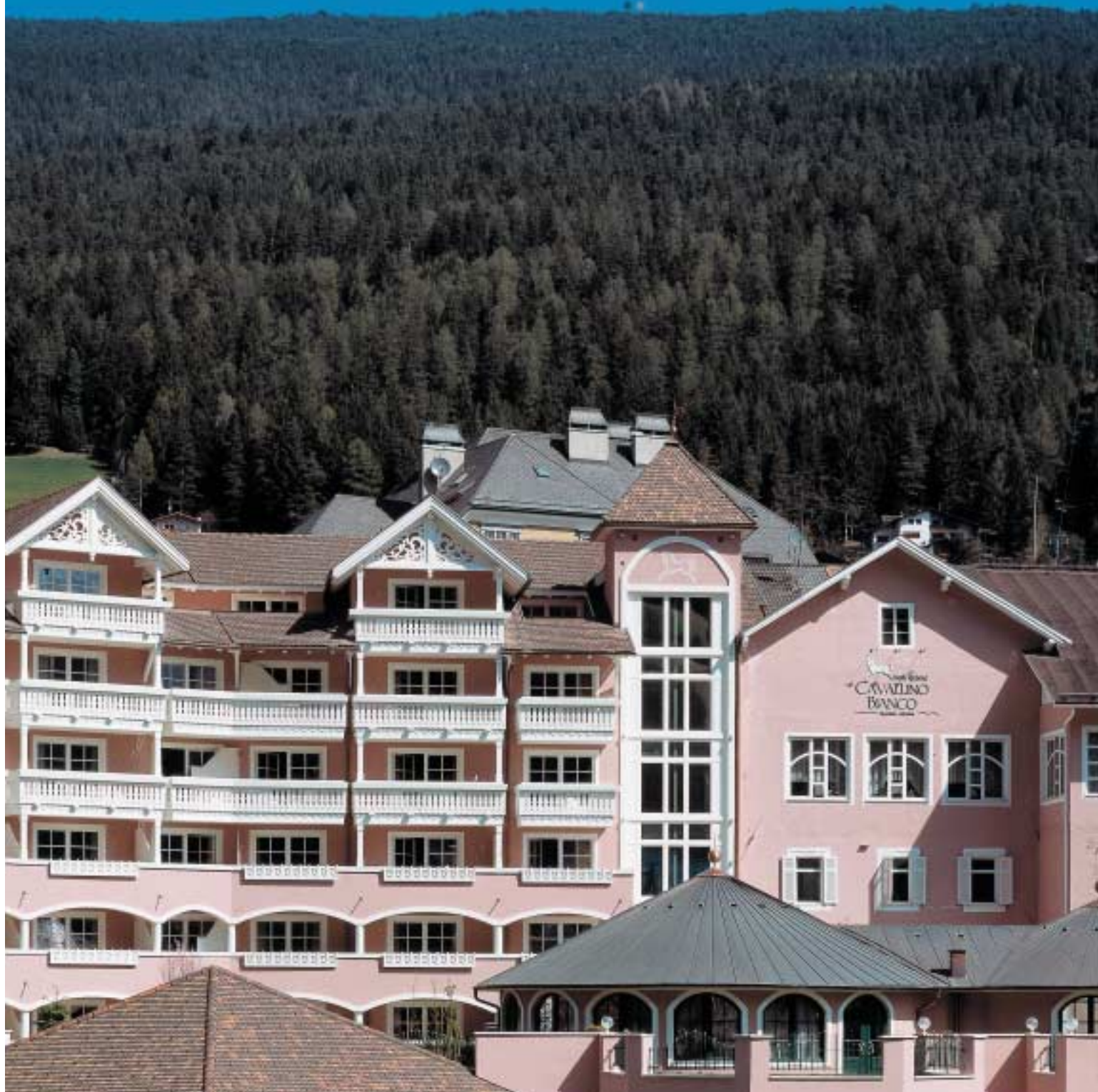


Trimestrales Mitteilungsblatt der Kammer der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner, Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen  
Notiziario trimestrale dell'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della Provincia Autonoma di Bolzano

## Statements

Ampliamenti alberghieri  
e stato del territorio

Ruralität, Regression, Reaktivierung  
Gardaland e altri "nonluoghi"







Trimestrales Mitteilungsblatt der Kammer  
der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner,  
Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen  
Notiziario trimestrale dell'Ordine degli Architetti,  
Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della  
Provincia Autonoma di Bolzano  
Sparkassenstraße 15 via Cassa di Risparmio  
I – 39100 Bolzano / Bozen  
Tel. 0471 971741 <http://www.bz.archiworld.it>  
e-mail: [turrisbabel.bz@archiworld.it](mailto:turrisbabel.bz@archiworld.it)



Verantwortlich für den Inhalt / Direttore responsabile:  
Luigi Scolari

Vizedirektor / Vicedirettore:  
Umberto Bonagura

Redaktion / Redazione:  
Lukas Abram, Pier Francesco Bonaventura,  
Alessia Carlotto, Andrea D'Affronto, Manuela Demattio,  
Giovanni Dissegna, Roberto Gigliotti,  
Angela Giudiceandrea, Emil Wörndle, Rodolfo Zancan

Kammerbeauftragter / Resp. rapporti con l'Ordine:  
Roberto D'Ambrogio

Verantw. für die Werbung / Resp. per la pubblicità:  
Ulrich Weger, Tel. 0471/973886

Grafik / Grafica: [www.Lupe.it](http://www.Lupe.it) (BZ)

Druck / Stampa: Europunto (VR)

Für Wort, Bild und Zeichnungen zeichnen  
die jeweiligen Autoren verantwortlich.

Scritti, fotografie e disegni impegnano soltanto  
la responsabilità dell'autore.

Register der Druckschriften des Landesgerichtes Bozen  
Registro stampe del tribunale di Bolzano  
N./n. 22/97 vom/del 9.12.1997

Juli / Luglio 2003

Spedizione in a.p., 45%, art. 2 comma 20/b,  
legge 662/96 – Filiale di Bolzano  
Kostenlose Verteilung / Distribuzione gratuita

Foto Titelseite / Foto copertina:  
Hotel Cavallino bianco, St. Ulrich / Ortisei  
© Ludwig Thalheimer / Lupe

Editorial / Editoriale

2 Torri, torrette, bifore...

*Luigi Scolari*

De Architectura

4 Centro culturale Grand Hotel Dobbiaco

*Paolo Biadene*

6 Hotel Alp Cron Moarhof Wellnesscenter

*Paolo Biadene*

8 Vigilius Mountain Resort

*Zusammengestellt von Harald Husel*

10 Der Zirmerhof in Radein

*Sepp Perwanger*

12 Aquarena – Piscina coperta di Bressanone

*Matteo Scagnol*

18 Impianto di risalita Falzeben, località Merano 2000

*Umberto Bonagura*

22 Sicherheitsästhetik im Skigebiet

*Angelika Burtscher, Daniele Lupo*

24 „Wer hat Angst vor Rot, Gelb, Blau...?“

*Manuela Demattio*

28 50 anni della colonia "12 Stelle" a Cesenatico

*Patrizia Bertolini*

Statements

32 Ampliamenti alberghieri e stato del territorio

*Thomas Demetz*

38 Ruralität, Regression, Reaktivierung. Ein Kommentar

*Hans Heiss*

42 Eindeutige Positionierung oder Schwimmen im Strom

*Klaus Schmidt*

44 Gardaland e altri "nonluoghi"

*Daniele Rancilio, Pier Francesco Bonaventura, Roberto Franchini*

52 Welcome to Wellnessland

*Monica Carmen e Orlando Lanza*

Museen / Musei

56 Das Touriseum auf Schloss Trauttmansdorff, Meran

*Joseph Rohrer*

60 Nella rosa dei venti – GEM

*Talik Chalabi*

Interview

62 Es gibt Wichtigeres als den Stil!

*Zusammengestellt von Wolfgang Salcher*

Reise / Viaggi

74 On the Road

*Alberto Vignolo*

Buchbesprechung / Recensione bibliografica

80 Edoardo Gellner. Corte di Cadore

*Giovanni Dissegna*

84 Zivile Operationen

*Marion Piffer Damiani, Walter Niedermayr*

86 [mailtb@archiworld.it](mailto:mailtb@archiworld.it)

Luigi Scolari

**Editorial  
Editoriale**

## Torri, torrette, bifore...

Era nostra intenzione inviarvi una cartolina con immagini di architettura alberghiera. Poi da curiosi architetti-turisti abbiamo allungato il nostro itinerario.

In questo momento di forte crisi, maggiore è la necessità degli albergatori di investire in architettura. Il buon progetto, che secondo le indicazioni delle nuove e più moderne ricerche di mercato, si presta a soddisfare le presunte (o indotte?) esigenze del consumatore-turista, consente al contempo di esprimere ed interpretare una rinnovata identità locale. Lasciamo al turista la soddisfazione del wellness, del fitness, della cousine, le cui cure e servizi sono garantiti dalla professionalità dei

gestori. Lasciamo al gestore rincorrere i suggerimenti del marketing per sopravvivere alla concorrenza.

A noi rimane la scelta delle poche cartoline da inviarvi. Alcune sono rappresentative di un approccio progettuale consapevole, che affronta fattori ambientali, tecnologici, funzionali, estetici, e non ultimi quelli economici. Altre immagini sono espressione tragicamente ironica di un delirio progettuale perpetrato da progettisti pronti a soddisfare, chiavi in mano, le richieste di un mercato che promuove una falsa identità locale.

Gli effetti sul paesaggio sono macroscopici, complice per tutti una normativa urbanistica assai generosa.

L'anacronistico catalogo stilistico è facilmente riconoscibile in un proliferare di torri, bifore, archi, colonne,

trompe-l'oeil, colori vivaci, e per turrisbabel si esaurisce in un excursus fotografico. Sul territorio invece questi edifici si moltiplicano e promuovono una immagine locale che non ci è propria. Abdicando al linguaggio contemporaneo l'architettura alberghiera lascia sguarnita la nostra sezione progettuale. Dagli articoli più teorici si evince come l'incapacità di affrontare le moderne condizioni storico-economiche con gli strumenti della tradizione locale abbia causato, in Sudtirolo come altrove, un'involuzione della cultura costruttiva verso un'interpretazione artificiale della sua identità. Contemporaneamente la montagna, il territorio ed il paesaggio naturale diventano un parco artificiale, progettato a tavolino per l'intrattenimento del turista. Il territorio si trasforma in "struttura" ricettiva, perde naturalità, così accade con le piste da sci, i parchi a tema, il giardino botanico.



Disneyland e Gardaland sono modelli di riferimento. Proliferano i musei, uno per tutti il divertente Touriseum, appena inaugurato e dedicato al turismo. Il museo della montagna, in programmazione, fornirà al turista più pigro l'immagine nostalgica di un paesaggio romantico repentinamente trasformato, o suggerirà le corrette modalità di interazione tra fattori economici, sociali e tecnologici necessari a salvaguardare l'ambiente montano?

Per ora la polemica ha infervorato gli animi sulla destinazione della sua sede a Castel Firmiano. Torri, torrette, bifore...

nalität der Hotelbetreiber garantiert werden. Überlassen wir es dem Hotelier, die richtigen Marketingstrategien anzuwenden, um der Konkurrenz voraus zu sein. Uns bleibt die Auswahl der wenigen Ansichtskarten, die wir unseren Lesern schicken wollen. Einige davon belegen eine bewusste Art der Planung, welche Umweltaspekte, technologische, funktionale, ästhetische und wirtschaftliche Faktoren berücksichtigt. Andere sind tragischer Ausdruck jener unseligen Planungsweise, die nur bemüht ist, jede Art von Nachfrage schlüsselfertig umzusetzen, ohne sich darum zu kümmern, dass sie die Identität eines Ortes dabei verfälscht; die geltenden urbanistischen Bestimmungen verstärken diese Entwicklung noch. Die Folgen für das

traditionellen Ausdrucksweisen gerecht zu werden. Im Gegenteil, es hat in Südtirol und andernorts zu einer Rückentwicklung der Baukultur geführt, hin zu einer gekünstelten Interpretation von Identität. Zugleich werden der Berg, das Territorium und die Naturlandschaft zu einem künstlichen Park, am Reißbrett geplant, zur Unterhaltung der Gäste. Das Territorium verwandelt sich in wahrzunehmende Struktur, die Naturhaftigkeit geht verloren, – Beispiele dafür sind die Skipisten, die Themenparks, der botanische Garten. Disneyland und Gardaland drängen sich als Beispiele auf. Die Museen nehmen zu, stellvertretend stellen wir das unterhaltsame Touriseum vor, welches erst kürzlich eröffnet wurde und dem Tourismus gewidmet ist. Wird das geplante Bergmuseum auf Schloss Sigmundskron dem Besucher ein nostalgisches Bild einer romantischen Landschaft vermitteln oder wird es die Zusammenhänge zwischen ökonomischen, sozialen und technologischen Aspekten behandeln, die für die Zukunft der alpinen Landschaft von Bedeutung sind? Bisher erhitzen sich die Gemüter nur am Standort. Türmchen, Bögen, Säulen...



Wir wollten unseren Lesern ursprünglich eine Ansichtskarte schicken, mit Bildern von Hotelbauten. Aber weil wir neugierige Architekten und Touristen sind, wurde daraus eine längere Reise. Die gegenwärtige schwierige Wirtschaftssituation zwingt die Hoteliers, in Architektur zu investieren. Neueste Studien belegen, dass gute Architektur den Bedürfnissen des Gastes entspricht, dabei aber Ausdruck und Interpretation einer erneuerten lokalen Identität sein kann. Überlassen wir dem Gast den Genuss von Wellness, Fitness und Cousine, welche durch die Professio-

landschaftsbild sind unübersehbar. Der stilistische Anachronismus äußert sich in einem Wuchern von Türmchen, Bögen, Säulen, Fassadenmalereien in grellen Farben. Für Turrisbabel bleiben es Bilder, im Territorium aber entsteht durch die Vielzahl dieser Bauwerke ein neues Gesamtbild, mit dem wir uns nicht mehr identifizieren können. Und weil die Hotelarchitektur mit zeitgenössischem Bauen so wenig zu tun hat, bleibt diese Nummer Beispiele guter Architektur schuldig. In den theoretischen Beiträgen wird deutlich, dass es nicht gelungen ist, zeitgemäßen wirtschaftlichen Anforderungen mit



Paolo Biadene

# Centro culturale Grand Hotel Dobbiaco

Il primo nucleo del Grand Hotel Dobbiaco venne costruito negli anni 1877-78 dalla "Südbahngesellschaft", la società viennese che realizzò la linea ferroviaria della Val Pusteria, entrata in funzione nel 1871: questo fu il principale canale di penetrazione che consentì la nascita del vero turismo alpino nelle Dolomiti. Il complesso, ampliato a più riprese, raggiunse la sua configurazione attuale nel 1895.

Dobbiaco divenne in breve tempo un luogo della nuova villeggiatura montana, attirando la buona società non solo viennese. Ospiti illustri, tra i quali anche il compositore e direttore d'orchestra Gustav Mahler, trascorsero in paese le proprie vacanze. Dopo la prima Guerra Mondiale, che portò ad un radicale mutamento dell'orizzonte politico e culturale, ed in seguito alla crisi economica mondiale del 1929, il turismo alpino segnò il passo. Fallito, l'albergo venne acquistato nel 1939 dalla "Federazione dei fasci di combattimento di Bologna" che lo destinò a colonia montana.

Nel 1974 il complesso è passato al patrimonio della Provincia Autonoma di Bolzano, che a partire dal 1992 ne avviò il recupero con funzioni miste. Un corpo di fabbrica rimane colonia in gestione all'ODAR di Bologna, il tratto centrale con la grande sala viene destinato ad auditorio e centro congressi; a fianco vengono sistemati la scuola di musica e più oltre il centro di accoglienza dei parchi naturali delle Dolomiti. Un ostello della gioventù ed alcuni appartamenti di edilizia sociale completano l'offerta residenziale del complesso. Nel progetto, elaborato a partire dal 1998 in seguito ad un concorso di progettazione interdisciplinare per la "sistemazione architettonico-artistica e paesaggistica" delle aree esterne bandito dall'Amministrazione Provinciale, si tende a risolvere in modo unitario i singoli temi e le differenti componenti della progettazione: il progetto artistico sottolinea elementi della composizione complessiva e la sistemazione paesaggistica segue criteri minimalisti.

saggistica segue criteri minimalisti.

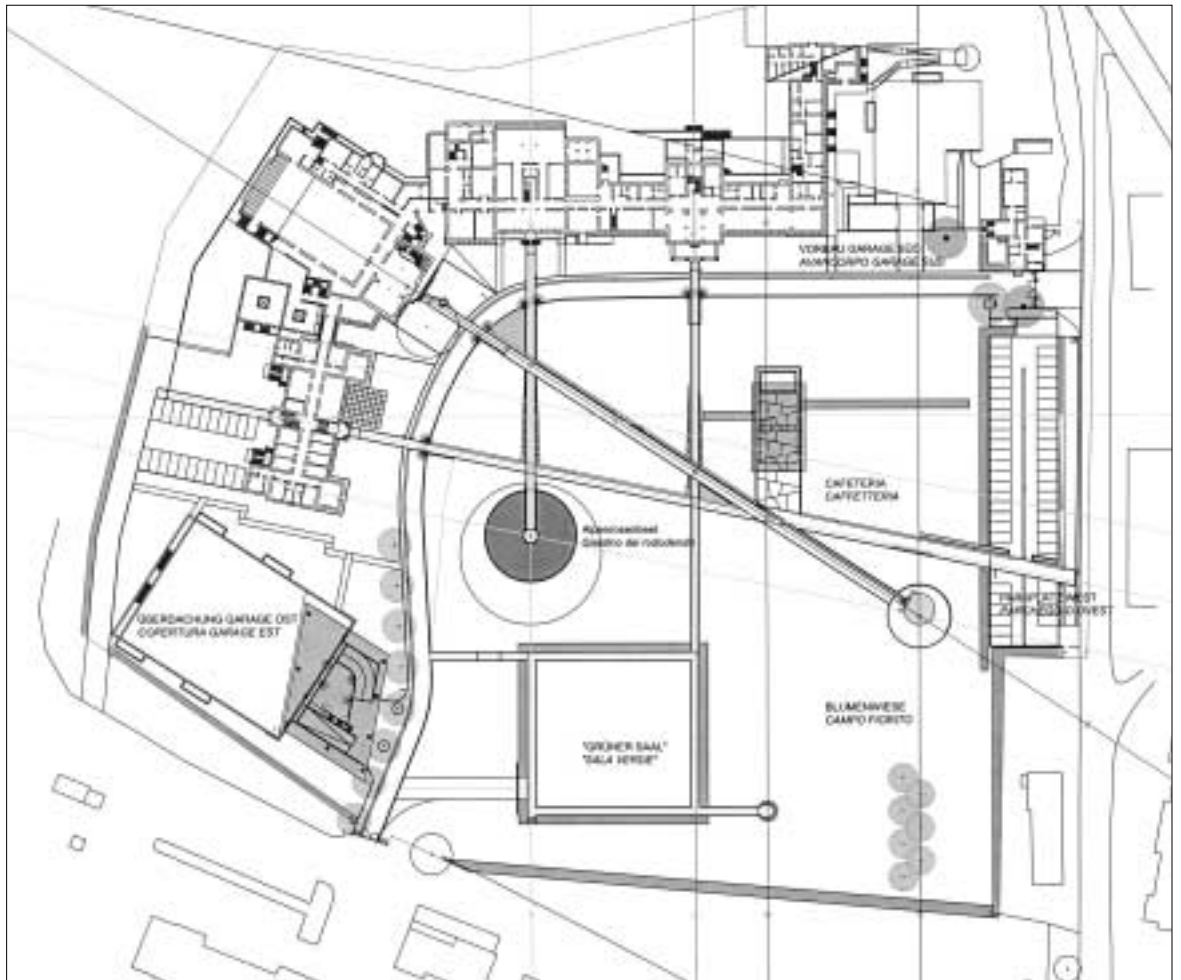
La delimitazione del giardino come spazio interno, trattato a prato come lo era in origine, avviene attraverso siepi e barriere naturali e la definizione di alcuni avanzi realizzati intorno ai garage interrati esistenti. Si rimembra il prato, perlopiù spazio aperto ed ineditato, e lo si articola mediante elementi puntuali; due spazi quadrati, l'hortus conclusus o sala verde, un prato rasato cinto da un'alta siepe ed adibito ad occasionali manifestazioni all'aperto ed il padiglione della caffetteria e due superfici circolari: una grande teppa di talpa che racchiude un giardino fiorito di rododendri ed una piazzetta con la grande scultura di Ulrich Egger. I sentieri sono intagliati nel terreno dai verdi terrazzamenti leggermente inclinati e delimitati da bassi muri di contenimento: il bordo del sentiero scompare sotto lo spigolo del muro e l'illuminazione incassata rischiarerà uniformemente il cammino.

Il complesso del Grand Hotel è un sistema ad assi e centri multipli. Le viste che si godono dalle sale principali degli edifici definiscono l'impianto geometrico del parco: dal nastro stradale interno, che collega i due ingressi principali, dipartono sentieri ortogonali agli edifici che conducono a mete. Dagli incroci di tali assi trae origine la disposizione degli altri elementi del parco: la caffetteria ed un gazebo.

I cinque elementi della natura vengono articolati nella composizione generale: l'elemento legno, dal colore verde è costituito simbolicamente dal prato e dalle piante in primavera; l'elemento fuoco, dal colore rosso, è costituito dalle aiuole di rose e dai rododendri d'estate; l'elemento terra, dal colore giallo-marrone è costituito dal prato falciato e dal quadrato della sala verde; l'elemento metallo, dal colore bianco, è costituito dal padiglione della caffetteria in ferro e vetro e dalla grande vasca in acciaio che riportano all'autunno ed infine l'elemento acqua,



1



2

**Progetto**

Amplatz & Biadene  
Architetti

**Consulente paesaggista**  
Hans Bauer

**Progetto artistico**  
Ulrich Egger

**Segnaletica e  
immagine coordinata**  
Berthold Weidner

**Incarico** concorso 1998

**Anno del progetto**  
1998 – 1999

**Anno di realizzazione**

2000–2002

**1** Toblach, sala da pranzo,  
fotografata nel 1991

Foto Fritz Pichler,  
©Touriseum/Merano

**2** pianta piano terra

**3** la vena d'acqua con la  
"Kleine Schale" e la

"Große Schale" di Ulrich  
Egger; sulla destra il padiglione della caffetteria



3

dal colore blu, rimanda alla musica ed all'inverno. Il progetto artistico articola in forma plastica il tema dell'acqua quale metafora della musica. La sorgente, un emisfero cavo di acciaio, è posta nei pressi del-

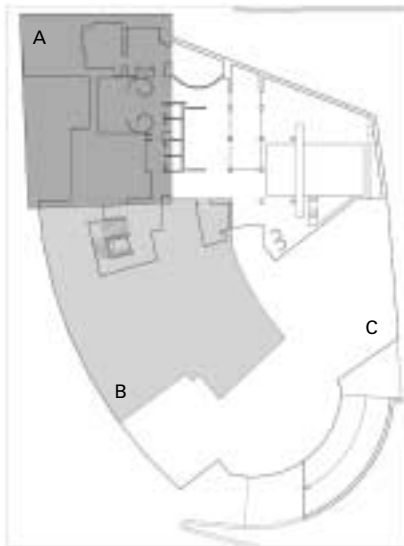
l'ingresso dell'auditorio dedicato a Gustav Mahler; una vena d'acqua prosegue sotto forma di roggia ai piedi del muro fino alla grande vasca di acciaio collocata nella piazzetta all'interno del prato fiorito.

Paolo Biadene

# Hotel Alp Cron Moarhof Wellnesscenter

Il "Moarhof" di Valdaora illustra con precisione la parabola dell'hotellerie altoatesina. Da maso affittacamere negli anni '70, il "Garni Moarhof" è stato trasformato ed ampliato a più riprese, diventando in anni recenti "Hotel Alp Cron Moarhof", un albergo a tre stelle con una cinquantina di letti. All'ampliamento dell'esercizio ha fatto seguito anche l'implementazione dei servizi, tra i quali il "centro benessere" con un'offerta salutistica al passo coi tempi.

Der „Moarhof“ in Olang ist ein passendes Beispiel für den Werdegang der Südtiroler Hotellerie. Aus dem Hof mit Fremdenzimmern in den 70er Jahren, wurde das „Garni Moarhof“ in mehreren Abschnitten bis zum heutigen „Hotel Alp Cron Moarhof“, ein Drei-Sterne-Betrieb mit fünfzig Betten, um- und ausgebaut. Die räumliche Erweiterung wurde mit einem gesteigerten Angebot an Dienstleistungen kombiniert, unter anderem mit einem dicht gepackten Wellnesscenter.



**A** Esistente fuori terra  
**B** Ampliamento fuori terra  
**C** Piano scantinato

#### Committente

Fam. Pörnbacher, Valdaora

**Progetto** Amplatz  
& Biadene, Architetti

**Anno del progetto** 1999

**Realizzazione** 1999–2000

**Sotto** Vasca Kneipp  
verso il locale massaggio

**1** pianta piano terra  
**2-3** ponte sulla piscina

#### Legenda pianta

- 1 spogliatoio
- 2 sauna finlandese
- 3 bagno turco
- 4 bagno di fieno
- 5 vasche Kneipp
- 6 massaggio
- 7 riposo
- 8 cortile
- 9 piscina

#### A Bestand über Erde

**B** Erweiterung über Erde  
**C** Untergeschoss

#### Bauherr

Fam. Pörnbacher, Olang

**Projekt** Amplatz  
& Biadene, Architekten

**Planung** 1999

**Ausführung** 1999–2000

**Unten** Kneippbad mit  
Blick zum Massageraum

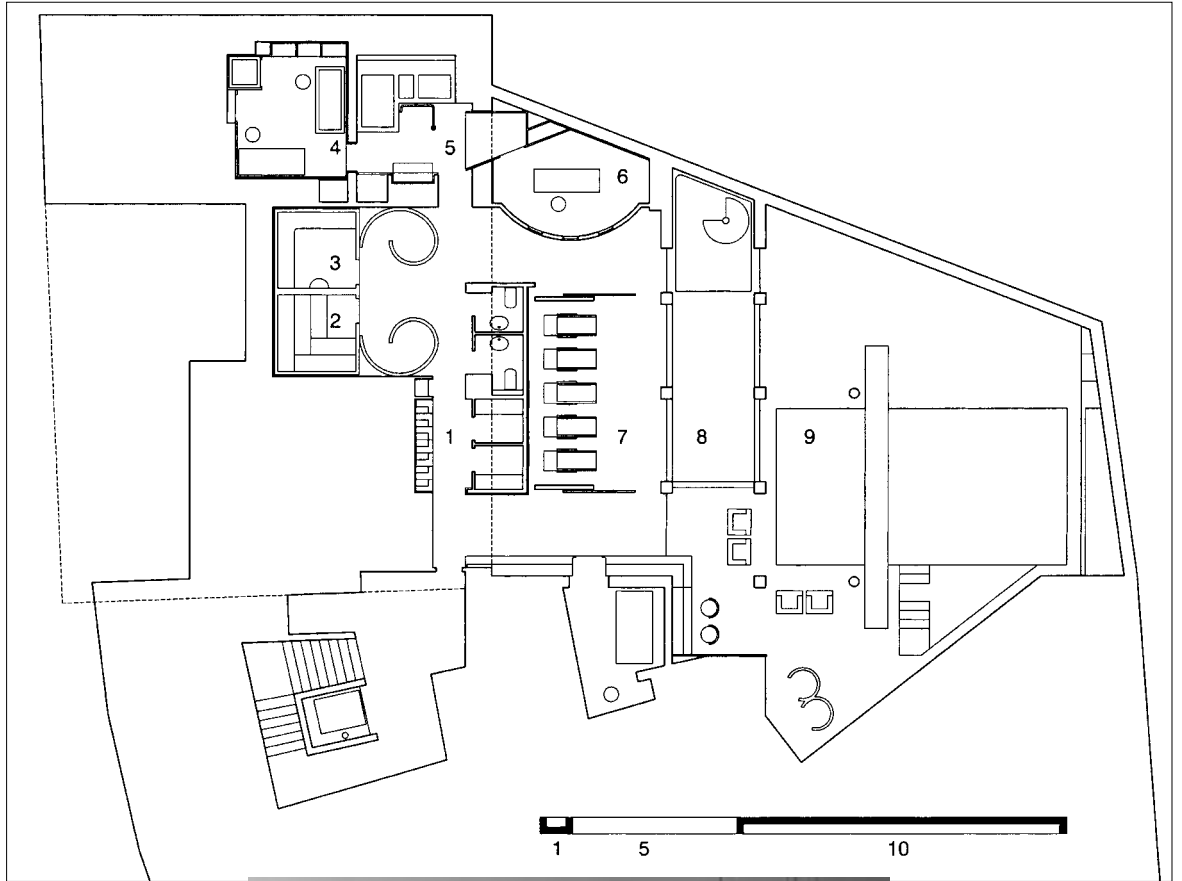
**1** Grundriss Erdgeschoss  
**2-3** Schwimmbad, Brücke

#### Legende Grundriss

- 1 Umkleideraum
- 2 Finnische Sauna
- 3 Dampfbad
- 4 Heubad
- 5 Kneippbad
- 6 Massageraum
- 7 Ruheraum
- 8 Innenhof
- 9 Schwimmbad







1



2



3

Zusammengestellt von Harald Husel

# Vigilius Mountain Resort

Das auf ca. 1500 m Meereshöhe oberhalb von Lana gelegene Luxushotel „Vigilius Mountain Resort“, welches ausschließlich zu Fuß oder mit der nostalgisch anmutenden Seilbahn erreichbar ist, bietet seinen Gästen ein von Verkehrslärm und Alltagsstress befreites Ambiente.

Der Kunde wird darüber hinaus mit einer Spa-Abteilung und zahlreichen Wellnessrichtungen bis hin zu fernöstlichen Heil- und Pflegeanwendungen durch ein breites Spektrum an Serviceleistungen versorgt. Das aus Amerika stammende „Anti-aging-Konzept“, was soviel bedeutet wie gezielt dem Altern entgegenzuwirken, findet hier seine Anwendung. Die Kernkompetenz des Standortes sind Bewegung, Ernährung und Didaktik (Health-Experience); diese drei Stichworte sollen für das Hotel zur Selbstverständlichkeit werden.

Der Entwurf stammt aus der Hand des aus Bozen stammenden und in Mailand arbeitenden Architekten und Designers Matteo Thun. Der komplett neu konzipierte Hotelkomplex wurde an derselben Stelle wie das jahrzehntelang unbewirtschaftete und baufällige alte „Hotel Vigilijoch“, in ähnlicher Kompaktheit und Größe, errichtet. Die Realisierung und Umsetzung des Neubaus durch ein internationales Team aus Firmen, Betreibern, Künstlern und Technikern wird endgültig im Frühsommer dieses Jahres abgeschlossen sein.

Die Architektur des „Vigilius Mountain Resort“ wird beherrscht von klaren Linien und einer unaufdringlichen Formensprache. Der gesamte außen sichtbare Hotelbereich besteht größtenteils aus Holz, welches für Wärme steht und auch den Kontrast zum kühlen Bergklima herstellt.

Sichtbarer Lehmputz im Innen- sowie im Außenbereich sowie roh belassene Stampflehmwände, gleichzeitig als Wandheizung fungierend, verleihen dem Neubau den eigens inszenierten künstlerischen Beitrag zur Architektur und sorgen für eine Atmosphäre, in der sich der von natürlicher Materialität umhüllte Gast wohlfühlen soll. Im Inneren des Gebäudes

präsentiert sich hochwertiges Design mit ebenfalls klaren Linien und Formen à la Matteo Thun. Die monolithische Erscheinung des Interieurs steht im Vordergrund, um den Hotelgast nicht durch überschäumendes Formenspiel zu belasten.

Das angeschlossene Tagesrestaurant für Ausflugsgäste ist in traditioneller Bauweise in Gestalt eines nachempfundenen Bauernhauses bzw. Stadels („Ida“) mit Holzschindeldeckung errichtet. Dieser Teil der Anlage bildet den architektonischen Kontrapunkt zu dem sonst eher modern anmutendem Hotel. Das bei der „Ida“ für die meisten konstruktiv sichtbaren Teile verbaute Holz stammt aus einem jahrhundertalten Bestand.

Der kompakte Baukörper der Hotelanlage erinnert uns an einen überdimensionalen in den Wald gefallenen Baum.

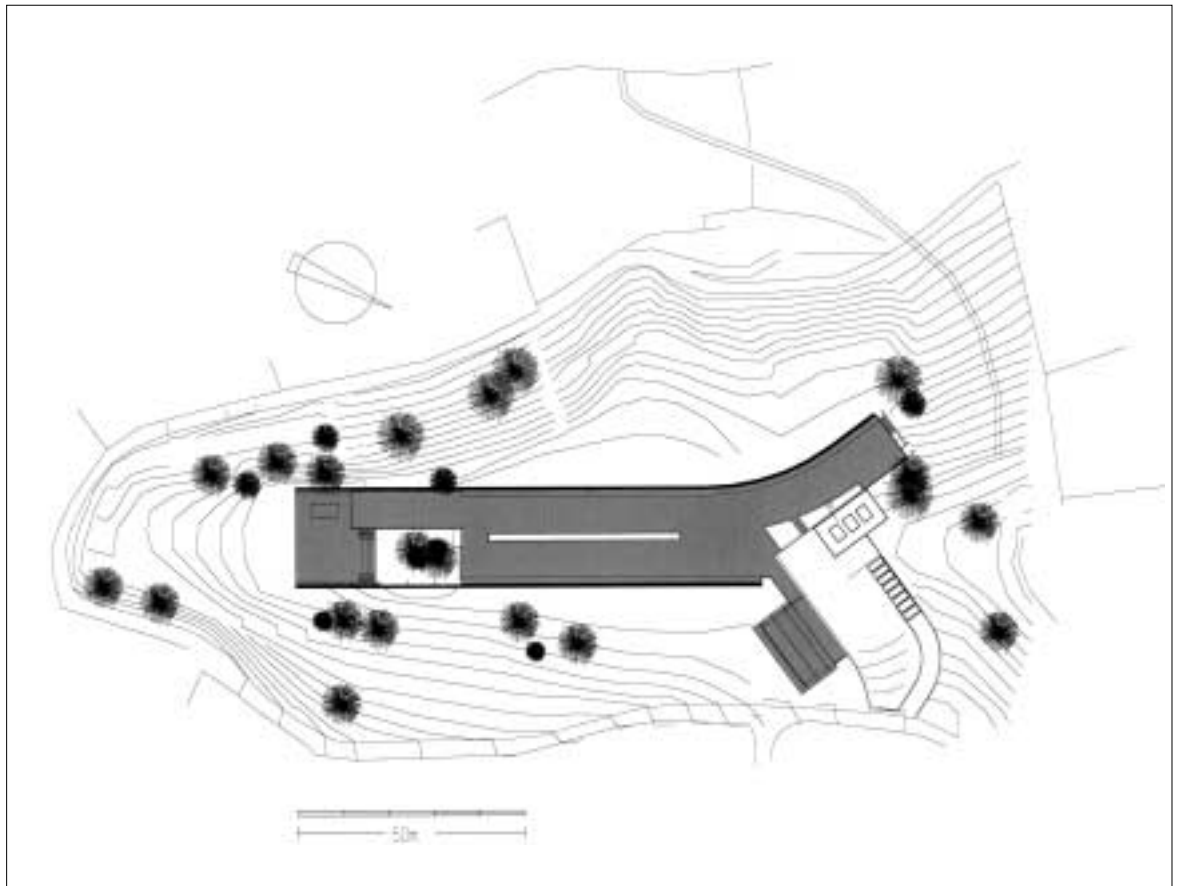
Noch zusätzlich betont wird diese Wirkung durch die stark horizontal geprägte Holzlamellenstruktur der Fassade, welche die Baumrinde des gefallenen Baumes darstellen könnte. Vordergründig dient diese Konstruktion natürlich zur Verschattung bzw. Sicherung der dahinter liegenden Terrassen und Balkone.

Die Architektur geht bewusst eine Symbiose mit der Natur und der Umwelt ein und ist nicht durch konträres Hervortreten oder Konkurrieren mit dem Umfeld dominant. Umringt von Lärchen- und Fichtenwald, aber trotzdem exponiert auf einer kleinen Anhöhe weist das Hotel einen Panoramablick von nahezu 360° über die Bergwelt Südtirols auf. Ein speziell auf Lage, Konstruktion und Materialität zugeschnittenes Niedrigenergiekonzept sucht seinesgleichen in der Hotelbaubranche und ist gleichzeitig zukunftsweisend für die Architektur des 21. Jahrhunderts, für die der Energieverbrauch einen ernst zu nehmenden Aspekt bei der Planung von Gebäuden darstellen wird.

