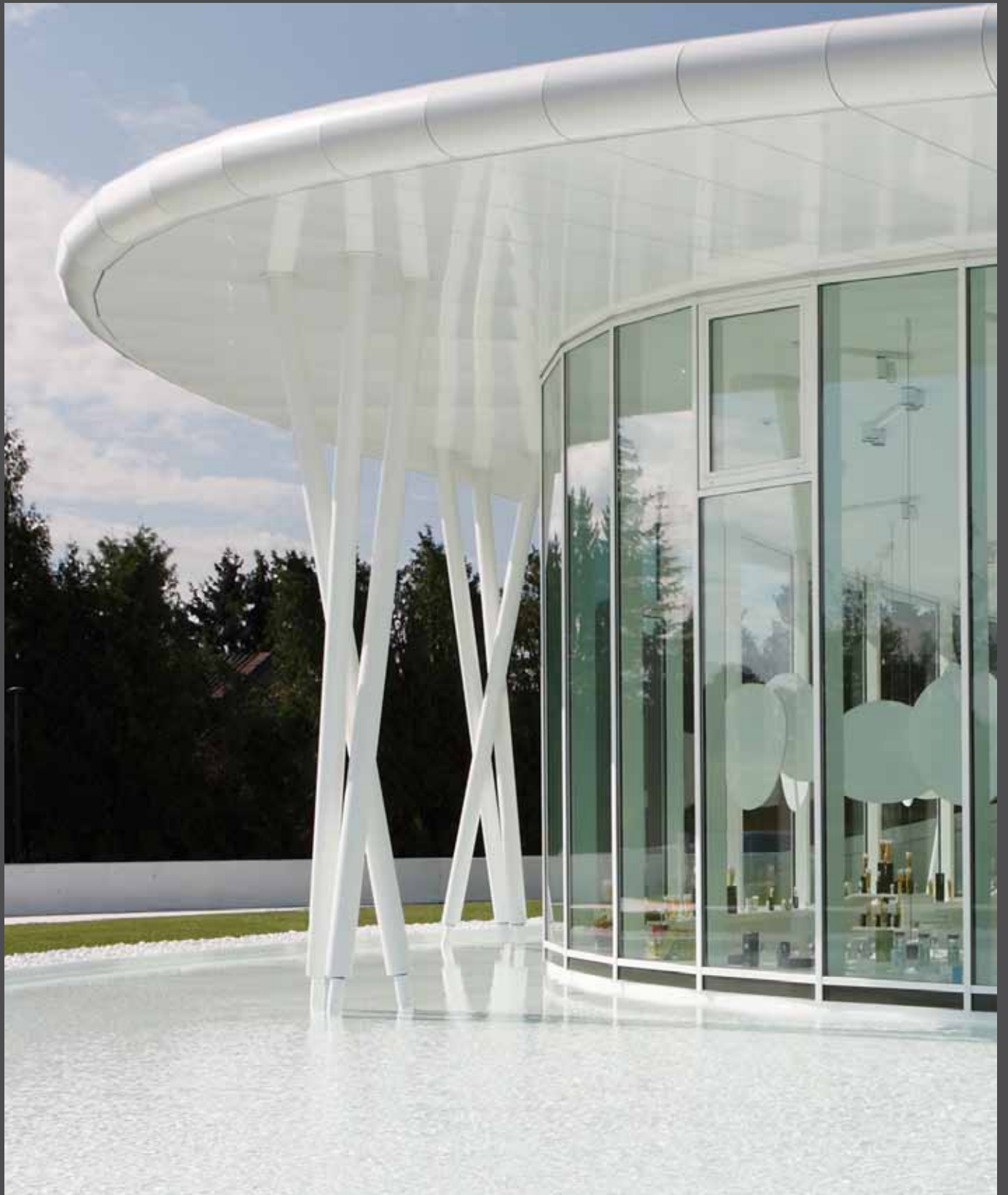


ALUCOBOND®

FORMS & ELEMENTS

Built Identities | Gebaute Identitäten



AS YOU ARE,
SO ARE YOUR BUILDINGS.

SO, WIE DU BIST,
SO SIND AUCH DEINE GEBÄUDE.

— LOUIS HENRY SULLIVAN —

CONTENTS

INHALT

04	EDITORIAL VORWORT
05	HISTORY - SCULPTURE - ART HISTORIE - SKULPTUR - KUNST
06	WHITE AS A WAY OF LIFE WEISS ALS LEBENSGEFÜHL
10	STRATEGIC INTEGRATION ON 32 HECTARES STRATEGISCHE INTEGRATION AUF 32 HEKTAR
16	PUMA'S RED SHOE BOX PUMAS ROTER SCHUHKARTON
20	TAILOR-MADE HEADQUARTERS MASSGESCHNEIDERTE FIRMENZENTRALE
26	SUBTLE EXPRESSION OF THE COMPANY'S CREDO SUBTILE UMSETZUNG DES FIRMENCREDOS

EDITORIAL

VORWORT

Dear Reader,

In the last decades of the 20th century the term "Identity" became ever more important, resulting in its omnipresence in today's media, politics and several scientific disciplines as well as in our every-day language.

Nowadays, identity is seen as an element linking subjective experience with the historical, social and cultural surroundings. Whilst society is subject to an increasingly rapid change, the image of the buildings around us is changing comparatively slowly.

Thus, architecture is one of the few constants in the life of a human being and as such in the optimum position to nurture a sense of identity.

On the other hand, identity can also be seen as a strategic process, which provides specific insights into the tradition, the mode of operation and the self-image of a company.

