

JOURNAL

01
2020

Wünsche aus
der Bevölkerung

Die Metalli der
Zukunft

Zug entwickelt
sich weiter

Das «Journal»
jetzt auch
online lesen!



**LEBENSRAUM
METALLI – DIE VISION
NIMMT FORM AN**





Seite 4
SCHWERPUNKTTHEMA

Seit drei Jahren koordiniert Florian Diener die Tätigkeiten zur Weiterentwicklung zum Lebensraum Metalli. Was bisher geschah.

Seite 14
EINBLICK

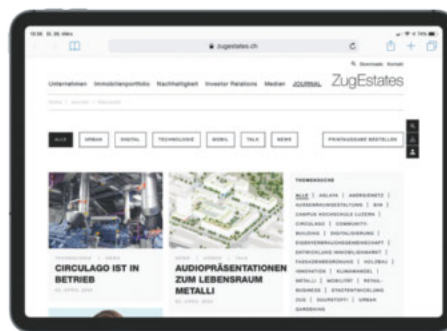
Michael Hauser trägt massgeblich zum raschen Projektfortschritt bei. Dieser Erfolg ist kein Zufall.

Mehr zum Lebensraum Metalli



Weitere Hintergrundinformationen zum Lebensraum Metalli wie beispielsweise Audiopräsentationen unserer Fachexperten finden Sie unter www.lebensraum-metalli.ch.

Online-Ausgabe



Unter www.zugestates.ch/journal finden Sie eine Vielzahl von Artikeln aus dem Tätigkeitsgebiet der Zug Estates. Wir wünschen viel Spass beim Lesen.

4
PROJEKTENTWICKLUNG
Die Vision nimmt Form an
Projektvorstellung durch den Gesamtprojektleiter Florian Diener

8
LEBENSRAUM METALLI
Die Metalli der Zukunft
Die wichtigsten Eckpunkte des Projekts

10
BEVÖLKERUNGSDIALOG
Wünsche aus der Bevölkerung
Das wünschen sich die Zugerinnen und Zuger

12
STADTENTWICKLUNG ZUG
3 Fragen an Stadtarchitekt Christian Schnieper

13
STÄDTEBAULICHES VARIANTENSTUDIUM
Würdigungen Wettbewerbsbeiträge
Die zwei weiteren Projekte aus dem städtebaulichen Variantenstudium

14
VERFAHRENSLEITUNG
Brückenbauer
Michael Hauser zu den Erfolgsfaktoren des Projekts

16
ARCHITEKTUR
Zug entwickelt sich weiter
Einblick ins Projekt durch den Architekten Markus Schaefer

18
GASTBEITRAG
Neue Flächen – neue Funktionen?
Marta Kwiatkowski vom Gottlieb Duttweiler Institut zur Zukunft des stationären Handels

22
NACHHALTIGKEIT
Zug Estates wird bald CO₂-frei
Circulago als Glücksfall



WIE SIEHT DIE METALLI IN ZUKUNFT AUS?

Zu Beginn unserer Überlegungen zur «neuen» Metalli stellten wir diese Frage nicht nur uns, sondern auch der Zuger Bevölkerung. Über 1000 Leute brachten sich mit ihren Gedanken und Vorschlägen ein.

Die Metalli solle noch mehr zu einem Teil der Stadt werden, auch nach Ladenschluss. Wünschenswert wäre ein vielfältiges Angebot für ein breites Publikum, mit ausreichend Raum für Lokales. Wichtig seien Orte mit einer hohen Aufenthaltsqualität in einer geschützten Atmosphäre. Und immer wieder wurde die hohe Wertschätzung für die heutige Metalli deutlich, die man nicht verlieren wolle.

Diese Anregungen haben wir mit in das städtebauliche Konkurrenzverfahren genommen, das wir gemeinsam mit der Stadt Zug ausgerichtet haben. Entstanden ist daraus die Weiterentwicklung zum Lebensraum Metalli: einem Ort der Begegnung für alle Zugerinnen und Zuger, mit lebendigen Plätzen, gedeckten Passagen und viel Grün. Am 12. März haben wir mit der Bekanntgabe des Siegerprojekts von Hosoya Schaefer / NYX ARCHITECTES ein wichtiges Etappenziel auf dem Weg zum Lebensraum Metalli erreicht.

Erfahren Sie auf den kommenden Seiten, womit das Projekt den Moderator des Verfahrens Michael Hauser überzeugte, welche Chancen Stadtarchitekt Christian Schnieper für Zug sieht und wie Projektleiter Florian Diener den weiteren Prozess für Zug Estates gestaltet. Und machen Sie sich darüber hinaus selbst ein Bild von der Zukunft der Metalli, das Projekt präsentiert sich ab Seite 5 ausführlich.

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung bis hierher. Die Entwicklung ist gestartet, spannende Jahre liegen vor uns. Wir laden Sie herzlich ein, diesen Weg weiter gemeinsam mit uns zu gehen und freuen uns auf die weiteren Schritte – mit Ihnen.

Peter Wicki
Leiter Projektentwicklung

Titelbild

Visualisierung
«Lebensraum Metalli»
Hosoya Schaefer
Architects, Zürich

IMPRESSUM

Herausgeberin
Zug Estates AG

Projektleitung und Redaktion
Philipp Hodel,
Leiter Kommunikation

Nächste Ausgabe
Herbst 2020

Copyrights
© Zug Estates AG, April 2020

Bilder
fotozug.ch (Seiten 4, 6, 10, 12, 14, 15),
Emanuel Ammon, Aura (Seite 22), A. Busslinger
Photography (Seite 23), weitere zur Verfügung
gestellt

Konzept/Design/Realisation
Linkgroup AG, Zürich, www.linkgroup.ch

Druck
Klimaneutral gedruckt auf
FSC-zertifiziertem Papier

 **Klimaneutral**
Druckprodukt
ClimatePartner.com/11665-1707-1001

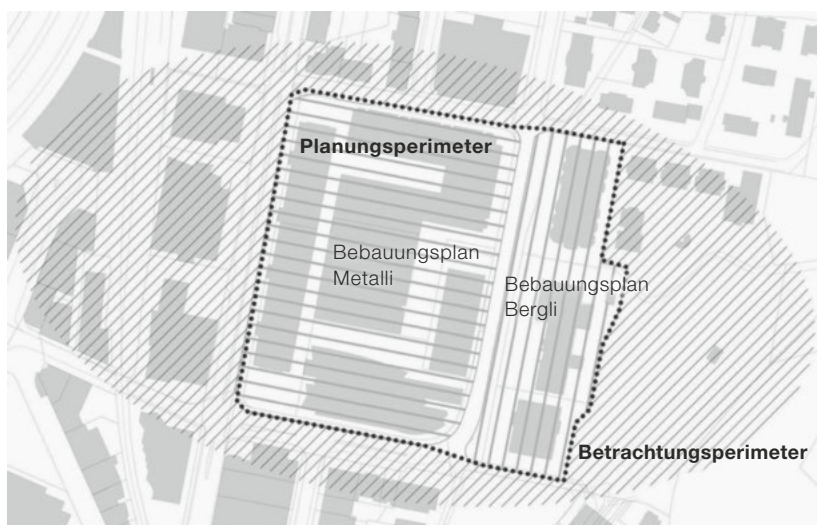




«Mitten in Zug
werden neue
Begegnungsorte
und Freiräume
entstehen.»

DIE VISION NIMMT FORM AN

Das Resultat des städtebaulichen Variantenstudiums steht fest. Seit rund drei Jahren betreut Gesamtprojektleiter Florian Diener das Projekt. Mit dem Resultat des städtebaulichen Variantenstudiums wurde ein wichtiger Meilenstein erreicht. Was bisher geschah.



Nachdem das Suurstoffi-Areal in Rotkreuz nahezu fertiggestellt ist, richtet Zug Estates ihren Fokus verstärkt auf das Areal im Zentrum von Zug. Dieses soll in den kommenden Jahren etappiert weiterentwickelt werden. Für Florian Diener, stellvertretender Leiter Projektentwicklung, ist dies nicht nur im Hinblick auf die Wachstumsstrategie des Unternehmens ein logischer Schritt. «Der Zeitpunkt für eine Neugestaltung ist ideal, weil bei der vor über 30 Jahren erbauten Einkaufs-Allee und dem Parkhaus Erneuerungsbedarf besteht.» Des Weiteren seien die Attraktivität des Standorts Zug und damit die Nachfrage nach Wohn- und Arbeitsraum ungebrochen hoch. Es soll aber nicht einfach mehr vom Gleichen gebaut werden. «Wir wollen mehr, als nur zusätzliche Wohnungen oder Büroflächen bauen. Mitten in Zug sollen neue Nutzungsmöglichkeiten, Begegnungsorte und Freiräume entstehen, die der Zuger Bevölkerung einen Mehrwert bieten. Im Fokus der geplanten Weiterentwicklung stehen die beiden Bebauungspläne Metalli und Bergli. Zug Estates besitzt angrenzend weitere Liegenschaften, die aber nicht im Planungsperimeter liegen.

