

alaprājz

Közéről, messziről, hibátlanul

Divatos ház

Felsőfokon

Téma: iroda

Budafok új arca

Szóke sarok

Józan mérték

Alpár és a szuggesztív vasbeton

Architortúra



5

13. évfolyam
2006. szeptember-október
Ára: 745 Ft
HU ISSN 1417-6939





Divatos ház

Prada Aoyama
üzletház,
Tokió, Japán

Vukosávlyev Zorán

Tradíció és modernitás
 A Tokió nyugati területét keresztlütszű főutcát, az Omotesandót közel nyolcvan évvel ezelőtt hozták létre – a fassorral szegélyezett utca a XX. századi modernizációt sürgető császár, Meiji uralkodó emléktemplomához adott felvezetést. A II. világháborúban felégett területet újraalapították, majd jelentősége tovább nőtt, amikor az 1964-es olimpiai játékok Kenzo Tange által tervezett csarnokait a közelben helyezték el. A kereskedelmi cégek koncentrációjával a promenád a folyamatosan növekvő meta-város egyik legismertebb bevásárlóutcájává fejlődött. A konzumtársadalom jelképévé váló főutcán a magára valamit is adó ruházati és kereskedelmi cégeknek kötelező a megjelenés: a fiatalság éjszakai felvonulási terepén az extrém árkategóriájú bemutatóterekben „trendi” vásárolni. Így a divatházak reprezentációja megköveteli az építészeti sztárparádét: John Pawson, Renzo Piano, Kengo Kuma, Sejima & Nishizawa, Tadao Ando, Toyo Ito – csak hogy a nemzetközileg is elismert egyéniségeket említsük. Minden egyes épület „branding” az adott cég számára – különleges építészeti megjelenésük és szerkezeti újításai a kortárs építészet gyémántjai az „olvasó” tekintetek számára.

Hermetikus monumentum
 Az Omotesandóra nyíló kis mellékutca sarkán áll az olasz Prada üzletháza. Az elitista dizájn képviselő ruházati cég „hozott anyagból” dolgozott, amikor a bázeli székhelyű Herzog & de Meuron irodát kérte fel a tokiói központ megtervezésére. A divatház stratégiája átgondolt gazdasági lépésekről tanúskodik: a

globalizáció jegyében minden kontinensen létrehoznak egy-egy központot – az első „epicentrumot” New Yorkban azzal a Rem Koolhaasszal tervezették, aki az amerikai építészeti kultúra eposzával vált ismertté,¹ és manapság a fogyasztói kultúra vizsgálatával² újra Amerikát állítja globalizációs kutatásai középpontjába. A márka „branding”-je sajátos felállást mutat: míg a termékek megkövetelt magas minősége „mindenhol mindig ugyanolyan”, addig az azt közvetítő építészeti megjelenés „mindenhol mindig új”.

A hétszintes zavaros városi szövetben talál magának helyet. A túlépítettségről és építési szabályozatlanságáról ismert kaotikus várostest sűrű textúrájában meglepő megoldással élnek a svájci építészek: az épülettömböt a sarkon helyezik el, azt átjárható köztérrel övezik, s a telek határvonalán a teljes beépítettségű pinceszintről felvezető lépcső land art jellegű, csak egy szintre felövő tömegével keretezik. A telek egy része így az utca szintjén felszabadul – a „piaza” a feltárlást szolgálja, színpadian kiemeli az építményt, ugyanakkor izolálja burjánzó környezetétől.

