

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades
eines Diplom-Ingenieurs / Diplom-Ingenieurin
unter der Leitung von

Manfred Berthold

Prof Arch DI Dr

E253 - Institut für Architektur und Entwerfen

unter Mitbereuung von

Karl Deix

Ass Prof DI Dr

eingereicht an der Technischen Universität Wien

Fakultät für Architektur und Raumplanung

Unendliches Einkaufserlebnis endless shopping

Erweiterung der Mall in Parndorf expansion of the mall in Parndorf

Benedikt Divisch

Matr. Nr. 0927205

A 1170 Wien

Wattgasse 96-98 /Stiege 9 /Tür 7

+43 6769372319

ben.divisch@gmx.at

Datum

Unterschrift

Abstract

Unendliches Einkaufserlebnis, eine bauliche Ergänzung des Outletcenters Parndorf.

Neben der Schaffung neuer Einkaufsmöglichkeiten werden die einzelnen Centerteile weiter zusammengeführt, um ein harmonisches Einkaufsgelände zu schaffen.

Eine Umverteilung der Parkplätze auf das Dach des Einkaufszentrums erzeugt neue Grünflächen und Freiräume. Diese werten das gesamte Gelände auf und sorgen für ein angenehmes und beruhigtes Aufenthaltsklima.

Eine schleifenartige, repetitive Wegeführung, welche den Kunden durch die komplette Mall samt Ausgangspunkt führt, gewährleistet eine gleichwertige Präsentation der einzelnen Geschäfte. Durch zwei Erschließungskerne wird der Hauptweg mit dem Parkdeck und den Sanitärbereichen sinnvoll verknüpft.

Ein zentral gelegener Food Court bildet das Herzstück des Geländes und lädt Besucher der Nebenzentren zum Verweilen ein.

Die Lehmfassade spiegelt die kulturelle Identität des Einkaufszentrums wieder und setzt auf ein schlichtes Design, welches sich nach innen hin repräsentativ öffnet.

Abstract

Endless shopping, a structural addition to the outlet center in Parndorf.

The creation of new shopping facilities connects the separate parts further and creates an harmonic shopping terrain.

The parking lot is relocated to the roof of the mall, which creates new green and open spaces.

These added areas upgrade the entire complex and create a pleasant and calmed atmosphere.

A repetitive loop abduction, which leads the customers through the entire building to the starting point ensures an equivalent presentation of the separate shops. Two access cores link the main path to the parking level and the sanitary applications.

The centrally located food court forms the heart of the terrain and invites visitors from the besides centers to linger.

The clay facade reflects the cultural identity of the mall and focuses on simple design, which opens inwards.

Inhaltsverzeichnis

- 1) *Einleitung*
- 2) *Situationsanalyse,*
 - 2.1) *Darstellung der Ausgangslage*
 - 2.2) *Baugrund*
- 3) *Ziele der Arbeit*
- 4) *Material und Methodik*
 - 4.1) *Wegesysteme*
 - 4.2) *Konzept zu ringförmigen Systemen und zur Gleichwertigkeit der Geschäfte*
 - 4.3) *Lösung der Parkplatzproblematik*
 - 4.4) *Braucht ein Einkaufszentrum eine Auslage?*
 - 4.5) *Wie soll die öffentliche Anbindung aussehen?*
 - 4.6) *Beschattung der oberen Etage*
- 5) *Analyse und Synthese*
- 6) *Resultat*
 - 6.1) *Schwarzplan*
 - 6.2) *Grundrisse*
 - 6.3) *Schnitte und Ansichten*
 - 6.4) *Materialität*
 - 6.5) *Fassadenschnitt*
- 7) *Conclusio*
 - 7.1) *Zusammenfassung*
 - 7.2) *Ausblick*
 - 7.2) *Flächenberechnung*
- 8) *Verzeichnis*
 - 8.1) *Planverzeichnis*
 - 8.2) *Abbildungsverzeichnis*
 - 8.3) *Literaturverzeichnis*
- 9) *Danksagung*
- 10) *Lebenslauf*



Abb. 1.1.:
Parndorf Outletcenter
Sattelitenaufnahme 2017

1) Einleitung

Warum habe ich das Projekt gewählt und durchgeführt?

Schon als Kind war ich von Einkaufszentren fasziniert und verbrachte gerne meine Zeit dort. Da sich diese Vorliebe bis heute nicht geändert hat, habe ich während meines Studiums öfters mit dem Gedanken gespielt, ein solches Zentrum zu entwerfen. Mein erster Gedanke war, ein Einkaufszentrum in Wien zu planen. Da mir bei meiner Recherche jedoch mehr und mehr auffiel, wie sehr die Einkaufszentren in Wien an der Übersättigung an Einkaufsmöglichkeiten zu leiden haben, und zum Teil halb leer stehen, wurde mir klar, dass ich mir ein anderes Zielgebiet suchen sollte.

Bei einem Ausflug nach Parndorf fiel dann endgültig der Groschen, da mich die Gebäudeplatzierung und das Parkchaos frustrierten. Damals bestand das Outlet Center noch aus 3 einzelnen Teilen:

-) dem Fashion Outlet*
-) dem Villaggio*
-) und dem McArthur Glen Outlet Center.*

Die ersten beiden sind zwar mittlerweile verbunden, jedoch trennt die neue Haupt-Durchfahrtsstraße das Center vom dritten Gebäudekomplex ab. Die Parksituation war ebenfalls unbefriedigend, da jeder freie Quadratmeter mit Parkplätzen zugestrichelt war und Grünflächen quasi nicht existierten.

Die Outletcenter in Parndorf boomen aktuell, nicht zuletzt wegen des Einkaufstourismus, sehr und werden fast jährlich um mehrere Geschäfte erweitert, wodurch sich ein Anbau wirtschaftlich vertreten lässt.

Was will ich mit der Arbeit?

Das Ziel meiner Arbeit ist, eine sinnvolle Ergänzung des Outletcenters zu schaffen, welche die Parkplatzsituation löst, qualitativ hochwertige und gleichwertige Geschäfte schafft, die Gebäudeteile mehr zusammenfügt und ein angenehmeres Einkaufsklima erzeugt. Schwerpunkt liegt unter anderem auf der Erschließung, welche jedes Geschäft gleichwertig präsentiert und außerdem die Kunden an jedem Geschäft vorbeiführt.

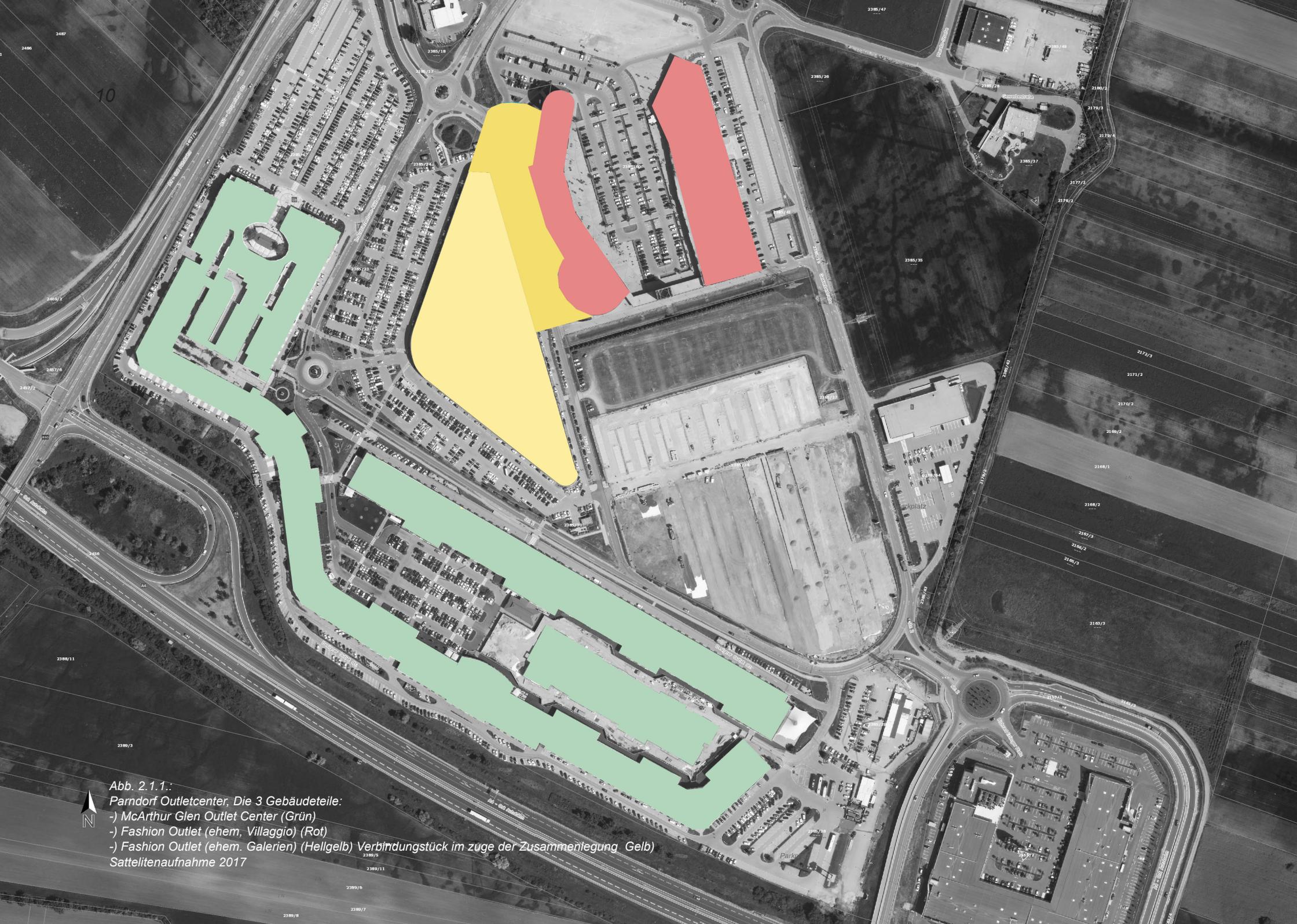


Abb. 2.1.1.:
Pamdorf Outletcenter, Die 3 Gebäudeteile:

-) McArthur Glen Outlet Center (Grün)
-) Fashion Outlet (ehem. Villaggio) (Rot)
-) Fashion Outlet (ehem. Galerien) (Hellgelb) Verbindungstück im zuge der Zusammenlegung (Gelb)

Sattelitenaufnahme 2017

2) Situationsanalyse

2.1) Darstellung der Ausgangslage

Aktuell (Stand 2017) besteht das Outletcenter in Parndorf aus 2 Teilen:

-) *McArthur Glen Outlet Center (Grün)*
-) *Fashion Outlet (ehem, Villaggio)(Rot) und (ehem. Galerien) (Hellgelb)*
Verbindungstück im Zuge der Zusammenlegung (Gelb)

Das McArthurGlen Outlet Center

Der größte und vermutlich auch rentabelste Teil des Gebäudekomplexes ist das McArthurGlen Outletcenter Parndorf. Es ist das älteste Outletcenter in Österreich und neben dem Standort in Salzburg die einzige Filiale der Kette in Österreich.

Die McArthur Glen Group besteht aus insgesamt 24 Outletcentern in 9 verschiedenen Ländern (darunter mehrere Standorte in London, Westeuropa und an der Ostküste), und ist somit der Marktführer unter den Outletcentern in Europa¹.

Diesen Titel haben sie nicht zuletzt dadurch erlangt,

dass sie das Konzept des Designer- oder Factory-Outlets überhaupt erst nach Europa gebracht und populär gemacht haben.

Das damals neue Konzept des Designeroutlets setzt auf Vorjahreskollektionen, Sondergrößen (wie etwa XS, 3XL usw.) und B-Ware, welche zu stark verminderten Preisen angeboten werden. Dieses Konzept macht zwar gezielte Einkäufe schwieriger, verleitet jedoch, zu schmökern und gezielt Schnäppchen zu suchen.

Diese großflächige Art des Einzelhandels besticht zusätzlich mit einer riesigen Auswahl an Marken, von denen jede ihre eigene Filiale besitzt. Die Standorte werden meist so gewählt, dass ca. 3 Millionen Einwohner im Radius von einer Stunde Fahrtzeit wohnen. Das Einzugsgebiet und der Wirkkreis sind dementsprechend groß, wodurch die Lage meist abseits von Ballungszentren fällt¹.

Durch restriktive Verträge wird ein gewisser Mindestabstand von Outlet zu Outlet gewährleistet (meist ca. 100 km). Durch diese Maßnahme ist es den Outletcentern möglich, ihre Stellung als Monopol zu sichern.



*Abb. 2.1.2.:
McArthur Glen Outlet
Foto 2011*



*Abb. 2.1.3.:
McArthur Glen Outlet
Foto 2011*

¹⁾ *die Geschichte der McArthur Glen group
www.mcarthurglen.com/en/about*

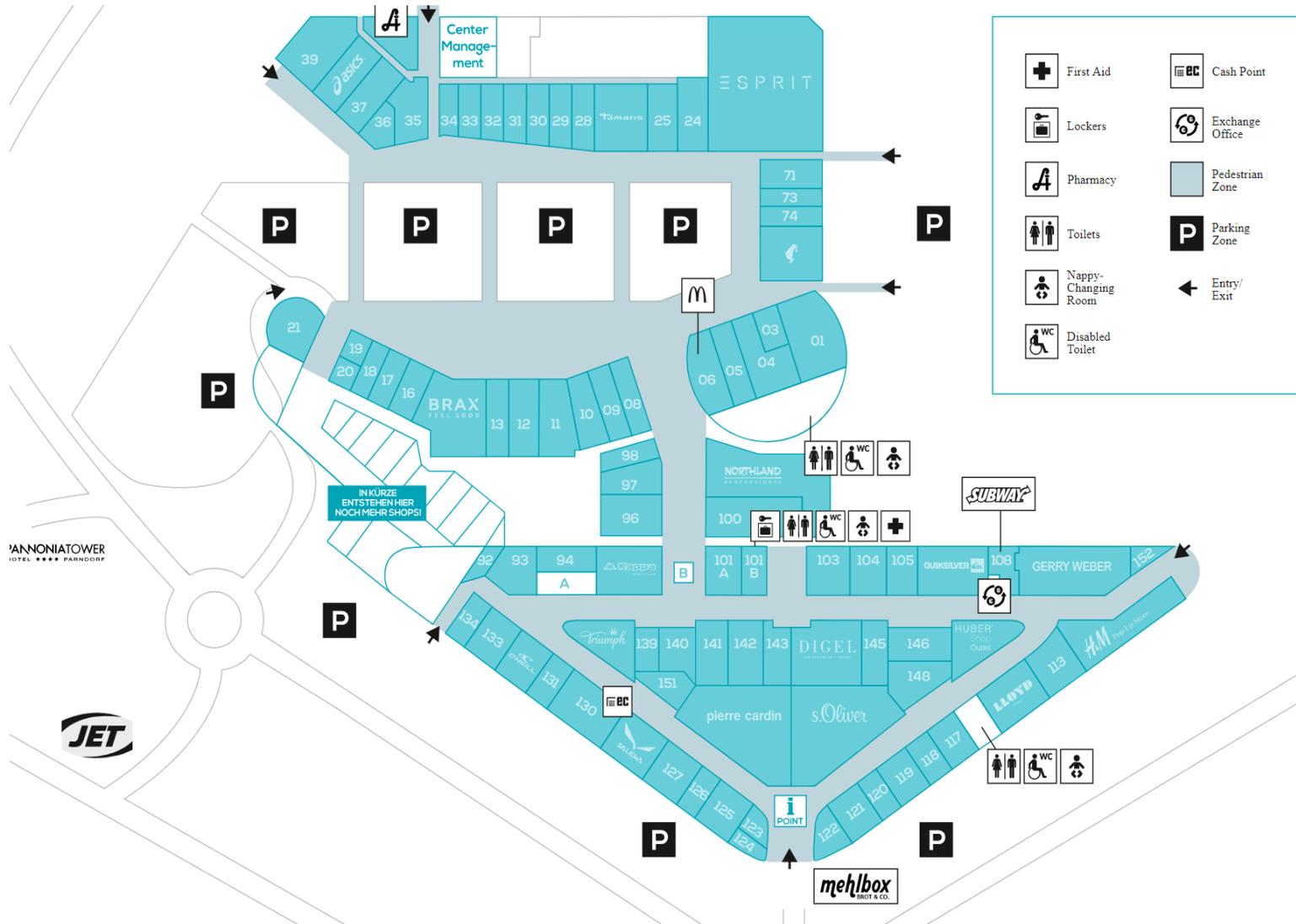


Abb.2.1.4.:
Shoppingplan Fashion Outlet
Plangrafik 2018

Fashion Outlet Parndorf:

bestehend aus:

"Die Galerien" Outlet Parndorf

"Die Galerien" baut auf dem Erfolg seines Nachbarn (McArthur Glen) auf und erweiterte das Outletcenter um einen neuen Zubau (dreieckiges Gebäude).

Neben mehreren neuen Marken wurde die Infrastruktur angepasst, welche beide Center ansatzweise miteinander verbindet.

Villaggio Fashion Outlet

Die 2 Zeilen im Norden des Geländes bilden das neuste der 3 Outletcenter. Der Bereich zwischen den Gebäudereihen wurde zur Gänze mit Parkplätzen ausgefüllt.

Dieses Center hatte bis vor kurzem noch etliche Schwierigkeiten, da es von den anderen beiden Outlets abgetrennt war und geschäftsmäßig die namhaften Zugpferde gefehlt hatten.

So kam es dazu, dass das Villaggio mehrfach verkauft wurde und letztendlich von seinem Nachbarn (die Galerien) aufgekauft und integriert wurde².

Der Name Villaggio und die Galerien verschwand komplett und die zusammengelegten Center wurden in Fashion Outlet Parndorf umbenannt.

Durch den letzten Umbau wurde eine Verbindung in den Galerien Teil geschaffen, der westliche Teil wurde um gut 10 Geschäfte erweitert und die zwei Galerienzeilen wurden mit 4 Geschäften verbunden.

Da der Verbindungssteg erst kürzlich fertiggestellt wurde, konnte ich ihn in meinen Entwurf leider nicht mit einbeziehen.

Das gleiche gilt übrigens für zukünftige Erweiterungen, welche mangels Information nicht genau definiert werden konnten.



Abb. 2.1.5.:
Die Galerien
Foto 2011



Abb. 2.1.6.:
Villaggio
Luftaufnahme 2011

2) <https://derstandard.at/2000024419744/Spatenstich-in-Parndorf-Fashion-Outlet-wird-erweitert>
Standard Artikel zur Zusammenlegung des Fashion Outlets



Abb. 2.2.1.:
Baulatz (Rot)
Sattelitenaufnahme 2017

2.2) Baugrund

Mein Hauptkritikpunkt an dem Outlet Gelände in Parndorf sind die absurd großen Parkplatzflächen, welche selbst an gut besuchten Tagen kaum vollständig genutzt werden und zudem unwirtschaftlich verteilt sind. Durch die Unmengen an Parkplätzen gibt es kaum Grün- und Erholungsflächen, worunter die allgemeine Einkaufsqualität leidet.

Der Baugrund liegt zentral auf dem Gelände (rot markiert) und beherbergt momentan eine große Parkplatzwüste welche im Vergleich zu den anderen Parkplätzen aktuell am wenigsten genutzt wird.

Wirtschaftlich gesehen florieren alle 3 Einkaufszentren und produzieren sogar regelmäßig Schlagzeilen in diversen Zeitungen.

Aktuell boomt der Einkaufstourismus und bereits ein Viertel der Umsätze sind Tax-Free (Tendenz steigend), sprich sie werden von Nicht-Österreichern getätigt. Vor allem für Gäste aus China, Korea und Russland sind die 3 Outlet Center ein beliebtes Reiseziel³.

Auch die allgemeinen Zahlen können sich sehen

lassen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (2018) kamen insgesamt rund 5,7 Millionen Kunden nach Parndorf, was einem Plus von 8,6% entspricht³. Diese Statistik zeigt, dass ein neuer Zubau finanziell gesehen Sinn macht.

Ein weiterer Grund für die Wahl des Baugrundes ist der zukünftige Wert des Grundstückes. Das benachbarte Grundstück im Norden wurde kürzlich mit einem Kino bebaut, wodurch die Ausbreitungsmöglichkeiten für das Outletcenter stark eingeschränkt wurden. Südlich und westlich liegt die Autobahn und im Osten wurde das Center von einem Lebensmitteldiskonter und dem neu errichteten Kino eingedämmt.

Die einzige Möglichkeit, das Center zu erweitern, ist daher die Umstrukturierung der Kernparzelle, welche durch ihre prominente Lage als Parkplatz verschwendet wäre.



Abb. 2.2.2.:
Cineplex Parndorf
Rendering 2016

3) *Presseaussendung des Mcarthurglenn Outletcenters auf ots.at*
https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180413_OTSO121/20-jahre-designer-outlet-parndorf-die-erfolgsge-schichte-geht-weiter-bild



Abb. 3.1.:
Shopping
Foto 2015

3) Ziele der Arbeit

-) *Aufwertung und sinnvolle Nutzung des Zielgebietes.*

-) *Lösung der Parkplatzproblematik*

Aktuell ist der Großteil der unbebauten Fläche mit Parkplätzen zugepflastert.

Mein Projekt versetzt die den Großteil der Parkplätze auf die Dächer, um so mehr qualitative Freiräume zu schaffen.

-) *Vereinigung der Gebäudekomplexe*

Das Outletcenter besteht aktuell aus 3 separaten Teilen (zwei wurden letztes Jahr ansatzweise verbunden). Mein Gebäudekomplex soll alle 3 bestehenden Teile weiter miteinander verbinden.

-) *Neue übersichtliche Ergänzung*

Schwerpunkt der neuen Mall wird ein übersichtliches und ausgelichenes Wegesystem, welches die Kunden einmal durchs ganze Gebäude führt und alle Geschäfte gleichwertig präsentiert.

-) *Attraktives Design mit kulturellem Hintergrund*

Bisher hatte das Outletcenter in Parndorf absolut keinen kulturellen Bezug und hätte ebenso gut in einem anderen Land stehen können. Der kulturelle Aspekt soll sich auf das Design auswirken und so eine kulturelle Verbundenheit zur pannonischen Ebene erzeugen.

-) *Verbesserung der öffentliche Anbindung*

Da die Anfahrt abseits des Autos noch viel Verbesserungspotential bietet, möchte ich auch dieses Problem in meinem Entwurf behandeln.



Abb. 4.1
Greece Ridge Mall
Foto 2017u

4) *Material und Methodik*

4.1) *Wegesysteme*

Lineare Wegesysteme

Bei dieser Art der Wegführung gibt es meist zwei Enden zwischen denen der Hauptweg linear durchläuft. Bei manchen abgewandelten Formen davon gibt es zusätzlich Sprünge in den Fassaden der einzelnen Geschäften und oder Kurven. In fast allen Fällen gibt es an einem oder mehreren Knotenpunkten zusätzlich eine Art Halle, welche meist der Erholung oder der Nahrungsaufnahme dient. Ab einer bestimmten Größe kommen oft auch einige Ableger des Hauptweges hinzu, welche meist mit einem zusätzlichen Eingang verbunden sind. Die größten und am besten besuchten Geschäfte liegen bei Eingängen, Hallen, Richtungsänderungen und in der Sichtachse.

Beispiele:

*Philadelphia Mills Mall, Amerika
SCS Vösendorf, Österreich
SCN Wien, Österreich
West Edmonton Mall, Kanada*

Ringförmige Wegesysteme

Wie der Name schon sagt, verläuft der Hauptweg einmal im Kreis. Diese Wegführung ist dahingehend angenehm, dass man im Vergleich zum Linearen Wegesystem wieder am Ausgangspunkt landet. Der Hauptweg verläuft meist rechteckig wodurch sich an den Eckpunkten meist größere Hallen befinden. Die begehrtesten Geschäfte befinden sich meist an den Eckpunkten.

Beispiele:

*Donauzentrum Wien, Österreich
Fischpark Wr. Neustadt, Österreich
Arizona Mills Mall, Amerika
Mall of Amerika, Miami, Amerika*

Sonderformen und Kombinationen von linearen und ringförmigen Wegesystemen

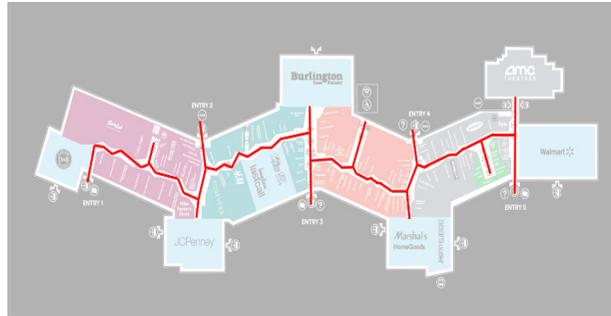
Beispiele:

*Dubai Mall, Dubai
Desert Hills Mall, Kalifornien, Amerika*

Lineare Wegesysteme



Abb. 4.1.1.:
Philadelphia Mills Mall
Foto 2015



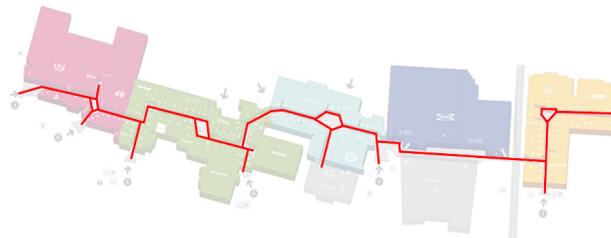
Philadelphia Mills Mall , Amerika

3 Hauptachsen, welche jeweils mit einem der größeren Geschäfte und einem Eingang verbunden sind. An beiden Enden befinden sich ebenfalls Zugpferd-Geschäfte. Die Achsen sind untereinander mit vor- und rück- springenden Fassaden verbunden.

Abb. 4.1.2.:
Philadelphia Mills Mall
Mallplan bearbeitet 2018



Abb. 4.1.3.:
SCS - Shopping City Süd
Foto 2015



SCS Vösendorf, Österreich

Jeder der 4 Zonen verfügt über eine eigene Halle. An beiden Enden sowie bei Kreuzungen und Richtungsänderungen sind größere Geschäfte angeordnet.

Abb. 4.1.4.:
SCS
Mallplan bearbeitet 2018

Lineare Wegesysteme

SCN Wien, Österreich

Der Hauptweg verläuft L-förmig und endet auf einer Seite in einer Halle, welche von einem Supermarkt, einem Kino und Restaurants umgeben ist.

Die größten Stores befinden sich in den Ecken und an den Enden der Sichtachse (z.B. Intersport)

Abb. 4.1.5.:

SCN

Mallplan bearbeitet 2018

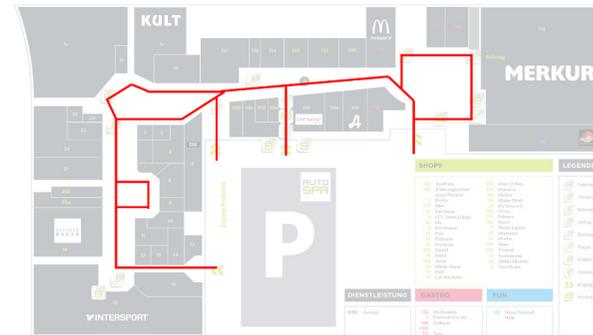


Abb. 4.1.6.:
SCN Wien
Foto 2014

West Edmonton Mall, Kanada

Der Hauptweg wird durch eine zentral gelegene Halle mit Eislaufplatz getrennt. Die beiden Enden gabeln sich auf und führen unter anderem zu einem Schwimmbad, einem Indoor Golfplatz, einem Kino und einem Vergnügungspark.

Abb. 4.1.7.:

West Edmonton Mall

Mallplan bearbeitet 2018

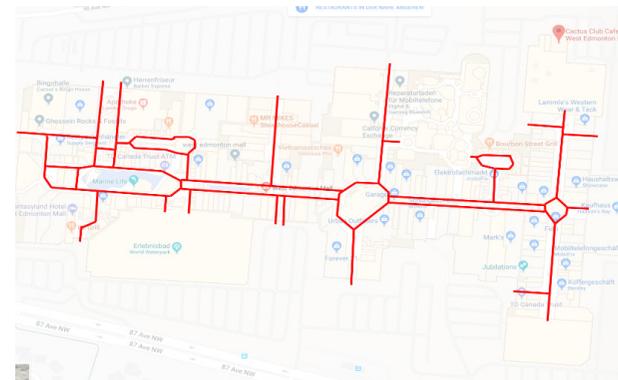
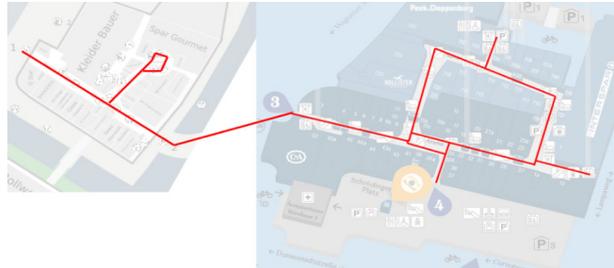


Abb. 4.1.8.:
West Edmonton Mall
Foto 2017

Ringförmiges Wegesystem



Abb. 4.1.9.:
Donauzentrum
Foto 2017



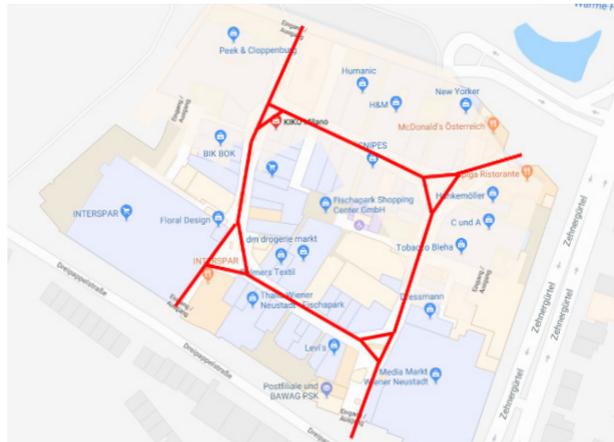
Donauzentrum Wien, Österreich

Der Hauptweg, kommend vom alten Teil, endet in der Haupthalle, welche auch Start und Endpunkt der Schlaufe ist.

Abb. 4.1.10.:
Donauzentrum
Mallplan bearbeitet 2018



Abb. 4.1.11.:
Fischapark
Foto 2016



Fischapark Wr. Neustadt, Österreich

Der ursprüngliche Hauptweg des vor kurzem erweiterten Einkaufszentrums verlief gerade von Interspar zu Mediamarkt. Das Zentrum wurde nun zu einem Kreis mit 4 Eingängen und Hallen bei den Knotenpunkten erweitert, jedoch profitieren die oben genannten Geschäfte von ihrer ursprünglichen Lage (Blickachse)

Abb. 4.1.12.:
Fischapark
Mallplan bearbeitet 2018

Ringförmiges Wegesystem

Arizona Mills Mall, Amerika

Auch hier ein klassisches ringförmiges Wegesystem mit großem Platz beim Foodcourt und Kino. Die großen Ketten liegen bei den Eckpunkten nahe der Eingänge.

Abb. 4.1.13.:
Arizona Mills Mall
Mallplan bearbeitet 2018

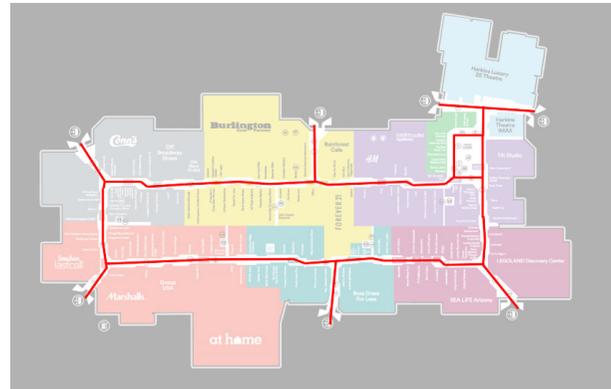


Abb. 4.1.14.:
Arizona Mills Mall
Foto 2017

Mall of America, Miami, Amerika

Diese Mall wird momentan erst errichtet.
Diese besonders große Mall verfügt über einen Themenpark und ein Schwimmbad, welche jeweils im Zentrum des ringförmigen Hauptweges liegen.
Bei jedem Knotenpunkt befindet sich ein kleiner Platz mit Begrünung.

Abb. 4.1.15.:
Mall of Amerika
Mallplan bearbeitet 2018

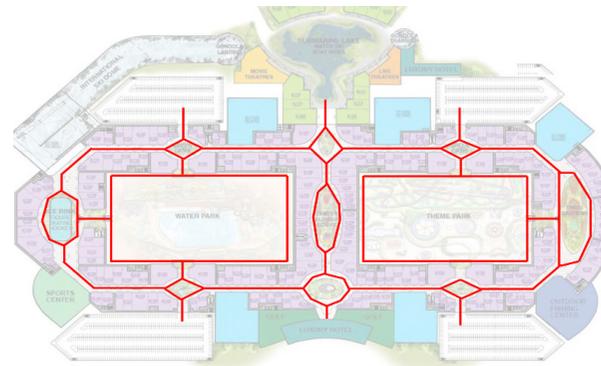
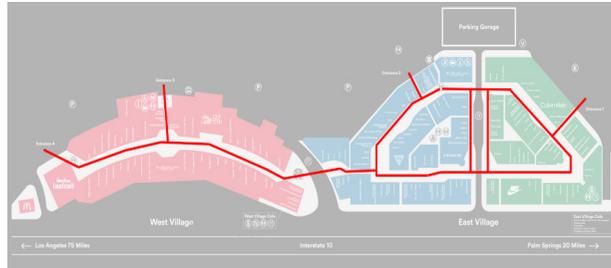


Abb. 4.1.16:
Mall of Amerika
Rendering 2017

Sonderformen und Kombinationen



Abb. 4.1.17.:
Desert Hills Outlet
Foto 2018



Desert Hills Outlet Kalifornien, Amerika

Bei dieser Kombination entspricht der rechte Teil einer klassischen Ring Wegführung, wo hingegen der linke Teil linear mit leichter Krümmung verläuft.

