

# Handsigniert

Autor(en): **Luchsinger, Christoph / Steele, Brett**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **84 (1997)**

Heft 7/8: **Zwischen medialer und wirklicher Präsenz = Entre présence médiatique et présence réelle = Between medial and real presence**

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-63603>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Handsigniert

Das englische «signature» bedeutet auf Deutsch sowohl Hand- als auch Unterschrift – ein bemerkenswerter Doppelsinn insofern, als darin Zeichen (Unterschrift) und Wert (Handschrift verstanden als Gütesiegel) schwer unterscheidbar sich überlagern. Handschrift stellt den verantwortlichen Autor dar, Unterschrift steht dafür als Kürzel. Die Architektur gleicht sich heute insofern der Konsumgüterbranche an, als der Autorensignatur mehr und mehr Bedeutung – auch kommerzielle – zukommt. In seinem Beitrag kommentiert Brett Steele den Zusammenhang von Handschrift und Werkrealität. Illustrativ vorangestellt ist das neue Verkaufsprogramm eines deutschen Anbieters von sogenannten «Ausbauhäusern», für deren Entwürfe namhafte Architekten verantwortlich zeichnen.

■ Le mot «signature» signifie écriture manuscrite en même temps qu'autogramme; une double signification remarquable en ce sens que le signe (signature) et la valeur (écriture comprise comme label de qualité) se superposent ici et deviennent difficilement discernables. L'écriture représente l'auteur responsable, la signature sert de paraphe. Aujourd'hui, l'architecture s'identifie d'autant plus à un bien de consommation que la signature de l'auteur prend une place croissante, également sur le plan commercial. Dans son article, Brett Steele commente la correspondance entre écriture et réalité de l'œuvre. Comme illustration, il prend le nouveau programme de vente d'une firme allemande proposant des maisons standard dont les projets sont signés par des architectes de renom.

■ The English word "signature" means both "handwriting" and "autograph" – a remarkable ambiguity when we consider that this results in a certain overlapping of "sign" (signature) and "value" (handwriting in the sense of a label of quality) which can be hard to distinguish. Handwriting represents the responsible author, signature is its abbreviation. Today's architecture complies with the consumer goods sector in as much as the author's handwriting is becoming more and more important. In his article on the connection between handwriting and the reality of a work of architecture, Brett Steele uses the new sales programme of a German supplier of standard houses bearing the signature of renowned architects, as illustrative material.



Werbung der «Newstandard» für traditionelle Haustypen  
■ Publicité de «Newstandard» pour des maisons de type traditionnel  
■ "Newstandard" advertising for traditional house types

Schon längst hatte man sich in Fachkreisen gefragt, weshalb im Fertighausgeschäft nicht wirklich durchdachte, zeitgemässe Entwürfe figurieren. Schliesslich hatte sich die historische Avantgarde unter anderem zum Ziel gesetzt, die «hohe Kultur» mit der industriellen Fertigung zu versöhnen und mithin qualitätsvolle Massenware herzustellen. Jetzt soll es so weit sein: die deutsche *allkauf Haus GmbH & Co. KG* bringt unter dem Label «Newstandard» preiswerte, von renommierten Architektinnen und Architekten konzipierte Eigenheime auf den Markt. Die erste Serie wurde kürzlich vorgestellt, sie umfasst Produkte von Hillmer & Sattler, Diener & Diener, Max Dudler, Hans Kollhoff & Helga Timmermann und von Ingenhoven, Overdiek, Kahlen & Partner. Noch dieses Jahr sollen Häuser folgen von De Lucchi/Bewick, Silvestrin, Foster, Mendini, geplant für 1998 sind Eisele & Fritz, Langhof, Meier, Rossi, Soler.

*allkauf* arbeitet seit einigen Jahren mit sogenannten «Ausbauhäusern», deren Konzept auf der Kombination von Teilvorfabrikation und Eigenleistung des Bauherrn beruht. Der Rohbau wird im Werk vorbereitet und von professionellen Equipen innert weniger als einer Woche vor Ort versetzt. Die Statik besteht aus einer Holzrahmenkonstruktion; als äussere und innere Verkleidungen stehen von der Holzschalung über Putzfassaden bis zur Klinker-Aussenwand beinahe sämtliche Optionen offen. Der Bauherr kann darüber hinaus unterschiedliche Ausbaupakete wählen und einen grossen Teil des Ausbaus in Eigenleistung erbringen. Bisher bewegte sich das Angebot im Rahmen herkömmlicher, in jeder Hinsicht biederer Eigenheime, mal Satteldach, mal Walm, mal Sicht-KS, mal brauner Putz oder Holztäfer und so weiter.