Architecture can be used as a strategic tool to represent a brand in an impressive and lasting manner. In so doing, buildings and spaces are created which make the company's identity clearly perceptible to customers and which strengthen it for the employees.

Liebe Leserinnen und Leser,

In den letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts erlangte der Begriff ‚Identität‘ stets mehr an Bedeutung, sodass er heute in den Medien, in der Politik, in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen sowie im alltäglichen Sprachgebrauch allgegenwärtig ist. Identität wird nun als verbindendes Element zwischen subjektiven Erfahrungen und dem historischen, sozialen und kulturellen Umfeld betrachtet. Während die Gesellschaft einem immer rasanteren Wandel unterworfen ist, ändert sich das Bild unserer gebauten Umgebung jedoch vergleichsweise langsam. Somit ist die Architektur eine der wenigen Konstanten im Leben der Menschen und nicht zuletzt genau deswegen in der Lage, ihre identitätsstiftende Wirkung zu entfalten. Identität kann aber auch als strategischer Prozess betrachtet werden, der gezielte Einblicke in die Tradition, die Arbeitsweise und das Selbstverständnis eines Unternehmens gibt. Architektur bietet sich als Strategie an, um eine Marke eindrucksvoll und dauerhaft zu repräsentieren. Dabei erzeugen Gebäude und Räume einen Ort, der die Firmenidentität für Kunden eindrücklich erfahrbar macht und für die Mitarbeiter verstärkt.

HISTORY - SCULPTURE - ART

HISTORIE - SKULPTUR - KUNST



Temple of Mars Ultor in the Forum of Augustus - 2 BC
Tempel des Mars Ultor im Forum von Augustus - 2 v.Chr.

Art and architecture from the time of Augustus, the first emperor of Rome mirrors Rome's political transformation from a republic to Early Empire.

Architecture's role in Augustan classicism was to reinforce the political identity. Of particular importance are the strong influences of Greek High classical Art, and fifth century Athenian Art.

Die Kunst und Architektur, die aus der Zeit des ersten Kaisers von Rom, Augustus, stammt, zeigt die politische Verwandlung Roms von der Republik zum frühen Reich.

Die Architektur diente im augustianischen Klassizismus zur Verstärkung der politischen Identität und wurde hierbei besonders durch die klassische Kunst der Griechen und der Kunst Athens im 5. Jahrhundert beeinflusst.



"~IDENTITÄT – The »Gestalt« of digital identity" - 2009
„~IDENTITÄT – Die »Gestalt« der digitalen Identität“ - 2009

IDENTITÄT the »Gestalt« of digital identity by Jonas Loh & Steffen Fiedler demonstrates how digital identity is generated. More than 100.000 personal raw data sets were gathered to fill the parameters with subject matter. Based on the assumption that digital identity is measurable and comparable, these data sets were visualized using custom computational tools. Then the data was visually abstracted and interpreted to give the disembodied digital identity a unique and characteristic "Gestalt" in sculptural form.

IDENTITÄT – Die „Gestalt“ digitaler Identität von Jonas Loh & Steffen Fiedler zeigt, wie digitale Identität entsteht. Mehr als 100.000 persönliche Rohdatensätze wurden gesammelt, um die Parameter mit Inhalt zu füllen. Basierend auf der Behauptung, digitale Identität sei messbar und vergleichbar, wurden die Daten mit Hilfe von Computern visualisiert, visuell zusammengefasst und interpretiert, um der körperlosen, digitalen Identität eine einzigartige und charakteristische Gestalt in Form einer erschaffenen Skulptur zu geben.



"387 houses of Peter Fritz" at the Venice Art Biennale 2013
"387 Häuser von Peter Fritz" bei der Kunst-Biennale Venedig 2013

The architectural creations of Austrian insurance clerk Peter Fritz are presented in a curated installation entitled 'the 387 houses of peter fritz' at the 2013 Venice Art Biennale. The buildings compose a near-encyclopedic inventory of all manners of provincial architectural styles: from farmhouses to banks, from churches to traditional family homes, from opulent mansions to gas stations - each building has its own, "built" identity.

Die architektonischen Kreationen des österreichischen Versicherungsangestellten Peter Fritz sind in einer kuratierten Installation mit dem Namen „Die 387 Häuser des Peter Fritz“ an der 2013 Venice Art Biennale zu sehen. Die Gebäude setzen sich aus einem beinahe enzyklopädischen Bestand aller Arten provinzieller Architektur zusammen, von Bauernhäusern zu Bankgebäuden, von Kirchen zu traditionellen Einfamilienhäusern, von Villen zu Tankstellen – jedes Gebäude mit seiner eigenen „gebauten“ Identität.

WHITE AS A WAY OF LIFE

Project:	Showroom at the headquarters of Ritzenhoff AG, Marsberg, Germany
Architect:	Clever Architekten + Ingenieure, Marsberg, Germany
Fabricator:	Wittenauer GmbH, Sasbach, Germany
General Contractor:	Fa. Athens GmbH & Co. KG, Hövelhof, Germany
Year of Construction:	2012
Product:	ALUCOBOND® white 100
Photos:	Ritzenhoff AG

The design of the new showroom at the headquarters of Ritzenhoff AG was inspired by the shape of a hot drop of glass symbolizing the glassworks tradition of the company. The new showroom was not designed to compete with the classical modern administration building, but to stand as an independent, unobtrusive structure. The majority of the new building is set below the parkland, which follows the natural topography, only opening out onto the outside world through an amorphous glass façade. Even the parking areas disappear thanks to the clever use of different levels and the green spaces with salient concrete elements. The visitor is led via white

paths to the entrance area made of glass and white ALUCOBOND®. The small lake directly in front of the glass façade acts as a mirror for the objects exhibited in the interior. The white theme, symbolising a way of life, is continued within the showroom. Exhibition segments with protrusions and varying materiality lend the volume its plasticity. The whole building is a statement in itself and its architecture represents both the products and the company's sustainable philosophy. The natural insulation of the earthbound building parts and the heat protection glass contribute to an almost neutral energy balance of the building.



