



# intelligent bauen

Fachzeitschrift für vernetztes und nachhaltiges Planen, Bauen und Bewirtschaften

**Gebäude im Fokus:** Vor 40 Jahren strömten die Massen ins Shoppi Spreitenbach. Zehn Jahre lang dauerten die Um- und Neubauarbeiten zum jüngst eröffneten Shoppi Tivoli. Wir schauen hin. **Konjunktur:** Welche Entwicklung ist von der Wirtschaft zu erwarten? **Zunfthaus zur Zimmerleuten:** Wie das abgebrannte Zürcher Zunfthaus wieder zu altem Glanz fand. **Fernwärme:** Verdoppelter Anteil soll sich wieder verdoppeln.



# Einkaufs-Kerker wird Shopping-Oase

40 Jahre, nachdem das Shoppi die halbe Schweiz nach Spreitenbach lockte, wurde im vergangenen Oktober das um- und neugebaute Shoppi Tivoli eröffnet. Ein 10-Jahres-Projekt für 280 Millionen Franken. Text: Beat Matter // Fotos: zvg

Aus den USA importiertes vermag auch hierzulande die Massen zu begeistern. Das ist kein neues Phänomen. Vor 40 Jahren sorgte ein solcher Import in der Schweiz für eine regelrechte Völkerwanderung. Die halbe Schweiz strömte herbei. Nach Spreitenbach im Kanton Aargau. 1970 wurde das Einkaufszentrum Shoppi eröffnet. Nach dem Vorbild nordamerikanischer Malls gebaut, war es zu jener Zeit das grösste Shopping Center der Schweiz. Und ein Anziehungspunkt sondergleichen. Wer dem «American Way Of Shopping» frönen wollte, ohne das Land zu verlassen, fuhr nach Spreitenbach. Drei Jahre später eröffnete in direkter Nachbarschaft das Tivoli. Direkt verbunden durch die offene «Buggelibrugg», auf welcher ein paar Ramschläden ihre Auslagen präsentierten und ein Raum platziert war, der nach damaligem Dafürhalten den Namen «Kinderparadies» verdiente, wurde das sowieso schon einmalig grosse Shoppi in der Wahrnehmung des Kunden durch das Tivoli noch grösser und attraktiver. Wer die über 30 Jahre alten Center kannte und heute das im Oktober eröffnete, in einem 10-jährigen Gesamtprojekt um- und neugebaute Shoppi Tivoli betritt, wird nicht mehr glauben können, dass dessen Urform einst ins ganze Land ausstrahlte. Der Besucher wandelt heute im ganzen Innenbereich auf einem bezaubernden Boden in Holz aus brasilianischem Kirschbaum. Im einstigen Neon-Röhren-Tempel hat ein Lichtkonzept Einzug gehalten, das Freude macht und freundlich stimmt. Über die voll ausgebaute Verbindungsbrücke schlendert er nahtlos vom zurückhaltend, aber offensichtlich aufgefrischten Shoppi ins radikal umgebaute Tivoli, wo übel Verwinkelter einer wohlthuenden Übersichtlichkeit gewichen ist. Aus dem ehemaligen Einkaufskerker, zu diesem Schluss könnte der Besucher gelangen, ist eine Shopping-Oase geworden, die auch in den USA für Furore sorgen könnte.

## So geht's nicht mehr weiter

Was heute auf allen Ebenen als Einheit empfunden und geführt wird, war bis vor der Generalsanierung getrennt. Mit Ausnahme der «Buggelibrugg» bestanden zwischen Shoppi und Tivoli kaum Berührungspunkte. Es herrschte Konkurrenz. Dass der Konkurrenzkampf ungesund war für die Shopping-Institution, die der Kunde seit jeher mehr oder weniger als Einheit empfand, wurde jedoch erst zu Beginn der 1990er-Jahre offensichtlich. Nach einem enormen Zulauf in den ersten Jahren nach der Eröffnung und einer durchaus erfolgreichen Zwischenphase, begannen die Umsätze zu sinken. Daran änderten auch oberflächliche Massnahmen zur Aufwertung im Tivoli sowie eine Revitalisierung im Shoppi nichts. Vier Managementgesellschaften, die im Namen von diversen Eigentümern für die beiden Center verantwortlich zeichneten, kämpften über weite Strecken ohne gemeinsame Strategie gegen den Untergang. Bis 1996 die Erkenntnis eintrat, dass es so nicht mehr weiter gehen kann. Bis zur Jahrtausendwende wurde ein gemeinsamer Masterplan zur Neupositionierung und daraus abgeleitet ein Konzept erstellt. Eine Reorganisation der Management-Strukturen wurde vorgesehen, sowie ein umfassendes Neu- und Umbauprojekt. Darin eingeschlossen waren die Sanierung des 75 Meter hohen Shoppi-Hochhauses, eine Auffrischung des Shoppi sowie die komplette Umgestaltung der Verbindungsbrücke und des Tivoli. Für das 280-Millionen-Franken-Projekt und dessen Design verantwortlich war der Mailänder Architekt Matteo Thun. Die planerische Umsetzung oblag dessen Partnerbüro in Zürich, der TK Architekten AG.

