



# Kunstshopping

MUSEUMSSHOP IM KUNSTFORUM IN WIEN  
PLANUNG: ARCHITEKTURLADEN, WIEN

Mit seinem neuen Museumsshop bietet das Kunstforum der Bank Austria auf der Wiener Freyung seit August letzten Jahres seinen ob des Kunstgenusses ermatteten Besuchern als Abschluss jedes Ausstellungsbesuches eine Verkaufs- und Entspannungszone in jugendlich frechem Design. Verantwortlich für die Gestaltung zeichnet das junge Architektenduo Christian Ambos und Michael Anhammer, vereint in einem gemeinsamen Büro mit dem viel versprechenden Namen „architekturladen“.

Der alte Museumsshop schien den neuen Anforderungen nicht mehr gewachsen zu sein, traditionell verstaubt und langweilig war die Möblierung, zu eng und unstrukturiert die Präsentation des umfangreichen Warensortiments. Der neue Shop ist leicht und frisch, ein durchgestyltes, klar strukturiertes Geschäft, das seine kommerzielle Funktion klar zu erkennen gibt. Die neue Möblierung nutzt vor allem die Vertikale und lässt die Raummitte frei, so entsteht trotz der relativ kleinen Grundfläche ein großzügiges Raumambiente. Lang gestreckte Screens an den Innenwänden und vor den Fenstern der Außenwände betonen die Längsachse des L-förmigen Raumes. Die Screens fassen das bunte Wirrwarr der angebotenen Objekte, angefangen bei CDs und Postkarten über Kunstdrucke und kleine Andenken bis hin zu Kinderbüchern und Spezialliteratur, zu einer Einheit zusammen und geben ihm eine übersichtliche Fassung. Die signalhaft, knackig grüne Farbe des Kunstlederrahmens schafft eine klare Trennung zwischen dem Raum und der Verkaufsware. Die Kaufobjekte und die architektonische Großform der Regale bzw. Screens fließen zu einer Einheit zusammen. Für die Hervorhebung spezieller Angebote dienen

variabel setzbare Tablettis aus gebogenem Edelstahlblech mit rutschfester, schwarzer Auflage. Die Präsentationsscreens scheinen vor den weißen Wänden bzw. den Fenstern zu schweben. Verstärkt wird dieser Eindruck durch die hinter den Elementen angebrachten Beleuchtungskörper. Die Screens stehen mit jeweils nur drei sechs Millimeter starken Edelstahlblechen, von denen jedes rund tausend Kilogramm Last abtragen kann, auf dem Boden. Der dunkle Parkettboden wird als bis an die Wände durchlaufende zusammenhängende Fläche wahrgenommen und weitet damit optisch den Raum.

Im Gegensatz zu den sehr schlanken, feingliedrigen Regalelementen verfügen alle Elemente, die sich im Raum bewegen, über eine sehr impulsive bzw. aussagekräftige architektonische Form. Die geschlossenen Volumina des Kassenmöbels und der Warenvorratsboxen im hinteren Raumabschnitt präsentieren sich mit ihren dunklen Wenge-Furnieren farblich etwas zurückgenommen. Frühlingssgrüne Sitzflächen sind in die Vorratsboxen integriert und empfangen, direkt im Anschluss an den Ausstellungsbereich, ausgelagte Besucher. Ein dominantes, über sieben Meter langes, fahrbares Möbel trennt hier den Raum in eine Ruhe- und eine Verkehrszone. Geknickt aufgestellt lenkt es den Besucherstrom durch den Shop Richtung Ausgang und schirmt dabei die Ruhezone zum Schmökern und Entspannen ab. Frei stehend und von beiden Seiten zugänglich fasst das Element insgesamt ein Drittel des gesamten Warensortiments. Der eigentliche Gimmick an diesem Teil ist, dass es in drei Teile zerlegt und an die Wand geschoben werden kann, wo es dann die gesamte Länge des Screens vor der Fensterfläche einnimmt.

Jedes Einzelelement steht auf vier Schwerlastrollen und kann so relativ einfach von einer Person verschoben bzw. von zwei Personen manövriert werden. Eine in das Regal integrierte Rollo kann für Bild- oder Diavorträge als Projektionsleinwand genutzt werden. Die Idee, die hinter dieser aufwändigen Möbelkonstruktion steckt, ist, dem Raum auf diese Weise einen Mehrwert zu verleihen und ihn für Abendveranstaltungen, Vernissagen und Vorträge flexibler nutzbar zu machen. Neben dem fahrbaren Raumteiler befindet sich in einer Nische der Kinderbereich. „Eisdielen – Hocker“ kommen hier dem Bewegungsdrang der jüngsten Besucher entgegen. Der zugehörige Präsentationsscreen ist, dem kleineren Griffradius der Kinder angepasst, entsprechend abgesenkt.

