

Trimestrales Mitteilungsblatt der Stiftung der Kammer der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner, Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen / Notiziario trimestrale della Fondazione dell'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della Provincia Autonoma di Bolzano
Euro 8,00 Spedizione in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 numero 47) art. 1, comma 1, DCB Bolzano In caso di mancato recapito, rispedire all'ufficio di Bolzano C.P.O. per la restituzione al mittente che si impegna a corrispondere il diritto fissa Taxe Perque

Weil es sich der Gast so wünscht_Perché i nostri ospiti lo desiderano

turrisbabel[®] 84



Titelseite / Copertina

Parkhotel Laurin

Foto © Corinne L. Rusch

Weil es sich der Gast so wünscht Perché i nostri ospiti lo desiderano

Die vorliegende Ausgabe ist Ergebnis der Zusammenarbeit der Redaktion von turrisbabel mit der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol, Abteilung Natur und Landschaft.

Il presente numero nasce dalla collaborazione tra la Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, ripartizione Natura e Paesaggio, e la redazione della rivista turrisbabel.

- 4 La costruzione del paesaggio turistico
Carlo Calderan
- 8 „Weil sich's der Gast so wünscht!?“
Text von Verena Haid, Thomas Ebner, Adriano Oggiano
- 12 Die Möblierung der Destination Südtirol, Text von Christoph Engl
- 15 Il turismo di comunità, testo di Maurizio Capelli
- 21 Die Suche nach dem Null-Sterne-Hotel, Text von Manuela Demattio
- 24 Architektur und Landschaft im Tourismus, Text von Bibiane Hromas
- 26 Berglandschaft, Hotelarchitektur und Heimatschutz, Text von Jürg Ragetti
- 30 Bereiste Landschaft. Historische Streiflichter, Text von Paul Rösch
- 32 Dall'ambiente naturale al paesaggio culturale, testo di Annibale Salsa
- 36 „Urlaub in der Landschaft“ Ansätze für ein minimales Hotelkonzept
Text von Thomas Tschöll
- 38 Juvet Landscape Hotel, JSA Jensen & Skodvin Arkitektkontor as
- 46 Wettbewerb 100 Jahre Parkhotel Laurin, Claudia Barcheri
- 50 „Vacanza nella tradizione“. Le forme dell'ospitalità alpina
Testo di weber+winterle
- 52 Park Hotel Azalea, Cavalese, ulapiù architekten
- 58 Bachgütl – Buschenschank und Ferienwohnungen, Tschermis
bergmeisterwolf architekten
- 64 Strata-Raumschiff, un'astronave atterra sulle Dolomiti
Plasma Studio, testo di Alexander Zoeggeler
- 70 Dahoam Naturresidence in Schenna, Manuel Benedikter
- 78 La messa in scena della vacanza – l'architettura dei nuovi alberghi
Testo di Carlo Calderan
- 80 Architektenwettbewerb *****S Falkensteiner Hotel in Reischach, Bruneck
- 102 Architektenwettbewerb *****S Alpine Wellness Hotel Plose, Sankt Andrä, Brixen
- 138 Statussymbol: Stern?, Text von Alberta Schiefer
- 140 Obiettivo: turismo solitario di massa, testo di Cristina Vignocchi
- tb info**
- 142 Istanbul (2. Teil), Text von Karin Kretschmer
- 146 Cohousing – eine neue Wohnlandschaft, Text von Monica Carmen
- 148 turristour 83, Trento 9.10.2010, testo di Enrico Lunelli



Manuel Benedikter (70)



bergmeisterwolf architekten (58)



Wettbewerb Parkhotel Lauri (46)



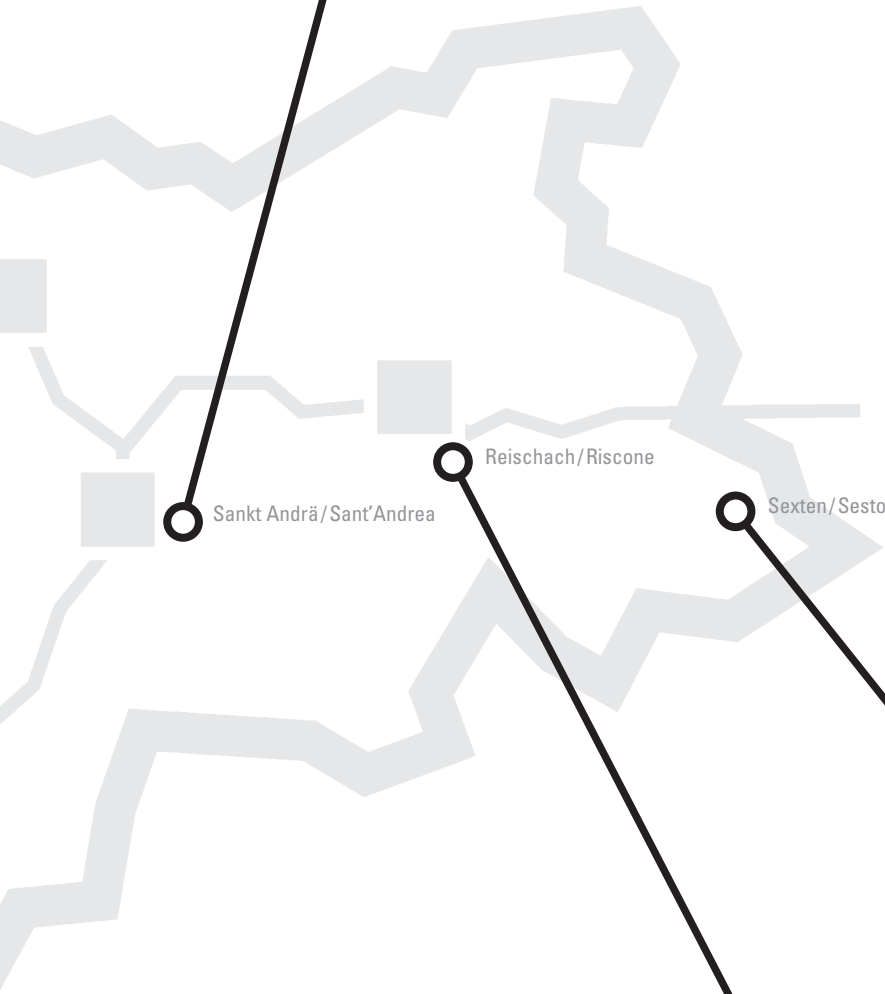


Büro Architekturplus (102)

Norwegen/Norvegia



Jensen & Skodvin Arkitektkontor as (38)



Sankt Andrä/Sant'Andrea

Reischach/Riscone

Sexten/Sesto

Cavalese (TN)



ulapiù architekten (52)



Comfort_Architekten (80)



Plasma studio (64)

Carlo Calderan

La costruzione del paesaggio turistico

Siamo tornati al punto di partenza. Nella prima fase della conquista turistica delle Alpi il modello insediativo è stato quello del palazzo urbano costruito come un avamposto della civilizzazione in mezzo alla natura selvaggia, inquadrata e addomesticata dalle logge delle comode stanze di un Grand Hotel. Oggi, cento anni dopo, si progettano di nuovo alberghi di grandi dimensioni isolati nel paesaggio. Gli albergatori cercano di abbandonare i fondovalle a tal punto congestionati e saturi da non corrispondere più al prodotto che si vuol vendere: una vacanza immersi nella natura e nel silenzio, in un ambiente incontaminato per rigenerarsi dallo stress quotidiano, a Santa Cristina non è semplicemente credibile. Ortisei o la conca di Corvara non sono più spendibili come attrazioni in se, non a caso immagini che le ritraggono sono scomparse dai dépliant turistici della Val Gardena e della Val Badia. Da qui nasce "l'attacco" all'Alpe di Siusi, o le stanze capsule di Ross Lovegrove tra i boschi accanto alle piste dell'Alta Badia. L'attenzione degli investitori non si concentra tuttavia solo sui luoghi deputati dell'immaginario dolomitico. Il successo del Vigilius di Matteo Thun, costruito in un luogo non particolarmente fotogenico, dimostra come qualsiasi punto del paesaggio possa diventare unico, a patto di riuscire a renderlo esclusivo, limitandone l'accesso ad esempio, ed a farlo "sentire" grazie alla sua architettura. Una strategia che funziona a tutte le scale di

intervento come dimostrano la stanza del Laurin desituata in un parco di Magrè o le case sugli alberi che Zumthor sta progettando nei boschi di Briol. Alla base vi è una sorta di democratizzazione del paesaggio, la consapevolezza che i valori che gli attribuiamo, compresi i livelli di tutela con cui cerchiamo di difenderne certe parti, sono non solo arbitrari (perché l'alpe di Siusi è più bella della gola della Rienza tra Rio di Pusteria e Bressanone?), ma anche transitori. Se ogni luogo può essere attivato, se i Koja Wiesen, dei prati sconosciuti ai più, improvvisamente attirano l'attenzione di un grande gruppo alberghiero seminando il panico in una città, ritorna di attualità il tema dell'inserimento di una nuova costruzione in un paesaggio preesistente, con la sua morfologia fisica, con le sue regole insediative, i suoi utilizzi consolidati, il suo sistema percettivo. Escludendo l'occultamento fisico, cioè la sparizione sottoterra alla Manincor, non sempre possibile per un albergo, così come il camuffamento, secondo il canone involontariamente creato da Holzmeister con l'hotel Drei Zinnen di Sesto, l'albergo come maso ingigantito cioè, e a maggior ragione gli Hotel fine secolo di Carezza, Braies, Dobbiaco che, liberati dall'aura del bel tempo andato, ci appaiono come testimonianza di un'arrogante colonizzazione turistica (non a caso Gellner nel suo piano per Misurina progetta la demolizione dell'hotel sul lago per permettere al Sorapis di specchiarsi nuovamente indi-



sturbato), non ci rimane allora che Barth. Come ha osservato Friedrich Achleitner, gli edifici di Barth, anche quando sono inseriti nel paesaggio aperto, rimangono costruzioni urbane, Barth non cerca di rimuovere il confine tra natura e artificio o di stemperare l'estraneità della nuova costruzione rispetto all'intorno rurale in cui si colloca. Il nuovo edificio andrà a modificare inevitabilmente il contesto. I micro complessi urbani di Barth intrattengono però un dialogo con esso, reagiscono al paesaggio: esaltandone la topografia scoscesa con piani orizzontali a scalare come nell'istituto scolastico a Scezze, o al contrario, nel seminario maschile a Salern, disponendosi lungo una linea di livello, occupando il margine tra una radura e il pendio boscoso, ridisegnando, quasi fortificando il limite antropizzato della valle, o assecondando la morfologia del terreno aderendo alle linee dominanti del paesaggio come nella casa per religiosi in pensione a Kranebitt che si appoggia ad un muro di contenimento il quale, allungandosi ben oltre l'edificio, sembra essere preesistente e si confonde nel paesaggio terrazzato dei vigneti in pendio. Non è però la consapevolezza di modificare un paesaggio che appartiene a tutti ciò che sembra guidare i progettisti di questi nuovi insediamenti turistici. Difficilmente troveremo tra le vedute prospettiche che raccontano i progetti una vista da lontano, l'intorno, il luogo specifico in cui si trovano, quando non sia un contesto d'invenzione, è visto sempre dall'interno. L'hotel è concepito come una struttura autarchica, una sorta di transatlantico che scorre davanti al paesaggio, che rimane alla fonda senza lasciar scendere gli ospiti a terra. L'impressione di essere soli, in prima fila di fronte al paesaggio è però illusoria e funziona solo nelle sceneggiature per quadri prospettici delle tavole di concorso. La vicinanza di altre strutture alberghiere è rimossa. La nuova area di sviluppo turistico a Sant'Andrea è a questo proposito emblematica, tre grandi alberghi verranno costruiti poco distanti dal paese e non lontani dall'arrivo di un impianto sciistico. Per ognuno è previsto un lotto a bosco abbastanza grande da conservare uno schermo di alberi sufficiente a nascondere la massa e a renderli reciprocamente invisibili. Nulla si dice degli spazi di interconnessione, del sistema di

percorsi che avrebbe potuto connetterli tra loro, con le piste da sci, con il paese. Nessuno studio dei corpi edilizi, della loro disposizione e dimensione ci ha fatto comprendere come modificheranno questa parte delle pendici della Plose: siamo al grado zero della progettazione urbanistica. Sarebbe ora che il paesaggio turistico, la trasformazione del territorio espressa dal settore economico più rilevante della nostra provincia, invece di essere subito venisse finalmente progettato.

Wir sind wieder am Nullpunkt angelangt. In der Frühphase der touristischen Erschließung der Alpen diente das Stadtpalais als Bautypus, errichtet als Vorposten der Zivilisation inmitten einer ungezähmten Natur, die im gerahmten Blick aus den Loggien der komfortablen Zimmer eines Grandhotels gebändigt wurde. Heute, hundert Jahre später, werden wieder große solitäre Hotels in die Landschaft gesetzt. Die Hoteliers versuchen, dem überfüllten und verbauten Talgrund zu entkommen, weil er nicht mehr dem Produkt entspricht, das sie verkaufen wollen: dem Urlaub in einer unberührten Natur, in absoluter Ruhe und in reiner Bergluft, damit der Gast sich von seinem Alltagsstress erholen kann. Dies wäre in St. Christina einfach nicht mehr glaubhaft; St. Ulrich oder die Talsohle von Corvara lassen sich nicht mehr attraktiv vermarkten, nicht von ungefähr sind die entsprechenden Bildmotive aus den Werbeprospekten des Grödentals und des Gadertals verschwunden. Man will also jetzt auf die Seiser Alm, und so erklären sich auch die Kapsel-Zimmer von Ross Lovegrove an den Skipisten des Gadertals. Das Interesse der Investoren ist nicht mehr allein auf die klassischen Dolomitenorte gerichtet. Der Erfolg des Vigilius Mountain Resort eines Matteo Thun, das an einem nicht außergewöhnlich fotogenen Ort errichtet wurde, beweist, dass jeder Punkt der Landschaft einzigartig werden kann, wenn es nur gelingt, ihn exklusiv erscheinen zu lassen, indem man zum Beispiel den Zugang beschränkt und indem man über eine besondere Architektur dieses Gefühl zu vermitteln imstande ist. Diese Strategie funktioniert auch im kleinen Maßstab, wie das Zimmer des Hotel Laurin zeigt, welches sich ausgelagert in einem Park in Margreid befindet. Oder die Baumhäuser, die Zumthor in den Wäldern von Briol plant. Dem liegt eine Art Demokratisierung der Landschaft zugrunde, die Gewissheit, dass der Wert, den wir ihr beimessen, – einschließlich der Unterschutzstellung, mit der wir bestimmte Bereiche zu bewahren versuchen –, nicht nur willkürlich ist (warum soll die Seiser Alm

schöner sein als die Schlucht der Rienz zwischen Mühlbach und Brixen?), sondern auch vergänglich. Wenn nun also jeder Ort touristisch genutzt werden kann, wenn die Koja-Wiesen, welche die meisten von uns vorher gar nicht kannten, plötzlich das Interesse einer großen Hotelkette wecken und damit Panikstimmung in einer Stadt auslösen, dann wird die Einbindung eines Neubaus in eine bestehende Landschaft wieder zum Thema. Dann geht es um deren Morphologie, um bereits vorhandene Nutzungen, um Bebauungsrichtlinien, um die Wahrnehmung der Landschaft. Ein unterirdisches Verbergen des Bauvolumens, wie das Eingraben der Kellerei Manincor, ist für ein Hotel nicht immer möglich. Ebenso wenig wäre heute eine Maskerade als vergrößerter Bauernhof denkbar, wie sie Holzmeister mit seinem Hotel Drei Zinnen in Sexten unbeabsichtigt anwandte. Noch krasser ist diese Methode bei den Hotels der Jahrhundertwende am Karerpass, in Prags und in Toblach ersichtlich, die uns heute – nachdem der Glanz vergangener Zeiten erloschen ist – nur mehr als Zeugen einer arroganten touristischen Kolonialisierung erscheinen. Nicht umsonst schlägt Gellner in seinem Plan für Misurina den Abriss des Hotels am See vor, damit sich der Gipfel des Sorapis wieder ungestört in der Wasserfläche spiegeln kann. Es bleibt also nur der Ansatz von Othmar Barth. Schon Friedrich Achleitner bemerkte, dass die Bauten Barths stets urban wirken, selbst wenn sie in der freien Landschaft stehen. Barth will die Grenze zwischen Natur und gebautem Eingriff nicht auflösen, er will den Kontrast des Neubaus zum ländlichen Umfeld nicht kaschieren. Das Bauwerk wirkt sich unweigerlich auf den Kontext aus. Die kleinen urbanen Gebilde Othmar Barths treten jedoch in Dialog mit dem Umfeld, sie reagieren auf die Landschaft: Entweder sie betonen die Topografie des abschüssigen Geländes mit terrasierten horizontalen Ebenen wie in der Mädchenschule in Tschötsch bei Brixen, oder umgekehrt, am Beispiel des Knabenseminars Salern, durch lineare Anordnung entlang einer Höhenlinie an der Grenze zwischen Lichtung und bewaldetem Hang, indem die Bebauungskontur der Talsohle nachgezeichnet und gleichsam verstärkt wird. Oder durch eine Betonung der Geländeform, den prägnanten Linien der Landschaft folgend, wie beim Herbergsheim für Priester in Kranebitt, das sich entlang einer Stützmauer erstreckt, welche über das Gebäude hinausreicht – als ob sie bereits vorher dagewesen wäre, und fließend in den terrasierten Hang der Weinberge übergeht. Obwohl alle wissen, dass Bauen auch die Landschaft verändert, scheinen die Planer der neuen Hotelanlagen nicht von diesem Bewusstsein geleitet zu

sein. Nur selten finden wir in den Visualisierungen, die ein Projekt beschreiben, auch einen Blick aus größerem Abstand, eine Darstellung des Umfelds, des konkreten Ortes, an dem das Bauwerk entsteht. Entweder es wird eine Phantasielandschaft gezeigt oder aber – in den meisten Fällen – ein Blick von innen nach außen. Das Hotel wird als autarke Struktur dargestellt, als eine Art Kreuzfahrtschiff, das an der Landschaft vorbeizieht oder vor Anker liegt, ohne die Passagiere an Land zu lassen. Dieser Eindruck, ganz alleine zu sein, in der ersten Sitzreihe vor der Landschaft, ist jedoch trügerisch und funktioniert nur in den Renderings der Wettbewerbspläne. Die unmittelbare Nachbarschaft anderer Hotelstrukturen wird einfach ausgeblendet. Besonders deutlich zeigt sich dies an der neuen touristischen Erweiterungszone in St. Andrä, wo drei große Hotels in Dorfnähe und unweit einer Aufstiegsanlage entstehen sollen. Für jedes Hotel ist ein Waldstück vorgesehen, das gerade so groß ist, um durch eine Wand von Bäumen das eigene Bauvolumen zu verstecken und die Sicht auf das Nachbarhotel zu versperrern. Keine Spur einer planerischen Auseinandersetzung mit Zwischenräumen, keine Aussage zu möglichen Wegeverbindungen zwischen den Hotels, zu den Skipisten, zum Dorf. In den Plänen gibt es keinerlei Aussage, die uns erklären würde, wie die Anordnung oder Größe der Baukörper sich hier auf die Hänge des Ploseberges auswirken. In urbanistischer Hinsicht befinden wir uns wieder am absoluten Nullpunkt. Es wäre an der Zeit, dass die Tourismuslandschaft, also die Veränderung unseres Territoriums durch die größte wirtschaftliche Macht im Lande, endlich geplant würde und nicht nur erduldet werden muss.

Text von Verena Haid, Thomas Ebner, Adriano Oggiano

„Weil sich's der Gast so wünscht!“

Sulle relazioni tra architettura, turismo e paesaggio

Ci occupiamo di *luoghi*, di *paesaggio*, di *strutture turistiche* per gli ospiti. Cosa intendiamo per *luoghi*? Prendiamo in prestito un passaggio di un testo di M. Augé, antropologo: “...luogo, dove si colgono l'identità, le relazioni e la storia di quelli che lo abitano...”¹ Cosa intendiamo per paesaggio? Citiamo ancora una volta alcuni dei principi ispiratori della Convenzione Europea del Paesaggio: “Paesaggio” designa una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni;” e ancora “...il paesaggio è in ogni luogo un elemento importante della qualità della vita delle popolazioni: nelle aree urbane e nelle campagne, nei territori degradati, come in quelli di grande qualità, nelle zone considerate eccezionali, come in quelle della vita quotidiana...”²

Partiamo da qui. Il compito attuale della nostra azione di governance del territorio, il *must* etico di tutti gli operatori del settore, la sfida strategica di sviluppo per i prossimi decenni, per la generazione futura è: *la diffusione di principi di sostenibilità*.

Il consumo limitato di territorio e di paesaggio è un principio alla base di ogni progetto strategico di sviluppo nei principali paesi dell'arco alpino (ne abbiamo sentito parlare a Bolzano, alla fine di settembre nel

convegno ARGE ALP, in occasione della Fiera Klimaenergy³). Risparmio di paesaggio, di territorio, risparmio energetico, concentrazione degli interventi su aree limitate, sono nozioni strettamente connesse tra di loro e sottintendono la misura nel consumo di risorse. È ricordato dalla Convenzione delle Alpi, in particolare dai protocolli “traffico” e “turismo”⁴, il rapporto OCSE sulle performance ambientali (la spesa energetica dei movimenti turistici), la carta sulla biodiversità, nonché da scienziati, ricercatori, enti ed organizzazioni. Tutti ci impongono di agire, e di agire adesso. Ci occupiamo delle questioni rilevanti derivate dalla compresenza di turismo, motore necessario alla produzione di ricchezza di queste terre, e la contemporanea scarsità del bene/risorsa paesaggio, scarsità che, anche economicamente ne determina ed aumenta il valore. Vogliamo costruire alleanze e fondare principi condivisi di azioni future che, come accennato, devono essere immediate. La relazione uomo-paesaggio, uomo-montagna, uomo-risorse naturali si è trasformata nel tempo: si sono modificati in modo sostanziale i principi che hanno portato alla conquista degli spazi alpini da parte degli ospiti temporanei (proviamo a percorrere questo itinerario nella storia del turismo e nell'evoluzione delle nostre abitudini di turisti/escursionisti con P. Rösch e A. Salsa). Dobbiamo anche valutare le conseguenze della nuova mobilità nei territori alpini (190.000 km²,



1

14 milioni di abitanti, 120 milioni di presenze turistiche?) e le trasformazioni che generano i flussi turistici e la presenza degli ospiti per gli abitanti. Si tratta, abbiamo detto, di *'luoghi'*, dove è necessaria l'integrazione dei valori sociali di "residenti e cittadini temporanei" (ne analizziamo gli aspetti con l'aiuto delle esperienze di M. Capelli). La riflessione sulla gestione e la trasformazione degli spazi comporta di conseguenza un approccio rispettoso anche dei luoghi geografici tutelati (come ci ricorda J. Ragetti), delle loro caratteristiche morfologiche, alle quali le strutture turistiche si devono adeguare, e non viceversa. È importante definire il grado di attenzione e di sensibilità con il quale operiamo, anche nelle forme e nei materiali proposti. È forse la questione culturale più raffinata, ma cruciale ed ultimativa, è la vera sfida che tutti gli operatori del settore devono raccogliere: la qualità e la cultura dell'edificare, gli indirizzi per la trasformazione consapevole (ce lo indicano le ricerche di B. Hromas e i progetti di M. Demattio e A. Gapp). Ed è evidente che la misura di questa trasformazione deve essere limitata soltanto a quanto il territorio nel prossimo futuro è in grado di sopportare. Anche per i progettisti che vogliono essere contemporanei esiste quindi un compito, una sfida per il futuro: che non è assecondare i bagliori accecanti delle mode del presente, ma interrogarsi sulle zone d'ombra del nostro tempo e "leggere in modo inedito la storia"⁵.

Tourismusarchitektur und Landschaft

Der Tourismus, insbesondere der Sektor Beherbergungsbetriebe, ist einer der Hauptmotoren unserer Wirtschaft – das zeigt sich auch an der seit Jahren sehr regen Bautätigkeit in diesem Sektor. Gebaut bzw. erweitert wird, wie es quasi in der Natur der Sache liegt, vor allem an landschaftlich besonders reizvollen Orten mit wunderschönen Ausblicken. Dies bedingt aber im Umkehrschluss aber auch eine sehr hohe Wahrnehmungspräsenz, nicht nur am Ort selbst, sondern aus der gesamten Umgebung. Diese Umstände bedingen, dass das Thema der architektonischen Gestaltung von Tourismusbauten ein Thema von öffentlichem Interesse ist. Das Landschaftsbild, an dem wir uns erfreuen und das eine der Lebensgrundlagen für eben diesen Tourismussektor ist, gehören nicht Einzelnen, sondern ist ein Allgemeingut. Derzeit sieht sich unser Land im Bereich der Hotelarchitektur mit zwei gegenläufigen, ihrem Wesen nach aber durchaus ähnlichen Tendenzen konfrontiert: Auf der einen Seite sind dies durchrationalisierte Hotelburgen mit enormen Kubaturen, die in die freie Landschaft gesetzt und hinter Fassaden versteckt werden, die aus dem reichen Fundus der baukulturellen Geschichte Attrappenklichs ableiten und diese zu pittoresken Kollagen arrangieren. Auf der anderen Seite ist ein Trend hin zu künstlichen „Almhüttendörfern“ spürbar. Auf den ersten Blick sind diese Modelle eine

Note:

- 1 M. Augè, *Tra i confini: città, luoghi, integrazione*, Milano, Bruno Mondadori Editore, 2007
- 2 Convenzione Europea del Paesaggio, trad. it., Congresso dei Poteri Locali e Regionali del Consiglio d'Europa, Firenze 20 Ottobre 2000, Preambolo e art. 1
- 3 Atti del Convegno Arge Alp, *Le Alpi: modello per la protezione del clima?*, Bolzano, 23.9.2010, in particolare gli interventi di S. Puppini, R. Knoche e T. Busch
- 4 Protocolli di attuazione della Convenzione delle Alpi nell'ambito del turismo e del traffico, 1991
- 5 G. Agamben, *Che cos'è il contemporaneo?*, Roma, Nottetempo, 2008

willkommene Abkehr von den überdimensionierten Hotelburgen aus einem Block.

