

Boarding Completed

Shoppingcenter Loop 5 in Weiterstadt

Wer kennt sie nicht, die Faszination Fliegen? Zugegebenermaßen ist das Reisen per Flugzeug heute nicht mehr allzu exklusiv, dennoch spürt jeder die besondere Atmosphäre an Flughäfen. Sie hat noch immer etwas von großer weiter Welt gepaart mit großartiger Technik. Dieser Emotion haben HPP Architekten in ihrem jüngsten Projekt der Typologie Einkaufszentren architektonischen Ausdruck verliehen und mit Loop 5 eines der ersten themenbezogenen Shoppingcenter Deutschlands geplant.

An der Bundesautobahn A5, zwischen Frankfurt und Darmstadt, Ausfahrt Weiterstadt, entstand auf 100.000 Quadratmetern Bruttogeschossfläche eine einzigartige Shopping-Erlebniswelt unter dem Motto „Luftfahrt“.

Wahrnehmbarkeit, Erreichbarkeit und Unverwechselbarkeit

Wahrnehmbarkeit, Erreichbarkeit und Unverwechselbarkeit waren die Leitbegriffe der Planungsaufgabe, mit welcher die Sonae Sierra, der portugiesische Spezialentwickler für Einzelhandelsimmobilien, Anfang Mai 2006 auf HPP zukam. Dabei war nicht nur die Lage des Großprojekts außergewöhnlich, an der Autobahn und in einem anonymen Gewerbepark, sondern auch die Aufgabenstellung: die Entwicklung eines Shoppingcenters mit überregionalem Destinationscharakter.

Das Grundstück in der Gemeinde Weiterstadt war einer der letzten Standorte Deutschlands, der zentrumsrelevanten, großflächigen Einzelhandel vor der Stadt zuließ. Das problematische Bild der „Shoppingbox auf der grünen Wiese“ war somit schnell gezeichnet. Neben dieser sensiblen architektonischen Herausforderung beinhaltete die Aufgabe jedoch vor allem die Möglichkeit, eine einzigartige, themenbezogene Einkaufserlebniswelt zu entwickeln.

HPP plant Shoppingcenter seit mehr als 20 Jahren

Die Architekten von HPP beschäftigen sich bereits seit den 1980er Jahren mit dem Thema „großflächiger Einzelhandel“. Zu dieser Zeit wurden die städtebaulichen Versäumnisse deutscher Innenstädte sowie



Parkhaus Loop 5, Ansicht A5



Eingang Gutenbergstraße



Luftraum Eingangsmall

des innerstädtischen Einzelhandels zum ersten Mal kritisch diskutiert. In Folge führte dies zu einer stärkeren strukturellen Verflechtung von Einzelhandel und städtischen Strukturen. Der Olivandenhof (1988) in Köln gilt als gutes Beispiel für gelungene städtebauliche Integration von konzentriert angeordneten Einzelhandelsflächen und markiert zugleich den Auftakt einer Reihe von HPP geplanten Einkaufszentren, wie beispielsweise die Promenaden im Leipziger Hauptbahnhof (1997), die im Zuge seiner Revitalisierung entstanden, der Petersbogen in Leipzig oder auch die Köln Arcaden (2005) sowie die beiden Ring Center (1997) in Berlin. Derzeit plant HPP die Rathausgalerie in Leverkusen (2010) und das Hofgarten Palais (2011) in Solingen, beides innerstädtische Einzelhandelsentwicklungen im Herzen der gewachsenen Stadtzentren.

Themenbezogene Einkaufswelt

In der überwiegend funktional ausgerichteten deutschen Shoppingcenter-Landschaft befindet sich die Entwicklung von themenbezogenen Erlebniseinkaufswelten noch in den Anfängen. Die Architektur von Loop 5 sollte daher für dieses Genre Impuls gebend sein sowie als sichtbare Landmarke und mit unverwechselbarem Image zur neuen Destination der Rhein-Main-Region werden.

In Weiterstadt definiert sich dieser Anspruch über eine Erlebniswelt mit dem Thema „Aviation“. Die Idee leitete sich aus der Nähe des Shoppingcenters zum Frankfurter Flughafen sowie zum Standort des „ESOC“, des European Space Operations Centre in Darmstadt ab.

Der Name Loop 5 ist in jeder Hinsicht Programm, architektonisch, gestalterisch und instrumentell. Zugleich sendet er als Marke präzise die Botschaft des Entwurfs und dessen Inhalt. Er inszeniert eine unverwechselbare, emotionale Welt und formuliert damit eine Erwartung und ein Versprechen, die auf allen Ebenen und in jedem Detail des Shoppingcenters eingehalten werden.