Die Entscheidung, den Bau größtenteils aus Holzfertigteilen zu errichten, was einen hohen Grad an Vorfertigung schon während der Massivbauarbeiten ermöglichte, hat wesentlich zu Beschleunigung der



1



2

**Bauherr**

Dr. Schär GmbH, Burgstall  
Hr. Ulrich Ladurner

**Eigentümer**

Hypo Leasing Tirol Italia AG,  
I – Bozen

**Betreiber**

Michael Di Leonardo, USA

**Architekt**

Matteo Thun, Mailand

**Lokaler Architekt**

Harald Husel,  
D – München / I – Bozen

**Projektsteuerer,**

**Sicherheit, Bauleitung**

Peter Nösslinger, I – Lana

**Statik**

Oswald Holzner, I – Lana

**Außengestaltung**

Sebastian Gretzer, I – Meran

**Kunst am Bau**

Martin Rauch, A – Schlins

**Holzbau**

Hubert Berlinger,  
A – Alberschwende

**Techn. Gebäudeausrüster,**

**Energiekonzept**

GMI, A – Dornbirn

**Küchenplanung**

Alois Edenhauser,  
A – Innsbruck

**Baufirmen**

Valorz Klotz KG,  
I – Lana

Plattner Bau GmbH,

I – St. Jakob

**HLS-Projektant**

Gunter Langer, I – Meran

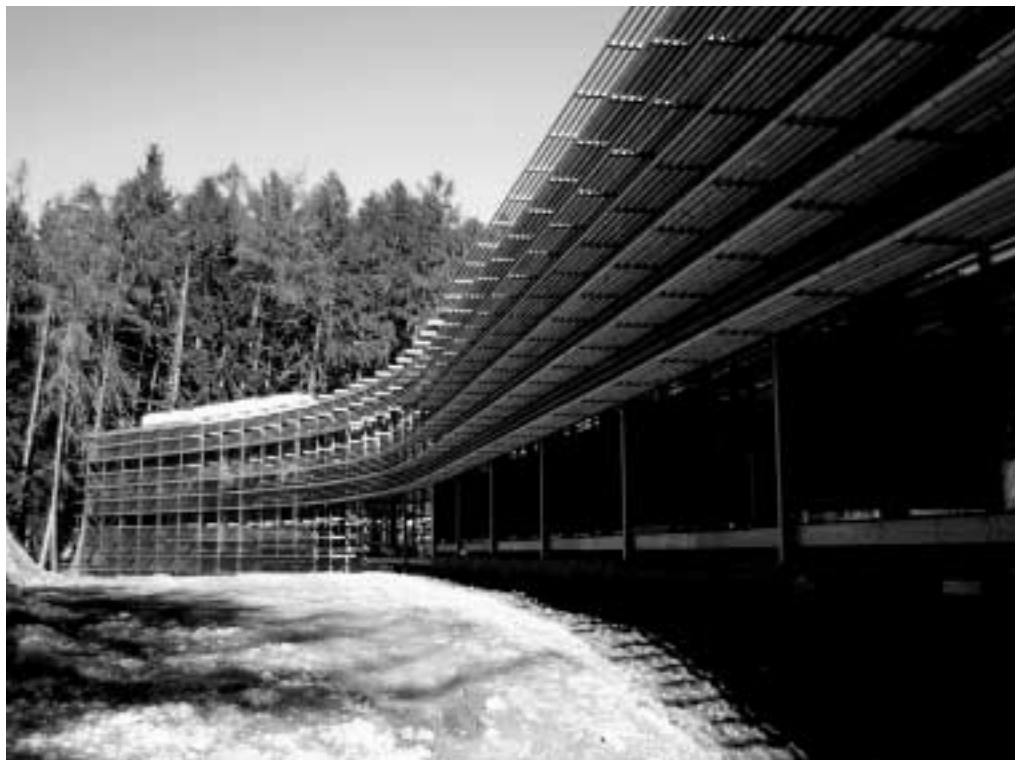
**Elektro-Projektant**

Walter Malleier, I – Lana

**1** Blick aus den Zimmern

**2** Lageplan

**3** Süd-Ost-Fassade



3

Bauzeit beigetragen. Durch den Einsatz zweier parallel arbeitender Baufirmen konnten die Tiefbauarbeiten ebenfalls rasch zum Abschluss gebracht werden. Die knappe Zeitspanne von etwas mehr als einem Jahr vom Aushub bis zur Fertigstellung wäre durch eine herkömmliche Massivbauweise sehr schwer einzuhalten gewesen.

Ein weiteres Hotelprojekt Matteo Thuns mit einem ähnlich konzipierten Bauablauf findet sich bei der „Pergola Residenz“ in Algund wieder. Die etwas kleinere Anlage, die sich momentan noch in der Rohbauphase befindet, soll ebenfalls durch den Verbau von Holzfertigteilen bis Herbst 2003 fertig gestellt werden.

Sepp Perwanger

## Der Zirmerhof in Radein

*„1890 fasseten die Perwangers den gar löblichen Entschluß, sellen schönen Zirmerhof als ein Herberg für Sommerfrischler, Luftschnapper, Touristen und anderes fahrendes Volk zu errichten, vergrößerten die Fenster, schleppten Einrichtung herauf, baueten Söller, baueten ans Stadl das so benannte Neugebäud und eröffneten denselben Zirmerhof als Touristenherberg.“*

Mit diesen Worten würdigt eine zeitgenössische Chronik das Vorhaben der Gründerin Anna Perwanger, aus einem uralten Bauernsitz (die Ursprünge des Hofes reichen ins 12. Jahrhundert zurück, das Wohnhaus stammt aus der Zeit um 1600) ein modernes Berghotel zu machen. Als sich der Zirmerhof den Reisenden öffnete, waren es zunächst Aristokraten, Geheimräte, Künstler und Wissenschaftler aus Wien, Leipzig und Berlin, die auf der Radeiner Sonnenterrasse die heilsame Wirkung der alpinen Landschaft entdeckten. Die Anreise dauerte damals vier bis fünf Stunden Stellwagenfahrt von Neumarkt nach Kaltenbrunn. Dort begann der Aufstieg. Ältere Gäste wurden mit der so genannten Penn oder Schleife befördert, die jüngeren mussten zu Fuß auf dem noch heute bestehenden alten Bergweg ihr Ziel erreichen. So mancher Gast durfte sich auch am Pferdeschwanz festhalten. Am Zirmerhof gab es damals kein fließendes Wasser in den Zimmern, auf den Kommoden standen Waschsüsseln, und heiße Bäder gab es nur auf Bestellung. Im Eingang des Hotels fällt dem Betrachter gleich die Schnitzerei eines Adlers mit gebrochenem Flügel auf; die Holzdecke von 1926 wurde aus einer einzigen Zirbelkiefer von riesigem Ausmaß gefertigt. Eingeschnitzt die Geschichte, welche der Baum über Jahrhunderte erlebt hat, mit der symbolischen Zuversicht, dass auch nach dem tiefsten Winter immer ein Frühling folgt. Ein besonders gelungener Anbau an das Haupthaus ist der Speisesaal, auch Riesen-Grimm-Saal genannt. Er bekam Anfang des letzten Jahrhunderts seine heutige Form mit großen Fenstern und angrenzen-

der Holzveranda. Besonders hervorzuheben sind dort die vom Bozner Maler Ignaz Stolz geschaffenen Bildtafeln (1936), welche in dramatischer Weise die Sage vom Riesen Grimm darstellen. Das Fresko der Heiligen Drei Könige aus dem Jahre 1926 befindet sich im Saal auf der ehemaligen Außenmauer des Haupthauses. An der heutigen Form des Zirmerhofs haben unter anderem die Architekten Luis Plattner und Herthilde Gabloner mitgewirkt: der erste 1970, die zweite 1986. Die letzten Arbeiten, diesmal unter der Leitung des Architekten Zeno Bampi, wurden zwischen 1992 und 2000 durchgeführt. Außer der Modernisierung der Hotelzimmer, der Verbindung des Haupthauses mit dem Nebenhaus und der erforderlichen Anpassung an die Sicherheitsbestimmungen hat der Architekt den für die moderne Hotellerie unentbehrlichen Wellness-Bereich gestaltet. Dieser Bereich wurde in das weitläufige Dachgeschoss des alten Stadels verlegt. Im Stall selbst wurden Weinkeller und ein Verkostungslokal angelegt. Die Familie Perwanger bemüht sich heute besonders um ein optimales Zusammenspiel zwischen Berghotel, Land- und Weinwirtschaft und Naturlandschaft. Hotel und Bauernhof sollen sich nach diesem Konzept zu einer selbstgenügsamen Einheit entwickeln. So entsteht Bio-Wärme aus dem Holz der eigenen Wälder, freie Haltung der Tiere und natürliche Fütterung garantieren bestes Fleisch. Das hofeigene Weingut in Montan sorgt für vorzüglichen Trinkgenuss und naturbelassene, gesunde Früchte.





„Abzug vom Zirmerhof.“ Westseite.. Süd-Tirol.. 1892.  
*Abzug aus dem Hofe des Raimund Jäger  
für Familie Jäger  
1901.*



Matteo Scagnol

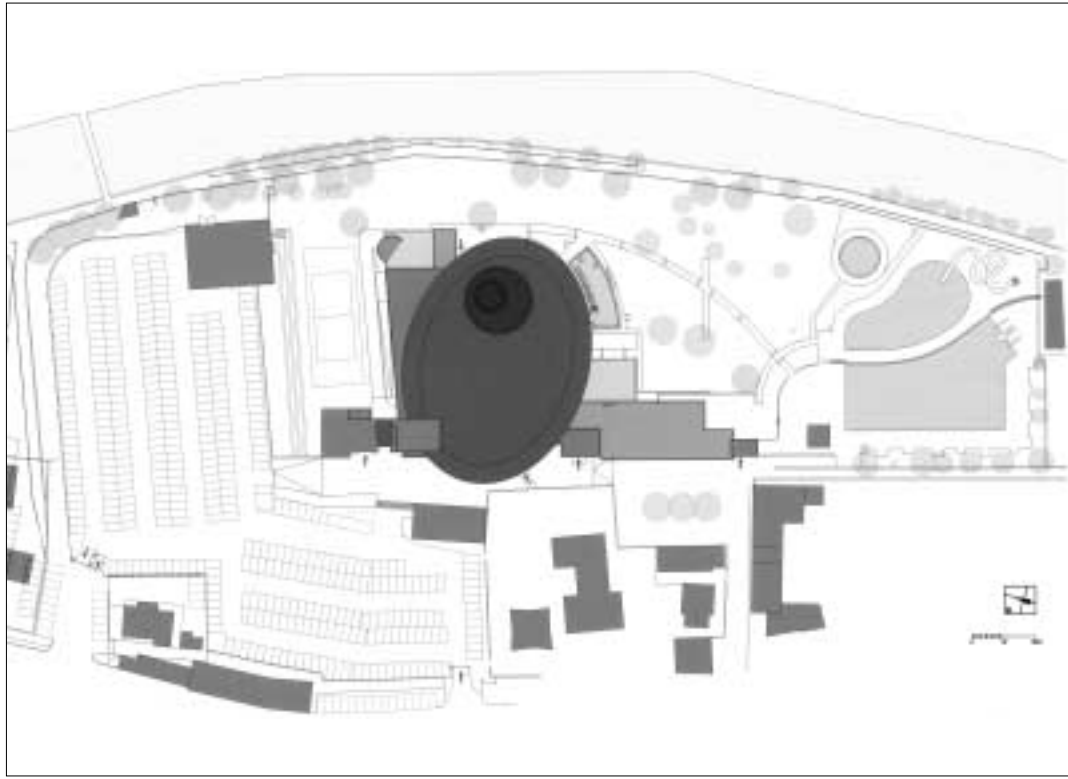
# Aquarena – Piscina coperta di Bressanone

La nuova piscina coperta costituisce il completamento funzionale della zona sportiva a nord del centro storico di Bressanone. La combinazione con la piscina scoperta trasforma l'impianto balneare in un sistema operativo nell'arco di tutto l'anno con vantaggi gestionali ed una più ricca offerta per gli utenti. Inoltre tale ubicazione si rivela ottimale per la presenza di un ampio parcheggio che nell'immediato futuro verrà completato con diversi livelli sotterranei ed una serie di infrastrutture pubbliche ed un campo da calcio. L'intero impianto è costituito da una molteplicità di funzioni integrate: l'area delle piscine, l'area wellness e fitness, l'area sauna, il ristorante, il bowling ed i relativi uffici. La costruzione si sviluppa urbanisticamente lungo l'asse di collegamento pedonale e ciclabile esistente, sul quale si aprono gli ingressi principali alla piscina coperta ed al ristorante. L'atrio d'ingresso al complesso, definito da un'ampia vetrata curvilinea che s'inarca sul percorso pedonale, diviene filtro trasparente attraverso il quale lo spazio interno della piscina si apre alla vista dei passanti. Il corpo principale della piscina coperta ha forma ellittica, ruotato leggermente rispetto all'asse urbano nord-sud e rialzato su una serie di edifici di dimensioni inferiori che fuoriescono da quest'ultimo. La riconciliazione tra la forma assoluta e le sue appendici è orchestrata e risolta da una complessa geometria d'intersezioni, rotazioni e sfalsamenti che creano una ricchezza di spazi interni ed una molteplicità di vedute trasversali. Domina su tutto la copertura – lama orizzontale – che detta la forma e dona unità al complesso. Quest'ultima è costituita da un doppio guscio in struttura lignea, tale da creare uno spazio capace di assorbire al suo interno tutti gli impianti tecnici d'aerazione ed illuminazione. Il rivestimento esterno è in manto erboso così da assimilare la grande superficie piana della copertura a quella dei prati della piscina scoperta e del campo da cal-

cio retrostante di prossima realizzazione. Un grande volume tronco conico ad asse inclinato rompe la simmetria della forma ellittica della piscina sia nello spazio interno sia nello skyline esterno, offrendo un suggestivo ambiente a tutta altezza che accoglie al suo interno la vasca whirlpool ed un canale d'acqua forzata. Entrando nell'atrio a doppia altezza al visitatore si presenta la vista sull'intero spazio della piscina e da quest'area si ha la possibilità di accedere direttamente sia alla zona fitness posta al primo piano, sia al ristorante che all'area degli spogliatoi posti al piano terra. Quest'ultimi composti da cabine in linea ed ambienti spogliatoio precedono il sistema lineare di docce e servizi igienici antistante la sala bagnanti con la vasca da 25 m ad 8 corsie e la vasca di temperatura maggiore con dispositivi ludici e di relax. Un'ulteriore vasca di acqua salata, accessibile dall'interno, si estende a sud lungo il perimetro esterno della piscina completamente vetrato. L'area della sauna posta al primo piano si articola in un sistema di ambienti terapeutici gravitanti intorno ad uno spazio centrale quadrato ed in una serie di zone relax che circondano il volume tronco conico. Un grande terrazzo protetto estende la sauna all'esterno dove si trovano una vasca whirlpool ed una cabina per le saune finlandesi. Vetro, acciaio, legno e pannelli in HPL accompagnati da multicromie ed effetti di illuminazione artificiale definiscono superfici e piani sollecitando la vista e sensibilizzando il tatto.

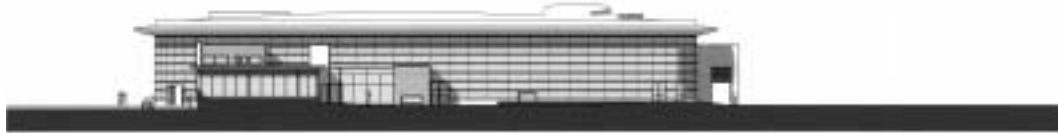




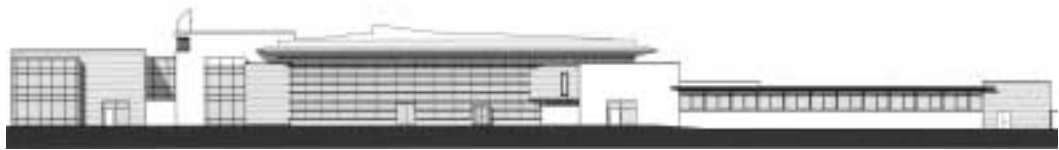


1





2



3



4



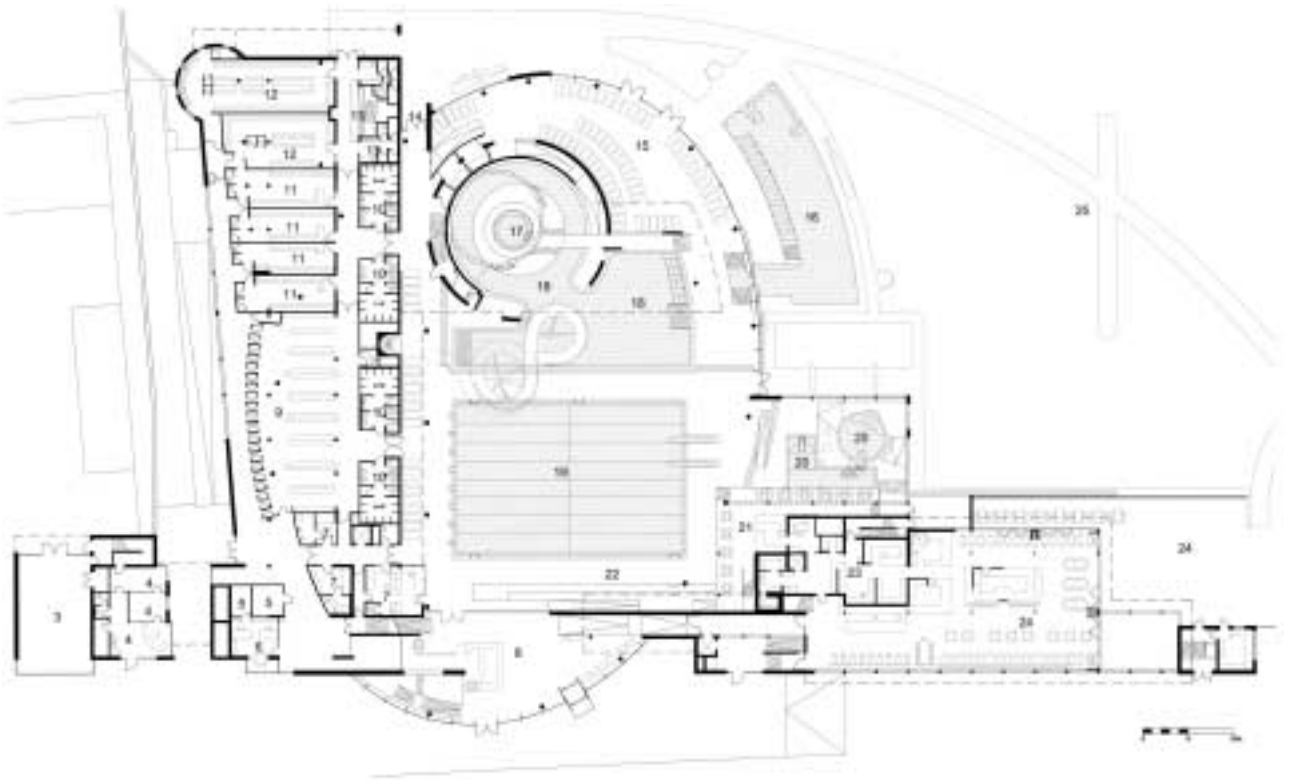
5

**Committente**  
Comune di Bressanone  
e Azienda municipalizzata  
di Bressanone  
**Progetto**  
arch. Ralf Dejaco  
**Collaboratori**  
arch. Christine Reick  
p. i. Helmuth Pfattner  
Beate Mitterhofer  
**Projektmanagement**  
Michaeler & Partner

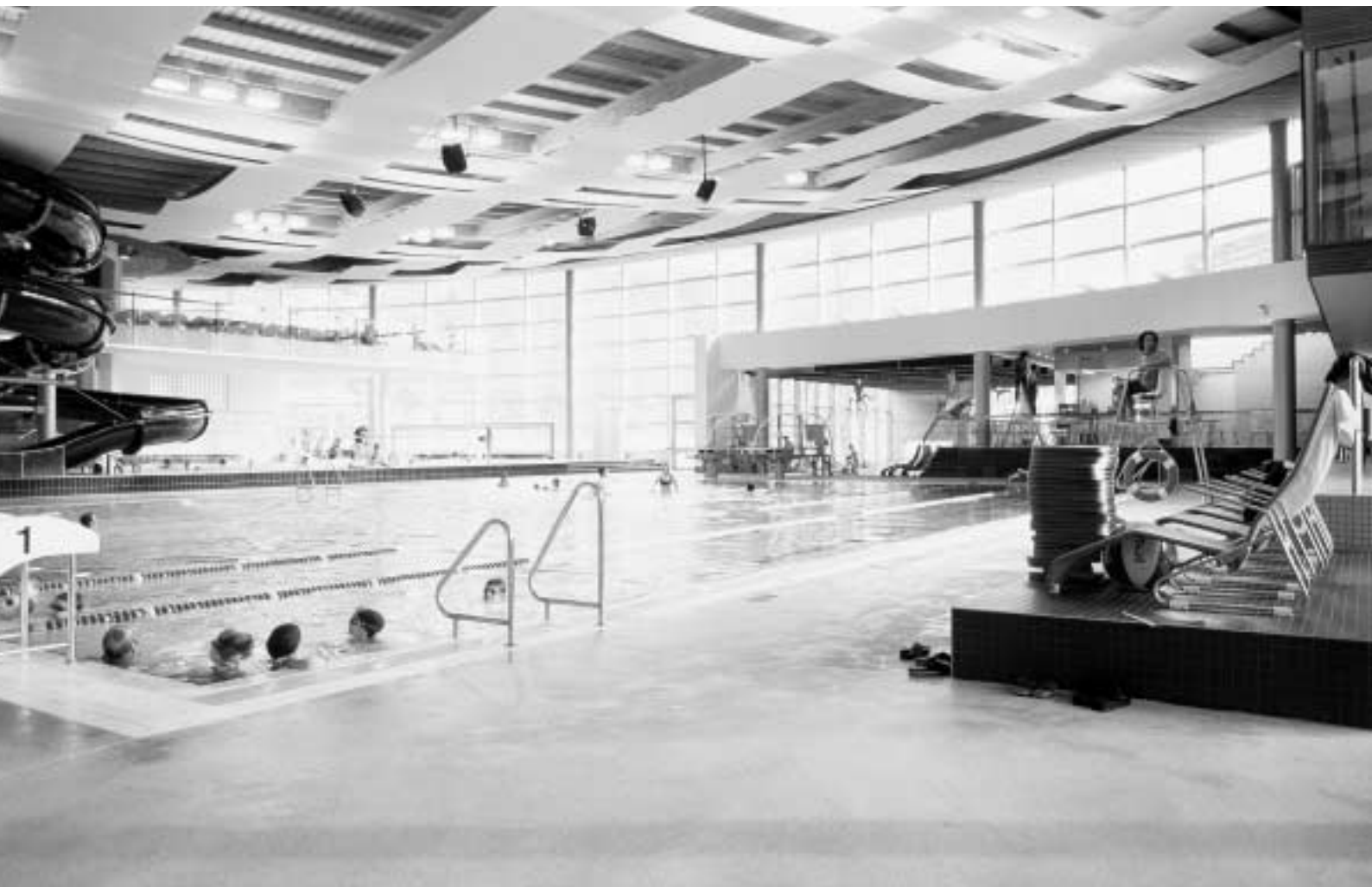
**Coordinatore di sicurezza**  
ing. Fritz Starke  
**Direttore lavori**  
arch. Ralf Dejaco  
**Statica** ing. Giorgio Keller  
**Impianti elettrici**  
p. i. Zanotto Franco  
**Impianti termo-sanitari**  
Thermostudio OHG  
**Impresa edile** Hobag  
**Strutture in legno**  
Holzbau

**Strutture in vetro e alluminio** Zanetti  
**Strutture in metallo**  
Pikon  
**Inizio progettazione**  
02. 1999  
**Inizio lavori**  
20. 11. 2000  
**Fine lavori**  
21. 11. 2002  
**Superficie coperta**  
5.386,52 m<sup>2</sup>

**Cubatura fuori terra**  
38.854 m<sup>3</sup>  
**Cubatura interrata**  
24.360 m<sup>3</sup>  
**Costi di costruzione**  
17.000.000,00 Euro  
**1** planimetria  
**2** prospetto sud  
**3** prospetto ovest  
**4** sezione  
**5** sezione



1





2



- |  |                                       |   |
|--|---------------------------------------|---|
| <b>1</b> pianta piano terra                                      | 11 spogliatoi collettivi              | <i>primo piano</i>                      |
| <b>2</b> pianta primo piano                                      | 12 spogliatoi sauna                   | 3 fitness                               |
| <b>Leggenda dei vani</b>   | 13 docce sauna                        | 4 vano pulizie/archivio                 |
| 1 Vani relax sauna   | 14 collegamento<br>piscina all'aperto | 5 ambulatorio                           |
| 2 Massaggio/beauty   | 15 zona relax                         | 6 reception                             |
| <i>piano terra</i>   | 16 vasca acqua salata<br>esterna      | 7 atrio                                 |
| 5 fitness/ginnastica   | 17 whirlpool                          | 8 massaggio                             |
| 4 ufficio ASM  | 18 vasca divertimento                 | 9 solario                               |
| 5 vano tecnico/pulizie   | 19 vasca sportiva                     | 10 vani relax sauna                     |
| 6 ufficio amministrazione  | 20 vasca bambini                      | 11 saune e docce                        |
| 7 bagnino, pronto<br>soccorso e spogliatoi<br>portatori handicap | 21 ristorante zona<br>bagnanti        | 12 bagno vapore<br>e vasca acqua fredda |
| 8 zona entrata   | 22 area vasche                        | 13 accesso sauna e bar                  |
| 9 spogliatoi singoli   | 23 cucina                             | 14 sauna all'aperto                     |
| 10 docce wc  | 24 ristorante e terrazza              | 15 matroneo vano piscina                |
|  | 25 prato piscina all'aperto           | 16 spazio aereo vasca<br>sportiva       |
|  |                                       | 17 area gioco per bambini               |

Umberto Bonagura

# Impianto di risalita Falzeben, località Merano 2000

La committenza intese rimuovere l'impianto di risalita esistente (seggiovia monoposto ad attacchi fissi, costruita negli anni '60) e realizzare, sullo stesso tracciato dell'impianto esistente, una linea di cabinovia esaposto ad ammorsamento automatico ad alta velocità di esercizio, tempi ridotti di viaggio, a prevalente funzione di "arroccamento" ed una portata di 1800 persone/ora. Tale intervento venne determinato dal fatto che la linea allora esistente presentava una potenzialità di trasporto troppo bassa e con tempi di percorrenza troppo lunghi per soddisfare la sempre più numerosa clientela. Dal punto di vista architettonico-compositivo questo tipo di impianti presenta interessanti problematiche progettuali (raramente affrontate in maniera coerente) soprattutto nel disegno delle stazioni di valle e di monte. Di norma il progetto di un impianto di risalita è composto da parti tecnologicamente definite, delle quali quella elettromeccanica risulta essere assolutamente prevalente; tutte le parti murarie, le sistemazioni esterne, l'organizzazione dei percorsi/flussi di utenti ecc. sono in funzione della geometria definita dal congegno elettromeccanico – per contro spesso le soluzioni progettuali perseguite per "l'involucro" architettonico sono di segno opposto: mimesi delle parti elettromeccaniche dentro improbabili "architetture" alpine o, molto più raramente e storicamente datata, l'esaltazione degli apparati meccanici stessi. L'architettura del progetto presentato per le stazioni a valle ed a monte si richiama alle opere di ingegneria delle costruzioni idrauliche e stradali, soprattutto alle opere di contenimento delle pendici instabili "mettendo insieme" gli elementi che gli sono necessari ad un'unitaria comunicazione d'immagine del "sistema funivia" e coglie l'occasione edilizia per aggiungere ed integrare i vani tecnologici necessari all'impianto con alcuni vani e spazi destinati a servizi complementari:

ufficio scuola sci, garages per veicoli battipista con deposito, biglietterie e postazioni di controllo ecc.

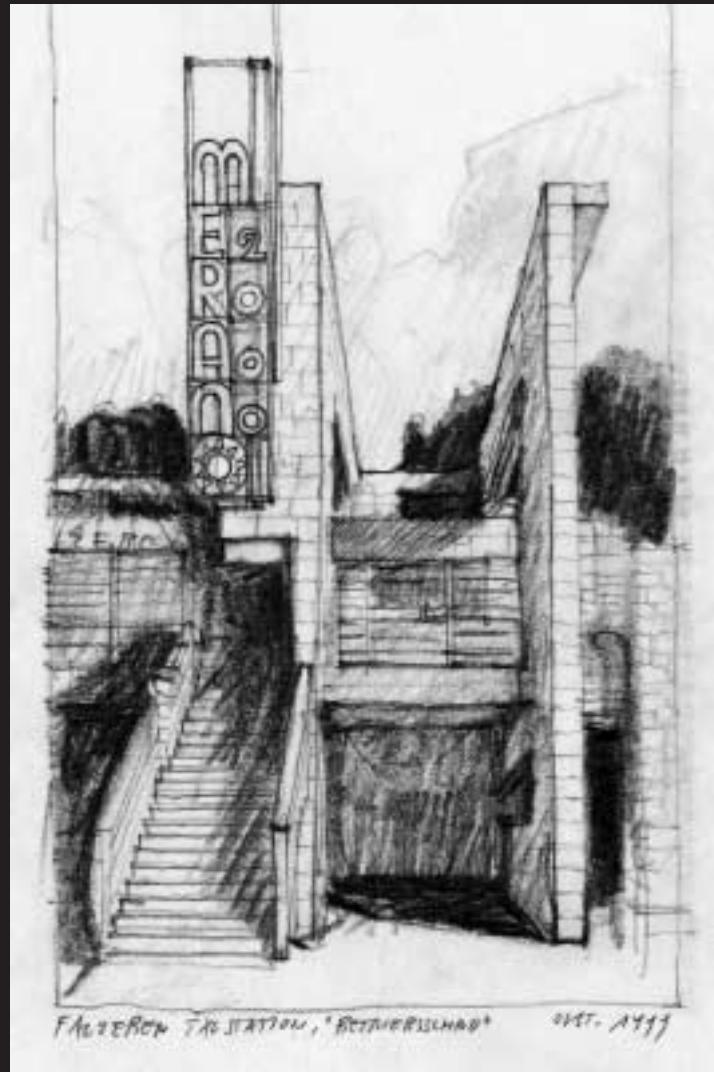
## *Stazione di valle*

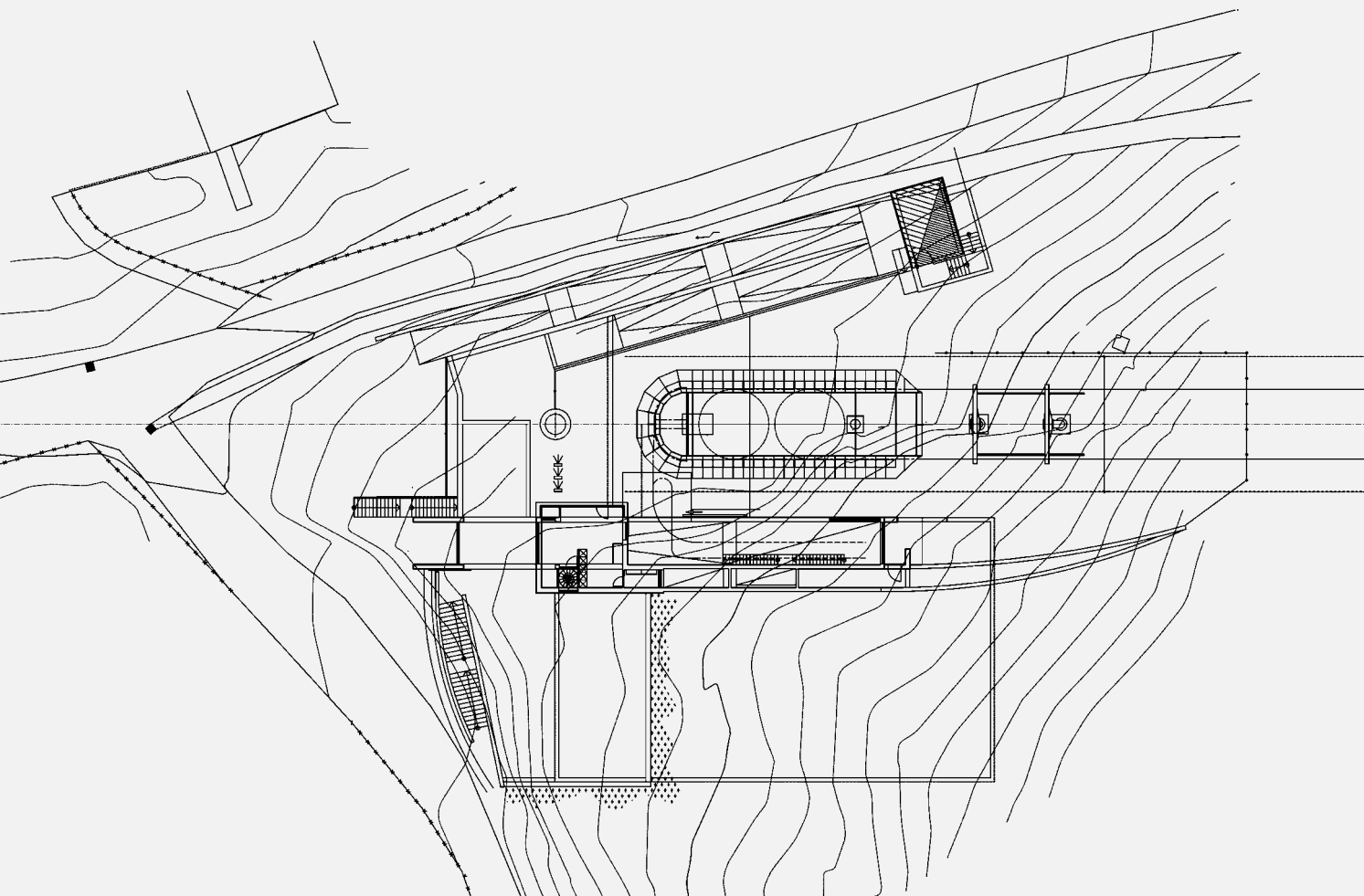
Al piano terra vengono posizionati alcuni vani di servizio (ufficio, biglietteria ecc.) oltre ad un deposito per attrezzi sportivi (slittini, sci ecc.). Un profondo androne consente l'accesso al magazzino di rimessaggio delle cabine. Una rampa pedonabile, di pendenza moderata, consente di accedere al livello superiore dove si trova il piano d'imbarco. Nella stagione estiva l'accesso può avvenire anche tramite la scala esterna realizzata in grigliato metallico. Due setti murari a forte connotazione scultorea, rivestiti di lastre di quarzite, sottolineano spazi e geometrie dell'intero impianto "esprimendone" la precisione ed "astrazione" rispetto al contesto naturale a sua volta commentato dal basamento in pietra naturale, su cui con forza si innestano.

## *Stazione di monte*

Più complessa dell'impianto di valle, la stazione a monte presenta al piano terra dei vani tecnici (sala argano, cabina di trasformazione, gruppo elettrogeno ecc.), dei vani di servizio (infermeria, garage per veicoli battipista, deposito ecc.) e dei vani complementari (sede scuola sci, depositi attrezzi sportivi). Ancora più evidente che nella stazione a valle, la planimetria è determinata e prodotta dalla configurazione naturale del sito e dalla razionale organizzazione dei flussi e percorsi degli utenti mediante segmenti murari in pietra naturale locale.







1

**Località**

Comune di Avelengo,  
località Falzeben

**Committente**

Società Funivie Monte  
Ivigna s.p.a.

