

FLÄCHENVERGLEICH PRODUKTION UND KONSUM

LOCAL - Z

Viele kleine Gastroproduzenten sind in Zürich verteilt. Die meisten sind irgendwo an unscheinbaren Lagen eingemietet, da sie sich eine prominente Lage nicht leisten können. Alle diese Unternehmen leben allerdings vom Kundenkontakt und einer guten Anlieferung. Da sie meistens aber in Räumen untergebracht sind, die nicht für Sie gebaut wurden, kommen manche ihrer Bedürfnisse zu kurz. Die eigentlichen Produktionsorte gelten meistens eher als Geheimtip, obwohl man die Produkte kennt und in vielen Läden kaufen kann.

Das sich leerende Bürogebäude Trendhouse an der Thurgauerstrasse bietet den idealen Standort für eine solche Gastrogenossenschaft. Durch die bestehende Logistikkadresse und einen mithilfe Terrassen angebauten Kundenbereich entsteht ein neues Zentrum. Es entsteht eine architektonische Form, die eine neuartige Genossenschaft aufnehmen und fördern kann.

Nord-westlich der Stadt im Furtal, der Gemüsekammer der Stadt Zürich, wird 12.8% des Gemüsebedarfs Zürichs produziert. Allerdings geht im Durchschnitt 1/3 aller Lebensmittel auf dem Weg vom Feld zum Teller verloren. Gründe hierfür sind unter anderem die Normierung der Grossverteiler und ungebrauchte Nebenprodukte der Lebensmittelverarbeitung. Hier kommen kleine Gastrogewerbe zum Zug. Sie vermeiden durch gezieltes Ausnützen ihrer Synergien das Verschwenden von Lebensmitteln. Lebensmittelreste des einen werden bei anderen weiterverwertet. In einem gemeinsamen Gebäude könnten diese Unternehmen besser voneinander profitieren. Sowohl durch die Weiterverarbeitung der Reste als auch durch das Teilen des Logistik- und Lagerbedarfs. Da diese Betriebe mehr oder weniger die gleichen Läden mit ihren Produkten versorgen, kann die Logistik gemeinsam gestaltet und doppelte Wege eingespart werden. Auch im Lager lohnt sich die geteilte Nutzung, um massiv Kühlenergie einzusparen.

Neben den regionalen Bezügen ins Furtal und in die Stadt, ist das Gebäude auch im Lokalen ein Zentrum. Die Arbeitenden der Thurgauerstrasse werden täglich versorgt, wobei auch die Bewohner des Quartiers hier einen gemeinsamen Ort finden. So entsteht ein Ort des Austauschs zwischen diesen zwei bisher isolierten Gruppen.

Die neue Nutzung bringt durch das grosse Kühlager eine weitere lokale Beziehung. Da der Grossteil dieses Gebäudes nicht beheizt wird kann die Abwärme des Wärmetauschers, welcher die Hitze aus dem Kühlager zieht, zur Heizung der umgebenden Gebäude dienen.

Das Gebäude präsentiert sich zur Strasse hin mit einem leichten, durchlässigen Tragwerk über dem bestehenden ersten Obergeschoss. Hier untergebracht und gut ersichtlich sind die zur Produktion nötigen Zuluft-, Wasser- und Heizleitungen, welche die Besucher um das Gebäude begleiten. Diese zeigen das produktive Innenleben ganz klar nach aussen, was zu seiner maschinellen Erscheinung beiträgt. Zur nördlichen Seite tritt der Turm in den Vordergrund und bildet einen Blickfang am Eingang Zürichs, sowohl für Besucher als auch für die Anlieferung.

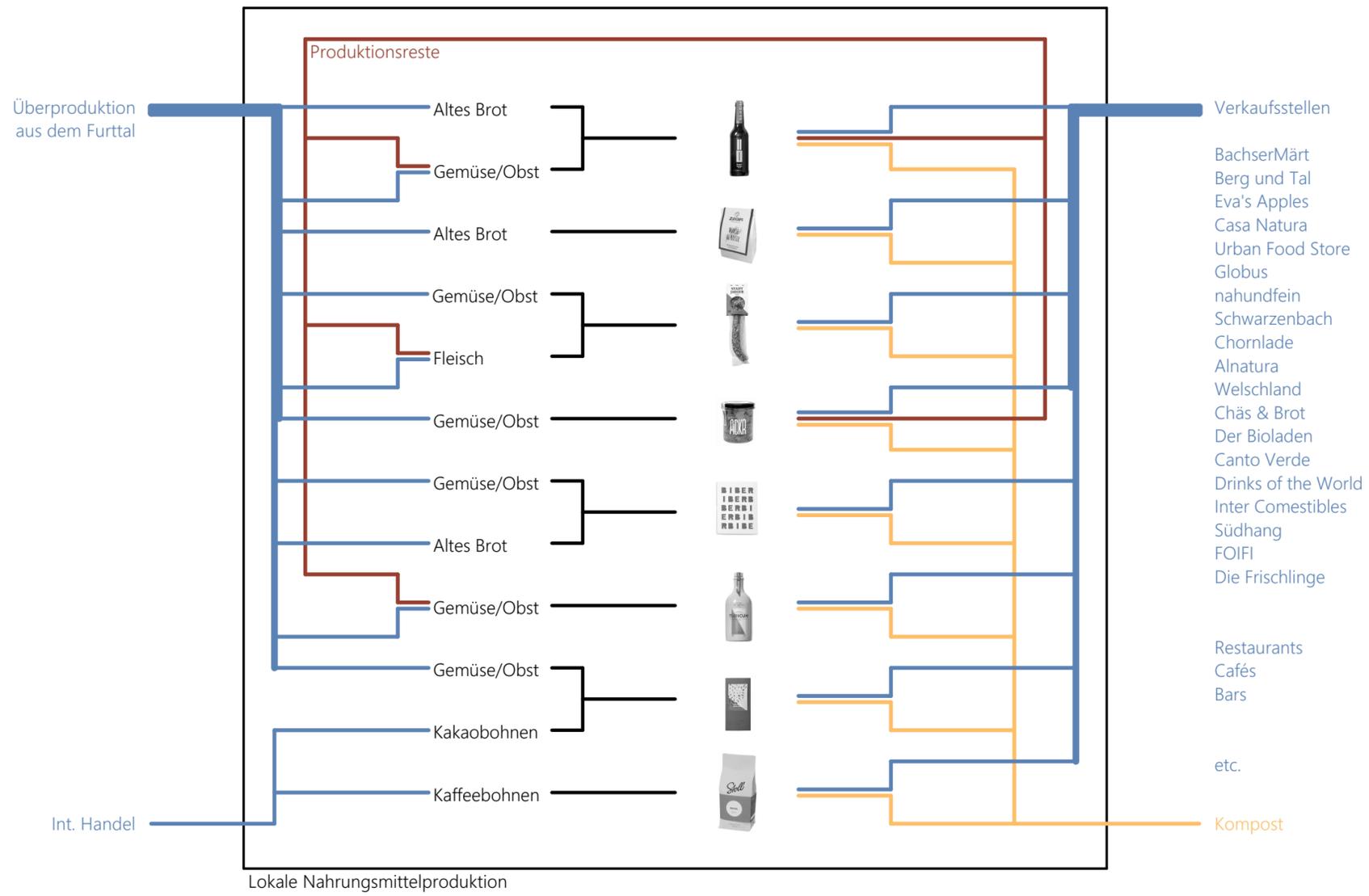
Das Gebäude ist für drei unterschiedliche Akteure ausgelegt: Die Waren, die Arbeitenden und die Kunden.

