

**Zeitschrift:** Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde = Folklore suisse : bulletin de la Société suisse des traditions populaires = Folclore svizzero : bollettino della Società svizzera per le tradizioni popolari

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

**Band:** 100 (2010)

**Heft:** [2]

**Artikel:** Stadt Bilder Bauen : digitale Architekturvisualisierungen und die Deutungsmacht über den urbanen Raum

**Autor:** Scheidegger, Tobias

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1003849>

### **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:** 08.02.2025

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

# Stadt Bilder Bauen

## **Digitale Architekturvisualisierungen und die Deutungsmacht über den urbanen Raum**

*Constructions d'images urbaines. Visualisations d'architecture digitales et pouvoir d'interprétation sur l'espace urbain – Les visualisations d'architecture ne sont pas uniquement des médiateurs neutres pour des projets de constructions prévus. Elles colportent toujours également certaines valeurs et idéologies. L'article suivant analyse quel pouvoir revient aux images d'architecture professionnelles dans les processus publics de négociation sur l'espace urbain. Ce qui apparaît, c'est que malgré la grande efficacité de ces représentations visuelles, leur pouvoir atteint ses limites là où les images produites s'avèrent incompatibles avec l'imaginaire collectif urbain.*

### **Volkskundliche Blicke auf Architekturbilder**

Als wichtige Werkzeuge sind Bilder und Modelle schon seit Jahrhunderten der Architektur und Stadtbaukunst zur Seite gestellt. Gleichsam als Verlängerung in einem weiteren Medium dienen sie der Vermittlung und Kommunikation von Bauwerken und den mit ihnen verbundenen gesellschaftlichen Ansprüchen. Bauprojekte werden der breiteren Öffentlichkeit heute vornehmlich mittels computergenerierter Visualisierungen kommuniziert.<sup>1</sup> Der rasante Fortschritt der Rechnerleistungen und der planerischen Anwenderprogramme (sog. CAAD-Programme<sup>2</sup>) führte dazu, dass im Laufe der 1990er-Jahre der Computer definitiv Einzug in die Architekturbüros hielt und Zeichentische allmählich verdrängte. Bald schon wurde Software entwickelt, die nicht nur für die eigentlichen Entwurfsprozesse von Bauwerken verwendet werden konnte, sondern auch für die Herstellung von «Reinzeichnungen». Diese elaborierten Endprodukte, die man in der Tradition des Design-Handwerks als «Renderings» bezeichnet,<sup>3</sup> vermitteln dem Auge des Betrachters mit raffinierten Licht- und Schatteneffekten, Materialstrukturen sowie Bäumen oder Himmel als naturgetreue Umgebungselemente eine realitätsnahe Simulation des projektierten Gebäudes. In seinem alltäglichen Medienkonsum begegnet auch der Architektur-Laie solchen Renderings; in Zeitungsberichten, Abstimmungsprospekten und auf Baustellen-Wänden informieren die bunten Visualisierungen über grössere Bauvorhaben. Wenn auch die Beschäftigung mit Architektur im weitesten Sinne für Volkskundler zuerst etwas befremdend erscheinen mag, zeigt sich

<sup>1</sup> Beispiele für solche professionellen Visualisierungsarbeiten finden sich beispielsweise unter URL: <http://www.totalreal.ch>; URL: <http://www.visualisierung.ch> (Stand: 14. April 2010).

<sup>2</sup> CAAD: Abk. für: Computer aided architectural design (dt.: computergestütztes architektonisches Entwerfen).

<sup>3</sup> Für eine Darstellung architekturhistorischer und -theoretischer Dimensionen der gezeichneten Renderings vgl. *Die verführerische Zeichnung* (Daidalos, Nr. 25, Sept. 1987).

hier doch die Relevanz besagter Bildgattung für unsere Disziplin: Eine alltagsmediale Perspektive auf diese Bildwelten weist über den engen Rahmen von Bild- oder Architekturtheorie hinaus und nähert sich relevanten Fragen nach der alltäglichen Konstitution und Kontestation von Bildern des Städtischen.

### **Mächtige Bilder**

In Gesprächen mit Produzenten solcher Architekturvisualisierungen wird stets das gleiche Argument zugunsten dieser Bildgattung angeführt: In ihrer Bildhaftigkeit seien Visualisierungen anschaulicher als Pläne. Dadurch förderten sie das Verständnis eines Bauprojektes durch Laien und dienten somit letztlich der Demokratisierung der öffentlichen Kommunikation von und über Architektur.