**Progetto generale**

arch. Alessio Condotta  
Enrico Canino

**Direzione lavori**

arch. Alessio Condotta  
Enrico Canino

**Progetto statico**

ing. Roberto Beneduce

**Esecuzione lavori edili**

Edilmaia di D. Cologna

**Coord. sicurezza**

Arch. Alessio Condotta

**Inizio e fine lavori**

06. 1998 – 03. 2003

**Apertura al pubblico**

12. 1998

**Lunghezza impianto**

1640 metri

**Dislivello** 281 metri

**Portato oraria**

2000 persone all'ora

**Velocità in linea** 5 m/sec.

**Durata percorso**

5 minuti e 28 secondi

**Progetto funiviario**

ing. Othmar Eisath -  
Ditta Doppelmayr

**Realizzazione e montaggio impianto funiviario**

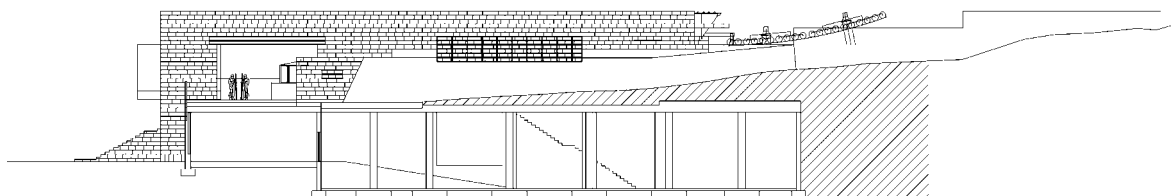
Ditta Doppelmayr,  
Agamatic, Lana (Bz)

**1** planimetria a valle

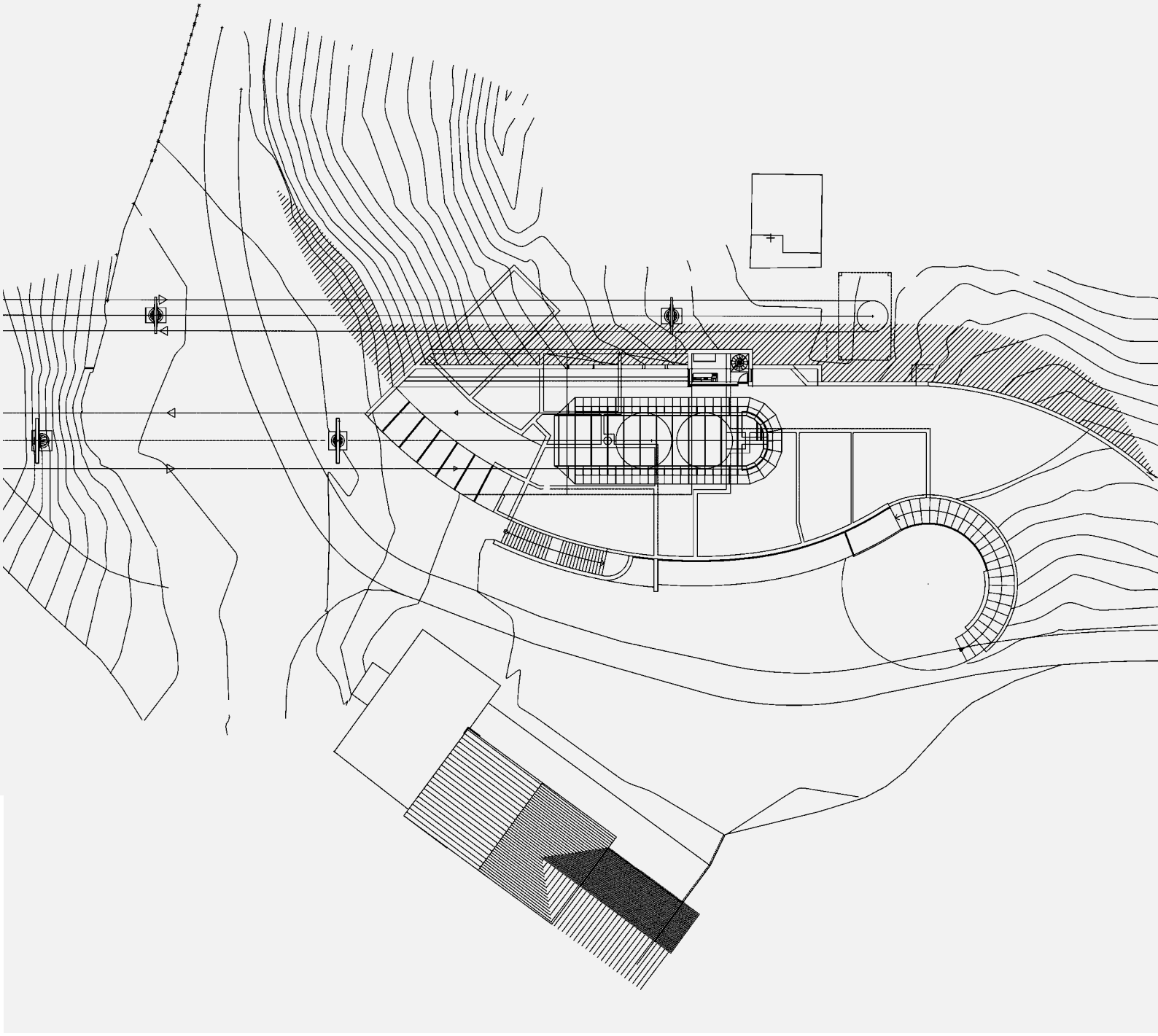
**2** prospetto sud

**3** planimetria a monte

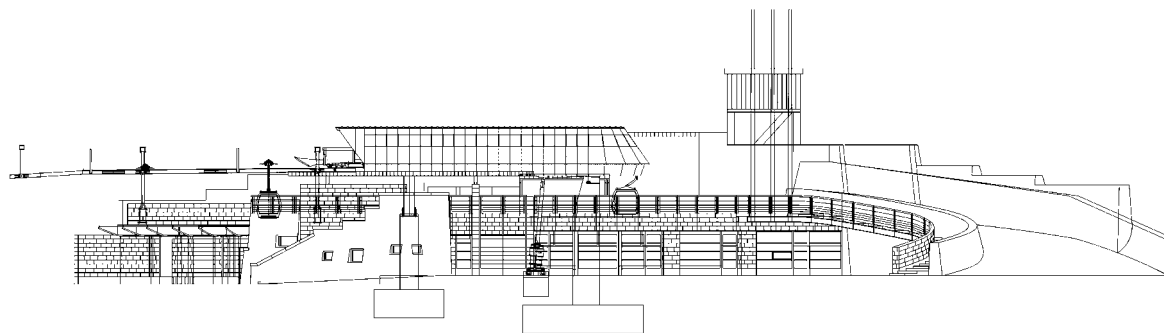
**4** prospetto sud-est



2



3



4

Angelika Burtscher, Daniele Lupo

# Sicherheitsästhetik im Skigebiet

Es sind immer dieselben gesperrten Abfahrten und ein ganz ähnlicher Unfallhergang, wenn sich jährlich junge Skifahrer und Snowboarder schwer verletzen und verunglücken. Hinweise, die gefährliche Zonen für Skifahrer und Snowboarder bewusst abgrenzen, um Unfälle zu vermeiden, werden in den meisten Fällen nicht beachtet. Das Kommunikationssystem der Hinweise auf Gefahren am Berg ist ähnlich dem der Straße: Hinweise, Verbote und Imperative leiten und bestimmen unseren Weg. Die Zeichen und Objekte werden in der „freien“ Natur aufgestellt und ziehen die Grenze zwischen der erträumten Freiheit und dem Verbot, dem sich niemand auf dem Berg unterordnen möchte. Nach einer intensiven Recherche über die Kommunikation im öffentlichen Raum und auf der Skipiste, und nach Gesprächen mit unterschiedlichem Fachpersonal der Skipisten und Personen, die tagtäglich mit dem Berg konfrontiert sind, erarbeiteten wir ein neues Konzept der Gefahrenkommunikation und eine Identitätskampagne für die Skipiste. Es ist dabei Ziel, die Menschen für die Kultur des Berges zu sensibilisieren. Für jede Warnstufe gibt es ein Objekt, das in seiner Form und Farbe die Gefahr kommuniziert. Die Objekte sind beweglich und

passen sich so der Dynamik des Ski- und Snowboardsports an. Sie gliedern sich durch ihre Form in die umliegende Natur des Berges ein, werden aber aufgrund ihrer Farbe als klare Fremdkörper und als Abgrenzung wahrgenommen. Zusätzliche Elemente, wie Licht und Ton, verstärken die Aussage der Objekte. Die Objekte werden im Vorfeld an strategischen Treffpunkten, am Lift, in den Berg- und Talstationen, an Skiständern usw. mittels Stickers erklärt. Der Besucher befindet sich an diesen Orten in einer „Ruhephase“ und ist somit aufnahmefähiger. Eine kurze Erklärung in unterschiedlichen Sprachen und ein Piktogramm des Objektes geben Informationen über die Bedeutung und Aussage des Objektes und seiner Gefahrenstufe. Die Stickers werden dicht im Skigebiet verteilt. Für die Sensibilisierung des Skifahrers hinsichtlich des „Kulturraumes Berg“ wird ein Skilexikon gestaltet. Die Begriffe des Lexikons sind Erklärungen und Hinweise von vorzufindenden Konditionen und Regeln am Berg und erläutern mögliche auftauchende Schwierigkeiten bei der Ausübung des Ski- und Snowboardsports. Die Begriffe werden in Form von kleinen Stickers in unterschiedlichen Sprachen im gesamten Skigebiet, auf den Liften, in den Restaurants, am Skipass, auf dem WC usw. verteilt. Sie fungieren in erster Linie als Informationsmaterial. Teil der Kommunikationskampagne für die Schaffung einer neuen Identität und einer Aufwertung des Skigebietes ist das Sichtbarmachen und Unterstreichen der Vorteile des hochtechnisierten und perfekt präparierten Skigebietes. Es wird so dem Ski- und Snowboardfahrer verdeutlicht, dass er in ein speziell für ihn präpariertes und gesichertes Gebiet kommt. Es werden Fotos der „High-Tech-Anlagen“ der Skigebiete und der präparierten Pisten gezeigt, um dem Besucher zu kommunizieren, dass sein Wohlergehen an erster Stelle steht



**Rechts** Ein neues Konzept für die Gefahrenkommunikation und eine neue Identitätskampagne für das Skigebiet



und alles dafür gemacht wird, dass er sich wohl und sicher fühlen kann. Drei Sätze, „you are the star“, „we care about you“ und „prepared for you“, begleiten und identifizieren diese Bilder, wie auch die restlichen Identitätskampagnen und Objekte. Armbänder, die farblich mit der Plakatkampagne und den Objekten übereinstimmen, werden zum Symbol der Gemeinschaft zwischen unterschiedlichsten Menschen. Es wird ein Symbol der „Community“ zwischen jenen, welche die Skipisten

nutzen, geschaffen. Die Objekte, weiche Matratzen und lange Bänke in unterschiedlichsten Formen, werden im Skigebiet an jenen strategischen Punkten aufgestellt, an denen die Besucher meist die Piste verlassen. Die Objekte werden zu einer Community-Plattform und ermöglichen, dass die Skipiste ein Ort der Begegnung und ein Ort des Spaßes wird. Die Objekte werten die Piste auf und fesseln den Sportausübenden im positiven Sinne an sie. Sie schaffen eine neue Attraktivität für die Skipiste.

Manuela Demattio

# „Wer hat Angst vor Rot, Gelb, Blau...?“ oder die Gestaltung einer Kinderwelt

Mein ständiges Pendeln zwischen Bozen und Cavalese gab mir die Möglichkeit, zwei umgebaute und von Kindern umringte Zugwagons zu entdecken. Dies brachte mich zu den Themen „sozialer Tourismus, Kinderkolonie, Umnutzung, spielerisches Entwerfen und zurückhaltende Architektur“. So beschloss ich mit Begeisterung, drei interessante Projekte der Architekten Michael Scherer, Walter Pardeller und Josef Putzer zu erzählen. Das Jungscharhaus in San Lugano, das Jungscharhaus in Nobls und die Einrichtung für die Kinderferiensiedlung Caorle sollen unter den gemeinsamen Aspekten der Lage, ihrer stark nutzerorientierten Konzepte, der flexiblen Architektur, der Materialien und Farben, des Planungsprozesses, der Finanzierung und der Trägerschaft analysiert werden.

## „Bonbons“ und Landschaft

In San Lugano, zwischen Wald und der Dolomitenstraße, erstreckt sich die Trasse der ehemaligen Fleimstalbahn, entlang der sich das Bahnhofsgebäude und die Umspannstation befinden. Zu der Anlage gehört ein ca. 50 m langer Gleisstrang mit Wagons der staatlichen Eisenbahn: Ein Ausschnitt der Vergangenheit, ein Stück Erinnerung, die durch eine zukunftsorientierte Nutzung eine neue Bedeutung bekommt. Das Jungscharhaus in Nobls liegt auf 1200 m inmitten der Lärchenwiesen des Tschöggelbergs. In einer weiten Hügellandschaft befindet sich das Gebäude, dessen unterschiedliche Farbigkeit und Oberflächen einen Akzent zur umliegenden „Jodl-Landschaft“ setzen. Während sich die bestehende Kinderkolonie in Caorle in einer Idylle aus Meer, Strand und Feldern befindet. Alle drei Objekte sitzen in ihrer Form oder Farbe exponiert in der Landschaft, das ermög-

licht einen starken Bezug zur Natur und durch ihre spielerische Entfremdung eine klare Erkennbarkeit schon von weitem.

## „Kinder“ und Ideen

Die Planungsaufgabe in San Lugano bestand darin, die von der Katholischen Jungschar für Kinderferienaufenthalte schon genutzte Umspannstation zu erweitern und winterfest zu machen. Das Gebäude und die Fassade wurden sanft renoviert. Innen sind die Gemeinschaftsräume (Seminarraum, Speisesaal) untergebracht. Sehr stimmungsvoll ist der Seminarraum, der mit hellen Spanplatten wie mit einer leichten Haut ausgekleidet und als dreidimensionale Pinn- und Malwand konzipiert wurde. Die Schlafräume gelten als Attraktion für die Kinder. Auf Eisenbahnwagonsplattformen wurden gedämmte Schlafcontainer in Holzbauweise montiert. Jeder Schlafcontainer ist mit fünf Stockbetten, einem kleinen Schrankraum und einem Bad ausgestattet. Die Entkernung und anschließende Neugestaltung des Schulgebäudes in Nobls aus den 70er Jahren ermöglicht alternative Nutzungen, z.B. als Hüttenlager für Kinder und Jugendliche oder als Seminar- und Veranstaltungsraum im Winter. Die Reduktion der ehemaligen Schule auf wenige Baukörper verstärkt den Bezug zwischen Innen und Außen. In Caorle ist Leitbild des Umbaus das Zusammenspiel der Farben Blau, Rot, Gelb und Grün in ihren Abstufungen. Die Anlage besteht wie ein Dorf aus „Häusern“. Jedem „Haus“ wird eine Farbe in Form von Eingang, Balkonunterseite oder Fassade zugeordnet. Die Farbe bedeutet für die Kinder Orientierung und Zugehörigkeit. In der Erdgeschosszone befinden sich nur Gemeinschaftsräume, in den Obergeschossen sind jeweils 4 Schlafräume pro Haus untergebracht: die Farbigkeit eines







jeden Schlafräume entspricht leicht abgewandelt der Hausfarbe, im Speisesaal essen die 4 Gruppen und so treffen hier alle 4 Farbnuancen aufeinander, die Aufenthaltsräume sind aufgrund ihrer Gemeinsamkeit farblich „neutral“. Die Jungscharhäuser und die Kinderferiensiedlung sind Mikrokosmen, in denen den Kindern ein erlebnis- und abwechslungsreiches Angebot an Spielen und die dafür entsprechenden Räume geboten werden. Deshalb sollen die Strukturen, seien es „der Zug“, das „farbige Dorf“ oder die „rote Hütte zwischen den Kühen“;

fischen Einflüsse, in diesem Fall durch die Bahnlinie als Brachfläche und durch neue pädagogische Modelle, die eine Umstrukturierung der Kinderkolonien aus den 30er-Jahren nötig machen. Wenn von Architekten heute versucht wird, Architekturprodukte (z.B. Wohnungsbau) zu standardisieren und deren Produktion zu rationalisieren, geht es nicht mehr nur um eine Optimierung von Produktion und Kosten, sondern vielmehr um eine Flexibilisierung. Heute steht die Schaffung von Wohnräumen im Vordergrund, die den heutigen Lebensformen gerecht wird. Auch bei der Entwicklung von Baukörpern aus vorgefertigten Elementen und Modulen ist es möglich, den Anspruch einer gewünschten Flexibilität und Grundrissvielfalt gerecht zu werden. Die Schrank-Hochbett-Kombination in Caorle und die Wagons in San Lugano zeigen das Prinzip der Modularität und der Elementierung, indem das Schrank-Hochbett unterschiedlich im Raum gruppiert werden kann und das Element „Schlafcontainer“ mehrmals hintereinandergereiht werden kann. Die jeweiligen Aufenthaltsräume sollen eine hohe Flexibilität anbieten, indem die wesentlichen Elemente wie Klappstisch, Klappstuhl, Stapelhocker und niedrige Schrankmodule leicht weggenommen und verschoben werden können. Modularität, Elementierung und Flexibilität als Hauptcharakteristiken dieser drei Projekte ergeben sich aus den Bedürfnissen der Kinder: Sie verändern und erleben die Architektur, indem sie Objekte bewegen, erklettern, bemalen, kratzen etc.



die architektonische und funktionale Voraussetzung haben, dass die Kinder ihre Freiräume selber gestalten können und ihre Freizeit somit als höchst spannend erleben. Im weitesten Sinne sind die drei Projekte als eine Architektur zu verstehen, welche den Kindern die Möglichkeit gibt, sie zu entdecken, auszuprobieren und sie so für sich selbst zu erobern.

### **„Klapp- und Stapelspiele“, veränderbare Architektur**

Die Idee zur Entwicklung eines Systemmöbelprogramms (Caorle) oder einer mobilen und modularen Einrichtung (San Lugano) entsteht auf Grundlage der gesellschaftlichen Entwicklung aber auch der ortsspezi-

### **„Holzbausteine und Regenbogen“, Material und Farbe**

Der pädagogische Anspruch der Jungschar soll in der Verwendung naturbelassener, ortstypischer Materialien wie dem Holz seine konsequente architektonische Umsetzung erfahren. Benutzer und Nutzung definieren die Einrichtung: Robustheit, Standfestigkeit und Pflegeleichtigkeit charakterisieren die Einrichtung, die aus einfachen kubischen Formen mit glatten Flächen besteht. Die Fassade in Nobls zeigt ein Spiel zwischen dem roten Putz und der Holzverkleidung, das einen Kalt-Warm-Kontrast zwischen Himmel und Wiese setzt. Die Schlafcontainer sind in vorgefertigter Holzbau-

weise bzw. in steifer Pfosten-Riegel-Konstruktion realisiert worden. Die Außenhaut ist mit N+F-Brettern horizontal beplankt. Die Innenwelt besteht aus OSB-Platten. Die Fensterbänder sind innen durch bunte Holzbretter regelmäßig unterteilt und geben so den Farbkreis wieder. In Caorle besteht die Schrank-Hochbett-Kombination aus Metallrahmen, die mit Holzspanplatten, welche mit farbigem, kratzfestem Laminat beschichtet sind, verkleidet werden. Sämtliche Kanten werden mit abgerundeten Sicherheitsumleimern aus Kunststoff dauerhaft geschützt. Auch hier soll die Einrichtung ein maximales Maß an Robustheit, Standfestigkeit, Sicherheit und Pflegeleichtigkeit bieten. Die Grundfarben spielen die wichtigste Rolle, weil sie das Projekt wie in einer russischen Puppe vom Gebäude bis zum Bett kennzeichnen. Die Farbe und das Material Holz ermöglichen eine spielerische und flexible Auseinandersetzung mit den Formen, den Räumen, den Oberflächen



und den Stimmungen, die der Kreativität, der Neugier und dem Bewegungsdrang der Kinder gerecht werden sollen.

### Low-Budget-Projekte und Partizipation

Das Jungscharhaus in Nobls und jenes in San Lugano sind jeweils im Jahr 1996 und 2002 umgebaut und realisiert worden. Die Einrichtung der Kinderferiensiedlung in Caorle wird dieses Jahr eingeweiht. Die Katholische Jungschar und die Caritas treten in diesem Fall als kirchliche Träger organisierter Sommerferien für Kinder auf. Die Finanzierung solcher Projekte erfolgt durch die massive Beteiligung vom Land und aus Drittmitteln. Es entsteht ein interessantes, aber nicht unbedingt für immer tragfähiges Finanzierungsmodell, das ein unausgewogenes Verhältnis zwischen öffentlichen Geldern (80 – 90%) und Sponsoren (10 – 20%) vorsieht. Es stellt sich so die Frage, wie die Mobilisierung der Sponsoren in Zukunft gesteigert werden könnte. Unter Banken und Firmen sind die „Bausteinaktionen“ erwähnenswert. Sie sind ein Spendensystem, welches versucht, die Bevölkerung einzubeziehen. Als Dank bekommen die Spender einen Baustein (Liederkassetten, Postkarten, Adventskalender etc.). Es ist auch möglich einzelne Bauelemente (Fenster, Tür etc.) zu finanzieren. Es handelt sich um drei Low-Budget-Projekte, deren Kostenrahmen unbedingt eingehalten werden musste. Dies konnte durch einen hohen Grad an Vorfertigung und durch die Wahl kostengünstiger Materialien erreicht werden. Die finanzielle Knappheit war für die Architekten gerade die Herausforderung, ein hochwertiges Architekturprodukt zu entwickeln. Innovativ war außerdem der Planungs- und Entscheidungsprozess als partizipatives Verfahren, das durch eine enge Zusammenarbeit zwischen Planern und Betreuern charakterisiert war. Es wurde sogar eine Kinderbeteiligung vorgesehen, in der diese ihre Vorstellungen äußern und selber die Einrichtung in der Werkstatt testen konnten.

Niemand hat Angst vor Rot, Gelb und Blau... vor allem, wenn Architekten und Körperschaften den Kindern so ein „buntes Hütten- und Strandlager“ schenken können!

Patrizia Bertolini

# 50 anni della colonia "12 Stelle" a Cesenatico

In onore dei cinquant'anni di vita della colonia altoatesina "12 Stelle" fu allestita nel giugno 2002 una mostra fotografica e pubblicato un libro sulla sua storia. Attraverso le due iniziative la fondazione Odar – ente organizzatore – intese sottolineare l'importante ruolo della struttura all'interno della realtà locale: in cinquanta anni migliaia di persone hanno vissuto l'esperienza del soggiorno in colonia, da bambini, da adolescenti o da più „grandicelli" in qualità di assistenti. Sia la mostra che il libro proposero di rivivere visivamente attraverso le immagini fotografiche e narrativamente attraverso la raccolta di documenti, testi e lettere, un'esperienza vissuta in comune, permettendo a "quelli che c'erano stati" di riconoscersi o di riconoscere un amico, un assistente, un luogo, un periodo della loro vita. La mostra fu concepita come un percorso visivo attraverso la storia della colonia, immaginando di sfogliare le pagine di un grande "album di famiglia": le foto si susseguirono tra momenti comuni di gioco, tra ritratti di singoli e di squadre senza nessuna immagine preponderante. Il materiale esposto fu riprodotto digitalmente da foto raccolte in parte nell'archivio Odar, in parte messe a disposizione da privati. Fu necessaria una selezione: pur non essendo professionali, molte foto presentavano sia un'alta qualità fotografica che una valenza storica. Nelle immagini si lessero quelle trasformazioni sociali subentrate nel corso del tempo che influenzarono radicalmente costume e comportamenti, inoltre era percepibile il cambiamento dell'approccio al mezzo fotografico. La mostra fotografica richiese un carattere temporaneo ed itinerante. Storicamente la colonia "12 stelle" di Cesenatico ebbe il suo inizio nell'estate del 1951 con l'acquisto da parte della Pontificia Opera di Assistenza (POA) di un terreno affacciato sulla spiaggia. La POA intendeva così fornire sia un'assistenza spirituale che garantire ai bambini altoatesini, fortemente linfatici, una

permanenza al mare. Il 18 dicembre 1952 venne posata la prima pietra e già il 20 giugno 1953 trecento bambini – con 12 assistenti, 2 volontari, una direttrice, una vice-direttrice, un'infermiera e un cappellano inaugurarono la nuova struttura. Da allora numerosi interventi hanno trasformato la struttura facendola entrare a far parte della storia della provincia di Bolzano. Dal 1954 al 1973 la colonia ospitò una scuola invernale (cinque classi tedesche e due classi italiane). Attualmente la colonia offre iniziative diversificate come la "Settimana Azzurra" (settimane di lezione per le scuole elementari, in cui vengono affrontati temi come l'educazione ambientale, la salute e la questione linguistica) nonché soggiorni a gruppi di anziani e portatori di handicap.

## Bisogno di mare

«Perché da una terra come l'Alto Adige, meta di turisti da ogni parte del mondo, rinomata ovunque per il suo paesaggio e per i suoi monti, ci si deve muovere alla ricerca del mare? Erano state soprattutto considerazioni di carattere sanitario, subito dopo la guerra, a consigliare i responsabili diocesani delle attività estive con i ragazzi a individuare uno sbocco sul mare. I medici infatti avevano riscontrato nei bambini assistiti scoliosi e forte linfatismo e avevano affermato che essi avrebbero avuto bisogno di iodio, elemento che in montagna è scarso.»

«Lo scopo dell'assistenza colonistica della POA (Pontificia Opera di Assistenza) – si legge in un libretto pubblicato dalla sezione di Trento nel 1956 – è questo: rinfrancare il corpo e lo spirito per mezzo di un ambiente sereno e adatto, con l'opera preziosa di collaboratori coscienti del proprio dovere di educatori. Le colonie servono per bimbi sani, ma "affaticati, pallidi, eccitati, denutriti, affetti da linfatismo, poco sviluppati." Per molti la colonia è l'unica possibilità per rimettere in equilibrio il pro-





prio bilancio alimentare provato dalla esigenza della crescita. Per riuscire a portare i bambini al mare si cercarono possibilità di scambio. Bolzano iniziò con Chioggia e Caroman, offrendo in cambio soggiorno ai ragazzi veneti nelle nostre colonie di montagna.»

«L'anno 1951 vide la PCA (Pontificia Commissione di Assistenza) impegnata in diverse colonie. Davvero tanti i ragazzi ospitati. Se ne contano 500 a Plancios, 200 a San Vigilio di Lana, 210 a Castel Verruca presso Merano, 100 a Foiana. Mille sono gli ospiti della colonia marina, 150 quelli della colonia diurna di Laives, un centinaio quelli che partecipano a diversi campeggi. Si era dunque deciso, per il mare, di prendere in affitto uno stabile (a Cesenatico nel 1951 e a Riccione nel 1952) da gestire poi direttamente. I risultati furono ottimi ma gli affitti erano molto cari. Perché dunque, a conti fatti, non muoversi per acquistare un terreno sul quale edificare una propria colonia?»

### La costruzione della prima struttura

«La prima pietra della nuova costruzione fu posta il 18 dicembre 1952 ad opera del vescovo ausiliare di Trento mons. Oreste Rauzi. Il giornale L'Adige (20 dicembre 1952) nel riferire dell'evento della posa della prima pietra, riassume così i dati essenziali della colonia: "Il progetto della colonia 'Dodici Stelle' prevede una spesa complessiva di 120 milioni ed ospiterà ad opera ultimata 600 bambini. La Regione Trentino-Alto Adige contribuisce all'opera con un contributo pari al 50 per cento del costo della costruzione. L'edificio è diviso in tre parti, una parte centrale e due ali laterali, una per i bambini ed una per le bambine. In ogni ala vi sono 12 camerate con 24 letti ciascuna. La parte centrale ospiterà a pian terreno i servizi, l'infermeria e l'ambulatorio, al secondo piano la direzione e l'amministrazione. Al terzo piano la cappella che sarà dedicata alla Vergine. Al pian terreno delle ali vi saranno i refettori e le sale di soggiorno. Staccate dall'edificio principale la portineria e le camere di isolamento per eventuali malati. Per quest'estate, date le difficoltà di finanziamento dell'opera, potranno essere ospitati solamente 200 o 300 piccoli.»





## Il regolamento

«Il regolamento era inizialmente molto rigoroso: era valido per le varie colonie della POA attive a livello nazionale. Vigeva innanzitutto la separazione tra maschi e femmine, fra i piccoli e soprattutto fra i più grandi. Nessuno poteva indossare il costume da bagno, neppure in spiaggia. Le assistenti dovevano stare sempre con un grembiule bianco sopra la gonna e sopra la camicetta. In spiaggia le assistenti, da principio tutte donne, dovevano vestire un paio di pantaloncini, non troppo corti, non troppo aderenti, una camicetta non scollata, con maniche lunghe, e tutte dovevano andare in acqua con i bambini. Subito dopo, a turno, si cambiavano e indossavano il "grembiule bianco". Bambini ed adolescenti erano obbligati a cambiarsi di costume riparandosi con un sottanone e ben protetti dalle assistenti dagli sguardi indiscreti dei passanti. Solo l'assistente maschio (ce n'erano solo con gli adolescenti e non dovevano avere nessun contatto con le assistenti femmine) poteva indossare un costume «a banda larga» o pantaloni corti in spiaggia. In colonia doveva indossare pantaloni lunghi e camicia (era proibito girare in canottiera) oppure un grembiule bianco, lungo fino alle caviglie, abbottonato fino al collo. Le assistenti godevano di un breve periodo di libertà solo tra le 13.30 e le 15.30 (se non erano di turno) per andare in spiaggia a prendere il sole o a fare il bagno. Non

potevano allontanarsi dalla spiaggia della colonia senza autorizzazione. Nessun maschio, compreso il direttore della colonia, poteva andare in spiaggia in quelle ore. Di "sentinella" c'erano le suore sul terrazzo del tetto... Per la sicurezza delle assistenti veniva mandata una suora, definita da esse "il carabiniere di scorta", con l'incarico di intervenire se fossero state importunate da qualcuno. Le assistenti, su 28 giorni di servizio, avevano due pomeriggi di libera uscita. Per tutti erano proibite le uscite serali. L'intero periodo di soggiorno veniva trascorso in colonia e, per regolamento nazionale, non si poteva uscire. Era proibito da severissime disposizioni sanitarie comunali girare per i centri abitati: era necessario andare in Comune a fare apposita domanda per avere la possibilità di circolare in paese. Il Comune, se concedeva il permesso, rilasciava anche una cartina del paese dove veniva evidenziato il percorso consentito.»

## Le squadre

«Ogni squadra era formata da circa 24 bambini suddivisi in 24 camerate. Inoltre c'erano 80 adolescenti maschi o 80 adolescenti femmine che, dopo i primi anni, furono ospitati nelle apposite strutture laterali. La colonia ospitava dunque inizialmente 800-1000 bambini per turno. I gruppi erano separati per sesso. C'era il piano dei maschi grandi, quello dei maschi piccoli, quello delle femmine grandi, quello delle femmine piccole e i due settori per ragazzi e ragazze (adolescenti). Ogni gruppo era formato da 180-200 bambini, era guidato da una capogruppo e seguito da "tre volanti" e sei assistenti.»

*I testi hanno accompagnato la mostra fotografica e sono tratti dal libro "Pane e mare" di Paolo Valente e dall'archivio Odar.*

Thomas Demetz

## Statements

# Ampliamenti alberghieri e stato del territorio

*"architecture is not about the conditions of design but about the design of conditions"*

*Bernard Tschoumi*

## Stato di diritto

La pratica dell'ampliamento degli alberghi ha assunto e ancor più sta assumendo una forte evidenza nel territorio della provincia di Bolzano. Alla base di una fase di intensa attività di trasformazione degli esercizi alberghieri stanno una serie di normative contenute principalmente nella Legge urbanistica provinciale.

La Legge urbanistica provinciale stabilisce infatti che esercizi alloggiativi possano essere ampliati 'qualitativamente' e 'quantitativamente'. L'ampliamento qualitativo consiste nell'integrazione ed allargamento dei possibili servizi alla clientela e della relativa qualità, mentre l'ampliamento quantitativo consiste nell'incremento del numero di posti letto. Le procedure di legge vigenti prevedono modalità, classificazioni, criteri di ammissibilità e parametri di esecuzione. In particolare l'ampliamento del numero dei posti letto è vincolato dal livello di sviluppo turistico del comune. L'incremento quantitativo è motivato dalla necessità di recuperare i posti letto andati perduti tra il 1992, data di entrata in vigore del blocco dei posti letto, ed il 1997, anno di approvazione della Legge urbanistica vigente. L'obiettivo è evidentemente quello di mantenere costante la capacità turistica del territorio provinciale.

La suddivisione dei comuni dell'Alto Adige secondo tre soglie per definire i limiti dei possibili incrementi, è determinata da indicatori legati alla densità alberghiera rispetto alla popolazione residente ed all'estensione del territorio comunale. Comuni, o singole località, con meno di 8.000 abitanti con un rapporto tra posti letto e popolazione residente di 0,3 (circa un terzo di letto turistico per abitante) sono classificati come turisticamente depressi.

Gli esercizi alloggiativi in questi comuni non hanno vincoli normativi ai possibili ampliamenti quantitativi. Si tratta di quei comuni che possono prevedere in Piano urbanistico specifiche zone turistiche per impianti alloggiativi.

Comuni con un rapporto tra posti letto e popolazione residente pari a 2 (due letti turistici per abitanti) ed una densità di 75 tra posti letto e residenti per km<sup>2</sup> di superficie comunale ovvero 1 (un letto turistico per abitante) ed una densità di 110 tra posti letto e residenti per km<sup>2</sup> di superficie comunale, sono classificati come fortemente strutturati. Gli esercizi alloggiativi in questi comuni possono incrementare il numero dei posti letto di cinque unità rispetto a quanto dichiarato nel 1997 e solamente in occasione di un ampliamento qualitativo. In questa classe ricadono nove comuni in tutta la provincia e sono quelli a più forte vocazione turistica, quali Badia, Castelrotto, Corvara, Ortisei, Santa Cristina, Selva Gardena, Sesto Pusteria e Tirolo. I restanti sessanta comuni o parti di comuni, classificati come zone turistiche strutturate, sono individuati per sottrazione rispetto alle due classi precedenti e gli esercizi alloggiativi qui localizzati, possono incrementare il numero dei posti letto a partire dal 20%, a seconda della capacità dell'esercizio al 1997.

Le città di Bolzano, Merano, Bressanone e Brunico sono inserite nella classe dei comuni turisticamente strutturati con la differenza che i possibili incrementi della capacità alloggiativa degli esercizi esistenti sono pari al doppio, sempre rispetto alla data soglia.

La disciplina degli ampliamenti qualitativi stabilisce che un esercizio alberghiero possa ampliare i servizi alla clientela, realizzando oltre agli spazi destinati alle attività alloggiative, anche spazi per ristorazione, per piscina coperta, sale riunioni e reparti di cura (wellness). Le specifiche rispetto alle superfici minime totali per



posti letto e per le funzioni integrative, sono espresse in metri quadri di superficie lorda di pavimento a seconda della categoria dell'esercizio e non prevedono distinzioni tra spazi interrati e fuori terra. Ovviamente il passaggio ad una categoria diversa autorizza a realizzare le relative superfici lorde di pavimento.

Sono ammesse deroghe per edifici sottoposti a tutela storico artistica in considerazione delle caratteristiche strutturali e delle esigenze di trasformazione dei volumi. La legge ammette inoltre che per ampliamenti riferiti ad "esercizi esistenti in zone edificabili" possa "essere previsto di derogare agli indici di edificazione stabiliti dal piano urbanistico comunale". Gli esercizi alberghieri non possono poi essere destinati ad altro uso, salvo che la cubatura dell'esercizio non venga destinata ad alloggi convenzionati oppure allo svolgimento di attività terziaria. Qualora l'esercizio sia localizzato in zona residenziale, è ammessa anche la vendita al dettaglio. In larga massima questo è il quadro di riferimento entro il quale sono ammessi gli ampliamenti ed una prima lettura del dispositivo restituisce l'immagine di un

impianto normativo complesso, caratterizzato da una notevole articolazione delle possibili azioni di trasformazione degli esercizi, evidentemente finalizzato alla salvaguardia dello sviluppo degli insediamenti ed alla prevenzione di abusi.

### **Stato dell'arte 1\_urbanistica**

Una verifica condotta su alcuni esercizi localizzati in zone cosiddette fortemente strutturate, e sottoposti a forti vincoli per l'ampliamento della capacità alloggiativa, ha dato dei risultati sorprendenti. Prendendo ad esempio alcuni alberghi, ipotizzando di dotarli di tutti i possibili servizi alla clientela ammessi dalla Legge urbanistica, attribuendo agli esercizi esaminati la categoria delle tre stelle e non computando le superfici destinate ai parcheggi in garage, per lo più interrati, emerge che a parità di categoria, gli esercizi possono praticamente raddoppiare le dimensioni di partenza, mentre nel caso di passaggio di categoria da due a tre stelle, l'incremento dimensionale è di circa 2,3 volte. Nel caso del passaggio di categoria a quattro stelle, l'incremento ammissibile per

un esercizio classificato in origine a tre stelle, è di 2,6 volte, mentre per quelli a due stelle è di tre volte. È immediatamente evidente il salto di scala che interventi di questo genere possono comportare rispetto al loro contesto immediato, soprattutto se si tratta di sistemi insediativi minimamente dotati di struttura. Gli effetti territoriali che la pratica degli ampliamenti degli esercizi alberghieri sta producendo possono essere sottoposti a diverse letture.

