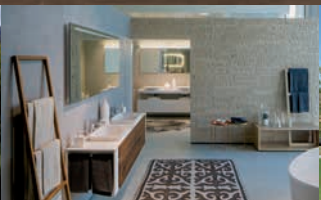


# DAS EINFAMILIEN HAUS

84/ Essen wir draussen?  
128/ Bäder: Schön ausgestellt

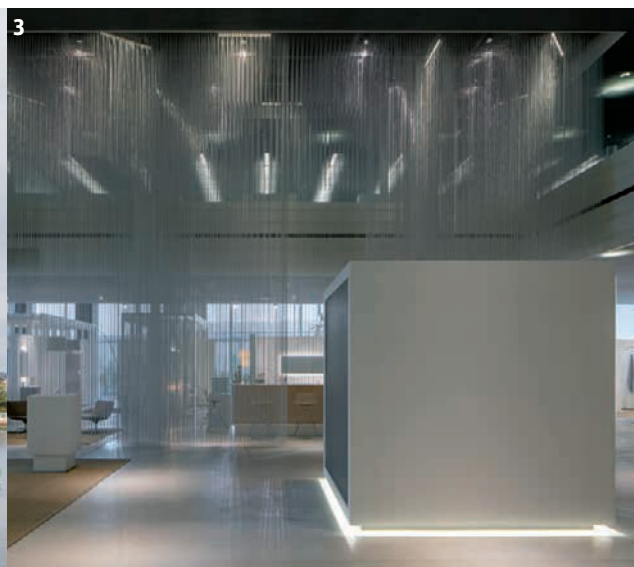


103/10 Hausideen in Holz und Stein, 20/Reportage: Einfach Spitze, 60/Messe: So baut man morgen, 90/Smart Home: Komfort im Garten, 84/Garten: Grill und Outdoor-Küchen, 136/Lichtplanung



## Ein Tempel des Designs

Vor gut fünf Jahren wurde die Marke Talsee eingeführt. Gleichzeitig wurde mit dem Bau eines Flagship Stores ein Zeichen gesetzt für den hohen Designanspruch. *(pd/vo)*





- 1+2** Mit dem 2012 eröffneten Flagshipstore setzte die neue Marke Talsee ein Zeichen.  
**3** Insgesamt 40 km lang sind die Ketten aus Aluminium, die wie ein Vorhang die beiden Geschosse verbinden und die Lounge und die Caf bar abgrenzen.  
**4** In der Ausstellung im Parterre kann der Kunde in verschiedene Bad-Inszenierungen eintauchen.  
**5** Networking im Foyer: Ende August feierte die Design- und Architekturszene fünf Jahre Flagshipstore.  
**6** Freundlicher Empfang.

# Architektur als Bühne

**Oliver Dufner, Architekt und Mitinhaber von Burkard Meyer Architekten, über die Bezüge zwischen dem Gebäude und der Produktwelt von Talsee. (pd)**

*Was ist die Grundidee des Entwurfs?*

Der architektonische Entwurf ist geprägt vom Bewusstsein, dass die Architektur nur die Bühne für die Produkte von Talsee bildet und nicht der Hautdarsteller ist. Trotzdem war es uns wichtig, dass der Bau vor allem von den aussen Vorbeifahrenden positiv wahrgenommen wird und ihr Interesse weckt. Dabei haben wir uns an Tempelbauten und Pavillonbauten orientiert, bei denen der umlaufende Portikus immer den Eingang, zugleich aber auch räumliche Distanz zwischen der inneren und äusseren Welt formuliert.

*Der Talsee Flagshipstore steht im idyllischen Luzerner Seetal.*

*Welchen Einfluss hat die Umgebung auf die Architektur?*

Mit der Idylle ist es in der Schweiz so eine Sache. Das Seetal als Landschaftsraum ist tatsächlich sehr schön. Die unmittelbare Umgebung ist jedoch mit Ausnahme des Hauptsitzes der 4B von Profanbauten geprägt. Die entweder keinen Anspruch an eine Gestaltung haben oder auf eine plakative Zeichenhaftigkeit setzen, um die Aufmerksamkeit der Vorbeifahrenden zu gewinnen. In diesem Spannungsfeld haben wir versucht, den Bau durch seine zurückhaltende Eleganz und die sorgfältige Setzung auszuzeichnen. Das Spiel mit den Proportionen des Portikus, die Auflösung der Geschossigkeit und das Zusammenspiel von Baukörper und Wasserfläche trägt in einem guten Sinne zur Irritation bei.