Wahrnehmbarkeit

Der Gebäudekomplex mit einer Ausdehnung von 320 mal 150 Metern besteht aus dem Shoppingcenter mit zwei Vollgeschossen, einem Kellergeschoss sowie einem um acht Meter zurückgesetzten Staffelgeschoss und einem Parkhaus mit neun Parkebenen für 3.000



Sidemall: Pioneering Area



Luftfahrt als Gestaltungsthema

PKW-Stellplätze. Das Parkhaus ist dem Shoppingcenter vorgelagert und grenzt direkt an die Autobahn. Beide Bauteile sind über Brücken sowie im Untergeschoss über eine Versorgungsstraße verbunden und werden durch die abgerundeten Gebäudeecken sowie die kontinuierlich umlaufende, vertikal strukturierte Fassade zu einer architektonischen Gesamtfigur zusammengefasst.

Das äußere Gestaltungsbild des Einkaufszentrums leitet sich von den Themen „Geschwindigkeit“ und „Schmuckschatulle“ ab. Rhythmisiert vorgelagerte, sandfarbene Fassadenplatten geben den Blick auf die sich permanent verändernde, zurückversetzte farbige Ebene der Gebäudehülle frei. Der dynamische Verlauf der äußeren Fassadenebene suggeriert durch unterschiedlich breite, vertikal angeordnete Fassadenplatten Geschwindigkeit, die farbigen Fugen stellen sinnbildlich einen Bezug zu Edelsteinen in einer Schmuckschatulle her. Diese Gestaltungsmittel erfahren ihren Abschluss in der Gebäudekrone aus perforiertem Metall, in der sich weithin sichtbar sowohl tagsüber als auch nachts ein funkelndes Licht- und Schattenspiel zeigt.

Erreichbarkeit

Der Großteil der Besucher erreicht das Shoppingcenter mit dem Auto über die A5 sowie die Robert-Koch- und Friedrich-Schäfer-Straße. Die Zufahrt erfolgt im nördlichen Teil des Grundstücks. Über eine doppelspurige Einfahrt auf Straßenniveau gelangen Kunden und Mitarbeiter in die Parkebene 02 des 9-geschossigen Parkhauses. Während drei der neun Parkebenen über die Versorgungsstraße beziehungsweise Brücken direkt an das Hauptgebäude angebunden sind, gelangen Besucher aus den anderen Parkebenen über eine der sechs Aufzugsgruppen in die gewünschte Verbindungsebene zum Shoppingcenter. Für Fußgänger erfolgt der Zugang zu Loop 5 über den großzügigen, durch ein weit auskragendes Vordach inszenierten Haupteingang an der Gutenbergstraße.

Typologisch ist Loop 5 in Form einer Ringmall ausgebildet - mit Ausnahme des Untergeschosses, das eine T-Form aufweist. Dort befinden sich neben Verkaufsflächen für Lebensmittel und Elektronik auch die Haustechnik sowie die zentralen Ver- und Entsorgungseinheiten. Drei Rolltreppenanlagen verbinden das



Gestaltungsmotiv „Schmuckschatulle“ an den Fassaden der Parkhauserschließungsrampen



Verglaste, hinterleuchtete Rolltreppen gliedern den Luftraum und verbinden die Einzelhandelsebenen

Untergeschoss mit den darüberliegenden Ladenstraßen, die aufgrund ihrer geschlossenen Form einen kompletten Rundgang der Besucher ermöglichen. Mit dieser Anordnung bietet das Shoppingcenter 175 Einzelhandelsflächen in der Größe von 25 bis 3.420 Quadratmeter, 1.430 Quadratmeter Gastronomiefläche für 25 Restaurants sowie auf 1.200 Quadratmeter ein außergewöhnliches Freizeitangebot. Der Foodcourt, als zentraler Erlebnisraum, befindet sich im 1. Obergeschoss, über dem Eingang atrium. Von dort gelangt der Besucher ebenfalls über Rolltreppen in das zurückgesetzte Staffelgeschoss. Zusätzlich sind alle Ebenen über Personenaufzüge verbunden, die der innenliegenden Kernfläche zugeordnet sind.

Unverwechselbarkeit

Die Mallführung ist ein Ergebnis der Lage des Shoppingcenters, im Gewerbepark, ohne städtebauliche Bezüge. Dadurch kann der Besucher wie in einem Looping seine Runden drehen und dabei immer wieder spannende Raumeindrücke in den vier unterschiedlich gestalteten Malls des Centers finden. Das Fliegen von den Anfängen über die goldene Ära bis zum Düsenzeitalter prägt dort den innenarchitektonischen Ausdruck. Eingetaucht in die Welt der Fluglinien und der Flughäfen, die die Mobilität des 21. Jahrhunderts symbolisiert, atmet hier alles das „Skyflair“ einer Destination. Propeller, Tragflächen, Ruder und Rotoren sowie das Grafikdesign der Wand- und Bodenbeläge inszenieren eine eigene unverwechselbare, emotional stimulierende Erlebniswelt.