Die Serie «Newstandard» soll demgegenüber ein neues Marktsegment erschliessen – zeitorientierte, aufgeschlossene, moderne jüngere Leute, für die eine Ray-Ban-Brille oder eine Calvin-Klein-Unterhose mehr bedeuten als bloss ein verhältnismässig teurer Luxus. Handsignierte Produktkultur als individualitätsstiftender Lebensfaktor hat sich in den letzten Jahren epidemieartig ausgebreitet und – wie man sieht – mittlerweile auch das Bauen erfasst. Die Frage ist, was die Architekturschaffenden entwerferisch daraus machen.

Von den bisher vorliegenden Angeboten erscheint das Haus von Roger Diener als das interessanteste, weil nur bei ihm versucht wird, die restriktiven Rahmenbedingungen einer Teilvorfabrikation räumlich, konstruktiv und ästhetisch zur Geltung zu bringen. Räumlich, indem die der Holzrahmenkonstruktion inhärente Kammerung den Grundriss organisiert, konstruktiv und ästhetisch, indem der Holzbau materiell thematisiert wird (Diener stellt als einziger in den Grundrissplänen die Holzrahmenbaustruktur dar). Schliesslich erlaubt die Staffelung der beiden Gebäudekörper, unabhängig von der Grundstückskonstellation einen privaten Aussenraum zu formulieren.

Die andern Entwürfe vermögen demgegenüber nur in Teilaspekten zu überzeugen, wenn überhaupt. Allzu vordergründig sind – und zwar gerade auf Kosten praktischer Grundrissorganisation – Repräsentationsmuster unterschiedlichster Couleur konzeptbestimmend. Bei Dudler («Terrazza») die – viel zu kurze – Enfilade, bei Kollhoff & Timmermann («New Tradition») die durch Applikation entstandene Karikatur eines englischen Landhauses, bei Hillmer & Sattler («Villa Italia») die urlaubsverbrämte Mediterranität und bei Ingenhoven schliesslich die allzu öde Anrufung ökologischer Lebenszusammenhänge («Sunny»).

«Newstandard» ist ein marktorientiertes Produkt. Trotzdem wäre es interessant, beim Entwerfen architektonischer Lösungen für diese Ausbauhäuser weniger auf «signed by» und mehr auf «designed by» zu setzen. Denn die Aufgabe ist interessant, gerade wegen der restriktiven Bedingungen, denen sie ausgesetzt ist. Auf der Ebene der kulturellen Vermittelbarkeit hat das gängige Programm derselben Anbieterin nämlich einen unbestreitbaren Vorsprung: die 08.15-Einfamilienhäuser sind akzeptiert, wobei es keine Rolle spielt, ob sie nun handwerklich-traditionell oder in Fertigbauweise erstellt sind. Ungeöhnliche Angebote müssen demgemäss andere Vorteile bieten. Ob diesbezüglich allein der Name der Autorenschaft genügt oder ob – so hoffen wir – nicht auch ein überlegtes, im Alltag wirklich brauchbares Konzept vonnöten ist, wird man aufgrund der Verkaufszahlen wohl bald einmal ermitteln können...

C.L.

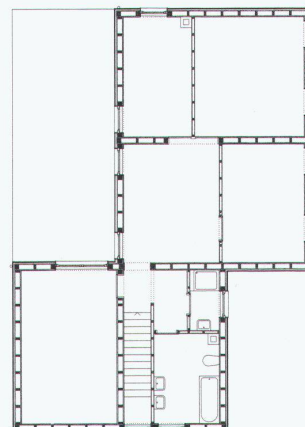
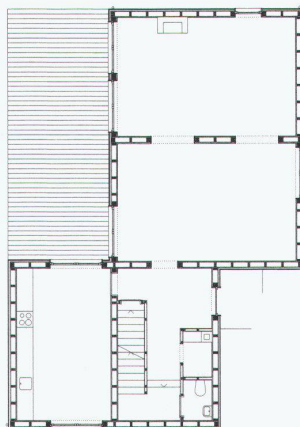


