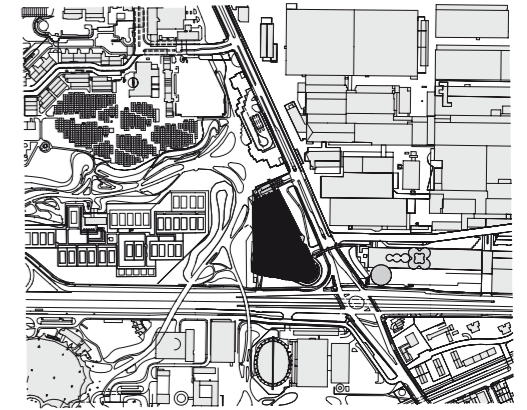


VW hat es getan. Mercedes hat es getan. Porsche tut es gerade. BMW und Citroën sind jetzt fertig damit: eine Manege für schnelle Autos und eine verspiegelte Etagerer.



Formengewitter

BMW-Welt in München: Coop Himmelb(l)au
Kritik: Jan Friedrich Fotos: Marcus Buck



Vor Baubeginn für die BMW-Welt befand sich auf dem prominenten Grundstück zwischen BMW-Stammwerk im Osten und Olympiapark im Süden ein Parkhaus, dessen Stellplätze nun in zwei Untergeschossen des Neubaus untergebracht sind.

Lageplan im Maßstab 1:15.000

Kann man ein Gebäude, dessen erklärter Zweck es ist, die Übergabe eines Neuwagens an seinen Käufer als „unvergessliches Markenerlebnis“ zu inszenieren, vollkommen ernst nehmen? Ein kritischer Geist kann sich der von Coop Himmelb(l)au entworfenen „BMW-Welt“ in München wahrscheinlich nur auf ähnliche Weise annähern, wie ein Atheist einem Gotteshaus: den Inhalt des Gebäudes für irrelevant befinden und die Qualität des Hauses danach beurteilen, ob es seinen Architekten gelungen ist, ein Raumerlebnis zu schaffen, das auch Besucher zu berühren vermag, die nicht für das dort ausgeführte Zeremoniell empfänglich sind.

Im Frühjahr 2001 lobte die BMW AG unter dem sperrigen Arbeitstitel „Erlebnis- und Auslieferungszentrum“ einen Wettbewerb für den neuen Gebäudekomplex gegenüber ihrer Konzernzentrale am nördlichen Mittleren Ring aus. Am Ende der Jurysitzung fanden sich die Wiener Coop Himmelb(l)au und die Berliner Sauerbruch Hutton beide auf einem ersten Rang wieder (Heft 37.01). Der Bauherr entschied sich im Nachgang gegen den Entwurf von Sauerbruch Hutton – drei mit einem großen Dach verbundene etwas spröde Pavillons – und für die zeichenhafte „Dachwolke“ der Wiener. Die Wolke

sollte einen „großen Marktplatz“ überspannen, auf dem die verschiedenen Programmpunkte Fahrzeugauslieferung, Veranstaltungsbereich, Gastronomie, Ausstellung und Verwaltung gruppiert sind. Nach sechs Jahren Planungs- und Bauzeit wird die „BMW-Welt“ am 20. Oktober dieses Jahres eröffnet. Die Baukosten gibt der Bauherr mit „mehr als 100 Millionen Euro“ an. Wieviel Mal mehr, das unterliegt einem strengen Schweigegebot.

Etwa 200 Neufahrzeuge, so die Prognose, sollen auf der „Premiere“ genannten Plattform im Zentrum der Halle jeden Tag an ihre Besitzer übergeben werden. Zum überwiegenden Teil werden es wohl Käufer aus Asien, arabischen Staaten und den USA sein, die ihren deutschen Luxuswagen am Ursprungsort der „Legende BMW“ selbst abholen wollen. Die Kunden werden sich mehrere Stunden in der BMW-Welt aufhalten, den gastronomischen Service in Anspruch nehmen können, eine Ausstellung zu BMW-Innovationen besuchen, sich im BMW-Shop eine Golf-Regenjacke oder einen Füllfederhalter kaufen und auf dem geschlängelten Fußgängersteg vielleicht einen Abstecher zum benachbarten BMW-Museum unternehmen, das im kommenden Frühjahr nach völliger Umgestal-