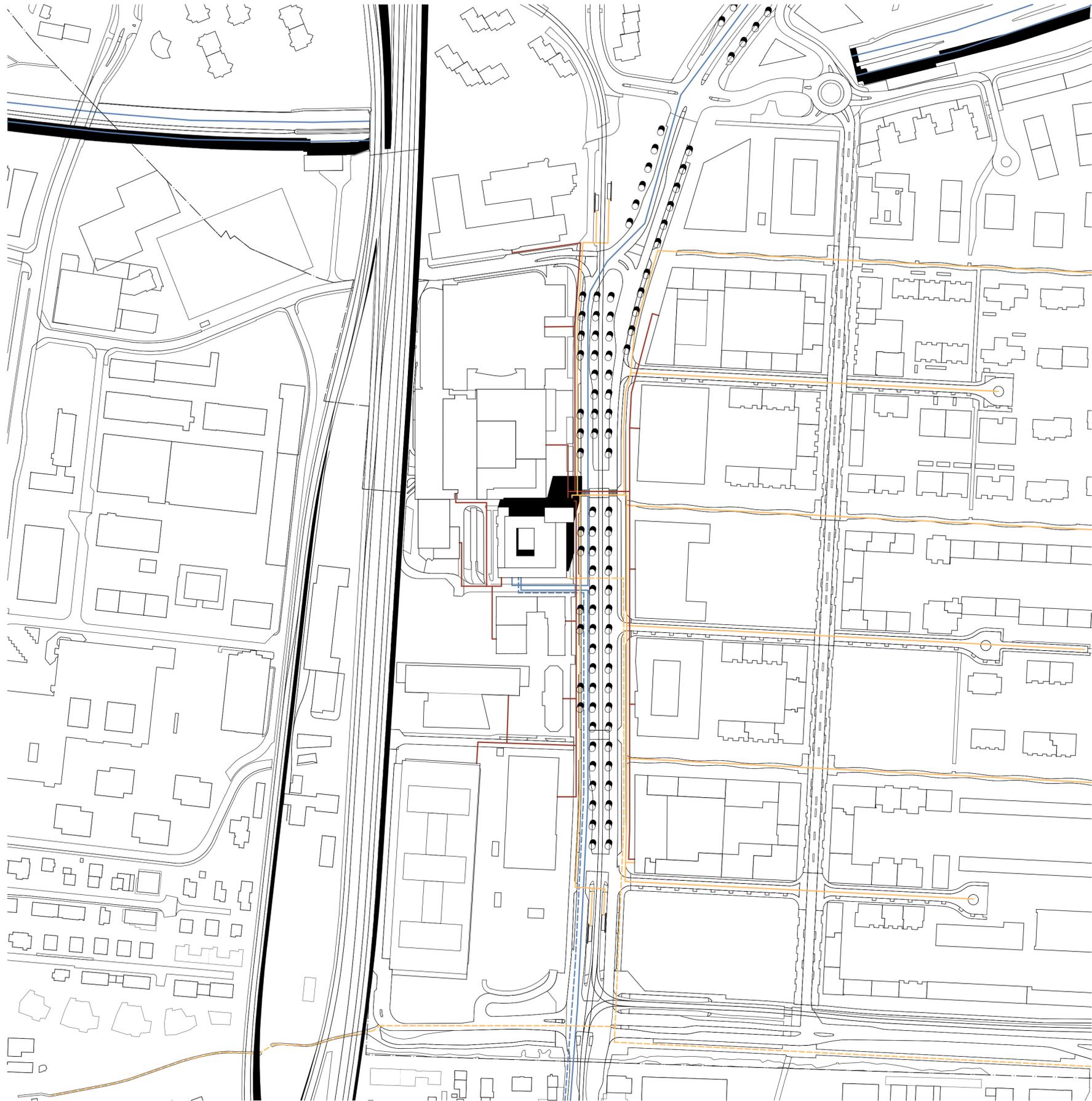
Eine bereits bestehende Logistikkadresse wird durch zwei weitere Lifte an der Aussenfassade ergänzt, sodass die Anlieferung und Auslieferung sauber getrennt werden kann. Aus den Liften gelangt die Ware direkt in die neu angebauten Lager, welche auf allen Geschossen verteilt sind. Hier gibt es drei Abstufungen der Temperaturen, das Normallager, Kühlager und Tiefkühlager. Aus diesen Lagern werden die Lebensmittel dann je nach Bedarf in die Produktionshallen gebracht und danach um die zentral gelegenen Workshopbereiche in die Auslieferungslifte transportiert.

Die Arbeitenden in diesem Haus kommen vom Parkplatz oder der Thurgauerstrasse direkt in die Mitte des Gebäudes und gelangen durch einen der zwei Treppenkerne oder Personenlifte in die jeweilige Etage. Die unterschiedlichen Hygieneansprüche der Produktionen sind nach Geschossen aufgeteilt und schliessen so teils eine Hygieneschleuse ein. Zuletzt in der obersten Etage befinden sich jegliche kleine Studios oder Büros für Handwerk oder Kunst, die gemeinsame Küche und der Innenhof. Die Interaktion zwischen Kunst und Gastrogewerbe führt zu unerwartetem Zusammenarbeiten und beherbergt die für die Lebensmittelindustrie nötige Zone des Drecks und Kreativität abseits der Produktion.

Nun zum dritten Teil des Hauses: der Kunde. Die Kunden können sich unabhängig von den Öffnungszeiten um das Gebäude bewegen und die unterschiedlichen Gewerbe auskundschaften. Sie sind in einem leichten Metallbau untergebracht, welcher sich um das Gebäude herumzieht. Die Adresse bildet der vorgezogene Turm. Hier lädt eine Treppe in die Foodhall im ersten Obergeschoss und dann auf die Terrasse des zweiten Obergeschosses ein. Auf den Geschossen sind öffentliche Nutzungen untergebracht wie Restaurants und eine Bar mit Zugang zur Dachterrasse des Turms. Zudem bieten Showrooms auf jeder Etage den Produzenten den nötigen Kundenkontakt und eine eigene Verkaufsstelle. Zwei doppelgeschossige Räume für Workshops und Events im Zentrum des Gebäudes ermöglichen den Kunden den Zutritt in den Produktionsbereich. Für den alltäglichen Einkauf der Bewohner des Quartiers gibt es eine grosszügige Ladenfläche im Erdgeschoss.

Das Trendhouse bietet durch dessen Lage und Struktur ein enormes Potenzial für Kleingewerbe. Durch die Umorganisation im Gebäude und einen leichten Anbau an die Struktur von aussen finden die drei Flüsse von Waren, Arbeitenden und Kunden ausreichend Platz. Die Kombination von produzierendem Gastrogewerbe, kleinen Werkstätten und Essensmöglichkeiten zu einer Genossenschaft soll als neues Zentrum des Kreativen und Alternativen längerfristig kostengünstigen Raum bieten und sich selbst erhalten. Zudem schafft es einen Ort, der, sowohl für die Arbeitenden als auch die Bewohner des Quartiers, identitätsstiftend wirkt und einen Austausch und Treffpunkt dieser zwei bisher getrennten Welten ermöglicht. Die Genossenschaft bildet ein neues Zentrum, welches von morgens bis nachts Leben ins Quartier bringt und auch in die Stadt hinein durch ihre Produkte ein Publikum findet.