«TWOgether»,  
Architekten: Diener & Diener, Basel

«Innen und aussen, Natur und Architektur, Leben und Arbeiten, Logik und Sinnlichkeit – die harmonische Verbindung scheinbarer Gegensätze ist die Idee, die Diener & Diener beim Entwurf für TWOgether zugrunde gelegt haben. (...) Das reduzierte, schlichte Äussere verleiht TWOgether eine ganz eigene skulpturale Qualität. (...) Unter dem Motto «So viel

Vorgabe wie nötig, so viel Freiraum wie möglich» schufen die Architekten ein Wohn- und Atelierhaus, dessen Grosszügigkeit viele variable Nutzungs- und Gestaltungsvarianten ermöglicht.» (aus dem Werbeprospekt)

■ «Intérieur et extérieur, nature et architecture, vie et travail, logique et qualité sensible – la relation harmonieuse de contraires apparents est l'idée soutenant le projet de Diener & Diener pour TWOgether (...). Un aspect extérieur sobre réduit au



minimum confère à TWOgether une qualité sculpturale particulière. (...) Selon la formule «le minimum nécessaire de contrainte et autant de liberté que possible», les architectes ont créé une habitation avec atelier dont la générosité autorise de nombreuses variantes fonctionnelles et esthétiques.» (extrait du prospectus publicitaire)

■ "Inside and out, nature and architecture, life and work, logic and sensuality – the harmonious combination of apparent opposites is the

idea upon which Diener & Diener based their design for TWOgether. (...) The reduced, simple exterior lends TWOgether a completely new, sculptural quality. (...) Under the motto 'as much information as necessary, as much freedom as possible', the architects have created a residential and studio building on a generous scale which allows for many different constellations and utilizations." (from the advertising prospectus)

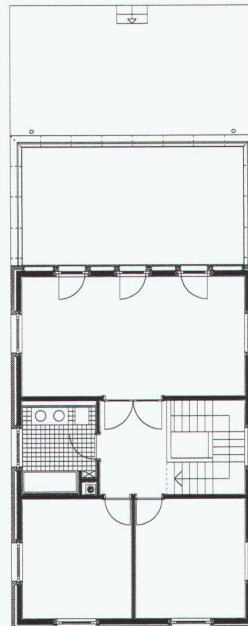
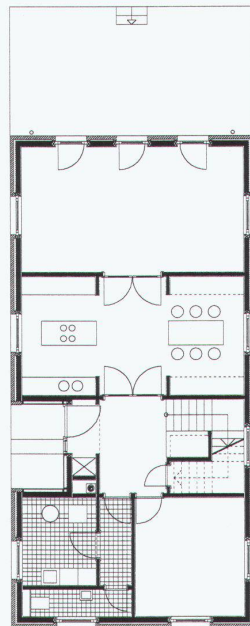


«Terrazza»,  
Architekt: Max Dudler, Berlin

«Raum schaffen für das Wesentliche – dies war die Intention Max Dudlers beim Entwurf von Terrazza. So entstand eine Kombination strenger geometrischer Grundformen mit ausgewogenen Proportionen und schlichtem Klinker für die Fassadengestaltung: eine Reduktion auf das Wesentliche, die den ruhigen, zurückhaltenden Charakter des Hauses prägt.» (aus dem Werbeprospekt)

■ «Créer de l'espace pour l'essentiel – telle fut l'intention de Max Dudler dans le projet de Terrazza. C'est ainsi que fut conçue une combinaison de formes fondamentales strictement géométriques aux proportions équilibrées, avec de simples briques de parement pour le traitement des façades: une réduction à l'essentiel qui marque le caractère calme et retenu de la maison.» (extrait du prospectus publicitaire).