Una prima lettura deve affrontare i livelli di integrazione tra disciplina urbanistica e reale sviluppo del territorio. L'ordinamento urbanistico provinciale, riconducibile alla cosiddetta seconda e ormai superata generazione dell'urbanistica, è rigidamente orientato ad una gestione del territorio attuata per espansioni genericamente monofunzionali del tessuto edificato e fortemente incentrato sul controllo delle densità, come tra l'altro prescritto dal Piano provinciale di sviluppo e coordinamento territoriale. La concezione che sottende ad un approccio di questo tipo, per quanto dotata in origine della percezione dei livelli di complessità propri della trasformazione del territorio, ha finito per via degenerativa, con considerare l'urbanistica un fatto esclusivamente tecnico. La conseguenza è che la legge urbanistica, ed a cascata il PUC, da strumenti di indirizzamento consapevole dello sviluppo e della modificazione del territorio, hanno assunto il ruolo di rigido prontuario delle possibili risposte alle domande di trasformazione dei luoghi. La vocazione tecnicistica così espressa, comporta la deresponsabilizzazione della filiera decisionale e solleva i decisori dalla necessità di confrontarsi concretamente con le prospettive locali che emergono dalle richieste delle amministrazioni locali. Le responsabilità di scelta vengono trasferite a soggetti impersonali, quali le normative, che sono il risultato molto spesso di un confronto politico non sostenuto da adeguati approfondimenti disciplinari e da verifiche di scenario, ma che rispondono piuttosto alla pressioni esercitate da lobby e gruppi di interesse. La disciplina degli ampliamenti è rappresentativa di questo stato di cose: il dettaglio, anche eccessivo, del dispositivo in questa materia pare rispondere in modo

generale a richieste puntuali, riducendo i margini di controllo da parte dei comuni sulle modalità di trasformazione del loro territorio e innescando a scala provinciale processi potenzialmente deflagrativi per il quadro locale. L'assenza di prefigurazioni, elaborabili in forma di scenari, e ancor più l'assenza di verifiche sul campo degli effetti prodotti dell'introduzione di specifiche normative, salvo le pressioni dell'opinione pubblica, fa emergere in modo drammatico il rifiuto, o forse l'incapacità, da parte della prassi urbanistica altoatesina di misurarsi con le conseguenze delle proprie scelte, quando altrove questo tipo di confronti sono già stati ampiamente implementati nel dibattito. La possibilità di derogare agli indici attribuiti alle zone residenziali dal PUC, ritengo costituisca la legalizzazione di un abuso, oltre che una mancanza di considerazione per gli eventuali piani di attuazione. In definitiva si ammettono trasformazioni ed incrementi volumetrici praticamente indiscriminati di qualsiasi esercizio alloggiativo a prescindere dalle condizioni al contorno dei singoli interventi, ed al di là di una possibile, consapevole ed efficace azione di controllo della trasformazione del proprio territorio da parte dei comuni.

## Stato dell'arte 2 architettura

Una seconda lettura deve affrontare il rapporto tra urbanistica, architettura e paesaggio, delle relative interazioni e delle possibili relazioni reciproche. Allo stato attuale le discipline dell'urbanistica e dell'architettura non sono state capaci, di instaurare relazioni reciproche, ma si è invece consolidata la separazione tra le differenti prassi in uno stato di schizofrenia dello sviluppo del territorio. Per quanto riguarda il paesaggio si sta affermando un approccio prevalentemente biologico o documentale della cultura materiale, con la conseguenza che le pratiche legate a questo tema si sono ritagliate uno spazio di nicchia nell'ambito del controllo sulle azioni di modificazione dei luoghi. Pare infatti che la tutela e la valorizzazione del paesaggio abbia abbandonato a loro stesse le trasformazioni dei sistemi edificati complessi, cercando di limitare i danni dell'erosione di ambiente naturale da



Foto: Ludwig Thalheimer



parte di tali sistemi tramite l'introduzione di misure compensative, ma disinteressandosi in definitiva del carattere degli insediamenti, dei bordi e delle aree di frangia, aggravando in modo sostanziale la schizofrenia tra le materie responsabili del territorio.

Le conseguenze si manifestano chiaramente anche in occasione di ricognizioni non sistematiche: i centri che sono stati maggiormente interessati da ampliamenti qualitativi, presentano quinte edificate disorganiche, segnate da episodi al di fuori della scala di riferimento. Gli ampliamenti realizzati, costituiti generalmente da deliranti accozzaglie di rapine stilistiche, non sono in alcun modo capaci di istituire un dialogo con il contesto di riferimento, anzi lo stravolgono, lo brutalizzano, imponendosi in modo massiccio e applicando generalmente regole insediative autoreferenziali.

L'assenza di sensibilità architettonica che si manifesta drammaticamente in molti casi di incrementi della volumetria degli esercizi alloggiativi, denota gravi lacune e superficialità nella preparazione degli autori dei progetti. Ciò che è realmente grave è però la prassi invalsa nelle commissioni

edilizie e nelle amministrazioni centrali di attribuire questi aspetti della modificazione dei luoghi ad una generica categoria dell'estetica, non cogliendo la dimensione colossale dell'errore metodologico, oltre agli effetti sui sistemi insediativi. In primo luogo questa denota un certo grado di incapacità a cogliere il carattere dei luoghi e degli insediamenti ma ancora più denuncia la mancanza di una cultura diffusa del territorio e della qualità architettonica. Dimostra che in Alto Adige non esiste la consapevolezza del valore del territorio, dei luoghi ed in definitiva anche del paesaggio degli ambienti costruiti.

Trovo allarmante il mondo in cui si sia diffuso nella maggior parte dei livelli della società sudtirolese il grossolano equivoco che l'estetica sia un dato generalmente accessibile e che sia intrinsecamente democratico, ovvero che chiunque disponga delle chiavi interpretative di un preteso "bello". Il risultato è il populismo del "ciò che piace" e che produce sopraffazione linguistica rispetto ai sistemi costruiti all'interno dei quali vengono realizzati interventi di questo tipo. Parallelamente l'architettura viene ritenuta ascrivibile ad una



questione di gusto, proiettando verso l'edificazione aspettative simboliche che il più delle volte fa riferimento ad un linguaggio compositivo fortemente caratterizzato dalla superfetazione, dalla ostentazione, dalla ridondanza di elementi tipologici falsamente attribuibili ad una tradizione del costruire, che non è mai esistita nelle forme proposte. Torrette, Erker, propilei, colonnati reali o dipinti, tompe l'oeil sono solo alcuni dei segni di cui le recenti ristrutturazioni alberghiere sono state adornate a profusione, credendo con ciò di reiterare un patrimonio storico, ma che è solo il risultato di una distorsione post-modernista degli ultimi due decenni. Preoccupante è l'accelerazione che quest'euforia superfettativa ha subito negli ultimi anni. Falsi castelli, fronteggiati da giganteschi garage, stanno invadendo il nostro territorio, trasformandolo, inconsapevolmente, in una sorta di parco dei divertimenti, una sequenza di paccottiglia edilizia distribuita a pioggia che mette a rischio le identità dei luoghi. Sono dell'opinione che Disneyland sia intrinsecamente molto più onesto di ciò che le commissioni edilizie abbiano autorizzato in Alto Adige.

### **Stato dell'arte 3\_società**

Una terza lettura affronta le modalità di intervento degli organismi pubblici di controllo sulle attività di modificazione del territorio, assumendoli come momenti rappresentativi dello stato di sviluppo socio-culturale del sistema Alto Adige. Le commissioni edilizie, e soprattutto i rappresentanti della tutela del paesaggio, dimostrano in questa sede di non possedere gli strumenti critici necessari per valutare la plausibilità degli interventi, anche se in molti casi, la dimensione delle realizzazioni travalica la possibilità di intervenire efficacemente in senso critico. In ogni caso l'amministrazione provinciale mostra di non riconoscere, anzi di escludere il problema, dato che pur essendo rappresentata da propri delegati nelle commissioni edilizie, non contempla la necessità di proporre cicli di formazione sulle trasformazioni del quadro paesaggistico dei sistemi edificati. D'altra parte i comuni stessi non sembrano disporre delle competenze necessarie per elaborare una propria politica di salvaguardia, accogliendo piuttosto ogni possibile richiesta da parte degli albergatori, i quali

molto spesso abusano delle possibilità ammesse dalla legge. Numerosi sono stati i passaggi di categoria degli esercizi in modo da potere disporre di maggiori superfici: alberghi a tre stelle a conduzione familiare sono improvvisamente diventati grand hotel a quattro stelle, con superfici e volumi superiori alle capacità organizzative da parte dei conduttori, con la conseguenza di incorrere nel peggiore dei casi nel fallimento e nella perdita di una tradizione alberghiera consolidata. In altri casi l'entità dell'onere finanziario assunto, costringe i conduttori a risparmiare sui costi umani, assumendo personale con qualifiche non adatte ad un servizio a quattro

di sussidiarietà ma che al contempo gli organi amministrativi locali vengano dotati degli strumenti interpretativi per svolgere valutazioni corrette e plausibili degli effetti dei progetti sottoposti ad approvazione. La legislazione provinciale deve diventare uno strumento stabile di indirizzo perentorio, deve fornire orientamenti strategici allo sviluppo del territorio provinciale ma deve rinunciare a definire procedure fin nei più minuti dettagli, delegando a strumenti maggiormente flessibili la definizione delle misure specifiche. Nel caso dell'ampliamento degli alberghi deve rinunciare alle autorizzazioni a pioggia ma deve piuttosto assegnare ai singoli comuni l'entità dei possibili ampliamenti, lasciando loro la facoltà di decidere localizzazione e modalità dello sviluppo dell'offerta turistica, anche prevedendo nuove zone specificatamente destinate alla realizzazione di nuovi esercizi alberghieri. Ritengo però che la pratica dell'ampliamento degli esercizi alberghieri sia un indicatore importante dello stato della società sudtirolese, una società che pare non disporre di una visione critica di se e che allo stato attuale si affida a processi e programmi a breve termine. Il progetto di Alto Adige posto alla base dell'autonomia e del successivo sviluppo della società sudtirolese, che era caratterizzato da assunti forti, in alcuni aspetti anche discutibili, ma che è stato in grado per molto tempo di affrontare, con buon successo i diversi livelli di complessità affioranti dalle domande socio-economiche relative al territorio, ha in parte esaurito la sua forza e le sue ragioni d'essere.



stelle. La frenesia con cui sono stati condotti gli ampliamenti degli esercizi alloggiativi, sta facendo correre il rischio di una dequalificazione diffusa in parte del sistema alberghiero dell'Alto Adige, avendo rinunciato al proprio carattere, che è stato trainante per lo sviluppo locale del turismo. In conclusione si pone con forza la necessità da parte delle discipline responsabili della trasformazione del territorio e dei luoghi di ritrovare dei momenti di confronto e di integrazione degli approcci. Si richiede la necessità di uscire dalla spirale perversa della legittimazione tecnicistica priva di verifiche sul campo, destinata altrimenti ad una perdita di efficacia. Ritengo che debbano essere riaffermati con forza i principi

In un quadro a larga scala si riconoscono ora altre forme di pressione, esercitate da modelli culturali, sociali ed economici derivanti dai processi di globalizzazione, destinati ad esercitare azioni sempre più consistenti anche sull'Alto Adige. Le reti dei confini, i sistemi delle separazioni, le categorie interpretative stesse che hanno segnato le dinamiche territoriali, appartenenti a passati recenti, si sono in parte disgregati e hanno lasciato spazio a nuove linee di forza. La labilità degli elementi di distinzione che consentivano di definire la propria localizzazione, fisica e sociale, costringe a ripensare ai possibili sviluppi del sistema territoriale sudtirolese e a ricercare necessariamente nuovi orientamenti.



Hans Heiss

# Ruralität, Regression, Reaktivierung. Ein Kommentar

Eine Südtiroler Kleinstadt, März 2003. Vor den Stadttoren herrscht hektische, auch an Sonn- und Feiertagen kaum unterbrochene Aktivität. Anfang des Jahres wurde ein alter Gasthof abgebrochen, an seiner Stelle eröffnet Mitte Juli ein neues Vitalhotel. Aus der Sicht der Besitzer ein verständliches Projekt, da ihnen der verschachtelte, unattraktive Altbau die Zukunft versperrte. Der Neubau soll das Blatt wenden, eine neue Klientel überzeugen und den Standort als Erlebnis- und Kongressstadt heben.

Mehrere Kilometer weiter, in den Bergen: Bis zur Sommersaison wird ein neues Hotel emporgezogen. Alles läuft blendend: Bautechnische Abwicklung und Projektsteue-

kenntnis, Kundenorientierung, Qualitätssicherung lautet die Devise.

Trotz scharfen Wettbewerbs wahrt Südtirols Tourismus seine Chancen, als zwar reifes, aber innovationsfähiges Produkt auf einem Feld starker Konkurrenz. Der Schlachtruf lautet: A-Investitionen auf allen Feldern, in Angebot, Ausbildung, Ausstattung und Architektur; hinein in die Vier-Sterne-Klasse. Die neue Hotelarchitektur ist Ausdruck des forcierten Trends hin zu Professionalität und Erneuerung. Sie entspringt nicht dem Wunsch, langfristige, dem Orts- und Landschaftsbild und seiner Geschichte behutsam angepasste Signaturen zu schaffen. Es geht den Bauherren nicht um lokale Kontexte und ästhetische Langzeit-Wirkung, sondern um hartes Produkt-placement für ferne Märkte. Die neue Touristiker-Generation zielt nicht auf behutsame und langfristige Anpassung, sondern auf starke Effekte. Es spielt keine Rolle, dass sie sich schon bald abnutzen und die rapide hochgezogenen Bauten ästhetisch rasch altern.

Was soll's? Das urbanistische Fenster „qualitativer Erweiterung“ steht offen, Steuervorteile müssen abgeschöpft, Investitionen jetzt getätigt werden. Noch ist der Markt günstig, aber die Konkurrenz schläft nicht. Daher verzichtet die neue Hotelarchitektur auf Emotion und Sinnlichkeit, ihr Ziel ist Rationalität und kalkulierter Effekt. Zudem definieren Hoteliers ihre Bauten nicht primär von außen, mit Blick auf Fassade und Außenwirkung, sondern von der inneren Raumdisposition her. Es geht um bestmögliche Ausschöpfung von Bauvolumen, um rationelle Anordnung und präzise Dimensionierung von Zimmern und Speisesälen, um Raumeffekte von Entree, Rezeption, Lounge, Aufenthaltsräumen und Bars, hinzu kommt die Notwendigkeit zur Einpassung neuer Wellness-Bereiche. Der Raumbedarf der Dienstleistungstrakte von Küche, Vorratsräumen und Heizung, der klimatische Bereich müssen hingegen möglichst konzentriert, auch die Personal-



1



2

rung funktionieren perfekt, der Zeitplan hält, die Finanzierung ist gesichert, die Marktchancen sind gut. Trotzdem, was da heranwächst, hinterlässt ambivalente Gefühle. Enorme Baumassen, bewegte Dachlandschaften, unruhige, dafür perfekt in die Sonne gedrehte Fassaden. Ein wuchtiger Akzent in einer sanften, filigranen Landschaft. Dies sind zwei von ungezählten Beispielen aus Südtirols Tourismuslandschaft am Beginn des 21. Jahrhunderts. Die Branche steht an einer Epochenschwelle, im Übergang zu ihrer zweiten Moderne. Der Markt hat sich in den letzten Jahren bereinigt, viele Betriebe existieren nicht mehr, Dilettantismus hat ausgespielt, nun schlägt die Stunde der Profis: Markt-



3



4



5



6



7



8



9

10





zimmer kompakt untergebracht werden. Die Grundphilosophie neuer Hotelbauten in Südtirol lautet: Das Außen von innen her gestalten, die Binnenwirkung verfügt über den Außenraum: *my face comes from my inside*. Diese Sicht mag autoreferenziell, auch regressiv sein, aber sie dominiert, wird akzeptiert und hat Erfolg.

Die Gäste, um die es vor allem geht, sind's zufrieden. Sie wünschen sich im Urlaub einen Zimmerkomfort, der den eigenen, bereits gehobenen Standard noch weiter übertrifft, ein angenehmes Raumambiente, dazu Erlebnis- und Wohlfühlischen. Zwar kritisieren Gäste öfters die Bautätigkeit in Tourismusorten und Dörfern, loben aber das Bemühen ihrer Hoteliers um ständige Neuerung und Anpassung: „Sie haben Ihr Haus aber tipp-topp in Schuss, alle Jahre etwas Neues, gratuliere!“

Der Druck des Marktes, die Akzeptanz der Gäste, die öffentliche Anerkennung sind den Investoren also (zumeist) sicher – was sollte sich also ändern? Das Unbehagen einzelner Kritiker im Lande, auch innerhalb des eigenen Verbandes, spielt dagegen für Hoteliers keine Rolle. Zudem verfügt Südtirol über keine eingebauten Korrektive oder historische Standards im Hotelbau, die dauerhafte Qualitätsbegriffe verankert hätten. Dem Historismus um 1900, den iso-

Strecke von der Ruralität zum regressiven Selbstbezug verläuft bis heute ungebrochen, eine Änderung ist noch nicht in Sicht. Grund also zur Trauer, gar zur Resignation? Mitnichten: Sobald Südtirols Tourismus den aktuellen Zyklus von Euphorie und Wachstum verarbeitet haben wird, schlägt die Stunde einer neuen Architektur. Der Umbau des Landes in neue, ästhetisch redefinierte Kontexte wird eine große Bauaufgabe der Zukunft sein. Und eine Retourkutsche: So wie man jetzt viele denkmalpflegerisch wertvolle Bauten brutal abräumt, so werden auch die Hotel-Monster der Gegenwart daran glauben und einer umsichtigen, auf lange Sicht geplanten Tourismus-Architektur weichen. Historiker sind keine Propheten – aber dieses Szenario ist eine Vision, die mich beflügelt.

*Hans, Heiss, Historiker, Stellvertreter des Direktors am Südtiroler Landesarchiv Bozen, Vorsitzender des Touriseum-Fachbeirates.*



11



12

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>1</b> Thermalanlage Roncegno (fotografiert 1994)</p> <p><b>2</b> Modeschau im Palast Hotel, Gossensaß (fotografiert 1986)</p> <p><b>3</b> Sporthotel Paradiso, 1936 (Projekt: Gio Ponti)</p> <p><b>4</b> Hotel Penegal, Außenansicht, Dachfensterturm (fotografiert 1986)</p> <p><b>5</b> Hotel Penegal, Speisesaal, zum Schwimmbad umgebaut</p> <p><b>6</b> Hotel Esplanade, Meran, Gastlür, (fotografiert 1986)</p> | <p><b>7</b> Toblach, Aufgangstreppe in den 1. Stock (fotografiert 1991)</p> <p><b>8</b> Palast Hotel, Gossensaß, Jugendstil-Luster (fotografiert 1986)</p> <p><b>9</b> Palast Hotel, Bar (Detail: Silberwasserhahn)</p> <p><b>10</b> Hotel Esplanade, Badezimmerarmaturen</p> <p><b>11</b> Palast Hotel, Prospekt</p> <p><b>12</b> Palast Hotel, Speisesaal Deckenleuchten</p> <p>Fotos: Fritz Pichler, © Touriseum/Meran</p> |
|---|---|

lierten Ansätzen von Holzmeister, Lanzinger und Gio Ponti in der Zwischenkriegszeit, folgte keine dauerhafte Auseinandersetzung mit touristischer Architektur. Die langen Krisenphasen 1914–1922, 1930–1936, 1940–1950 blockierten immer wieder eine nachhaltige Auseinandersetzung. Seit 1960 folgte eine durchgreifende Ruralisierung von Hotels und Gasthöfen, die sich in die offizielle Bauerntums-Ideologie ländlicher Räume perfekt einpasste. Die

Klaus Schmidt

# Eindeutige Positionierung oder Schwimmen im Strom

Zugegeben: Wer möchte seine Gäste nicht mit feinem Ambiente, wertvollen Materialien und großzügigem Raumangebot verwöhnen? Und wer möchte sich nicht mit seinem Hotel von den Mitbewerbern absetzen, durch eindeutige USP's (den bekannten unique selling propositions) seine Marktposition behaupten? Abgesehen davon, dass die gewählte Architektur mit der Persönlichkeit und den Vorstellungen des Bauherrn in enger Symbiose steht, entscheiden weniger Stil oder Architektur über Erfolg oder Misserfolg eines Hotels, sondern vielmehr die darin gebotenen Inhalte. Natürlich muss die „Software“ entsprechen. Motivierte Mitarbeiter und gut gelaunte Chefleut' sollten den Gästen jeglichen Wunsch ablesen (Aufgabe der Führung). Auch sollte das Ambiente stimmig sein und durch die besondere Ausstrahlung und Wirkung ansprechen (Aufgabe des Architekten). Doch letztendlich geht es darum, diese beiden Komponenten mit den eigentlichen „Inhalten“ zu ergänzen. In der täglichen Praxis der Unternehmensberatung stellen sich immer wieder die Fragen, wie viel Wellness sein muss (darf). Ob es ein Kinderspielzimmer braucht? Wie groß der Fitnessraum sein muss?

Spiritualität; kurze Erholungsschicks versus 14tägigen Urlaubsstress. Betreffend der Familienangebote habe ich den Begriff des fulltime family entertainment (FFE) geprägt. Es geht während der Entwicklung einer Idee – einer Hotelidee – vor allem aber darum, auch andere Faktoren in die Projektplanung mit einfließen zu lassen: Mit welchem Profil identifiziere ich mich als Unternehmer? Welche Zielgruppe will ich mit meinem Betrieb ansprechen? Wie verkaufe ich mein zukünftiges Produkt? Spätestens jetzt wird klar, dass die Stimmigkeit eines Projektes von der ersten Projektidee bis hin zur Ankunft des Gastes gegeben sein muss. Gelingt es, die Vorstellungen des Unternehmers mit dem Projekt des Architekten und den Erwartungen des jeweiligen Marktes zu decken, sind wichtige Eckpfeiler für den Erfolg geschaffen. Während der letzten Jahre haben sich vor allem zwei zielgruppenorientierte Hotel-Trends als besonders „griffig“ und verkaufbar herauskristallisiert: Wellnesshotels und Kinder- bzw. Familienhotels. Und zum Nachahmen animiert. Dass dabei der Begriff Wellness auch missbraucht wird, sei unbestritten. Langfristig werden jedoch jene Wellnesshotels erfolgreich bestehen, welche die notwendige Hardware durch entsprechende Software auch auslasten können. Es genügt nicht, 2.000 m<sup>2</sup> innovativste Wellnessanlagen zu errichten ohne

**WELLNESS** →  
**FITNESS** →

Um die Antwort vorwegzunehmen: Es gibt Megatrends, die sich auf die Inhalte eines Hotels auswirken (sollten) und somit das Produkt Hotel verkaufbar(er) machen: Megatrend Wellness; neues Fitnessbewusstsein für 50+; die wertvollsten Ressourcen unserer Gesellschaft: Raum, Wissen, Zeit; neue

die dafür erforderlichen Impulse und Fachkenntnisse mitzubringen. Umgekehrt gelingt es, durch eine professionell geführte Wellnessanlage die Auslastung auch während ansonsten auslastungsschwacher Monate zu steigern. Das bedeutet, dass der Gast sehr wohl bereit ist, seinen Urlaub auch außerhalb der klassischen (gebietsbeding-

ten) Saisonen zu verlegen, sofern er im Haus ein entsprechendes Angebot vorfindet. Die Wirtschaftlichkeit einer Wellnessanlage lässt sich erfahrungsgemäß in den wenigsten Fällen ausschließlich über die darin erzielten Umsätze decken, sondern vielmehr über ein Plus an Nächtigungen. Nahe liegend bei Investitionskosten ab 800 Euro pro m<sup>2</sup>. Selbiges könnte für das zweite Beispiel genannt werden: Kinder- bzw. Familienhotels. Kinder wollen beschäftigt und unterhalten werden.

andersetzen müssen: Wie müssen Babys betreut werden (Zielgruppe 0–2 Jahre)? Wie wollen die Mini's unterhalten werden (4–9 Jahre)? Was geschieht mit den Dreijährigen? Und vor allem: Wie unterhalte ich die Eltern? Wie gelingt es mir, als Hotelier den entsprechenden Freiraum für sie zu schaffen (fulltime family entertainment)? Aufgrund der zunehmenden Spezia-

AROMATHERAPIE →  
 ← HYDRO-JET  
 MANIKÜRE →  
 MASSAGE →  
 DEPILATION →

Kinder bestimmen, was Spaß macht und cool ist. Kinder bestimmen mitunter auch, wohin der nächste Urlaub gehen soll. Dabei haben jene Hotels die Nase vorn, welche entsprechende Einrichtungen bieten können. Entsprechende Raum- und Funktionsprogramme, welche im Einklang mit den Anforderungen der Zielgruppe (also mit den potentiellen) Käufern stehen, sind somit unabdingbar für das Gelingen eines Projektes. Von Mindestflächen zu sprechen wäre müßig, da wohl jedes Projekt andere Grundvoraussetzungen mitbringt. Tatsache ist, dass die professionelle Ausarbeitung von Inhalten immer mehr zum Kernpunkt der Projektentwicklung wird. Ein Investor eines Kinder- bzw. Familienhotels wird sich somit mit spezifischen Funktionen ausein-

lisierung mancher Hotels wird es erforderlich sein, dem mit entsprechender Planungs-Spezialisierung Rechnung zu tragen. Die Erarbeitung eines brauchbaren Raum- und Funktionsprogrammes setzt somit intensive Auseinandersetzung mit der Materie voraus sowie das Zusammenspiel zwischen Bauherrn, Architekt und Sonderplaner. Natürlich wird es weiterhin die Hotels mit „ein bisschen“ Wellness, „ein bisschen“ Kinderspielzimmer etc. geben. Hier sprechen wir jedoch nicht von eindeutiger Positionierung, sondern vom Mitschwimmen im (Hai-)Fischbecken.

*Klaus Schmidt, seit Sommer 2002 Abteilungsleiter der HGV-Unternehmensberatung*

Pier Francesco Bonaventura, Roberto Franchini, Daniele Rancilio

## Gardaland e altri “nonluoghi”

*La nozione di “nonluogo” è nota ad architetti, sociologi e urbanisti a partire dagli scritti dell’antropologo francese Marc Augé, autore nel 1992 di “Nonluoghi. Introduzione ad un’antropologia della surmodernità” (vedasi in proposito turrissabel 53, pagg. 82–83). Nel 1997 Augé pubblica “L’impossible voyage. Le tourisme et ses images”, uscito due anni dopo in traduzione italiana sotto il titolo “Disneyland e altri nonluoghi. Il turismo e le sue immagini”. Anche se l’associazione tra i nonluoghi e il turismo è assente dal testo – e lascia intendere che l’editore italiano abbia impiegato il fortunato neologismo nel titolo per vendere meglio il libro – ci è sembrato che il nesso tra il concetto di nonluogo, originariamente applicato a certe manifestazioni anonime della città diffusa quali i centri commerciali o le stazioni di servizio, e il turismo fosse quanto mai pertinente. Vi è infatti un filo sottile che lega i tre articoli che seguono: il parco dei divertimenti a tema, la località di turismo montano alla moda e i trattamenti salutistici delle beauty-farms sembrano infatti accomunati dalla stessa dichiarata inautenticità, familiare a un pubblico ormai assuefatto al messaggio televisivo e alla realtà virtuale nelle sue varie forme.*

### Sul lago di Gardaland

A Gardaland ci si diverte. Per forza. A dispetto del “regno della fantasia” tutto è predefinito, inquadrato, limitato, controllato. Fin dal parcheggio (paragonabile per dimensioni a quello dei più grandi centri commerciali o degli aeroporti, e suddiviso per tipologia di veicoli: bus, camper, auto private...) ci si incoda e si paga pedaggio al casello (come in autostrada), “...settore E, quattordicesima piazzola... mi raccomando ricordiamoci dove l’abbiamo messa”. Alle casse si può pagare con carta di credito, bancomat o con i desueti contanti (“guardi, può fare un prelievo laggiù, al vero bancomat sotto il finto tempio maya”) per avere un biglietto con codice a barre, nella migliore tradizione del moderno

commercio (ma qui non è la merce ad essere barrata, è l’utenza: è Prezzemolo, il draghetto onnipresente, che fa la spesa...) che consente di attraversare una barriera da metropolitana (guai a sbagliare il senso di inserimento del biglietto: la gentile inserviente in divisa, un po’ scocciata di dover essere per forza gentile, ti bacchetta sulle dita...). E finalmente, liberi e anonimi, si entra nel fantastico mondo di Gardaland. Fantastico? A giudicare dalle finiture non si direbbe: distese di porfido a coda di pavone, blocchetti in cemento autobloccanti, muretti rivestiti in scaglie di pietra, aiuole di violette e alberelli ben curati e mai cresciuti, nella migliore tradizione delle lottizzazioni brianzole o gardesane (“prestigioso bilocale vista lago, giardino e piscina privata...”). Una atmosfera che vorrebbe mettere a proprio agio e assicurare gli abitanti in gita della “megalopoli padana”, ormai abituati da decenni a prevedibili e sciatti modelli urbani ed edilizi, ma lascia forse inquieti gli animi più sensibili. L’attività principale degli utenti di Gardaland è l’attesa in coda, allineati per ore ed ore (cartelli informano dei tempi d’attesa precalcolati, “da questo punto 90 minuti”: nulla è lasciato al caso) lungo percorsi pre-stabiliti limitati da sbarre; mai però una lamentazione da sportello postale. Ed in coda alla finta stazione, in attesa del vero trenino, si ha una vaga ed imbarazzante sensazione di deportazione, di carri bestiame stipati di persone, già vissuta, se non personalmente, attraverso scene da film o da notiziario televisivo. E all’uscita dell’attrazione non si può scampare, come negli autogrill, dal passaggio tra scaffali colmi di peluche, pupazzi in gomma, faraoni e piramidi in vetroresina, cappellini, abbigliamento e souvenirs in genere, eredi della gondola veneziana in plastica illuminata. A Gardaland non esistono panorami o possibilità di spaziare ampiamente con lo sguardo. A dispetto della sua collocazione in uno dei siti del nord Italia più celebrati per il suo paesaggio, lo spazio risulta concavo e ripiegato su se stesso: l’unica maniera per vedere lago, colline moreniche e

“L’isola dei dinosauri”, una delle tante attrazioni di Gardaland (Castelnuovo del Garda, Verona)

Foto Isabella Fabris







prealpi è salire al punto più alto di qualche attrazione, come le montagne russe, e non distrarsi nei pochi istanti di attesa concessi prima della discesa. Del resto la continua presenza dell'imponente monte Baldo o della superficie cangiante del lago renderebbero troppo evidente la pochezza della finzione del vulcano fumante o degli specchi d'acqua artificiali. Lo sguardo è sempre limitato da una siepe, da un muro o da un percorso in trincea, è sempre indirizzato verso punti predeterminati interni al parco stesso, quando non addirittura occultato nei sotterranei inferi, dove sono collocate per motivo di spazio molte delle attrazioni. A Gardaland la norma burocratica impera (altro che fantasia...). Per "motivi di sicurezza", guai ad essere più bassi di un metro e venti (all'ingresso di ogni attrazione una scala graduata ti permette di verificare che i pargoli siano della giusta misura) o a non alzare le braccia prima della discesa della "sbarra di ritenzione"; ed ovviamente borse, zaini, macchine fotografiche e tutto ciò che costituisce normale orpello alle gite deve essere depositato all'ingresso. L'omino in fuga su campo verde delle uscite di sicurezza è il logo più diffuso, necessario ed incongruo rispetto ai contesti di inserimento (ma del resto sempre più spesso lo si trova anche nelle nostre chiese, applicato sopra il confessionale o sotto la cantoria dell'organo, accanto a stupiti putti ed angioletti barocchi...).

A Gardaland non esistono spazi vuoti o luoghi silenziosi (anche le siepi cantano...): la sovrabbondanza di oggetti e avvenimenti è del resto caratteristica propria del "non luogo", categoria antropologica e spaziale della "surmodernità", di cui i parchi di divertimento costituiscono esempio mirabile. Lo spettatore si trova costretto in un cortocircuito di ambienti ed epoche, e nel medesimo sguardo raccoglie vascelli corsari e minareti arabeggianti, rocce giurassiche e villaggi da far west, case elisabettiane e paramidi egizie. E di fianco alle architetture di cartapesta (che ad ogni sguardo rivelano la loro ingenua finzione: nella colonna abbattuta del tempio egizio è ben evidente la ventola dell'impianto di climatizzazione...) emerge la schietta bellezza high tech delle strutture metalliche di montagne russe ed ottovolanti, progettate solo per rispondere a sollecitazioni

e forze reali, libere da esigenze rappresentative, e "vere" nella loro nudità, degna di molta architettura contemporanea. A Gardaland (luogo senza storia o che, per meglio dire, ha obliterato la storia del luogo dove è sorto) la storia, nelle sue manifestazioni architettoniche, artistiche o artigianali, viene ridotta a spettacolo, curiosità, attrazione: diviene il "bizzarro trastullo" di cui già veniva accusato nel 1884 il nuovo Borgo Medievale di Torino realizzato per l'Esposizione Nazionale, coarcevo ed amalgama di riproduzioni dei principali monumenti medievali piemontesi, supportata all'epoca da una attenzione filologica e da finalità artistiche qui programmaticamente assenti. Se del resto il modello dei castelli disneyani va ricercata nelle dimore bavaresi dell'onirico sovrano Ludwig II, un processo inverso di "disneyizzazione" subiscono i centri storici delle nostre città, sempre più ridotti a fondali di cartapesta, consumati e cannibalizzati da frotte di turisti. Ed il pacchetto turistico "Gardaland - Venezia" costituisce ormai proposta consueta e quanto mai coerente per week-end di famiglie in gita.

A Gardaland le azioni si ripetono uguali a se stesse per infinite volte. La reiterazione, il riconoscere cose già viste, il ritornare sui propri passi e rivivere sensazioni già vissute sono elemento essenziale e rassicurante di questo ambiente. Autoscatti predeterminati permettono di rivederti e riconoscerti (sempre uguale e sempre diverso) in azione sulle principali attrazioni, e del resto il piacere dell'autorappresentazione impera nella folla di apparecchi fotografici e videocamere onnipresenti. Ma anche le attrazioni risultano assolutamente ripetitive: colonne e architravi del tempio egizio crollano, e poco dopo ritornano integre per ripetere la messinscena ai visitatori successivi, ed automi alienati (anche i manichini avranno un'anima, naturalmente ad orologeria) ripetono all'infinito i medesimi e rigidi gesti ed azioni, esattamente come i loro viventi spettatori.

Ed alla fine della giornata si esce da Gardaland con un po' di rimpianto per l'atmosfera felliniana di passati ed ingenui "Luna Park" di paese, quando una intera città effimera appariva e scompariva nel giro di pochi giorni, nel vuoto di un campo di periferia, "non luogo" nel senso estremo

**1** "L'Albero di Prezemolo", un albero alto come una palazzina di sei piani, salendo alla sommità della chioma si giunge alla terrazza panoramica.  
**2** Entrata alla attrazione: il "Tempio di Abu Simbel"  
**Foto** Isabella Fabris

e più vero del termine. Si salvano allora nel ricordo solo le emozioni totali, che hanno coinvolto e sconvolto il corpo nella sua totalità, dalla superficie della pelle al più profondo delle viscere, la vertigine sull'orlo dell'abisso prima dell'inevitabile caduta, le emozioni del più completo straniamento, vero potere salvifico capace di rimuovere le ingombranti macerie della desolazione artificiale.

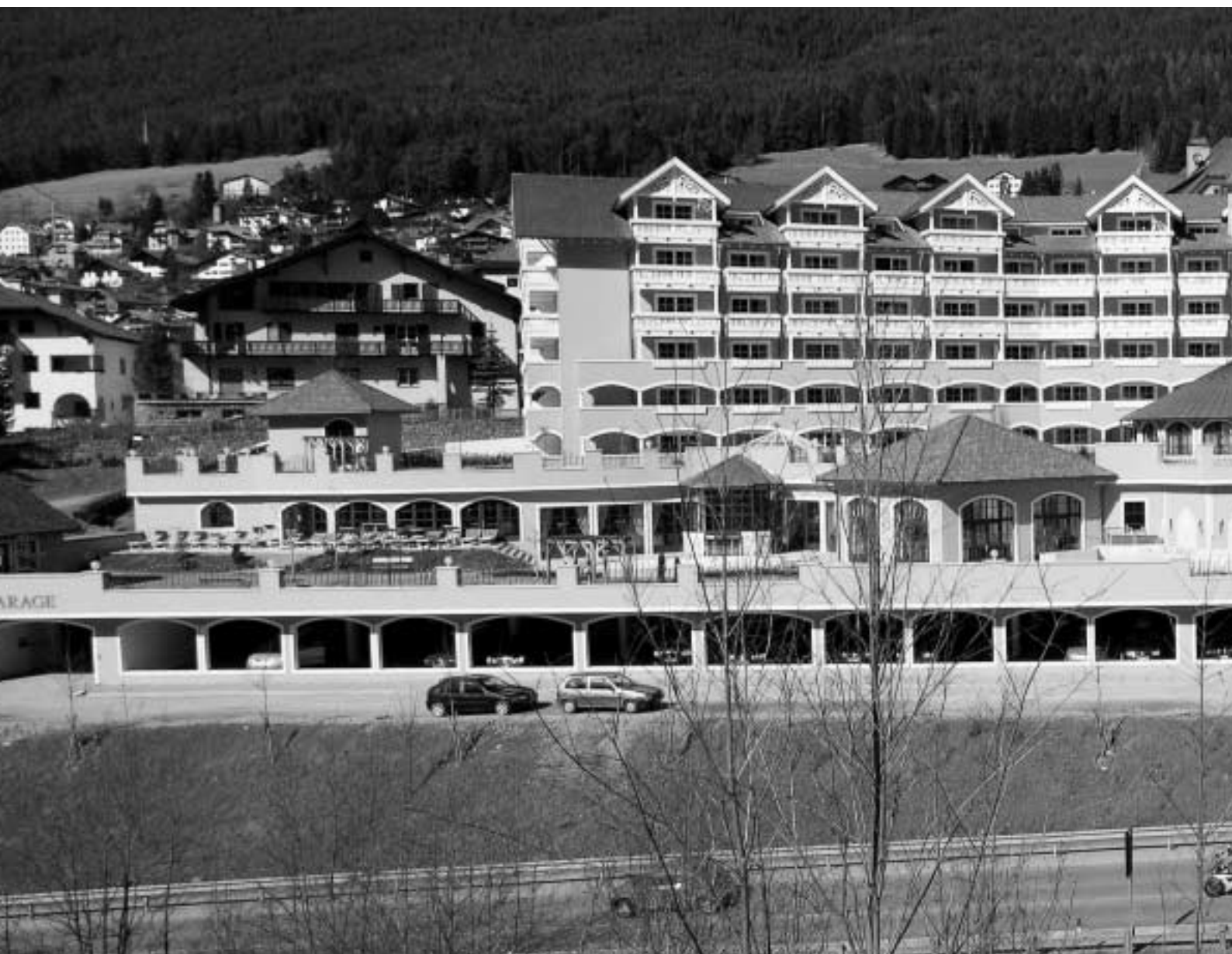
*Daniele Rancilio*

Per approfondire:

- M. Augé, *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 1993.
- M. Augé, *Disneyland e altri nonluoghi*, Bollati Boringhieri, Torino, 1999.
- A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, Bollati Boringhieri, Torino, 2000.
- E. Turri, *La megalopoli padana*, Marsilio, Venezia, 2000.

