



© Hertha Hurnaus

1/3

## MQ Point

Museumsplatz 1  
1070 Wien, Österreich

ARCHITEKTUR  
**BEHF Architects**

BAUHERRSCHAFT  
**MUQUA Errichtungs- und Betriebs  
GmbH**

ÖRTLICHE BAUAUFSICHT  
**ATELIER APOLLO ARCHITEKTUR**

FERTIGSTELLUNG  
**2014**

SAMMLUNG  
**Architekturzentrum Wien**

PUBLIKATIONSDATUM  
**07. November 2014**



Die Frage der Sichtbarkeit zieht sich wie ein roter Faden durch das MQ. Wie leitet man die Besucher bestmöglich ans Ziel? Der MQ Point liegt zwar prominent direkt beim Haupteingang, ist jedoch zur Straße hin kaum sichtbar. Die Denkmalschutzauflagen verlangen, dass der Eingang sich der historischen Substanz unterordnen muss. Die Architekten erkannten die Problematik und setzten auf eine starke und deutlich zugespitzte Gestaltungsidee für den relativ kleinen Raum (100 m<sup>2</sup> inkl. Nutzfläche): „1 Material 1 Farbe 1 Muster = 1 Shop“.

Die eine Farbe ist orange-rot. Der Farbeindruck ist im Vergleich zum leuchtend orangefarbenen Auftritt der MQ-CI weniger laut. Der helle Farbton des „digitalen Pinselstrichs“ erinnert an eine legendäre Farbe aus der Kindheit, „010 Fleischfarbe“, einen Buntstift der Marke Jolly. Auf den ersten Blick scheint das Muster gänzlich abstrakt zu sein. Beim zweiten Blick kann man darin jedoch die Design-Ikone des MQs, das „Enzi“ erkennen. Die Oberflächen sind – von wenigen Ausnahmen wie Wandboards und Steckdosenfassungen abgesehen – durchwegs matt. Trotz aller künstlerischer Überlagerungen bleibt der MQ Point eine produktive, funktionierende Verkaufsmaschine. Auf kleinem Raum wurde eine klare Orientierung für Kunden und Mitarbeiter geschaffen.

Wichtig für die Mitarbeiter ist der neu geschaffene Lagerraum hinter allen Fronten in Form von Laden und Schränken. Die Rotation der Designer-Ware im MQ Point ist hochfrequent, das ist Teil des Shopkonzepts. In kurzen Intervallen wird hier neue Ware präsentiert. Anders jedoch als in Geschäften, wo Kleidung auf Kleidung und Geschirr auf Geschirr folgt, gibt es hier kein durchgängiges Warenkonzept. D.h. auf Kleider können Kaffeekannen folgen, vielleicht aber auch Radios im Retrodesign. Damit die Mitarbeiter nicht die Nerven wegwerfen, kommt ein hochflexibles Regalsystem zum Einsatz. Vertikale und horizontale Wandschlüsse bilden die Basis dafür. Haken werden mit einem Handgriff montiert, Boards einfach hineingeschoben oder Kleiderstangen an Halterungen verankert.

Der MQ Point verfügt über zwei Eingänge. Einen vis à vis von der Pförtnerloge im Hauptdurchgang und einen in der „Electric Avenue“, jener Passage, die durch das



© Hertha Hurnaus



© Hertha Hurnaus



© Hertha Hurnaus

**MQ Point**

quartier 21 führt. Hier hat der Shop zusätzlich an Präsenz gewonnen, indem die Fenster mit einer fetten Rahmung, die in den Gang hineinragt, ausgestattet wurden. Selbstverständlich in der orange-roten CI ausgeführt.

Vor dem Umbau versprach eine Spiegelwand ein scheinbar endloses Shoppingvergnügen. Spiegelungen vervielfachten den Raum, verdoppelten zugleich den Rauminhalt. Der Gesamteindruck vor der Neugestaltung war grell. Mit der neuen Gestaltung erfährt der Raum eine Beruhigung, die dem heterogenen Warenmix, der hier ausgestellt wird, gut tut. Der Rest ist Geschmackssache. (Text: Martina Frühwirth)

**DATENBLATT**

Architektur: BEHF Architects (Armin Ebner, Stephan Ferenczy, Susi Hasenauer)  
 Mitarbeit Architektur: Mario Gabric (PL), Daniel Sanwald, Thomas Ehrenfried, Yasmin Özkaynak  
 Bauherrschaft: MUQUA Errichtungs- und Betriebs GmbH  
 örtliche Bauaufsicht: ATELIER APOLLO ARCHITEKTUR  
 Mitarbeit ÖBA: Erwin Perauer  
 Fotografie: Hertha Hurnaus

Funktion: Innengestaltung

Wettbewerb: 2013  
 Planung: 2013 - 2014  
 Fertigstellung: 2014

Nutzfläche: 100 m<sup>2</sup>



© Hertha Hurnaus



© Hertha Hurnaus

