



Abbildung: Jiri Muzum Ben Katter

Liebe ...

Geschäftstüchtige, Architektur und Ihr liebstes Hobby „Kauf und Verkauf“ müssen keineswegs zwei verschiedene Stiefel sein – Ebay kann beides verbinden und ist nach erfolgreicher Versteigerung vielleicht Ihre nächste Einnahmequelle. Klar: Möbel, Betten, Schränke, Tische – ja! Aber: Der weltweite Online-Marktplatz als Raum-Börse? Ein Haus für Selbststähler? Architectural Global Happening ohne zu reisen?

Alles scheint möglich: In der Kategorie „Möbel & Wohnen > Designklassiker > Aktuelles Design > Sonstige“, Artikelnummer 230336055246 verkaufte Jiri M.R.Katter, nach eigenen Angaben ein guter Freund des Bauherrn, vergangenen Monat ein „Stück Nocke“ des von Gerhard Spangenberg entworfenen Bochumer Exzenterhauses. Die „Nocke“ ist ein provisorischer Musterraum des 16-geschossigen Bürohochhauses, der zur Darstellung der Innenraumwirkung und Beurteilung der Glaskonstruktion angefertigt wurde. Dessen beachtliche Abmessungen: Raumhöhe 3,05 bis etwa 3,50 Meter, Innenbreite 2,72 bis 4,57 Meter, Tiefe 4,18 Meter und sein Gewicht von über einer Tonne lassen darauf schließen, dass die „Nocke“ in Zukunft tatsächlich als Innenraum weiterdienen wird und damit Vorreiter ist im Online-Vertrieb architektonischer Werke. Dabei erzielte der Verkäufer trotz mutigem Startpreis von einem EUR einen Verkaufspreis von EUR 325 – wenig allerdings im Vergleich zu den angegebenen Herstellungskosten von EUR 80.000. Daran ließe sich also noch arbeiten, soll der digitale Vertriebsweg architektonischer Produkte ausgebaut werden. Doch das Käuferinteresse ist da: Insgesamt gab es fünf Bieter, den Zuschlag erhielt schließlich h***p. Auf geht's: www.ebay.de!

□ business-minded readers, architecture and your favourite hobby "purchase and sell" do not really have to be two different cups of tea - Ebay can combine both and, after a successful auction, may be your next source of income. Certainly: furniture, beds, cupboards, tables - yes! But: the worldwide online marketplace as a room exchange? A house for self-collectors? An architectural global happening without travelling? Anything seems possible: in the category "Furniture & Living > Design Classics > Contemporary Design > Other", as article no. 230336055246, Jiri M.R.Katter, as he himself claims a good friend of the building client, last month sold a "piece of the pin", of the Bochum excentric building designed by Gerhard Spangenberg - a provisional model room of the 16-storey office high-rise which had been constructed to show the interior and serve to assess the glass construction. Its considerable dimensions: ceiling height 3.05 to 3.50 metres, inside width 2.72 to 4.57 metres, depth 4.18 metres and its weight of more than a tonne let us infer that in future the "pin" will indeed continue to be used as a room and is thus the precursor of the online market for architectural works. Despite the courageous starting price of 1 euro, the seller achieved a sales price of 325 euros - little, however, compared with the listed production costs of 80,000 euros. This might still need some improvement if the digital distribution channel for architectural products is to be expanded. Yet the buyers' interest exists: there were 5 bidders altogether, the object finally went to h***p. Come on: www.ebay.de!

