

Neubau der Firmenzentrale von Puma in Herzogenaurach

Zum Sprung angesetzt

„Wir wollen die begehrteste und nachhaltigste Sport- und Lifestylemarke der Welt werden“, postulieren die Verantwortlichen bei Puma – auch im Zusammenhang mit dem neuen Hauptquartier in Herzogenaurach. Dabei wurde nach den Plänen des Nürnberger Architekten Klaus Krex viel Wert auf eine durchdachte und zeitgemäße Haustechnik gelegt.

Architekt:

Dipl.-Ing. Klaus Krex, Da Capo Al Fine Architekten, Nürnberg

Planung Haustechnik:

IPM Innovatives Projekt Management, Feucht
Haustechnik Planungs GmbH HTP, Nürnberg

Herzogenaurach löst Assoziationen wie Olympia, Fußball-Weltmeisterschaften oder Sport im Allgemeinen aus. Kein Wunder, hier in Franken residieren schließlich zwei der drei größten Sport- und Freizeitartikelhersteller der Welt: Adidas und Puma. Das erkennt man schon, wenn man sich diesem Ort von Nürnberg aus nähert. Denn entlang der Nordumgehung begrüßt einen zuerst das Outlet von Adidas, bevor man den Komplex von Pu-

ma erreicht. Beiden gemeinsam: Sie sind nicht in ihre Umgebung eingebunden. Wenn es ein Beispiel für das Ausfransen von Städten braucht, könnte Herzogenaurach durchaus Pate stehen. Daran kann auch das Puma-Ensemble aus drei Gebäuden nichts ändern, dem es nicht gelingt, die Situation am nördlichen Stadtrand zu verbessern.

Betrachtet man die Gruppe aus drei Gebäuden jedoch isoliert, dann ist der Ein-

druck positiver. Denn mit dem Retail-Gebäude, dem Office-Gebäude und dem Brand-Gebäude hat der Architekt Klaus Krex ein geschlossenes Konzept aufgestellt, das harmonisch wirkt. Es besteht aus besagten drei Baukörpern, die einen Platz definieren.

Retail, Office und Brand

Als erstes trifft man auf den vorgelagerten Parkplatz mit Parkhaus, dem der Bereich



Das neue Firmenensemble besteht aus drei Gebäuden, v.r.n.l.: Retail, Office, Brand.

Bild: Puma AG



Gesamtanlage mit Retail, Office und Brand sowie dem von den Gebäuden gebildeten Platz.

Retail folgt. Der englische Begriff steht dabei, wie in der Puma-Unternehmenssprache üblich, für ein rotes, streng geometrische Gebäude, in dem sich Verkaufsräume für die aktuelle Puma-Kollektion sowie Räume für den Fabrikverkauf des Unternehmens befinden. In seiner Form und Farbe lehnt sich dieser Baukörper dabei an die roten, quadratischen Schuhkartons an, in denen alle Puma-Schuhe ausgeliefert werden. So schafft es der Verkaufsbereich mit

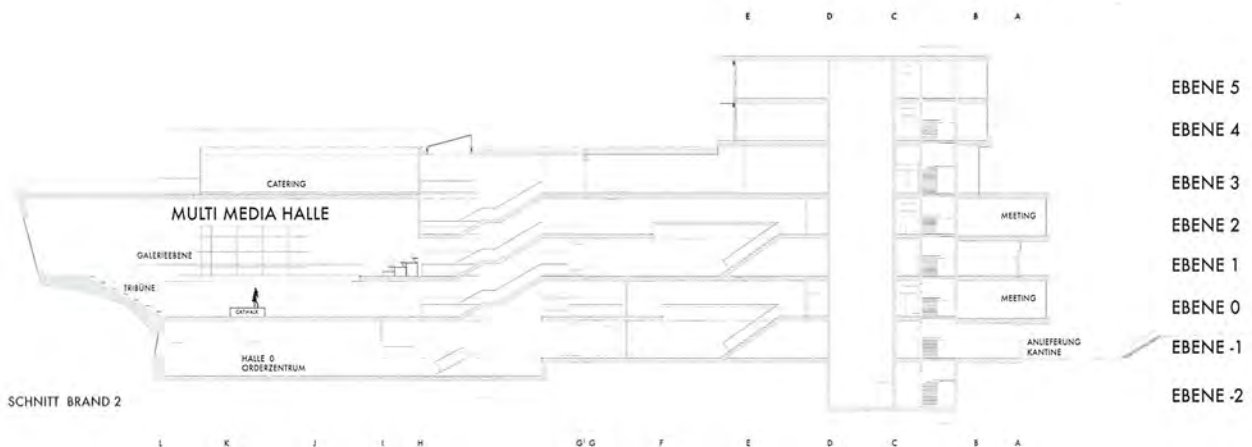
seiner Alucobond-Fassade sehr gut, die Marke Puma darzustellen, das Corporate Design zu transportieren und einen hohen Wiedererkennungswert zu erzeugen.

