

Dekonstruktivistinnen uns als Erklärung ihrer solipsistischen Formenspiele vor kurzem weismachen wollten -, sondern Teil der Gesellschaft: begründet durch individuelle Absichten, Macht und Möglichkeiten, durch private Hoffnungen und gesellschaftlich akzeptierte Regeln.

Diese Bedingungen des Bauens durch strategisches Vorgehen aufzuspüren ist das Grundthema, das die Architekten von MVRDV in ihren Entwürfen verfolgen. Ihre „Datascape“ suchen die weithin unsichtbaren Rahmenbedingungen des Bauens, von gesellschaftlichen Verhaltensregeln bis hin zu den konkreten Baugesetzen, zur Erscheinung zu bringen. Aus der extremen Zuspitzung von Programmvorgaben (Lärm, Licht, Programm, etc.) ließen sich Algorithmen ableiten, die scheinbar automatisch zu Entwurfsergebnissen führen. „Artistic intuition is replaced by ‚research‘.“²⁷ Aus dem Kokettieren mit der technizistisch-wissenschaftsgläubigen Planungseuphorie der Moderne - ein Ansinnen, das angesichts des heute bloß noch vermessen wirkenden Anspruchs geradezu als Tabubruch erscheinen muss - resultiert eine neue Freiheit der Form, die als angepasster Neoliberalismus abzustempeln den Punkt verfehlt. Schließlich wissen die Mitglieder von MVRDV um die Künstlichkeit ihres Vorgehens. Künstlerische Qualität zeigt sich nicht in der isolierten Form, sondern im bewussten kreativen Umgang mit den Beschränkungen und Rahmenbedingungen: in der Art und Weise eben, wie man die Dinge sieht. Ergebnis dieser Strategien einer bewussten, nur scheinbar unkritischen Übersteigerung des Status quo seien schließlich Hypothesen, die unser Verhalten beobachteten, analysierten und kritisierten - und die somit die Rahmenbedingungen selbst zur Debatte stellten²⁸. Vergleichbar mit der von Zaera-Polo verfolgten Strategie der aktiven Plattform zielt auch diese scheinbar unkritische Steigerung des Status quo auf eine Beteiligung am alltäglichen Ereignis, am „event“. Architektur begreift sich als Maßnahme zur Differenzierung des Raumes, die die kulturelle Aneignung der Welt zu erweitern und verfeinern sucht.

Die Aufführung der Architektur

Vielleicht ist der Rückzug auf eine vermarktungsfähige Strategie in Zeiten architektonischen Starkults letztlich für den Architekten unumgänglich. Schließlich geht es bei vielen Aufträgen nicht um die im Einzelnen angemessene Lösung einer spezifischen Aufgabe, sondern schlicht um das wiedererkennbare Markenprodukt: Glücklicherweise die Stadt, die ihren Forster, Meier oder Gehry der architektonischen Fangemeinde vorweisen kann. Auch strategisches Entwerfen gerät schnell zur reinen Formenproduktion, zum Design trendiger Lifestyleprodukte. Der Glaube an die Möglichkeiten der Intervention impliziert ein unangemessenes Gewicht für den gestaltenden Architekten und dessen Vorgaben. Es bleibt - trotz dem geschärften Wissen um die Widerspenstigkeit und Eigenwilligkeit der Realität - die Illusion erhalten, das mit Willen und Macht versehene gestaltende Subjekt sei grundsätzlich Herr der Lage, ja es könne anderen (einem Betrachter, einem Nutzer) allein ob der physischen Permanenz des Gebauten seinen Willen aufzwingen. Strategie wird somit allzu leicht zu einem Mittel, die Form des Gebauten einmal mehr wie in der Moderne scheinhaft zu objektivieren und einen individuellen Gestaltungswillen zu maskieren. In ihrer einseitigen Fokussierung auf die Gestaltung reduziert sich Architekturtheorie auf die Legitimation individueller Formentscheidungen²⁹.