## **Il paese delle fate – Ampliamenti qualitativi di alberghi in Val Gardena**

E' opinione comune che lo sviluppo intensivo del turismo in Val Gardena abbia comportato una certa perdita d'identità della valle, peccato tanto più imperdonabile in una provincia che ha fatto della conservazione dell'identità la sua bandiera. Per molti detrattori sudtirolesi della Val Gardena, i gardenesi avrebbero riempito il territorio di garni e seconde case sacrificando alla monocultura del turismo quei caratteri originari della Heimat che altre zone della nostra provincia si adoperano diligentemente a mantenere, anche a scapito di interessi economici immediati. È difficile dar loro torto: in Val Gardena la distruzione del patrimonio architettonico dei centri abitati è stata grande e irreparabile; il recupero non è considerato una priorità rispetto alla costruzione di nuovi edifici ed è affidato in genere all'iniziativa



di pochi volenterosi spesso osteggiati e derisi; case storiche conservate come per miracolo tra le nuove costruzioni vengono frettolosamente bollate come "Schandflecken" (è il caso di una casetta del Seicento nel centro di Ortisei, la cèsa Janon). Insomma, la Val Gardena si sarebbe trasformata in un "Niemandsländ", un "nonluogo", un sito che, non fosse per il paesaggio assolutamente incomparabile delle Dolomiti, potrebbe essere tranquillamente scambiato con qualsiasi altra località del circuito montano d'élite. Le origini dello sviluppo turistico gardenese risalgono alla seconda metà dell'Ottocento, quando la valle venne "scoperta" dalla nobiltà e dall'alta borghesia europea, soprattutto britannica. In un ambiente dominato ancora da un'economia silvopastorale si inserivano, quasi come un naturale complemento, piccoli e grandi alberghi con le loro facciate dipinte e i frontoni di legno intagliato, espressioni

di una semplice ma nobile tradizione costruttiva non ancora degradata a caricatura di se stessa. Grazie al precoce sviluppo turistico e alla lungimiranza degli operatori dell'epoca, la Val Gardena può vantare alcuni esempi di architettura alberghiera di qualità, come la villa Anri a Santa Cristina, l'Hotel des Alpes a Selva e l'ala dell'Hotel Adler di Ortisei progettata da Clemens Holzmeister, tutti episodi risalenti al periodo dagli anni Venti ai Sessanta del Novecento. Purtroppo nelle nuove espressioni dell'architettura gardenese e in particolare nei recenti ampliamenti degli alberghi non troviamo la benché minima eredità di quella felice stagione. Il fatto è che in un'economia avvitata in una spirale concorrenziale perversa gli ampliamenti alberghieri sono ormai dettati soprattutto dalla necessità di rispettare le inesorabili scadenze delle stagioni turistiche e di contenere i costi di costruzione, salvo per quelle parti

Hotel Posta, Ortisei (2003)  
Foto Ludwig Thalheimer





dell'hotel fatte appositamente per stupire il turista, per le quali non si bada a spese. A queste condizioni l'albergatore preferirà affidare la ristrutturazione-ampliamento dell'hotel a un general contractor, impresa specializzata nella progettazione, realizzazione e arredo di alberghi “chiavi in mano”. Questa offrirà al committente – a fronte di un rigoroso rispetto dei tempi di costruzione sanzionato da generose penali – una ridotta ma sperimentata gamma di tipi edilizi e soluzioni architettoniche improntate all'edilizia alberghiera austriaca, non senza qualche concessione all'architettura storica dell'area di lingua e cultura ladina. E' frequente infatti il ricorso a corpi torre coperti con tegole smaltate in cui si riconosce, per quanto lontana, la traccia della Fischburg, lo splendido castello di fondovalle della Val Gardena e della Trostburg, il maniero dei Wolkenstein che domina l'accesso alla valle. Benché turriti come castelli medievali, nella loro articolazione planimetrica gli ampliamenti rinviano piuttosto alla tipologia delle terme romane, in cui ogni vano è dedicato a uno specifico tipo di abluzione: sauna, thalasso, tepidarium, caldarium, whirlpool, oltre a sale massaggi, fitness e quant'altro. Il nuovo turismo “ampliato” è un pot-pourri architettonico e ideologico dai connotati decisamente postmoderni e new age, in cui vi è posto per tutto: dalla mitologia dolomitica (la principessa Dolasilla, figlia del re dei Fanes) allo hammam turco, dalla nouvelle cuisine alla filosofia indiana; è una babele di decori e sapori in cui di tirolese non restano altro che la stube e i canederli, peraltro cucinati e serviti da personale slovacco e pakistano. Nei casi più estesi di ampliamento (l'Adler e il Posta di Ortisei) l'albergo deborda dai suoi limiti naturali e determina le regole dello sviluppo urbano. Con una industria alberghiera

che fagocita ogni spazio e mira a trattenere al suo interno il turista sedotto da mille attrazioni, il paese diventa un appendice dell'albergo, l'ambito nel quale attingere ai quei pochi servizi non direttamente offerti dall'hotel.

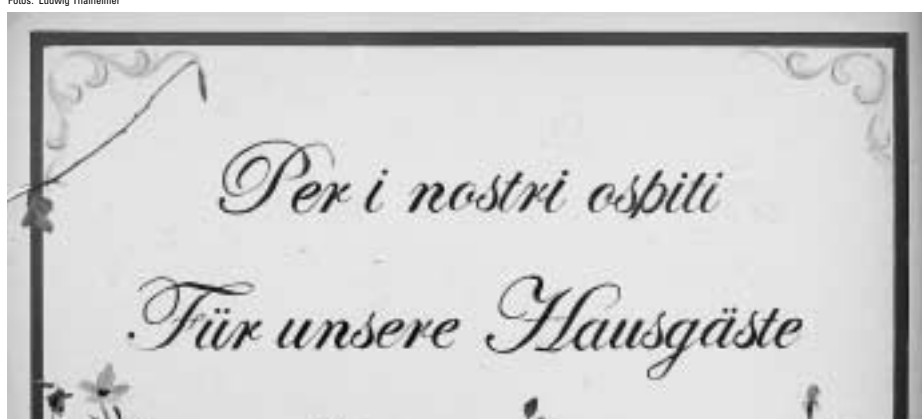
La società civile gardenese si manifesta al forestiero in modo discreto, non partecipa allo struscio in via Rezia, né esibisce segni riconoscibili della propria identità, come la tradizionale blaue Schürze del contadino sudtirolese. Inutile cercarla nelle cucine degli alberghi o tra il personale di servizio. La troveremo tra i pendolari che ogni mattina scendono verso Bolzano, dietro i banconi dei negozi di artigianato in legno, tra gli albergatori dei quali si favoleggiano immense ricchezze e che si dice scompaiano al termine della stagione turistica per riparare verso altri “nonluoghi” lontani dal clima più benigno.

*Pier Francesco Bonaventura*

### **Lettera dall'interno di una fortezza terapeutica**

Carissimi,  
sono passati cinque giorni dal mio arrivo qui a Epsilon e finora non sono riuscito a scrivervi perché le giornate sono molto intense e solo ora comincio a mettere a fuoco le impressioni. Cercherò di raccontare una giornata-tipo delle cure che gentilmente mi hanno prescritto dopo il colloquio sui miei disturbi documentati con analisi, radiografie e cartelle cliniche. Ho compilato un questionario su abitudini alimentari, uso di caffè, tabacco e alcolici, quanti chilometri percorro ogni giorno (pochi) e quante volte nelle 24 ore apro e chiudo il frigorifero (molte). Alla fine mi hanno consegnato il programma di due settimane in questa residenza. Costruzione gradevole immersa nel verde, con piscina, aiuole fiorite e adeguato silenzio. Una volta conclusa la cura e tornato in città mi avvertono che dovrò cambiare il mio stile vita, e questa sarà la parte più ardua. Comunque, qui fanno di tutto per aiutarti. Fin dalle prime luci dell'alba, aeree ma energiche creature ti massaggiano, frizionano, manipolano con unguenti e olii essenziali. Poi si passa in vasche per idromassaggi, docce scozzesi, cabine di aromaterapia, sauna o bagno

Fotos: Ludwig Thalheimer



turco dove si ritrovano energie smarrite negli anni. Più impegnativi i passaggi in palestra (almeno per chi non la frequenta dagli anni liceali) con uso moderato di cyclette, tappeti scorrevoli, manubri, e macchine capaci di irrobustire i muscoli di Arnold Schwarzenegger. Dovrei parlare a lungo, adesso, della questione alimentare anche se, a pranzo e a cena, i piatti arrivano semivuoti perché a tavola si realizza la fase più importante del processo di disintossicazione. Nei primi giorni la maggior parte dei "curandi" comincia con la dieta liquida: il "primo" è un brodo vegetale, il "secondo" un succo di frutta, alla fine acqua e limone a volontà.

Ma dopo tre giorni si riprende contatto, parsimonioso, con cibi solidi. Un vicino di tavolo mi parla di una lontana esperienza con zuppa d'aglio, magnesia e tisana come cena di avviamento.

Una signora sussurra l'indirizzo di una casa di cura dove si può pasteggiare per 900 (novecento) calorie. C'è chi favoleggia di talassoterapie sull'Oceano Atlantico con degustazione di alghe e gusci di ostrica polverizzati. Ritornando al nostro programma non manca qualche sorpresa, come un digiuno totale per 24 ore, con l'ausilio di acqua e limone. In una sala apportata pranzano accompagnatori e famigliari in visita. Gustano stinco e strudel sotto lo sguardo vitreo dei trofei di caccia appesi alle pareti, camosci e stambecchi caduti sotto i colpi di antichi abitanti della casa, ignari delle gravi intossicazioni cui erano esposti ingerendo carni così rosse, così pericolosamente saporite. Dopo una giornata di prove impegnative, all'ora del tramonto si prende posto in sala conferenze per un ciclo di lezioni sull'alimentazione corretta, le sostanze dannose, i cibi consigliati. Dimenticando i tortellini e i fritti misti si scoprono i vantaggi del seitan e del tofu. Da oggi si entra nel mondo della soja e si spara a zero su crostacei e cioccolato. Ma non dovete preoccuparci, miei cari, come vedete si sopravvive conservando una relativa lucidità. Soprattutto per merito dell'ambiente: montagne e torrenti, boschi e ruscelli, prati e fiori, vigneti e meli.

Le cure sono più efficaci se ogni giorno si cammina a passo svelto, si respira a fondo. Il corpo, ti ripetono, deve entrare a contatto con la natura; perciò bagni d'aria, bagni di sole, passeggiate sull'erba fresca del mattino. Su una parete si possono ammirare le fotografie di illustri ospiti a piedi nudi sulla neve: gran virtù dei cavalieri antichi. La fortezza della salute è situata in molti casi all'interno di eleganti ville con parco, o in grandi alberghi Belle Epoque. A volte si tratta di un castello vero, ottimo stato di conservazione, dotato dei più moderni comfort: saune, bagni turchi, palestre, vasche per idromassaggio, sale di relax e meditazione con le pareti occupate dai ritratti di antichi feudatari e remoti principi. E, come fantasmi di mezzanotte, le immancabili fantasie notturne da digiuno protratto (il mio regno per un gulasch). Anche se posso immaginare il vostro facile scetticismo, desidero confermarvi che sto bene e intendo ritornare qui l'anno prossimo, magari per la fioritura dei meli. E la voglia di sciogliere le catene quotidiane di lavoro, obblighi sociali e stress a spingere lunghe file di pellegrini verso questi luoghi immersi nel verde, lontani dal frastuono della città, dove persone gentili aiutano a superare le difficoltà delle cure. Altri aiuti sono offerti dalle memorie mitologiche di stazioni termali felliniane, popolate da bianchi accappatoi fra immacolate piastrelle e vasche fumanti di aromi sulfurei (otto e mezzo; l'anno scorso a Marienbad). O il ricordo di massaggi ayurvedici nel bosco sloveno, le inalazioni di ossigeno sul Mar Nero, i bagni nel deserto californiano, le cure idriche nella Foresta Pluviale. E brughiere, fiordi, betulle, ghiacci, dune... Non c'è confine vietato alla fantasia di chi vuole fuggire dal territorio del "presto e subito" per rifugiarsi nel castello sognato, rilassare la mente, fortificare i muscoli, firmare un armistizio con la bilancia. Non importa se la meta si trova nel Pacifico o a pochi chilometri da casa, tanto il costo più o meno è quello. Il sogno da acquistare è ambizioso: riavvicinarsi a "come eravamo", ritrovare in se stessi e negli occhi degli altri l'immagine della gioventù fuggita. Così, miei cari, quando tornerò, rivedrete qualcuno che per un attimo, forse, non riconoscerete. A presto.

Roberto Franchini





Monica Carmen e Orlando Lanza

# Welcome to Wellnessland

*Nel puro e brillante sarcofago dolce  
è l'acqua che vi giace, / tiepida e perfetta  
sposa alla forma del corpo. Tutto è facile  
nel fluido in cui le gambe sciolte sono  
vive come braccia. / L'uomo vi depone  
la sua statura, / vi versa tutta la lunghezza  
in cui s'è tramutata la sua altezza... / un  
dito lo porta e lo solleva, e le sue forze  
natanti, come infuse / nella massa calma  
del bagno, sognano d'angeli e d'alghe.  
Il corpo vivo si distingue appena dal cor-  
po informe / la cui materia lo sostituisce  
a ogni movimento. / Tutto il corpo ora non  
è che un piacevole sogno, / fatto vaga-  
mente dal pensiero.*

Paul Valéry

## Lo scenario attuale

L'offerta turistica tradizionale del Trentino Alto Adige si compone di diverse tendenze che potremmo ricondurre alle seguenti categorie: 1) L'ospitalità in piccole strutture a gestione familiare, che ha favorito un primo sviluppo dell'offerta turistica garantendone inoltre una omogenea distribuzione sul territorio, e che costituisce ancor oggi una caratteristica importante della qualità e specificità dell'offerta. 2) Il suc-

cessivo sviluppo di parte di tali nuclei in strutture più organizzate che hanno orientato l'offerta in direzione della tipologia alberghiera. 3) Il decollo, a partire dalla seconda metà dell'ottocento, di grandi strutture alberghiere localizzate soprattutto nell'area meranese e dell'Alta Val Pusteria, dirette a un pubblico aristocratico e alla moda che si basava sulla ricca offerta di bagni e sul transito transregionale.

Tre modi diversi e spesso opposti di intendere l'accoglienza che hanno saputo convivere sullo stesso territorio e che hanno dato un contributo determinante per lo sviluppo di altri settori economici tra i quali l'agricoltura, la vendita di prodotti alimentari, l'artigianato, lo sviluppo di cooperative di interesse collettivo come la Latteria sociale di Dobbiaco nell'Alta Val Pusteria. Attualmente, il florido panorama di ricezione turistica dell'arco Alpino, sta vivendo un momento di emparse e di ricerca allo stesso tempo di nuovi mercati. Ovunque gli albergatori investono per ammodernare la tradizionale "Gasthaus" o in modo ancor più radicale nella costruzione di nuove strutture e nell'ampliamento del preesistente. Tra la tradizionale Gasthaus (a cui si pos-

1



sono ricondurre piccoli hotel, pensioni e moderni agriturismi) e il tradizionale Grand Hotel (a cui si possono ricondurre moderne e talvolta "eclettiche" sperimentazioni dirette a un pubblico facoltoso) si inserisce nel settore degli hotel "tutto compreso", costruiti con la tecnica del "chiavi in mano" che offrono a prezzi ridotti una vasta gamma di servizi e intrattenimenti. Questi ultimi sono diretti a soddisfare i bisogni di un pubblico di massa, poco sensibile alla natura e ai valori ambientali, piuttosto indifferente alle tradizioni e alla cultura locale, molto "occupato" a riempire ogni minuto della giornata con le attività inserite nel "pacchetto dell'offerta", quindi fondamentalmente restio a spendere per servizi e prodotti che il contesto territoriale offre o potrebbe offrire.

A prescindere dal tipo di hotel e dalla clientela di riferimento, il settore del "wellness" è diventato il settore trainante, il comune denominatore di ogni tendenza e la parola d'ordine per il trend nell'ambito della ricezione turistica. Nella sua accezione più comune è l'insieme delle attività dirette alla cura e al benessere del corpo. Dal punto di vista funzionale si spazia dall'annessione di sauna e piscina alla costruzione di strutture più sofisticate corredate di servizi, attrezzature specialistiche e personale qualificato.

A partire da queste premesse cercheremo di riflettere sul significato del concetto di benessere, sui rischi economici e di impatto eco-sostenibile che un indiscriminato ricorso alla specializzazione del singolo operatore può indurre sul territorio e sull'effettivo contributo che il "business del benessere" potrebbe apportare se viene inserito all'interno di una strategia tesa a migliorare l'efficacia dei cicli economici indotti dal turismo.

### I territori di Alice

*Il corpo è la sola apertura concessaci nell'argine della vita. / Che sia il benessere il rovesciamento delle gerarchie? Non più l'lo nascosto in un corpo, ma questo meraviglioso corpo che sorregge me come su un altare. / Altare: dove immolare il corpo. / Corpo come carcere da redimere a vantaggio dell'anima? / Il benessere predica: non c'è anima senza corpo. / Ma il corpo*

*è pur sempre la più irriducibile manifestazione del singolo. / Io modello il mio corpo a mia immagine e somiglianza, anzi io sono, sarò, il mio corpo modellato.*

Secondo Paolo Fabbri, non abbiamo mai avuto tanta coscienza che possiamo farci un corpo come nell'ultimo secolo. Questo a prescindere dalla creazione di un corpo atle-



2

tico che a partire dai greci è stato alla base dell'estetica della cultura occidentale. Oggi abbiamo la possibilità di modificare il corpo a partire dall'interno, a partire dalle informazioni primarie che lo strutturano ossia dal codice genetico. Tutto ciò tuttavia non è ancora una cultura per il corpo. L'essere corpo per essere tale, ha sempre a che fare con "l'essere, il trovarsi da qualche parte", il suo campo di azione è il territorio, la sua necessità è la relazione con l'ambiente circostante o con un mondo possibile.

"Ogni giorno noi siamo chiamati a varcare la soglia dello specchio di Alice. Il passaggio si apre come uno squarcio, pressoché impercettibile tra il quotidiano, il-sempre-uguale-a-sè-stesso e il mirrorshadow tecnologico. L'esperienza dell'abitare, del lavorare, del cambiare luoghi si snoda in un

1 Camera da letto, 1888, Van Gogh

2 Rifugio, 1930, Paul Klee

sostanziale automatismo al quale si obbedisce senza più domandarsene la ragione. La dimensione del dover essere quotidiano si coniuga così nel passaggio-fuga verso i territoriali dell'immateriale che sembrano promettere l'emancipazione dal qui ed ora divenuto tragicamente insensato.”(1)

Se questa è l'essenza del nostro esistere come risponde il sensibile mondo della ricettività turistica e culturale alla gamma di desideri che dischiude il mondo di Alice? Come coniugare la fuga da una realtà sempre più insopportabile verso i non luoghi del desiderio con una riappropriazione reale ed etica dello star bene? Come rianodare i fili interrotti delle relazioni con la realtà se le offerte mirassero solamente al puro soddisfacimento degli appetiti che di volta in volta il trend di moda propone? Ed infine come garantire che lo sviluppo di un territorio montano, deposito di tradizioni e immagini, caratterizzato da un'ecosistema fragile, non venga sommerso dal continuo accerchiamento e non diventi solo un apparato di servizio della post-metropoli dilagante? Una indicazione la fornisce Tonino Perna, coraggioso direttore del parco dell'Aspromonte: “...ma i parchi se vogliono sopravvivere

all'accerchiamento devono diventare delle avanguardie, dei punti di riferimento socioambientali, dei laboratori per un futuro sostenibile. Devono trasformarsi in soggetti politici capaci di costruire progetti locali di validità globale.”

### **Pensiero ecologico e sanft-turismo: “Hotel da enclave turistico a polo di attrazione aperto”**

Secondo la migliore tradizione dell'ospitalità alberghiera il cliente è il centro di un mondo di attenzioni studiate appositamente per lui. Oggi queste “attenzioni” pur nella diversificazione di livello e qualità, comprendono l'offerta di un mondo sano (bioarchitettura), salutare (cucina esotico-tradizional-macrobiotica), stimolante (fitness e wellness) e all'avanguardia (effetti speciali). Elevare la propria struttura alberghiera a simili standard non è da tutti ed impone un impegno economico considerevole oltre che spiccate qualità manageriali.

È indubbio che una maggior attenzione al sistema dell'ospitalità non fa che stimolare l'attenzione verso il territorio e favorisce uno sviluppo dell'offerta, ma è altrettanto



vero che la diffusione indiscriminata e non qualificata dei valori riferiti ad “unicità ed evento” genera un isolamento dell’azienda dal contesto territoriale e induce di fatto una omologazione dell’offerta con conseguente abbassamento della domanda. Il sistema territoriale inoltre è un sistema complesso; un teatro nel quale operano numerosi ed importanti ‘attori’. Ognuno, ‘in-dividuo’ in tale spazio, è come una monade che accoglie in sé l’intero, che tiene in sé la logica dell’intero. Il processo allora dovrebbe essere quello di accordare senza confondere, facendo vivere l’intero, la forma dell’intero, nella qualità di ogni parte. Negli anni ‘60 si diffonde il pensiero ecologico che nel 2002 culmina con l’anno internazionale dell’eco-turismo istituito dalle Nazioni Unite. In Italia il sanft-turismo, il turismo verde o eco-turismo trova difficilmente canali ufficiali di diffusione. Da questo punto di vista, pur con buone potenzialità, l’Italia è ancora “terra vergine”. In Germania il sanft-turismo è gestito da agenzie specializzate, molto rinomate sia nel paese che all’estero, le quali, oltre a offrire informazioni dettagliate sulle comunità locali e la vita di una regione, corredano i loro “pacchetti di offerte” di carte geografiche tematiche con riferimento alle attrazioni culturali, paesaggistiche e alle attività produttive locali. Si rivolgono a interlocutori interessanti a esperire la cultura locale, gli spazi e i prodotti tipici della regione. Vacanza come punto di intersezione di viaggio, studio, scoperta, divertimento, avventura, sport, contatto con la natura e con le comunità e i modi di produzione locali. Il trend, in continuo aumento, coinvolge un pubblico eterogeneo, di diversa nazionalità, con possibilità economiche medio-alte che può costituire una base di qualità su cui innestare la differenziazione dell’offerta recettiva. La crescente attenzione nei confronti dei valori legati alla salute e al “sentirsi bene” si riconducono quindi, al bisogno di attuare un’esperienza più completa e integrata con il contesto rispetto al semplice “consumo” di prestazioni incentrate sulla cura del corpo. Solo se l’offerta di nuove esperienze legate alla salute del corpo si combina con l’offerta di un ambiente salutare e con la possibilità di contattare i differenti aspetti della cultura locale, si può parlare di

ben-essere, ossia di una esperienza di ri-appropriazione del corpo, combinata a una reale (o presunta ma alquanto desiderata) ri-appropriazione della autenticità della vita e dei suoi ritmi. Le terme di Vals in Svizzera dell’architetto Peter Zumthor rappresentano il caso emblematico di un ampliamento alberghiero divenuto al tempo stesso struttura usufruibile dal pubblico esterno. Punto di riferimento regionale, coniugando un’alta qualità dei servizi con un’eccelsa qualità architettonica, contribuisce allo sviluppo di quel valore aggiunto che investe il territorio, la popolazione e quindi l’economia locale. Un esempio questo che dimostra come un’attenta e lungimirante scelta amministrativa possa fornire risposte di avanguardia e alta qualità alla crescente domanda di nuovi servizi. Tuttavia non soltanto le strutture del benessere possono rappresentare il futuro per lo sviluppo dell’economia alberghiera. In alcuni casi l’ampliamento della vocazione turistico-culturale, operando in collaborazione con enti locali e associazioni culturali, ha determinato per talune aziende italiane l’uscita dall’anonimato, rendendo le strutture recettive punti di riferimento per la promozione del territorio. In questo modo vengono salvaguardati in sostanza anche tutti i ‘piccoli attori’ che hanno fatto grande e unico il territorio riportando la speranza che possa continuare ad essere il teatro delle nostre avventure all’aria aperta.

#### Riferimenti bibliografici

- (1) Paolo Fabbri, *Un corpo da terzo millennio*, da: conversazioni in Internet 2002
- (2) Tiziana Villani, *Il territorio performance* da: *Architettura della sparizione, architettura totale*, Edizione Mimesis 1966
- (3) Tonino Perna, *Aspromonte – I parchi nazionali nello sviluppo locale*, Edizione Bollati Boringhieri 2002

Joseph Rohrer

# Das Touriseum auf Schloss Trauttmansdorff, Meran

Am 15. März wurde „Touriseum“, das Museum des Tourismus Südtirols, eröffnet. Die Ausstellung befindet sich auf Schloss Trauttmansdorff, Meran, und gehört einem umfassenden Komplex an, der auch das im Jahr 2001 eröffnete Restaurant und die botanischen Gärten miteinbezieht. Der gesamte Komplex wurde von einem bunt zusammengestellten Team geschaffen, das die Planung und Ausführung der verschiedenen Elemente in allen Phasen bis hin zur Realisierung, verfolgt hat. Ein Teil der Gruppe, bestehend aus den Architekten Pius Pircher und SOFA aus Meran, hat den Umbau des Schlosses entworfen, während für die Ausstellung ein Team, dem Paul Rösch, Joseph Rohrer, die Architekten Tacus und Didonè sowie Uli Prugger von der Gruppe Gut Graphics angehören, beauftragt wurde.

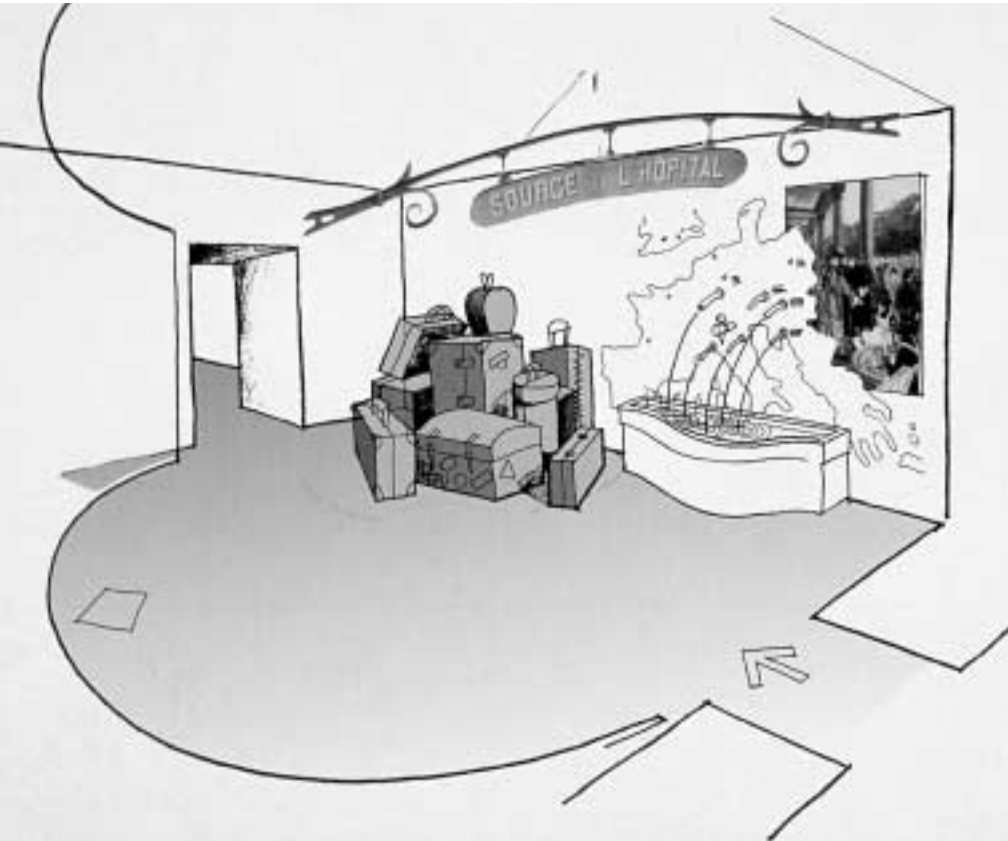
1977 hat das Land Südtirol vom italienischen Staat das leerstehende Schloss Trauttmansdorff bei Meran bekommen. Die Suche nach einer sinnvollen Verwendung zog sich über zehn Jahre hin – bis Anfang der Neunziger die Idee entstand, in dem Schloss ein Museum für Tourismus einzurichten. Seit dem 15. März 2003 ist es geöffnet und erzählt in über 20 Räumen, wie sich das verschlossene Land der Tiroler Bauern in 200 Jahren zur heutigen Destination Südtirol gemausert hat.

Das Touriseum besteht aus zwei Teilen: einer Dauerausstellung und einem öffentlich zugänglichen Studiendepot. Das Depot wurde im zweiten Stock des Schlosses eingerichtet, wo sich die kunsthistorisch wertvolleren Räume befinden. Sie wurden mit leichten Vitrinen ausgestattet, blieben ansonsten aber in ihrem ursprünglichen Zustand erhalten. Für die Dauerausstellung im Parterre und im ersten Obergeschoss wurde das Schloss hingegen größeren Eingriffen unterzogen. Um sie für Rollstuhlfahrer zugänglich zu

machen, mussten einige Räume abgesenkt und Treppen beseitigt werden. Der Parcours der Dauerausstellung beginnt zwischen engen, düsteren Felsen. Der Besucher wird ins „schreckliche Gebirg“ des 18. Jahrhunderts versetzt, als die Überquerung der Alpen noch mühsam und gefährlich war. Die Reisenden jener Zeit fanden allerdings bereits ein gut entwickeltes Transportsystem vor. Die Post verkehrte auf festen Routen, in Poststationen war alles Notwendige zu finden. Ein Modell gibt Einblick in ihre Funktion. Die meisten Reisenden versuchten, die furchterregenden Alpen möglichst schnell hinter sich zu lassen, Tirol war um 1800 noch kein Reiseziel. Erst als die Tiroler Bauern den mächtigen Napoleon herausforderten und Andreas Hofer zum tragischen Helden aufstieg, wurden Engländer und Deutsche auf diese Region aufmerksam. Im Museumsparcours treffen Napoleon und Hofer in einem mechanischen Theater aufeinander. Die Romantik färbte dann auch die Berge schön, Dichter und Maler kamen ins Land, viele Reiseführer beschrieben Tirol nun in überschwänglichen Worten, Kurtouristen entdeckten das milde Klima von Meran. Als bald darauf die Eisenbahn den Kontinent wie ein Spinnennetz überzog und 1867 auch den Brenner bezwang, war dem Tourismus der Weg geebnet. Die Entfernungen schrumpften, die Alpen rückten gleichsam an die Städte heran. Der Parcours führt durch einen waggonähnlichen Raum mit einem detailgetreuen Modell des Salonwagens von Kaiserin Elisabeth, die 1870 und 1871 die Wintermonate in Meran verbrachte und dadurch das südliche Tirol zum „Südbalkon der Monarchie“ adelte. Die Eisenbahn löste einen Sturm aufs Gebirge aus. Im Parcours ist an einer hohen Felswand zu sehen, wie die Alpen mit Schutzhütten und Steigen erobert und mit Wegweisern und Markierungen domestiziert wurden. Die Fotografie machte die Landschaft als



preiswerten Gebrauchsartikel in Form von Postkarten und Bildbänden verfügbar. Um auch den Unsportlichen den nahen Anblick von Fels und Eis zu ermöglichen, entstanden auch in großen Höhen imposante Grandhotels. Ein detailgetreu nachgebautes Modell vom Grandhotel Karer-



1

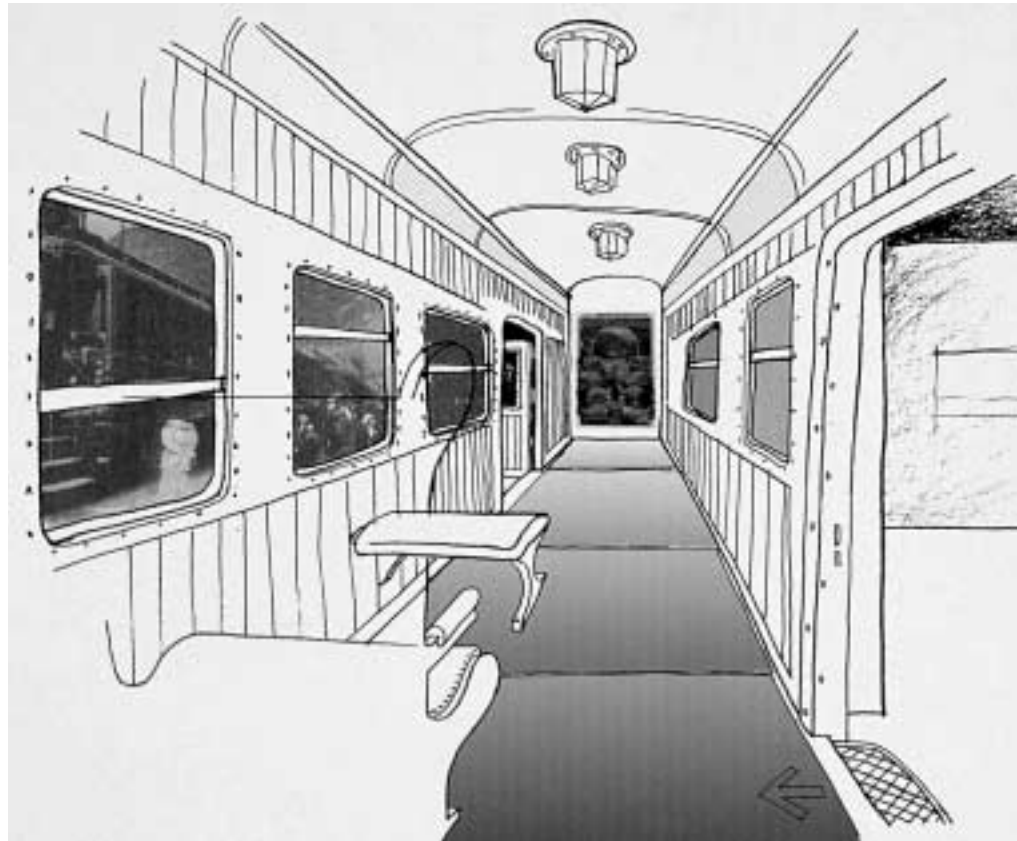
see gewährt Einblick in die üppige Ausstattung und die aufwändige Personalstruktur dieser Paläste. In der Belle Époque mit ihren Hotelpalästen überholte Tirol als touristische Destination alle übrigen Kronländer der Monarchie, selbst das bis dahin führende Böhmen, und konnte sich erstmals mit der Schweiz vergleichen. Das große Treppenhaus von Schloss Trauttmansdorff ist als Hotelhalle inszeniert, nobel gekleidete Gäste – vom Grödner Künstler Aron Demetz in Lebensgröße geschnitzt – blicken von einer Brüstung auf die Besucher herab. Die Feststimmung der Jahrhundertwende geht in einen düsteren engen Durchgang über, der ins erste Obergeschoss führt. Das Erholungsgebiet Tirol wandelte sich zum Kampfgebiet des Ersten Weltkrieges. Als die Kämpfe endeten, war aus dem Südbalkon der Monarchie die nördlichste Provinz Italiens geworden. Eine italienische Hotelbar im Stil der Zwanziger symbolisiert die Inbesitznahme

