Oberfläche gewinnt so einzigartigen Charakter, dessen konsequente Weiterführung auch im Inneren des Gebäudes erlebbar wird und sich über einzelne Bereiche wie das Café, den Ringana Shop und den Kernbereich des Objektes, den Ausstellungsrundgang, erstreckt.

Durch die angewendeten gestalterischen Massnahmen einer Markenarchitektur kann das Image und der Wiedererkennungswert des Unternehmens Ringana, welches in Hartberg ansässig ist, gestärkt, als auch die nationale und internationale Bekanntheit forciert werden. Durch die Erweiterung ‚Schwarzer Ritter‘ erfährt nicht nur das Unternehmen selbst, sondern auch die Stadt Hartberg, zusätzliche Attraktivität im Hinblick auf Wirtschafts- und Tourismuswachstum, sowie Steigerung der lokalen und regionalen Besucherfrequenz. Einhergehend damit, würde sich das Unternehmen als Vorreiter in seiner Branche etablieren, indem es unter dem Begriff der Schauproduktion, Einblick in die Herstellung seiner Frischeprodukte erlaubt, welche den Claim ‚haltbar bis__‘ für sich beanspruchen. Dadurch können die Wertvorstellungen des Unternehmens, anhand der Begriffe Frische, Ethik, Natürlichkeit, Verträglichkeit und Transparenz, vermittelt werden. In diesem Zusammenhang finden sich, in der Erweiterung des Versuches der Beschreibung des Corporate Identity Portfolios, neben der Überarbeitung des Webauftrittes, auch Beispiele der durch den Entwurf begleiteten visuellen Kommunikation innerhalb des Parkareals und der Ausstellung. Die dazu gestaltete Wort-Bildmarke des ‚Schwarzen Ritters‘ wurde unter Vorlage der bereits bestehenden Unternehmensinstrumente entworfen und durch gestalterische Bildelemente erweitert, um ein signifikantes Image der architektonischen Intervention im historisch wertvollen Ambiente zu konzipieren.

APPENDIX

SCHWARZER RITTER
Erweiterung
Schloss Hartberg
KAPITEL [0 7]

- AICHER, OTL** (1991). Die Welt als Entwurf. Berlin: Ernst & Sohn Verlag.
- AGOTAI, DORIS** (2007). Architekturen in Zelluloid. Der filmische Blick auf den Raum. Bielefeld: transcript Verlag.
- ANZIEU, DIDIER** (1996). Das Haut-Ich. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.
- ARCH+** (1995). Herzog & deMeuron. Minimalismus und Ornament. Bd. 129/130. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.
- ARCH+** (1998). Kommende Transparenz. Transparencies yet to come. Bd. 144/145. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.
- ATSUSHI, TANIGAWA** (2002). Horizonte einer Theorie der Haut in der Kunst. In: **GEISSMAR-BRANDI, CHRISTOPH** (HRSG.) / **HIJIYA-KIRSCHNERREIT, IRMELA** (HRSG.) / **NAOKI, SATO** (HRSG.). Gesichter der Haut. S.17-32. Frankfurt/Main, Basel: Stroemfeld Verlag.
- AZUMA, HIROKI** (2000). Super Flat Speculation. In: **MURAKAMI, TAKASHI**. Superflat. S.139-151. Tokio: Madra Publishing.
- BARAVALLE, ROBERT** (1961). Burgen und Schlösser der Steiermark. Graz: Stiasny Verlag.
- BENTHIEU, CLAUDIA** (2001). Haut. Literaturgeschichte - Körperbilder - Grenzdiskurse. Reinbek bei Hamburg: Rowolt Verlag GmbH.
- BÖHME, GERNOT** (1995). Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- BÖHME, GERNOT** (2003). Über Architektur reden, Architektur wahrnehmen, Architektur machen. In: **FLAGGE, INGEBOURG** (HRSG.). Architektur und Wahrnehmung. Jahrbuch Licht und Architektur 2003. S.8-11. Darmstadt: Verlag Das Beispiel.
- BRAUER, GERNOT** (HRSG.) (2002). Architektur als Markenkommunikation. Dynaform+Cube. Basel, Berlin, Boston: Birkhäuser Verlag.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR GESUNDHEIT** (HRSG.) (2010). Leitlinie der österr. Codexkommission zu Herstellung kosmetischer Mittel. Gemäss den Grundsätzen der „Guten Herstellungspraxis“. Wien: BmFG.
- DEHIO HANDBUCH** (1982). Die Kunstdenkmäler Österreichs. Steiermark (ohne Graz). Wien: Verlag Anton Schroll & Co.
- DEPARTMENT ARCHITEKTUR DER ETH ZÜRICH** (HRSG.) (2006). Zwischen Bild und Realität. Architekturvorträge der ETH Zürich. Zürich: gta Verlag.
- FESTSCHRIFT** (1987). Hartberg. 850 Jahre Hartberg. Ein Führer durch die Stadt. Hartberg: Schönwetter.
- FISCHER, GÜNTHER** (2010). Vitruv neu oder was ist Architektur? Bauwelt Fundamente 141. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag.
- FLAGGE, INGEBOURG** (HRSG.) (2003). Architektur und Wahrnehmung. Jahrbuch Licht und Architektur 2003. Darmstadt: Verlag Das Beispiel.
- FLEISCHMANN, MONIKA** (HRSG.) / **REINHARD, ULRIKE** (HRSG.) (2004). Digitale Transformationen. Medienkunst als Schnittstelle von Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. Heidelberg: Whois Verlag.
- FREUD, SIGMUND** (2010). Das Ich und das Es und andere Abhandlungen. Wiesbaden: Marix Verlag GmbH.
- GEISSMAR-BRANDI, CHRISTOPH** (HRSG.) / **HIJIYA-KIRSCHNERREIT, IRMELA** (HRSG.) / **NAOKI, SATO** (HRSG.) (2002). Gesichter der Haut. Frankfurt am Main, Basel: Stroemfeld Verlag.
- GEORGES, K.E.** (1903). Lateinisch-Deutsches Schulwörterbuch. Hannover, Leipzig: Hahn Verlag.
- GLEITER, JÖRG H.** (2009). Die Krise des Realen. Japans virtuelle Materialität. In: **ÖSTERREICHISCHE GESELLSCHAFT FÜR ARCHITEKTUR & INSTITUT FÜR ARCHITEKTURWISSENSCHAFTEN, ABTEILUNG FÜR ARCHITEKTURTHEORIE** (HRSG.). Umbau 24. Strategien der Transparenz. Zwischen Emanzipation und Kontrolle. S.140-150. Salzburg, München: Anton Pustet Verlag.
- GRIMM, JACOB** / **GRIMM, WILHELM** (2008). Die Kinder und Hausmärchen der Brüder Grimm. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.
- GROSS, FRANZ** (o.A.). Stadtmuseum Hartberg. Museumsführer. Hartberg: Historischer Verein Hartberg.
- GÜRTLER, WOLFGANG** (HRSG.) / **WINKLER, GERHARD** (HRSG.) (2001). Forscher -

