



OMA aus Rotterdam gewann den Wettbewerb für das neue KaDeWe Wien
 OMA from Rotterdam has won the competition for the new KaDeWe Vienna



Viele Entwurfs Elemente beziehen sich auf das benachbarte Museumsquartier
 Many design decisions are referencing to the neighbouring Museumsquartier

Vom Kaufhaus zum Museum. Transformation einer Wiener Institution Arian Lehner

Die Ansage klang vielversprechend für Wien. Ein neues, modernes Kaufhaus für die Hauptstadt – direkt an der Shopping-Meile Mariahilferstraße unweit des Museumsquartiers. Und noch dazu ein Wettbewerb mit Starbesetzung: BIG Bjarke Ingels Group, OMA Office for Metropolitan Architecture, Snøhetta und Hadi Teherani Architects rangen um ihr jeweils erstes Projekt in Wien.

Wo jetzt noch das Möbelhaus Leiner seine Wohlfühlhoasen verkauft, richtet sich in Zukunft die von René Benko gegründete Signa Group ein. Es soll ein Projekt der Superlative werden. Dafür stehen nicht nur die eingeladenen Architekturbüros, sondern auch die zukünftigen Betreiber, KaDeWe. Die Wettbewerbsjury unter der Leitung von Elke Delugan-Meissl entschied sich für das gleiche Büro, welches auch das KaDeWe-Stammhaus in Berlin sanieren wird: OMA aus Rotterdam. Laurence Bolhaar, Projektleiter von OMA, nimmt im siegreichen Entwurf auf die wichtige Beziehung zum dahinterliegenden Museumsquartier Bezug. Er verweist hier auf die bedeutende Rolle der Kunst – nicht nur in Museen, sondern auch in luxuriösen Kaufhäusern mit ihren Schau-

fenstern. „Alle Kaufhäuser werden zu Museen und alle Museen zu Kaufhäusern“ prophezeite einst Andy Warhol, der seine erste Kunstausstellung bewusst in einem New Yorker Schaufenster präsentierte. Für die Entwicklung des Projekts habe sich OMA stark von den räumlichen Sequenzen und Ausstellungsstücken des Museumsquartiers inspirieren lassen. Ein zentrales Merkmal des Entwurfs ist die Trennung des Volumens in zwei Teile – Kaufhaus und Hotel. Die dadurch entstehende Öffnung bietet eine neue

Städtebaulicher Apparat

Verbindung zwischen Einkaufsstraße und kulturellen Einrichtungen. Das Projekt ist für Laurence Bolhaar weniger als Gebäude zu verstehen, sondern vielmehr als „städtebaulicher Apparat“, der die Bewegungsströme der Mariahilferstraße und des Museumsquartiers (MQ) aufnimmt und weiterleitet. Die Menschen, die in der von Bäumen akzentuierten Fußgängerzone flanieren, werden durch das KaDeWe bis auf das Dach geleitet, welches mit einer grünen Landschaft und einem neuen Blick auf die Wiener Innenstadt von oben aufwarten kann. Äußerlich präsentiert sich das Kaufhaus mit Torbögen im Erdge-

schoss (eine Anspielung auf die Eingänge zum Museumsquartier) sowie einer darüberliegenden Fassade aus gebogenen Glaselementen. Während das Fassadenband im ersten Obergeschoss noch von vielen schmalen und undurchsichtigen Elementen geprägt ist, nimmt die Transparenz des Materials mit jedem weiteren Stockwerk zu. In einem kontinuierlich variierten Verlauf in Richtung Dachgeschoss wird der Rhythmus der Glasfassade immer breiter und großzügiger. Im Inneren des Kaufhauses verzichtet OMA auf spektakuläre Wow-Effekte und will – auf die Wiener Secession verweisend – durch Einfachheit und Eleganz überzeugen. Die Architektur soll dem Kaufhaus „dienen“ und nicht über dem Shopperlebnis stehen, so der Projektleiter. Wie viel von diesem ehrgeizigen Kulturanspruch des Architekturbüros im zukünftigen KaDeWe Wien zu spüren sein wird, bleibt abzuwarten. Die Eröffnung des neuen MQ-Nachbarn ist für Herbst 2023 geplant.

