



Analoge Corporate Identity

Wir befinden uns im digitalen Zeitalter. Dennoch erreichten in den vergangenen Monaten auffallend häufig «Büro-Zeitungen» die Redaktion. Woher kommt die neue Lust einiger Architekturbüros zur analogen Präsentation auf ungebleichtem Papier?

Text und Foto: Anne-Dorothee Herbot – 10.7.2017

Architektur als Handlungsraum

Im letzten Jahr feierte das Zürcher Büro Stücheli Architekten sein 70-jähriges Bestehen. Als abenteuerliche, von Matthias Gnehm bunt illustrierte Detektivgeschichte, liess das Studio seine langjährige Schaffenszeit Revue passieren. Zahlreiche Gebäude des Büros sind Schauplätze im packenden Comic. Sogar in nicht realisierten Projekten, wie etwa den Lake View Villas am Bürgenstock, wird über ein magisches Quecksilbergemälde gerätselt. Unterhaltsam ist indes nicht nur die unterschwellige Art, wie die Projekte des Büros präsentiert werden, sondern auch das Medium: Im Zeitungsformat und auf Recyclingpapier gedruckt, flatterte die Jubiläumsschönheit 2016 in die Briefkästen. Die Illustrationen brachten dem Gestaltungsteam 2017 den Iconic Award ein. Im Nachgang an die Bildergeschichte können die Projekte auf einer Karte lokalisiert werden. Weitere historische und politische Hintergrundinformationen zur Entstehung der Gebäude reichern den Comic mit Wissen an. Eine rundum kecke und unterhaltsame Weise, Geschichte und Portfolio eines Büros zu vermitteln.

Projekte auf ungebleichtem Papier

Auch Adam Caruso und Peter St John – in London und Zürich tätig – präsentieren 33 Wettbewerbsentwürfe und sechs Projekte in Form einer grossformatigen Zeitung. Die selben Entwürfe wurden vergangenen Monat in der Architektur Galerie Berlin anhand von Modellen ausgestellt. ksg aus Köln zogen nach und publizierten nicht realisierte Projekte typologisch katalogisiert auf gefaltetem Recyclingpapier. Die Zeit prätziger Hochglanzbilder und fotorealistischen Renderings scheint vorbei. Wenn peppige Websites nicht mehr ins Auge fallen und Newsletter ungelesen im Ether der Mailkontos verschwinden, soll die Darstellung der Projekte offensichtlich wieder dingfest und möglichst gross in Bild und Schrift sein. Sind wir der digitalen Medienwelt und ihrer Informationsflut generell müde? Oder bedient sich das Büromarketing lediglich des trendigen *shabby chics*?

Identität durch Misserfolge

Sieht man sich die Publikationen näher an, stellt man fest, dass es sich um mehr als die Vorstellung des Portfolios handelt. Die Architekten möchten vielmehr den Fokus auf persönliche Forschungen, Interessen und Studien lenken, die nicht in ihrem gebauten Œvre materialisiert wurden. Das ist reizvoll, denn Wettbewerbsentwürfe und Vorstudien zeigen mitunter Ideen auf prägnantere Art und Weise, als umgesetzte Projekte. Entsprechend zeigen sie viele Konzepte pur und kompromisslos. Das Wettbewerbswesen ist mitunter frustrierend, riskant und von zahlreichen Misserfolgen geprägt. Rund 1 000 Arbeitsstunden werden in jeden der Entwürfe gesteckt. Das Büro Caruso St John gibt beispielsweise jährlich zwischen fünf und zehn Entwürfe ein – meist ohne dabei als Sieger vom Platz zu gehen. Viele dieser Projekte verstauben in den Archiven: «They remain almost private, while at the same time representing the real dreams of the architect.» schreiben Adam Caruso und Peter St John. Das Blatt wird indes nicht nur zum Ventil für die Frustration über die unzähligen Misserfolge und vergeudetenen schlaflosen Nächte. Es rückt liebgewonne aber immaterielle Projekte ins Rampenlicht. Johannes Kister, Kopf der kgs Architekten, möchte durch die Darstellung unverwirklichter Projekte seine architektonische Haltung erläutern, da er sie eine «Bibliothek der architektonischen Erfahrungen» versteht. Weiter schreibt er: «Wenn Marcel Proust davon spricht, dass ein Künstler eigentlich immer der gleichen Melodie folgt, was sagen will, dass der gleiche Rhythmus die eigene Handschrift als Liedtext aus den Projekten herauslesbar ist, so sind die unvergessenen Projekte deshalb wichtig, weil sie einer unserer Stimmen am nächsten kommen. Genauer gesagt der einer eigenen Vorstellung von Schönheit nachkommen.» Es seien Denkweisen, die innere Türen öffnen und oft als Trittsteine für weitere Projekte fungieren würden und deshalb unvergessen bleiben.

