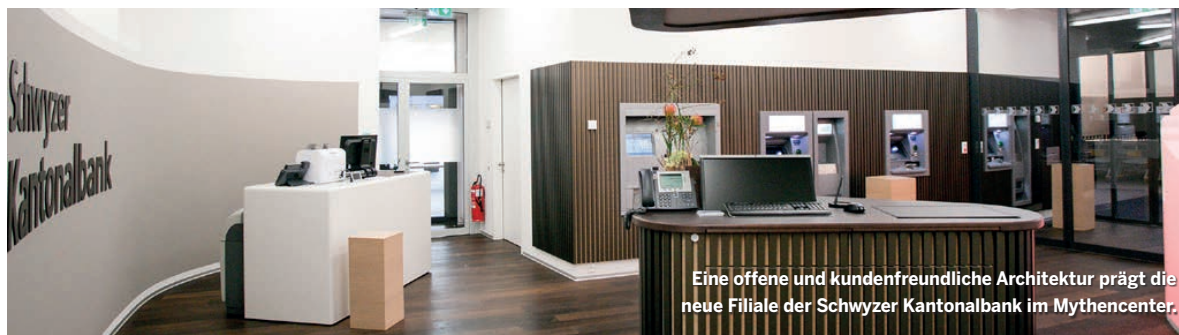


Modernes, offenes Beratungszentrum. Wohl auch als Zeichen zum 125-Jahr-Jubiläum der Schwyzer Kantonalbank setzt man auf modern und jugendlich. Ein schönes Beispiel dazu ist der gelungene Neubau und Umzug im Mythen Center in Ibach/Schwyz.



VON ANGELO ZOPPET-BETSCHART*

Mit einer Verkaufsfläche von 20 000 m², 56 Fachgeschäften und einem Jahresumsatz von über 200 Millionen Franken gehört das Mythen Center Schwyz zu den Top-20 der Schweizer Einkaufszentren. Mit 20 Millionen Franken erweiterte im vergangenen Jahr die Migros als Hauptmieter ihren Supermarkt und Restaurant. Dadurch erhielt der attraktive Eingangsbereich Ost an der Hauptstrasse ein neues, modernes Gesicht. Dies veranlasste die Schwyzer Kantonalbank ihre bisherige Filiale im Gebäudeinnern an den neuen Blickfang zu verlegen.

Die Schwyzer und ihre Bank. Zudem feiert die Schwyzer Kantonalbank dieses Jahr ihr 125-Jahr-JUBYLÄUM. Da war der Umzug mit Neubau im Mythen Center eine gute Gelegenheit, ihre tiefe Verbundenheit mit der Schwyzer Bevölkerung mit dem heutigen modernen Zeitgeist aufzuzeigen. Denn die Identifikation der Schwyzer Bevölkerung mit ihrer Bank ist traditionell überdurchschnittlich gross. Dazu Bankratspräsident Kuno Kennel: «Wir sind die Bank der Schwyzer für die Schwyzer.» Also wird das Jubiläum auch nach (Schwyzer Art) gefeiert: Mit Stil und Klasse – im schlichten Rahmen. Die starke und gesunde Geschäftspolitik macht die Schwyzer Kantonalbank zu einer der bestkapitalisierten Universalbanken.

Der Autor trifft Architekt Ivan Marty in seinem Büro, das in einem 400 Jahre alten Herrschaftshaus über zwei Stockwerke geschmackvoll nach der Maxime: «Historie trifft auf funktionale Moderne», eingerichtet ist. «Wir haben keine fertigen Konzepte in der Schublade. Bauen und Architektur entstehen bei uns stets im Dialog mit dem Bauherrn», sagt der Inhaber des nicht nur auf zeitgenössische Architektur fokussierten Architekturbüros mit seinen 15 Angestellten. Und so war es auch beim Auftrag des Neubaus der Kantonalbankfiliale Mythen Center, den das noch relative junge Büro als Direktauftrag erhielt. Baukörper und Grundriss waren vorge-

geben: 250 m² im Zugangsbereich für Bank- und Kundenzone, dazu 70 m² im Untergeschoss für Technik, IT-Sicherheit, Lager und Kundentresor. Konzept und Raumprogramm gab die Bank der Schwyzerinnen und Schwyzer wohl in groben Zügen vor, aber bei der Innenausbaugestaltung hatten der Architekt und sein Team sozusagen freie Hand. Man wollte weg von den bislang meist vorherrschenden protzig-repräsentativen, formal und materialistisch schweren Empfangs- und Kundenräumen. Leicht, luftig und durchaus auch farbenfroh – so soll sich eine offene und moderne Schwyzer Kundschaft angesprochen und wohl fühlen. Denn die erfolgreiche Schwyzer Kantonalbank will nahe an ihren Kunden sein, mit zeitgemässer Architektur und Innenraumgestaltung sozusagen auf Augenhöhe.