Imagepflege „Bio“

Der Bio- und Ökoboomb hält an. Nach wie vor versuchen Unternehmen auf diesen Zug auf zu springen. Um sich von der Masse abzuheben, bedarf es mittlerweile schon eines wirklich besonderen Konzepts, denn einfach nur „Öko“ ist heute vieles. In diesem Sinne eröffnete McDonald's am 23. April - rechtzeitig zum bundesweiten Tag der regenerativen Energien am 25. April - in Achim bei Bremen sein erstes EE-Tec Restaurant, das einem Testprojekt mit dem Fokus Energieeffizienz und alternative Energien den Startschuss gibt. Die Filiale in Achim soll zeigen, welche eingesetzten regenerativen Energien für die Systemgastronomie sinnvoll sind. Was sich bewährt, wird für andere Standorte übernommen. Wie viel Energie und Kohlendioxid nach einer einjährigen Testphase tatsächlich eingespart werden konnten, prüft die Energie- und Klimabilanz des unabhängigen Öko-Instituts e.V. aus Freiburg. Dass sich McDonald's so weit in den Norden und auf das flache Land begibt, hat seine Gründe: viel Fläche und Wind bieten optimale Voraussetzungen, um alle geplanten Technologien gleichzeitig einzusetzen. Die erste ist auch schon von Weitem sichtbar: Das McDonald's Windrad ragt neben dem großen M in die Höhe und lotst die Autofahrer von der A27 direkt auf das Gelände. Auf die meisten anderen Innovationen muss der Besucher erst gestoßen werden. Neben der Windkraft versorgen Erdwärme, Photovoltaik und Solarthermie als erneuerbare Energien das Gebäude mit Wärme und Strom. Auf Gas als fossilen Energieträger kann ganz verzichtet werden. Regenwasser wird aufgefangen und für die WC-Spülung sowie zur Bewässerung der Außenanlagen genutzt, und in der eigenen biologischen Kleinkläranlage wird das in der Restaurantküche entstehende Schmutzwasser vorgereinigt. Zu den energiesparenden Maßnahmen gehören das Flächenheizsystem

in Boden und Decke, die Nutzung der Verdunstungskühlung und der Einsatz von Wärmerückgewinnungssystemen, die einen Großteil der Prozesswärme recyceln. (Architektur: **Oliver Lehmann**, Biberach; Öko-Konzept: FH Biberach)

Friendly shelter, healthy food

Ebenfalls im Norden Deutschlands - mitten in der Hamburger Innenstadt - eröffnete kürzlich die erste Filiale der neuen Kette WakuWaku, einem Bio-Wok-Restaurant. Die drei Gründer und Entwickler - alle seit vielen Jahren in der Systemgastronomie tätig, unter anderem als Geschäftsführer bei Burger King - hielten einen grundlegenden Wechsel der Fast-Food-Industrie in Richtung Nachhaltigkeit und Gesundheit für enorm wichtig. Im WakuWaku wird frische und fettarme Kost aus ausschließlich biologischen Produkten angeboten. Die gesamte technische Ausstattung des Restaurants ist unter dem Begriff der Nachhaltigkeit zu sehen. Energieeffiziente Küchentechnik und die sorgfältige Auswahl der Materialien waren Pflicht. So soll das Ziel, den Energiebedarf um 30 Prozent im Vergleich zu anderen Fast-Food-Ketten zu reduzieren, erreicht werden. Architektonisch setzte die Stuttgarter **ippolito fleitz group** das Projekt um (siehe auch Seite 104). Nicht nur die Gastronomie schmückt sich dieser Tage mit „Bio“, auch andere Unternehmen wie der spanische Schuhhersteller Camper tun es. Die Aussage „useful shoes, friendly shelter and healthy food“ beschreibt den Grundgedanken des Hotelprojekts Casa Camper. Nach der Eröffnung des Casa Camper Hotels in Barcelona vor einigen Jahren, dürfen wir uns auf einen zweiten Teil im Herbst auf deutschem Boden freuen. Das Konzept ist dasselbe, auch wenn die Gebäudehülle in Spanien aus dem 19. Jahrhundert stammt und in Berlin ein Neubau ist, für den das



Foto: McDonald's



Foto: WakuWaku

Berliner Büro **A+O Freie Architekten und Berater** verantwortlich zeichnet. Die Hotelzimmer sind auf das Wesentliche reduziert, sie setzen sich jeweils aus einem kleinen Schlafräum und einer abgetrennten Minilounge mit Balkon zusammen. Das Duschwasser wird recycelt und geheizt wird mit Solarenergie. Ein weiteres neues Biohotel befindet sich im bayerischen Hohenbercha bei Kranzberg (siehe auch Seite 148). Die seit über 100 Jahren im Familienbesitz geführte Gast- und Tafernwirtschaft wurde mit einem Hotelneubau ergänzt, für den die Freisinger **Deppisch Architekten** den Gestaltungspreis „Energieeffiziente Architektur in Deutschland“ der Wüstenrot Stiftung erhielten. Das Gebäude wurde ressourcensparend als Holzkonstruktion auf einer Stahlbetonbodenplatte errichtet. Kompakt, hochgedämmt und ausschließlich aus nachwachsenden oder recycelten Produkten ist die Hülle. Die Versorgung des Baukörpers basiert zu 100 Prozent auf erneuerbaren Energien, denn die 360 Quadratmeter Photovoltaikmodule auf der Dachfläche decken den gesamten Strombedarf des Gästehauses. Zum Apfelgarten - der Attraktion der Wirtschaft - sind die Zimmer großflächig verglast, hier wird die Sonnenenergie im Winter passiv genutzt, während im Sommer die Apfelbäume Schatten spenden. ag