— An-/Auslieferung LKW - - - Auslieferung Velo — Tägliche Kunden — Laufkundschaft Kunden - - - Laufkundschaft Velo

0 | | | | | 100

SITUATIONSPLAN





“Gastroproduktionsgemeinschaften wurden schon oft versucht, haben aber selten geklappt, da sie sich in bestehenden Räumen einmieten und diese dafür nicht ausgelegt sind. Eine grosse Hürde sind die unterschiedlichen Hygieneanforderungen der Nutzer. Gerade bei einer Metzgerei muss man sich stark an Hygiene halten.”

“Es gibt allerdings viele Vorteile einer gemeinsamen Lage wie die geteilte Kühlleistung und die reduzierte Logistik. Schon das Kühllager von Mikas Metzgerei produziert genug Warmwasser für ein Mehrfamilienhaus. Alle Kleinproduzenten fahren die gleichen Läden in Zürich an. Durch gemeinsame Auslieferung kann man sich doppelte Wege sparen.”

“Die Schweine vom Waidhof, woher das Fleisch kommt, werden mit den Resten der Brauerei Oerlikon gefüttert. Somit werden die Stadtjäger vollkommen im Kreis 11 produziert.”

“Es braucht wegen den Hygienevorschriften eine separate An- und Auslieferung. In der Metzgerei wird zweimal pro Woche angeliefert. Auch separate Eingänge für Personal, Kunden und Waren sind nötig.”

“Kurs- und Eventbereiche sind sehr wichtig. Diese sind eine zentrale Einnahmequelle und bauen den Kundenkontakt aus.”

“Da sie ab und zu etwas bauen müssen, wie Marktstände, Schilder etc., ist eine gemeinsame Werkstatt abseits der hygienisch reinen Produktion sinnvoll. Die enge Beziehung mit den Künstlern in ihrem Gemeinschaftsstudio ist sehr förderlich und spannend. So können sie immer wieder neue Sachen entdecken und ausprobieren.”



“Die Bierbrauerei ist vor allem auf hohe Räume angewiesen, da Grössen der Tanks genormt sind und sich in die Höhe erweitern.”

“Im Moment befindet sich das Lager und der Raum zum Schrotten der Rohstoffe im zweiten Geschoss. Dies ist ziemlich mühsam, weil so jegliche Ware täglich mit hohem Zeitaufwand und Anstrengung bewegt werden muss. Sowohl die Rohstoffe als auch die Flaschen werden auf Paletten ein- und ausgeliefert.”

“Bei der Wahl eines neuen Standorts kommt es vor allem auf den Preis an. Deshalb wäre eine Genossenschaft sehr sinnvoll.”

“Die Auslieferung findet entweder per Lastenvelo oder ein- bis viermal pro Monat durch den Getränkehändler statt. Die Hauptabnehmer sind Restaurants, wobei sie durch Corona stark auf Heimlieferung umgestellt haben.”

“Schon seit einiger Zeit arbeitet die Brauerei Oerlikon mit anderen Gastrounternehmen zusammen, wie zum Beispiel Mikas Metzgerei, deren Schweine das Abgekochte der Brauerei fressen und Ässbar, mit deren nicht verkauftem Brot ein Anti-Foodwaste-Bier produziert wird. Selber beziehen sie unter anderem den Presskuchen eines Ingwerdirektsaftproduzenten nördlich von Zürich.”

“Mit der Nachbarschaft haben sie wenig zu tun, da man die Brauerei schlecht sieht. Trotzdem gibt es einige Firmenevents oder auch das Rampenessen, welches im Produktionsraum stattfindet. Für das SRF, direkt nebenan, liefern sie Bier für jegliche Apéros.”

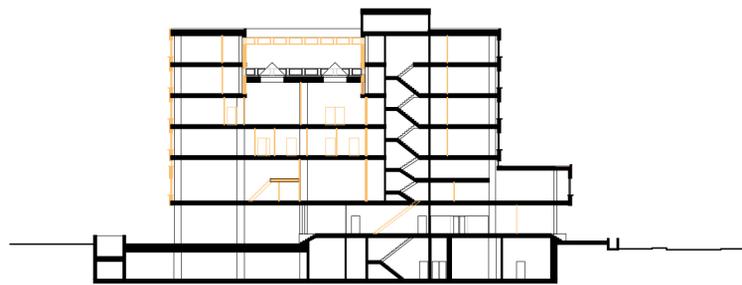
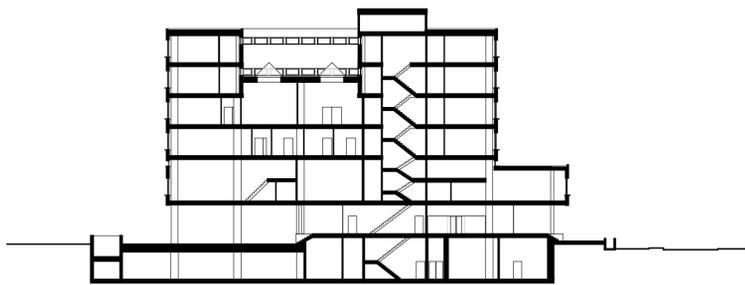
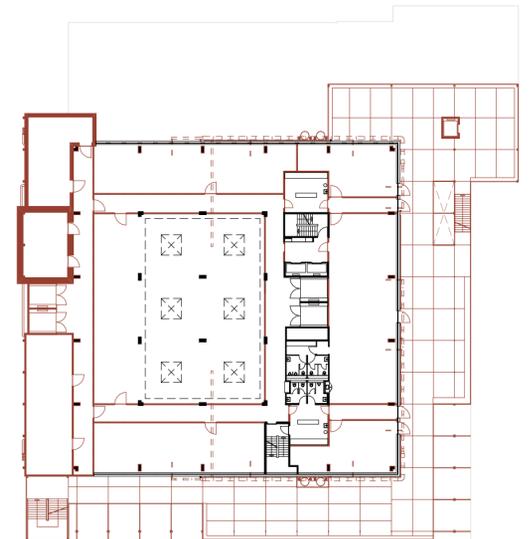
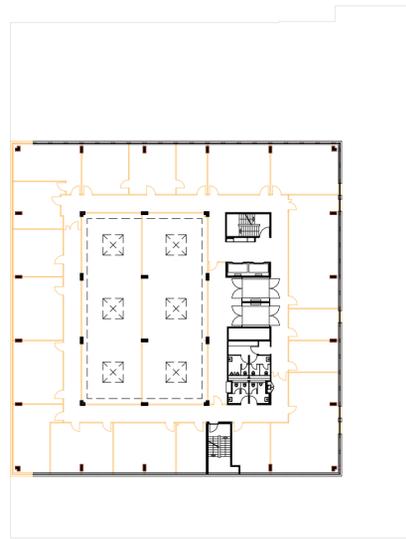
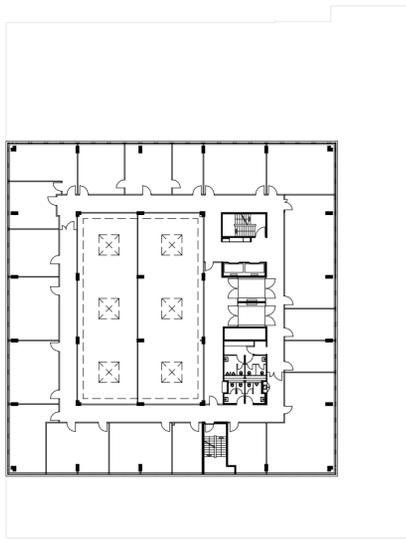