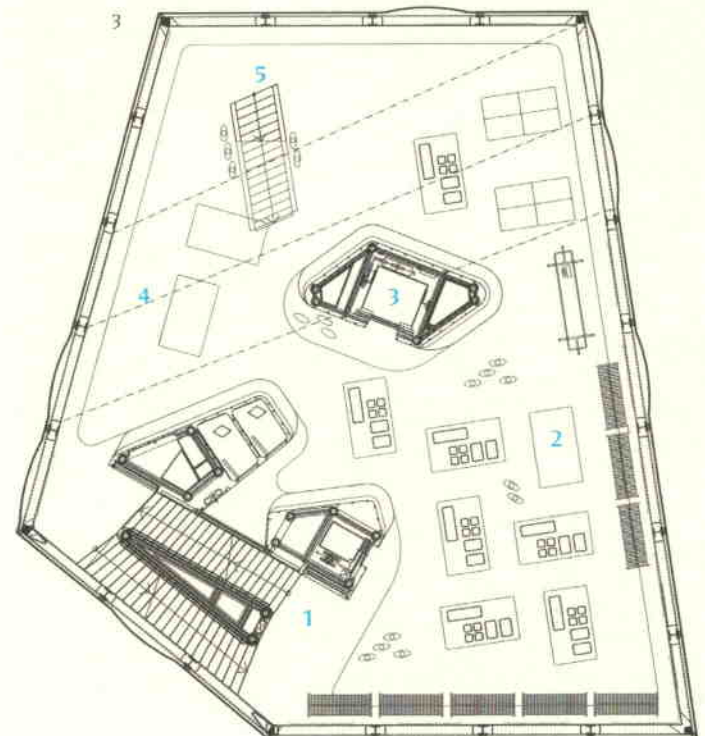
E szituációs döntés extremitása a tervezés túlhatározottságát kívánja elkerülni, miközben környezetéről nem vesz tudomást. A többszintes divatház formálása szoborszerű, monumentum-jellegét a léptéket eltüntető különleges burkolat is erősíti. A transzparens üveghéj burkolta testet diagonális vonalhálóba foglalja Herzog & de Meuron. A statikai koncepció adta szerkezeti rács generálja a homlokzati rombuszos megjelenést, Hermetikusan zárt amorf kubus jön létre, mivel a nyílászárók teljesen