Südtirols, die auch auf touristischem Gebiet erfolgt. Auch wenn der Staatswechsel zahlreiche politisch motivierte Repressionen mit sich brachte, so eröffnete sich für den Tourismus doch auch ein starker neuer Markt. In Tirol waren vor dem Krieg Touristen aus Italien eine verschwindend kleine Minderheit, Ende der Zwanziger waren bereits die Hälfte aller Gäste Italiener. Die Dreißigerjahre brachten einen neuen Aufschwung des Alpinismus, das Skifahren kam in Mode. Aus dem unteren Stockwerk ragt an dieser Stelle des Parcours die für den Alpinismus errichtete Felswand empor; sie dient als Projektionsfläche für Bergfilme von Luis Trenker und Arnold Fanck. Der Raum ist als Sonnenterrasse inszeniert, im Hintergrund leuchtet die Fassade des Hotel Valparadiso, das nach einem Entwurf des Mailänder Architekten Gio Ponti um 1935 im Martelltal entstand. Nach dem Zweiten Weltkrieg kehrten als erste die italienischen Touristen wieder, aber auch in Südtirol waren es dann die Deutschen, die den Massentourismus prägten. Er rollte im PKW heran, der sich rasend schnell vermehrte. Eine BMW-Isetta von 1959 – in diesem Jahr wurde mit dem Bau der Europa-Brücke begonnen – ist die Metapher für den massenhaften Aufbruch in den Süden. Italien wurde das Urlaubsland schlechthin. Auch in Südtirol stiegen die Übernachtungszahlen sprunghaft an. Motorräder und Autos machten den Tourismus von der Eisenbahn unabhängig, er löste sich von den traditionellen Zentren wie Meran und eroberte die ländlichen Gebiete. Dort gab es noch kaum touristische Strukturen, keine Branche mit Fachkenntnis. Die Lücke füllten Branchenfremde. Viele Bauern stiegen in den Tourismus ein und stellten Fremdenzimmer zur Verfügung. Eine Bauernstube dient als Symbol für diese Entwicklung. Die Bauersleute rückten zur Seite, um in ihrem familiären Bereich den Touristen Platz zu machen. Es entstand eine für Südtirol typische Form von Urlaub mit Familienanschluss. In der Nische einer alten Stube liegt ein verbogener Eisengerüst und erinnert an die von Bomben gefällten Strommasten der frühen Sechzigerjahre. Als Folge der Anschläge und der vielen Medienberichte darüber ging die Zahl der italienischen Gäste vorübergehend stark zurück, während es für



Deutsche und Österreicher zur nationalen Pflicht wurde, die Südtiroler durch einen Urlaub bei ihnen zu unterstützen. Von der alten Stube führt der Parcours in den Tunnel einer Autobahn. Mitte der Sechziger nahm der Verkehr sprunghaft zu. Verkehr ist Leben, hieß es zu dieser Zeit

ihre Bewohner schienen erreicht. Der 1980 verhängte Bettenstopp und eine Stagnation im europäischen Tourismus leiteten einen Umstieg vom quantitativen in ein qualitatives Wachstum ein. Die Ansprüche der Gäste stiegen, Hotels investierten in aufwändige Saunalandschaften, die sich



2

**Auftraggeber**  
Autonome Provinz Bozen  
**Konzept**  
Paul Rösch, Joseph Rohrer, Tacus & Didonè Architekten, Uli Prugger – Gruppe Gut Graphics  
**Gesamtkoordinator**  
Arch. Joseph March, Autonome Provinz Bozen  
**Projektsteurer**  
Geom. Stefan Canale, Autonome Provinz Bozen  
**Amtsleiter**  
Geom. Lukas Lantschner, Ing. Maurizio Patat, Autonome Provinz Bozen

**Bauleiter** Tacus & Didonè Architekten  
**Grafik** Gruppe Gut Graphics  
**Beleuchtungsplanung** Leukos  
**Multimedialplanung** Mauro Boscarol  
**Maß- und Serienmöbel** Barth Innenausbau KG, Arredis  
**Entwurfszeit** 1999–2002  
**Bauzeit** 2002–2003  
**Gesamte Fläche** 1925 m<sup>2</sup>  
**Baukosten** 4.400.000 Euro

noch. Tatsächlich löste er einen Bauboom aus, wie ihn die Alpen noch nie erlebt hatten. Am Ende des Tunnels wird das Motiv der Stube erneut aufgegriffen. Aber aus der einfachen Einrichtung ist ein üppiger, mit viel Holz überladener alpiner Einheitsstil geworden. Viele Bauern wurden zum Hotelier, die Tiroler Gemütlichkeit wurde für den Tourismus inszeniert. Ein Modell zeigt, wie sich aus dem kleinen Bauernhaus durch jährliche Zubauten ein wuchtiges Vier-Sterne-Hotel entwickelt. Als Reaktion auf den „Ausverkauf der Heimat“ durch den Tourismus nahm die Kritik zu, die gesellschaftlichen Auswirkungen des Fremdenverkehrs wurden zum viel diskutierten Thema. Die Erschließung letzter unberührter Landschaften, die Müllproblematik, die dramatische Zunahme des Verkehrs führten dazu, dass die Ökodiskussion der späten Siebziger auch zu einer Generalabrechnung mit dem Tourismus wurden. Die Grenzen der Belastbarkeit für die Landschaft und

häufenden schneearmen Winter zwangen die Skigebiete zu teuren Schneekanonen. Zum Ende des Parcours hin kommen die Akteure selbst zu Wort. In einer Video-Installation erzählen Touristen und Einheimische ihre persönliche Sicht des Tourismus. Der Parcours endet in einem Wohnzimmer, wo eine Familie sich ihre selbst gedrehten Urlaubsfilme ansieht. Bilder, Töne, Mitbringsel aller Art halten die Erinnerung an die „schönste Zeit des Jahres“, in der alles gelungener erscheint, wach und nähren die Sehnsucht nach dem nächsten Aufbruch. Wie zufällig endet der Museumsparcours im ersten Obergeschoss an der Stelle, an der er im Erdgeschoss begonnen hat. Die Rückkehr in den Alltag ist der Beginn für den nächsten Aufbruch.

Talík Chalabi

## Nella rosa dei venti – GEM

*È forse anche perché il turrisbabel prende il nome dall'antica Babele che presentiamo con un pizzico di turrìto campanilismo questo progetto di concorso di due nostri colleghi fratelli, Talík e Jaafar Chalabi – nati a Baghdad e residenti a Vienna – per il Grand Egyptian Museum – arrivati tra i primi 20 su 1557 concorrenti (1° premio Shih-Fu-Peng, Heneghan.Peng.Architects-Ireland; 2° premio: Coop Himmelblau, Austria; 3° premio: Renato Rizzi, Italia – complimenti anche al collega trentino!). Altre informazioni sul sito [www.gem.gov.eg](http://www.gem.gov.eg)*

Für das 4,6 Hektar große Grundstück in der Nachbarschaft der Pyramiden von Gizeh erschien uns angebracht, das ganze Areal in eine Matrix und eine Ordnung einzugliedern. Zumal es die Aufgabe erfordert, ein Gebäude-Landschaft-Beziehungsgewebe herzustellen, wo das geplante Gebäude zirka ein Viertel der Grundstücksfläche einnehmen soll und wo die restliche Fläche für diverse Parkanlagen gedacht ist. Darüber hinaus würde eine solche ausgedehnte Anordnung eine Fernwirkung aus der Flugperspektive, aus dem Pyramidenplateau und aus der Stadt erzielen.

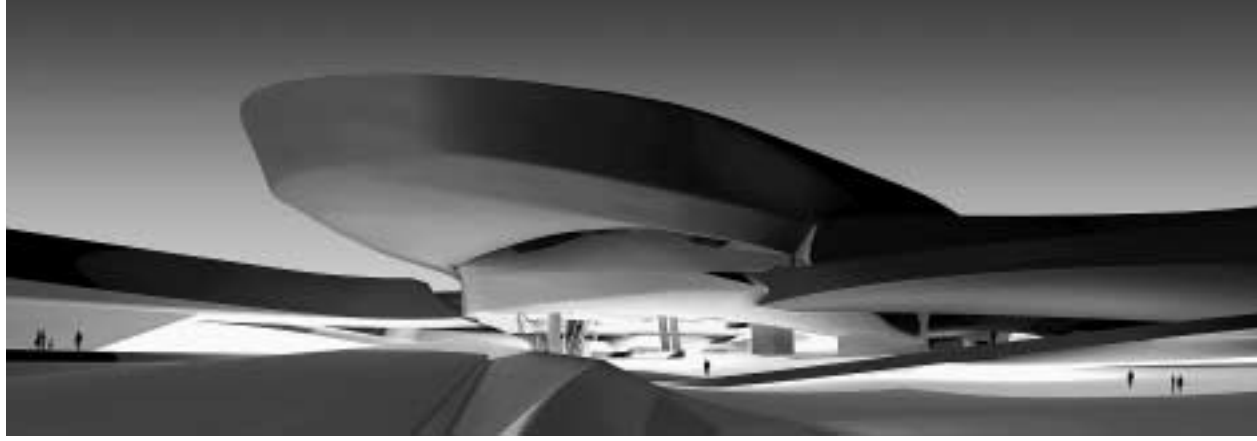
Der Bezug und die Nähe zu den Pyramiden haben uns veranlasst, nach einer Ordnung zu suchen, die diametral im Gegensatz zur Gestalt der Pyramiden steht. Das Solide, Stabile und Eckige der Pyramiden wird mit dem Ephemeren und dem Flüssigen – in Form eines Wirbels – beantwortet. Wobei der Wirbel, als eine Metapher zu unserem heutigen Verständnis des Kosmos, gleichzeitig eine kosmologische und enigmatische Antwort zur Symbolik der Pyramiden darstellt.

Die wirbelartige Anordnung unterstützt das Raumprogramm und dessen funktionelle Zusammenhänge. Die Museumsräume stellen 60% des Flächenbedarfs dar, während die restlichen 40% aus diversen unterstützenden Funktionen bestehen – wie Kongresszentrum mit einem Saal mit 2500 Sitzplätzen, IMAX Kino, Ausbildungsräume, Werk-

stätten und Verkauf für Produkte angewandter Kunst, Restaurierungslabors, Bibliothek, Mediathek, Gastronomie, Läden und schließlich Verwaltung. Diese Funktions- und Raumvielfalt ermöglicht es, dass die Ausstellungsräume samt der Eingangshalle im Mittelpunkt des Wirbels stehen, während die anderen funktionellen Trakte, die den Übergang zu den diversen Parks bilden, sich mit den Ausstellungsräumen räumlich und funktionell verflechten. Der horizontale spiralförmige Aufbau im ganzen Areal setzt sich vertikal rund um die Eingangshalle weiter fort, deren Rückwand aus einer Vitrine für einen 5000 m<sup>2</sup> großen Kunstspeicher besteht. Die Räume der 24000 m<sup>2</sup> großen Dauersammlung (Permanent Collection) schrauben sich spiralförmig um die Halle und bieten diverse Raumqualitäten an. Die Besucher werden mit Hilfe von Rolltreppen bis zu der Dachterrasse und zu einem Panorama-Restaurant befördert, von wo sie die Rückkehrroute zur Halle starten können. Über die vollständige Besichtigungsrouten hinaus können die Besucher durch kurze Verbindungen zwischen den Stockwerken, über diverse, nach einem museologischen Konzept angelegte, thematische Wegführungen zur Halle zurück schlendern. Die Räume der 5000 m<sup>2</sup> großen temporären Ausstellung schrauben sich um einen Glas-Trichter, eine *Axis Mundi* oder „Auge des Orkans“, dessen Wände mit Wasser besprenkelt sind. Die temporäre Ausstellung setzt sich ab der Dachhöhe horizontal weiter fort. Die 3000 m<sup>2</sup> große Kinderausstellung beginnt in der Eingangshalle und wird in den Kindergarten und in die Parkanlagen fortgeführt.

Die Piazza, die den Mittelpunkt des Areals darstellt, steht in Verbindung zur Eingangshalle und verfügt aufgrund ihrer erhabenen Lage über eine spektakuläre Sichtbeziehung zu den Pyramiden. Von der Piazza aus haben Dünenpark, Themenpark, Nilpark, Veranstaltungspark und Open-Air-Ausstellung ihren Ursprung, und führen die Besucher zu den Arealgrenzen und zu den Pyramiden.





## Grand Egyptian Museum

### Planung

Chalabi Architects, Talik Chalabi, Jaafar Chalabi, Wien

### Design Team

Talik Chalabi, Jaafar Chalabi, Mark Balzar, Michael Mauch, Andreas Metz

### Mitarbeiter

Julia Juriga-Lammut, Sonja Oswald, Galina Paskelva, Ivana Mirek, Jens, Hugo

### Landschaftsarchitekten

3:0 Landschaftsarchitektur  
Clemens Lutz, Oliver Gachowetz, Daniel Zimmermann – Wien

### Modellbau

Begalom Modellbau

### Ingenieurbüro

Arup ([www.arup.com](http://www.arup.com))  
Andrew Jarvis  
Alf Perry  
David Johnston

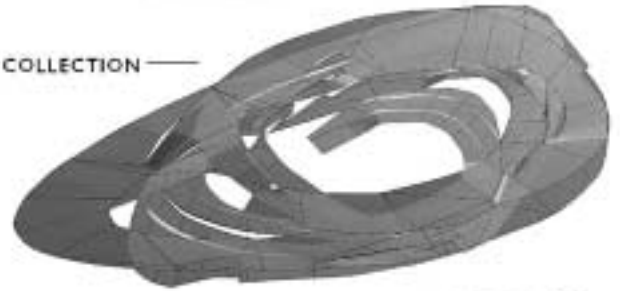
### Legende

- 1 Halle
- 2 Piazza
- 3 IMAX-Kino
- 4 Werkstätte und Verkauf für Produkte angewandter Kunst
- 5 Markt
- 6 Nil Park-Kerne
- 7 Freiluft-Ausstellung
- 8 Restaurierung, Labors
- 9 Verwaltung
- 10 Katalogzentrale, Mediathek, Bibliothek
- 11 Konferenzzentrum

BUILDING ENVELOPE



PERMANENT COLLECTION

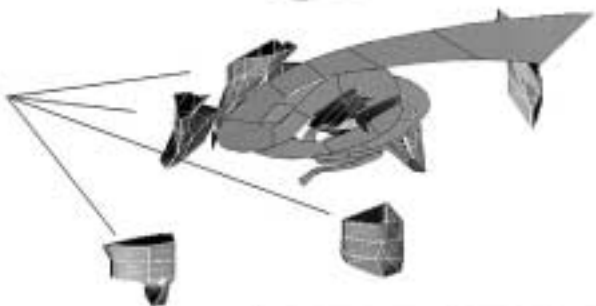


SPECIAL EXHIBITION



TEMPORARY EXHIBITION

NILE PARK



Zusammengestellt von Wolfgang Salcher

## Interview

# Es gibt Wichtigeres als den Stil!

### Ein Interview mit dem Hotelplaner Karl Landauer

Karl Landauer ist mit seinem Planungsbüro und Generalunternehmen im Bereich Tourismusbauten, zum Beispiel Hotels und Wellnessanlagen, weltweit tätig. So hat er als alleiniger Generalplaner und -unternehmer in einem riesigen, südkoreanischen Themenpark mit Tempeln, Skipisten, Hotels, Indianerdorf, Fußballstadion usw. einen Komplex mit einem „Hotel Tirol“ mit 20 Restaurants, einem „Schloss Tirol“ mit einer 25 Meter hohen Eingangshalle und mit einem „Dorf Tirol“ als Geschäfts-, Unterhaltungs- und Eventcenter auf 31000 m<sup>2</sup> realisiert. Auch in Südtirol ist Herr Landauer durch seine Projekte, Vorträge und Seminare bekannt.

#### Wie beginnt bei Ihnen ein Projekt?

➔ Indem man entweder von einem professionellen Büro ein Anforderungsprofil erhält oder indem man mit dem Kunden selbst ein Anforderungsprofil erstellt. Das Briefing ist eine Sammelstelle von etwa 50 bis 100 Punkten, welche ein Hotel beinhalten muss. Als nächstes kommt die Frage, welcher Hotelart das Projekt zuzuordnen ist: Business-, Ferien-, Resort-, Stadthotel, kleines, feines Landhotel etc. Unter diesen Gesichtspunkten ist die erste Planungsstrategie anzudenken. Ein Businesshotel hat andere Anforderungen als ein Ferienhotel. Ein Hotel in den Bergen hat andere Anforderungen als eines am Meer. Ein Resorthotel hat wiederum andere Anforderungen. Ich denke, dass ich in einem halben Tag ein Projekt habe, in dem ich mit Kreisen die Positionierung der einzelnen Bereiche und Subbereiche anordne. Das ist das Allerwichtigste. Das ist kein Plan, aber die Strategie mit Kreisen aufgezeichnet und die entsprechenden motivierenden Wege festgelegt. Als Erstes für mich ist die Strategie der Funktionalität der Gehwege, die Verbindung der einzelnen Positionen, und die Positionierung der einzelnen Bereiche im

Gebäude, in Bezug zur Lage, zu den Himmelsrichtungen und der Funktionalität der Abwicklung, wo man solche Sachen anordnet. Und wenn man später fertige Projekte anschaut, dann ist die Positionierung sicher genau wie im ersten Konzept.

#### Sind bei diesem Konzept schon Überlegungen zum Stil dabei?

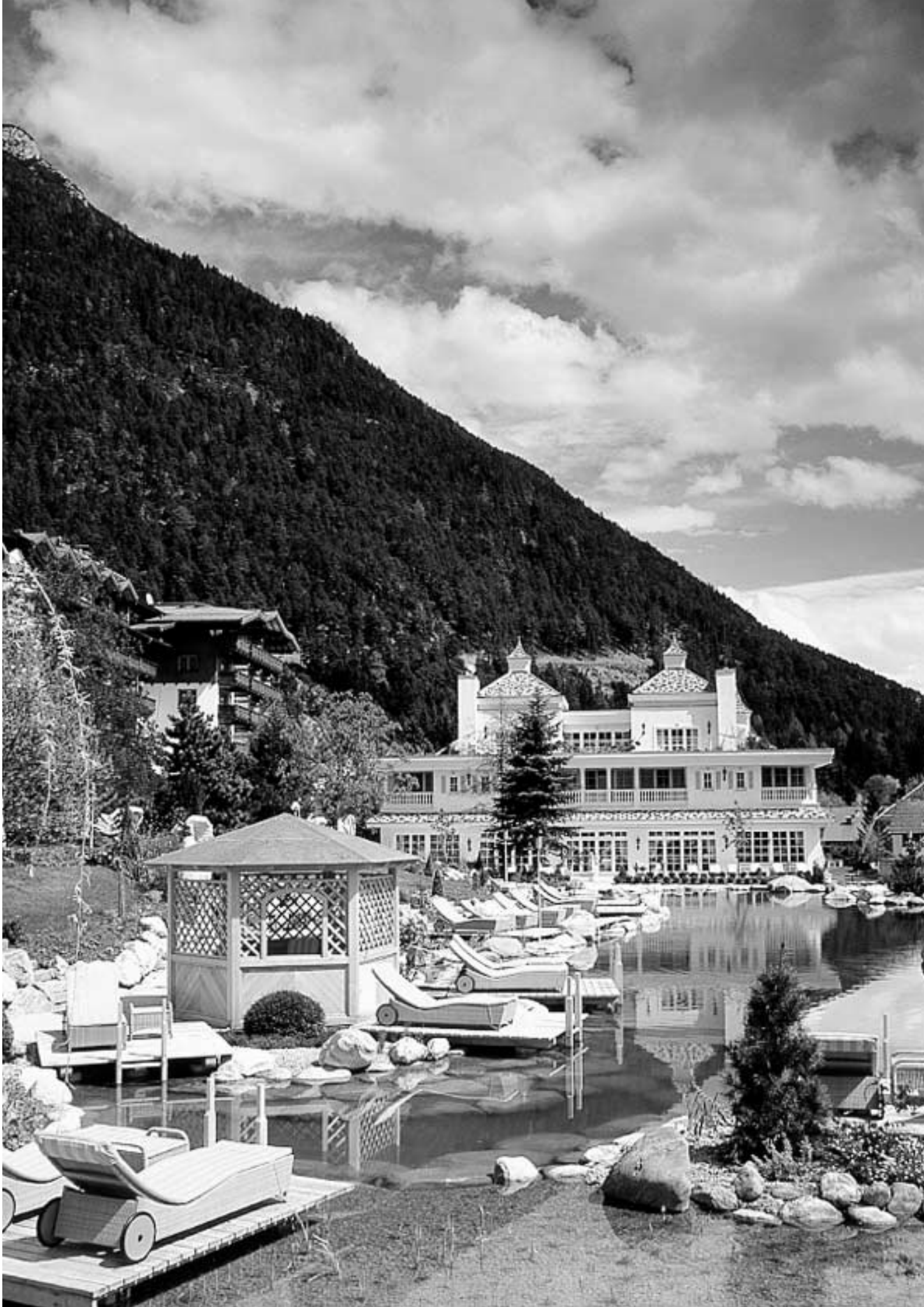
➔ Das hat mit dem Stil überhaupt nichts zu tun. Das hat nur damit zu tun, wie die Gäste, die Mitarbeiter und die einzelnen Positionen in einem Hotel zuzuordnen sind. Den Stil, die Innenausstattung usw. entwickle ich alles erst später.

#### Die Frage des Stils ist für Sie tertiär?

➔ Ich sehe die Geschichte von der betriebswirtschaftlichen Seite. Hinter der Architektur sehe ich in der Hotellerie wesentlich andere Faktoren, die zehnmal wichtiger sind. Was ist moderne Architektur? Ist es die Fassade, das Interieur oder sind es die Funktionalität und gewisse Motivationsphilosophien. Eines ist klar, die Menschen bewegen sich. Egal in welches Hotel sie gehen, sie bewegen sich immer gleich. Sie haben intuitiv in sich selbst eine Empfindung. Diese muss ich von der Funktionalität und vom Raumprogramm ableiten. Wenn man das richtig plant, sind schon 30 Prozent des Erfolges von einem Hotel gewonnen.

#### Sie gehen also funktionell an die Planung heran.

➔ Aufgrund der Philosophie, die ich zu beherrschen glaube, weiß ich, wie sich Menschen in einem Hotel bewegen. Ein Hotel besteht aus den verschiedensten einzelnen Positionen. Diese können Sie wie ein Schachspiel gut oder weniger motiviert positionieren. Das Anforderungsprofil kann in beiden Fällen erfüllt sein. Wenn man aber mit der richtigen Philosophie diese Positionen anordnet und dabei das Anforderungsprofil erfüllt, dann haben Sie ein erfolgreiches Hotel. Natürlich gibt es da unterschiedlichste Philosophien. In einem Wellnessbereich, einem Zimmer oder einer Hotelhalle hat man unterschiedlichste Emotionen.



**Bei einem Flughafenbau geht es heutzutage nicht mehr um den kürzesten Weg, den der Passagier zum Flugzeug nimmt, sondern den verkaufs- und umsatzstärksten Weg. Ist es hier ähnlich?**

➔ Genau dieses Marketing haben die Architekten nicht. In all meinen Vorträgen ist das der Leitsatz, den Sie jetzt gesagt haben. Heute zählt nicht mehr der kürzeste Weg, sondern der motivierende lange Weg, den ich einem Kunden noch zumuten kann, ohne dass er es merkt. Das ist wichtig. Er darf es nicht merken. Er darf die Leitung der Verführung, dass ich ihn verführe, nicht merken. **Können Sie diese Verführungsstrategien näher veranschaulichen?**

vermitteln kann, wo ich ihm etwas verkaufen kann und wo er jene Emotionen erfüllt sieht, die er gerne erfüllt haben möchte. Sehen und gesehen werden zum Beispiel, das Lokal als Bühne, als Laufsteg betrachten. Wenn der Lift direkt beim Speisesaal ist, dann geht der Gast vom Speisesaal zum Lift und ist weg. Wenn Du ihn vom Restaurant auf geschickten Wegen durch die Hotelhalle an der Bar und an gewissen anderen Dingen vorbeiführst und dann zum Lift, dann bleibt er Dir hängen. Dann bekommt er all das mit, was dort passiert. **Das klingt ähnlich wie das Konzept vieler Urban Entertainment Center. Umgedeutet würdet das bedeuten: „Nicht das Hotel**



➔ Wenn Sie den Gast 50 Meter durch einen engen Gang schicken, der 1,60 Meter breit ist, dann wird er am Ende sagen, der Gang ist eine Katastrophe. Wenn man ihn 50 Meter durch eine Shopping-Mall schickt, wo viele Emotionen auf ihn eintreffen, dann könnte die 100 Meter lang sein. Das wurde leider im Hotelbau in den letzten 20 Jahren überhaupt nicht berücksichtigt. Ich kenne ein gutes Beispiel auch hier in Tirol, das ich gemacht habe. Die Leute müssen nach dem Um- und Zubau etwa 10- bis 15-mal soweit zum Speisesaal gehen und keinem fällt das auf, dass ich ihn eigentlich lenke. Ich lenke den Gast an jenen Punkten vorbei, wo er Emotionen aufnehmen kann, wo ich ihm Botschaften

**und die Landschaft ist das eigentliche Ziel der Erlebnisreise, sondern der Wunsch, das erhoffte Glücksgefühl dort, wo es kunstvoll inszeniert ist, zu finden.“ Und die Architektur hat bei diesen Konzepten für einen stimmigen Gesamteindruck zu sorgen.**

➔ Das ist eine der wichtigsten Philosophien. Ich nenne es eine gewisse Motivationsphilosophie oder Funktionalitätsphilosophie, wie eben das Beispiel, das Sie von einem Flughafen genannt haben. In den Hotels von Las Vegas läuft das genauso. Sie müssen das ganze Casino, die Passage, die ganze Shopping-Mall, die riesengroße Halle mit exklusiven Geschäften durchgehen, am Coffeeshop, an Restaurants, an einer Monsterbar vorbei. Erst

ganz hinten ist die Showbühne von Siegfried und Roy oder der Lift zu den Zimmern. Und diesen Weg müssen Sie gehen, wenn Sie reingehen und wenn Sie rausgehen. Und diese 20.000 Besucher oder mehr, die jeden Tag die Canale-Grande-Geschichte anschauen möchten, die müssen den gleichen Canossa-Gang gehen.

**Also ein neues „Learning von Las Vegas“? Bei der Planung von Einkaufszentren sind solche Lenkungs- und Positionierungskriterien ebenfalls sehr wichtig. Die größten Anziehungspunkte sind ganz hinten angesiedelt. Das hört sich nach ganz einfachen Prinzipien an.**

→ Das sind ganz einfache Prinzipien. Die Prinzipien der Positionierung. Ich werde öfters um eine unverbindliche Beurteilung von Projekten gebeten. Und dann zeige ich auf, dass eine fertige Planung oft eine Fehlplanung sein kann, obwohl alle Anforderungspunkte erfüllt sind. Manchmal wird die ganze Kiste noch einmal umgedreht.

**Wie sehen die Trends im Moment aus?**

→ Der Sparte der Hotels mit Wellness-Inhalten sagt man einen Kundenzuwachs von etwa 35 Prozent voraus. Ein kleines Schwimmbad und eine Sauna genügen da aber nicht. 30 Prozent entscheiden sich für 3-Sterne-Betriebe, kleine Familienhotels und Pensionen, aber natürlich mit einem gewissen Anforderungslevel. Das ist sehr positiv für Südtirol. Warum? Weil in Südtirol gerade diese Struktur der Pensionen und Häuser zwischen 30 bis 50 Betten sehr stark am Markt positioniert ist. Und nur etwa 7 Prozent gehen in 5-Sterne-Hotels. Allerdings werden auch diese Häuser mit dem Potential ausgelastet sein, wenn sie Wellness-Inhalte haben.

**In welche Richtung gehen die Investitionen?**

→ Wir wissen, dass die größten Investitionen im Bereich Qualitätssteigerung passieren werden. Das kann natürlich auch eine 3-Sterne-Pension sein, wo diese Qualitätssteigerung einfach stattfinden muss. Auch bei 5-Sterne-Häuser wird man in Zukunft einen gewissen Qualitätslevel erwarten. Was man heutzutage oft noch unter 5 Sternen versteht oder die Besitzer verstehen, wird in Zukunft nicht mehr akzeptiert. Die Gäste werden sich anderweitig an 5-Sterne-Häusern orientieren.

**Wie kann diese Qualitätssteigerung zum Beispiel auch bei kleineren Häusern**

**erreicht werden?**

→ Auch diese kleinen Häuser, Pensionen und kleinen Hotels in Südtirol mit 30 bis 50 Betten werden sich einfach professionell Gedanken machen müssen.

Das heißt nicht unbedingt, dass sie ein Hallenbad dazu brauchen, aber ein gewisses Flair. Da genügt oft ganz wenig.

**Können Sie Beispiele nennen?**

→ Die Beleuchtung ist zu 70 Prozent in den Häusern falsch und schlecht, hat keine Wärme. Die Farben sind falsch positioniert. Man darf sich nicht wundern, wenn man falsche Farben an den Wänden hat und dazu noch eine kalte Lampe, die vielleicht auch noch im Gesicht blendet, dass der ganze Raum einfach Kälte und eine falsche Atmosphäre ausstrahlt. Mit ganz kleinen Investitionen kann man diese ganz billigen Lampen auswechseln. Statt wieder neu in Weiß auszumalen sollte man in Farbe ausmalen. Schauen Sie meine letzten Projekte an, z. B. das Thermenhotel in Bad Tatzmannsdorf. Da steht noch nichts drinnen und der Raum ist warm. Hier braucht es meiner Meinung nach mehr Professionalität. Es werden Lampen verkauft, die bringen nicht einmal das, was sie bringen sollten. Man sollte eine Lampe nicht kaufen nach der Optik, sondern nach dem, was sie leistet, was sie kann, welche Wohlfühl-atmosphäre sie rüberbringt. Es gibt natürlich auch Lampen, die Wohlfühl-atmosphäre rüberbringen und gleichzeitig optisch ein tolles Erscheinungsbild geben. Eine Lampe kann ja Innenarchitektur unwahrscheinlich beeinflussen.

**Es muss also nicht viel kosten, wenn man Stoffbezüge, Farben, Lampen, Wand- und Bodenbeläge professionell abstimmt.**

**Welche Rolle spielen die Kosten generell?**

→ Kostenwahrheit und die Kostenhaltung spielen natürlich eine ganz, ganz große Rolle. Es gibt gewisse Kubikmeterschlüssel, natürlich auch, wenn wir uns professionelle Projektmanagement-Firmen engagieren. Die Projekte werden nachkalkuliert und zum Schluss kann man dann sehr gut nachvollziehen, was eine Garage, eine Wellness-Anlage, eine Sauna, ein Schwimmbad, der Zimmertrakt, der Restauranttrakt usw. kostet. Die vorgegebenen Summen, die natürlich der Hotelier oder diejenigen Leute, die den Hotelier betriebswirtschaftlich beraten, vorgeben, dividiert man und das ergibt eine



Kubatur. Und diese Kubatur hat man, mehr geht nicht. Diesen Kubaturschlüssel kann man nach oben oder unten revidieren, indem man die Ausstattung besser, feiner, mit edleren Materialien macht oder ganz knallhart und scharf rechnet und kalkuliert.

**Eine professionell gemachte Kostenschätzung ist nicht nur im Hotelbau wichtig.**

**Haben Sie das Gefühl, dass heute generell mit Professionalität gearbeitet wird oder werden noch Kardinalfehler gemacht?**

➔ Früher ist es sehr, sehr oft passiert, dass diese Kosten nie eingehalten werden konnten, weil es nicht professionell vorgebestimmt war. Jetzt gibt es natürlich sehr erfolgreiche Hoteliers, für die es betriebswirtschaftlich kein Problem ist, wenn es ein bisschen mehr ausmacht. Aber diejenigen, die ganz knapp am Level sind, wo die Bank sagt, bis hierher und keinen Euro weiter, da muss man das einhalten. Und da gibt es nur eines: sich professionell beraten zu lassen und ein Team zu bilden, welches

die Betriebswirtschaftlichkeit abdeckt, den Betrieb selbst durchleuchtet und ein professionell gesteuertes Projektmanagement.

**Wie lange braucht eine Investition, bis sie sich amortisiert?**

➔ Das hängt vom Erfolg ab. Sie könnten fragen, was die unterste Grenze ist. Es gibt Häuser in der Welt, da ist die unterste Grenze 7 bis 8 Jahre. Und es gibt andere, die kämpfen und arbeiten und arbeiten und haben das erst in 15 Jahren erreicht. Und es gibt welche, die arbeiten 25 Jahre und gehen erst dann in Konkurs. Ein Standardrezept gibt es da nicht. Aber es gibt natürlich Programme und Aussagen darüber. Das hängt vom Projekt, vom Betreiber, von der Familie ab.

**Wie viel macht die Hardware eines Hotels am Erfolg aus?**

➔ Ich würde sagen: 40 Prozent Hardware, 60 Prozent Software, also Mitarbeiter, Führung, Marketing, Abwicklung etc. Wenn aber die Hardware falsch geplant ist, dann



tut sich die Software in vielen Bereichen wahnsinnig schwer. Die Hardware bestimmt die Gehzonen und Funktionalitätsbereiche, damit sich der Mitarbeiter anschließend auch wohl fühlt, um die letzten 60 Prozent für den Gast zu machen.

**Was gilt es bei der Software, Management, Marketing, Mitarbeiter usw. zu beachten?**

→ Die größte Professionalität ist heute, wenn jemand seine Mitarbeiter nach diesen uns zur Verfügung stehenden Philosophien schult. Wenn ich heute in Hotels gehe, spüre ich, welcher Mitarbeiter geschult ist und welcher nicht. Wenn der den Mund aufmacht, weiß ich das schon. Es kommt trotzdem von Herzen, auch wenn es geschult ist. Und da ist in den führenden Häusern sehr viel geschehen und da sollte noch mehr passieren. Ich kenne viele Hoteliers, die zu Kollegen gehen und schauen. Wichtig ist zum Beispiel der erste Eindruck, wenn man in das Hotel hineinkommt. Und das ist so einfach, sich diese Leitbetriebe

anzuschauen, eine Liste aufzustellen und zu versuchen, von diesen 50 Punkten, die man sich aufschreibt, sicher 30 davon in seinem eigenen Betrieb umzusetzen.

**Und das ohne dass es viel kostet.**

→ Das kostet überhaupt nichts, wenn er dort in das Hotel reingeht, und sich das merkt, wie er dort empfangen worden ist, wie der Mitarbeiter am Tisch arbeitet etc. und dann versucht, das mit seinen eigenen Mitarbeitern umzusetzen, sie zu schulen oder entsprechende Leute heranholt, die das können.

**Welche Rolle spielen Ökologie und Nachhaltigkeit? Ist Ökologie später ein Marketingfaktor?**

→ Ich glaube, dass es in Zukunft ein Marketingfaktor sein kann, weil die Bevölkerung in Europa sensibler auf dieses Thema reagieren wird. Es gibt genügend Leute, die auf das abgehen.

**Das neue Hotel auf der Seiser Alm, bei dem alles aus Holz gemacht ist, wäre in diese Richtung.**



➔ Ich glaube schon, dass das ein Marketingfaktor sein kann. Aber das allein ist zu wenig, wenn das Haus nicht funktioniert. Ich kenne gewisse Barrieren in diesem Hotel, die nicht so positiv sind. Aber jetzt sind alle happy, dass es in Holz ist. Dass in diesem Hotel allerdings schwere Fehler drinnen sind, denkt keiner.

**In seinem Buch von 1937 schreibt Holzmeister: „Das Alpenhotel bereitet schon ob seiner besonderen Baumasse Verlegenheit bei der Einbindung ins Ortsbild.“**

**Wie versuchen Sie mit der Disproportionalität der Hotelbauten des Alpin-Stils und einem großen Bauvolumen umzugehen?**

➔ Ich glaube, dass der Gesetzgeber und

**Wie sieht die Gliederung bei großen Bauten aus?**

➔ Bei wirklich großen Objekten ist es so, dass ein 4000-Betten-Hotel eigentlich aus 4 x 1000 besteht, sich also aus mehreren Hotels zusammensetzt. Die ganz großen Hotels gibt es ja nur in Las Vegas und da ist es egal. Dort ist ja alles monumental. Wenn man 20 Hochhäuser hat, ist es egal, wenn daneben ein 21. steht.