Abb. 4.1.18.:
Desert Hills Mall
Mallplan bearbeitet 2018



Abb. 4.1.19.:
Dubai Mall
Foto 2018



Dubai Mall, Dubai

In dieser gigantischen Mall verläuft der Hauptweg ringförmig, allerdings verzweigen sich die Nebenwege mehrere Male und ergeben so eine Art Stadtplan mit speziellen Distrikten (zB Jewellery District)

Abb. 4.1.20.:
Dubai Mall
Mallplan bearbeitet 2018

Resultat der Arbeit

Endless shopping Mall. Österreich

Das Wegekonzept basiert auf einer modifizierten Form der ringförmigen Wegführung, welche die Kunden in einer abgewandelten Doppelacht einmal durchs gesamte Gebäude führt. Diese Wegführung macht es möglich, jedes Geschäft ohne Wiederholung zu passieren.

Die Hauptschließung führt die Kunden mittels gewendelter Rampe ins Obergeschoß und über eine zweite wieder retour.

Die Sanitärkerne sind im Kellergeschoß und über die Erschließungskerne von jedem Geschoß gut erreichbar. Zudem befinden sich Lagerräume und optional eine Tiefgarage in diesem Stockwerk.

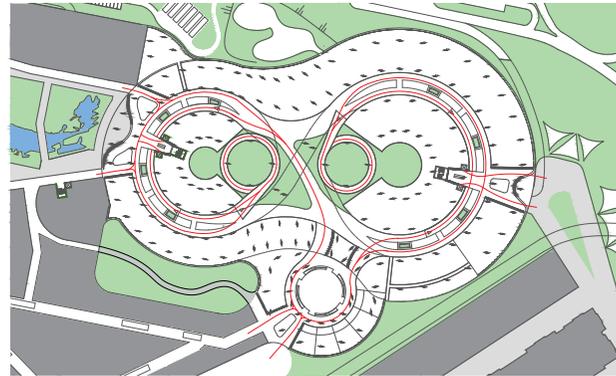


Abb. 4.1.21.:
Endless Shopping EG
Mallplan bearbeitet 2018

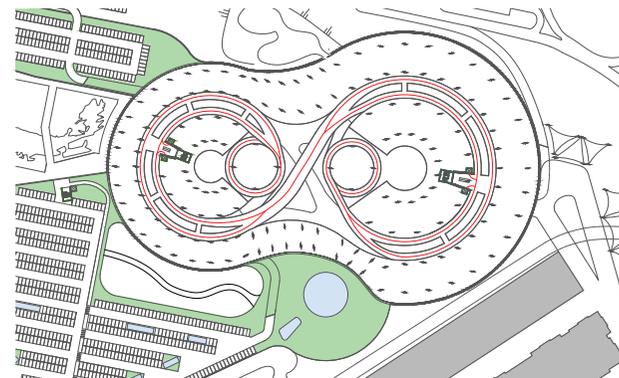


Abb. 4.1.22.:
Endless Shopping OG
Mallplan bearbeitet 2018

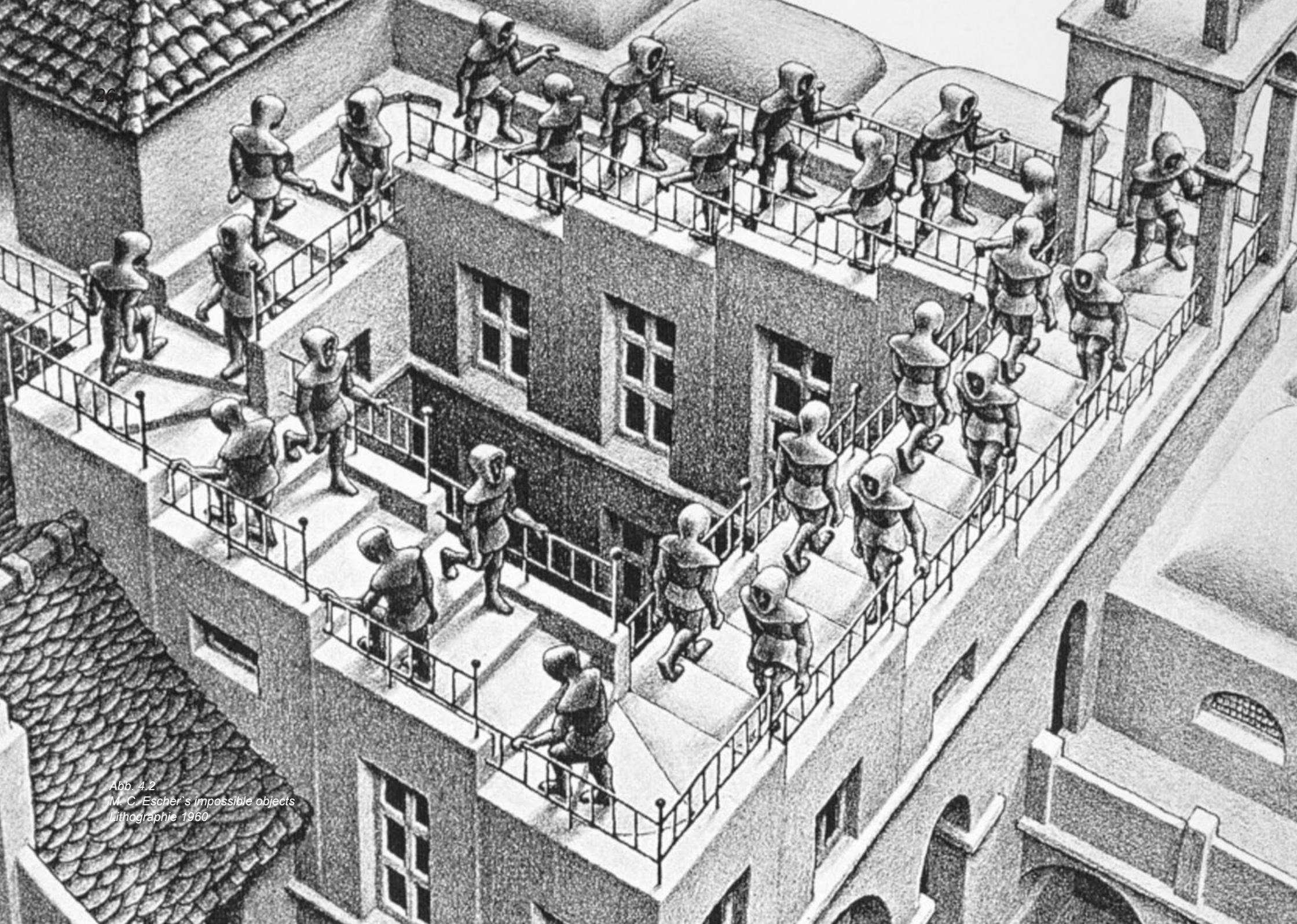


Abb. 4.2
M. C. Escher's impossible objects
Lithographie 1960

4.2) Konzepte zu ringförmigen Systemen und zur Gleichwertigkeit der Geschäfte

Ein großer Entscheidungsfaktor für die Wahl der ringförmigen Erschließung ist die Weitläufigkeit des Gebäudes. Bei linearen Malls steht man oft vor dem Problem, wieder zum Ausgangspunkt zurück zu müssen, da man dort beispielsweise parkt. Bei einem Gebäude wie der SCS, mit einer Gesamtlänge von 1,6 km, erweist sich das zum Teil sehr anstrengend.

Das wichtigste Kriterium für die Wahl des Wegesystems ist jedoch die Gleichwertigkeit der Geschäfte.

Eines vorweg: Eine 100% Gleichwertigkeit der Geschäfte ist schlichtweg nicht möglich. Es wird immer Vor- und Nachteile geben, da viel zu viele Faktoren mitwirken. Man kann lediglich versuchen, die Parameter so gleich wie möglich zu definieren, um keinem der Geschäfte einen Vorteil gegenüber der anderen zu geben.

Die Fläche der einzelnen Geschäfte ist der erste Faktor. Niemand wird bestreiten, dass ein riesiger Elektrofachmarkt mehr Fläche braucht als ein kleiner Fachhandel für Frieseurbedarf. Alleine aus diesem Grund können die beiden nicht gleichwertig sein. Die Größe der einzelnen Geschäfte kann deshalb bei der

Gleichwertigkeit nur zum Teil mitberücksichtigt werden.

Die Analyse der Hauptwege in Malls im vorherigen Kapitel hat folgendes ergeben: Die populärsten und am besten besuchten Geschäfte liegen:

-) bei Haupteingängen*
-) bei Ecken und Richtungsänderungen*
-) bei größeren Plätzen*
-) im Fokus der Sichtachse*
-) an sonstigen Hotspots*

Um gleichwertige Geschäfte zu bekommen, gilt es die oben genannten Standorte zu vermeiden, ohne Platz zu verschwenden.

Um die Hotspots trotzdem sinnvoll zu nutzen müsste man Funktionen wie etwa die Gastronomie, Sonderfunktionen (z.B. Spielplatz) oder die Sanitärbereich dorthin verlagern. So gäbe es eine klare Funktionstrennung, und es wären gleiche Bedingungen für alle Geschäfte gegeben.

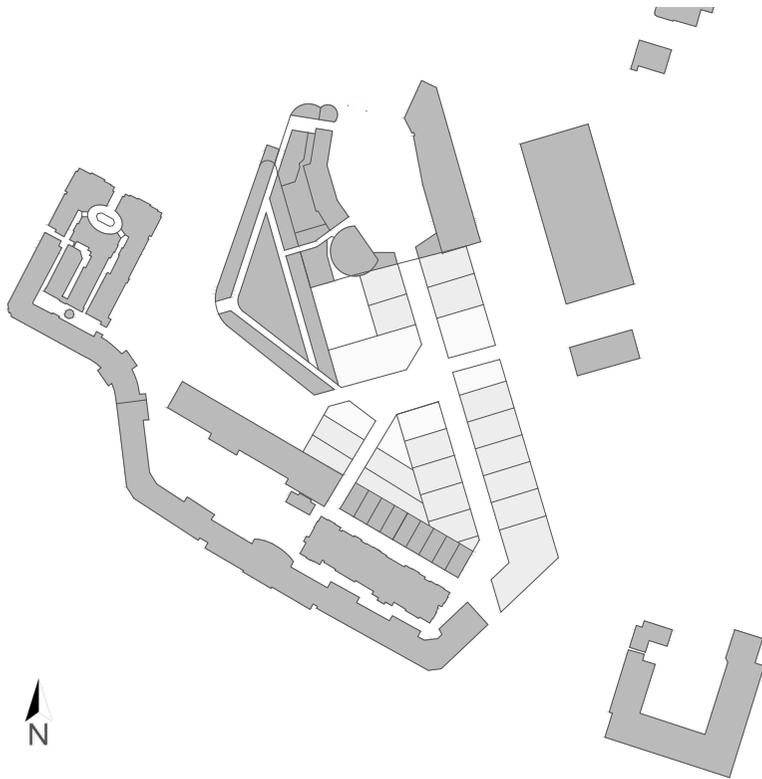
Mit diesen Parametern im Hinterkopf entwarf ich die folgenden 4 Varianten:

Legende

Anthrazit = Bestand

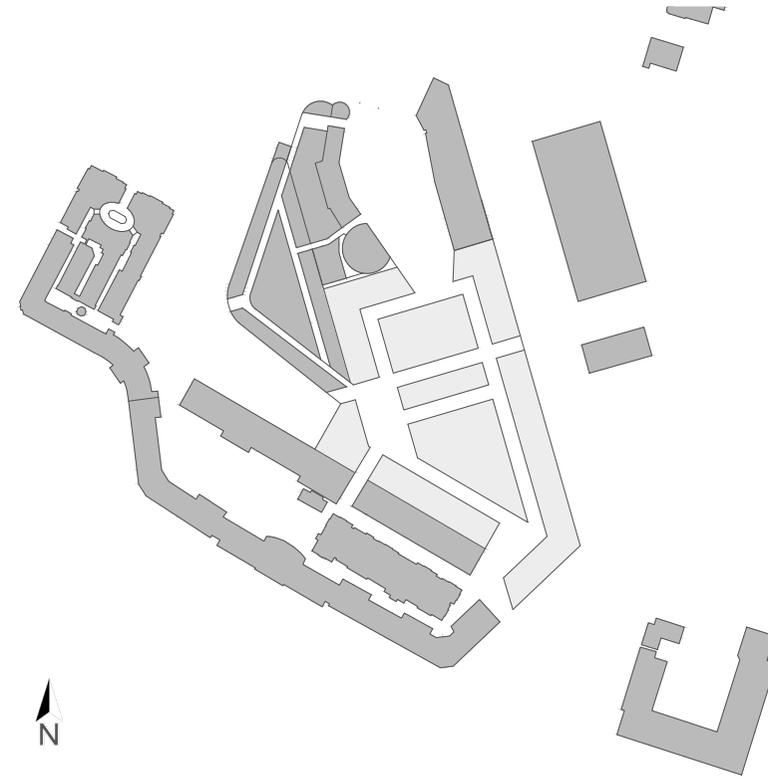
Grau = Geschäfte

Hellgrau = Nebenfunktionen



1) die lineare Mall:

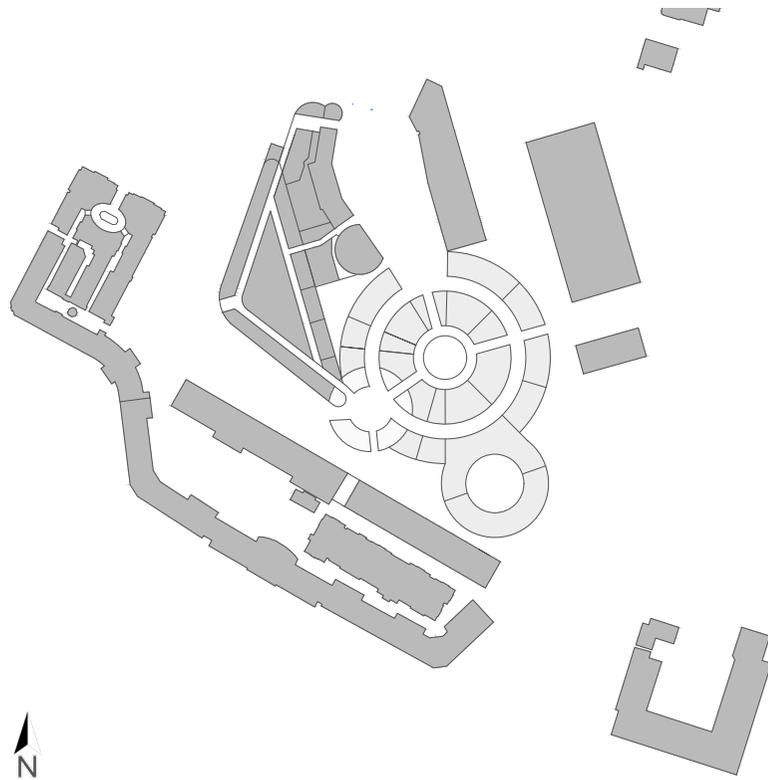
Bei dieser Option würde der Zubau mit dem Bestand ein Dreieck bilden, bei dem auf beiden Seiten Geschäfte angeordnet sind, welche normal zum Hauptweg liegen und somit gleichviel Aufmerksamkeit bekommen würden. Ausnahme bilden auch hier die Eingänge. Hauptproblematik hierbei wäre ein unnötig langer Weg, und das Fehlen eines Ziels, da man immer geradeaus geht ohne einen Fokus zu haben.



2) die rechteckige Mall:

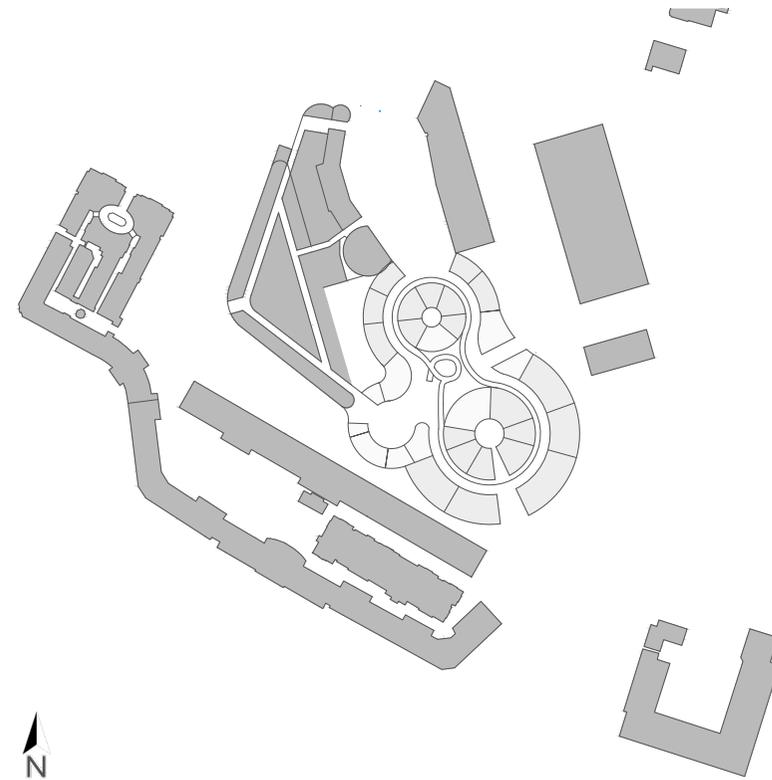
Die zweite Möglichkeit wäre ein Rechteck, bei dem die Räumlichkeiten in den Ecken eine andere Funktion bekommen würden. Auch hier fehlt der Fokus des Gehweges.

Die 4 ersten Entwurfsvarianten



3) die runde Mall V.1

Die kreisförmige Erschließung ermöglicht einen ständig wandernden Fokus. Ein Grünbereich in der Mitte sorgt für die Auflockerung der Raumstimmung



4) die runde Mall V.2

(diese Version ist der Ausgangspunkt des finalen Entwurfs):

Bei dieser Variante gibt es weder Ecken noch Richtungsänderungen. Der Weg verläuft schlaufenförmig, da in einer Kurve überall die gleichen Bedingungen herrschen und beim Voranschreiten stets ein anderes Geschäft im Fokus liegt.

Abb. Abb. 4.2.1.:
erste Entwürfe
CAD Zeichnung 2017

AUFTEILUNG DER 4 VARIANTEN (IN PROZENT)

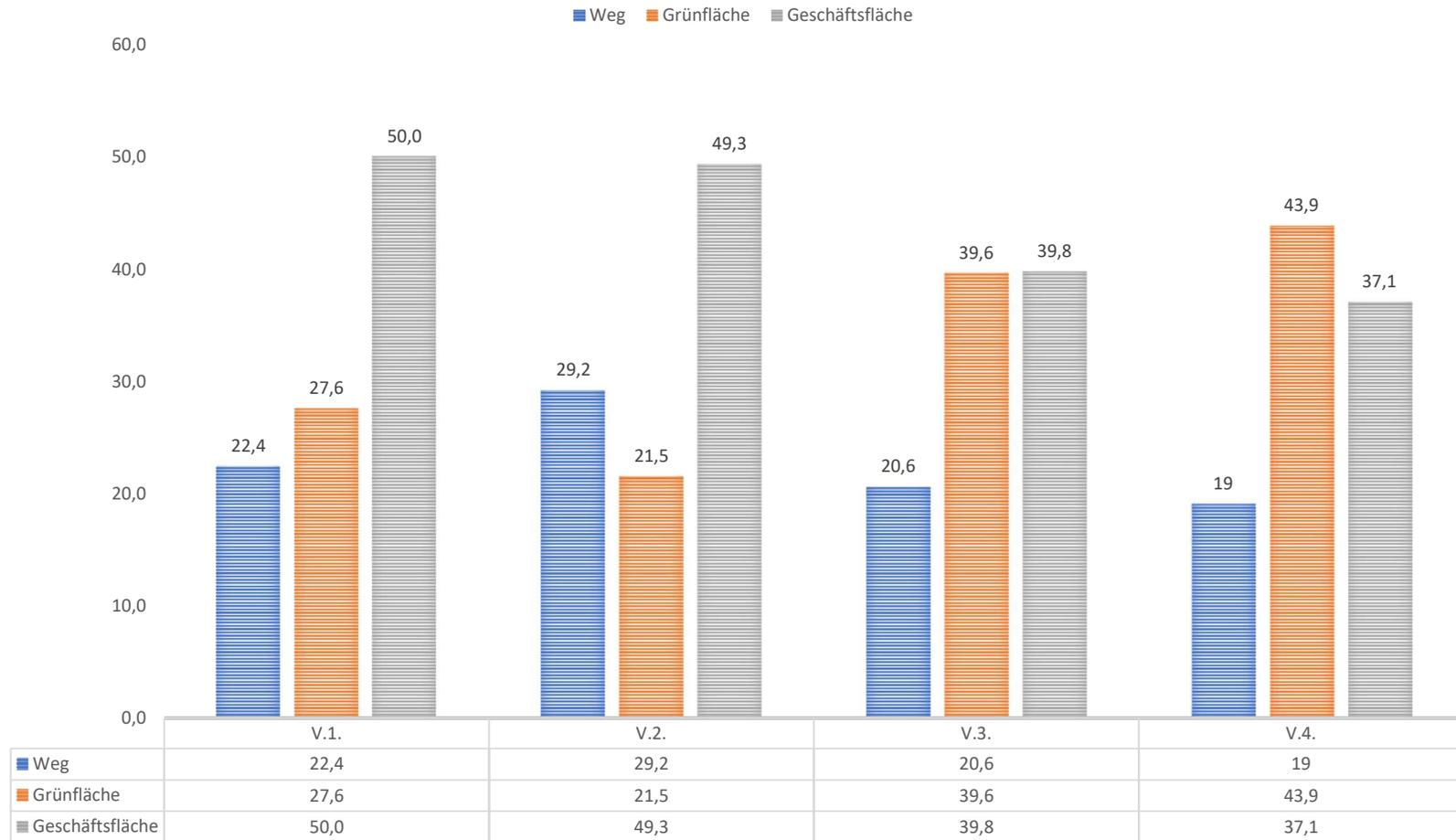


Abb. 4.2.2:
 Prozentuelle Aufteilung der 4 Entwürfe in Weg, Grünfläche und Geschäftsfläche
 Balkendiagramm 2018

Auswertung der 4 Varianten und Begründung der Entscheidung

Wie anhand der Grafik auf der linken Seite veranschaulicht wird, bieten die ersten zwei Varianten die meiste Geschäftsfläche (grau) und die meiste Erschließungsfläche (orange). Das mag zwar wirtschaftlich gesehen eine gute Lösung sein, jedoch leidet die Summe der Grünflächen (Grau) stark darunter. Von den linearen Varianten wäre somit V1 die bessere.

Die Variante 3 und 4 liegen in der Statistik über Geschäftsfläche etwas zurück, können jedoch mit weniger Erschließungsfläche und größeren Grünflächen punkten. Vor allem die Grünflächen innerhalb der Mall werten das Ambiente enorm auf und schaffen so ein weitaus angenehmeres Einkaufsgefühl. Da das Bauvorhaben ein Outlet für Designer- und Luxusartikel ist, hat die Qualität Vozug vor der Quantität.

Ein weiterer Punkt, der für eine der runden Varianten spricht, ist die vorhin erwähnte Blickachse, welche alle Geschäfte gleich setzt.

Während der Blick bei einem linearen Wegesystem immer gezielt auf ein einzelnes Geschäft, oder

einen Ort gerichtet ist, so ändert sich die Blickachse in einem Erschließungsring mit jedem Schritt und setzt so einen neuen Fokus. Auf diese Weise können wir Gleichwertigkeit unter den Geschäften schaffen.

Schlussendlich fiel die Entscheidung auf die 4. Variante aus mehreren Gründen.

Da der Baugrund eine längliche Form hat würde der kreisförmige Grundriss der Variante 3 ziemlich große Raumtiefen verursachen und das Grundstück unwirtschaftlich ausfüllen.

Die vierte Variante hingegen ermöglicht eine Art 8er Schleife welche eine komplette Wegführung durch das Gebäude ermöglicht, ohne dabei repetitiv zu sein.

Ein weiterer Grund für die Wahl wäre die Erschließung vom südlichen Outletcenter, welche im dritten Entwurf vom abgetrennten Bereich blockiert werden würde.

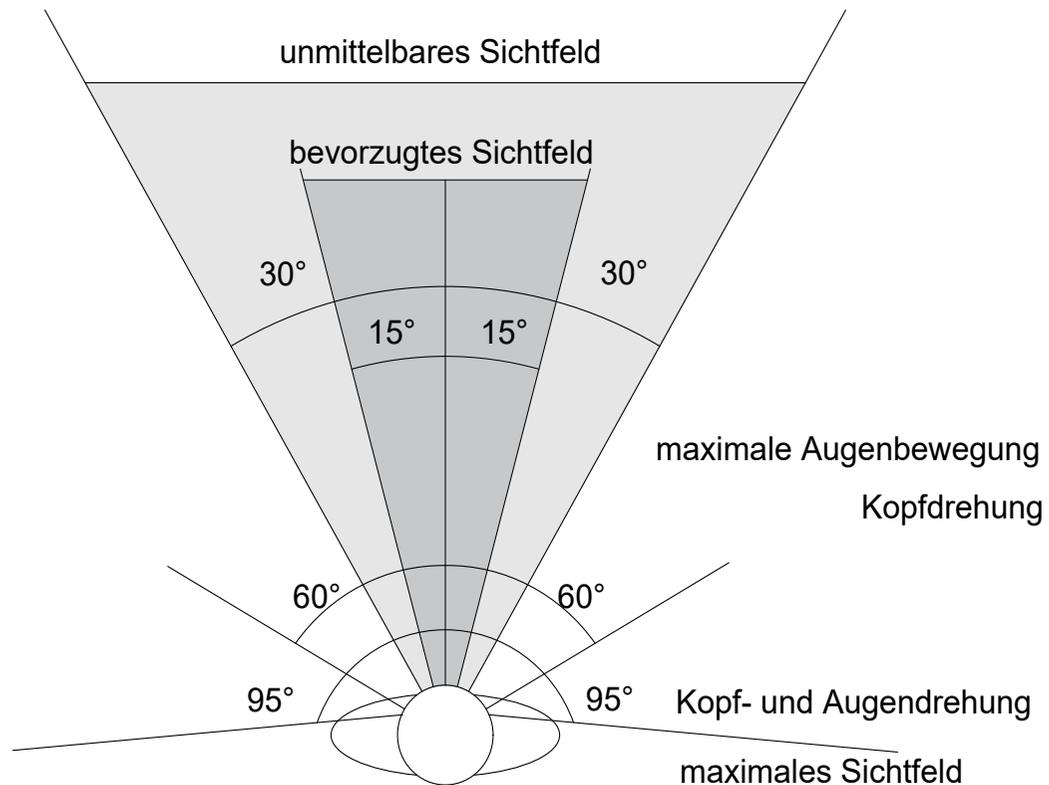


Abb. 4.2.3:
Sichtfelder
Schaubild 2018

Auf den folgenden 6 Seiten werden die Sichtfelder von linearen und ringförmigen Wegesystemen verglichen. In diesem Beispiel gehe ich von den Grundrissen der Bilder 4.2.4 und 4.2.5 s.

Um diesen Vergleich am besten anstellen zu können wird neben dem Sichtfeldwinkel auch die jeweilige Entfernung berücksichtigt.

Um das Resultat etwas zu schärfen wurde ein Sichtfeldradius mit 50 Metern gewählt.

Mit Excel wurden 4 Tabellen erstellt, welche angeben, wieviele Geschäfte jeweils im Radius von 0-50 Metern in den jeweiligen Sichtfeldern zu sehen sind.

Beim Vergleich der Bilder 4.2.6 und 4.2.8, sowie den Bildern 4.2.10 und 4.2.12, schneiden die Varianten mit den ringförmigen Wegesystemen jeweils besser ab, da die Geschäfte im bevorzugtem Sichtfeld früher sichtbar sind.

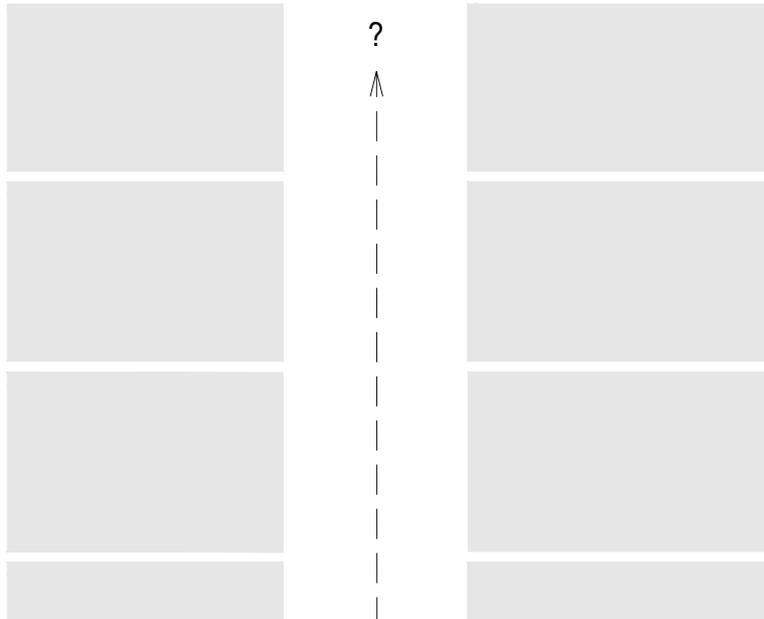


Abb. 4.2.4:
Fokus lineares Wegesystem
Schaubild 2018

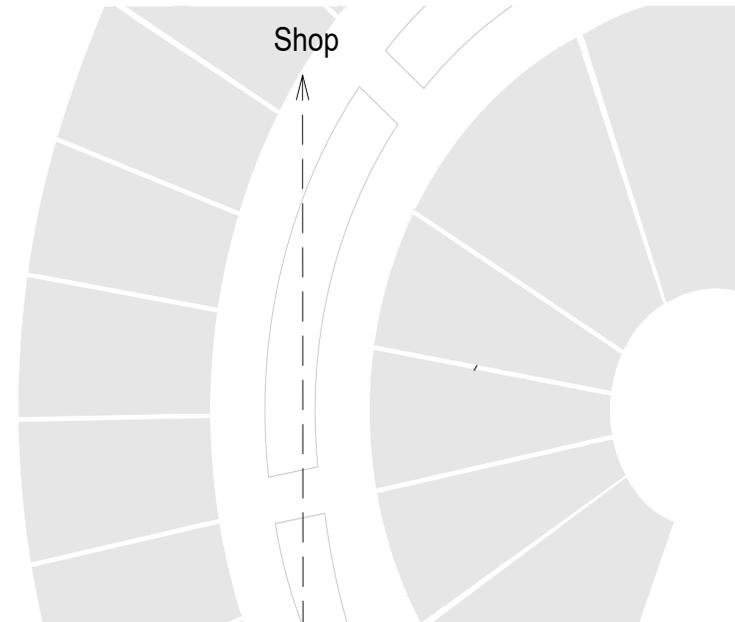


Abb. 4.2.5:
Fokus ringförmiges Wegesystem
Schaubild 2018

Beim direkten Vergleich der Blickachsen schneiden die ringförmigen Wegesysteme jeweils besser ab, da immer ein Shop im Focus liegt. Beim linearen Wegesystem in unserem Beispiel ist das leider nicht der Fall.