Trotzdem sind diese Lösungen Negativbeispiele von Zersiedelung und Urbanisierung des alpinen Raumes. Durch die weiträumige Verteilung der Baumassen werden größere, bisher unberührte Landschaftsauschnitte urbanisiert und für eine private Nutzung in Beschlag genommen. Die einseitige Nutzung und Inbeschlagnahme der Ressource Landschaft für Siedlungsbauten und künstliche Erlebniswelten führen zudem zu einem irreversiblen Prozess der Privatisierung der Landschaft. Weiter waren Hütten im hochalpinen Bereich immer eine aufs Essentielle beschränkte Unterkunft für die Bewirtschafter der Almflächen. Deren Häufung, Umfunktionierung und Ausstattung als Suiten ist somit eine Verfremdung und Verfälschung von typologischen Bauelementen, der Tradition unseres alpinen Raumes. Dieses Modell führt somit zu einer „Besiedelung“ weiter Landschaftsteile, die nur scheinbar regionale Vorbilder aufgreift und weiterentwickelt, tatsächlich aber nur plakativ und oberflächlich als Fassadenbilder nutzt. Dies führt zum Missverständnis und zur Verfremdung von örtlicher Tradition. Eine Gefährdung von Natur und Kultur – beides Grundlagen „sine qua non“ für den Tourismus. Die eben beschriebenen Mainstream-Modelle berufen sich auf das Motto „Weil es sich der Gast so wünscht“ – doch keines dieser Konzepte ist darauf ausgelegt, über den kurzfristigen Profit hinauszudenken. Viel zu selten wird auch über eine nachhaltige Entwicklung des Standortes im Interesse zukünftiger Generationen nachgedacht. Dabei ist es durchaus nicht so, dass nur Modelle, die Raubbau an der Landschaft und unserem kulturellen Erbe betreiben, wirtschaftlich erfolgreich sein können. Kaum ein Gast hat eine klare Vorstellung des Baustils, welchen sein Urlaubshotel haben sollte. Er ist vielmehr auf der Suche nach einer be-

stimmten Atmosphäre. Er sucht Häuser und Räume, die ihm ein gewisses (Lebens-) Gefühl vermitteln, z. B. das der Geborgenheit oder des Lebens in engem Kontakt mit der Natur. Dies ist natürlich zu respektieren, diktiert aber noch keine typologische Wahl in der architektonischen Planung.

Gleiches gilt für die Baukörperverteilung: In der Architektur gibt es nicht nur die Wahl zwischen einem einzigen Monolithen, der manchmal den Maßstab der Umgebung sprengen mag, und Hoteldörfern. Es gibt auch in der Hotelarchitektur Bandbreiten und verschiedene Lösungsmöglichkeiten. Hier liegt die Herausforderung, aber auch die Chance, nachhaltige, ortsgerechte und zeitlose Architektur zu schaffen.

Dass zeitlose, auf die Stärken des jeweiligen Ortes setzende Hotelbauten nicht nur funktionieren, sondern auch wirtschaftlich erfolgreich sind, zeigt beispielsweise das von Architekt Othmar Barth geplante Seehotel Ambach sehr eindrucksvoll. Der Bau aus dem Jahre 1973 dürfte eines der wenigen Hotels unseres Landes sein, die seit Ihrer Entstehung nahezu unverändert geblieben sind und sich immer noch enormer Attraktivität erfreuen⁶. Dieses Beispiel zeigt, dass gutgehende Häuser nicht zwangsläufig einem allgemeinen Trend entsprechen, in immer kürzeren Zyklen umgebaut und an den Zeitgeist angepasst werden zu müssen. Es gilt vor allem für Bauherren und Planer, sich der Unverwechselbarkeit und Stärken des Ortes bewusst zu werden und nicht blindlings Trends hinterherzulaufen ohne sie zu hinterfragen. Symptomatisch für diese Haltung sind hier auch die vielen Fälle, wo so manches historische Haus einem rationalen Neubau weichen muss, da die zukünftigen Betreiber sich an internationalen Standardmodellen orientieren, anstatt die Unverwechselbarkeit, den Charakter und Charme sowie das Potential für ganz bestimmte Gästeschichten zu erkennen. Wird die Chance, die in so manchen historischen Bestandsbauten steckt, bzw. die besondere Qualität des Ortes nicht in der Konzeptphase erkannt, dann ist es meist zu spät – sowohl für die „Magie des Ortes“ als auch für das damit einhergehende besondere Potential und Alleinstellungsmerkmal im immer umkämpfteren Tourismusmarkt, der von immer austauschbareren Angeboten gekennzeichnet ist.

2



Fußnote:

6 Andere Beispiele können auch früher ab den 30er Jahren gefunden werden: F. Baumann, Sporthotel Monte Pana auf der Seiseralm, St. Christina i. G., 1931; C. Holzmeister, Hotel Drei Zinnen, Sexten, 1929; G. Ponti, Sporthotel Valmartello, Paradiso del Cevedale, 1930, usw.



3

An besonderen Standorten bauen zu dürfen, ist ein Privileg der Tourismusindustrie. Kein anderer Sektor darf in freier Landschaft Bestandsgebäude nahezu unbegrenzt erweitern bzw. auf die Ausweisung von Bauzonen in den landschaftlich schönsten Lagen hoffen. Dieses Zugeständnis muss aber auch eine Verpflichtung für den Tourismus sein, mit den baulichen Eingriffen größtmögliche Rücksicht auf Ort- und Landschaftsbild zu nehmen. Und dies schon nur im eigenen Interesse: die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft Südtirols ist die Hauptattraktion, die von Jahr zu Jahr mehr Gäste in unser Land lockt. Landschaftsbild und Landschaftsraum sind in Jahrhunderten gewachsene Güter von allgemeinem Interesse. Sie dürfen nicht kurzfristigen wirtschaftlichen Interessen ohne nachhaltige Visionen geopfert werden. Dies, da sie – einmal stark beeinträchtigt oder zerstört – unwiederbringlich Ihre Qualität verlieren. Nur landschafts- und ortsge-rechte Tourismusbauten und -konzepte, die nicht unreflektiert internationalen Trends nacheifern und mit Klischees und Attrappen operieren, können somit die

Ressource (Kultur-)Landschaft sowohl für unsere Bevölkerung, aber auch für unsere Tourismusbranche in Zukunft sichern. Es ist auch durchaus legitim, dabei das große Potential unserer Landschaft zu nutzen und auf aktuelle Sehnsüchte und Wünsche zu reagieren. Es sollten aber Modelle sein, die durch die tiefe Auseinandersetzung mit der kulturhistorischen Besonderheit des alpinen Raums und die anspruchsvolle Interpretation der architektonischen Aufgabe eine Antwort im Sinne einer langfristigen Strategie für den Bergtourismus geben und zu einem kulturellen Beitrag werden.

Text von Christoph Engl

Die Möblierung der Destination Südtirol

Ansichten haben mit dem Blickwinkel zu tun, aus dem Dinge betrachtet werden. Die Ferienregion „Meran und Umgebung“ lenkt den Blick der Wanderer neuerdings auf die Architektur. „Hingucker“ heißt das Projekt, das kürzlich vorgestellt wurde. 32 Fernrohre wurden an beliebten Spazier- und Wanderwegen aufgestellt; fest installiert und ohne Linse sind sie auf ausgewählte architektonische Objekte in Meran und Umgebung gerichtet. Das „Objektiv“ stellt also das Auge des Betrachters auf sehenswerte Gebäude ein, vermittelt damit einen Überblick über die verschiedenen Baustile, die in der Region bestimmend waren und sind, erzählt aber in verdichteter Form ungleich mehr: über die Rolle, die das Gebiet in der Geschichte einnahm, über die Lebensart, die hier gepflegt wird, also schlicht über das Wesen des Landes und seiner Bewohner. Damit wird klar, welche eminent wichtige Bedeutung der Baukultur in der Wahrnehmung eines Gebietes zukommt. Das gilt auch für die Destination Südtirol. Südtirol fasziniert durch die Schönheit seiner Berge, bestechend ist aber auch, wie es sich der Mensch hier in den Bergen eingerichtet hat, wie hier gelebt wird. Menschen, die ein Land bereisen, haben in der Regel ein größeres Interesse an Lebensräumen als an Einsamkeit. Und so kommen auch die wenigsten nach Südtirol, um möglichst viele Gipfel zu erobern und sich an Felswänden zu versuchen. Zugespitzt heißt das: Tourismus ist neben der Sehnsucht

nach Erholung auch immer die Suche nach den Lebensräumen der anderen.

Architektur inszeniert

Die „schöne Landschaft“ meint nicht spektakuläre Natur, sondern einen Sozialraum, der von Menschen gestaltet ist. In Anlehnung an die Bühnensprache könnte man – ohne Wertung zunächst – von Inszenierung sprechen. Architektur trägt entscheidend dazu bei, eine Landschaft in Szene zu setzen. Gute Architekten sind sich außerdem der kulturellen Bedeutung ihres Landstrichs bewusst, sie bedienen sich, wie Bettina Schlorhauser in „Walter Dietl/Arnold Gapp/Werner Tscholl. Drei Vinschgauer Architekten im Porträt“ (Springer 2008, S.36) schreibt, „seiner Qualitäten, aber nicht wie eines abaufähigen Materials, sondern bauen an der vorgefundenen Geschichte weiter“. Das hat in den Alpen nicht immer geklappt. Lange haben hier Menschen gebaut, um zu überleben. Die Berge hat man als notwendiges Übel in Kauf genommen. Erst im 19. Jahrhundert wurden die Alpen richtig bevölkert. Abenteurer bahnten „Wege“ auf die Gipfel, Ingenieure und Architekten erschlossen mit Seilbahnen, Straßen, Schutzhütten die Bergregionen für alle, Aussichtspunkte wurden festgelegt, die das Erleben der Touristen normierten. An den Fenstern der neuen Grand Hotels saßen plötzlich reiche Damen und Herren und bestaunten die idyllische Berglandschaft vom sicheren

Hotelzimmer aus. Damals entstand das Bild von den Alpen als heiler Welt mit der guten Luft und den lustigen Tirolern, die in altmodisch netten Bauernhäusern wohnen. Dem touristischen Marketing wird gerne vorgeworfen, dass es mit diesem Alpenkitsch Leute von heute anzulocken versucht, Bilder von Landstrichen entwirft, die die Nostalgie nach dem verlorenen Paradies heraufbeschwören, mit erhabenen Gipfeln im Hintergrund, davor Almhütten und bildlich spürbares Kuhglockengeläut, am besten auch eine Sennerin im Dirndl... Diese Zeiten sind vorbei. Diese Bilder passen schon lange nicht mehr zu Südtirol, zu keiner Alpenregion, wie der Fotokünstler Walter Niedermayr Anfang der 1990er Jahre in seinen bekannten Bildern zerstörter Berglandschaften aufrüttelnd zeigte.

Touristen wollen das

Südtirol ist ein Land geworden, das mit den modernsten Entwicklungen Schritt hält und dabei manche seiner Besonderheiten bewahrt hat. Das gilt es zu zeigen. Nur diese Auffassung von Wirklichkeit rechtfertigt den Gebrauch des Begriffs Authentizität. Nach Definition der Konsumpsychologin Simo-
netta Carbonaro beschreibt Authentizität lediglich, was ist und erhebt damit auch erhebliche Ansprüche an das, was ist. In den vergangenen 60 Jahren hat der Mensch die alpine Kulturlandschaft mit einer Intensität verändert, für die es keine Analogien in der Vergangenheit gibt. Die Gesellschaft wurde differenzierter, es gab nicht mehr nur Bauern, neue Bedürfnisse tauchten auf, zeitgemäße Freizeit- und Erlebnisangebote wurden gefordert. Zwischen 1950 und 2006 hat sich die Siedlungsfläche in Südtirol verdoppelt. Kirchen, Schlösser und Höfe blieben

nicht länger die einzigen Rufezeichen in der Landschaft, es kamen Hotel- und Aufstiegsanlagen, Fabriken, Feuerwehrhallen, Obstgenossenschaften dazu, Wohnbauzonen wurden ausgewiesen, zwei Drittel der Südtiroler leben heute in Eigentums- und Einfamilienhäusern. Südtirols Bauboom hat nach einem großen Raum gegriffen. Spät haben Architekten, Bauherren und Landschaftsplaner auf diese Entwicklung reagiert. Nur so ist erklärbar, dass vorzugsweise Gewerbebezonen die Gäste an den Dorfeinfahrten begrüßen oder dass in den kasernenartigen Erweiterungszonen anonyme Allerweltsarchitektur und der persönliche Geschmack der Bauherren die Ästhetik der Fassaden bestimmen. Jedem sein Höfl, scheint lange das Credo gewesen zu sein. Hauptsache, das „Höfl“ kam ohne Flachdach – Inbegriff der Modernität – aus. Hier macht sich die Beharrlichkeit einer kulturellen Identität bemerkbar, die früher einer rauen Natur und nun den Einflüssen der zeitgenössischen Architekturszene trotzte. „Die Touristen wollen das“, dieser Satz wurde für die Südtiroler Baukultur richtungweisend. Was Touristen wollen. Im Marketing wird längst nach einer neuen Strategie gehandelt: Wir geben den Menschen, was wir haben. Und davon träumen viele. Entscheidend ist, was eine Region an Eigenständigem, Einzigartigem zu bieten hat. Als Folge globalisierter Lebensumstände und bedrohter Lebensräume gewinnen regionale Strukturen und Lebenskonzepte, die eine Balance mit dem natürlichen Umfeld suchen, an Anziehungskraft. Südtirols Landschaft muss demnach im Einklang sein mit den Lebensbedürfnissen der Menschen, die hier wohnen, aber auch mit den natürlichen Ressourcen, aus denen sie erwächst. Wer hierzulande den Fotoapparat zückt, sollte nicht



zoomen müssen, um ein schönes Stück Südtirol ins Bild zu rücken. Pointiert könnte man sagen: Für Touristen sollten wir gar nichts bauen, wenn nicht auch wir selbst daraus allgemeinen Nutzen ziehen können.

Der Wille zur Gestaltung

Südtirol kann sich nicht leisten, seine Landschaft – jenes Kapital, das wesentlich seinen Wert als Tourismusland ausmacht – beliebiger Gestaltung auszusetzen. Wir wissen, es ist nicht sinnvoll, Landschaft zu musealisieren. Landschaft ist ein Aktionsraum, jede Generation gestaltet ihn neu. Auch die Entscheidung, einen Berg unberührt zu lassen, ist Gestaltung. Die Frage kann deshalb nur lauten, wie Landschaft gestaltet werden soll. Der Architektur fällt dabei eine wichtige Aufgabe zu. Ein Großteil der repräsentativen Bauten in Südtirol ist in den vergangenen 20 Jahren entstanden. Parallel dazu keimte zum ersten Mal eine ernsthafte Debatte über den Wert der historischen Baukultur in Südtirol und über zeitgenössische Architektur im Alpenraum auf. Architektur rückte ins Bewusstsein der Südtiroler Öffentlichkeit. Seitdem ist es z. B. möglich, in Bozen Stadtführungen anzubieten, die nicht an der Talferbrücke enden, sondern das rationale Ensemble, das in der Faschismuszeit entstand und lange als Unrechtsarchitektur tabuisiert war, mit einbeziehen. Ein wichtiger Schritt, der klar macht, wie eng Architektur mit dem kulturellen Wertgefühl und dem Identitätsbewusstsein einer Region in Verbindung steht. Im Ausland wurden die Signale verstanden. Südtirol fängt an, sich einen Platz in der internationalen Architekturszene zu sichern. Es ist nicht mehr nur das Land der Burgen und der Bauernhäuser. Es hat jetzt eine Facette mehr zu bieten und spricht damit Menschen an, denen Südtirol bisher zu bieder war und die vom Urlaub mehr erwarten als ein funktionierendes Hotel. Architektur als gestaltete Lebensart ist ein willkommenes Thema für das Südtirol-Marketing und für die Medien in Südtirols Tourismuskäufen.

Eine Baukultur für Südtirol

Auch wenn die herausragenden Bauten im Land bisher kaum mehr als Leuchttürme sind, spinnen wir den Faden weiter: Im Ideal-

fall entwickelt sich die neue Südtiroler Architektur zu einem Positionierungsmerkmal, wie es dem Wein und der alpin-mediterranen Gastronomie bereits gelungen ist, das heißt zu einem nicht austauschbaren Merkmal von Südtirol. Das Ziel muss sein, Vorbildfunktion in der Baukultur einzunehmen: So wird nur hier gebaut, kann nur hier gebaut werden – aufgrund der natürlichen Vorgaben, der Lage am Schnittpunkt dreier Kulturen, der lokalen Bautraditionen, die sich schon immer an Nord und Süd orientierten, der Materialien, die typisch für das Land sind und/oder zum Land passen. Dann wird Architektur wieder die Kraft haben, identitätsstiftend zu sein. Othmar Barth, der 2010 verstorbene Doyen der zeitgenössischen Südtiroler Architektur, sagte in einem Interview in dem Buch „Architektur in Südtirol“ (Callwey 2008): „Südtirol ist geomorphologisch eine sehr abwechslungsreiche Region. Das ist für die Architekten eine Verpflichtung. (...) Aber nicht nur das. In Südtirol ist eine ganz eigene Kulturlandschaft entstanden. Damit meine ich nicht nur die Rebhänge mit ihren Trockenmauern, die Almwiesen, die Kastanienhaine und Obstgärten, sondern vor allem die Häuser der Bauern, der Städter, der Kirche und des Adels. (...) Der Architekt könnte dafür sorgen, dass der Charakter der Kulturlandschaft und der Baukultur gewahrt wird. Bisweilen täte dabei mehr Bescheidenheit gut.“ Architektur ist die Bildhauerin der Landschaft, sie darf sich nicht in Funktionalität und Innovation erschöpfen. Sie hat die Aufgabe, ihrem Betrachter das Wesen eines Orts in der besten und anschaulichsten Weise zu enthüllen, im Dialog oder im Kontrast mit der sie umgebenden Natur und Landschaft. Innovative Ideen werden dabei natürlich gebraucht, aber nicht als modernistische Spielerei, sondern als Erkenntnisgewinn zur Verbesserung der Lebensqualität. 2009 wurden die Dolomiten mit dem Prädikat UNESCO-Weltnaturerbe geadelt. Der Architekt Le Corbusier soll die Dolomiten einmal als „schönstes Bauwerk“ der Erde bezeichnet haben. Es muss also das Mindeste sein, den Dolomiten eine ihrer würdige Architektur zur Seite zu stellen. Bisher ist das zu selten gelungen. Das muss Ansporn genug sein.

Christoph Engl ist Direktor der Südtiroler Marketing Gesellschaft (SMG).



Testo di Maurizio Capelli

Il turismo di comunità

Approccio integrato per favorire l'ospitalità ai "cittadini temporanei" (i turisti)

L'ambiente (il territorio, il paesaggio, i beni culturali, le condizioni della vita, individuale e associativa, in tutte le sue forme) rappresenta, in un paese ricchissimo di eredità di ogni tipo ma al tempo stesso tempo fragile e vulnerabile come l'Italia, il bene primario, il problema primario, l'obiettivo primario: il metro di misura, dunque, da cui fare discendere la credibilità e sostenibilità dei programmi considerati nel loro complesso (e non viceversa, come solitamente accade). L'approvazione del nuovo Codice di Paesaggio è un segnale positivo, che inaugura una strada da difendere e rafforzare. Nonostante alcune mitigazioni, seguite al braccio di ferro tra Ministero e Regioni, tale Codice contiene infatti meccanismi chiari e ineludibili di protezione e controllo del paesaggio italiano, sottraendoli al puro arbitrio localistico.

Modernità e sviluppo

La parole "modernità" e "sviluppo" ricorrono nei programmi politici, negli studi e nei convegni e in molte regioni sono il viatico di politiche che riguardano l'utilizzazione del territorio e delle sue risorse. Non è modernità, tuttavia, proseguire o addirittura incrementare il consumo dei suoli non edificati a fini speculativi; non è sviluppo la costruzione di seconde, terze, quarte case e villaggi turistici che distruggono il paesaggio, la

grande casa comune degli italiani; non è né sviluppo né modernità la proliferazione di centri commerciali che incrementano il traffico automobilistico e innescano nuove urbanizzazioni in località periferiche. In sintesi, non crea ricchezza durevole il consumo di risorse territoriali senza un progetto adeguato alle sfide del nostro tempo. Analogo discorso vale per la costruzione di infrastrutture di trasporto, la produzione di energia, lo smaltimento dei rifiuti. La loro programmazione settoriale, la ricerca di fonti energetiche alternative senza una valutazione del loro impatto sistemico, il ricorso esasperato al project financing che spesso comporta una progettazione economica solo dal punto di vista del gestore, sono operazioni che denunciano una grave carenza di una reale modernità che deve essere praticata con approccio olistico, partecipato e tecnologicamente avanzato. Una sana strategia di pianificazione territoriale e di valorizzazione del paesaggio dovrebbe prevedere che tutti i consumi di risorse territoriali, ambientali e paesaggistiche che esulano dalla soddisfazione di bisogni sociali (giovani, immigrati, fasce più povere della popolazione) siano subordinati al riutilizzo e riorganizzazione degli insediamenti e delle infrastrutture esistenti, a progetti di sviluppo basati sulla ricerca, la formazione, la produzione di servizi, le tecnologie risparmiatrici di energia. La riforma del titolo V della Costituzione è stata interpretata in molti casi dai Comuni

come una patente di autonomia, rispetto a qualsiasi direttiva o prescrizione sovraordinaria. La tutela del paesaggio è invece un processo che riguarda tutti i livelli istituzionali e, secondo la Convenzione Europea del Paesaggio, deve vedere come protagoniste le popolazioni: non solo quelle che “abitano là”, ma quelle che sentono legami di appartenenza con quel luogo e quel paesaggio, ciò che a volte vuol dire l'intera umanità. L'idea che a decidere siano unicamente i residenti del posto e gli interessi economici più immediati, spesso male interpretati, è aberrante e tuttavia viene spacciata come “partecipazione”. Ad una fase di espansione edilizia che riguardava soprattutto i principali centri urbani ed era giustificata come risposta al bisogno primario di case, è seguita una fase in cui lo sviluppo delle città si è progressivamente scollegato dalle necessità abitative. All'ulteriore urbanizzazione dei centri urbani si è aggiunto un altrettanto diffuso attacco al territorio rurale, fino a tempi relativamente recenti risparmiato, perchè considerato non appetibile, ed ora oggetto di interesse da parte di operatori italiani e stranieri e di capitale altamente speculativo, attratto proprio dal pregio del paesaggio e dalla sua attuale “spendibilità”. Una parte dell'imprenditoria privata è oggi in grado di imporre scelte urbanistiche ambientalmente distruttive e operare una gestione privata del territorio attraverso offerte alle amministrazioni locali che quando non corresponsabili, hanno una ridotta capacità di resistenza a causa del cronico disavanzo finanziario in cui versa l'intero settore degli enti locali.

1



Grandi opere e grandi infrastrutture, come le linee dell'alta velocità, i raddoppi e le varianti autostradali, il ponte sullo stretto di Messina, non sono automaticamente opere che concorrono a modernizzare il Paese e a promuoverne lo sviluppo, dipendendo quest'ultimo dalla qualità delle opere stesse e dal loro inserimento in una programmazione complessiva. L'Italia abbonda di infrastrutture e attrezzature non finite o che si sono rivelate inadeguate rispetto ai loro scopi o addirittura controproducenti.