- Gestalter - Vermittler. Festschrift Gerald Schlag. Wissenschaftliche Arbeiten aus dem Burgenland (WAB). Band 105. Eisenstadt: Amt der Burgenländischen Landesregierung.
- HEBBEL, FRIEDRICH** (1997). Maria Magdalene. Ein bürgerliches Trauerspiel in drei Akten. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- HEGEL, GEORG WILHELM FRIEDRICH** (1965). Ästhetik. Bd.1. Zweite Auflage. Berlin, Weimar: Aufbau Verlag.
- HELLER, ANDRE (HRSG.)** (1996). Swarovski Kristallwelten. Ein Projekt von Andre Heller. Wien: Brandstätter Verlag.
- HERBST, DIETER / SCHEIER, CHRISTIAN** (2007). Corporate Imagery. Wie ihr Unternehmen ein Gesicht bekommt. Berlin: Cornelsen Verlag.
- IGARASHI, TARO** (2009). Learning from Louis Vuitton. In: LUNA, IAN (HRSG.) / VISCARDI, VALERIE (HRSG.). Louis Vuitton. Art, Fashion and Architecture. S.9-16. New York: Rizzoli International Publications.
- KERNBAUER, ALOIS / HUBER, FRITZ** (1986). 700 Jahre Civitas Hartberg. Quellen und Beiträge zur Stadtgeschichte. Hartberg: Historischer Verein Hartberg.
- KLOOSTER, THORSTEN** (2009). Smart Surfaces. Intelligente Oberflächen und ihre Anwendung in Architektur und Design. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag.
- KNITTEL-AMMERSCHUBER, SUSANNE** (2006). Erfolgsfaktor Architektur. Strategisches Bauen für Unternehmen. Basel: Birkhäuser Verlag.
- LOEBERMANN, MATTHIAS** (1998). Transparenz heute. In: ARCH+ Kommende Transparenz. Transparencies yet to come. Bd.144/145. S.100-102. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.
- LOEBERMANN, MATTHIAS** (1998). Operative Transparenz. In: ARCH+ Kommende Transparenz. Transparencies yet to come. Bd.144/145. S.103-105. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.
- LUNA, IAN** (2008). Retail. Architecture + Shopping. New York: Rizzoli International Publications.
- LUNA, IAN (HRSG.) / VISCARDI, VALERIE (HRSG.)** (2009). Louis Vuitton. Art, Fashion and Architecture. New York: Rizzoli International Publications.
- LUPTON, ELLEN** (2002). Skin: surface, substance + design. New York: Princeton Architectural Press.
- MERTINS, DETLEF** (1998). Nicht buchstäblich: Der Transparenzbegriff bei Sigfried Gidion. In: ARCH+ Kommende Transparenz. Transparencies yet to come. Bd.144/145. S.106-111. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.
- MIKUNDA, CHRISTIAN** (2004). Marketing spüren. Willkommen am dritten Ort. Frankfurt, Wien: Ueberreuter Verlag.
- MITTEILUNGEN DES STEIRISCHEN BURGENVEREINS (HRSG.)** (1962). 11.Jahrgang. Graz: Verlag Steirischer Burgenverein.
- MONTAGU, ASHLEY** (1984). Körperkontakt. Die Bedeutung der Haut für die Entwicklung des Menschen. Stuttgart: Klett-Cotta.
- MURAKAMI, TAKASHI** (2000). Superflat. Tokio: Madra Publishing.
- NEUMEYER, FRITZ** (1986). Mies van der Rohe. Das Kunstlose Wort. Gedanken zur Baukunst. Berlin: Siedler.
- MUSEUM FÜR KUNST UND GEWERBE, PÄDAGOGISCHE ABTEILUNG (HRSG.)** (1982). Kunst - Kommerz und Körperpflege. 100 Jahre Kosmetik Plakate. Hamburg: Druckerei Trede & Co.
- ÖSTERREICHISCHE GESELLSCHAFT FÜR ARCHITEKTUR & INSTITUT FÜR ARCHITEKTURWISSENSCHAFTEN, ABTEILUNG FÜR ARCHITEKTURTHEORIE (HRSG.)** (2009). Umbau 24. Strategien der Transparenz. Zwischen Emanzipation und Kontrolle. Salzburg, München: Anton Pustet Verlag.
- ÖSTERREICHISCHES NORMUNGSMUSEUM (HRSG.)** (1997). Önorm Env 1631. Reinraumtechnik - Planung, Ausführung und Betrieb von Reinräumen und Reinraumgeräten. Wien: Österreichische Normungsinstitut, ON.
- PELKONEN, EEVA-LIISA** (1996). Achtung Architektur! Image and Phantasm in Contemporary Austrian Architecture. Cambridge, London: The MIT Press.
- POSCH, FRITZ** (1968). Die Anfänge des steirischen Städtewesens. In: ZEITSCHRIFT DES HISTORISCHEN VEREINS FÜR STEIERMARK. 59.Jahrgang. S.3-16. Graz: Verlag der Historischen Vereins für Steiermark.