**Wie gliedert man in Tirol?**

➔ Natürlich versucht man, den Baukörper so zu gliedern, dass er sich in das Ortsbild einfügen kann. Je mehr Fläche man hat, desto mehr kann man ihn gliedern, je weniger Fläche man hat, desto mehr muss man, wenn es genehmigt ist, in die Höhe. Große Baukörper können auch einen Bezug zu einer kleineren Struktur haben. Wenn man in einem Ort ist und am Berg steht eine riesige Hotelkiste, kann dieses Hotel seine Arme auf dieses Dorf herabstreuen. Mit vielen modernen Bauten stellen sich Architekten selbst dar, ohne zu denken, dass der Betreiber damit Umsatz machen muss. Er muss Gäste haben, die damit glücklich sind. In einer Schule, in einem öffentlichen Bau ist es dem Architekten völlig egal. Er baut eine völlig verrückte, moderne Schule hin und die Kinder müssen einziehen. Und die sind voll, die Schulen sind ausgebucht. Wen juckt es nachher, ob es läuft oder nicht läuft. Beim Hotel ist es umgekehrt. Die Architekten werden von der Ausbildung in die moderne Richtung geleitet. Aber es gibt keine Aufträge im Hotelbereich dafür bzw. streiten sich dann 20 um einen Auftrag. Ich gehe selbst oft gerne in moderne Hotels. In Berlin wohne ich im MADISON, Potsdamer Platz. Fantastisch. Wunderbar. Ich könnte mir auch vorstellen in so einem Hotel in Südtirol zu sein, warum nicht? Ich stehe auch zu diesem Stil. Ich würde gerne solche Sachen machen. Ich brauche keine Lederhosen in Südtirol. Dass nicht alles tirolerisch jodeln muss, das schon. Aber trotzdem gibt es einen gewissen Stil, den 80 Prozent der Gäste in Tirol mögen.

**Haben Sie einmal alte Bauernhöfe genauer angesehen und studiert?**

➔ So soll man es, so und so nicht machen, weil das nicht mehr unserem Lebensstil entspricht. Aber ich habe mir sicherlich etwas angeschaut. Das ist aber nicht das,



die Bebauungspläne da sowieso schon solche Angeln ausgelegt haben, dass so und so keiner monstergroß etwas machen kann. Auf der anderen Seite passieren in Tirol auch genügend andere Bauten, die nicht im Tourismus sind und auch riesengroß, 150 Meter lang sind. Dass jemand ein 250-Betten-Haus baut, das passiert heute eh nicht so schnell, weil die Flächen dafür nicht gewidmet sind und das möglicherweise gar nicht so interessant ist, so etwas in Tirol zu machen. Da braucht man einen 2-Saisonen-Ort, weil sich in 4 Monaten nicht alles amortisieren kann, was andere in 12 Monaten amortisieren. Es gibt genügend andere Destinationen, wo Investoren, die 300 Betten bauen, auch investieren können.

was mich beeinflusst. Wir sampeln sehr viel. Wir haben ein gewisses Repertoire und dieses Repertoire setzen wir immer ein.

#### **Ist das Thema Material wichtig?**

➔ In der Entwurfsphase überhaupt nicht. Ich habe 1998 ein sehr großes Hotel in Thailand gebaut. Dort baut man alles in Stahlbeton. In Korea geht alles in Stahl. Gut, das ist 6000 km auseinander. Warum ist es so? Vielleicht weil Korea eine ganz starke Stahlproduktion hat. Und Thailand hat keine Stahlproduktion.

#### **Die Hoteliers klagen darüber, dass sie nicht mehr wissen, was sie dem Kunden jedes Jahr noch Neues bieten sollen. Man kann schon von Jahresringen sprechen, um die die Hotels jeweils wachsen. Wie sehen Sie das Wettüsten der Hotels, um sich auf dem Markt behaupten zu können? Was ist die Steigerung zu goldenen Wasserhähnen?**

➔ Wenn man schon goldene Wasserhähne hat, würde ich eventuell die Software anschauen. Vielleicht kann der Hotelier da etwas machen, ohne Erweiterungen zu bauen. Auf der anderen Seite ist es wichtig, dass wir uns bei Hotelbauten gewisse Reserveflächen immer für ein Highlight aufheben. Mit diesem Highlight kann man dann im Marketing sein Mailing rechtfertigen. Du kannst nicht jedes Jahr ein Mailing schreiben und jedes Jahr das gleiche reinschreiben. Wenn man alle zwei oder drei Jahre von einem neuen Highlight spricht, auch wenn es nur ein Highlight auf 16 m<sup>2</sup> ist, dann hat das Mailing viel mehr Wertschätzung und Wahrheit und man glaubt mehr an dieses Mailing. Wir haben ja hier das Hotel Alpenrose im Ort. Dort haben wir in den letzten 12 Jahren 18 mal gebaut. Klein und größer, immer wieder. Klar ist, und das wissen wir aus Erfahrung, dass wir alle 2 bis 3 Jahre den Gästen ein Zuckerl geben müssen. Und sei es nur eine kleine Kabine oder ein neues Haus.

#### **Wenn ich Hotelier mit einem 5000 m<sup>2</sup>**

#### **Spa wäre, hätte ich vielleicht Bauchweh.**

#### **Denn was ist das nächste?**

➔ Die Gäste bestimmen was sie wollen! Die ganz cleveren Hoteliers stecken das rechtzeitig ein und haben die Nase vorn. Die anderen warten und warten nur. Ich dränge nie jemanden, dass er etwas machen soll.

#### **Kann man sich aus diesem Bauwettüsten**

#### **ausklinken, indem man etwas anderes dafür anbietet?**

➔ Vielleicht ist es möglich. Aber das ist Sache der Hoteliers, darüber nachzudenken. Wie ist es möglich, sich aus diesem Wettüsten auszuklinken und trotzdem erfolgreich zu sein? Das funktioniert wahrscheinlich. Ich bin überzeugt, dass es Modelle gibt. Aber das sind goldene Modelle nach dem Motto: Ich mache nichts und trotzdem bin ich erfolgreich.

#### **Die „neue Romantik“ verlangt nach einer „romantischen Gegenwart, in der Gefühl und Herz aufleben!“ Das ist die Ausgangsbasis für den „Facelifting“-Trend für Hotelfassaden. Schwere, dunkle Balkone und unstrukturierte Gebäudeteile aus den 70er-Jahren verlangen nach Türmchen, Erkern, Säulen, Vorsprüngen etc. Einen zeitlosen Stil scheint es in der Hotellerie nicht zu geben. Wie geht man mit diesen Moden um?**

➔ Was wäre, wenn der Stil zeitlos wäre. Dann würden sie nach 5 Jahren alle schreien: Fällt Euch nichts anderes ein, immer das Gleiche? Obwohl nicht alles mit Türmchen und Erkerchen aufgeputzt sein muss. Wichtig erscheint mir, dass die Funktionalität innen passt. Wenn jemand die Türmchen haben will, ist das nicht unbedingt mein Stil. Ich kenne kein Hotel, wo ich Türmchen gemacht hätte. Aber zurück zum Satz mit der neuen Romantik. Wir wissen, dass 70 bis 80 Prozent das haben wollen und dass 5 Prozent komplett minimalistisch denken, ist in Ordnung. Deshalb wissen wir aber auch, dass sich 70 Prozent in minimalistischer Hotel- und Ferienarchitektur nicht wohl fühlen.

#### **Das klingt nach dem Argument mit dem Tapetenwechsel.**

➔ Der Gast kommt aus der Kälte der Großstadt, aus den Büros, aus Hektik. Schauen wir unsere Großstädte an. Er sehnt sich dann nach Wärme und Geborgenheit und mit dieser Emotionshaltung wählt er das Hotel aus. Ganze junge und sportliche, wie Snowboarder, brauchen die Romantik nicht. Vielleicht traut sich nur keiner, darauf zu verzichten. Auch die jungen Hoteliers nicht. Vielleicht wäre es gar nicht so schlimm, dieses Wagnis einzugehen. Aber sie wissen, dass es bei 70 bis 80 Prozent so läuft. Wieso sollen sie dieses Wagnis eingehen? Meist sind auch die Investoren keine 25–30-

Jährigen, sondern Leute zwischen 50 und 60, die sich das auch nicht vorstellen können und sich auf das nicht einlassen wollen. Es gibt tolle moderne Architektur. Ich denke an die ganz verrückten Stahlbaugebäude oder z. B. an das Kunstmuseum in Bilbao. Ich sage immer eines: irgendwann mache ich ein modernes Hotel. Es wird das verrückteste, modernste Hotel. Es ist nur eine Geschichte der vorgehängten Maske, der Fassade. Aber wo ist der Bauherr? Man muss sich natürlich dann immer folgendes fragen: Nicht nur der Architektur willen, ist es wirklich sinnvoll, betriebswirtschaftlich ein Erfolg, und lässt sich all das, was man architektonisch als Highlight dann bezeichnet, betriebswirtschaftlich rüberrechnen? Ich kann ja so einen Baukörper machen, der gewellt und der geformt ist, das Perverseste der ganzen Welt, wenn die Hülle dann aber dreimal soviel kostet wie die andere, dann rechnet sich das nicht. Eher wird Tirol in die Richtung Wellness gehen. Denn Tirol war ja der Urvater der ganzen Wellness-Geschichte. Die ganzen Hotelentwicklungen, die jetzt entstanden sind, haben den Ursprung vor 12 bis 13 Jahren hier in Tirol. Die ganze römische Geschichte hat hier in Tirol ihren Ursprung gehabt und ich glaube, ich war derjenige, der das 1989 mit dem Hotel Alpenrose initiiert hat. Damals hat es kein einziges Hotel mit Tepidarium, Lakonium etc. gegeben. Die Alpenrose war das erste Hotel, bei dem man so etwas Römisches, eine römische Philosophie, Inhalte und Namen eingesetzt hat.

#### **Im Interlpen-Hotel in Telfs-Buchen haben Sie eine Spa-Anlage auf 5.000 m<sup>2</sup> mit einem Saunadort im Tiroler Stil gebaut. Wie sehen die Trends im Wellnessbereich aus?**

➔ Die Inhalte einer Sauna mit einer Destinationsmaske vorzuhängen. Der Kunde wünscht sich diese Destinationsmaske. Man könnte das auch neutral machen. Oder man kann irgendein anderes Thema vorhängen, die ganze Sauna unter einem anderen Thema bringen: römisch, griechisch, türkisch, italienisch, norwegisch, amerikanisch etc. Das ist nur eine Maske, die vorhängt. Diese Maske kann ich jederzeit auswechseln und eine chinesische oder eine minimalistische vorsetzen. Grundsätzlich muss man eines sehen: Wenn man heute die Entwicklungen in Amerika und

in den großen Urlaubsressorts in der Welt anschaut, dann sind diese Ressorts alle mit vorgehängten Destinationsmasken. Es gibt auch Fantasiedestinationsmasken, z. B. Atlanta auf den Bahamas. Die Resorts in Asien, wie in Bali, in Thailand oder in Malaysia, haben alle Destinationsmasken vorgehängt. Es gibt natürlich auch moderne Kisten, die sich einfach modern dort ans Meer gesetzt haben. Ist auch in Ordnung. Wenn man aber erfolgreiche Sachen anschaut, in Teneriffa, in Spanien usw., die jetzt großen Erfolg haben, dann sind das alles Destinationsmasken.

#### **Wie sieht der heutige Gast aus?**

→ Der Gast ist heute sehr flexibel geworden: 5 Tage in Tirol, eine Woche Teneriffa, 10 Tage Thailand und 3 Tage Trecking. Davon gibt es sehr viele. Schifahren für 3 bis 4 Tage. Dabei orientiert man sich sehr an Schizentren.

#### **Welche Sehnsüchte hat der heutige Gast überhaupt? Will er in eine Erlebniswelt eintauchen?**

→ Das ist gut gesagt. Jawohl! Er taucht in eine emotionale Welt ein. Mit diesen Gedanken verlässt er seine Destination zu Hause. Derjenige, der im Winter in so ein Schizentrum fährt, weiß ganz genau, was ihn dort erwartet. Und das ist für ihn dort inszeniert. Dort lässt er seine Kohle. Der nächste fährt in ein Wellness-Hotel, hat eine gewisse Erwartungshaltung, Emotionen und es wird für ihn dort inszeniert, inklusive der Hardware, inklusive der Software in den Hotels. Es wird Inszenierungen geben in Zukunft. Ich würde noch mehr inszenieren in Innsbruck. In Innsbruck können Sie ein Highlight machen. Was ist die Inszenierung? Viel zuwenig eigentlich. Das hat nichts mit Kitsch zu tun. Viel cleverer könnten sie das noch inszenieren. Die Rathauspassage inszenieren, die ganze Altstadt inszenieren. Inszenierung in Zukunft wird sehr, sehr wichtig sein.

#### **Die Inszenierung beschränkt sich schon länger nicht mehr auf das Theater.**

→ Inszenierung kann man auch in der Hardware machen. Eine Fassade oder Maske ist eine Inszenierung. Ich setze sie ihm vor. Ich setze ihn rein und er lebt in dieser Inszenierung und das ist nichts Neues. Das war immer schon so. Wenn man ein Lokal so positioniert, dass man von den Sitzflächen diese Philosophien aufnehmen kann.

Sehen und gesehen werden, die Bewegung haben, die Atmosphäre genießen. Dann ist das auch eine Inszenierung.

#### **Der österreichische Staatspreis „Architektur für Tourismus und Freizeit 2002“ ging an die Architekten Wolfgang Pöschl und Dieter Comploj für das Hotel Anton in St. Anton am Arlberg. Kennen Sie das Haus?**

→ Ich kenne es nicht. Ich weiß, wieder möglicherweise eines von den vielen Hotels, die Kulturpreise und Staatspreise bekommen. Erst nach ein paar Jahren wird man sehen, ob das auch in Bezug auf die Betriebswirtschaftlichkeit des Projektes Berechtigung hat. Ich kenne den Grundriss nicht, ich würde gerne den Grundriss sehen und analysieren.

#### **Verfolgen Sie die Szene?**

→ Absolut. Ich kenne alles was passiert. Vielleicht auch dadurch, dass wir im Jahr 5 bis 10 Hotels einweihen.

#### **Dann sind Sie sicher auch über das Hotel am Vigiljoch in Lana vom Architekten Matteo Thun informiert?**

→ Man wird sehen. Ich werde es mir ansehen. Man spricht jetzt sehr viel darüber, weil es eben so extrem modern gemacht worden ist, mit extrem neuen Ideen. Es wird möglicherweise Platz haben. Es ist zu wünschen. Wenn es funktions- und motivationsgerecht gebaut ist, gut, super.

#### **Sehen Sie in der Zukunft eine Chance für Bauten mit einer modernen Architektursprache im Tourismus?**

→ Auf jeden Fall in der Nische, wo wir im Moment meinen, dass es 5 bis 10 Prozent sind. Möglicherweise wird es sich noch verschieben. In 5 oder 10 Jahren. Aber eine Investition, die man heute macht, muss sich morgen rentieren, und nicht erst später. So lange wird keine Bank warten. Die Erfahrung hat in den letzten Jahren bei uns in Tirol gezeigt, dass diejenigen in der Urlaubshotellerie, die vor 10 Jahren der Meinung waren, dass sie einen Vorteil haben werden, wenn sie eine Nische mit moderner Bauweise befriedigen, scheiterten. Kein einziger in Tirol hat den Erfolg in einem Tourismusort gehabt. Es geht sogar so weit, dass Projekte aufgrund der modernen Architektur sogar Konkurs gegangen sind. Ich habe die Inhaber befragt, weil ich es wissen wollte.

#### **Können Sie ein Beispiel nennen?**

→ Ich kenne Hotels im Pitztal, wo ein gan-





zes Dorf in diesem Muster gemacht worden ist. Sie haben Kulturpreise und alles Mögliche bekommen. Aber die Hoteliers sind weggegangen von Modern. Sie spüren, dass sie nicht den richtigen Weg gegangen sind. Natürlich können sie das Gebäude nicht verändern, aber in der Ausstattung, in den Restaurants habe ich gesehen, dass sie nicht mehr den neuesten Trend, also Modern verwenden, sondern sich eher an dem anderen orientieren. Auch ein minimalistisch modern gemachtes Haus in Zermatt, eine Wahnsinns Architekturskulptur, hat Probleme, wenn das Haus nicht schon in Konkurs ist. Der Hollein-Bau am Stephansplatz in Wien ist eine komplette Fehlplanung. Hier sind 10.000 Leute jeden Tag davor, aber keiner geht rein, auch wenn die ganze Welt Kulturpreise und Architekturpreise für den Professor vergibt. Wenn es ein Denkmal sein soll, ist das in Ordnung. Dann muss er es aber selber finanzieren und nicht auf Kosten einer Investmentgesellschaft oder auf Kosten von einem Betreiber. „Das ist mein Architekturdenkmal“ und geht weg. Das ist etwas, was ich nicht so richtig finde.

**Bei zeitgenössischer Architektur gibt es von Seiten der Gemeinden oft Probleme bei der Genehmigung. Dr. Klaus Lugger, Geschäftsführer der Neuen Heimat Tirol, meinte vor kurzem im "Architektur&Bauforum 2\*2002": „Meine Erfahrung mit der zeitgemäßen Architektur ist, dass die Widerstände umso größer werden, je besser sie aus unserer Sicht ist.“ Sind Sie auch dieser Meinung?**

➔ Ich kann es nicht sagen. Das wird von Gemeinde zu Gemeinde verschieden sein. Ich bin mit dieser Frage noch nicht konfrontiert worden. Ich hätte auch wenig Lust, mich 3 Jahre mit einer Gemeinde herumzustreiten, weil ich unbedingt diese moderne Kiste durchsetzen will.

**Bei Hotelbauten im üblichen „Tiroler Stil“ gibt es also keine Widerstände.**

➔ Es gibt Bebauungspläne. Man holt rechtzeitig den Konsens bei der Gemeinde ein und damit hat sich die Sache. Es gibt eigentlich keine größeren Probleme. Für diejenigen, die überhaupt noch etwas bauen, Arbeitgeber sind und für den Tourismus ihre Häuser noch am laufenden halten, wird man eher schauen, dass man Kompromisse findet, damit der das noch machen kann.

Denn die Hotels werden in den nächsten 5 bis 10 Jahren automatisch um etwa 25 bis 30 Prozent schmelzen. Es wird ein natürlicher Ausscheidungsprozess stattfinden. Dieser Prozess hat bereits begonnen. Er gärt und brodelte. Jeder Finanzwissenschaftler, Betriebswirtschaftler, der Kreditschutzverband und die Banken werden das bestätigen. Alle Statistiken gehen in diese Richtung. Das ist nicht von mir.

**Moderne Architektur ist für das Gastgewerbe im Alpenraum oft noch ein Fremdwort und für manche Planer sogar ein Feindbild. Glauben Sie, dass man mit einem modernen Bau ein höheres Risiko eingeht?**

➔ Im Moment wahrscheinlich schon noch, man wird die Szene beobachten, obwohl ich eher für diese konservativen Inszenierungen bin, weil nach dieser Phase der modernen Architektur in der Hotellerie wird wieder die Erlebnisgastronomie kommen. Diese Entwicklung haben wir in Amerika gesehen. Wir orientieren uns ja vom Nachbarn. Es gibt allerdings einige Hoteliers, die sich ganz gezielt international orientieren. Nicht was der Nachbar macht, sondern wie schaut es international aus. Was habe ich international gesehen? Wie sehen international die Zimmer aus? Die Chefs von einigen Häusern fahren sogar mit ihren Mitarbeitern in der Welt herum. Sie gehen nach Amerika, um dort gleich diesen Sprung zu sehen. Wir meinen, wir gehen jetzt in die Moderne. Ich rede jetzt nur von der Erlebnishotellerie, nicht von der allgemeinen Architektur und auch nicht von der Architektur eines Stadthotels. Dort werden die Hotels, die Umsatz bringen, in einer Destinationsmaske gemacht und konservativ dem Land angepasst.

**In den Städten gibt es auch moderne Hotels, aber am Land sind sie schwer zu finden!**

➔ Es muss ja nicht unbedingt so oberwahnsinnsschnuggelig sein. In Südtirol kenne ich einige Hotels, die mich sehr faszinieren, die weg von diesem Alpenstil gegangen sind, wo mich die Fassade schon allein fasziniert hat. Schgaguler in Kastelruth zum Beispiel. In Südtirol sind die, die etwas machen, eher modern und es ist in Ordnung, wenn damit Erfolg erreicht wird. Auf der anderen Seite wünschen sich andere sehr konservative Fassaden, aber trotzdem pfiffige Grundrisse.

**Was sagen Sie zu Kritikern, die Planern**



**wie Ihnen vorwerfen, eine Disneyfizierung Tirols, eine touristische Traditionsausbeutungs- und damit Traditionsvernichtungskultur zu betreiben, indem Sie mit einer verlogenen Heimattümelei pseudo-traditionell unreflektierte Reproduktionsbauten in den üblichen Klischees und theatralischen Inszenierungen realisieren?**

→ Wir machen Gebäude. Das sind Investitionen, die anschließend erfolgreich sein müssen. Wir können nichts dafür, dass unsere Gäste in diese Richtung denken. Es darf keiner sagen, weil ihr die Hotels so macht, deshalb haben die Leute keine andere Chance. Nein. Der Gast ist heute über alles sehr informiert und flexibel. Wenn ihm das nicht passen würde, geht er sofort woanders hin. Und jeder soll sich seinen Kuchen rauspicken. Wenn die Hotels in Südtirol moderner werden, dann ist es toll. Dann ist der Markt offen. Derjenige, der das nicht möchte, der geht dann nicht hin. Das ist in Ordnung. Ich würde das nicht so kleinkariert sehen. Im Moment ist das Moderne noch nicht so da bei unseren Kunden. Und im Ausland ist es auch nicht da. Da zählen phantastische optische Erlebniswelt, Fantasiegeschichten, und die ganze Investorengruppe ist begeistert. Und ich bin auch zufrieden.

**Ist die Konkurrenz in Tirol groß?**

→ Es gibt wenige, die sich ganz gezielt nur auf Hotellerie spezialisiert haben. Ich mache nichts anderes als Hotels, ich mache keine Schulen etc. Ich habe keine Zeit dafür. Ich gehe nur diese Linie und von dieser Linie verstehe ich von der Funktionalität etwas. Man tritt an mich auch nicht mit etwas Modernem heran, weil man da zum Pöschl oder anderen geht, die auch Supermärkte, moderne Hallen oder moderne Kindergärten bauen. Die anderen Architekten nehmen alles was kommt. Sie bringen natürlich ihre Kreativität und ihre Fähigkeit ein, Architektur zu machen bis hin natürlich zu den Planungen, Ausschreibungen und alles was benötigt wird. Sie denken dann, wie soll ich sagen, mit einem Allgemeinwissen ganz gezielt in die Funktionalität von Spezialprojekten. Und da glaube ich ist es falsch. Man sollte sich einfach konzentrieren. Der eine, der Supermärkte machen soll, der soll nur Supermärkte machen, dann weiß er alles von hinten bis vorne. Der Krankenhaus macht, sollte Krankenhäuser

machen, aber soll eine Schule weglassen. **Wolf Prix hat dazu vor kurzem gemeint, dass es den Architekten bald nicht mehr geben wird, weil er sich als Facility Manager oder als Stimmungillustrator darstellt. Er fordert deshalb lästige Strategiearchitekten, die Investoren daran erinnern, dass sie nicht nur Verantwortung gegenüber ihrer Geldtasche haben. Der Architekt als Fassadendekorateur?**

→ Architekten können Hotels machen. Es ist nicht so, dass nur wir Hotels machen können, aber man sollte sich einen Berater mit ins Boot holen. Auch in Bezug auf die Kosten und die betriebswirtschaftliche Geschichte. Da erscheint mir bei solchen Projekten am besten, einfach ein Team zu bilden. Ein Team aus Betriebswirtschaftler, eventuell sogar aus einem Marketingpsychologen, aus demjenigen, der vom Hotelfach, von Hotelarchitektur, von der Positionierung der Räume viel versteht, aus dem Manager vom Hotel selbst, der hier sein Briefing einbringt.

**Wie wichtig sind Stammgäste?**

→ Ich kenne viele Hotels, die wir geplant haben, die ein Stammgästepotential von 70 bis 80 Prozent haben und die eine Auslastung von 95-99 Prozent haben. Das erreichen sie nur, indem sie so viele Stammgäste haben und nur mehr 20 Prozent neu bewerben müssen. Wenn Sie das nicht haben, müssen Sie jedes mal 100 Prozent neu bewerben. Und das frisst sie so auf, dass sich diese Marketingkosten nirgendwo rechnen. Warum sind diese Wellness-Hotels so berühmt mit Auslastungen zwischen 95 und 99 Prozent? Zeigt mir ein modernes Hotel in Südtirol, das diese Auslastung hat. Es gibt in Südtirol sehr wohl ein, zwei moderne, die gute Auslastungen haben. Ich habe kein Problem, wenn alle anderen jetzt auch so weiter machen. Aber dahinter muss ein Hotelinhaber oder eine Gesellschaft stecken, die sagen, dass wir diesen Weg gehen und wir haben damit Erfolg.

**In der Immobilienbranche gibt es die 3-L-Regel. Die drei wichtigsten Dinge, um in diesem Bereich erfolgreich zu sein, sind 1. die Lage, 2. die Lage, 3. die Lage. Spielt die Lage bei Hotelbauten auch eine so große Rolle?**

→ Einerseits ja und andererseits nein.

Ich habe ein Beispiel in Maurach am Achensee, Als man 1990 im Hotel Alpenrose begonnen hat, Inhalte eines Wellness-Hotels aufzuziehen, hat jeder gesagt, da unten in dem Loch wird dieser Beauty-Kram nie und nimmer etwas. Die Lage war also 1990 eigentlich sehr, sehr schlecht. Es galt als unmöglich, dort etwas zu bauen. Nach 10 Jahren wissen wir, dass diese schlechte Lage kein Problem für die Entwicklung des Betriebes gewesen ist. Auch beim Posthotel in Achenkirch war und ist man mit der Lage nicht hoch gesegnet. Vorne verläuft die Gemeindestraße, hinten die Bundesstraße. Das Haus ist eigentlich umzingelt und trotzdem äußerst erfolgreich, weil man innerhalb der Gebäude eine eigene Insel gemacht hat. Die Gebäudestrukturen sind so angeordnet, dass es eine eigene Insel des Friedens rund um die Badelandschaft gibt. Viele große Hotels sind als Insel solitär, egal wo sie stehen. Von dieser Seite her betrachtet ist es eine phantastische Lage.

**Wenn man neu baut?**

→ Bei einem bestehenden Haus kann man sich die Lage nicht aussuchen. Wenn man aber neu baut, sollte man das allerdings schon als erstes Kriterium nehmen. Denn für Geld kannst Du heute überall etwas kaufen. Die heile Umwelt sollte man rundum geschenkt bekommen. Die andere heile Umwelt kann ich mir innerhalb des Ressorts selbst machen. Man sollte, wenn möglich, das Grün rundum erhalten. Der freie Blick ins Grün ist jene Emotion, weshalb der Gast zum Beispiel nach Tirol fährt. Für uns ist das alles selbstverständlich. Für den Gast, der aus Düsseldorf oder Frankfurt kommt, ist das nicht selbstverständlich, wenn er beim Fenster hinaus schaut. Die Lage kann auf den ersten Blick phantastisch sein. Wenn man den gleichmäßigen Schallpegel der Schnellstraße zwischen Bozen und Meran hört und außerdem auf die Industriezone von zum Beispiel Lana sieht, dann ist es aber nicht ideal, dort ein Hotel zu bauen. Außer man findet eine Möglichkeit das so zu kaschieren, dass man nicht auf die Industriezone von Lana schaut und auch nicht den Geräuschpegel hat. Zum Beispiel, indem man einen nicht so wichtigen Baukörper als Schallschutz vorsetzt und dadurch eine Lärmbarriere schafft.

**Danke für das Gespräch.**

Alberto Vignolo

# On the Road

Perennemente in bilico tra ricerca e svago, approfondimento sul posto e pretesto di viaggio, la figura dell'architetto *on the Road*, turista eccellente a caccia di luoghi più o meno nobili da esperire e catalogare nel bagaglio del già visto, appare riconoscibile con evidenza, soprattutto a chi ne conosce i vezzi e le movenze perché – sia pure involontariamente – ne è talvolta soggetto. L'occhio addestrato e l'orecchio clinico del collega riconoscono d'acchito la presenza di un altro individuo della propria specie, bestia niente affatto rara lungo i sentieri battuti delle mostre e delle conferenze, delle architetture di grido o degli esempi storici più noti. Lo sappiamo, siamo tanti, siamo giovani – chi più, chi meno – e siamo forti: o almeno convinti di esserlo. E quello sguardo all'insù con la boccuccia arricciata, la mano che rotea nel vuoto a tracciare linee taglienti di supposti schemi compositivi, la mascella fremente per una lieve sottaciuta invidia, danno il via a parole che si liberano nel vuoto tra principi insediativi e rapporti morfotipologici, textures e patterns, fino a dare sfogo talvolta a un entusiasmo debordante e quasi infantile per un serramento, uno zoccolino, una pietra ben posta... Quante volte abbiamo vissuto in prima persona situazioni analoghe?

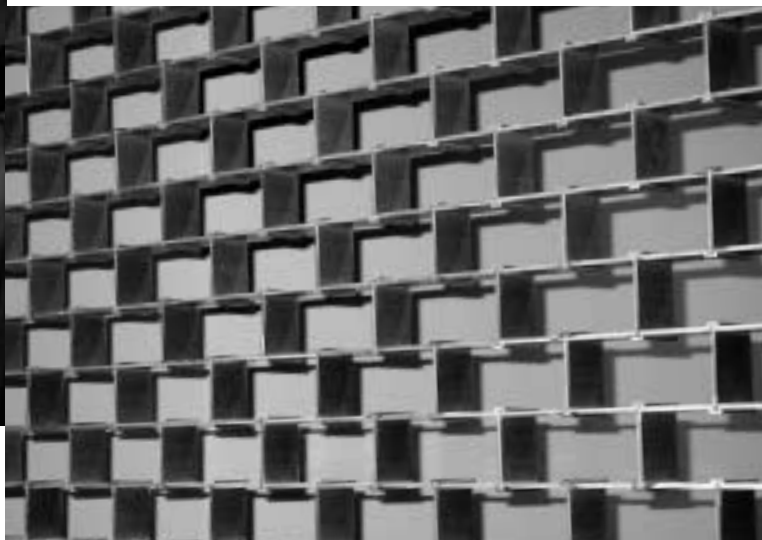
D'altro canto, la ricerca solitaria e paziente di un luogo, la sua scoperta silenziosa e l'impossessamento graduale e meditato sono forme di esperienza oramai praticamente impossibili. Con malcelata nostalgia per i tempi andati, rimbalziamo in un caleidoscopio di informazioni, immagini reali o realistiche, simulazioni menzognere di paradisi non ancora realizzati ma già consumati e perduti. Paradossos della comunicazione nell'era della iper-riproducibilità tecnica: tutto lo scibile, il nobile e anche molto di ignobile sono disponibili in maniera agevole e immediata, e la mera potenzialità esaurisce sovente il desiderio di conoscenza.

Questa condizione limite diviene, per l'architetto, tanto più vera quanto si pone al cospetto delle mille e una riviste, mono-

grafie, album e simili, che propinano le suadenti opere delle grandi *stars* con ogni dovizia di particolare. Ma rimane pur vero che, per quanto sofisticata sia la rappresentazione, l'esperienza dell'architettura e dei suoi valori sensibili è cosa altra e ineludibile. La realtà di un edificio si fonda sullo spazio come protagonista assoluto. Saper vedere l'architettura – Bruno Zevi ce lo ha insegnato – presuppone il movimento: innanzitutto un moto a luogo per raggiungere l'opera, e di seguito un moto attraverso, sopra, sotto l'edificio, che mette in tensione un intero campionario di preposizioni spaziali. Dentro il grande ventre dello spazio come Pinocchio all'interno della pancia della balena, l'architetto ritrova se stesso nell'atto della percezione, decodifica e catalogazione degli elementi del proprio mestiere, fino a quando questi non saranno rigettati fuori per andare a farsi nuovamente spazio sui lidi di uno specifico luogo.

Da tutto ciò deriva una pulsione irrefrenabile al viaggio: anche se questo diviene, per forza di cose, la ricerca di una conferenza piuttosto che l'avventura della scoperta, facendosi carico di una contraddizione, vero stato limite del turismo contemporaneo, che è resa esplicita dalla distinzione lessicale tra *viaggiatore* e *turista*.

E dunque, si parta! Manipoli di architetti si aggregano condensando mete ideali e tappe forzose, per una "gita" o "visita guidata" al luogo d'elezione. L'obiettivo può essere la ricognizione di una città, di una regione o di un territorio caratterizzati da una particolare scuola, tendenza o tradizione, oppure la perlustrazione delle opere costruite di un maestro o di un idolo più recente. Rientrano nel novero anche le mostre e le esposizioni a tema, compendiate dalle grandi kermesse come Biennali, Triennali, ed altre Expo periodiche. Ripensando all'ultima edizione della Biennale veneziana nell'estate del 2002, emerge dalla folla dei visitatori la densità spaventosa di menti architettoniche per metro quadro espositivo, fior di progettisti e di giovani virgulti gomito a gomito



nel mare magnum dei plastici, dei pannelli e dei frammenti di materiali costruttivi. La grande contraddizione di ogni mostra di architettura, ovvero l'assenza dell'opera in sé, surrogata da simulazioni precognitive o da visualizzazioni forzatamente parziali, raggiunge lo spasimo quando le dimensioni complessive dell'esposizione travalicano i limiti di una condivisibile soglia di attenzione. Centoquaranta progetti, elegantemente allestiti nei suggestivi spazi dell'Arsenale e dei Giardini di Castello, diventano così la preziosa scenografia di un gioioso balletto, luogo di ritrovo per colleghi e accompagnatori – Venezia val bene una mostra – che errano felicemente inquieti come Alice nel paese delle meraviglie, cogliendo il poco o tanto che spicca all'attenzione e supera il rumore di fondo.

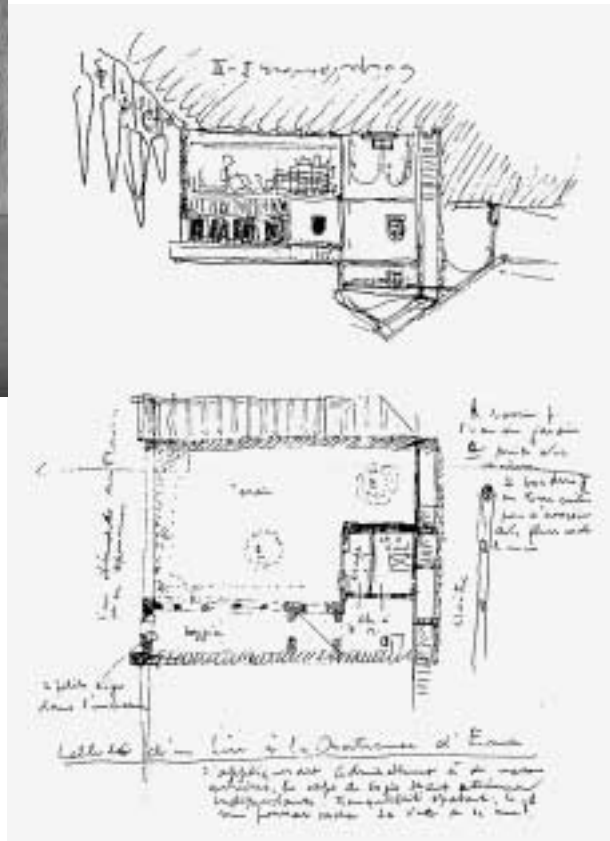


Analogo affollamento, ma di tenore tutt'altro che diverso, nella vasta Expo 2002 con cui la Svizzera ha celebrato la propria identità patria. In questo caso, l'architettura è stata utilizzata puramente in funzione del suo plusvalore mediatico, tra nebbie artificiali, tralicci high-tech autoreggenti, membrane tese a fasciare l'assoluta vacuità dell'apparenza. A manifestazione conclusa, le 4.000 tonnellate di ferro del monolite progettato da Jean Nouvel e collocate sul lago di Morat, rimangono come ingombrante maceria dal destino incerto, perfetto simbolo di una maniera effimera di intendere l'arte di organizzare lo spazio. Accade talvolta che il viag-

gio sia un pretesto conviviale. Si sfrutta in tal caso l'occasione di un tour bell'e pronto, magari sotto l'egida dell'Ordine. L'Ordine che regna sovrano su tutti noi fanciulle e fanciulli Architetti. E Pianificatori. Paesaggisti, certo. Ah, Conservatori. Avanti il prossimo (e chiuda la porta)! Altre volte è la Ditta del Settore ad organizzare il viaggio: gita in cantiere, e al ritorno vagonate di depliant pubblicitari. Variante evolutiva della più classica gita al santuario, con vendita di pentole sulla strada del ritorno. Come negli incontri o convegni a tema: "Usi, riusi e abusi della pietra", propone il programma. "Che noia, sempre la solita solfa..." – "Seguirà buffet" – "Sai che pensavo giusto a una facciata rivestita in pietra?" Se il viaggio avviene in torpedone, si ha l'occasione di conversare amabilmente fra colleghi. Non già del tempo o di calcio, come nei bar, ma come minimo di "fini e mezzi nell'estetica di Hegel", dal momento che l'architetto ama filosofare oltre che sociologizzare e/o socializzare. Fidanzate e morosi, compagne e compagni più o meno ufficiali, si aggregano alla comitiva con rassegnazione, facendo buon viso a cattivo gioco: "Certo che non mi annoio, tesoro, visto che ci tieni tanto..." Ma questo è nulla, di fronte ai defatiganti pellegrinaggi attraverso nebbie padane o tornanti alpini, alla ricerca dell'imperdibile opera prima dell'architetto secondo, già socio del celebre terzo. Per non parlare di un classico dei viaggi architettonici, quello per cimiteri, con appassionanti andirivieni tra loculi e colombari. Chi non è stato almeno una volta a Modena, sulle tracce della metafisica città dei morti aldo-rossiana, per rendersi conto che non vi può essere consolazione alcuna né di qua né di là dal regno dei vivi, salvo la gratificante pubblicazione su qualche pagina di rivista? Come attributo simbolico di un novello santo, che funge da inequivocabile elemento di riconoscimento dell'architetto in viaggio, spicca l'immancabile e fedele taccuino, o quadernetto che dir si voglia, sul quale fare sfoggio della grafia minuta o del tratto slanciato della penna. Anche se in età moderna è spesso fiancheggiato dall'apparecchio fotografico – oggi peraltro insidiato dalla schiera di surrogati digitali *made in Japan* –, il taccuino è un elemento



che accompagna da sempre la figura dell'architetto. A fianco del suo uso nella pratica professionale corrente, è proprio nel viaggio che si è formata la tradizione del *carnet*, con il folto novero di esempi che fanno la gioia di bibliofili e collezionisti. Celebri sono le esperienze di viaggio e i relativi taccuini dei grandi maestri della Modernità. Alvar Aalto viene in Italia nel 1924 in luna di miele con la prima moglie Aino, raccogliendo riflessioni in forma di disegno sulla cultura urbana e sul paesaggio italiani, restando eternamente affascinato dal ricordo di Venezia e della Toscana (come un qualsiasi turista d'oggi). In molti suoi progetti successivi, ricorrono citazioni esplicite di piazze, campanili o di anfiteatri all'aperto, miracolosamente trasposti sotto i brumosi cieli del nord Europa.