Vorrangiges Ziel der Architekten bei der Neugestaltung des Museumsshops war es, flexible Strukturen zu schaffen, die sich jederzeit an ein geändertes Produktsortiment anpassen können. Ebenso wichtig erschien es ihnen aber auch, die Museumsbesucher am Ende eines langen Ausstellungsrundganges noch einmal wachzurütteln, sie in einem erfrischenden, klaren Raum aufzufangen. Erreicht wird das durch die übersichtliche Raumgliederung und die Beschränkung auf wenige Oberflächenmaterialien. Kühles Edelstahl, edle Wenge-Holzurniere und knalliges Kunstleder sind dabei das Mittel zum Zweck. Über die Farbe wurde mit der Museumsleitung lange diskutiert. Letztendlich konnte sie aber vom grünen Farbton überzeugt werden. Mit ihrem Debütprojekt haben Ambos und Anhammer den Nagel genau auf den Kopf getroffen und aus einem biederen, leicht verstaubten Museumsladen ein Feinkostgeschäft für Kunst gemacht. (tom) ☉

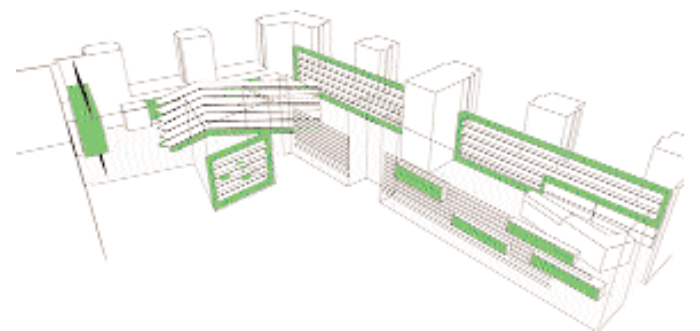
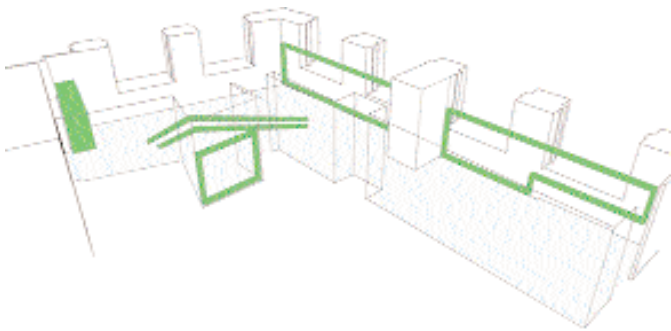






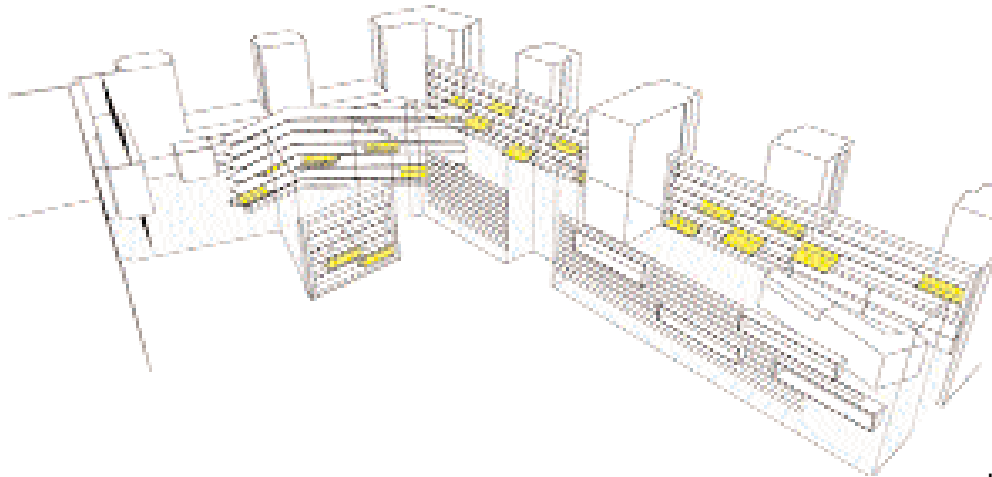


Fotos: © Herta Hurnaus



Im gesamten Shop sind Flächen, die mit grünem Kunstleder bezogen sind.

Die grünen Rahmen geben dem Shop eine klare und einfach lesbare Struktur.



Mit flexibel und überall im Shop einsetzbaren Tablaren und Schütten können spezielle Waren hervorgehoben und Warengruppen klar gegliedert werden.

**Umbau Museumsshop im Kunstforum Bank Austria**

A-1010 Wien, Freyung 8

Bauherr: Kunstforum Bank Austria, Wien  
 Planung: Architekturladen Christian Ambos, Michael Anhammer, Wien  
 Statik: Jürgen Schindler, Wien  
 Bau- und Projektmanagement: BSW 19, Gerhard Buchegger, Walter Seemann, Wien

Planungsbeginn: März 2002  
 Baubeginn: Juni 2002  
 Fertigstellung: August 2002  
 Nutzfläche: ca. 120 m<sup>2</sup>  
 Netto-Baukosten: € 100.000,-