□ The green boom continues. Companies are still trying to jump on the bandwagon. Meanwhile it requires a truly exceptional concept to contrast with the mainstream, because simply "green" are a lot of things these days. In this sense McDonald's opened its first EE-Tec Restaurant in Achim near Bremen on the 23rd of April, which launched a test project with a focus on energy efficiency and alternative energies. The branch restaurant in Achim should demonstrate, which regenerative energies can be sensibly used in the system gastronomy. What will prove itself will be carried over to other locations worldwide. The energy and climate balance by the independent Öko-Institut e.V. from Freiburg will testify how much energy and carbon dioxide could actually be saved after a one-year test period. Presently, it is not just the gastronomy that adorns itself with a "green" label, other companies such as the Spanish shoemaker Camper do so as well. The statement "useful shoes, friendly shelter and healthy food" describes the basic idea of the Casa Camper Hotel project. After the opening of the Casa Camper Hotel in Barcelona a few years ago, we have reason to look forward to a sequel in Germany this autumn. The shower water will be heated with solar energy and recycled.



Foto: Casa Camper Hotel



may®

indoor | outdoor | furniture

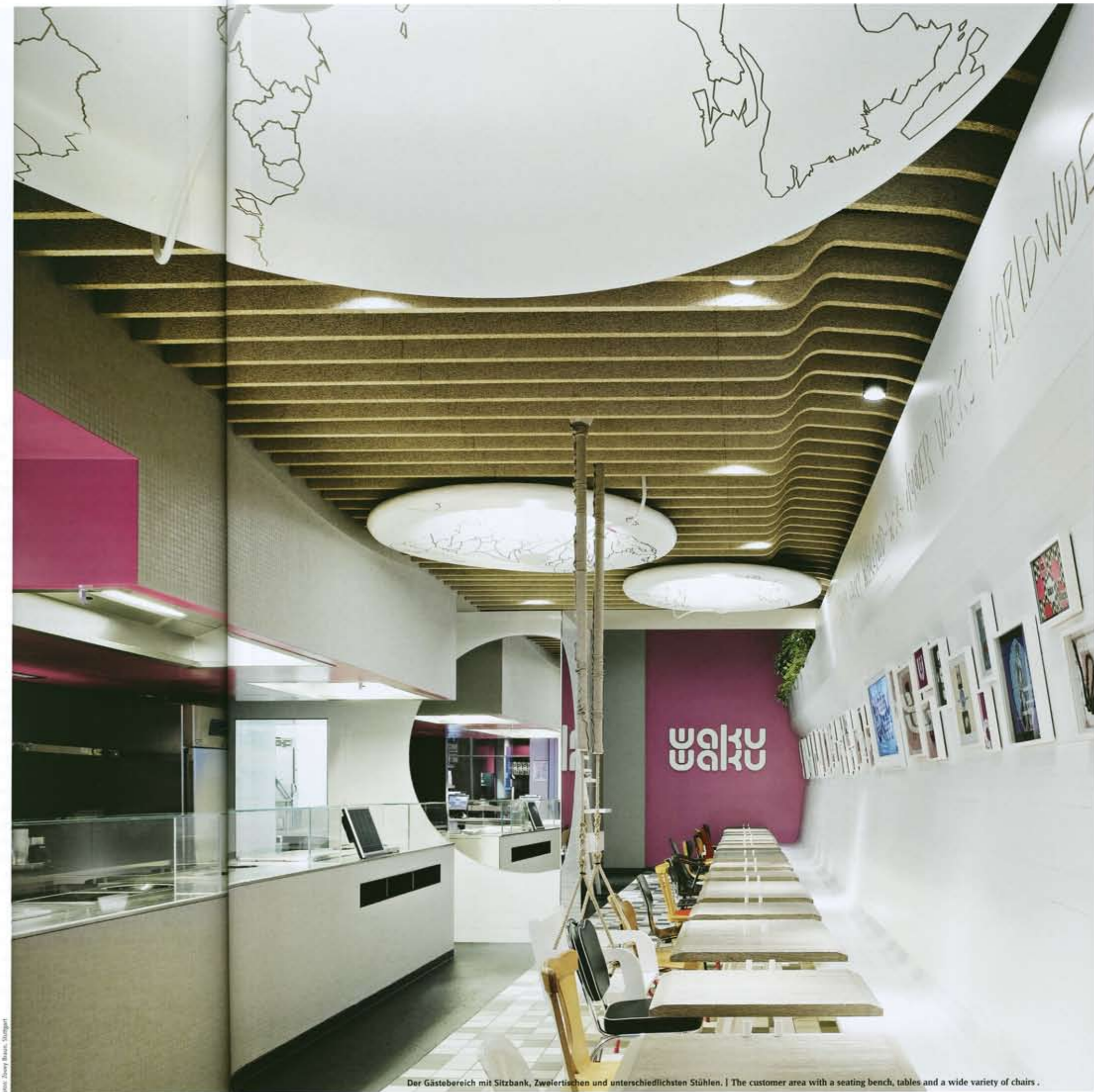
H. May KG Im Kleinfeld 16 31275 Lehrte info@may-kg.de
Tel: 0 51 32 / 87 99 - 0 Fax: 0 51 32 / 87 99 - 99 www.may-kg.de
Fordern Sie unseren 536 - seitigen Hauptkatalog an

