LEBEN IN DER MULTIFUNKTIONALEN BISKUITROLLE

Angesichts wachsender Städte und des Drucks, vorhandenen Raum effizient zu nutzen, benötigt es kreative Lösungen – die Trends im Wohnbau. VON B. FIEBIGER

So stellt sich das Büro MVRDV die Markthalle des 21. Jahrhunderts vor: Der einzigartige Hybrid aus Wohnbau und Konsumtempel steht in Rotterdam

FOTO: DARIA SCAGLIOLA & STIJN BRAKKEE/MVRDV

Blick über das Treiben: Rund 230 Wohnungen umrahmen bzw. überdachen den Markt. Geplant wurde der Bau vom Architekturbüro MVRDV

» „Ich denke, Architekten können die Aufgabe übernehmen, nicht nur bahnbrechende Bauten auf die Bühne zu bringen, sondern diese in allen Aspekten ihrer Innovation zur Diskussion und Evaluation zu stellen – mit der Öffentlichkeit und den Medien. Das passiert wohl gerade auch mit diesem Gebäude“, so Winy Maas vom Architekturbüro MVRDV, kreativer Kopf hinter der im Jahr 2014 in Rotterdam fertiggestellten Markthalle (im Bild oben und auf der vorhergehenden Doppelseite).
Von vorne sieht sie aus wie ein moderner Triumphbogen oder ein Flugzeughangar, von der Seite wie eine riesige Biskuitrolle: Es ist ein Bau, der woanders vielleicht in der Entwurfsphase stecken geblieben wäre. Doch die Stadt, die den Standort aufwerten wollte, räumte alle baurechtliche Hürden aus dem Weg – mit der Forderung: keine Bauten, die nachts leer stünden. Laut dem Architekturbüro ist die Markthalle die erste einer neuen Bautypologie, die urbanes Wohnen mit Markt, Gastronomie und Parkplätzen in einem Bau vereint. Auf jeden Fall ist sie ein Beispiel, wie auf knappem Raum verschiedene Funktionen erfolgreich verknüpft werden können und das Image eines abgetakelten Viertels gehoben werden kann. Qualitäten, die immer wichtiger werden – denn unsere Städte wachsen, platzen mitunter aus allen Nähten. Zudem ändern sich Demografie und Lebensstile, neue Technologien durchdringen Wohn- und Arbeitswelten. Will man zukünftig die Lebensqualität aufrechterhalten, müssen urbane Räume all dem Rechnung tragen. Wie das aussehen kann, darüber hat sich Oona Horx-Strathern, die mit ihrem Mann Matthias Horx das Zukunftsinstitut in Wien leitet, einen Überblick verschafft. Die Ergebnisse hat sie in ihrem soeben erschienenen „Homereport 2019“ (124 Seiten, ca. 130 €, www.strathern.eu/de) zusammengefasst.
„Die Baubranche ist vielerorts noch in der Walkman- und nicht in der Smartphone-Phase“, so die Trendforscherin mit einem Schmunzeln. „Sie will immer noch für die Familie mit ein bis zwei Kindern bauen, aber die Gesellschaft hat sich verändert. Es gibt Alleinerziehende, Patchwork-Familien, mobile Millennials und mehr.“ Dafür benötige es entsprechende Modelle. „Wir sehen momentan eine Spaltung der Gesellschaft – in Mobilität und Fixierung“, fügt Matthias Horx hinzu, „die einen sind in Bewegung, die anderen suchen einen Raum für die Ewigkeit.“ Ausdifferenzierte Angebote findet man – vorerst – im oberen, da berechenbaren Preissegment. Und damit das jeweilige Projekt von der angestrebten Zielgruppe wahrgenommen wird, ist das sogenannte Branding auch im Wohnbau im Kommen.