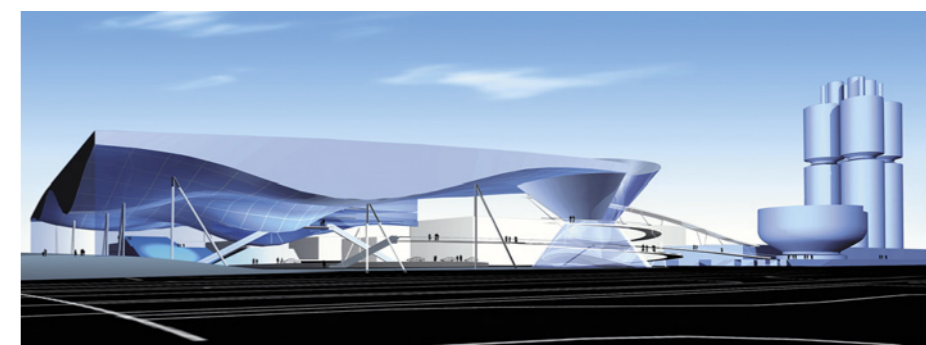


tung wieder eröffnet wird. Schließlich werden in der „Lounge“, hoch oben in der Dachwolke, die notwendigen Übergabeformalitäten erledigt. Der Kunde wird an einem Simulator in die technischen Feinheiten seines neuen Fahrzeugs eingewiesen, damit er anschließend, wenn ein BMW-Betreuer ihn die lange Treppe von der Lounge herunter zu seinem Neuwagen geleitet hat, der langsam auf einem der Drehteller der Premiereplattform um die eigene Achse rotiert, sofort einsteigen und losfahren kann. Ein spezieller Bodenbelag sorgt dafür, dass auch bei einem ungeübten oder etwas nervösen Fahrer die Reifen nicht zu quietschen anfangen, denn es geht eine kurvige Rampe hinab, am Verabschiedungspersonal vorbei, hinein in den Münchner Stadtverkehr. Ein US-amerikanischer Kunde wird seinen nagelneuen X5 vermutlich direkt zu einer Spedition fahren, die den Wagen in die USA verschiffen lässt. Von wo das Fahrzeug, das im BMW-Werk in Spartanburg (South Carolina) produziert wird, zuvor eigens für die Übergabereimonie hergebracht worden ist. Darüber hinaus wird in der BMW-Welt

vieles andere stattfinden, was nicht unmittelbar mit dem Autohersteller zu tun hat. Der Bau ist nämlich auch ein großes Konferenzzentrum, dessen Kernstück von einem Auditorium mit kompletter Bühnentechnik (und eigenem Bühnenmeister) gebildet wird. Je nach Bestuhlungsart fasst es bis zu 800 Gäste. Im Doppelkegel, dem „Wahrzeichen“ der BMW-Welt, befindet sich ein weiterer Veranstaltungsbereich, ausgestattet mit der Technik eines Fernsehstudios. Eine clevere Marketingmaßnahme: Während andere Unternehmen sich lediglich den Namen einer Veranstaltungsstätte kaufen (z.B. Allianz-Arena), hat BMW sich gleich selbst eine gebaut und sorgt damit für eine weitstreuende Marken-Multiplikation: „Heute abend in der BMW-Welt: Gerhard Polt.“ Oder noch besser: „Gleich nach den Tagesthemen – Live aus dem Doppelkegel der BMW-Welt in München: Sind wir Deutschen zu konsumkritisch? Uli Wickert im Gespräch mit Gästen.“

So sehr die BMW-Welt dem „Event“ verschrieben ist, so spektakulär ist das architektonische Kleid geraten, das Coop

Ansicht vom Mittleren Ring mit BMW-Hochhaus und -Museum in der Wettbewerbszeichnung und im Foto wenige Wochen vor Eröffnung. Die Preisrichter merkten damals an: „Die These des Daches als Himmelslandschaft lässt keine Fassaden zu. Hierzu stellen sich Fragen nach einem Gebäude mit Fassaden, einem gläsernen Kubus, die unbeantwortet bleiben.“



Architekten

Coop Himmelb(l)au, Wien
Wolf D. Prix, Helmut
Swiczinsky + Partner

Projektarchitekt

Paul Kath

Teilprojektleiter

Günther Weber, Penelope
Rüttimann, Renate Weissenböck, Markus Hennig, Verena Perius, Mona Marbach, Tom Wiscombe