Patrimoni e opportunità per una domanda in forte evoluzione

Il patrimonio culturale è oggi la risorsa più consistente del turismo italiano e rappresenta la principale leva competitiva. Al primo posto nella lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco con 41 siti su 830, prima di Spagna e Francia, rispettivamente con 39 e 30 monumenti, insediamenti e contesti naturali di particolare pregio, tra i Paesi visitati dagli stranieri, l'Italia – secondo una recente indagine Doxa – guadagna, su una scala da 1 a 10, un punteggio di 8,28 per arte e cultura, mentre come luogo di vacanza il voto scende di un punto, a 7,28. Formidabile elemento di forza la varietà paesaggistica, ma anche il patrimonio enogastronomico, che colloca l'Italia ai vertici mondiali della geografia del gusto: alla voce cucina e vini, il punteggio sale a 8,11, superiore a quello dato alla cucina francese. I dati dimostrano che la clientela straniera preferisce le città d'arte (44,7% degli arrivi; 33,4% delle presenze nel 2005) alle località marine (17,1% degli arrivi; 23,9% delle presenze), e che più della metà dell'intera spesa turistica internazionale è rappresentata dal turismo culturale. Eventi e manifestazioni culturali sono il nuovo prodotto turistico degli anni duemila. La continua crescita della domanda di cultura evidenzia il ruolo strategico delle città, dei borghi e delle comunità locali, per la promozione di politiche di governance che ripartano dal territorio in termini di identità e valorizzazione e attribuiscono ai beni culturali un valore d'uso sociale. Non solo, ma l'investimento in cultura può risultare determinante per l'economia e lo sviluppo locale: un sostanziale rinnovamento d'immagine e potenziamento di infrastrutture e servizi



2

legati agli eventi consente di affermare un nuovo modello di produzione-consumo nei contesti urbani e nei sistemi locali, delle produzioni tipiche e di qualità. Punto critico è che l'offerta culturale è ancora scarsamente organizzata in rete. Anche se l'Italia è ancora ai primi posti nelle graduatorie mondiali dei flussi e delle entrate valutarie, il turismo italiano sta vivendo un passaggio complesso dalla tradizione all'innovazione. Se il turismo culturale e delle città d'arte e dei territori manifesta una notevole vitalità, appaiono diversamente in affanno alcuni segmenti storicamente trainanti, come il turismo balneare. Punti deboli dell'offerta di questo segmento maturo (che pure continua a rappresentare la principale tipologia turistica italiana, con il 31% delle presenze complessive) sono il peggioramento dei parametri ambientali (qualità delle acque marine, sovraffollamento, proliferazione del costruito), gli squilibri territoriali, la forte stagionalità e un rapporto qualità-prezzo sempre meno competitivo. Nelle classifiche degli introiti derivanti dal turismo, Spagna e Francia (oltre agli Stati Uniti) superano l'Italia, che trova a distanza ravvicinata Germania, Gran Bretagna e Cina. È tramontata l'epoca dei monopoli naturali, e la competizione non si gioca solo con le consorelle europee: il nostro Paese deve assumere un atteggiamento di benchmarking anche verso i Paesi delle sponde meridionali e orientali del Mediterraneo, con le nuove località balneari di Croazia e Turchia che vanno sottraendo quote di mercato. Bisogna agire sul miglioramento della qualità, aumentando la competitività dei territori e delle imprese, svi-

luppando nuovi prodotti e investendo nella formazione, soprattutto al Sud. Come? Diversificando i mercati-obiettivo con lo sviluppo di politiche di marketing, sia verso le economie di recente sviluppo che verso le clientele classiche, promuovendo un maggiore coordinamento tra i diversi attori locali, allo scopo di creare prodotti integrati di qualità, e attuando una pianificazione mirata, destagionalizzando il turismo con la creazione di nuove offerte. Un marchio Italia anche per il turismo montano. Le nuove esigenze degli sport invernali (per cui le stazioni sciistiche sorgono ormai come complessi isolati dai centri abitati, alla ricerca di spazi più ampi tuttavia in progressiva saturazione) e l'attuale fase climatica (che crea problemi per l'innevamento naturale, soprattutto negli Appennini) mettono in sofferenza anche il turismo della neve, altro settore che non può più vivere di rendita. Avrebbe bisogno di un marchio nazionale che riunisca, integri e coordini l'offerta pur salvaguardando le differenze regionali. Dal punto di vista territoriale, il maggiore carico turistico si concentra in Alto Adige e Valle d'Aosta, con le problematiche legate alla sostenibilità (aumento del traffico, sviluppo dell'edilizia residenziale) e, pertanto, alla pressione sulla popolazione residente. Non si può più considerare l'Italia come un giacimento turistico univoco, ma si può ancora contare su una "terra di mezzo" potenzialmente fruibile, spesso sconosciuta agli stessi italiani. Gli stranieri chiedono sempre più l'Italian Lifestyle, che va tuttavia declinato al plurale e inteso come "stili di vita" legati alle tradizioni e ai valori locali diffusi sul terri-

1 Borgo di Sauris (UD)

2 Castello di Pereto (AQ)

torio in maniera capillare. Il binomio turismo-cultura non si realizza solo nelle grandi città d'arte, ma anche nelle località minori, luoghi spesso sconosciuti anche agli italiani, dove più forte è il legame con storia e costumi tradizionali. La straordinaria ricchezza del nostro patrimonio fa emergere poi altri segmenti di nicchia, che sono una spia importante di come sia in crisi, ormai, il modello turistico basato sulla genericità dell'offerta ed inoltre registrano un costante trend di crescita altri turismi: archeologico, di paese-comunità, enogastronomico, ecologico, da coniugare possibilmente con il turismo rurale, anche se manca ancora un prodotto integrato "natura Italia" che soddisfi la domanda. In espansione anche il segmento wellness, che rivisita il tradizionale termalismo accoppiando cure e trattamenti a relax e terapie antistress, e il turismo degli eventi, come dimostra il successo delle "notti bianche", di grandi mostre e festival, che ormai giustificano un viaggio. Tutto ciò, alla luce della sempre maggiore diffusione di internet e dei voli low cost, come mezzo ideale per organizzare il proprio spostamento contenendo la spesa, fa emergere la nuova tendenza a vacanze brevi durante tutto l'anno.

Economia dell'esperienza quale scenario di mercato

Se è vero che il mercato è fatto di prodotti ed il territorio di per se stesso non lo è, è anche vero che il valore aggiunto dato da un territorio ad un prodotto è assoluto. Il concetto di territorio assume connotati molto estesi e arriva a comprendere tutto quello che insiste su di esso; al suo interno diverse emergenze possono assumere un ruolo altamente prevalente. Non è il singolo elemento di richiamo che connota una località, ma il delicato equilibrio che si crea tra gli elementi che insieme concorrono a fare nascere una particolare atmosfera. E questo è facile vederlo. Una stazione sciistica è caratterizzata sì dal numero di piste, dalla capacità degli impianti di risalita, dalla loro funzionalità, ma assume maggiore valore da quanto ha intorno: cime famose, piacevoli ed accoglienti rifugi, ambiente naturale ben conservato, cor-dialità dei residenti, facilità nei trasporti.

Ritroviamo in questi elementi i fondamenti su cui si basa lo sviluppo sostenibile del turismo che va incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti attuali, ed allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. *"... deve essere il principio guida per una gestione delle risorse, tale che i bisogni economici, sociali ed estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita" (Wto 1988).*

Tra questi ultimi elementi va sottolineato il ruolo dell'integrità culturale, il valore fondamentale che un sistema di vita assume nella caratterizzazione di un territorio, nel renderlo unico ed irripetibile. Esiste una maniera per misurare tutto questo? Esiste una metodologia di analisi fondamentale per capire rapidamente se un territorio conserva o sta lentamente perdendo il valore aggiunto dato dall'atmosfera e dal fascino? Probabilmente sì, ed è il residente stesso a fornircelo attraverso la semplice equazione che dice: dove sta bene il residente sta bene anche il visitatore. Il concetto è banale ma raramente viene tenuto in considerazione, ed è anche una misura del peso negativo che può avere lo sviluppo di un settore sul territorio. Chi vive in località turistiche sa bene quanto la presenza di flussi massicci crei disagi alla quotidianità e stravolga l'aspetto del luogo con la crescita di attività commerciali molto spesso di "massa" o con la nascita di infrastrutture e servizi rivolti esclusivamente al visitatore. Questo "snaturalizzare" in modo spesso rapido, oltre i normali tempi di evoluzione, crea squilibri che nella maggiore parte dei casi portano a situazioni di semplice "tolleranza" del sistema nel nome del vantaggio economico, fino ad arrivare a definire il turismo un "rospo da baciare" come evidenziato da un'indagine sull'immagine del turista presso il cittadino, commissionata dall'Assessorato al Turismo del Comune di Firenze. Se il territorio è la base su cui si sviluppa il prodotto, le azioni messe in atto devono essere affrontate in questa ottica. Occorre pensare con una visione di sistema/distretto e di marketing, favorendo le azioni che sviluppano le potenzialità collegate ad un triangolo fatto da risorse, imprese/pubbliche amministrazioni

e mercato, all'interno dei principi "dell'economia dell'esperienza". Le *risorse*, in un'ottica di tutela, conservazione, valorizzazione, devono potere, sviluppare il loro valore aggiunto, contribuendo a realizzare un'esperienza memorabile, un coinvolgimento personale, all'interno dei "reami dell'esperienza". Le *imprese*, con la loro attività, in un'ottica di distretto, sviluppando processi di aggregazione, formazione, consulenza, con un lavoro congiunto pubblico-privato improntato sulla definizione di una visione e di obiettivi comuni, sulla stesura di un progetto condiviso, sulla ripartizione di ruoli e di compiti per la sua realizzazione, sulle modalità di controllo e di verifica. Il *mercato*, come capacità di sviluppare filiere miste pubblico/privato per la realizzazione di prodotti, la loro promozione e distribuzione, avendo ben presente che qualsiasi azione, qualsiasi intervento, qualsiasi sforzo di sviluppo centrato sulle risorse, sui servizi o sulle imprese, non potrà avere alcun successo se non collegato alla capacità di mettere in contatto diretto la domanda e l'offerta, all'attivazione reale di flussi economici, motivo fondamentale di esistenza e causa di attivazione del settore. Quando un consumatore acquista un servizio o una serie di servizi compra un prodotto intangibile, capace di soddisfare un bisogno. Quando compra un'esperienza paga per trascorrere parte del suo tempo godendo di attività "memorabili", capaci di coinvolgerlo in maniera personale. Qualsiasi servizio può diventare la scena per una "esperienza distinta", un momento carico di sensazioni ed

emozioni dove l'utente non è passivo fruitore ma un soggetto attivo in grado di trarre un vantaggio oltre a quello della semplice fruizione tecnica. Un concetto che va oltre la semplice qualità del servizio per arrivare a toccare l'analisi approfondita del comportamento del singolo utente. "L'economia dell'esperienza", come molte analisi del modo di agire dell'uomo consumatore e dei mercati, può sembrare per certi aspetti scontata, una semplice presa d'atto dell'evoluzione della domanda e dell'offerta. Tutti sappiamo che un servizio dev'essere ben somministrato e soddisfare le aspettative del cliente, ma quando cerchiamo di applicare il concetto di "esperienza" ai mercati scopriamo che da una parte le domande sono tante ed articolate, dall'altra è difficile costruire un prodotto in grado di distinguersi realmente in quest'ottica. Una serie di cambiamenti ha reso necessario e possibile l'evoluzione dell'offerta verso un prodotto "esperienziale": il processo di mercificazione di beni e servizi; il cambiamento nelle modalità di consumo (il così detto consumo post moderno); lo sviluppo di nuove tecnologie; e ha messo in moto una deriva verso il superamento della classica divisione dei prodotti in merci, beni e servizi.

Un approccio nuovo e sperimentale: la "Comunità Ospitale"

È giunto il momento di pensare a forme di offerta innovative in grado di tutelare e valorizzare i patrimoni locali e, nel contempo,



di innescare le opportunità derivanti “dall’economia dell’esperienza”. In questa sede si vuole citare l’esperienza in corso nella rete dei Borghi Autentici italiani (140 piccoli comuni). L’Associazione Borghi Autentici d’Italia promuove presso i propri associati un progetto strategico dal titolo “Comunità Ospitale” (attualmente sono 34 i borghi impegnati, a diversi stadi, sul progetto). Si tratta di una iniziativa che si pone l’obiettivo fondamentale di fare diventare il borgo e la sua comunità una “destinazione” turistica e culturale. Una “destinazione” che sia in grado di promuovere e assicurare due fondamentali risultati: la sostenibilità: ovvero la pratica di dispositivi di ospitalità compatibili con l’esigenza di preservare il patrimonio naturale, di ridurre le emissioni di CO₂ in atmosfera e di consumare energia prodotta da fonti rinnovabili; la responsabilità: un approccio all’ospitalità ove il turista viene considerato “un cittadino temporaneo” e quindi in tale contesto vengono favoriti meccanismi di inclusione e partecipazione alla vita di comunità e il rispetto dei diritti di chi ospita e di chi viene ospitato. La “Comunità Ospitale” è un luogo e una destinazione in cui gli ospiti/turisti si sentono “cittadini” seppure “temporanei” identificandosi nel ritmo dolce della vita del borgo, usufruendo delle opportunità di servizio disponibili, conoscendo ed apprezzando i beni materiali e/o immateriali che lì vengono prodotti, ricevendo nuovi apporti culturali... Un luogo, in sostanza, ambito dove (ri-)trovare una dimensione più vera e autentica. La “Comunità Ospitale” si organizza per essere tale. I cittadini, gli operatori economici e gli amministratori pubblici condividono una strategia unica di accoglienza: una visione comune in grado di assicurare all’ospite una permanenza indimenticabile, basata sulla partecipazione e sulla scoperta dei particolari. Un coinvolgimento che vuole essere permanente e che si alimenta altresì, nel tempo, attraverso strumenti di confronto e condivisione concepiti anche per facilitare il dialogo a distanza. Si tratta di una “Comunità Ospitale” inclusiva e che aspira sempre più alla qualità diffusa e ad una crescita economica e sociale sostenibile; una comunità che si prefigge di migliorare e conservare le risorse allo scopo di lasciarle alle future generazioni.

Le componenti principali del progetto sono: sviluppare sistemi di ricettività diffusa nel centro storico partendo dal recupero di patrimonio edilizio abbandonato e/o sotto-utilizzato; creare una rete collaborativa stabile fra gli operatori, allo scopo di esprimere un’offerta integrata, un’immagine coordinata e standard qualitativi comuni; promuovere la valorizzazione delle produzioni tipiche locali, quali componenti importanti dell’offerta, anche mediante l’e-commerce e strutture di vendita “di carattere”. L’esperienza in atto nella rete Borghi Autentici, può essere letta anche da un’altro angolo di visuale; promuovere un forte tentativo di rafforzare, in sede locale, la democrazia partecipativa, cioè un processo che abbia un peso nelle politiche di “governance”, che promuova l’idea del “cittadino consapevole”. Ciò vuol dire accettare il limite di chi governa e attribuire ai cittadini consapevoli una intelligenza che fa i conti con i comportamenti sociali. Comportamenti che vanno dal rispetto del territorio al risparmio energetico, dalla cura degli altri alla progettazione del futuro. È, questa, un’idea che viene da molto lontano, dalle radici della nostra cultura occidentale, ossia dalla “polis” greca. Come ebbe a scrivere un grande storico dell’antichità, Moses Finley, ad Atene le leggi, le regole e la prassi istituzionale da sole non sarebbero state sufficienti a impedire caos e tirannia “*se in seno al corpo dei cittadini non ci fosse stato quell’autocontrollo capace di contenere il comportamento collettivo entro certi limiti. L’autocontrollo differisce molto dalla ‘apatia’ che letteralmente significa ‘assenza di sentimenti’, insensibilità, caratteristiche che non possono essere ammesse in una vera comunità.*”

Maurizio Capelli è iberico professionista sui temi dello sviluppo locale, ingegneria e metodologia di progetto, programmazione negoziata, sviluppo turistico. Dal 2004 responsabile nazionale del progetto Borghi Autentici d’Italia®. Ha ideato e sviluppato in ambito nazionale il progetto Borghi Autentici d’Italia®, oggi movimento di azione e pensiero sui temi della qualificazione urbana e sociale di micro territori interessati da problematiche di disagio insediativo ma anche caratterizzati da precise volontà di recupero e messa in qualità.

Text von Manuela Demattio

Die Suche nach dem Null-Sterne-Hotel*

Was erwartet, was benötigt, was wünscht sich ein Reisender in einem Hotel in den Bergen? Was charakterisiert den raffinierten, hoch ausgerüsteten *global traveller* des neuen Jahrhunderts? Bei unseren Reisen, Erkundungen und Schnupperwochenenden, wenn wir den Eingang des Hotels und dessen Räume erwartungsvoll und neugierig betreten, staunen wir meist mehr oder weniger über die uns dargebotene Welt. Eine Welt, die sich uns als Heimat für wenigstens 24 Stunden eröffnet, gerät meist zur immer wiederkehrenden Monotonie einer alltäglichen Hotelkultur: Ihre architektonische Sprache, ihre Einrichtungsvorbilder und sogar ihre erprobte und perfektionierte Alpen-Stimmung. All dies fühlt sich einer eigentümlichen, oft bis ins Detail definierten und klischeehaften Funktionalität und Effizienz verpflichtet, alles um die Anforderungen der jeweiligen Sterne-Kategorien und die vermeintlichen touristischen Wunschbilder zu befriedigen.

Das Hotel und seine Gemeinschaftsräume mit Lounge, Internet Point, Wellness-Paradies, Boutique, Kinderscheune und die Zimmer mit Minibar, Fernseher, Telefon, Safe, Play Station und W-LAN werden oft zu autarken Wohlfühl-Kapseln in einer mehr oder weniger intakten alpinen Kulturlandschaft. Meist ist dabei nicht klar, wie das Verhältnis zwischen der gastfreundlichen *Be-herberge* und der *idyllischen* Berglandschaft ist, harmonisch, eingefügt, nachhaltig oder präpotent, krass, gar autistisch.

Das Hotel der postindustriellen Zeit hat dabei seine eigene Formensprache entwickelt, oft unabhängig vom Kontext. Zum Nukleus selbst ist dabei das Hotelzimmer mit seiner Ausstattung, seinen Möbeln, Gebrauchsgegenständen, räumlichen Dimensionen und geforderten Standards geworden. Hier ist nahezu alles normiert, möglichst nichts soll dem Zufall überlassen werden und entscheidet somit anschließend auch über die Vergabe der „Sterne“ als scheinbar *verlässliches* Qualitätssiegel. Leider hat hierbei auch das Bild des Berghotels einen globalen Siegeszug angetreten, dem es architektonisch und inhaltlich oft selbst an guten Vorbildern fehlt. Wie definiert sich das Berghotel durch seine bewusste oder unbewusste Gestaltung? Ausstattung, Standards, Funktionen, Service, Dimensionen verdeutlichen eine scheinbare Notwendigkeit. Erst in der distanzierten Betrachtung erschließt sich der zeitgenössische Stand und somit ein möglicher Standard einer Urlaubsgesellschaft, die in der Kunst des Reisens und dem Hotelaufenthalt mehr als das übertriebene Überflüssige erblickt. Wer die schnuckeligen und behaglichen Räumlichkeiten betritt, dem schlägt nicht nur die Duftnote des jeweils regionalen Desinfektionsmittels entgegen, der trifft auch auf vorkonfektionierte Animationsprogramme, Aktivitäten-Angebote, Willkommensaperitive und die Verkostung von Lokalprodukten. Im Zimmer empfangen den Gast der höflich formulierte Fragebogen sowie die im Bad aufgeklebten

* Geschützte Marke
„Null-Stern-Hotel“ (Schweiz)



1

Umweltsticker, eine mehrsprachige Directory gibt eindeutig die Spiel- und Wohlfühlregeln für die nächsten 24 Stunden vor. In der alpinen Urlaubswelt ist inzwischen auch das Berghotel selbst zwangsläufig ein Stück Berggefühl geworden. Der Tourist (Skifahrer, Wellness-Urlaub, Wandern, Erlebnis-Gastronomie etc.) ist auf eine Institution angewiesen, die sich als Hotel definiert und den geeigneten Rahmen für die Reise bietet. Das Hotel ist aber durch das Internet und virtuelle alpine Rundgänge nicht mehr eigene Instanz, sondern kalkulierbare Ware, und findet sich in einem Wettbewerb der Inszenierung des scheinbar Gewünschten, einer Simulation der Bergwelt wieder. Vor Ort hat das Hotel hingegen sowohl ein Innenleben als auch ein Außenleben.

2



Im ersten verschmilzt der utilitäre Vorgang des Übernachtens mit der Geselligkeit der Gemeinschaftsräume, der Begleitung des „bedient werden“, der Ausstrahlung der Gastgeber und ihrer bezeichnenderweise im alpinen Einheitsdress uniformierten Hilfskräfte. Im zweiten muss der Bezug zum alpinen Territorium durch verschiedene Aktivitäten gewährleistet werden. Das Hotel und sein landschafts- und dörflicher Kontext sind trotz aller Simulationsbemühungen immer noch das Überraschende und Neue, das die üblichen Gewohnheiten des Lebens durchbricht. Bis auf die mitgebrachte Zahnbürste ist zumeist alles anders: Außen die Luft, die Landschaft, die Farben, die Sprachen, die Gewohnheiten; innen die Räume, die Gerüche, die Materialien, die Gegenstände, die Leute, die Atmosphäre. Das ist selbst in einer berechenbaren Welt eine Chance, die es zu nutzen gilt. Vielleicht ist es unsere Aufgabe als Planer, als Gastgeber das Hotel neu zu definieren, neu zu erfinden. Eine Deregulation, eine Vereinfachung, eine Ehrlichkeit der Mittel, sei es in der Planung als auch in der Verwaltung, sind notwendig und erwünscht. Leider heißt das Motto zum Teil anders: „Wenn schon Hotel dann bitte besonders“ Die Hotelwirtschaft hat sich darauf eingestellt und eine Reihe von Spezialinstitutionen wie das Wellnesshotel, das Familienhotel, das Vital- und Natur-Hotel oder das Wanderhotel etc. geschaffen. Das alles aber sind meist nur schmalbrüstige Alternativen, die die Klientel fein säuberlich in Kategorien aufzuteilen versuchen. Das Spiel aus Distanz und Nähe gilt es neu aufzumischen. Vielleicht braucht das Hotel neue öffentliche Räume, an denen man nicht nur Bier, Kaffee und anderes konsumieren muss. Braucht man eine große Hotelbibliothek oder auch ein elektronisches Infocenter, wo sich alle Laptop- oder Smartphone-Freaks auch im virtuellen Schneetreffen können und mit ihrer Community in Verbindung bleiben können? Hotelhallen müssen wieder zu halböffentlichen Räumen werden, in denen echte Begegnungen stattfinden können, die sich auch wieder zu ihrem dörflichen Kontext hin öffnen. Solche Räume könnten Events wie Konzerte, Brunch, Flohmarkt, Matinées etc. präsentieren. Viele neue Ideen braucht das Faszinosum Hotel. Diese Räumlichkeiten können auch flexibel sein und unterschiedliche Aktivitäten

ermöglichen. Von sensiblen Reisenden und auch von Gestaltern hört man immer wieder Klagen über die geschmacklichen Zumutungen auch im Bezug auf die „touristischen Kathedralen“ in der Landschaft. Es stellt sich die Frage, ob die Qualität des Aufenthaltes von einer nachgebauten alpinen Architektur, vermeintlichen Stilmöbeln oder den folkloristisch gemusterten Tapisseries abhängt. Oder anders herum: Ist es denkbar, dass sich jemand in diesen ästhetischen alpinen Kabinetten wohl fühlt? Und wenn ja, heißt das dann nicht, dass sich Wohlbefinden und das Gefühl von Gemütlichkeit auch unabhängig von jedweder Designqualität erreichen lässt? Ob rustikal oder klassisch elegant, ob postmodern oder ländlich, im Hotel erreichen solche stilistische Ausprägungen leider oft nur einen formalen Mittelwert: populäre Klischees und zeitgenössische Leitbilder. Typologisch präsentiert sich das Hotel auch in den Bergen als Zwitterwesen bekannter Wohnmuster, wie Wohnen und Schlafen. Dazu fügt sich das Tagesprogramm, welches dem Aufenthalt die Spannung geben soll. Das Hotelzimmer ist hierbei der Höhepunkt und stellt das Erleben von Privatsphäre und die Möglichkeit des Rückzugs dar. Sehr schnell verwandelt sich das anonyme Hotelzimmer zu einem kleinen Stück, einem Hauch von „Heim(at)“. Gerade innerhalb dieser besonderen Situation von Fremdheit und Einsamkeit erlebt man in diesem Refugium mit Blick auf die Berge und die Natur einzigartige Momente der Erholung, der Entspannung

und des Wohlbefindens. Dort ist man sicher, Störungen bleiben ausgeblendet. Dieses Gefühl ist unabhängig von jeder Form stilistischer Hintergrundszenarios und Sternenkategorien. Die Suche nach einem „Null-Sterne-Hotel“ ist einfach der Wunsch nach weniger vordergründigem Luxus, aber einem Mehr an Erlebnis. Das Motto könnte „Weniger ist mehr“ sein. Es soll Grundlage einer Diskussion sein, in der Normen gebrochen werden dürfen und Grauzonen neu besetzt werden können. Die fiktive Kategorie „Null Sterne“ heißt nicht, dass Service und Standard aufgehoben werden, sondern könnte eine Gestaltungsfreiheit schaffen: Die Möglichkeit, selbst zu bestimmen, was man bietet und was man ist und dem Touristen eine größere Wahlfreiheit und Auswahl abseits gängiger Konzepte zu bieten.