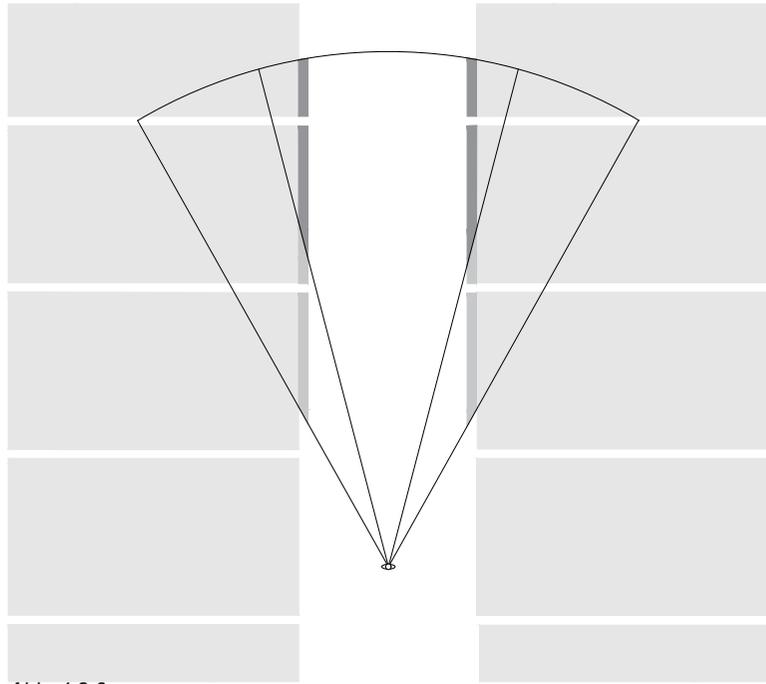


Abb. 4.2.6:
Blickfeld lineares Wegesystem
Schaubild 2018

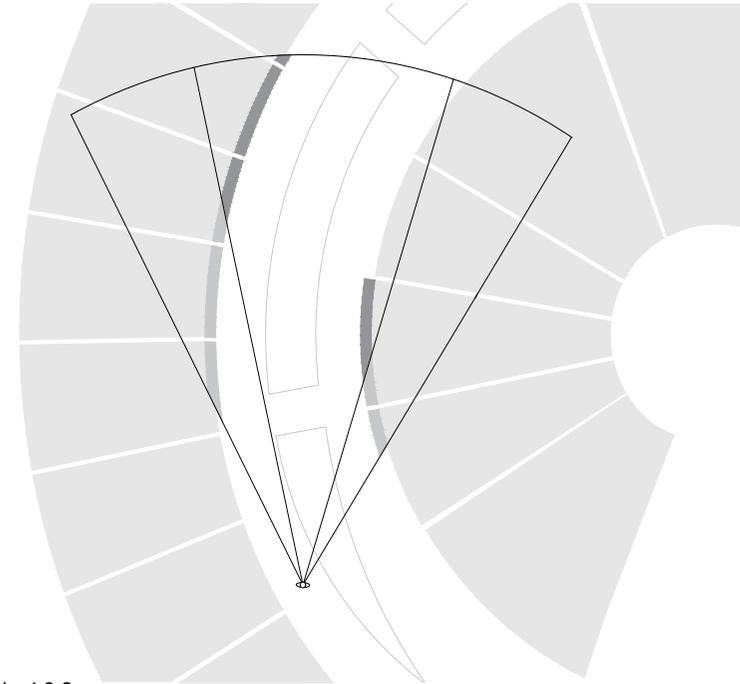


Abb. 4.2.8:
Blickfeld ringförmiges Wegesystem
Schaubild 2018

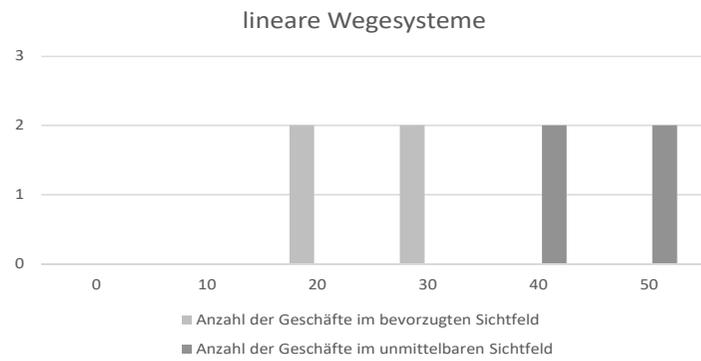


Abb. 4.2.7:
Anzahl an Shops im Radius von 50m (lineares System)
Diagramm 2018

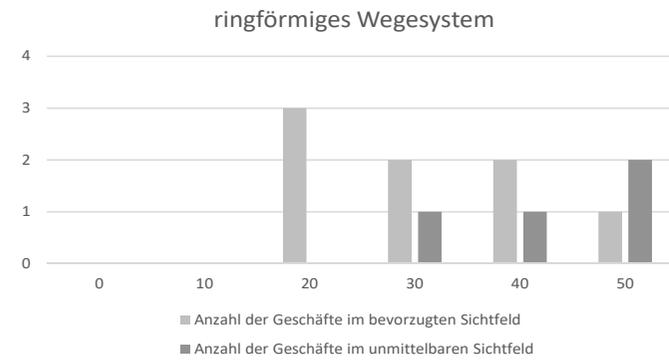


Abb. 4.2.9:
Anzahl an Shops im Radius von 50m (ringförmiges System)
Diagramm 2018

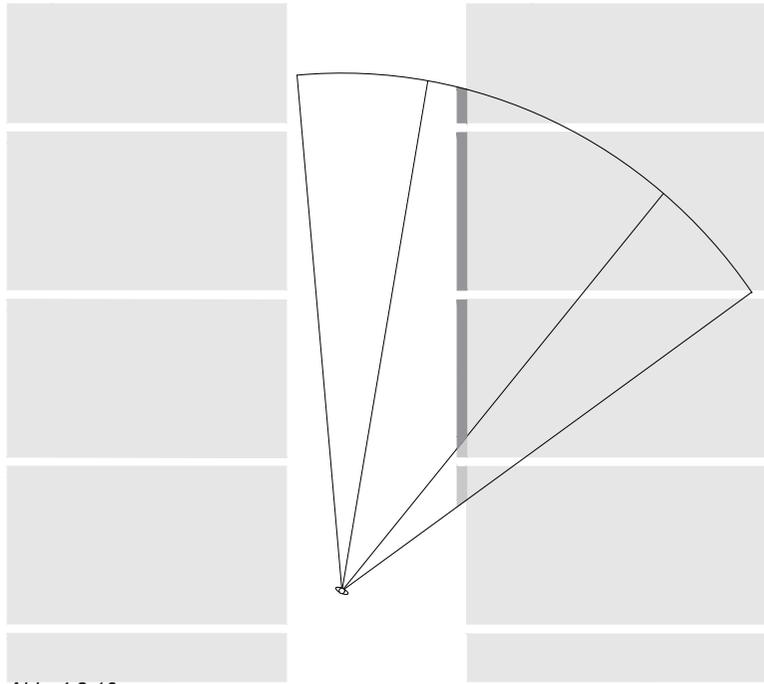


Abb. 4.2.10:
Blickfeld lineares Wegesystem
Schaubild 2018

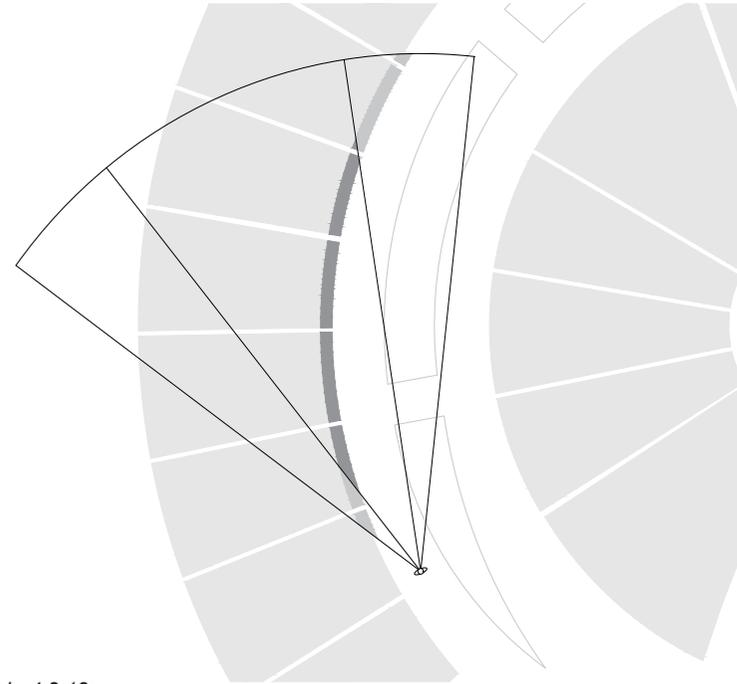


Abb. 4.2.12:
Blickfeld ringförmiges Wegesystem
Schaubild 2018

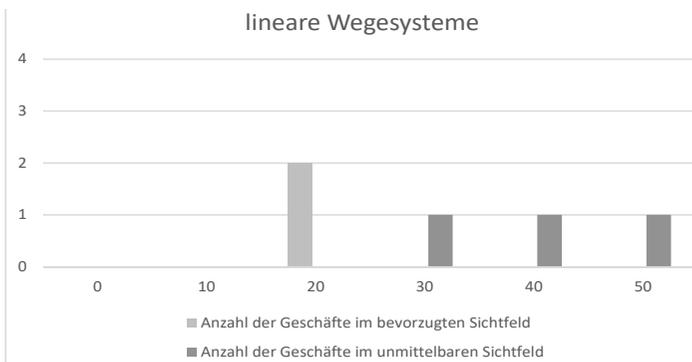


Abb. 4.2.11:
Anzahl an Shops im Radius von 50m (lineares System)
Diagramm 2018

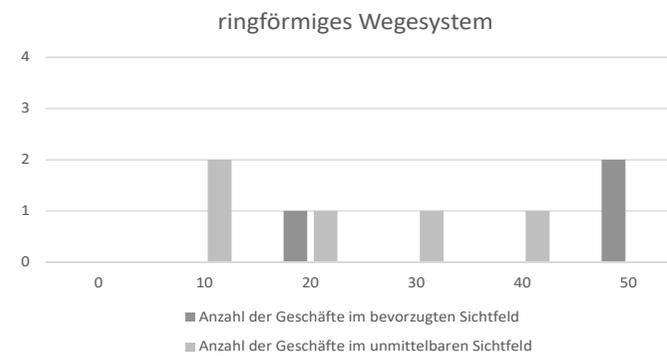


Abb. 4.2.13:
Anzahl an Shops im Radius von 50m (ringförmiges System)
Diagramm 2018

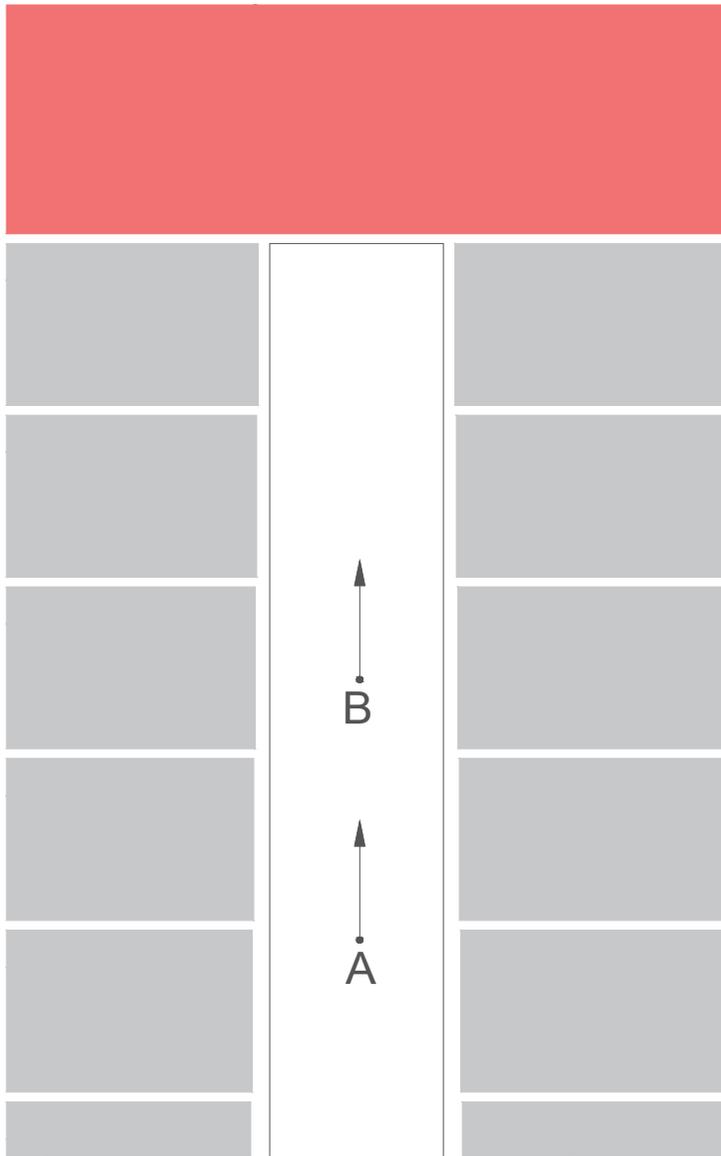


Abb. 4.2.14:
Blickachse linearer Weg
Schaubild 2018



Abb. 4.2.15.:
Blickachse linear Punkt A
Schaubild 2018

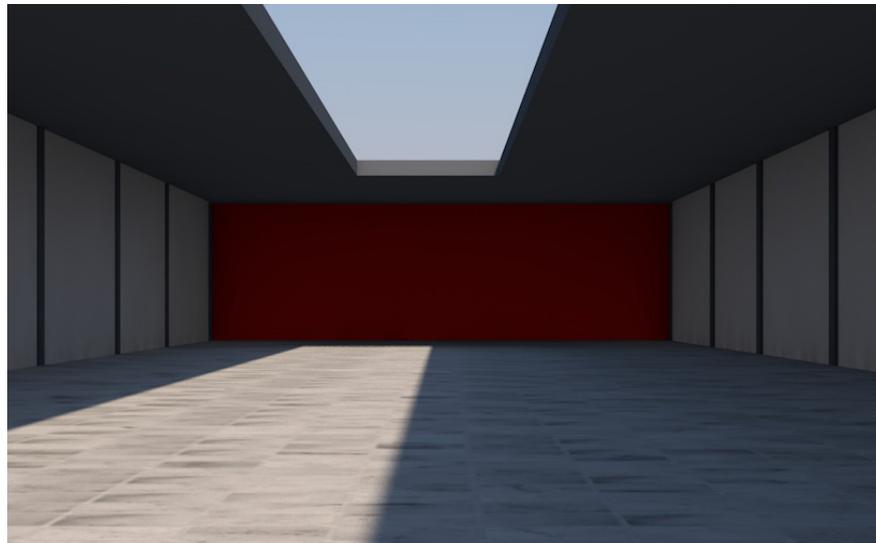


Abb. 4.2.16:
Blickachse linear Punkt B
Schaubild 2018

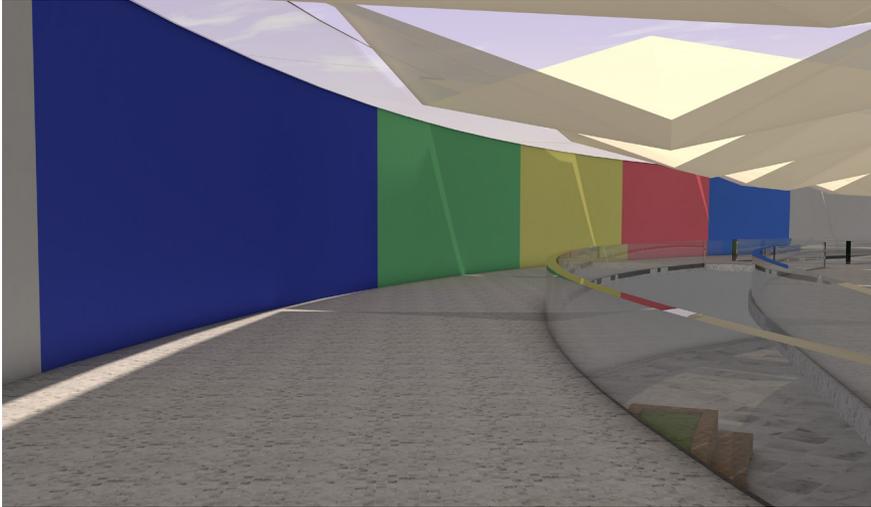


Abb. 4.2.17:
Blickachse ringförmig Punkt A
Schaubild 2018

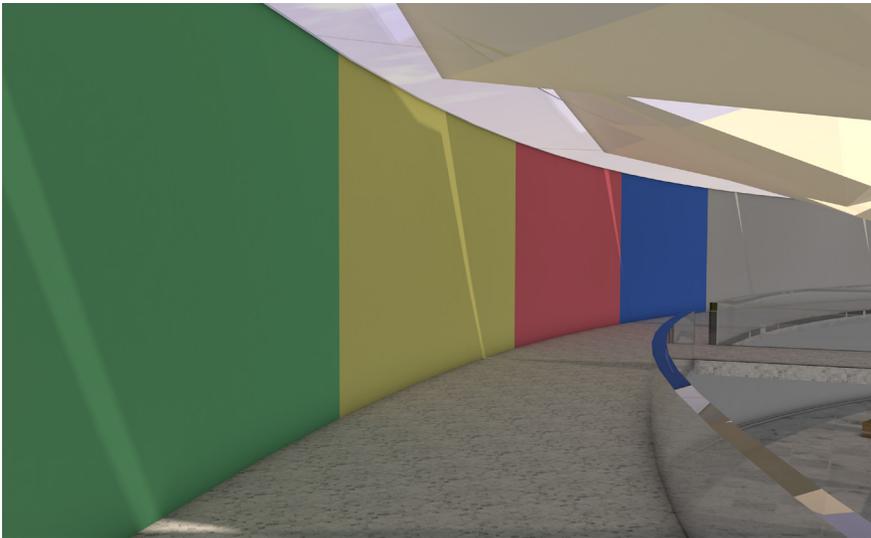


Abb. 4.2.18:
Blickachse ringförmig Punkt B
Schaubild 2018

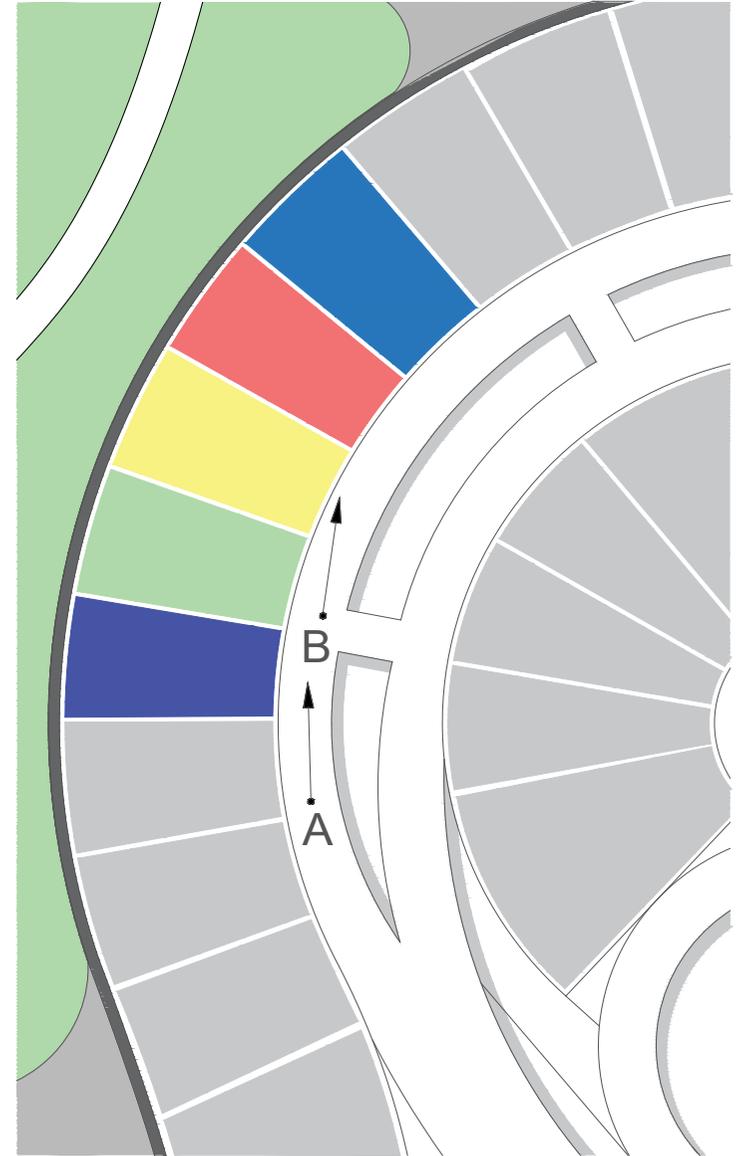


Abb. 4.2.19:
Blickachse ringförmiger Weg
Schaubild 2018



Abb. 4.3.
Parkplatzchaos
Foto 2016

4.3) Lösung der Parkplatzproblematik

Wie auf der Abbildung links zu sehen ist, wird der Freiraum und die Erschließung sehr stark durch den aktuell vorhandenen Parkplatz definiert. Auch wenn die Form die naheliegendste und günstigste Art von Parkplatz ist, leidet die Qualität stark darunter. Folgende Faktoren mindern die Qualität des Aufenthalts:

-) Jeder verbaute Quadratmeter fehlt im Umkehrschluss als Grünfläche.
-) Im Sommer heizt sich der Asphalt extrem auf und sorgt für eine höhere Durchschnittstemperatur.
-) Die ständige Abgasbelastung durch vorbeifahrende Autos bei den Gehwegen mindert die Qualität der Luft
-) Die Parkplätze sind selten voll ausgelastet
-) Viele Parkplätze bedeutet im Umkehrschluss auch mehr Erschließungsstraßen, was wiederum zu mehr Verkehr führt.

-) Die Parkplatz ist auf viele kleine Einzelparkplätze aufgeteilt wodurch schnell die Übersicht und Orientierung verloren geht.

Durch eine Umlagerung des Großteils der Parkplätze auf das Dach meines Gebäudes und des bestehenden Villaggios und Fashion Outlet Centers kann ich alle Parkplätze eine Ebene höher unterbringen.

Diese Umstrukturierung löst all die bereits kritisierten Mängel und schafft Platz für neue Grün- und Freiflächen, welche das Gesamtbild auflockern und den Aufenthalt angenehmer gestalten.

Das Konzept des Dachparkplatzes bei einem Einkaufszentrum ist jedoch keineswegs neu und wurde erstmals von Viktor Gruen 1949 auf dem Dach des Milirons Kaufhauses (Abb. 4.3.1 in Amerika praktiziert. Auch heute noch erfreut sich diese Art des Parkens großer Beliebtheit und wurde 2017 im Fischapark in Wr. Neustadt in Niederösterreich bei einem Umbau hinzugefügt (Abb. 4.3.2)



Abb. 4.3.1.:
Milirons Kaufhaus, Dach
Foto 1949

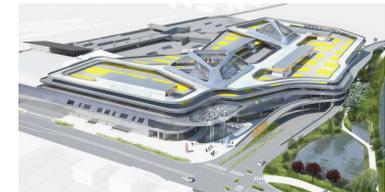


Abb. 4.3.2.:
Fischapark, Wr. Neustadt
Rendering 2017

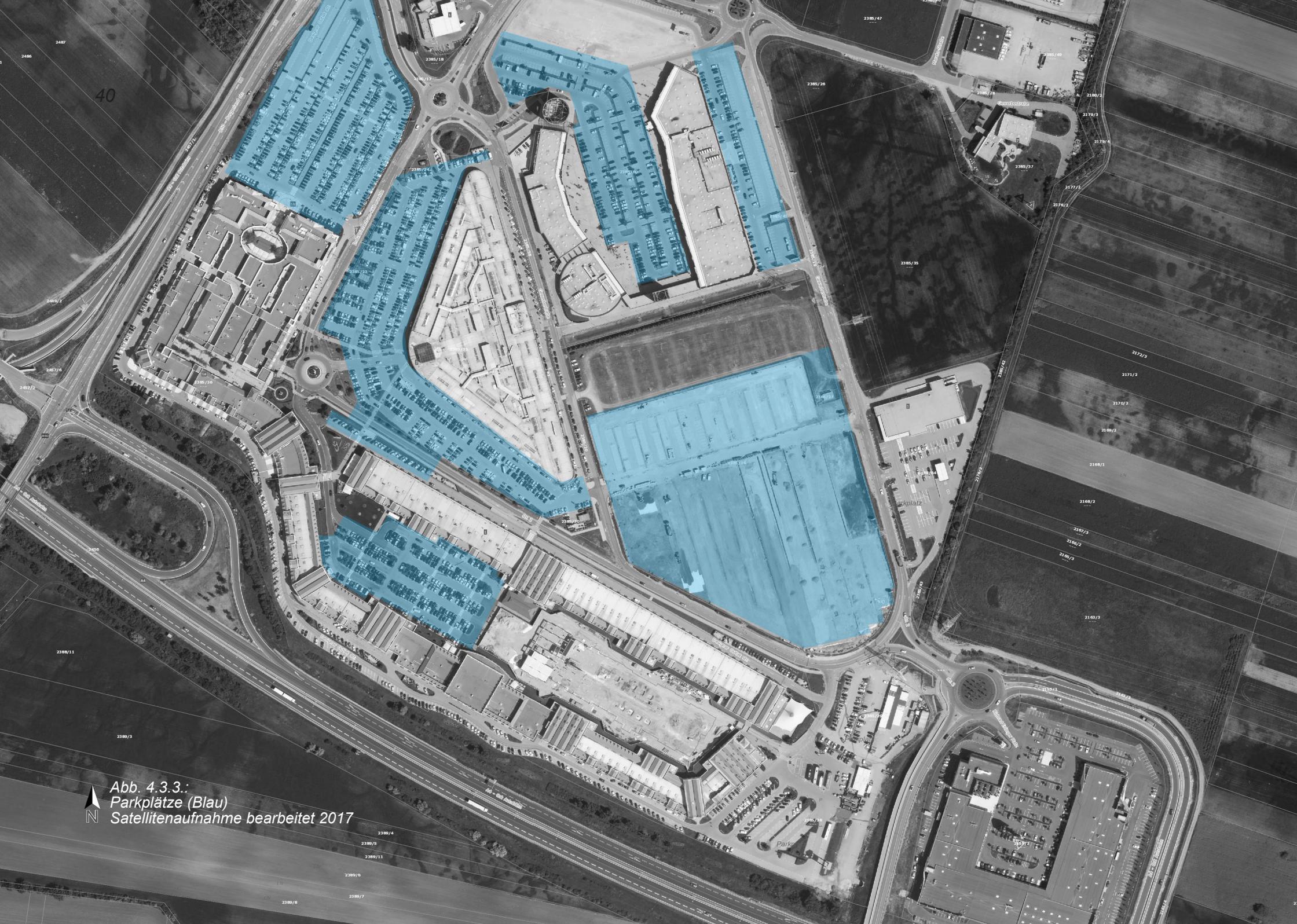


Abb. 4.3.3:
Parkplätze (Blau)
Satellitenaufnahme bearbeitet 2017



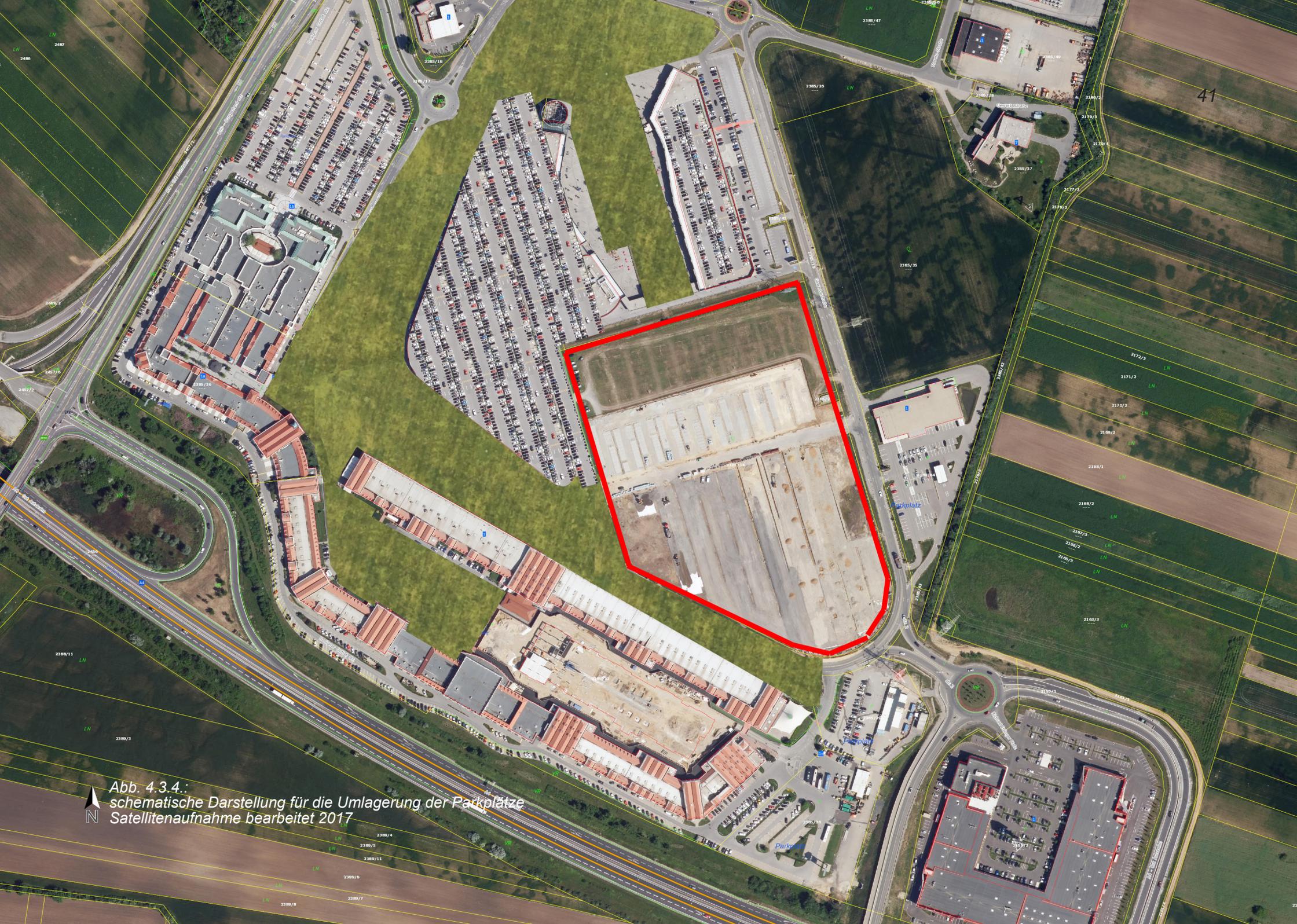


Abb. 4.3.4.:
schematische Darstellung für die Umlagerung der Parkplätze
Satellitenaufnahme bearbeitet 2017



Resultat der Parkplatzumverteilung

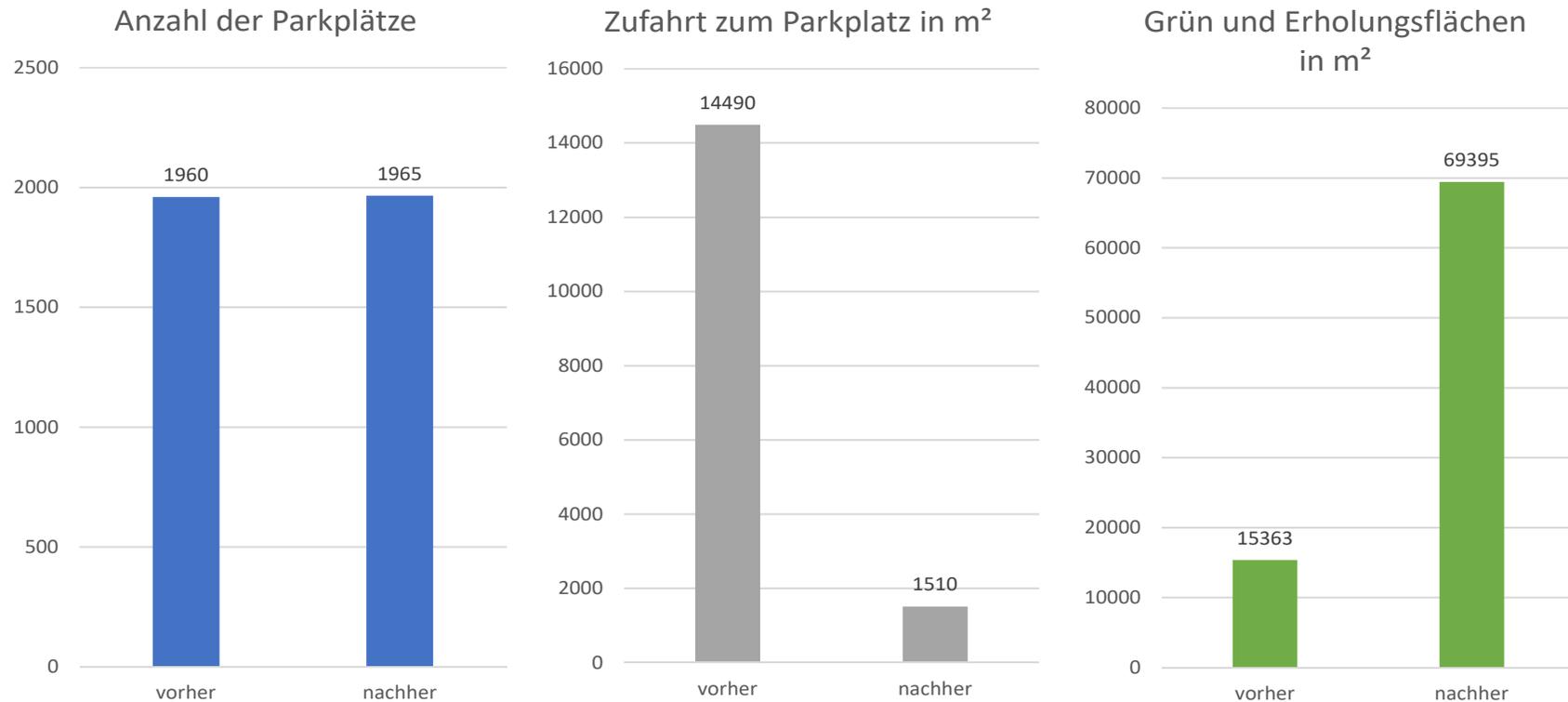


Abb. 4.3.6.:
Verhältnis zwischen Parkplätzen Erschließung und Grünflächen
Diagramm 2018

Durch die Umlegung der Parkplätze bleibt die Anzahl der Parkplätze in etwa gleich. Grund für die geringe Veränderung ist die Tatsache, dass der größte Zuwachs an Kunden durch den Shopping-Tourismus zustande kommt. Aus diesem Grund wurden die Parkplätze für Reise und Shuttlebusse vervierfacht um der wachsenden Nachfrage nachzukommen. Ein weiterer Grund für die fast gleichbleibenden Pkw Parkplätze ist die Tatsache, dass die A4, die Hauptzufahrt zum Outlet, aus platztechnischen Gründen nicht erweitert werden kann und trotz voller Auslastung ihr Limit erreicht hat.

Die größten Einsparungen gibt es bei der Erschließung der Parkplätze und der Zufahrtsstraßen im Erdgeschoßniveau. Der neu gewonnene Platz dient nun als Grün- und Erholungsfläche und soll zukünftigen Touristen den Aufenthalt angenehmer gestalten.



Abb. 4.4.:
Beispiel für eine einprägsame Mall Fassade, ION Orchard Mall Singapur
Fotographie 2018

4.4) Braucht ein Einkaufszentrum eine Auslage?

Jeder der schon einmal einkaufen war, weiß, dass die Auslage bzw. Fassade eines Geschäfts darüber entscheidet, ob man hinein oder vorbei geht.

Wie sieht das aber bei Einkaufszentren aus? Im Inneren der Malls überschlagen sich die einzelnen Shops und glänzen mit komplett verglasten Auslagen, in denen die Waren so perfekt wie möglich drapiert werden.

Die Außenhülle dieser Konsumzentren sind jedoch das absolute Gegenteil. In den wenigen Fällen, in denen ein Einkaufszentrum ein Auslage hat, stehen meist nur Kleiderständer oder Kisten vor der Glasfläche, was alles anders als einladend wirkt.

Die Vielzahl der Malls versucht ihr Inneres zu verbergen und lockt mit Werbung und Beleuchtung. Anstatt beispielsweise ein Kleid in die Auslage zu stellen, weist ein großer H&M Schriftzug darauf hin, welche Kleidungsstücke zu erwarten sind, die man ja in diversen Reklamen sowieso schon gesehen hat.

Welche Funktionen soll also eine Mall dann erfüllen, bzw. was macht eine gute Fassade aus:

-) Werbung

Sie deutet an, was der Kunde im Inneren zu erwarten hat.

-) Belichtung (Tageslicht)

Wird meist ausgeblendet, da das Beleuchtungskonzept auf elektrischer Ebene stattfindet.

-) Beleuchtung (elektrisch)

Selbst die tristeste Fassade lässt sich mit der richtigen Beleuchtung spektakulär in Szene setzen.

-) Orientierung

Wo gehts hinein, wo finde ich was?