1. Dinamika, forgatag, geometrikus egyensúly
2. A jószomszédi viszony: az alak követőkre talált
3. Alaprajz



2

1. Lépcső- és liftmag
2. Eladótér
3. Liftmag
4. A terep átszelő kubus
5. Feljárót a próbafülkhöz



3

Építészet:
Herzog & de Meuron
Társtervező:
Takenaka Corporation

Szerkezet:
 Takenaka Corporation,
 WGC Schnetzer Puskas

Gépészet:
 Takenaka Corporation,
 Waldhauser Engineering

Homlokzat konzultáns:
 Emmer Pfenninger Partner AG

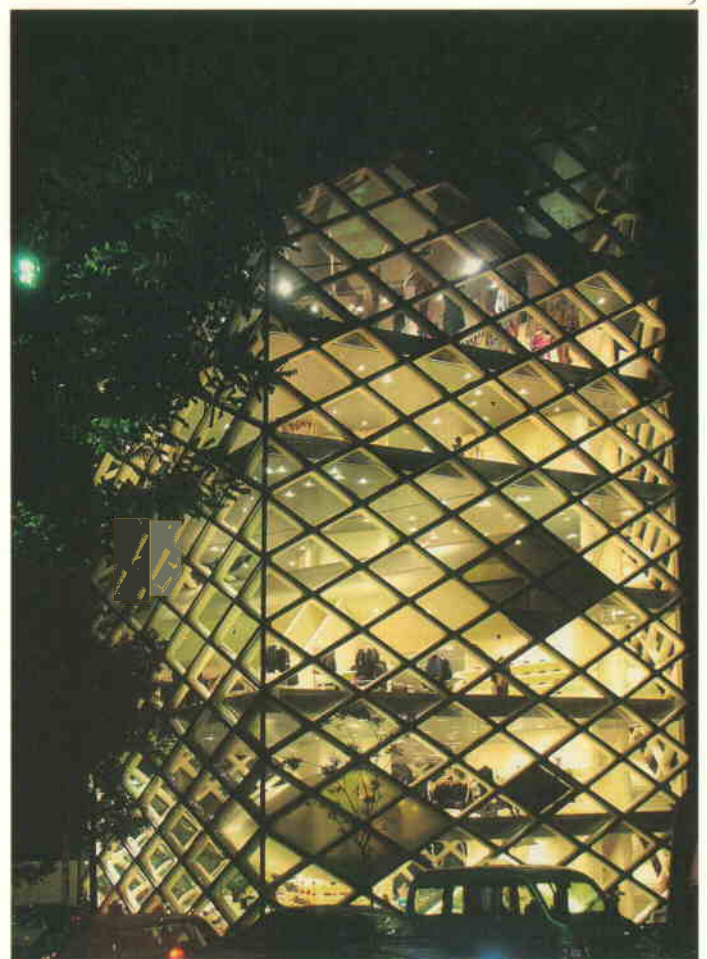
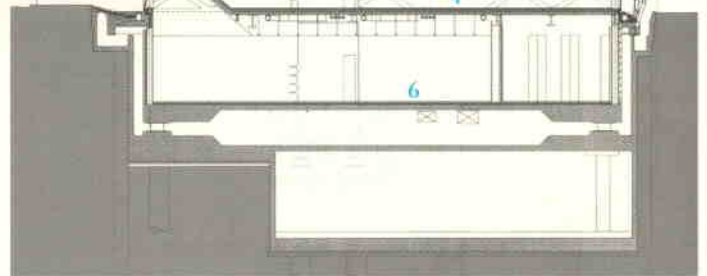
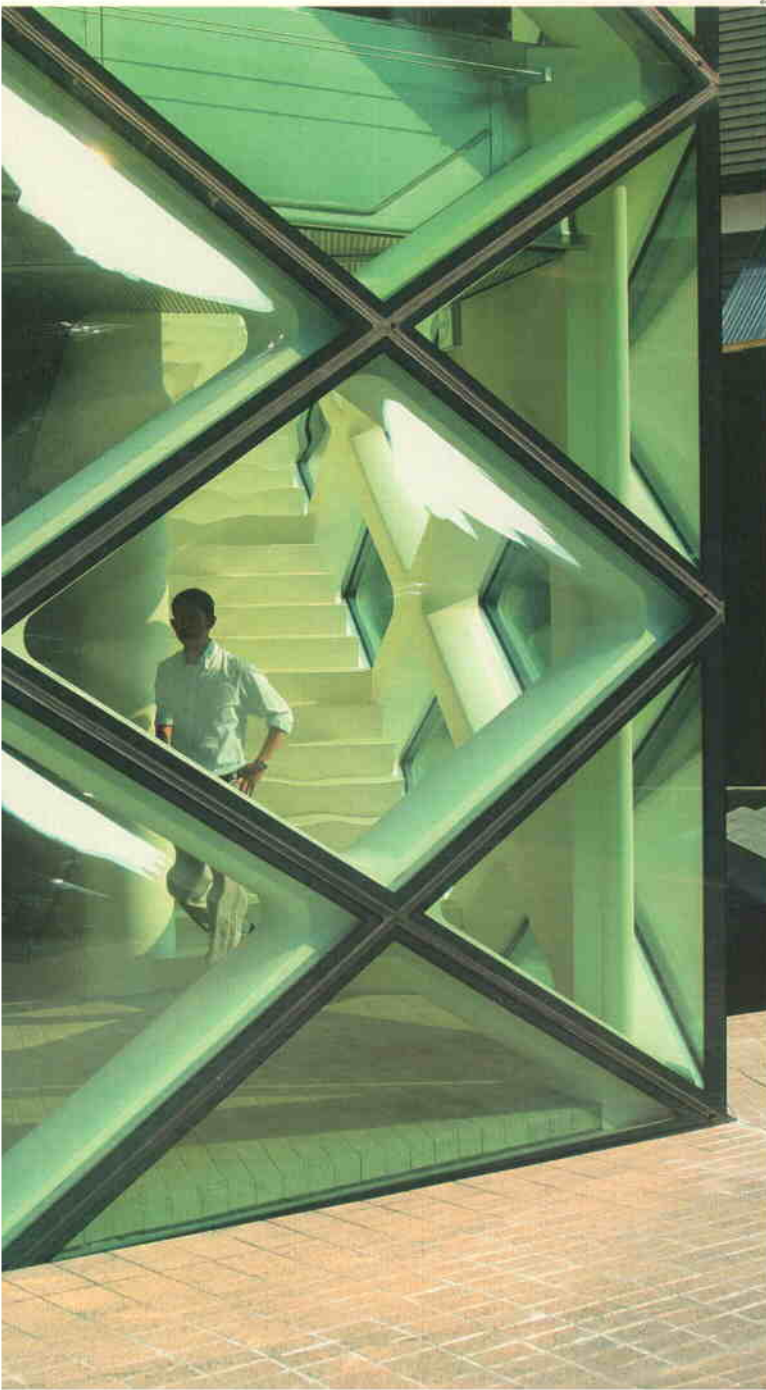
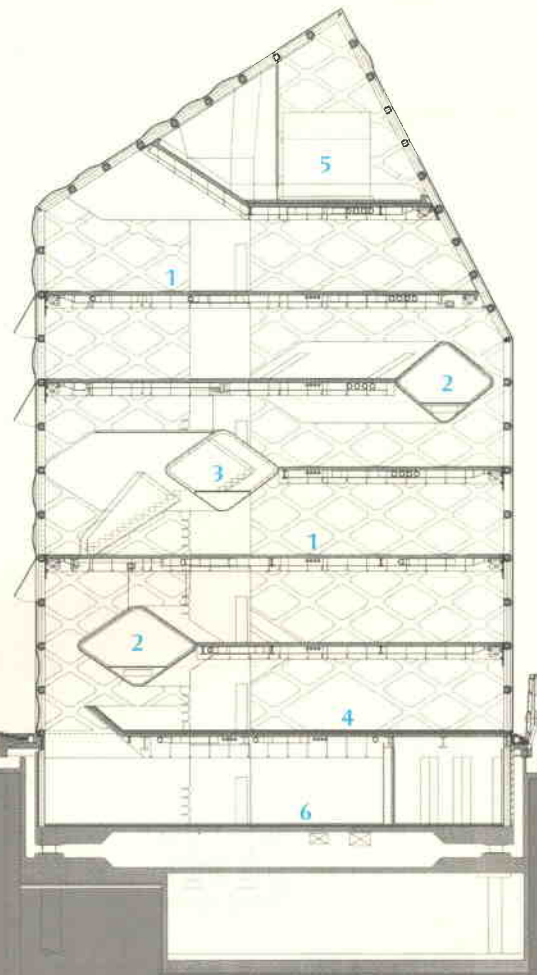
Világítás konzultáns:
 Arup Lighting