MARKENZEICHEN. „Neubauten werden mit einem schicken Namen versehen. Es findet eine Art Story-Telling statt“, so Horx-Strathern. Bemerkbar mache sich dieses Branding vor allem bei Wohntürmen und Projekten mit gemischter Nutzung. „Zum Beispiel reden jetzt alle von den skandinavischen Wohntrends ‚Hygge’ und ‚Lagom’. In Deutschland gibt es am Ammersee ein Bauprojekt namens ‚Lagom’, dessen Prinzipien bereits in der Gestaltung der Räume und des Ortes folgt.“ Der Entwurf (im Bild rechts oben) stammt von den Münchner Architekten Lynx und will den gesellschaftlichen Trend der Achtsamkeit aufgreifen: „Angesichts der Hektik der Großstadt sehnen sich viele Menschen nach Entschleunigung“, erläutert Jürgen Schorn vom Projektentwickler Bauwerk Capital. Das Quartier stehe für „mehr Natur, mehr Zeit für die Familie, mehr Nachhaltigkeit – ohne auf den urbanen Lifestyle zu verzichten.“ Zugleich repräsentiert »

„Bauprojekte werden immer öfters mit einem Branding, einem schicken Namen, versehen. Es findet eine Art Story-Telling statt.“
Oona Horx-Strathern, Trendforscherin am Zukunftsinstitut, www.zukunftsinstitut.at

Die neue Achtsamkeit als Produktkonzept: Das Wohnquartier am deutschen Ammersee (von Lynx Architecture) trägt den Lagom-Trend bereits im Namen

Bei Platzmangel wird vertikal verdichtet: „Peruri 88“ in Jakarta ist eine begrünte, soziale „Mini-Stadt in der Stadt“, geplant von MVRDV

FOTOS: SSIP VAN DUIVENBODE/MVRDV, VYHNALEK.COM, PERURI 88/MVRDV (4), NEUES FOTO

Wohn-, Büro- und öffentliche Flächen: der Frankfurter Omniturm vom Büro BIG. Der „Hüftschwung" schenkt dem Wohnbereich Terrassen

der Bau einen weiteren Trend, den Horx-Strathern in ihrem Wohnreport aufgreift: In einer zunehmend digitalisierten Welt wächst die Sehnsucht nach sensorischen Erfahrungen und natürlichen Materialien. So inszeniert die Anlage den uralten Werkstoff Holz, der nicht verputzt im Innen- wie Außenbereich zur Schau gestellt wird.

AUFGETEILT. Während Projekte wie ‚Lagom' es eher auf „sesshafte" Familien abgesehen hat, buhlen Co-Living-Konzepte um jüngere Generationen. „Sie sprechen vor allem mobile Millennials an, die in eine Stadt wie London ziehen und niemanden kennen", so die Expertin. „Ihr privates Reich ist dann vielleicht nur elf Quadratmeter groß, dafür haben sie 10.000 m² Shared Spaces." Letztere inkludieren nicht nur Küche oder Gemeinschaftsraum, wie man es vom Studentenheim kennt. Im All-Inclusive-Vertrag stehen Annehmlichkeiten wie eine Bibliothek, ein Kino oder Fitnessraum zur Verfügung. „Diese Zielgruppe geht weg vom Status vieler eigener Quadratmeter", so Horx-Strathern. „Sie investieren ihr Geld lieber in Erfahrungen und Lifestyle." Das Konzept des Teilens ist dabei nicht nur eine Antwort auf urbanen Platzmangel, sondern auch auf steigende Mietpreise: „Im Vergleich zu einer herkömmlichen Londoner Wohnung wohnt man hier im Schnitt um 20 Prozent billiger", so Horx-Strathern. Vereine, Gemeinschaftsgärten oder der Swimmingpool am Dach übernehmen aber auch integrative Funktionen in der Anonymität der Städte. „Was gut funktioniert, ist so etwas wie ein Community-Concierge, der die Nutzung der Shared Spaces koordiniert, Menschen untereinander verbindet oder Ausflüge organisiert." Die Vereinsamung ist nicht nur ein Thema für die jungen Mobilen. „Es gibt nicht genug Wohnkonzepte, die auf ältere Personen zugeschnitten sind, die nicht nur soziale Funktionen bieten, sondern etwa durch Pflegedienste den Weg ins Pflegeheim vermeiden oder hinauszögern", so Matthias Horx, „Das ist ein Thema, das noch immer nicht genug Aufmerksamkeit bekommt." Stimulation, Betreuung, Rückzug – die moderne Gesellschaft stellt große Herausforderungen an die Metropolen von morgen. «

Fokus auf Gemeinschaftszonen: Das Wiener Bauprojekt von Gerner Gerner Plus bei der Ankerbrotfabrik fördert die soziale Durchmischung

FOTOS: SCHINDLER/OMNITURM MYPORT, GERNER GERNER PLUS/RENDERING BOKEH