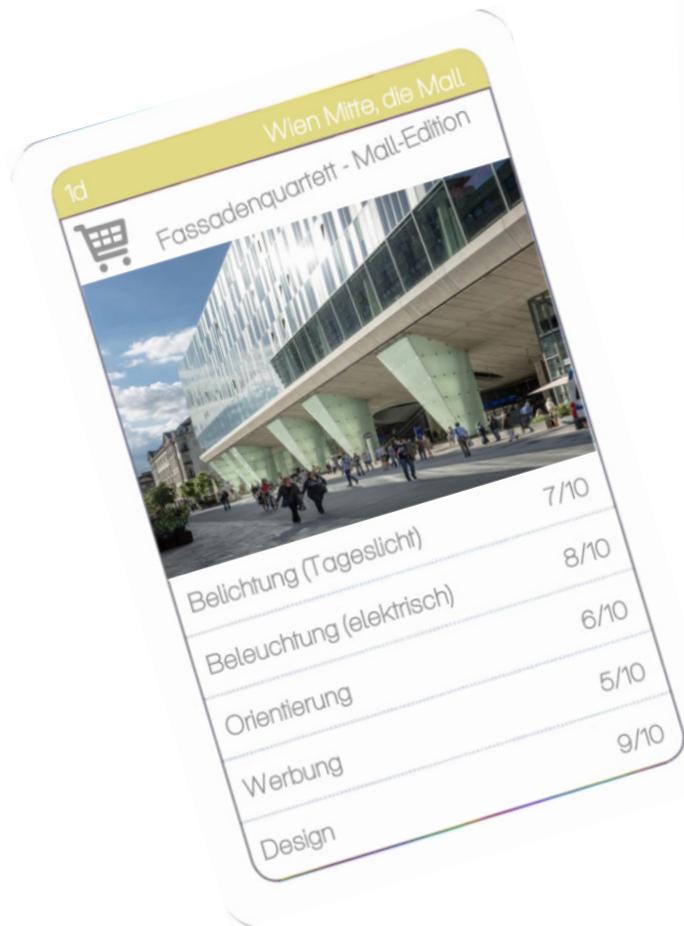
-) Design

Je einladender, attraktiver und origineller eine Fassade ist, desto eher wird geshoppt.

Anhand dieser Kriterien habe ich bestehende Malls bewertet und verglichen, um so einen gemeinsamen Nenner zu finden.

Die Mall

Die beleuchteten Stützen sind ein echter Hingucker, jedoch könnte man aufgrund der fehlenden Werbung und der schlechten Orientierung das Gebäude leicht übersehen, dass es sich um eine Einkaufszentrum handelt.



Lugnercity

Die Erschließung ist sowohl übersichtlich als auch schön beleuchtet, jedoch ist das Design Geschmackssache.

Donauzentrum

Die große Stärke der Donauzentrum Fassade ist die Werbekraft. Durch den übermäßigen Einsatz von Werbung leidet aber die Orientierung stark darunter.

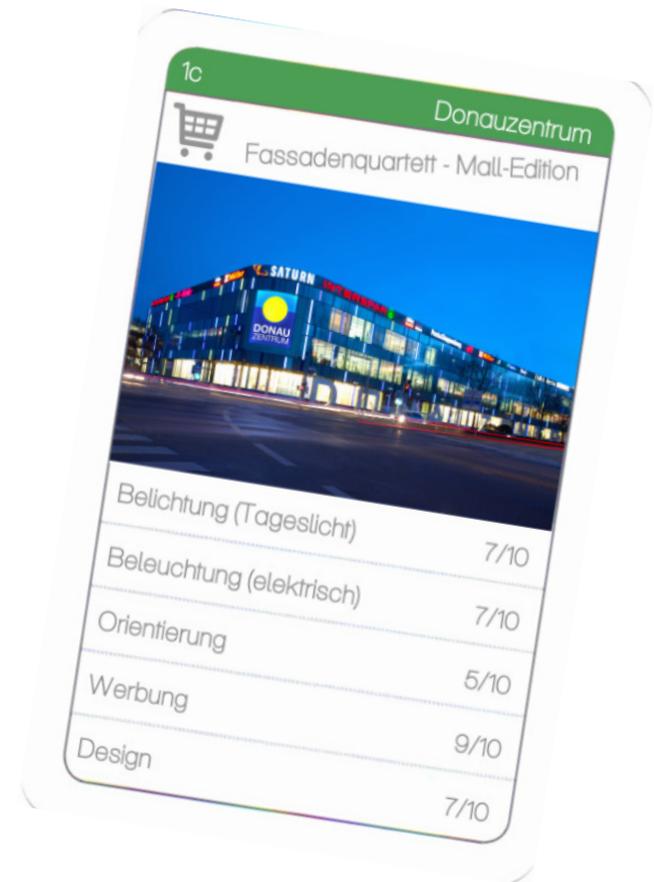


Abb. 4.4.1.: Fassadequartett Fotocollage 2017

Die Eingänge sind sehr gut sichtbar und sind im Kinobereich nachts bunt beleuchtet.

Die fast blickdichte Fassade lässt im Gegenzug dafür kaum bis kein Tageslicht durch.



Fazit

Die Belichtung durch Tageslicht wird bei den meisten Einkaufszentren immer mehr vernachlässigt, da die elektrische Beleuchtung im Inneren des Gebäudes konzeptuell perfektioniert wurde. Die Hauptaufgaben der Fassade sind daher weitestgehend, ein schön designer Werbeträger zu sein, der aufzeigt, wo der Eingang liegt.

Eine Vielzahl von Zentren setzen bei der Oberfläche der Fassade auf Glas oder Metall, jedoch möchte ich ein Material mit mehr kulturellem Hintergrund verwenden. Aus diesem Grund habe ich mich für eine Lehmfassade entschieden.

Fischapark

Die Fassade lässt kein Tageslicht durch, wohingegen die Beleuchtung bei Nacht sehr positiv auffällt.



Abb. 4.5.:
Vorschau Renovierung Bahnhof Parndorf Ort
Rendering 2018

4.5) Wie soll die öffentliche Anbindung aussehen?

Da eine gute Anbindung für ein jedes Einkaufszentrum essentiell ist, muss diese Einfluss auf den Entwurf haben. Folgende Anreisemöglichkeiten stehen dabei zur Auswahl:

PKW

Das meistgewählte Transportmittel für die Anreise zur Mall ist das Auto. Parndorf ist sowohl von Wien als auch von Bratislava und Budapest bequem erreichbar.

Wien liegt 30 Minuten entfernt, Budapest 90 Autominuten und Bratislava ist sogar nur 25 Minuten entfernt. Auch die Flughäfen der jeweiligen Städte verfügen über eine gute Anbindung.

Das Parken vor Ort ist auf dem gesamten Gelände kostenfrei. Das EKZ hat eine eigene Autobahn-auffahrt, wodurch die Anfahrt sehr übersichtlich verläuft. Aus den oben genannten Gründen sind ausreichend Parkplätze wichtig, welche jedoch aus ästhetischen und funktionellen Gründen auf dem Dach angesiedelt werden.

Die elektronischen Autoladestationen werden durch die Parkplatzumstrukturierung ebenfalls auf das Dach verlagert.

Drive Now

Für Kunden aus Wien, die gerne selbst fahren möchten, besteht die Möglichkeit, für die Anreise ein Auto zu buchen.

Shuttle Bus - Wien Parndorf

Für 15 Euro für Hin- und Retour kann man mittels Shuttlebus von der Oper in Wien direkt zum Outlet gelangen⁴.

Die Busse fahren 12 Mal täglich hin- und retour (stündlich) und an Haupteinkaufstagen innerhalb der Stoßzeiten sogar öfter. Die Shuttlebusse sind ein Service von Blaguss und sind online buchbar.

Shuttle Bus - Bratislava Parndorf

Diese Line wäre eine sinnvolle Ergänzung



Abb. 4.5.1.:
Shuttlebus, Blaguss
Foto 2018



Abb. 4.5.2.:
Drivenow Carsharing
Foto 2018

4) Informationen zum Parndorf Outlet-Shuttlebus
<https://www.parndorf-shuttlebus.at/de>



Abb. 4.5.3:
Stau auf der A4
Foto 2017

Reisebusse

Das Outletcenter in Parndorf erfreut sich immer größerer Beliebtheit unter den Touristen, was sich nicht zuletzt durch vermehrte Anreise von Reisebussen zeigt.

Die Gruppenformulare auf der Homepage des Mc Arthur Glenn Outlet Centers sind mittlerweile sogar schon auf Chinesisch angeschrieben da vor allem viele asiatische Touristen großes Interesse an dem Einkaufscenter zeigen⁵.

Öffentliche Verkehrsmittel

Der Bahnhof von Parndorf liegt vom Outlet ca 5 Fahrminuten mit dem Taxi entfernt und wird in regelmäßigen Abständen von Zügen aus Wien, Bratislava und Budapest angefahren.

Dieser Bahnhof wird aktuell ausgebaut, wodurch er in Zukunft relevanter wird. Insgesamt wurden 14 Millionen € investiert, um den Bahnhof zu einer Vorzeige-Infrastruktureinrichtung des Burgenlandes zu verwandeln. Grund dafür ist die zunehmend

negative Wahrnehmung der Passagiere und der vermehrte Zustrom ins Outletcenter. Der Fertigstellungstermin wurde mit April 2019 angesetzt⁶.

Ein fixer Shuttlebus der zwischen den Bahnhöfen Parndorf, Neusiedel und der Mall seine Runden fährt, wäre sinnvoll.

Shuttlebus Flughafen - Parndorf

Die wichtigste Ergänzung wäre meiner Meinung nach ein Shuttle zwischen dem Flughafen und der Mall. Grund hierfür wären die Nähe zum Flughafen und die Teils langen Wartezeiten auf den Anschlussflug. Die Tatsache, dass Nicht-Österreicher Tax Free einkaufen können, macht diese Idee umso interessanter.

Fazit:

Durch die neuen Shuttle Bus Linien (Bratislava, Flughafen und zu den Bahnhöfen) sowie den zunehmenden Reisebusverkehr wurde von mir die Entscheidung getroffen, die Anzahl an Busparkplätzen zu vervierfachen.



Abb. 4.5.4.:
Bahnhof Parndorf (vor Renovierung)
Fotographie 2017

5) Informationen für Reisebusse
Stand 08/2018
www.mcarthurglen.com/de/outlets/at/designer-outlet-parndorf/gruppenbuchungen

6) Informationen zur Bahnstufenrenovierung
Artikel vom 26. Februar 2018 auf bvz.at
<https://www.bvz.at/neusiedl/>



Abb. 4.6.:
Vögel bei 40 Grad im Schatten
Fotografie 2016

4.6) Beschattung der oberen Etage

Da die Erschließung der Geschäfte im ersten Geschos nicht überdacht ist, bedarf es einer alternativen Beschattungsmethode und Schutz vor Niederschlag.

Die naheliegendste und wahrscheinlich auch effizienteste Lösung ist der Einsatz von Sonnensegeln.

Da jedoch eine Vielzahl an Formen und Variationen existieren, wurden 6 verschiedene Versionen gewählt und miteinander verglichen, um herauszufinden, welche Ausführung in diesem konkreten Szenario am besten funktionieren würden.

Die einzelnen Varianten wurden anhand der Kriterien Sonnenschutz, Regenschutz, und Orientierung subjektiv bewertet. Die Gewichtung dieser Kriterien ist unterschiedlich, da der Regenschutz, gefolgt vom Sonnenschutz, weitaus wichtiger sind als die Orientierung.

Die Versionen 1 und 2 schieden daher vorzeitig aus da sie bei der Bewertung in der Kategorie Regenschutz mangelhaft ausfielen.

Die Variante 3 bietet zwar eine interessante Orientierung und guten Sonnen und Regenschutz, jedoch ist sie anfällig auf Wind und wurde daher ebenfalls verworfen.

Die Versionen 4, 5 und 6 sind vom Typ her eine Art Trichter, der den Regen über die Mitte ableitet.

Da die Variante 4 den geringsten Schutz vor Niederschlägen bietet, und die Variante 5 wenig Luftzirkulation bietet, wurde die Variante 6 gewählt.

Kern dieser Variante ist ein Sonnensegel welches von der Form her einem Himmel und Hölle Spiel ähnelt. Der größte Unterschied besteht hierbei an der Schiefelage des Segels, da alle Felder leicht nach rechts geneigt sind. Somit wird das Segel je nach Gehrung anders wahrgenommen und erlaubt den Kunden, sich daran zu orientieren.

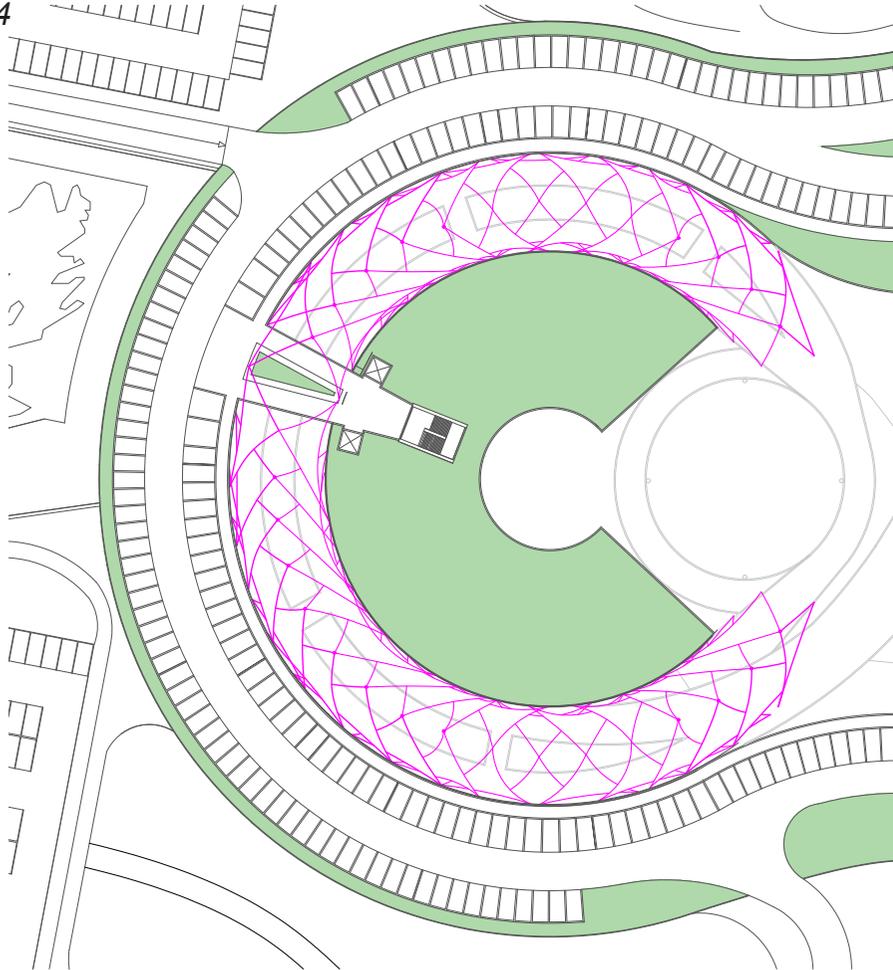


Abb. 4.6.1:

Version 1

Die Segelpaare überschneiden einander wie Schuppen. Da die Zwischenräume zu groß ausfielen, wurde diese Version verworfen.

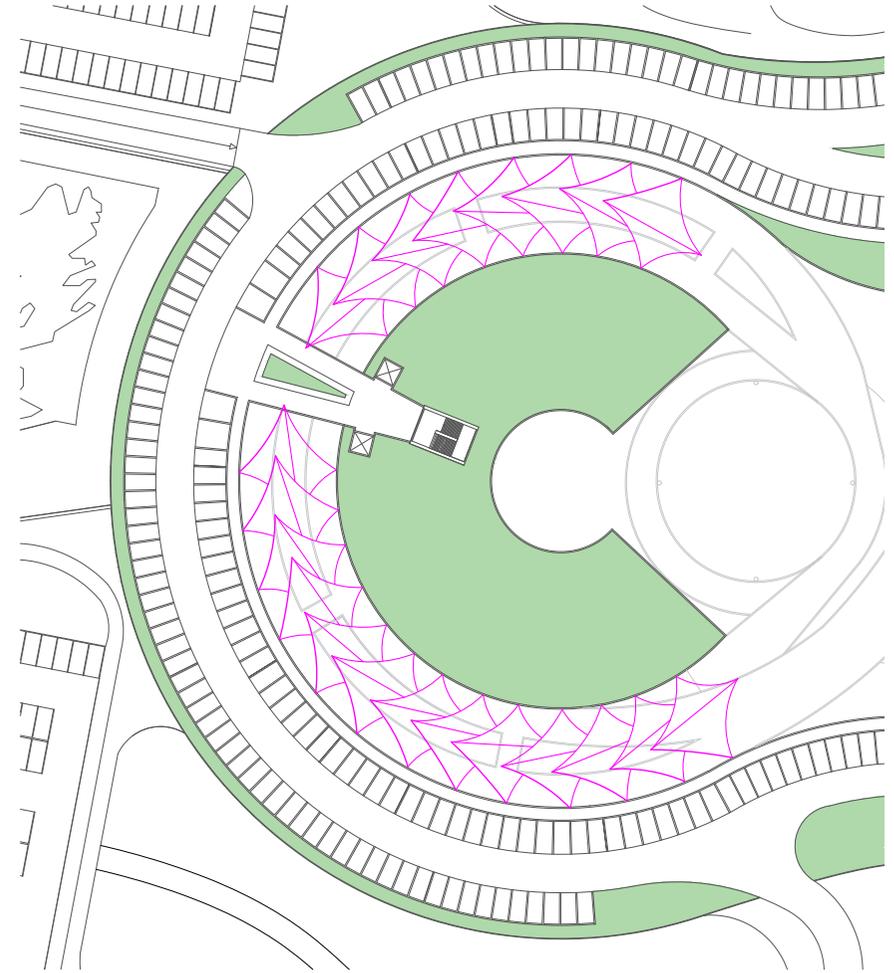
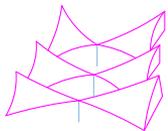
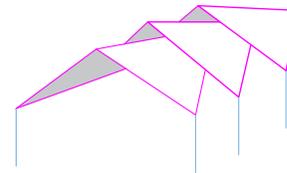


Abb. 4.6.2:

Version 2

Ähnlich wie bei Version 1 nur mit gespiegelten Hälften. Auch bei dieser Version ist die unüberdachte Fläche zu hoch.



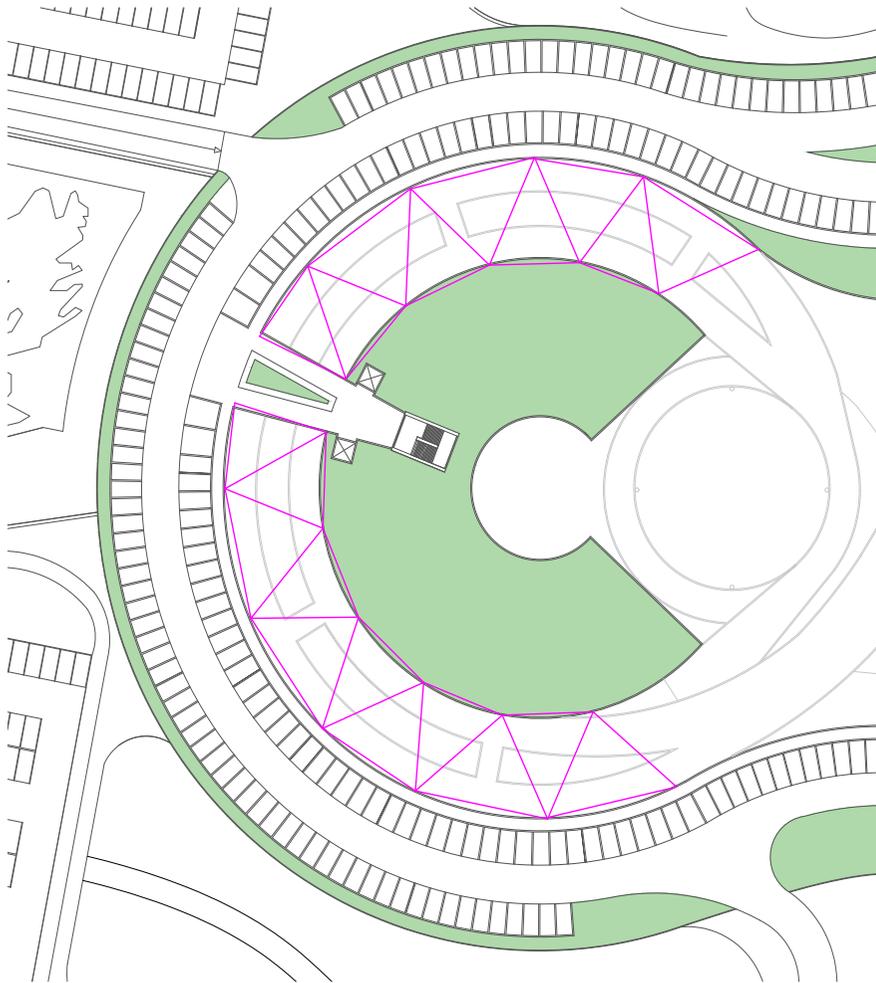


Abb. 4.6.3:

Version 3

Bestehend aus abwechselnd geneigten dreieckigen Sonnensegeln, welche das Wasser am Rand ableiten.

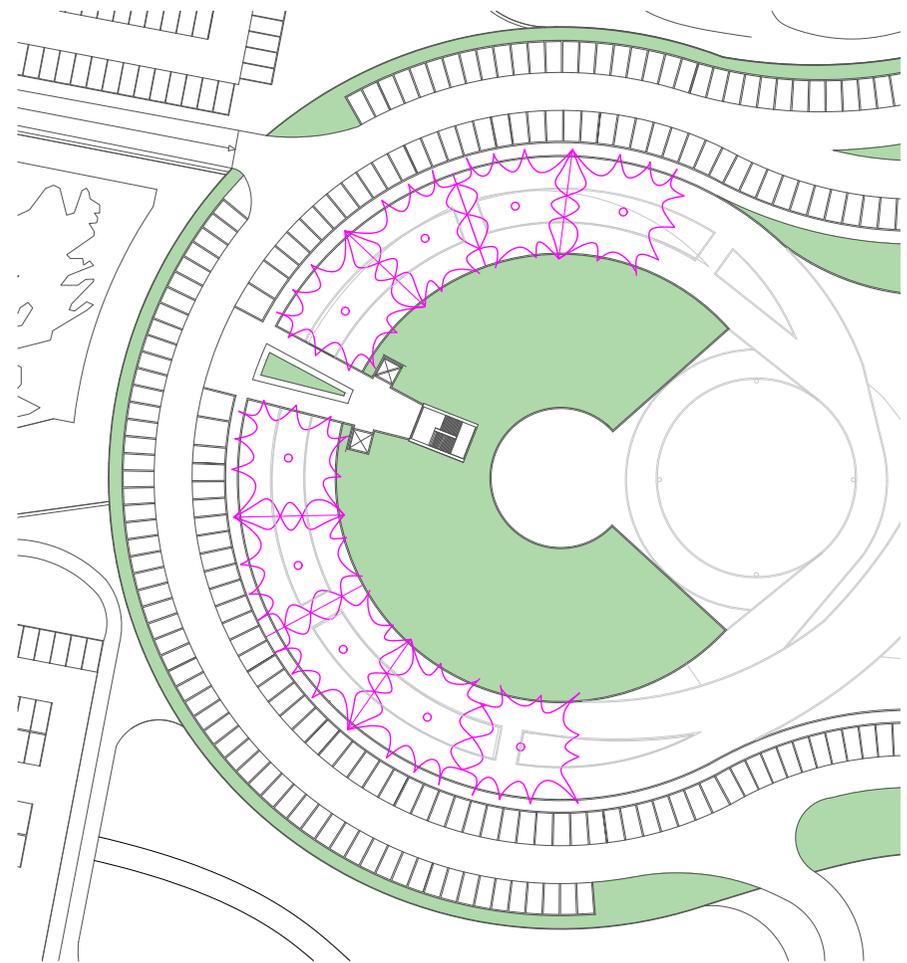
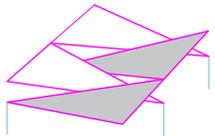
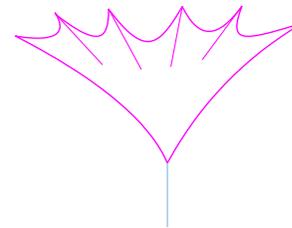


Abb. 4.6.4:

Version 4

Eine trichterförmige Variante, welche pro Feld jeweils aus einem elastischen Segel besteht.



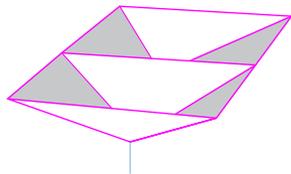
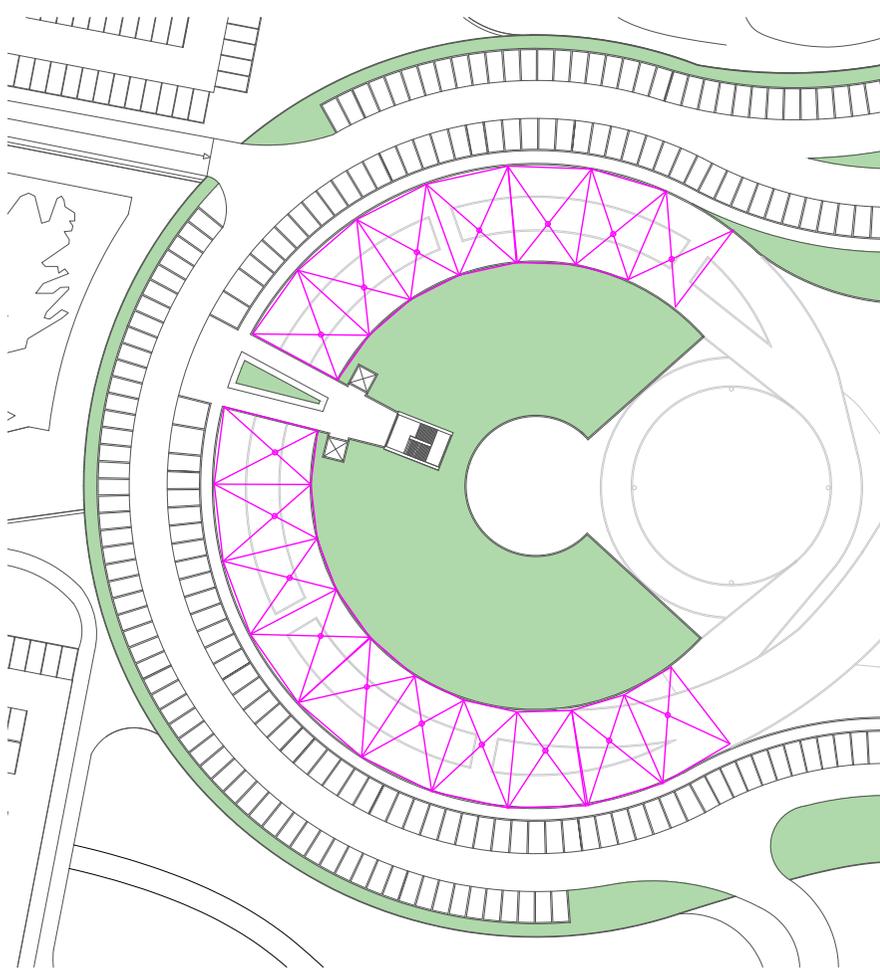


Abb. 4.6.5:

Version 5

Eine trichterförmige Variante, welche aus jeweils 4 dreieckigen Segeln besteht.

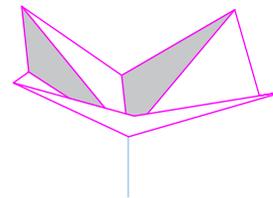
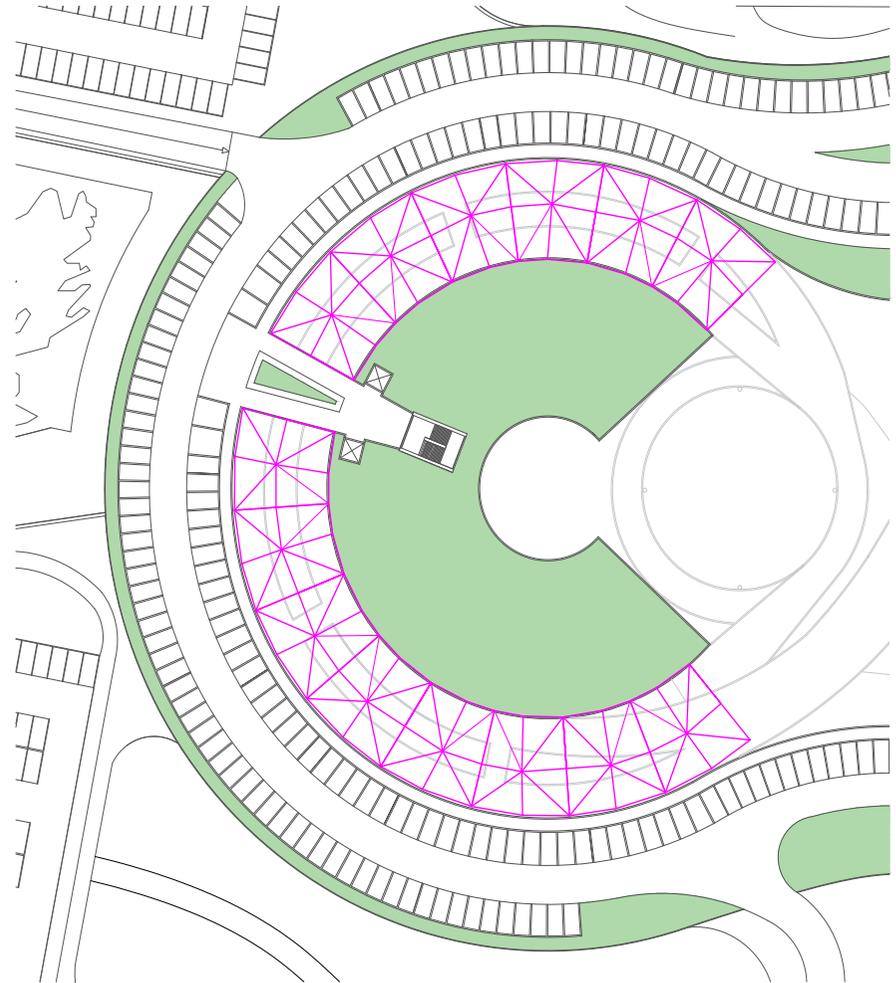


Abb. 4.6.6:

Version 6

Diese trichterförmige Konstruktion besteht aus 8 Segeln, welche nicht nur das Wasser gut ableiten, sondern auch durch ihre unterschiedlichen Seitenhöhen eine gute Orientierung bieten.



Abb. 4.6.7:
Orientierung durch die Segelstellung
Rendering 2018



Abb. 4.6.8:
Orientierung durch die Segelstellung
Rendering 2018

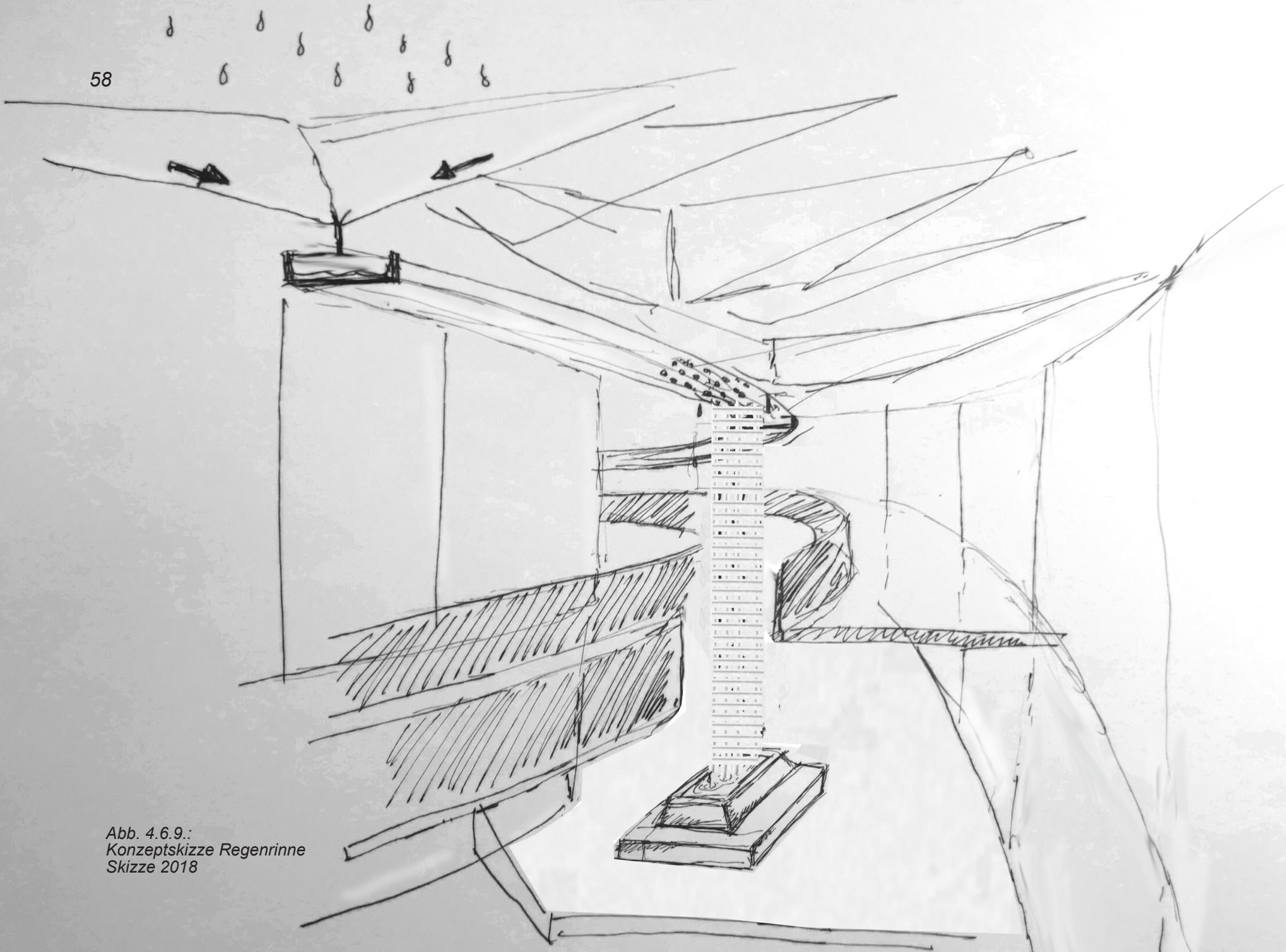


Abb. 4.6.9.:
Konzeptskizze Regenrinne
Skizze 2018



Abb. 4.6.10:
Gefrorenes Regengitter im Winter
Rendering 2018



Abb. 5.:
Analyse
Schaubild

Im folgenden Kapitel unteruche ich die bekanntesten und populärsten Einkaufszentren Österreichs

Anhand einer Gewichtung nach Stärken und Schwächen von 1-3 (z.B. sehr positiv = +++, sehr negativ = ---) wurden die Center bewertet.