Drei Weiterentwicklungsvarianten standen zur Diskussion:

kompletter Neubau

- wertvolle Substanz würde vernichtet
- Akzeptanz fraglich
- kaum ökonomischer Nutzen

Um- und Ausbau

- Werterhalt
- gezielte Nutzung brachliegender Potenziale

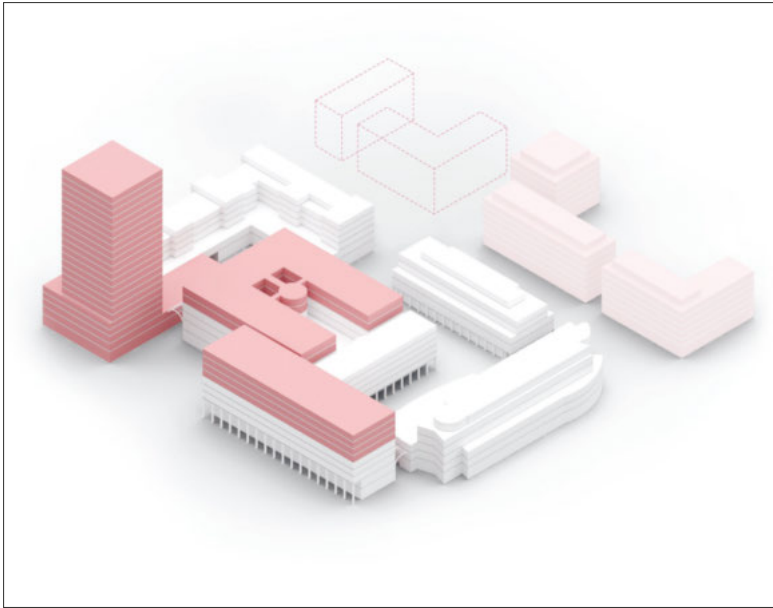
präferiert

«Pinselsanierung»

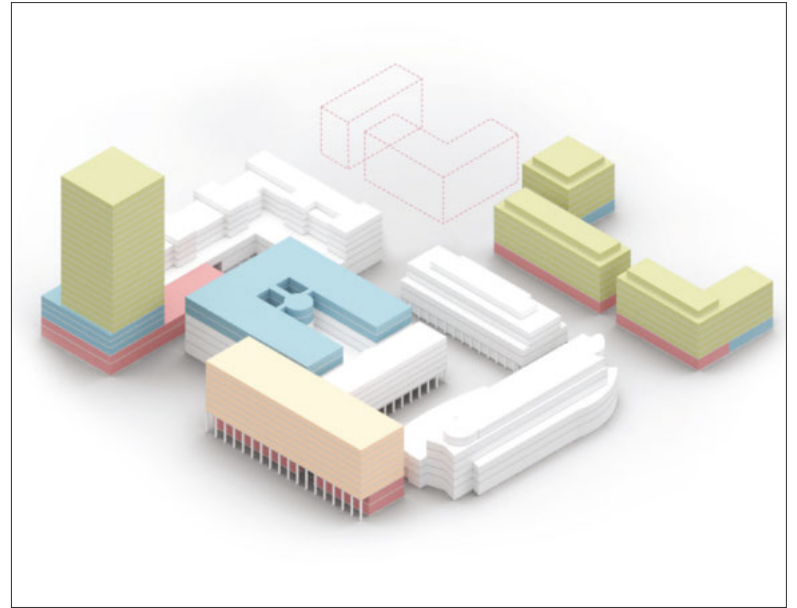
- beträchtlicher Aufwand
- kaum zusätzlicher Nutzen für Allgemeinheit und Beteiligte

Umbau statt Neubau

In welcher Form die Metalli weiterentwickelt werden soll, stand beim Planungsstart vor drei Jahren nicht fest. Zug Estates führte dazu eine Voranalyse durch und brachte verschiedene Szenarien ins Spiel. «Von einer Pinselsanierung bis hin zum kompletten Neubau stand alles zur Diskussion», erklärt Florian Diener. Verworfen wurden aber beide Extremvarianten. Die Verantwortlichen entschieden sich für einen Um- und Ausbau.



Die weissen Elemente zeigen die heutige Metalli. Ein grosser Teil der Bausubstanz bleibt erhalten. Alle neuen Elemente sind rosa dargestellt. Die Umsetzung in der Arealmitte und das Bergli (hellrosa) erfolgt etappiert zu einem späteren Zeitpunkt.



Die definitive Nutzungsverteilung wird in einer nächsten Projektphase konkretisiert. Fest steht, dass die Nutzung vielfältiger sein wird und die Metalli mehr Platz für Lokales bieten soll.

Florian Diener ist von der gewählten Um- und Ausbauvariante überzeugt. «Ein kompletter Neubau liesse sich kaum rechnen und wäre in der Zuger Bevölkerung schwer zu rechtfertigen. Bei der gewählten Variante können hingegen viele identitätsstiftende Elemente wie das Glasdach der Passage übernommen werden.» Die grössten Bau-massnahmen sind sehr gezielte, lokal beschränkte Eingriffe. Zum einen soll ein 70 Meter hohes Gebäude beim heutigen Bärenplatz entstehen. Zum anderen soll das Gebäude entlang der Baarerstrasse aufgestockt werden. Weitere bauliche Massnahmen in der Arealmitte sowie an der Industriestrasse sind erst in weiteren Etappen geplant. Zu den künftigen Nutzungen lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt noch nichts Abschliessendes sagen. «Wir haben viele Varianten durchgespielt. Unter anderem ziehen wir den Umzug des Parkhotels Zug an die Baarerstrasse in Betracht. Wir werden die Nutzungsthematik bis Mitte Jahr konkretisieren. Klar ist aber, dass die heutigen Qualitäten des Areals erhalten bleiben sollen. Hierzu zählt der gute Angebotsmix des Einkaufszentrums.»



Florian Diener

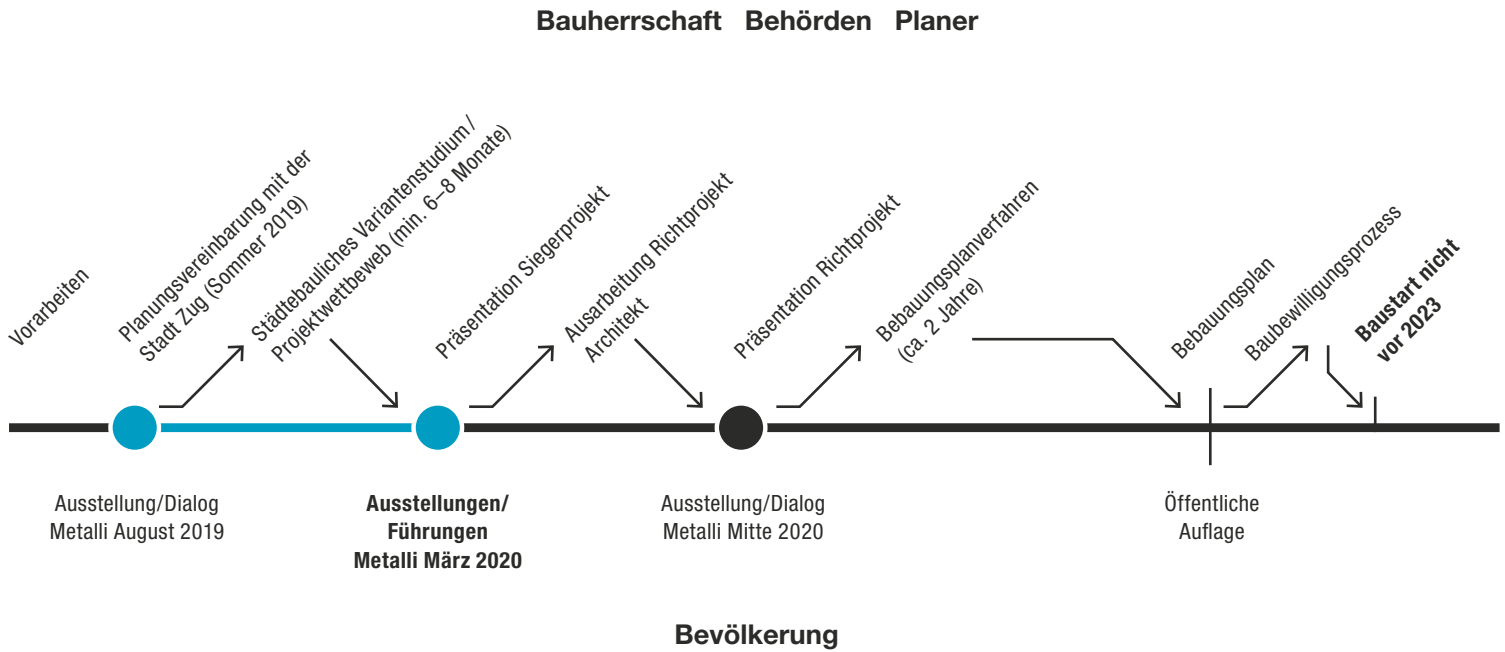
Florian Diener ist der stellvertretende Leiter der Projektentwicklung und arbeitet seit sechs Jahren bei Zug Estates. Er hat eine Ausbildung zum lic. iur. abgeschlossen und besitzt einen MSc in Real Estates (CUREM).

