

Wollt ihr die totale Architektur?

Ein Beitrag zur aktuellen Populismuskussion

Der Begriff des Populismus stammt aus dem Bereich der Politik. Populist ist, wer die Ängste und Sehnsüchte des Volkes für seine Interessen zu instrumentalisieren versteht. In differenzierten Gesellschaften, in denen es „das Volk“ längst nicht mehr gibt, wendet er sich in der Regel an dessen benachteiligte Schichten. Der Populist verstärkt deren Krisen- und Bedrohungsgefühle, vermittelt ihnen aber im selben Moment Zusammenhalt und Hoffnung. Er spricht dabei nicht die Vernunft, sondern das Gefühl an und vereinfacht komplexe Probleme so lange, bis sich einfache Lösungen geradezu aufdrängen.

Dass der Begriff im Deutschen deutlich negativ konnotiert und beinahe synonym mit dem Begriff der Demagogie, also der „Volksverhetzung“, verwendet wird, ist historisch bedingt. In den meisten anderen Sprachräumen gilt Populismus also eine zwar zweifelhafte – weil überaus vereinfachende – politische Taktik, die aber nicht zwangsläufig moralisch verwerfliche Ziele verfolgen muss. Legitimiert wird die Vereinfachung damit, dass der Populist sich eben nicht an die Vernunft der Eliten, sondern an die politischen Instinkte der ungebildeten Volksmassen wenden müsse¹.

Der aktuellen Architekturdiskurs tendiert zunehmend zu einer neutralen, von moralischen Wertungen freien Interpretation des Begriffs. Befasste sich das Heft 162 von Arch+ im Jahr 2002 noch mit den „Versuchungen des Populismus“, empfiehlt das aktuelle, vom IGMA in Stuttgart inhaltlich gestaltete Heft 171 der krisengeschüttelten Architekturbranche, sich endlich vom Bann des Baumeistertums zu lösen und die „Option Pop“ zu ergreifen. Diese Option bestehe vor allem in einer Entlastung der Architektur von ihrer vermeintlichen Verantwortung für das Schicksal der Welt. Architekten müssten endlich akzeptieren, dass gut ist, was gefällt. Der Moment dafür sei günstig, wäre doch gerade jetzt Architektur so populär wie noch nie. Bauten von Rem Koolhaas, Herzog & de Meuron und anderen Weltstars fänden gleichermaßen Beifall in der Szene wie beim Publikum. Diesen Erfolg verdanke die Architektur nicht zuletzt der Rückbesinnung auf die Oberfläche, die sich schon in Sempers Bekleidungstheorie vom Raum emanzipiert und im Jugendstil und seinen Ornamenten eine bis heute vorbildliche emotionale Wirkung entfaltet hätte. Nur noch ein kleiner Schritt, so wird hier angedeutet, und die Architektur könne endlich – ähnlich der Popmusik – Teil der Massenkultur werden und damit aus der engen Nische des Baumeistertums in einen fast unbeschränkten Markt expandieren.

Neu ist dieser Ruf nach mehr Rücksicht auf das Empfinden der breiten Masse bekanntlich nicht. Schon Alexander Tzonis und Liane Lefaivre haben 1975 mit ihrem Aufsatz „In the Name of the People: The Populist Movement in Architecture“² kein Manifest für die Zukunft geschrieben, sondern die Geschichte einer schon damals so gut wie gescheiterten Bewegung nachgezeichnet. Tzonis und Lefaivre sehen die Ursprünge der populistischen Bewegung nicht in der ästhetischen Verarbeitung der Populärkultur, wie sie Peter und Alison Smithson in den 1950er oder Robert Venturi und Denise Scott-Brown in den 1960er Jahren unternommen hatten. Maßgeblich sind für sie vielmehr die Versuche der 1960er und frühen 1970er Jahre, Architektur für das Volk jenseits elitärer Ästhetik und ohne bevormundende Staatsmacht zu realisieren, partizipativ oder ganz ohne professionelle Architekten. Seit dem Ende des 2.