LOCAL-Z

TMC







BESTAND

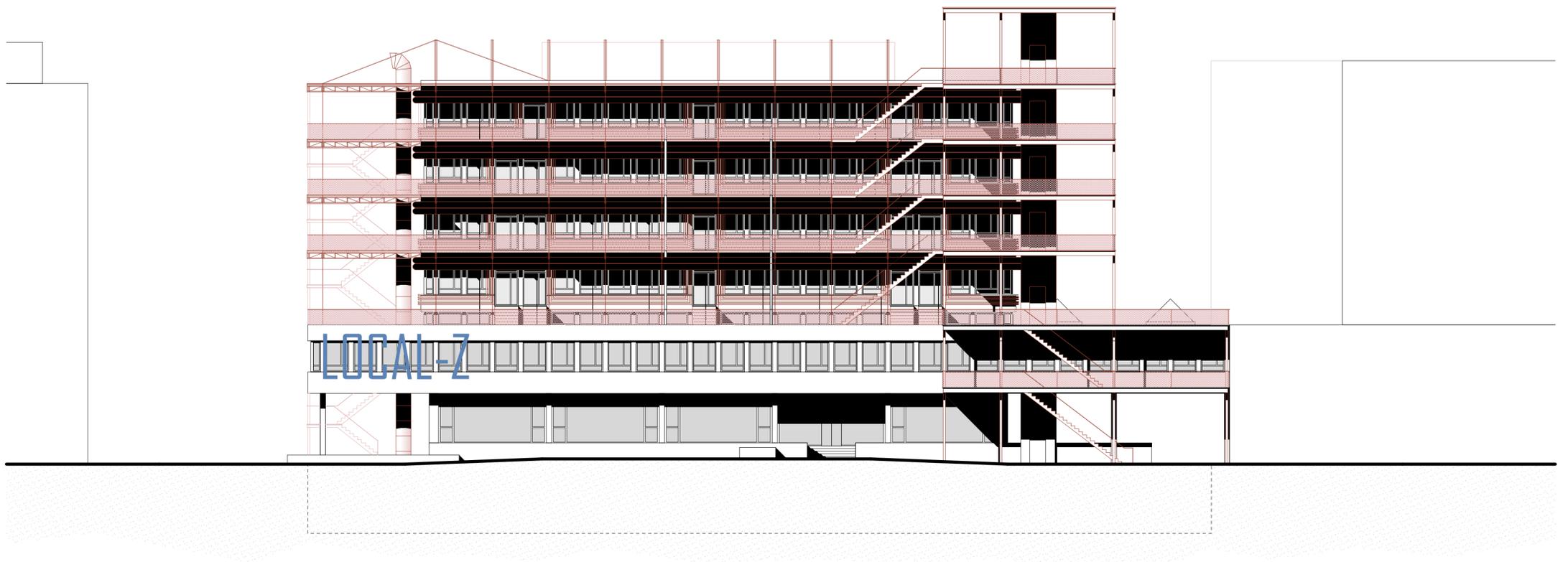
ABBRUCH

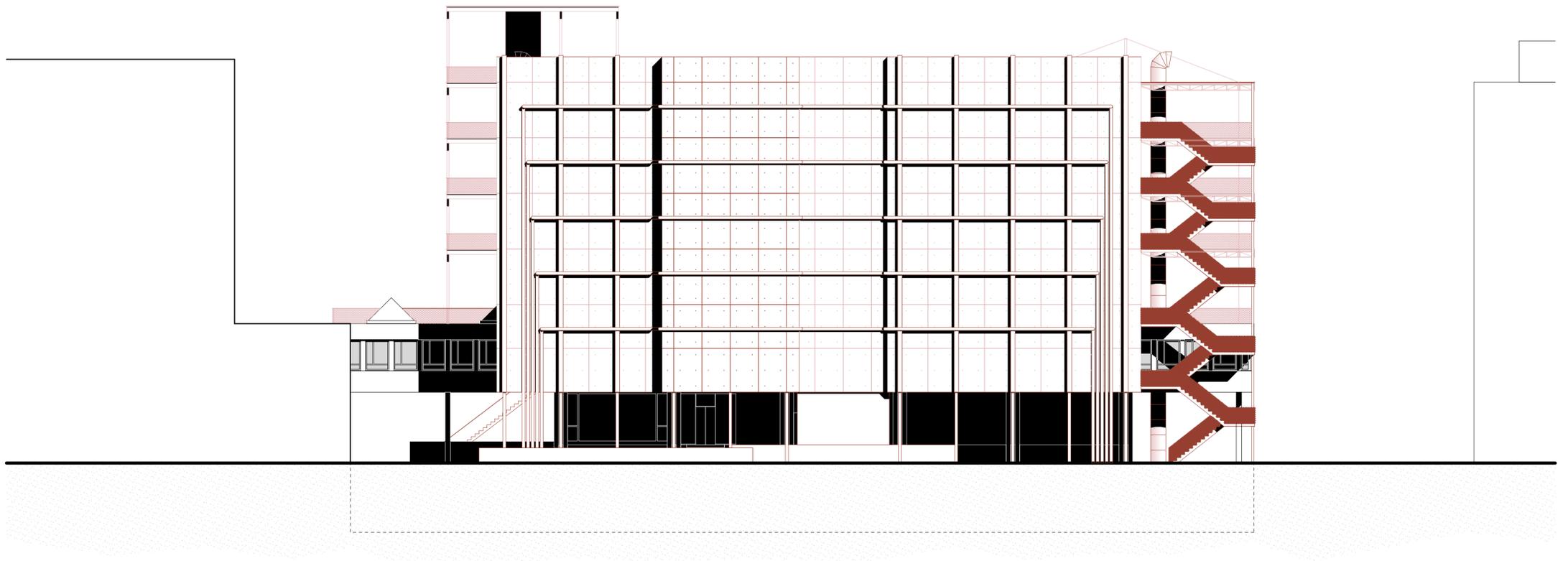
NEUBAU