Für den Lebensraum Metalli koordiniert er parallele Prozesse wie Wirtschaftlichkeitsberechnung, Nutzungsanalyse, Anspruchsgruppenkommunikation oder das städtebauliche Variantenstudium.

Überzeugende Lösung

Das rund um das Architektenteam von Hosoya Schaefer entstandene Projekt erfüllt die von Zug Estates gestellten Ansprüche. Die wertvolle Bausubstanz wird grösstenteils erhalten. Eine neue Wegführung zum Bahnhof und in die umliegenden Quartiere führt zu einer besseren Vernetzung. Zudem erhöhen unterschiedlich nutzbare Plätze die Aufenthaltsqualität und schaffen Raum für Begegnungen. Mit dem Hochpunkt kann die angestrebte Verdichtung erreicht werden, ohne auf zusätzlichen Freiraum verzichten zu müssen. Nicht zuletzt wurden diverse Bedürfnisse aus der Bevölkerungsumfrage aufgenommen (siehe Seite 10).

PHASENPLAN



«Bis Mitte 2020 werden wir das Richtprojekt fertigstellen. Baustart ist nicht vor 2023.»

vor 2023. Der endgültige Baustart wird nicht zuletzt auch vom Willen der Politik und der Bevölkerung abhängen. Hier sieht der Gesamtprojektleiter das grösste Risiko. «Die Akzeptanz des Projekts bei der Bevölkerung ist entscheidend. Kommt der Bebauungsplan vors Volk oder wird die Baugenehmigung durch Einsprachen verzögert, wird sich der Planungsprozess in die Länge ziehen.» Zug Estates ist diesbezüglich nicht untätig und holt die Bevölkerung sowie die wichtigsten Anspruchsgruppen frühzeitig mit ins Boot. «Wir kommunizieren transparent alle Projektfortschritte und stellen uns jederzeit zum Dialog zur Verfügung. Dieses Angebot wurde bereits von diversen Seiten in Anspruch genommen und wir haben damit sehr gute Erfahrungen gemacht. Zudem setzten wir auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Stadt Zug.»

Akzeptanz in der Bevölkerung: das Zünglein an der Waage

Ein Datum, das vor allem die Mieterinnen und Mieter der Metalli beschäftigt, ist der Baustart. «Wir stehen immer noch zu Beginn des Projekts», erklärt Florian Diener. «Bis Mitte 2020 wollen wir das Richtprojekt fertigstellen und einreichen. Basierend darauf wird die Stadt Zug den Bebauungsplan erstellen. Diese Phase dauert inklusive des ganzen Bewilligungsverfahrens rund zwei Jahre.» Aufseiten Zug Estates rechnet man nicht mit einem Baustart

DIE METALLI DER ZUKUNFT

Wichtig: Dies ist noch nicht das endgültige Bauprojekt. Die aktuellen Planungsarbeiten werden die Grundlage für einen Bebauungsplan bilden. Dieser formuliert alle gesetzlichen Rahmenbedingungen für die künftige Realisierung des Lebensraums Metalli. Erst wenn dieser ausgearbeitet und genehmigt ist, ist der Weg frei für einen etappenweisen Entwurf und die Realisierung von Teilprojekten.



1. Mehr Platz für Begegnung

Die Metalli wird auch mit neuen Wegen und weiteren, kleineren Plätzen als Begegnungsraum attraktiver und besser mit ihrer Umgebung vernetzt.



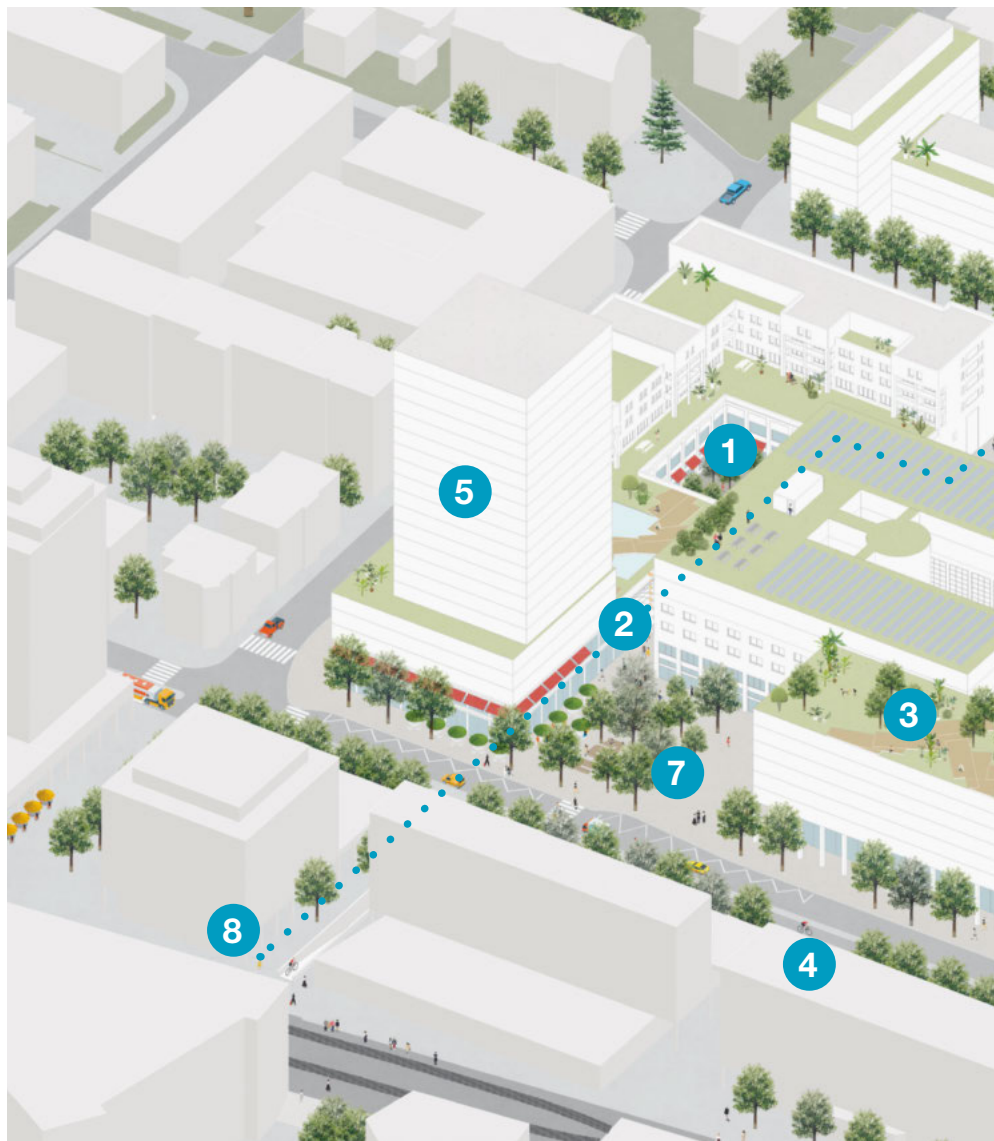
8. Direktere Verbindungen

Der Platz liegt an der neu geschaffenen direkten Fussgängerachse vom Bahnhof über die Industriestrasse bis zum Erholungsraum Bergli. Zur Verdeutlichung der städtebaulichen Idee ist hier und in weiteren Bildern die geplante Bebauung westlich der Baarerstrasse mit eingezeichnet. Sie gehört jedoch nicht zur Planung der Zug Estates.

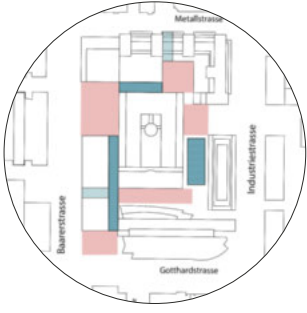


7. Attraktive Freiräume

Der Metallplatz ist das Herzstück des Freiraums im Lebensraum Metalli. Er bietet vielseitige und attraktive Nutzungsmöglichkeiten.



Schematische Visualisierung der aktuellen Überarbeitung der Studie der Hosoya Schaefer Architects, Zürich. In diesem Projektstadium werden erst die Grundlagen für einen Richtplan erarbeitet, der verbindlich die Rahmenbedingungen für die Weiterplanung regelt. Wie die Bebauung schliesslich konkret und im Detail aussehen wird, dazu lässt sich zum heutigen Zeitpunkt noch keine Aussage machen.



2. Geschützte Passagen

Die beliebte heutige Glasdach-Passage wird durch weitere ergänzt. Diese Passagen (blau) verbinden die offenen Plätze (rosa).