The showroom is embedded into the landscape. Der Showroom ist in die Landschaft eingebettet.





WEISS ALS LEBENSGEFÜHL

Das Design des neuen Ausstellungsraums am Firmenstammsitz der Ritzenhoff AG wurde inspiriert durch die Form eines heißen Glas tropfens in Anlehnung an die Glashüttentradition des Unternehmens. Der neue Showroom sollte nicht als konkurrierender Baukörper gegenüber dem klassisch modernen Verwaltungsgebäude entgegengestellt werden, sondern als unaufdringlicher Ausstellungs- und Repräsentationsbau.

Der Neubau liegt zum Großteil unter einer der natürlichen Topografie folgenden Parklandschaft und öffnet sich nur mit einer amorph geformten Glasfassade. Selbst die Parkplatzflächen verschwinden dank geschickter Höhenanordnungen in der durch Betonvorsprünge gestalteten Grünfläche. Über weiße Wege wird der Besucher zum mit Glas und

weißer ALUCOBOND®-Fassade verkleideten Eingangsbereich geleitet. Im Wasserbecken vor dem Glasteil des Gebäudes spiegeln sich die Ausstellungsobjekte, die direkt an der Wasserlinie im Innenraum dekoriert sind.

Die Ausstellungsfläche setzt das Thema Weiß als Lebensgefühl fort. Der Raum erhält seine Plastizität durch verschiedene Ausstellungssegmente mit Höhenvorsprüngen und Materialwechseln.

Der gesamte Showroom steht als eigenes Statement und repräsentiert durch seine Architektur die Produkte sowie das nachhaltige Denken des Unternehmens.

Durch die natürliche Dämmung der erdgebundenen Bauteile und die Wärmeschutzverglasung ist die Energiebilanz des Showroom nahezu ausgeglichen.



The interior design is dominated by white. Das Innendesign wird von Weiß dominiert.

STRATEGIC INTEGRATION ON 32 HECTARES

Project:	NATO JFC Headquarters, Lago Patria - Naples, Italy
Architects:	Interplan2 Architetti, Naples, Italy
Fabricator:	ISA S.p.A., Calcinelli (PU), Italy - PROGALL S.r.l., Osimo (AN), Italy
Construction:	Tray Panels
Year of Construction:	2012
Product:	ALUCOBOND® silvermetallic
Photos:	Daniele Domenicali

Located just outside of the town of Lago Patria in the region of Campania, NATO's Allied Joint Force Command Naples (JFCNP) Headquarters comprise a mighty new building with cutting-edge technology which promises to propel JFCNP into the future by providing a bold and technologically savvy building. The new complex, consisting of six buildings on 32 hectares, enables JFCNP to execute the full spectrum of steady state and contingency operations. A state of the art Joint Operations Centre and a conference complex that offers 10 virtually "wired" meeting rooms helps to make daily operations and inter-command communications more efficient. Lago Patria captures the imagination and inspires one to look toward the future. Reflecting pools, the elegant façades made of ALUCOBOND® in silver metallic, unique shapes, and a distinctively modern interior design make Lago Patria more than "just" a military headquarters. The new site's facilities can be considered to be modern art that capitalizes on form and func-

tion. Tall interior windows and skylights allow in natural light and reduce energy consumption. The technical services plant uses ice and water to cool buildings, an environmentally friendly concept. Lago Patria is an "open headquarters" designed to foster cohesiveness and increase efficiencies. A ceremonial courtyard in the centre of the main complex offers a relaxing space to meet while discussing issues over a caffè from the coffee bar located just steps away. The community centre, which resembles a wedge shooting towards the sky, is home to the All Ranks club. While at the community centre, you might choose to grab a bite to eat at the International mess, shop at the save centre, get a haircut, mail a letter at one of the post offices, catch up on the news at the library, go to a lecture in the 352 seat theatre or visit one of the many concessionaires. Built to support more than 2,000 NATO staff members, the site offers even more room for future expansion.



The entrance to the large site. Der Eingang zur großen Anlage.



The architectural language reflects the site's mission. Die Architektursprache spiegelt die Aufgabe der Anlage wider.





STRATEGISCHE INTEGRATION AUF 32 HEKTAR

Außerhalb von Lago Patria in der Region Campania befindet sich das Hauptquartier der NATO Allied Joint Force Command Naples (JFCNP). Es verspricht JFCNP mit einem mächtigen und technisch ausgetüftelten Gebäude den Weg zu weisen. Die neue Anlage mit sechs Gebäuden auf 32 Hektar ermöglicht der JFCNP das volle Spektrum an Bereitschaft und eventuellen Einsätzen auszuüben. Eine Kommandozentrale auf dem neuesten technischen Stand sowie ein Konferenzzentrum mit zehn virtuell vernetzten Besprechungsräumen lassen die tägliche Arbeit als auch Befehlseinsätze effizienter gestalten. Lago Patria inspiriert und läßt einen Blick in die Zukunft zu. Reflektierende Pools, die eleganten Fassaden aus ALUCOBOND® in Silbermetallic, einzigartige Formen sowie ein ausgeprägt modernes Innendesign machen Lago Patria zu mehr als „nur“ einem militärischen Hauptquartier. Der neue Komplex kann als moderne Kunst betrachtet werden, die aus Form und Funktion höchsten Nutzen zieht. Hohe Innenfenster-