0 | | | | 10

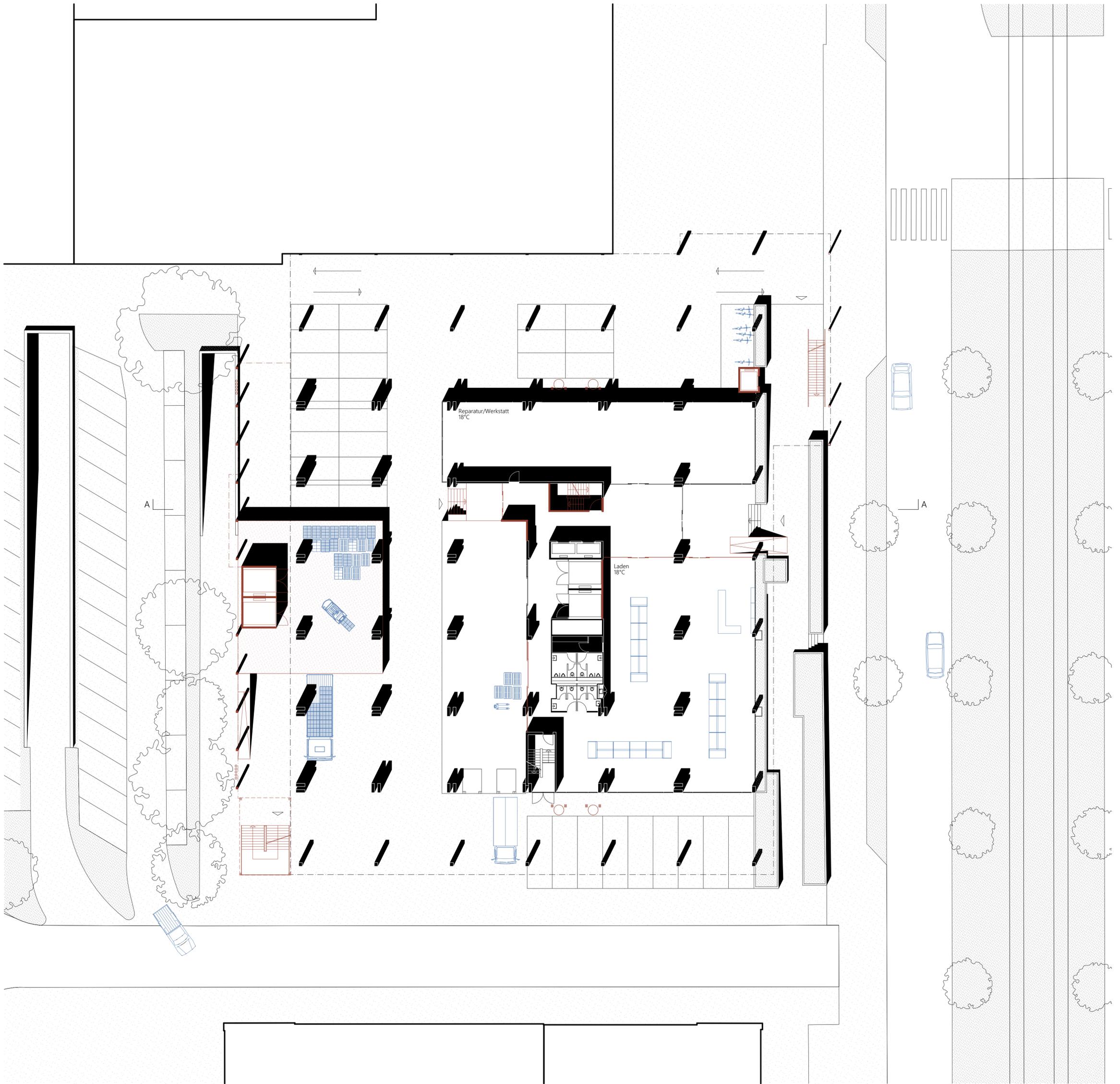
SCHNITT





0 | | | | 10

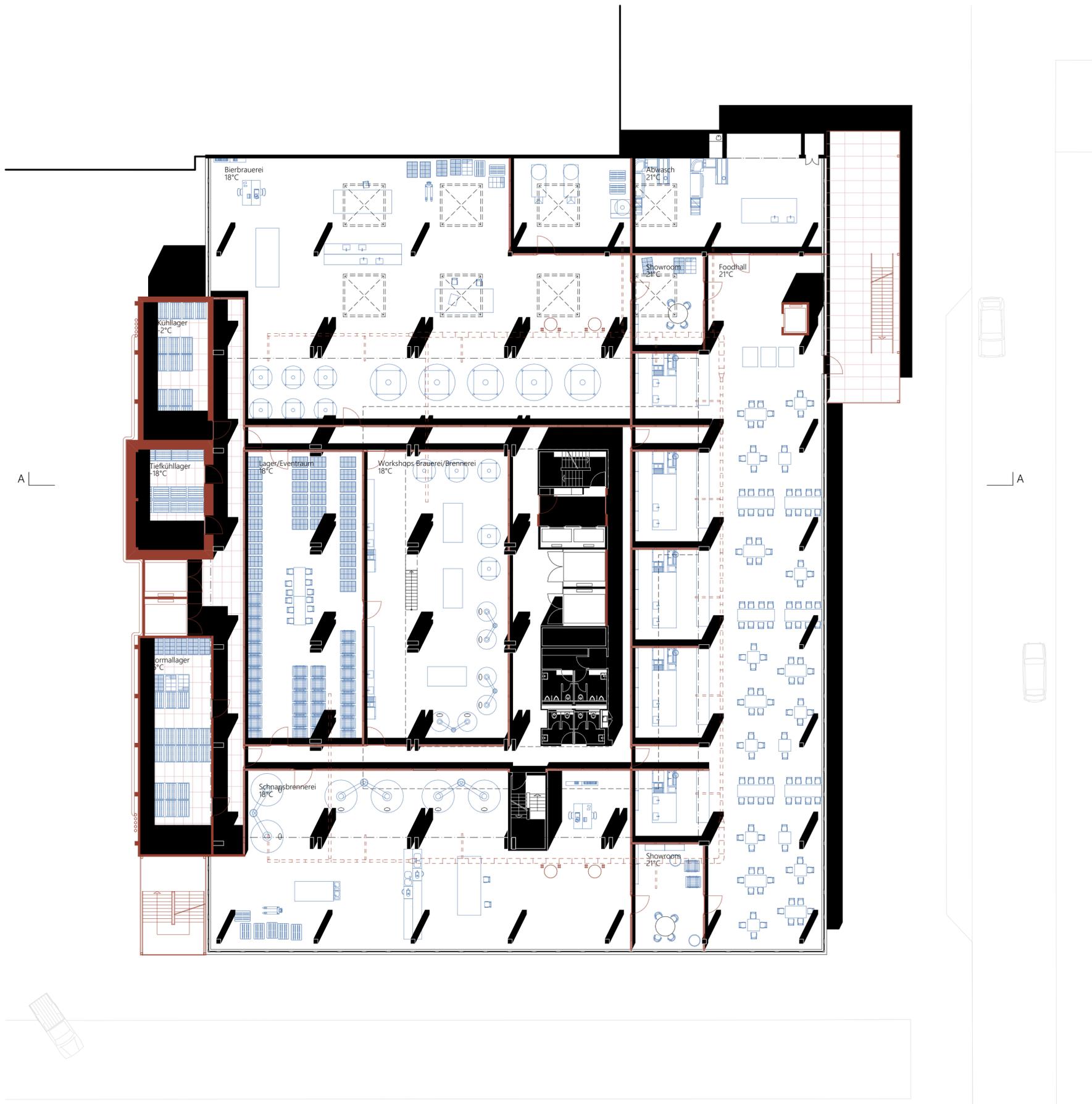
FASSADE SÜD-OST