Integrierte Energiegewinnung

Doch nicht nur optisch sticht dieser erste Baukörper aus der Gruppe heraus. Auch bei der Haustechnik wurde ein gezielter Weg eingeschlagen. So befinden sich auf dem Dach des Retail-Gebäudes Solarkol-

lektoren mit einer Gesamtfläche von 1 000 m², ergänzt von einer integrierten, 140 m² großen Photovoltaik-Anlage an der Südfassade. Damit spart das Unternehmen laut eigener Angaben bis zu 35 Tonnen CO₂ im Jahr ein. Die dabei eingesetzten Solaranlagen der Cosmo-Line wurden von Ginger und Funk geliefert.

Der Einsatz der Solartechnik in Kombination mit der übrigen Haustechnik sowie einem Ausgleichsprojekt in der Tür-



Schnitt Brand: Der Grund für die Auskragung ist die große Veranstaltungshalle.



Überall im Gebäude, so wie hier im Erschließungsbereich, taucht das Markensymbol nebst Werbung für Freizeitbekleidung auf.



Die Halle für wichtige Präsentationen erinnert mit ihrer Tribüne an eine Sporthalle.

Bilder: IPM/Siemens AG

kei, hier wird ein Windpark unterstützt, lässt Puma die mutigen Aussage formulieren, dass man mit dem Neubau in Herzogenaurach die erste klimaneutrale Unternehmenszentrale der Branche erstellt habe.

Deshalb wurde natürlich auch bei den beiden anderen Gebäuden das Thema Nachhaltigkeit verfolgt, wenn auch an der Architektur nicht so deutlich ablesbar wie beim Retail-Bereich. So schließt östlich des roten Baukörpers ein langer Riegel an, der als Bürobereich mit hohem Glasanteil in der Fassade einen Übergang zum Brand-Gebäude schafft und den vorgelagerten kleinen Platz sehr gut fasst und zur Straße hin abschirmt. Die hohe Transparenz verleiht dem Riegel dabei eine gewisse Leichtigkeit. Ein Eindruck, den das Gebäude mit dem Namen Brand wiederum nicht vermittelt. Es ist

deutlich massiver ausgebildet und leistet sich mit einer optisch etwas missglückten Auskrugung eine kleine Extravaganz. Insgesamt aber bildet es einen Ausgleich zum roten Retail und komplettiert das Ensemble nach Osten hin.

Räumlichkeiten

Bei den Innenräumen hat das Brand-Gebäude eine Vielzahl von Sonderfunktionen zu bieten. So dient das offene, hohe Foyer mit Empfangsbereich ebenso Präsentationszwecken wie die Konferenzräume und die Halle mit ihren bis zu 1500 Plätzen. Sie ist mit der üblichen Veranstaltungstechnik ausgestattet und verfügt über eine seitliche Tribüne, die ein wenig an Sporthallen erinnert und so den Bezug zu Puma herstellt.

Im Office, dem als Bürogebäude an-

gelegten Riegel zwischen Brand und Retail, finden sich vor allem Großraumbüros, kleinere Büroeinheiten, Besprechungsräume sowie kleine Teeküchen. Diese werden durch offene Bereiche ergänzt, die der Kommunikation dienen sollen. Leider wirkt die gesamte Anlage etwas zu beliebig und transportiert nicht den Geist der Marke Puma.

