



# ZWISCHEN MARKETING UND BAUKULTUR

Aktuelle Architekturentwicklungen in Tirol

Matthias Boeck

Welche Themen dominieren im Baubetrieb eines industrialisierten Berglandes, das im Schnittpunkt mehrerer transkontinentaler Verkehrswege liegt und über eine der weltweit höchstentwickelten Tourismusbranchen verfügt? Naturgemäß denkt man da in erster Linie an Infrastrukturbauten und die Hotellerie – doch mit dem Bau der bloßen Hardware ist es heutzutage längst nicht mehr getan.

#### Mediendramaturgie statt Architekturplanung?

Tirol ist eines der spannendsten Freiluftlaboratorien aktueller Architekturentwicklungen – auch weil sich hier die aktuelle Hochtechnologie mit neuesten Ideen der Unterhaltungsindustrie schon immer auf innovative Weise verbunden hat. Die erste entwickelte sich aus Lage und Morphologie des Berglandes, die stets höchst anspruchsvolle Erschließungstechniken dieser teilweise unwirtlichen Lebensräume erforderten. Und letztere ergab sich aus der Kombination der großen Naturressourcen mit der günstigen Lage in der Mitte Europas, die schon früh für eine touristische Erschließung der

Alpen sorgte. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts hat sich jedoch eine dramatische Änderung des traditionellen Architekturbegriffs ergeben. Architekten müssen heute einen großen Verlust ihres Einflusses auf die Gestaltung der Umwelt hinnehmen. Waren es bis vor kurzem noch traditionelle Hoteliers und Politiker, die exakte Vorstellungen über das Bauwerk hatten, das sie bei den Architekten bestellten, so hat sich diese patriarchalische Situation heute grundlegend verändert. Im 20. Jahrhundert verfügte der Bauherr über das Knowhow für den Betrieb seiner Investition und auch über das nötige Kapital. Der Architekt hingegen wusste, wie das gegebene Programm technisch umgesetzt werden konnte und beriet den Bauherren bei der Optimierung dieses Programms – gleichsam als Vermittler zwischen bloßen Renditeinteressen und den berechtigten Bedürfnissen des Restes der Gesellschaft.

Heute ist alles anders: Hoteliers, Bergbahnbetreiber, Industrielle, Kulturmanager und Politiker stehen einer komplexeren Welt mit höheren und differenzierteren Ansprüchen gegenüber als die Gründerväter des 20. Jahrhunderts. Das bloße Erwerben eines benötigten Produkts durch den Kunden, das ausschließliche Bewegen der Gäste von hier nach da, das unabgelenkte Essen, Trinken oder Sportbetreiben ohne konsumunterstützendes Entertainment gibt es heute nicht mehr. Beschied sich die Kundschaft früher mit dem „technisch Möglichen“, so verlangt sie heute sehr viel mehr. Oft sogar mehr, als Technik und Natur zu geben imstande sind – wodurch sich mitunter auch Katastrophen einstellen.

#### Eine neue Realität?

Die Ursache dafür liegt in der Natur des Menschen selbst. Denn seine Erlebnis-Sehnsüchte existieren unabhängig von technischen Möglichkeiten – und sie fanden bislang vor allem in der virtuellen Welt der Medien ihr Ventil. Im Fernsehen konnte man die ersehnte Welt von subtil ausbalancierter Abenteuerlust und bürgerlicher Idylle ungestört unter Studiobedingungen inszenieren und im Wohnzimmer gefahrlos konsumieren. Die TV-Realität und erst recht das Internet entwickelten sich seither zu mächtigen Drogen, die immer neue Forderungen