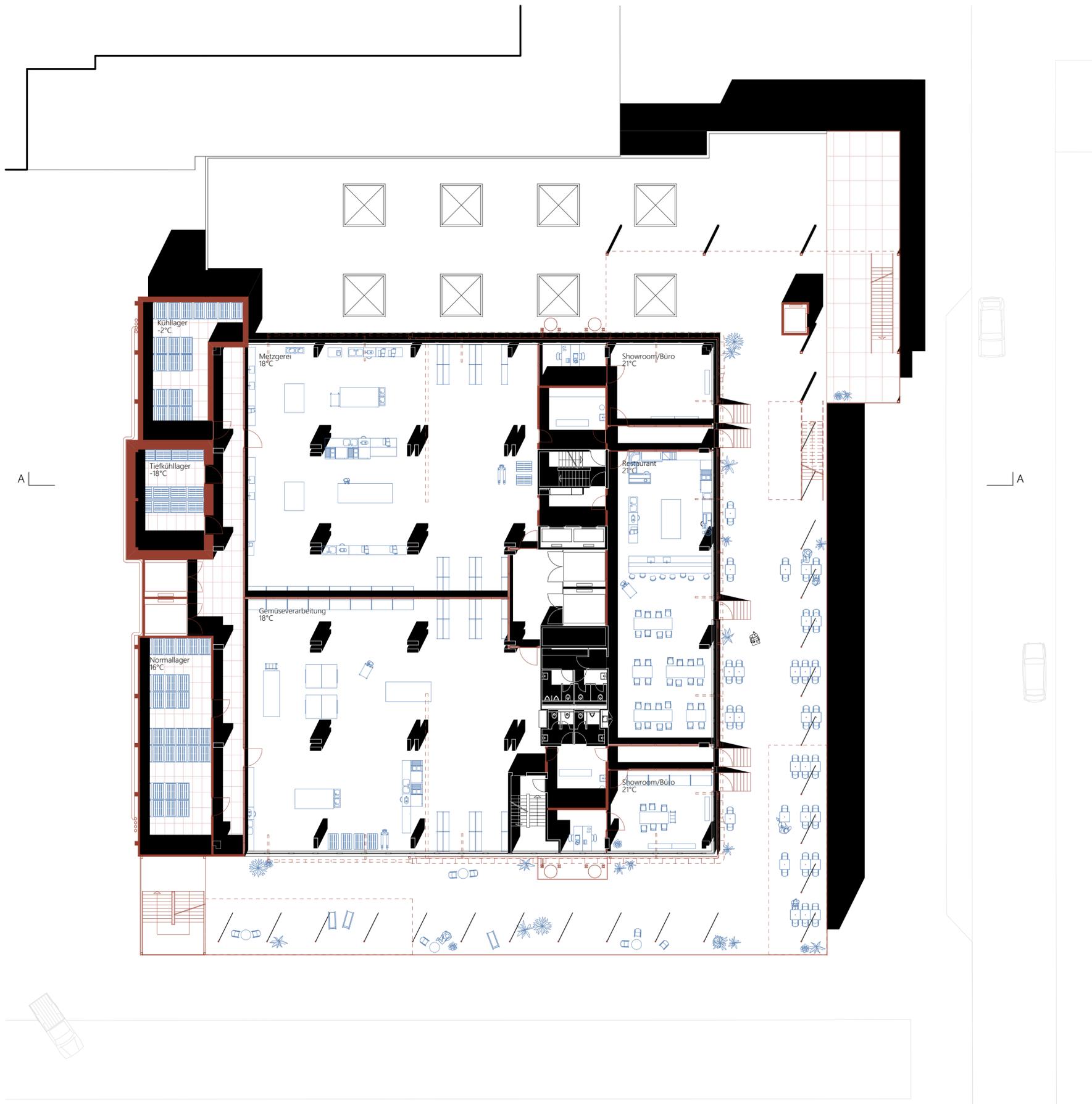


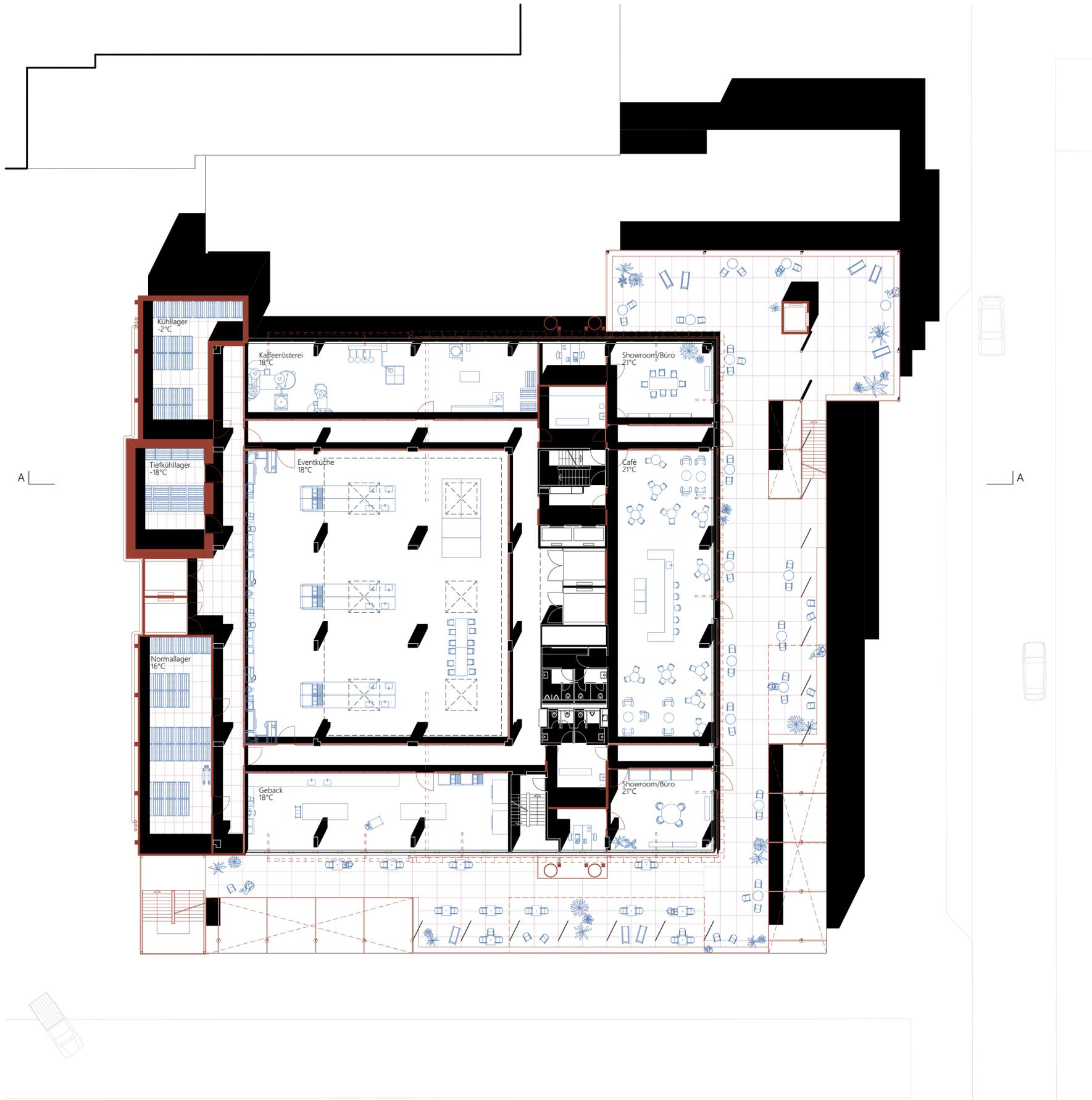
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

