

# Monomultikulturalismus? : zu den konstruierten Nachbarschaften von MVRDV

Autor(en): **Primas, Urs**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **89 (2002)**

Heft 06: **Markt und Macht = Le marche et le pouvoir = Market and power**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-66430>

## **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.

# Monomultikulturalismus?

Zu den konstruierten Nachbarschaften von MVRDV

Die «Ökologie der Unterschiede» ist ein zentrales Thema in den Wohnungsbauprojekten von MVRDV. Diese Strategie geht auf die heterogenen Bedürfnisse heutiger Wohnkonsumenten ein, vermarktet diesen Pluralismus aber auch mit Hilfe architektonischer Bilder, welche die Monotonie und Standardisierung im Wohnungsbau manchmal bloss maskieren.



| 1

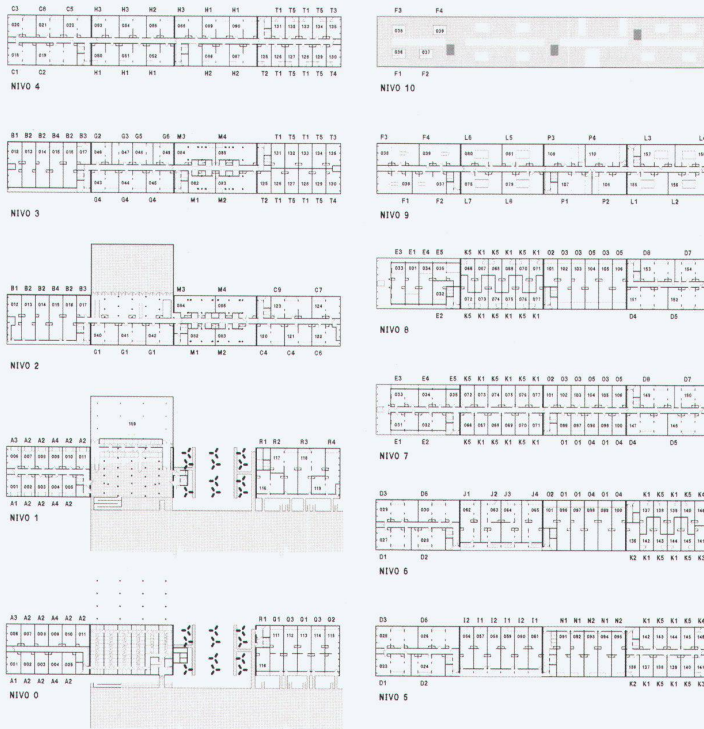


| 2

«Anstatt verschiedene Werbekampagnen für verschiedene Märkte zu entwerfen, konnten die Werbekampagnen die Vielfalt selbst an alle Märkte zugleich verkaufen. Das Rezept behielt die Kosten sparende Regel des Cowboy-Kultur-imperialismus alten Stils bei, dass eine Grösse allen passt, lief jedoch ein viel geringeres Risiko, lokale Empfindlichkeiten zu verletzen. Anstatt die Welt aufzufordern, Amerika zu probieren, fordert das neue Rezept, wie der Slogan von Skittles: (Probier den Regenbogen). Dieser zuckersüsse Multikulturalismus ist als eine höflichere, sanftere Verpackung des Homogenisierungseffekts in die Bresche gesprungen, den die indische Physikerin Vandana Shiva als (die Monokultur) bezeichnet, und bei dem es sich tatsächlich um einen Mono-Multikulturalismus handelt.» **Naomi Klein**

1, 2 | Wohnblock «Silodam», Amsterdam

Naomi Klein: No Logo! «Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern», Riemann Verlag, München 2001. S. 133.



**Silodam**

Amsterdam, 2002  
 Architekten: MVRDV, Winy Maas, Jacob van Rijs,  
 Nathalie de Vries, Rotterdam  
 Mitarbeit: R. van der Stoep, B. Spee, T. Mossel,  
 F. de Witte  
 Technische Ausarbeitung: Bureau Bouwkunde B.V.  
 Rotterdam  
 Bauherr: Amvest Vastgoed, Amsterdam  
 Fotos: Rob t'Hart, Rotterdam

Der zehngeschossige, zwanzig Meter tiefe Baukörper wird vom Wasser des IJ umspült. Er enthält 157 Eigentums- und Mietwohnungen. Manipulationen des Erschliessungssystems erzeugen viele verschiedene Wohnungstypen – ein- bis dreigeschossig, ein- oder zweiseitig ausgerichtet, mit Wintergärten, Balkonen, Patios oder Dachterrassen. Beim Ausbau der Eigentumswohnungen wurden Käuferwünsche berücksichtigt. Die ursprüngliche Idee, zusätzlich zum Wohnen öffentliche Programme über das gesamte Bauvolumen zu verteilen, wurde vom Bauherrn abgelehnt. Der Bootshafen und das eingeschobene, eigentlich als Restaurant gedachte Volumen wurden jedoch realisiert.