- POSCH, FRITZ** (1978). Geschichte des Verwaltungsbezirkes Hartberg. Bd.1. Von der Urzeit bis 1848. Graz: Leykam AG.
- POWELL, KENNETH / MOORE, ROWAN** (1993). Struktur, Raum und Haut. Nicholas Grimshaw & Partners. Bauten und Projekte. Berlin: Ernst & Sohn Verlag.
- RIEWOLDT, OTTO (HRSG.)** (2002). Brandscaping. Erlebnisdesign für Einkaufswelten. Basel: Birkhäuser Verlag.
- RILEY, TERENCE** (2003). Light Construction. New York: The Museum of Modern Art.
- ROWE, COLIN / SLUTZKY ROBERT** (1997). Transparenz. Mit einem Kommentar von Bernhard Hoesli und einer Einführung von Werner Oechslin. Basel, Berlin, Boston: Birkhäuser Verlag.
- SAUTER, JOACHIM** (2004). Das Vierte Format. Die Fassade als mediale Haut der Architektur. In: FLEISCHMANN, MONIKA (HRSG.) / REINHARD, ULRIKE (HRSG.). Digitale Transformationen. Medienkunst als Schnittstelle von Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. S.116-121. Heidelberg: Whois Verlag.
- SCHAFFLER, MARIA** (1962). Zur Lokalisierung der mittelalterlichen Burg in Hartberg. In: MITTEILUNGEN DES STEIRISCHEN BURGENVEREINS. 11.Jahrgang. S.96-100. Graz: Verlag Steirischer Burgenverein.
- SCHURIAN, WALTER** (1983). Friedensreich Hundertwasser. Schöne Wege. Gedanken über Kunst und Leben. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- SEEL, MARTIN** (2000). Ästhetik des Erscheinens. München / Wien: Carl Hanser Verlag.
- STOLZ, SUSANNA** (2003). Haut und Körperpflege. In: WELLA MUSEUM (HRSG.). Eine Kulturgeschichte der Schönheitspflege. S.30-49. Heidelberg: Wachter Verlag GmbH.
- TERHORST, DOROTHEA** (2005). Basics Dermatologie. München: Urban & Fischer Verlag.
- VENTURI, ROBERT / SCOTT BROWN, DENISE / IZENOUR, STEVEN** (2007). Lernen von Las Vegas. Zur Ikonographie und Architektursymbolik des Geschäftsstadt. Bauwelt Fundamente 53. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag.
- WEINZIERL, HERBERT FRANZ** (1995). Begleittext zu den Baualterplänen Österreichischer Städte. Heft Nr. 4. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- WELLA MUSEUM (HRSG.)** (2003). Eine Kulturgeschichte der Schönheitspflege. Heidelberg: Wachter Verlag GmbH.
- WURTH, RÜDIGER** (2001). Das Pressburger Postmeisteramt und die Familie Paar im 16. und 17. Jahrhundert. In: GÜRTLER, WOLFGANG / WINKLER, GERHARD (HRSG.). Forscher - Gestalter - Vermittler. Festschrift Gerald Schlag. Wissenschaftliche Arbeiten aus dem Burgenland (WAB). Band 105. S.473-499. Eisenstadt: Amt der Burgenländischen Landesregierung.
- ZEITSCHRIFT DES HISTORISCHEN VEREINS FÜR STEIERMARK (HRSG.)** (1968). 59.Jahrgang. Graz: Verlag der Historischen Vereins für Steiermark.
- ZAERA, ALEJANDRO** (1995). Zwischen Gesicht und Landschaft. In: Arch+ Herzog & deMeuron. Minimalismus und Ornament. Bd.129/130. S.98-102. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.
- ZINTZMEYER, JÖRG / BINDER, REINHARD** (2002). Von der Kraft der Symbole. In: BRAUER, GERNOT (HRSG.). Architektur als Markenkommunikation. Dynaform+Cube. S.35-44. Basel, Berlin, Boston: Birkhäuser.
- ZUMTHOR, PETER** (2006). Körper und Bild. In: DEPARTMENT ARCHITEKTUR DER ETH ZÜRICH (HRSG.). Zwischen Bild und Realität. Architekturvorträge der ETH Zürich. S.58-75. Zürich: gta Verlag.

WEITERE ANGABEN: (SEK. LITERATUR)

ERSCH, JOHANN SAMUEL (HRSG.) / GRUBER, JOHANN GOTTFRIED (HRSG.) (1828). Allgemeine Encyklopädie der Wissenschaften und Künste. II/3. Leipzig: Johann F. Gleditsch Verlag (Sek. Lit.).

FRITSCH, PETER (HRSG.) / BENNINGHOFF, ALFRED (HRSG.) (1985). Die Haut. Makroskopische und mikroskopische Anatomie des Menschen. München: Urban & Schwarzenberg (Sek. Lit.).

WOLLINA, UWE / WOLLINA, KARIN (1990). Zur Darstellung Hautkranker in der Frührenaissance: Franciscus Petrarca «Von der Arznei bayder Glück». Hautarzt 41. Berlin: Springer Verlag (Sek. Lit.).

VALERY, PAUL (HRSG.) / HYTIER, JEAN (HRSG.) (1960). Oeuvres completes. La Pleiade. Paris: Gallimard. (Sek. Lit.)

WEITERE ANGABEN: (FOLDER, MAGAZINE ETC.)

STADTGEMEINDE HARTBERG. Hauptplatz 10, A-8230 Hartberg oder www.hartberg.at

BEZIRKSHAUPTMANNSCHAFT HARTBERG. Rochusplatz 2, A-8230 Hartberg oder www.bh-hartberg.steiermark.at

Hartberg Magazine und/oder Folder:

HARTBERG (2010). Das sinnvolle Stadtmagazin. Hartberg: Stadtmarketing Hartberg, HSI.

AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010) bzw. www.architekturwettbewerb.at (Stand 02.2010).

RINGANA. Herrengasse 1, A-8230 Hartberg oder www.ringana.com

HALTBAR BIS _ _ (2009). Ringana Produktmagazin 2009. Hartberg: Ringana GmbH.

HALTBAR BIS _ _ (2010). Ringana Produktmagazin 2010. Hartberg: Ringana GmbH.

HALTBAR BIS _ _ (2010). Frischekosmetik und Nahrungsergänzung. Hartberg: Ringana GmbH.

RINGANA PRESSE _ _ (2008). Hartberg: Ringana GmbH.

STATISTIK AUSTRIA. Guglgasse 13, A-1110 Wien oder www.statistik.at

WEITERE ANGABEN: (INTERNET St.1.QUART. 2010)