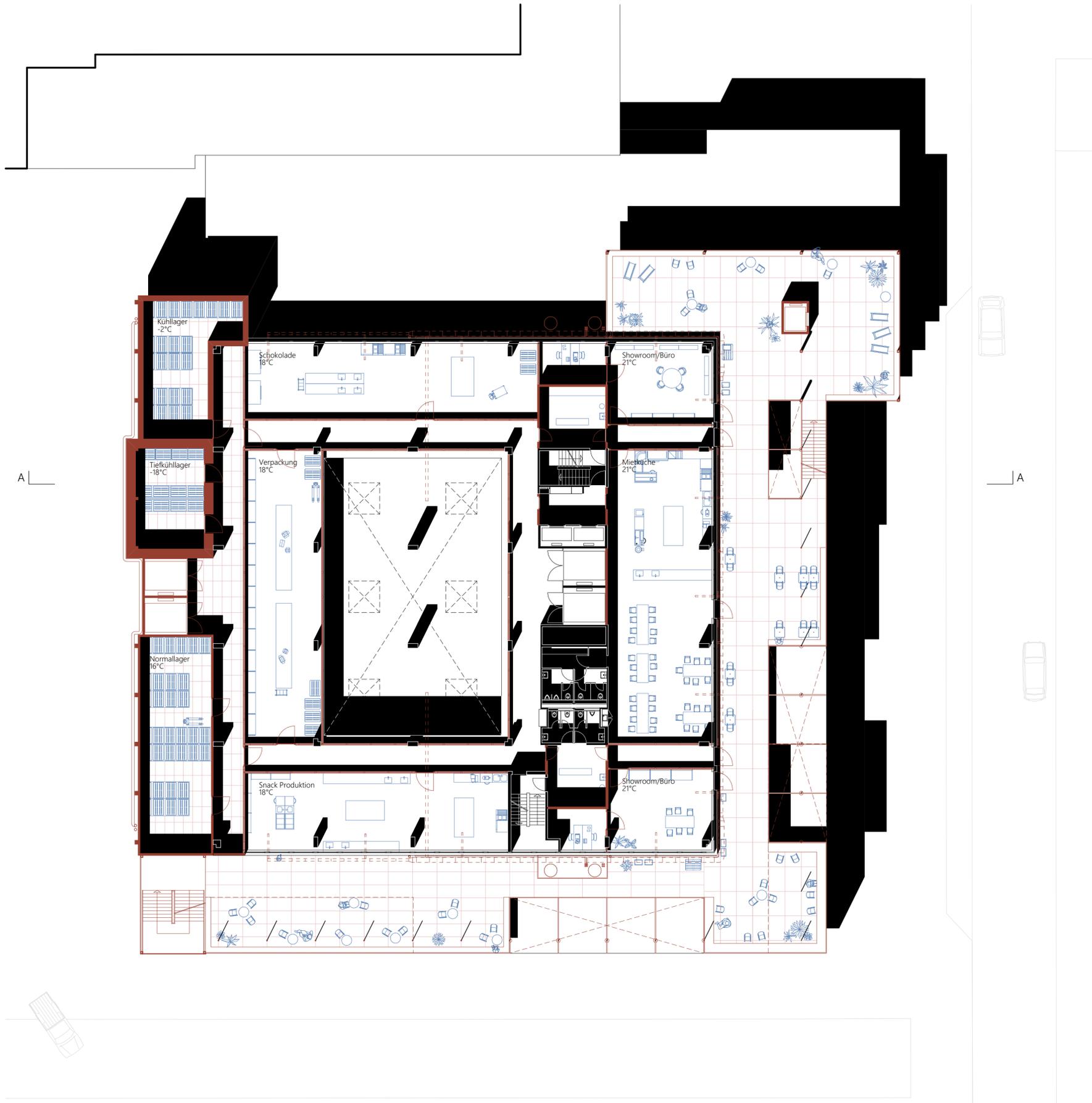
ERDGESCHOSS - Hygienestufe 0

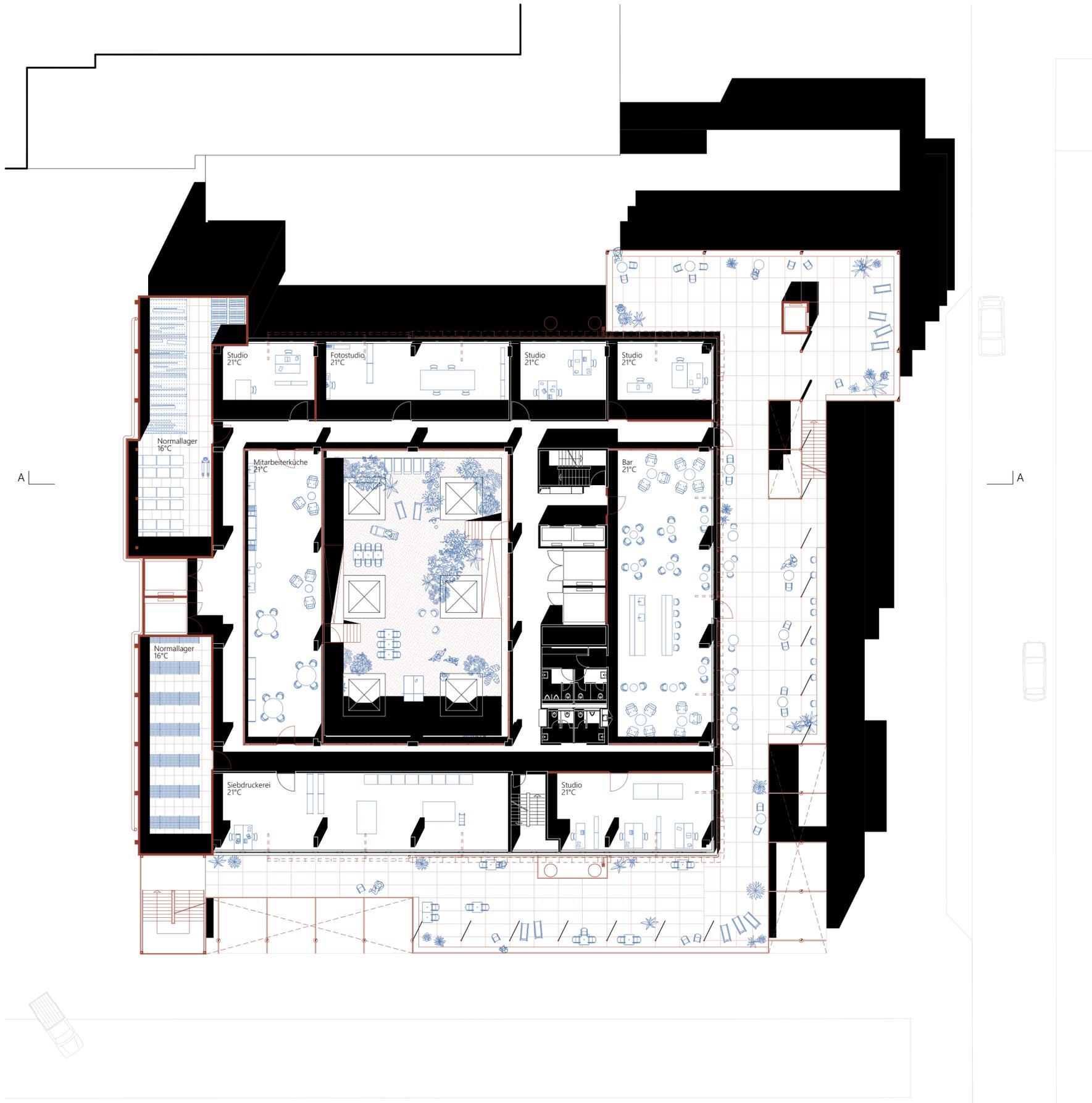


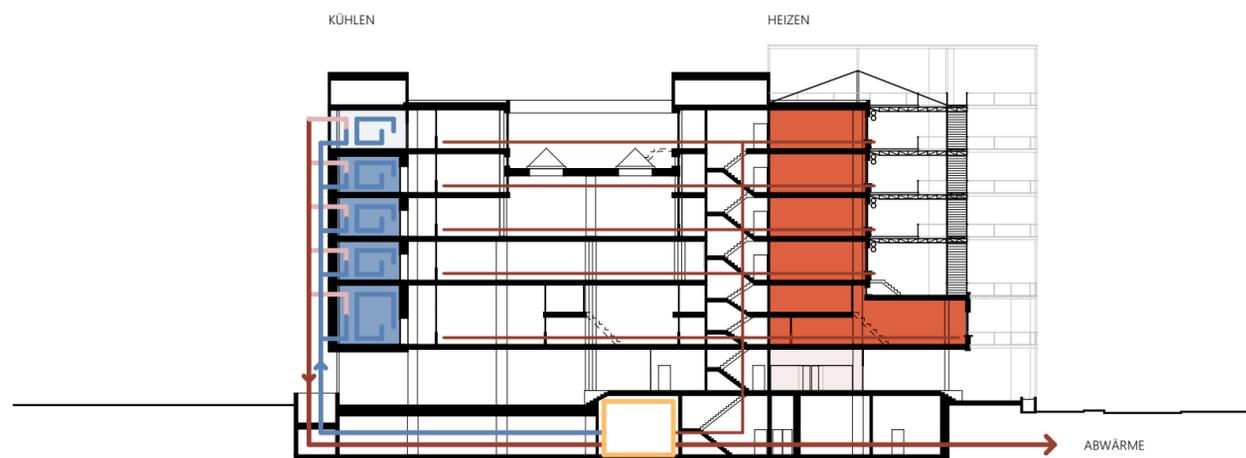