generierten: Nun verlangen wir nach einer Realität, die nach dem Vorbild der perfekten Medienwelt gestaltet ist. Was man am Bildschirm sieht, das soll auch in Wirklichkeit geboten werden – und zwar ohne jede Rücksicht auf traditionelle Techniken und Gesellschaftsstrukturen. Triebbefriedigung – und die Unterhaltungsindustrie bietet nichts anderes – kennt eben weder Grenzen noch Tabus. Und die Macht des Konsumenten ist angesichts seiner Kaufkraft fast unbegrenzt. So beginnt sich Stück für Stück unsere gewohnte, stets unvollkommene, gebaute und gewachsene Welt in eine künstlich inszenierte, von allen Widersprüchen befreite zu verwandeln. Müheless wollen wir durch gepflegte Natur- und Innenlandschaften gleiten, spielerisch lernen, nach Wunsch unterhalten werden – und all das ohne jede Gefahr für Leib und Leben. Die Unterhaltungs- und die Inszenierungsindustrie sind deshalb heute zu den eigentlichen Umweltgestaltern geworden – ein Problem, mit dem sich Philosophen und Ethiker bislang kaum beschäftigt haben. Wie denn auch – nicht einmal jene Branche, die am meisten von dieser Entwicklung betroffen ist, die Architekten, die bisher das Gesicht unserer Umwelt geformt haben, konnte diese ohne viel Vorwarnung hereingebrochene Situation beschreiben und bewerten. So nehmen zunehmend Berater ihre Stelle an der Seite des Bauherrn ein und Architekten werden zu bloßen Ausführenden degradiert. Was die Kunden wollen, das weiß heute nicht einmal mehr der Bauherr – aber Kommunikationswissenschaftler und Mediendramaturgen wissen es. Die bislang handelnden Einzelpersonen – der unternehmerische Hotelier, der visionäre Architekt – werden zunehmend von anonymen Organisationen ersetzt. Der einflussreiche Wiener Mediendramaturg *Christian Mikunda* beschreibt es so: *Architektur ist keine Kunst, sondern ein Medium*. Kein Wunder, denn die Nachfrage ist derart komplex und aufwendig geworden (siehe oben), dass sie von Einzelkämpfern kaum mehr bewältigt werden kann.

#### Hochgebirge im Vorzimmer

Ein schönes Beispiel für diese Entwicklung sind die aktuellen Bauprojekte am Hausberg der Innsbrucker. Die 1926 von der Stadtverwaltung und Architekt *Franz Baumann* errichtete



Beibehalten den heutigen technischen Anforderungen angepasst wurden die 1926 von Franz Baumann errichteten touristischen und architektonischen Pionierprojekte der Nordkettenbahn in Innsbruck. (© Nordpark)

Erected in 1926, Franz Baumann's pioneering Nordkette cableway project has been carefully adapted to the technical demands of today.

Seilbahn von der Hungerburg über die Seegrube auf das Hafelekar war ein touristisches und architektonisches Pionierprojekt der Sonderklasse. Die Faszination über die neuen technischen Möglichkeiten generierte auch eine neue, moderne Architektursprache. Franz Baumann fand sie intuitiv, indem er den Weg von unten nach oben nachformte: Die Talstation war rustikal, die Mittelstation elegant aus dem Terrain als Aussichtsplattform geformt und die Bergstation nur mehr ein dramatisch am Felsen kauernendes Gerät. Baumann war ein begabter Geschichtenerzähler, er inszenierte unser Erleben der Bergwelt durch technische Hilfsmittel. In der aktuellen Inszenierung der neuen, schönen Welt hätte er zweifellos einen Job als Gestaltungsberater eines Tourismuskonzerns ge-

funden. Seine Nordkettenbahn tat jahrzehntelang ohne jede Änderung ihren Dienst, ihr geniales Konzept überdauerte schon fast ein Jahrhundert. Doch nun ist selbst diese Ikone des Alpentourismus reformbedürftig. Daran sind vor allem die Innsbrucker selbst schuld, weil sie – verführt durch andere Angebote – der guten alten Nordkettenbahn jene Frequenz verweigerten, die sie zum Überleben braucht. Und die überregionale Tourismusindustrie konnte bislang angesichts des ungenügend formulierten urbanen Kontextes dieser Anlage – der ja ihr eigentliches Asset ist – deren Angebot kaum in ihre Programme integrieren. Das alles wird jetzt anders. Denn nun soll gerade die einzigartige Direktverbindung der hochalpinen Welt mit einer mittelgroßen Stadt Tou-

risten als Erlebnis angeboten werden. Dafür wurde auch die infrastrukturelle Vernetzung der Brennpunkte nötig. Die erste Etappe von der Stadt zur Hungerburg startet nun nicht mehr an der Peripherie, sondern im Kern der Altstadt, direkt im Kongresszentrum, das an die alte Hofburg anschließt und selbst eines der Zentren des Tourismusbetriebs ist. Diese Neugestaltung dieses untersten Drittels der Nordkettenbahn wird – wie schon in den 1920er-Jahren im oberen Abschnitt – auch heute architektonisch anspruchsvoll formuliert. Dafür wurde die britische Star-Architektin *Zaha Hadid* gewonnen, die bereits bei der Bergiselschanze ihr Inszenierungstalent der alpinen Faszination bewiesen hatte. Sie gestaltete nun die Stationsgebäude der teilweise unterirdisch und auf