Die daraus resultierenden Punkte wurden dann gegenüber gestellt und in Form eines Diagrammes auf der letzten Seite dieses Kapitels miteinander verglichen.

So subjektiv diese Bewertung auch erscheinen mag, so war sie doch sehr hilfreich, um herauszufinden, worauf es bei der Planung eines Einkaufszentren im Grunde ankommt.

Die wichtigsten Faktoren sind zumeist die Anbindung, die Orientierung, die Größe und Auswahl an Geschäften, Events, die Lage und das Design.

So unscheinbar diese Faktoren zum Teil auch erscheinen mögen, entscheiden sie doch oft, ob man in der entsprechenden Einrichtung einkaufen geht.

-) *The Mall in Wien Mitte*



Abb. 5.1.:
Wien Mitte Mall Haupthalle
Foto 2017



Abb. 5.2:
Wien Mitte Mall Fassade
Foto 2017

Stärken:

- +++) *zentral gelegen (direkt neben Stadtpark und Altstadt)*
- ++) *gute Öffentliche Anbindung (Ubahn und Schnellbahnstation)*
- +) *Hauptanbindung zum Flughafen (CAT)*
- +) *Nachtsupermarkt*
- +) *modern eingerichtet und interessante Farb- und Materialgestaltung*
- +) *Erdgeschoß gut aufgeteilt*
- +) *einzigartiges Deckendesign*

Schwächen:

-) *sehr oft überfüllt*
-) *begrenzte Geschäftsauswahl*
-) *Supermarkt auf 2 Geschoße aufgeteilt*
-) *Mediamarkt umständlich zu erreichen*
-) *von 3 Eingängen lediglich einer offen*
-) *Überschneidung der Verkehrswege von EKZ und öffentlichen Verkehrsmitteln*
-) *wenig Sitzmöglichkeiten*
-) *trotz großer Halle, kaum Events*

Fazit:

Die größte Stärke dieses Einkaufszentrums ist eindeutig seine prominente Position und Anbindung. Trotz der verhältnismäßig kleinen Größe funktioniert das Konzept, und ist immer stark besucht, was nicht zuletzt an den Stammkunden der näheren Umgebung liegt

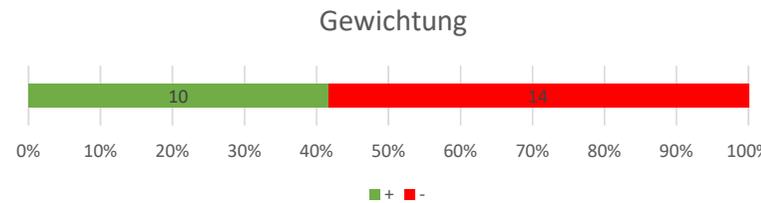


Abb. 5.3:
Stärken und Schwächen
Diagramm Wien Mitte

-) SCS – Schopping City Süd

Stärken:

- ++) eines der beliebtesten EKZ Österreichs
- +) lange Zeit das größte EKZ Europas
- +) gratis WLAN und Handyladestationen
- +) moderne Sanitäranlagen
- +) kinder- und familienfreundlich
- +) viele Events
- ++) modern eingerichtet
- +++) riesige Auswahl an Geschäften
- +) separater Entertainmentbereich
- ++) mehrere größere Aufenthaltshallen mit attraktiver Freiraumgestaltung

Schwächen:

-) katastrophale Anbindung für Pkws
-) kaum öffentlich angebunden
-) im Winter überheizt
-) viel zu weitläufig (1,6km)
-) Parkplatz Chaos
-) 90% des Parkplatzes sind nicht überdacht oder beschattet
-) Saturn durch Entertainmentbereich abgeschnitten vom Rest der Mall
-) unattraktive Fassade

Fazit:

Die größte Mall Österreichs überzeugt mit der größten Auswahl, modernem Design und edler Ausstattung welche die katastrophale Anbindung, das Parkchaos und die endlos langgestreckte Form wieder wett machen.



Abb. 5.4.:
SCS Innenraum
Foto 2017



Abb. 5.6.:
SCS Fassade
Foto 2014

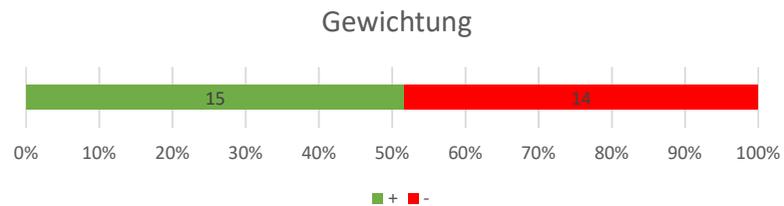


Abb. 5.7:
Stärken und Schwächen
Diagramm SCS

-) Donauzentrum



Abb. 5.8.:
Fassade Donauzentrum
Foto 2012



Abb. 5.9:
Donauzentrum Innenbereich
Foto 2016

Stärken:

- +++) gute öffentliche Anbindung durch anliegende U-bahnstation U1 Kagran
- ++) gute Auswahl an Geschäften
- +) gratis WLAN und Handyladestationen
- ++) modern eingerichtet (Farbgestaltung, Belichtung, Möblierung und Materialität)
- +) weitläufiger Spielbereich
- ++) Aufteilung in Einkaufsbereich und Entertainmentbereich sinnvoll
- +) attraktiver Haupteingang
- ++) die beliebteste Mall Wiens

Schwächen:

-) zerteilt durch Schnellstraße
-) einziger Übergang ist eine schmale Brücke, auf der es immer staut
- > Rolltreppe zum Hauptbereich viel zu schmal
-) im Winter überheizt und im Sommer durch große Fenster sehr warm
-) Parkhauszugang im Erdgeschoß nur über Freibereich (durch Rauchergang)
-) Gänge im Obergeschoß im vorderen Bereich halb so breit wie im Hauptteil

Fazit:

Gleiche ansprechende Form und Farbgestaltung wie die SCS, moderne Einrichtung und teils gute öffentliche Anbindung. Die Verbindungsbrücke über die Schnellstraße ist jedoch eine sehr unvorteilhafte Lösung.

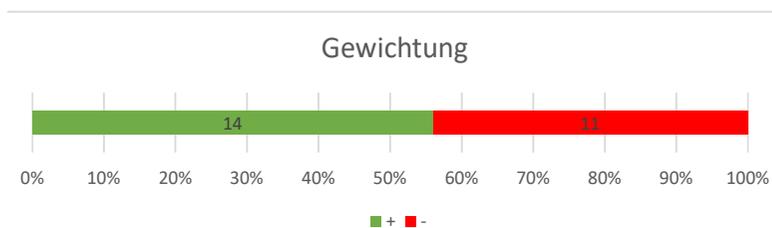


Abb. 5.10:
Stärken und Schwächen
Diagramm DZ

-) Lugnercity

Stärken:

- +++) gute öffentliche Anbindung durch anliegende U6 Station
- ++) zentrale Lage
- +) großer Hauptplatz, welcher für viele Events genutzt wird
- +) große Tiefgarage (teils Gratisparken möglich)
- +) längere Öffnungszeiten als Konkurrenz
- +) Kindergarten für Belegschaft vorhanden
- +) gute Auswahl an Geschäften

Schwächen:

-) Wegelabyrinth (unnötig viele Etagen -sprünge; um den Hauptbereich zu erreichen, muss man ein Geschoss hinauf und dann wieder hinunter.
-) fragwürdige Erschließung (man wird mittels höchst unattraktiver Rolltreppe ins Gebäude geleitet
-) ewige Wartezeiten beim Hauptlift (2ter Hauptlift wäre zwingend notwendig)
-) altmodisches Design
-) Zufahrt vom Gürtel behindert den Verkehr
-) keine Abbiegespur für Einfahrt vorhanden
-) mangelhafte Orientierung im Parkhaus

Fazit:

Dieses Einkaufszentrum ist trotz irreführender Wegführung und unattraktiver Erschließung gut besucht, was nicht zuletzt auf die gute Anbindung und prominente Lage zurückzuführen ist.



Abb. 5.11.:
Lugnercity Fassade
Foto 2014



Abb. 5.12.:
Lugnercity Innenraum
Foto 2016

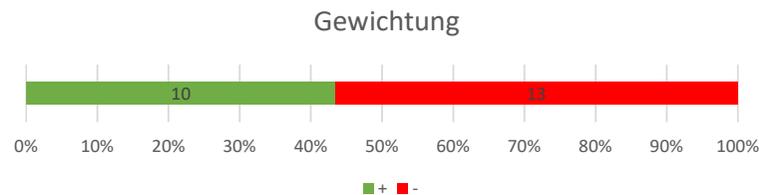


Abb. 5.13.:
Stärken und Schwächen
Diagramm Lugnercity

-) Fischapark / Wr. Neustadt



Abb. 5.14.:
Fischapark Fassade
Fotographie 2014



Abb. 5.15.:
Fischapark Aufgang
Fotograph 2015

Stärken:

- +) wurde kürzlich renoviert
- +) modernste Einrichtung
- ++) sehr übersichtlich
- +) attraktive Fassadengestaltung
- +++) kreisförmige Anordnung (schnelles Vorankommen und gute Orientierung)
- +++) Garage im Dachgeschoss
- +) größtes Einkaufszentrum im Bezirk Wr. Neustadt
- +) moderne Sanitäreinrichtungen
- +) Luftbefeuchter für angenehmes Raumklima
- +) toller indoor Kinderspielplatz

Schwächen:

-) Abgelegen vom Stadtzentrum
-) zum Teil noch unfertig
-) Verkehrsrampe im Außenbereich, eher unattraktiv
-) Parkplatz 2 und 3 viel zu abgelegen vom Hauptgebäude
-) Ausfahrt auf die Dreipappelstrasse ungünstig
-) Straße in Parketage sehr eng bemessen

Fazit:

Das aktuell modernste Einkaufszentrum mit der besten Übersicht, der schnellsten Erschließung und dem besten Parkkonzept. Meiner Meinung nach die derzeit beste Mall Österreichs.

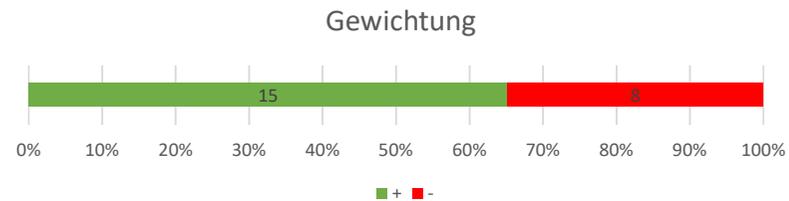


Abb. 5.16:
Stärken und Schwächen
Diagramm Fischapark

-) G3 Shopping Resort Gerasdorf

Stärken:

- +) gute Auswahl an Geschäften
- +) modernes Design
- ++) sehr schöner Innenbereich
- ++) attraktive Außenfassade
- ++) Wellenförmige Dachkonstruktion, welche eine hohe Belichtung gewährleistet
- +) gute Auswahl an Geschäften
- +) ökologische Bauweise

Schwächen:

-) öffentlich kaum bis gar nicht angebundenen
-) abgelegen von Wien
-) umgeben von riesigem Parkplatz
-) nur eine Einkaufsebene, und deshalb sehr platzintensiv

Fazit:

Eines der entlegeneren Einkaufszentren, welches architektonisch eines der schönsten seiner Art ist. Vor allem die wellenörmige Dachkonstruktion, die Vielzahl an verglasten Belichtungsflächen sowie die Y-förmigen Stützen lassen das G3 herausragen. Lediglich die schlechte Anbindung fällt negativ aus.



Abb. 5.17.:
Gerasdorf Innenraum
Foto 2018



Abb. 5.18.:
Gerasdorf Fassade
Foto 2018

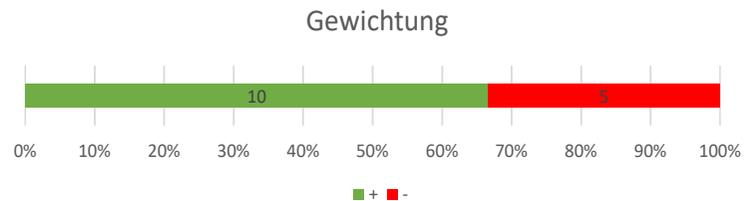


Abb. 5.19.:
Stärken und Schwächen
Diagramm G3

-) Endless Shopping / Parndorf



Abb. 5.20.:
Endless Shopping
Rendering 2018

Stärken:

- +++) gleichwertige Anordnung der Geschäfte
- +) viele Sitzmöglichkeiten
- ++) sehr übersichtlich
- +) Lehmfassade schafft angenehmes Raumklima
- ++) viele Grünflächen
- ++) Garage im Dachgeschoss
- +) Aufwertung der bestehenden Outletcenter
- +) gute Orientierung durch Sonnensegel
- +) effiziente Wegführung
- +) toller indoor Kinderspielplatz
- +) separater Foodcourt
- +) Kindergarten für Mitarbeiter
- +) zusätzliches Angebot durch benachbarte Outletcenter

Schwächen:

-) Öffentliche Anbindung aktuell unzureichend
-) noch nicht errichtet
-) abgelegen vom Einzugsgebiet
-) Staugefahr durch A4

Fazit:

Die neueste Erweiterung des Outlet-Centers in Parndorf überzeugt mit innovativem Wegekonzept, gleichwertigen Geschäften, elegantem Design und beruhigtem Verkehrskonzept. Auch die umliegenden Geschäfte profitieren vom neuen Freiraumkonzept und dem Kundenzustrom durch die neuen Shops.

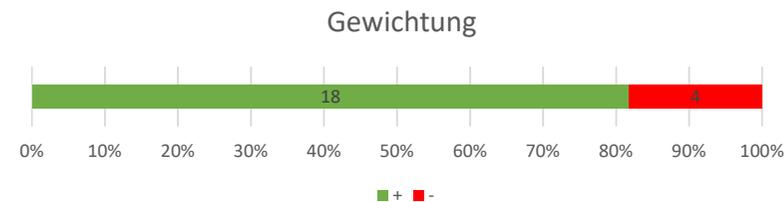
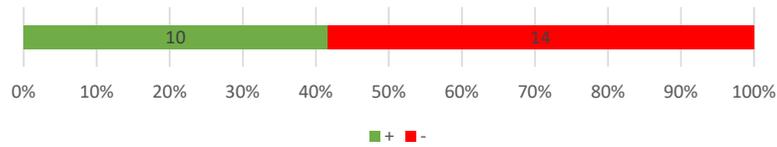


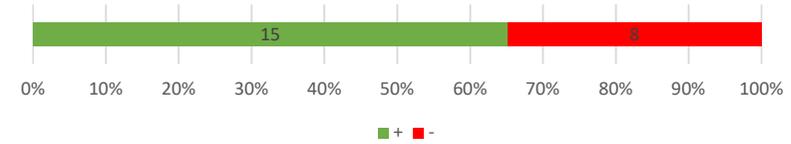
Abb. 5.21:
Stärken und Schwächen
Diagramm Endless Shopping

Auswertung:

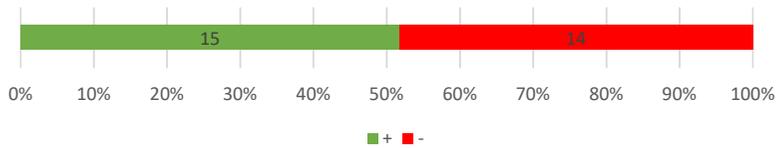
-) The Mall in Wien Mitte



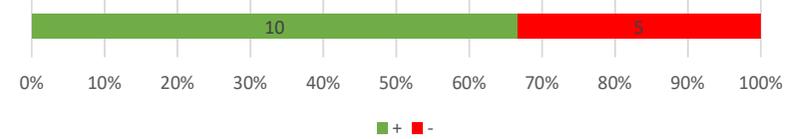
-) Fischapark / Wr. Neustadt



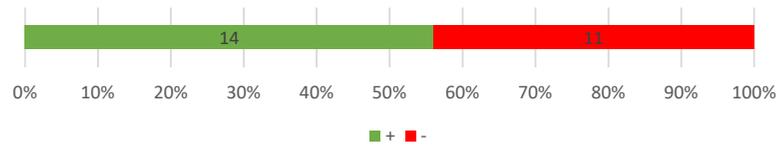
-) SCS – Schopping City Süd



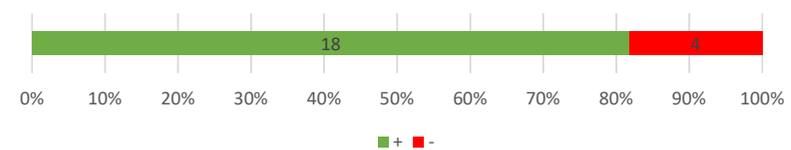
-) G3 Shopping Resort Gerasdorf



-) Donauzentrum



-) Endless Shopping / Parndorf



-) Lugnercity

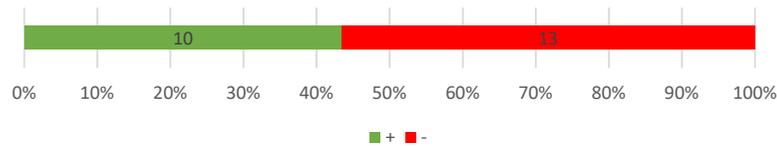


Abb. 5.3:
Stärken und Schwächen
Diagramm, Wien Mitte

Abb. 5.7:
Stärken und Schwächen
Diagramm, SCS

Abb. 5.10:
Stärken und Schwächen
Diagramm DZ

Abb. 5.13.:
Stärken und Schwächen
Diagramm Lugnercity

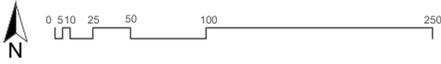
Abb. 5.16:
Stärken und Schwächen
Diagramm Fischapark

Abb. 5.19.:
Stärken und Schwächen
Diagramm G3

Abb. 5.21:
Stärken und Schwächen
Diagramm Endless Shopping

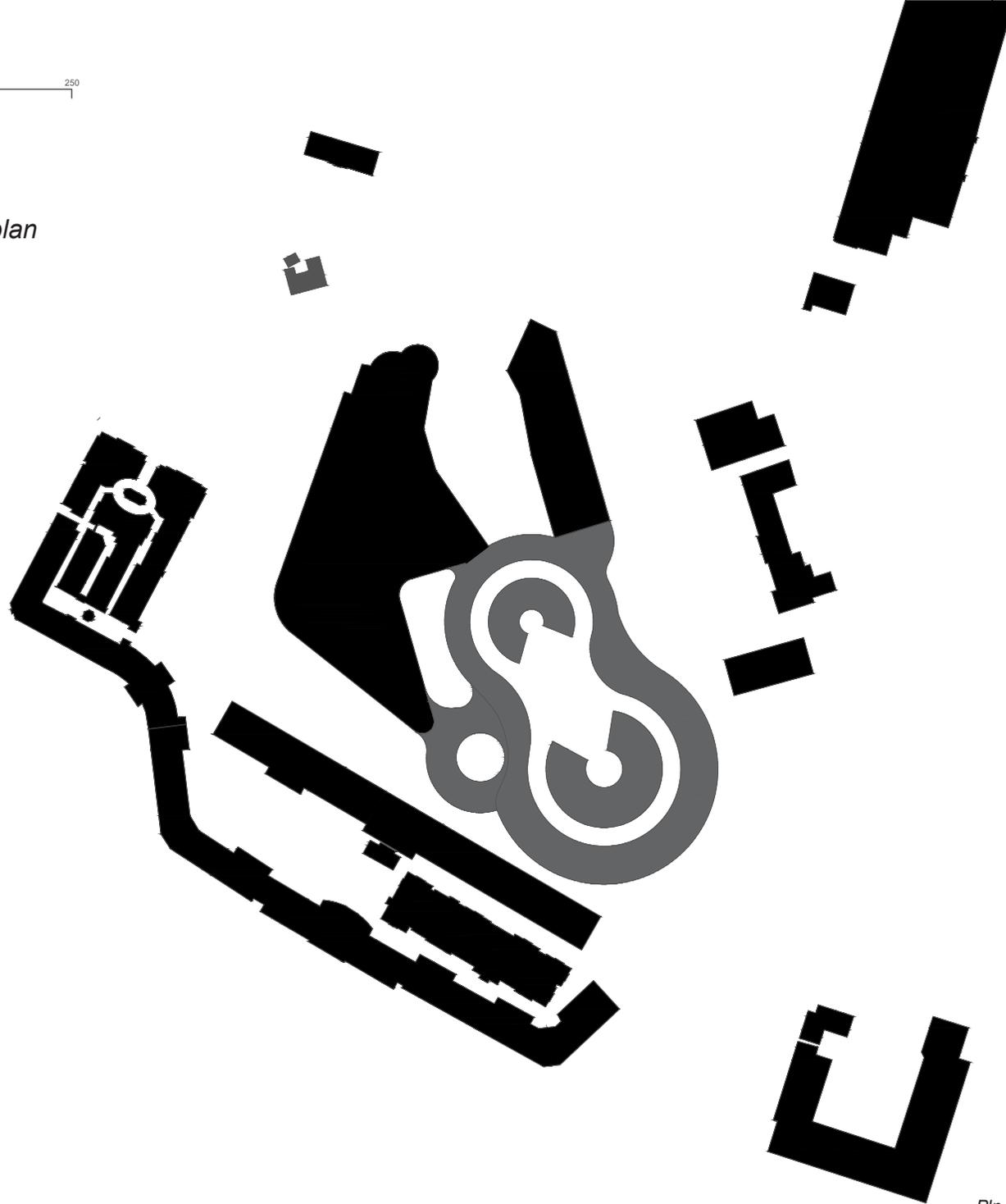


Pln.: 1 Schwarzplan klein



6) Resultat

6.1) Schwarzplan



Pln.: 2 Schwarzplan groß

72

6.2) Grundrisse

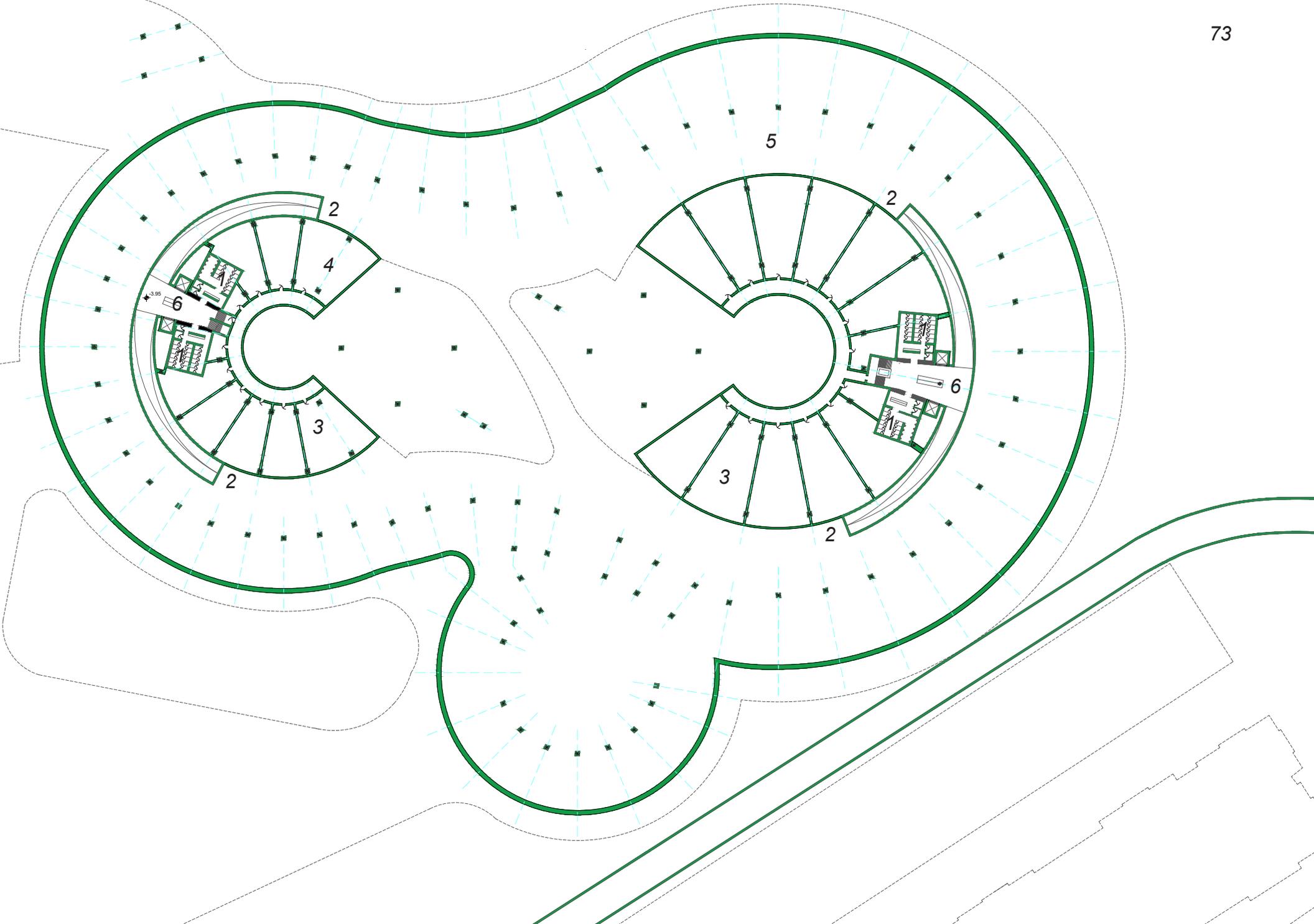
Legende:

- 1 Toiletten (406m²)
- 2 Zugang zur Mall
- 3 Lagerräume (5100m²)
- 4 Haustechnik (160m²)
- 5 Optional: Tiefgarage (28960m²)
- 6 Erschließung (2003m²)



0 5 10 25 50

Pln.: 3 Grundriss KG

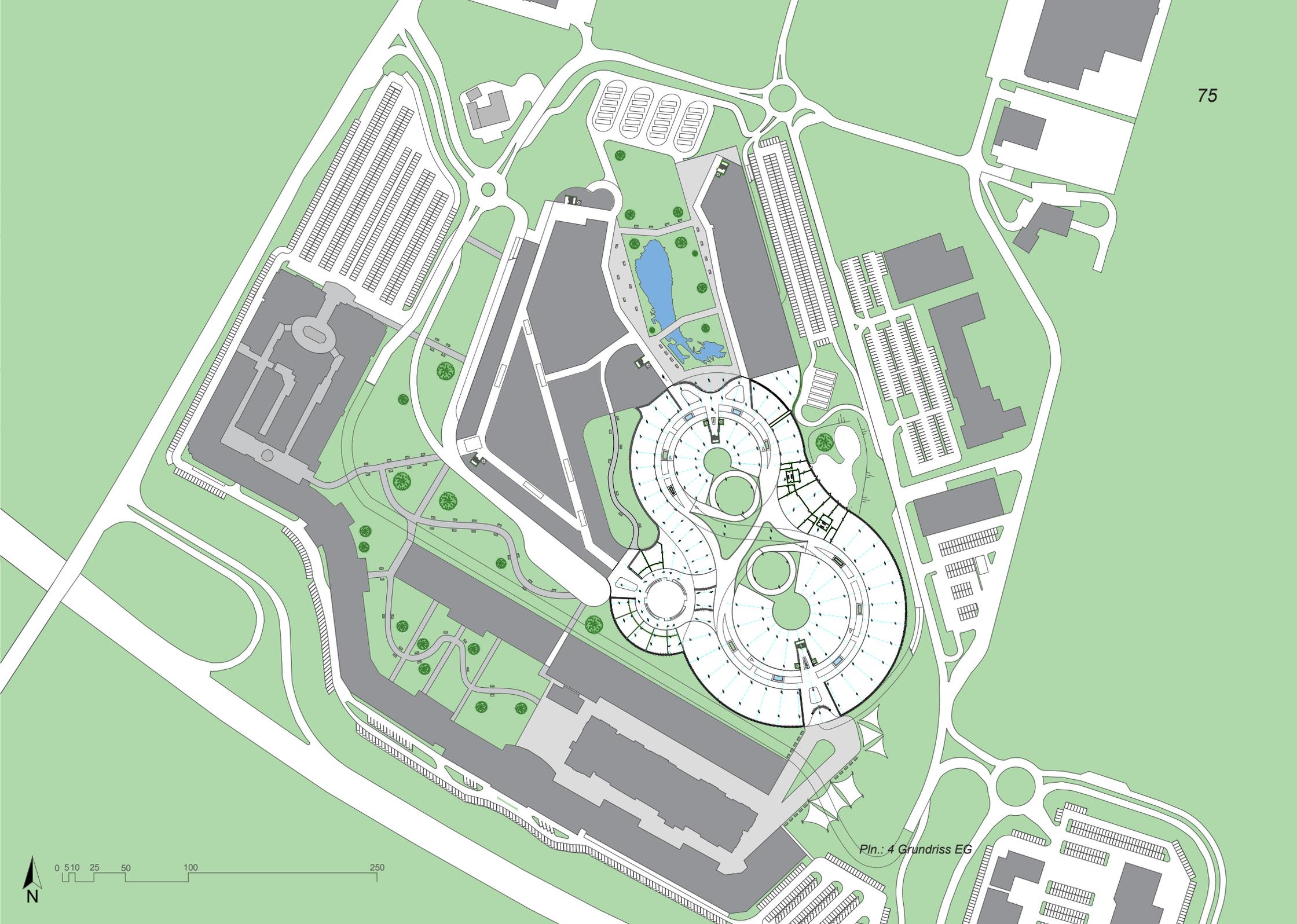




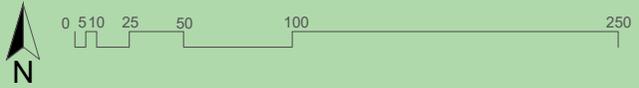
- Glasfassade
- Nutzfläche
- Erschließung
- Lehmwand
- Grünfläche

Abb.6.2.1: 3 Grundriss EG 3D



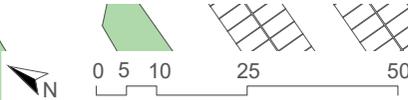


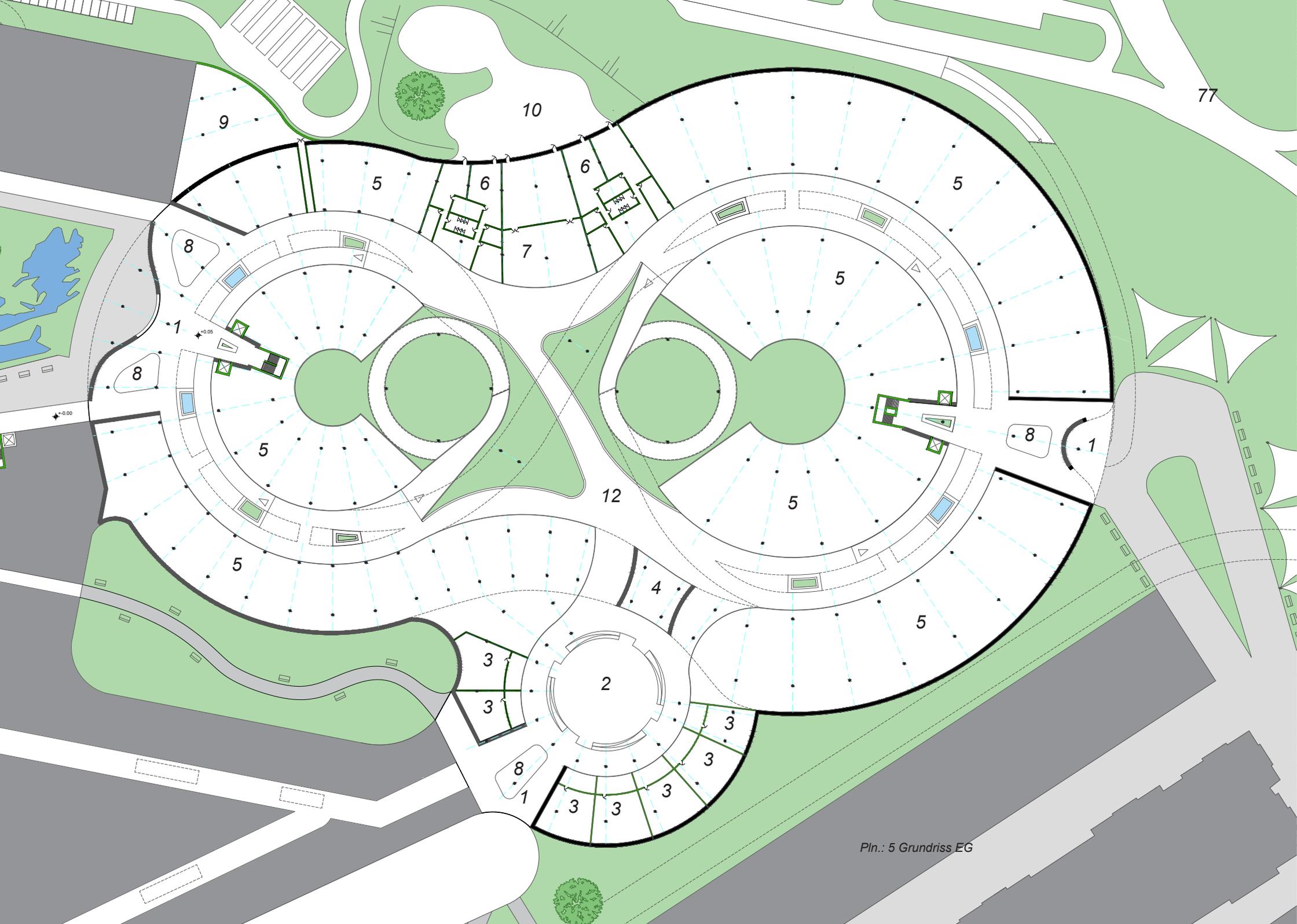
Pln.: 4 Grundriss EG



Legende:

- 1 Eingänge
- 2 Foodcourt (707m²)
- 3 Restaurants (1626m²)
- 4 Minimarkt (240m²)
- 5 Shops (20212m²)
- 6 Kindergarten (1250m²)
- 7 Spielbereich (801m²)
- 8 Infostand (100m²)
- 9 Lager (734m²)
- 10 Spielplatz (1200m²)
- 11 Bus Dropoff (4788m²)
- 12 Erschließung (14124m²)





Pln.: 5 Grundriss EG

78

660m²

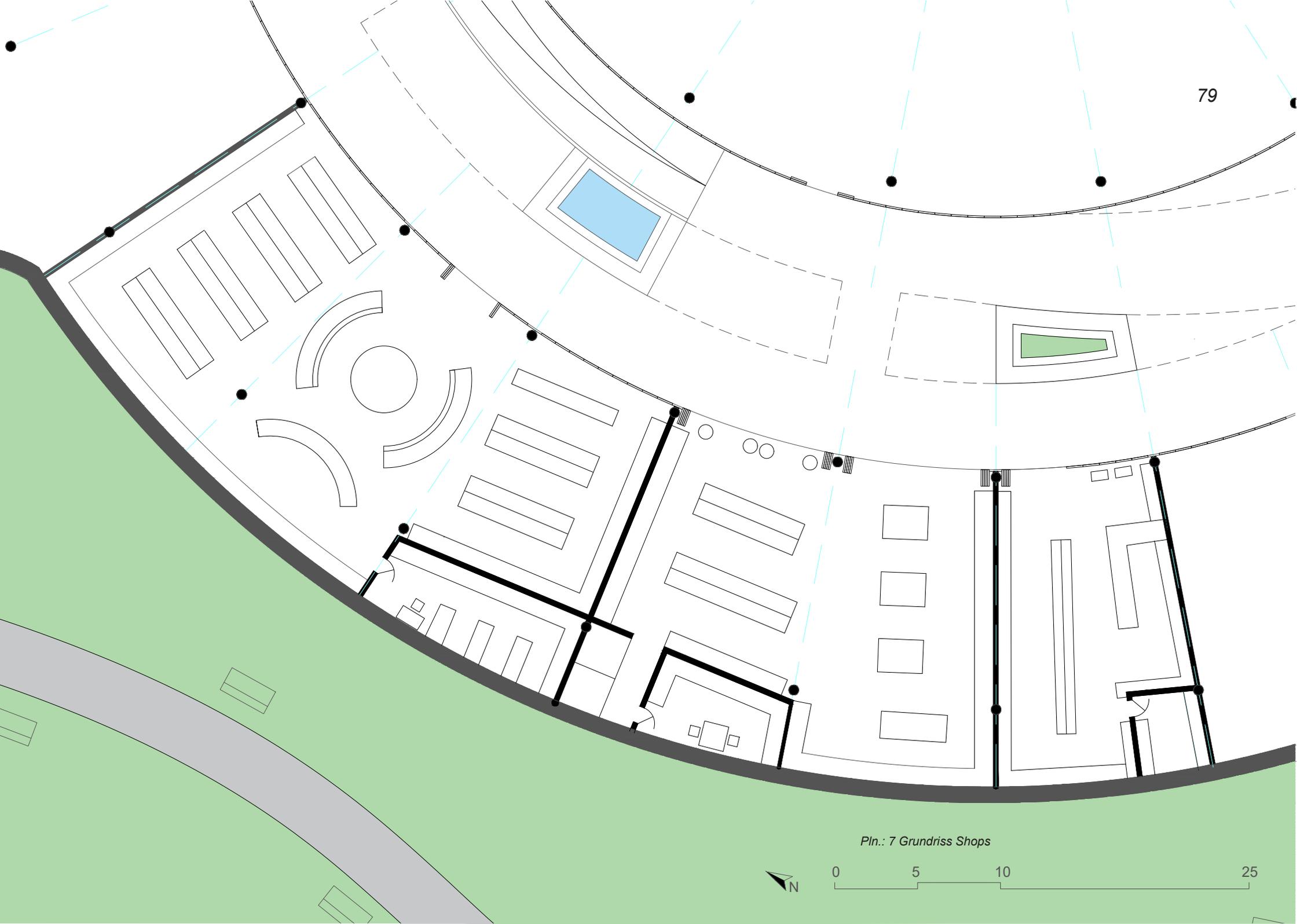
440m²

220m²

- großer Shop
- mittlerer Shop
- kleiner Shop

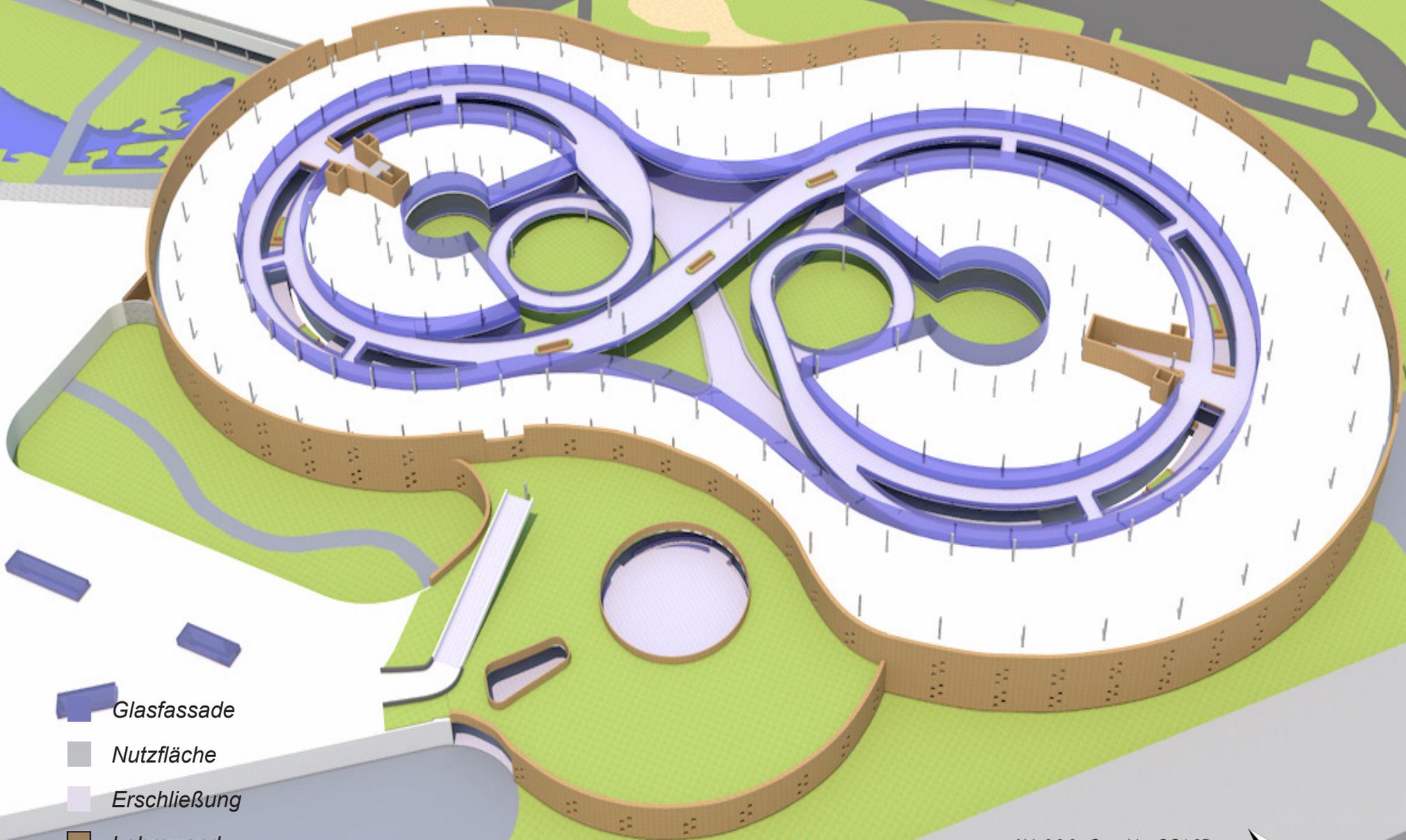
Pln.: 6 Grundriss Shops





Pln.: 7 Grundriss Shops

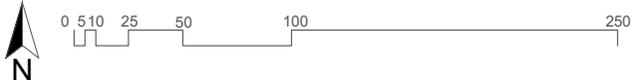
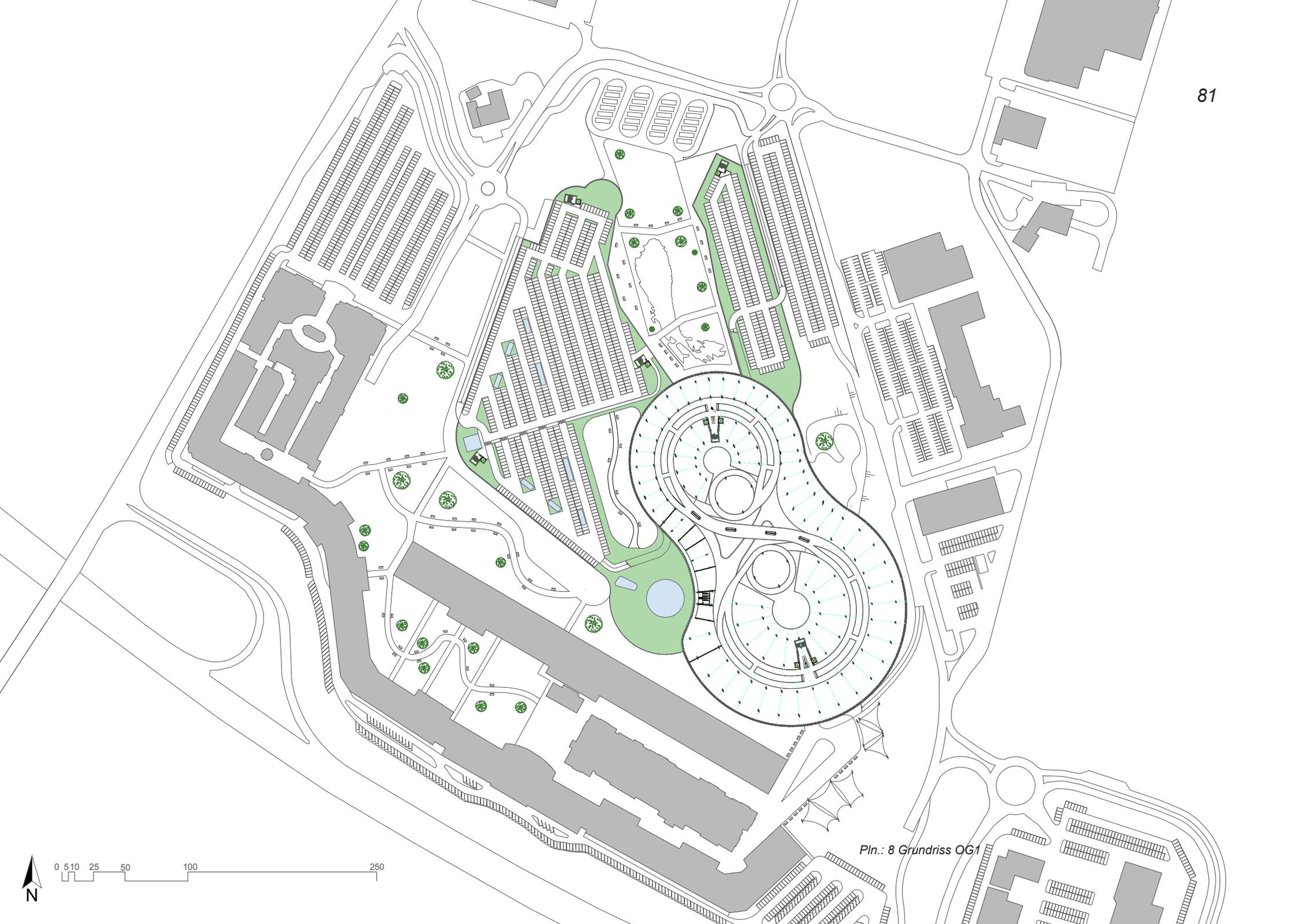




-  Glasfassade
-  Nutzfläche
-  Erschließung
-  Lehmwand
-  Grünfläche

Abb.6.2.2.: Grundriss OG1 3D



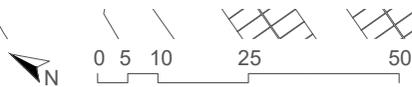


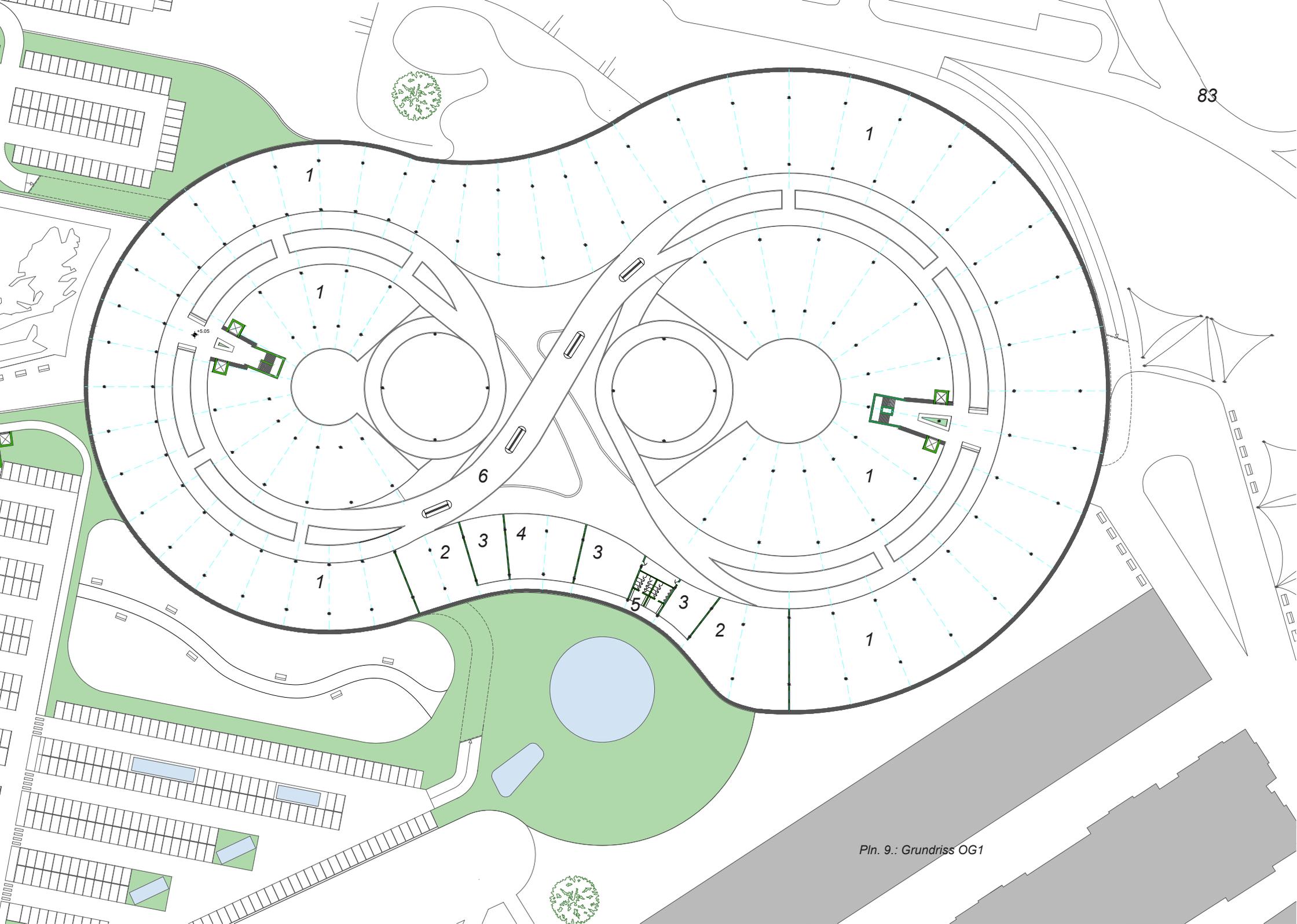
Pln.: 8 Grundriss OG1



Legende:

- 1 Shops (22050m²)
- 2 Ruhezone (1288m²)
- 3 Seminarräume (657m²)
- 4 Büro (375m²)
- 5 Wc (82m²)
- 6 Erschließung (7305m²)



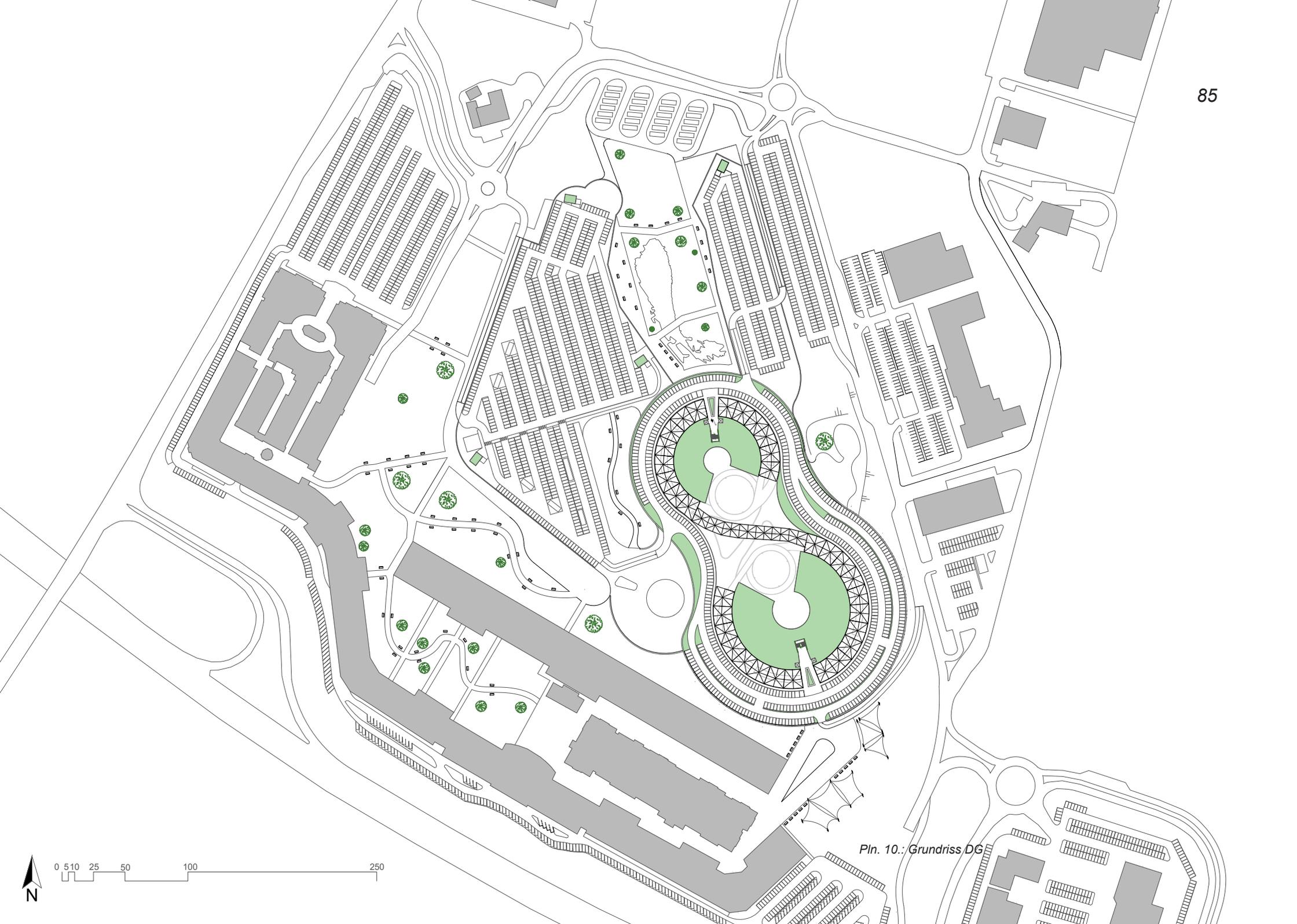


Pln. 9.: Grundriss OG1

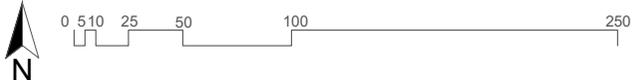
-  Glasfassade
-  Nutzfläche
-  Erschließung
-  Lehmwand
-  Grünfläche

Abb.6.2.3.: Grundriss DG 3D





Pln. 10.: Grundriss DG

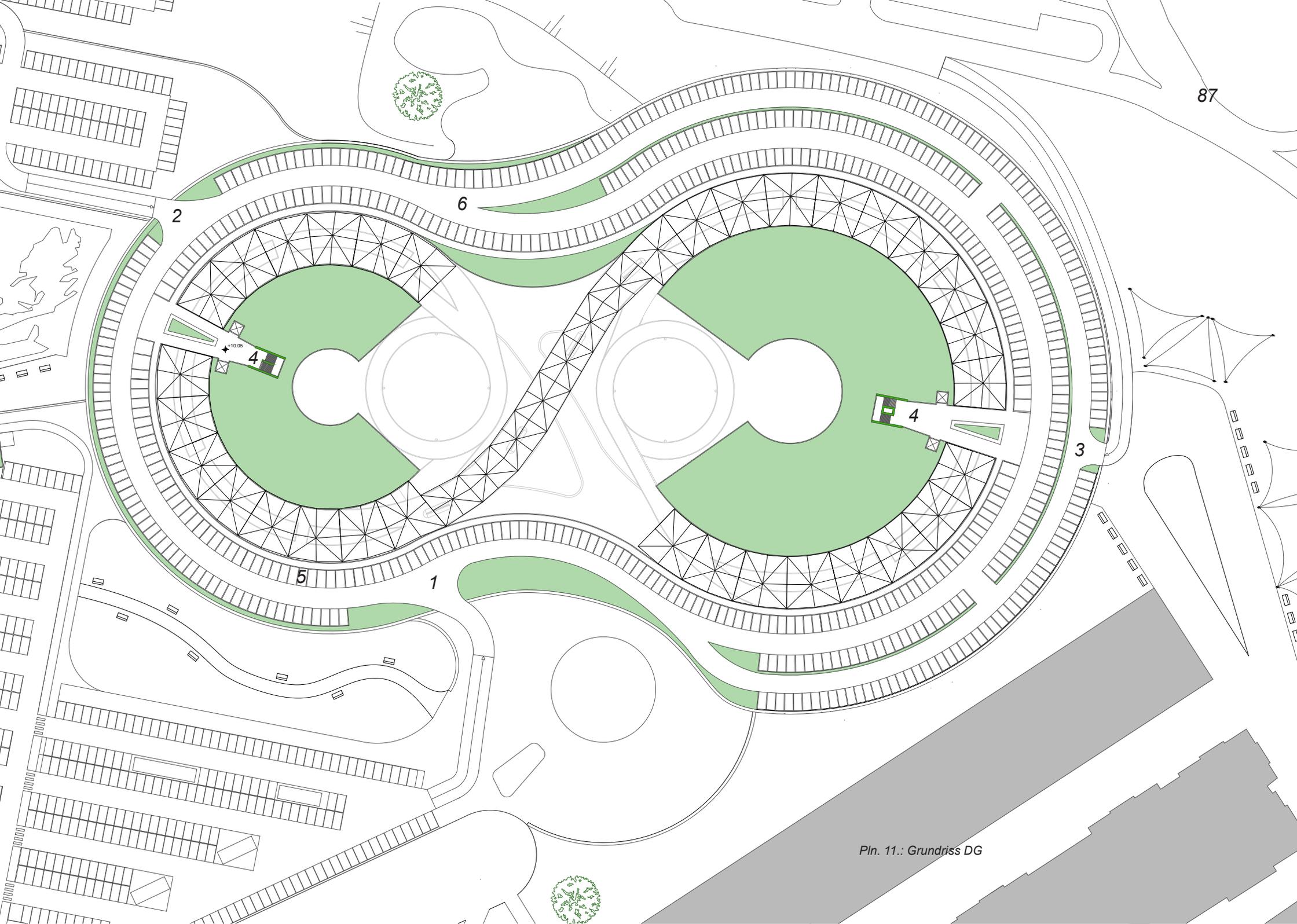




Legende:

- 1 Auffahrt
- 2 Abfahrt Villaggio
- 3 Abfahrt Kino
- 4 Zugang Mall
- 5 Parkplätze (7705m²)
- 6 Erschließung (10112m²)

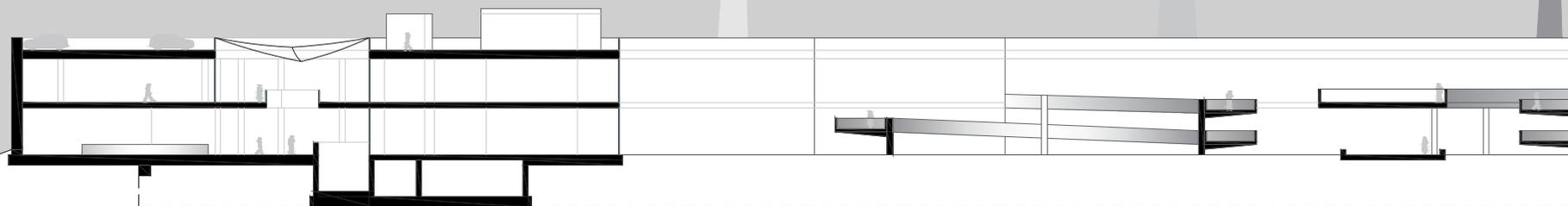




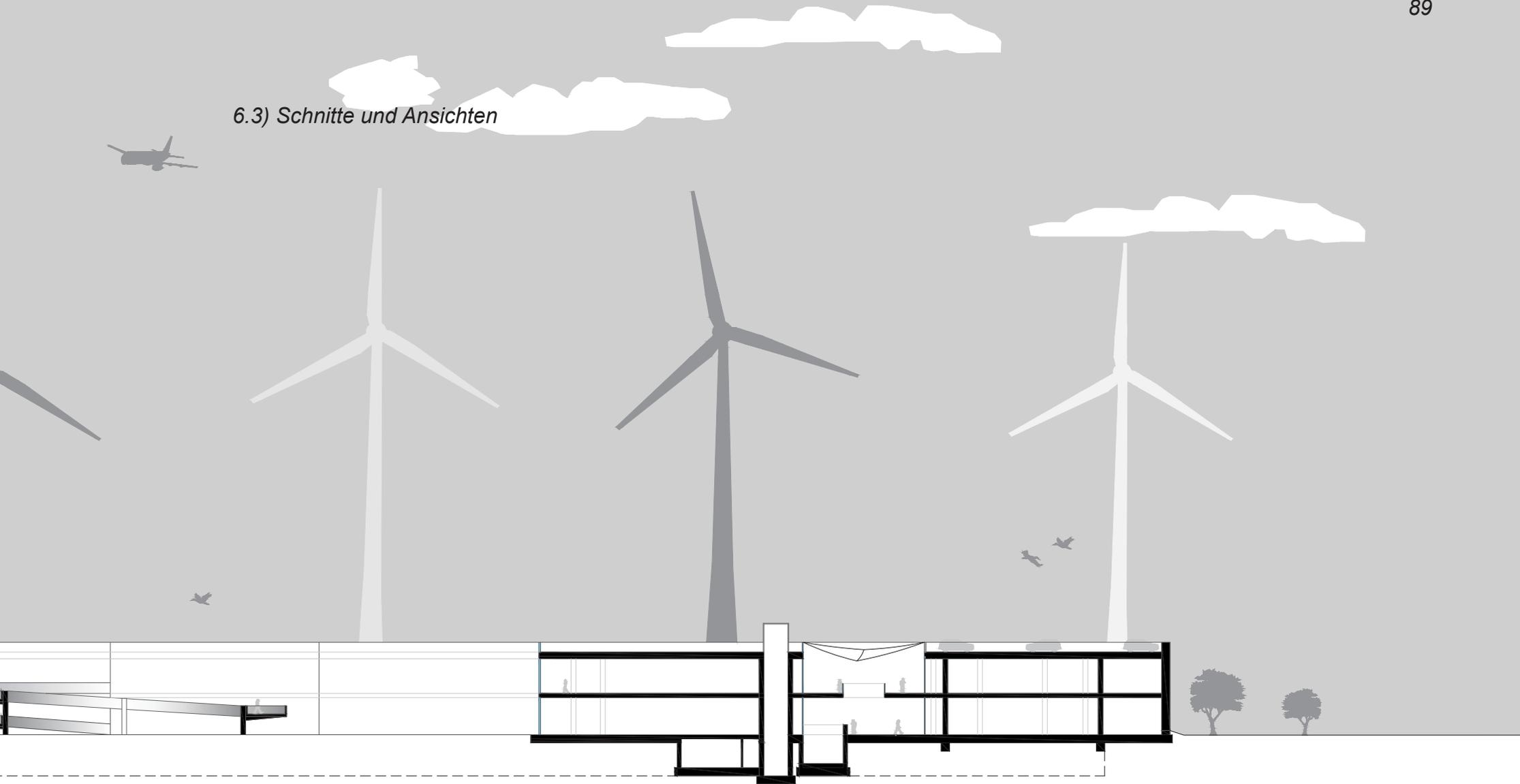
Pln. 11.: Grundriss DG



15
10
5
0
-5

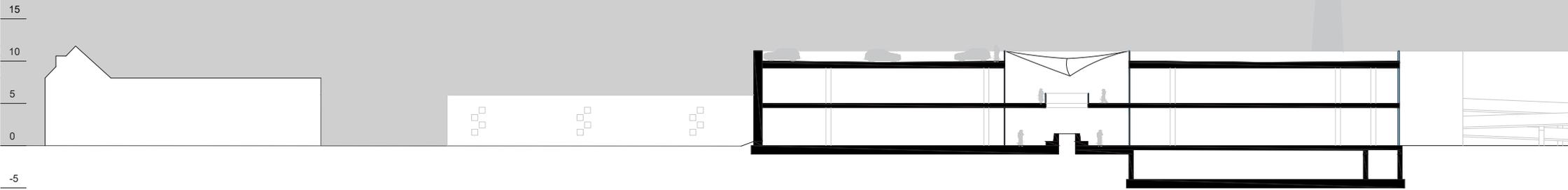


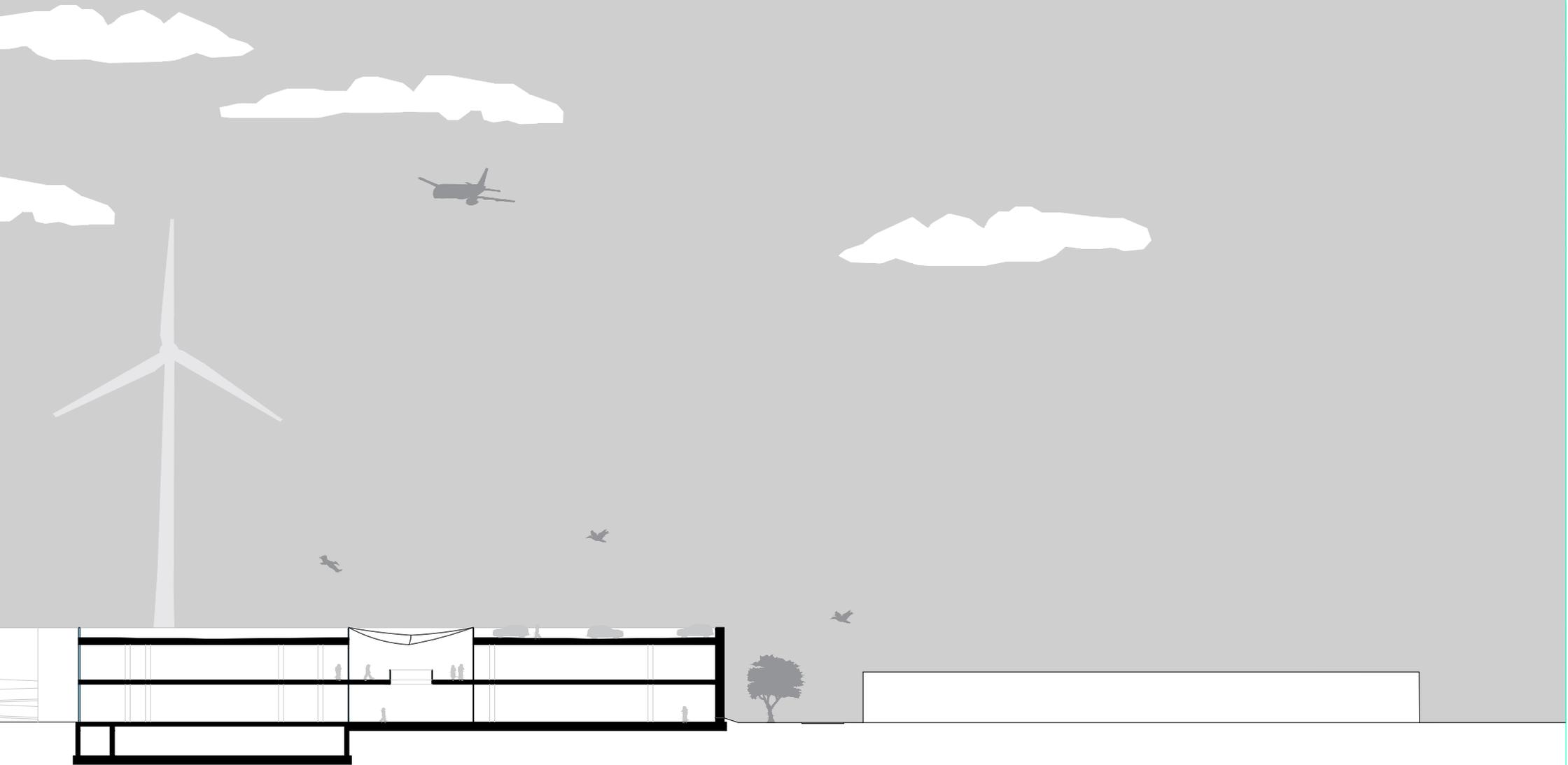
6.3) Schnitte und Ansichten



Pln. 12.: Längsschnitt







Pln. 13.: Querschnitt



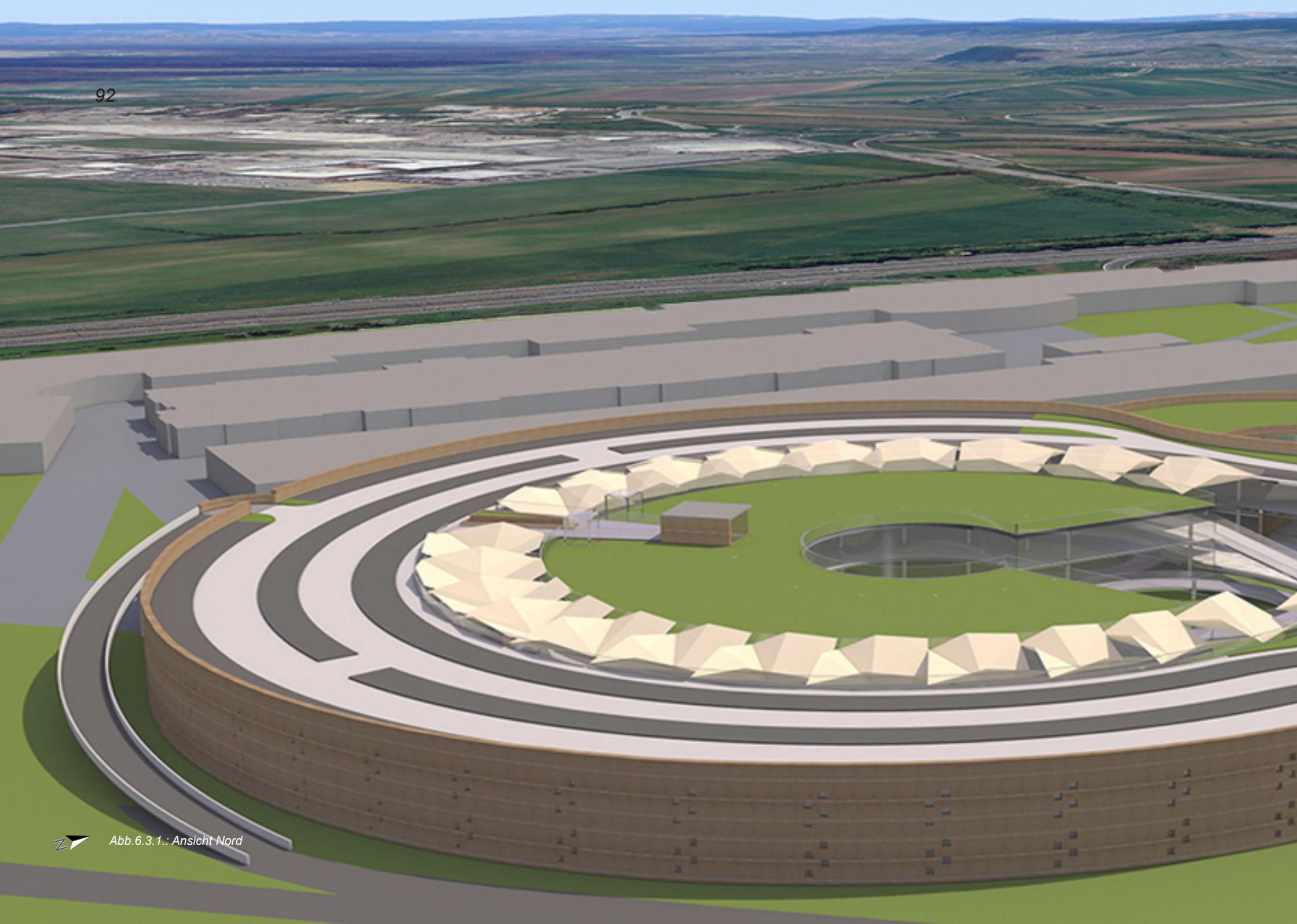


 Abb. 6.3.1.: Ansicht Nord





Abb. 6.3.2.: Ansicht Süd





96



Abb. 6.3.3.: Übersicht 3D



Abb.6.3.4.: Vogelperspektive 



Abb. 6.3.5.: Perspektive aus Flugzeug





Abb. 6.3.6.: Rendering Innenbereich

6.4) Materialität



Abb. 6.4.1.:
Alnatura Center, Baustelle
Fotographie 2017

Die Belichtung durch Tageslicht wird bei den meisten Einkaufszentren immer mehr vernachlässigt, da die elektrische Beleuchtung im Inneren des Gebäudes konzeptuell perfektioniert wurde. Die Hauptaufgaben der Fassade sind daher weitestgehend, ein schön designter Werbeträger zu sein, der aufzeigt wo der Eingang liegt.