RESTAURANT WAKU- WAKU, HAMBURG

Entwurf | Design ippolito fleitz group, Stuttgart

„WakuWaku's Wacky Wholefood-
Wok-Wonder Works Worldwide“
- auch die selbstironischen Referenzen
auf die globalen Ambitionen und die
Internationalität der Küche machen
einen Besuch der von ippolito fleitz
gestalteten Hamburger Wok-Fastfood-
Filiale WakuWaku zum Vergnügen.

„WakuWaku's Wacky Wholefood-
Wok-Wonder Works Worldwide“
- self-ironic references to the global
ambitions and the internationality of
the kitchen also make a visit to the
Hamburg WakuWaku wok-fastfood
branch designed by ippolito fleitz a
pleasure.



Der Gästebereich mit Sitzbank, Zweiertischen und unterschiedlichsten Stühlen. | The customer area with a seating bench, tables and a wide variety of chairs.

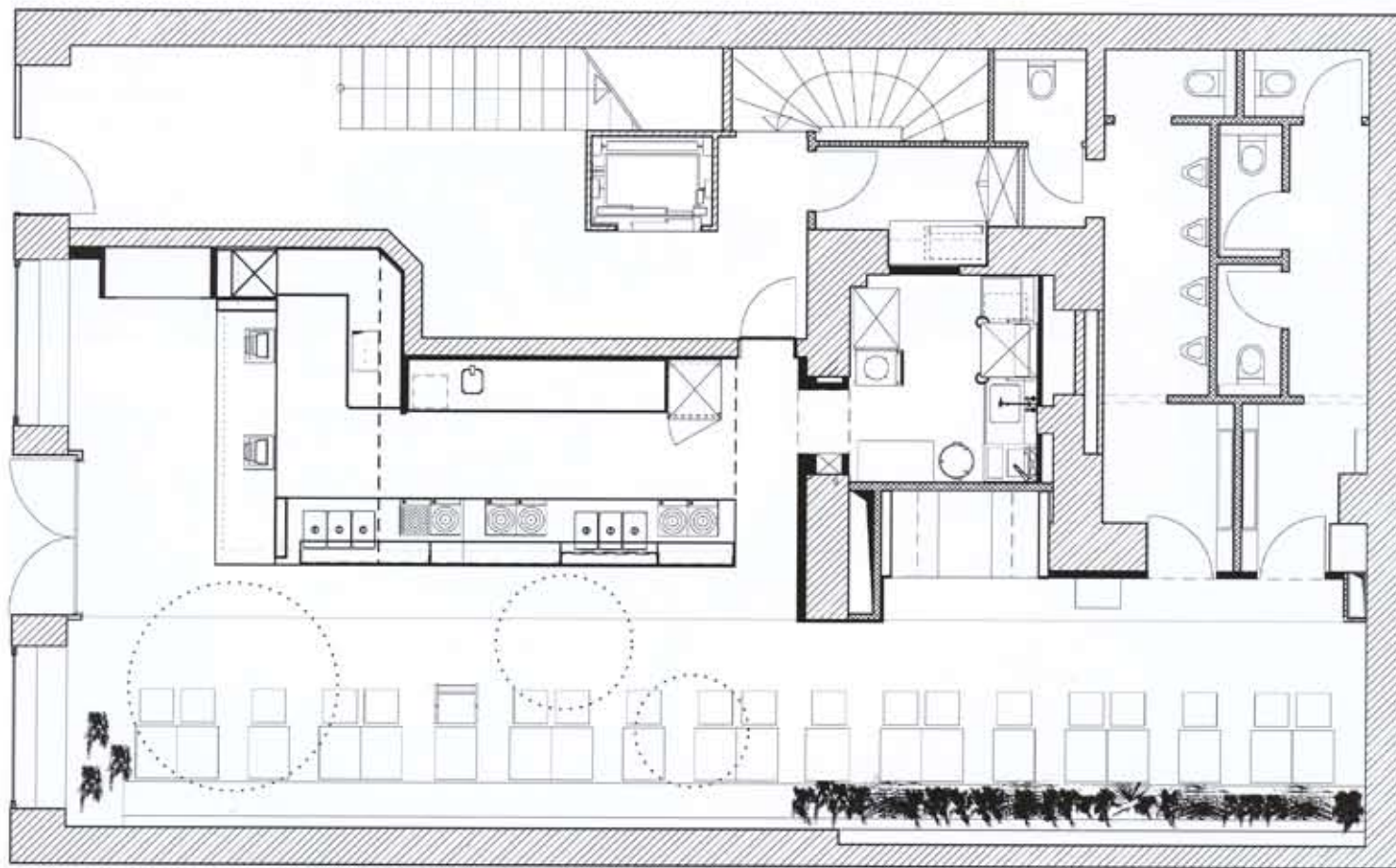
Die eingebaute Schaukel soll Kindheitserinnerungen wecken. | The swing is to awaken childhood memories.