**MATTHIAS BOECKL** studierte in Salzburg und Wien Kunstgeschichte und habilitierte sich 1999 an der Universität Innsbruck. Er ist Professor für Geschichte und Theorie der Architektur an der Universität für angewandte Kunst Wien, Chefredakteur der Zeitschrift „architektur.aktuell“ und Autor zahlreicher Bücher (u. a. *Friedrich Aduatz, Wilhelm Nicolai Prachensky, Jean Egger, „Eremiten – Kosmopoliten. Moderne Malerei in Kärnten 1900 – 1955“, „Visionäre & Vertriebene. Österreichische Spuren in der modernen amerikanischen Architektur“, Theodor Prachensky*) und Ausstellungen über moderne und zeitgenössische Kunst und Architektur.



Anstelle der alten Hungerburgbahn bewältigt nun eine von Zaha Hadid geplante, auf Schienen geführte und teilweise unterirdisch verlaufende Bahn das erste Drittel des Weges von der Altstadt in die hochalpine Bergwelt. (© Nordpark)

Instead of the old cable car, a new rail installation planned by Zaha Hadid and running partially underground covers the first third of the alignment from the old town to the world of high mountains.



Schienen geführten Bahn als dynamische Hightech-Gebilde, die organoid aus leuchtenden Glasformen modelliert sind. Der Übergang der Bahn über den Inn wird mit schrägen Pylonen als Bewegungsspektakel inszeniert. Und von der Bergstation des untersten Abschnitts auf der Hungerburg, wo man aus dem Tunnel wie aus einem organischen Wesen tritt, führt die Strecke über die alte Nordkettenbahn Baumanns, die technisch umgerüstet

und in ihrer Kapazität gesteigert wurde, auf die Seegrube und das Hafelekar. All das muss natürlich auch kommuniziert werden, und so gründete man mit dem „Nordpark“ – der als Public Private Partnership mit dem Bauunternehmen STRABAG geführt wird – ein Vermarktungsinstrument, das die Value Propositions der Anlage – Kultur, Stadt, Sport, Natur – professionell in die Tourismusangebote integriert.

### Fernöstliche Kontemplation

Der „Nordpark“ ist nun direkt an das Innsbrucker Kongresszentrum angebunden und so könnten Besucher sogar in einer Programmpause einer Veranstaltung im Winter rasch auf die Seegrube fahren und dort ein paar Schwünge im Schnee ziehen. Zu einem erfolgreichen Kongressbetrieb – und Kongressbesucher sind bekanntlich die zahlungskraftigsten Touristen überhaupt – gehören aber auch die klassischen Angebote der Eventindustrie. Innsbruck kann ja als alte Kulturstadt in den Bergen zweierlei Sehnsüchte befriedigen – jene nach Naturerlebnis und jene nach Kulturgenuss. Wird der erste Aspekt mit der Innenstadtlage des Kongresszentrums abgedeckt, so bietet man nun auch Veranstaltungsräume in perfekter Naturkulisse an. Im Kurpark Igls oberhalb der Stadt errichtete Kurt Rumpelmeyer und Anton Weber einen Glaspavillon für Meetings unterschiedlicher Größe. Zwei Säle sind durch die Versorgungszone miteinander verbunden und ansonsten völlig frei hinter Glaswänden in den Park gestellt. Hier denkt man natürlich sofort an Vorbilder der klassischen Moderne, etwa an Mies van der Rohe's Barcelona-Pavillon oder sein Farnsworth-House in Illinois. Völlig zu Unrecht sind heute diese minimalistisch-eleganten Ikonen moderner Architektur – siehe die oben beschriebene Realitätstransformation im Medienzeitalter – ein wenig in Verruf geraten. Doch die angeblichen thermischen Probleme mit großen Glasfassaden und der ästhetische Rigorismus dieser Architektur sind im Grunde nur Scheinargumente gegen eine Architektur, die auch Bildungsansprüche stellt. Das ist in Zeiten der Orientierung am Umsatz und am dominierenden Durchschnittsgeschmack nicht eben populär – umso höher ist es den Kongress-Bauherren anzurechnen, dieses fernöstlich-kontemplative Juwel zeitgenössisch-zeitloser Architektur hier realisiert zu haben. Denn gerade ein anspruchsvolles Publikum wird sich nicht auf Dauer mit den Standardlösungen des Mainstream-Umweltdesigns aus der Feder der Mediendramaturgen abspesen lassen. Gerade besondere Funktionserfordernisse in besonderen Umgebungen erfordern immer noch die künstlerische Interpretation, den Individualismus eines Architekten, der heute gerne als unangemessener Elitarismus denunziert wird.

