

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Band: 83 (1996)
Heft: 11: Wessen Architektur? = A qui l'architecture? = Whose architecture?

Artikel: Bauen am Potsdamer Platz als Schauspiel : die Info Box am Potsdamer Platz, Berlin
Autor: Ullmann, Gerhard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-63076>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.11.2024

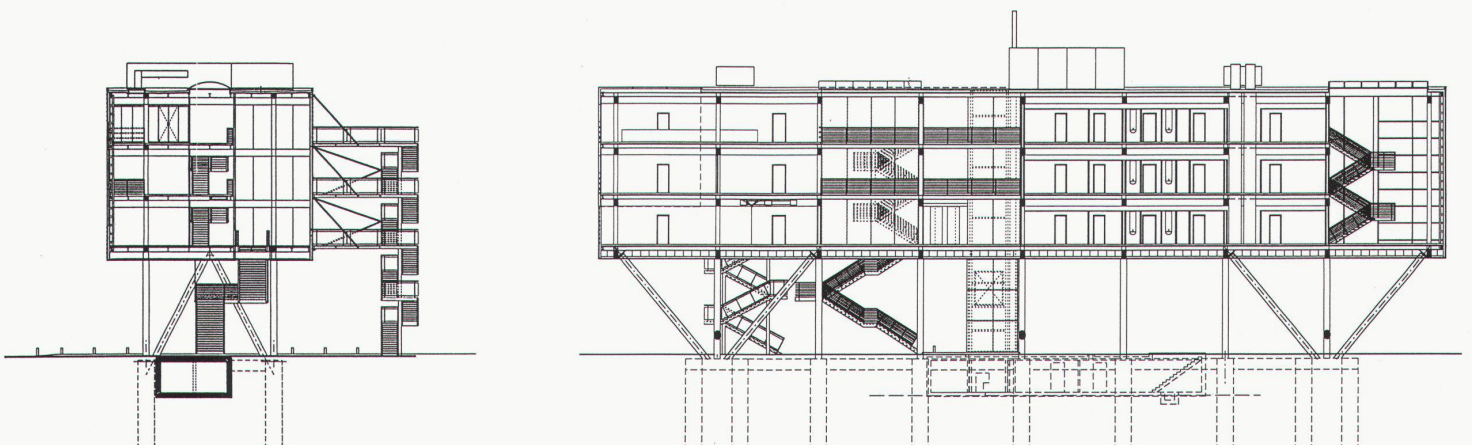
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Bauen am Potsdamer Platz als Schauspiel

Der Potsdamer Platz, wo unter anderem Sony und Daimler-Benz ihre Hauptsitze realisieren, gilt als die grösste Baustelle, die es in diesem Jahrhundert in Europa gegeben hat. Für die Stadt Anlass genug, mit dem Ereignis Touristen nach Berlin zu locken und dafür eine Plattform in Gebäudeform anzubieten. Die Info Box sollte auch als Ort dienen, eine öffentliche Diskussion über die Stadtentwicklung anzuregen – ein Unterfangen, das zu einer Show geworden ist, welche weniger informiert als Entscheidungsprozesse der Stadtplanung medial verklärt.

■ La Place de Potsdam où Sony et Daimler-Benz réalisent entre autres leurs sièges sociaux, est le plus grand chantier de ce siècle en Europe. Pour la Ville, cet événement est l'occasion d'attirer des touristes à Berlin en leur offrant une plate-forme d'observation formant bâtiment. Le Box Info doit aussi servir de lieu incitant à un débat public sur le développement de la ville – une entreprise devenue un show qui, loin d'informer, fait l'apologie des processus de décision des planificateurs de la ville.

■ The Potsdamer Platz, where amongst others Sony and Daimler-Benz are placing their headquarters, ranks as the largest building site ever seen this century in Europe. For the city, an opportunity to attract tourists to Berlin and for which purpose it offers a platform in the shape of a building. The Info Box is also intended as a place to stimulate discussion on city development – it's a show-like undertaking which less informs rather than illuminates the decision making processes of the city planning through visual media.