Dieser Lesart stehen berechnete Einwände gegenüber. Betrachtet man eine Vielzahl solcher Renderings eingehend, wird es fraglich, ob diese Bilder bloss der neutralen Kommunikation der physischen Dimensionen eines geplanten Gebäudes dienen. Etliche Visualisierungen sind hochgradig ästhetisch aufgeladen; strahlender Sonnenschein, gleissende Fassaden oder sphärisch-sakrales Leuchten versuchen den Betrachter einzunehmen. Neben dieser ästhetischen Aufladung ist auch die bloße Tatsache ihrer professionellen Machart nur bedingt mit dem Anspruch eines demokratisierenden Bildgebrauchs vereinbar. Der Stadtgeograf Ola Söderström spricht dem Visuellen in der Stadtplanung eine «signifikative Autorität»<sup>4</sup> zu, also die Macht, durch die unwidersprochene Selbstverständlichkeit elaborierter Bilder Bedeutungen festzulegen und Diskussionen zu unterbinden. Dieser meinungsbildende Effekt wird nicht zuletzt verstärkt durch die in den Visualisierungen angestrebte Foto-Realität: Abgebildete Gebäude wirken derart real, dass sie sich in einem Akt der Selbst-Setzung bereits als gebaut präsentieren und so die Wirkung einer *self-fulfilling prophecy* entfalten können. Ohne dies empirisch belegen zu können, scheint es doch sehr wahrscheinlich, dass diese verschiedenen Charakteristika von Renderings eine spezifische «Leseweise» derselben durch die Bildkonsumenten begünstigen; nämlich eine sensualistische Rezeption, die dem kritisch-hermeneutischen Zugang zum Bild, wie er einem demokratisierenden Bildverständnis eher entsprechen würde, entgegengesetzt ist. Dieser kurze Abriss einiger Bildeigenschaften digitaler Architekturvisualisierungen lässt es als naheliegend erscheinen, die Bilder nicht bloss als neutrales Medium von Architektur zu betrachten, sondern auch als Machtmittel, welche die öffentliche Wahrnehmung von städtischem Raum und dessen Bebauung zu beeinflussen suchen.<sup>5</sup>

### **Architektur-Ikonen als Identifikationsangebot**

Wie hat man sich eine solche Einflussnahme vorzustellen? Die professionellen Darstellungen städtischer Bauprojekte, wie sie von Grossunternehmen

<sup>4</sup> Söderström: *Des images pour agir*, S. 10.

<sup>5</sup> Zum inszenierten Einsatz bildlicher Mittel für die Propagierung bestimmter Stadtentwicklungsdiskurse am Beispiel Berlins vgl. Becker: *Bignes?*

und Baukonsortien in Auftrag gegeben und von Visualisierungsbüros umgesetzt werden, zielen in mehrere Richtungen. In Bezug auf die Stadt kann man eine angestrebte Innen- und Aussenwirkung unterscheiden. Die Visualisierung eines geplanten Hochhauses oder Kongressgebäudes soll einerseits die Botschaft eines innovativen Unternehmens oder einer prosperierenden Metropole in die (Welt-)Öffentlichkeit hinaustragen. Der Wichtigkeit des Bildes entspricht die Vorherrschaft des Zeichenhaften in der Architektur der Gegenwart: Im Zeitalter globaler Städtekonkurrenz sollen Architektur-Ikonen mithelfen, eine bestimmte Stadt aus dem weltweiten Strom von Kapital und Zeichen etwas herausragen zu lassen und deren Bekanntheitsgrad für potenzielle Investoren zu erhöhen. Zugleich wird mit solchen Bildern immer auch eine Binnenwirkung angestrebt. Durch Architekturzeichen und vor allem deren visuelle Vermittlung soll eine Identifikation der Stadtbewohner mit der in den Bauten zum Ausdruck gebrachten Ideologie und Politik erreicht werden.<sup>6</sup> Milliarden schwere *Corporate Architecture* und deren Visualisierungen sind in dieser Lesart «Objektivierungen (...) von Ordnungen, Werten und Normen».<sup>7</sup>