*Talsee produziert Badmöbel. Wie haben die Produkte den Entwurf beeinflusst?*

Weniger die Produkte haben uns beeinflusst, sondern vielmehr der damit verbundene Design- und Funktionsanspruch. Dieser ist in unserer Wahrnehmung geprägt von einem hohen Fachwissen im Umgang mit Material und dem Bewusstsein, dass das persönliche Wohnumfeld immer stärker zum Ort des Rückzugs und der Erholung wird. Dieses Gefühl wollten wir den Besuchern beim Betreten des Showrooms vermitteln.

*Mit dem Bau des Flagshipstores wurde auch die Marke Talsee eingeführt.*

*Welche Werte verkörpert der Flagshipstore?*

Uns wurden beim Briefing für den Studienauftrag die Erwartungen an die Architektur aus der Sicht der Bauherrschaft wie folgt benannt: Neubau als Flagshipstore und Neupositionierung der Marke von innen nach aussen. Lifestyleprodukte sollen in Szene gesetzt werden mit Transparenz, Moderne und unter Berücksichtigung der Kernwerte von Talsee. Diese Punkte prägen den Entwurf, ohne dass eine eindeutige Zuordnung erfolgt. Es ist vielmehr das Zusammenspiel der Werte.

*Wo haben Sie mit dem Entwurf des Flagshipstores Neuland betreten?*

Für unser Büro, das seine Aufträge hauptsächlich im Bereich Wohnungs-, Verwaltungs- und Schulbau abwickelt, war die Aufgabe in gewisser Weise exotisch. Die Beschäftigung mit den Anforderungen an einen Showroom und die integrale Zusammenarbeit mit der Firma Vetica Group AG aus Luzern, welche die Ausstellungsgestaltung entwickelt hat, war für uns eine neue, sehr fruchtbare Erfahrung.

*Was waren die Anforderungen an den Flagshipstore? Wie haben sich diese im Verlauf des Projekts verändert?*

Die Anforderungen haben sich im Betrieb sicher in Teilen verändert. Diese geschah jedoch in einem Masse, dass der Bau durch seine hohe Flexibilität diesen gerecht wurde. So hat sich beispiels-

weise gezeigt, dass die doppelgeschossige Halle, welche ursprünglich ausschliesslich für wechselnde Nutzungen vorgesehen war, aus Platzgründen teilweise auch durch die permanente Ausstellung belegt werden muss.

*Sowohl die Ausstellungsfläche wie auch die Bürofläche kommen weitgehend ohne Türen aus. Wie wurden die Räume stattdessen strukturiert?*

Unser Anspruch, mit einem Einraumkonzept Büro- und Ausstellungsfläche zu koppeln, trägt wesentlich zur Qualität des Innenraumes bei und ermöglicht beiden Bereichen trotzdem ein separates Funktionieren. Die zwischen diesen beiden Nutzungen notwendige betriebliche, visuelle und akustische Distanz wird allein durch die Geschosstrennung erzielt, welche durch die geschossübergreifende Ketteninstallation jedoch in ihrer Wahrnehmung wieder verbunden wird.

*Sie haben auf aussenliegende Sonnenstoren verzichtet. Wie haben Sie dies in der Planung berücksichtigt?*

Der Verzicht auf einen aussenliegenden Sonnenschutz hat verschiedene Gründe. Wir verstehen den umlaufenden Portikus als bauliches Element, welches dem Haus eine räumliche Tiefe verleiht und zugleich die Sichtbarkeit des Inneren auch bei Sonnenschein gewährleistet. Daneben hat diese aber auch eine klimatische Funktion. In der Kombination von Eigenverschattung und einem Haustechnikkonzept, welches die im Sommer anfallende Wärme mit Hilfe von Energiepfählen im Baugrund kompensiert, kann das Raumklima sehr gut gesteuert werden. In der kalten Jahreszeit wird die Erdwärme dann zum Heizen genutzt.

*Talsee arbeitet seit gut fünf Jahren im Flagshipstore. Entspricht die Nutzung noch Ihrer ursprünglichen Planung?*

Mit den oben erwähnten kleinen Anpassungen funktioniert der Bau heute noch genauso wie wir das gemeinsam mit Talsee entwickelt haben. Dies ist in der heutigen manchmal unstillen Unternehmenswelt keine Selbstverständlichkeit.

*Charles Eames sagte «The details are not the details. They make the design».*

*Welche Detaillösung des Flagshipstores ist Ihnen besonders wichtig?*

Die Zurückhaltung im formalen Ausdruck, die wir uns bei diesem Bau selbst auferlegt haben, hat zu einer konstruktiven Umsetzung geführt, in der das Detail der Fügung möglichst verschwindet. Die Homogenität in Farbe, Materialität und der bruchlose Übergang von innen nach aussen folgen diesem Anspruch.

**Talsee AG**

6281 Hochdorf

Tel. 041 914 59 59

[www.talsee.ch](http://www.talsee.ch)



Im umlaufenden Wasserbecken, dem «Talsee», spiegelt sich der Himmel.