www.architekturwettbewerb.at

www.bh-hartberg.steiermark.at

www.cittaslow.info

www.cittaslow.net

www.hartberg.at

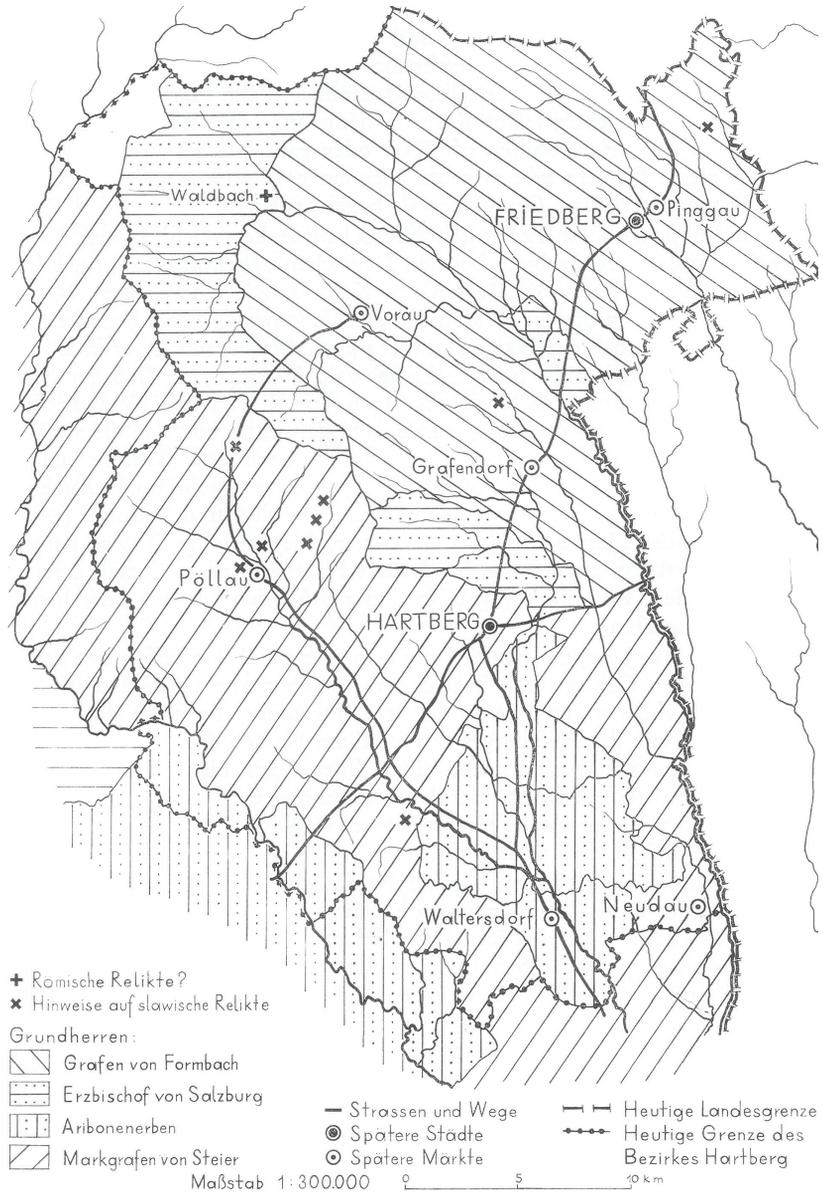
www.lacon-institut.de

www.lefo.de

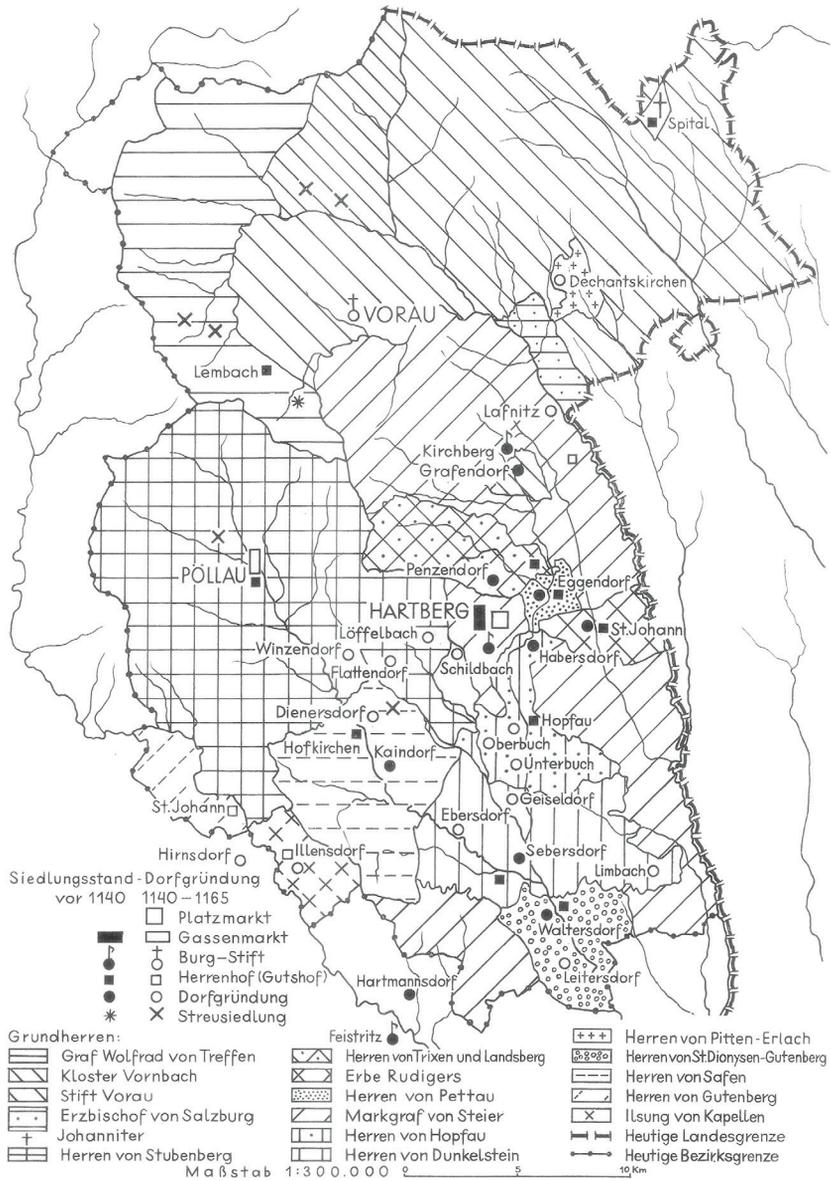
www.ringana.com

www.schloss.hartberg.at

www.statistik.at



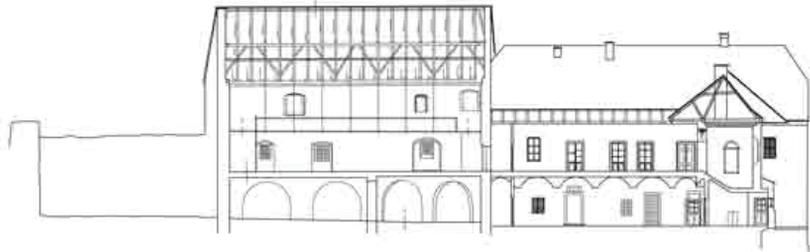
Anhang, Blatt 1:
Die Nordsteiermark vor
Beginn der Kolonisation
(Posch 1978, Bd. 1, S.43)



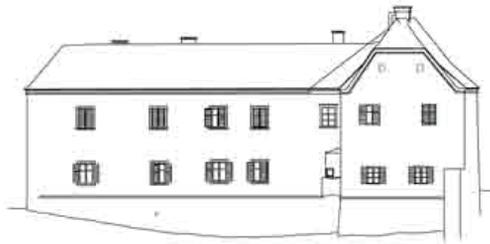
Anhang, Blatt 2.:
 Besitzverhältnisse
 und Siedlungsstand um
 1165 (Posch 1978, Bd.
 1, S.67)



