

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/Masterarbeit ist an der Hauptbibliothek der Technischen Universität Wien aufgestellt (<http://www.ub.tuwien.ac.at>).

The approved original version of this diploma or master thesis is available at the main library of the Vienna University of Technology (<http://www.ub.tuwien.ac.at/englweb/>).

DIPLOMARBEIT

EINKAUFSZENTRUM RIED IM INNKREIS Verbindung zur Stadt

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades eines
Diplom-Ingenieurs unter der Leitung

von

Ao.Univ.Prof.i.R. Mag.arch. Dr.techn. Christa Illera

eingereicht an der Technischen Universität Wien
Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

Johannes Muhr
0426362
Anzengrubergasse 14/14
1050 Wien

Wien am 03.04.2013

DANKSAGUNG

Ich möchte mich an dieser Stelle ganz besonders bei meinen Eltern bedanken, die mich in meinem Tun immer unterstützen und mir dadurch vieles ermöglicht haben. Weiters möchte ich meiner Schwester Katharina und meiner Familie danken, die mir im Laufe meines Lebens mit Rat und Tat zur Seite stehen. Ganz besonders möchte ich mich bei meiner Freundin Birgit bedanken die es schafft mich immer auf andere Gedanken zu bringen und eine große Stütze in meinem Leben ist. Ein großes Dankeschön an meine Freunde, die mich auf meinem Weg begleiten und auf die ich immer zählen kann. Meiner Hockeymannschaft, die für die nötige Ablenkung sorgt. Und zu guter Letzt möchte ich mich bei Frau Ao.Univ.Prof.i.R. Mag.arch. Dr.techn. Christa Illera, für die kompetente und angenehme Betreuung während meiner Diplomarbeit bedanken.

INHALTSVERZEICHNIS

HANDEL UND URBANITÄT	7
Geschichte	9
Integration innerstädtischer Einkaufszentren	12
RIED IM INNKREIS	15
Lage	17
Bauplatz	18
PROJEKT - ENTWURF	23
Konzept	25
Analyse	26
Freiraumkonzept	32
Energiekonzept	33
PLÄNE	35
RENDERINGS	55
LITERATURVERZEICHNIS	63
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	67

HANDEL UND URBANITÄT

Geschichte

Die Geschichte der Einkaufszentren lässt sich bis in die Antike zurückführen. Im alten Griechenland gab es die Angora und parallel dazu im antiken Rom das Forum. Beides waren Zentren für den Handel, aber auch für Politik und gesellschaftliche Ereignisse. Im orientalischen Raum entwickelte sich der Basar, der der Angora und dem Forum ähnlich war. Im Mittelalter entwickelten sich Märkte. Neben dem Handel diente diese Form auch zur Formulierung des Marktrechts und weiterführend des Stadtrechts. Der Beiname „Markt“ ist heute noch in Österreich und Bayern geläufig. In der weiteren Geschichte hat sich der Handel als eigene Disziplin, getrennt von Politik, weiterentwickelt. Da diese Entwicklung unmittelbar mit dem Einkaufszentrum verbunden ist möchte ich auf sie näher eingehen.

Die Passage

Am Beginn der Entwicklung von Passagen standen Durchhäuser und Einkaufshöfe. Durch die steigende Bevölkerungszahl wurde es notwendig innenliegende Grundstücke in der Stadt zu verdichten. Höfe und Durchgänge waren eine Konsequenz daraus und waren nur für Fußgänger zugänglich. In Wien und Leipzig, sogenannte Messestädte, entwickelten sich aus den Wohnhöfen auch Einkaufshöfe. Diese Gebäudeform wurde bei Messen als Lager- bzw Verkaufsfläche genutzt. Durchquerungsmöglichkeiten waren ein Merkmal dieser Gebäudeform und gewährleisteten eine schnellere Verbindung von A nach B. Aus dieser Form entwickelten sich die Durchhäuser, die nicht nur temporär sondern permanent für den Handel genutzt wurden. Im 18. Jahrhundert entstanden in Paris erste Formen der Passagen. Die Galerie de Bois ist der Vorreiter in dieser Entwicklung. Sie hatte bereits, wie für Passagen üblich, einen für Fußgänger benutzbaren öffentlichen Raum auf privatem Gelände. Die Passage charakterisierte sich durch ein Glasdach und einem Fassadenbild, dass dem der Strasse ident ist. Somit wurde die Kauflust der Oberschicht gefördert. Mehr und mehr entwickelte sich die Passage von einer Integration in den Bestand, hin zu ganzen Blockbebauung. Ende des 19. Jahrhunderts entwickelten sich auch in anderen Ländern, zum Beispiel Italien, bedeutende Passagen. Die „Galleria Vittorio Emanuele II“ in Mailand repräsentiert die nächste Stufe der Passage, hin zum Monumentalen.

Kauf- und Warenhäuser

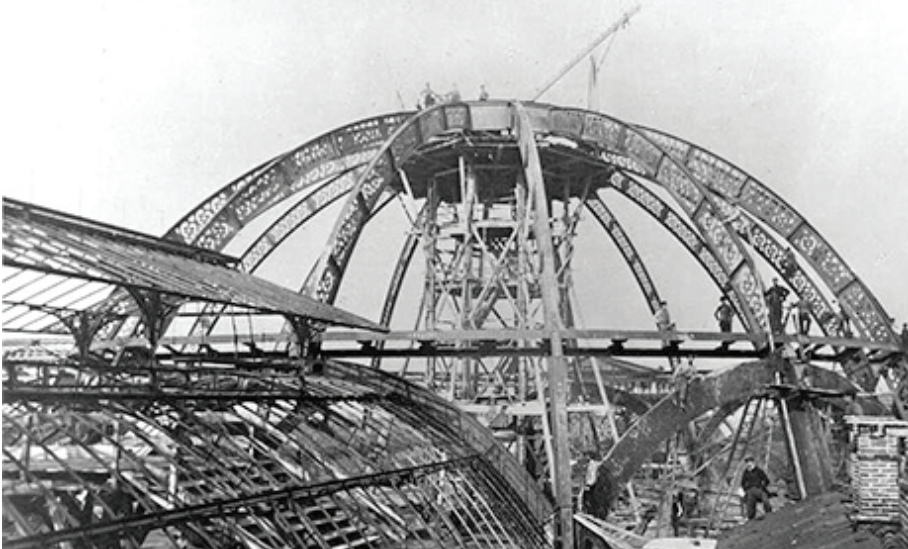
Kauf- und Warenhäuser entstanden im 19. Jahrhundert. Sie waren in Unternehmehand, hatten einen hohen gesellschaftlichen und architektonischen Anspruch und waren Orte der Begegnung. Merkmale dieses neuen Typus waren das Recht auf Umtausch, Preiskennzeichnung, feste Preise, Barzahlung und Geschäftszutritt ohne Kaufzwang. Durch die Massenproduktion, Massenverkehrsmittel und großstädtischer Ballungszentren entwickelte sich das Warenhaus als „Antwort“ des Handels auf die Fabrik. Ein wesentliches Merkmal des Warenhauses waren die großen Lichthöfe. Die Passage wurde abgelöst und der Innenhof wurde als Verkaufsraum nutzbar. Das Warenhaus „Magasins au Bon Marché“ war das erste französische Waren-

haus mit Lichthöfen. Ein völlig verglastes Dach bedeckte ein Raum und bildete ein Raumkontinuum das durch Brücken und Stege verbunden war. In London entstanden gegen Ende der 50er Jahre des 19. Jahrhunderts sogenannte „general stores“. Sie verkauften unterschiedlichste Waren. 1860 entstand mit dem „Shoolbred“, mit 600 Angestellten, ein Vorreiter der „general stores“. Der Kristallpalast in London diente als Vorlage für Kaufhäuser mit begrenztem Warenangebot. Die Entwicklung der „commercial buildings“ (Spekulationsbauten mit vermietbaren Ladenflächen) und Lagerhäuser mit sieben bis acht Geschossen, war der amerikanische Einfluss auf die Entwicklung der Warenhäuser.

Einkaufszentren

Im 19. Jahrhundert entstanden entlang von Busstrecken und stärker befahrenen Straßen die ersten Einkaufszentren, die „Strip Commercial Center“. Ende der 1920er Jahre entstand mit den Shopping Villages, ein neuer Typ. Sie bildeten dorfähnliche Strukturen und lösten sich von den Hauptstraßen. Das Country Club Plaza in Kansas City, Missouri, ist wohl das bekannteste Beispiel für offen konzipierte Einkaufszentren. Anfang der 50er Jahre entwickelten sich aus Einzelhandelsgeschäften, die sich um einen offenen Fußgängerbereich situierten, die ersten großen Shopping-Malls. Man kann sie in drei Grundrisstypen gliedern. Der weit verbreitetste Typ ist der Hantel- bzw. Knochen- Grundriss bei dem 2 Magnet Stores durch mehrere kleine Läden verbunden sind. Zum Beispiel das Southdale Minneapolis, von Victor Gruen, der als Erfinder dieses Typus gilt, 1955 geplant. Dieser Typ des überdachten, klimatisierten Gebäudes, wurde bis in die 1970er reproduziert. Es folgte eine Standardisierung des Designs sowie eine Normierung. Aufgrund veränderten Konsumpräferenzen und steigendem Konkurrenzkampf kam es zur Entwicklung neuer Typen, wie zum Beispiel das Factory Outlet Center in den 1970er, in den 1980er das Value Center sowie das Power Center. In den 1990er kam es zur Realisierung von Urban Entertainment Center in denen Freizeit eine große Rolle spielte. Die Klassifizierung zu einem bestimmten Typ ist seit dem Ende des 20. Jahrhunderts nicht mehr eindeutig, da aufgrund von Leerständen und rückläufigen Flächenproduktivitäten der Umbau bzw. die Neupositionierung am Markt mehr an Bedeutung gewinnt. Es kommt zu einer Mischform aus bestehenden Typen die als „Hybridisation“ bezeichnet wird. Die Entwicklung der Einkaufszentren in der Peripherie wirkte sich negativ auf Städte aus. Seit den 1970er Jahren ist die Revitalisierung der Innenstädte ein großes Thema. Dies wird durch die Ansiedelung diverser Shoppingcenter versucht. Es entstanden Gebäudekomplexe, wie zum Beispiel das Rockefeller Center in New York, mit Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Aufgrund ihrer Introvertiertheit, entwickelte sich in den 1980er sogenannte „Festival Market Places“. Sie bildeten eine Struktur die mit dem Umfeld verstrickt war. Hierbei wurden bestehende Milieus (zum Beispiel die Faneuil Hall aus den Jahren 1940- 42) mit Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und Unterhaltung in ihrem Charme angereichert.

(vgl. Mayer- Dukart,2010, S 34-52)



(ABB 1-3)



(ABB 4)



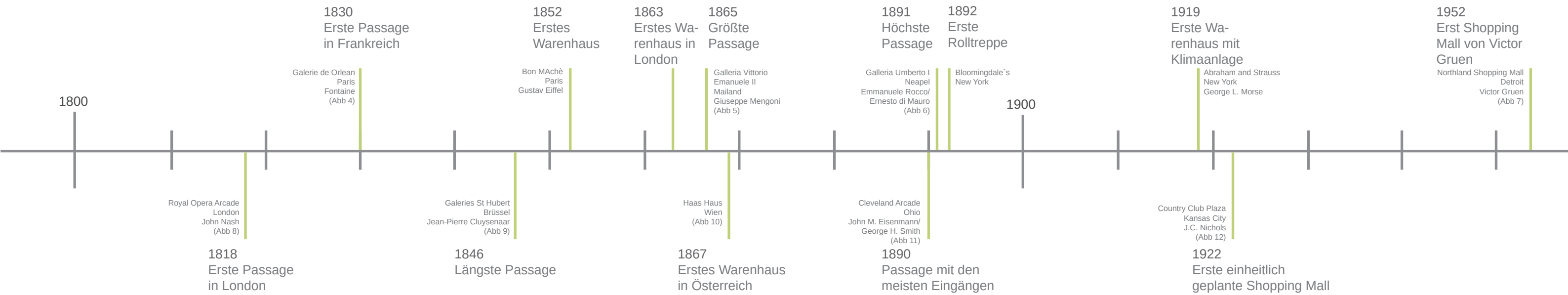
(ABB 5)



(ABB 6)



(ABB 7)



(ABB 8)



(ABB 9)



(ABB 10)



(ABB 11)



(ABB 12)



(ABB 13)



(ABB 14)



(ABB 15)



(ABB 16)



(ABB 17)

1956
Erste in einem
einzigem Gebäude
integriertes Ein-
kaufszentrum
Southdale Center
Minneapolis
Victor Gruen
(Abb 13)

1976
Größtes
Einkaufszentrum
in Österreich
Shopping Center Süd
Vösendorf

1980

1981-1985
Erste Kombinati-
on aus Einkaufen
und Freizeit
West Edmonton Mall
Edmonton
Maurice Sunderland
Architects Inc.

1987
Weiterentwick-
lung zum „lifesty-
le“ Center
Saddle Creek Germantown
Tennessee

1989
Bahnhof und
Einkaufen
Victoria Centre
London
Multi Development UK Ltd.
(Abb 14)

1993
Erstes Factory
Outlet in England
Clarke's Village
Street

2002

Sony Center
Berlin
Helmut Jahn
(Abb 15)

2000

2007
Meydan in Istanbul
Istanbul
Foreign Office Architects
(Abb 16)

2008
Einkaufen,
Kino
Wellness
Westside
Basel
Daniel
Liebeskind

2009

2010

2012
Erstes Einkaufszentrum mit
Umweltsverträglichkeitsprü-
fung
G3 Shopping Resort
Gerasdorf, Aut
ATP
(Abb 17)

1961
Erstes Einkaufszentrum
in Österreich
Wien, Hietzing

1972
Erstes integriertes
Einkaufszentrum
in England
Victoria Centre
Nottingham
Taylor Woodrow
(Abb 18)

1984
Erste Kombination
aus Einkaufen und
Freizeit in Europa
Metro Centre
Gateshead
Ronald Chipcase
(Abb 19)

1990

1989
Größtes Einkaufszent-
rum
in Oberösterreich
Pluscity
Pasching, Aut
DI Karl Plötzl
(Abb 20)

1997
Erfolgreichstes
Einkaufszentrum
Österreichs
Europark
Salzburg
Massimiliano Fuksas
(Abb 21)

Westfield London
London
Jason Forbes

2008

My Zeil
Frankfurt/Main
Massimiliano Fuksas
(Abb 22)

2010

Kaufhaus Tyrol
Innsbruck
David Chipperfield
(Abb 23)



(ABB 18)



(ABB 19)



(ABB 20)



(ABB 21)



(ABB 22)



(ABB 23)

(vgl. Dörhöfer, 2008, S 23-38)
(vgl. Coleman, 2006, S 65-68; S 50-54)

Integration innerstädtischer Einkaufszentren

Die Zukunft der Einkaufszentren spaltet die Meinung der Gesellschaft. Einerseits wird beklagt die Stadt als funktionierenden Standort zu verlieren. Andererseits sieht man die Integration von Einkaufszentren auch als Chance für die Belebung einer Stadt bzw. ihrer Revitalisierung. Somit muss die Situation der Innenstadt von verschiedenen Seiten betrachtet werden.

