

Starchitects – Mediale oder architektonische Auszeichnung?

ABG Artikel → auf Seite 2

Auszeichnungen für Architekten, Architekturbüros, Bau- und Lebenswerke gibt es viele. Ausgelobt werden sie von Stiftungen, Bauwirtschaft, Kulturinstitutionen, Magazinen, Architektenverbänden, Ministerien. Auch Kooperationen sind möglich. So wird der „Deutsche Architektenpreis“ – einer der wichtigsten nationalen Architekturpreise – alle 2 Jahre vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung sowie der Bundesarchitektenkammer verliehen. Die Jury ist durchweg mit Fachleuten besetzt. Neben der Würdigung einer besonderen baukulturellen Qualität ist das Ziel speziell dieses Preises, eine breite Öffentlichkeit auf die Belange nachhaltigen Bauens und der Baukultur aufmerksam zu machen. Öffentlichkeit ist also wichtig, eine breite Öffentlichkeit erreicht man durch die Medien.

Auszeichnung (f.) *auszeichnendes Abzeichen, Kennzeichen, Orden, Titel*

Konfrontiert mit der Titelfrage lassen sich allerdings zunächst – mehr oder weniger klischeébehaftet – Verknüpfungen abseits der Architektur feststellen. Reflexartig starten die Gedanken zum Thema „Star“ medial infiltrierter als erwartet bei „Deutschland sucht den Superstar“, über „Die Bunte“ bis hin zum anachronistischen Bravo-Starschnitt. Stars, die kochen, quizzten, talken, rote Teppiche bevölkern, spenden, abstürzen, sich wieder aufrappeln, heiraten, sich trennen oder einen neuen Hund zulegen ... diese Liste ließe sich vermutlich endlos fortsetzen.

Doch was soll nun der Impetus des Starseins mit Architektur und seinen Schöpfern zu tun haben? Und was ist überhaupt ein Star?

Architekt [-çi-, griech.] *m*
Baufachmann, Baumeister

Beginnen wir mit der letzten Frage. Laut Duden ist ein Star eine Person, die auf einem bestimmten Gebiet Berühmtheit erlangt hat, vorzugsweise ein(e) gefeierter(r), berühmte(r) Künstler(in) aus den Bereichen Theater oder Film. Doch der Begriff Star scheint nicht auszureichen. Das Nachschlagewerk geizt nicht mit Steigerungsgraden: Topstar, Superstar, Weltstar sowie Differenzierungen wie Rockstar, Shootingstar, Fernsehstar. Nicht zu vergessen das Starlett – eine spöttische Formulierung für eine Dame, die sich wie ein Star fühlt und sich dementsprechend benimmt – heute besser als It-Girl bekannt. Der Grund, weshalb man überhaupt Annahmen darüber treffen könnte, wie ein Star sich benimmt oder gar fühlt, liegt in seiner medialen Präsenz. Interviews, Homestories, jede banale Randbemerkung, die ein Reporter auf dem roten Teppich erhascht, dient dem Zweck öffentliche Aufmerksamkeit zu erzeugen: „Bad news are good news“.

Diese Formen medialer Präsenz dominieren oft das, was den Betreffenden per definitionem als Star ausweist: Das Wissen um sein erfolgreiches Wirken auf einem bestimmten Gebiet tritt in den Hintergrund

seiner privaten Befindlichkeiten. Und zwar unabhängig davon, ob nun aktiv durch den „Star“ selbst gesteuert oder passiv im Fahrwasser medialer Instanzen. Insbesondere im Kontext der Popkultur unterliegt der Starstatus Variablen, die nicht nur aus der tatsächlich erbrachten Leistung, der großartigen Komposition, der grandios gespielten Rolle im letzten Film etc. resultieren. Um so mehr unterliegt er Zeitgeist, Moden, Geld, Voyeurismus oder schlicht Zufall.