**Info Box am Potsdamer Platz,
Berlin, 1996;**

**Architekten: Schneider und
Schumacher, Frankfurt**

■ Box Info sur la Place de Potsdam,
Berlin, 1996

■ Info Box at Potsdamer Platz,
Berlin, 1996

Längs- und Querschnitt

■ Coupes longitudinale et
transversale

■ Longitudinal section and
cross-section

Foto: Gerhard Ullmann, Berlin

Am Potsdamer Platz haben sich die Realitäts-ebenen im Laufe der letzten Jahre unmerklich verschoben. Hatten noch vor vier Jahren die prämierten Wettbewerbsentwürfe die Öffentlichkeit erregt, so hat nun mit dem Ableiten in Logistik und GROSSTECHNOLOGIE das neue Zeitalter der Medialisierung begonnen. Der grössten Baustelle Europas droht eine schleichende Auszehrung durch die Medien, und die Realität scheint in der Bilderflut der roten Info Box zu ertrinken. Zwei Welten, an denen die Rezeptionsprobleme der Architekturkritik gegenständlich werden, zwei Schnittpunkte, die den Blick auf den Topos «Grossstadt» verändern könnten.

Wer die wirkliche oder vermeintliche Macht dieser koexistierenden und rivalisierenden Welten studieren will, der muss sich einer zweifachen Wirklichkeitserfahrung aussetzen, um schliesslich die Bilder im Kopf mit denen in der Medienbox zu vergleichen.

Bisweilen lösen latente Spannungen Konflikte aus, die nicht nur die Rolle der Stadtplanung, sondern durch ihren heftig geführten Diskurs auch die Öffentlichkeit berühren. «Ein Glücksfall fürs Begreifen», so nannte Dieter Hoffmann-Axthelm den aufflammenden Streit um die ausgestellten Entwürfe für Berlins neue Mitte. Knapp vier Jahre nach der Veröffentlichung dieses Essays in «Werk, Bauen + Wohnen» hat sich der heftige, konfliktgeladene Diskurs um Standortfrage und Stadtverträglichkeit in der roten Info Box am Potsdamer Platz zu einem Medienspektakel verflüchtigt. Die eher zögerliche politische Debatte geriet in Vergessenheit, Simulation und mediale Kunstfertigkeit scheinen nun die Besucher zu faszinieren.

Ist es die mediale Präsenz oder das ästhetische Outfit einer breitgefächerten Informationsvermittlung? Die Wirklichkeit der Baustelle weicht im Detail wie im Ganzen von der virtuosen Schau erheblich ab.

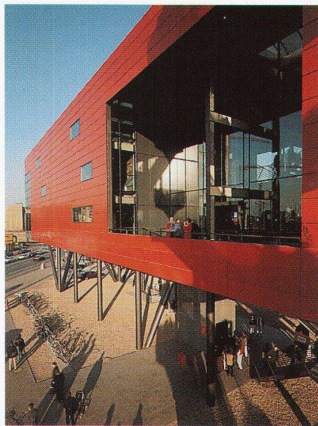
Der Potsdamer Platz: vibrierender Untergrund, überlagert von Röhren, Leitungen und Drähten. Eine Grossbaustelle und zugleich ein Architekturexperiment, das keine Parallelen zur Geschichte der Grossstadt zulässt, sondern sich hinter imponierenden Zahlen und logistischen Rochaden versteckt; ein logistisches Netzwerk, das Körper und Geist der Berliner belastet. Ein Ort, der lebt von scharfen Kon-

trasten: Hochtechnologie und Maschinenpower, simulierte Bilder und Alltagswirklichkeit stehen einander hart gegenüber; die Wirklichkeit ist hier zweigeteilt, und unangemeldete Grenzübertritte sind aus Sicherheitsgründen untersagt. So wird die Medienbox zur zentralen Schaltstelle der Informationsvermittlung. Sie muss über fiktive Zusammenhänge zwischen Architektur und urbanem Raum berichten, Zukunftsvisionen gegenwartsnah machen.

Sucht man direkten Kontakt zur Baustelle, ist eine Audienz beim Bauherrn unabdingbar. Der Potsdamer Platz ist nicht zuletzt durch den Medienrummel stark überbucht; Regularien müssen eingehalten werden. Ein schriftlicher Antrag bei der debis genügt, um die Grossbaustelle zu betreten. Manchmal sind es Gruppen, bisweilen auch Einzelpersonen, die sich dem Baustellen-Ritual beugen. Achtete im Zeitalter des Kalten Krieges die politische Welt auf den Grenzverlauf, so sind es heute die Medien, die aus dem ehemaligen Grenzbereich Nutzen ziehen. Zukunftsperspektiven, die die Stadt zu ihrer Identitätsfindung braucht.