Der Standort Innenstadt steht aufgrund der Veränderung des Verhältnisses zwischen Innenstadt und Einzelhandel vor einer großen Herausforderung. Angeführt von Verbrauchermärkten haben sich auch Fach- und Möbelmärkte außerhalb der Stadt angesiedelt. Daraufhin siedelten immer mehr stadtrelevante Einzelhändler in Einkaufszentren an den Stadtrand. Somit kommt es zu einer Dezentralisierung der Stadt, was mit großer Sorge betrachtet wird. Eine große Gefahr dieser nicht integrierten Standorte spiegelt sich in dem Verlust der Nahversorgung wieder, durch die nicht mobile Menschen benachteiligt werden. Weiters wird mehr Infrastruktur benötigt und der Individualverkehr erhöht wodurch wiederum die Umwelt mehr belastet wird. Die Leerstände in dezentralen Lagen in der Stadt sind ein weiteres Problem dieser Dezentralisierung, da sie zu einem enormen Attraktivitätsverlust führen. Zusätzlich können diese Leerstände ganze Quartiere negativ beeinflussen. Der Einzelhandel erfüllt in der Stadt wichtige Aufgaben. Einerseits bildet er eine wichtige ökonomische Grundlage, andererseits sorgt er auch für ein Wohlbefinden in der Stadt. Er sichert die Urbanität und bildet einen Teil der europäischen Stadtkultur.

Der Gründungsboom innerstädtischer Einkaufszentren

Ansiedlung innerstädtischer Einkaufszentren sollen die Stadt gegenüber nicht integrierten Standorten stärken. Sie sollen die ökonomische Kraft stärken und die Einkaufsattraktivität steigern. In diesem Zusammenhang wird auch die Revitalisierung brachliegender Flächen als Chance genutzt um das Stadtbild zu verbessern. Weiters erhofft man sich die Zurückgewinnung verlorener Kaufkraft, sowie eine Erweiterung des Einzugsgebietes. Die Entwickler sehen in den entstehenden Besucherfrequenzen einen Erfolgsbarometer für sichere Einträge, was wiederum die Ansiedlung in der Innenstadt begünstigt.

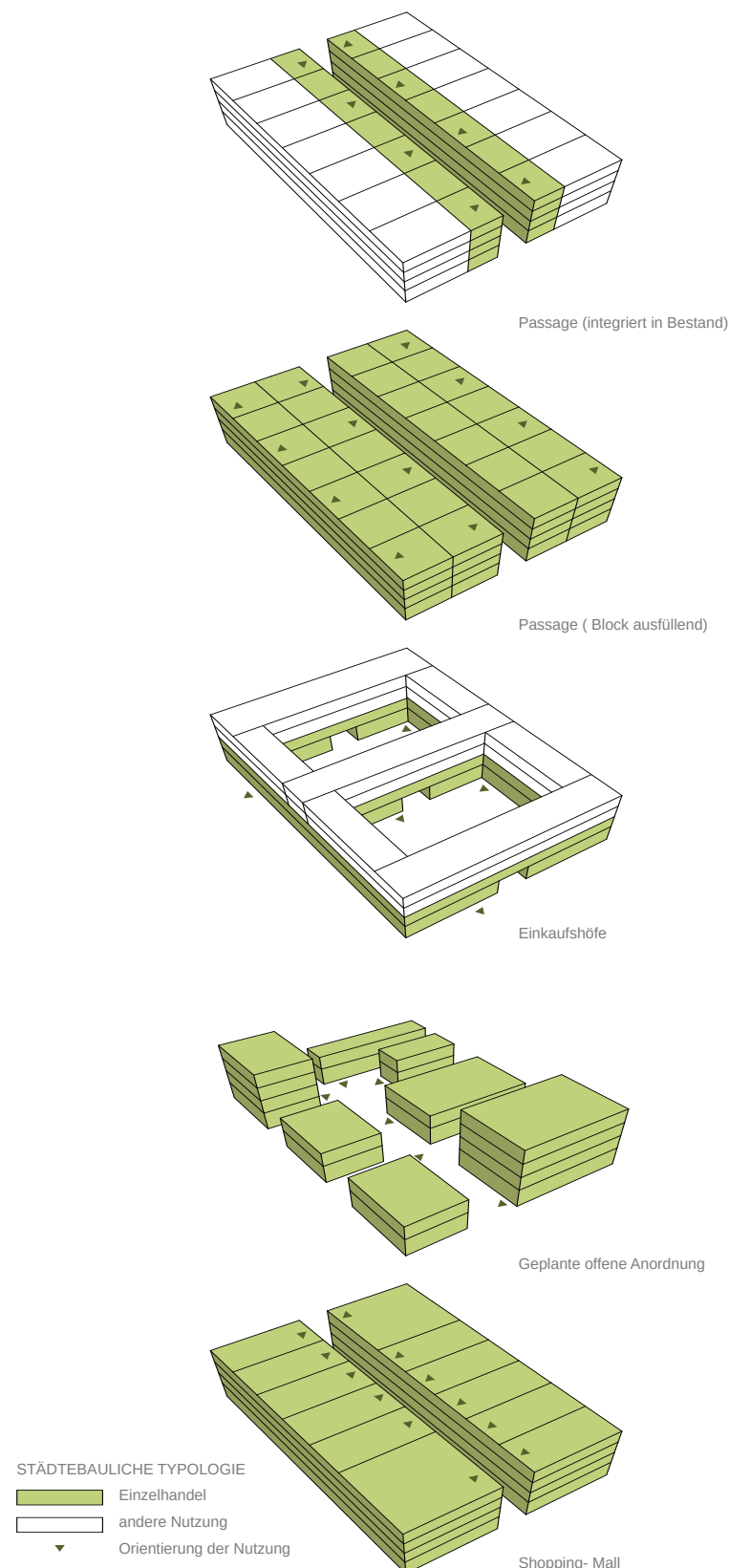
Konflikte und Potenziale bei der Integration

Für kleine strukturierte Geschäftsbereiche birgt die Ansiedlung innerstädtischer Einkaufszentren Risiken. Zwar kann es zu einer Erhöhung der Zentralität und der Kaufkraftbindung kommen, jedoch kann es aber durch die Verschiebung der Kaufströme auch negative Auswirkungen auf Einzelhandelsbetriebe haben. Dies kann dazu führen dass viele Betriebe in das Center ziehen, was wiederum zur Schwächung der Innenstadt beiträgt. Es könnte sich eine 1a Lage in eine 1b Lage verwandeln und das Shopping Center an sich würde die neue 1a Lage verkörpern. Dies bedeutet, dass ein innerstädtisches Einkaufszentrum nicht per se als integriert bezeichnet werden kann, sondern die Gefahr besteht, dass ein unangepasstes Center wie eine „Insel“ bzw. wie eine „Stadt in der Stadt“ wirkt.

Raumstrukturelle und städtebauliche Einbindung

Der Mikrostandort ist ein wichtiger Aspekt, denn er entscheidet über das Funktionieren des Centers in der Stadt und ihrem Gefüge. So können Synergieeffekte erzeugt oder verhindert werden. Man unterscheidet dabei zwischen: Standorten innerhalb der bestehenden Geschäftslage in der City, Standorten am Rand der Geschäftslagen in der City und Standorten in einem Nebenzentrum. Der ideale Standort für ein Einkaufszentrum ist sehr zentral, da dadurch die geringsten Auswirkungen zu erwarten sind. Hohe Grundstückspreise und schwierige Flächenverhältnisse machen dies aber oft nicht möglich. Somit besteht die Gefahr der Dezentralisierung. Große Bedeutung hat die Verbindung solcher Standorte. Eine Integration kann nur mit einem gut funktionierenden Wegenetz stattfinden. Dabei muss darauf geachtet werden, dass bestehende Verbindungen nicht zerstört bzw. Abkürzungen geschaffen, und Wegführungen aufgewertet werden.

Ein weiteres Kriterium ist der Verkehr. Da es bei neuen Einkaufszentren, trotz ihrer Lage in der Stadt, zu einem höheren Verkehrsaufkommen kommt, ist dies besonders zu berücksichtigen. Im Bereich der Anlieferung und der Tiefgaragen- bzw. Parkhauszu- und -ausfahrten ist eine erhöhte Lärm- und Schadstoffbelastung zu erwarten. Die Vereinbarkeit mit den Zielen der Stadt muss geprüft werden. Die Stellplatzproblematik ist auch zu beachten, da es bei einem neuen umfangreichen Stellenangebot zu Wettbewerbsvorteilen kommen kann. Jedoch kann dies auch genutzt werden um Stellplatzdefizite in der Innenstadt zu vermindern.



Funktionale Einbindung

Die Dimensionierung der Verkaufsfläche stellt eines der wichtigsten Merkmale der Integration dar. Dadurch wird die Kaufkraftbindung und die Auswirkungen auf die Innenstadt bestimmt. Entwickler und Betreiber streben große ökonomisch autarke Einkaufszentren an. Meist gegen viel Widerstand durchgesetzt, vergisst man dabei, dass es einer Mindestgröße bedarf um die Stärken, Kaufkraftbindung und die Vergrößerung des Einzugsgebietes realisieren zu können.

Der Branchenmix ist neben der Größe ein weiterer wichtiger Faktor für eine funktionale Einbindung. Es besteht die Möglichkeit Lücken im Sortiment (Gastronomie, Lebensmittel) zu schließen und somit eine Synergie zwischen Stadt und Center zu erzeugen. Die Gefahr besteht darin, dass der Branchenmix im Center alle Bereiche der Innenstadt abdeckt. Somit kommt es zum „One- Stop- Shopping“, der den Besuch der Innenstadt unnötig macht.

Ein Einkaufszentrum mit anderen Funktionen, die nicht an den Kauf von Gütern und Dienstleistungen gebunden sind, birgt eine weitere Chance zur besseren Integration. Einbinden von kulturellen Nutzungen oder Wohnen kann qualitative und quantitative Vorteile bringen.

Die Verbindung zwischen Einzelhandelseinrichtungen und ihrer Umgebung ist von großer Bedeutung. Um einen Synergieeffekt zu erzeugen, ist es wichtig Leerstände entlang den Verbindungswegen zu vermeiden und diese mit attraktiven Nutzungen zu füllen müssen gefüllt bzw. aufgewertet werden um Unterbrechungen zu vermeiden.

Bauliche Gestaltung und Stadträumliche Einbindung: Volumen Architektur

Die aus geforderten Mindestgrößen resultierenden Volumina sind schwer in feine, kleine Innenstadtstrukturen zu integrieren. Sie wirken oft als Fremdkörper. Dieser Maßstabssprung bewirkt einen großen Eingriff, der mit großer Sorgfalt durchgeführt werden muss. Dies beinhaltet die Positionierung sowie die Architektur. In der Praxis ist dies häufig ein Problem da die Betreiber meist auf den größten ökonomischen Nutzen aus sind. Meist sind es schon standardisierte Elemente, die aneinandergereiht werden und nur durch eine Gestaltung der Fassade ergänzt werden. Bewährte Konzepte der Anordnung und der Innengestaltung werden herangezogen. Nur

die Fassade gestalten zu lassen führt meist zu einer Architektur wo sich der Innenraum nicht im Außenraum widerspiegelt. Anstatt auf den Ort einzugehen und zeitgemäße Lösungen zu finden, wird meist auf eine Formensprache zurückgegriffen, die die Fassade zur historischen Kulisse macht. Weiters birgt der häufig rücksichtslose Umgang mit dem Denkmalschutz, die Gefahr das historische Erbe einer Stadt zu verlieren.

Beiträge zur Belebung des öffentlichen Raums

Öffentliche Räume werden immer wichtiger und seit Ende der 70er Jahre breit diskutiert. Öffentlichkeit ist unersetzlich mit der Stadt verbunden. Es braucht diese unkontrollierten Räume wo Öffentlichkeit stattfinden kann. Shopping Center werden meist als „Schutzzonen einer von allen Widrigkeiten bereinigten Wunschwelt“ bezeichnet. Ist nur etwas für die privilegierte Schicht, andere Bevölkerungsgruppen werden ausgeschlossen. Bei den früheren Passagen war die Passage Zentrum der städtischen Öffentlichkeit.

Hauptkritikpunkt bei innerstädtischen Einkaufszentren ist der hohe Privatisierungsanteil, der meist die Verminderung von öffentlichem Raum zur Folge hat. Er schafft zwar Raum mit öffentlichem Charakter. Einerseits steht dieser stets unter Kontrolle, andererseits kann dieser wiederum als Schutz dienen. Weiters gilt privates Hausrecht, dass wiederum Bevölkerungsschichten ausschließen könnte.

Die „Widmung“ spielt auch eine große Rolle um eine Integration zu ermöglichen. Zum Beispiel bei der Revitalisierung geschlossener Industrieareale. Hier können neue öffentliche Wege geschaffen werden.

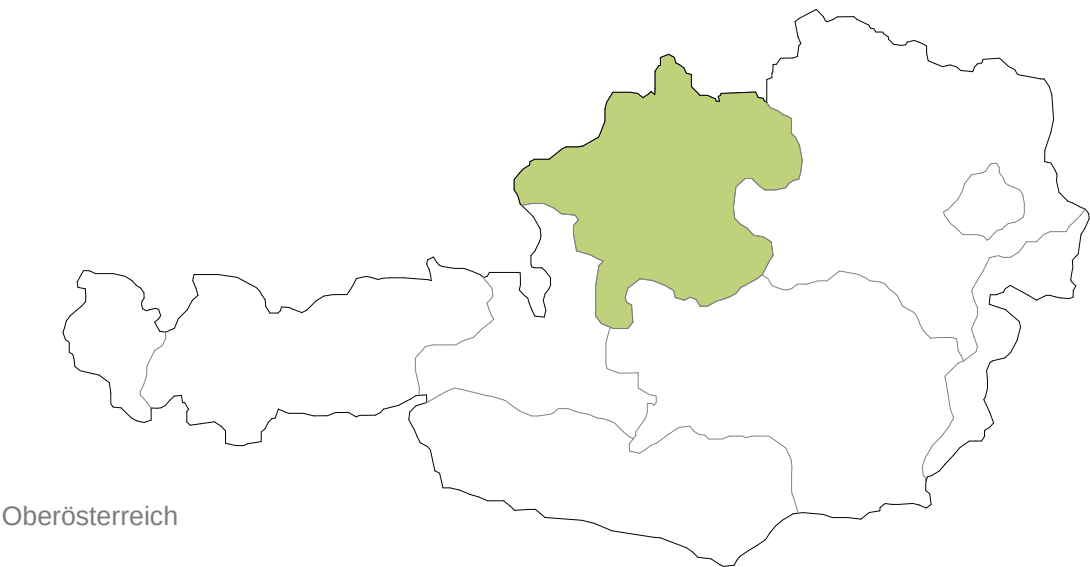
Die Gestaltung nach außen ist ein großes Kriterium. Mit der Fassade kann ein Einkaufszentrum sich völlig nach innen kehren, was eine Integration unmöglich machen würde. Ist die Fassade hingegen mit vielen Öffnungen, Eingängen und Schaufenstern ausgestattet, kommt es zu einem Spiel zwischen öffentlichem und privatem Raum. Dies wiederum ist für eine Integration förderlich. Wichtig ist hierbei, dass es nicht auf die Quantität ankommt, sondern auf das gezielte Platzieren solcher Öffnungen bzw. Eingänge. Die urbane Umgebung gibt den Takt vor. Blickbeziehungen zu ermöglichen ist an Fußgängerzonen und Plätzen, wo das öffentliche Leben stattfindet wichtiger als auf Rückseiten von Gebäuden