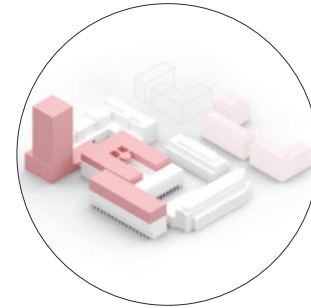
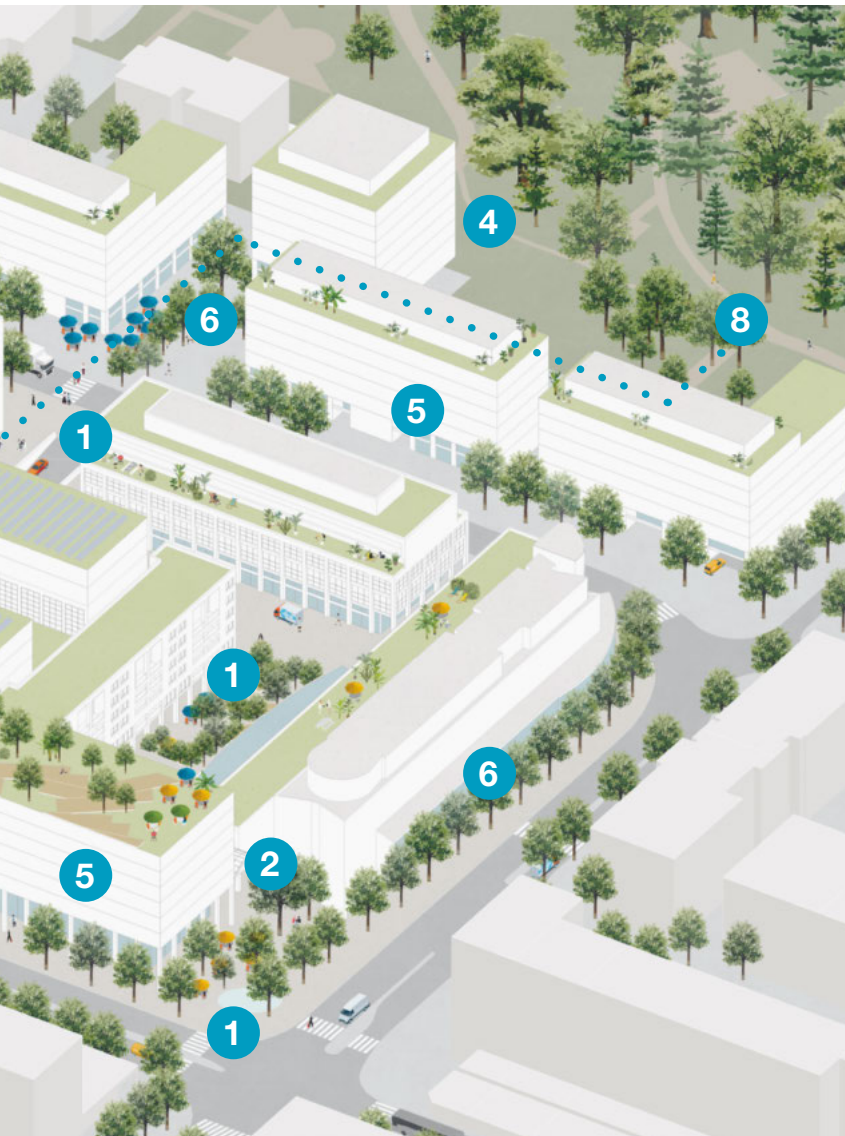
3. Weitere Grünflächen

Der Lebensraum Metalli wird viel grüner als heute. Auch die Dächer einzelner Neubauten werden begrünt und als zusätzlicher Freiraum genutzt (beispielhaftes Foto).



4. Höhere Biodiversität

Das Bepflanzungskonzept sieht einen kontinuierlichen Übergang von der städtischen Flora auf der Bahnhofseite und der natürlich gewachsenen der im Osten angrenzenden Landschaft Bergli.



5. Mehr Raum für neue Nutzungen

Die Nutzung wird vielfältiger. Neben Ladengeschäften werden die Bereiche Wohnen, Büro, Hotellerie, Gastronomie, Bildung gestärkt sowie mit Lokal- und Kulturangeboten erweitert.

Viele Elemente der heutigen Metalli bleiben bestehen (weiss dargestellt). Die konkrete Nutzungsverteilung in den Neubauten steht noch nicht fest. Die Umsetzung erfolgt in Etappen (der Teil Bergli zuletzt).



6. Zusätzliche Veloparkplätze

Der Langsamverkehr wird gefördert, zum Beispiel mit zusätzlichen Veloabstellplätzen. Dazu wird auch eine Beruhigung auf den umgebenden Kantonsstrassen durch raumgestalterische Massnahmen angestrebt.

Das Projektteam

Hosoya Schaefer Architects AG

NYX ARCHITECTES

Lorenz Eugster Landschaftsarchitektur und Städtebau GmbH

TEAMverkehr.zug ag

WÜNSCHE AUS DER BEVÖLKERUNG

Zugerinnen und Zuger haben Antworten zur Frage «Wie soll sich der Lebensraum Metalli entwickeln?» formuliert. Die Resultate aus diesem Dialog sind in den aktuellen Planungsstand eingeflossen und bilden für die nächsten Entwicklungsschritte eine wichtige Basis.





Die Metalli soll ihre heutigen Qualitäten mit dem ausgezeichneten Angebotsmix behalten, aber vermehrt zu einem Ort der Begegnung werden.

Das Angebot soll nebst Läden auch nicht kommerzielle Aktivitäten bieten (z. B. Sitzplätze ohne Konsumationszwang) und auch nach Ladenschluss für Ausgang und Begegnung attraktiv sein.

Die mit Glas gedeckte Passage wird geschätzt, man wünscht sich für die Metalli weiterhin eine ähnliche Lösung.

Die Metalli soll für Fussgänger und Langsamverkehr besser mit der Umgebung vernetzt sein.

Der Lebensraum Metalli soll für breite Zielgruppen zugänglich sein, auch bezahlbaren Wohnraum und generell niederschwellige Angebote umfassen.

Ein Stadtplatz soll das in den letzten Jahren gewachsene Zentrum beim Bahnhof zwischen Zug und Baar beleben.

Lokales soll wieder mehr Platz erhalten, z. B. Pop-up-Stores und andere Möglichkeiten von spontanen oder temporären Nutzungen für Zugerinnen und Zuger.

Man wünscht sich eine intensiv begrünte, nachhaltige und ökologische Metalli.

Die Metalli soll Ausstrahlung mit architektonischen und städtebaulichen Highlights haben.

Über 1000 Leute nutzten die Möglichkeit zum persönlichen Gespräch mit unserer Geschäftsleitung und den Projektverantwortlichen oder teilten uns ihre Ideen, Wünsche auf Handzetteln, per E-Mail oder über die Website mit.



3 FRAGEN AN STADTARCHITEKT CHRISTIAN SCHNIEPER



**Christian
Schnieper**

Christian Schnieper (41) hat einen Master of Architecture der Frank Lloyd Wright School of Architecture. Er arbeitete in Berlin und als selbständiger Architekt in Los Angeles, bevor er in Zug die Detail21 Architekten gründete. Seit 2015 ist er Stadtarchitekt der Stadt Zug und zeichnet für die Qualität des gebauten Lebensraums verantwortlich.

Wie sehen Sie die Entwicklung der Stadt Zug?

Die Stadt Zug wird sich im nächsten Jahrzehnt räumlich stark weiterentwickeln. In der geplanten Verdichtung der Stadt sehe ich eine grosse Chance. Dieses Wachstum gilt es als Motor für qualitative Verbesserungen zu nutzen.

Wo sehen Sie das grösste Verbesserungspotenzial?

Wir brauchen im ganzen Stadtgebiet mehr öffentlich zugängliche Plätze mit unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten. Des Weiteren sollen sich die Fussgänger viel besser und direkter durch die Stadt bewegen können. Auch müssen wir uns vom bis dato vorherrschenden Zonendenken verabschieden. Arbeiten, Wohnen, Freizeit- und Gastronomieangebote sollen wieder viel stärker durchmischt werden.

Welche Rolle spielt die Metalli in der Stadtentwicklung?

Die Metalli ist durch ihre Lage im Zentrum von Zug ein zentraler Baustein unserer Strategie zur Weiterentwicklung der Stadt. Das Resultat des städtebaulichen Variantenstudiums hat bereits in dieser relativ frühen Projektphase eine hohe Qualität und setzt unsere Anforderungen bezüglich Vernetzung, Aufenthaltsqualität der Freiräume, aber auch hinsichtlich Verdichtung nach innen vorbildlich um.

WÜRDIGUNGEN

WETTBEWERBSBEITRÄGE

Neben dem Siegerprojekt um Hosoya Schaefer Architekten haben zwei weitere Teams am Wettbewerb zum städtebaulichen Variantenstudium teilgenommen. Eine Kurzvorstellung.