Wie aber wäre Architektur wirklich vom Alltag aus zu denken? Gegen die Schizophrenie einer inszenierten Alltäglichkeit

ist Architektur selber als Teil der Alltagspraxis zu begreifen. Architektur wird nur in ihrer Aufführung wirklich. Die alt bekannte Rede von der Architektur als Bühne des Lebens wäre somit versuchsweise umzukehren: wäre das Leben als realisierende Aufführung der Architektur ernst zu nehmen⁵⁰.

Ein erster Schritt hierzu wäre es, würden die Architekten ihre weitgehende Ohnmacht nicht nur in Bezug auf das Kräftefeld der Produktion von Gebäuden, sondern vor allem auch in Bezug auf deren Rezeption, sprich den Konsum von Architektur, eingestehen. Konsum ist nicht auf das nächstliegende, d. h. auf Nutzung oder Anschauung beschränkt: Konsumenten vielmehr sind alle, die mit einem Bau in Kontakt treten - in welcher Absicht auch immer. Konsum ist somit ein von den Intentionen des Architekten weitgehend unabhängiger, weil von einem selbständigen Subjekt beherrschter Vorgang. Folglich ist die bislang einseitig nach dem Sender-Empfänger-Modell konzipierte Kommunikation zwischen dem als kreativ vorgestellten Architekten und einem lediglich nachvollziehenden Betrachter bzw. Nutzer suspendiert⁵¹. Es geht im Alltag kaum darum, einen Bau als Werk entsprechend seiner inneren Logik zu rekonstruieren und zu „verstehen“. Soziale Relevanz und Bedeutung erhält die architektonische Form schließlich nicht a priori als Kodierung pädagogisch-moralischer Absichten, nicht als gebaute Mitmenschlichkeit oder gar als Entwurf einer besseren Welt, sondern als Angebot von Differenzierungen, als Angebot an Signifikanten, die benutzt und besetzt werden können, ja die zu einem großen Teil überhaupt erst in der Aneignung entstehen. Die Mitarbeit des Konsumenten erschöpft sich, anders als dies eine partizipatorische Architektur erstrebte, nicht im momentanen Tausch der unterschiedlichen Rollen von Produzent und Konsument, sondern resultiert aus der Tatsache, dass sich die Bedeutung von Architektur immer erst in ihrer jeweils spezifischen, immer wieder zu leistenden Aufführung vollendet. Wie Roland Barthes am Beispiel des Eiffelturms zeigte, ist dabei die Inhaltslosigkeit des Objekts, sprich seine Verfügbarkeit, gerade eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg seiner Rezeption. Bedeutung für den Alltag entsteht in der lebensweltlichen Aneignung: statt absichtsvoller „Worte in Stein“ ist ein jeder Bau formale Differenz und Besonderung, mit der im idealen Fall eine Lebensweise zu sprechen lernt. Wie aber muss man sich jenes scheinbare Paradox einer Aufführung von Architektur vorstellen? Hinweise bietet der Begriff der „Atmosphäre“, der, anders als der modische, auf die neusten Konsumwelten fixierte Diskurs glauben lassen möchte, ein höchst unsicheres Phänomen beschreibt: „Man weiß nicht so recht, soll man sie den Objekten oder Umgebungen, von denen sie ausgehen, zuschreiben oder den Subjekten, die sie erfahren“⁵², bemerkte etwa jüngst der Philosoph Gernot Böhme. Nicht nur ist der Einzelne durch seine Stimmung, seine Vorbildung und Assoziationen mitverantwortlich, vielmehr schlägt sich auch die Inbesitznahme der Architektur, die Anwesenheit von anderen Nutzern etwa und ihre Ausstrahlung, in der jeweiligen Atmosphäre nieder. Entworfenen, intentionalen Ganzheiten zerfallen in eine Folge partieller Sinneseindrücke und verschwimmen dennoch gleichzeitig in einem größeren lebensweltlichen Zusammenhang, in einem Wahrnehmungskontinuum aus Raum, Licht, Farbe, Geometrie, Detail und Material, wie es Steven Holl unter dem Stichwort „the merging of object and field“ beschreibt⁵³. Oder in den Worten Böhmes: Atmosphäre ist „die gemeinsame Wirklichkeit des Wahrnehmenden und des Wahrgenommenen. Sie ist die Wirklichkeit des Wahrgenommenen als Sphäre seiner Anwesenheit und die Wirklichkeit des Wahrnehmenden, insofern er, die Atmosphäre spürend, in bestimmter Weise leib-

