

Die Architektur- (Sprache)- Künstler

Das Team rund um BWM zeichnet sich durch Kreativität aus, die es versteht Zeitloses mit Neuem spielerisch zu kombinieren. Die Formsprache ist schnörkellos und ohne unnötigen Ballast.

traditionsreichen Süßwarenhersteller, am Wiener Stephansplatz verantwortlich. Kulturprojekte bilden einen weiteren Arbeitsschwerpunkt des Wiener Teams. Museumsbauten (Umbau Volkskundemuseum Graz, Umbau Wien Museum), Galerieräume, Ausstellungsgestaltungen, Kinobauten (Cinema Paradiso in St. Pölten), Gestaltungen im Öffentlichen Raum (Platzgestaltung in Kirnberg a.d. Mank) und noch einiges mehr zählen zum Portfolio. Sanierungen, Umnutzungen und Neubauten (Bürobauten, Hotelgebäude,...) in sensiblen innerstädtischen Lagen bilden das dritte Gravitationsfeld der BWM – Aktivitäten.

„Unser Ziel war es, die unverwechselbare Corporate Identity von Manner auch in der Gestaltung der neuen Münchner Shops umzusetzen“, erklärt BWM-Architekt Erich Bernard.



Ob Unternehmensarchitektur, Museumsbau, Flagship Store, Ausstellungsgestaltung oder Neugestaltung und -interpretation von Institutionen, das fast 30-köpfige Team rund um Erich Bernard, Johann Moser und Daniela Walten vermittelt die Kultur auf das Wesentliche.

Das neu Geschaffene muss den Betrachter, den Besucher direkt erreichen. Es soll nichts kompliziert erklärt werden. Und doch, beim genaueren Hinschauen merken diejenigen, die nicht nur schauen, sondern auch begreifen, dass sich da jemand etwas bei der Neuentstehung gedacht haben muss. Zielpublikum, Inhalt, die Architektur muss alle „Schauer“ auch erreichen. Die „Sprache“ muss verstanden werden. So schließt sich der Kreis, den BWM bei ihren Projekten ziehen. Sie treffen anscheinend zielsicher den richtigen Tonfall aus jedem Blickwinkel betrachtet und das schafft dann die gewollte Kommunikation.

Das Team

Erich Bernard, Daniela Walten und Johann Moser arbeiten seit 1998 zusammen und gründeten 2004 das gemeinsame Büro BWM Architekten und Partner. Seit 2007 ist Dipl. Ing. Markus Kaplan Junior-Partner bei BWM. Das Team konzentrierte sich bis jetzt auf drei Themenfelder: Unternehmensarchitektur/Shopdesign, Architektur im Kulturbereich, Architektur im innerstädtischen Kontext („urban renewal“). Die umfassende Konzeption und Planung von Unternehmensarchitektur und die gestalterische Umsetzung von Corporate Identity ist ein explizites Spezialgebiet der BWM Architekten: So zeichnen BWM z. B. für die Gestaltung des ersten Flagshipstores von Manner, dem

Transformation des Margaretenbades

Das an diesem traditionellen Ort bestehende Gebäude stammt aus den 1990er Jahren und blieb in seiner Stahlbetonstruktur weitgehend erhalten. Ziel des Gestaltungskonzeptes war es, die prägnante Struktur des ehemaligen Bades als Reminiszenz auch nach dem Umbau ablesbar zu machen und nur durch selektive funktionale und gestalterische Eingriffe und Bearbeitung der Oberflächen das Objekt zu neuen Qualitäten überzuführen. Eingriffe, die zugleich so stark sind, dass sie dem Objekt und den Räumen einen prägenden Charakter verleihen und nicht vom heterogenen Erscheinungsbild der Fitnessgeräte und des Standardequipments übertönt werden können. Die völlige funktionale Transformation des Objektes, die Neuordnung der Abläufe und Raumnutzungen sollte dabei beinahe unbemerkt bleiben. Die Planer, die nun mit der Neugestaltung des Bades beauftragt wurden, stellten sich auf das Wohlbefinden des Nutzers ein. Angebot und Nutzung entfernen sich vom oberflächlich Schreienden. Versprechen eines Erlebnisses, das ohnehin nie eingetreten ist. Das Erlebnis ist auch kein kollektives mehr, sondern die Individualität wird heute stärker in den Vordergrund gestellt.

BWM besann sich auf Oberflächen und Materialien, substantielle Qualitäten wie Licht, Raum, Wohlbefinden. Die neuen Qualitäten liegen im Einsatz der Oberflächen nicht mehr im dekorativen Ansatz / der Inszenierung. Es kommt zu einer Wechselwirkung zwischen Form und Nutzbarkeit. Der Raum wird wieder stärker zum Hintergrund und bietet dadurch in der Folge auch mehr individuellen Nutzungsspielraum.

Der gesamte Raum wurde durch eine neue Oberfläche zu einer Einheit zusammengefasst. Der perlmuttartige helle Glanz lässt den riesigen Hauptraum sanft leuchten. Der Boden ist dunkel und sorgt so auch im hohen, hellen Raum für eine wohnliche Atmosphäre. Über die gesamte Fläche des ehemaligen Schwimmbeckens, am Fond des Raumes, breitet sich wie eine Flüssigkeit ein golddurchwobener Teppich. Ein dunklerer, warmer Glanzton überzieht den Bereich der Schwimmhalle mit

Das grosse Schwimmbecken bei John Harris:
Das einladende Nass als zentraler Ort der Begegnung.



In den historischen Räumen eines barocken Palais in der Wiener Innenstadt gestalteten BWM Architekten den neuen Flagship-Salon von Bundy Bundy nach internationalen Maßstäben.

dem großen Sportbecken und schafft so in Verbindung mit dem dunklen Boden eine intime Atmosphäre. Das aus dem Wasser heraus beleuchtete Schwimmbecken wird zum strahlenden Mittelpunkt des Raumes.

Sinn(hafte) Räume

Die helle und die dunkle Glanzfarbe werden so eingesetzt, dass sie die plastische Wirkung des ursprünglichen Raumes völlig verändern, Bereiche abflachen und andere Bereiche als Körper hervorheben. Durch das Spiel mit den Unterschieden und Kontrasten der Oberflächen entsteht ein Raum für die Sinne, ein emotionaler Raum.

John Harris Medical Spa

Mit dem neuen John Harris medical spa haben BWM Architekten ein exklusives Gesundheits-Kompetenzzentrum in der Wiener Innenstadt geschaffen, das sich mit allen Aspekten des Wohlbefindens auseinandersetzt. Das John Harris medical spa am Getreidemarkt im 1. Bezirk verbindet Genuss und Luxus mit medizinischer Kompetenz: Ein medizinisch-diagnostischer

John Harris-Sauna:
Holzboden und Fliesen als bestimmendes Element.