3



- 1 Der Reisende
(Foto: Annette Fischer)
- 2 Der Rückzug
(Foto: Annette Fischer)
- 3 Die Ausstattung
(Foto: Motoko Ueyama)

Text von Bibiane Hromas

Architektur und Landschaft im Tourismus

Um die künftige Bedeutung von Architektur und Landschaft im mitteleuropäischen Tourismus abschätzen zu können, muss die Frage nach der Veränderung gesellschaftlicher Werte und Trends beantwortet werden. Ein deutlich lesbarer Wertewandel lässt neue Zielgruppen mit neu gearteten Bedürfnissen auf der Tourismusbühne erscheinen.

Spaßgesellschaft versus Sinngesellschaft

Im alpinen Raum sind die klassischen Gästesegmente der Spaß- und Eventgesellschaft nach wie vor laut- und umsatzstark vertreten. Und doch drohen Klimawandel und Umweltbeeinträchtigungen, die angebotsseitig Veränderungen erzwingen. Ein wachsender Anteil von „Sinnsuchern“, ökologiebewussten Urlaubern und anspruchsvollen Lifestylegruppen (unter dem Sammelbegriff LOHAS – Lifestyles Of Health And Sustainability) interessiert sich ebenfalls für Alternativen zu den „schneller, höher, lauter“-Angeboten und sollte von Winter- wie Sommerdestinationen nicht außer Acht gelassen werden. Statt Ballermann fordern sie innere Einkehr, statt Lederhose und zünftiger Liedkultur zeitgemäßes authentisches Ambiente. Sie verbinden Genuss mit Ästhetik und Verantwortung mit Nachhaltigkeit.

Architektur als Ausdruck eines neuen

Umwelterlebens. Was bedeutet zeitgenössisches Ambiente für Tourismusregionen? Dem stimmigen Zusammenspiel von Natur und gebautem Raum wird im Tourismus in

Zukunft mehr Bedeutung zugewiesen. Technik ist heute selbstverständlich, sie muss weder, wie in der Vergangenheit, dekoriert noch zelebriert werden. Gebäude wollen Natur erlebbar machen, aber nicht ihrer Ausbeutung Vorschub leisten. Gestaltung darf zeitgemäß und besonders sein.

Architektur im Einklang mit Natur und

Landschaft. Landschaft im weitesten Sinn ist stark an der Identitätsbildung eines Ortes beteiligt. Im ländlichen Raum ist die Naturlandschaft daher fast immer ein wesentlicher touristischer Angebotsfaktor, der sinnvollerweise in die Architektur und Gebäudekonzeption eines Hotels mit einbezogen wird. Bei inspirierter Planung reagiert das Bauwerk auf die umgebende Topografie unter anderem durch seine Form, seine Materialien, durch die Gebäudeöffnungen. Damit kann eine qualitativ bereichernde Beziehung zwischen Innenraum und Außenraum hergestellt werden. Der Freiraumgestaltung kommt in der Hotelplanung ein hoher Stellenwert zu, wobei Richtlinien der Landschaftsplanung zu beachten sind: Stringente landschaftsplanerische Konzepte müssen großräumig und unter Einbeziehung der Vorgaben des Landschafts- und Naturschutzes auf der Ebene des Destinationsmanagements entwickelt werden. Sie bilden den Rahmen für die individuelle Freiraumplanung des Betriebes, die sich ihrerseits an den Zielgruppen, deren Erwartungen an die umgebende Natur und den erwünschten Nutzungsmöglichkeiten orientiert.

Dialog mit der Landschaft

Unter Dialog mit der Landschaft ist nicht ein bedingungsloses Unterordnen unter die Vorgaben der Umgebung in Form, Farbe oder Material zu verstehen, sondern ein stetiger Prozess der Auseinandersetzung mit diesen Vorgaben. Jede Zeit findet neue Antworten, gemäß ihren technischen Möglichkeiten und gesellschaftlichen Wertigkeiten. Manchmal ist Anpassung gefragt, manchmal dominieren selbstbewusste Zeichen der Überlegenheit über die Natur. Der heutige Trend zur verantwortungsvollen und sinnhaften Freizeitgestaltung impliziert einen offenen und respektvollen Umgang mit Natur. Gute Tourismusarchitektur ist stark geprägt vom Ineinandergreifen des Innen- und Außenraumes. Das Gebäude reagiert damit auf die umgebende Landschaft, auf prägende Elemente der Topografie (wie Berge, Ebene, Fluss oder See), auf prägende Elemente der Vegetation (Wald, Schilf etc.) oder der Kulturlandschaft (wie etwa Weinberge oder Almen). Panoramen, Aussichten, markante Punkte in der Landschaft oder Landmarks werden durch intelligente Blickführung in den Räumen gerahmt und inszeniert. Die Architektur bringt den Gast in die Landschaft: mit Wegen, Plattformen, Sitz- und Liegebereichen, Terrassen, Balkonen, Dachflächen und Aussichtswarten wird Natur erlebbar gemacht. Und die Landschaft kommt zum Gast: verglaste Wände im Restaurant, in der Lobby, große Fensterflächen, Terrassentüren in den Zimmern, Atrien, Gartenflächen ermöglichen Naturnähe auch in den Innenräumen der Unterkünfte.



1

Chancen und Potenziale für Regionen bzw. Tourismusdestinationen

Touristischer Erfolg, insbesondere im Kultur-, Genuss- und anspruchsvollen Erlebnistourismus

Tourismusbauten wirken oft als Landmarks und geben Orientierung. Tourismusarchitektur prägt langfristig das Landschaftsbild und damit den ästhetischen Wert und die Genussqualität einer Region. Gute Architektur ist eine der Grundlagen für den touristischen Erfolg einer Destination und aller damit zusammenhängenden Lebens- und Wirtschaftsbereiche.

Regionale Identität und starke Destinationsmarken. Zeitgenössische Architektur gibt Impulse für eine Auseinandersetzung mit regionaler Identität und regionalem Lebensstil. Interesse, Anerkennung und Sichtweisen von außen formen und stärken das Selbstbild in der Region, fördern die Identifikation und motivieren zu weiteren regionstypischen kulturellen Leistungen.

Nachhaltigkeit der Regional- und Tourismusentwicklung. Gute Architektur berücksichtigt und bereichert kulturelle Ressourcen, Ökologie und soziale Umwelt und leistet damit einen essentiellen Beitrag zur Nachhaltigkeit von Tourismusprojekten.

Kulturelle Vitalität und Innovationspotenzial Zeitgenössische Architektur ist Ausdruck der kulturellen Vitalität und der Innovationskraft von Regionen. Sie ist Transportmittel für neue Ideen und zukunftssträchtige Konzepte. Sie setzt Akzente und inspiriert zu Folgeprojekten und Weiterentwicklung. Hochwertige Architektur von heute ist kulturelles Erbe von morgen.

Motor regionaler Wertschöpfung

Am Beispiel Bregenzerwald zeigt sich ein besonderer Zusammenhang zwischen zeitgenössischer Architektur und regionaler Wertschöpfung: die Unternehmen der regionalen Bauwirtschaft zeichnen sich durch Handwerkstradition aus, lassen sich darüber hinaus durch innovative Bau- und Gestaltungsideen zur Entwicklung neuartiger Lösungen herausfordern. Durch steigende Kompetenz und Wettbewerbsvorsprung können sich diese Unternehmen auch auf internationalen Märkten ausgezeichnet behaupten. Zeitgenössische Architektur wirkt damit als Motor für die Weiterentwicklung und Wettbewerbsfähigkeit der Region.

Bibiane Hromas

Geboren am 21. Mai 1960 in Wien. Studium der Architektur an der TU Wien. 1994 Gründung und Leitung des Architekturbüros o.r.t. architektur. Seit 2002 Lehrbeauftragte an der TU Wien, Institut für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen. 2004 Konzeption und Gründung von platou – plattform für architektur im tourismus.

Text von Jürg Ragetti

Berglandschaft, Hotelarchitektur und Heimatschutz

Spannungsfeld oder Symbiose – alpine Landschaft, Hotelarchitektur und Heimatschutz bilden seit dem Aufkommen des Fremdenverkehrs in der Bergwelt im 19. Jahrhundert eine sich gegenseitig beeinflussende Konstellation. Die Rolle des Heimatschutzes ist dabei im historischen Kontext wie auch im Zusammenhang der aktuellen Tätigkeit zu sehen. In der Schweiz ist er eine Organisation, die sich seit seiner Gründung im Jahre 1905 für baukulturelle und landschaftschützerische Anliegen einsetzt; heute ist er die größte und einflussreichste Non-Profit-Organisation im Bereich Baukultur, Denkmalpflege und Architektur. Den Ausgangspunkt der Heimatschutzbewegung in Graubünden wie in der gesamten Schweiz bildeten die enormen Auswirkungen der Industrialisie-

rung ab dem ausgehenden 19. Jahrhundert. In Graubünden manifestierten sich die Folgen mit dem Fremdenverkehr, der technischen Erschließung der Berge mit Eisenbahn- und Wasserkraftwerkanlagen, neuen großen Hotelanlagen für mondäne Gäste usw. Der Einzug einer urbanen mondänen Kultur in die bäurische Welt entfernter Alpengebiete und damit verbunden auch andere Maßstäbe und Formen der Bauwerke haben um 1900 einen veritablen Schock ausgelöst. Einerseits war man schon damals besorgt um die landschaftliche Integrität. Andererseits war die Reaktion vor allem auch eine ästhetische Kritik am spätklassizistischen Historismus. Es ging aber nicht einfach um eine defensive Ablehnung solcher Entwicklungen. Ganz typische heimatschützerische

1



Darstellungen in dieser Zeit waren die Gegenüberstellung von guten Beispielen und Gegenbeispielen. Der Heimatschutz nach 1900 ist so ein Versuch, den enormen technischen, wirtschaftlichen, kulturellen, landschaftlichen und baulichen Wandel nicht als Bruch mit gewachsenen natürlichen und siedlungsbaulichen Strukturen zu verstehen, sondern in Besinnung auf historische Werte eine Kontinuität der Entwicklung herzustellen, diesen Wandel in Gleichgewicht mit landschaftlichen und baulichen Schönheiten zu bringen und dabei die gute architektonische Gestaltung als versöhnende Kraft wirken zu lassen. Die vom Heimatschutz propagierten architektonischen Antworten, wie solche Werke landschaftsräumlich angelegt und baulich zu gestalten seien, waren in der Folge zum Beispiel die Anlagen, Hoch- und Kunstbauten der Rhätischen Bahn, Kraftwerkbauten wie zum Beispiel die Anlage Küblis, sowie die Hotels La Margna in St. Moritz und Alpenrose in Sils, gestaltet von Architekt Nicolaus Hartmann. Die Kritik an den großen Hotelpalästen in der Berglandschaft war aber teils virulent bis in die 1950er und 1960er Jahre. Die „Säuberung“ des Rigi mit Abbruch des historischen Hotels, des „gespenstigen Baus des Grand-Hotels“, wie man damals kommentierte, wie auch die Zurückhaltung des kleineren, bescheideneren Neubaus wurden seinerzeit gefeiert. Diese Haltung sehen wir heute distanziert und teilen die ästhetisch und landschaftsräumlich begründete Kritik an solchen Bauwerken nicht mehr, sowohl hinsichtlich des architektonischen und denkmalpflegerischen Werts des historischen Hotels wie auch des eher banalen Ersatzbaus. Zum Beispiel das Hotel Waldhaus in Sils im Engadin, 1905–08 in isolierter und exponierter Lage erbaut nach Plänen des bekannten St. Moritzer Architekten Karl Koller, in den letzten Jahren kontinuierlich und mit großer Sensibilität umgebaut durch die Basler Architekten Quintus Miller und Paola Maranta, wird längst als großartiges Bauwerk mit magischer Ausstrahlung und als eindruckliche Architektur in der Berglandschaft bewundert. Das Hotel Palace in Maloja wurde 1882–1884 vom belgischen Architekten Jules Rau im Neurenaissance-Stil erbaut. Geplant als Sitz des europäischen Hochadels, war es mit 350 Zimmern mit rund 450 Betten und 20 Ess- und Ballsälen das



2

seinerzeit größte Hotel in den Schweizer Alpen. Abgerückt vom Dorf und ausgerichtet auf den Silsersee, definiert der mächtige Hotelpalast mit seiner Größe, Bauform und Geometrie das Zusammenspiel von Architektur und Berglandschaft als spannungsvolles Gegenüber. Heute sind solche Gebäude als Baudenkmäler ersten Ranges gewürdigt und meistens auch denkmalpflegerisch geschützt. Trotzdem ist noch vor wenigen Jahren gegen den Widerstand des Heimatschutzes das historische Hotel Chantarella, das über der Ortschaft St. Moritz thronte, abgebrochen worden. Dieses Beispiel verdeutlicht die landschaftsräumlichen und städtebaulichen Situationen und Werte, die solche Hotelanlagen begründen können. Der Ersatz des mächtigen Gebäudes durch einige wenige ebenso teure wie architektonisch banale Villen wandelte den früheren architektonischen und landschaftlichen Zauber in einen Unort. Die gewandelte Wertschätzung des Heimatschutzes verdeutlicht die Publikation „Die schönsten Hotel der Schweiz“, die historische Hotels

3



- 1 Villa Garbald, Castasegna
- 2 Hotel Castell, Zuoz
- 3 Hotel Chantarella, St. Moritz

als einmaliges Kulturgut zelebriert und ein Bestseller ist. Beispiele wie das sorgsam und sehr zurückhaltend restaurierte Kurhaus in Bergün sind – wieder – zu begehrten Feriendomizilen avanciert. Es gibt wunderbare Ergänzungen von historischen Hotels mit neuen Gebäuden als raffiniertes Zusammenspiel von historischem Bestand und neuer Architektur, zum Beispiel das Hotel Saratz in Pontresina, das Architekt Hans-Jörg Ruch mit einem Zimmertrakt als Annexbau in Tuffstein erweiterte. Das Hotel Castell, das Architekt Nicolaus Hartmann 1913 wie eine Burg isoliert und exponiert auf einen Hügel bei Zuoz stellte, hat Architekt Ben van Berkel mit einer Dependance ergänzt. Die neue Bauform reagiert auf die Geometrie des bestehenden Hotelbaus und erweist ihm in gebührendem Abstand Respekt; die gläserne Architektur bildet aber auch ein kontrastreiches tektonisches Gegenüber. Der Neubau der Therme in Vals von Peter Zumthor ist ein architektonischer Meilenstein der Architekturgeschichte nicht nur in Graubünden. Der große und andauernde wirtschaftliche Erfolg hat auch die Wahrnehmung dieser Architektur in Tourismuskreisen gewandelt; architektonische Qualität, Identität, Eigenheit, Einzigartigkeit sind zu einem touristischen Faktor geworden. Die Therme steht so auch symbolhaft für eine neue Symbiose von Tourismus und Architektur, die Bewunderer und Gäste in Scharen anzieht. Es gibt Beispiele, die solche bauliche Attraktionen raffiniert mit gestalte-

rischer Sensibilität auszuspielen versuchen. Und es gibt ebenso Scharlatanerie, wo architektonischer Anspruch reines Lippenbekenntnis und Marketing-Strategie bleibt. Dazu kündigen touristische Großprojekte in jüngerer Zeit eine neue Epoche des Tourismus in den Bergen an. Geradezu Symbol dafür ist das Projekt von Herzog & de Meuron für den Neubau eines über 100m hohen Hochhauses auf der Schatzalp in Davos neben dem historischen Hotel, das 1900 von den Architekten Pflughard & Häfeli als Sanatorium erbaut worden ist. Das städtebauliche und architektonische Selbstbewusstsein des Projekts fasziniert und polarisiert; es hat den Anspruch, mit der ebenso präzisen wie dominanten Stellung des „Hotelturms“ der Tourismus-Stadt Davos und der Berglandschaft seinen Stempel aufzudrücken. Das Schatzalpprojekt hat aber auch eine Schleuse geöffnet für Planungen von sehr großen Hotelprojekten meist in freier Landschaft, die bis anhin undenkbar gewesen sind. Für Projekte in dieser Größenordnung und mit solcher landschaftsräumlichen und städtebaulichen Dominanz sollen höchste architektonische Ansprüche Bedingung sein. Nur wenige scheinen aber architektonische Versprechen auch einzulösen, auch wenn berühmte Architektennamen gezielt als PR eingesetzt werden. Auch Mario Botta konnte für ein Projekt eines neuen Großhotels in der Ortschaft Celerina der neuen Hochhaus-Versuchung nicht widerstehen; die städtebauliche Dimension des Hochhauses schien aber nicht

4





5

bewältigt und die Bevölkerung lehnte das Projekt wuchtig ab. Sehr skeptisch bin ich auch bei einem weiteren riesigen Hotelkomplex in Davos, ob die romantische Vision, welche die Visualisierung von Architekt Matteo Thun verspricht, eingelöst wird und mehr als Extravaganz sein wird. Die Idee der baulichen Überhöhung des Kleinen Matterhorn mit einem Hotelgebäude ist zwar in den Medien oft präsentiert, aber ohne realistische Realisierungschance. Sie zeugt aber auch von einem neuen Übermut oder gar einer Unverschämtheit, die bei Touristikern und Planern grassiert. Dies verdeutlicht auch die einige Zeit in Betrieb stehende Projektion einer Werbebotschaft auf ein ganzes Bergpanorama, die dank des energischen Einschreitens des Landschaftschutzes gestoppt wurde. Es sind aber nicht nur solche touristischen Groß-

6



projekte, deren landschaftlichen und siedlungsbaulichen Auswirkungen bedenklich sind. In Graubünden ist es vor allem auch die Lawine des Zweitwohnungsbaus, die aus malerischen Bergdörfern Agglomeration werden lässt, deren Häuser-Brei den Zauber von Landschaften und Ortschaften erstickt. Der Bündner Heimatschutz nimmt in dieser Situation eine differenzierte Position ein: Solche baulichen Exzesse werden kritisiert und wenn möglich bekämpft. In berechtigten Fällen üben wir Kritik und Opposition mit Öffentlichkeitsarbeit, intervenieren im Planungsprozess, propagieren Planungsverfahren mit Studien und Wettbewerben und ergreifen im Notfall rechtliche Mittel. Wir setzen uns ein für die Würdigung und Pflege der historischen Hotelbauten, die einen bedeutenden Reichtum unserer Baukultur darstellen. Wir würdigen auch gute neue Projekte vom Schatzalpturm bis zum Hotelprojekt von Gion Caminada am Dorfeingang der Ortschaft Falera und am Fuße einer sehr bedeutenden historischen Megalithen-Stätte. Wir bemühen uns auch, Vorbild zu sein, zum Beispiel mit dem Projekt „Ferien im Baudenkmal“, mit dem historische Häuser vor der Zerstörung bewahrt werden können und ein wunderbares touristisches Angebot geschaffen wird. Und wenn möglich, gehen wir mit gutem Beispiel voran, zum Beispiel mit der Initiative, Organisation und Finanzierung des Architekturwettbewerbs für die Restaurierung der Villa Garbald und den Neubau als zusätzliches Gästehaus.

Jürg Ragetti ist Architekt, Publizist, Dozent, Präsident des Bündner Heimatschutzes.

Text von Paul Rösch

Bereiste Landschaft. Historische Streiflichter

1827 war das Meraner Land von Missernten geplagt, von den Wunden der napoleonischen Kriege gezeichnet, vom Hochwasser teilweise zerstört und von der Cholera heimgesucht. Es gab zu jener Zeit gewiss mondänere Kurorte mit einem attraktiveren Stadtbild. Dennoch finden sich Touristen in Meran ein. Das kleine Städtchen war ein Anziehungspunkt, weil es wohl immer noch den Charme der alten Landeshauptstadt (bis 1420) ausstrahlte und gut in eine Zeit passte, die die Gebirgslandschaft verklärte. Dies waren wohl auch die Gründe, weshalb Erzherzog Johann 1844 Schloss Schenna kaufte. Ihm taten es adlige Touristen gleich und bezogen nach und nach im 19. Jahrhundert die Ansitze und Schlösser von Meran und Umgebung. Mit dem Bau der Eisenbahnen in Tirol (Kufstein – Innsbruck 1858,

Brenner 1867, Pustertal 1871) rückten die Großstädte den Alpen näher und die Eisenbahn ebnete dem Tourismus den Weg. 1870 erreichte mit einem „Separatrain“ Kaiserin Elisabeth Bozen, nahm, begleitet von einem umfangreichen Hofstaat, die Kutsche nach Meran, wo sie in Schoss Trauttmansdorff den gesamten Winter verbrachte. Meran erlebte dank des prominenten Gastes und der damit verbundenen Publicity einen starken Zulauf von Gästen. Entlang der Eisenbahnrouten bildeten sich Tourismusorte. Neue Hotels entstanden, die nun neben dem Adel auch von der bürgerlichen Oberschicht genutzt wurden. Die Entstehung der Grand Hotels als „Bürgertraum des Adelschlosses“ ging Hand in Hand mit dem Aufbrechen der strengen Standesordnung. In den Grand Hotels wurde gar die Hierarchie, Kleidung

1





2

Paul Rösch

Studium der Volkkunde und Geschichte an der Universität Innsbruck. Geschäftsführer des Tiroler Landesinstituts in Bozen mit der Aufgabe der Organisation von grenzüberschreitenden Kulturprojekten. Konzeption und Aufbau des Landesmuseums für Tourismus, Touriseum in Meran und Leitung desselben als Direktor. Verschiedene Publikationen zur Volkkunde und Tourismusgeschichte.

und Verhaltensweise der aristokratischen Dienschaft für das Hotelpersonal adaptiert. Die Gäste wurden Könige auf Zeit, so luxuriös wurden sie in den neuen Inseln für die Oberschicht behandelt. In Gries eröffnete die „Wiener Baugesellschaft für Kurorte“ das noble Hotel Austria. In Gossensass entstanden Hotels, in Toblach baute die „K.K. Private Südbahngesellschaft“ das Südbahnhotel als Vorläufer eines ganzen Hotelorfes und in unmittelbarer Nähe des Meraner Bahnhofs säumte eine Reihe großer Hotels die Habsburgerstraße; der Pionier Theodor Christomannos plante mit dem Wiener Architekten Otto Schmid das erste Alpenhotel in Suld. Zugleich mit der Straße wurde dieser erste „Luxusliner“ oder „Titanic in den Alpen“ – wie diese unreal scheinenden Paläste genannt wurden – in Suld 1893 eröffnet. Die Grand Hotels von Trafoi und am Karersee folgten. Das Konzept, die wilde Natur in geschütztem Ambiente der „beau monde“ zu präsentieren, ohne auf irgendwelchen Komfort verzichten zu müssen, hatte Erfolg. Nach dem Ersten Weltkrieg wurde aus dem „Südbalton der Alpen“ in der Donaumonarchie die nördlichste Provinz Italiens. Trotz der vielen Eingriffe des Staates zur Belebung der Branche (Bau des Pferderennplatzes in Meran, Bau von Straßen, verbilligte Bahntickets für Italiener nach Südtirol, Benzinsgutscheine, Hotelfachschulen, ...) lähmte die politische Unsicherheit die Investitionsfreude und es wurden nur wenige neue Hotels gebaut, wie etwa das 1930 in Sexten von Clemens Holzmeister entworfene Hotel „Drei Zinnen“, das 1931 in Gröden errichtete Hotel „Monte Pana“ und das 1936 erbaute Hotel „Paradiso del Cevedale“ in Martell.

Nach den Entbehrungen und Schrecken des Zweiten Weltkriegs beherrschte der „Aufbruch in die Freiheit“ die Entwicklung des Tourismus. Während die italienischen Gäste weiterhin das hohe Niveau der Hotels mit Vollpension beanspruchten, entwickelte sich bei den deutschen Gästen eine neue Art des Alpentourismus, die maßgeblich durch den rapiden Anstieg des Automobils unterstützt und ermöglicht wurde. In der Folge fand in der Peripherie ein enormer Bauboom statt, der das Landschaftsbild und die Gesellschaft neu prägte. In den vergangenen Jahrzehnten bis in die Gegenwart hat der touristische Sektor einen Schub der Professionalisierung durchgemacht: Aus der familiären Atmosphäre sind Betriebe entstanden, die wieder an das ursprüngliche Konzept der Belle Epoque anschließen: Der Gast soll wieder ein „König auf Zeit“ sein. Nicht beim Privatzimmervermieter mit Familienschluss, sondern im „Traumschloss“ Darf's auch ein Alpenschlössl sein?