30

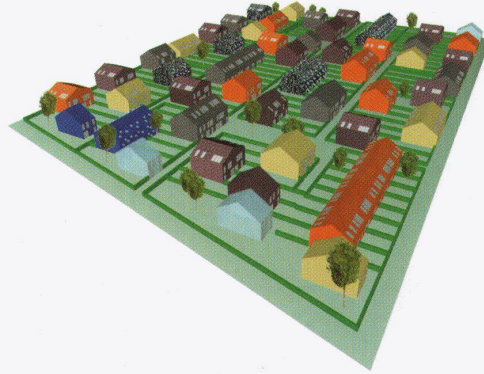


Das European-Projekt «Berlin Voids» von MVRDV aus dem Jahre 1991 ist ein Manifest des Pluralismus. Eine «umgedrehte Mietskasernen» enthält ein Puzzle aus 284 extrem unterschiedlichen Wohnungen: die Wohnung ohne Dach, die Wohnung mit dem Superfenster, die katholische Wohnung... Heute zieht man während eines Menschenlebens durchschnittlich fast achtmal um – mehr als dreimal so oft wie 1950. Damit sei, so MVRDV, die Idee der Standardwohnung («one-size-fits-all») obsolet geworden<sup>8</sup>. Berlin Voids delegiert einen Teil der Planungsmacht der zentral organisierten Wohnungsproduktion an die zukünftigen Bewohner. Anstelle einer Monokultur von identischen «idealen Heimen» wird eine Auswahlendung angeboten. So erhalten – jedenfalls theoretisch – individuelle Vorlieben einen grösseren Stellenwert: Zumindest die ersten Käufer oder Mieter können eine Wohnung auswählen, die ihnen besser entspricht als die Standardlösung. Berlin Voids entwirft aber nicht allein reale Wahlfreiheit, sondern – vor allem? – auch ihr architektonisches Bild: Das stolze Scheibenhochhaus, schreibt Winy Maas in «Farmax», prä-

sentiere sich der von «inhumanen Mietskasernen» dominierten Ostberliner Umgebung als «mit Idealen voll gepackte vertikale Nachbarschaft» – als eine Art «Wohnhaus des Westens» also, ein gebauter Werbeträger für die pluralistischen Versprechungen der Marktwirtschaft.

Zwei unlängst realisierte Wohnungsbauprojekte von MVRDV bieten sich für eine kritische Diskussion dieser zweiseitigen Strategie an. Beide Projekte – der Wohnblock am Silodam in Amsterdam, und die Reihenhäuser in Ypenburg am Rand von Den Haag – entdecken in der Banalität der heutigen Wohnungsproduktion in Holland «Momente der Architektur», indem sie Bedingungen dieser Produktion übersteigern. Das allein ist eine aussergewöhnliche Leistung, die den Architekten neben Talent und Erfahrung ein kompromissloses Verhandlungsgeschick abverlangt. Harm Tilman weist zu Recht darauf hin, dass etwa in Ypenburg eine Anzahl wenig spektakulärer Massnahmen – die Konzentration aller Parkplätze entlang den Ufern, die visuelle Gleichbehandlung von billigen Mietwohnungen und teureren

Wohnüberbauung Hageneiland: Das Ufer der «Heckeninsel» im Wasserquartier wurde als urbane Parkierzone eingerichtet, wodurch im Inneren eine autofreie, verschlafene Welt von Pfaden, Plätzchen und Gärten entstand. 119 archetypische Reihenhauswohnungen wurden verteilt auf 37 unterschiedlich grosse Häuser, die abwechslungsweise mit Dachziegeln, Welleternit, verzinktem Stahl, Holzschindeln und mit blauem und grünem Polyurethan überzogen wurden.



«Wasserquartier» Ypenburg: MVRDV-Masterplan mit thematischen Baublöcken



Eigentumswohnungen – Qualitäten jenseits der architektonischen Verpackung erzeugen, die von einer moralisierenden Kritik der Oberfläche vorschnell unter den Tisch gekehrt werden<sup>2</sup>. Wenn es im Folgenden dennoch vor allem um «Äusserlichkeiten» geht, dann darum, weil bei beiden Projekten die Fassade zum Angelpunkt einer Marketingstrategie geworden ist, die nicht mehr eine bestimmte Qualität, sondern Differenz an sich vermarktet.

### Methodischer Eklektizismus

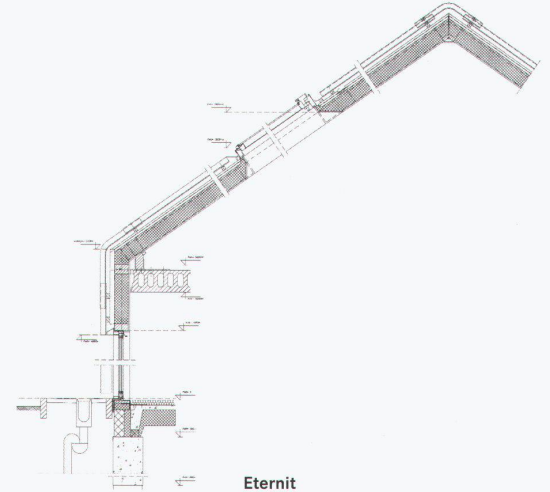
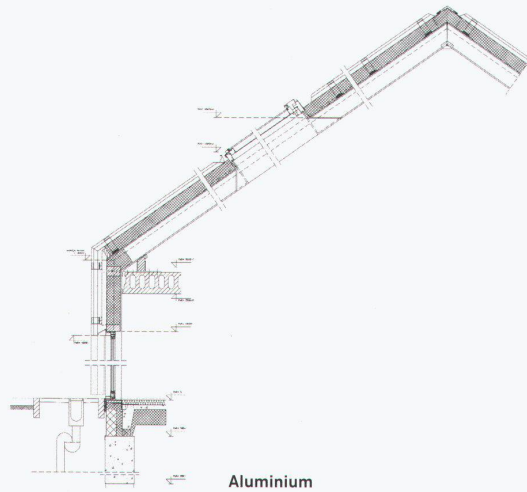
In beiden Projekten sind die Anstrengungen bei der Behandlung der Oberflächen unübersehbar: Während beim Wohnblock am Silodam ein Patchwork aus unterschiedlichen Materialien die verschiedenen «Nachbarschaften» innerhalb der grossen Betonstruktur abbilden soll, werden in Ypenburg identische suburbane Reihenhäuser rundum mit unterschiedlichen Materialien überzogen und damit zu skulpturalen Karikaturen ihrer selbst verschliffen. Beim Silodam verleiht die Materialcollage dem grossen