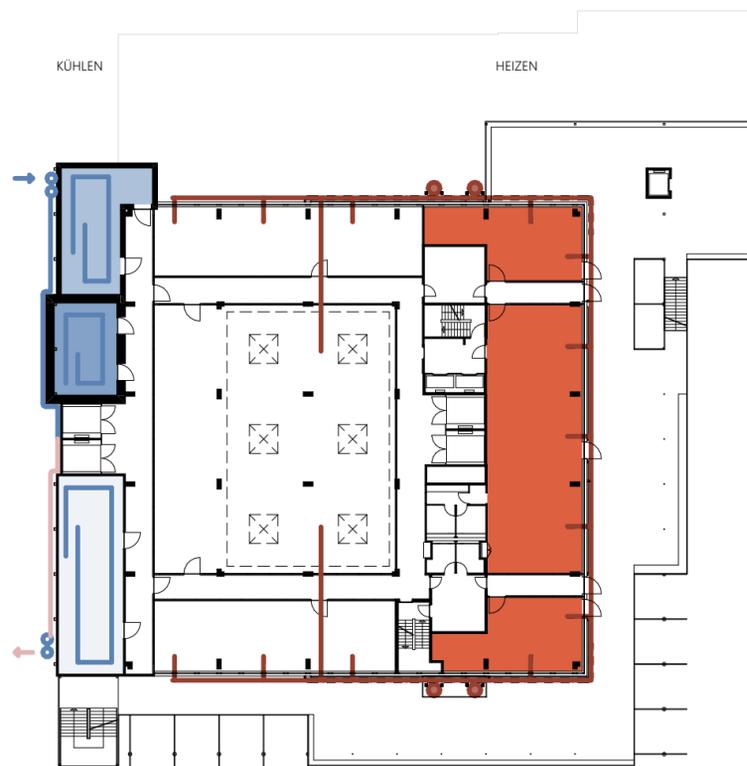




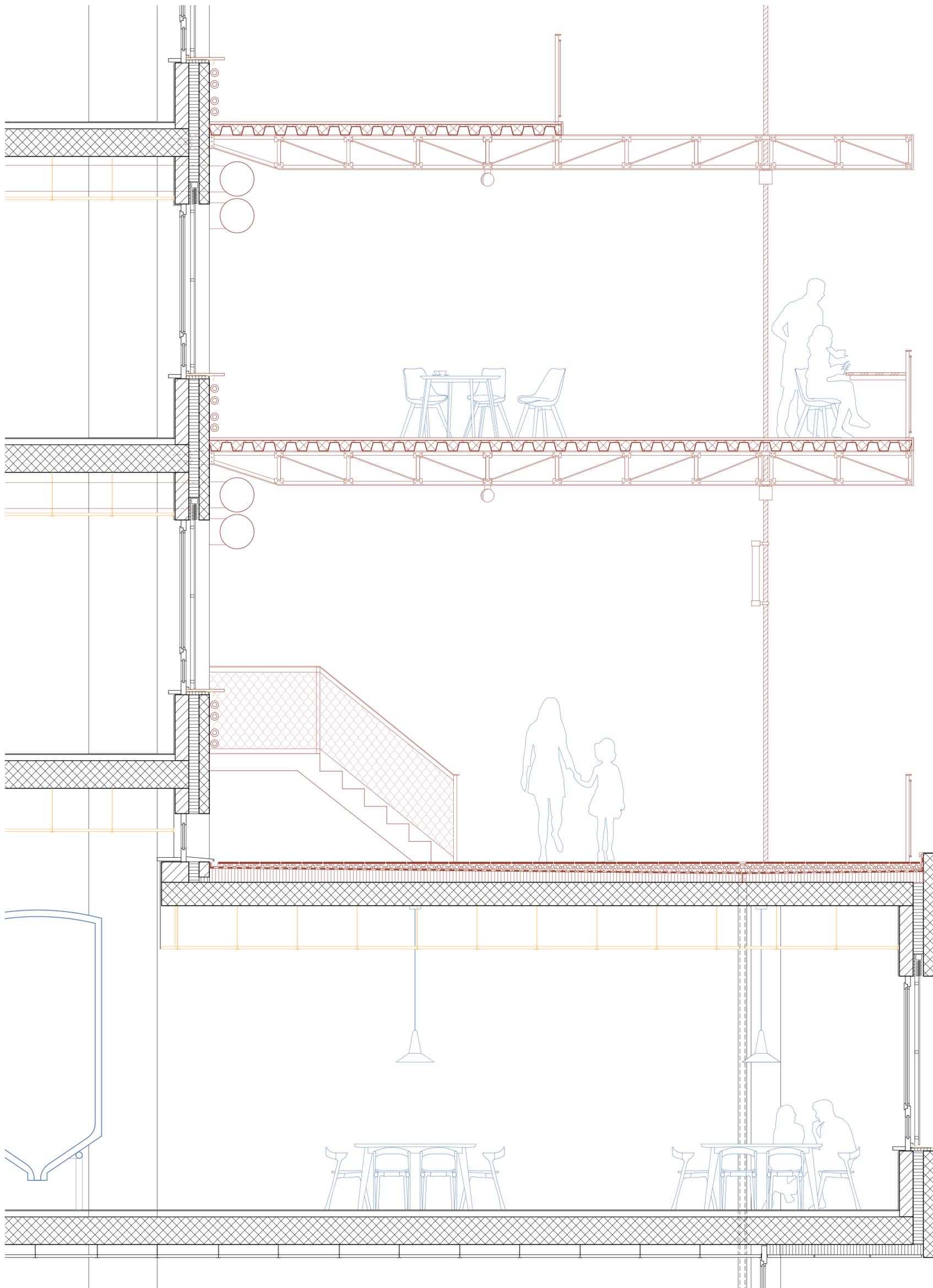








TEMPERATURVERTEILUNG



0 1.25

DETAILSCHNITT



Züri
CHIPS

Züri
CHIPS