SÜDANSICHT



SCHNITT B-B



OSTANSICHT



SCHNITT A-A

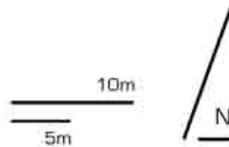
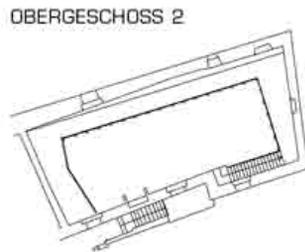
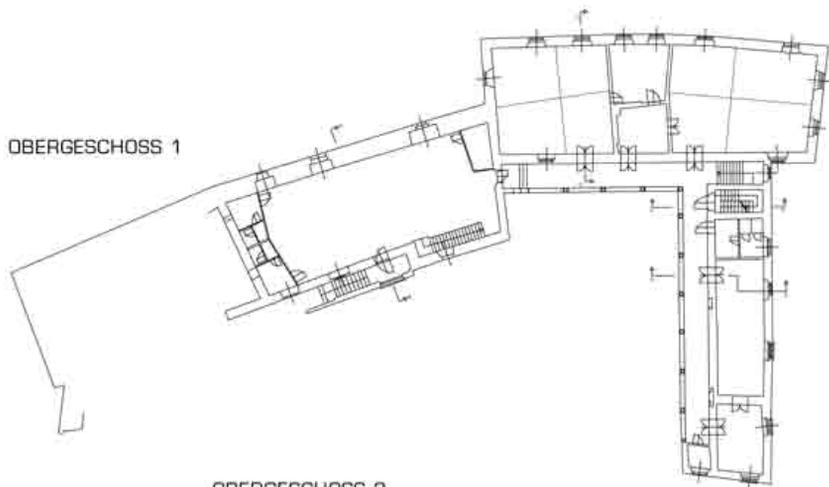
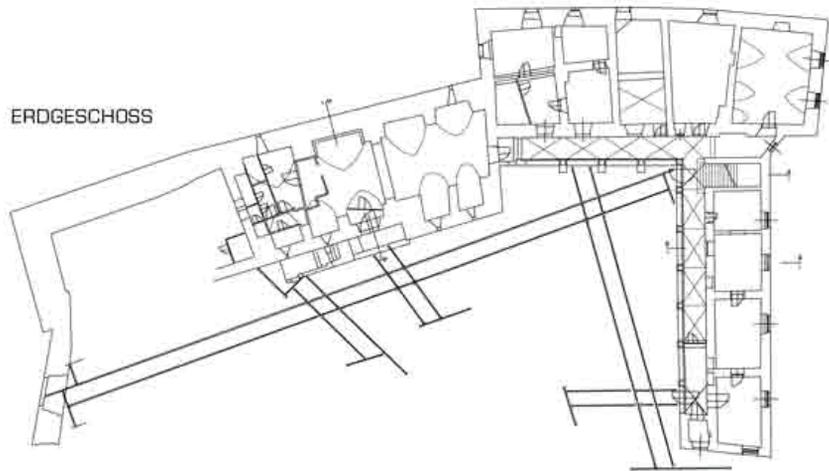


WESTANSICHT



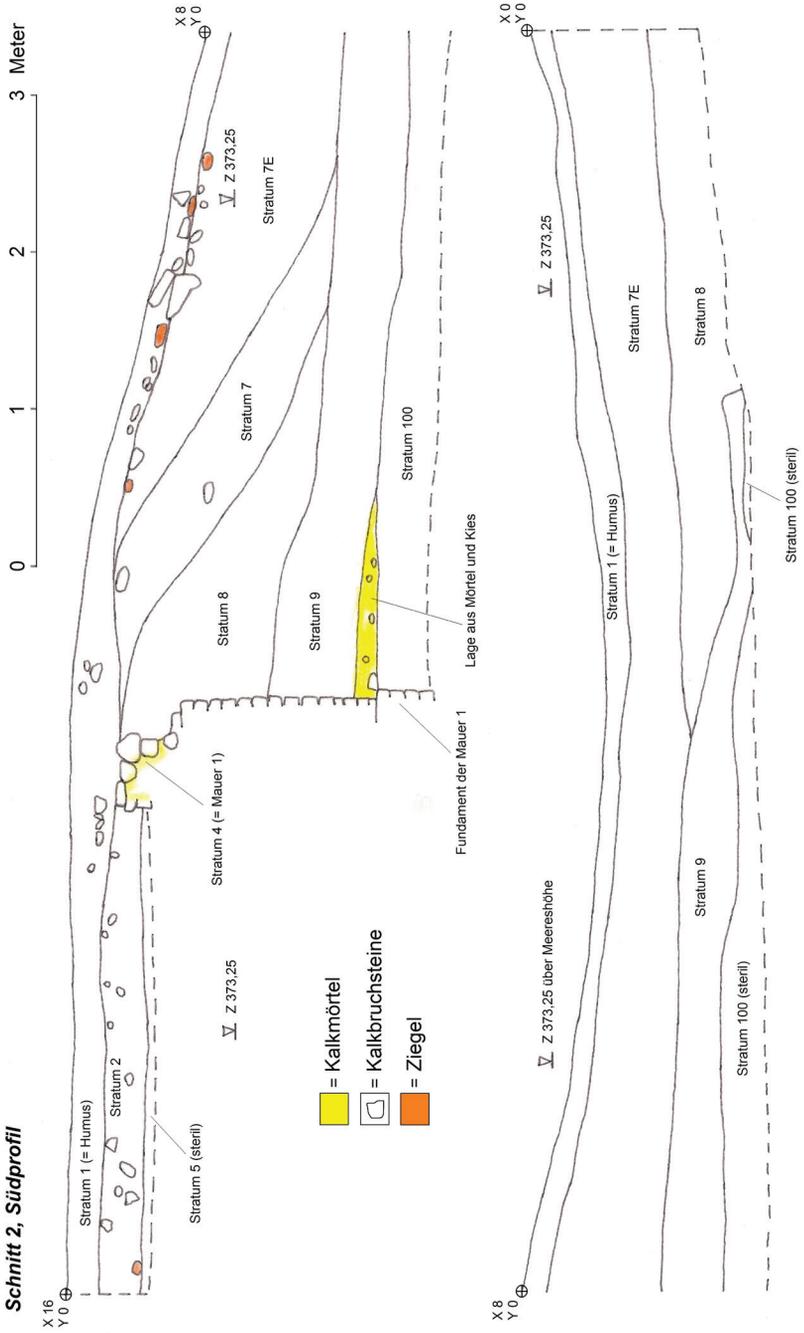
SCHNITT D-D

Anhang, Blatt 3.:
Ansichten und Schnitte
aus dem Bestandsplan.