Block den Charme von in Jahrzehnten zusammengebastelten alten Industriebauten: ein bewusster Mangel an Perfektion, in seiner Wirkung den «Manierismen» vergleichbar, mit denen Le Corbusier sich seit den Dreissigerjahren von der klassischen Moderne distanziert hatte. In Ypenburg ist der Effekt dagegen genau umgekehrt: Der Verzicht auf die Artikulation von Vordächern, Dachrinnen und anderem Zugemüse verleiht den ansonsten unpräzisen vorstädtischen Häuschen einen Hauch artistischer Präzision. Der Eklektizismus von MVRDV ist nicht formal, sondern methodisch: Er definiert seine Haltung, seine Ideologien und Faszinationen von Fall zu Fall aufs Neue.

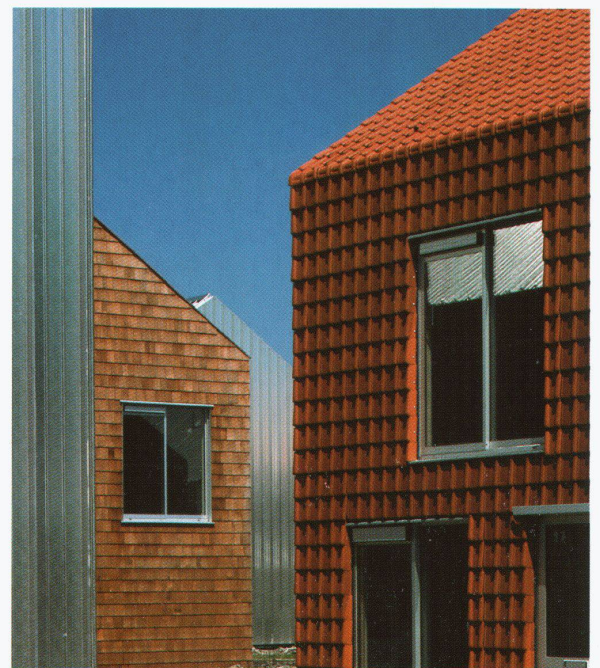
Der Wohnblock am Silodam verheiratet die sozialistische Idee des grossen Wohnhauses als «sozialem Kondensator» mit der Nachbarschaftsideologie der Fünfzigerjahre und mit Aldo van Eycks Metapher vom Haus als «kleiner Stadt»: Der gesell-

<sup>2</sup> Winy Maas, MVRDV et al.: «FARMAX, Excursions on Density», Rotterdam, 1994

<sup>3</sup> Harm Tilman: «Architecture parlante in de buitenwijk», de Architect 2/2002



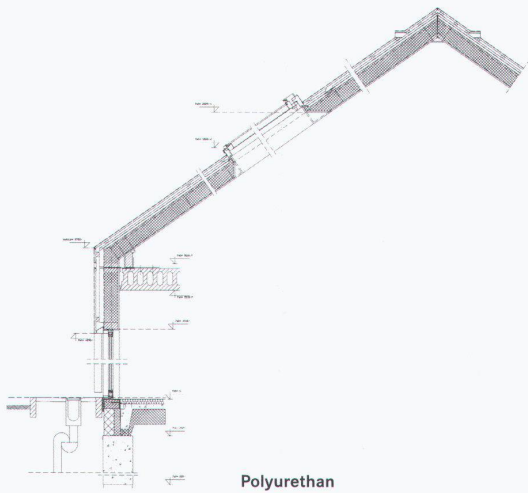
32



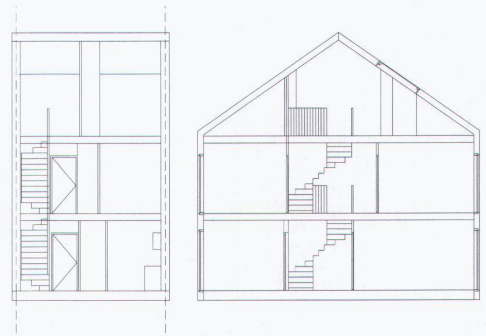
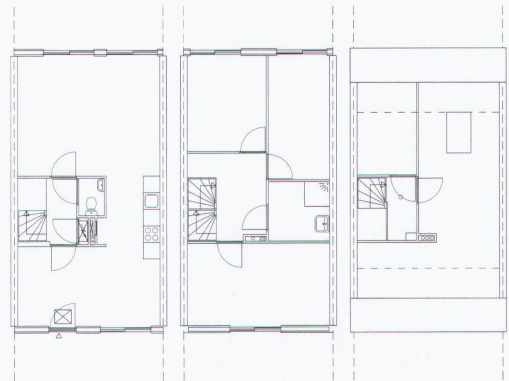
schaftliche Pluralismus wird übersetzt in eine Reihe von «Nachbarschaften» – Gruppen von spezifischen Wohnungstypen –, denen jeweils ein charakteristisches Erschliessungssystem, eine Farbe und ein Fassadenmaterial zugeordnet wird. Die Stapelung all dieser Lebensstile in einem Block ergibt ein labyrinthisches Gebäude, dessen Korridore zu langen Wanderungen einladen: Die an Parkgaragen erinnernde Tristesse der geschossweise verschiedenfarbig bemalten «rues intérieures» wechselt ab mit mittelständischer Vorgartenromantik auf den mehrgeschossigen, überbreiten Laubengängen, mit dem irisierenden Hellblau einer lichtdurchfluteten Passage im Dachgeschoss oder mit der geheimnisvollen Stimmung der Brücken in den unteren Geschossen, die von auf der Wasserfläche reflektiertem Tageslicht spärlich erhellt werden.