Homlokzat: Josef Gartner GmbH

Bútorzat: Ram Contract srl.

Fotó:
 iz.architects és Bujdosó Attila

1. Eladótér
2. Próbafüllek
3. Exkluzív eladótér
4. Utcaszintű eladótér
5. Gépészet
6. Kiállító- és rendezvényter





Integrálhatóak a mindenhol azonos keresztmetszettel szerkesztett tartószerkezeti rendszerbe. A homogén feltárlás tehát a rendszer komplexitásából adódik: a külső héj hordja a terhek nagy részét, a plasztikusan formált lépcsőtér, valamint a térbeli nőn keresztülhaladó tömör liftmagok csak erősítik a statikát. A belsőt vízszintesen átszelő, a többszintes terekben lebegni látványzó, rombusz keresztmetszetű kubusok – melyek exkluzív kiállítószónákat és próbatermeket rejtenek magukban – a szemközti üvegfalakat kötik össze, biztosítva a homlokfelületek stabilitását szelnyomásra. Az acélszerkezetű üveghéj rombusz formájú elemei általában síkszerűek, azonban több helyen buborékszerűen kidomborodnak vagy behorpadnak. A próbatermeknél lévő elemek pedig olyan folyadék-kristállal képzetek, melyek elektromos impulzusra rendeződve elhomályosítják az üveget, intimitást biztosítva a transzparens héjfelületben.

Makroszerkezet – mikrovilág

A struktúra és tömeg homogenitására való törekvés újszerű³ a kortárs építészetben. Jacques Herzog és Pierre de Meuron a manírig fokozza kísérleteit a burkolásra, ami szerintük független a dekorációtól.⁴ A tokiói Prada épületnek nincs identifikálható „képe”, hanem rendhagyó léptéktelensége ragad meg. A szabálytalan ötszög alaprajzú tereket tömör kubusok hatják át, és szintbeli átnyitások kötik össze. Nincsenek további oszlopok vagy falak, a térbútorok közt bo-

lyongva lehet bejárni az üzlettereket. A kényelmes vásárlás élményét semmi sem modulálja: az egyedileg fejlesztett, üveg-száloptikával kivilágított, színes öntött-műanyag bútorok, a fémes vagy szilikon burkolatok, a finom hajlással alakított kiállítófelületek, a taktilis sarkok hiánya – minden részlet a márka anyagi változatosságának szolgálatában áll. A belső dizájn trendiségében, futurisztikus formavilágában az áruk kiállításszerűen jelennek meg – minden vásárló a kezét nyújthatja a tárgyak felé,

4 hogy azok megoszthassák vele az elitizmus élményét.

1) Koolhaas, Rem: *Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan*. Oxford University Press, New York – Le Chêne, Paris, 1978.

2) Koolhaas, Rem (et. al): *Harvard Design School Guide to Shopping*, Taschen, Basel, 2001.

3) Foster londoni Swiss Re toronyháza, Koolhaas seattlei Központi Könyvtára vagy Toyo Ito tokiói Tod's divatháza szól a Herzog & de Meuronéhoz hasonló kísérletekről.

4) Lásd: Herzog & de Meuron 1998-2003, *El Croquis* 2002