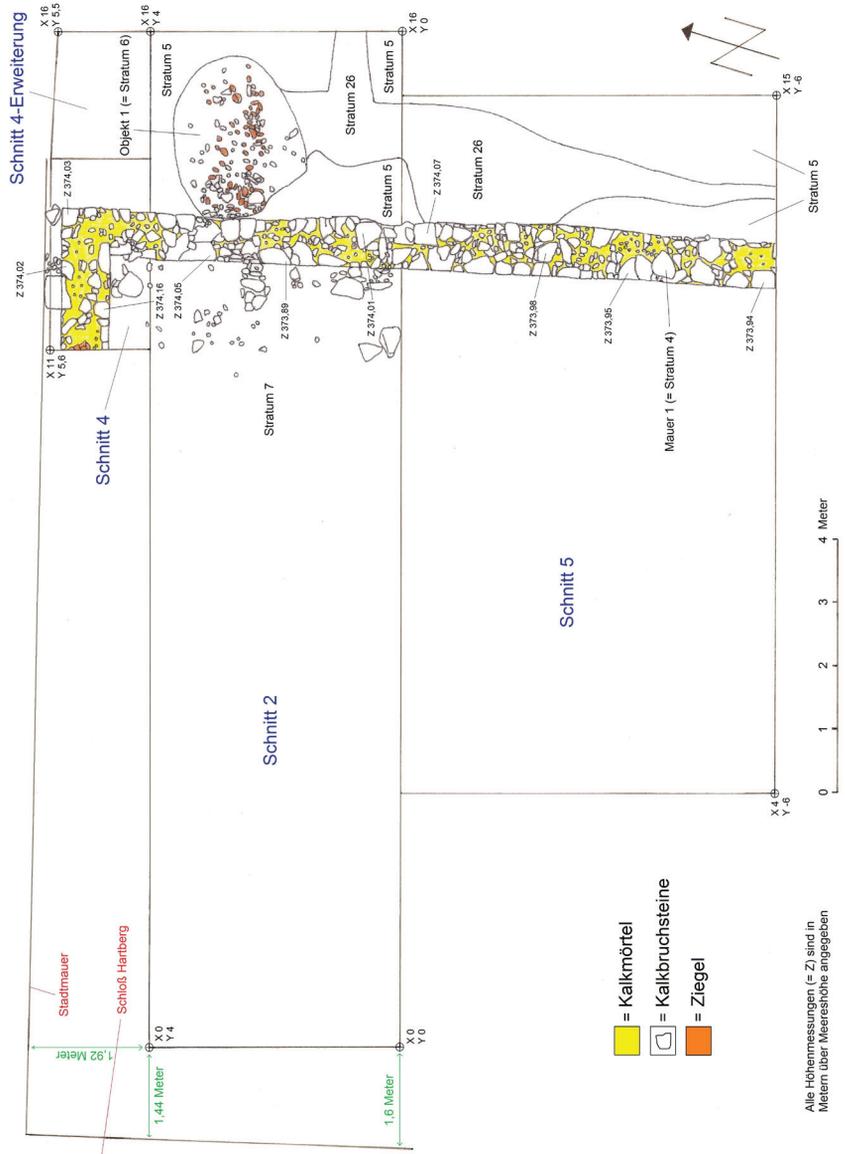


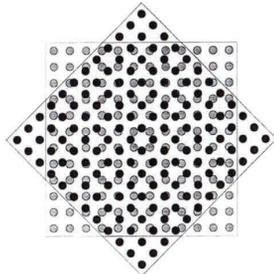
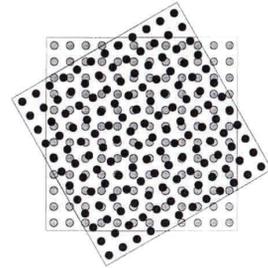
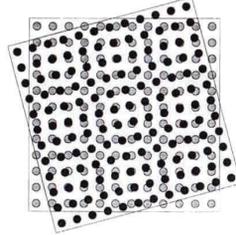
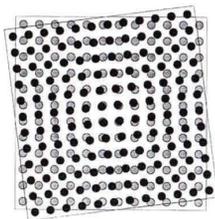
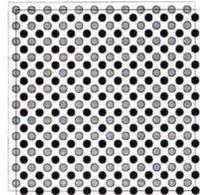
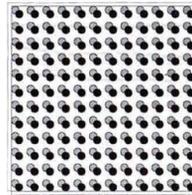
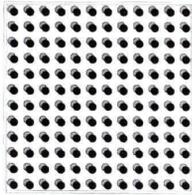
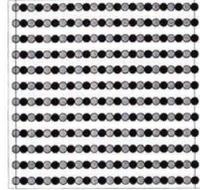
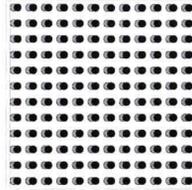
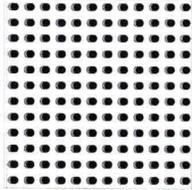
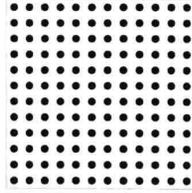
Anhang, Blatt 4.:
Grundrisse aus dem
Bestandsplan.

Grabung Schloßhof Hartberg 2009
Schnitt 2, Südprofil

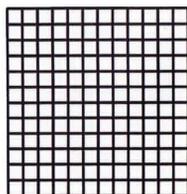
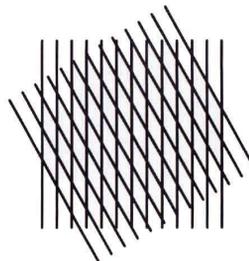
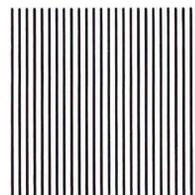
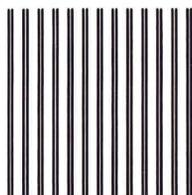
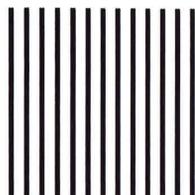
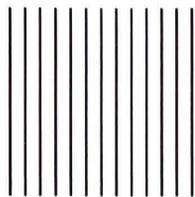


Anhang Blatt 8:
Grabungsskizze zur
Erweiterung Ost.





Anhang Blatt.9:
Überlagerungen zweier
Punktmuster.



Anhang Blatt.10:
Überlagerungen zweier
Linienmuster.