Baukontor Architekten

Caruso St John Architects AG
Müller Illien Landschaftsarchitekten
IBV Hüsler AG, Verkehrsplanung

Der Vorschlag dieses Teams sah einen Platz vor, der aufgrund seiner Dimension die bisherigen Plätze in Zug weit übertroffen hätte. Die Jury betrachtete diesen Freiraum als zu gross. Ihn mit Leben zu füllen, wäre schwierig gewesen. Zudem hätten andere Bereiche stark verdichtet werden müssen. Bestochen hat das Projekt mit seinen einfachen, erprobten städtebaulichen Grundregeln. Es lieferte zahlreiche wertvolle Hinweise und befruchtete die Diskussion.



Huggenbergerfries Architekten AG

Hager Partner AG
Modellbau Zaborowsky GmbH

Zentraler Gedanke des Projekts war eine Ringpromenade mit vielen kleinen Plätzen, die um eine starke Arealmitte organisiert wird. Zudem wurden zwei Hochpunkte von 48 und 60 Meter vorgeschlagen. In der Gesamtbewertung bietet das Projekt eine innovative städtebauliche Idee. Bei der schrittweisen Umsetzung wäre aber den neuen Ertragsflächen allzu viel wertvolle bauliche Substanz zum Opfer gefallen.

BRÜCKEN- BAUER

Michael Hauser begleitet den Prozess der Verfahrenskoordination als externer Berater. Dass das Projekt so rasch fortschreitet, ist kein Zufall.

Das Projekt «Lebensraum Metalli» wird das Stadtbild von Zug prägen. Alle eingereichten Wettbewerbsbeiträge werden daher massstabsgetreu gebaut und zur Beurteilung ins Zuger Stadtmodell eingesetzt.



«Die Weiterentwicklung der Metalli ist sowohl für die Zug Estates als auch für die Stadt Zug ein Schlüsselprojekt.»



Michael Hauser

Michael Hauser (55) betreibt seit 2017 ein Unternehmen für Orts- und Immobilienentwicklung. Von 2007 bis 2017 war er Stadtbaumeister von Winterthur. Er absolvierte ein Architekturstudium an der ETH Zürich und an der EPF Lausanne und besitzt ein Executive MBA für höhere Führungskräfte der Universität Zürich.

Michael Hauser, beschreiben Sie Ihre Rolle in diesem Projekt.

Die Weiterentwicklung der Metalli ist sowohl für die Zug Estates als auch für die Stadt Zug ein Schlüsselprojekt. Ich sehe mich in erster Linie als Moderator im Prozess der Verfahrenskoordination, der dafür sorgt, dass alle Beteiligten ihre Fragen und Anliegen stufen- und zeitgerecht einbringen können. Indem ich Gespräche und Diskussionen in Gang bringe und leite, kommen wir Schritt für Schritt weiter.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit zwischen Zug Estates und der Stadt Zug?

Positiv, konstruktiv und sehr professionell. Alle investieren viel ins Projekt. So konnte in letzter Zeit ein grosses, gegenseitiges Vertrauen aufgebaut werden. Dies ist keine Selbstverständlichkeit. Ich stelle fest, dass beide Akteure mit dem nötigen Pragmatismus ans Werk gehen und bei heiklen Fragen immer wieder Lösungsbereitschaft und Verhandlungsspielraum signalisieren. Inhaltlich haben die beiden Parteien einen

unterschiedlichen Fokus, was sich aber durchaus verbinden lässt. Bei den Verfahrensdiskussionen ist es zudem äusserst hilfreich, dass das Reglement der Stadt Zug einen klaren Rahmen setzt.

Ist die partnerschaftliche Vorgehensweise der Schlüssel zum Erfolg?

Der rasche Projektfortschritt bestätigt, dass das Sich-aufeinander-Einlassen und die gemeinsame Planung ein konstruktiver, zielführender Weg sind. Heikle Fragen und Diskussionen lassen sich nicht «aussitzen». Es lohnt sich also, gleich zu Beginn unvoreingenommen aufeinander zuzugehen, das Vorgehen gemeinsam zu gestalten und die Standpunkte Zug um Zug zu klären.



Sie haben die Jury durch das im Dezember 2019 abgeschlossene qualitätssichernde Konkurrenzverfahren (QKV) begleitet. Was gab zusammenfassend den Ausschlag für das gewählte Projekt?

Das Siegerprojekt setzt auf vielfältige, ausgewogene und gut angeordnete Freiräume. Die Wegführung im Areal wurde bestens gelöst und wirkt sehr intuitiv. Das Projekt stärkt die Vernetzung der Metalli mit dem Stadtraum, der sie umgibt. Als weiteren positiven Punkt erachte ich, dass das Hochhausleitbild verständlich und adäquat interpretiert wurde. Der Hochpunkt fügt sich gut ins Stadtbild ein und wurde mit 70 Metern nicht bis zum möglichen Maximum von 80 Metern ausgereizt.

Wie schwierig war die Konsensfindung in der Jury?

Alle drei Teams haben sehr gute Arbeit geleistet, da bleibt die Qual der Wahl. Das Projektteam um Hosoya Schäfer hat letztlich durch seine ortsbauliche Setzung, den hochwertigen öffentli-

«Das Sich-aufeinander-Einlassen und die gemeinsame Planung sind ein konstruktiver, zielführender Weg.»

chen Raum und die angemessene Dichte überzeugt. Wir investierten zudem im Vorfeld bereits viel Zeit. Dazu gehörten die Zwischenpräsentationen der Teams, die mit einem Coaching durch Experten einhergeht und auch Kennzahlenvergleiche zulässt. Wir konnten uns über eine längere Phase mit den Projekten befassen und stellten eine ständige Weiterentwicklung fest. Auf dem Weg gab es auch deutliche Erkenntnisgewinne in der Jury. Dies half beim finalen Entscheid.

Was nehmen Sie persönlich aus Ihrer Tätigkeit mit auf den Weg?

Es lohnt sich, der Komplexität in die Augen zu schauen. Und: Das Bauen im Bestand hat ganz andere Anforderungen an die Kommunikation. Viel früher werden Aussagen zu Themen erwartet, die gemäss Entwicklungsprozess noch gar nicht abschliessend diskutiert wurden. Zudem sind die bestehende DNA eines Ortes und die nach wie vor hohe Identität der Bevölkerung mit der Metalli ernst zu nehmen.

ZUG ENTWICKELT SICH WEITER

Das Architekturbüro Hosoya Schaefer hat die Jury mit ihrem Konzept überzeugt. Architekt Markus Schaefer zu den Hintergründen und Vorzügen seines Projekts.

Sie haben sich im Rahmen dieses Verfahrens intensiv mit der Metalli beschäftigt. Können Sie etwas zu den Anfängen des Einkaufszentrums sagen?

Markus Schaefer: Die Metalli war eine hervorragende Lösung für eine Stadt im Wandel wie Zug. Sie entstand, nachdem Industrietätigkeiten abgebaut oder verlegt wurden. In dieser Phase wusste niemand, wie sich die Stadt weiterentwickeln wird. Ende der 1980er-Jahre gebaut, brachte die Metalli Stabilität, Sicherheit und funktionale Räume – ideal für eine postindustrielle Zeit.

Haben sich die Voraussetzungen in der Zwischenzeit geändert?

Ja, und zwar grundlegend. Die Stadt Zug wird erwachsen und demzufolge immer städtischer. Die Stadtverantwortlichen haben sehr konkrete Vorstellungen, wie und wohin sich Zug entwickeln soll. Zudem liegt die Metalli heute nicht mehr wie vor 30 Jahren am Stadtrand, sondern äusserst zentral. Ausserdem haben sich im Laufe der Zeit die Anforderungen an einen Standort direkt angrenzend zum Bahnhof geändert.

Welches sind die zentralen Gedanken bei Ihrem Weiterentwicklungsprojekt?

Wir lösen die Metalli aus ihrem Inseldasein heraus und vernetzen sie mit ihrer städtischen Umgebung. Darüber hinaus verbessern wir die Zugänglichkeit für Fussgänger zu den umliegenden Quartieren, dem Bahnhof und zum Naher-



Markus Schaefer

Markus Schaefer hat einen Master of Architecture der Harvard-Universität. Er besitzt zudem einen Master in Neurobiologie der Universität Zürich. Er und sein Team haben bereits mehrere internationale Awards gewonnen.

«Der Fokus wird auf das Schaffen von Raum für Begegnung und sozialen Austausch gelegt. Die geplanten Plätze sind Teil eines ausgewogenen, gut organisierten und attraktiven Freiraumsystems.»

holungsgebiet Bergli, mehrere Plätze mit individuellem Charakter und unterschiedlicher Funktion sollen entstehen. Der Fokus wird auf das Schaffen von Raum für Begegnung und sozialem Austausch gelegt. Die geplanten Plätze sind Teil eines ausgewogenen, gut organisierten und attraktiven Freiraumsystems. Der grösste – auf den Bahnhof ausgerichtete Platz – dient als Treffpunkt. Unser Konzept sieht ebenfalls vor, die Zugänglichkeit für Radfahrer zu verbessern und die Anordnung der Abstellanlagen zu optimieren.