## Zusammenschluss des Managements

«Die grössten Herausforderungen waren die Baubewilligungsphasen und die Konsensfindung zwischen den unterschiedlichen Eigentümern», sagt Markus Teige,

Mitinhhaber der TK Architekten AG. Als erste Massnahme im Neupositionierungsprozess wurden denn auch die zuletzt vier Managementgesellschaften in der Shoppi Tivoli Management AG zusammengeführt. Im gleichen Jahr startete ein Marketing-Projekt, um einen neuen, zeitgemässen Mieter-Mix aufzubauen. Zwei Jahre später, im Sommer 2003, wurde auf dem Dach des Shoppi ein neues, grossflächiges Kinderparadies eröffnet, das den sichtbaren Startpunkt der Neupositionierung setzte und bereits den heute genutzten Claim verkörperte: «Shoppi Tivoli. Für die ganze Familie».

## Hochhaus und CenterMall

Nachdem 2004 die Baugesuche eingereicht waren, wurden noch zwei Jahre Vorbereitungszeit für die detaillierte Projektdefinition, die TU-Ausschreibung und die vorbereitende Ausführungsplanung benötigt, bis mit dem Bau der neuen, voll ausgebauten und später mit 32 neuen Geschäften bestückten Verbindungsbrücke, der CenterMall, begonnen werden konnte. Nachdem die alte «Buggelibrugg» abgebrochen war, wurde die darunter passierende Kantonsstrasse um 1,5 Meter abgesenkt, bevor mit der CenterMall ein Prunkstück des «neuen» Centers entstehen konnte: Die geschlossene Passerelle mit einer Glaskuppel, gebaut in 21 Tonnen Stahl und 11 Tonnen Glas. 7500 Kubikmeter Beton wurden für die Brücke mit einer Fläche von 3500 Quadratmeter verbaut. «Zwischen den vielen bestehenden Anschlüssen einen völlig neuen Übergang zu bauen, war eine Knacknuss», sagt Teige.

Zeitgleich mit der CenterMall, und ebenfalls unter der Projektverantwortung der Implenia Generalunternehmung AG, wurde die Fassade des über dem Center thronenden Hochhauses saniert. Matteo Thun entwickelte hierfür ein Farbkonzept aus 20 Tönen. Jedes Fenster und jede Brüstung erhielt eine Jalousie in einem der 20 Pas- ▶



tell-Tönen. Wann immer in dem Hochhaus mit 196 Wohnungen eine Jalousie bewegt oder ein Fenster geöffnet wird, verändert sich dadurch ein Teil der Gesamterscheinung der Fassade. Für die Fassadenfläche von 5415 Quadratmeter wurden 2024 vorgefertigte Fassadenelemente verwendet. 3200 Jalousien sorgen für die Farbgebung. Die Elemente wurden mittels eines 40 Meter breiten Fassadenlifts in Position gebracht und an 3700 Verankerungen befestigt. Weil das Hochhaus während der gesamten Bauphase bewohnt blieb, musste die Fassade jeden Abend komplett geschlossen sein.