Während man beim Silodam überschaubare Nachbarschaften innerhalb eines grossen Wohnblockes schaffen will, wird die «Ökologie der Unterschiede» in Ypenburg zur Bildstrategie, die im Häuserbrei einer 15 000 Wohnungen zählenden Stadterweite-

rung «Identität» stiften soll. Der grösste Teil der Wohnungen muss innerhalb kaum diskutierbarer Vorgaben von Ausnützungsziffer, Budget, Raumprogramm und Konstruktionsweise als Reihenhäuser realisiert werden. Der Masterplan von Fritz Palmboom hat das Grundstück eines ehemaligen Militärflughafens in eine Reihe von Teilgebieten mit unterschiedlichen Landschaftsthemen – Moor, Wald, Wasser usw. – aufgeteilt. Der Teilplan für das «Wasserquartier», der von MVRDV zusammen mit dem Investor Amvest entwickelt wurde, verstärkt in einem ersten Schritt das Thema: Anstelle von Gärten erhalten die Häuser Stege, und die Wasseroberfläche wird im Vergleich zum Masterplan beträchtlich vergrössert. In einem zweiten Schritt wird das Teilgebiet weiter in Baublöcke unterteilt, denen wiederum ein thematischer Slogan, ein Architekturbüro und ein Fassadenmaterial zugeordnet werden: «Wasserhöfe», «Patioinsel», «Heckeninsel», und so weiter. Auf der durch MVRDV selbst bearbeiteten «Heckeninsel» wird schliesslich die Idee der Verschiedenheit selbst zur Identität, indem nicht bloss eine, sondern fünf ver-



Polyurethan



Typisches Reiheneinfamilienhaus



#### Wohnüberbauung Hageneiland

Ypenburg, 2002  
 Architekten: MVRDV, Winy Maas, Jacob van Rijs,  
 Nathalie de Vries, Rotterdam  
 Mitarbeit: F. de Witte, E. Strijkers, D. Doepel,  
 B. Felsingier.  
 Technische Ausarbeitung: Bureau Bouwkunde B.V.  
 Rotterdam  
 Bauherr: Rabo Vastgoed, De Principaal B.V.  
 Fotos: Nicolas Kane, Kingston-upon-Thames

schiedene Fassadenbekleidungen appliziert werden. Die Architekten treiben hier ihren eigenen Automatismus der Differenzierung so weit, dass er fast schon ironisch wird: ein Sinnbild der panischen Angst vor Monotonie, Wiederholung und Grösse, welche die niederländische Baukultur seit dem so genannten Scheitern der Grosssiedlung Bijlmermeer prägt.

Charles Jencks und Nathan Silver forderten 1972 in ihrem Manifest des «Adhocismus» eine «Demokratie der Konsumenten», ein dezentralisiertes Entwerfen auf der Basis der unmittelbaren Erfüllung individueller Wünsche: «You sit there and need – we do the rest...»<sup>4</sup> Das klingt – zumindest auf dem Gebiet des Wohnungsbaus – auch dreissig Jahre später noch ziemlich utopisch. Genau so wie die Idee der basisdemokratischen Mitbestimmung von Bewohnern in den Siebzigerjahren rasch von der industriellen Wohnungsbaumaschinerie absorbiert wurde, scheint der Angebotspluralismus von MVRDV in der Konfrontation mit der Realität eine Erosion zu erleiden. Während man den Silodam noch als auf die niederländische Realität zurückbuch-

stabilen Remix der Ideen von Berlin Voids lesen kann, maskiert die Differenzierung der Bilder in Ypenburg bloss noch eine weitgehende Homogenisierung auf der Ebene von Programm und Typologie. Sie verdreht damit ihre eigenen, idealistischen Ausgangspunkte in hohle Werbefloskeln. **U.P.**

#### Urs Primas, \*1965

Architekturstudium an der ETH Zürich, seit 1995 in Amsterdam als Architekt, freier Journalist, und Teilhaber von «Le Zoom», interdisziplinäres Label für urbane Projekte.

4 Charles Jencks und Nathan Silver: «Adhocism», New York und London, 1972

# Français

Urs Primas (pages 28–33)  
Traduction française: Paul Marti

Journal

## Monoculturalisme?

Les voisinages construits de MVRDV

Thema

«L'écologie des différences» est un thème central dans les projets de logement de MVRDV. Cette stratégie joue sur les besoins hétérogènes des consommateurs actuels. Toutefois, elle «commercialise» aussi ce pluralisme en recourant à des images architecturales qui, parfois, ne font que masquer la monotonie et la standardisation de la construction de logement.