(vgl. Mayer- Dukart, 2010, S 73-97)

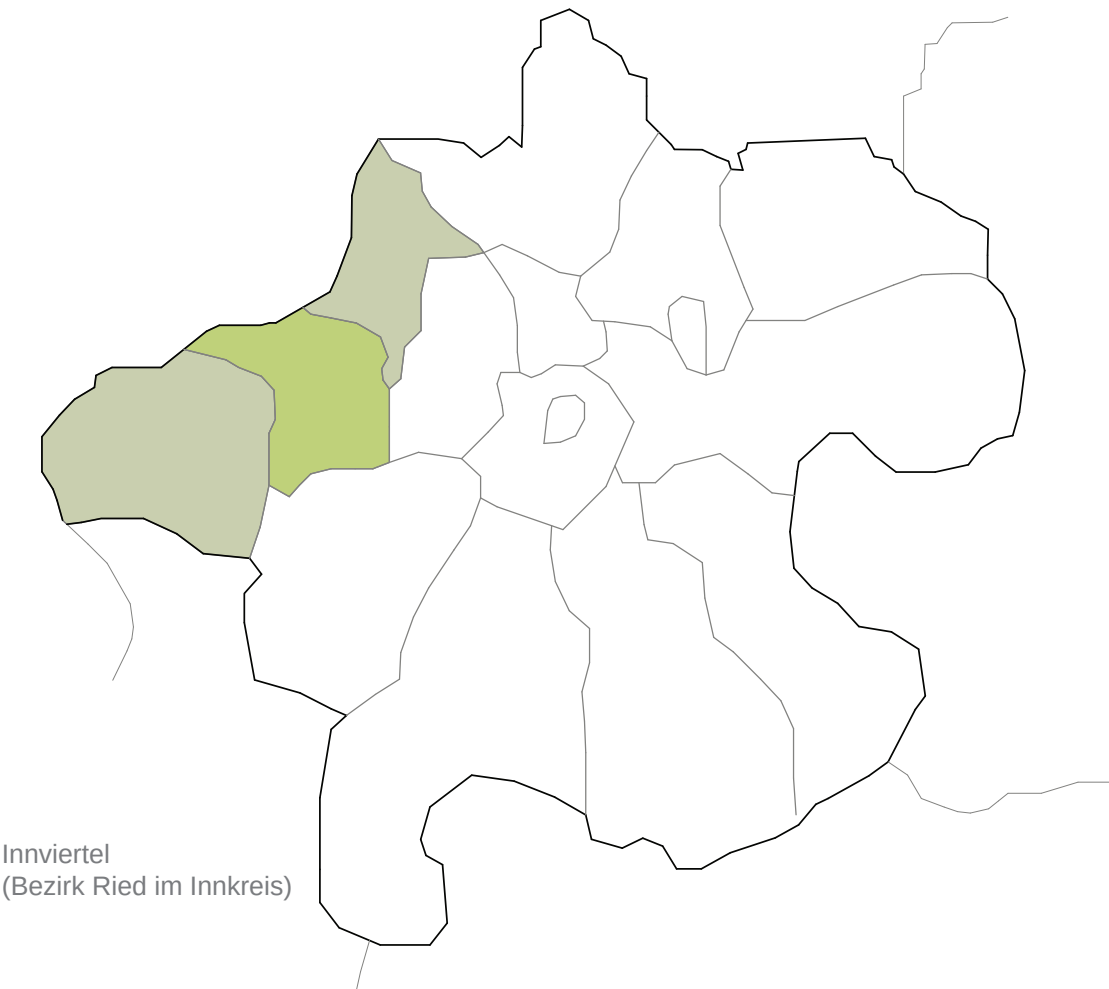


RIED IM INNKREIS

Lage



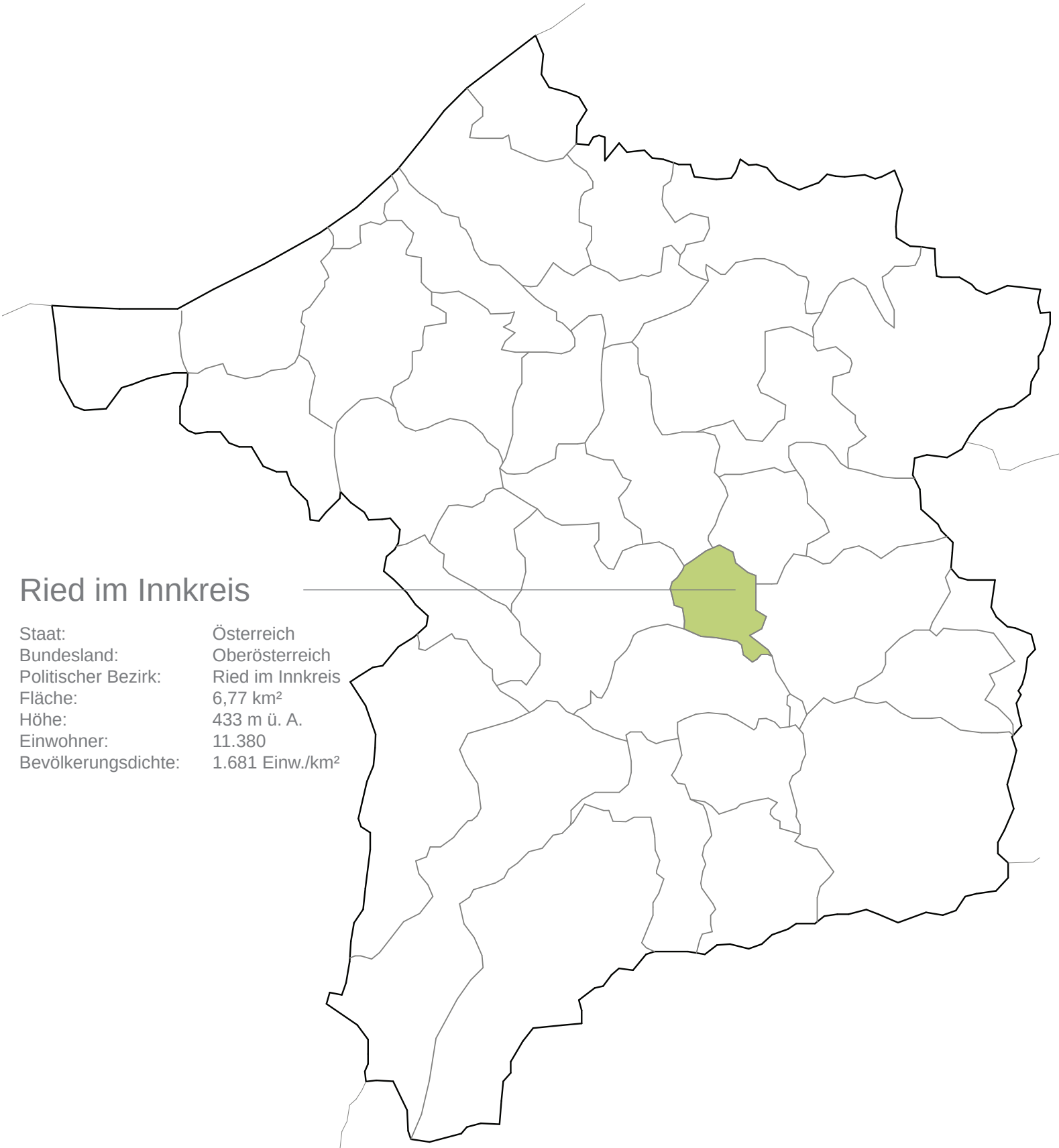
Oberösterreich



Innviertel
(Bezirk Ried im Innkreis)

Ried im Innkreis

Staat:	Österreich
Bundesland:	Oberösterreich
Politischer Bezirk:	Ried im Innkreis
Fläche:	6,77 km²
Höhe:	433 m ü. A.
Einwohner:	11.380
Bevölkerungsdichte:	1.681 Einw./km²





Bauplatz

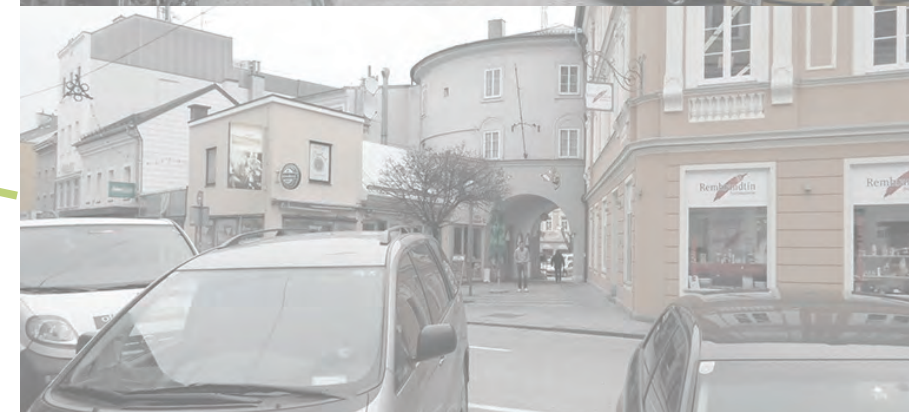


(ABB 27)

Anfahrt zum Bauplatz



(ABB 28)
Bauplatz



(ABB 29)

Weg in Richtung Innenstadt

PROJEKT - ENTWURF

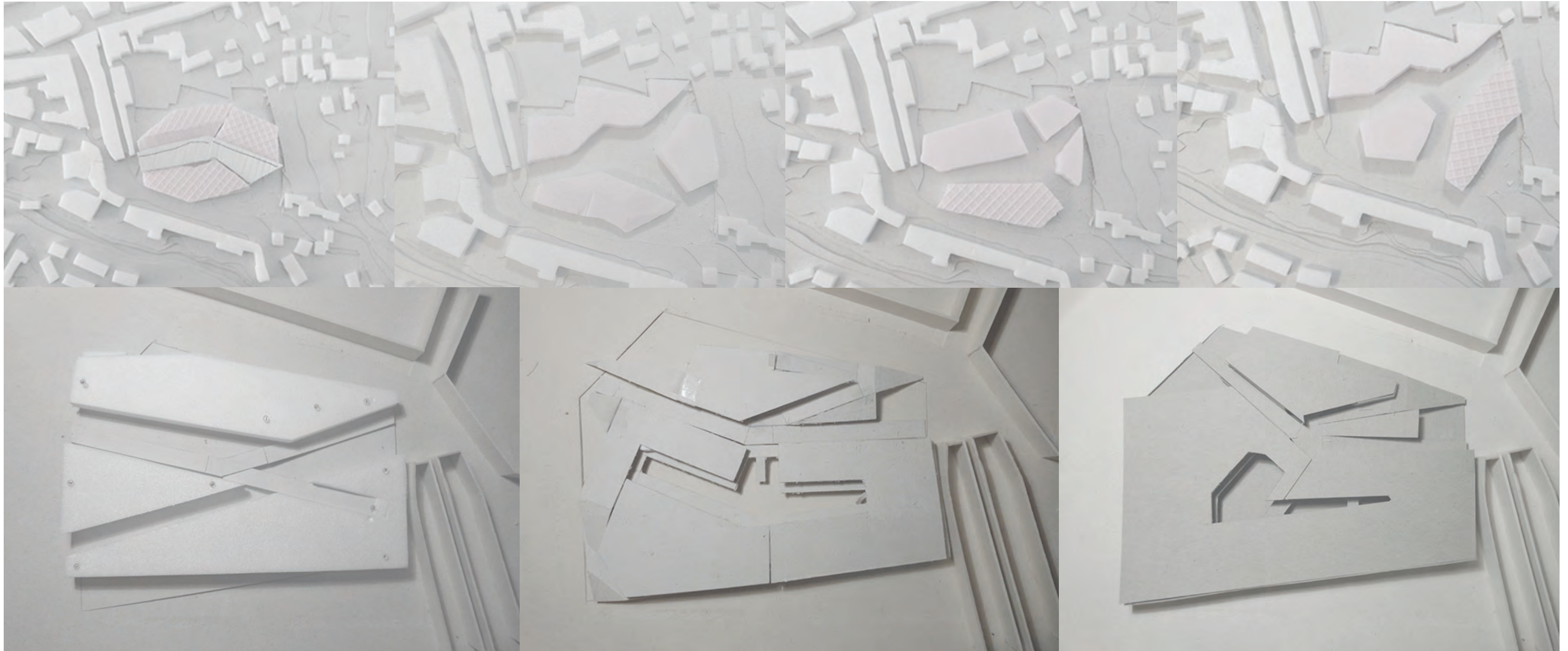
Konzept

Die Innenstadt von Ried im Innkreis soll um ein Einkaufszentrum erweitert werden. Es soll eine Symbiose zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum entstehen. Um dies zu gewährleisten, ist es wichtig das Einkaufszentrum nicht als Solitär in der Stadt anzusehen. Ziel des Entwurfs ist es den Bewegungsfluss der Stadt aufzunehmen und im Einkaufszentrum fortzuführen. Das Einkaufszentrum ist in der Erdgeschoßzone offen gestaltet. Dadurch entsteht eine Wechselbeziehung zwischen Innen und Außen. Um das Einkaufszentrum nicht als voll bebauten Block wirken zu lassen, wird ein Rampensystem