Architektonisches Manifest

Die Schriftstücke wollen architektonische Manifeste sein, auch wenn sie in Form einer Gratiszeitung ins Haus flattern. Sie geben in klaren Botschaften Einblicke in ihre Herangehensweisen und architektonische Haltung. Stücheli Architekten tun dies unterhaltsam, leicht und locker. Unterschwellig fügen sie aber fundierte Hintergrundinformationen zu den Projekten bei, die Aufschluss auf den Wandel der Zeit und deren Einfluss auf die Gestaltung, Stil und ihre Architektur geben. Kister tritt eher forsch auf und stampft in seinem «städtebaulichen Argument» dem Leser in fetten Lettern entgegen. Er wendet sich in seinem Manifest gegen die «Stararchitektur», die sich lediglich der «Wiederholung von gestalterischen Prinzipien» beruhen würde und der Konsumgesellschaft hörig wäre. Er plädiert für eine dialektische Auseinandersetzung mit dem Ort. Aus diesem Entwurfsprinzip würden schliesslich «objekthafte Unikate» – «Gebäude, die Teil eines kontinuierlichen Transformationsprozesses sind» entstehen. Diese Aussagen erinnern stark an die Ideen der Analogen Architektur der 1980er- und 1990er-Jahre, die sich als Gegenbewegung zur Moderne und zum Minimalismus etablierte. Lässt sich also der Drang nach der *Hardcopy* auch auf die Architektur übertragen?

Die neuen Analogen?

Könnte man aktuell gar von einem Revival der Analogen Architektur sprechen? *archithese* hat in der Schweizer Architektur ein *Neues Feingefühl* für urbane und ländliche Kontexte und zur gebauten Substanz festgestellt und in der jüngsten Ausgabe der *schriftenreihe* versucht, diese Tendenz zu umschreiben und zu begründen. Wie damals wird der *genius loci* wieder zur Grundlage des Entwurfs. Formen und Materialien des Kontexts werden indes nicht imitiert, sondern weiterentwickelt und neu interpretiert. Ramun Capaul und Gordian Blumenthal, die im Graubünden tätig sind, werden beispielsweise ihre Inspirationsquelle in vernakulärer Architektur. Lokal verfügbares Material zu verbauen, ist ihr oberstes Credo. Sie erarbeiten zusammen mit den Handwerkern konstruktive Details und versuchen mit ihnen traditionelle Bauweisen weiterzuentwickeln. Gregory Grämiger hält in seinem Essay über die Architektur von Adam Caruso und Peter St John – welcher in *archithese 2.2017 Neues Feingefühl* erschienen ist – fest: «Viele Prämissen, die ihr Werk prägen, entwickelten sie bereits in jungen Jahren. So war Peter St Johns Vater ein passionierter Freizeithandwerker, der seinem Sohn das Interesse an Materialien und Formgebung mit auf den Weg gegeben hat. Adam Caruso zeigte bereits während des Studiums ein grosses Interesse an der Materialität von Architektur und zeichnete Detailpläne, die minutiös die Lage eines jeden Backsteins wiedergaben.» Schlägt sich eben diese Zuneigung zum Handwerk, dem Bauen im Bestand und dem Nachhaltigkeitsgedanken in Form einer analogen, authentisch wirkenden Präsentation von Werten und Arbeitsweisen nieder? Vielleicht sind die «Zeitungen» lediglich eine modische Erscheinung; vielleicht aber auch genau das richtige Medium, für diese Botschaft.