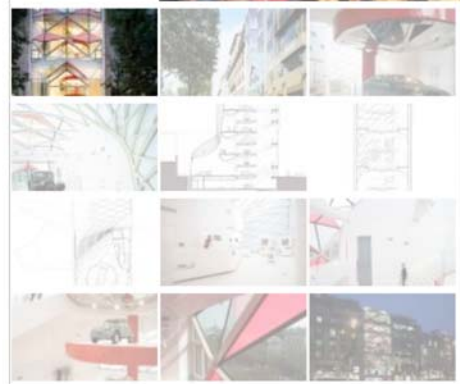


## Ein Diamant für die Champs-Élysées Manuelle Gautrand - C42 Showroom - Paris

Maike Burk veröffentlicht vor 1 Tag 5 Stunden [0 Kommentare](#)

Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.



### Die Architektur des C42 Showrooms in Paris präsentiert die Marke Citroën, ohne dafür einen Schriftzug zu benötigen.

Es gibt wohl keinen nennenswerteren Standort, um die französische Automarke Citroën zu präsentieren, als die weltberühmte Avenue des Champs-Élysées im Herzen von Paris. Der **C42 Showroom** wurde im Jahr 2007 nach fast 30 Jahren als erstes neues Gebäude auf der Champs-Élysées verwirklicht. Der Name C42 leitet sich aus der Marke Citroën sowie der Hausnummer "42" Champs-Élysées ab und steht zudem für die aktuellen Modellkürzel von Citroën.

Der Entwurf für den Showroom stammt von **Manuelle Gautrand Architecture**, einem der führenden Architekturbüros in Frankreich. Die komplexe Geometrie und der hohe Glasanteil der Fassade heben sich stark von den geschlossenen Fassaden im Georges-Eugène-Haussmann-Stil der Umgebung ab. Der Eingangsbereich der Fassade jedoch soll mit seiner großformatigen Glasfront an den Vorgängerbau aus den 1920er Jahren erinnern.

### Standort mit Tradition

Bereits 1926 erkannte André Citroën das Potenzial des zentral gelegenen Standorts an der Champs-Élysées. Er bezog hier die ersten Ausstellungsräume, um den legendären Citroën vom „Typ B 14“ zu präsentieren. Der Einzug in Hausnummer 42 erfolgte ein Jahr später. Das Autohaus mit einem gläsernen Eingang und den überdimensionierten Schaufenstern, die die Autos umrahmten, galt als **Wunderwerk von Stil und Eleganz**. Damals bezeichnete die Presse das Gebäude als „Schmuckkästchen“.

1932 ließ André Citroën einen Verkaufsraum mit 370 Quadratmetern Fläche und einer zu dieser Zeit **revolutionären Art-Deco-Vorhangfassade** verwirklichen. Bis

1984 wurden alle Modelle von Citroën in diesem Verkaufsraum ausgestellt. Dann aber verpachtete Citroën das Gebäude für zwanzig Jahre und der Showroom verwandelte sich in das **Schnellrestaurant Hippo-Citroën**. Viel mehr als der Firmenname blieb jedoch nicht, lediglich im Foyer waren zwei oder drei Neuwagen ausgestellt.

Im Jahr 2004 endete der Mietvertrag mit Hippotame und der attraktive Standort rückte wieder in den Fokus des Interesses. Citroën schrieb einen internationalen Wettbewerb zur Umgestaltung des Gebäudes aus. Die Architekten von **Manuelle Gautrand Architecture** konnten den Wettbewerb mit ihrem Entwurf für sich entscheiden. Die Wiedereröffnung des Ausstellungsraums erfolgte im Jahr 2008.

