

**Zeitschrift:** Werk, Bauen + Wohnen  
**Band:** 89 (2002)  
**Heft:** 09: Kunstwelt Sport = Le sport, un monde artificiel = Sport, a melting pot  
**Vorwort:** Kunstwelt Sport = Le sport, un monde artificiel = Sport, a melting pot  
**Autor:** Bideau, André

### **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:** 06.10.2024

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

# Kunstwelt Sport

Im Jahr 2002 waren die Übertragungsrechte der Fussballweltmeisterschaft 1,5 Milliarden Franken wert. Das vom Sport dominierte wirtschaftliche Geflecht, zu dem auch Tourismus, Unterhaltungs- und Freizeitindustrie gehören, produziert potente Identifikationsangebote und liefert relevante Raumerfahrungen. Thema dieser Nummer ist weniger die Stadionarchitektur als die Entstehung synthetischer Landschaften und hybrider Bauprogramme durch die Ökonomien des zeitgenössischen Sports. Seine Akteure, Strategien und Raumbedürfnisse sind Katalysatoren postindustrieller Stadtproduktion; seine «Bilderpolitik» hat bei der Umpolung des öffentlichen Raumes eine Vorreiterrolle übernommen, waren doch die mit Bildern und Atmosphären operierenden Sportartikelhersteller die eigentlichen Pioniere des Brandings. Inzwischen verfügt Sport bei der Gestaltung urbaner Öffentlichkeit über einen Heimvorteil: Auf seinem Territorium trifft sensationell Körperhaftes auf die Sachzwänge ökonomischer Verwertung und medialer Repräsentation.

In der Architektur wie auch im Sport bringt Entmaterialisierung neue Fetische der Körperlichkeit hervor. So widmen sich in den USA ganze Privatsender der fernsehgerechten Begegnung von dysfunktionalen Bodybuildern. Die tätowierten Kolosse des «Professional Wrestling» richten bei maximalem Showeffekt minimalen Schaden an, während die Stars des ebenso beliebten «Women's Wrestling» Wettkampf und Erotik abdecken. Ihre telegenen Körper, meistens aus dem Stripperinnen-Milieu rekrutiert, sind noch mehr als jene der Bodybuilder Baustelle und Schaustück zugleich. Was in diesen medial überformten Sportarten zählt, ist nur noch der *Schein physischer Performanz*. Dabei erinnert der Inszenierungsgrad an die von Koolhaas in «Delirious New York» beschriebene *plotless theatrical energy*: Die Mobilität

der Metropole wurde in den Revuen der legendären Radio City Music Hall durch die Leistungsschau koordinierter Frauenkörper kunstvoll verbrämt.

Den Ordnungen des traditionellen Massensports steht heute eine informell programmierte und hedonistisch spezialisierte Sportkultur gegenüber. Diese Auffächerung ist eine der Voraussetzungen für die inzwischen bis zur Marktsättigung vollzogene «Versportung» der Gesellschaft, wie sie die Zürcher Sportsoziologen Markus Lamprecht und Hanspeter Stamm untersucht haben. Sportangebote, die neben Ritualen und Lifestyles eigentliche *Techniken zur Selbstentfaltung* hervorbringen, gehorchen der aktuellen Marktdynamik der «mass customization» wie andere Waren auch. Ein Anachronismus also, wenn angesichts einer solchen Verlagerung Sportpolitik und Sportlehrerausbildung in der Schweiz dem gleichen Ministerium wie die Armee unterstehen.

Wie verschiedene Beispiele in dieser Nummer dokumentieren, ist der Sport heute weniger durch Übertragung von Ordnungen aus dem Alltag in die Freizeit als durch die Definition von Gegenwelten und Schönheitsbegriffen gekennzeichnet. Letztere sind zunehmend eine Frage des Umbaus am eigenen Körper, womit die zeitgenössischen Obsessionen des Sports eine Narration der Moderne vergegenwärtigen: die Erschaffung des neuen Menschen. Sein Entwurf, der in den Zwanzigerjahren noch im Interesse der Disziplinargesellschaft liegen mochte, steht dem flexiblen Menschen der Postmoderne nun als eine biotechnologische Option zur Verfügung. **André Bideau**

## Le sport, un monde artificiel

En 2002, les droits de retransmission de la Coupe du monde de football s'élevèrent à 1,5 milliards de francs. Le réseau économique dominé par le sport, le tourisme et l'industrie du divertissement et des loisirs en font aussi partie, offre un grand potentiel d'identification et des expériences significatives de l'espace. Le thème de ce numéro est moins l'architecture des stades que la constitution, par les économies du sport contemporain, de paysages synthétiques et de programmes constructifs hybrides. Ses acteurs, ses stratégies et ses besoins en espaces sont des catalyseurs de la production urbaine postindustrielle; sa (politique des images) joue désormais un rôle précurseur dans la réorientation de l'espace public, les fabricants d'articles de sport qui opèrent avec des images et des atmosphères étant les véritables pionniers du branding. Entre-temps, le sport dispose d'un avantage significatif dans l'aménagement du domaine public urbain: sur son terrain se rejoignent le corporel avec une dimension sensationnelle, les contraintes matérielles de l'exploitation économique et de la représentation médiatique.