### Handel als Kulturleistung

Ein Architekturbereich, in dem das Bauen und seine Qualitäten noch mehr an der Quote gemessen werden als im Tourismus, ist der Handel. Filialen von Handelsketten werden heute über Nacht auf- und zugesperrt, je nach Umsatzentwicklung. Über die gesellschaftlichen Konsequenzen fehlender Nahversorgung denken nur Bürgermeister, nicht aber die Handelsketten nach. In den vielen entlegenen Talschaften Tirols ist dieses Problem besonders virulent. Dass man aber auch aus der Not eine Tugend machen kann, beweist die einzige Lebensmittelhandelskette Österreichs, die noch in Familienbesitz (Fam. Mölk) steht. Die MPREIS-Märkte in Tirol haben in den vergangenen Jahren eindrucksvoll bewiesen, dass auch an scheinbar weniger umsatzträchtigen Standorten funktionierende Lebensmittelmärkte entwickelt werden können. Dafür braucht es aber Geduld, Überzeugung und den langen Investitionsatem eines soliden Privatunternehmens – Eigenschaften, die sich kein Konzern „leihen“ will. MPREIS zeigt auch, dass diese Märkte sogar mit kulturellem Anspruch gestaltet werden können – das ambitionierte Architekturprogramm hat mitt-

lerweile große internationale Reputation erlangt und ist in der globalen Architekturgemeinde ein Qualitätsbegriff. MPREIS entwickelt gleichermaßen mit Tiroler wie internationalen Architekten Standorte anhand einiger firmentypischer Grundelemente (offene Garagen unter den Märkten, integrierte Cafés als Dorfplatzersatz) von Ort zu Ort neu. Eines der neuesten Beispiele ist der Standort Sölden im Ötztal. Sölden ist mit seinem Gletscherskigebiet eines der Epizentren der österreichischen Tourismusindustrie – gleichzeitig liegt es aber auch in einem der längsten Seitentäler des Inntals und weist eine extreme Bevölkerungssituation mit wenigen ansässigen Einheimischen und zahllosen Saisoniers, Gastarbeitern und natürlich Gästen auf. Die Öffnung der Wirtschaft in diesem Tal für auswärtige Investoren ist angesichts der traditionellen Struktur in der Hand weniger Clans fast schon ein politisches Problem. So ging die Initiative für den MPREIS-Markt Sölden vom Bürgermeister aus, nicht von der Handelskette. Die Verfügbarkeit einer günstigen und qualitätsvollen Einkaufsmöglichkeit für die lokale Bevölkerung, die bisher auf kleine, hochpreisige Läden in lokalem Besitz angewiesen war, geriet so fast zum De-

mokratisierungsprojekt. Eines der knappsten Güter in Tiroler Talschaften ist naturgemäß der Baugrund, und so konnte der Bürgermeister auch nur ein fast unbebaubares Landstück auf einer Felsklippe zwischen Bundesstraße und der Schlucht der Ötztaler Ache zur Verfügung stellen. Die ambivalente Soziologie des Tals, die ungewissen Umsatzaussichten und die hohen Entwicklungskosten des Standorts hätten zweifellos jede andere Handelskette davon abgeschreckt, hier zu investieren – nicht so MPREIS. Gemeinsam mit dem Architekten Raimund Rainer baute man ein spektakuläres Objekt mit auskragender Terrasse über der Schlucht, die als Verlängerung des Cafés im Inneren dient. Dem Architekten war es auch sonst ein Anliegen, auf den Ort zu reagieren – was beim Handel wegen des „Ablenkungsfaktors“ eher die Ausnahme als die Regel ist – und entwarf Ausblicke in das Tal und auf die nebenan ebenfalls von ihm errichteten Gebäude der lokalen Einsatzzentralen. Eine Betonwand zeigt Öffnungen in Form eines Schriftzugs, der die Höhenlage des Orts (1400 m) angibt. Dieses Projekt zeigt beispielhaft, dass sich soziale, kulturelle und wirtschaftliche Erwartungen an Standorte des Handels bei verantwortungsbe-

Modernisiert und völlig neu errichtet wurde das Congress Igls, der kleine Bruder des Innsbrucker Kongresszentrums in Innenstadtlage. Congress Igls, smaller brother of Innsbruck Congress Centre, has been rebuilt and modernized.