Eine Vielzahl von Zentren setzen bei der Oberfläche der Fassade auf Glas oder Metall, jedoch möchte ich ein Material mit mehr kulturellem Hintergrund verwenden.

Für mein Vorhaben habe ich mich für eine Lehmfassade entschieden, welche nicht nur einen heimatischen Luxus ausstrahlt, sondern auch viele Vorteile mit sich bringt.

Lehm ist heimisch und daher sehr ökologisch, wirkt antibakteriell ist schädlingsabweisend und ist vollständig recyclebar. Er ist schadstofffrei, speichert Wärme und speichert die Luftfeuchtigkeit, welche später langsam abgegeben wird⁷⁾.

All diese Faktoren erzeugen ein angenehmes und gesundes Raumklima, welches sich positiv auf Kunden und Verkäufer auswirkt.

Selbst durch den äußeren Einfluss behält die Lehmfassade ihre Farbigkeit, welche mit der Zeit sogar noch an Leuchtkraft gewinnt.

Da meine Fassade nicht als Auslage verwendet wird, belichte ich meine Geschäfte mittels Oberlichten und rechteckigen Aussparungen wie bei Abb.:6.4.2.

Die Eingangsbereiche werden Großteil aus Glas errichtet, um eine klare Orientierung zu bieten, die Mall zu erhellen und sich von der übrigen Lehmfassade abzuheben.

Die Firmenlogos werden aus gebürsteten Stahlplatten gefertigt und sitzen mit leichtem Versatz (ca. 10 cm) vor der Fassade. Zudem werden sie von hinten indirekt beleuchtet, sodass die Grafiken gut sichtbar sind.



Abb. 6.4.2.:
Lehmhaus für Umweltbildung,
Fassade
Fotographie 2012

7) Vorteile des Baustoffs Lehm <https://www.lehm-bau-online.de/grundlagen/>



Abb.6.4.3.: Rendering Eingang

6.5) Fassadenschnitt

1	3	5
<i>Bodenaufbau (von oben nach unten)</i>	<i>Bodenaufbau (von oben nach unten)</i>	<i>Untergrund</i>
01 keramische Fliesen 10mm	01 keramische Fliesen 10mm	01 Beton, mechanisch vorbereitet
02 Dünnbettkleber 5mm	02 Dünnbettkleber 5mm	02 Dämmstreifen
03 Estrich 80mm	03 Estrich 80mm	03 Grundierungsebene
04 Trittschalldämmung EPS 100mm	04 Trittschalldämmung EPS 50mm	04 Egalisierungsebene (Fugenverschluss)
05 Abdichtung Bituminös	05 Sohlenplatte Stahlbeton 300mm	05 Abdichtungsebene
06 Sohlenplatte Stahlbeton 550mm	06 Lattung 40*60mm	06 Dehnfugenabdichtung
07 Wärmedämmung XPS 100mm	07 Gipskartonplatte 22mm	07 Fugengleitband
08 Sauberkeitsschicht 100mm		08 Schutzebene
	4	
2	<i>Bodenaufbau (von oben nach unten)</i>	6
<i>Wandaufbau (von innen nach außen)</i>	01 Zweilagiger Gussasphalt 50mm	<i>Anfahrtsschutz</i>
01 Stampflehmwand mit integrierter Wärmedämmschicht 800cm	02 Trennlage	
	03 Betonplatte 100 mm	
	04 Abdichtung	
	05 Wärmedämmung XPS 150mm	
	06 Dampfsperre	
	07 Dampf Druck Ausgleichsschicht	
	08 Gefällebeton 0-170mm	
	09 Sohlenplatte Stahlbeton 300mm	
	10 Lattung 40*60mm	
	11 Gipskartonplatte 22mm	

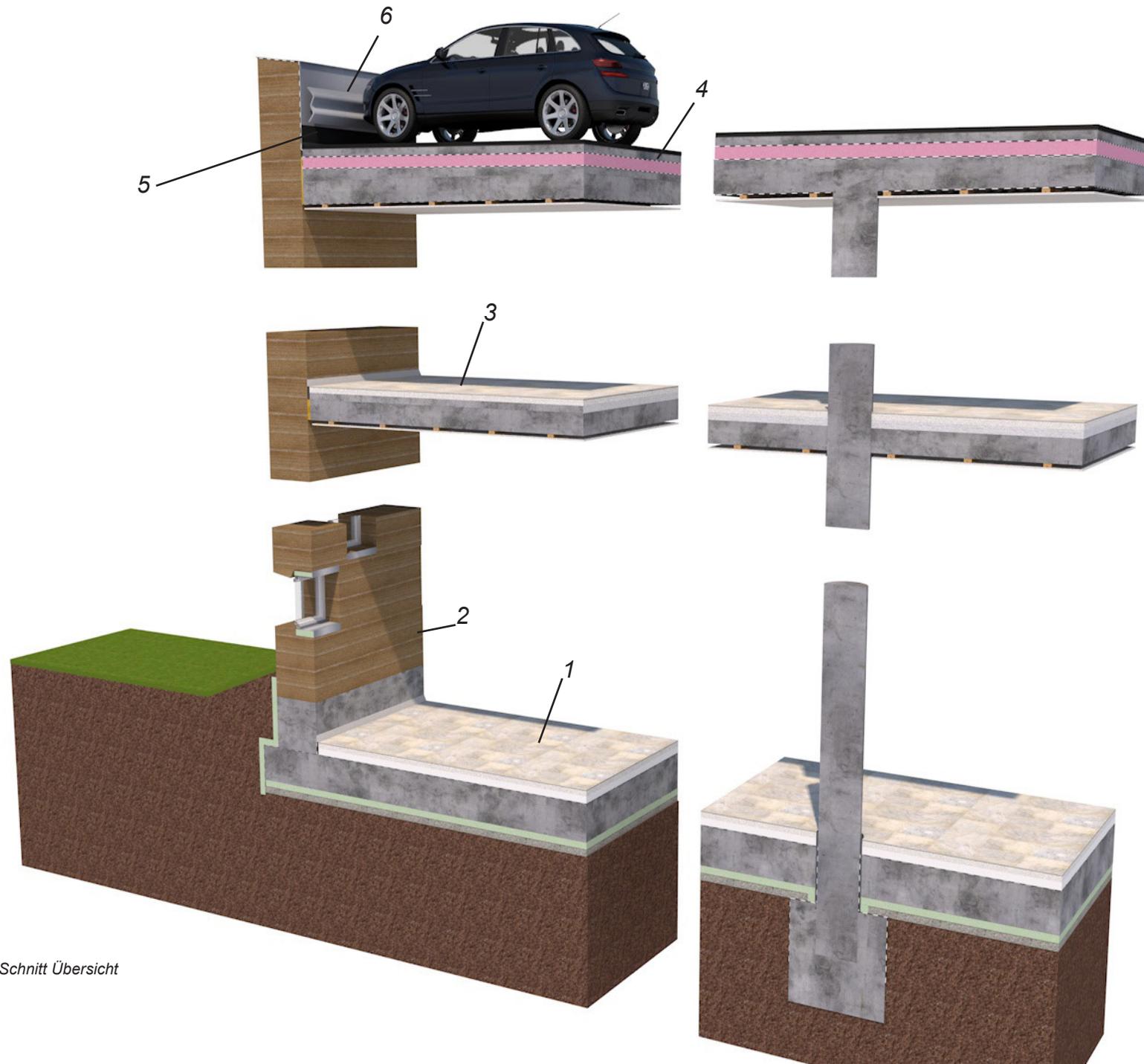


Abb. 6.5.1.: 3D Schnitt Übersicht

1

Bodenaufbau (von oben nach unten)

- 01 keramische Fliesen 10mm*
- 02 Dünnbettkleber 5mm*
- 03 Estrich 80mm*
- 04 Trittschalldämmung EPS 100mm*
- 05 Abdichtung Bituminös*
- 06 Sohlenplatte Stahlbeton 550mm*
- 07 Wärmedämmung XPS 100mm*
- 08 Sauberkeitsschicht 100mm*

2

Wandaufbau (von innen nach außen)

- 01 Stampflehmwand mit integrierter
Wärmedämmschicht 800cm*

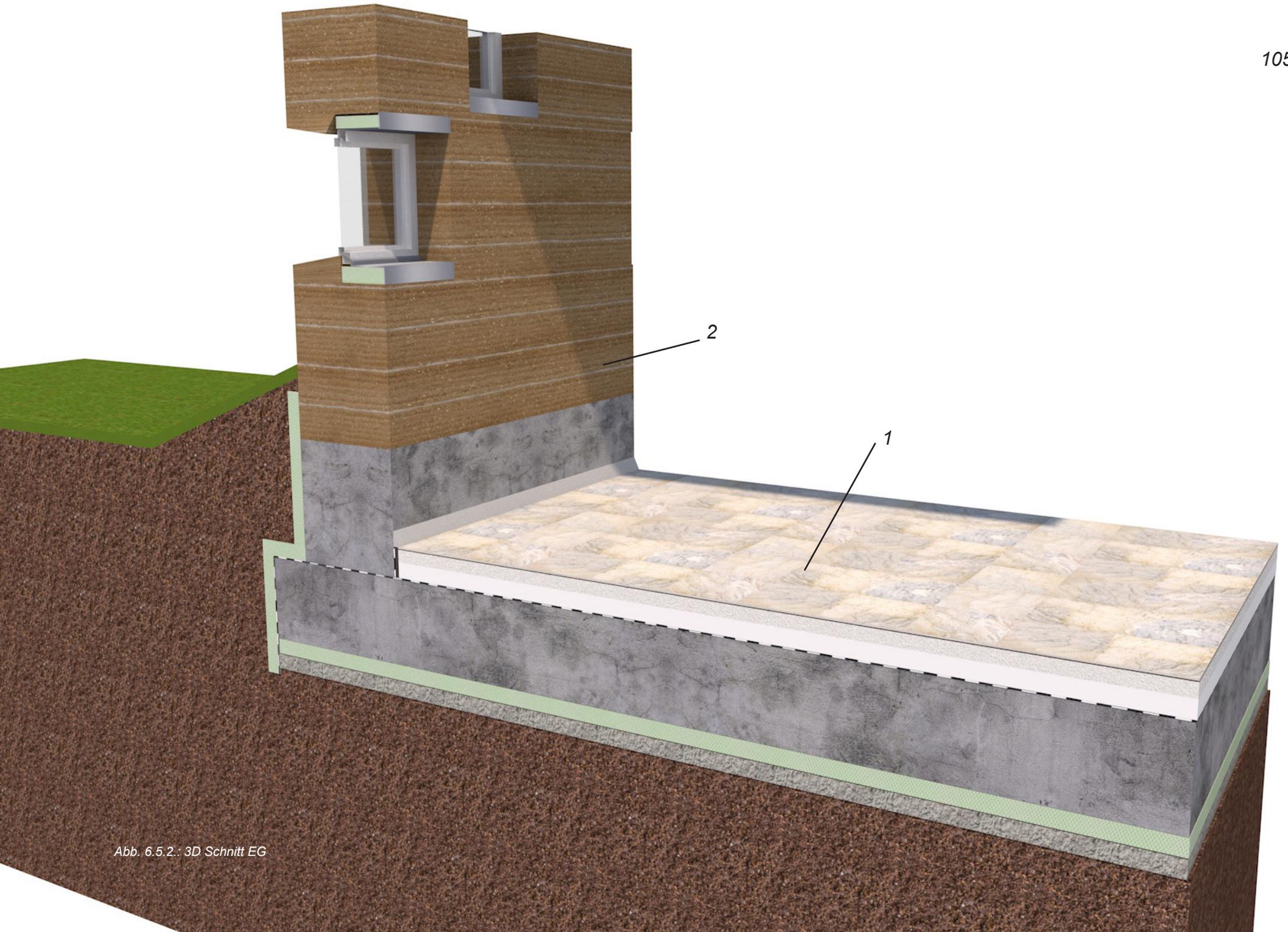


Abb. 6.5.2.: 3D Schnitt EG

Bodenaufbau (von oben nach unten)

01 keramische Fliesen 10mm

02 Dünnbettkleber 5mm

03 Estrich 80mm

04 Trittschalldämmung EPS 50mm

05 Sohlenplatte Stahlbeton 300mm

*06 Lattung 40*60mm*

07 Gipskartonplatte 22mm

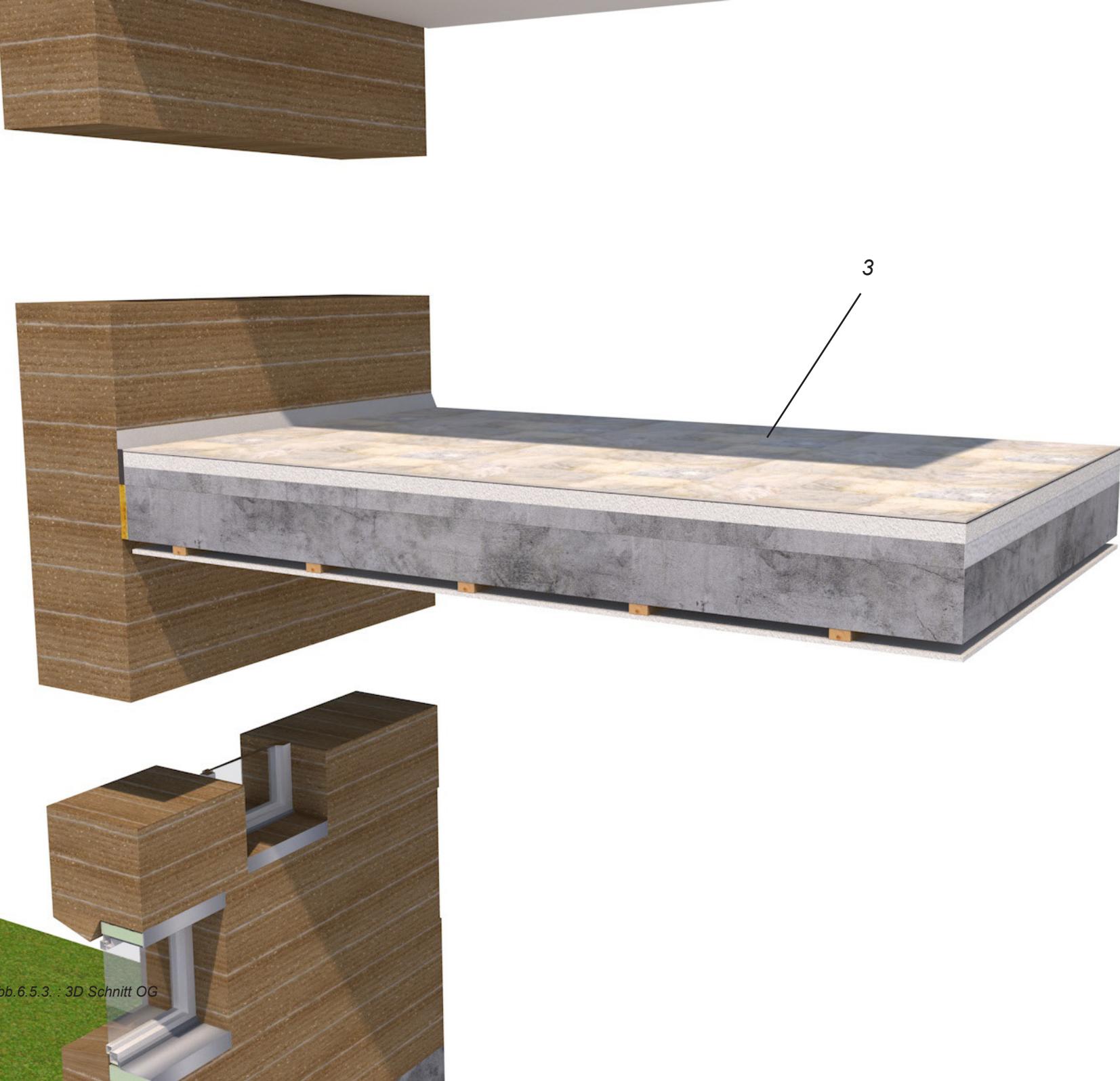


Abb. 6.5.3. : 3D Schnitt OG

4

Bodenaufbau (von oben nach unten)

- 01 Zweilagiger Gussasphalt 50mm
- 02 Trennlage
- 03 Betonplatte 100 mm
- 04 Abdichtung
- 05 Wärmedämmung XPS 150mm
- 06 Dampfsperre
- 07 Dampf Druck Ausgleichsschicht
- 08 Gefällebeton 0-170mm
- 09 Sohlenplatte Stahlbeton 300mm
- 10 Lattung 40*60mm
- 11 Gipskartonplatte 22mm

5

Untergrund

- 01 Beton, mechanisch vorbereitet
- 02 Dämmstreifen
- 03 Grundierungsebene
- 04 Egalisierungsebene
(Fugenverschluss)
- 05 Abdichtungsebene
- 06 Dehnfugenabdichtung
- 07 Fugengleitband
- 08 Schutzebene

6

Anfahrtsschutz



Abb.6.5.4.: 3D Schnitt DG



Abb.6.6.2.: Modellfoto



Abb.6.6.3.: Modellfoto



113

Abb.6.6.4.: Modellfoto

Aufteilung der Verkaufsflächen nach Zubau

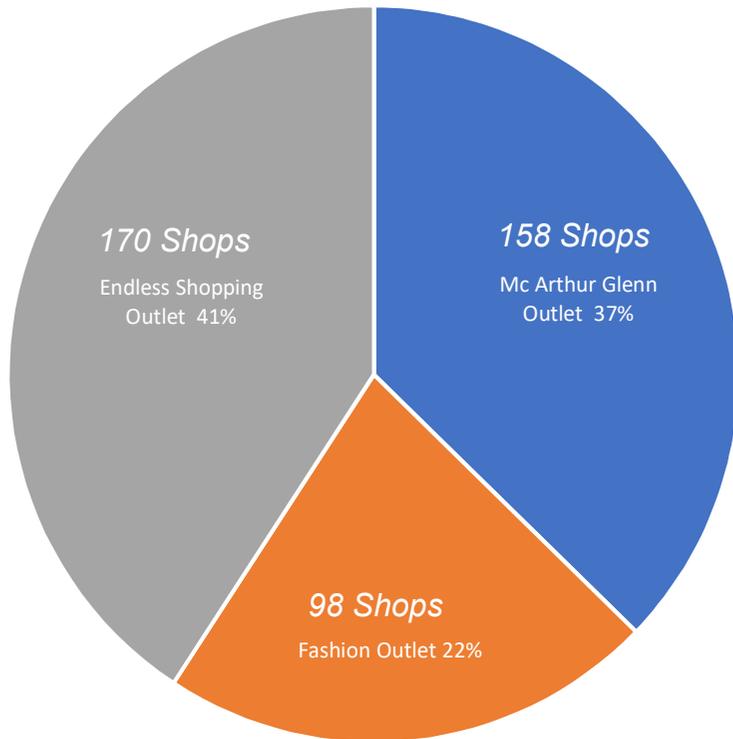
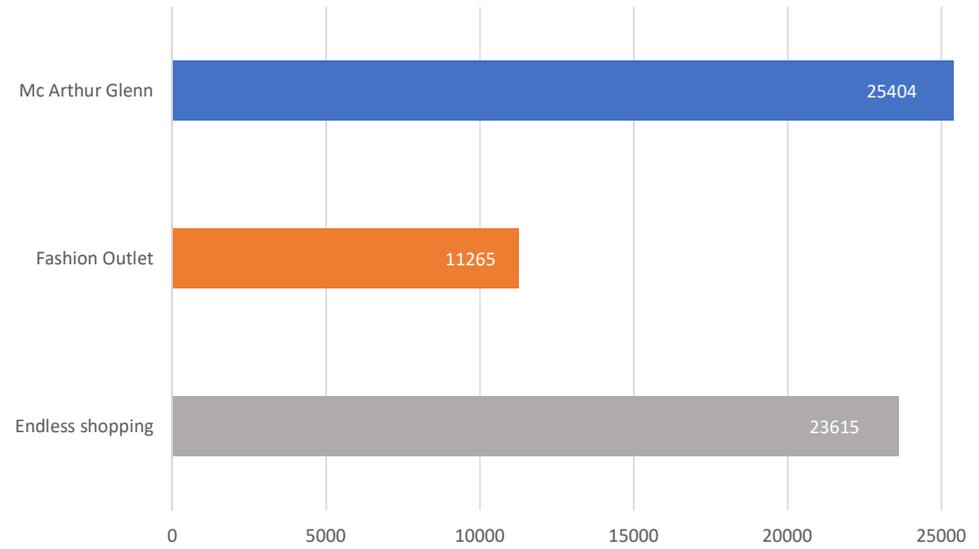


Abb. 7.1.:
Diagramm Marktanteil in Prozent

Weg in m²



Verkaufsfläche in m²

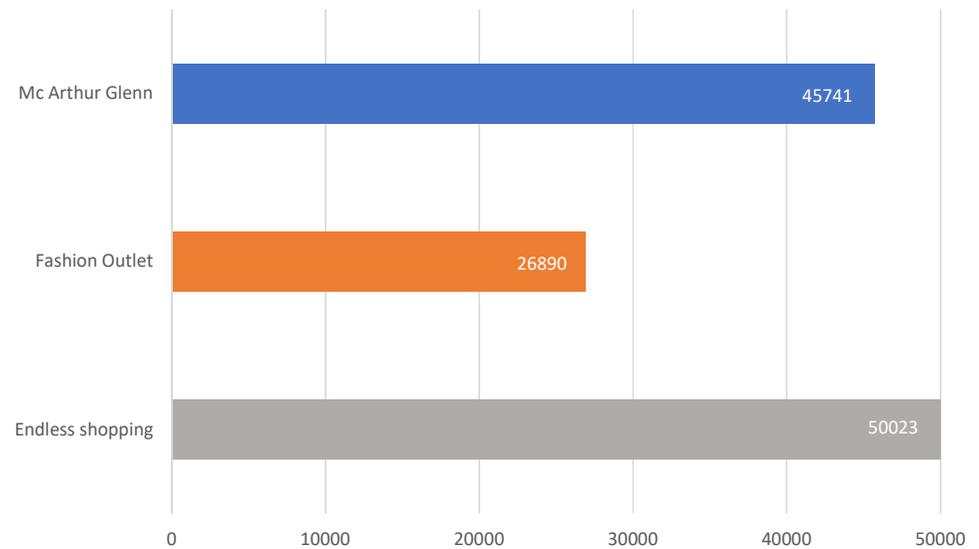


Abb. 7.2.:
Diagramm Verkaufsflächen und Weg in m²

7) Konklusio

7.1) Zusammenfassung

Das in der Arbeit gezeigte Konzept einer schleifenförmigen Erschließung schafft es, alle Geschäfte gleichwertig zu präsentieren und in den Fokus zu stellen. Durch die 2 Erschließungskerne an den Eingängen wird eine zusätzliche Abkürzung geschaffen, welche den Einkaufsbereich mit der Parketage und dem Sanitärbereich sinnvoll verknüpft.

Gleichzeitig werden, durch die Umlagerung der Parkplätze vom Erdgeschoß auf die Dachebene, neue Grün und Erholungsflächen geschaffen welche die Aufenthaltsqualität während des Aufenthalts enorm steigern.

Das Hauptziel dieser Arbeit war es, zudem neue Einkaufsmöglichkeiten zu schaffen. Mit über 50000m² neuer Verkaufs und Nutzfläche wurde auch dieses Ziel erfüllt.

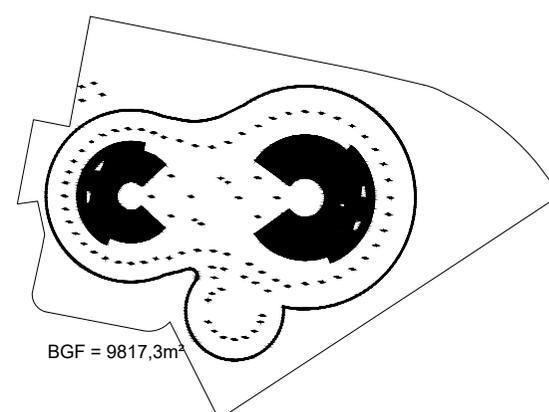
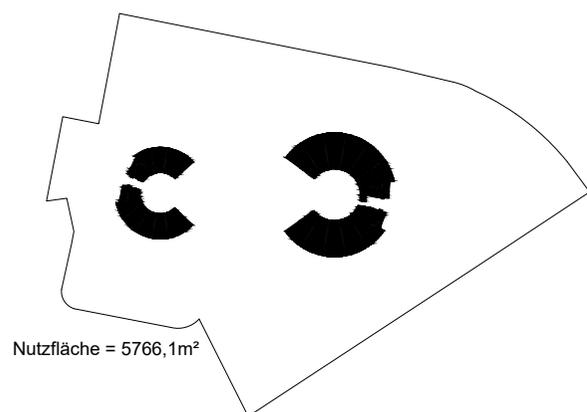
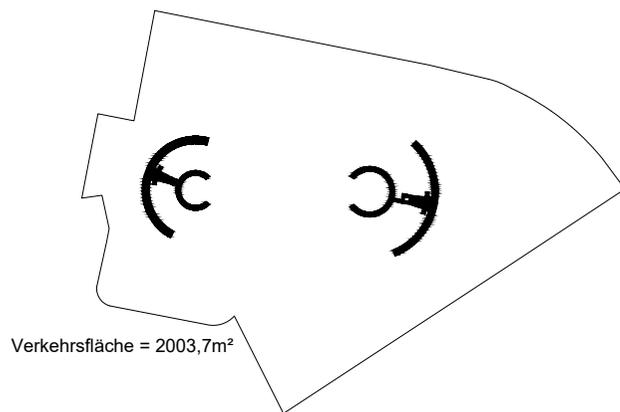
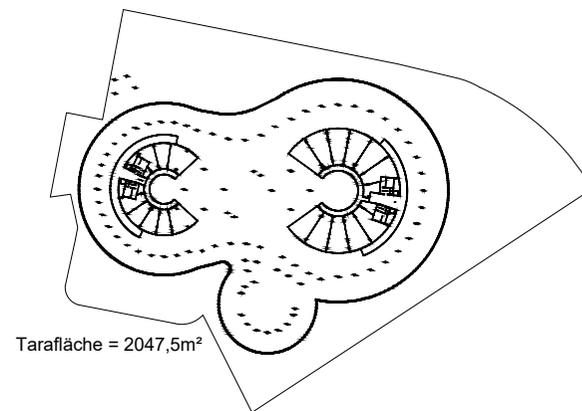
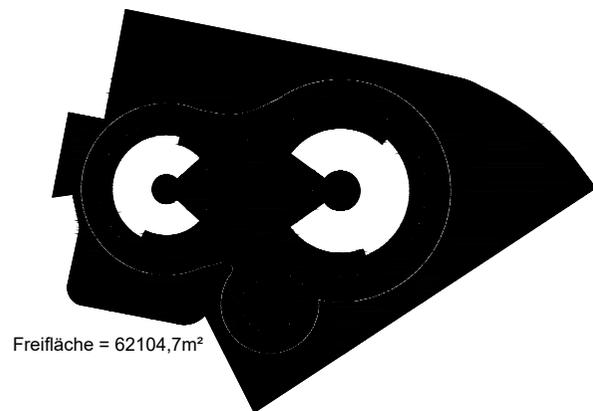
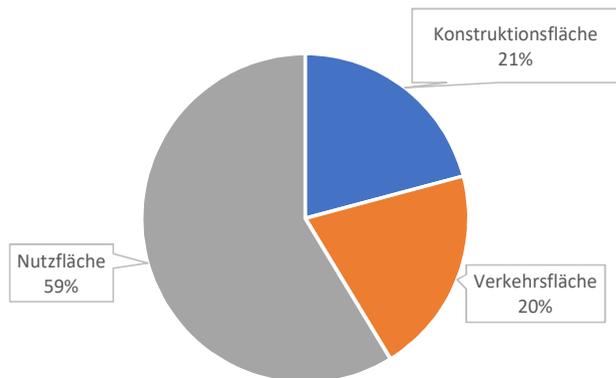
7.2) Ausblick

Die Outletcenter in Parndorf boomen und verzeichnen stetig mehr Profit als im Vorjahr, von daher ist ein weiterer Zubau höchst wahrscheinlich.

Da die Haupteinkommensquelle der Outletcenter reduzierte Designer-Kleidungsstücke sind, ist der Fortbestand gesichert.