En architecture comme dans le sport, la dématérialisation produit de nouveaux fétiches de la corporalité. Aux USA, des chaînes privées sont ainsi entièrement consacrées à des rencontres de *body-builders* dysfonctionnels. Les colosses tatoués de la «Professional Wrestling» produisent un show d'un effet maximum avec un minimum de dégâts, tandis que les stars de la «Women's Wrestling» tout aussi appréciée couvrent les besoins en compétition et érotisme. Leurs corps télégéniques, elles sont recrutées la plupart du temps dans le milieu des strip-teaseuses, sont plus encore que ceux des *body-builders* en même temps chantier et objet d'exposition. Ce qui compte dans ces disciplines sportives réadaptées aux médias n'est plus que *l'apparence de la performance sportive*. En ce sens, le degré de mise en scène rappelle la *plotless theatrical energy* décrit par Koolhaas dans «Delirious New-York»: la performance de corps de femmes coordonnés restitués de manière artistique et édulcorée la mobilité de la métropole dans les revues du légendaire Radio City Music Hall.

Une culture du sport programmée de façon informelle, spécialisée et hédoniste fait aujourd'hui face aux ordres des sports de masse traditionnels. Cet élargissement est une des conditions requises à l'imprégnation de la société par le sport, entre-temps réalisée jusqu'à saturation du marché et étudiée par les sociologues zurichois du sport Markus Lamprecht et Hanspeter Stamm. Les offres en matière de sport qui, aux côtés de rituels et de styles de vie, génèrent de véritables *techniques pour le développement personnel*, obéissent, comme d'autres marchandises, à la dynamique actuelle du marché de la «mass customization». C'est donc un anachronisme si, face à un tel déplacement, la politique du sport et la formation des maîtres d'éducation physique relèvent en Suisse du même ministère que l'armée. Comme le documentent différents exemples dans ce numéro, le sport est aujourd'hui moins caractérisé par le report de règles de la vie quotidienne aux loisirs que par la définition de mondes contraires et de notions de beauté. Ces dernières relèvent de plus en plus de transformations opérées sur son propre corps. Les obsessions contemporaines du sport réalisent ainsi une narration caractéristique de la modernité: la création d'un homme nouveau. Son projet qui pouvait encore résider dans l'intérêt de la société disciplinaire dans les années 20 est à disposition de l'homme flexible post-moderne comme une option biotechnologique. **A. B.** (traduction: Paul Marti)

## Sport, a melting pot

In 2002 the broadcasting rights for the World Cup were worth 1.5 billion Swiss francs. The sport-dominated commercial network, which also includes the tourism, entertainment and leisure industries, produces powerful identification fields and delivers relevant spatial experiences. The theme of this issue is not so much stadium architecture as the emergence of synthetic landscapes and hybrid building programmes as a result of contemporary sport's economies. Its protagonists, strategies and spatial needs are catalysts for post-industrial urban production; its imagery has taken on a leading role in changing the focus of public space, just as sports goods manufacturers, operating with images and atmosphere, were the pioneers of branding. Sport now has a home advantage in designing urban public space: this is where the sensationally physical meets the constraints of economic evaluation and media representation.

The removal of material qualities produces new physical fetishes in architecture and sport alike. Thus for example in the USA there are whole private broadcasting stations devoted to proper TV encounters between dysfunctional body-builders. The tattooed «Professional Wrestling» colossuses inflict minimum damage for maximum effect, while the equally popular «Women's Wrestling» stars revel in both competition and eroticism. Their telegenic bodies, usually recruited from the world of strippers, construct and display simultaneously, even more so than the bodybuilders' torsos. What counts in media-made sports is simply the appearance of physical performance. To this extent the degree of staging is reminiscent of the *plotless theatrical energy* described by Koolhaas in «Delirious New York»: metropolitan mobility transcended by artful performance of coordinated women's bodies in the legendary Radio City Music Hall Shows.

Nowadays the requirements of traditional mass sport are confronted with an informally programmed and hedonistically specialized sporting culture. This broadening out is one of the requirements of the «sportification» of society, as examined by the Zurich sports sociologists Markus Lamprecht and Hanspeter Stamm, and now reaching the point of market saturation. Sports producing actual self-development techniques alongside rituals and life-styles obey the current market dynamics of mass customization as do other products. It is thus an anachronism given a shift of this kind that sports policy and sports teacher training are under the same ministry as the army in Switzerland. As various examples in this issue show, sport today is less about transferring everyday sets of orders into leisure than defining counter-worlds and concepts of beauty. The latter are increasingly a question of remodelling the body, so that current sports obsessions illustrate a Modernist narrative: the creation of new man. This design, which in the twenties might still have been in the interests of a disciplinary society, is available to flexible Postmodern man as a bio-technical option. **A. B.**

(translation: Michael Robinson)

S. 10/11 Annelies Štrba: Stadion St. Jakob, Basel  
12. 5. 2002 – Sieg des FCB im Schweizer Cupfinal