Projektteam

Hans Aesch, Antje Bulthaup, Guy Bébié, Johannes Behrens, Timo Carl, Ing Tse Chen, Wolfgang Fiel, Volker Gessendorfer, Jens Hof, Waltraut Hohenender, Martin Juryc, Astrid Jagersberger, Martin Konrad, Markus Klausecker, Tobias Klein, Gregor Kassl, Wolfgang Leitgeb, Marion Latenmayer, Karin Miesenberger, Martin Oberascher, Alexander Ott, Florian Pfeifer, Mark Steinmetz, Siegrid Steinwender, Andrea Schöning, Anja Sorger, Gernot Stangl, Katharina Schneider, Martina von Tippelskirch, Ekkehard Rehfeld, Wolfgang Ruthensteiner, Philip Vogt, Beatrix Basting, Andrea Christmann, Patrick Ehrhardt, Manfred Herrmann, Robert Huebser, Florian Schafschetzy, Kristina Schinegger, Pascal Vaclair, Andreas Weissenbach, Lukas Haller, Goswin Rothenthal, Akvile Rimantaitė, Tamas Horvath

Projektsteuerung

Hans Lechner ZT GmbH, Wien
Projektleitung: Sabine Liebenau

Ausführungsplanung Massivbau

Schmitt, Stumpf, Frühauf + Partner, München
Projektleitung: Manfred Rudolf, Ferdinand Tremmel

Tragwerksplanung

B+G Ingenieure, Bollinger und Grohmann GmbH, Frankfurt am Main
Projektleitung: Jörg Schneider
Schmitt, Stumpf, Frühauf + Partner, München
Projektleitung: Ferdinand Tremmel

Lichtplanung

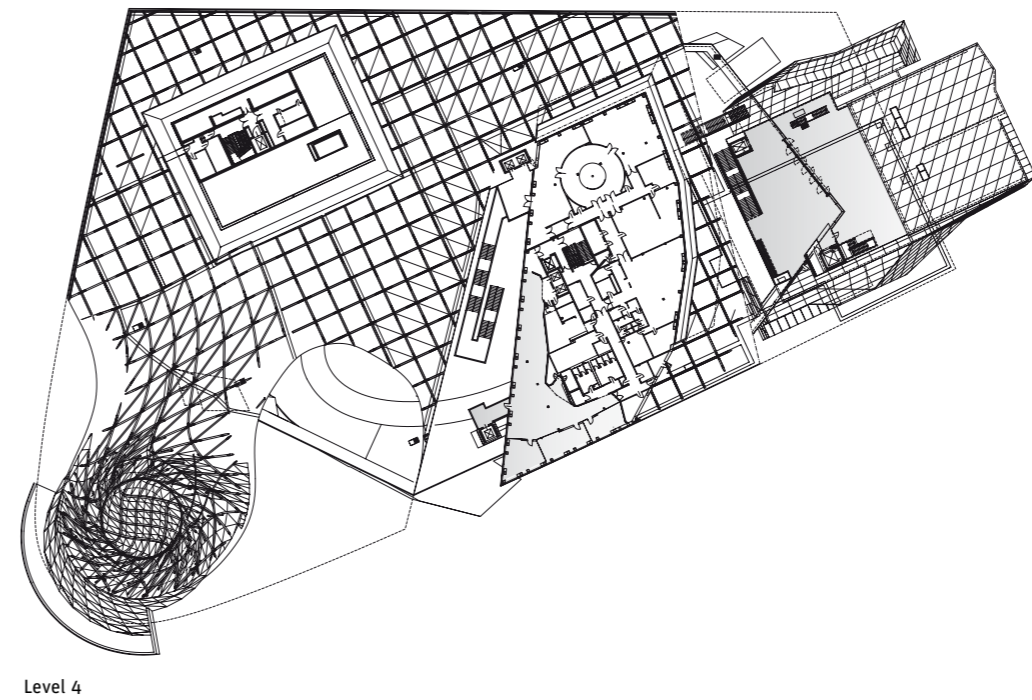
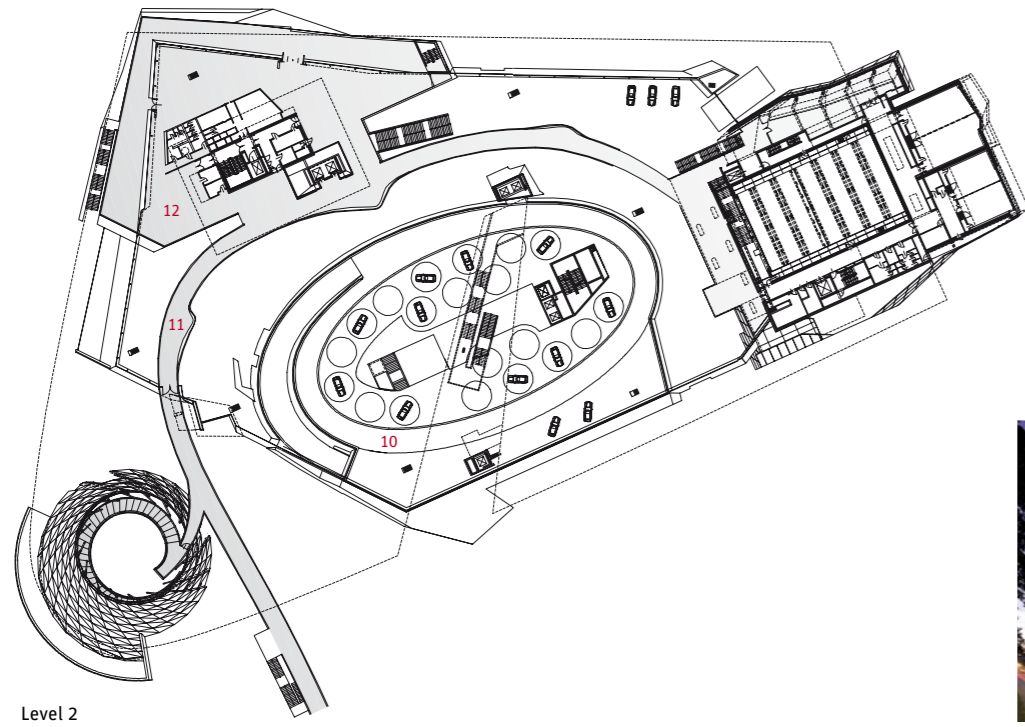
AG-Licht, Bonn