und Oberlichter lassen natürliches Licht hinein und reduzieren so den Energieverbrauch. Die Gebäudekühlung mit Eis und Wasser ist umweltfreundlich. Lago Patria wurde als „offenes Hauptquartier“ entworfen, um den Zusammenhalt zu fördern und die Effizienz zu steigern. Ein zeremonieller Innenhof im Zentrum des Hauptkomplexes bietet Raum zur Entspannung oder Diskussion bei einem caffè aus der nur einige Schritte entfernten Kaffeebar. Das Community Center in Form eines in den Himmel ragenden Keils beherbergt den All Ranks Club. Hier kann man bei der „International Mess“ einen kleinen Happen essen, im SAVE Center einkaufen, sich die Haare schneiden lassen, bei einem der Postämter einen Brief verschicken, die neuesten Nachrichten in der Bücherei lesen, im Auditorium (mit 352 Sitzen) einen Vortrag anhören oder eines der vielen Geschäfte besuchen. Für die Unterbringung von mehr als 2.000 NATO-Mitarbeitern gebaut, ist sogar Raum für zukünftige Erweiterungen vorhanden.



The bold and high-tech complex consists of six buildings. Der mächtige, hochtechnisierte Komplex besteht aus sechs Gebäuden.



Light-flooded interior spaces save energy. Lichtdurchflutete Innenräume sparen Energie.



PUMA'S RED SHOE BOX

Project:	PUMAVision Headquarters, Herzogenaurach, Germany
Design:	Architect Klaus Krex, Nürnberg, Germany
Execution Planning:	Johann Böhm, Nürnberg, Germany
Fabricator:	Thiel Montage GmbH, Feucht bei Nürnberg, Germany
Construction:	Tray panels
Year of Construction:	2011
Product:	ALUCOBOND® Red
Photos:	Klaus Krex

Puma, one of the world's leading sport life-style companies, designs and develops footwear, clothing and accessories. The new headquarters in Herzogenaurach, called PUMAVision Headquarters, consists of three buildings in total. Alongside the office building a so called brand centre was erected, which serves as an in-house conference centre with a multimedia hall and numerous conference rooms. In addition, the retail building with its red ALUCOBOND® façade comprises an outlet store, the merchandising centre and a restaurant. The design is inspired by the brand and its logo. The retail building is modelled on the world-famous red shoe box, and

the cantilevered tribune of the multimedia hall represents Puma's formstripe. The ecological aspect played an important role in the planning process. With modern concrete core temperature control, all three buildings are heated or cooled in an environmentally sound manner. In addition, there is a large photovoltaic system on the roof of the retail building as well as photovoltaic elements integrated into the ALUCOBOND® façade on the south side of the building. Besides environmental protection the creation of attractive working space played an important role. The modern and stylish ambiance is an expression of Puma's philosophy.



The retail building in form of a red shoe box. Das Retailgebäude in Form eines roten Schuhkartons.



PUMAS ROTER SCHUHKARTON

Das PUMAVision Headquarter besteht aus insgesamt drei Baukörpern. Neben dem Verwaltungszentrum entstand ein sogenanntes Brand-Center, das als firmeneigenes Kongresszentrum über eine Multimediahalle und zahlreiche Veranstaltungsräume verfügt. Dazu kommt das Retail-Gebäude mit roter ALUCOBOND® Fassade, das einen Outlet-Store, das Merchandising-Zentrum und ein

Restaurant aufnimmt. Das Design ist inspiriert von der Marke und ihren Logos. Das Retail-Gebäude ist ein Abbild des weltbekannten roten Schuhkartons. Die auskragende Tribüne der Multimediahalle zitiert den weltbekannten Puma-Streifen. Der ökologische Aspekt spielte bei der Planung eine große Rolle. Mit moderner Betonkerntemperierung werden alle drei Gebäude umweltverträglich grund-



erwärmt bzw. gekühlt. Dazu kommen eine circa 1.000 qm große Photovoltaikanlage auf dem Dach des Retail-Gebäudes sowie in die ALUCOBOND®-Fassade integrierte Photovoltaik-Elemente an der Südseite. Neben dem Umweltschutz stand die Schaffung attraktiver Arbeitsbedingungen im Vordergrund. Das moderne und stilvolle Ambiente visualisiert die Philosophie von PUMA.



TAILOR-MADE HEADQUARTERS

Project: S. Oliver Neubau Headquarter, Rottendorf, Germany
Architect: KSP Jürgen Engel Architekten GmbH, Frankfurt, Germany
Fabricator/Installer: Siwonia, Neubrandenburg, Germany
Year of Construction: 2008
Product: ALUCOBOND® Silvermetallic
Photos: KSP Jürgen Engel Architekten