### Die fabelhafte Welt der Manuelle

Die französische Architektin **Manuelle Gautrand** sah in der Hauptaufgabe des Gebäudes, Autos zu präsentieren, auch das primäre Ziel der Gestaltung. Der Showroom sollte sich alleine durch seine Form ausdrücken. Anstelle einer konventionellen Ausstattung eines Gebäudes mit Dach und Fassade, handelt es sich bei dem **C42 Showroom** um ein Objekt, das wie bei einem Automobil durch eine fließende Form die Front, das Dach und das Heck in einer Kontinuität verbindet. Mit dieser Entwurfsansatz schaffte **Manuelle Gautrand** eine **starke Verbindung zwischen dem Gebäude und der Marke Citroën**. Die „kurvige“ Gebäudeform kam außerdem durch die Enge des Hinterhofes und den daraus resultierenden Bauvorschriften zustande, welche es dem Gebäude lediglich im Erdgeschoss erlaubten, den gesamten Raum einnehmen.

### Ganz im Zeichen der Marke Citroën

E-Mail Adresse

DER TECHNOLOGIESPRUNG

2D WAR GESTERN, BIM IST HEUTE.

Alles, was Sie über die neue Planungsmethode wissen sollten.

**OPEN BIM** 

GRAPHISOFT

Partner

**GRAPHISOFT**

 **Allplan**

 **ArchiPaper.com**

 **ARCHIPENDIUM**  
365 Tage Architektur

archimappublishers

**DETAIL.de**  
Das Architekturportal

architekturvideo.de  
**a**



Leider ist die Kommentarfunktion derzeit nicht verfügbar. Registrieren Sie sich auf [www.mapolis.com](http://www.mapolis.com), um diese Funktion nutzen zu können, sobald sie wieder verfügbar ist.

## Verwandte Inhalte



### Energieeffizienz in Vollendung

0 Kommentare



### Gelber Riese

0 Kommentare



### Erinnerungen in Klinker konservie...

0 Kommentare



### Im Kreis wohnen

0 Kommentare

Der Wunsch von Citroën, die Marke ohne Schriftzüge zu transportieren, beeinflusste die weitere Gestaltung der Fassade. Über dem Eingang befindet sich ein acht Meter breiter Doppelwinkel, das Markenzeichen von Citroën. Dieser wird durch zwei eng übereinanderliegende Glas-Pyramiden geformt. Der sogenannte „Double Chevron“ bildet den Auftakt der Fassade, welche sich von hier aus dynamisch über die Baulücke schwingt. Die Fassade wurde als selbsttragende Stahl-Glas-Fassade konstruiert. Die Montierung der 86 Tonnen schweren Konstruktion dauerte fünf Monate.

Die Wirkung der Chevrons in der Fassade wird durch einen roten Schimmer in den Scheiben – der Signalfarbe von Citroën – unterstützt. Um diesen Effekt zu erzielen, wurden vier farbige Folienlagen im Scheibenzwischenraum angebracht, die in Kombination diesen speziellen Farbton ergeben.

Auch die Farbgebung des Innenraums bezieht sich auf die Citroën-Farben: Im Erdgeschoss gelangt der Besucher in einen weiß glänzenden Ausstellungsraum, der von kräftig roten Plattformen dominiert wird, welche regelrecht durch Raum empor wachsen. Unterhalb der Drehteller mit den Fahrzeugen befinden sich geneigte Glasflächen, die zusammen jeweils ein Prisma ergeben. Beim Eintreten in den Showroom ergibt sich dem Besucher ein spektakuläres Bild von übereinander gereihten Autos und deren Spiegelung auf der Unterseite der nächsthöheren Ebene.

Über einen Panorama-Aufzug gelangen die Besucher in die oberste Etage, von wo aus sich ein atemberaubender Ausblick auf einige der bekanntesten Sehenswürdigkeiten von Paris wie den Eiffelturm und den Place de la Concorde ergibt.

tags: [C42 Showroom](#) [Manuelle Gautrand](#) [Paris](#) [Museum](#) [rss](#) [Autohäuser](#)

architect: Manuelle Gautrand

status: fertig gestellt: 2007

size: 12.900 m<sup>2</sup>

Gefällt mir

Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.