Freianlagen

realgruen Landschaftsarchitekten, München

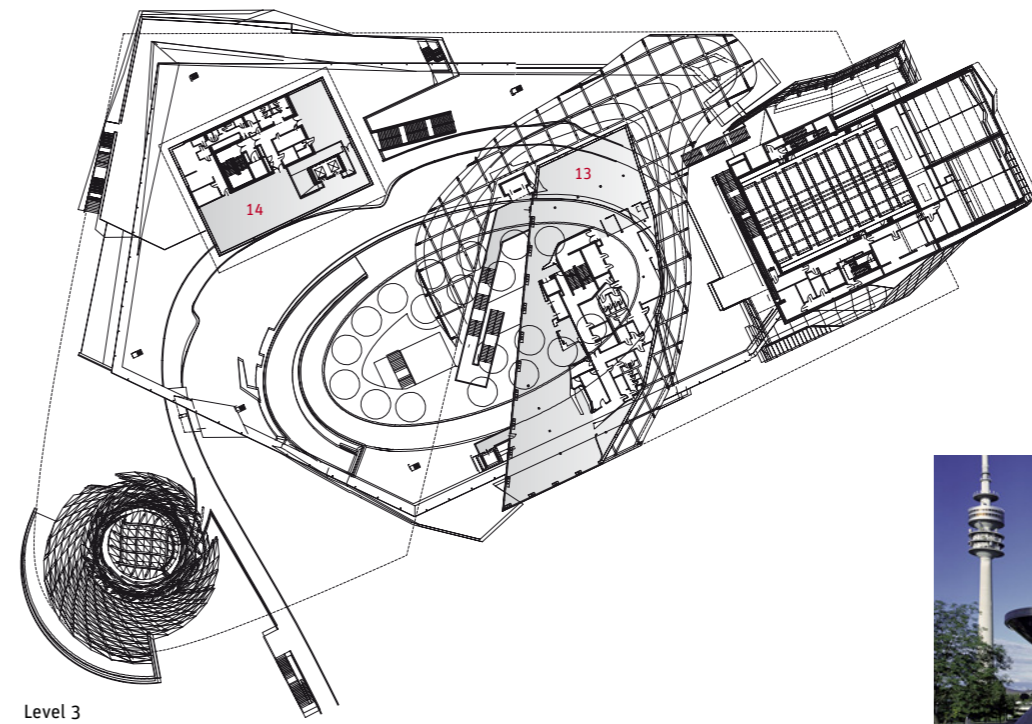
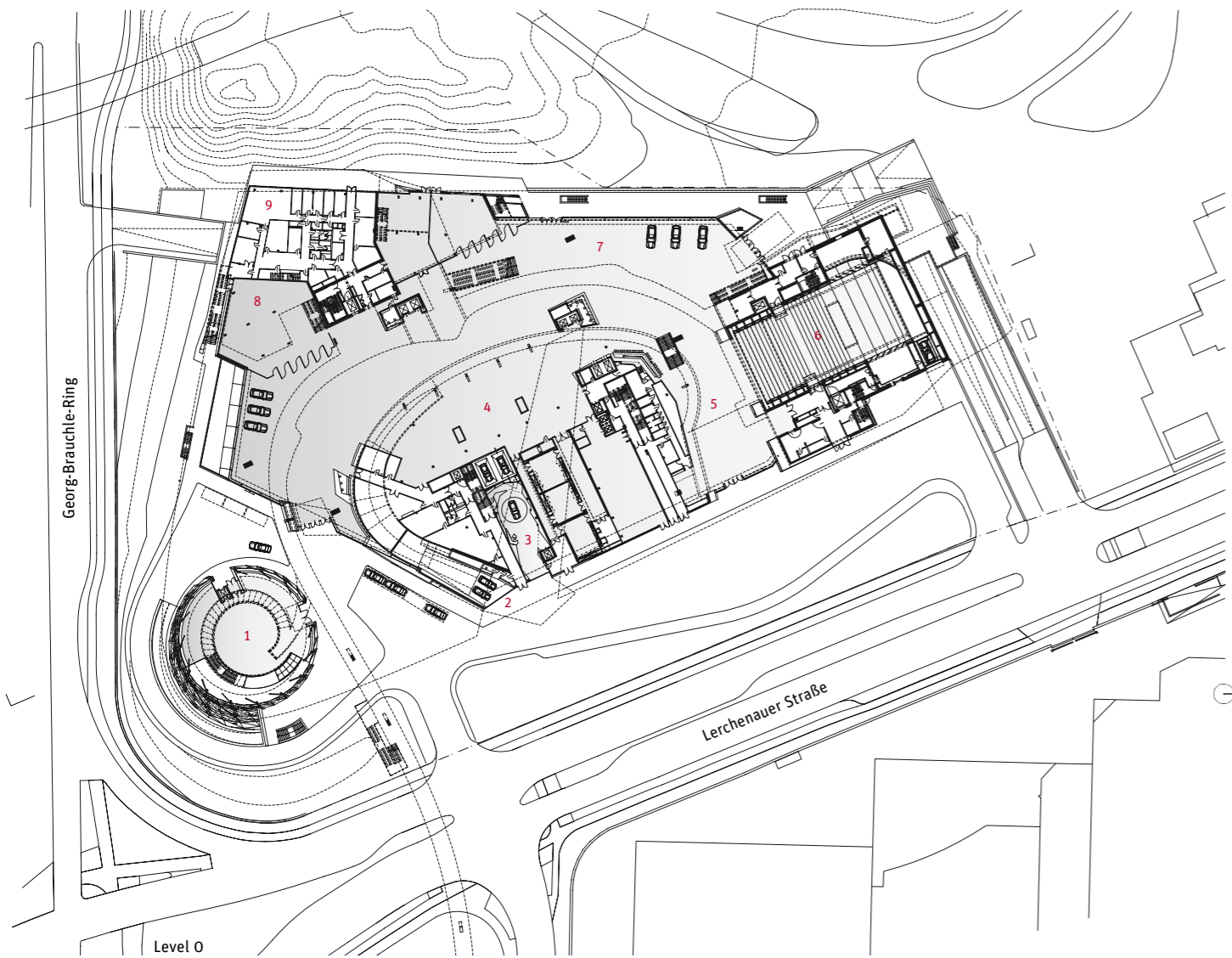
Bauherr