- ABBILDUNG.00:** Seite 6
Wappen der Familie Paar mit Doppeladler. Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: GROSS, FRANZ (o.A.). S.41. Stadtmuseum Hartberg. Museumsführer. Hartberg: Historischer Verein Hartberg.
- ABBILDUNG.01:** Seite 15
In: GROSS, FRANZ (1984). S.4. Hartberg in alten Ansichten. Zaltbommel: Verlag Europäische Bibliothek.
- ABBILDUNG.02:** Seite 15
In: FESTSCHRIFT (1987). S.1. Hartberg. 850 Jahre Hartberg. Ein Führer durch die Stadt. Hartberg: Schönwetter.
- ABBILDUNG.03:** Seite 15
In: HARTBERG (2010). S.1. Das sinnvolle Stadtmagazin. Hartberg: Stadtmarketing Hartberg, HSI. bzw. www.hartberg.at
- ABBILDUNG.04:** Seite 15
In: HARTBERG (2010). S.1. Das sinnvolle Stadtmagazin. Hartberg: Stadtmarketing Hartberg, HSI. bzw. www.hartberg.at
- ABBILDUNG.05:** Hintergrund Seite 14/15
Der Verfasser.
- ABBILDUNG.06:** Seite 17
In: POSCH, FRITZ (1978). S.187. Geschichte des Verwaltungsbezirkes Hartberg. Bd.1. Von der Urzeit bis 1848. Graz: Leykam AG.
- ABBILDUNG.07:** Seite 18
Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: FESTSCHRIFT (1987). S.18. Hartberg. 850 Jahre Hartberg. Ein Führer durch die Stadt. Hartberg: Schönwetter; und POSCH, FRITZ (1978). S.52. Geschichte des Verwaltungsbezirkes Hartberg. Bd.1. Von der Urzeit bis 1848. Graz: Leykam AG.
- ABBILDUNG.08:** Doppelseite 20/21
Panitschek, Gustav. (1914). Plan der landesfürstlichen Stadt Hartberg. Hartberg: Verlag der Buchhandlung F. Tunner. Kartographie österreichische Nationalbibliothek.
- ABBILDUNG.09:** Seite 23
In: PFARRE HARTBERG (Hrsg.) (2007). S.217. 850 Jahre Lebendige Pfarre Hartberg. Festschrift. Hartberg: Druckpunkt Mauerhofer-Herbst OEG.
- ABBILDUNG.10:** Seite 24
In: FESTSCHRIFT (1987). S.33. Hartberg. 850 Jahre Hartberg. Ein Führer durch die Stadt. Hartberg: Schönwetter.
- ABBILDUNG.11:** Seite 28
Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).
- ABBILDUNG.12:** Seite 30
Der Verfasser.
- ABBILDUNG.13:** Seite 31
Der Verfasser.
- ABBILDUNG.14:** Seite 33
Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).
- ABBILDUNG.15:** Seite 37
Qualitätssiegel des unabhängigen Prüf-institutes Lacon. In: HALTBAR BIS _ _ (2010). S.11. Frischekosmetik und Nahrungsergänzung. Hartberg: Ringana GmbH. bzw. www.lacon-institut.de
- ABBILDUNG.16:** Seite 37
Prüfzeichen des LEFO Institutes. In: HALTBAR BIS _ _ (2010). S.11. Frischekosmetik und Nahrungsergänzung. Hartberg: Ringana GmbH. bzw. www.lefo.de
- ABBILDUNG.17:** Seite 37
Ringana Standard Qualitätssiegel. In: HALTBAR BIS _ _ (2010). S.11. Frischekosmetik und Nahrungsergänzung. Hartberg: Ringana GmbH. bzw. www.ringana.com
- ABBILDUNG.18:** Seite 39
Ringana Logo als kombinierte Wort/Bild Marke. „Ringana“ und „Ringana-BioBio“ sind eingetragene Warenzeichen der Ringana GmbH in Österreich und anderen Ländern. In: RINGANA PRESSE _ _ (2008). S.2. Hartberg: Ringana GmbH. bzw. www.ringana.com
- ABBILDUNG.19:** Seite 40
Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: RINGANA PRESSE _ _ (2008). S.1-2. Hartberg: Ringana GmbH; HALTBAR BIS _ _ (2010). Seiten 8, 17-19, 40, 46, 53-55, 71-73, 95. Frischekosmetik und Nahrungsergänzung. Hartberg: Ringana GmbH; www.ringana.com (Stand 2010); Bearbeitet vom Verfasser in Anlehnung an: ZINTZMEYER, JÖRG / BINDER, REINHARD (2002). S.44. Von der Kraft der Symbole. In:

- BRAUER, GERNOT (Hrsg.). Architektur als Markenkommunikation. Dynaform+Cube. Basel, Berlin, Boston: Birkhäuser.
- ABBILDUNG.20:** Seite 48
Herzog & de Meuron. Bibliothek Eberswalde. In: LUPTON, ELLEN (2002). S.96. Skin: surface, substance + design. New York: Princeton Architectural Press.
- ABBILDUNG.21:** Seite 48
Nicholas Grimshaw & Partners. Eden Project, Cornwall. In: LUPTON, ELLEN (2002). S.98. Skin: surface, substance + design. New York: Princeton Architectural Press.
- ABBILDUNG.22:** Seite 48
Simone Giostra & Partners und Arup. Medienfassade GreenPix. In: KLOOSTER, THORSTEN (2009). S.21. Smart Surfaces. Intelligente Oberflächen und ihre Anwendung in Architektur und Design. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag.
- ABBILDUNG.23:** Seite 52
Ausschnitt aus ‚Der ungläubige Thomas‘. Dat. ca. 1600. Schloss Sanssouci, Potsdam. In: KÖNIG, EBERHARD (1997). S.78. Michelangelo Merisi da Caravaggio. 1571-1610. Köln: Könemann Verlag.
- ABBILDUNG.24:** Seite 56
Jun Aoki & Associates, Eric Carlson, Aurelio Clementi. Fassadenausschnitt des LV Roppongi Hills. In: LUNA, IAN (HRSG.) / VISCARDI, VALERIE (HRSG.) (2009). S.21. Louis Vuitton. Art, Fashion and Architecture. New York: Rizzoli International Publications.
- ABBILDUNG.25:** Seite 56
Jun Aoki & Associates. Aussenfassade LV Nagoya Sakae. In: LUNA, IAN (HRSG.) / VISCARDI, VALERIE (HRSG.) (2009). S.19. Louis Vuitton. Art, Fashion and Architecture. New York: Rizzoli International Publications.
- ABBILDUNG.26:** Seite 56
Jun Aoki & Associates. Fassadenausschnitt LV Ginza. In: LUNA, IAN (HRSG.) / VISCARDI, VALERIE (HRSG.) (2009). S.22. Louis Vuitton. Art, Fashion and Architecture. New York: Rizzoli International Publications.
- ABBILDUNG.27:** Seite 60
Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb
- Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).
- ABBILDUNG.28:** Seite 60
Der Verfasser.
- ABBILDUNG.29:** Seite 60
Der Verfasser.
- ABBILDUNG.30:** Seite 60
Der Verfasser.
- ABBILDUNG.31:** Seite 62
Konzeptskizze zu den Erweiterungen. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.32:** Seite 63
Entwurfsskizzen zur Erweiterung Ost. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.33:** Seite 64
Entwurfsskizzen zur Erweiterung West. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.34:** Seite 65
Axonometrische Darstellung. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.35:** Seite 66
Papierstudien Hautbilder. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.36:** Seite 69
Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: Ringana Logo. In: RINGANA PRESSE _ _ (2008). S.2. Hartberg: Ringana GmbH. bzw. www.ringana.com
- ABBILDUNG.37:** Seite 69
Transformationsfolge zur Fassadengestaltung. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.38:** Seite 70
Papierstudien Fassadengestaltung. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.39:** Seite 71
Modellstudie. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.40:** Seite 71
Modellstudie. Der Verfasser.
- ABBILDUNG.41:** Seite 72
Lageplan des Schlossareals. Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).
- ABBILDUNG.42:** Seite 74
Bereichsplan des Schlossareals. Bearbeitet vom Verfasser unter Vorlage von: AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).
- ABBILDUNG.43:** Seite 76/77