The headquarters of fashion label s.Oliver stands out due to its clear forms and colours. The building is tailor-made to satisfy its users' requirements and needs and reflects the company's dynamism and zeitgeist. The restrained formal language serves as the backdrop against which the s.Oliver fashion world can be presented. The functionally optimised ground plan provides space for creativity and ideas. Two courtyards have been cut into the structure, dividing it into 14-meter-wide wings, providing optimum natural lighting in the interior. A spacious foyer at the north of

the structure welcomes visitors to the building. Another courtyard with a garden serves as rest area for the employees. A spectacular oval staircase with adjoining open galleries is the centrepiece of the five-story building. Communicative areas with lounges on all stories facilitate informal interaction and information flow between employees. The offices are aligned along the façade and enjoy natural light. On each level there are four units, which can be reached independently. In the communicative heart of the building there are communal meeting points, which,



thanks to the courtyards, benefit from natural daylight. White is the predominant colour in the interior and features in combination with other finishes and materials such as natural stone flooring, fair-faced concrete surfaces, red carpeting, oak parquet, glass partitions and ALUCOBOND®. Eco-friendliness played a significant role when choosing these materials. The building's appearance is defined by horizontal bands of windows and the ALUCOBOND® silver metallic façade. These features unite the individual sections of the building and create a harmonious whole. At

the same time the high-end materials reflect the quality standards of s.Oliver's brand products. The corporate headquarters also features an impressive and innovative energy system. The technical features include both concrete core cooling, which is installed close to the ceiling and as a result achieves maximum output, and a cutting-edge ventilation system, which enables a heat recovery level of over 80 per cent. The use of geothermal energy together with heat pumps means the building can be kept warm in winter and cool in summer without using fossil fuels.

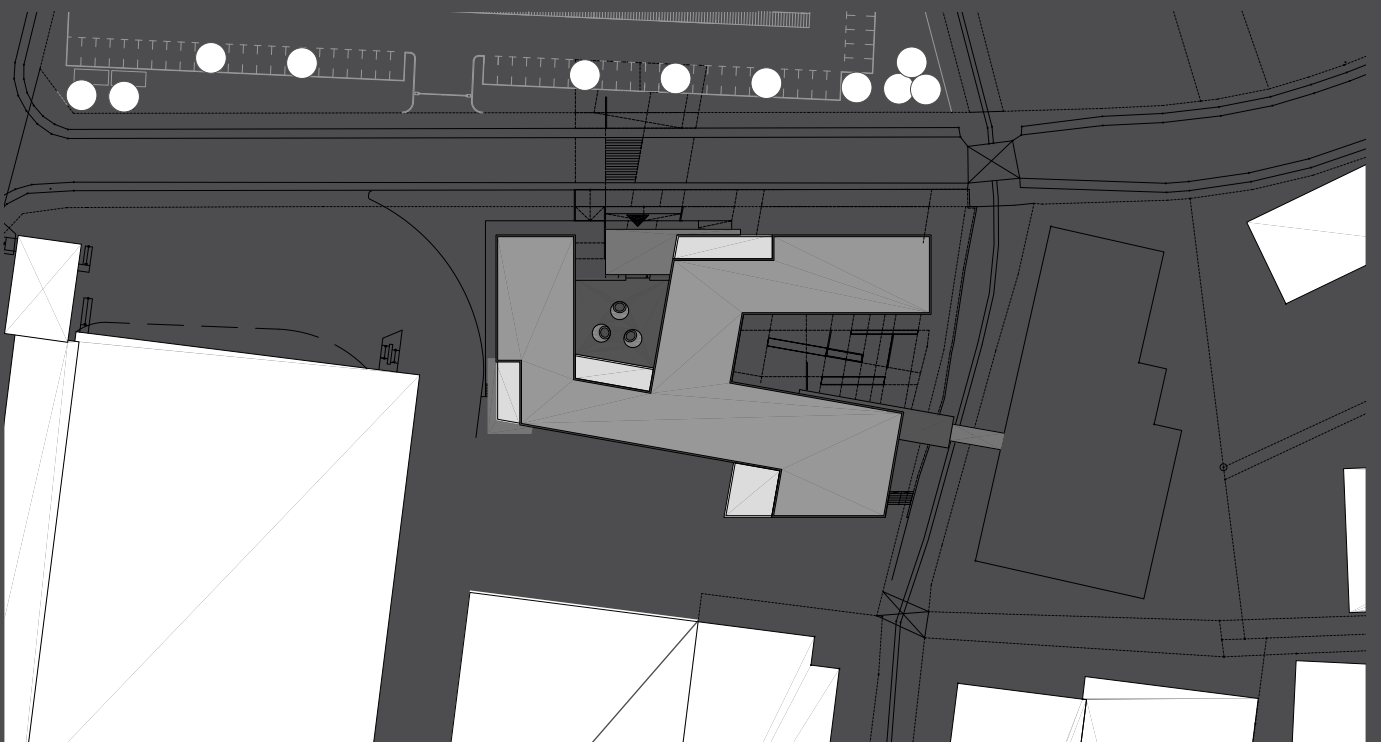


MASSGESCHNEIDERTE FIRMENZENTRALE

Das Headquarter des Modelabels s.Oliver überzeugt durch eine klare Formen- und Farbensprache. Das Gebäude ist auf die Anforderungen und Bedürfnisse der Nutzer zugeschnitten und spiegelt Dynamik und Zeitgeist des Unternehmens wider. Eine zurückhaltende Formensprache dient als Projektionsfläche für die Modewelt von s.Oliver.