Berlin scheint sich an solchen Orten zusammenzuziehen. Vergangenheit und Zukunft liegen hier eng beieinander. Eine Stadt, die zu ihrer Identitätsfindung auch Legenden braucht, wird hier rasch fündig. Unten die grosse Unübersichtlichkeit einer Megabaustelle, oben im Parnass der Info Box die Gipsköpfe der Architekturelite. Personen stehen für Programme, verwirrende Spiele zwischen Zeitebenen und Raumebenen werden auf den Bildschirmen simuliert, die Zukunft Berlins hat auf den Computern schon begonnen. Bildtransformationen von beschränkter Aussagekraft, die das Publikum auf ein Morgen einstimmen.

Das geflügelte Wort «grösste Baustelle Europas» zu sein, wirkt wie ein Magnet auf das Publikum, welches den Superlativen von Zahlen und Maschinen, Lastenverteilung und Kosten willig folgt. Andere Zeiten, andere Ausstellungen: Die Verschiebung der direkten und indirekten Machtpotentiale, die sich allein schon aus der wirtschaftlichen Grössenordnung der am Potsdamer Platz vertretenen Investoren ergibt, hatte in der Vergangenheit in der Planungsphase zu vereinzelt Protesten (extrem günstiger Kaufpreis von Daimler-Benz sowie einige planungsrechtliche Bedenken) geführt. Doch diese weit über



Fotos: Waltraud Krase, Frankfurt

die Hauptstadt hinausreichende Mächteverschiebung öffentlicher und privater Interessen beschäftigt nur ein kritisches Fachpublikum, das die Ökonomie nicht als selbstlose Entwicklungshilfe für die Hauptstadt versteht.

So ist es gewiss nicht zufällig, dass parallel zum geschichtlichen Ortsverlust und unabhängig von der Zukunftsverheissung dieser neuen künstlichen Zentren ein musealer Erinnerungszug die Berichterstattung begleitet. Freilich taucht der Begriff «Vergangenheit» häufiger auf, wenn die Zukunftsängste in der Bevölkerung sich mehren. Das internationale Flair, das Daimler und Sony mit ihren Architektenstars verbreiten, braucht zumindest im metaphysischen Bereich eine marginale Bindung an den historischen Untergrund, eine vertrauensbildende Massnahme, die vielleicht den unpolitischen Bürger erreicht, den Zweifel bei der Architekturkritik aber durch die Ästhetisierung von Sachproblemen noch verstärkt.

Wer hier nach brisanten kulturpolitischen Themen sucht, der wird sie in der Ausstellungsetage trotz Informationsfülle kaum finden. Etwas anderes schiebt sich in den Vordergrund: die Aufteilung eines Platzes in zwei Welten, die eine eindimensionale Rezeption unmöglich machen. Darin liegt jedoch auch eine Chance, denn die doppelte Erfahrung zweier Wirklichkeitsebenen könnte einerseits einer Durchleuchtung der medialen Botschaft dienen, andererseits die Differenzen zum städtischen Raum verdeutlichen. Solchen, dem Thema angemessenen Querverbindungen für notorische Querdenker entzieht sich der Veranstalter. Die grossen Investoren Daimler, Sony, Tishman Speyer, Kajima, ABB + Terreno treten als unbekannte Entscheidungsträger eines Konsortiums auf, das den Stadtraum durch neue Strukturen verändert. So ist es vorwiegend die Aufgabe der Info Box, mit Hilfe einer riesigen Bildmaschine den Markt mit Informationen über den technischen Ablauf, über Energiekonzepte oder über Freizeit im Stadtraum zu beliefern.

Ist es schon schwierig, in diesem Informationsplitting das logistische Konzept einer Baustellenabwicklung zu entdecken, so überfordert es auch den Betrachter, der aus einer Vielzahl architektonischer Handschriften eine neue städtebauliche Struktur herauslesen soll. So wird der Besucher mit der Im-

materialität von Botschaften konfrontiert, ein Vorgang, der für die Wahrnehmung folgenreich ist. Das Aufnehmen simulierter Bilder erschwert den räumlichen Abstraktionsprozess am Modell und verhindert so eine räumliche Vorstellung von der zukünftigen Rolle der Architektur.