Das Retail-Gebäude erfüllt dagegen seinen Zweck sehr gut und bietet mit kleinem Kundenrestaurant, Puma-Shop sowie dem 2600 m² großen Fabrikverkauf ausreichend Fläche.

Durchdachte Gebäudetechnik

Wo die neue Firmenzentrale jedoch deutlich heraus sticht, ist der Aspekt des hohen Aufwands, den man zur Verwirklichung der Nachhaltigkeitsziele des Un-



Im Office-Bereich des Hauptquartiers gibt es neben Büros auch Bereiche für Begegnung und informelle Besprechungen der Mitarbeiter.

ternehmens betreibt. So wird die Haustechnik zentral über das System Desigo PX von Siemens gesteuert und geregelt. Dazu zählen die Heizungsanlagen, Kühlsysteme, Jalousien und die komplexe Betonkernaktivierung, deren hydraulische Prozessabläufe auch über das Siemens-Automationssystem angefahren werden.

Die Anpassung und die Auslegung der Anlage auf die speziellen Anforderungen im Puma-Hauptquartier erfolgte dabei über IPM Innovatives Projekt Management aus Feucht, einen Spezialisten für die Steuerung von Haustechnikanlagen, und wurde von der Haustechnik Planungs GmbH HTP aus Nürnberg begleitet und umgesetzt. Gemeinsam gelang es den Fachplanern, ein sehr komplexes System zu erstellen, das vor allem auch durch die einfache Bedienbarkeit auffällt.

So wird über das Desigo-Programm zwar ein Großteil der Anlagen geregelt, es ist aber auch eine direkte Beeinflussung durch die Haustechniker von Puma möglich. Damit lässt sich das System an unterschiedliche Gegebenheiten anpassen oder ein mögliches, aus Sicht der Energieeffizienz falsches Verhalten einzelner Nutzer korrigieren.

Auf diese Weise ist es überhaupt erst möglich, das Zusammenspiel der vielen, in diesem Gebäude vorhandenen Einzelösungen zu koordinieren. Denn neben der Solaranlage und der Betonkernaktivierung wird beim Puma-Komplex auch auf Fernwärme, Wärmepumpen zur Heizung und Kühlung sowie auf externen Strom aus regenerativen Quellen gesetzt, der ebenso integriert und geregelt werden muss wie die zur Klimatechnik zählenden dezentra-

len Klimaanlage, Fassadenventilatoren und der Sonnenschutz.

Kein großer Wurf

Zusammenfassend kann man der neuen Firmenzentrale von Puma durchaus zugehen, dass man das Unternehmensziel, die begehrteste und nachhaltigste Sport- und Lifestylemarke sein zu wollen, teilweise erreicht. Das Thema Nachhaltigkeit wurde beim Neubau sehr gut umgesetzt. Leider hätte man von einem Unternehmen wie Puma aber eine mutigere und außergewöhnlichere Architektur erwartet. Denn es handelt sich um kein schlechtes Ensemble, aber eben auch nicht um ein besonderes.

Dipl.-Ing. Marc Nagel

Klaus Krex: „Ich habe mich leiten lassen von der legendären roten Puma Schuhbox, die in ihrer Klarheit fast schon ein kleines Kunstwerk darstellt. Das auffällige Rot wird mit vielen Details versehen, die dem Betrachter erst bei genauem Hinsehen auffallen. In der Gesamtheit ergibt das jedoch ein eindeutiges Erscheinungsbild, das ich aufgegriffen und die einzelnen Komplexe danach ausgerichtet habe“ "

bba-Infoservice	
Aluminiumfassade	575
Solaranlage	576
Hausautomation	577

www.klaus-krex-architekt.de
<http://www.corporatearchitecture.org/> (Infos zum Thema Corporate Architecture der FH Köln)
<http://www.vgt-az.de/> (Homepage des Gesamtverbands Gebäudetechnik e.V.)