«Au lieu de concevoir pour chaque marché des campagnes pourrions vendre sur tous les marchés la diversité en tant que telle. La formule permettrait de conserver l'ancienne règle, issue de l'impérialisme culturel (cow-boy), selon laquelle une taille unique sied à tout le monde. Elle courrait toutefois le risque bien moindre de froisser les susceptibilités locales. Au lieu d'inviter le monde à «essayer l'Amérique», la nouvelle recette propose, pour reprendre le slogan des Skittles, d'essayer l'arc-en-ciel. Ce multiculturalisme à l'eau de rose s'est imposé comme un emballage plus agréable et plus acceptable de ce que le physicien indien Vandana Shiva appelle «la monoculture». Nous sommes en effet en présence d'un mono-multiculturalisme» (Naomi Klein)<sup>1</sup>

Le projet Européen «Berlin Voids» de MVRDV de 1991 est un manifeste du pluralisme. Cette «caserne locative retournée» comporte un puzzle de 284 logements extrêmement différents: l'appartement sans toit, l'appartement avec la super fenêtre, l'appartement catholique... Aujourd'hui, les hommes déménagent presque huit fois dans leur vie, soit près de trois fois plus qu'en 1950. D'après MVRDV, cela a rendu obsolète le logement standard («one-size-fits-all»)². Berlin Voids délègue une partie de l'aménagement aux futurs usagers des logements d'une production organisée de manière centralisée. À la place de la monoculture de «foyers idéaux» identiques, on offre un choix. On accorde ainsi une importance accrue, en théorie en tout cas, aux préférences individuelles: au moins les premiers acheteurs ou locataires peuvent choisir un appartement qui leur correspond mieux que la solution standard. Berlin Voids ne propose pas seulement une réelle liberté de choix mais – surtout? – aussi son image architecturale: Winy Maas écrit dans «Farmax» que cet immeuble barre définit «une unité de voisinage pleine d'idéaux» dans l'environnement de Berlin-Est dominé par des «casernes locatives inhumaines». Il constitue, en quelque sorte, «un immeuble résidentiel de l'ouest» et donc un support publicitaire pour le pluralisme qui caractérise l'économie de marché.

Forum

Deux projets d'ensemble résidentiel construits récemment par MVRDV permettent de critiquer cette stratégie à double tranchant. Les deux projets – un bloc à Amsterdam le long de la Silodam et des maisons de rangées à Ypenburg dans la banlieue de La Haie – thématisent la banalité des logements contemporains aux Pays-Bas dont ils exacerbent les conditions de production. En soi, cela constitue déjà une performance exceptionnelle qui requiert de la part des architectes, en plus de talent et d'expérience, une très grande capacité de négociation. Harm Tilman relève à juste titre que, par exemple à Ypenburg, une série de mesures peu spectaculaires – le regroupement des places de stationnement le long des berges, le traitement identique sur le plan visuel d'appartements locatifs économiques et d'appartement destinés à la vente – produit des qualités au-delà de l'emballage architectural. Qualités qui sont trop rapidement évacuées par une critique moralisante³. Dans les développements qui suivent, il est surtout question de l'aspect extérieur des bâtiments. La façade constitue dans les deux projets l'élément central d'une stratégie de marketing qui ne «commercialise» plus une qualité déterminée mais la différence en tant que telle.

### Eclectisme méthodique

Dans les deux projets, le traitement des surfaces a fait l'objet d'une attention particulière: à Amsterdam, un patchwork de matériaux rend compte des différentes «unités de voisinages» réunies dans la grande structure en béton, à Ypenburg, des maisons en bande identiques sont entièrement recouvertes de matériaux différents et ainsi réduites à des caricatures sculpturales d'elles-mêmes. Dans le premier ensemble, le collage de matériaux confère au grand bloc le charme des anciennes constructions industrielles bricolées au fil du temps. Ce manque délibéré de perfection est comparable dans son effet aux «maniérismes» qui permirent à Le Corbusier de se distancer du modernisme à partir des années 30. A Ypenburg, l'effet est exactement contraire: le renoncement aux décrochements des avant-toits, des gouttières et autres fioritures, la précision du traitement confèrent aux maisons de banlieue, par ailleurs sans prétention, une aura artistique. L'éclectisme de MVRDV ne relève pas de la forme mais de la méthode: il redéfinit de cas en cas sa position, ses idéologies et ses fascinations.

L'immeuble Silodam associe l'idée socialiste de la grande maison en tant que «condensateur social» à l'idéologie des unités de voisinage des années 50 et à la métaphore d'Aldo van Eyck de la maison comme «petite ville». Le pluralisme social se traduit dans une série d'unités de voisinage et dans des types différents de logements auxquels est attribué chaque fois un système de desserte caractéristique, une couleur et un matériau de façade. L'empilement de tous ces styles de vie dans un bloc produit un bâtiment labyrinthique dont les corridors invitent à la pérégrination. La tristesse, évoquant les garages, des



«rues intérieures» peintes de couleur différentes à chaque étage alterne, sur les coursives larges et hautes de plusieurs étages, avec le romantisme des jardins sur rue de l'habitat de classe moyenne. Il contraste également, en attique, avec le bleu clair irradiant d'un passage inondé de lumière ou avec l'ambiance mystérieuse des ponts aux étages inférieurs faiblement éclairés par la lumière du jour réfléchie sur l'eau.