Neben neuen Freiräumen entstehen zusätzliche Mietflächen. Welche Anforderungen müssen diese erfüllen?

Der traditionelle Mix aus Retail, Büro und Wohnen verändert sich in allen Bereichen. Getrieben durch die Digitalisierung, wird zunehmend online eingekauft und der Druck auf den stationären Handel steigt. Retail muss abenteuerlicher, interessanter und gesellschaftlicher werden. Das Vergnügen rückt künftig in den Vordergrund. Die Einteilung der Büroflächen muss flexibler gestaltet werden. Und nicht zuletzt sind in Stadtzentren vermehrt kleinere Wohnungen gefragt. Diesen Entwicklungen muss die «Metalli der Zukunft» Rechnung tragen.

Die Metalli funktioniert heute sehr gut. Weshalb soll etwas an diesem Zustand geändert werden?

Dies ist eine berechtigte Frage. Denn: im Moment funktioniert die Metalli noch sehr gut.

Doch wie bereits erwähnt, ändern sich Lebensgewohnheiten, Einkaufsverhalten und Anforderungen an moderne Büroflächen rasant. Damit die Metalli zukünftigen Bedürfnissen und Trends gerecht werden kann, müssen wir die Weiterentwicklung heute in die Hand nehmen. Die Planung und Umsetzung dauert viele Jahre. Der Umbau von Zentren, welche in den 1960er- bis 1980er-Jahren gebaut wurden, wird die Schweiz in Zukunft immer häufiger beschäftigen. Die Metalli übernimmt dabei zweifelsohne eine Vorreiterrolle. Ich denke, wir haben mit dem Projekt grosse Chancen, schweizweit ein Zeichen zu setzen.

«Ich denke, die Eigentümer und die Stadt Zug haben mit dem Projekt grosse Chancen, schweizweit ein Zeichen zu setzen.»

Worin liegen die grössten Herausforderungen in diesem Projekt?

Während die Gründe für die Umnutzung und Überbauung von ehemaligen Industriearialen, die nicht mehr gebraucht werden, der Bevölkerung kaum erklärt werden müssen, besteht bei Zentren wie der Metalli deutlich mehr Erklärungsbedarf. Des Weiteren muss es gelingen, die Metalli in die Zukunft zu führen, ohne die beste-

hende Identität zu verlieren. Daher sind wir bei der Planung mit der nötigen Vorsicht ans Werk gegangen.

Was haben Sie aus dem Dialog mit der Bevölkerung mitgenommen?

Die engagierten Rückmeldungen aus der Bevölkerung machten uns wiederholt bewusst, welche hohe Akzeptanz die Metalli genießt und wie stark sich die Zugerinnen und Zuger mit ihr identifizieren. Deshalb ist bei der Weiterentwicklung grosse Aufmerksamkeit unsererseits gefordert. Ehrlich gesagt: Eine Verbesserung wird nicht einfach werden. Das Bedürfnis nach mehr Begegnungsmöglichkeiten können wir bestimmt berücksichtigen. Über viele konkrete Wünsche kann aber erst später entschieden werden, da wir uns noch immer in einer frühen Planungsphase befinden. Wir schaffen derzeit die Grundlage, damit die Metalli von morgen den eingangs erwähnten gesellschaftlichen Entwicklungen Rechnung tragen und der Bevölkerung einen Mehrwert bringen kann.

Wieso haben Sie sich für ein Hochhaus entschieden?

Der zentrale Hochpunkt mit einem rund 70 Meter hohen Bau erlaubt es uns, die gewünschten Freiräume auf dem Areal zu schaffen. Die von Zug Estates entwickelte Suurstoffi zeigt exemplarisch auf, wie das gelingen kann. Meiner Meinung nach fügt sich das Hochhaus gut in die Silhouette der Stadt ein und wirkt nicht dominant.

Die Klimadebatte hält auch beim Städtebau Einzug. Was heisst das für die Stadtentwicklung?

Grundsätzlich helfen viel Grün und Wasserflächen, dem sogenannten Hitzeinseleffekt vorzubeugen. Beim Projekt in der Metalli denken wir an begrünte Dächer, Fotovoltaikanlagen zur Produktion sauberer Energie und den Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen in der Aufstockung von Gebäuden. Zudem wird auch der Seeenergieverbund Circulago integriert. Der neue Lauriedhof vor der Migros wird ein introvertierter Hof und erhält dank engen Gassen und einem begrünten Platz ein kühleres Mikroklima.

HOSOYA SCHAEFER ist ein Architekturbüro für Entwurf, Strategie und Forschung. Es wurde 2003 von Markus Schaefer und Hiromi Hosoya gegründet. Im Austausch mit einem internationalen Netzwerk von Projektpartnern arbeitet das Büro an Gebäudeentwurf und Ausführung, Städtebau, Medieninstallationen, strategischer Planung und Beratung.

NEUE FLÄCHEN – NEUE FUNKTIONEN?

Der stationäre Handel ist im Umbruch. Auch die Metalli kann sich dieser Entwicklung nicht verschliessen. Marta Kwiatkowski, Senior Researcher & Deputy Head Think Tank des Gottlieb Duttweiler Instituts, gibt einen Ausblick in eine mögliche Zukunft.

Nehmen wir es vorweg: Stationären Handel, wie wir ihn traditionell kennen, wird es in Zukunft nicht mehr geben. Es gibt ihn bereits heute nicht mehr. Kein Händler, sei er noch so klein, findet ohne digitale Verstärker statt. Selbst wenn sich der Händler scheinbar sämtlichen digitalen Kanälen entzieht, tun es die Konsumenten nicht. Faktisch sind sie ständig und überall online. So stehen sie möglicherweise im lokalen Eisenwarengeschäft, weil sie auf einem Instagram-Post eines Kollegen die gewünschten Beschläge gesehen haben – Hashtag #blackironmounting #berlin. Das Geschäftsmodell des Händlers mag zwar noch margen- und flächengetrieben sein, ein isoliertes Konzept ist es nicht mehr.

Wenn wir heute über traditionellen Handel sprechen, meinen wir noch immer Fläche: Handelsfläche, Lagerfläche, Nutzfläche und natürlich Umsatz pro Quadratmeter. Doch Fläche ist längst nicht mehr ein Schaulager; sie hat verschiedene Funktionen und Qualitäten. Nehmen wir exemplarisch das Bild einer Stadt. Sie bietet Logistikkaum, der unsere Effizienz organisiert. Erholungsraum wie Parkanlagen, Aussichtspunkte oder Sitzgelegenheiten. Natürlich Rückzugsraum wie unsere privaten vier Wände, wo wir vor sozialer Kontrolle geschützt sind und uns entspannen können. Oder auch Raum für Inspiration wie Museen oder Architektur, die das Wohlbefinden prägen. Orte des sozialen Austausches und natürlich seit eh und je Orte des Handels und Konsums. Doch diese Trennung von Orten nach Funktionen, wie sie beispielsweise der Schweizer Architekt Le Corbusier propa-



Marta Kwiatkowski

An der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften und an der Zürcher Hochschule der Künste absolvierte sie den Master in Advanced Studies in Customer Relationship Management (CRM) und den Master of Advanced Studies in Curating.

Sie hat verschiedene leitende Funktionen im Marketing der Schweizerischen Bundesbahnen SBB und davor in der Softwarebranche besetzt. In diesen Funktionen setzte sie sich überwiegend mit kundenzentrierten Themen wie Bedürfnissen, Verhaltenspräferenzen, Loyalität, Vertrauen und Anreizmodellen auseinander.

gierte, löst sich zusehends auf. Wir essen im öffentlichen Raum, erledigen Privates auch mal bei der Arbeit, halten in Museen Workshops ab.

Die Entortung des Konsums

Diese Fluidität der Orte hat insbesondere zwei Gründe: Zum einen ist es uns dank der digitalen Verfügbarkeit von Informationen jederzeit und überall möglich, Zugang zu Dienstleistungen und Angeboten zu erhalten oder uns sozial zu vernetzen. Der physische Aufenthaltsort ist dadurch mit dem mentalen nicht mehr zwingend kongruent. Zum anderen sind wir mobiler denn je. Unsere Mobilität und unser Aktionsradius nehmen stetig zu. Dass wir immer mehr unterwegs sind, verändert unsere Routinen. Wir kaufen ein, wo immer es gerade praktisch erscheint und etwas schnell und bequem zugänglich ist. Vertrieb ist heute überall, der Konsum ist entortet und damit auch der Handel. Die Konsumenten stehen im Zentrum eines neuen Ökosystems, das über verschiedene Kanäle hinweg funktioniert. Inspiration, Information und Transaktion finden nicht mehr an ein und demselben Ort – also im Laden – statt. Für die Konsumenten ist dies ein permanenter und simultan funktionierender Prozess.



In Wien wird die moderne Version eines Traditionswarenhauses mit einem Mix aus Shopping, Gastronomie, Hotel und konsumfreien Zonen entstehen. Das Projekt ist ein starkes Signal für die Zukunft des stationären Einzelhandels.

