

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 20 (2007)
Heft: 4

Artikel: "Ein solches Haus gibt es nirgendwo" : Swatch-Sitz in Tokio
Autor: Marti, Rahel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-123173>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Ein solches Haus gibt es nirgendwo»

Text: Rahel Marti

Shigeru Ban, Architekt in Tokio und Paris, hat den Wettbewerb der Swatch Group für ihren Sitz in Tokio gewonnen. Im Gebäude, das im April eröffnet wird, fährt die Kundschaft im Lift von Shop zu Shop. Er sei eben so erfinderisch wie Mister Hayek, schmunzelt Shigeru Ban.

?

Die Swatch Group hat 150 Millionen Franken für 475 Quadratmeter bezahlt. Sie bauen also auf einem der teuersten Plätze der Welt. Was bedeutet das für Sie?

Diese Zahlen kannte ich gar nicht. Ich gehöre auch nicht zu den Architekten, die davon träumen, in Ginza zu bauen. Natürlich ist es eine tolle Gelegenheit: Es ist die beliebteste Shopping-Meile Japans. Zum ersten Mal baue ich so exponiert in der japanischen Öffentlichkeit – die meisten meiner Häuser stehen an Orten, wo man kaum vorbeikommt. Aber viel mehr als dieser Bauplatz interessiert mich die Zusammenarbeit mit Swatch.

?

Was reizt Sie daran?

Swatch ist neugierig und erfinderisch. Sie haben die Uhr neu erfunden und die Uhrenindustrie revolutioniert. Ich versuche dasselbe in der Architektur: erfinderisch sein. Also passen wir zusammen.

?

Was haben Sie für das Hayek-Center in Tokio erfunden?

Als ersten Schritt habe ich das Programm des Wettbewerbs abgeändert. Das war riskant; zum Glück ging der Plan auf. Die Swatch Group wollte acht Shops im Gebäude unterbringen, für jede Uhrenmarke einen. Hätte ich die Läden auf verschiedene Geschosse verteilt, dann hätten wir die Marken im Erdgeschoss bevorzugt. Aber ich wollte unbedingt alle acht Marken gleich präsentieren. Das wäre im Erdgeschoss etwas eng geworden.

?

Wie sieht Ihre Lösung aus?

Wir haben aus dem Erdgeschoss eine Strasse gemacht, einen öffentlichen Durchgang, der die Strassen vor und hinter dem Gebäude verbindet. In dieser Strasse platzierten wir für jede Marke einen Kiosk, wie Marktstände. Die Leute schlendern also durch diese Strasse an den Kiosken vorbei. Die Kioske sind verglast, man kann eintreten und



1

sich die Auslage anschauen. Der Trick daran ist: Die Kioske sind hydraulische Lifte. Will ich mehr Uhren sehen, drücke ich einfach auf den Knopf, und der Lift fährt mich in den Showroom der entsprechenden Marke. Diese Showrooms, die Shops, befinden sich auf den ersten drei Obergeschossen und im Untergeschoss. Dort kann man dann zwischen den Shops umhergehen und mit einem zentralen Lift weiter hinauf- oder hinunterfahren.

? Wie sorgen Sie dafür, dass die Leute den Durchgang benützen?

Die Fassaden sind mit Glasrollläden verschlossen, übrigens auch eine Erfindung von uns. Wenn die Geschäfte geöffnet sind, zieht man die Rollläden hoch. Dann gibt es keine Fassade mehr, die innen und aussen trennt. Ich denke, das wird die Leute hereinlocken. Die Glasrollläden kann man hochrollen, bis sie unter dem Dach unsichtbar verstaut sind und das Haus ganz öffnen. Ein offenes Geschäftshaus, ohne Fassade, das gibt es sonst nirgends.

? Wie sehen die oberen Stockwerke aus?

Über den Ladengeschossen sind die Kundendienste untergebracht, darüber die Büros der Swatch Group und auf dem Dach ein Foyer für verschiedenste Anlässe. Wenn die Glasrollläden offen stehen, wird auch das Atrium des Kundendienstes zu einem halb offenen Raum, drei Geschosse hoch. Man wird sich dort fühlen wie auf einer Terrasse hoch über der Strasse. Ich will dafür sorgen, dass die Angestellten nicht nur in klimatisierten Räumen sitzen müssen, sondern hinaustreten können an die frische Luft, ans Licht und an die Sonne.

? Stehen hinter solchen räumlichen Situationen Bezüge zum traditionellen japanischen Bauen?

Nein. Das ist kein japanisches Haus. Es steht zwar in Japan, aber sonst gibt es keine Bezüge zu dieser Kultur. Was mich betrifft, so habe ich weder in Japan Architektur studiert, noch sehe ich mich als japanischen Architekten.