Die funktional optimierte Grundrissaufteilung bietet Raum für Kreativität und Ideen. Zwei eingeschnittene Höfe gliedern den Baukörper in 14 Meter breite Trakte und sorgen für eine optimale Belichtung. Der nördliche Gebäudeeinschnitt empfängt den Besucher mit einem großzügigen Foyer. Ein weiterer Hof mit Garten dient als geschützter Pausenbereich. Eine spektakuläre ovale Treppe mit angrenzenden offenen Galerien bildet den Mittelpunkt des fünfgeschossigen Gebäudes. Kommunikative Bereiche mit Lounges auf allen Geschossen erleichtern einen informellen Ideen- und Informationsaustausch. Die Arbeitsbereiche sind entlang der Fassade angeordnet und natürlich belichtet. Auf jeder Ebene sind vier Nutzungseinheiten, die unabhängig voneinander erschlossen werden können. In der kommunikativen Mitte des Gebäudes befinden

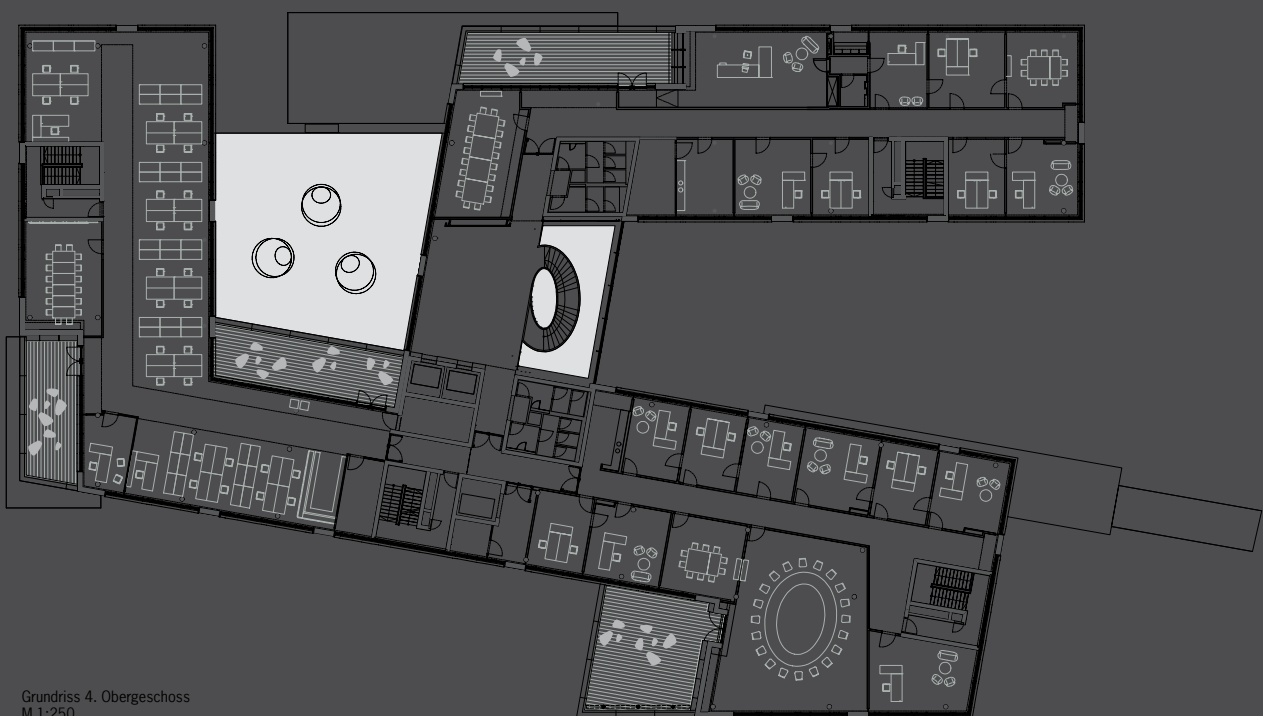
den sich sogenannte Meetingpoints. Diese gemeinschaftlich genutzten Bereiche können dank der Höfe natürlich belichtet werden. Im Inneren dominiert die Farbe Weiß. Sie wird mit Materialien wie Natursteinboden, Sichtbetonoberflächen, rotem Teppichbelag, Eichenparkett, Glastrennwänden und ALUCOBOND® kombiniert. Bei der Materialwahl wurde Wert auf Umweltverträglichkeit gelegt. Die Fassade prägen horizontal verlaufende Fensterbänder und Elemente aus ALUCOBOND® in Silbermetallic. Sie vereinen die einzelnen Gebäudeteile zu einer harmonischen Gesamtform. Zugleich spiegeln die hochwertigen Materialien den Anspruch der Marke s.Oliver an die Qualität ihrer Produkte wider. Die Firmenzentrale überzeugt auch durch ihr innovatives Energiekonzept, wie zum Beispiel die Betonkernaktivierung, die durch die deckennahe Installation ihre maximale Leistung erzielt, sowie die moderne Lüftungsanlage, die eine Wärmerückgewinnung von über 80 Prozent ermöglicht. Durch die Nutzung von Erdwärme in Verbindung mit Wärmepumpen kommt das Bürogebäude für die Beheizung im Winter und die Kühlung im Sommer ohne fossile Brennstoffe aus.







The form of the building reflects the dynamics and zeitgeist of the company.
Die Form des Gebäudes spiegelt Dynamik und Zeitgeist des Unternehmens wider.



Grundriss 4. Obergeschoss
M 1:250



SUBTLE EXPRESSION OF THE COMPANY'S CREDO

Project: Headquarters & Factory Outlet Marc Cain, Bodelshausen, Germany
Architect: Hank + Hirth Freie Architekten, Eningen u. A, Germany
Interior Design: Marc Cain Interior, 72411 Bodelshausen
Fabricator/Installer: Fa. Wittenauer, Sasbach, Germany (Headquarters)
Schneider Fassaden GmbH & Co. KG, Rheinstetten, Germany (Outlet)
Year of Construction: 2010 (Headquarters) - 2008 (Outlet)
Product: ALUCOBOND® Pure White
Photos: HANK + HIRTH, Freie Architekten
Photographers: Oliver Starke, Marc Cain Advertising + PR, Bodelshausen



The dynamic headquarters. Die dynamische Firmenzentrale.