Lackoberflächen werden mit Edelstahlfächern und Keramikmosaik kontrastiert. | Painted surfaces contrast with stainless-steel areas and ceramic mosaic.



An der „Pimp-Station“ kann geschmacklich aufgetankt werden. | At the "pimp station", the taste can be upgraded.



Grundriss | Floor Plan



RESTAURANT WAKU-WAKU, HAMBURG

WakuWaku - der Name einer neuen Restaurantkette, deren erste Filiale jüngst in der Hamburger Innenstadt eröffnet wurde, ist Programm: Das japanische Wort „waku“ bedeutet „heiß gebraten, kochend“, aber auch „aufregend“ oder „gespannt“. Dabei ist WakuWaku auch nachhaltig und „bio“ - eben in urbaner und schneller Form: Sämtliche Gerichte sind Wok-basiert und werden - vor den Augen der Gäste - ausnahmslos aus biologischen Zutaten zubereitet. Die gesamte technische Ausstattung des Restaurants, von der energieeffizienten Küchentechnik über das Team-Outfit aus Fair-trade-Materialien bis hin zum sparsamen Händetrockner, folgt dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Das architektonische Rezept dazu lieferte die Stuttgarter ippolito fleitz group, die der Kette mit der Hamburger Filiale einen architektonisch gelungenen Auftakt verschaffte. Ihr stand zunächst ein sehr schmaler, 17 Meter tiefer Raum zur Verfügung, der gemäß den Funktionen in Gast- und Servicebereich unterteilt ist. Wer ihn heute betritt, steht zunächst im Servicebereich - einer räumlich abgesetzten, violett lackierten Box mit Boden aus poliertem, schwarzem Gussasphalt. Sie umfasst Order-Counter, Küche und Take-Away und spiegelt den urbanen Fast Food-Charakter des Restaurants wieder: Zwei große digitale Menüboards und eine mit naturweissem Keramikmosaik verblendete Theke fordern zu einer raschen Bestellung auf. Direkt wohnlich dagegen wirkt der Gästebereich, der sich seitlich über die gesamte Länge des Raumes erstreckt und sein Ende in einer in der Corporate-Farbe Violett lackierten Wandfläche mit Logo findet. Ihn prägen eine lange Sitzbank, flexibel gruppierbare Zweiertische und Stühle unterschiedlichster Herkunft, Form und Farbe. Dabei gelang es den Architekten tatsächlich, mit einfachen Mitteln „Essküchenatmosphäre“ zu schaffen: Die lange Sitzbank wirkt handgefertigt und deren unterschiedlich große Holzbretter wurden vor Ort auf ein Gerüst genagelt und anschließend mit Off-White-Lack gestrichen. Die Zweiertische bestehen ebenfalls aus weiß lackierten Stahl-Tischgestellen, auf die Holzplatten mit abgeschrägten Kanten montiert wurden,