In einer Mediengesellschaft, in der zwischen virtueller Realität und realem Raum kaum noch scharfe Grenzen bestehen, hat es die gebaute Architektur zunehmend schwerer, ihre Raumvisionen durchzusetzen, zumal dann, wenn ein zunehmender Wertungsdruck von den Medien ausgeht. Damit vergrössert sich der Abstand zwischen technischer Simulation und Realitätserfahrung, ein Faktor, den die visuellen Medien zu nutzen wissen. Mit dieser Akzentverschiebung auf das Bild verlagern sich die Gewichte der Architekturkritik: Der ohnehin durch bürokratische Regularien schmal gewordene Weg einer Baustellen- oder Bauwerkbesichtigung wird als Korrektiv und als notwendige Ergänzung zur medialen Welt weiter abgebaut. Dieses Informationsplitting verschafft den Generalunternehmern und Grossinvestoren erhebliche Vorteile. Sie können mit dem Verweis auf die unterschiedliche Interessenlage in der Öffentlichkeit Informationen ganz im Sinne ihrer Geschäftspolitik offerieren.

«Auch bei der Planung zeigt sich der kosmopolitische Charakter des Vorhabens.» Der Vorstand der Daimler-Benz AG, Manfred Gentz, trifft, ohne sich mit Rezeptionsproblemen zu belasten – ins Schwarze. Denn die Symbole und Zeichen dieser künstlichen Geschäfts-, Büro- und Freizeitwelten bleiben trotz aller artifiziellen Fassaden- und Raumgestaltung austauschbar.

Es ist bekannt: Die Kommunikation zwischen Architekt und Publikum leidet nicht an einem generellen Informationsdefizit, es ist eher der semantische Code, der bei der Entschlüsselung einzelner Bedeutungsebenen Schwierigkeiten bereitet. Die Flucht in eine fast zwanghafte, doch beliebte Bildhaftigkeit hat das Dilemma zwischen verbaler und nichtverbaler Kommunikation noch verschärft. Je mehr die Massenmedien ihre Bildersprache vereinfachen, desto diffuser wird die Botschaft. Der Zwiespalt bleibt: Die übergrosse Nähe der Massenmedien hat der Architektur mehr geschadet als genützt. Sie hat zwar an Popularität gewonnen, doch ihre Reve-

renz an das reine Bild hat ihre Aussagen verflacht. Und wenn es überhaupt noch eine Tiefendimension in dem heterogenen Gebäudeensemble am Potsdamer Platz geben sollte, dann wird sie spätestens durch die Transformation zum illustren Bild abgeflacht.

Die Architektur des Potsdamer Platzes liebt den Flirt mit einer Produktwerbung, die zwar auf eine allgemeine Akzeptanz zielt, die Realität der Baustelle jedoch nur noch als Showeffekt benötigt. So ist es keineswegs überraschend, dass zentrale Themen der Stadtplanung wie zum Beispiel das Verhältnis von Ort und Raum in dem breiten Informationsangebot verschwinden, ja, was noch nachdenklicher stimmt, dass sie für die auf internationale Wettbewerbsfähigkeit ausgerichteten Konzerne nur noch eine wirtschaftliche Bedeutung besitzen.

Mit dieser Strategie, den öffentlichen Raum schrittweise zu privatisieren, verlagert sich auch der Entscheidungsspielraum der Stadtplanung. Der erhoffte wirtschaftliche Vorteil überspielt städtebauliche Bedenken, die sowohl die räumliche Dimension wie die neue Infrastruktur betreffen. Der Veranstalter entkommt, trotz des hohen Publikumsinteresses, nicht einem selbstverschuldeten Dilemma: Er möchte von einer neuen urbanen Struktur berichten und findet doch nicht zu einer angemessenen Erzählstruktur, er will räumliche Vorstellungen wecken und verliert durch eine Vielzahl von Bildern seine räumliche Aussagekraft.

Ein Lehrbeispiel? Gewiss, eine beeindruckende Informationsschau, die dem Geschmack des Publikums weitgehend entspricht, indem sie die Wirklichkeit medial verklärt. Der Zugang zur Wirklichkeit wird zwar nicht verschlossen, nur wird es zunehmend mühsamer, die offenen Türen noch zu finden.

G.H.



3. Obergeschoss
 ■ 3ème étage
 ■ 3rd floor

2. Obergeschoss
 ■ 2ème étage
 ■ 2nd floor

1. Obergeschoss
 ■ 1er étage
 ■ 1st floor

Foto: Waltraud Krase, Frankfurt