- Grundriss Erdgeschoss. Erweiterung Ost.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.44: Seite 78/79
- Grundriss Untergeschoss. Erweiterung Ost.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.45: Seite 82/83
- Grundriss Erdgeschoss. Erweiterung West.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.46: Seite 84/85
- Grundriss Obergeschoss 1/2. Erweiterung
West. Der Verfasser.
ABBILDUNG.47: Seite 86/87
- Südan sicht des Entwurfes. Der Verfasser.
ABBILDUNG.48: Seite 86/87
- Nordansicht des Entwurfes. Der Verfasser.
ABBILDUNG.49: Seite 88/89
- Längsschnitt A. Der Verfasser.
ABBILDUNG.50: Seite 88
- Querschnitt B. Der Verfasser.
ABBILDUNG.51: Seite 89
- Längsschnitt C. Der Verfasser.
ABBILDUNG.52: Seite 91
- Fassadenschnitt. Der Verfasser.
ABBILDUNG.53: Seite 92/93
- Visualisierung Erweiterung Ost Gesamt.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.54: Seite 94
- Visualisierung Fassadenausschnitt über
dem Lagerbereich. Der Verfasser.
ABBILDUNG.55: Seite 95
- Visualisierung Atrium / Lichthof.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.56: Seite 96
- Visualisierung Fassadenausschnitt am
Ausstellungsbereich. Der Verfasser.
ABBILDUNG.57: Seite 97
- Visualisierung Auditorium. Der Verfasser.
ABBILDUNG.58: Seite 98/99
- Visualisierung des Arkadenhofes mit
westlicher Erweiterung. Der Verfasser.
ABBILDUNG.59: Seite 100/101
- Visualisierung der Erweiterung West.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.60: Seite 103
- Lageplan des Schlossareals. Der Verfasser.
ABBILDUNG.61: Seite 105
- Bereiche des Ausstellungsgebäudes. Der
Verfasser.
ABBILDUNG.62: Seite 105
- Organisation des Ausstellungsrundganges.
Der Verfasser.
ABBILDUNG.63: Seite 106
- Plakat der Firma Georg Dralle,
Chromlithographie um 1880. In: Museum
für Kunst und Gewerbe, Pädagogische
Abteilung (Hrsg.) (1982). Kunst - Kommerz
und Körperpflege. 100 Jahre Kosmetik
Plakate. Hamburg: Druckerei Trede & Co.
ABBILDUNG.64: Seite 106
- Cover des Ringana Produktmagazines.
S.1. HALTBAR BIS _ _ (2010). Ringana
Produktmagazin 2010. Hartberg: Ringana
GmbH.
ABBILDUNG.65: Seite 108/109
- Ausstellung Lesetexte. Bearbeitet vom
Verfasser unter Vorlage von: BERTRON,
AURELIA / FREY, CLAUDIA / SCHWARZ,
ULRICH (2006). S.130/131. Ausstellungen
Entwerfen. Kompendium für Architekten,
Gestalter und Museologen. Basel, Berlin,
Boston: Birkhäuser.
ABBILDUNG.66: Seite 110
- Vorgeschlagenes Logo des Schwarzen
Ritters. Bearbeitet vom Verfasser unter
Vorlage von: Ringana Logo. In: RINGANA
PRESSE _ _ (2008). S.2. Hartberg: Ringana
GmbH. bzw. www.ringana.com
ABBILDUNG.67: Seite 111
- Vorgeschlagenes Logo und Emblem
des Schwarzen Ritters. Bearbeitet vom
Verfasser unter Vorlage von: Ringana Logo.
In: RINGANA PRESSE _ _ (2008). S.2. Hartberg:
Ringana GmbH. bzw. www.ringana.com;
HALTBAR BIS _ _ (2010). Seiten 17-19, 46, 52-
54, 58, 65, 70-74, 90. Frischekosmetik und
Nahrungsergänzung. Hartberg: Ringana
GmbH; www.ringana.com (Stand 2010);
Bearbeitet vom Verfasser in Anlehnung an:
ZINTZMEYER, JÖRG / BINDER, REINHARD (2002).
S.44. Von der Kraft der Symbole. In:
BRAUER, GERNOT (Hrsg.). Architektur als
Markenkommunikation. Dynaform+Cube.
Basel, Berlin, Boston: Birkhäuser. Alle
weiteren Abbildungen vom Verfasser.

WEITERE ANGABEN: (ABBILDUNGSVERWEIS)**ABBILDUNG ANHANG BLATT 1.:**

Skizze zur Kolonisation der Oststeiermark. In: POSCH, FRITZ (1978). S.43. Geschichte des Verwaltungsbezirkes Hartberg. Bd.1. Von der Urzeit bis 1848. Graz: Leykam AG.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 2.:

Skizze zu den Besitzverhältnissen der Oststeiermark. In: POSCH, FRITZ (1978). S.67. Geschichte des Verwaltungsbezirkes Hartberg. Bd.1. Von der Urzeit bis 1848. Graz: Leykam AG.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 3.:

Ansichten und Schnitte aus dem Bestandsplan. AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).

ABBILDUNG ANHANG BLATT 4.:

Grundrisse aus dem Bestandsplan. AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010).

ABBILDUNG ANHANG BLATT 5.:

Grabungsskizze Gesamtübersicht. AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010). Zur Verfügung gest. v. archipol Architekten.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 6.:

Grabungsskizze im Bereich der Erweiterung West. AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010). Zur Verfügung gest. v. archipol Architekten.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 7.:

Grabungsskizze zur Erweiterung Ost. AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010). Zur Verfügung gest. v. archipol Architekten.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 8.:

Grabungsskizze zur Erweiterung Ost. AUSLOBUNG (2009). Realisierungswettbewerb Zu- und Umbau Schloss Hartberg. bzw. www.schloss.hartberg.at (Stand 02.2010). Zur Verfügung gest. v. archipol Architekten.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 9.:

Überlagerungen zweier Punktmuster. LOEBERMANN, MATTHIAS (1998). S.104. Operative Transparenz. In: ARCH+ Kommende Transparenz. Transparencies yet to come. Bd.144/145. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.

ABBILDUNG ANHANG BLATT 10.:

Überlagerungen zweier Linienmuster. LOEBERMANN, MATTHIAS (1998). S.104. Operative Transparenz. In: ARCH+ Kommende Transparenz. Transparencies yet to come. Bd.144/145. Aachen: Arch+ Verlag GmbH.

Die **An**
nahme, dass
die Ober
fläche jeder
Architektur
auch meta
phorisch
als ihre **Haut**
gesehen
werden kann,
gewinnt in
diesem

Projekt an
Gewicht, als
das es sich bei
dem späteren
Nutzer um
den **Hersteller**
von Kosmetik
und Nahrungs
ergänzungs
mitteln
handelt.

Gerade in
diesem
Zusammen
hang er
scheint es als
zweckmässig,
der **Ober**
fläche mehr
als nur die
Eigenschaft
der Trennung
zwischen
Innerem und
Äusserem bei
zumessen
und ihre **Be**
deutung für das
Projekt genauer
zu beleuchten.