À Silodam, il s'est agi de créer, au sein d'un grand bloc d'habitation, des unités de voisinages à l'échelle humaine. À Ypenburg, «l'écologie des différences» constitue au contraire une stratégie d'image qui est un vecteur «d'identité» dans une extension urbaine informelle de 15 000 logements. La plupart des logements doivent être réalisés sous forme de maisons mitoyennes avec des contraintes sévères quant au coefficient d'utilisation, au budget, au programme et au mode de construction. Le plan directeur de Fritz Palmboom divise la parcelle d'un ancien aéroport militaire en sous-zones qui représentent autant de thèmes paysagers différents – marais, forêt, eau, etc. Dans un premier temps, le plan localisé pour le «quartier de l'eau», que MVRDV développa avec l'investisseur Amvest, renforce le thème: au lieu de jardins, les maisons reçoivent des pontons et la surface de l'eau est considérablement agrandie par rapport au plan directeur. Dans un second temps, la sous-zone est elle-même divisée en blocs de constructions auxquels sont attribués un slogan en forme de thème, un bureau d'architecture et un matériau de façade: «plans d'eau», «île du patio», «île des haies», etc. Dans «l'île des haies» traitée par MVRDV la diversité en tant que telle constitue en définitive l'identité: pas moins de cinq revêtements différents sont appliqués. Les architectes vont si loin dans leur pratique de la différenciation qu'elle en devient presque ironique: un symbole de la peur panique de la monotonie, de la répétition et de la grande échelle qui marque la culture constructive néerlandaise depuis le soi-disant échec de la grande cité Bijlmermeer.

Dans leur manifeste de «l'adhocisme», Charles Jencks et Nathan Silver revendiquèrent en 1972 une «démocratie des consommateurs», une conception décentralisée basée sur la satisfaction immédiate des désirs individuels: «vous êtes assis et désirez – nous nous occupons du reste»<sup>4</sup>. Trente ans plus tard, cette conception, du moins dans le domaine du logement, reste assez utopique. Le pluralisme de l'offre de MVRDV semble s'éroder à l'épreuve de la réalité, exactement comme l'idée de la démocratie de base et de la participation des habitants fut rapidement absorbée dans les années 70 par l'appareil industriel de la construction de logement. Alors que l'on peut encore lire l'immeuble Silodam comme un remix des idées de Berlin Voids adapté à la situation néerlandaise, la différenciation des images à Ypenburg ne masque plus qu'une homogénéisation poussée au niveau du programme et de la typologie. Elle détourne, par-là, ses propres fondements idéalistes en formules publicitaires vaines.

- 1 Naomi Klein: «No Logo! Taking Aim at the Brand Bullies», HarperCollins/Flamingo, London, 2000.
- 2 Winy Maas «MVRDV et al. FARMAX, Excursions on Density» Rotterdam 1994.
- 3 Harm Tilman «Architecture parlante in de buitenwijk» dans de Architect 2/2002.
- 4 Charles Jencks et Nathan Silver Adhocism New York et Londres, 1972.

Iika et Andreas Ruby (pages 38–43)  
Traduction française: Jacques Debains

## Image de marque bilatérale

Le centre d'impulsion IP.ONE de BKK-3

Les bâtiments à programmation hétérogène sont des objets d'investissement intéressants qui se multiplient et sont soutenus par les pouvoirs publics. Les notions de densité urbaine et d'atmosphère, jadis postulats d'une scène radicale peu nombreuse, se voient aujourd'hui réalisées dans un élégant programme mixte de lieux d'habitat, de travail et de culture. BKK-3, une «collectivité d'architectes» ayant ses racines dans les milieux alternatifs de la gauche viennoise, utilise une stratégie de marketing du capitalisme globalisé: La marque d'une écriture radicale de l'urbain.

«Zones industrielles dans la ville» se lit presque comme une erreur d'impression. Ne veut-on pas dire «faubourg»? Sur le plan économique, la périphérie a pourtant tous les arguments de son côté: loyers plus bas, infrastructures meilleures, proximité de l'autoroute et de l'aéroport, ainsi que large liberté de planification sur un terrain libre, en face des longs conflits avec des structures urbaines existantes et la protection des monuments que réserve la ville.

Compte tenu de ces conditions de marché dans les ensembles industriels, IP.ONE se présente comme un exote. Une zone destinée aux entreprises dans les secteurs de la technologie, des services, du commerce et de l'industrie, implantée sur presque 7000 m<sup>2</sup> de surface utile dans un îlot à cour intérieure historique du 10<sup>ème</sup> district de Vienne. Le Centre Prisma pour le Développement des Sites et des Villes, promoteur du projet, utilise ici, pour la première fois dans la ville, une typologie de projet qu'il n'avait jusque là réalisée que dans des zones industrielles classiques hors des villes. Le centre d'impulsion IP ne se limite pas à l'offre courante de bureaux et de surfaces commerciales, mais se définit comme un «site industriel avec degré élevé de service». Une organisation de management propre au centre assiste les entreprises implantées pour les formalités officielles et les demandes d'aide. Elle active l'échange d'informations entre les entreprises afin d'encourager les interconnexions et créer la base de projets communs. En même temps, cela favorise l'action extérieure du centre en y suscitant des manifestations et en soignant les contacts avec les représentants de la politique et de l'économie. Par

ailleurs, les entreprises présentes disposent d'une série de locaux communautaires, d'une salle de séminaire totalement aménagée, ainsi que d'un foyer pour les manifestations dont l'utilisation est gratuite pour les entreprises du centre grâce aux «Wiener Gewerbehöfe», un organe de soutien économique viennois. Un restaurant implanté sur place («/slash worldfood»), garantit enfin la présence gastronomique pendant les heures de travail et le soir, il approvisionne le foyer lors des manifestations. Après la fermeture des bureaux, ce restaurant est devenu une adresse de sortie pour la vie nocturne viennoise. Les autres équipements communautaires sont également à la disposition du public. Contre une redevance modeste, la salle de séminaire et le foyer peuvent être loués pour des activités culturelles de proximité. Ainsi, la présence du centre d'impulsion dans la ville apporte une plus-value à la vie urbaine.