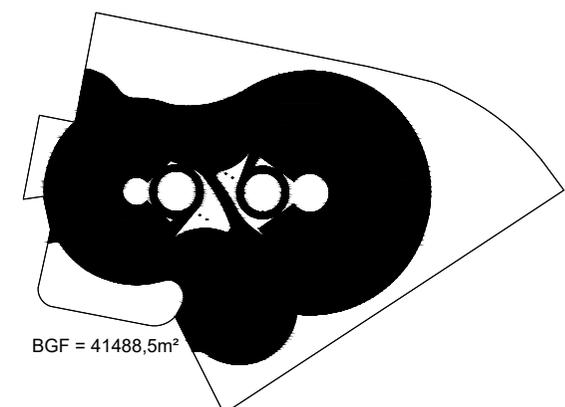
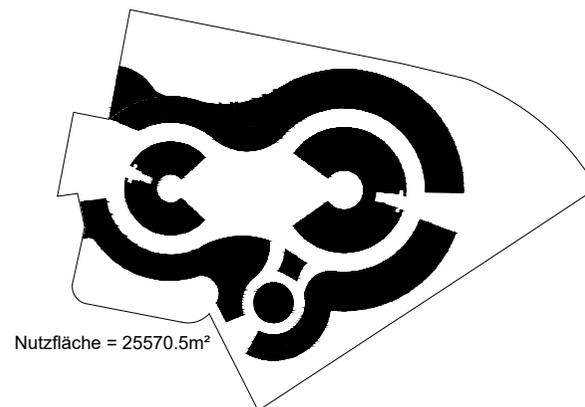
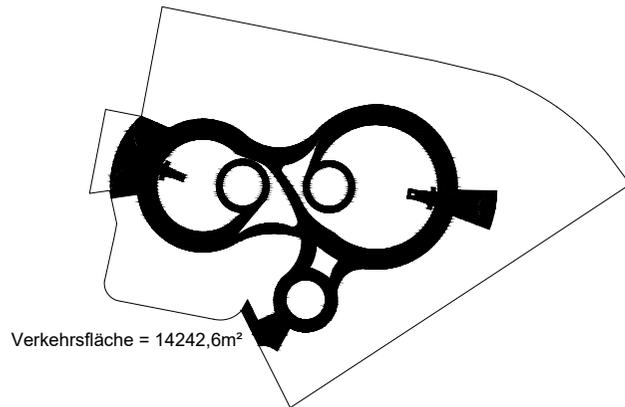
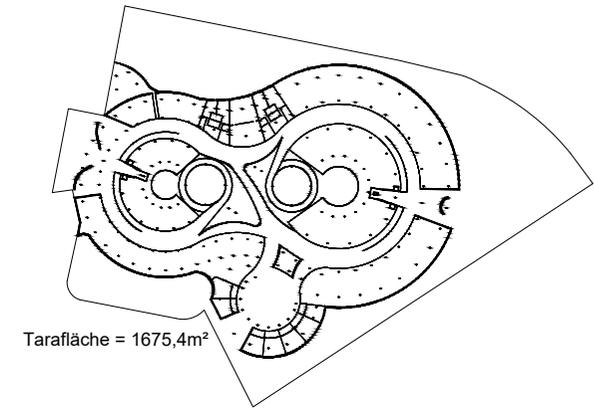
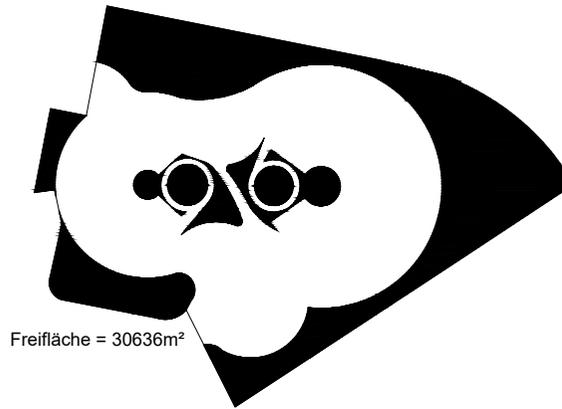
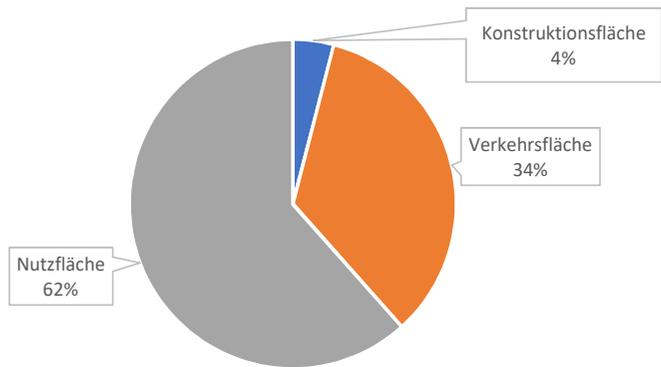
Der Handel mit Einzelstücken, Resposten und B Ware konnte trotz einiger Versuche, wie beispielsweise Amazon Vip, nicht Fuß fassen, da der Aufwand schlicht und einfach zu groß ist.

Aufteilung der BGF

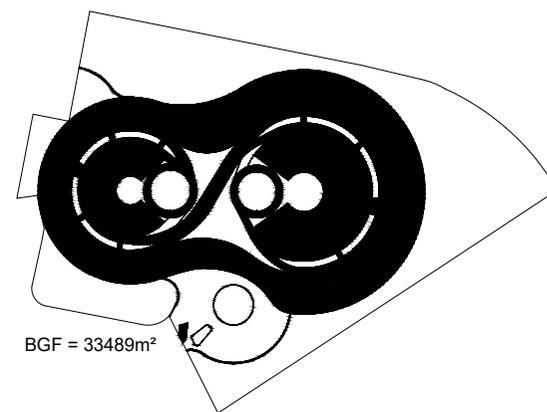
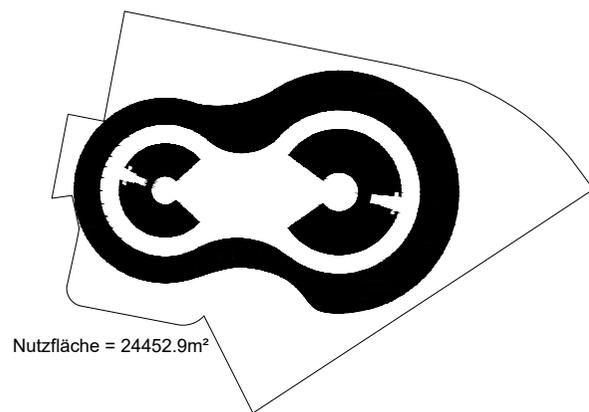
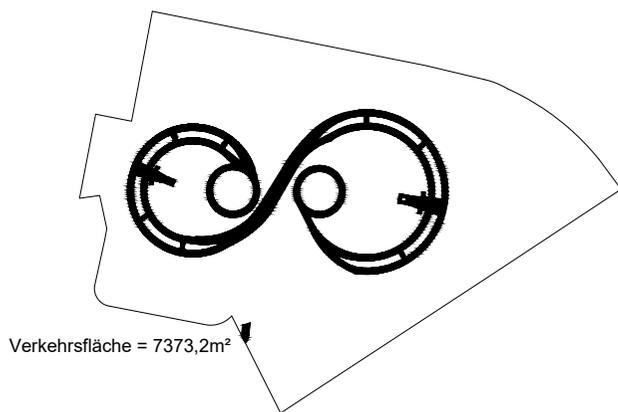
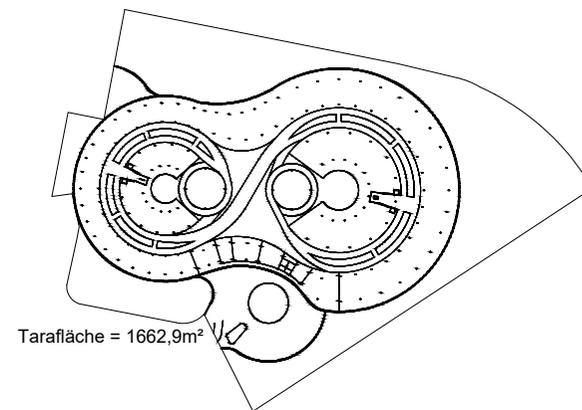
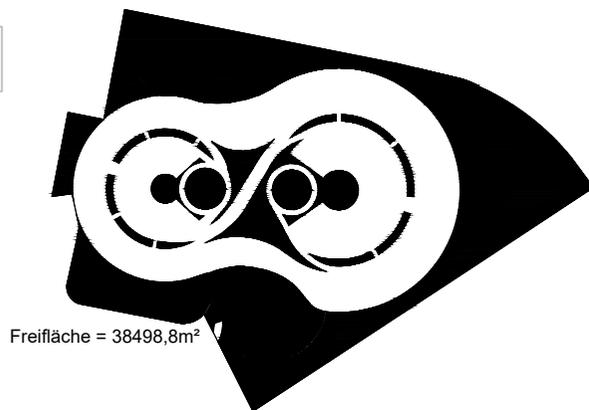
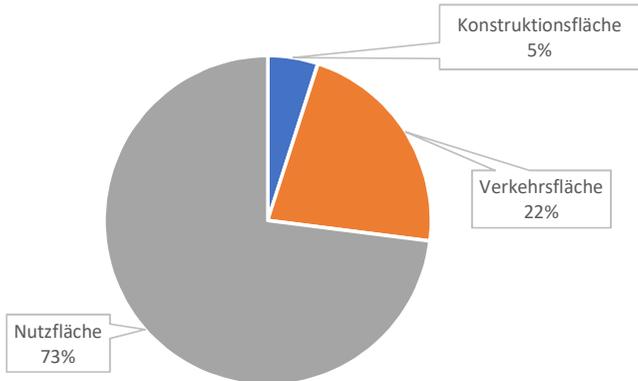


7.2) Flächenberechnung

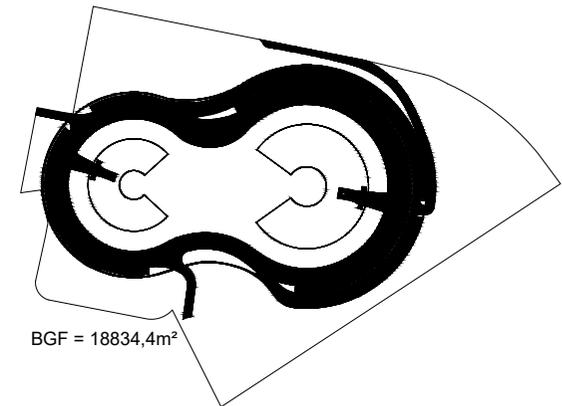
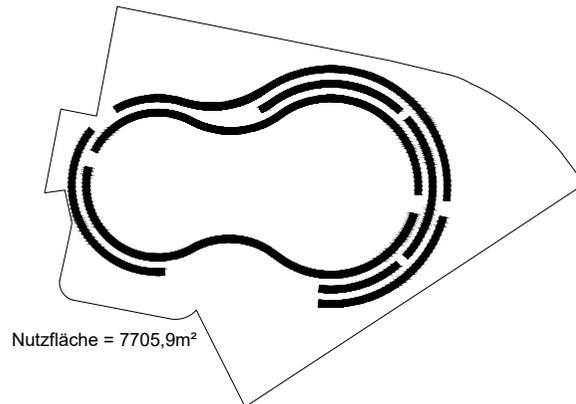
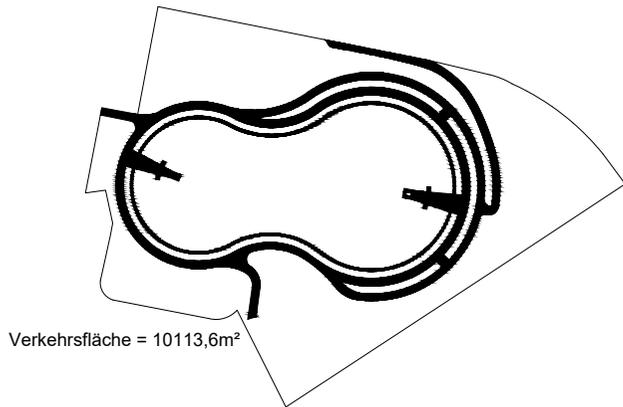
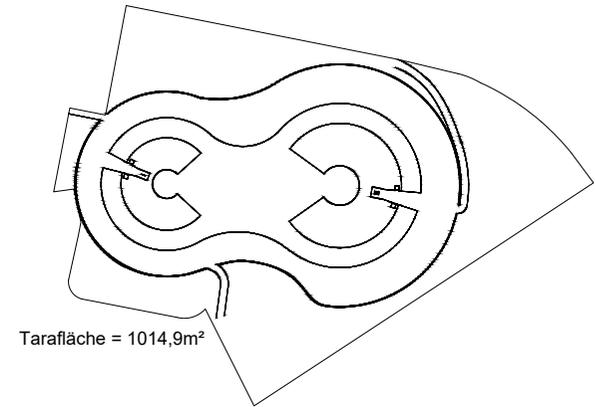
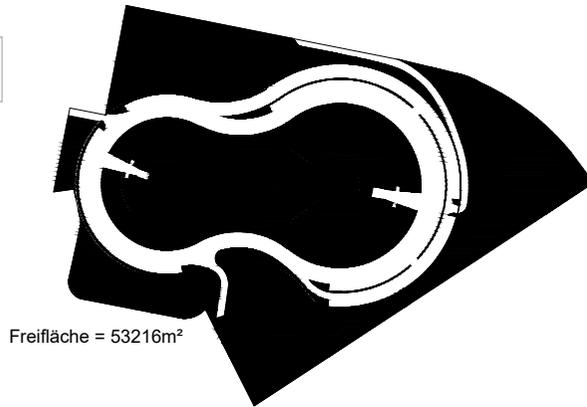
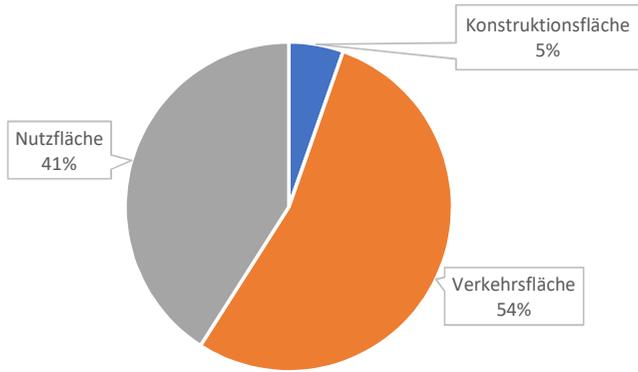
Aufteilung der BGF



Aufteilung der BGF



Aufteilung der BGF



8) Verzeichnis

8.1) Planverzeichnis

Pln.: 1 Schwarzplan klein, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 2 Schwarzplan groß, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 3 Grundriss KG, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 4 Grundriss EG, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 5 Grundriss EG, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 6 Grundriss Shops, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 7 Grundriss Shops, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln.: 8 Grundriss OG1, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln. 9.: Grundriss OG1, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln. 10.: Grundriss DG, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln. 11.: Grundriss DG, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln. 12.: Längsschnitt, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Pln. 13.: Querschnitt, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 1.1.: Parndorf Outletcenter, Sattelitenaufnahme bearbeitet, Photoshop

<https://www.google.at/maps/place/Parndorf/@47.9785994,16.8469585,921m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x476c5d9f5f94d68d:0x85bd9b9b7e40c10a!8m2!3d47.9948905!4d16.8575696> , 2.8.2018 , 12:48:07

Abb. 2.1.1.: Parndorf Outletcenter, Die 3 Gebäudeteile Sattelitenaufnahme bearbeitet, Photoshop

<https://www.google.at/maps/place/Parndorf/@47.9785994,16.8469585,921m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x476c5d9f5f94d68d:0x85bd9b9b7e40c10a!8m2!3d47.9948905!4d16.8575696> , 2.8.2018,12:48:07

Abb. 2.1.2.: McArthur Glen Outlet Foto 2011 Peter Lovás

<https://www.dreamstime.com/royalty-free-stock-image-parndorf-outlet-image23812526> , 21.8.2018, 12:52:33

Abb. 2.1.3.: McArthur Glen Outlet, Foto 2011

<https://www.mcarthurglen.com/de/outlets/at/designer-outlet-parndorf/news/neue-designer-shops/> , 21.8.2018, 12:51:33

Abb.2.1.4.: Shoppingplan Fashion Outlet, Plangrafik 2018

<http://fashionapotheke.at/> 21.8.2018, 13:36:14

Abb. 2.1.5.: Die Galerien, Foto 2011, Copyright: Porodoschinki (Reiseblog)

<http://podorozhniki.eu/gotoczech/shopping/> 21.8.2018, 14:03:33

Abb. 2.1.6.: Villaggio, Luftaufnahme 2011

http://presse.loebellnordberg.com/News_Print.aspx?id=5438 21.8.2018, 13:58:23

Abb. 2.2.1.: Baulatz (Rot) Sattelitenaufnahme bearbeitet, Photoshop

<https://www.google.at/maps/place/Parndorf/@47.9785994,16.8469585,921m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x476c5d9f5f94d68d:0x85bd9b9b7e40c10a!8m2!3d47.9948905!4d16.8575696> , 2.8.2018 12:48:07

Abb. 2.2.2.: Cineplexx Parndorf, Rendering 2016, Copyright Cinepromotion

<https://www.bvz.at/neusiedl/baustart-fuer-kino-in-parndorf-kino-cineplexx-cineplexx-parndorf-baustart-55439565> , 28.8.2018, 17:14:09

Abb. 3.1.: Frau beim Shopping, Foto 2015, Copyright Sydni Ellis

<https://www.addisonmagazine.com/2015/09/fall-fashion-shopping-event-at-village-on-the-parkway/> 31.8.2018, 16:15:27

Abb. 4.1.: Greece Ridge Mall, Foto 2017 Juli, Copyright Ed Wood

<http://blog.edthedread.com/category/malls/> 6.9.2018, 18:47:46

Abb. 4.1.1.: Philadelphia Mills Mall, Foto 2015, Copyright business owner

<https://www.yelp.com/biz/philadelphia-mills-philadelphia> 28.8.2018, 17:47:03

8.2) Abbildungsverzeichnis

Abb. 4.1.2.: Philadelphia Mills Mall, Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<https://www.simon.com/mall/philadelphia-mills/store> 25.10.2018, 00:39:19

Abb. 4.1.3.: SCS, Foto 2015, Copyright Christoph Dworak
<https://www.noen.at/moedling/erster-parkplatzstreit-top-11382816> 28.8.2018, 17:52:20

Abb. 4.1.4.: SCS Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<http://www.x1austria.at/> 15.1.2018, 14:13:30

Abb. 4.1.5.: SCN Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<http://scn.at/centerplan-shops/> 16.1.2018, 15:15:31

Abb. 4.1.6.: SCN Wien, Foto 2014
<https://wien.orf.at/news/stories/2626676/> 30.8.2018, 17:39:25

Abb. 4.1.7.: West Edmonton Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<https://gymnast2001.files.wordpress.com/2014/05/map.png> 16.1.2018, 21:48:33

Abb. 4.1.8.: West Edmonton Mall, Foto 2017
<https://globalnews.ca/news/3892890/west-edmonton-mall-structural-concerns-stores-closed/> 30.8.2018, 17:43:41

Abb. 4.1.9.: Donauzentrum Foto 2017, Copyright A. Bruckner
<https://www.hellofamiliiii.at/ort/lebkuchen-verzieren-2/> 31. 8.2018, 17:14:17

Abb. 4.1.10.: Donauzentrum Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<http://schneideratelier.at/filialen/donauzentrum/> 8.8.2018, 16:18:17

Abb. 4.1.11.: Fischapark, Foto 2016,
<https://www.wn24.at/wirtschaft/schnaeppchen-advent-black-friday-fischapark-11647.html> 31.8.2018, 17:20:13

Abb. 4.1.12.: Fischapark, Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<https://www.fischapark.at/de/shops-gastro> 16.1.2018, 14:56:59

Abb. 4.1.13.: Arizona Mills Mall, Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018
<https://www.simon.com/mall/arizona-mills> 19.1.2018, 21:22:51

Abb. 4.1.14.: Arizona Mills Mall, Foto 2017
<http://cvlci.com/sectors/commercial-retail-industrial/arizona-mills-mall/?s=> 31.8.2018, 19:59:24

Abb. 4.1.15.: Mall of America, Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018

<https://www.bizjournals.com/southflorida/news/2016/01/12/first-look-american-dream-miami-mega-malls-floor.html> 16.12.2018, 21:31:59

Abb. 4.1.16.: Mall of America, Rendering 2017

<https://miami.curbed.com/2018/6/21/17490064/american-dream-miami-mall-theme-park> Freitag, 31.8.2018, 23:14:12

Abb. 4.1.17.: Desert Hills Outlet, Foto 2018 Copyright Simon porberty group

<https://business.simon.com/leasing/desert-hills> 1.9.2018, 20:23:43

Abb. 4.1.18.: Desert Hills Mall, Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018

<https://www.premiumoutlets.com/outlet/desert-hills/stores> 16.1.2018, 16:03:06

Abb. 4.1.19.: Dubai Mall, Foto 2018 Copyright Emma Day

<http://emirateswoman.com/shopping-worn-you-out-you-can-now- nap-at-the-dubai-mall/> 1.9.2018 20:28:38

Abb. 4.1.20.: Dubai Mall, Mallplan bearbeitet, Photoshop, 2018

<http://de.maps-dubai.com/dubai-mall-anzeigen> 16.1.2018, 22:05:47

Abb. 4.1.21.: Endless Shopping EG Wegführung, Grundriss bearbeitet, Photoshop, Benedikt Divisch

Abb. 4.1.22.: Endless Shopping OG Wegführung, Grundriss bearbeitet, Photoshop, Benedikt Divisch

Abb. 4.2 M. C. Escher`s impossible objects, Lithographie 1960

Abb. 4.2.1 :erste Entwürfe, CAD Zeichnung, Benedikt Divisch, Autocad 2017

Abb. 4.2.2: Prozentuelle Aufteilung der 4 Entwürfe in Weg, Grünfläche und Geschäftsfläche, Balkendiagramm, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 4.2.3: Sichtfelder, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.4: Fokus lineares Wegesystem, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.5: Fokus ringförmiges Wegesystem, Diagramm, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 4.2.6: Blickfeld lineares Wegesystem, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.7: Anzahl an Shops im Radius von 50m (lineares System), Diagramm, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 4.2.8: Blickfeld ringförmiges Wegesystem, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.9: Anzahl an Shops im Radius von 50m (ringförmiges System), Diagramm, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 4.2.10: Blickfeld lineares Wegesystem, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.11 Anzahl an Shops im Radius von 50m (lineares System), Diagramm, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 4.2.12: Blickfeld ringförmiges Wegesystem, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.13: Anzahl an Shops im Radius von 50m (ringförmiges System), Diagramm, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 4.2.14: Blickachse linearer Weg, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.2.15.: Blickachse linear Punkt A, Schaubild, Benedikt Divisch, Cinema4D 2018

Abb. 4.2.16.: Blickachse linear Punkt B, Schaubild, Benedikt Divisch, Cinema4D 2018

Abb. 4.2.17: Blickachse ringförmig Punkt A, Schaubild, Benedikt Divisch, Cinema4D 2018

Abb. 4.2.18: Blickachse ringförmig Punkt B, Schaubild, Benedikt Divisch, Cinema4D 2018

Abb. 4.2.19: Blickachse ringförmiger Weg, Schaubild, Benedikt Divisch, Autocad 2018

Abb. 4.3.: Parkplatzchaos ,Foto 2016, Copyright Steidy

[https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Einkaufszentrum_Pardorf_\(01\).jpg](https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Einkaufszentrum_Pardorf_(01).jpg) 20.8.2018, 16:42:22

Abb. 4.3.1.: Milirons Kaufhaus, Dach, Foto 1949

<http://laforum.org/article/victor-gruen-today/> 13. August 2018, 16:42:19

Abb. 4.3.2.: Fischapark, Wr.Neustadt, Rendering 2017

†<http://www.shoppingcenters.at/Baubewilligung-fuer-FISCHAPARK-Umbau-erteilt-.c0f7d4950e.127.26.0.html> 20.8.2018, 17:02:36

Abb. 4.3.3.: Parkplätze (Blau) Sattelitenaufnahme bearbeitet, Photoshop

<https://www.google.at/maps/place/Parndorf/@47.9785994,16.8469585,921m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x476c5d9f5f94d68d:0x85bd9b9b7e40c10a!8m2!3d47.9948905!4d16.8575696> , 2.8.2018 ,12:48:07

Abb. 4.3.4.:schematische Darstellung für die Umlagerung der Parkplätze, Sattelitenaufnahme bearbeitet, Photoshop

<https://www.google.at/maps/place/Parndorf/@47.9785994,16.8469585,921m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x476c5d9f5f94d68d:0x85bd9b9b7e40c10a!8m2!3d47.9948905!4d16.8575696> , 2.8.2018 ,12:48:07

Abb. 4.3.5.: Erschließung der Parkplätze (Rot), Satellitenaufnahme bearbeitet, Photoshop

<https://www.google.at/maps/place/Parndorf/@47.9785994,16.8469585,921m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x476c5d9f5f94d68d:0x85bd9b9b7e40c10a!8m2!3d47.9948905!4d16.8575696>, 2.8.2018, 12:48:07

Abb. 4.3.6.: Verhältnis zwischen Parkplätzen Erschließung und Grünflächen, Benedikt Divisch, Diagramm Excel, 2018

Abb. 4.4.: Beispiel für eine einprägsame Mall Fassade, ION Orchard Mall Singapur, Foto 2018

www.singapore-guide.com 14.8.2018, 16:59:40

Abb. 4.4.1.: Fassadenquartett, Photoshop, Benedikt Divisch, Fotocollage 2017 Abb. 4.5.: Vorschau Renovierung Bahnhof Parndorf Ort, Rendering 2018

<https://www.bvz.at/neusiedl/infrastruktur-so-wird-der-parndorfer-bahnhof-bahnhofsumbau-bahnhof-parndorf-oebb-79168052> 16.8.2018, 15:07:03

Abb. 4.5.1.: Shuttlebus, Blaguss, Foto 2018

<https://www.parndorf-shuttlebus.at/de> 16.8.2018, 13:50:06

Abb. 4.5.2.: Drivenow Carsharing, Foto 2018

<https://ecomento.de/2014/03/21/carsharing-anbieter-drivenow-feiert-250-000sten-kunden/> 16.8.2018, 16:59:51

Abb. 4.5.3.: Stau auf der A4, Foto 2017

<https://www.heute.at/oesterreich/news/story/Pfingsten-Verkehr-Stau-Pfingstwochenende-56629381> 18.10.2018, 18:51:15

Abb. 4.5.4.: Bahnhof Parndorf (vor Renovierung), Fotografie 2017

<https://risingstarstv.net/podersdorf-bratislava> 16.8.2018, 15:28:25

Abb. 4.6.: Vögel bei 40 Grad im Schatten, Foto 2016

<http://debeste.de/51552/Die-Vogel-stehen-im-Schatten-bei-40-Grad-Hitze> 27.9.2018, 13:32:04

Abb. 4.6.1.: Sonnensegel Version 1, Benedikt Divisch, Autocad Skizze, 2018

Abb. 4.6.2.: Sonnensegel Version 2, Benedikt Divisch, Autocad Skizze, 2018

Abb. 4.6.3.: Sonnensegel Version 3, Benedikt Divisch, Autocad Skizze, 2018

Abb. 4.6.4.: Sonnensegel Version 4, Benedikt Divisch, Autocad Skizze, 2018

Abb. 4.6.5.: Sonnensegel Version 5, Benedikt Divisch, Autocad Skizze, 2018

Abb. 4.6.6.: Sonnensegel Version 6, Benedikt Divisch, Autocad Skizze, 2018

Abb. 4.6.7.: Orientierung durch die Segelstellung, Benedikt Divisch, Cinema 4D, Rendering 2018

Abb. 4.6.8: Orientierung durch die Segelstellung, Benedikt Divisch, Cinema 4D, Rendering 2018

Abb. 4.6.9.: Konzeptskizze Regenrinne, Benedikt Divisch, Skizze 2018

Abb. 4.6.10: Gefrorenes Regengitter im Winter, Benedikt Divisch, Rendering 2018

Abb. 5.: Analyse, Schaubild 2018

<https://www.digitalwelt.org/themen/social-media/ende-der-kostenfreien-social-media-analyse-tools> 4.9.2018, 18:52:07

Abb. 5.1.: Wien Mitte Mall Haupthalle, Copyright Wien Mitte Mall / CC Real Foto 2017

<https://www.handelszeitung.at/handelszeitung/mall-kuerzester-zeit-der-spitze-142917> 4.9.2018, 17:17:42

Abb. 5.2: Wien Mitte Mall Fassade, Copyright Sunnyrocket.com, Foto 2017

<http://www.potyka-partner.at/projekte/pruefungen/wien-mitte/> 4.9.2018, 17:18:40

Abb. 5.3: Stärken und Schwächen Diagramm Wien Mitte, Benedikt Divisch, 2018

Abb. 5.4.: SCS Innenraum, Foto 2018

<https://www.shoppingintern.at/scs-neu09/> 4.9.2018, 17:21:10

Abb. 5.6.: SCS Fassade, Copyright Karl B., Foto 2014

<https://www.meinbezirk.at/moedling/wirtschaft/scs-eingang-8-d1167897.html> 31.8.2018, 17:14:17

Abb. 5.7: Stärken und Schwächen Diagramm SCS, Benedikt Divisch, 2018

Abb. 5.8.: Fassade Donauzentrum, Copyright Arabella Foto 2012

<https://www.arabella.at/archiv/tagebuch/donauzentrum/> 4.9.2018, 17:36:47

Abb. 5.9.: Donauzentrum Innenbereich Foto 2016

<https://www.spomo.de/branche/handel/13-12-2016-xxl-standorte-in-oesterreich-stehen-fest/> 4.9.2018, 17:40:39

Abb. 5.10.: Stärken und Schwächen Diagramm DZ, Benedikt Divisch, 2018

Abb. 5.11.: Lugnercity Fassade, Foto 2014

<http://dijaspora.tv/de/lugner-city-neuer-kurierdienst/> 4.9.2018, 17:46:35

Abb. 5.12.: Lugnercity Innenraum, Copyright Christoph Horvath Foto 2016

<http://online4.jour.at/2016/01/07/der-besuch-in-der-lugner-city-als-testbericht/> 4.9.2018, 17:50:14

Abb. 5.13.: Stärken und Schwächen Diagramm Lugnercity, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 5.14.: Fischapark Fassade, Copyright Foto Tschank, Foto 2014
<https://noe.orf.at/news/stories/2644399/> 4.9.2018, 18:01:55

Abb. 5.15.: Fischapark Aufgang, Copyright SES Foto 2015
<https://www.textilzeitung.at/business/detail/fischapark-eroeffnet-in-neuem-glanz.html> 4.9.2018, 18:06:42

Abb. 5.16.: Stärken und Schwächen Diagramm Fischapark, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 5.17.: Gerasdorf Innenraum, Copyright Gerald Lechner, Foto 2018
<http://www.proholz.at/g3-gerasdorf-holzdachwelle-fuer-ein-einkaufszentrum/> 4.9.2018, 18:29:34

Abb. 5.18.: Gerasdorf Fassade, Copyright ECE Foto 2018
<https://www.g3-shopping.at/impressum/> 4.9.2018, 18:09:58

Abb. 5.19.: Stärken und Schwächen Diagramm G3, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 5.20.: Endless Shopping, Rendering, Benedikt Divisch, Cinema 4D 2018

Abb. 5.21.: Stärken und Schwächen Diagramm Endless Shopping, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 6.2.1.: 3 Grundriss EG 3D, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb. 6.2.2.: Grundriss OG1 3D, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb. 6.2.3.: Grundriss DG 3D, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb. 6.3.1.: Ansicht Nord, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb. 6.3.2.: Ansicht Süd, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb. 6.3.3.: Übersicht 3D, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Photoshop, Rendering 2018

Abb. 6.3.4.: Vogelperspektive, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Photoshop, Rendering 2018

Abb. 6.3.5.: Perspektive aus Flugzeug, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Photoshop, Rendering 2018

Abb. 6.3.6.: Rendering Innenbereich, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Photoshop, Rendering 2018

Abb. 6.4.1.: Alnatura Center Baustelle, Foto 2017

http://www.bauhandwerk.de/artikel/bhw_Bauen_mit_gedaemmtem_Stampflehm_2811659.html 14.8.2018, 20:00:00

Abb. 6.4.2.: Lehmhaus für Umweltbildung ,Fassade, Foto 2012

<http://www.lehmtonerde.at/de/projekte/projekt.php?pid=88> 5.8.2018 13:12:09

Abb. 6.4.3.: Ansicht Eingang, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Photoshop, Rendering 2018

Abb.6.5.1.: 3D Schnitt Übersicht, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb.6.5.2.: 3D Schnitt EG, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb.6.5.3.: 3D Schnitt OG, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb.6.5.4.: 3D Schnitt DG, Benedikt Divisch, Cinema 4d, Rendering 2018

Abb.6.6.1.: Modellfoto, Benedikt Divisch 2018

Abb.6.6.2.: Modellfoto, Benedikt Divisch 2018

Abb.6.6.3.: Modellfoto, Benedikt Divisch 2018

Abb.6.6.4.: Modellfoto, Benedikt Divisch 2018

Abb. 7.1.: Diagramm Marktanteil in Prozent, Benedikt Divisch, Excel 2018

Abb. 7.2.: Diagramm Verkaufsflächen und Weg in m², Benedikt Divisch, Excel 2018

8.3) Literaturverzeichnis

1) die Geschichte der McArthur-Glen group

www.mcarthurglen.com/en/about Seitenaufruf 7.7.2018 20:14:32

2) Standard Artikel zur Zusammenlegung des Fashion Outletst, Artikel vom 23.8.2015 16:03

<https://derstandard.at/2000024419744/Spatenstich-in-Parndorf-Fashion-Outlet-wird-erweitert>

3) Presseaussendung des Mcarthurglenn Outletcenters auf ots.at, Artikel vom 13.4.2018 12:48

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180413_OTSO121/20-jahre-designer-outlet-parndorf-die-erfolgsgeschichte-geht-weiter-bild

4) Inofrmationen zum Parndorf Outlet-Shuttelbus, Seitenaufruf 26.10.2018 20:24

<https://www.parndorf-shuttlebus.at/de>

5) nofrmationen für Reisebusse, Seitenaufruf 7.8.2018 16:08

www.mcarthurglen.com/de/outlets/at/designer-outlet-parndorf/gruppenbuchungen

6) Inofrmationen zur Bahnhofsrenovierung, Artikel vom 26.2.2018

<https://www.bvz.at/neusied/>

7) Vorteile des Baustoffs Lehm , Seitenaufruf 26.10.2018 20:26

<https://www.lehmbau-online.de/grundlagen/>

Danke!

Besonderer Dank geht an meine Frau Yvonne, die mir stets mit Rat zur Seite stand und mich motiviert hat, dieses Buch fertigzustellen.

Danke auch an meine Eltern Maria und Karl, ohne deren finanziellen und seelischen Beistand diese Arbeit und auch mein restliches Studium nicht möglich gewesen wäre.

Ein weiterer Dank geht an meine Schwiegereltern Doris und Heribert Weber welche mir einige ruhige Arbeitsstunden beschaffen konnten.

Nicht zuletzt möchte ich auch meiner wundervollen Tochter Mia-Marie danken, die mich mit ihrem sonnigen Gemüt immer daran erinnerte, worauf es im Leben wirklich ankommt.

Ein abschließendes, riesiges Dankeschön geht an meinen Betreuer Manfred, der mich in die richtige Richtung gelenkt hat.

Vielen Dank euch allen!

1988 geboren in Wr.Neustadt (NÖ)
1994- Grunschulausbildung in
 1998 Leobersdorf (NÖ)
1998- Gymnasium in Berndorf (NÖ)
 2008 Abschluss Matura
2008- Technische universität Wien
 2014 Abschluss BSc
2013- Praktikum bei
 2014 Hufnagl Architects
2015 Mitarbeit im Büro Eder (Innenarchitekt)
2016 Wettbewerbsaushilfe Zacek/Stadler
2017 Angestellter bei HKE architects
2016- Allplan Coach
 2017 Studentenschulungen TU Wien
2016- Cinema 4D Coach
 2018 Studentenschulungen TU Wien
2017 Heirat (Yvonne Divisch ehem. Weber)
2017 Geburt von Tochter Mia-Marie Divisch



Matr.Nr.	0927205
Mobil	0676/9372319
Email	ben.divisch@gmx.at