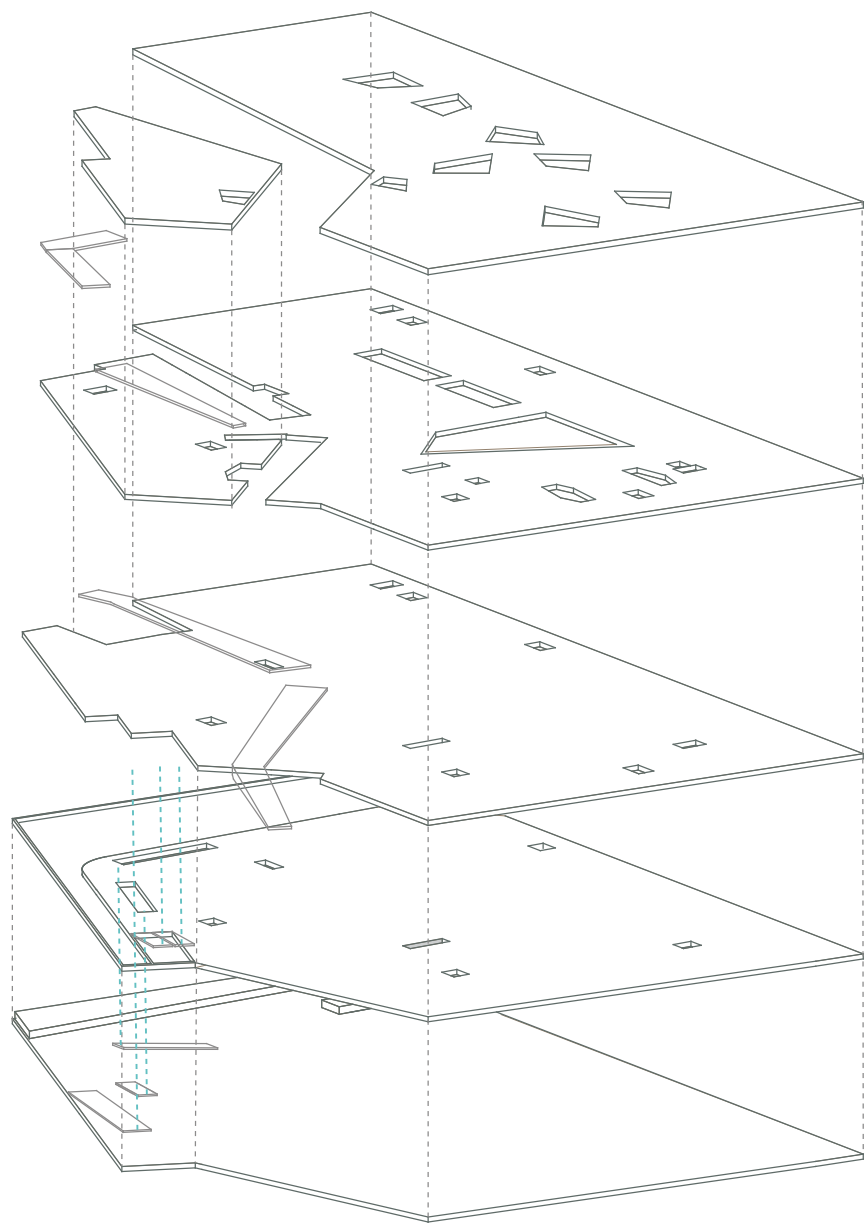
realisiert, welches den Baukörper der Länge nach in zwei Teile gliedert. Dieses Rampensystem ist im 1.Og mit dem Einkaufszentrum erschlossen, und führt weiter bis auf das begehbare Dach. Im 1.Og entsteht ein Platz der unabhängig von den Öffnungszeiten des Einkaufszentrums genutzt werden kann. Zusätzlich wird dort ein Café angesiedelt um einen optimalen Anschluß des Einkaufszentrums an die Stadt zu erzielen.

Um die Verbindung zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum weiter zu fördern, wird die Dr-Franz-Berger-Strasse und die Rainer-

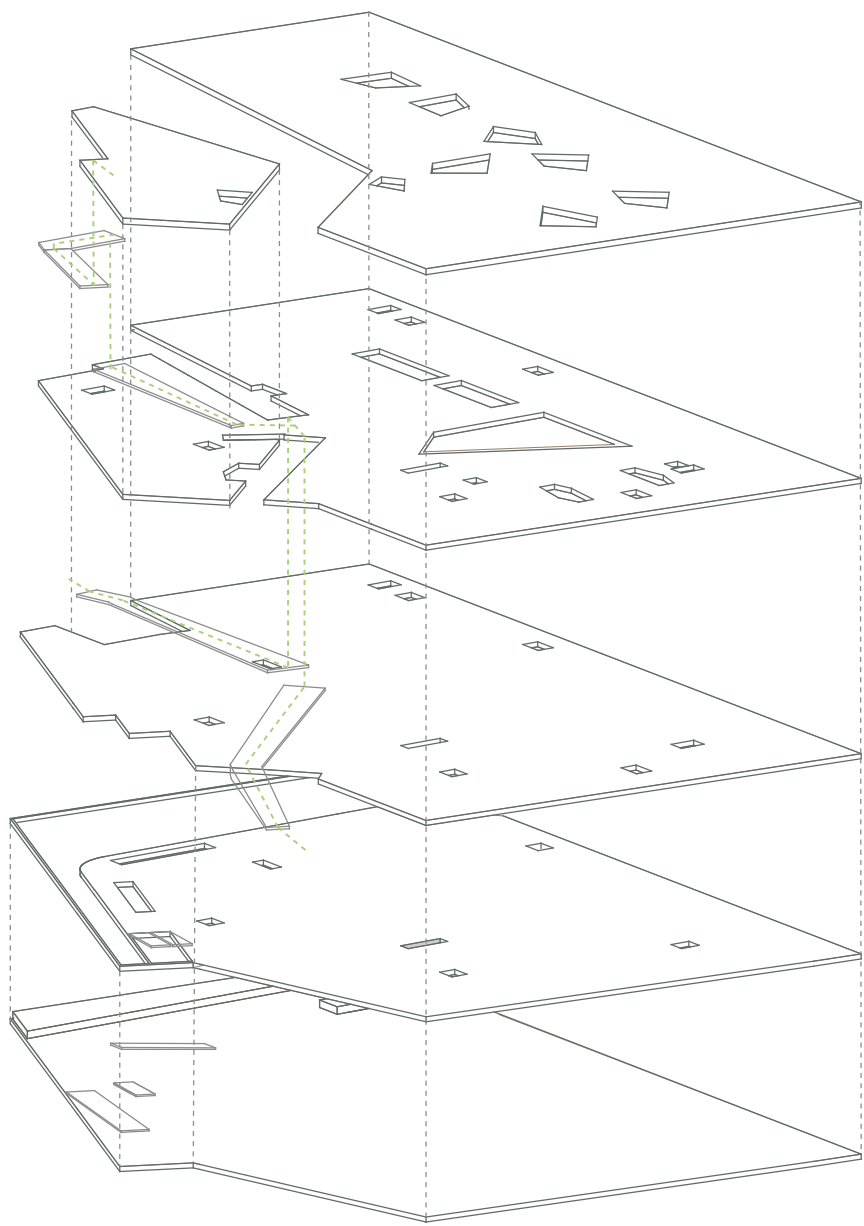
strasse als Shared-Space ausgeführt. Somit wird das Flanieren zwischen den zwei Zentren unterstützt. Um das Verkehrsaufkommen zu minimieren, wird am Beginn der Dr-Berger-Strasse der Besucherverkehr in eine Tiefgarage eingeleitet. Die Anlieferung und die Müllentsorgung werden ebenfalls ins Untergeschoß verlagert, um die Innenstadt nicht zusätzlich zu belasten.