■ "Max Dudler's intention with his design for Terrazza was to create space for essentials. The result was a combination of strict geometrical basic forms with balanced proportions and simple clinker bricks for the façade: a reduction to essentials which determines the quiet, reserved character of the house." (from the advertising prospectus)



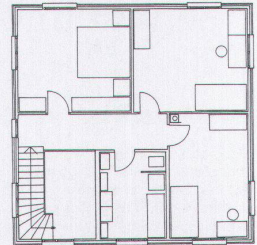
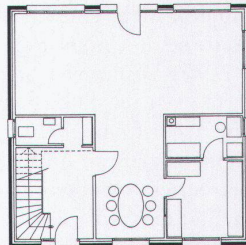
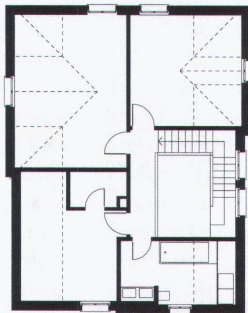
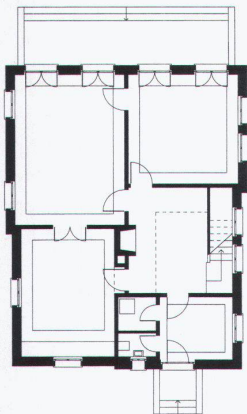
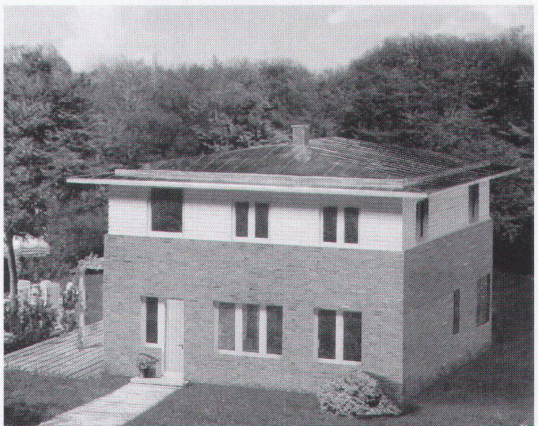


«Villa Italia»,  
Architekten: Heinz Hilmer,  
Christoph Sattler, München

«Die Villa Italia von Heinz Hilmer und Christoph Sattler spiegelt den ganzen Charme und die Leichtigkeit des Südens wider. (...) Mit der Architektur der Villa Italia... können auch Sie erstmals dieses Lebensgefühl von mediterranem Leben diesseits der Alpen genießen.» (aus dem Werbe-prospekt)

■ «La villa Italia de Heinz Hilmer et Christoph Sattler reflète tout le charme et la légèreté du sud. (...) Grâce à l'architecture de la villa Italia... vous pouvez aussi, pour la première fois, éprouver cette sensation de vie méditerranéenne de ce côté-ci des Alpes.» (extrait de prospectus publicitaire)

■ "Villa Italia by Heinz Hilmer and Christoph Sattler reflects all the charm and lightness of the south. (...) Through this architecture, you too can enjoy the Mediterranean quality of life for the first time on this side of the Alps." (from the advertising prospectus)



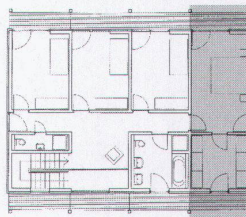
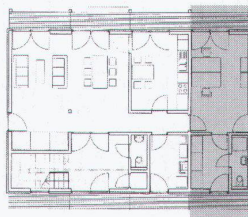
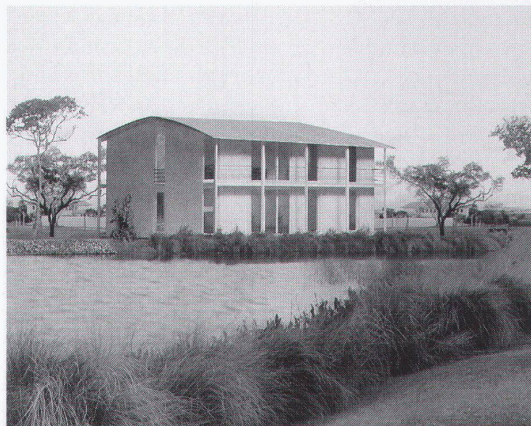
«New Tradition»,  
Architekten: Hans Kollhoff,  
Helga Timmermann, Berlin