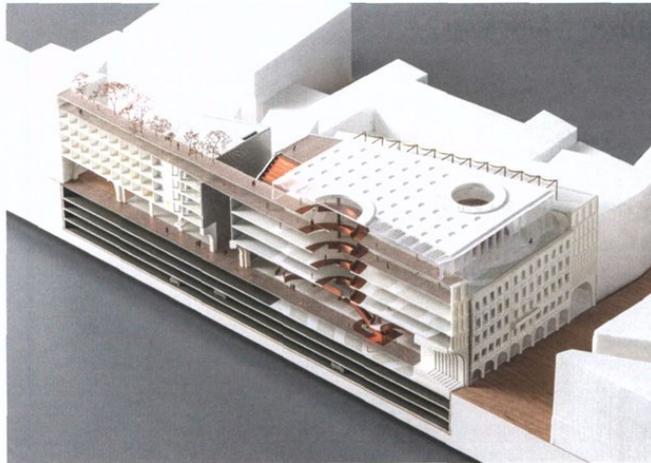


Photo OMA

Zwischen den geteilten Baukörpern entsteht ein neuer Zugang zum Museumsquartier
A new corridor between the splitted volume enables access to the Museumsquartier



Photo OMA

Eine begrünte Dachlandschaft bietet Schatten und viel Ausblick
A green roofscape offers shadow and unique views

From department store to museum. Transformation of a Viennese institution

Arian Lehner

The announcement seems very promising for Vienna. A new, modern department store for the capital – directly on the shopping strip Mariahilfer Straße, not far from the Museumsquartier. And a competition with star participants: BIG Bjarke Ingels Group, OMA Office for Metropolitan Architecture, Snøhetta and Hadi Teherani Architects competed for their first project in Vienna.

Where at present the Leiner furniture store sells what it describes as “feel good oases” Rene Benko’s Signa Group is to implement a project. One that can only be described in superlatives. This is due not only to the architecture practices invited to take part but also to the operators of the project, KaDeWe. The competition jury headed by Elke Delugan-Meissl decided on the same office that will renovate the KaDeWe in Berlin: OMA from Rotterdam. In the winning design Laurence Bolhaar, project manager at OMA, refers to the important relationship to the Museumsquartier that lies behind the existing store. Here he points to the important role of art – not only in museums, but also in luxury department stores with their shop windows. “All department stores will

become museums and all museums department stores”, Andy Warhol, who deliberately presented his first art exhibition in a New York shop window, once predicted. In developing the project, OMA were strongly inspired by the spatial sequences and exhibits of the Museumsquartier.

A major feature of the design is the way the volume is separated into two parts – a department store and a hotel. The opening produced by this separation provides a new connection between the shopping

Urban device

street and the cultural institutions. The way Laurence Bolhaar sees it, the project should be understood not so much as a building, but rather as an urban device that picks up the flows of movement on Mariahilfer Straße and in the Museumsquartier (MQ) and directs them further. People strolling through the tree-lined pedestrian zone will be guided by the KaDeWe up to the roof, which will offer a green landscape and a new view of Vienna’s city centre from above. Externally, the department store is defined by archways on the ground floor (an allusion to the entrances to the Museums-

quartier and by the façade above made of curved glass elements. While at first floor level the façade band is still characterised by numerous narrow and opaque elements, the transparency of the material increases from floor to floor. In the elegant sequence of storeys towards the rooftop level, the rhythm of the glass façade becomes increasingly wider and more generous.

In the interior of the department store, OMA refrains from any kind of spectacular wow effects and – with a reference to the Vienna Secession – aims at convincing by means of simplicity and elegance. According to the project manager the architecture is intended to “serve” the department store and not to trump over the shopping experience. It remains to be seen to what extent the future KaDeWe Vienna can realize the architecture office’s ambitious cultural aims. The opening of the new neighbour to the MQ is planned for autumn 2023.