Die Großzügigkeit der Atrien entsteht durch eine Geschosshöhe von sechs Metern, die den 3-geschossigen Atrien kathedralenartige Dimensionen verleiht. Die Großzügigkeit wirkt sich positiv auf die Attraktivität der Einzelhandelsflächen aus.

Das Skylight, die Sidemalls und der Boulevard bilden sowohl durch ihre beeindruckenden Raumvolumen als auch über die unterschiedliche Interpretation des Leitthemas „Aviation“ die räumlichen und gestalterischen Schwerpunkte des Loop 5. „Jet Set“, „Contemporary Aviation“, „Pioneering Flight“ und „Golden Era“ sind die Subthemen, die in den vier Erlebnisbereichen kommuniziert werden, alle in Materialität und Farbigkeit aufeinander abgestimmt. Diese Bereiche führen die Leitfarben von Loop 5, Aubergine, Rot, Gelb und Blau, die über die Fassaden



Turbinenmotiv im Zentrum des Boulevards



kathedralenartige Dimension des Boulevards



Verweilmöglichkeiten in der Mall

bereits von Außen sichtbar sind und so im Innenraum konsequent fortgeführt sowie durch ein übergeordnetes Beleuchtungs- und Grafikkonzept verstärkt werden. LED Leuchten in der Erdgeschossdecke des Skylights, an Gangways erinnernde, glasverkleidete und hinterleuchtete Rollstrecken, exponiert leuchtende Bullaugen in der Mall, alle diese gestalterischen Elemente unterstreichen das detailliert ausgearbeitete innenarchitektonische Konzept ebenso wie die Grafik der Wand- und Bodenbeläge.

Als besonderes Highlight hängt ein hellblauer MIG-Jet unter dem wellenförmigen, skulptural ausgebildeten Skylightdach und prägt so nicht nur das schnelle „Jet Set“-Ambiente des einladenden Foodcourts im 1. Obergeschoss sondern bildet den Blickfang im gesamten Skylight.



MIG-Jet als optisches Highlight

Jedes Detail im Loop 5 generiert Erlebnisse und vermittelt dem Besucher den Mythos vom Fliegen. Mit diesem Gestaltungskonzept folgt Loop 5 dem Handelstrend der Emotionalisierung und gehört als eines der ersten Themencenter Deutschlands zur nächsten Generation von Einkaufszentren. Seit der Eröffnung Anfang Oktober 2009 hat sich Loop 5 bereits zum neuen Publikumsmagneten in der Rhein-Main-Region entwickelt.



Projektdaten

Objekt: Loop 5 Shoppingcenter Weiterstadt

Architekt: HPP International Planungsgesellschaft mbH

Projektpartner: Werner Sübai

Projektleitung: Johannes Holthausen, Meike Behmann

Projektteam: Stephan Heimann, Karoline Ludwig, Yvonne Migura, Nadja

Moche, Kirsten Neumann, Nathalie Rehm, Claudia Roggenkämper,

Robianto Sugiri, May Lin Tan, Stefan Winkelmeyr

Bauherr: Loop 5 Shopping Center GmbH

Projektarchitekt: José Quiñtela (Sonae Sierra)

Entwickler: Sonae Sierra, Portugal

Standort: Weiterstadt

Planungs- und Bauzeit: 05/2006 bis 10/2009

Eröffnung: 9. Oktober 2009

BGF Center: 96.000 m²

BGF Parkhaus: 86.940 m²

Anzahl Mieteinheiten: 175

Anzahl Restaurants: 25

Arbeitsplätze: 1.000

Stellplätze: 3.049

Tragwerk: Betonfertigteile

Konstruktionsraster: 8/10 bzw. 10/16

Fassade: Faserzement/ Aluminium

Anzahl der Aufzüge: 21

Anzahl der Fahrtreppen: 14

Umweltschutz: Sonae Sierra Umweltzertifizierung gemäß ISO 14001

Geschosszahl über Terrain: 2 plus Staffelgeschoss

Geschosszahl unter Terrain: 1

Normalgeschosshöhe: 6.00 m

Lph: 1 bis 5 und 9

Kosten Bauwerk inkl. MwSt.: 265 Mio. Euro