deren gebürstete Oberflächen eine außergewöhnliche Haptik bieten. Die sehr individuelle Bestuhlung schließlich belebt den Raum und spielt mit dem Wiederverwertungsgedanken. Alle Füße der Stühle, ob Holzbein oder Tulpenfuß, sind vom Boden aus 20 Zentimeter hoch in der WakuWaku-typischen Farbe gestrichen. Eine Galerie aus zwei- und dreidimensionalen Collagen und Bildern der Stuttgarter Künstlerin Monica Trenkler zieht sich ebenfalls durch den gesamten Raum und spielt mit den Leitmotiven des Restaurants, zitiert die Farbwelt der Marke, gibt ironische Seitenhiebe auf die Fast-Food-Kultur, Öko-Hype und Konsumwahn und eröffnet so Assoziationsräume rund um das Thema Essen. Sie beinhaltet einen in einen Bilderrahmen gefassten, informativen Monitor und ist überschrieben mit dem krakelig ausgeführten Schriftzug „WakuWaku's Wacky Wholefood-Wok-Wonder Works Worldwide“, einer Anspielung auf die grenzüberschreitende Ausrichtung der Küche und globale Ambitionen der Marke. Konsequenz ist die zweigeteilte Raumgestaltung auch im Boden- und Deckenbereich: Während der Service funktional ausgestattet ist, schaffen naturweiß gepixelte Feinsteinzeugfliesen im Gästebereich ein eher wohnliches Ambiente. Die Deckenkonstruktion ist über der Sitzbank nach oben ausgeschnitten und drei über Lichtlöcher beleuchtet überdimensionale „Teller“, auf die - wiederum als selbstironische Referenz - eine Weltkarte mit pinkfarbener Kennzeichnung von Hamburg als erster WakuWaku-Location gemalt ist, ziehen die Blicke in den hinteren Restaurantbereich. Hier sorgen ein Glasdach und eine aus der Rückwand wachsende Pflanzenzeile für Gemütlichkeit. Der Sitzbank gegenüber ist ein Alkoven angebracht, dessen vier Plätze eine intimere Esssituation bieten. Platz genommen wird allerdings erst nach ausgeführter Bestellung am Tresen, wo ein 50 Zentimeter langer violetter Holzlöffel ausgegeben wird. In eine Hülse auf einem der Tische gesteckt, signalisiert der, wo serviert werden soll. Unkonventionell ist übrigens auch die Karte, die neben klassischen asiatischen Gerichten auch Currywurst und Tafelspitz im Angebot hat. Fast Food einmal anders ...

□ WakuWaku - the name of the new chain of restaurants, whose first branch was recently opened in Hamburg, points to what is offered: the Japanese word waku means "fried, hot, boiling" but also "exciting" or "thrilling". Yet WakuWaku is also sustainable and "organic" - just in a more urbane and fast way: all the meals are wok-based and are - right in front of the customers - without exception prepared from organic ingredients. The architectural recipe for all this was supplied by the Stuttgart ippolito fleitz group who gave the chain with the Hamburg branch an architecturally successful start. What they had available was a very narrow, 17-metre deep space which is subdivided into a customer and a service zone. Whoever enters today, first finds himself in the service zone - a spatially defined, purple-finished box with a floor of polished, black mastic asphalt. It houses the order counter, the kitchen and the take-away and reflects the urbane fast-food character of the restaurant: two digital menu boards and a counter covered with natural ceramic mosaic prompt quick ordering. Quite cosy, in comparison, looks the customer area which runs laterally across the whole length of the room and ends in a wall area varnished in the corporate colour purple and with the logo. The space is defined by a long bench, tables which can be flexibly placed and chairs in a variety of origins, shapes and colours. A gallery consisting of two- and three-dimensional collages and pictures by the Stuttgart artist Monica Trenkler also runs along the whole room and plays on the leitmotifs of the restaurant, citing the brand's colour world, making ironical sideswipes at fast-food culture, eco hype and consumerism and thus providing opportunities for associations around the topic of food. Of the ordinary, by the way, is also the menu which, in addition to classic Asian meals, offers curry sausage and prime boiled beef. A different kind of fast food, for a change ...



Christiane Rametsch studierte Architektur und Stadtplanung an der Universität Stuttgart und ist Redaktionsmitarbeiterin bei AIT seit 1999. Vorher war sie freie Mitarbeiterin in Architekturbüros, Stadtplanungsbüros und Redaktionen. Christiane Rametsch studied architecture and urban planning at Stuttgart University and joined AIT as editor in 1999. Before she was a freelancer in architect's offices, urban planning administrations and on editorial boards.