¹ so etwa in bezug auf die populistischen Regime Südamerikas, siehe Alexandre Dorna, *Wer ist Populist?*, Le Monde Diplomatique, 14.11.2003

² auf Deutsch erschienen in der Bauwelt, Jänner 1975

Weltkriegs hätte die Architektur an den „wahren Bedürfnissen der Menschen“ vorbei geplant, abgesichert in ihrer privilegierten Position als verlängerter Arm des Wohlfahrtsstaates und im Geiste einer bürgerlichen Ästhetik. An die Stelle pseudo-wissenschaftlicher oder genialisch-künstlerischer Strategien setzte dieser Populismus das Recht der Nutzer, ihre Welt selbst zu gestalten.

Der Flirt der Architektur mit der Straße dauerte jedoch nur kurz. Die architektonische Postmoderne brachte – über den Umweg der Illusion, in der Architekturgeschichte klassen- und kulturübergreifende ästhetische Konstanten finden zu können – schließlich die Rückkehr zum Elitären. „Dass der Populismus einen befreienden Effekt hatte,“ schreiben Tzonis und Lefaivre am Ende ihres Aufsatzes, „steht außer Frage. Es gelang ihm in vielen Fällen, die Absichten eines willkürlichen, autoritären und verschwenderischen Regimes im Umgang mit Bauten und Menschen zu durchkreuzen. Zugleich verdüsterte er aber die Aussichten unserer Gesellschaft auf architektonische Strategien zur Hebung des Gemeinwohls und bot zum Ersatz nichts anderes als Wahlfreiheit in einem Design-Supermarkt und eine zunehmend fragmentierte und privatisierte Welt.“ Die populistische Bewegung der 1970er Jahre war Opfer ihrer eigenen Vereinfachungen geworden. Waren es tatsächlich nur die ästhetischen Geheimcodes der professionellen Architekten, die der Übereinstimmung zwischen den Bedürfnissen der Nutzer und den Artefakten im Wege standen? Waren diese Bedürfnisse nicht vielmehr selbst gestaltbar, Ausdruck gesellschaftlicher Dynamik und Symbole von Macht und Differenz? Ein Populismus, der sein Ziel allein darin sah, den „wahren Bedürfnissen der Menschen“ zum Durchbruch zu verhelfen, war so abstrakt, dass er paradoxerweise nie populär werden konnte.

Diese Naivität kann man der aktuellen populistischen Bewegung auf den ersten Blick nicht vorwerfen. Die „Option Pop“ bezieht sich nicht auf die „wahren Bedürfnisse“ der breiten Masse der Nutzer, sondern auf das Problem der breiten Masse der Architekten, im Design-Supermarkt nicht mehr gelistet zu werden. In den Regalen fänden sich an Stelle der Markenartikel des Baumeistertums immer mehr die Eigenmarken der Investoren. Die „Option Pop“ besteht in der Empfehlung, sich auf die Gestaltung der Etiketten und auf das Marketing zu konzentrieren. Ohne den Auftrag, die Welt zu retten, kommt aber auch der Pop-Architekt nicht aus. Ganz ohne Ironie stellt Gerd de Bruyn in Arch+ 171 fest: „Der Architekt der Zukunft muss sich in dem Grad von einem hoch spezialisierten Wissen entlasten, in dem er einem Designbegriff zuarbeitet, der die Verbesserung der Welt nicht allein im Sinne einer technischen Optimierung, sondern einer allumfassenden Humanisierung im Schilde führt. Es ist dieser Anspruch, der ein Bauwerk nützlich und zugleich populär werden lässt.“³ Da ist sie wieder: die allumfassende Humanisierung der Welt durch Architektur als Gegenentwurf zur technischen Optimierung durch die bösen Kräfte des Establishments. Dass damit auch wieder der Architekt als Übermensch gepredigt wird, fällt zumindest Stephan Tüby ein paar Seiten weiter auf: „Werden Sie eine Art Baumeister hoch zehn. Fühlen Sie sich für jeden Lebensaspekt zuständig, schließen Sie die Wertschöpfungskette und konstruieren Sie einen lückenlosen Verweisungszusammenhang, in dem Mode auf Schmuck, Schmuck auf Parfüms, Parfüms auf religiöse Heilsversprechen, religiöse Heilsversprechen auf Sprechweisen, Sprechweisen auf Zeitschriften, Zeitschriften auf Gebäude verweisen.“⁴ Zwar bestehe auch für diese Figur des Überbaumeisters nur die Hoffnung auf ein heroisches Scheitern (immerhin: ein heroisches). Aber die andere Alternative, heute „sinnvoll Architekt zu sein“, liege in der Langeweile der Spezialisierung, von der man „bestenfalls ganz gut leben könne,