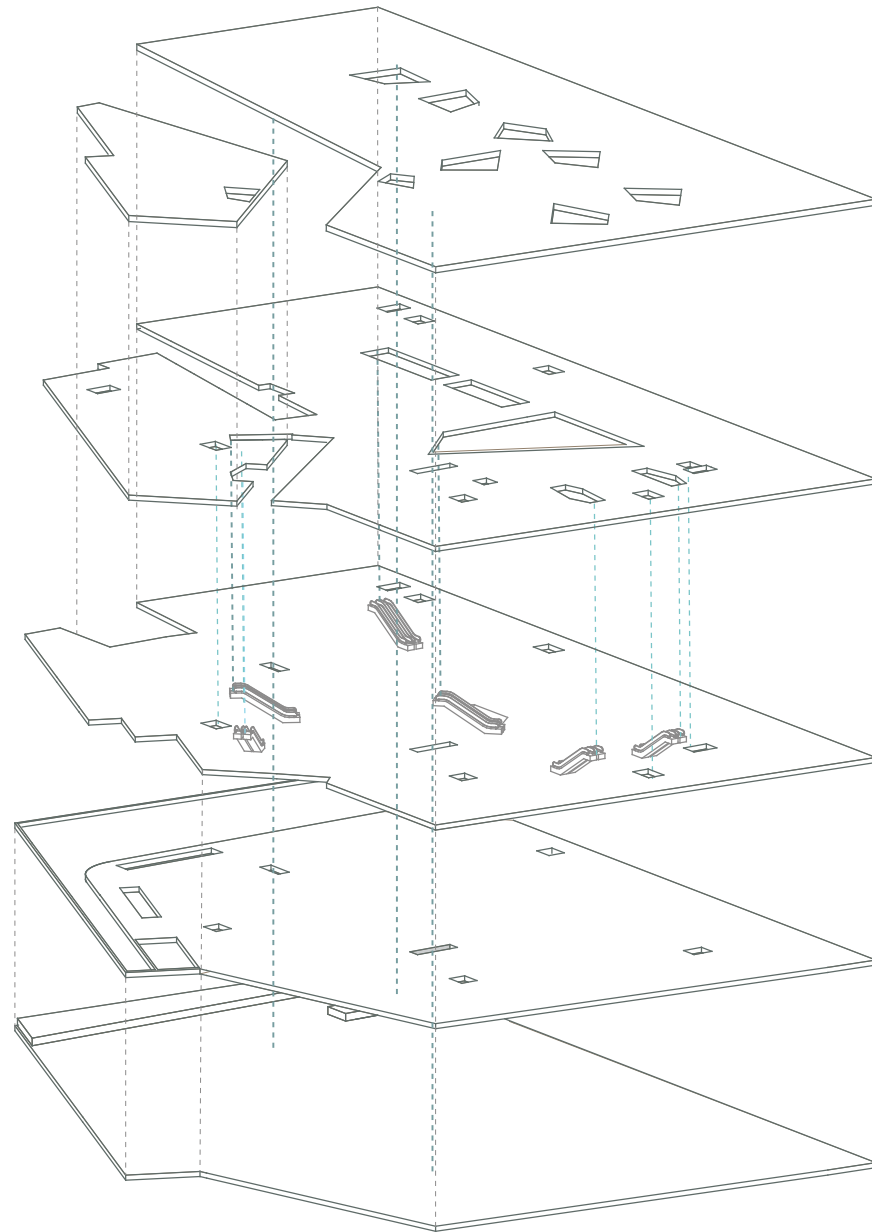
Analyse



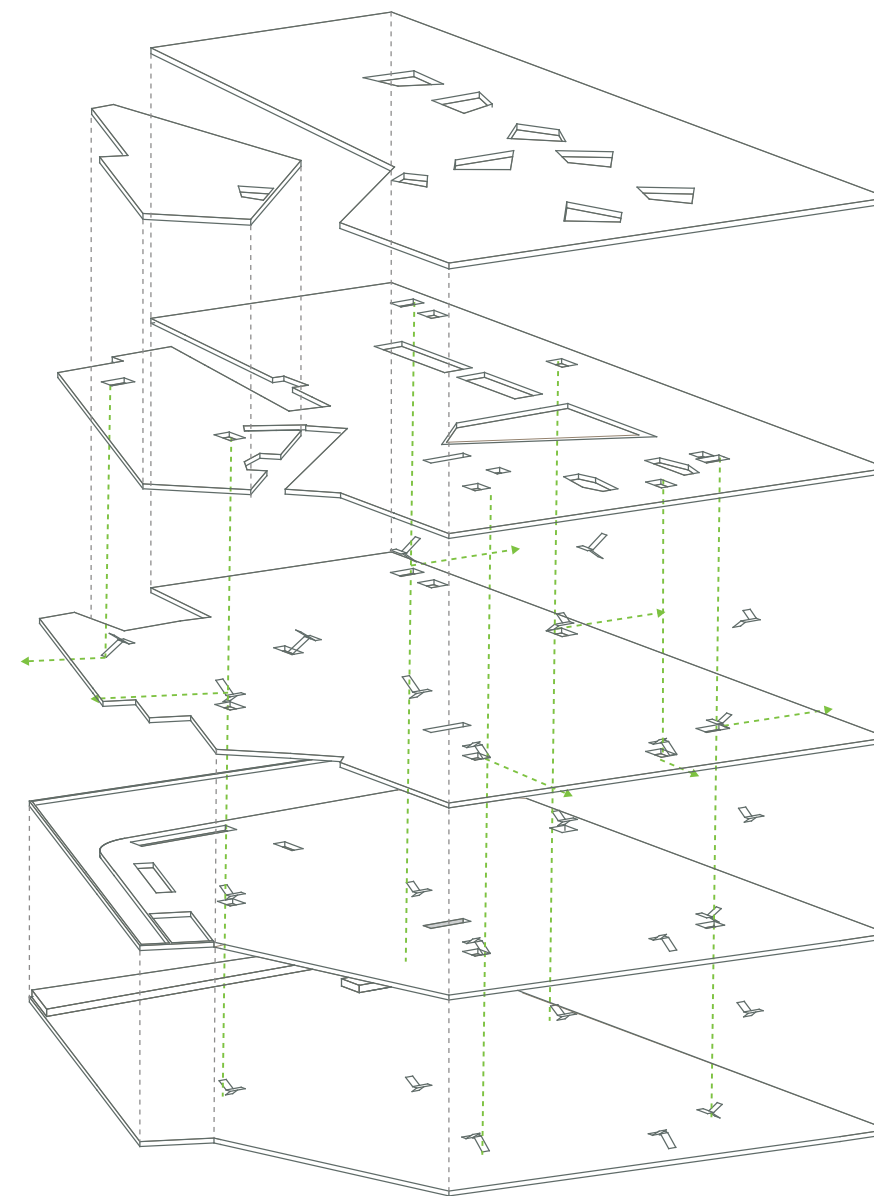
Horizontale Erschließung PKW / LKW



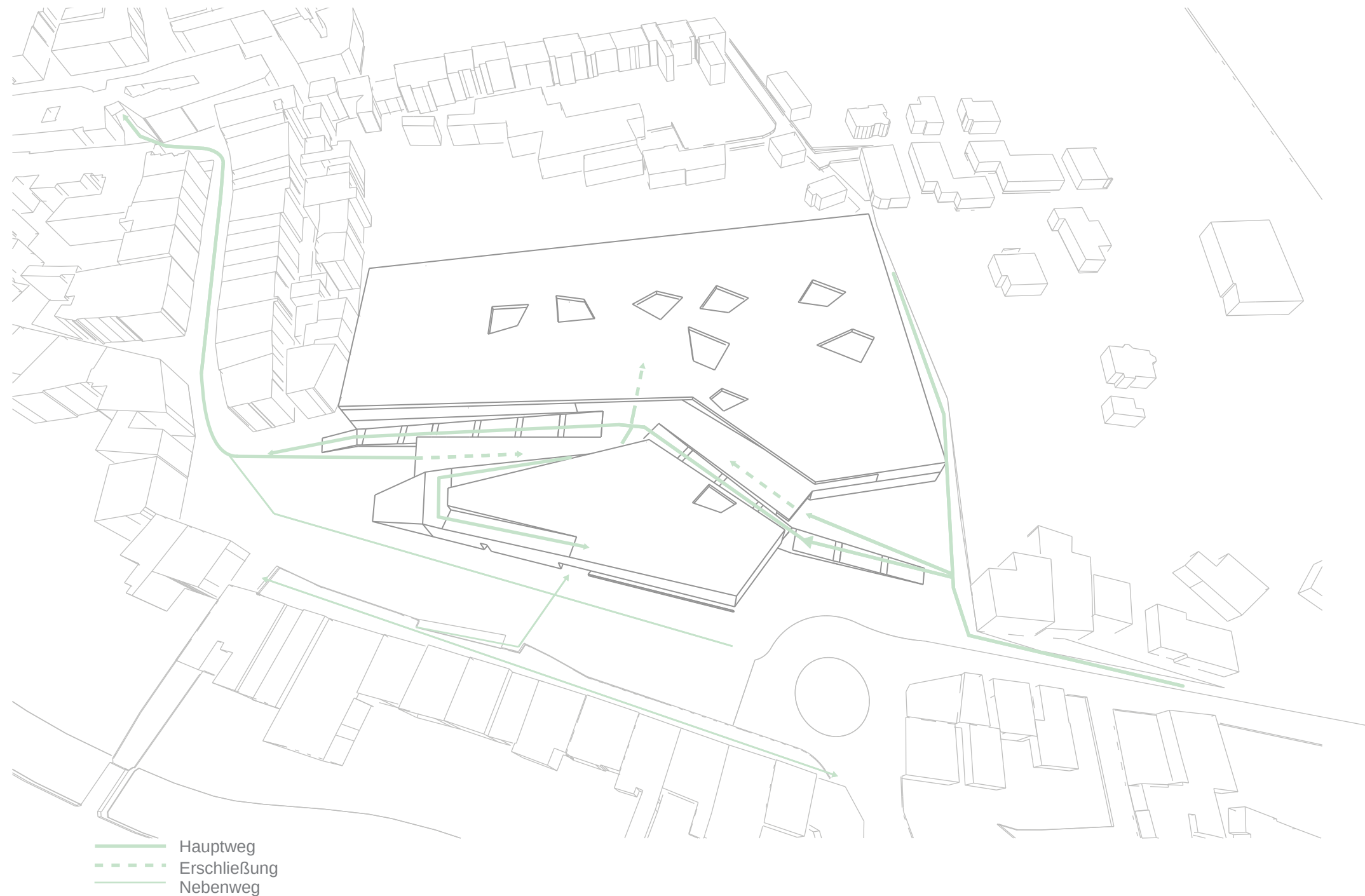
Horizontale Erschließung Besucher



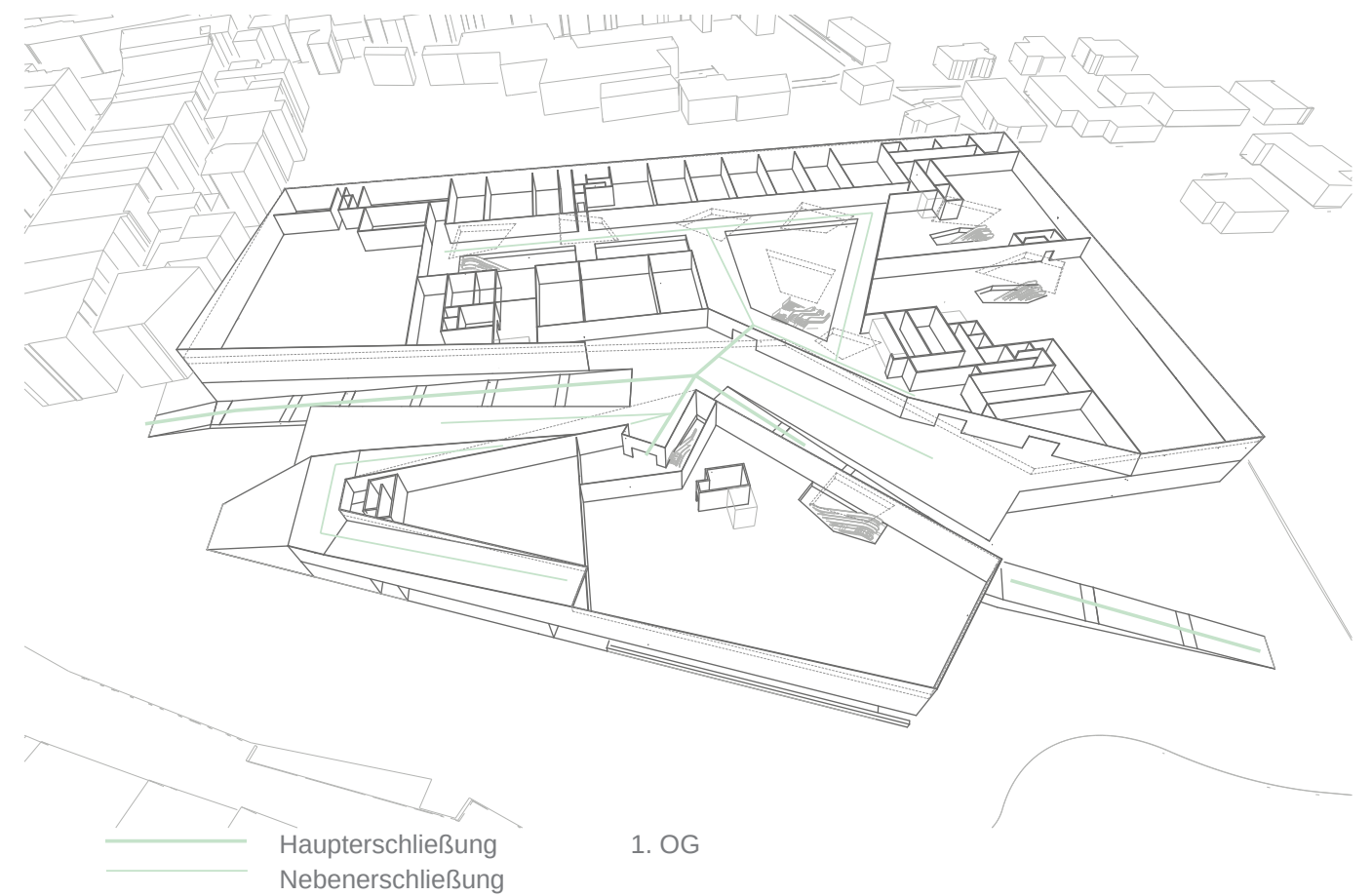
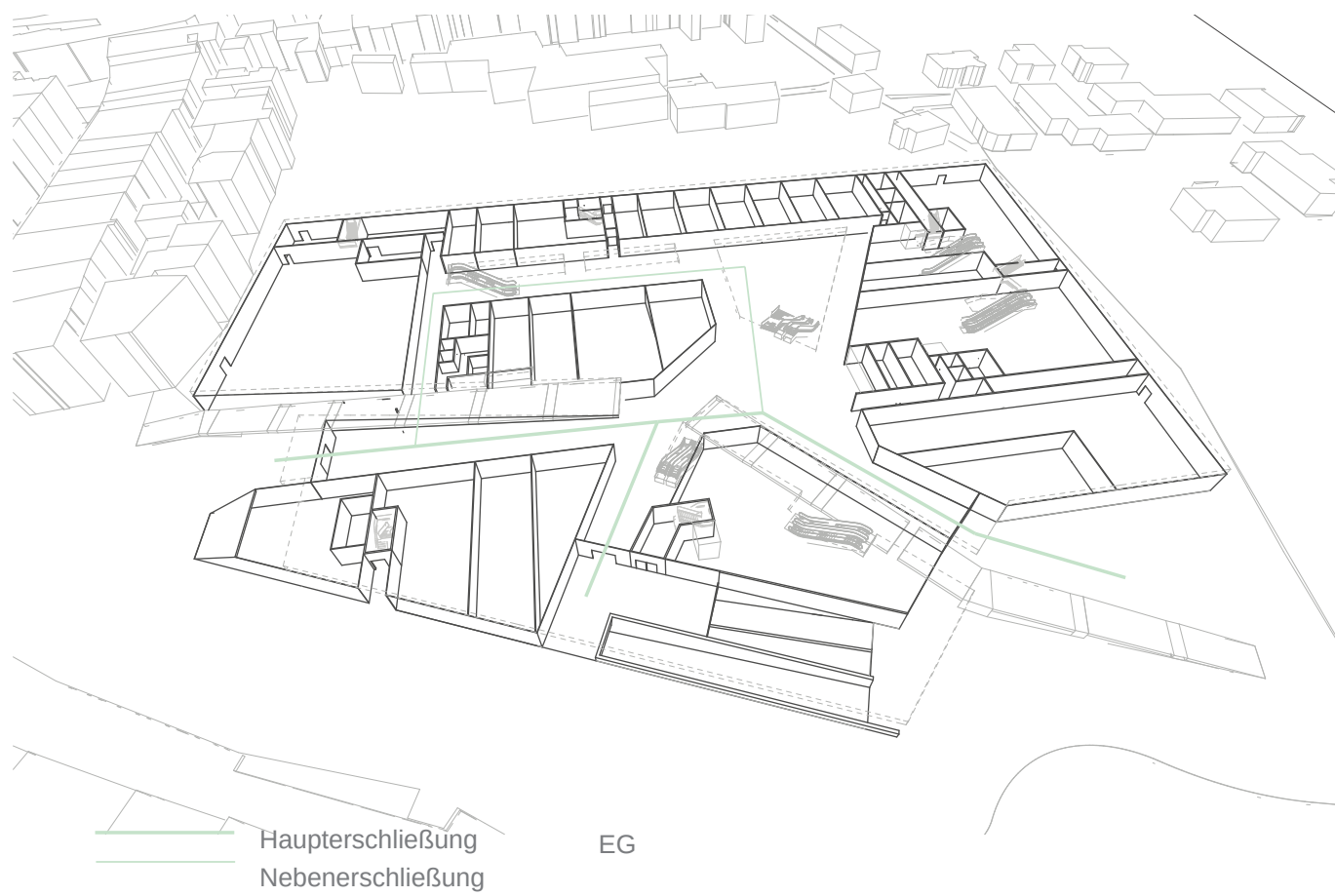
Horizontale Erschließung im Gebäude