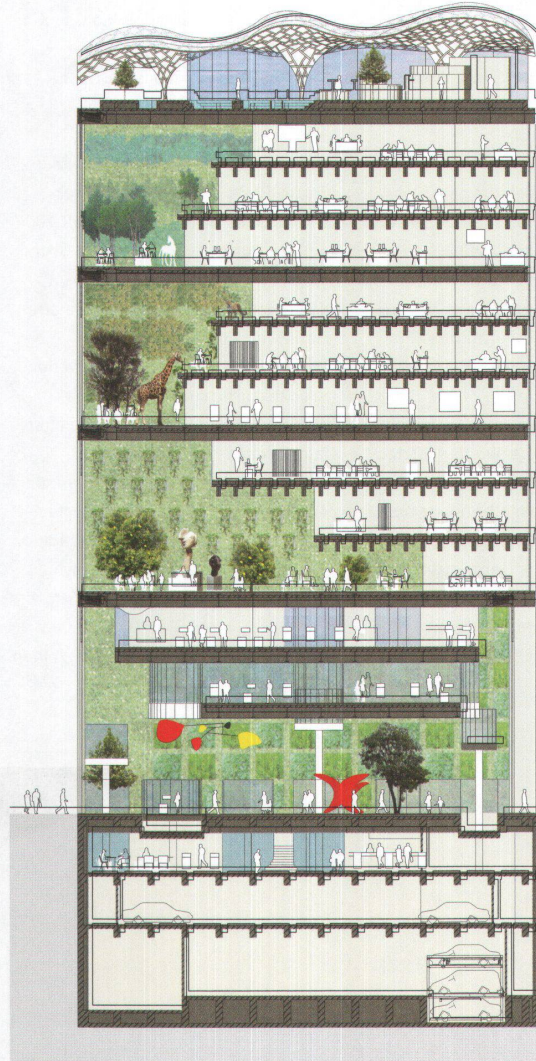
? Spielt die japanische Bautradition keine Rolle für Sie?

Indirekt beeinflusst sie mich vielleicht schon. Aber die japanische Kultur ist für mich kein Thema und kein Vokabular für den Entwurf. Das Papier zum Beispiel haben ja nicht die Japaner erfunden. Wenn ich mit Papier Häuser baue, dann baue ich nicht japanisch. Die Konstruktionen mit Kartonröhren sind meine Erfindungen. Sie sind eine neue Art, Papier zu verwenden.

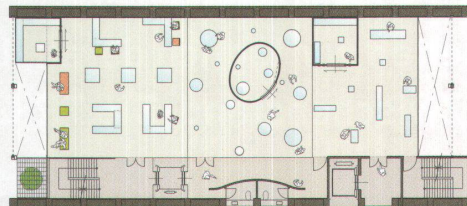
? Sie kommen aus Japan, haben in den USA studiert, arbeiten häufig in Paris und bauen in Europa. Jetzt entwerfen Sie für die Swatch Group, also für ein europäisches Unternehmen, den Hauptsitz in Japan. All diese kulturellen Wechsel, ist das kein Thema für Sie?

Das ist doch nichts Besonderes mehr. Ich habe schon für einen Italiener in New York gebaut oder für japanische Kunden in Europa. Natürlich gibt es Unterschiede, jedes Land ist anders. Das ist manchmal spannend und zuweilen auch mühsam. Zum Beispiel baut man in Japan viel schneller als in Europa. Die Leute arbeiten in Schichten, und wenn es schnell gehen muss, holt man mehr Leute, damit man den Zeitplan einhalten kann. In Europa muss ich lernen, Geduld zu haben.

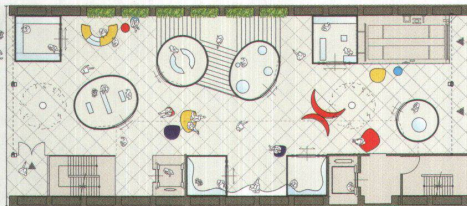
? Zurück ins Hayek-Center: Eine Wand wird voll bepflanzt. Gibt es auch da keinen Bezug zum japanischen Garten? →



2



3



4

1 An exklusiver Lage, in Ginza in Tokio, ist das schmale Hayek-Center zwischen die bestehenden Gebäude eingepasst.

2 Schnitt: Unterniveaugarage, Shopping-Geschosse, darüber den Kundendienst, noch höher die Swatch-Büros und auf dem Dach ein Foyer für Anlässe.

3 Im 2. OG befinden sich drei verschieden ausgestattete Läden, erschlossen durch die auf- und abfahrenden Plattformen.

4 Das Erdgeschoss dient als öffentliche Passage mit acht Kiosken der verschiedenen Uhrenmarken. Ist der Kunde interessiert, wird der Kiosk zum Lift in den Laden.

→ Überhaupt nicht. Die Pflanzen kommen aus der halben Welt, heute gibt es ja überall dieselben. Den grössten Teil der Wand werden immergrüne Pflanzen bedecken, ein Teil aber folgt den Jahreszeiten: An Weihnachten zum Beispiel könnten wir dort rote Weihnachtssterne pflanzen.