3



1 Schloss Trauttmansdorff (historische Ansicht)

2 Karerseehotel (um 1900)

3 „Alpenschlössl“

Testo di Annibale Salsa

Dall'ambiente naturale al paesaggio culturale

Quando l'intervento sulla natura da parte dell'uomo diventa valore aggiunto

«[...] Ogni determinazione scientifica è astratta [...] come la geografia nei confronti del paesaggio in cui originariamente abbiamo imparato che cos'è una foresta, un prato o un fiume». Così si esprimeva il filosofo francese Maurice Merleau-Ponty ne: *La Phénoménologie de la perception* (1948), incentrata sull'analisi fenomenologica della rappresentazione dello spazio vissuto. Altro riferimento teorico, importante per la problematizzazione del rapporto fra ambiente naturale e paesaggio culturale, potrebbe essere la distinzione – evocata dal filosofo tedesco Martin Heidegger in: *Sein und Zeit* (M. Heidegger: 1927) – fra *Umwelt*, *Mitwelt*, *Eigenwelt*. Tale distinzione rimanda alle definizioni di “mondo (ambiente) naturale”, “mondo (ambiente) sociale”, “mondo (ambiente) personale”. Interpretati in chiave eco-sistemica, il primo dei tre mondi è governato dalle dinamiche della Natura in cui predomina la legge dell'entropia come “tendenza al disordine” (Caos primordiale). Il secondo ed il terzo, al contrario, sono governati dall'azione dell'uomo inteso, rispettivamente, come “io sociale” e come “io individuale”. Entrano, quindi, in gioco le dinamiche culturali ove agiscono, interattivamente, le componenti sociali e individuali con funzione di “servomeccanismi contro-entropici”. In sintesi, i processi culturali vengono a

svolgere il ruolo di addomesticatori del disordine naturale generando sentimenti di appartenenza alla comunità ed alla propria sfera personale. La natura selvatica cessa di generare disorientamento perturbante (*Unheimlichkeit*) per assumere la familiarità (*Heimatlichkeit*) di un universo riconoscibile addomesticato. Attraverso tale posizionamento concettuale, è possibile inquadrare la nozione di paesaggio culturale in relazione all'ambiente naturale, anche nei termini della dicotomia fra *environment* e *landscape*. La definizione di ambiente evoca la parola greca *Oikos* richiamando un *habitat* in cui la natura è protagonista e sovrana e nella quale interagiscono i viventi insieme con le componenti dell'inorganico (*Wilderness*). L'ingresso dell'uomo in un tale scenario avviene attraverso lente ma complesse strategie di adattamento e modificazione morfoplastica, di cui i grandi miti cosmogonici dell'antichità rappresentano testimonianze incontrovertibili. Il ricorso a dispositivi mentali di tipo simbolico – miti, riti, manifestazioni del sacro (epifanie, cratofanie) – disvela un nuovo ordine di addomesticamento dell'ambiente naturale, conformemente al sistema di significati di cui i diversi gruppi umani sono portatori. Questo nuovo ordine non può presentarsi con i soli caratteri di differenziazione generati dai parametri naturali (clima, esposizione topografica, etc.), ma viene ad assumere le forme introdotte dal gruppo sociale che lo ha plasmato.

La presenza dell'uomo quale "portatore di cultura" all'interno dell'ambiente trasforma il terreno naturale in territorio sociale, determina nuovi assetti strutturali incentrati sull'emergere del nuovo artificiale. L'apparire dell'artificiale mi riporta ad alcune riflessioni da me sviluppate in un libero confronto interdisciplinare con il mondo dell'architettura ("Abacus", n. 26, 1992): «L'apparire del nuovo artificiale spezza la contiguità degli spazi e la continuità dei tempi e conferisce al contesto una nuova plasticità». I dispositivi culturali forniscono all'uomo gli strumenti per intervenire sulla natura selvaggia di per sé ostile ed estranea. Essi rafforzano gli anticorpi psico-emotivi indispensabili nel porre rimedio ai disagi dello spaesamento, da cui possono generarsi quelle manifestazioni di "angoscia territoriale" di cui parlava l'antropologo Ernesto De Martino o cui si riferisce la moderna psichiatria trans-culturale nelle nosografie CBS (*Culture Bound Syndromes*). Se esiste, nella nostra società metropolitana, un condiviso "disagio della civiltà", non bisogna dimenticare che per i nostri lontani progenitori esisteva un terrificante "disagio della natura", un ambiente da adattare ai bisogni umani attraverso la dimensione artificiale, produttrice di paesaggio costruito. Il paesaggio culturale risponde, così, ad un profondo bisogno di "marcare" il territorio e l'ambiente mediante "segni di appartenenza" (marcatori culturali), riconoscibili alla stregua di appendici e di protesi artificiali della corporeità propria (*Leib*). La geografia fisica si apre all'antropogeografia, lo spazio naturale arretra di fronte allo spazio sociale: «La dialettica fra l'originario e il costruito, come riedizione del rapporto fra materia inerte grezza e materiale conferitore di senso, imprime un movimento di circolarità ermeneutica in cui si alternano zone d'ombra indecifrabili a vere trasparenti epifanie». (A. Salsa, 1992, p. 12) Le operazioni di conferimento di senso (*Sinngebung*) sono all'origine, quindi, dell'agire culturale e permettono l'attivazione di quella "dialettica del concreto" fra natura e cultura attraverso cui si attua il processo di identificazione. La costruzione del paesaggio assume, quindi, i caratteri e le connotazioni di una vera e propria costruzione culturale. Un apporto autorevole alla

problematizzazione dello spazio architettonico ci proviene da alcune riflessioni di Vittorio Gregotti relative alla «fondazione di una tecnologia formale del paesaggio antropogeografico dal punto di vista dell'architettura». (V. Gregotti: 1988, p. 59) Lo spazio fisico o ambiente naturale, nel momento in cui viene abitato dall'uomo, subisce un processo di conversione da una morfologia naturale ad una morfologia sociale che lo fa passare, come già detto precedentemente, dalla condizione di estraneo-sradicato (*unheimlich*) a quella di familiare-radicato (*heimlich*). La costruzione culturale del paesaggio si traduce nella costruzione di "universi di riconoscimento" entro i cui orizzonti tutti i membri del gruppo sociale si riconoscono, assumono un'identità in relazione con la diversità dei mondi "altri". L'atto del riconoscersi nell'insieme paesaggistico costituisce un'operazione di "intenzionalità sociale" in cui la varietà dei significati del mondo viene ricordata percettivamente all'interno di un'unità strutturale condivisa e partecipata empaticamente. Tante sono le "grammatiche del vedere" quanti sono i mondi abitati e vissuti. E allora la percezione del paesaggio diviene percezione estetica che si può riscontrare nella costruzione narrativa dei miti, ovvero nei racconti fondativi delle cosmogonie arcaiche. Il racconto mitico funge, infatti, da *social charter* della comunità e la sua narritività – che è una meta-narritività – contribuisce a disegnare i profili di quei "mondi di riconoscimento" che ogni uomo interiorizza nelle proprie esperienze di inculturazione e socializzazione. In tal senso, mi pare assai pertinente l'uso che il Gregotti fa di alcune categorie interpretative mutuata dall'antropologia fenomenologica. Egli afferma in proposito: «[...] ogni qualvolta un gruppo sociale elegge un sito a luogo simbolico, vi riconosce un valore, distinto dalla natura anche se ad essa dedicato, che avvia il luogo a diventare oggetto, a definirsi come figura circostante. Sia che esso si presenti come monumento, come bosco sacro o addirittura come luogo proibito (una storia di nomi di luoghi sarebbe una straordinaria testimonianza della morfologia dei valori assegnati) testimonia [...] un particolare rapporto con il territorio oltre che col suolo, rende visibile l'intero circostante geografico». (V. Gregotti: 1988, p. 62)

La forma più estrema di sostituzione dell'ambiente naturale con il paesaggio culturale è sicuramente la città. Lo studio antropologico della città è, però, un obiettivo recente per le scienze demo-etno-antropologiche che, tradizionalmente, si sono cimentate nello studio delle comunità di villaggio di interesse etnologico. La città tardo-moderna a carattere metropolitano è, certamente, l'espressione più estrema della complessità sociale e costituisce affermazione esasperata del primato dell'artificiale che si estende al *cyber-space* ed a tutte le manifestazioni del virtuale derivate dalle *fictions* mediatiche. La città metropolitana neutralizza, nei suoi abitanti, molte possibilità di "incorporazione" psico-culturale dello spazio (*dis-embedding*). «L'universalizzazione della cultura, il diffondersi dei simboli comuni, il progresso tecnologico e il sempre più agevole trasporto a grande distanza – aggiunge Gregotti – rende oggi, nel nostro modello di cultura, gli uomini indubbiamente più indifferenti all'ambiente urbano e territoriale di origine o quanto meno affievolisce il rapporto tra ambiente fisico e cultura dei gruppi sociali». (V. Gregotti: 1988, p. 68)

La città metropolitana disegna tanti micro-paesaggi all'interno dei propri contesti *underground* per la cui difesa, soprattutto nei variegati mondi giovanili, vengono prodotti e riprodotti nuovi marcatori identitari. L'arcipelago delle sub-culture va spesso alla ricerca, nevroticamente, di "universi di riconoscimento" che si identificano con molti paesaggi della notte. Il paesaggio della metropoli è sempre più il regno della "atopia", del *nonluogo*, declinato secondo l'efficace metafora dell'antropologo Augé. L'architettura, l'urbanistica, la pianificazione del territorio parlano molto di spazi e poco di luoghi. Scrive Marc Augé:

«Lo spazio del *nonluogo* non crea né identità singola, né relazione, ma solitudine e similitudine. [...] Nella realtà concreta del mondo d'oggi, i luoghi e gli spazi, i luoghi e i nonluoghi si incastrano, si compenetrano reciprocamente. La possibilità del nonluogo non è mai assente da qualsiasi luogo; il ritorno al luogo è il rimedio cui ricorre il frequentatore di nonluoghi (che sogna, per esempio, una seconda casa radicata nel più profondo del territorio)». (M. Augé: 1993, pp. 95, 97, 98)

Ma che cos'è un *nonluogo*? Ecco di seguito la risposta di Augé: «[...] i nonluoghi sono sia le infrastrutture per il trasporto veloce (autostrade, stazioni, aeroporti), sia i mezzi stessi di trasporto (automobili, treni, aerei). Sono nonluoghi i supermercati e le grandi catene alberghiere con le loro camere intercambiabili, ma anche i campi profughi dove sono parcheggiati a tempo indeterminato i rifugiati da guerre e miserie. Il nonluogo è il contrario di una dimora, di una residenza, di un luogo nel senso comune del termine. E al suo anonimato, paradossalmente, si accede solo fornendo una prova della propria identità: passaporto, carta di credito [...]». (M. Augé: 1993, p. 114)

Mondo naturale, mondi sociali, mondi individuali: tappe di un percorso che ci conduce dalle arcaiche società dominate dal determinismo ambientale – dove tutto dipende dalla natura – alle società storiche in cui la natura viene governata dall'uomo e trasformata in paesaggio culturale. Si perviene, così, all'egemonia totalitaria dell'artificiale tecnocratico, peculiare delle società altamente complesse, cui fa da contrappunto un'elevata precarietà. Ad essa si accompagna il trionfo dell'individualismo e dell'isolamento di massa delle "folle solitarie". Anche gli equilibri generati dall'intreccio fra natura e cultura si sfaldano e ci si perde in assenza di segni riconoscibili. La natura, non più governata da una cultura consapevole della necessità di un bilanciamento omeostatico, attua forme di vendetta. È quella *nemesis* che gli uomini delle società pre-moderne temevano e si sforzavano di propiziare ritualmente rigenerando, in forma ciclica, i rassicuranti paesaggi familiari. Che rapporto si può intravedere, allora, tra ambiente e paesaggio? Ciò che definiamo abitualmente "paesaggio naturale" in realtà è una forzatura semantica, un ossimoro. Il paesaggio è la risultante di un processo di elaborazione culturale, è il territorio che si fa "paese" attraverso l'incontro della tecnica con la natura per mezzo del lavoro dell'uomo. Spazio naturale e spazio socializzato si incontrano nel paesaggio culturale, l'unico possibile dove c'è la presenza dell'uomo. Si parla talvolta di spazi incontaminati. Si invoca la *wilderness*, quasi in senso apotropaico, per allontanare gli effetti perniciosi dell'intervento irresponsabile del-

l'uomo tecnologico sulla natura. Che tipo di paesaggio e di ambiente andiamo cercando? Forse un "tipo ideale" primigenio che appartiene alla dimensione del sogno.

Ogni cambiamento socioeconomico ha prodotto modificazioni al paesaggio tali da rendere irriconoscibili gli orizzonti della natura primordiale. Il paesaggio è, infatti, la cornice della dimora, lo sfondo di una riconoscibile *Heimat* i cui segni e simboli riflettono l'esperienza vissuta. Ma oggi ci troviamo al cospetto di spazi sempre più ampi e sempre più immateriali e virtuali. I nuovi paesaggi inglobano identità planetarie.

La *Heimat*, partendo da orizzonti circoscritti, si dilata in una cosmopolita *Terre Patrie*, nel senso conferito a tale espressione dal sociologo francese Edgar Morin. A queste ineluttabili aperture di orizzonti fanno da contro altare inusitati particolarismi mossi dal tentativo di controbilanciare le conseguenze spersonalizzanti della mondializzazione. Molti dei localismi che stanno sorgendo in questa nostra "società dell'incertezza" – e che si manifestano sotto forma di etnicismi, etnonazionalismi, integralismi della purezza ("invenzione della tradizione", miti fondativi) – sono, a loro volta, effetto compensativo di un'angoscia di annullamento, di una demartiniana "crisi della presenza", di una paura di perdersi e di non esserci più. Le identità tradizionali sono divorate dall'accelerazione dei cambiamenti sociali (A. Salsa: 2006) e ciò favorisce pericolosi irrigidimenti, voglie di arrestare il tempo che tritura tutto: civiltà, individui, paesaggi consolidati e rassicuranti.

I processi di decostruzione simbolica avviati dalle società industriali hanno riguardato anche il paesaggio culturale. I tempi delle lunghe durate sono finiti sotto la spinta dell'accelerazione della storia, che poggia su di un paradigma di tipo lineare e progressivo. La visione ciclica della storia costituiva invece, per le culture e le società tradizionali, una rete di protezione simbolica, un appiglio ed un antidoto contro l'insicurezza.

I nuovi paesaggi limitano progressivamente i rimandi simbolici riducendosi a reticoli astratti di linee, a segni desimbolizzati dentro uno spazio misurabile di tipo cartesiano. Si "sente" sempre di meno il territorio la cui sintassi interpretativa richiederebbe una coraggiosa ri-alfabetizzazione. Si rischia la perdita del codice di orientamento, la rela-

zione empatica con gli oggetti che abitano il paesaggio. Il paesaggio sedimenta, infatti, i vissuti dell'uomo sociale attraverso il tempo. La loro decifrazione richiede, però, il recupero della memoria storica: non tanto all'insegna di una retorica passatista, quanto allo scopo di riattivare relazioni di significati e direzioni di senso in vista della chiarificazione del presente e della progettazione del futuro. Siamo diventati orfani della dimensione simbolica perché assorbiti dalla foresta dei "segni" che veicolano significati ad una sola dimensione. Siamo continuamente alla ricerca di sicurezze e di appigli certi, pur nella consapevolezza che essi non esistono se non sono alimentati da noi stessi. Abbiamo, perciò, un grande bisogno di paesaggio attraverso cui riappropriarci del mondo per superare le paure ansiogene. L'interesse crescente verso l'ecologia si inquadra entro questa sfera di bisogni volti a superare la contrapposizione schizoide fra ambiente e paesaggio, fra natura e cultura. Una contrapposizione che, spesso, trascina con sé codici culturali in conflitto, oltre a precisi interessi materiali. Si pensi al ricorrente antagonismo fra ambientalisti e popolazioni locali in relazione alla pianificazione delle aree protette. Un conflitto ideologico (e quindi culturale) che si produce fra portatori di culture difficilmente compatibili: culture urbane versus culture rurali fra loro lontane, punti di vista generali e particolari, esigenze di conservazione e di sviluppo. Forse ci si dimentica, da ambo le parti, che i termini *ecologico* ed *economico* derivano dalla stessa radice oikos, nel comune riferimento alla nozione di casa, di ambiente socializzato, di "paesaggio culturale".

Annibale Salsa ha insegnato Antropologia filosofica e Antropologia culturale presso l'Università di Genova. Ha condotto studi/ricerche su tematiche relative alla genesi/trasformazione delle identità delle popolazioni delle Alpi, soprattutto in rapporto alle problematiche dello spaesamento e relativi risvolti psico-antropologici e/o etno-psichiatrici. Si occupa di temi e problemi attinenti l'Antropologia del turismo montano, con particolare riguardo alle Alpi. Ha ricoperto, fino al 2010, la carica di Presidente Generale del Club Alpino Italiano (CAI).

Bibliografia essenziale:

- Augé, M., *Nonluoghi*.
- *Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Milano, Elèuthera, 1993.
- Gregotti, V., *Il territorio dell'architettura*, Milano, Feltrinelli, 1966.
- Merleau-Ponty, M., *Fenomenologia della percezione*, Milano, Il Saggiatore, 1988.
- Salsa, A., *L'emergenza del nuovo nella percezione dello spazio*, in «Abacus», n. 26, 1992.
- Salsa, A., *Il tramonto delle identità tradizionali. Spaesamento e disagio esistenziale nelle Alpi*, Scarmagno, Priuli&Verlucchi, 2006.

Text von Thomas Tschöll

„Urlaub in der Landschaft“

Ansätze für ein minimales Hotelkonzept



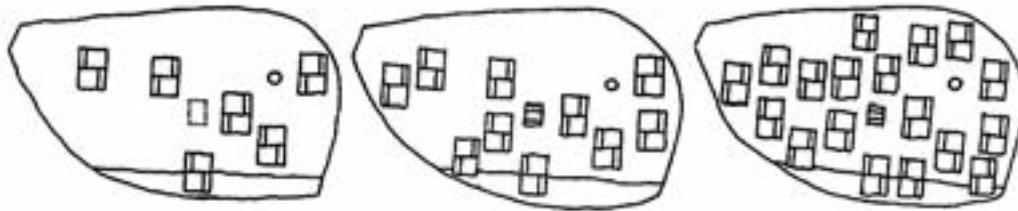
Das Tourismusangebot heutzutage ist vielfältiger denn je. Die Wünsche der Touristen werden zunehmend individueller und spezifischer. Nicht nur für das „Wo man seinen Urlaub verbringt“, sondern auch für das „Wie man ihn verbringt“ steht eine große Bandbreite an unterschiedlichsten Möglichkeiten zur Auswahl. Damit lässt sich auch die zunehmende Typenvielfalt im Hotelbau deuten. Doch so unterschiedlich die einzelnen Typen von Hotels sind, die sich im Laufe der Zeit entwickelten und etablierten, verfolgen dennoch alle ein gemeinsames Ziel: sie wollen dem Gast einen möglichst eindrucksvollen Aufenthalt bieten, in ihm jene Sensationen und Emotionen wecken, die er während seines Urlaubes sucht und zu finden hofft. Individualität und Authentizität gewinnen vermehrt an Bedeutung. Dies betrifft nicht nur die Urlaubsregion, sondern auch das äußere und innere Erscheinungsbild der Gebäude, in denen er untergebracht ist. „Für den Gast wird der Aufenthalt im Hotel zu mehr als zur reinen Notwendigkeit – zunehmend gar zum Ziel der Reise an sich“¹, bringt es Christian

Schittich im Editorial der Zeitschrift *Detail*, Ausgabe „Konzept-Hotels“, auf den Punkt. Um den unterschiedlichen Wünschen der diversen Urlauberkategorien gerecht zu werden, um offene Nischen zu besetzen oder auf Grund besonderer Rahmenbedingungen, sind in den letzten Jahren einige interessante Hotelprojekte entstanden. Diese versuchen Alternativen zu den gängigen Trends im Hotelleriewesen zu bieten. Für den Gast möglichst eindrucksvolle Hotelbauten mit einer wirtschaftlich rentablen Zahl an Gästezimmern und einem facettenreichen Angebot an Spa-, Sport-, Freizeit- und Unterhaltungsfunktionen bereit zu stellen, ist nicht das vordergründige Ziel dieser Projekte. Die Qualitäten dieser Anlagen liegen häufig in ihrer Zurückhaltung, im Herausarbeiten einzelner wesentlicher Merkmale oder im Generieren neuer, nachhaltiger Inhalte. Einen nennenswerten Ansatz stellen hier jene Hotelstrukturen dar, welche das erforderliche Raumprogramm nicht in einem einzelnen oder einigen wenigen Baukörpern zusammenzufassen versuchen, sondern die

¹ Christian Schittich: Editorial. In *Detail*. Zeitschrift für Architektur und Baudetail „Konzept-Hotels“, 2007, Heft 3, S. 139

Gäste- und Servicefunktionen in Form von Kleinststrukturen ausbilden. Dieses Lösen ermöglicht eine freie Positionierung der Einzelkörper am Grundstück und setzt diese nicht nur zur Umgebung, sondern auch untereinander in Beziehung. Dabei wird die Präsenz von Masse zugunsten einer kleinmaßstäblichen Aufgelockertheit eingetauscht. Die Wurzeln derartiger Strukturen sind demnach weniger dem Hotelbau an sich entlehnt, sondern verweisen mehr auf Unterkünfte, denen eine lose Anordnung und ein bestimmtes Maß an Ungezwungenheit innewohnt, wie Zelten, Caravan- oder Bungalowgruppierungen. Durch die Kleingliedrigkeit ihrer Strukturen, welche ein leichtes Errichten und Demontieren suggeriert, tragen sie auch Züge des Temporären oder einer zeitlich

liche Rolle. Für den Gast sollte von jedem Punkt der Anlage, vor allem aber von seinem Zimmer aus, ein möglichst freier Blick in die ihn umgebende Landschaft möglich sein. Andere Einheiten oder infrastrukturelle Einrichtungen sollten dieses Blickfeld nicht oder möglichst nur geringfügig einschränken. Denn je vollständiger dieses Bild zutage tritt, umso eindeutiger sind für den Gast Ortsverbundenheit und Ruhe spürbar, welche jenen Reiz darstellt, den diese Art von Hotelanlagen zu vermitteln imstande sind. In ähnlichem Maße verhält es sich mit der Bebauungsdichte. Je aufgelockerter und weitläufiger sich der Raum zwischen den einzelnen Baukörpern erstreckt, umso vollkommener ist das Gefühl, sich ungehindert in einer möglichst intakten Umge-



begrenzten Existenz in sich. Dies wiederum verstärkt die Wechselbeziehung zwischen den einzelnen Bauten, dem Grundstück und der Umgebung. Die Landschaft scheint nicht unwiederbringlich okkupiert zu sein, sondern nur vorübergehend in Anspruch genommen. Landschaft und Topografie bilden so nicht nur eine Kulisse, die aus dem Inneren eines Hotelbaukörpers heraus betrachtet und wahrgenommen werden kann, sondern werden Teil der Hotelanlage, deren Erkunden und Durchschreiten notwendig wird, um die verschiedenen zur Verfügung stehenden Angebote und Funktionen erreichen und nutzen zu können. Die Qualitäten des Grundstücks sowie jene der umliegenden Landschaft werden neben der Innenausstattung zu einem eindeutigen Merkmal der Hotelanlage. Entscheidend sind auch noch andere Faktoren, welche die Exklusivität dieser Hotels kennzeichnen. Neben dem Ausstattungsstandard der einzelnen Gästeeinheiten spielen Themen wie Positionierung und Orientierung der einzelnen Baukörper zueinander und die am Grundstück vorhandene Baudichte eine wesent-

liche Rolle. Ist die Anzahl der Gebäude auf dem Grundstück zu hoch, so wird aus einem Gefühl der Weite unerwünschte Nähe. Dadurch verliert die Anlage an Qualität, und Erinnerungen an Strukturen des Massentourismus werden wach. Aus diesem Betrachtungswinkel heraus wird deutlich, dass die maximale Größe dieser Anlagen aus konzeptionellen Gründen beschränkt ist. Je größer die Zahl der Einheiten, umso ausgedehnter muss das zur Verfügung stehende Grundstück sein und umso länger werden auch die internen Wege, welche der Gast zum Erschließen zurücklegen muss. Mit zunehmender Ausdehnung sinkt somit auch der Grad an Exklusivität und Individualität. Zudem droht mit steigender Größe die Vielfalt an räumlichen Situationen das Grundkonzept stark zu verklären, sodass ein durchgängiger Hotelcharakter schwer auszumachen ist und die interne Orientierung für den Gast schwierig wird. Demzufolge liegt das Ideal dieser Hotels weniger im Siedlungscharakter als vielmehr im autonomen Einraum inmitten einer prägenden Landschaft.