#### Alles neu im Tivoli

Im Shoppi, also im älteren der beiden Center, wurden kaum strukturelle Veränderungen vorgenommen. «Von der amerikanischen Grundstruktur her hatte sich das Shoppi bewährt», sagt Markus Teige. Tiefgehende Eingriffe seien deshalb nicht notwendig gewesen. Anders im Tivoli, in welchem unter der HRS Real Estate AG, die als Totalunternehmerin fungierte, kaum ein Stein auf dem anderen blieb. «Das Gebäude erfuhr gewaltige Eingriffe, wie etwa den Abbruch von 15500 Quadratmeter Betonflächen, Decken und Stützen, sowie deren Neuerstellung in gleichem Umfang», sagt Hermann Schatt, Gesamtprojektleiter der HRS. Koordination auf höchstem Niveau verlangte nebst allen fachlichen Herausforderungen zudem der Umstand, dass während des gesamten Eingriffs die

Verkaufsaktivitäten aufrecht erhalten wurden. «Um die Beeinträchtigung des Kundenflusses gering zu halten, trennten wir Sanierungszonen ab. Zum Teil gelang uns dies so gut, dass optisch kaum zu erkennen war, dass hinter den Absperrungen eine Baustelle lag», so Thomas Gunkel, Projektleiter der HRS. Während knapp zwei Jahren existierten im Tivoli zwei Parallelwelten. Diesseits wurde gebaut, jenseits geshoppt. Lärmintensive Abbrucharbeiten wurden mehrheitlich in Nacharbeit ausgeführt. Für Geschäfte, die innerhalb dieser Sanierungszonen lagen, wurden an anderer Stelle Provisorien eingerichtet. Der Zeitplan war überaus knapp. 2009 wurde mit dem Umbau der TivoliMall begonnen. Auf das Weihnachtsgeschäft 2010 hin mussten die Arbeiten ausgeführt sein. Vier Monate mussten gemäss Angaben der HRS-Projektleiter alleine für die unter grösster Sicherheitsvorkehrung vorgenommene Asbestsanierung durch eine Spezialfirma verwendet werden. «Zeitweise waren rund 500 Arbeiter von etwa 60 Firmen gleichzeitig auf der Baustelle tätig», gibt Gunkel an. Entstanden ist eine Mall, die mit dem alten, Labyrinth-ähnlich verwinkelten Tivoli nichts mehr gemein hat. Herzstück ist die kreisförmige Haupt-Mall mit ihrer Lichtdecke, die tagsüber durch die Sonne und abends durch ein farbiges Lichtspiel illuminiert wird. Von hier aus ist, ganz im Gegensatz zum alten Tivoli, fast das gesamte Angebot an Läden einseh-

bar. Und von hier aus verästeln sich auch die Wege über Rolltreppen, Treppen und Fahrstühle, auf welchen die Kunden zum Zielort ihrer Wahl gelangen. Ob vom neu gestalteten und ausgeklügelten Parking oder vom Shoppi her via CenterMall: «Von überall her und nach überall hin wurden die Zugänge transparenter, offener und optimaler gestaltet», sagt Architekt Markus Teige. Dazu wurde ein neues Energiekonzept mit modernster Haustechnik umgesetzt, das Dach, auf dem die Haustechnikanlagen platziert wurde, saniert und das Ganze in eine neue Fassade gefasst, welche die äussere Erscheinung gemäss Projektvorgaben «on Top» bringen sollte.

#### Drei Viertel der Schweiz

Nach eigenen Angaben der Shoppi Tivoli Management AG handelt es sich bei dem Einkaufszentrum um eine der wertvollsten kommerziellen Liegenschaften der Schweiz, nach dem Flughafen Kloten und dem Hauptbahnhof Zürich. Die Gesamtfläche des Centers beläuft sich auf 151000 Quadratmeter. Davon sind 78000 Quadratmeter Verkaufsfläche, aufgeteilt auf derzeit mehr als 150 Läden. Jährlich werden mehr als 10 Millionen Verkäufe im Shoppi Tivoli verzeichnet, von jährlich rund 5,6 Millionen Besuchern. Statistisch betrachtet besuchen also jährlich drei Viertel der Schweizer Bevölkerung das Center. Seit neuestem vielleicht auch wieder aus ästhetischen Gründen. ■

# Sichtbares Zusammenwachsen

Zehn Jahre lang beschäftigte sich die TK-Architekten AG mit dem Um- und Neubau des Shoppi Tivoli. Mitinhaber Markus Teige über Hintergründe und Herausforderungen.

Text: Beat Matter // Foto: Gian Marco Castelberg



Zehn Jahre Intensiv-Shopping: Markus Teige (im Wägeli) und Geschäftspartner Stefan Brechbühl.

**«intelligent bauen»:** 1970 wurde das Shoppi eröffnet. 1973 das Tivoli. Welcher Philosophie entsprachen die damals eröffneten Center?