BMW AG, München



- 1 Veranstaltungsraum im Doppelkegel
- 2 Kundenausfahrt
- 3 VIP Fahrzeugübergabe
- 4 Ausstellung
- 5 Bistro
- 6 Auditorium
- 7 Halle
- 8 Shops
- 9 Verwaltung
- 10 Premiere/Fahrzeugübergabe
- 11 Fußgängersteg
- 12 öffentliches Restaurant
- 13 Lounge
- 14 Kundenrestaurant

Grundrisse und Schnitt im Maßstab 1:1500





Himmelb(l)au dafür gestrickt haben. Auffallen soll das Haus, das bis auf die geknickte Glasfassade vollständig mit Edelstahlblechen verkleidet ist, um jedem Preis – mit seiner waghalsig geschwungenen Dachunterseite und dem schräg verzogenen Doppelkegel, aus dem sich die Dachwolke in großer Geste herauswindet. Doch das Zusammentreffen von allerlei Kurven, Winkeln und Linien erzeugt leider nur wenige überzeugende Schokoladenseiten, eben jene, die schon auf den Renderings der unterschiedlichen Entwurfsstadien zu sehen waren und die jetzt auch wieder fotografiert werden. Verändert man den Standpunkt nur um ein paar Meter, kann das, was eben noch eindrucksvoll dynamisch aussah, plötzlich zusammengedrückt und unproportioniert erscheinen. Offensichtlich ist, allen digitalen Simulationsmöglichkeiten zum Trotz, eine Formenkomplexität, die ein gewisses Maß überschreitet, gestalterisch immer noch schwer zu bewältigen, geschweige denn, dass die Ausführung als Stahlbau zu beherrschen sei. Nicht, dass das Gebäude insgesamt schlecht detailliert wäre, an manchen Stellen ging es, wenn der Bau noch irgendwie wirtschaftlich bleiben sollte, wohl schlicht nicht besser. So erinnert etwa die aus der Ferne elegant geschwungene Dachkante, die sich bei näherem Hinsehen als ein aus Winkelprofilen zusammengefügt zackiger Polygon entpuppt, daran, dass auch heute auf Baustellen immer noch hemdsärmelige Arbeiter mit Halbzeugen und Schrauben zu Gange sind und nicht Roboter, die ein Gebäude nahtlos im Mehrschichtverfahren gießen.

Ganz anders, und das ist die wirklich große Überraschung der BMW-Welt, der Eindruck im Innern der Halle. Mit ihrer Idee der geschwungenen Dachunterseite ist es Coop Himmelb(l)au gelungen, in dem riesigen Luftraum – selten hat ein Architekt wohl Gelegenheit, so viel puren „Raum“ zu bauen – die unterschiedlichsten Eindrücke zu erzeugen: Höhe, Tiefe, Enge, Weite, Helligkeit, Dunkel. Und alles geht ineinander über, stets bleibt das Gefühl für die volle Größe der Halle erhalten. Während man draußen am liebsten an den gelungenen Punkten stehenbleiben möchte, verspürt man drinnen stets den Drang weiterzugehen, um den Raum in der Bewegung zu erleben. Natürlich passiert auch hier innen im Grunde viel zu viel: Unzählige Linien und Formen überlagern sich und können vom Auge des Betrachters nicht immer zu einem stimmigen Bild zusammengefügt werden. Vielleicht ist man aber an dieser Stelle Coop Himmelb(l)au längst gründlich auf den Leim gegangen. Was, wenn die Architekten die ganze Angelegenheit selbst nur halb so ernst nehmen, wie es den Anschein hat? Wären dann die albernen Ausbuchtungen des Fußgängerstegs, die seltsam zugespitzten Einbauleuchten oder die einer riesigen weiblichen Brust gleichende Decke des Doppelkegels Zeugen dafür, dass in der Architektur von Coop Himmelb(l)au noch sehr viel mehr von dem anarchischen Geist ihrer frühen Jahre schlummert, als man bisher angenommen hat? In diesem Fall könnte einem die BMW-Welt plötzlich rundherum sympathisch werden.

Linke Seite von oben: Veranstaltungsbereich im Doppelkegel; Fußgängersteg stößt durch Glasfassade; Premiereplattform mit Abfahrtsrampe. Unten der Blick über die „Premiere“ in Richtung Gastronomieturm. Rechts: Halle und „Dachwolke“ in einer Modellansicht.

Fotos: Marcus Buck©BMW AG
Modellfoto: Marcel Weber