Von links nach rechts:
 - Zelt in der Landschaft,
 Foto: George Kavanagh;
 - Judd, "15 Untitled Works,
 in Concrete", 1980–1984,
 Marfa, Texas, Foto: Nicolas
 Norero;
 - Japan, Bezug Innenraum–
 Außenraum, Foto: Thomas
 Tschöll;
 - Bezug Grundstück–Dichte
 (Njiric+Njiric, „Atom Heart
 Mother“, 1996), Skizze:
 Njiric + Njiric Arhitekti;
 - verstreute Nutzbauten in
 der alpinen Landschaft,
 Foto: Lucia Degonda,
 Zürich und Sumvitg. Aus:
 Bettina Schorhauser(Hg.):
 Cul zuffel e l'aura dado,
 Gion A. Caminada. Luzern
 2005, S. 13

Zusammengestellt von Thomas Tschöll

JSA
Jensen & Skodvin
Arkitektkontor as

Juvet Landscape Hotel

Das „Juvet Landscape Hotel“ befindet sich in Valldal, nahe des Ortes Åndalsnes, im Nordwesten Norwegens. Ein spektakulärer Wasserfall und eine tiefe Felsschlucht geben dem Gebiet einen rauen und ursprünglichen Charakter und eröffnen den Passanten auf der Gudbrandsjuvet-Straße eindrucksvolle Ausblicksmöglichkeiten in die weitläufige Landschaft. Der Bauherr Knut Slinning, ein ortsansässiger Bauträger, erwarb das Grundstück, welches sich entlang des Flusses erstreckt, mitsamt der darauf befindlichen Farm. Er beauftragte die Architekten Jensen und Skodvin, eine Studie für ein Landschaftshotelprojekt zu entwickeln. Ein solches Projekt hatten diese ihm bereits zwei Jahre zuvor für ein anderes Grundstück präsentiert. Die Leitidee des Projektes bestand in der Absicht, den Landschaftsraum mittels minimalistischer Eingriffe zu besetzen, da aus baurechtlichen und konservatorischen Gründen eine markantere Intervention nicht möglich gewesen wäre. Anstelle eines herkömmlichen Hotelkomplexes, welcher in einem einzigen Baukörper das gesamte Raumprogramm beherbergt, verteilt das „Juvet Landscape Hotel“ die nötigen Räume mittels kleiner, individueller Einheiten lose auf dem Grundstück, deren Position von einem vorgegebenen Gesamtkonzept genau festgelegt wurde. Ziel bei der Gestaltung der Gästezimmer war es, Räume zu schaffen, in denen die Landschaft möglichst direkt wahrgenommen werden kann. Die herkömmlichen, raum-

begrenzenden Wandelemente sollten soweit aufgelöst werden, dass im Gast der Eindruck geweckt wird, nicht auf die Landschaft zu blicken, sondern sich darin zu befinden, ohne dabei das Gefühl der Privatsphäre und Geborgenheit zu verlieren. Jedes Zimmer besitzt ein oder zwei verglaste Wandelemente, um die Präsenz der Landschaft zu maximieren. Mittels einer ausgeklügelten Orientierung erhält so jede Einheit ihren eigenen, exklusiven Ausblick in den differenzierten Landschaftsraum. Dem Betrachter bietet sich so eine sich permanent wandelnde Kulisse, abhängig vom Wetter, der Tages- oder Jahreszeit. Kein Raum blickt auf einen anderen und kann so als Privatraum wahrgenommen werden, ohne dass trennende Elemente oder Zäune nötig werden. Von den 28 rechtlich möglichen Einheiten wurden bisher sieben Einheiten realisiert. Zusätzlich zu den differenzierten Ausblicken, welche jede Einheit besitzt, wurde auch die Geometrie jeder Einheit an die topografischen und vegetativen Rahmenbedingungen angepasst. Zudem wurden die Baukörper so in der Landschaft platziert, dass eine Veränderung der bestehenden Topografie nicht nötig war. Dadurch stellen die unterschiedlichen Gebäudetypen einen Dialog zum landschaftlichen Kontext her und heben die markanten Merkmale des Grundstückes hervor. Dieser Dialog wird durch die Abhebung der Boxen vom Landschaftsniveau zusätzlich intensiviert. Jedes Gebäude wurde mittels mehrerer 40 mm

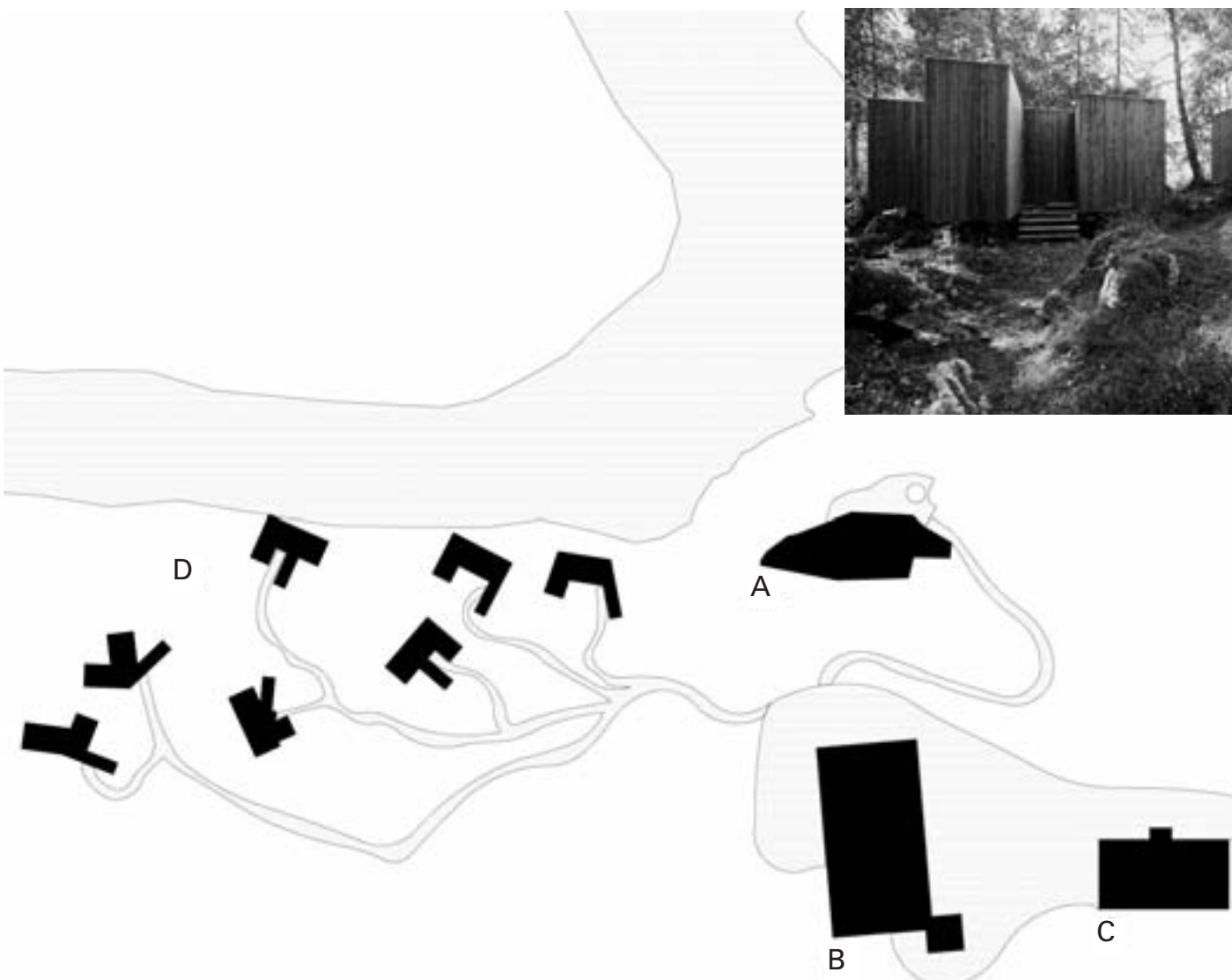


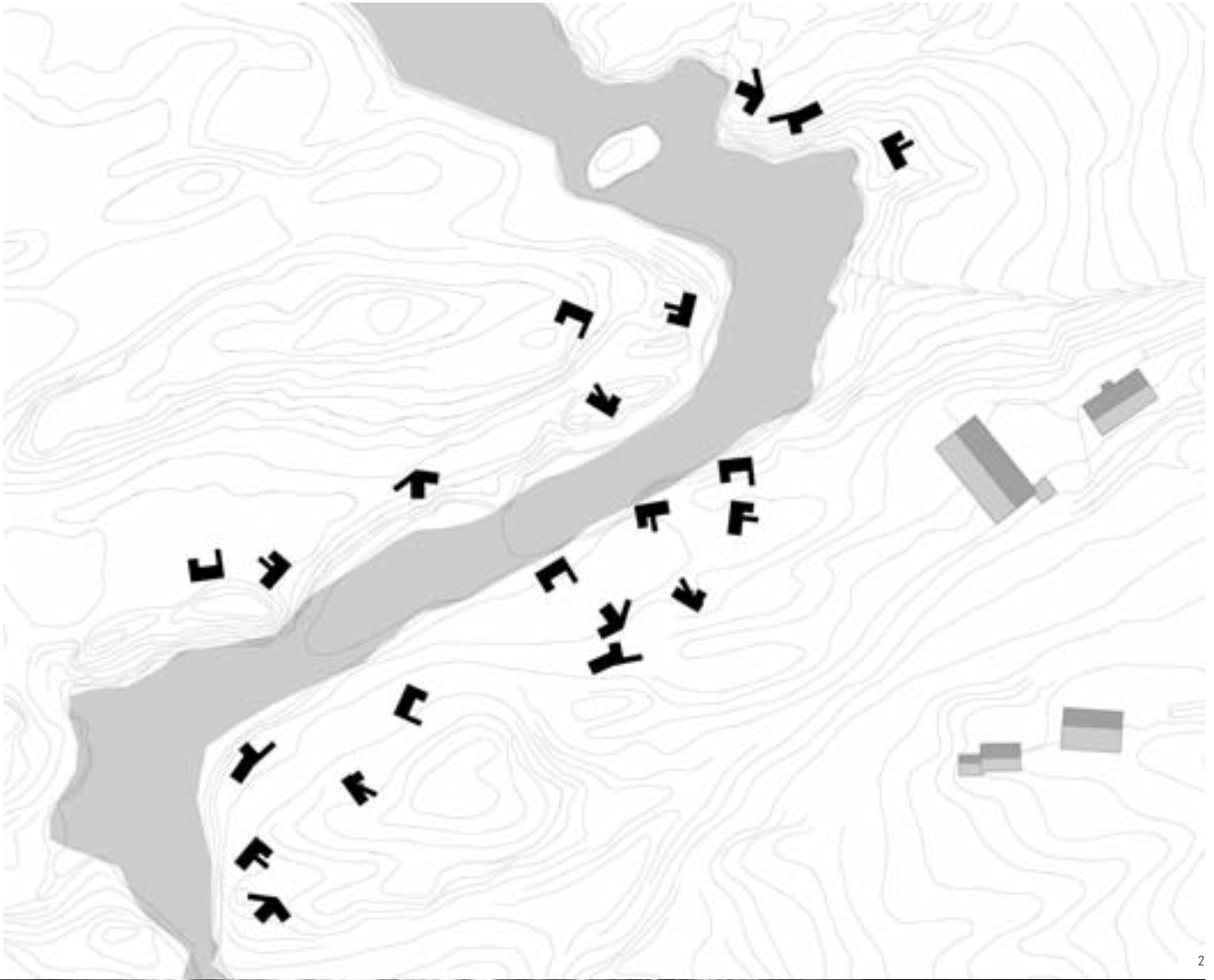


- Lage**
- Burtigard, Gudbrands-juvet, (Norwegen)
- Bauherr**
- Knut Slinning
- Architektur**
- JSA (Jensen & Skodvin Arkitektkontor as)
- Team**
- Jan Olav Jensen (pl), Børre Skodvin, Torunn Golberg, Helge Lunder, Torstein Koch, Thomas Knigge
- Statik**
- Siv. Ing. Finn Erik Nilsen
- Landschaftsarchitektur**
- JSA (Jensen & Skodvin Arkitektkontor as)
- Planungszeitraum**
- 2004–2009
- Ausdehnung**
- 800 m²
- Baukosten**
- 1 Million Euro
- 1 Zugangswegeführung**
- A Sauna
- B Rezeption, Frühstücksservice (ehemalige Scheune)
- C Wohnhaus
- D Landscape Hotel

starker Stahlrohre, welche im bestehenden Untergrundgestein verankert sind, aufgeständert, um so die bestehende Topografie weitestgehend unangetastet zu lassen. Dieser Respekt für die vorgefundene Landschaft stellt für die Architekten eine Reaktion auf die gegenwärtige Diskussion über die Nachhaltigkeit in der Architektur dar. Diese Thematik kann demnach nicht nur auf die Reduzierung der zur Herstellung und Verarbeitung von Baumaterialien verbrauchten Energie beschränkt werden. Eine wesentliche Rolle spielt auch der Energieaufwand, der zur Adaptierung und infrastrukturellen Erschließung des Grundstückes notwendig ist. Die Boxen bestehen aus Massivholzelementen in Fichte (85 mm Wandstärke, 120 mm Decken- und Bodenplatte). Die Tragstruktur bildet im Innenraum gleichzeitig die Sichtoberfläche, während die Fassade mit Lamellen aus Kiefernholz verkleidet ist. Um den natürlichen Alterungsprozess zu umgehen, wurden die Lamellen mit einer Lasur aus

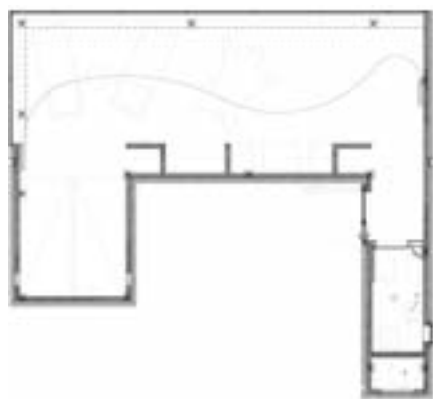
Eisensulfat behandelt. Das Vergrauen der Holzoberfläche wird dadurch beschleunigt, sodass die Lamellen in wenigen Monaten ihren typischen Patina-Effekt erhalten. Die Räume wurden ohne Wärmedämmung ausgeführt und sind ausschließlich für eine Nutzung im Sommer ausgelegt. Die Glaswände sind mit schlanken Holzrahmen gefasst und zusätzlich mit dünnen Stahlprofilen ausgesteift. In den Eckbereichen sind die Scheiben mit einem Stufenfalz gestoßen, um eine maximale Transparenz und Durchgängigkeit der Glasflächen zu erzielen. In den Innenräumen wurden die Holzoberflächen mit einem schwarz pigmentierten Öl behandelt, um die entstehenden Reflexionen auf der Glasinnenseite zu minimieren. Auch die Einbaumöbel der Zimmer bestehen aus Massivholz und wurden mit demselben Öl behandelt. Der Innenraum tritt so in den Hintergrund und macht die Landschaft zum wesentlichen Element des Raumes.



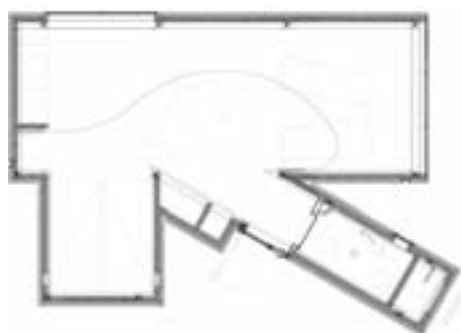


2

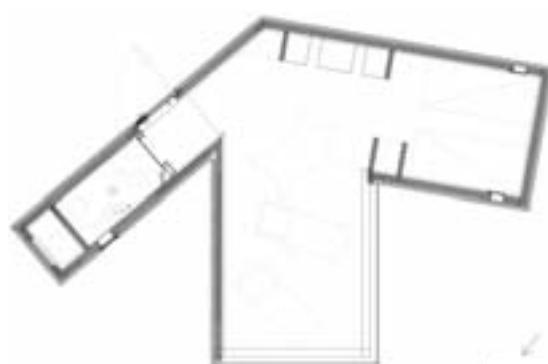




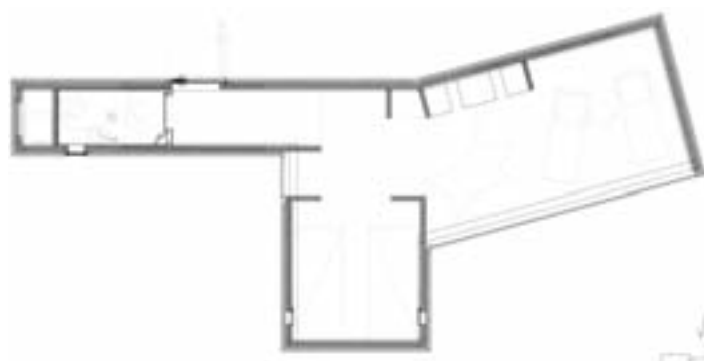
3-4

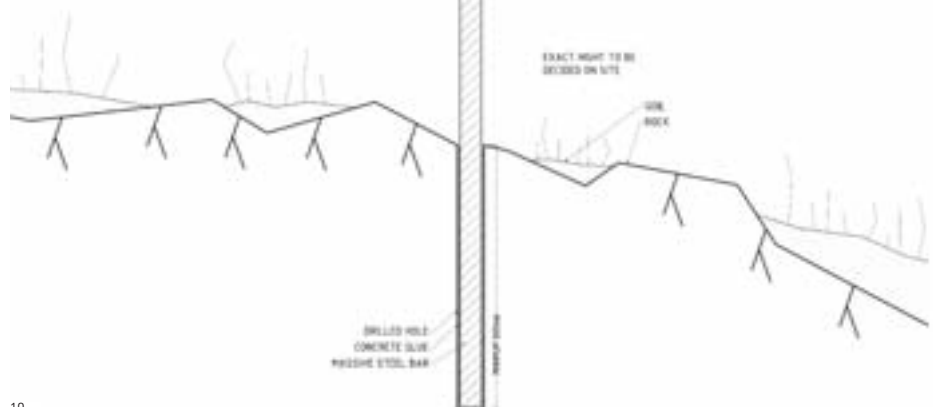
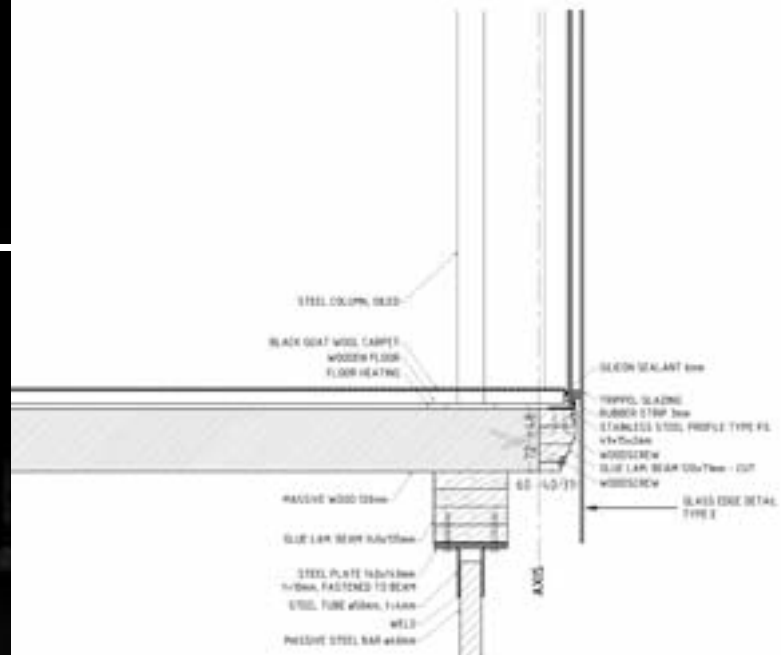
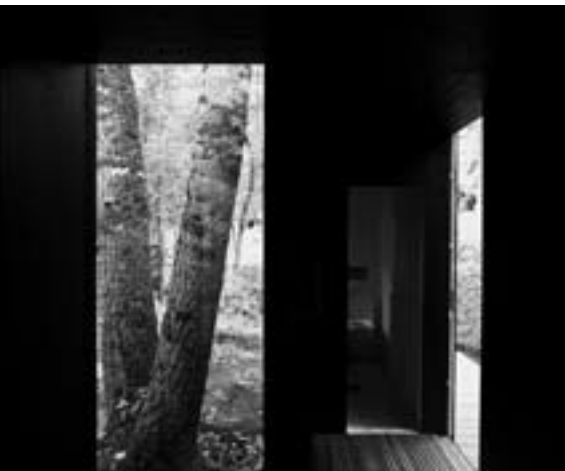
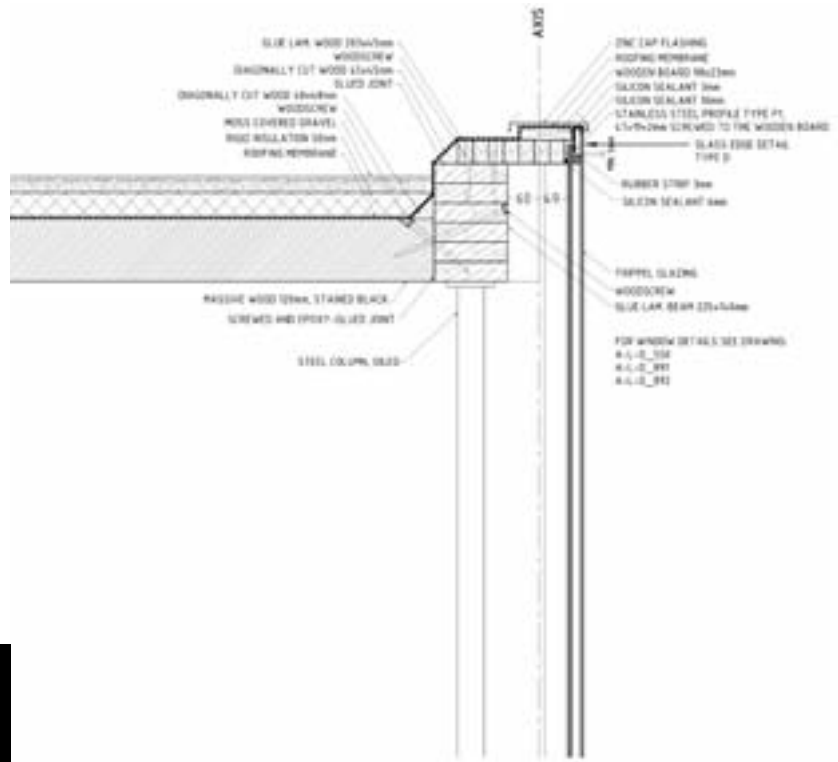