«Auf den ersten Blick wirkt New Tradition vertraut, doch der Entwurf von Hans Kollhoff und Helga Timmermann geht weit über die Wiederbelebung alter Traditionen hinaus. Die Plastizität der Fassade, die Ausgeglichenheit der Proportionen sowie die Verbindungen zwischen Innen- und Aussenraum werden aus den positiven Erfahrungen der Vergangenheit für Gegenwart und Zukunft neu durchdacht.» (aus dem Werbe-prospekt)

■ «À première vue, New Tradition paraît familier; pourtant, le projet de

Hans Kollhoff et Helga Timmermann dépasse de loin la revitalisation d'anciennes traditions. La plasticité de la façade, l'équilibre des proportions ainsi que les liens entre espaces intérieur et extérieur sont repensés pour le présent et l'avenir en fonction des expériences positives passées.» (extrait du prospectus publicitaire)

■ "At first sight New Tradition seems familiar, but the design by Hans Kollhoff and Helga Timmermann goes far beyond the resurrection of old traditions. The plasticity of the façade, the balanced proportions and the connections between interior and exterior space have been reworked for the present and future on the basis of positive past experience." (from advertising prospectus)



«Sunny»,  
Architekten: Ingenhoven Overdiek,  
Kahlen und Partner, Düsseldorf

«Bei Gestaltung und Konzeption seines Hauses achtete Christoph Ingenhoven vor allem auf den Ausgleich mit der Natur. (...) Mit ökologischen Bausteinen kann das Haus erweitert werden. Dabei bietet sich solare Energiegewinnung an oder Nutzung von gesammeltem Regenwasser.» (aus dem Werbe-prospekt)

■ «En composant et concevant sa maison, Christoph Ingenhoven a porté l'essentiel de son attention à l'équilibre avec la nature. (...) On peut agrandir la maison à l'aide de matériaux écologiques. Ce faisant, on peut profiter du captage de l'énergie solaire ou utiliser les eaux pluviales accumulées.» (extrait du prospectus publicitaire)

■ "In the design and conception of this house, Christoph Ingenhoven's primary concern was to achieve a balance with nature. (...) The building can be extended with ecological elements, for example solar energy and the use of collected rain water." (from the advertising prospectus)

*Man müsste die Leere hinterfragen, die durch das Verschwinden des Autors entstanden ist.*

Michel Foucault, What is an Author?

### Grosse Namen

Der Trickfilmzeichner Ub Iwerks erzählte einmal, wie er einst seinen späteren Arbeitgeber Walt Disney angetroffen hatte, als sie beide noch jung waren. Als Iwerks zu Disney kam, sass dieser an seinem Zeichentisch vor einem grossen Blatt Papier, das er über und über mit kleinen Zeichnungen bedeckt hatte, die nur gering voneinander abwichen. Als sich Iwerk vorbeugte, um sich das Ganze näher anzusehen, nahm er erstaunt zur Kenntnis, woran der Künstler so eingehend arbeitete. Es war weder eine Trickfilmzeichnung noch sonst eine Illustration, zumindest nicht eine im üblichen Sinne: Disney probierte seine Unterschrift aus.

Wie Disney sich später zu diesem Ereignis äusserte, war es ihm nicht darum gegangen, seine Unterschrift möglichst gut hinzukriegen; sondern vielmehr darum, herauszufinden, was er mit ihr repräsentieren wollte. Während Disneys vager Kommentar eindeutig darauf hinzielte, dass er die Grenzen der Darstellung einengen (oder auf die Möglichkeit der Animation jedes Zeichens wahrer Identität verweisen) wollte, muss hier angefügt werden, dass Disney Jahrzehnte später über die etwas übertrieben erscheinende Bewertung seiner Unterschrift noch hinausging, indem er ein Team seiner Zeichner damit beauftragte, sie nochmals neu zu entwerfen. So entstand schliesslich der universell bekannte und heute allen vertraute Schriftzug, Warenzeichen und Emblem seines Imperiums, den Disney allerdings erst erlernen musste, um ihn glaubwürdig reproduzieren zu können, wenn er unterschrieb. In ihrer endgültigen, berühmten Form kann Walt Disneys von andern erfundene Unterschrift demnach mehr denn nur als Name ihres Eigentümers gelesen werden: Sie verweist auf das komplexe Wechselspiel zwischen Identität und Reproduktion, das – wenn überhaupt – die Signatur eines Zeitalters ist, in dem die Wirklichkeit völlig ins Medium ihrer Projektion eingebettet ist. Heute wird Identität – als Produkt – in der Konstruktion einer Handschrift sichtbar gemacht. Dabei wird der Handschrift jede Übereinstimmung mit einer anderen heute im Verschwinden begriffenen Kategorie abgesprochen: der Authentizität, einem fiktiven Wert, den die verschiedenen Arten, auf welche Handschrift in der Architektur immer noch verwendet wird, beschreiben.