lich anwesend ist.“³⁴

Die Inbesitznahme der Welt durch manipulierenden Konsum bleibt jedoch nicht auf den Aspekt sinnlicher Wahrnehmung allein beschränkt. Konsum vielmehr ist insgesamt als Taktik einer bewussten Differenzierung der Welt zu verstehen: ganz im Sinne Schmarsows als operative, Bedeutung konstituierende Grenzziehung. Anders jedoch als die Strategien der Architekten, die bei aller anfänglichen Offenheit letzten Endes doch immer die Etablierung eines neuen, die Zeit überdauernden Ortes erstreben, setzen, wie Michel de Certeau herausstellt, die Taktiken des Konsums auf „einen geschickten Gebrauch der Zeit“³⁵. Raum für Leben entsteht durch erinnernde Erzählungen und „kollektives Gedächtnis“³⁶, durch Gespür, Handlung und Spektakel. Raum entsteht durch gelungene Streiche, listige Spiele, vielfältige Simulationen, mit denen sich die Konsumenten die fremden Orte der Architektur aneignen und somit eigenen Raum für ihre Handlungen eröffnen. Aus den Taktiken des Konsums resultieren Signifikationspraktiken, die temporär Räume erfinden und damit für das Wohnen einrichten: Sei es, dass man einen Bau nun tatsächlich nutzt oder ihn lediglich als Orientierungspunkt, als Wegmarke in seinem Revier verwendet; sei es, dass man einen Bau als Materialisierung privater Erinnerungen erfährt oder ihn auch nur als atmosphärische Bereicherung für eigene Handlungen. Konsum ist keine lesende, informationsverarbeitende Praxis, und schon gar nicht bewunderndes Schauen bedeutungsvoller Gestalten, sondern Handlungszusammenhang in einer gebauten Umgebung.

Diese Stellung des Gebauten als Konsumgegenstand im Spannungsfeld zwischen der vorwiegend ökonomischen Realität des Bauens und den kurzfristigen Taktiken des Konsums anzuerkennen, fällt offensichtlich immer noch schwer. Die Befürchtung jedoch, mit der Akzeptanz des Konsumenten sei ein Bedeutungsverlust für die Architektur verbunden, ist abwegig. Nicht nur ist die Ablehnung der „populären“ Kultur durch die sogenannte „hohe“ in der Postmoderne längst als Hybris entlarvt, sondern vor allem kollidiert der überzogene Anspruch allzu oft mit der eigentlichen Leistung der Disziplin. Architektur als kultureller Prozess ist eine der grundlegendsten Formen, Natur in Kultur zu verwandeln. Architektur ereignet sich als differenzierende, „kultivierende“ Aneignung unserer alltäglichen Welt - gleich ob diese von einem professionellen Architekten oder einem listigen Konsumenten ausgeht. Hier nun erweist sich die wahre, tiefere Symmetrie zwischen Planern und Konsumenten: wie letztere als „Erfinder eigener Wege durch den Dschungel der funktionalistischen Rationalität“³⁷ neue Querverbindungen finden müssen, um eine bewohnbare, d.h. bedeutungsvolle Welt aufzubauen, so ist auch der strategisch vorgehende Architekt in seiner Abhängigkeit von den vorgegebenen Bedingungen seinerseits ein Konsument, der, wie die Arbeiten von MVRDV zeigen, die Freiheit der Wahl behält, indem er neue Akzente setzt und somit den scheinbar bereits vollgeschriebenen funktionalisierten Raum um neue kulturell besetzbare Differenzen erweitert.