Qualche anno più tardi, nel 1928, è la volta di Louis Kahn che percorre dal nord al sud la penisola disegnando e dipingendo incisivi acquerelli dai colori marcati. Per molti architetti, il viaggio in Italia ha rappresentato il sinonimo del viaggio nel passato, come già il classico *Grand Tour* che i rampolli di buona famiglia d'oltralpe intraprendevano per completare la loro formazione. Il disegno diviene allora strumento di narrazione autobiografica, che

si colloca tra il diario di viaggio, il saggio e il romanzo di formazione vero e proprio. Il caso forse più celebre, vista la fama del personaggio, è quello dei taccuini di Le Corbusier, legati ai memorabili viaggi che egli compie in età giovanile. A partire dal 1907, portato a termine il corso regolare degli studi, il giovane Charles Edouard Jeanneret intraprende un quadriennio intenso di mete, consistenti in viaggi estivi e in soggiorni invernali nelle più grandi città d'Europa. L'itinerario, davvero invidiabile, avrebbe finito per includere Italia, Austria, Francia, Germania, i Balcani, Turchia e Grecia. Gli schizzi e le lettere inviate a casa ritraggono particolari di architetture, di sculture e di arti figurative. Grande attenzione è dedicata dalla Certosa di Ema, un edificio monacale toscano nei pressi di Firenze; una serie di schizzi e appunti serve a leggere, descrivere e analizzare nelle sue componenti spaziali l'edificio, e ad introiettarne la memoria. Quando lo stesso Le Corbusier, più di quarant'anni dopo avrà l'occasione di progettare e realizzare un complesso conventuale, la memoria della Certosa riemergerà dai *carnets* per farsi modello del Convento della Tourette (1953–59). Oggi, a sua volta, il convento lecorbusieriano è meta di laici pellegrinaggi intesi a meditare sulle ragioni poetiche della forma, ed è divenuto una sorta di ostello per architetti, che appaiono decisamente in soprannumero rispetto allo sparuto gruppo di fraticelli supersiti. Ma l'esperienza di una giornata al convento è memorabile. Varcata la soglia di ingresso, un portale in calcestruzzo dimensionato secondo il Modulor, che segna la separazione tra il mondo esterno e il mondo guidato dalla nuova regola proporzionale, si prende progressivamente possesso dello schema distributivo dell'impianto a corte, così chiaro eppure altrettanto radicalmente negato rispetto al modello di partenza, dal momento che la corte stessa non è percorribile se non attraverso i tunnel di passaggio tra un'ala e l'altra dell'edificio. Emergono mano a mano il "gioco sapiente e rigoroso dei volumi", la continua dilatazione e compressione degli spazi, gli sguardi ora introflessi ora proiettati sul paesaggio, la sonorità palpitante dei passi lungo i corridoi e nell'aula della chiesa...





Qui ogni architetto trova sfogo all'anelito per la forma, compiacimento per la lucidità che riconosce in ogni dove, commo- zione per le sferzanti variazioni cromatiche. Riconosce infiniti motivi citati o presi a prestito, consolandosi per i debiti formali che ciascuno per proprio conto contrae. L'idolatria nei confronti del Maestro Vene- rabile può celebrare altri riti, prima o dopo la visita alla Tourette, in terra di Francia. Immane il pellegrinaggio – in questo caso non metaforico, trattandosi di un santuario – alla chiesa di Notre Dame du Haut, a Ronchamp, per poi scendere fino al sole mediterraneo di Marsiglia dove svetta la più nota delle Unité d'abitation. In questi vagabondaggi, fondamentale è il supporto di una delle numerose guide d'architettura, genere letterario vero e pro- prio che si fa largo tra itinerari turistico- gastronomici d'ogni genere. Tra mappe, foto, schede e ridisegni, le guide hanno il merito di orientare con precisione ciò che si deve cogliere al volo, far scoprire ambiti poco noti, e di servire da rimando per approfondire un'opera o un autore tramite i repertori bio-bibliografici. Un giorno o l'altro, qualcuno non man-cherà di dare alle stampe una versione aggiornata delle guide per *gourmet*, sem- plicemente sostituendo al metro di giu- dizio delle stelline o delle forchette d'ar-

gento, una Matita d'oro o una Casetta di bronzo, per segnalare le architetture meritevoli di visita lungo un itinerario. Ma per ora, il pubblico di buongustai d'ar- chitettura è scarno, solo i numerosi "cuo- chi" intraprendono un turismo di tale sorta. E mentre ci dilettiamo in viaggio tra chiese palazzi musei nelle loro svariate contami- nazioni e ibridazioni, intanto poco a poco – si fa per dire – il territorio viene eroso, e i colleghi stanziali, i cugini ingegneri e i lontani parenti geometri (cui stanno per aggiungersi le matricole *juniores* con le loro misteriose competenze), si applicano con pervicace zelo alla professione, per il godimento di future generazioni di turisti. Ci consola il pensiero di un antico turista fuori dagli schemi, che nel viaggio costruiva i territori della propria mente. È il Marco Polo di Calvino, lucido e disincantato nar- ratore di architetture, che tra memorie e desideri, nomi e segni, ci indica con legge- rezza il senso del viaggio: "L'altrove è uno specchio in negativo: il viaggiatore rico- nosce il poco che è suo, scoprendo il mol- to che non ha avuto e che non avrà".





**Buchbesprechung**  
**Recensione bibliografica**

Giovanni Dissegna

# Edoardo Gellner

## Corte di Cadore

Il libro racconta la storia del Villaggio turistico "Corte di Cadore" progettato da Edoardo Gellner a pochi chilometri da Cortina d'Ampezzo ed inaugurato ufficialmente il 18 agosto 1958. Fu l'ingegnere Enrico Mattei, presidente dell'ENI, l'Ente Nazionale Idrocarburi, ad avere l'idea e a volere un villaggio di vacanze per i suoi dipendenti, chiamandolo così in omaggio ai pozzi petroliferi di Cortemaggiore. Mattei frequentava la montagna, la sua passione per la pesca alla trota lo portava volentieri fino a Brunico, e più in là, lungo l'Aurino. Il Villaggio fu costruito dal 1954 al 1963, ed è costituito da circa 300 case delle 600 previste, due alberghi, una chiesa progettata con Carlo Scarpa, una colonia per ragazzi, un centro sportivo, un campeggio e vari edifici di servizio. Duecentocinquanta metri cubi su un territorio di circa duecento ettari: questa impresa, unica nel suo genere nell'arco alpino, nasce da una felice congiunzione astrale, se è vero, come dice Edoardo Gellner citando il Filarete, che di un'opera di architettura l'architetto è la madre, e il committente il padre.

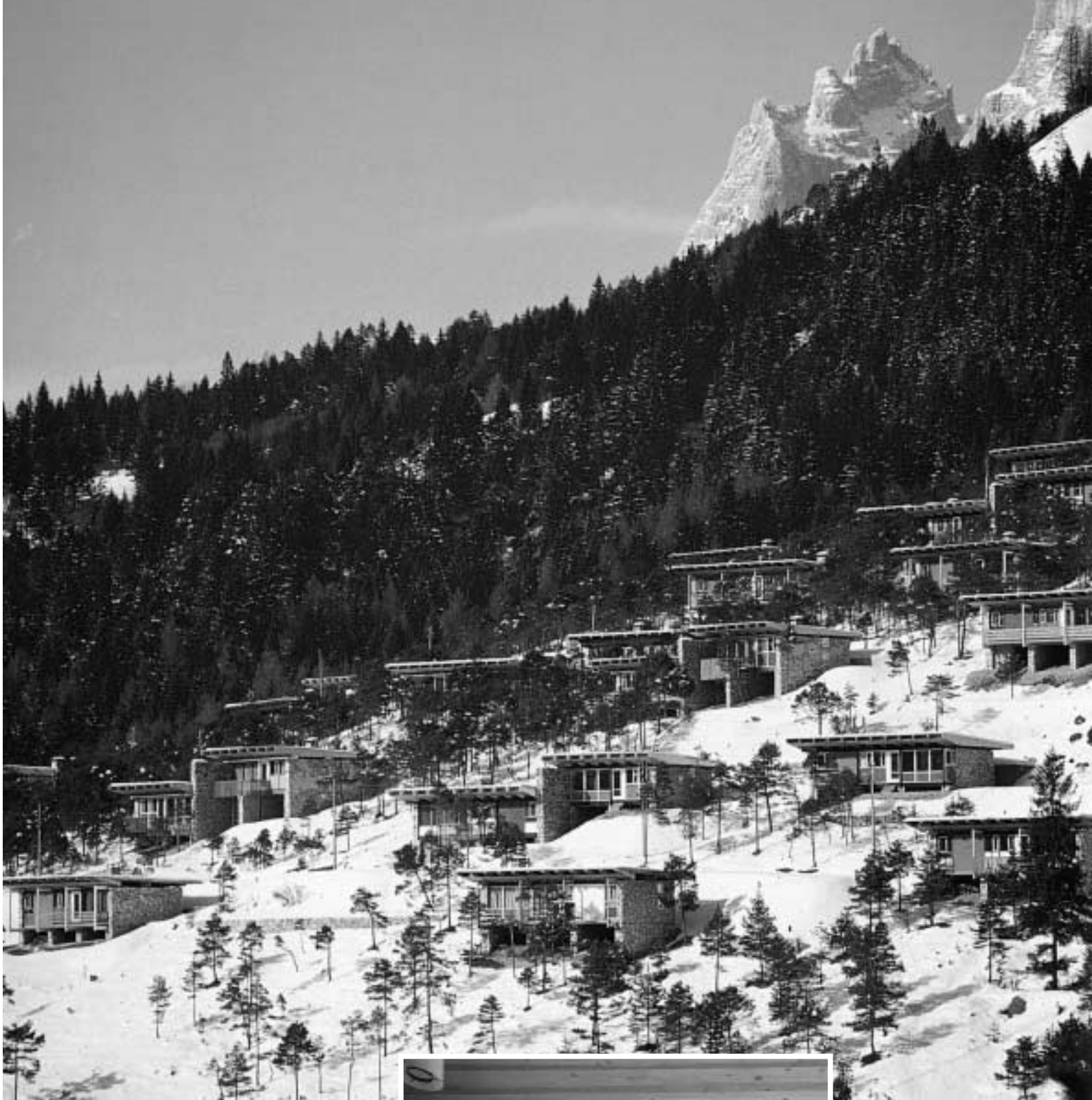
L'insediamento consta di piccoli nuclei di case, con strade dal percorso sinuoso e rispettoso della vegetazione, adagiato sulle curve di livello. Il linguaggio architettonico è netto, le soluzioni sono funzionali; materiali, colori e forme ancora oggi straordinariamente freschi e senza tempo. Interessanti l'iniziale ricorso alla prefabbricazione, lo studio dell'attacco a terra delle costruzioni e dei muri di sostegno, il sensibile rapporto tra le case, gli scorci e la spazialità interna da promenade architeturale degli edifici comunitari. Chi conosce l'opera teorica e costruita di Gellner, sa quanto egli abbia studiato la tipologia edilizia di montagna, la disposizione delle case rispetto al pendio, al sole, tra di loro, e carpito da questo studio i segreti dell'Architettura (e dell'Urbanistica) anonima alpina.

Ancora oggi questa creatura ci riserva una magistrale lezione di architettura e di urbanistica. Le case sono state completamente riassorbite dalla natura, che è ora rigogliosa grazie ai terrazzamenti erbosi e ad una densa vegetazione, prima inesistente sul ghiaione alle pendici del monte Antelao.

Friedrich Achleitner, che nel suo saggio colloca questa singolare realizzazione nell'opera di Gellner, la definisce riparazione del paesaggio, grazie anche alle lungimiranti soluzioni adottate per le reti infrastrutturali. Accompagna i testi il raffinato saggio fotografico di Paolo Biadene, il nostro collega *voleur d'images* e motore di questa iniziativa editoriale. Le foto d'epoca, affollate di marea di bambini in fila, si accostano alle atmosfere sospese e silenziose di queste strutture semiabbandonate, ma con le sedie ancora sui tavoli. Edoardo Gellner racconta le ragioni del progetto nel rapporto con Enrico Mattei, mentre Michele Merlo ripercorre le fasi di realizzazione di questo enorme cantiere.

Il libro è sostenuto dalla Mi.No.Ter., la società che ha rilevato di recente il Villaggio e ne ha avviato un programma di rivitalizzazione e di rispettoso recupero: chissà, forse anche un invito per una prossima breve vacanza...







1



2

**1** veduta aerea villaggio

a case 400

b case 100

c servizi satellitari

d colonia

e case 200

f albergo Corte

g albergo Boite

h chiesa

i case 300

k campeggio



3



4

5



6

- 2 capanne campeggio
- 3 albergo Conte, il bar guardando verso la sala pranzo, 1958
- 4 dormitorio, le camerate
- 5 case 300, quinto lotto
- 6 rampe collegamento dormitori, 1957

Marion Piffer Damiani, Walter Niedermayr

# Zivile Operationen

Marion Piffer Damiani im Gespräch mit  
Walter Niedermayr (ein Auszug):

**MP** Die visuelle Repräsentation in deinem Werk konzentriert sich auf ganz bestimmte Schauplätze, wie die hochalpinen (touristisch erschlossenen) Landschaften, wie die Raumfolgen der so genannten »totalen Institutionen« (Krankenhäuser, Gefängnisse, Klöster...), wie die urbanen Verkehrsadern der Autobahnen oder auch die Baustellenarchitekturen. Die serielle Wiederholung scheint dabei System zu haben. Welche künstlerische Motivation lässt dich die Serie dem Einzelbild vorziehen?

**WN** Mich interessiert, von der kultischen Zelebration des fotografischen Einzelbildes abzusehen, dasselbe Motiv in verschiedenen Zeitphasen zu fotografieren und Veränderungen – wenn auch nur geringfügige – festzuhalten. Zudem akzentuieren Bildsequenzen und Bildsprünge tatsächliche oder vermutete Brüche im Gefüge der Topografie ähnlich wie in der Wahrnehmung.

Die Strategie der Wiederholung in Form von minimalen Differenzen, Überschneidungen und entgegengesetzten Blickwinkeln bewirkt irritierende Effekte, die den Kurzschluss zwischen Wirklichkeit und Bild immer wieder unterlaufen.

**MP** Das Arbeiten in Serie vereint die Akribie des Wissenschaftlers mit der Leidenschaft eines Besessenen. Inwiefern beinhaltet das Arbeiten in Serie auch einen selbstreferenziellen Aspekt? Inwiefern ist das Prinzip der Wiederholung ein Hinweis auf die serienmäßige Befriedigung von Sehnsüchten etwa bei der Auswahl und Ausstattung touristischer Ziele (»Tourismusindustrie«)?

**WN** Es gibt Orte wie die alpinen Landschaften, Orte der Projektion: Die Menschen projizieren ihre Sehnsüchte in diese Räume und gehen mit bestimmten Vorstellungen hin. Ihre Erwartungen werden dann in Serie abgefertigt: Es ist eine Konsumwelt, wobei man aber gar nicht so genau weiß, was da überhaupt konsumiert wird. Das sind für mich eigentlich die interessantesten Orte, solche Orte gibt

es überall auf der Welt, touristische Orte. Sicher ist die serielle Wiederholung ein Bildmittel um die Redundanz zu unterstreichen.

**MP** Der alpine Raum bildet seit über 15 Jahren den Kontext für deine Feldforschungen. Warum über einen so langen Zeitraum, immer wieder und immer noch?

**WN** Weil sich alles andauernd verändert. Räumlich gesehen, aber auch die Menschen, die Moden. Nirgends verändern sich die Dinge so schnell wie in den Räumen, wo sich Touristen bewegen: Jede neue Sportart schafft neue Bewegungsformen und dadurch neue Strukturen in der Landschaft, veränderte Präsenzen. Allein während des kurzen Zeitraums, in dem ich selbst im alpinen Raum arbeite, haben sich die Dinge schon mehrmals verändert. Man denke zum Beispiel an das Snowboarden und wie das die Pistenlandschaft verändert hat...

Das sind die kurzfristig sichtbaren Veränderungen. Die langfristigen Veränderungen vollzieht die Natur selbst – etwa die Gletscher, die sich zurückziehen...

**MP** Von den alpinen Räumen über die Raumfolgen der Krankenhäuser oder Gefängnisse zu den Autobahnkreuzungen: Die Motive deiner Arbeiten zeichnen die Bewegungen der Menschen im Raum auf. Die mehrteiligen Sequenzen reflektieren die Strukturen, die entwickelt wurden, um die Massengesellschaft zu organisieren. Welche Ausdrucksformen hält heute die Architektur dafür bereit?

**WN** Die verschiedenen Räume haben alle etwas miteinander zu tun. Es sind zweckbestimmte Räume, die Handlungen strukturieren und organisieren, alltägliche wie bei den Autobahnen oder auch touristische wie in den alpinen Räumen, wo wir es mit einer Art Leitsystem des Vergnügens zu tun haben. Uniformierung und Wiederholung kennzeichnen diese Raumstrukturen in den Handlungsabläufen und meistens auch in der Architektur.



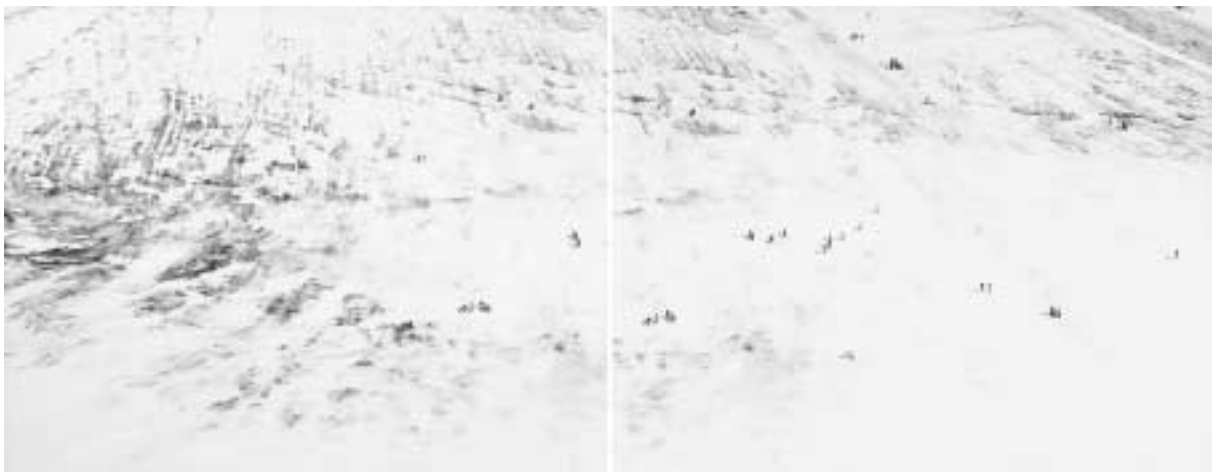
1

1 Umschlag Katalog  
2 Tokyo Skidome I,  
2000, 210 x 170 cm  
3 Schnalstalglletscher VII,  
2000, 104 x 264 cm





2



3

a cura della redazione

# mailtb@archiworld.it

## **Bauwut oder Baukultur?**

Die Kitsch-Architektur feiert in unserem Lande fröhliche Urständ. Besonders in der Tourismusbranche, aber nicht nur dort, herrscht die Meinung, dass protzig zur Schau gestelltes Stilgemisch Qualität und Wohlstand symbolisiert. Da selbstverständlich jeder „Geschmacksverordnung“ von oben eine klare Absage zu erteilen ist, sind Mittel und Wege zu suchen, um das Bewusstsein für Baukultur in der Gesellschaft wach zu halten bzw. durch öffentliche Diskussionen zu wecken. Hier einige Vorschläge, wie durch mehr öffentliche Beteiligung und fachkundige Begleitung dieser Prozess in Gang gesetzt werden könnte.

### *1. Reform der Baukommission.*

Die Konzeption der Baukommission ist ein Relikt aus den 60er Jahren. In ihrer Zusammensetzung spiegelt sich die Auffassung, dass sich die Rolle der Baukommission darauf beschränkt, Bauprojekte auf die Einhaltung der Normen zu überprüfen. Für die Beurteilung von Projekten aus urbanistischer, architektonischer und auch ästhetischer Hinsicht ist die Baukommission nicht genügend ausgestattet, da Fachleute aus diesen Bereichen unterrepräsentiert sind. Wenn die Projekte bereits im Vorfeld auf die Einhaltung von Normen überprüft würden, könnte sich die Kommission mit wesentlichen urbanistisch-architektonischen Fragen beschäftigen. Selbstverständlich müsste dann die Arbeit der Fachleute in diesem Bereich aufgewertet werden. Die Verpflichtung zur Öffentlichkeit der Kommissionssitzungen würde die Transparenz der Entscheidungen fördern und Sachlichkeit und Argumentationsgüte verstärken; Projektant und Bauherr sollten ihre Sichtweise darlegen können. Sollten sich dann – bei wichtigen Projekten an markanten Stellen der Gemeinde – auch noch renommierte Fachleute aus dem In- und Ausland beteiligen lassen, so könnte aus dieser Diskussion das Bewusstsein für Baukultur geschärft werden und wachsen (siehe Gestaltungsbeirat in der Stadt Salzburg).

### *2. Organische Neukonzeption des Landesraumordnungsgesetzes statt scheinweise Veränderung bei Beibehaltung anachronistischer Normen.*

In den letzten 10 Jahren ist das Südtiroler Raumordnungsgesetz andauernd verändert worden. Auf Grund des Druckes von verschiedenen Wirtschaftskategorien oder auch Einzelpersonen sind scheinweise „Anpassungen“ erfolgt, ohne die längerfristige Auswirkungen dieser Veränderungen zu berücksichtigen. Besonders negativ auf die Qualität der Architektur haben sich die verschiedenen – meist auch unklar formulierten – Erweiterungsmöglichkeiten ausgewirkt: Im Hotelbau die sogenannte qualitative und quantitative Erweiterung bis hin zur Erweiterungsmöglichkeit für jedes Gebäude im landwirtschaftlichen Grün (letzte Reform). Diese meist in Vorwahlen beschlossenen Erweiterungsmöglichkeiten verhindern organisches Planen, die Folge sind hässliche Zu- und Anbauten einerseits oder der Abriss von Gebäuden zur Ausschöpfung der Kubatur.

### *3. Klare Regeln zum Schutz von Erhaltenswertem (Altstadtkern, Ortsbild, Ensembles, charakteristische Einzelgebäude).*

Die Fälle sind bekannt: In regelmäßigen Abständen kämpfen BürgerInnen für den Erhalt von Gebäuden, die – auch wenn sie nicht den strengen Kriterien des Denkmalschutzes entsprechen – in ihrem Zusammenspiel mit anderen Elementen als erhaltenswert oder charakteristisch angesehen werden. Einiges konnte durch diesen Einsatz gerettet werden, viel ist unwiederbringlich verloren. Deshalb braucht es dringend klare Regeln (entweder eigenes Gesetz oder zumindest klare Durchführungsbestimmungen zum Art. 25, 26 des Raumordnungsgesetzes), damit historisch gewachsenes und Ortsbildprägendes besser geschützt und das Weiterbauen in diesen Zonen mit Sorgfalt gemacht wird; selbstverständlich wird hier weder einer Käseglockenmentalität noch irgendwelchen Harmonisierungsvorschriften das Wort geredet.

Cristina Kury – 28.05.2003



## Vincitori della Medaglia d'Oro all'Architettura Italiana, Triennale di Milano

La Triennale di Milano ha reso noti i vincitori della Medaglia d'Oro all'Architettura Italiana. La giuria, composta da Giancarlo De Carlo (presidente), Pio Baldi, Gillo Dorfles, Kurt Forster, Henk Hartzema, Vittorio Magnago Lampugnani, Luca Molinari (coordinamento), Alexander Tzonis, ha proclamato vincitori:

### - Medaglia d'Oro all'opera:

Umberto Riva con Pierpaolo Ricatti, Magazzino Fincantieri, Castellammare di Stabia (NA)

### - Medaglia d'Oro all'opera prima:

Marco Navarra (NOWA), Parco lineare tra Caltagirone e Piazza Armerina, Caltagirone-S. Michele di Ganzaria (CT)

### - Medaglia d'Oro alla committenza pubblica:

ex aequo: Comune di Napoli con M.N. Metropolitana di Napoli S.p.A., Nuove stazioni della metropolitana e Comune di Roma, Auditorium, Renzo Piano

### - Medaglia d'Oro alla committenza privata:

AMSA Milano, nuovo termoutilizzatore, quattroassociati

### - Medaglia d'Oro alla critica:

Pierluigi Nicolini, Lotus e Lotus Navigator

### - e tra gli altri assegna le Menzioni

#### d'Onore per l'Educazione a:

Siegfried Delueg, Scuola professionale "Ch. J. Tschuggmall", Bressanone (BZ)

### - e per lo Sport a:

Thomas Demetz e Alessia Politi, Stazione d'Arrivo per la Discesa Libera, Val Gardena (BZ)

Scelti tra 425 progetti – proposti tramite autocandidatura o attraverso le segnalazioni degli advicers (quaranta tra direttori delle più importanti riviste di architettura italiane e straniere, direttori di Centri per l'architettura e critici) - ai vincitori è stata consegnata la medaglia d'oro durante la cerimonia di premiazione e inaugurazione della mostra che ha presentato una selezione dei progetti che hanno concorso alla Medaglia d'Oro all'Architettura Italiana. Sin dal 1923, anno di istituzione della Prima "Esposizione Internazionale delle Arti decorative" con sede presso la Villa Reale di Monza della quale nel 2003 ricorrono gli ottanta anni, la manifestazione venne

accompagnata e solennizzata con l'assegnazione, agli espositori, di premi e medaglie che testimoniassero la qualità dei prodotti e dei lavori presentati.



La Medaglia d'Oro all'Architettura Italiana punta alla promozione pubblica dell'architettura contemporanea come costruttrice di qualità ambientale e civile, ed insieme guarda all'architettura come prodotto di un dialogo vitale tra progettista, committenza ed impresa e si pone come riflessione attiva sul ruolo del progettista e delle sue opere puntando alla diffusione pubblica in Italia ed all'estero di un nuovo patrimonio di costruzioni e idee e insieme verificando periodicamente lo stato della produzione architettonica nel Paese, gli indirizzi, i problemi ed i nuovi attori.

## Ausstellung „Austria West“ Triennale di Milano

Die Zwischenbilanz einer Szene in aufreger Bewegung: Tiroler und Vorarlberger Architektur der letzten zehn Jahre. Ein thematisch aufgefächertes Spektrum wichtiger, aktueller Bauten, darunter Werke der nachrückenden jungen Generation. Von 15. Mai bis 13. Juli 2003 in der Triennale di Milano, viale Alemagna 6, Milano  
Info: [www.austriawest.at](http://www.austriawest.at) / [www.triennale.it](http://www.triennale.it)

## Achitekturzentrum Wien Ausstellungen – Vorausschau 2003

06. 03. – 02. 06. 2003 – *Just build it!*

### Die Bauten des Rural Studio

Seit knapp 10 Jahren plant und baut das von Samuel Mockbee (1944–2001) und Dennis K. Ruth gegründete „Rural Studio“ einfache, aber einfallreiche Häuser und Gemeindezentren für unterprivilegierte Einwohner von Hale County, Alabama. Unter Verwendung recycelter und gespendeter Materialien wurden in dieser Zeit von ArchitekturstudentInnen der Auburn

Universität rund 20 Bauten realisiert. Jenseits der medial gefeierten „Diamanten“ der Stararchitektur, hat sich damit im Niemandsland von Alabama eine Architektur mit sozialem und ökologisch nachhaltigem Engagement realisiert. Die Projekte des „Rural Studio“ verbinden gemeinnützige Arbeit mit einer Umgestaltung des Studienverlaufs in reale architektonische Praxis. „Das ist nach wie vor ein Ausbildungsprogramm“, betonte Mockbee, „wir sind keine Bauunternehmer, wir sind keine architektonischen oder philanthropischen Gutmenschen. Hier geht es darum, Studenten die Praxis und die Kunst der Architektur zu vermitteln.“ Die Ausstellung dokumentiert anhand von Fotos, Zeichnungen, Videos und Interviews das Phänomen des „Rural Studio“. Die gesamte Bandbreite des Schaffens wird aufgezeigt, und die Wechselwirkungen der innovativen Verwendung gefundener Materialien, sozialen Engagements und architektonischer Praxis präsentiert.



24. 04. – 07. 07. 2003 – *Jan Kotůra.*

### Aufbruch in die tschechische Moderne

Jan Kotůra ist eine der Schlüsselfiguren der modernen europäischen Architektur, dessen architektonisches Werk in einer monografischen Ausstellung im Architekturzentrum Wien erstmals außerhalb von Tschechien umfassend gewürdigt wird. Jan Kotůra war neben Josef Hoffmann und Jože Plečnik einer der ersten Absolventen der Meisterklasse von Otto Wagner an der Wiener Akademie der Bildenden Künste. Bereits zu Lebzeiten galt er als treibende Kraft der

Moderne in den böhmischen Ländern und wurde für mehrere Generationen tschechischer Architekten prägend. Neben seiner pädagogischen Breitenwirkung hinterlässt Kotúra ein herausragendes architektonisches Oeuvre, wie auch die Wiener Villa Lemberger-Gombrich von 1913–1915. Das architektonische Werk des Vorreiters der tschechischen Moderne wird anhand von Schlüsselbauten in Form von originalen Zeichnungen und Modellen in der Ausstellung im Architekturzentrum Wien präsentiert. Die Ausstellung war zuvor in Prag und Hradec Králové zu sehen.



26. 06. – 06. 10. 2003 – *Anne Lacaton & Jean Philippe Vassal. Jenseits der Form*  
In Kooperation mit dem arc en rève, Bordeaux, und dem deSingel International Kunstzentrum, Antwerpen, präsentiert das Architekturzentrum Wien die erste große monografische Ausstellung der französischen ArchitektInnen Anne Lacaton & Jean-Philippe Vassal im deutschsprachigen Raum. Die Architektur von Lacaton & Vassal zeichnet sich dadurch aus, dass sie jenseits der Suche nach der architektonischen Form oft mit einem Minimum an Interventionen ein Maximum an Wirkung und atmosphärischem Mehrwert erlangt. Die Form ist das meist minimalistische Resultat einer behutsamen und konsequenten Analyse der bestehenden Situation in Verbindung mit der gestellten Aufgabe. „Für sie soll Architektur einer Situation nur das hinzufügen, was ihr von sich aus fehlt, um gut zu funktionieren.“ (Ilka und Andreas Ruby)

Die Ausstellung ist der Arbeitsweise von Lacaton & Vassal entsprechend gestaltet, die ihre Projekte immer von innen nach außen entwickeln: Modelle sind dabei nicht vorhanden, da sie die Sichtweise von außen aufdrängen. Die besondere Qualität und das Leben innerhalb ihrer Bauten wird mit einer Reihe von Foto-Projektionen vermittelt. Die durch sie erzeugte Stimmung versetzt den BesucherInnen direkt in die Architektur. Zusätzlich werden die Projekte mit Hilfe von Plänen und Texten dokumentiert. Als 1:1 ausgestellte Architektur wird eine Transition zu der von Lacaton & Vassal realisierten Cafeteria UNA des Architekturzentrums Wien geschaffen.

24. 07. – 01. 09. 2003 – *architektURLAUB Sommerprogramm des Az W*

> *Ausstellung Wien-Projekte <*

Im Rahmen des diesjährigen architektURLAUBs werden in einem umfassenden Überblick ausgewählte Wiener Projekte vorgestellt: Die Vielzahl der diskutierten und in Planung befindlichen Projekte der Stadt wird allen am aktuellen Geschehen Interessierten – StadtbewohnerInnen und Forschungsreisenden aller Länder und Altersstufen – präsentiert werden. Gezeigt wird der aktuelle Stand sowohl lang angelegter Projekte als auch der neuesten Entwicklungen im Zusammenhang mit den direkt umliegenden Gebieten.

Die Projekte: Aspanggründe / Eurogate; Donaacity; Erdberger Mais; Flughafen Wien Schwechat; G-Town Gasometer / G-Tower; Laaerberg / Monte Laa / Porr-Gründe; Messe Wien; Prater / Entertainment Center Messe / Würstelprater / Messe Süd / Krieau / Stadion; Praterstern; Schönbrunn / Fiat-Gründe; Stadthalle Wien Erweiterung; T-Mobile / St. Marx / Teilgebiet Erdberger Mais; Town Town; Westbahnhof; Wien Mitte / Weltkulturerbe. Wie bereits 2002 wird auch in diesem Sommer die Ausstellung vom speziell konzipierten Smallprogramm für Kinder ab 6 Jahren begleitet, wo spielend die Stadt Wien in ihren speziellen Eigenschaften und Erfordernissen entdeckt werden kann. Als weiteres Angebot wird es auch während der heißen Monate speziell zusammengestellte Sommertours geben, die die Wiener Stadtopografie mit architektonischen Ikonen und aktuellen Projekten erkunden werden.

02. 10. 2003 – 12. 01. 2004 – *Wie Bauen? Das Buch der Moderne Architektur des 20. Jahrhunderts aus der Sammlung Marzona*  
Als Kunstsammler ist Egidio Marzona weltweit ein Begriff. So sammelt der Bielefelder Italiener seit 1968 Minimal Art, Arte Povera, Conceptual Art und Land Art. Seine mehr als 1000 Kunstwerke umfassende Sammlung wurde zum Teil erst kürzlich für die Nationalgalerie Hamburger Bahnhof, Museum für Gegenwartskunst Berlin, angekauft. Weniger bekannt ist, dass Egidio Marzona sich schon sehr früh auch für Architektur und Design interessierte. So widmet er sich seit rund 20 Jahren in diversen Publikationen der Erforschung des Bauhauses. Das Architekturzentrum Wien freut sich, nun als erste Institution die Architektursammlung von Egidio Marzona vorstellen zu können. Neben Fotografien werden Bücher von Paul Scheerbart, Siegfried Giedeon oder Dieter Roth gezeigt – Veröffentlichungen also nicht nur von Architekten oder Theoretikern, sondern auch von Künstlern, die die Grenzen der Kunst aufbrechen und ihren Bezug zur Architektur hinterfragen.

### Externe Ausstellungen des Az W 2003

- *Architekturmuseum Basel*

22. 02. – 27. 04. 2003

9=12. Neues Wohnen in Wien

- *Heinz Architectural Center AT Carnegie Museum of Art, Pittsburgh*

01. 03. – 25. 05. 2003

TransModernity. Austrian Architects

- *Schwedisches Architekturmuseum, Stockholm*

09. 03. – 11. 05. 2003

Idea and Phenomena. Steven Holl

- *CAUE Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement du Bas-Rhin, Strasbourg*

24. 03. – 15. 05. 2003

Emerging Architecture 3. Kommende

Architektur 3. Beyond Architainment

- *The Lighthouse, Glasgow*

21. 06. – 10. 08. 2003

Emerging Architecture 3. Kommende

Architektur 3. Beyond Architainment

- *Oslo School of Architecture*

11. 11. – 01. 12. 2003

Emerging Architecture 3. Kommende

Architektur 3. Beyond Architainment