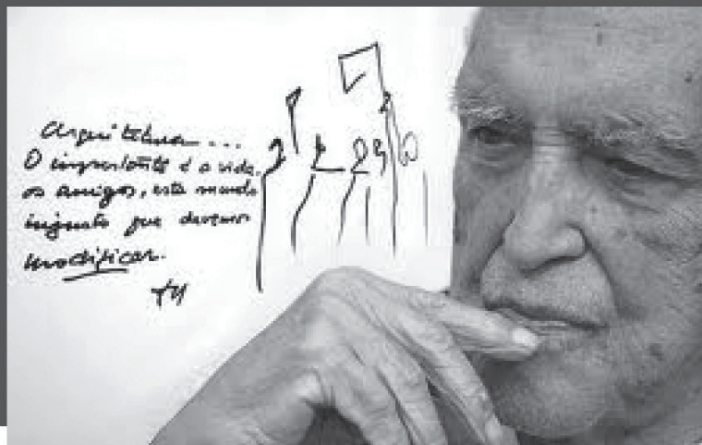
Star [sta:(r)] *od.* [ʃta:(r)] *m.; -s, -s*)
gefeierte Persönlichkeit (von Film, Bühne od. Sport); Film~; Fußball~; Opern~ [engl., »Stern«]

Andy Warhol prägte in den 1960er Jahren den Satz. „In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes.“ Diese These stammt ursprünglich von dem kanadischen Medienphilosophen Herbert Marshall McLuhan. Dieser bezog sich in erster Linie auf Medienformate des Fernsehens und Zuschauerkandidaten. Warhol ging es um die Flüchtigkeit von Ruhm, um Austauschbarkeit und die Fokussierung auf das nächste Objekt, sobald sich die Aufmerksamkeitsspanne des Betrachters erschöpft hatte. Seine Prognose hat sich bewahrheitet, spätestens mit Beginn des Internetzeitalters.

Das Netz bietet heute jedem die Möglichkeit, sich aus der Anonymität zu lösen und sich weltweit einem öffentlichen Forum zu präsentieren. Dazu ist nicht mal eine großartige Leistung vorzuweisen, manchmal reicht es aus, einen neuralgischen Punkt zu treffen, der Interesse weckt. Stichwort YouTube und ähnliche soziale Online – Plattformen. Der Grad der Berühmtheit – sei sie auch noch so zweifelhaft – misst sich an der entsprechenden Anzahl der Klicks. Manch einer wird nicht nur zum „Internetstar“, sondern schafft es sogar auf eine reale Bühne außerhalb des virtuellen Kosmos. Doch genauso schnell wie es jemanden in die mediale Sonne katapultiert, legt er nicht selten einen ikaruswürdiger Absturz mithilfe der gleichen Medieninstanzen hin.

Kombiniert mit allen erdenklichen Superlativen, liegt die Begriffsproblematik zudem nicht nur in der zunehmenden inflationären Verwendung des Starbegriffs. Einschlägige Castingshows setzen das Ziel einen Star zu produzieren; vermittelt wird das Starsein als Selbstzweck. Wenn man Star ist, ist alles gut, dann hat man es geschafft, was auch immer „es“ sein mag.

medial zur Mitte hin, in der Mitte



» Ich bin nicht der King Kong der Architektur,
ich ringe um jeden Entwurf.

Wie sieht es nun mit den Starfähigkeiten eines Architekten aus?

Auch hier fallen einem spontan große Namen der Architekturszene ein: Frank O. Gehry, Daniel Libeskind, Peter Zumthor, Tadao Ando, aber auch Vitruv, Palladio, Alberti, Eiffel ... Die Feuilletons scheuen sich nicht, den „Stararchitekten“ diesen Namen bereits in der Überschrift voranzusetzen. Selbiges geschieht allerdings ebenso mit Schriftstellern, Philosophen, Künstlern und Wissenschaftlern. Doch warum unbedingt der in der bereits durch die Pop- und Medienkultur nachhaltig verwässerte Starbegriff? Warum, wenn doch ausreichend differenziertere sprachliche Bezeichnungen zur Verfügung stehen? Was ist zum Beispiel aus den Baumeistern geworden?