### **Bilder im Kopf: Der Eigensinn des Imaginären**

Es wäre nun aber unzutreffend, die Stadtbewohner bloss als passive Konsumenten von (gebauten wie virtuellen) Architekturbildern und den in ihnen materialisierten Ideologien zu verstehen. Vielmehr sind die Bewohner eine Kraft neben vielen anderen – wie beispielsweise Stadtmarketing, Journalisten oder Filmemacher –, die in alltäglichen Praktiken «Stadtbilder» mitkonstruieren. «Stadtbilder» ist hier weiter gefasst als nur die visuelle Repräsentation realen oder virtuellen Stadtraumes, sondern bezieht sich in erster Linie auf *mentale* Stadtbilder. Um diesem vielleicht etwas konfusem Terminus schärfere Konturen zu verleihen, ist ein Rückgriff auf Thomas Hengartners Darstellung besagten Begriffes angebracht. Der Volkskundler unterscheidet zwei Komponenten der «Stadt im Kopf», wie er den Sachverhalt in einem gleichnamigen Aufsatz auch benennt. So setzen sich mentale Stadt-Bilder einerseits aus den zu «Stadt-Erfahrungen» geronnenen sinnlich-biografischen Erfahrungen des einzelnen Stadtbewohners und andererseits – und dies interessiert im vorliegenden Zusammenhang mehr – aus «Stadt-Ideen» zusammen. Letztere entstehen durch eine verdichtende Abstraktion sowohl eigener Erfahrungen wie auch von «kulturellen Muster[n], Topoi, Stereotypen»<sup>8</sup> zu einem festen Ideen-Gebilde einer bestimmten Stadt.

Ausgehend von dieser Definition lässt sich mühelos an die Ausführungen Rolf Lindners zum sogenannten städtischen «Imaginären» anknüpfen. Lindner greift in mehreren jüngeren Aufsätzen angelsächsische und französische Diskussionen um die Wirkmacht der imaginierten Stadt auf, welche unsere Wahrnehmung von Stadt ebenso prägen wie die gebaute Stadtgestalt. Der

---

<sup>6</sup> Vgl. Hubbard: Urban design and city regeneration.

<sup>7</sup> Krausz: Wenn Bilder sprechen, S. 154.

<sup>8</sup> Hengartner: Zur Wahrnehmung städtischer Umwelt, S. 17.

Berliner Volkskundler umschreibt dieses Geflecht kollektiver Vorstellungen und sein Verhältnis zum physischen Stadtraum wie folgt: «Als von Geschichte und Geschichten durchtränkter, kulturell kodierter Raum bildet die Stadt einen Vorstellungsraum, der den physikalischen insofern überlagert, als er der durch die begleitenden Bilder und Texte hindurch erlebte und erfahrene Raum ist. Städte sind keine unbeschriebenen Blätter, sondern narrative Räume ...»<sup>9</sup> In diesem narrativen Eigensinn städtischen Raumes liegt denn die Schwierigkeit artifizieller Neuschöpfung von Stadt-Bildern begründet; auch die elaboriertesten Hochglanz-Stadtbilder, wie sie den professionellen Bilder-Schmieden der Stadtplanung und Architektur entspringen, vermögen das historisch gewachsene Bedeutungsgeflecht des städtischen Imaginären nicht einfach zu übertünchen oder gar auszulöschen. Vielmehr handelt es sich nach Lindner bei diesem kulturell kodierten Raum auch um einen «definierende[n] Raum, der über die Möglichkeiten und Grenzen dessen mitentscheidet, was in ihm stattfinden und was auf ihn projiziert werden kann».<sup>10</sup> Diese Resistenz des Imaginären verweist so auf die mehr als bloss semantische Differenz zu dem von professionellen Stadtgestaltern stets bemühten Image. Letzteres ist in den Augen Lindners blosses Kommunikationsstrategie und ökonomisches Steuerungsinstrument, das im Gegensatz zum Imaginären nur Oberflächen-Effekte erzeuge. Versuche, einer Stadt beispielsweise mittels Architektur und deren bildhafter Vermittlung ein neues Image überzustülpen, sind somit nicht vor der Gefahr des Scheiterns gefeit.