Horizontale Erschließung Fluchtweg



Erschließung Besucher



Erschließung Besucher

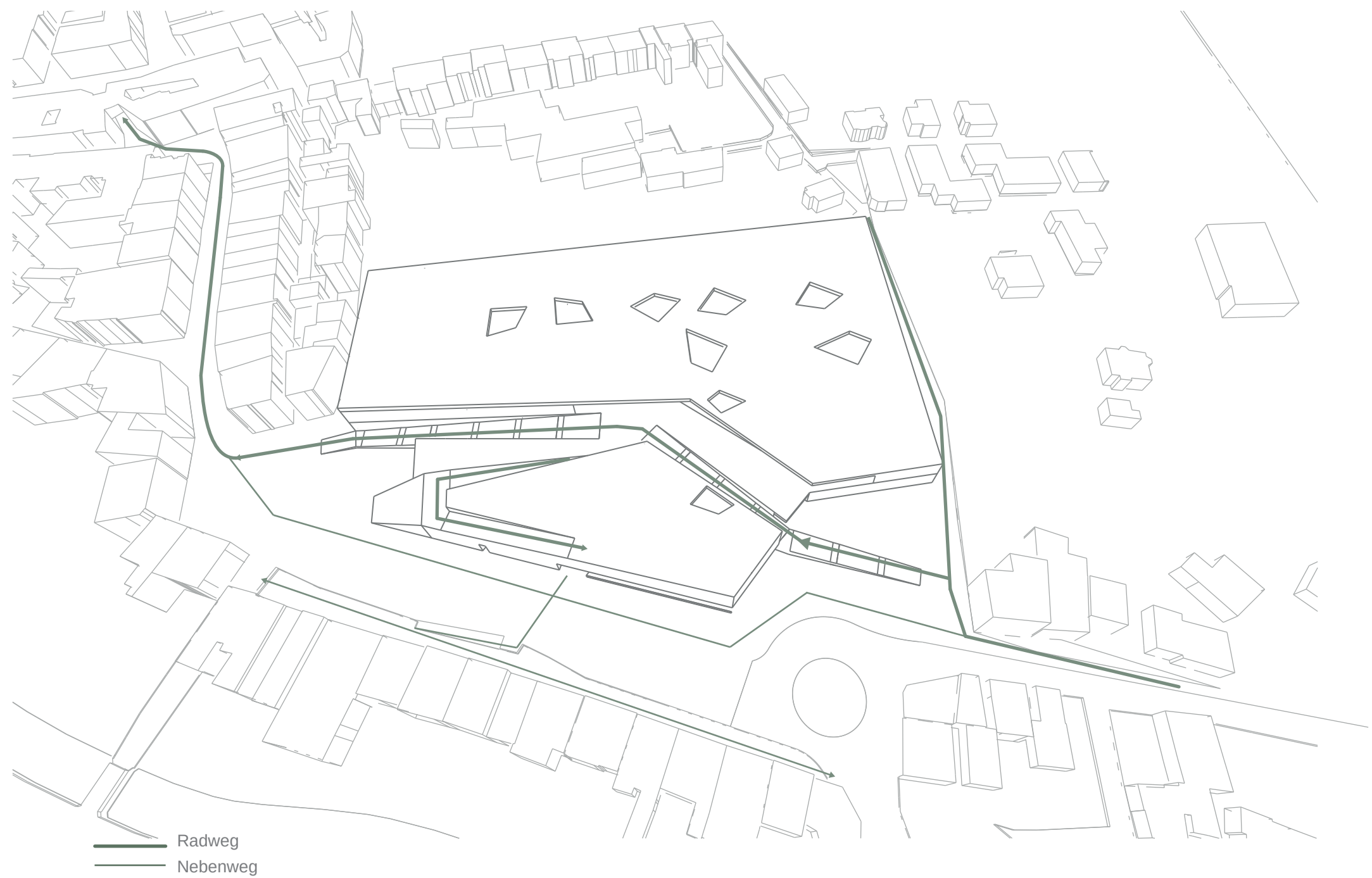


ABB 56 Erschließung Rad

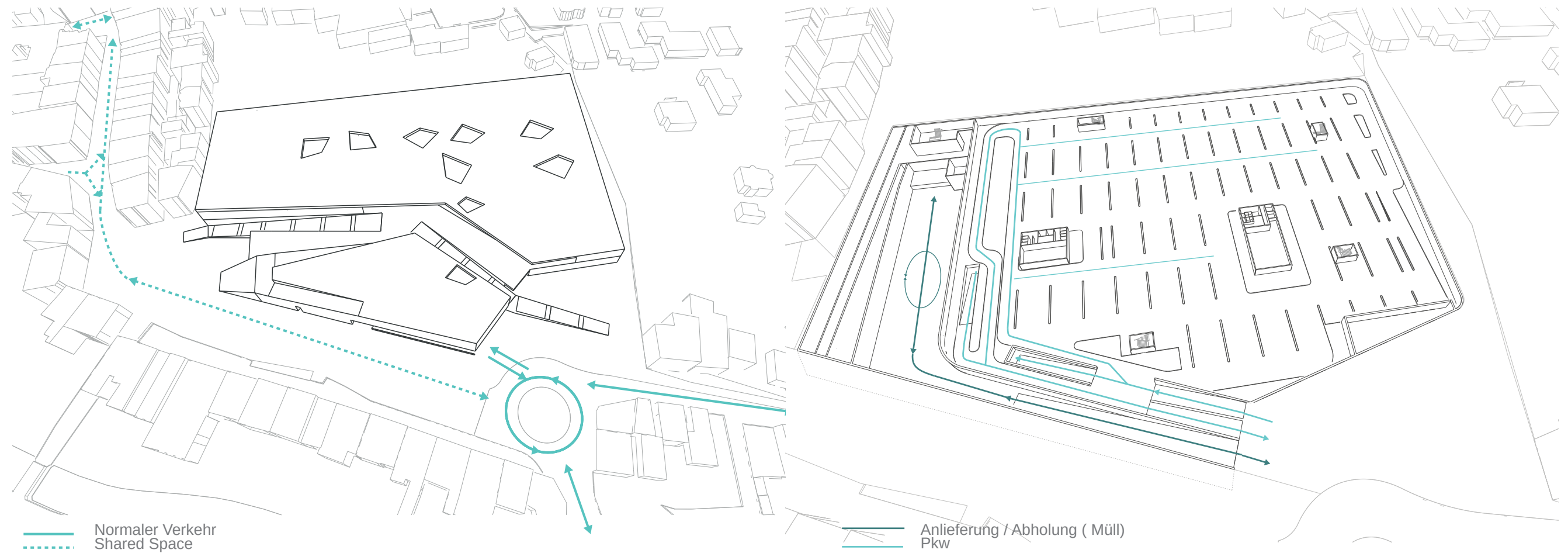


ABB 57-58 Erschließung PKW / LKW

Freiraumkonzept

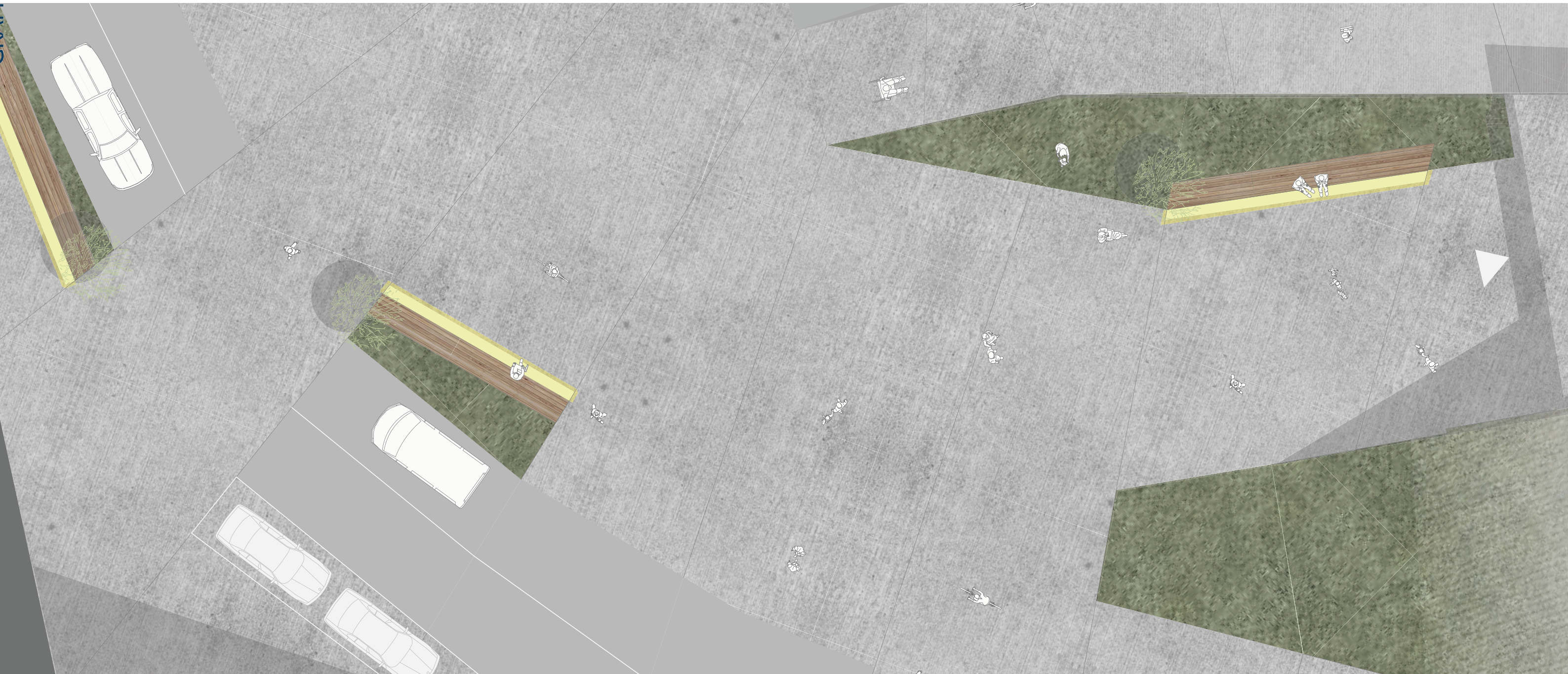
Um das Einkaufszentrum und die Innenstadt wirksam zu verbinden, wird ein Shared- Space vorgeschlagen. Dieser hat seinen Anfang beim Kreisverkehr am Beginn der Dr. Bergerstrasse und endet beim Braunauer-Tor. Dadurch soll eine Verkehrsberuhigung bewirkt werden, welche das Flanieren ermöglicht und somit eine Symbiose zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum entsteht.

Die Funktionsweise des Shared-Space besteht darin, den motorisierten Verkehr zu verlangsamen. Um dieses Ziel zu erreichen, wird die Fahrbahn durch großzügige Überquerungsmöglichkeiten für Fußgänger durchbrochen. Optisch entsteht somit ein Schnitt welcher durch unterschiedliche Bodenbeläge unterstützt wird. Der

komplette Fuß- und Radbereich wird in Beton mit Besenstrich ausgeführt. Dieser rutschfeste Bodenbelag fördert zusätzlich die optische Abgrenzung zwischen Fahrbahn und Gehweg. Asphalt bildet den Belag für den Verkehr. Um einen optimalen Anschluss der Geschäfte entlang des Shared-Space zu bewerkstelligen, sind wiederholt Parkmöglichkeiten angedacht.

Grünflächen mit Sitzmöglichkeiten werden entlang des Shared-Space errichtet. Sie lockern nicht nur den Weg sondern auch das gesamte Stadtbild auf und liefern Platz zur Erholung und zur Kommunikation. Die Grünflächen ziehen sich entlang von Rampen, die das Einkaufszentrum erschließen, bis auf das Dach. Dort münden sie in

einer begehbaren Dachlandschaft, die einen guten Ausblick auf die Stadt bzw. in die Ferne ermöglicht. Weiters sollen die Grünflächen orientierend wirken, weshalb sie längs zum Shared-Space angeordnet bzw. zu den Eingangsbereichen des Einkaufszentrums hin orientiert sind. Um in der Nacht dieses Bild zu unterstreichen, sind an einer der Längsseiten der Grünflächen Lichtstreifen angedacht, die im Boden versenkt sind.



Energiekonzept

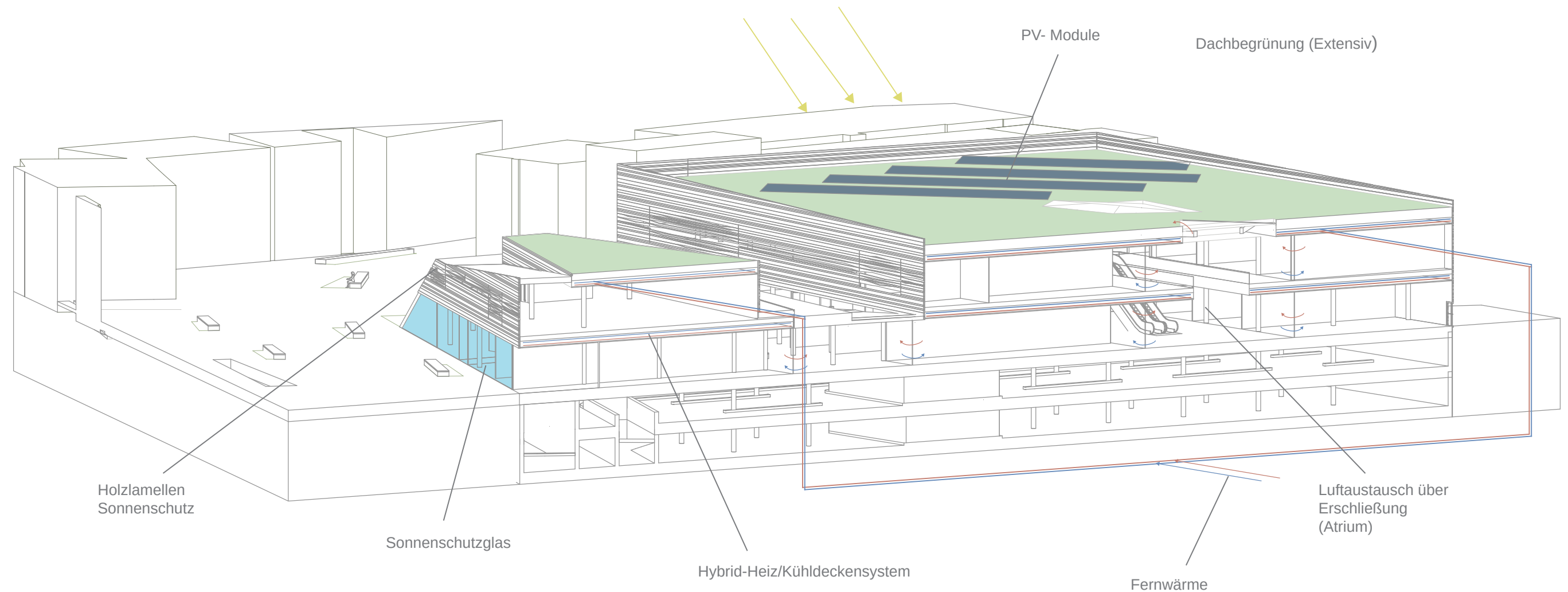
Um das Einkaufszentrum nachhaltig zu betreiben, wird die örtlich vorhandene Geothermie genützt. Das Einkaufszentrum wird an das vorhandene Fernwärmenetz angeschlossen. Mittels Hybrid- Heiz/ Kühldeckensystem wird ein optimales Behaglichkeitsgefühl im Einkaufszentrum erzeugt. Durch dieses System können ganz einfach verschiedene Temperaturzonen geschaffen werden. Weiters bewerkstelligt das System ein Auskühlen der Betondecke über Nacht. Die Erschließungszonen dienen als Atrien und ermöglichen somit einen guten Luftaustausch. Photovoltaik Elemente auf dem Dach

erzeugen Energie, die in das örtliche Stromnetz fließt und rückvergütet wird. Das Einkaufszentrum besitzt ein begrüntes Dach, begehbar-intensiv bzw. nicht begehbar-extensiv, welches die Hitzeabsorption reduzieren soll.

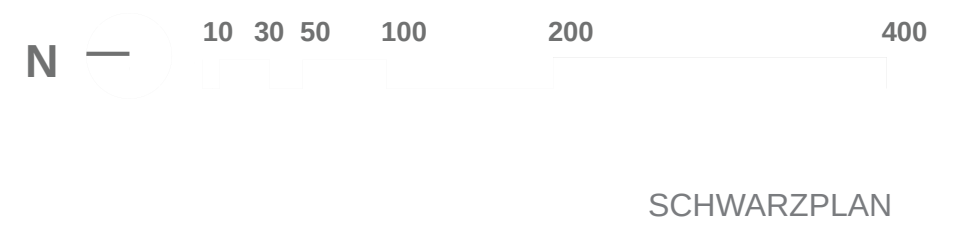
Das Gebäude ist in Mischbauweise ausgeführt. Die primäre Tragkonstruktion wie Boden, Decken und Stützen bestehen aus Stahlbeton. Hochwärmegedämmte, vorgefertigte Holzbauelemente bilden die Außenhaut. Holzlamellen, in drei verschiedenen Höhen, bilden die Fassade. Im Bereich von Fensterflächen öffnen sich die

Lamellen. Somit kann Licht ins Gebäude gelangen und Ausblicke werden ermöglicht. Die verformten Lamellen wiederum dienen als Sonnenschutz. In der Erdgeschoßzone werden die Glasflächen als Sonnenschutzglas ausgeführt um einer Überhitzung im Sommer entgegen zu wirken.

Um den Energiehaushalt so effektiv wie möglich zu gestalten, wird ein gebäudeübergreifendes Steuerungssystem angedacht. Um auch im Bereich der Beleuchtung möglichst effizient zu agieren, wird ein tageslichtgesteuertes Beleuchtungssystem geplant.



PLÄNE







1 Adalbert-Stifter-Strasse 2 Frankenburgerstrasse 3 Glaudistrasse 4 Braunauerstrasse 5 Grenzgasse 6 Dr. Franz-Berger-Strasse 7 Rainerstrasse 8 Hoher Markt 9 Hausruckgasse 10 Bahnhofstrasse

LAGEPLAN

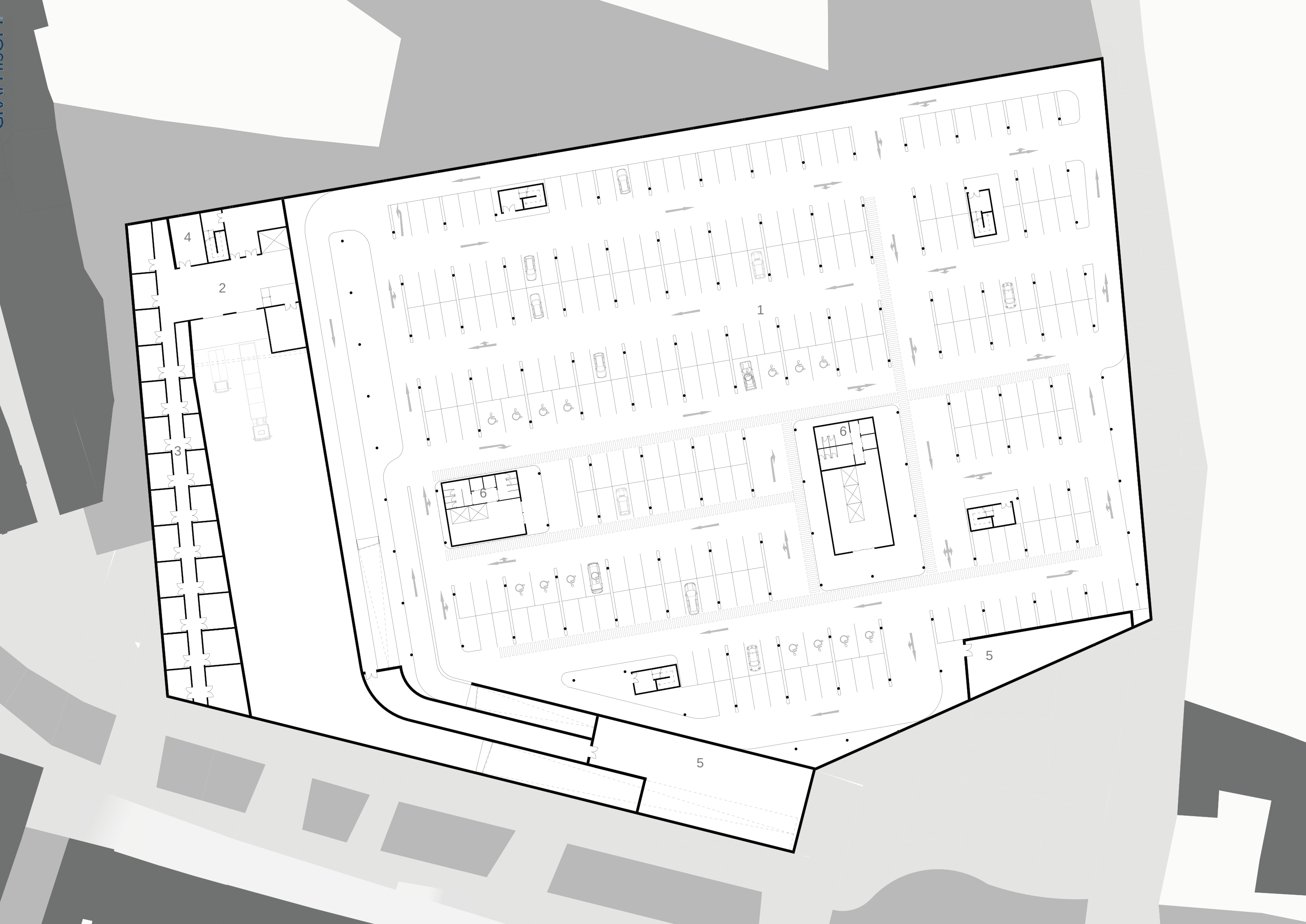


1 Parkplatz 2 Anlieferung 3 Lager 4 Personal 5 Technik 6 Wc 7 Bar/Cafè 8 Ankermieter 9 Shop 10 Kinderland 11 Info 12 Schließfächer 13 Arzttraum 14 Putzraum 15 Verwaltung 16 Terasse