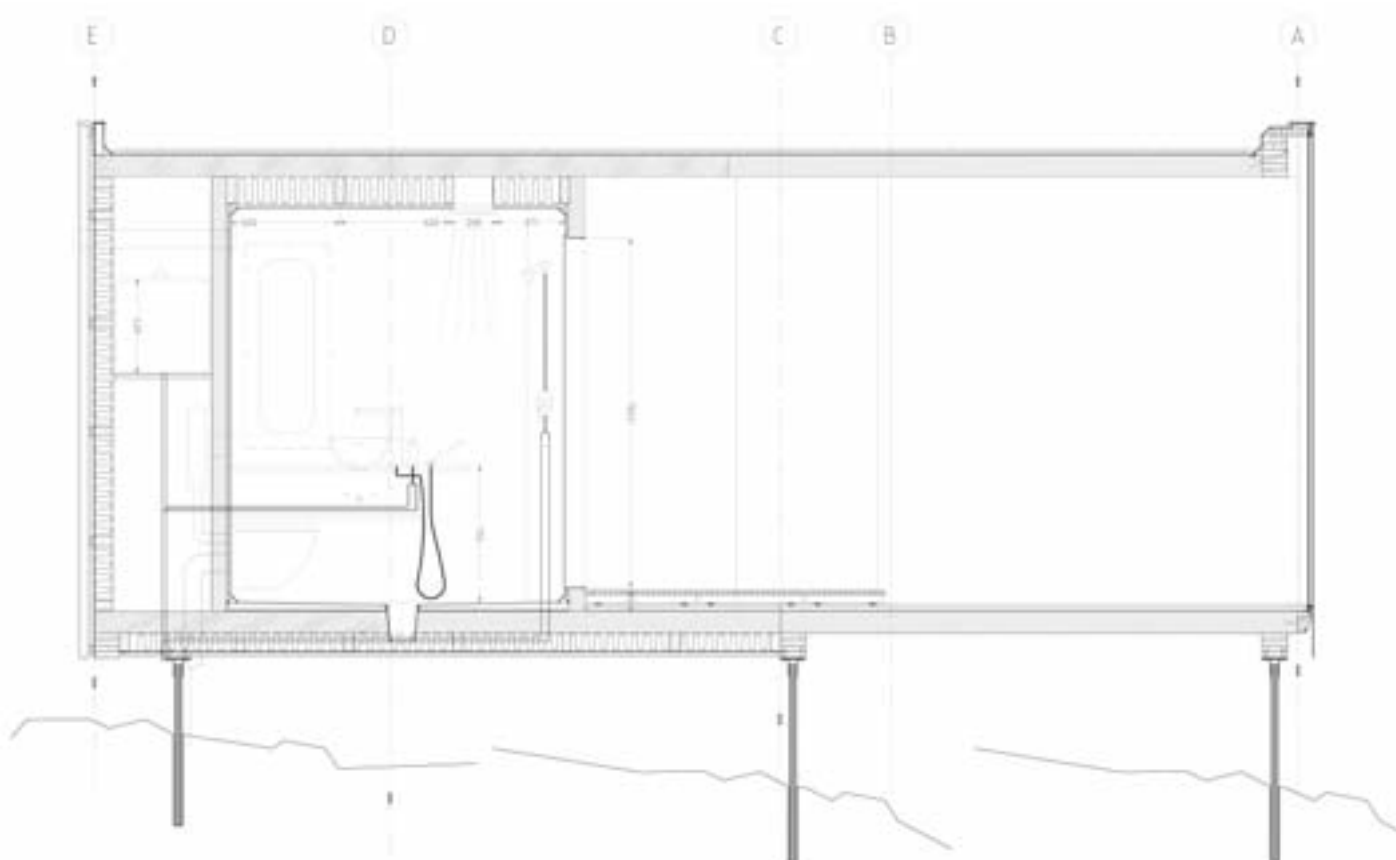
5-6



7-8







Text von Claudia Barcheri, zusammengestellt von Barbara Breda

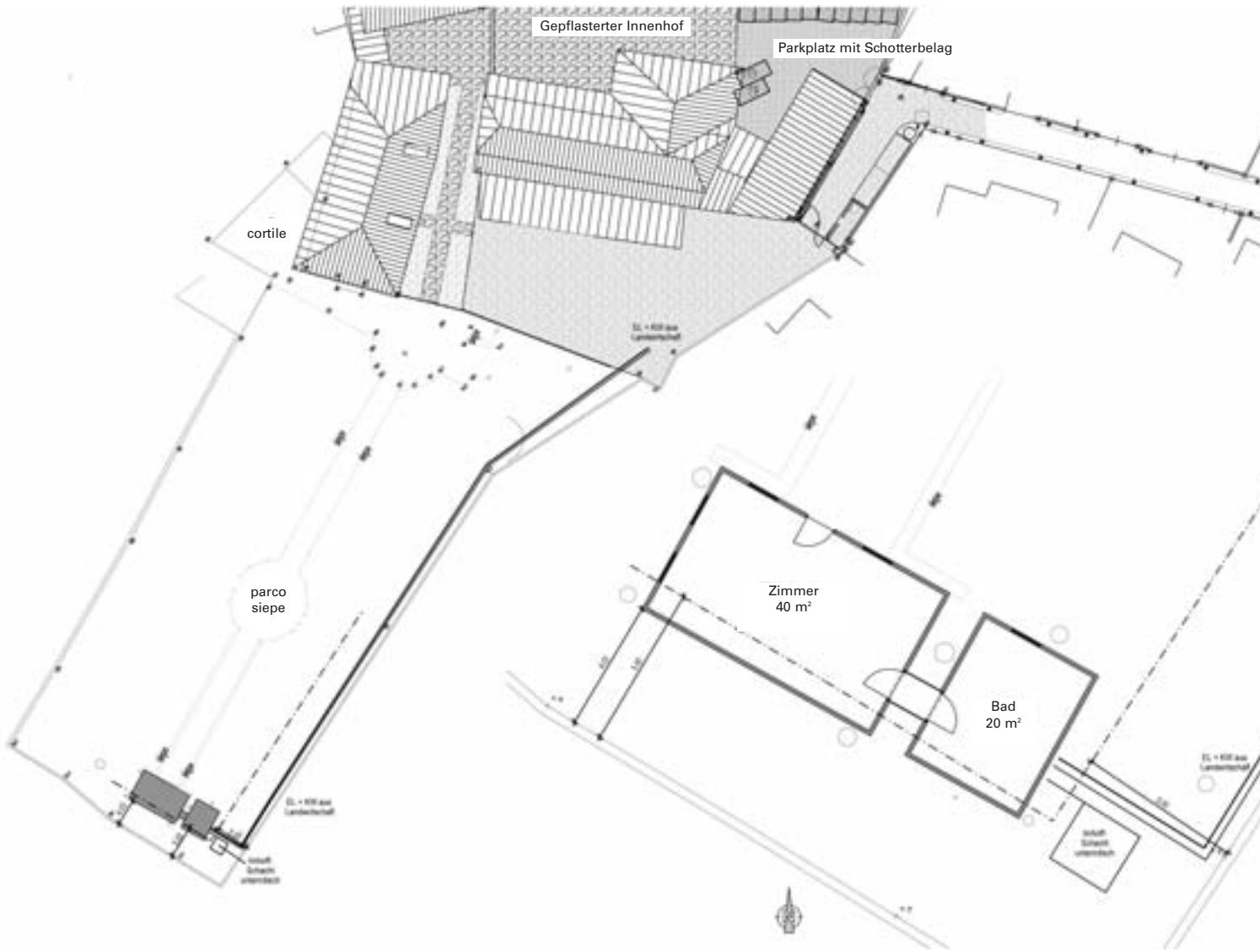
Wettbewerb

100 Jahre Parkhotel Laurin

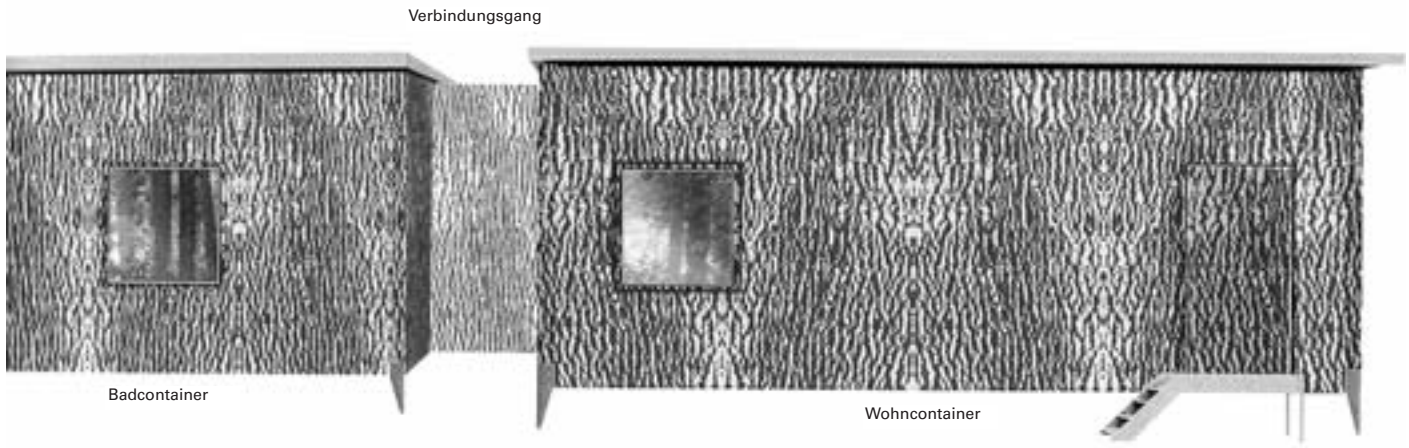
Zum 100. Geburtstag des Parkhotels Laurin wurde im Weingut Alois Lageder in Margreid ein Container der Firma Niederstätter aufgestellt, der zur Luxussuite umgestaltet wurde. Die Außengestaltung der Suite sollte von einem Künstler vorgenommen werden; dazu wurde im Herbst 2009 ein Wettbewerb ausgeschrieben. Vier junge Künstler aus Südtirol waren eingeladen, einen Projektvorschlag einzureichen. Vorgabe dabei war, dass die Gestaltung dauerhaft sein sollte, um nach dem Abbau der Suite in die Sammlung von Kunst-Containern der Firma Niederstätter eingehen zu können. Zweitens sollte sich der Container möglichst harmonisch in die Umgebung einbetten. Dazu wurden wenig später die Künstler zu einer Besichtigung des Gartens eingeladen, um sich ein Bild vom Standort des Containers zu machen. Wenige Wochen später wurde mein Vorschlag als Siegerprojekt ausgewählt und sollte bis zur Eröffnung der Suite Anfang April realisiert werden. Bereits bei der Besichtigung des Standortes hatte ich spontan die Idee, die Struktur einer Baumrinde als Verweis auf die Parkbäume herauszugreifen und damit den Container grafisch zu gestalten. Im weiteren Verlauf habe ich durch Frottage* die Struktur einer Baumrinde auf dünnes Japanpapier übertragen. Dieses Material habe ich mit hoher Auflösung eingescannt und schließlich die Textur mit einem Bildbearbeitungsprogramm zu einem Muster

zusammengefügt. In Zusammenarbeit mit der Firma Riadruk aus Sand in Taufers wurde dieses Muster mittels Digitaldruck auf 1 m breite Bahnen aus Klebefolie aufgedruckt. Noch vor dem Aufbau des Containers in Margreid wurden die Außenpaneele des Containers direkt in der Firma beklebt. Letzte Feinarbeiten, wie das Bekleben der Tür- und Fensterrahmen und des gläsernen Verbindungsganges fanden nach Aufstellung des Containers vor Ort statt. Bei der Klebefolie handelt es sich um Transparentfolie, da auf den nicht bedruckten Stellen die ursprüngliche Farbe des Containers sichtbar bleiben sollte um eine optisch leichte Wirkung zu erzielen. Da sich das Muster der Baumrinde an die Umgebung anpassen sollte, habe ich versucht, den Farbton möglichst auf die Natur abzustimmen. Mit dem Muster der Baumrinde einher ging die Idee, den Container mit einer camouflagartigen Struktur zu überziehen, welche den Container mit seiner Umgebung verschmelzen lässt und eine Symbiose zwischen Architektur und Natur andeutet. Diese Struktur trägt auch Aspekte eines Tarnmusters in sich, die den Container für den Gast zu einem Rückzugsort bzw. Versteck und zu einem Schutzraum in ungewohnter Umgebung werden lässt. Weiter sollte das „Baumhaus“, das sich erst beim Betreten als Luxussuite entpuppt, mit Erwartung und Überraschung, Neugier und Abenteueremotionen des Gastes spielen.

* Frottage: Grafische Abbildungstechnik, bei der das Oberflächenrelief eines Gegenstandes durch Abreiben, meist mit Kreide oder Bleistift, auf ein aufgelegtes Papier übertragen wird. Es ermöglicht die detailgenaue Reproduktion und Dokumentation verschiedener Oberflächenstrukturen auf Papier.







Geladener Wettbewerb
für Kunst am Bau

Teilnehmer

Claudia Barcheri
(Siegerprojekt)
Arianna Moroder
Leander Schwazer
Marina Steckholzer

Partner

Niederstätter
E. Innerhofer AG
Keuco
Fidelity

Fotos Corinne L. Rusch



Testo di weber+winterle

“Vacanza nella tradizione”

Le forme dell’ospitalità alpina



Forse nella media dimensione delle strutture turistiche risiede la “vera tradizione” dell’ospitalità alpina, fatta di affitta camere, garnì e alberghi a conduzione familiare, fino a pochi anni fa contraddistinti da una disseminata serie di cartelli “Zimmer Frei!”. È una formula che effettivamente molti turisti ricercano, un’attività ricettiva dove poter avere un contatto diretto e personale con il gestore e quindi un’esperienza più “vera” del luogo visitato. L’immagine di un ambiente caldo e familiare arricchito di torte fatte in casa è forse un’icona eccessivamente romantica, ma è effettivamente l’immagine che molti turisti hanno in mente al momento della scelta di un hotel per la propria vacanza in montagna. In questo contesto anche l’edificio gioca il suo importante ruolo, non a caso le originarie strutture legate alla tradizione costruttiva alpina sono state riprodotte e riproposte in innumerevoli variazioni sempre più ricche di colori e di decori. Verificato che la “casa di Heidi” ha un facile mercato, negli ultimi decenni gli operatori turistici, inseguendo una domanda molto semplice, hanno

investito in strutture che ripropongono lo stereotipo della casa di montagna ma con un eccesso di elementi decorativi che compromettono la buona riuscita dell’operazione ed anzi ne evidenziano l’aspetto artificiale. Nella loro naturale espansione urbana le valli alpine si sono in questo modo arricchite di nuovi castelli, edifici traforati e colorati che corrispondono alla nuova offerta turistica odierna. Rari sono invece i casi in cui il committente ha avuto il coraggio di percorrere una strada diversa, apparentemente più impervia, puntando sulla ricerca di uno stile contemporaneo capace anch’esso di reinterpretare la tradizione ricreando comunque quelle caratteristiche di “Gemütlichkeit”, di calore e benessere che l’ambiente alpino richiede. Il più famoso ed ormai ovvio riferimento locale è il Vigilius Mountain Resort, vicino a Lana, progettato da Matteo Thun, interessante esempio di architettura contemporanea legata all’uso dei materiali locali e ben inserito nel paesaggio. In questo caso però, trattandosi di un progettista famoso ormai diventato un vero e proprio



brand, il nome dell'architetto è stato intelligentemente utilizzato nella comunicazione commerciale dell'Hotel ed ha assicurato la buona riuscita di un'operazione commerciale protetta dall'“effetto Thun”. Più difficile è però la ricerca di buoni esempi di architettura turistica contemporanea, di una media dimensione, diffusi nel territorio. Non è un caso se possiamo notare che nei rari esempi individuati il committente o è molto sensibile ai temi del contemporaneo o addirittura ha un rapporto di amicizia o parentela con l'architetto. In due dei casi che di seguito presentiamo, l'Hotel Azalea a Cavalese ed il Bachgütl a Cermes, gli architetti sono infatti i figli dei proprietari e gestori. Una nuova generazione che ha intrapreso una diversa professione rispetto ai genitori albergatori ritorna nell'attività di famiglia ed unisce le conoscenze funzionali e gestionali apprese in “casa” alle proprie capacità professionali di architetto. È questo forse uno dei modi più efficaci di sensibilizzazione degli operatori turistici all'investimento in strutture dove l'architettura contemporanea diventa un valore aggiunto

alla propria offerta turistica. A Cavalese un Hotel degli anni sessanta viene ristrutturato mantenendo ed evidenziando le caratteristiche stilistiche dell'epoca ed ampliato con un nuovo corpo realizzato completamente in legno. Le due diverse parti si integrano con l'ambiente e fanno onestamente risaltare i diversi periodi di costruzione. A Cermes un “Buschenschank” posto in mezzo ai vigneti sul pendio che domina la valle è composto da un basamento dove è situato il ristorante e da un volume netto e dai caratteri contemporanei dove sono situati gli alloggi. Una linea che parte dal piano terra definisce una struttura che senza discontinuità chiude verticalmente il vano scala aperto e diventa copertura, riportando in questo modo l'edificio ad una sicurezza formale legata alla tradizione del tetto a falde. Anche nel settore turistico è importante rilevare come l'architettura contemporanea, non gridata ma legata in modo coerente al paesaggio alpino, possa rappresentare una risorsa economica e commerciale oltre che culturale per chi si appresta a realizzare una nuova attività.

Zusammengestellt von weber+winterle

ulapiù architekten
 Manuela Demattio
 Olaf Köhler
 Roberto Gigliotti
 Frank Lang

Park Hotel Azalea, Cavalese

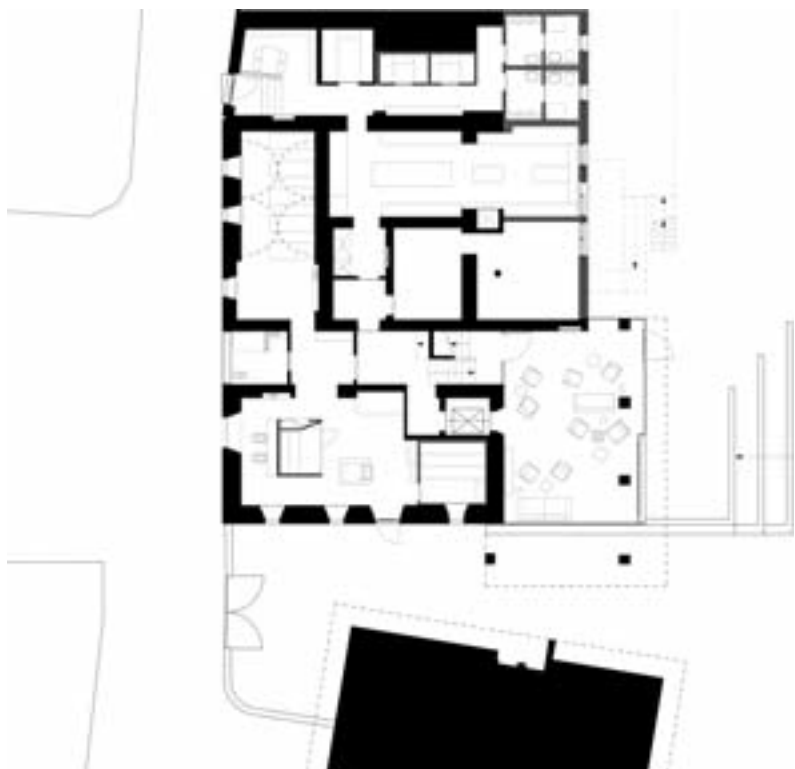
Wenn morgens der Wecker nicht klingelt...
 Direkt unterhalb des historischen Ortskernes von Cavalese, gelegen im Fleimstal am südlichen Rand der Dolomiten, liegt das in dritter Generation familiengeführte Park Hotel Azalea. Nach dem Ende 2008 abgeschlossenen Umbau empfängt den Gast heute ein vollständig saniertes und modernisiertes Haus. Der moderne, aber der ortstypischen Bauweise verpflichtete Anbau in Holzbauweise erweitert das alte Haus auf sanfte und ökologische Weise und ergänzt dieses gleichzeitig auf selbstverständliche Art. Sowohl die Basis des alten Bauernhauses, sein Umbau zur Pension Azalea Anfang des letzten Jahrhunderts, als auch die Erweiterung der Sechziger Jahre wurden als Denkanstoß aufgenommen und von den Architekten im Einklang mit der Familie zu einem neuen modernen und ökologisch nachhaltigen Urlaubsort mit persönlicher Note umgebaut. Die Erweiterung des Hotels wurde vollständig in ökologisch-zertifizierter Massivholzbauweise verwirklicht. Der moderne Anbau mit seiner naturbelassenen Lärchenholzverschalung zitiert die traditionelle Form der ortstypischen Scheunen, den „tabià“. Gelegen am Rande des alten Ortskerns, ist das Hotel gleichzeitig in einen großzügigen Garten mit seinem alten Baumbestand eingebettet, von hier aus kann das umgebende Bergpanorama in aller Ruhe genossen werden. Die Natur dient auch als Inspiration des ökologi-

schen und innovativen Umbaus. Natürliche unbehandelte Materialien, ein nachhaltiges Energiekonzept auf Basis nachwachsender Rohstoffe, Zimmer, die die umgebende Natur zum Bestandteil des Innenraumes machen, immer im Bestreben eines Einklangs mit der Umgebung. So wurde das Haus mit der europäischen Umweltzertifizierung „Eco-Label“ ausgezeichnet. Im Inneren bestimmen natürliche, warme und harmonisch in ihrer Farbigkeit gehaltene Materialien (Eiche, Naturfilze und Schurwolle) sowohl die gemeinschaftlichen Räume, als auch die 34 neu gestalteten Zimmer und Junior Suiten. Große Fenster holen den Garten, eindrucksvolle Aussichten auf die Bergwelt der Latemar- und Lagorai-Gruppe und das ländliche Umland bis tief in die Gästezimmer und Aufenthaltsräume. Ein verglastes türkisches Dampfbad, eine finnische Sauna, ein Kneippbad und ein kaltes Bergwasserbecken, das Ganze mit einem Ruheraum unter dem alten Gewölbe des ehemaligen Stalls, bilden die einfache Saunalandschaft, die mit dem Garten verbunden ist und dort zum Flanieren einlädt. Der elegante Speisesaal mit seinen großen Ganzglasfassaden holt Garten und Natur bis an den Esstisch. Hier kann der Gast lokale Gerichte und Weine genießen. Für das leibliche Wohl wird hier mit möglichst regionalen und teils biologischen Produkten gesorgt. So ist das Haus auch Mitglied im Förderkreis von SlowFood.





1



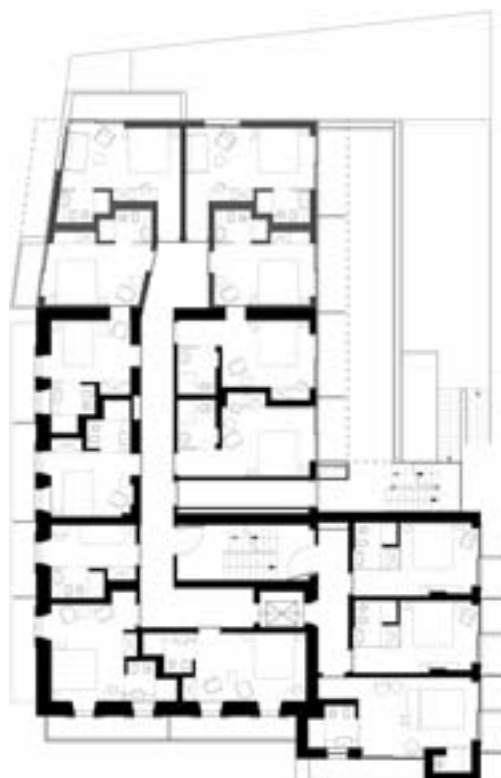
2

- 1 Grundriss Hochparterre
- 2 Grundriss Erdgeschoss
- 3 Ostansicht





- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Bauherr | Baufirma |
| Park Hotel Azalea | Bernard Bau, Montan (BZ) |
| Projekt | Zimmermannsarbeiten |
| Sanierung, Umbau
und Erweiterung | STP, Romeno (TN) |
| Planung | Glasfassade |
| ulapiù_architekten | Wolf-Artec, |
| Manuela Demattio | Natz-Schabs (BZ) |
| Olaf Köhler | Maßmöbel |
| Roberto Gigliotti | Barth Innenausbau, Brixen |
| Frank Lang | Serienmöbel |
| Statik | l'abbate srl, |
| iPlan, Ing. Arnold Mair, | Tavagnacco (UD) |
| Klausen (BZ) | Bauzeit |
| Elektroplanung | 07.-12. 2008 |
| Studio E-Plan | BGF |
| Stefan Roalter, Brixen | 469,00 m ² |
| HKS-Planung | Bauvolumen |
| Thermostudio | 6.100 m ³ |
| Marco Miori, Meran | Vol. urbanistisch |
| Sicherheit | 5.760 m ³ |
| iPlan, Ing. Arnold Mair | Energiestandard |
| | KlimaHaus B |



5



4 Nordansicht
5 Grundriss 1.Obergeschoss

Zusammengestellt von weber+winterle

**bergmeisterwolf
architekten**

Bachgütl – Buschenschank und Ferienwohnungen, Tscherms

Eingebettet in die Rebenlandschaft von Tscherms – ein kleines Dorf südlich von Meran – entsteht ein Buschenschank mit Ferienwohnungen. Ein schwarzes Band aus Stahl beginnt als horizontale Linie und wird zum Dach. Mit dem ersten Knick, der horizontalen Linie in die Vertikale, trennt das Band Wohnen von Arbeiten. Der Buschenschank, in den Hang gesetzt, nutzt die Lage des Hauses und öffnet weite Blicke. Eine ihm vorgelagerte großzügige Terrasse bietet den Besuchern schöne Ausblicke über das Etschtal. Ein ortstypisches Haus tritt in Symbiose mit neuen architektonischen Stilelementen. Das Haus steht nicht in Konkurrenz zu den anderen bestehenden Gebäuden im Hang, sondern nimmt traditionelle Elemente auf und setzt diese zeitgemäß um: ein schlichter, verputzter Kubus mit landschaftsbezogenen Öffnungen und einem „schwebenden Satteldach“ darüber. Die großen Glasflächen wirken als Spiegel und ziehen die Landschaft ins Gebäude: Sie reflektieren die Weinreben. Gleichzeitig orientieren sie sich in ihrer Größe und Positionierung an den jeweiligen Nutzungen der Innenräume. Das Satteldach wird neu interpretiert: Es schwebt über dem kompakten Baukörper, dessen grober Putz und die Farbe Schwarz als Anlehnung an die alten Bauernhäuser der Umgebung gewählt wurden. Es bietet Schutz und ist Zeichen. Auf der Nordseite, der den Weinreben zugewandten Seite, wird das Dach zur schützenden Wand und lässt durch seine

großzügigen Öffnungen schöne Blicke in die Weinberge zu. Modernes Ambiente gepaart mit traditionellen Elementen soll die Brücke spannen zwischen der vielgepriesenen Südtiroler Gemütlichkeit und zeitgenössischen Traditionsansprüchen. Mit einer zurückhaltenden, modernen Inneneinrichtung, gepaart mit schlichten, alten Südtiroler Stilelementen wie der Stube, gelingt es, eine zeitlose, moderne und gleichzeitig gemütliche Atmosphäre zu erzeugen.