### **Der Turmbau zu Basel**

Die Macht der Bilder ist also keineswegs unbeschränkt. Es besteht stets die Möglichkeit, dass die mit dem Bau angestrebte Botschaft im alltäglichen Leben der Stadtbewohner anders interpretiert oder diese gar offen herausgefordert werden kann. Um diesen Sachverhalt zu illustrieren, sei auf ein jüngeres Beispiel aus Basel verwiesen. Ein grosses Pharma-Unternehmen wollte in Zusammenarbeit mit internationalen Stararchitekten am Rheinknie einen neuen, spektakulären Hauptsitz erbauen. Die Visualisierung des geplanten Hochhauses fand im Jahre 2006 in verschiedensten Medien grosse Aufmerksamkeit. Dennoch verstrickte sich das projektierte Vorhaben in kürzester Zeit im widerborstigen Geflecht des Imaginären; in der Öffentlichkeit überwogen bald skeptische Zurückhaltung oder gar offene Ablehnung, was sich beispielsweise in der populären Rede vom «Tamiflu-Tower» niederschlug. Es ist wohl nicht abwegig, einen Grund für diese Kritik auch in den betreffenden Visualisierungs-Strategien zu suchen: Eine Visualisierung zeigte im rechten Vordergrund das geplante Hochhaus, während links im Bildhintergrund das weiter flussabwärts gelegene, stolz über Basel thronende Münster bloss als winzige Spielzeugminiatur knapp zu erkennen war. Eine derartige Neu-Komposition stadträumlicher Charakteristika in Form einer Ablösung der anhin gestaltprägenden Münsterberg-Silhouette durch den

<sup>9</sup> Lindner: Textur, *imaginaire*, Habitus, S. 86.

<sup>10</sup> Lindner: Die kulturelle Textur der Stadt, S. 141.

neuen Pharma-Bau wurde wohl weitem als arrogante Anmassung unternehmerischer Macht aufgefasst. Diese Meinung wurde zumindest in verschiedenen Leserbriefen oder journalistischen Kommentaren zum Ausdruck gebracht.

Bilder haben eine grosse Macht, als effektive Mittel der «Willens- und Wissensbildung» (Tom Holert) ist ihre Produktion und Kontrolle ein zentraler Schauplatz von Kämpfen um Bedeutungszuschreibungen. Dies gilt wie gezeigt auch für das Feld der Stadtentwicklung und Architektur. Computergenerierte Visualisierungen vermögen aufgrund ihrer besonderen Machart ein Laienpublikum zu beeinflussen und für bestimmte Vorhaben einzunehmen. Dennoch sind der Wirkmacht dieser Bild-Strategien Grenzen gesetzt. Als historisch gewachsene Verdichtung mentaler Stadt-Bilder kann das Imaginäre als Korrektiv gegenüber zu forschenden Neukonzeptionen des urbanen Raumes auftreten und oktroyierende Eingriffe in das Geflecht kollektiver Stadt-Bedeutungen zurückweisen oder mitunter gar zu Fall bringen.

Tobias Scheidegger  
t.scheidegger@access.uzh.ch

#### **Literatur**

Becker, Jochen: Bignes? Kritik der unternehmerischen Stadt. In: ders. (Hg.): Bignes? Size does matter. Image/Politik. Städtisches Handeln. Kritik der unternehmerischen Stadt. Berlin 2001, S. 6–25.

Hengartner, Thomas: Zur Wahrnehmung städtischer Umwelt. In: Olaf Bockhorn, Gunter Dimt, Editha Hörandner (Hg.): Urbane Welten. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1998. Wien 1999, S. 9–42.

Hubbard, Phil: Urban design and city regeneration: Social representations of entrepreneurial landscapes. In: *Urban Studies* 33 (1996), S. 1441–1461.

Krausz, Reiner: Wenn Bilder sprechen. Urbanität als Projektionen des Städtischen. In: Heinz Schilling (Hg.): Urbane Zeiten. Lebensstilentwürfe und Kulturwandel in einer Stadtregion. Frankfurt 1990 (Kulturanthropologie Notizen, 34), S. 145–170.

Lindner, Rolf: Die kulturelle Textur der Stadt. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 104 (2008), S. 137–147.

Lindner, Rolf: Textur, *imaginaire*, Habitus. Schlüsselbegriffe der kulturanalytischen Stadtforschung. In: Helmuth Berking, Martina Löw (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Neue Wege für die Stadtforschung. Frankfurt, New York 2008, S. 83–94.

Söderström, Ola: Des images pour agir. Le visuel en urbanisme. Lausanne 2000.