**Markus Teige:** Das Shoppi wurde als erstes Shoppingcenter der Schweiz in Struktur und Gestaltung nach amerikanischem Vorbild realisiert. Es war für die Kunden neu und faszinierend. Mit dem Tivoli entfaltete es über lange Zeit eine Magnetwirkung weit über die Grenzen Spreitenbachs und des Aargaus hinaus. Die Voraussetzung für diese Entwicklung legte die Gemeinde Spreitenbach bereits Ende der 1950-er Jahre mit einer zielgerichteten und visionären Planung.

**Es fällt auf, dass das Shoppi in seiner Struktur kaum verändert wurde, das Tivoli dagegen massiv. Wurde das Shoppi vor 40 Jahren visionärer gebaut?**

Das klare «Knochenprinzip» im Shoppi mit zwei Ankern als Polen, mit kleineren, attraktiven Läden entlang der verbindenden Mall und die Beschränkung auf zwei Verkaufsebenen ist sicher eine Typologie, die sich inzwischen weltweit bewährt hat. Eine einfache und übersichtliche Anlage erleichtert

dem Kunden die Orientierung und ist auch in hohem Mass wandelfähig für die sich immer wieder verändernden Anforderungen und Bedürfnisse im Handel. Im Tivoli waren es vor allem die vielen unterschiedlichen Niveaus, die verzweigten Mallkorridore und die damit verbundene dezentrale Erschliessung, welche die Orientierung für den Kunden so erschwerten und neue Ladenzuschnitte häufig unmöglich machten. Diese Punkte konnten durch den Umbau korrigiert oder wesentlich verbessert werden.

**Die Gesamtanierung dauerte zehn Jahre. Sechs Jahre dauerte es, bis überhaupt gebaut werden konnte. Wie erlebten Sie die Planungs-, die Bewilligungs-Phase sowie die Einigungsphase der verschiedenen Eigentümer?**

Unter Mitwirkung unzähliger Akteure – von der heterogenen Gruppe der Eigentümer über die verschiedenen Mieter bis hin zu den unterschiedlichen Planern – ein Ziel zu formulieren, nicht aus den Augen zu verlieren und am Schluss auch noch zu erreichen, war sicher die grösste Herausforderung bei diesem Projekt. Über die gute

Unterstützung bei Gemeinde, Kanton und den zuständigen Behörden haben wir uns besonders gefreut.

**Die CenterMall, der voll ausgebaute Brückenübergang, macht aus den zwei Centern eines. Weshalb mussten die Center in dieser Art verwachsen?**

Der Brückenschlag zwischen «Shoppi» und «Tivoli» macht das Zusammenwachsen der beiden Center zu «Shoppi Tivoli», zum grössten Einkaufszentrum der Schweiz, nach aussen sichtbar. Hier wird spürbar, was auf Management-Ebene passiert ist.

**Im Tivoli fanden die grössten strukturellen Veränderungen statt, bei gleichzeitig laufendem Verkaufsbetrieb. Eine logistische Grosstat?**

Vor dieser Leistung der HRS, mit kompetenter Unterstützung der verantwortlichen Eigentümergeber und zahlloser unermüdlicher Handwerker und Planer, haben wir grossen Respekt. Die Kunden nahmen den Umbau erstaunlich gelassen.

**Woher nehmen Sie die Gewissheit, dass sich das neue «Shoppi Tivoli»-Konzept auch in zehn, zwanzig Jahren noch bewähren wird?**

Wer erfolgreich bleiben will, muss täglich daran arbeiten, dies ist beim Shopping nicht anders. Wir haben die Zuversicht, dass mit dem Umbau die Voraussetzungen für diese Arbeit ein ganzes Stück verbessert wurden.

**Ihr Büro besteht aus «nur» acht Leuten. Über Jahre nahm das Projekt bis zu 50 Prozent ihrer Kapazität in Beschlag. Wie schwierig ist es, sich jetzt davon zu lösen und Neues in Angriff zu nehmen?**

Zum Glück ist ein solches Projekt nicht auf einen Schlag ganz fertig, es gibt Bereiche, die während des Umbaus als Rochade-Flächen für Provisorien dienten und die jetzt im Nachgang noch ausgebaut werden müssen. Aber es ist auch schön, wenn man wieder einmal den Kopf frei hat, sich um die Vorbereitung neuer Projekte zu kümmern. ■