³ Besser von den Menschen denken, als sie sind? Gerd de Bruyn im Gespräch mit Friedrich H. Dassler, arch+ 171, Juni 2004, S 48

⁴ Stephan Tüby, Absolute Architekturbeginner, arch+ 171, Juni 2004, S 71

mehr aber nicht“. Einen dritten Weg zwischen Spezialist und Großmeister der totalen Architektur sieht Tüby nicht, es sei denn, man wolle „als kritischer Regionalist sterben“⁵.

Diesem versteckten Hinweis lohnt es sich freilich nachzugehen. Der kritische Regionalismus hat bekanntlich einen distanzierten Zugang zum Populären gesucht, der die Grenze zwischen Hoch- und Populärkultur zwar aufweicht und durchlässig macht, sie aber nicht völlig außer Kraft setzt. Tzonis und Lefaivre, die den Begriff Anfang der 1980er Jahre geprägt haben⁶, bezogen sich dabei auf die kritische Theorie der Frankfurter Schule. Während Regionalismus üblicherweise versucht, sich durch Anrufung der Tradition ein richtiges Leben ins falsche zu zaubern, geht es beim kritischen Regionalismus nicht um traditionelle, regional verankerte Formen, sondern um die Bereitschaft, sich auf eine lokale Situation einzulassen und aus ihr heraus zu arbeiten⁷. Die Ursprünge dieser Haltung reichen in die 1950er Jahre und laufen parallel zu einer Akzeptanz des Trivialen und Populären, wie sie etwa von der Londoner Independent Group und dem Team X propagiert wurden. „Traditionell sind die Fine Arts von der Vitalität der Popular Arts abhängig“, beginnen Alison und Peter Smithsons 1956 ihren Artikel „But Today We Collect Ads“, in dem sie die Kraft der Werbebildsprache als Maßstab für eine zeitgenössische Entwurfshaltung darstellen⁸. So wie später bei Venturi und Scott-Brown bleibt die Populärkultur für die Smithsons Anregung und Herausforderung, ohne dass damit Hoch- und Populärarchitektur ineinander fallen. Der kritische Apparat der professionellen Architekturpraxis nutzt das populäre Material nicht, ohne es vorher bearbeiten. Er rationalisiert seine gewachsenen Strukturen, stellt neue Beziehungen her, ergänzt und transformiert es. Die Ironie, mit der Venturi und Scott-Brown populäre Codes einsetzen, ist nicht mit deren Verachtung gleichzusetzen. Sie verändert allerdings die Ebene der Rezeption: Ironie vermittelt sich nie rein emotional, sondern setzt immer den Einsatz der Vernunft voraus. Die berühmte vergoldete Fernsehantenne, mit der Venturi und Scott-Brown ihr Guild House aus dem Jahr 1963 krönen, wird als Ironie erst verständlich, wenn man sie als Kommentar zu einem Leben im Altenheim interpretiert, in dem das Fernsehen zum sozialen Mittelpunkt geworden ist. Ihre Adressaten hat diese ironische Anspielung jedenfalls erreicht, auch wenn Bewohner und Betreiber sie den Architekten als Zynismus auslegten und das nutzlose Symbol schon bald entfernen ließen.

Man hat der architektonischen Postmoderne diese Ironie oft als elitäre Haltung vorgeworfen, etwa wenn Moshe Safdie davon spricht, es handle sich bei ihr um nichts anderes als um „private jokes in public places“⁹. Dieser Vorwurf mag im Einzelfall zutreffen, prinzipiell ist er jedoch ungerecht. Denn die ironische Brechung erlaubt es dem Nutzer zumindest theoretisch, hinter der nur scheinbar vertrauten Oberfläche weitere Bedeutungen aufzuspüren. Als die Ironie schließlich aus der Postmoderne verschwand, blieb von ihr nicht mehr übrig als eine neokonservative populistische Strömung, wie sie heute etwa den New Urbanism in den USA kennzeichnet¹⁰. Mit dem politischen Populismus teilt der architektonische das Problem, dass

⁵ ibid. S 70

⁶ Alexander Tzonis und Liane Lefaivre, Liane: *Die Frage des Regionalismus*. In: Andritsky, M. et al.: *Für eine andere Architektur*, Frankfurt a. M., 1981; Kenneth Framptons hat den Begriff - mit etwas anderer Ausrichtung - 1985 in seinem Buch *Modern Architecture: A Critical History*, bekannt gemacht.