### Familiennamen

*Wirklichkeit ist eine Konstruktion.*

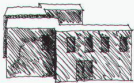
Sigfried Kracauer, Die Masse als Ornament

In einem Zeitalter der Simulation, beherrscht vom Austausch markengeschützter Logos, wo Unterschriften und Eigennamen gut sichtbar auf der (oder als) Oberfläche von Alltagsprodukten und Bildern figurieren, erstaunt es zu sehen, dass Bauten so ohne weiteres von anderen Produktkategorien unterschieden werden können durch das einfache Weglassen einer solchen Oberfläche: der (reproduzierten oder eigenhändigen) Unterschrift ihres Entwerfers. Um es extremer auszudrücken: Wenn man ein Museum oder Geschäftshaus betritt, sieht man (zumindest bis jetzt) kein in Stein gehauenes Autogramm von Rem Koolhaas, Frank Gehry oder Richard Meier an der Fassade oder über dem Eingang prangen. Stattdessen besteht sozusagen die Handschrift der Architekten gerade in der Verweigerung einer solch offenkundigen Identifikationsmarke, wie man sie auf den anderen Produkten findet. Ihr Fehlen wird wettgemacht durch eine kodierte Kombination von räumlichen, materialbezogenen und organisatorischen Kriterien, die man bereits mit der «Hand» (wenn nicht dem Verstand) des dahinterstehenden Architekten identifiziert.

Warum Architekten die fertiggestellten Produkte ihres (vor allem unternehmerischen) Bemühens nicht mit ihrer Unterschrift versehen, verrät sich angesichts der Tatsache, dass Architekten sonst buchstäblich alles signieren ausser dem Gebäude selbst: nämlich all die Dokumente, Zeichnungen, ja sogar Modelle, die ein Projekt «repräsentieren», aber nicht eigentlich dazu da sind, dieses zu produzieren. Es bleibt eine Binsenwahrheit, dass die Handschrift, wenn man der Konzeption in der Architektur überhaupt einen Stellenwert zubilligt, in der Erscheinung des Gebäudes zum Ausdruck kommt, und nicht durch die viel direktere Geste der Unterschrift des Architekten. Bedenkt man die Grösse, Ortsgebundenheit und relative Schwierigkeit, Bauten zu kopieren (obschon einem hier gewisse Billigversionen



Hilmer & Sattler, München



Diener & Diener, Basel



Max Dudler, Berlin



Kollhoff & Timmermann, Berlin



Ingenhoven, Overdijk, Kahlen & Partner, Düsseldorf

### Umschlag der Werbedokumentation der allkauf

- Couverture de la chemise de documentation de la allkauf
- Cover of the allkauf advertising documentation

Fotosimulationen: Ralph Richter

von Mies in den Sinn kommen), scheint es einem zunächst offensichtlich, warum Architekten ihre Bauten nicht signieren. Interessanter wird das Ganze aufgrund der Probleme, die dieses Fehlen der Unterschrift aufzeigt, und nicht durch die Beziehungen (Autor, Eigentum), die durch das Anbringen der Unterschrift bekräftigt würden. Wie man fasziniert auf ein Designer-Label reagiert oder wie man ein Gefühl von Verunstaltung empfindet, wenn man mit einem Graffiti konfrontiert wird, würde die Unterschrift des Architekten auf dem Gebäude lediglich die Bedeutung der Handschrift (auch derjenigen des Architekten) herausstreichen – oder besser: überzeichnen –, Handschrift, die heute nicht nur in die Form des Gebäudes eingebettet, sondern – viel wichtiger – Teil des kommerziellen Überbaus ist.

