

Medienmitteilung

„LiveTalk“ im LAUFEN Forum, 21. Oktober 2010

Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz

Kerzers / Laufen, 3. November 2010. In Zusammenarbeit mit der Keramik Laufen AG hat die Baukoma AG am vergangenen Donnerstag, dem 21. Oktober 2010 zum „LiveTalk“ nach Laufen BL eingeladen. Vor einem interessierten Fachpublikum diskutierten Architekt Daniel Wentzloff, Rolf Schmidt als Vertreter der Bauherrschaft und Verena Kurfess als Projektleiterin Tragwerk über das LAUFEN Forum. Sie präsentierten interessante Einblicke zur Marketingstrategie und zur Entstehung- und den Herausforderungen des Showrooms und zeigten den Stellenwert von Keramik Laufen innerhalb des spanischen Mutterkonzerns Roca SA auf. Vor dem Talk standen geführte Rundgänge auf dem Programm, wo die zahlreichen Gäste auf eine eindruckliche Art und Weise in die Herstellung von Sanitärkeramik und Armaturen eingeführt wurden.

Im Talk betonte Rolf Schmidt, Marketing & Sales Manager der Keramik Laufen AG, dass mit dem Neubau nicht ein beliebiger Flagship Store, wie sie zur Zeit im Trend stehen, sondern ein Ort mit Ausstrahlungskraft und einer klaren Verbindung zur Produktion und zum Städtchen Laufen entstanden ist. Deshalb stand es bei der Planung auch ausser Debatte, den Showroom an einer verkehrstechnisch besser erschlossenen Lage zu bauen. Besucherinnen und Besucher sollen das Erlebnis Keramik und Armaturen in Laufen, am Puls des Unternehmens, erleben.

Extreme abstecken für den Ersatzbau

Die formulierten Ziele der Bauherrschaft an den Architekten waren klar: Ersatz schaffen für den veralteten und zu kleinen Showroom. Es sollte ein Event- und Begegnungsort erstellt werden, der die Produkte, umhüllt von einer puristischen Hülle, in den Mittelpunkt stellt. Das eher rudimentäre Briefing, so Architekt Daniel Wentzloff von Nissen & Wentzloff Architekten in Basel, habe zwar viele Freiheiten gegeben, insgesamt die Arbeit aber nicht erleichtert. Die ersten Entwürfe der Architekten steckten die Extreme ab und präsentierten drei gangbare Ansätze: Erstens: den Einbau des Showrooms in die sich damals im Bau befindende neue Lagerhalle. Zweitens: den Bau eines hohen Glasgebäudes mit dem typischen Showroomeffekt und viel Aussenfläche. Drittens: die Orientierung an der Formgebung der Produkte.

Klares Bekenntnis zu Laufen

Der Entscheid für den ovalen, monolithischen Baukörper wurde sehr rasch gefällt und durch CEO Klaus Schneider von der Planung, über die Realisation bis zur Einweihung 2009 mit Überzeugung vertreten. Zu recht, wie sich zeigt. Denn das Mutterhaus, der spanische Roca-Konzern, hat mit der Investition in der Höhe von rund 7.5 Millionen Franken ein klares Bekenntnis zum Industrieproduktionsstandort Schweiz und zu LAUFEN abgegeben und ist heute stolz auf das LAUFEN Forum. Das neu erstellte Ausstellungs- und

Besucherzentrum LAUFEN Forum dient der Inszenierung und der Emotionalisierung der Produkte. Von oben ähnelt es einem Waschbecken und die Rundungen im Innern schaffen den Bezug zur Eleganz der Keramik.

In einem Guss

Der ökonomisch wie auch in Bezug auf Statik und Energieeffizienz vorteilhafte Sichtbetonbau wurde – wie Keramik – in einem Guss erstellt. Das Gebäude wird von 20 je 12 Meter tief den Boden verankerten Bohrpfehlen getragen und weist eine Deckenspannweite von 20 Metern auf. Bauweise und Statik stellten dabei grosse Herausforderungen dar, erklärte Projektleiterin Verena Kurfess vom Ingenieurbüro Walther Mory Maier Bauingenieure AG. Trotz vielen Erfahrungen in Sachen Sichtbetonfassaden, Spezialprojekten und grossen Spannweiten mussten Statiker und Bauleute unorthodoxe Ansätze entwickeln, um den Bau erfolgreich zu vollenden. Die gesamte Bauzeit betrug 18 Monate, wobei alleine der Rohbau rund ein Jahr in Anspruch nahm!

Produktinszenierung mit touristischem Potential

Besucherinnen und Besucher finden im zweistöckigen Showroom, neben Komplettbädern und individuellen Badserien, viele Zusatzleistungen sowie eine hohe Beratungskompetenz vor. Daneben ist das LAUFEN Forum aber auch Begegnungszentrum und Kulturort mit touristischer Ausstrahlung für die ganze Region. Ohne aktiv beworben zu werden, besuchen viele Architekturinteressierte, Tagestouristen oder Vorbeireisende das von Montag bis Samstag öffentlich zugängliche Bauwerk. Und dies obwohl ursprünglich vorgesehen war, die Produkte und nicht das Gebäude in den Vordergrund zu stellen...

Ausführliches Bild- und Textmaterial, sowie weitere Auskünfte auf Anfrage.



Baukoma AG, Urs Bratschi – Geschäftsführer

Kreuzbergstrasse 19, 3210 Kerzers

Tel 031 755 85 84 oder 079 223 81 12

u.bratschi@baukoma.ch www.baukoma.ch www.marketingarchitektur.ch

„Award für Marketing + Architektur“

Am 23. April 2010 wurde im KKL Luzern zum zweiten Mal die Auszeichnung für gebaute, dreidimensionale Unternehmensidentität verliehen. Die kreative und naheliegende Verbindung von Marketing und Architektur schafft Gebäude und Räume, die eine Marke nach aussen repräsentieren und gleichzeitig nach innen Identität stiften. Der Award anerkennt gleichwertig die Leistungen von Bauherrschaft, Marketing-/Brandingspezialisten und der Architektur. Die Austausch- und Diskussionskultur zum Thema wird mit regelmässigen Anlässen wie den „LiveTalks“ oder einer Ausstellung am Institut gta der ETH Zürich gefestigt.