In the rural surroundings of Bodelshausen two spotless white structures stand out - the Factory Outlet and the new headquarters of the fashion company Marc Cain. The clear white architecture and the green environment have a mutually enhancing effect and form a prestigious platform for Marc Cain fashion. Modern design in spotless white is the key to the whole complex. The highest demands with regard to design, quality, materials, state-of-the-art production techniques and optimum fit are the company's mission. The architecture of both buildings incorporates the company's philosophy. Its pureness and

naturalness is impressive. The new headquarters' modern structure with its façade of white ALUCOBOND® and glass comprises a light-flooded atrium 13 meters in height with a glass roof, a show room and staff canteen and spans 12.000 m². The penthouse on the third floor protrudes impressively above the lower floors and seems to float over the whole structure. The dynamic shape enhances the impact of the existing lake. Gently curved elements closely follow the building's contours. The showroom complies with the highest requirements. An important part of the concept is to enter into a dialogue with nature – gener-



The lake enhances the impression. Der See verstärkt die Wirkung.

ously proportioned doors offer easy access to the exterior world, and on the upper floors there are inviting leafy patios. The facilities are high-tech, air-conditioned, and elaborately detailed: LED-lights, acoustical ceilings serving as cooling elements, automatic sunblinds. With regard to energy, the building demonstrates highest possible efficiency with regenerative waste heat recovery. The single-storey, compact factory outlet is situated in an exposed position on the site and its two wide open sides create a light and friendly appearance. The visual axis leads the eye from the entrance through the sales room to the

green shop-window at the rear of the building. The surrounding upstands and massive roofs encompass the different projecting and recessed parts of the volume and the façade on the second floor. The heating system in the building is supplied by long distance heating. Free-standing constructions and adaptable built-in components facilitate flexible use of the sales room without columns. Air-conditioning in the sales room and Fashion-Café, visitor-friendly and barrier-free accessibility and the generous design of the whole outlet ensure both staff and customers benefit from the quality of the architecture.

SUBTILE UMSETZUNG DES FIRMENCREDOS

In der eher ländlichen Umgebung von Bodelshausen treten zwei strahlend weiße Gebäude hervor, das Factory Outlet und die neue Firmenzentrale des Modelabels Marc Cain. Die klare weiße Architektur und die grüne Umgebung verstärken sich und bilden die repräsentative Plattform für Fashion von Marc Cain. Modernes Design in edlem Weiß zieht sich konsequent durch den gesamten Gebäudekomplex. Höchste Ansprüche an Design, Qualität, Materialien, neueste Verarbeitungstechniken und Passform sind das Credo von Marc Cain. Die Architektur der beiden Gebäude verkörpert die Firmenphilosophie und besticht durch ihre Klarheit und Natürlichkeit. Die modern und edel gestaltete neue Zentrale mit einer weißen ALUCOBOND®-Fassade sowie das lichtdurchflutete, 13 Meter hohe Atrium mit Glasdach, einem Showroom und einer eigenen Kantine bietet Platz auf über 12.000 m². Das Penthouse im dritten Obergeschoss ragt imposant über die unteren Stockwerke hinaus und schwebt förmlich über dem Baukörper. Die dynamische Formgebung des Neubaus unterstreicht den bereits bestehenden See. Lang gezogene, gebogene Elemente in weiß verleihen Leichtigkeit. Ein wichtiger Aspekt in der Konzeption ist der Dialog mit der Natur – großzügig angebrachte Türen gestatten den Gang ins Freie. Im oberen Stockwerk sind

eindrucksvoll begrünte Innenhöfe entstanden. Hoch technisiert, klimatisiert, bis ins Detail durchdachte Ausstattung wie z.B. LED-Beleuchtung, Akustikdecken - gleichzeitig als Kühldecken konzipiert -, automatische Jalousiensteuerung, Abwärmerückgewinnung – auch in Sachen Energie beweist das neue Gebäude größtmögliche Effizienz. Das eingeschossige, kompakt gelagerte Factory Outlet steht in exponierter Stellung auf dem Grundstück. Hell und freundlich ist der Store mit zwei weit geöffneten einladenden Seiten gestaltet. Wie beim Verwaltungsbau dominiert auch hier die Farbe Weiß. Die Blickachse verläuft vom Eingang durch den Verkauf in das grüne Schaufenster an der Gebäuderückseite. Die umlaufenden Aufkantungungen und das massive Dach fassen die verschiedenen Vor- und Rücksprünge und vorgehängten zweiten Fassadenebenen ein. Das Gebäude wird durch Fernwärme versorgt. Frei gespannte Konstruktionen ermöglichen einen Verkaufsraum ohne Stützen mit freier Nutzung und wandelbaren Objekteinbauten. Klimatisierung im Verkaufsraum und Fashion-Café, ein nutzerfreundlicher, barrierefreier Zugang und die großzügige Gestaltung des gesamten Stores garantieren eine hohe Nutzungsqualität für Mitarbeiter und Kunden.