⁷ siehe Alexander Tzonis, *Introducing an Architecture of the Present. Critical Regionalism and the Design of Identity*, in: Liane Lefaivre, Alexander Tzonis, *Critical Regionalism. Architecture and Identity in a Globalized World*, Prestel 2003

⁸ Alison & Peter Smithson, „But Today We Collect Ads“, in: *Modern Dreams: The Rise and Fall and Rise of Pop*, MIT Press, Cambridge/Massachusetts 1988, S 52 ff.

⁹ Moshe Safdie, *Private Jokes in Public Places*, *Inland Architect*, 9/1981; S 20 - 27

¹⁰ New Urbanism ist ein Paradebeispiel für architektonischen Populismus: das Bedrohungsbild ist simpel (der Sprawl, der vor 9/11 in den USA in einer Umfrage an zweiter Stelle nationaler Bedrohungen gereiht wurde); die Lösung ist einfach (Rückkehr zum traditionellen Bild der Stadt); entscheidend für den Erfolg ist die emotionale Botschaft (Heimat und Sicherheit in traditionellem Ambiente).

er seine Kunden für dümmer verkauft, als sie sind. Denn trotz aller einfacher Slogans und oberflächlicher Bilder haben Politik und Architektur mit Vernunft genauso viel zu tun wie mit Emotionen. Das gilt nicht nur für die Seite der politischen wie der architektonischen Umsetzung, der ohne Rationalität ja nichts Praktisches gelingen würde. (Und selbst radikale Populisten greifen in ihrem ureigensten Geschäft gerne auf die Hilfe von „Experten“ zurück: Was für den populistischen Politiker der Spin-Doctor, ist für den Developer der Star-Architekt). Auch die Kunden wollen auf Dauer nicht allein auf der emotionalen Ebene angesprochen werden. Politik wie Architektur sind Medien, in denen gesellschaftliche Interessen formuliert und die entstehenden Konflikte ausgetragen werden. Wenn zwischen den populistischen Kürzeln kein Platz mehr für diese Aufgabe bleibt, verlieren die Kunden schließlich ihr Interesse.

Dass sich das Publikum heute für die Architektur von Herzog & de Meuron oder Rem Koolhaas interessiert, liegt nicht, wie die Proponenten der „Option Pop“ behaupten, an schillernden Oberflächen und visuellem Kick. Die neue Allianz-Arena von Herzog und de Meuron in München ist keine von Architekten hübsch verpackte Ingenieurleistung, genauso wenig wie sich die Niederländische Botschaft in Berlin von Rem Koolhaas auf eine schöne Hülle reduzieren lässt. Ihre Popularität verdanken diese Bauten nicht zuletzt der Fähigkeit der Architekten, die jeweiligen Aufgaben jenseits etablierter Standards neu zu interpretieren, funktionell, formal und technologisch. Der konzeptionelle Aufwand und die technologische Kompetenz, die eine solche Leistung voraussetzt, mag für die Masse der Architekten eine Zumutung sein. Die Masse des Publikums scheint aber heute imstande, solche Qualitäten zu erkennen und auch zu fordern.

So betrachtet, erweist sich die „Option Pop“ als Autosuggestion einer in Bedrängnis geratenen Branche, die auf ihrem Egotrip selbst in die Falle des Populismus getappt ist. Sie verstärkt die Krisen- und Bedrohungsgefühle unter den benachteiligten Schichten der „Kreativwirtschaft“, vermittelt aber zugleich Zusammenhalt und Hoffnung: In die Populärkultur diffundierend darf der Überbaumeister seine Apotheose erfahren und am Ende doch noch eine totale, alle Lebensbereiche erlösende Wirkung entfalten. Da sterbe ich lieber als kritischer Regionalist.

Christian Kühn, Dezember 2004