Multiprogrammation comme stratégie de marketing?

Alors que le promoteur du projet avait jusqu'à présent fait appel à une architecture «anonyme», pour IP.ONE il s'est résolument tourné vers une agence internationalement connue représentant la jeune architecture viennoise: BKK-3. A côté de la stratégie de marketing, ce choix fut aussi motivé par la nature du programme. Avec ses projets d'habitat collectif urbain, l'agence viennoise avait en effet déjà amplement prouvé sa compétence en matière de programmation multiple d'ensembles pour utilisateurs urbains. Avec sa «Sargfabrik» (1992–96) où 75 unités habitables étaient complétées par des équipements sociaux et culturels communautaires tels qu'école maternelle, café, centre de séminaires, salle de concert et piscine (wbw 1–2/1999, p. 4 à 13), BKK-3 proposait une antithèse radicale aux casernes d'habitat monofonctionnelles dans la ville. Ce progrès fonctionnel élevait la ville-dortoir au niveau d'un centre résidentiel permettant aux habitants de jouir sur place d'activités de loisir pour lesquelles ils devaient auparavant se rendre au centre-ville. Mais comme ces équipements communautaires ne sont économiquement viables que s'ils accueillent des «hôtes» venus d'autres districts urbains en plus des habitants, ils attirent automatiquement du public et évitent à la Sargfabrik l'isolation sociale d'une «gated community». Dans le projet suivant «Miss Sargfabrik» (2001) qui fut réalisé en raison du grand nombre de candidats locataires, BKK-3 eut recours à la même programmation pour son concept d'habitat, mais dans des conditions beaucoup plus étroites (wbw 10/2001, p. 23 à 33). Contrairement à la construction à cour ouverte de la première Sargfabrik, le projet suivant dut se contenter de remplir l'angle libre d'un îlot, sans que l'espace de la cour proprement dite puisse être occupé. Pour cette raison, BKK-3 ne put réaliser sa superposition programmatique que par un entrelacement spatial complexe au sein du bâtiment. Le résultat est un hybride fonctionnel comprenant laverie, cuisine communautaire, bibliothèque, centre In-

avec le produit, elle est totalement dépendante de ce produit chez BKK-3. Un bâtiment doit en effet authentifier en permanence les valeurs et qualités correspondant à sa marque. Une entreprise plutôt ambitieuse si l'on tient compte de la durée de vie nettement plus longue de l'architecture comparée celle des chaussures de sport. I.+A.R.

1 Naomi Klein: «No Logo! Taking Aim at the Brand Bullies», HarperCollins/Flamingo, London, 2000.

# English

Urs Primas (pages 28–33)  
Translation: Michael Robinson

## Mono-multiculturalism?

MVRDV's constructed neighbourhoods

The "ecology of differences" is central to MVRDV's housing projects. This is a strategy that is trying hard to come to terms with the heterogeneous needs of today's housing consumers. It makes great play with this pluralism, but sometimes falls back on architectural images that merely mask the monotony and standardization that dominate housing construction.

"Rather than creating different advertising campaigns for different markets, campaigns could sell diversity itself, to all markets at once. The formula maintained the one-size-fits-all cost benefits of old-style cowboy cultural imperialism, but ran far fewer risks of offending local sensibilities. Instead of urging the world to taste America, it calls out, like the Skittles slogan, to "Taste the Rainbow". This candy-coated multiculturalism has stepped in as a kinder, gentler package of what Indian physicist Vandana Shiva calls "the monoculture" – it is, in effect, mono-multiculturalism." (Naomi Klein)<sup>1</sup>

MVRDV's 1991 "Berlin Voids" European project is a manifesto for pluralism. This "tenement turned inside out" consists of a jigsaw puzzle made up of 284 extremely diverse dwellings: the home without a roof, the home with the super-window, the catholic home... Today people move of up to eight times in their lives on average – over three times as often as in 1950. This means, according to MVRDV, that the idea of the standard home ("one size fits all") is now obsolete.<sup>2</sup> Berlin Voids delegates part of centrally organized housing production's planning power to its future

residents. Instead of a monoculture of identical "ideal homes", a range of choices is offered. Thus – theoretically at least – individual preferences acquire a greater standing: at least the first buyers or tenants can choose a home that suits them better than a standard off-the-peg version. But Berlin Voids does not just create real freedom of choice, but – above all – an architectural image of it as well: the proud high-rise slab, Winy Maas writes in "Farmax", introduced itself to its East Berlin neighbourhood, which is dominated by "inhuman tenements", as a "vertical landscape packed full of ideals": a kind of "dwelling of the West" in other words, a built advertisement for the pluralistic promises of the market economy.

Two recent MVRDV housing projects suggest themselves as a basis for critical discussion of this double-edged strategy. Both projects – the residential block in Amsterdam's Silodam and the terraced houses in Ypenburg on the outskirts of The Hague – manage to find some "elements of architecture" among the banalities of current housing production in Holland, and they do this by enhancing the general standard beyond what is usually required for housing of this kind. That alone is an extraordinary achievement, requiring uncompromising negotiating skills from the architects, as well as talent and experience. Harm Tilman rightly points out that in Ypenburg for example a number of not particularly spectacular measures – concentrating all the parking places along the banks, treating affordable rented accommodation and expensive owner-occupied homes equally in visual terms – create qualities that go well beyond the usual architectural packaging, and that such measures are all too easily brushed aside when surface aspects are discussed in an unduly moral tone.<sup>3</sup> The rest of this essay may seem to deal above all with "appearances": if so, this is because in both these projects the façade has become the crux of a marketing strategy that no longer sells a particular quality, but difference as such.