Neuartiges Beratungszentrum als Prototyp. Die neue Bankfiliale sollte enthalten: eine einladende Kundenzone mit Selbstbedienungsabteil und einer 24-Stunden-Zelle, mehrere Besprechungs- und Beratungszimmer sowie die bereits erwähnten Infrastrukturräume im Untergeschoss. Alles andere überliess man den kreativen und bereits bei mehreren Banken durch besondere und ungewöhnliche Innenraumkonzepte positiv aufgefallenen Architekten. Ivan Marty erläuterte seine Grundidee und Philosophie einer modern-zeitgerechten Bankagentur in einem Einkaufszentrum, die auf dem kompakten, fast quadratischen und gegen den Center-Ostzugang leicht konischen Grundriss gut machbar erschien, wie folgt: «Der wegweisende Neubau der Bankverlegung ist ein von aussen frei zugängliches modernes Beratungs- und Selbstbedienungscenter unter Einbezug vom zukünftigen Internetbanking. Entscheidend und zentral ist für mich eine saubere und optimale Kundenführung.» Schliesslich sollen damit insbesondere junge Kunden angesprochen, also ein grösseres Kundenpotenzial erreicht werden. Dazu Filialleiter Christian Steiner: «Das kompakte, neue Selbstbedienungs-

und Beratungscenter ist für uns sozusagen ein Prototyp, der inskünftig auch bei weiteren Neu- und Umbauten in Filialen des ganzen Kantons nach gleichem oder ähnlichem Konzept anwendbar ist.»

Schon bei der neuen, überdachten Zugangs- und Wartzone beim ostseitigen Hauptzugang ist die neue Bankfiliale ein Blickfang. Überlegungen zu einer guten Kundenführung bedingen, dass der Bankbesucher und Kunde bereits wenige Meter nach dem Betreten der offenen Kundenzone frei wählen kann: entweder Lounge mit Multimedia-Informationen oder rechts an der abgestuften LED-Lichtwand in Bogenform mit diskretem Lichtspiel vorbei, um dahinter kaum einsehbar und diskret die Bankgeschäfte zu tätigen. Elegant und diskret hat der Architekt auch die 24-Stunden-Klause, angesichts der vorgegebenen, keineswegs üppigen Platzverhältnisse, gelöst. Die bloss gut 6 m² Fläche umfassende 24h-Schleuse bleibt während den Öffnungszeiten quasi «unsichtbar». Sie bildet sich nur nachts, an Sonn- und Feiertagen mit Spezialschiebe- und versenkbaren Wandelementen an der Südostecke der Kundenzone aus.

Vor allem einheimisches Schaffen. Der kurze Rundgang vor Ort mit weiteren interessanten Erläuterungen bestätigt das rundum gelungene Innenraumkonzept. Mit den hellen Wän-

den und Trennelementen sowie in warmen, dezent braun-beigen Farben gehaltenen Bank-Logo-Schriftbändern macht die Kundenzone einen einladenden Eindruck. Zudem verleiht der dunkle Parkett-Bodenbelag aus Bödmeren-Urwaldholz des nahen Muotatals einen so etwas wie elegant-erhabenen Eindruck. Auch der schicke, abgerundete Empfangskorpus mit heruntergehängtem Baldachin wurde vom Architekten entworfen und gestaltet: braun eloxierte Alu-U-Profile auf Furnierplatten mit massiven Abdeckungen aus Eiche.

Sowohl der Schwyzer Kantonbank als auch dem Architekten waren besonders wichtig, dass fast sämtliche Firmen und Materialien aus der Region rekrutiert und eingesetzt werden konnten. Abschliessend verriet Ivan Marty mit einem leichten Schmunzeln noch den raffinierten Kunstgriff, wie man trotz den restriktiven Aussenwerbевеrbotsvorschriften der Mythencenter AG eine solche sehr wohl wirkungsvoll darstellen und zeigen kann: «Wir platzierten unsere beleuchtbare, in den rot-weissen Kantonsfarben gehaltene Aussenwerbung mit dem Banklogo einfach auf der etwa anderthalb Meter hinter der transparenten, ostseitigen Aussenwand.» Die Wirkung ist nicht nur verblüffend, sondern schlichtweg phänomenal.

* **Angelo Zoppet-Betschart**, dipl. Bauingenieur, arbeitet als freier Fachjournalist in Goldau SZ.