© APAweb / OMA

«Vertrieb ist heute überall, der Konsum ist entortet und damit auch der Handel. Die Konsumenten stehen im Zentrum eines neuen Ökosystems, das über verschiedene Kanäle hinweg funktioniert.»

Die neuen Funktionen der Fläche

In diesem Ökosystem gilt es zu verstehen, welche Rolle die physische Fläche noch einnimmt. Weitverbreitet gilt die Meinung, Händler müssten jetzt Erlebnisse bieten. Traditionell kennen wir das vom Luxussegment, welches Marken in Flagship-Stores inszeniert und eine Welt der Wünsche und Träume erschafft. Ein aktuelles Beispiel ist The Row, das Fashion-Label der Schauspielerinnen Mary-Kate und Ashley Olsen. In den schicken Townhouses des Labels in New York, Los Angeles und London betritt man keinen Laden. Vielmehr fühlt man sich privilegiert, in eine privat anmutende Atmosphäre eintauchen und ein Freund der Familie sein zu dürfen. Kunst, die auch in einem Museum hängen könnte, und Mid-Century-Möbel, die auch gekauft werden können, bilden den Rahmen für das eigentliche Produkt, die Kleider.

Auf Erlebnis setzt auch Gentle Monster. Der südkoreanische Brillenhersteller inszeniert Kunstausstellungen, die alle paar



Gentle Monster, Seoul

Wochen wechseln. Die Brille ist in der Filiale kaum mehr auszumachen. Der Ausstellungsrhythmus, der einer Kunstgalerie ähnlich ist, spielt mit der «Fear of missing out»: der Befürchtung, beim grossen Ereignis nicht dabei gewesen zu sein. Man möchte ja Teil der (globalen) Community sein – und dies auch zeigen. Die «Instagramability» des Ladens ist denn auch Bestandteil der Werbestrategie von Gentle Monster.

Selbst Margenoptimierer der Fast-Fashion-Industrie wie Zara bedienen sich des Marketingeffekts von Erlebnissen. Sie mieten sich nicht nur in praktische «Lagerläden» ein, sondern auch in geschichtsträchtige Orte wie einem ehemaligen Kino am Corso Vittorio Emanuele II in Mailand. Die Kleider sollen vor Ort nicht nur anprobiert, sondern vor der prächtigen Kulisse auch fotografisch in Szene gesetzt werden können.

Doch ob Zara, Gentle Monster oder The Row, keines dieser Erlebniskonzepte funktioniert isoliert stationär. Sie sind, ganz im Gegenteil, integraler Bestandteil des jeweiligen Marken-Ökosystems und fungieren primär als Marketing.

Reis und Reinigungsmittel werden wir auch in Zukunft brauchen. Dennoch ist Einkaufen längst nicht mehr nur ein zweckdienliches Unterfangen. Vielmehr fließen Einkaufen und Freizeit im Shopping zusammen und werden vermehrt gar zum Wellness-Erlebnis. Damit ist das individuelle Wohlbefinden jeder Kundin immer wichtiger, zumal Wearables das Messen des Wohlbefindens vereinfachen: Konsumenten

wissen zunehmend Bescheid über den Erholungs- oder Happiness-Faktor ihrer Freizeitaktivitäten. Stimmen Luftqualität oder Lichtverhältnisse nicht, wird das sofort sichtbar. Jeder Händler dürfte in Zukunft also daran gemessen werden, welchen Beitrag er zum individuellen Wohlbefinden seiner Kundschaften leistet. Dies erkennen auch einige Retailer: 2015 hat in Bordeaux die «Promenade Sainte-Catherine» ihre Tore geöffnet. Mitten in der Stadt gruppieren sich 32 Boutiquen um einen kleinen Park, der zum Entspannen während des Shoppings einlädt. Kürzlich sind auch die Pläne für das KaDeWe in Wien der Öffentlichkeit präsentiert worden. Das berühmte Kaufhaus wird an seinem zweiten Standort mit einem 1000 Quadratmeter grossen, öffentlich zugänglichen Park auf dem Dach aufwarten. Diese regelrechte Wellness-Oase mitten in der Stadt soll 2023 eröffnet werden.

Alle diese Beispiele täuschen allerdings nicht darüber hinweg, dass solche Erlebnisse mit entsprechenden Investitionen verbunden sind. Fokussiert man dabei lediglich auf ein Flächenkonzept, ohne digitale Vertriebsmöglichkeiten und perfekt abgestimmte Prozesse zu einem integralen Konzept zu vernetzen, werden sich solche Erlebnisse kaum lohnen.

Mit Digitalkompetenz in die Offline-Präsenz

Doch auch der umgekehrte Weg wird immer öfter beschritten. Auch Online-Händler und -Plattformen nutzen stationäre Standorte für spezifische Zwecke und komplementär in ihrem Ökosystem. Der Möbelhersteller Sofacompany, der

«Anbieter müssen eine unterbruchsfreie und bequeme Wertschöpfungskette aufbauen. Sämtliche Kanäle, ob offline oder online, müssen einem klar definierten Ziel zugeordnet und auf die Prozesse des Kunden abgestimmt werden.»

online gestartet hat, etwa betreibt punktuell Showrooms, in denen die Produkte ausprobiert und die Stoffe bei Tageslicht angeschaut und befühlt werden können. Die Standorte sind natürlich nicht zufällig gewählt. Vielmehr erlaubt eine Analyse der Social-Media-Community eine ideale Auswahl nach Interessengruppen und lokalem Potenzial.

«Jeder Händler dürfte in Zukunft also daran gemessen werden, welchen Beitrag er zum individuellen Wohlbefinden seiner Kundschaften leistet.»

Die Schweizer Online-Plattform Digitec Galaxus wiederum nutzt Servicestandorte nicht als Ausstellungsfläche, sondern zu Beratungszwecken. Es soll den Servicegedanken des Unternehmens stärken.

Das US-Start-up b8ta verschreibt sich sogar bewusst der Präsentation von Nischenbrands, die ihre Produkte bisher ausschliesslich über soziale Netzwerke wie Instagram vermarkten. Das Konzept namens Forum bietet Retail-as-a-Service, das Markenpartnern Einblicke in die Interaktion in den Geschäften geben und Kennzahlen mit dem Partner teilen soll. Das sind beispielsweise die Anzahl der Kunden, die an ihrem

Diesen und viele weitere interessante Artikel finden Sie unter zugestates.ch/journal



Display vorbeigehen, die Zeit, die sie beim Stöbern verbringen, oder wie oft ein Artikel in die Umkleidekabine gebracht wird. Die Partnermarken erhalten den vollen Verkaufsumsatz, während sie b8ta eine monatliche Pauschalgebühr zahlen.

Ob Sofacompany, Digitec Galaxus oder b8ta, alle diese beispielhaften Konzepte warten mit einer hohen Online-Kompetenz auf, und bei keinem geht es im Endeffekt darum, auf der Fläche einen maximalen Umsatz zu erzielen. Dem Konsumenten stehen perfekt aufeinander abgestimmte Kanäle zur Verfügung, und er kauft, wann und wo es für ihn am bequemsten ist.

Das Erschaffen eines Ökosystems

Als Händler ist man nie allein im Ökosystem des Konsumenten. Als Ökosystem wird in diesem Zusammenhang ein Konzept verstanden, das dem Nutzer in praktisch allen Lebensbereichen oder zumindest in klar definierten Teilbereichen eine unterbruchsfreie und bequeme Versorgungskette anbietet. Für den Anbieter bedeutet dies, eine Wertschöpfungskette aufzubauen, die diese Convenience ermöglicht. Aus ökonomischer Sicht werden sämtliche Kanäle, ob offline oder online einem klar definierten Ziel zugeordnet und auf die Prozesse des Kunden abgestimmt. Es ist deshalb unerlässlich, dass man sich als Teil eines Ökosystems versteht und dieses auch bedient. Entsprechend der jeweiligen Rolle und Funktion der Fläche gilt es, die richtigen Messkriterien zu definieren. Wird die Fläche zum Erlebnisraum, wo Marken und Lifestyles inszeniert werden und ein «Bonding» mit dem Konsumenten stattfinden soll, so kann der Umsatz pro Quadratmeter nicht der richtige Key Performance Indicator sein. Erlebnisse sind jedoch nicht einfach ausgeklügelte Produktpräsentationen. Im Vordergrund steht das zu erzeugende Gefühl beim Konsumenten, das mit Tracking-Technologien und Wearables immer besser messbar wird. Messbares Erlebnisdesign wird damit nicht nur auf der Fläche zur Devise und die Story damit zum neuen Branding. Hierfür sind Daten, deren Analyse und ein gezielter Einsatz für die Definition und Optimierung der Wertschöpfung unerlässlich. Marken, die mit einem Online-only-Konzept gestartet sind, haben hier Vorteile. Sie können die Datenkompetenz mit überschaubaren Fixkosten aufbauen und die Offline-Präsenz auf Grundlage von Datenanalysen und mit klar definiertem Fokus ausbauen.

Deshalb muss die Wertschöpfungskette neu gedacht und müssen Geschäftsmodelle angepasst werden.