### Parkiersysteme

Jedes parkierte Zweirad ist besser vor Diebstahl geschützt, wenn es mit der Parkieranlage direkt verbunden ist. Die bestens bekannten Lenkerhalterungen von Velopa bieten zudem komfortables und veloschonendes Parkieren. Mehr Informationen:

**www.velopa.ch**

Innovative Lösungen für Überdachungen, Parkier- und Absperrsysteme

Velopa AG, Limmatstrasse 2, Postfach, CH-8957 Spreitenbach  
Telefon 056 417 94 00, Telefax 056 417 94 01, marketing@velopa.ch

### Methodological eclecticism

In both projects it is impossible to overlook the effort that has gone into the treatment of the surfaces: in the case of the residential block in Silodam, a patchwork of different materials is intended to illustrate the various "neighbourhoods" inside the large concrete structure, while in Ypenburg identical suburban terraced houses are covered all over with different materials and thus smoothed out into sculptural caricatures of themselves. In Silodam the material collage gives the block the charm of old industrial structures that have been cobbled together over the decades: a certain lack of perfection, making a comparable effect to the "mannerisms" that Le Corbusier used since the thirties to distance himself from classical Modernism. In Ypenburg, however, the effect is precisely the opposite: the lack of articulation in the canopies, guttering and other additional features gives these otherwise unpretentious little suburban houses a hint of artistic precision. MVRDV's eclecticism is not formal, but methodological: they define their approach, their ideologies and their fascinations all over again, from one job to the next.

The residential block in Silodam marries the socialist idea of the large block as a "social condenser" with the neighbourhood ideology of the fifties and Aldo van Eyck's metaphor of the building as a "small town": social pluralism is translated into a series of "neighbourhoods" – groups of specific housing types – each of which is allotted a characteristic access system, a colour and a façade material. Stacking all these lifestyles in one block produces a labyrinthine building whose corridors invite you to roam around at length: the dreariness of the "rues intérieures", which are painted in different colours floor by floor, and reminiscent of multi-storey car parks, alternates with middle-class front-garden romanticism in the multi-storey, extremely wide external corridors, with the iridescent light blue of a light-flooded passage on the ground floor or with the mysterious atmosphere of the bridges on the

lower storeys, which are sparsely lit by the daylight reflected on the surface of the water.

In the Silodam development the aim is to create manageable neighbourhoods within a large residential block, but in Ypenburg the "ecology of differences" becomes a pictorial strategy intended to create "identity" within the mishmash of housing in this urban expansion project providing 15,000 units. The majority of the homes had to be built as terraced houses, working to relatively inflexible guidelines on use statistics, budgets, layout planning and construction modes. Fritz Palmboom's master plan divided a former military airfield into a series of sub-areas with different landscape themes – moor, woodland, water etc. The first step in the sub-plan for the "water district", which was devised by MVRDV with the developer Amvest, reinforces the water theme: the buildings were given landing-stages instead of gardens, and the area of water is considerably increased from the original figure in the master plan. The second step further divides the sub-sections into building blocks which are in their turn allotted a thematic slogan, an architectural practice and a material for the façade: "Water Courts", "Patio Island", "Hedge Island" etc. On the "Hedge Island", which was further developed by MVRDV themselves, the idea of difference becomes an identity in its own right, in that not just one but five different façade claddings are used. Here the architects are pushing their own automatism of differentiation so far that it becomes almost ironic: a symbol of the panic fear of monotony, repetition and size that has shaped Dutch building culture ever since the so-called failure of the large Bijlmermeer estate.

In their "Adhocism" manifesto of 1972, Charles Jencks and Nathan Silver demanded a "democracy of the consumer", decentralized design based directly on meeting individual wishes: "You sit there and need – we do the rest..."<sup>4</sup> Even thirty years later – at least in the field of housing construction – that sounds somewhat Utopian.

Just as the idea of grass roots democratic co-determination by residents in the seventies was quickly absorbed by the industrial housing construction machinery, the pluralism offered by MVRDV seems to have been somewhat eroded by contact with reality. While the Silodam can still be read as a remix of the Berlin Voids ideas spelt out to address Dutch realities, the differentiation of images in Ypenburg merely masks a far-reaching homogenization in terms of programming and typology. It thus distorts its own idealistic starting-points by turning them into hollow advertising clichés.

- 1 Naomi Klein: "No Logo" HarperCollins/Flamingo, London, 2000.
- 2 Winy Maas, MVRDV et al.: "FARMAX, Excursions on Density", Rotterdam, 1994
- 3 Harm Tilman: "Architecture parlante in de buitenwijk", de Architect 2/2002
- 4 Charles Jencks and Nathan Silver: "Adhocism", New York and London, 1972

Ilka & Andreas Ruby (pages 38–43)  
English translation: Rory O'Donovan

## Bilateral Branding

The IP.ONE Impulse Centre by BKK-3

Heterogeneously programmed buildings are interesting investment properties that represent a current trend and receive State subsidies. Urban density and atmosphere – previously the postulates of a small radical scene are – today fulfilled in a smart mix of uses combining living, working and culture. BKK 3, whose origins as «Baukünstlerkollektiv» we can locate in left-wing alternative Vienna, employs a marketing strategy of global capitalism: branding a radical signature to make it into an urban cipher.