Der Name ist heute, nicht weniger als Objekt oder Raum es sind, wesentlicher Bestandteil eines jeden Konsumproduktes. Wie jedes professionell entworfene Firmenlogo, ist die Handschrift des Architekten eine vorfabrizierte Etikette, deren Mythos in einem fließenden Austausch von Identität und Authentizität besteht. Auf der anderen Seite, wenn die Handschrift in Form eines Autogramms auf dem Gebäude selbst montiert (eigentlich: konstruiert) wird, und nicht nur als eine Kombination von identifizierbaren Merkmalen, aus denen es besteht, erscheint, könnten die Architekten überdies damit beginnen, den bevorzugten Status der Repräsentation (und die dabei mitgemeinte Authentizität) in ihrer Arbeit weiter zu entschlüsseln. Dies könnte, zumindest vorläufig, dazu führen, die Beziehung zwischen Architekt und Bauwerk aufzuheben; diese Beziehung hängt (gleich der von Foucault zwischen Autor und Text beschriebenen) noch immer weitgehend von einer historischen Betrachtungsweise ab, die eine strenge Vorstellung von Repräsentation unterstützt und derzufolge die eigene Produktionsform (die vermittelnde Zeichnung, das Modell oder Dokument) als neutrales Medium dient zwischen dem «authentischen» Bauwerk und den Vorstellungen, die selbst «realer» (authentischer) sind als ihre Medien.

Wie die in sich schlüssigen theoretischen Gedankengebäude von Benjamin bis Baudrillard und zurück oder die selbstredenden Vermächnisse der Kunst von Duchamp bis Warhol usw. belegen, wurde diese Vorstellung bereits längst in den Schatten gestellt, indem man Bilder und Objekte endlos repro-

duzierte, als Teil einer Struktur, welche Signatur nicht mit Identität gleichsetzt, sondern eher mit etwas, das ihr anscheinend zuwiderläuft: nämlich Wiederholung. Die heute übliche Funktion der Handschrift in der Architektur bezeugt eben gerade eine Verneinung der Wiederholung selbst, nicht der Wiederholung der «Hand» des Architekten, sondern die der Reproduktionsmodi, die den Herstellungsprozess und die künftigen Nutzungen eines Baus für immer umschreiben.

Das Repetitive, Unveränderliche der Unterschrift macht sie zur authentischen Geste (die Signatur der Kreditkarte) und setzt ihren legalen Status fest. Es ist die allgegenwärtige Wiederholung innerhalb der heutigen Bauproduktion und Architektur Rezeption (wie das ständige Wiederkehren des Alltäglichen), die unterdrückt wird, indem die Signatur zu den verallgemeinerten Begrifflichkeiten von Erscheinung, Organisation und Materialisierung reduziert wird. Im Gegensatz dazu, simuliert die Architektur die den Raum und die Materialisierung betreffenden Konsequenzen ihrer repetitiven (Re-)Produktion so vollständig, dass jetzt der (zuvor fetischisierte) Begriff der Repräsentation – und nicht der Raum oder die Identität – durch den heutigen Gebrauch der Signatur als Handschrift bedroht sind. Vielleicht signieren die Architekten deshalb ihre Zeichnungen, weil sie wissen, dass dieser Akt nicht in erster Linie Eigentum oder Autorschaft beglaubigt, sondern vielmehr die Echtheit der Zeichnung oder des Dokumentes als eine (wenn auch mindere) Form der Repräsentation verbürgt, zu einer Zeit, in der das Konzept praktisch verschwunden ist. Folglich setzen heutige Architekten ihre Unterschrift so bereitwillig auf ihre Zeichnungen, weil sie wissen, was diesen verlorengegangen ist (in einem letzten Versuch, deren frühere Aura zurückzuholen), während sie niemals den Bau selber mit ihrer Unterschrift versehen würden, weil sie unfähig sind, zu erkennen, was dieser nicht sein kann.

Es ist den heutigen räumlichen Praktiken in ihren repetitiven Umständen endloser Reproduktion und Simulation zuzuschreiben, dass der Handschrift des Architekten nichts mehr zu repräsentieren bleibt – dies ist eine Wirklichkeit, die es zu konstruieren gilt, nicht eine Tatsache, die man verneinen muss.

B. Sz.

(Aus dem Englischen: Christa Zeller)