ZUG ESTATES WIRD BALD CO₂-FREI

Die Energie für Heizung und Kühlung kommt künftig aus dem Zugersee. Seit dem 1. April 2020 ist die Einkaufs-Allee Metalli in Zug an Circulago angeschlossen. Dank dieser Umstellung auf erneuerbare Energie wird bald das gesamte Portfolio von Zug Estates nahezu CO₂-frei.

Die zwei riesigen Tanks im Kellergeschoss der Einkaufsmeile Metalli im Zuger Stadtzentrum haben ausgedient. Zusammen fassten sie beinahe eine halbe Million Liter Heizöl. Inzwischen wurden sie fachgerecht entsorgt. Sie machten Platz für eine sauberere, CO₂-freie Technik, für die neue Energiezentrale der WWZ. Die Leitung des Fernwärmenetzes Circulago wurde an dieser Stelle an zwei Wärmepumpen angeschlossen, um Energie in Form von Wärme oder Kälte in die Wohnungen und Geschäftsräume der Metalli zu bringen.

Pionierprojekt

Ciculago ist ein zukunftsweisendes Pionierprojekt, um die Stadt Zug und Baar-Süd mit umweltfreundlicher Wärme- und Kälteenergie zu versorgen. Geplant, finanziert, gebaut und betrieben wird Circulago von WWZ. Die Energie für Circulago stammt aus dem Zugersee. 400 Meter vor dem Ufer der Stadt Zug wird auf einer Tiefe von 26 Metern Seewasser gefasst und über eine Leitung zu einer unterirdischen Seewasserzentrale transportiert. Dort übergibt ein Wärmetauscher die Energie an einen zweiten geschlossenen Kreislauf. Gleichzeitig gelangt das Wasser wieder zurück in den Zugersee.

Ein unterirdisches Verteilnetz erstreckt sich über die gesamte Stadt Zug und leitet die Energie an «Quartierzentralen» weiter. An diesen Zentralen sind wiederum kleinere und grössere Wärme- und Kältenetze angeschlossen, welche die Endverbraucher mittels Übergabestation mit Energie versorgen. Zu den Abnehmern der See-Energie gehört seit dem 1. April 2020 die Zug Estates mit der Metalli. Das direkt beim Bahnhof Zug gelegene, bestens erschlossene Areal umfasst eine Einkaufs-Allee mit über 50 Geschäften sowie Büro- und Wohnflächen.



Die Energie für die Metalli stammt aus dem nahe gelegenen Zugersee. 780 Tonnen CO₂ pro Jahr fallen bei Zug Estates weg.

«Zu den Abnehmern der See-Energie gehört seit dem 1. April 2020 Zug Estates mit der Metalli.»



Das mehrere Kilometer lange unterirdische Verteilnetz für den Seewasser-Energieverbund Circulago wird im Microtunnelingverfahren gebaut.

Grosse Einsparungen an Energie

Verläuft alles nach Plan, sollen nach der Metalli in einer zweiten Phase auch die restlichen Liegenschaften von Zug Estates Schritt für Schritt an Circulago angeschlossen werden. Somit könnte das Ziel, das gesamte Immobilienportfolio von Zug Estates weitgehend mit CO₂-freier Energie zu betreiben, bereits 2025 Realität werden. Mit dem Anschluss aller Gebäude können künftig rund 780 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden. Die Wärme wird zu 85 Prozent und die Kälte zu 100 Prozent aus dem Seewasser-Energieverbund gewonnen.

Vorbild Suurstoffi

Zug Estates wird mit diesem Mosaikstein, dem Anschluss der städtischen Immobilien an Circulago, die erste Immobiliengesellschaft der Schweiz sein, die im Betrieb nahezu kein CO₂ mehr ausstösst. Die Grundlagen für diese umweltfreundliche und nachhaltige Energienutzung wurden mit der Überbauung Suurstoffi in Rotkreuz gelegt. Das dortige Energiesystem darf als Vorzeigeprojekt bezeichnet werden. In der Suurstoffi bilden die solare Nutzung, mehrere dynamische Erdspeicher und ein Anergienetz die Basis zur Erreichung des Ziels Zero-Zero. Die im Sommer gewonnene und

Ciculago

Weitere Informationen zum Grossprojekt

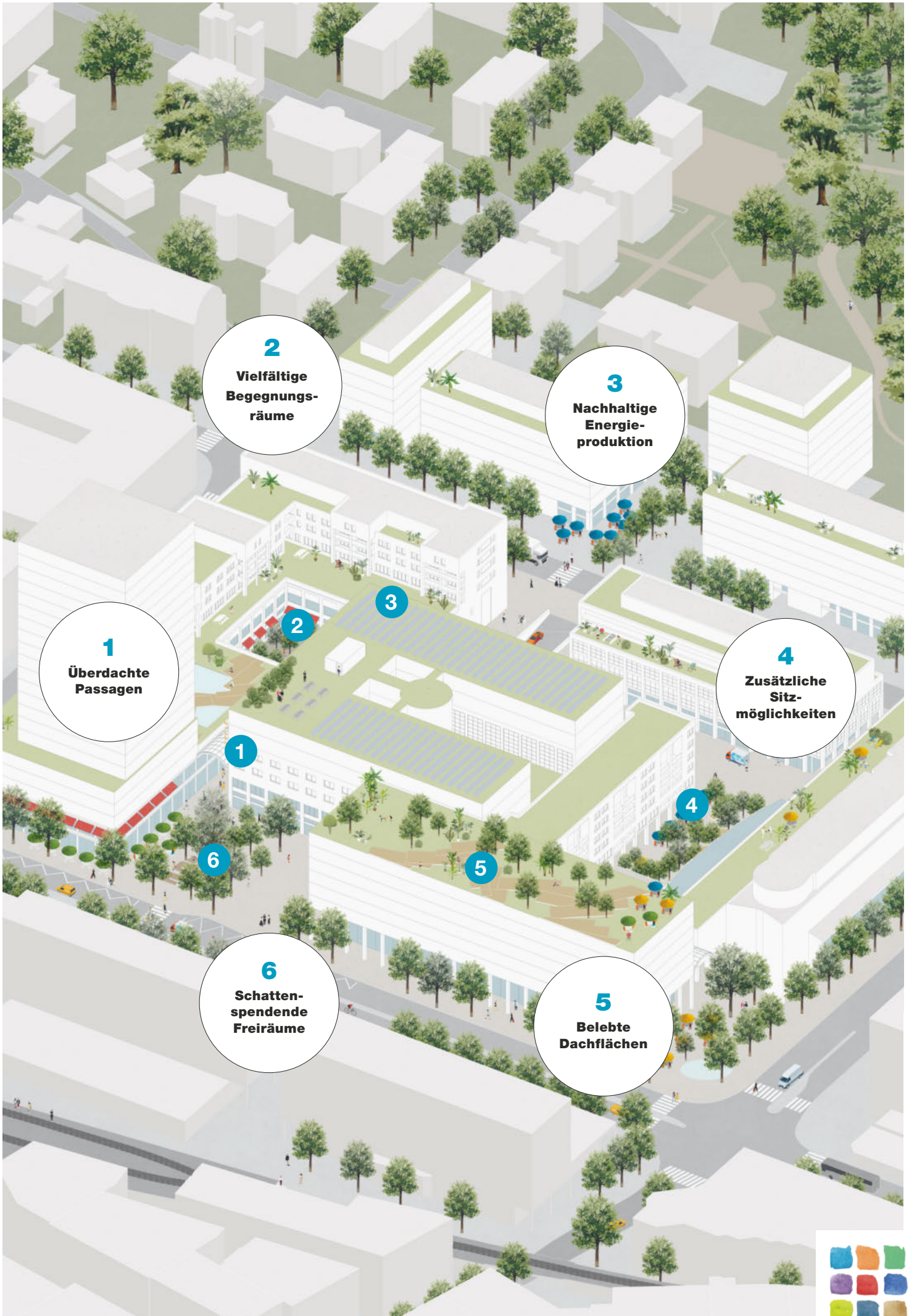


«Mit dem Anschluss aller Gebäude können künftig rund 780 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden.»

im Erdreich gespeicherte Wärme wird im Winter über ein Anergie- oder Niedertemperaturnetz in die Gebäude geführt. Im Sommer dient das gleiche Netz der Kühlung.

Wertsteigerung

Die Entscheidung, umweltfreundliche Energie zu nutzen, erfolgt bei Zug Estates nicht nur aus ideologischen Gründen. Eine ganze Reihe wirtschaftlicher Vorteile sprechen ebenfalls dafür. Unter anderem führt die Umrüstung auf umweltfreundliche Gebäudetechnik in der Metalli zu einem positiven Bewertungseffekt in Bilanz und Erfolgsrechnung der Zug Estates.



1
Überdachte
Passagen

2
Vielfältige
Begegnungs-
räume

3
Nachhaltige
Energie-
produktion

4
Zusätzliche
Sitz-
möglichkeiten

6
Schattens-
pendende
Freiräume

5
Belebte
Dachflächen