2. UG

N



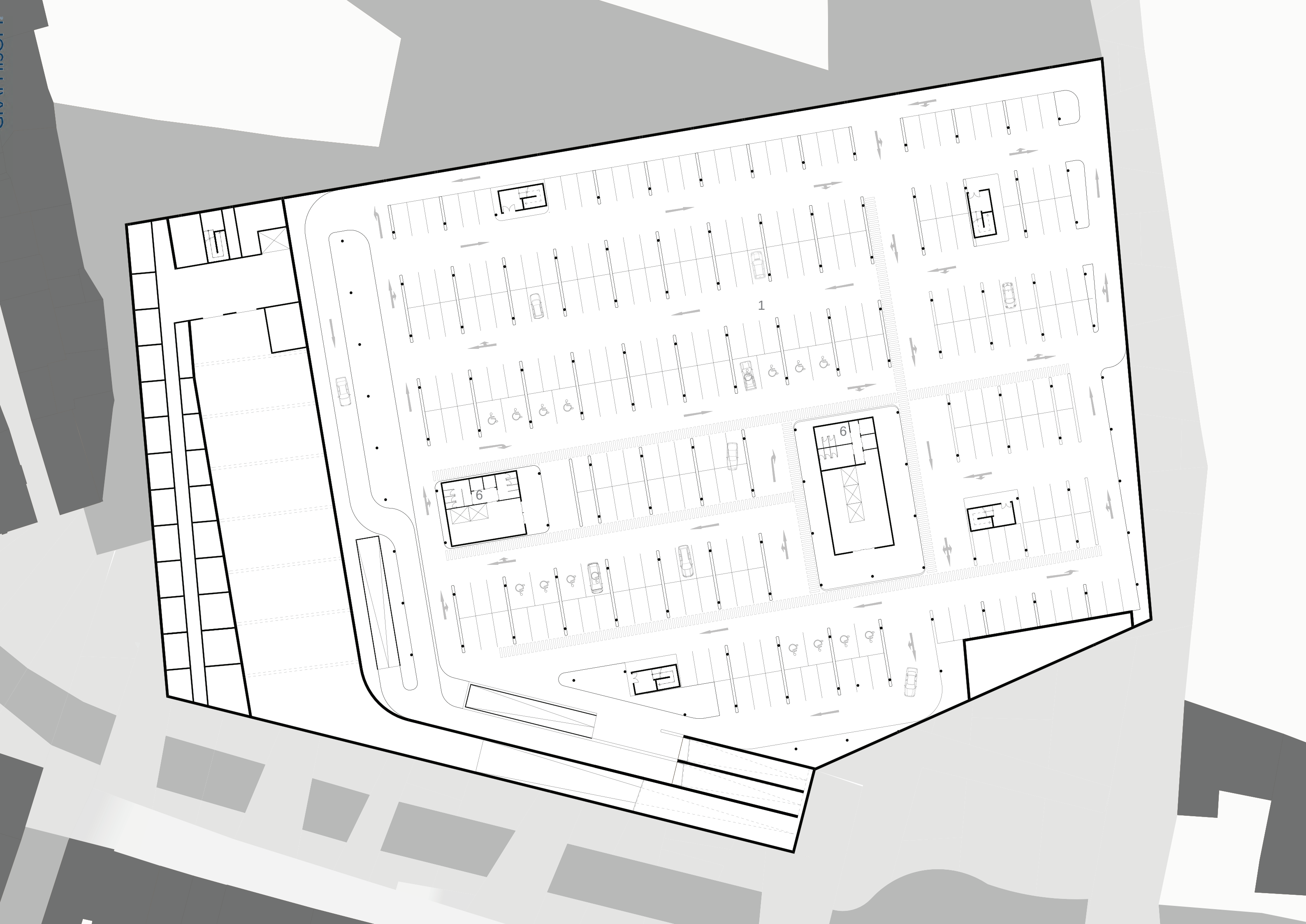


1 Parkplatz 2 Anlieferung 3 Lager 4 Personal 5 Technik 6 **Wc** 7 Bar/Cafè 8 Ankermieter 9 Shop 10 Kinderland 11 Info 12 Schließfächer 13 Arztraum 14 Putzraum 15 Verwaltungv 16 Terasse

1. UG

N





1 Parkplatz 2 Anlieferung 3 Lager 4 Personal 5 Technik 6 Wc 7 Bar/Cafè 8 Ankermieter 9 Shop 10 Kinderland 11 Info 12 Schließfächer 13 Arztraum 14 Putzraum 15 Verwaltung 16 Terasse

EG

N





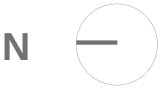
1 Parkplatz 2 Anlieferung 3 Lager 4 Personal 5 Technik 6 Wc 7 Bar/Cafè 8 Ankermieter 9 Shop 10 Kinderland 11 Info 12 Schließfächer 13 Arztraum 14 Putzraum 15 Verwaltung 16 Terasse

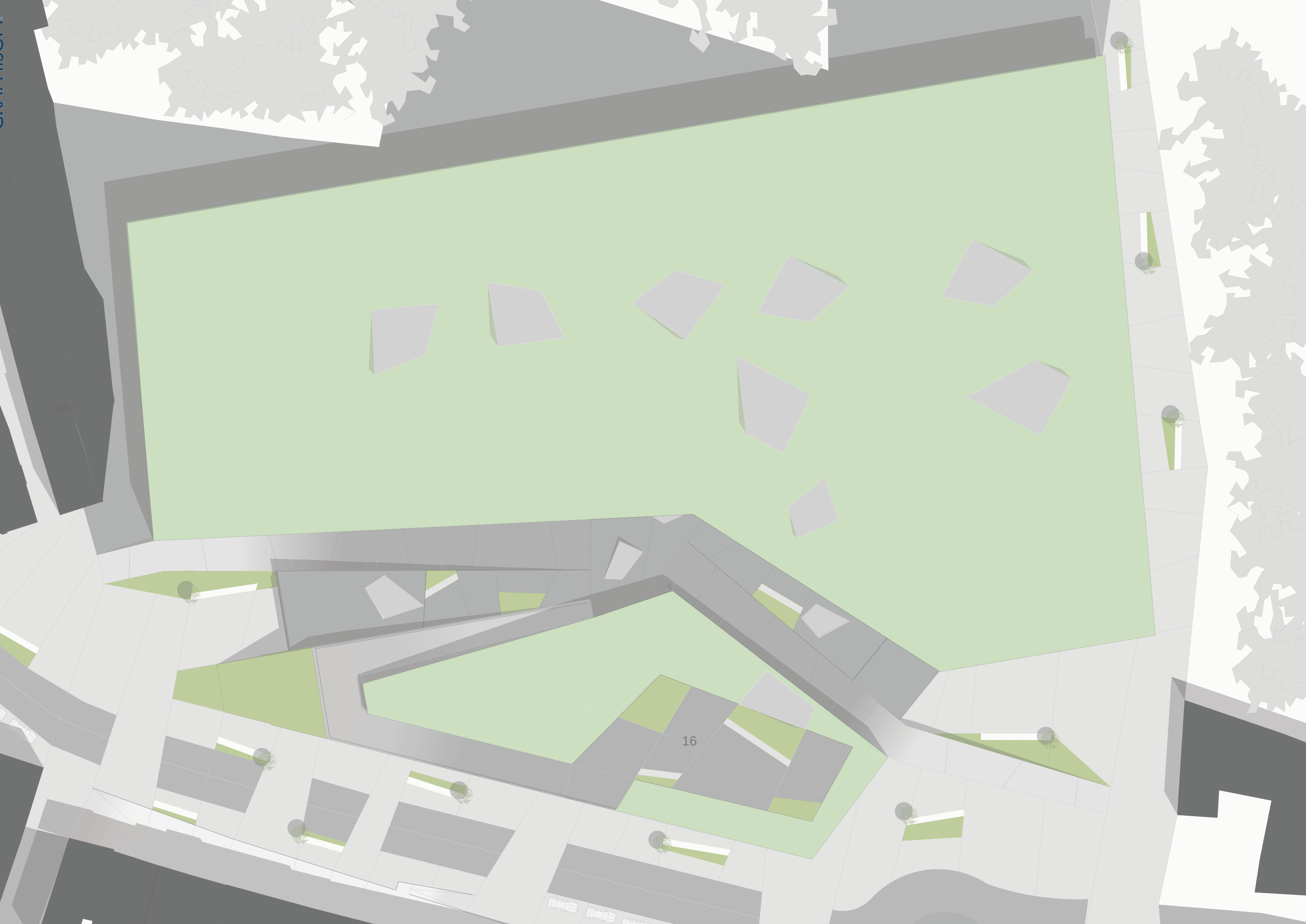
1. OG



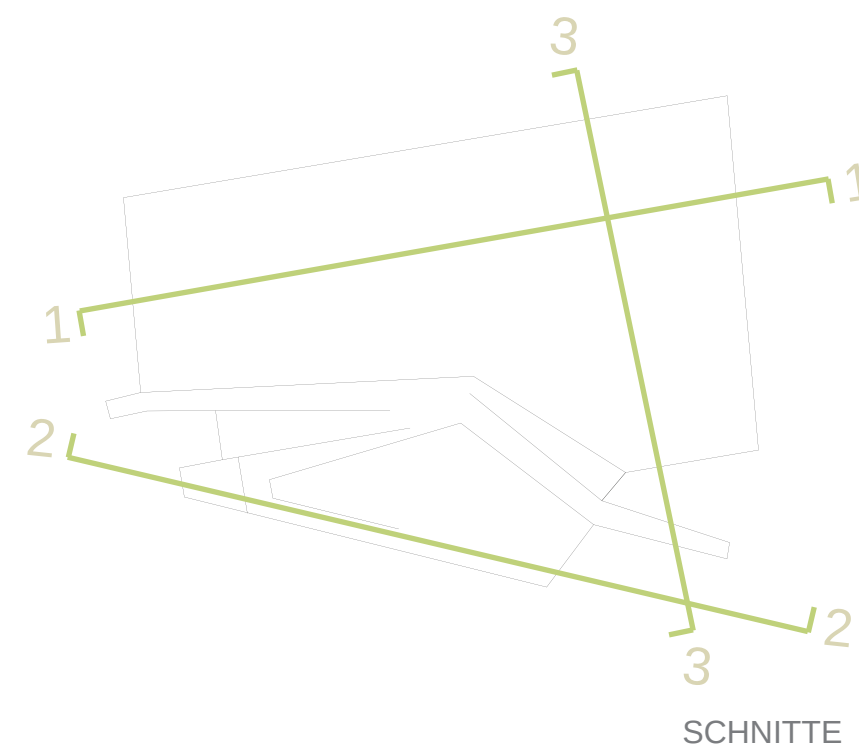
1 Parkplatz 2 Anlieferung 3 Lager 4 Personal 5 Technik 6 Wc 7 Bar/Cafè 8 Ankermieter 9 Shop 10 Kinderland 11 Info 12 Schließfächer 13 Arztraum 14 Putzraum 15 Verwaltung 16 Terasse