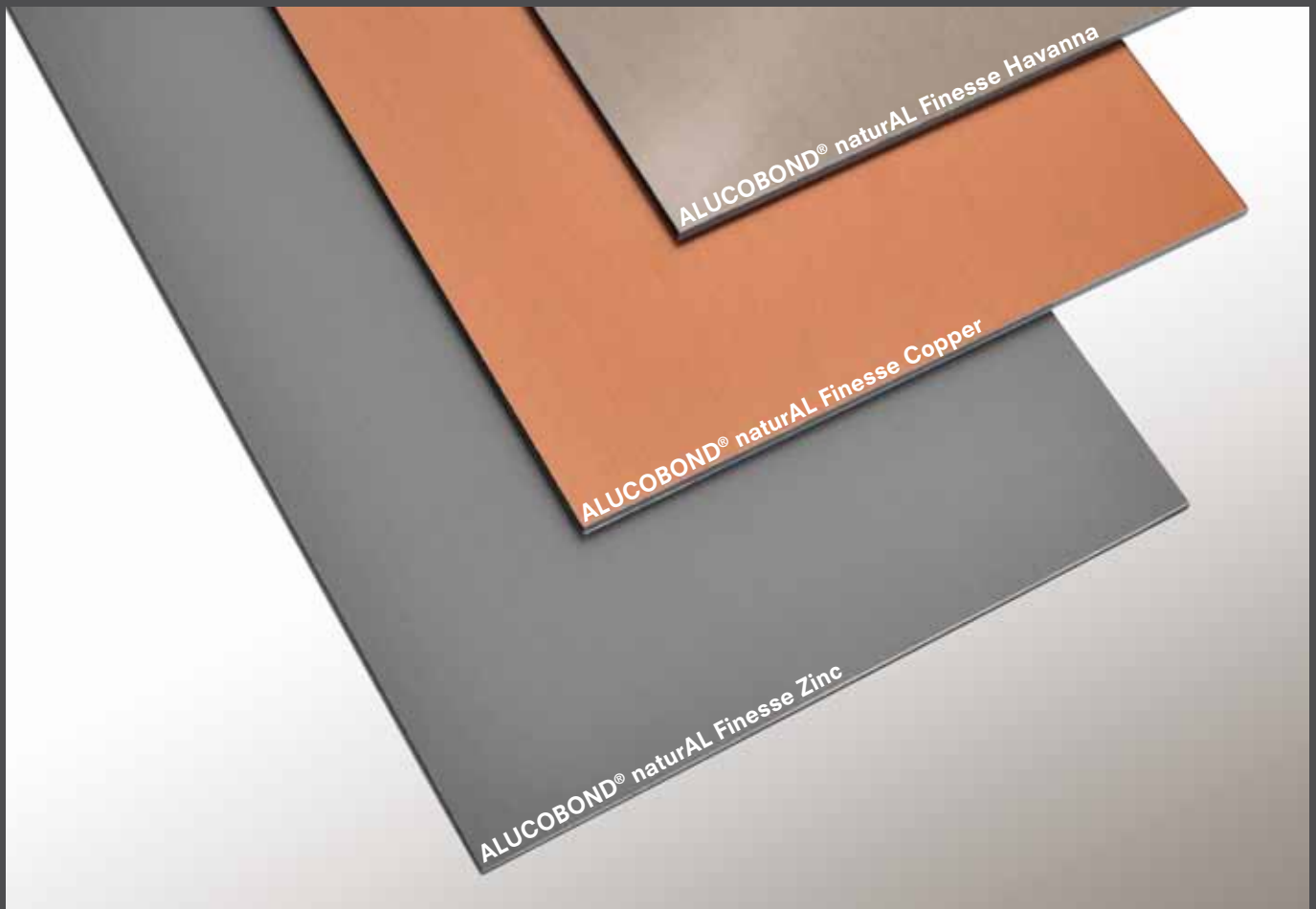
Key elements: splendid white and the dialogue with nature. Schlüsselemente: strahlendes Weiss und der Dialog mit der Natur



The Outlet Centre in exposed position. Das Outlet Centre in exponierter Lage.



Fashion Café in modern design Das Fashion Café in modernem Design



THE IDENTITY OF METAL SURFACES

is created by natural light reflexions and absorptions. This makes the unique look of ALUCOBOND® naturAL. The new naturAL series Finesse with the surfaces Havana, Copper and Zinc is a subtle rapprochement to real metals creating a refined metallic look, but convinces with the same unequalled material properties for which ALUCOBOND® is known: extraordinary flatness and rigidity, excellent formability, low weight and outstanding weather resistance. Additionally, the surfaces are easy to clean and care for, unlike other metal sheets (i. e. solid sheets with a brushed surface or real metals). Their weather resistance and corrosion behaviour are superior. Both attractive and ingenious, ALUCOBOND® naturAL is the ideal material for interior and exterior architecture with finesse.



3A Composites GmbH
Alusingenplatz 1
78224 Singen / Germany
info.eu@alucobond.com

DIE IDENTITÄT VON METALLISCHEN OBERFLÄCHEN

entsteht durch natürliche Lichtreflektion und -absorption. Das macht den einzigartigen Look von ALUCOBOND® naturAL aus. Die neue naturAL-Serie Finesse mit den Oberflächen Havana, Copper und Zinc ist eine subtile Annäherung an Echtmetalle mit den gleichen hervorragenden Materialeigenschaften, für die ALUCOBOND® bekannt ist: außergewöhnliche Planheit und Steifigkeit, maximale Verformbarkeit, geringes Gewicht sowie herausragende Witterungsbeständigkeit. Zusätzlich sind die Oberflächen im Vergleich mit anderen Metallen (z. B. Vollblech mit gebürsteter Struktur oder Echtmetalle) überlegen bei Bewitterung und Korrosion sowie sehr pflegeleicht hinsichtlich Reinigung und Instandhaltung. ALUCOBOND® naturAL ist das ideale Material für Innen- und Außenarchitektur mit Finesse.



www.alucobond.com

www.facebook.com/alucobond.europe