? Welche Idee steckt hinter der grünen Wand, ist sie mehr als Dekoration?

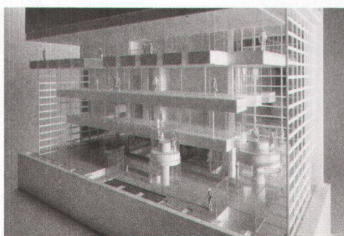
Ja, es soll ein kleiner Park werden, denn in der Umgebung des Hayek-Center, in dieser Shopping-Gegend von Tokio, gibt es keine erholsamen Orte. Ich dachte an die «Pocket Parks» in New York: ein kleiner Garten mitten in der Hektik, wo man sich ausruht, ins Grüne schaut und Wasser plätschern hört. Weil wir im Erdgeschoss keinen Platz für den Garten haben, hängen wir ihn eben auf.

? Im Innern verspricht das Haus viele Erlebnisse. Aber wenn die Geschäfte geschlossen sind und die Glasrollläden zu, wird das Gebäude unspektakulär sein.

Genau so soll es sein. Ich möchte besondere Räume schaffen, räumliche Erlebnisse. Viele Bauherren und mit ihnen die Architekten wollen die Geste, das Ungewöhnliche. Für mich ist das Oberfläche; Reine Dekoration und Kosmetik interessieren mich nicht.

? Räumliche Erlebnisse brauchen Platz. Ein Luxus an einem Standort, wo der letzte Quadratmeter ausgenutzt wird.

Absolut. Der Verkaufsraum ist vier Geschosse hoch, er hat viel Luft und wenige Quadratmeter. Dieses Konzept zu unterstützen, ist mutig von der Swatch Group, denn gute Architektur muss einem dabei wichtiger sein als der Profit. Aber Mister Hayek ist ja ein ideenreicher Mensch, und da dachte ich mir, dass ihm dieses Haus bestimmt gefiele. •



Nicolas G. Hayek-Center, Tokio

Hauptsitz Swatch Group Japan

→ Eröffnung: April 2007

→ Bauherrschaft: Swatch Group, Biel

→ Architektur: Shigeru Ban Architects, Tokio/Paris

→ Geschichte: Swatch Group kauft 2004 ein 475 Quadratmeter grosses Grundstück im Ginza-Quartier in Tokio; das bestehende, dreissig Jahre alte Haus wird abgerissen.

→ Wettbewerb mit acht eingeladenen Architekturbüros: Hiroshi Hara + Atelier, Tokio; IRPO/Böhme + Schönfeld, Dresden; Jun Aoki & Associates, Tokio; Makoto Sei Watanabe Architects, Tokio; Nosu Architects, Tokio; Shigeru Ban Architects, Tokio; Shoei Yoh Architects, Tokio; Toyo Ito Architects, Tokio.

→ Raumprogramm: Das Gebäude ist 14 Stockwerke hoch, hat Büros, einen

Veranstaltungsraum, Räume für die Kundendienste, acht Shops für die Uhrenmarken der Swatch Group. Swatch Group hat die Erlaubnis, Tag und Nacht bauen zu dürfen.

→ Die Nachbargebäude: Ginza ist eines der teuersten Einkaufsquartiere in Tokio. Eine Reihe von Weltmarken hat dort, und in ähnlichen Vierteln, ihre Flagship-Stores angesiedelt. Es ist wie ein Wettkampf im Paarlauf von Marken und Architekten: Prada mit Herzog & de Meuron, Tod's mit Toyo Ito, Christian Dior mit Sanaa, Hermès mit Renzo Piano, Louis Vuitton mit Jun Aoki und so weiter. Als weltgrösster Uhrenhersteller durfte die Swatch Group nicht fehlen.

Shigeru Ban

Der Architekt Shigeru Ban stammt aus Tokio und arbeitet weltweit. Seine Bauten prägen findige Konstruktionen wie der ungewohnte Umgang mit gewöhnlichem Material (zum Beispiel Tragwerke aus Kartonröhren). So konstruierte er auch die Röhre auf dem Dach des Centre Pompidou in Paris, wo Ban sein Büro einrichten durfte, da er im französischen Metz ein zweites Centre Pompidou projektiert.

Seit 95 Jahren arbeiten wir täglich daran, Licht zu perfektionieren.
Hier ein aktueller Zwischenstand. Die TRILUX Polaron.



TRILUX
NEUES LICHT.

Jede Leuchte von TRILUX ist mehr als einfach nur Licht. Zum Beispiel die TRILUX Polaron: Faszinierendes Design und modernste Technologien schöpfen alle Möglichkeiten aus, die ringförmige T5-Lampen heute bieten. Das Resultat: Angenehme Beleuchtung für Eingangs-, Aufenthalts- und Laufbereiche. Und die Erkenntnis, dass Licht nicht nur Helligkeit, sondern auch Atmosphäre schaffen kann. www.trilux.ch