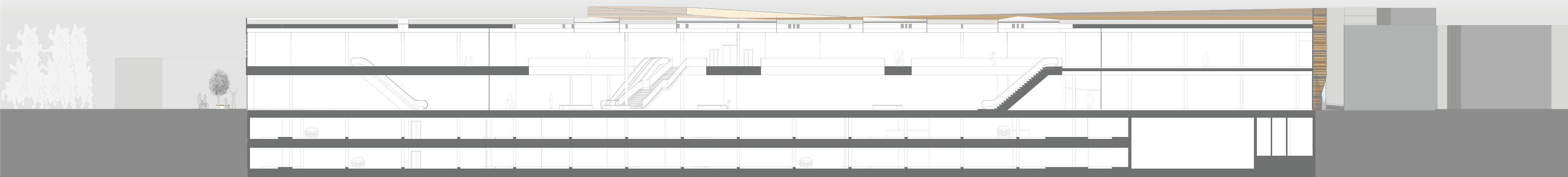
DACHDRAUSICHT



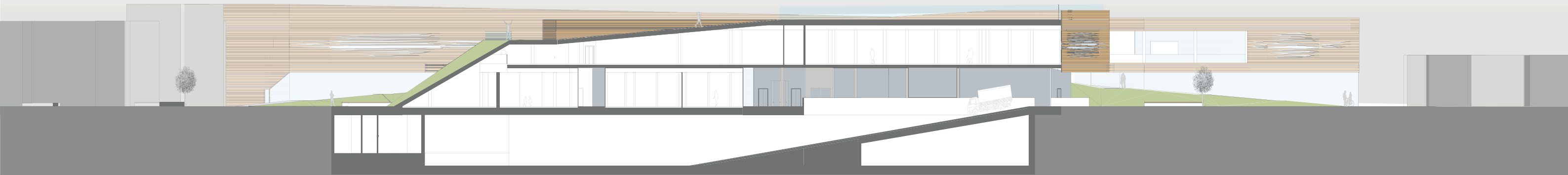


1

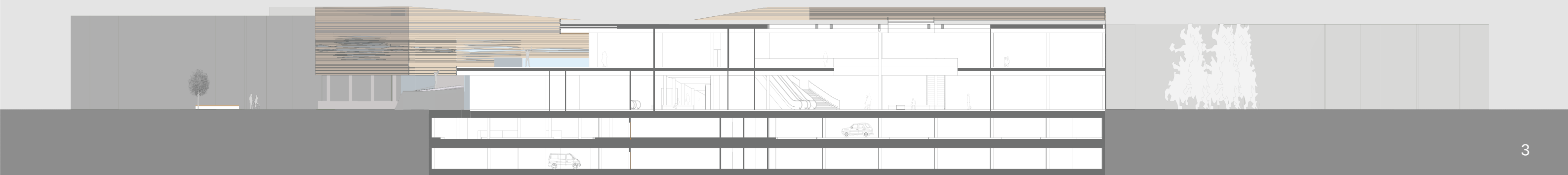




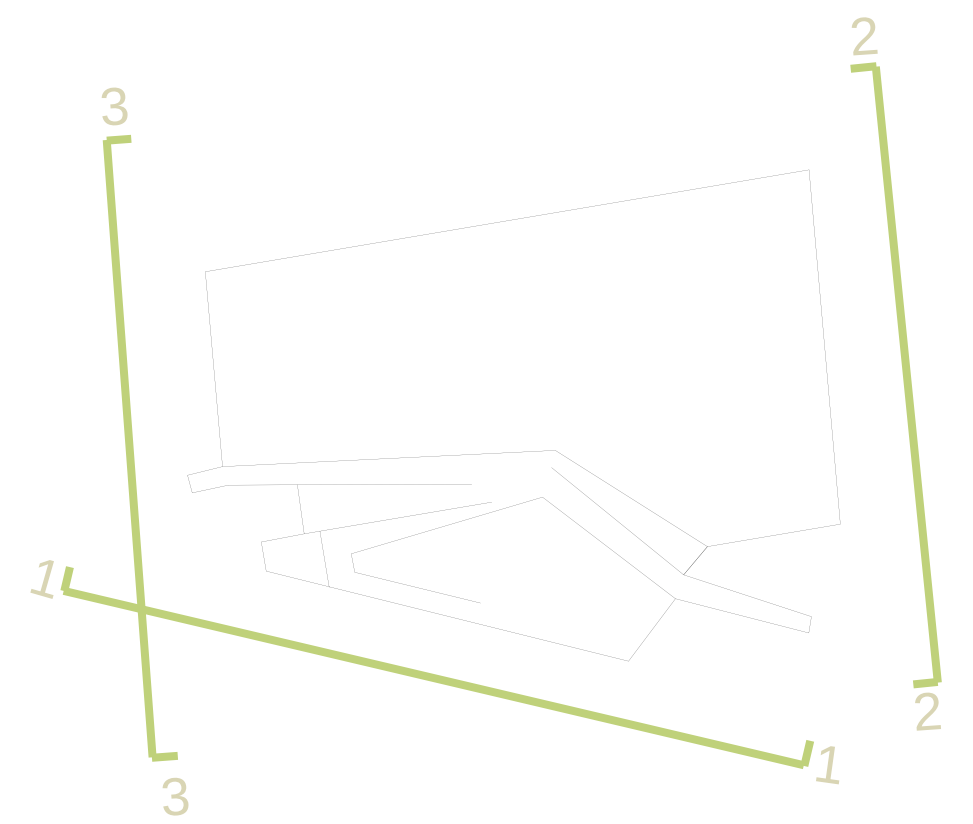
1



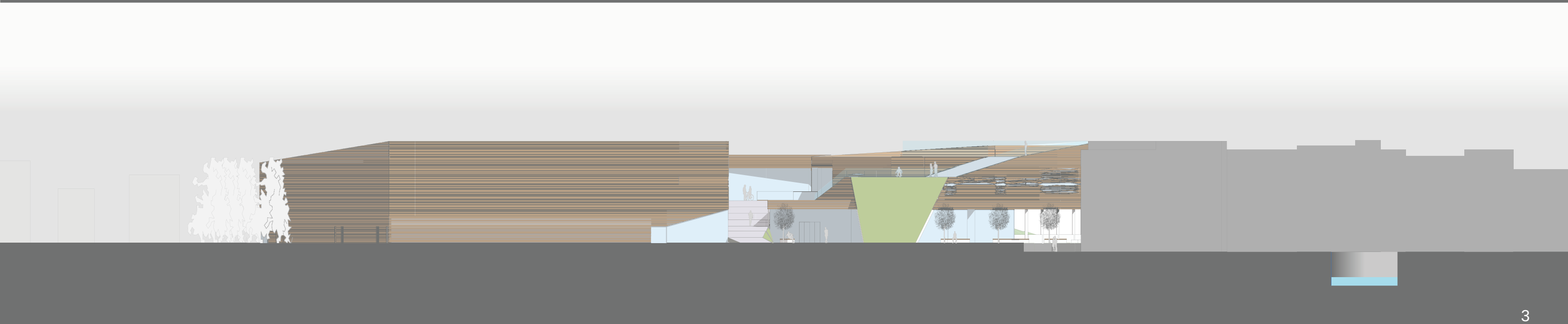
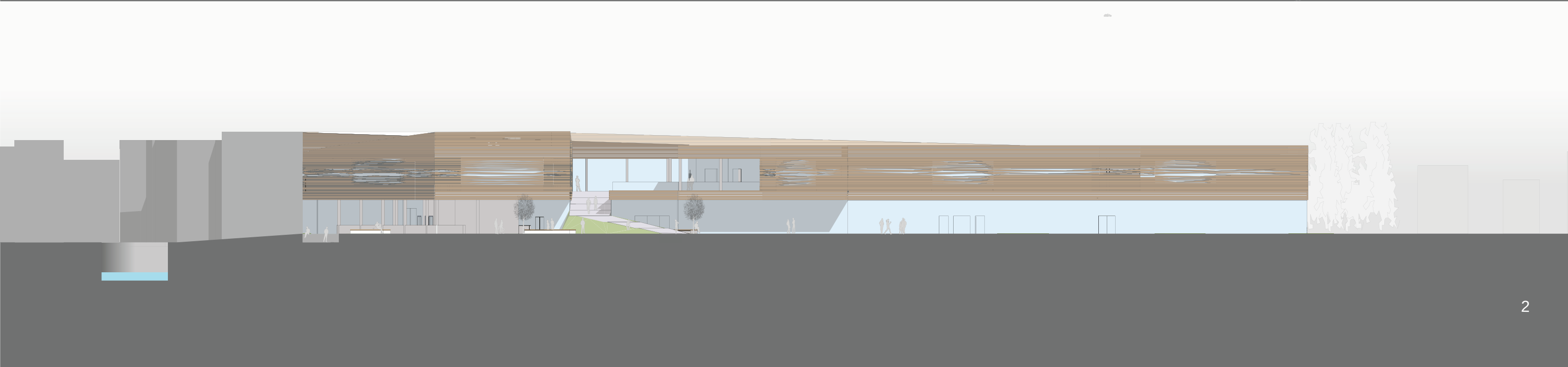
2



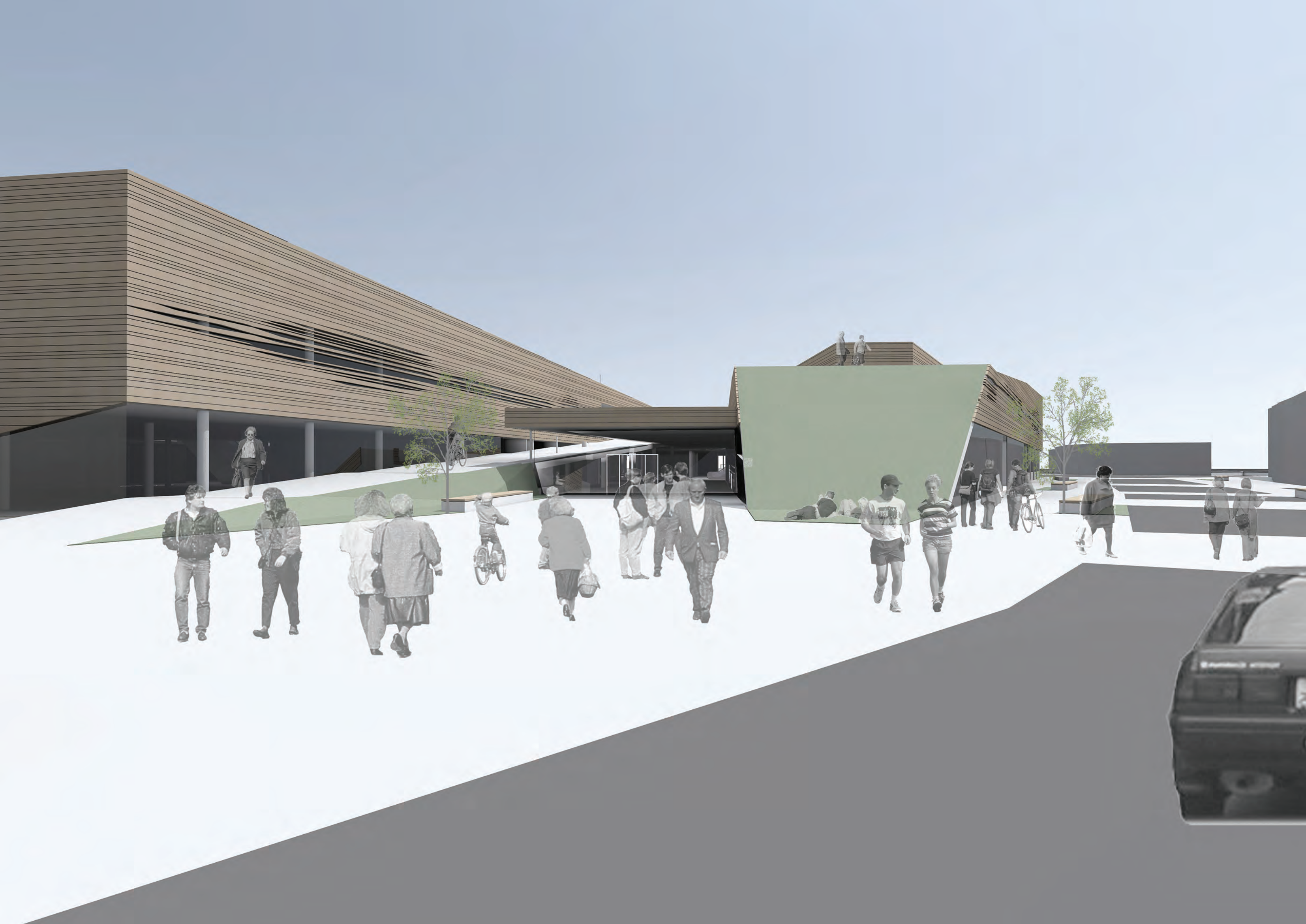
3



ANSICHTEN



RENDERINGS







LITERATURVERZEICHNIS

- Mayer Durkart, A., Handel und Urbanität - Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren
Stuttgart: 2010
- Dörhofer, K., Shopping Malls und neue Einkaufszentren
Berlin: 2008
- Coleman, P., Shopping Environments. Evolution, Planning and Design
Burlington: 2006

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Alle Abbildungen von Johannes Muhr, außer folgende Ausnahmen:

- Abb 1 https://content.lib.washington.edu/cdm4/item_viewer.php?CISOROOT=/buildings&CISOPTR=12318&CISOBX=1&REC=12 (24.02.2013)
© Cities and Buildings Database, University of Washington
- Abb 2 <http://thevintagestandard.com/?p=1275> (24.02.2013)
© The Vintage Standard
- Abb 3 <http://www.retrothing.com/2008/12/the-worlds-firs.html> (24.02.2012)
© Reflex Asi
- Abb 4 siehe Abb 1
- Abb 5 siehe Abb 2
- Abb 6 [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sommer,_Giorgio_\(1834-1914\)_-_n._1135_-_Napoli_-_Galleria_Umberto_I.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sommer,_Giorgio_(1834-1914)_-_n._1135_-_Napoli_-_Galleria_Umberto_I.jpg) (30.03.2013)
© Giorgio Sommer
- Abb 7 <http://micechat.com/blogs/samland/3018-its-mall-world-after-all.html> (25.02.2013)
© Wayne State University
- Abb 8 <http://www.british-history.ac.uk/report.aspx?compid=40670> (27.02.2013)
© London Metropolitan Archives (Corporation of London)
- Abb 9 http://www.virtualtourist.com/travel/Europe/Belgium/Region_de_Bruxelles_Capitale/Brussels-357567/Things_To_Do-Brussels-Galleries_Royales_Saint_Hubert-BR-1.html
© VirtualTourist
- Abb 10 <http://www.stadtflaneur.at/index.php/innenstadt-3/81-haas-haus> (30.03.2013)
© www.stadtflaneur.at
- Abb 11 <http://clevelandmagazine.com/ME2/dirmod.asp?sid=E73ABD6180B44874871A91F6BA5C249C&nm=Article+Archives&type=Publishing&mod=Publications%3A%3AArticle&mid=1578600D80804596A222593669321019&tier=4&id=2EB5F78546C34168BC0C703A606486CE>(4.03.2013)
© Cleveland Public Library
- Abb 12 http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Country_Club_Plaza_4_Kansas_City_MO.jpg (30.03.2013)
© public domain
- Abb 13 siehe Abb 3
- Abb 14 http://www.londontown.com/LondonInformation/Attraction/Victoria_Place_Shopping_Centre/6ed6/ (25.02.2013)
© LondonTown.com
- Abb 15 <http://www.berlin-motive.de/berlin/Luftaufnahmen/Mitte-Luftaufnahmen/pages/DSC06926.htm> (25.02.2013)
© Horst Stille
- Abb 16 <http://www.detail.de/inspiration/einkaufszentrum-meydan-in-istanbul-100369.html> (25.02.2013)
© Cristobal Palma Photography
- Abb 17 http://www.holzbau-austria.at/index.php?id=111&tx_ttnews%5Btt_news%5D=4812&cHash=7fd29a1aa2f141af85ed750b60f839c3
© G3/Gerald Lechner
- Abb 18 <http://www.nottsheritagegateway.org.uk/places/nottingham/nottinghamc20.htm> (24.02.2013)
© Thoroton Society of Nottinghamshire and contributors
- Abb 19 <http://www.webbaviation.co.uk/gallery/v/tyneandwear/gateshead/metro/GatesheadMetroCentre-cb12350.jpg.html> (26.02.2013)
© www.webbaviation.co.uk
- Abb 20 <http://www.nachrichten.at/oberoesterreich/linz/Pasching-Die-finanztuerkste-Gemeinde-in-Linz-Land-ist-ein-Sanierungsfall;art66,934695> (28.03.2013)
© Weihbold
- Abb 21 http://www.salzburg.info/de/shopping/shopping_center (28.03.2013)
© Europark Salzburg
- Abb 22 <http://www.detail.de/architektur/themen/einkaufszentrum-myzeil-in-frankfurt-000232.html> (26.02.2013)
© Christian Schittich
- Abb 23 <http://www.panoramio.com/photo/73494529> (01.04.2013)
© RN Latvian31
- Abb 24 Quelle: Mayer Durkart, A., Handel und Urbanität - Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren, Stuttgart: 2010 S. 21
Überarbeitet von Johannes Muhr
- Abb 25 Quelle: Mayer Durkart, A., Handel und Urbanität - Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren, Stuttgart: 2010 S. 22
Überarbeitet von Johannes Muhr
- Abb 26 Quelle: <http://maps.google.at>
Überarbeitet von Johannes Muhr
- Abb 27 siehe Abb 26
- Abb 28 siehe Abb 26
- Abb 29 siehe Abb 26