Es wäre jedoch eine falsch verstandene, weil kurzschlussige Überführung einer (nichtsdestotrotz richtigen) Analyse in ein Handlungsprogramm, wenn man nun versuchen wollte, den Konsum selbst zum Gegenstand des Entwurfs zu machen. Auch der inszenierte Event wird konsumiert. Stattdessen ist die Frage nach Authentizität des Entwurfs erneut zu bedenken. Schwierig ist - anders als die anfänglich zitierten Statements von Ito und anderen Architekten glauben machen

wollten - nicht die Vielfalt der Produkte. Die Vorstellung von Beliebigkeit entsteht vielmehr als Reflex auf eine falsche Erwartung: Beliebigkeit entspringt dem Wunsch nach Eindeutigkeit, spiegelt somit allenfalls die Qualen der Gestaltung, negiert aber letztlich die Freiheit des Gebrauchs zu individueller Signifikation. Konsum hingegen lebt von der Verfügbarkeit der Produkte, von der Bandbreite möglicher Signifikanten und den Möglichkeiten zu neuen Kombinationen. Auch Architektur ist keine Welterklärung mehr, sondern kann allenfalls zur fortlaufenden Differenzierung des kulturellen Bedeutungsgeflechts beitragen, zu dem uns die Welt in der Postmoderne geworden ist. Dies jedoch ist kaum zuwenig verlangt.

Frank-Bertholt Raith ist Architekt und Stadtplaner und lehrt Grundlagen der Stadtplanung an der Universität Karlsruhe. Er beschäftigt sich mit dem Verhältnis von Architektur und Stadtplanung und den Zwischenbereichen, die sich heute aus ihrem Verhältnis ergeben.

Credits:

Belgo Zuid Restaurant, London (Completed March 1999) Architects: Foreign Office Architects Ltd, Structural Engineers: Adams Kara Taylor, Environmental engineers: John Brady associates; BELGO RESTAURANT, NEW YORK (Completed February 1998) Architects: Foreign Office Architects Ltd, Local Architect: Michael Zenreich Architects (NY), Structural Engineers: Rodney Gibble Structural Engineers (NY), Environmental Engineers: Helmut Fenster (NY); YOKOHAMA FERRY TERMINAL COMPETITION, YOKOHAMA, JAPAN (Competition February 1995, presently under construction) Architects: Foreign Office Architects Ltd, Local Architectural Consultant: GKK Architects (Japan), Structural Engineers: Structural Design Group (Japan), Mechanical & Electrical engineers: P.T. Morimura (Japan); PUSAN HIGH-SPEED RAILWAY COMPLEX, Pusan, Korea (1996) Architects: Foreign Office Architects Ltd, Co-Architects: Nam-Sam Architects & Engineers (Seoul), Structural Engineers: Dewhurst & Macfarlane (London), M&E Engineers: Flack & Kurtz (London), Traffic Consultants: Logan Associates (Hereford).



Anmerkungen:

- 1 Zitiert nach: Marianne Brausch, Marc Emery (Hg.), *Fragen zur Architektur*, Basel-Boston-Berlin 1995, S. 66
- 2 Auf den Punkt gebracht etwa bei A.E. Brinckmann, *Baukunst. Die künstlerischen Werte im Werk des Architekten*, Tübingen 1956, S. 19: „Jedes Bauwerk besteht aus Raum oder Räumen und aus plastischer Masse, die den Raum umgibt, ja ihn erst in Erscheinung treten lässt. [...] das beste Bauwerk wird immer das raumplastisch innigst ineinander verzahnte sein, wo Plastik und Raum sich gegenseitig unfehlbar bedingen.“ Ähnlich bei Bruno Zevi, *Architecture as Space. How to look at Architecture*, New York 1974/1957, S. 22: Architektur ist „like a hollowed-out sculpture which man enters and