Ein Naturerlebnis mit perfekter Bergkulisse bietet der Glaspavillon des Congress Igls für Meetings unterschiedlicher Größe.

With its superb mountain backdrop, the glass pavilion of Congress Igls provides an ideal venue for meetings of various sizes.



wusstem Planen der Bauherren und Architekten gleichermaßen erfüllen lassen.

### Wellness und Zeitgeist

Zurück zum Tourismus, der in Tirol einen großen Teil der Bauaktivitäten trägt. Zwei Hotels im Außerfern zeigen beispielhaft die verschiedenen Wege, die man in dieser Branche geht. Denn sie sind auf ganz unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet, die man jeweils mit maßgeschneiderten Marketingkonzepten ansprechen will. Das *Mohr Life Resort* in *Lermoos* nutzt

seine spektakuläre Lage direkt gegenüber den dramatischen Wänden der Zugspitze, um seinen vorwiegend gut situierten großstädtischen Gästen aus den nahen Ballungsräumen Entspannung auf höchstem Niveau zu bieten. Ausgedehnte und luxuriöse Wellnessbereiche sind ebenso Teil dieses Konzepts wie die großzügige möblierte Terrasse, die das lokale Haupt-Asset, das Zugspitzpanorama, gebührend in Szene setzt. Die Sprache gediegener Materialien und großzügiger Raumwirkungen setzt sich in den Lounges und einzelnen Zimmern fort. Ganz anders geht es im „*Cube*“ in *Biberwier* zu. Der „Würfel“ folgt

einem Architekturkonzept, das eine direkte Umsetzung eines konkreten Spartenprogramms ist. Junge Leute, die vor allem Sport betreiben und Parties feiern wollen, repräsentieren ein nicht unbeträchtliches Marktsegment im Tourismus. Dieses Publikum kann man mit Fünfsterne-Wellnesstempeln natürlich kaum erreichen. So entwickelte das österreichisch-Schweizer Planungsbüro *NOVARON*, einen Prototyp für ein simples Atriumhaus, das von Galerien aus die spartanischen Zimmer mit großem Vorraum zur Verstaung von Snowboards oder Mountainbikes erschließt. Diese bauliche Simplizität ist jedoch von gestalterischer Raffinesse veredelt: Die Laubgänge rund um die gebäudehohe zentrale Halle ist mit Rampen erschlossen und suggeriert damit Dynamik. Die Zimmerfronten an den Galerien sind in opakem und buntem Glas ausgeführt, sodass sich dahinter Silhouetten von Personen und Gerät abzeichnen und die Außenfassade ist homogen in silbrig schimmerndem Kunststoff gehalten. So werden nicht nur spacige Images bedient, sondern auch neue Nutzungsformen geschaffen. Das zeigt sich vor allem in der riesigen Lounge, die in der Innenhalle die gesamte Erdgeschosszone einnimmt und mit Bars, Screens, Abhäng-Möbeln und Dancefloors auf Dauerparty-Betrieb ausgelegt ist. Dieser durchaus erfolgreiche neue Hoteltyp wurde erstmals am *Kärntner Nassfeld* errichtet und wird nun in Serie von den *Vorarlberger Planern Baumschlagler & Eberle* ausgeführt.

Die aktuellen Tiroler Architekturentwicklungen zeigen vor allem eines: Selbst in hochgradig von Marktforschung, Kommunikationsdesign, Mediendramaturgie und Marketing beherrschten Baubereichen wie dem Tourismus und dem Handel kommt es bei allen Uniformierungstendenzen durch angebliche Markterfordernisse immer noch auf Kreativität und Individualität an. Innovation entsteht weniger durch das kritiklose Bedienen von Sehnsüchten und Wünschen, sondern eher durch das Aufspüren von Marktnischen und technischen Optimierungen sowie durch gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsvolles Planen auf lange Sicht. Nachhaltigkeit ist eines der Kriterien von Architektur als kultureller Leistung – und es gibt sowohl Bauherren als auch Architekten im Land, die das einlösen können und wollen.