Selbstredend lebt auch der Architekt nicht vom Entwurf allein. Auch er muss Werbung betreiben, sich wie jeder Unternehmer dem Wettbewerb stellen. Bekanntheit und Renommee fördern unzweifelhaft die Auftragslage. Für Auftraggeber erleichtert sich unter Umständen die Finanzierung, wenn ein bekanntes Büro engagiert wird. Kennzeichnend für den letzten Aspekt ist der „Bilbao-Effekt“. Dieser Begriff entstand, als der amerikanische Architekt und Designer Frank O. Gehry 1997 das Guggenheim Museum in

der nordspanischen Stadt Bilbao baute. Der Bau als prestigeträchtiges Kulturobjekt und Touristenmagnet wurde zum wirtschaftlichen Motor einer vormals industriell geprägten Region. „Die Kultur zum Vektor dieser geplanten Entwicklung zu machen, wurde anfänglich skeptisch beäugt. Heute können wir zweifelsohne bestätigen, dass zwischen dem Ausmaß kultureller Aktivitäten und dem Potenzial wirtschaftlicher Entwicklung in Bilbao eine enge und ausdrückliche Beziehung besteht.“, so der Generaldirektor des Museums Juan Ignacio Vidarte (s. auch AFA – Artikel „Der Bilbao – Effekt – Wie Bauwerke Orte verändern, S. 18)

Wettbewerb, sich an die Spitze setzen zu wollen, dürfte im Menschen evolutionär angelegt sein. Und Öffentlichkeit ist wichtig, wenn nicht unabdingbar, um Ziele zu erreichen, Ideen zu vermitteln, Lebenswirklichkeiten zu verbessern. Das Mittel zu diesem Zweck liefern die technischen Möglichkeiten unserer Medienkultur. Doch dazu bedarf es keiner Starattitüden und der Superlative. Vielleicht hilft es ab und an sich auf die Etymologie eines Begriffes zu beziehen, das lateinische Wort „medium“ bedeutet nichts anderes als Mitte, Mittelpunkt – abgeleitet vom altgriechischen „μέσος“, das Mittlere – sowie Öffentlichkeit, Gemeinwohl, öffentlicher Weg.

Architektur zielt in die Mitte der Lebenswelten von Menschen, jeder Mensch wohnt irgendwie, bewegt sich im öffentlichen Raum. Hier zählt die erbrachte Bauleistung, nicht die mediale Attitüde.

Die Verwendung des Begriffes Stararchitekt stellt vielleicht eine Auszeichnung im global vernetzten Medienzirkus dar – und nur in diesem Kosmos wäre sie als solche zu verorten. Eine architektonische Auszeichnung ist sie nur in einer reinen Form, die sich auf die tatsächlich erbrachte architektonische Leistung bezieht, unabhängig von medialer Kolportage.

Oder um mit einem Zitat von Frank O. Gehry zu schließen: „Es ist nicht so, dass ich der Welt unbedingt mitteilen muss, dass ich ‚der Beste‘ bin oder wie ‚großartig‘ ich arbeite. Ich bin nicht der King Kong der Architektur, ich ringe um jeden Entwurf.“

» Es ist nicht so, dass ich der Welt unbedingt mitteilen muss,
dass ich ‚der Beste‘ bin oder wie ‚großartig‘ ich arbeite.

Das wasserdichte **ABG**-Kellerdicht-System

Mit dem ABG®-Kellerdicht-System bietet die Firma ABG Abdichtungen Boden und Gewässerschutz eine absolut flüssigkeitsdichte, nachhaltige Kellerabdichtung an. Das System stellt mit seiner Kombination aus ABG®-Dichtungsbahn und ABG®-Atmungsfixbahn eine atmungsaktive Wannenlösung nach DIN 18195, Teil 6, dar und bietet besten Schutz gegen von außen drückendes Wasser, egal ob durch aufstauendes Sickerwasser oder hohe Grundwasserstände bis hin zum Lastfall Drückendes Wasser. Das System ist schnell installiert, da nur Sohle und Wände abgedichtet werden müssen. Die Abdichtungsbahn ist gegen Alterungsprozesse, UV-Einstrahlung und gegen aggressive Wässer ebenso resistent, wie gegen starke mechanische Einflüsse. Zusätzlichen Maßnahmen wie z. B. Drainage oder Bodentausch sind nicht erforderlich.



„Bauherren wurden von Architekten vor die Wahl zwischen Weißer und herkömmlicher Schwarzer Wanne mit Drainage gestellt“, erklärt ABG-Geschäftsführer Kolja Winkler „Beide Systeme sind für einen modernen Wohnungsbau völlig ungeeignet.“ Aufgrund der 100%igen Dichtigkeit und der Hinterlüftung beim ABG®-Kellerdicht-System lassen sich alle top-modernen Baumaterialien für den Hausbau wie z. B. Porenbeton, Poroton und sogar Holz auch für den Kellerbau verwenden. www.abg.eu