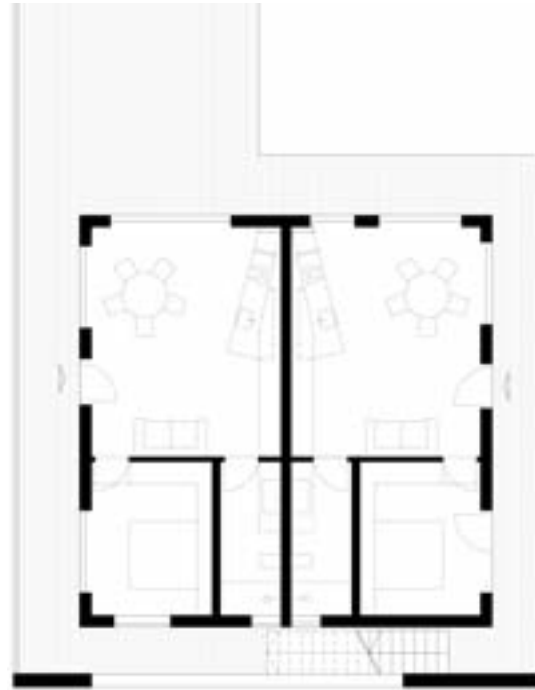




1



2-3



Bauherrin
Erb Wolf Rosmarie

Planung
bergmeisterwolf
architekten

Bauleitung
Michaela Wolf

Statik
Oswald Holzner

Bauunternehmer
Graf und Söhne, Passeier

Fenster
Heiss Fensterbau, Sarntal

Dach und Fassade
Holzbau, Brixen,
Eternit-Werke, Österreich

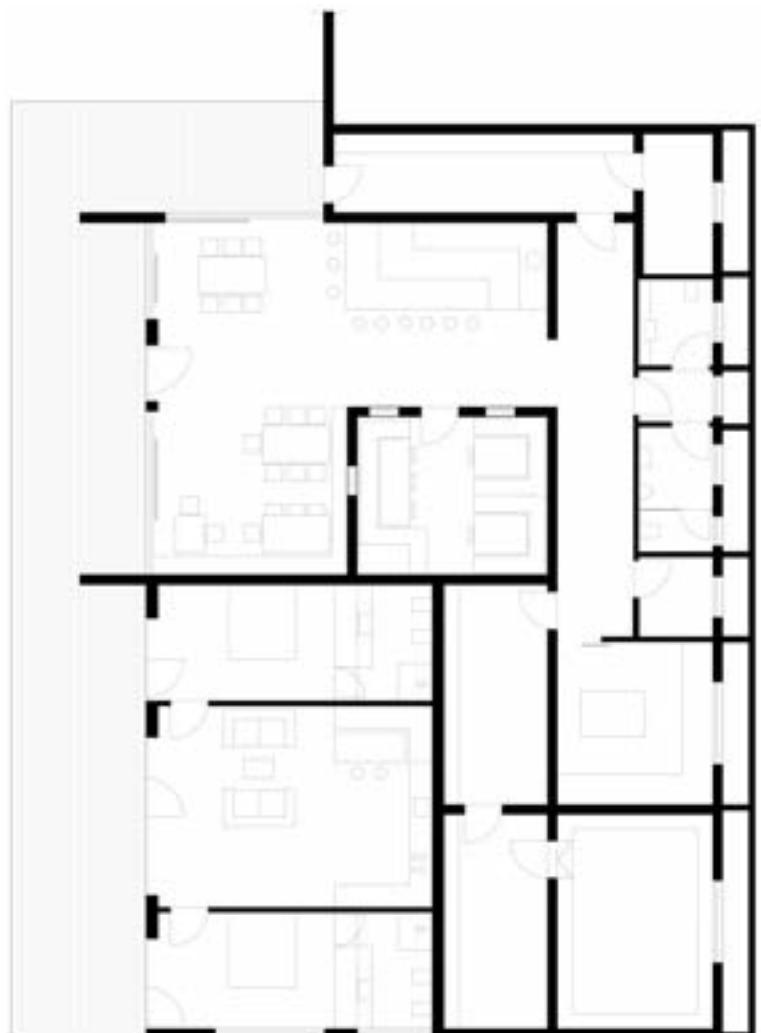
Tischlerei
Konrad Wolf, Tschermes

Licht
Lightsystems, Reischach

Bauzeit
2007-2009

Oberirdische Kubatur
1090 m³

Unterirdische Kubatur
725 m³



4

- 1 Ansicht
- 2 Grundriss 1. Obergeschoss
- 3 Grundriss Erdgeschoss
- 4 Grundriss Untergeschoss

Testo di Alexander Zoeggeler

Plasma Studio

Strata-Raumschiff, un'astronave atterra sulle Dolomiti

In Val Pusteria, in cui troviamo svariati esempi di buona architettura contemporanea, notiamo come purtroppo a livello di edifici legati al turismo la situazione sia ben diversa, nonostante sia una delle maggiori fonti di guadagno per l'intera popolazione. Mentre si riesce a fare attenzione a tutta una serie di servizi e di infrastrutture per il turista, quando si costruiscono alberghi succede un disastro. Esistono, ma sono purtroppo molto rari, gli esempi di buona architettura alberghiera in Alto Adige.

Il più delle volte nascono degli strani fabbricati: simil castelletti, fienili con torrette disordinate e prive di logica, orridi falsi che nulla hanno a che spartire con la Val Pusteria.

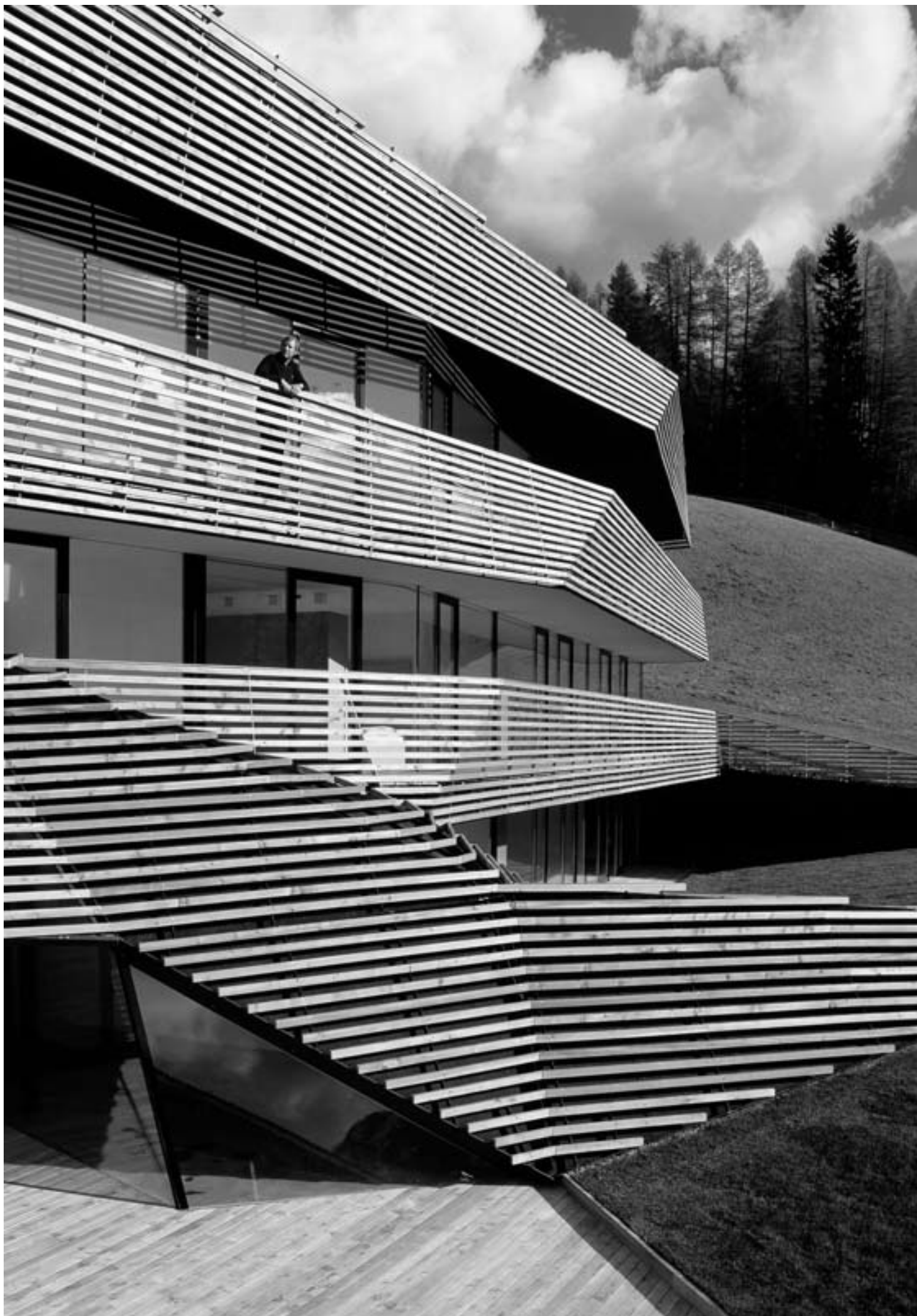
Ma perché si arriva a questo punto?

Costruzioni che non centrano né con la tradizione locale né tantomeno con l'architettura contemporanea. L'albergatore probabilmente cerca di venire incontro alla sua clientela, crede che il turista venga in Alto Adige e voglia vedere fienili e caprette – ma è davvero così? È il turista che pretende un certo tipo di ambiente? Sicuramente tutti noi amiamo andare in un bell'albergo e farci viziare con piscine e impianti termali dopo una giornata in montagna, ma credo che ogni luogo debba mantenere la propria dignità, salvaguardare la propria cultura tenendo conto anche delle proprie usanze e dei propri costumi. In come si costruiva una volta c'era tutta una propria saggezza che dava un senso all'architettura: l'inserimento nel contesto, i materiali, le tecniche

di costruzione. Forse ci dimentichiamo queste cose e crediamo invece che tutto si limiti all'immagine della baita con i gerani sui balconi. Sarebbe sbagliato oggi costruire come 100 anni fa, ma credo che lo sia ancora di più trasformare i luoghi comuni in tradizioni locali. A Sesto, un piccolo comune di quasi 2000 abitanti ai piedi delle Tre Cime di Lavaredo, montagne tra le più belle e più famose in tutto l'arco alpino è atterrata un'astronave. Nel 2007 gli architetti del Plasma Studio, un gruppo con sede a Londra e a Sesto e formato da Eva Castro, Holger Kehne e Ulla Hell, costruiscono per il Rainer Resort il nuovo ampliamento, che si differenzia dalle "solite" architetture in modo vistoso, sia come approccio culturale e progettuale, sia come realizzazione materiale. Fin dai primi anni '70, quando è stato costruito il primo albergo di questo complesso, i proprietari hanno mostrato un particolare interesse nei confronti di un'architettura sperimentale.

Il primo edificio fu costruito dall'architetto austriaco Peter Thurner e risultò essere un edificio molto innovativo in quegli anni.

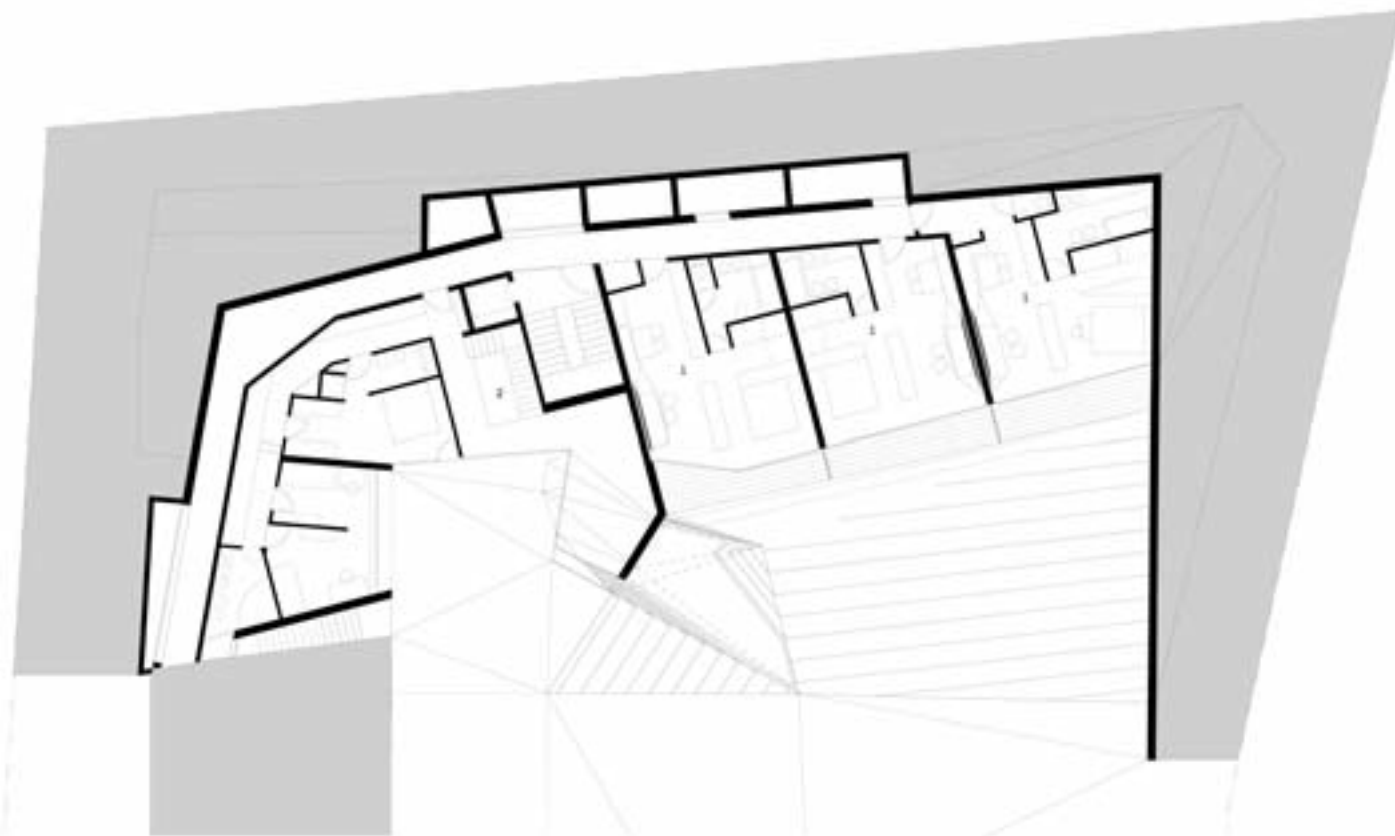
Gli era stata data praticamente carta bianca, l'unico vincolo richiesto dai signori Rainer era quello di avere tutte le camere disposte a sud. Col passare del tempo le mode e gli stili sono cambiati, ma la loro idea di ricerca empirica progettuale è rimasta invariata. Nel caso dello Strata Hotel il coraggio del Plasma Studio e della committenza stessa di andare contro alle false regole





dell'albergo di montagna, allontanandosi forse da quello che poteva essere considerato il volere della clientela è stato ricompensato da un'accettazione da parte della popolazione locale, che non vede l'edificio come un intruso nel proprio habitat, e da un successo quasi inaspettato della struttura stessa nei confronti della clientela che sempre più sembra apprezzare l'architettura contemporanea. Sarebbe ora che architettura e design non fossero più considerate discipline elitarie, bensì materie comprensibili a tutti, un pò come la musica e l'arte. Mentre un tempo forse si aveva bisogno di un certo tipo di nozioni per poter capire a pieno le finezze che si nascondevano in architettura tra rapporti e stili architettonici, oggi la situazione si è alquanto semplificata: gli edifici stupiscono e si fanno comprendere da tutti con spettacolari forme, grandiosi sbalzi, materiali incredibili ed effetti speciali, forse è per questo che negli ultimi anni sta prendendo sempre più piede una sorta di Architurismo. L'edificio costruito su tre piani ha una forma asimmetrica complessa ed è connesso all'albergo preesistente tramite una parte "ibrida" di collegamento al piano terreno, un pezzo che si slega nettamente

dalla nuova costruzione sia come materiali che come linguaggio architettonico. L'hotel possiede una suddivisione orizzontale con due ordini distinti di fasciature: un primo ordine ne scandisce i piani, il secondo, più minuto, ritma la facciata con listelli di larice che in trasparenza lasciano intravedere le grandi vetrate rivolte a sud. Il giroscalo centrale, non riconoscibile in facciata, divide invece l'edificio in senso verticale, stacca la parte privata dove risiedono i proprietari dalla parte pubblica che ospita i clienti. Vi sono dieci appartamenti per gli ospiti per i quali gli architetti hanno potuto progettare anche l'arredamento. Un interessante mobile che funge da parete divisoria tra i vani incorpora tutta una serie di gadget da estrarre all'occorrenza: armadi, cassetti, persino un lettino per bambini. I Plasma riescono ad inserirsi correttamente nel paesaggio che non è visto come una barriera che ostacola l'architettura, bensì come un elemento che si inserisce nell'edificio, che vi si fonde, rispettando la topografia del luogo senza nascondersi o mimetizzarsi con esso. Dalle curve morbide del prato spicca l'edificio con forme dure e spigolose che lo fanno sembrare una roccia, un frammento delle Dolomiti.





2 Pianta primo piano

Committente

Judith Rainer
Christian Schwienbacher
Sesto (BZ)

Progetto/direzione lavori

Plasma Studio
Eva Castro, Holger Kehne,
Ulla Hell

Responsabile di progetto

Peter Pichler

Collaboratori

Angelika Mair, Anneli
Giencke, Libny Pacheco,
Stefan Huth, Michael
Suchanek, John Villiar,
Cornelia Kestel, Yip Chun
Ping, David Preindl,
Daniela Walder

Statica/sicurezza

Ingenieurgemeinschaft
Team 4, Ing. Roland Burger,
Brunico

Progetto antincendio

Technisches Büro Jud
p. i. Alfred Jud, Valdaora

Progettazione impianti

Ekon Brunico

Impresa edile

Bauunternehmung Frey,
Lienz (A)

Elettricista

Eltec, Sesto (BZ)

Impianto termosanitario

Egarter Werner,
Sesto (BZ)

Scavi

Ditta Oberschmied,
Brunico

Carpenteria metallica

Frey Metalltech, Lienz (A),
Erharter, San Candido (BZ)

Infissi

Tecno Fenster,
Villabassa (BZ)

Piastrellista

Hofer Fliesen, Brunico

Pavimenti in legno

Trojer Franz,
Sesto (BZ)

Pittore/gessino

Reinhard Tschurtschenthaler,
Sesto (BZ)

Porte in legno

Gruber Türen, Brunico

Carpentiere

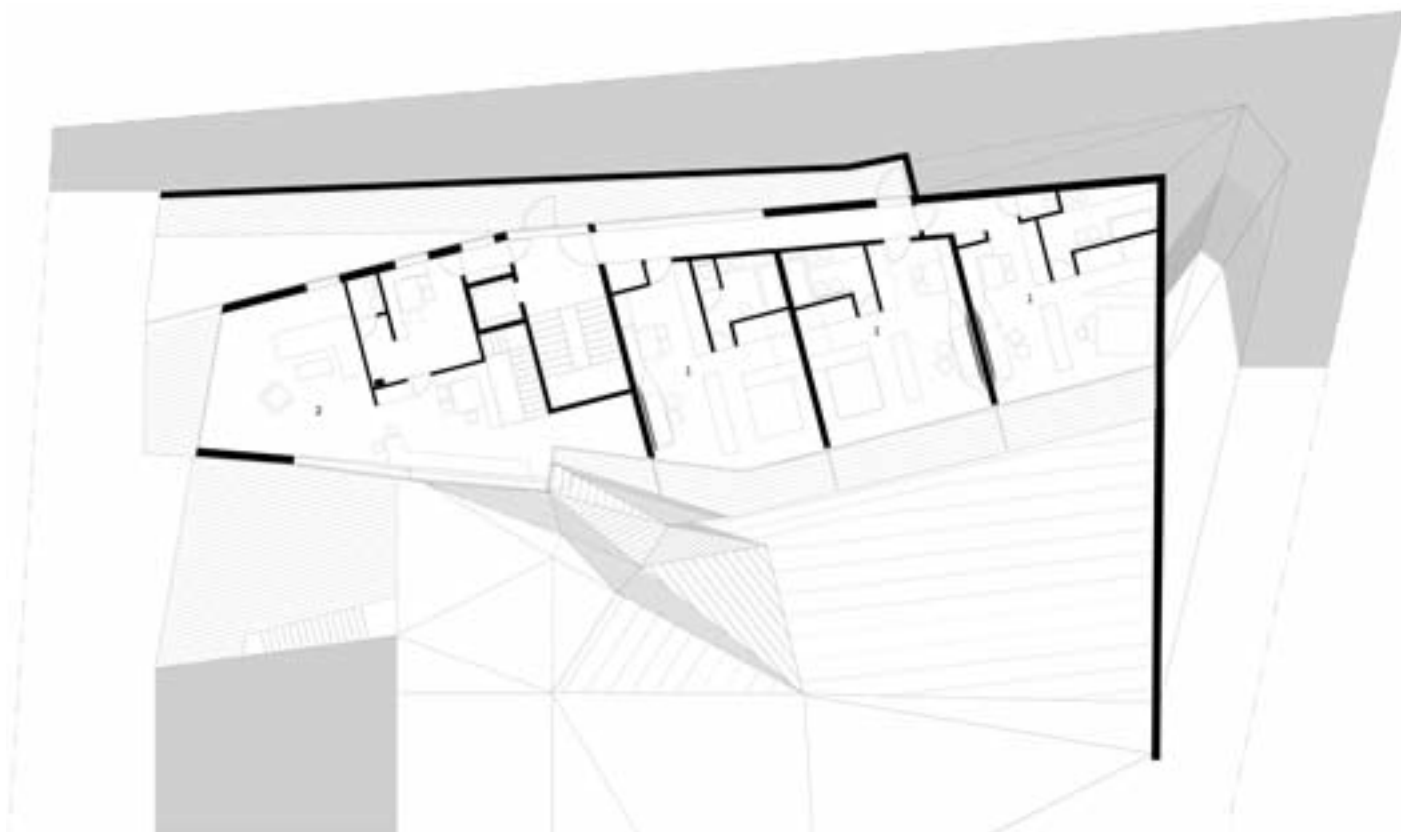
Lusser Andreas,
Heinfels (A)

Lattoniere

Paul Tschurtschenthaler,
Sesto (BZ)

Falegname

Tischlerei Watschinger,
Dobbiaco (BZ)



Zusammengestellt von Emil Wörndle

Manuel Benedikter

Dahoam Naturresidence in Schenna

In Schenna hat eine junge Designerin anstelle eines alten Wohnhauses ein neues, nach ökologischen und nachhaltigen Kriterien geplantes Appartementhaus errichtet. Sie wohnt darin mit ihrer Familie und betreibt es als „Naturresidence“ mit vier Ferienwohnungen. Bemerkenswert dabei sind der Idealismus und die klaren Vorstellungen, mit denen die Aufgabe angegangen wurde. Es sollte ein hochwertiges Urlaubsrefugium geschaffen werden, wo der Gast sozusagen an der eigenen Haut erfahren kann, wie wenig Energie es braucht, um angenehm wohnen zu können. Zusätzlich zu den energetischen Qualitäten sollte das Gebäude auch die Einstellung und Philosophie der Gastgeberin angemessen widerspiegeln und eine gehobene, ästhetisch anspruchsvolle Klientel ansprechen. Es kam daher nur ein Passivhaus in Frage. Von den verschiedenen Planern, die die Bauherrin in einem vorgeschalteten Auswahlverfahren kontaktierte, wurde schließlich Manuel Benedikter ausgewählt und mit der Planungsaufgabe betraut. Die Vorstellungen und Ansprüche an die Gestaltung wurden in sogenannten „Moodboards“ festgehalten. Das waren Collagen aus Zeitschriften, Skizzen, Mustern, Materialzusammenstellungen etc., die als Stimmungsbilder an der Wand oder in Mappen eine Idee davon gaben, wie die Gestaltungsaufgabe verwirklicht werden sollte. Das Ergebnis entwickelte sich aus einem konstruktiven Dialog zwischen dem Archi-

tekten, der das Gebäude und die Einteilung der Wohnungen entwarf, und der Designerin, die die Gestaltung der Inneneinrichtung übernahm. Dabei mussten auch einige feste Vorgaben eingehalten werden, zum Beispiel das Holz aus dem eigenen Wald und die Baumaterialien des alten Wohnhauses wieder zu verwenden. Das Ergebnis ist ein Gebäude, das sich behutsam in die Landschaft einbindet und der besonderen Lage und Aussicht gerecht wird, indem jede Wohnung weite Aus- und Durchblicke bietet. Dadurch wird immer ein Bezug zur Landschaft geboten, gleichzeitig wird aber auch Intimität und Privatheit gewährleistet, die ein diskretes Zurückziehen ermöglicht. Die vier Ferienwohnungen haben unterschiedliche Größen und Qualitäten und sind für zwei bis sechs Personen geeignet. Jede Wohnung ist mit einer Wohnküche ausgestattet, hat einen großzügigen Balkon oder eine Terrasse, mit direktem Zugang zum Garten und dem Schwimmteich mit natürlicher Wasseraufbereitung. Zudem ist ein Gemeinschaftsraum mit einer Küche für Frühstück oder Abendessen und einem Vorbereich im Freien mit Grill vorhanden. Neben der Liegewiese mit dem Schwimmteich gibt es noch einen Spielbereich für Kinder mit einem Streichelzoo und einen Gemüsegarten. Bautechnisch betrachtet handelt es sich um einen zweigeschossigen Massivbau mit einem zusätzlichen Stockwerk in Holzbauweise. Ein Stahlgerüst mit Holz-







2

Planung und Bauleitung	Außenwände EG
Arch. Manuel Benedikter, Arch. Daniela Wendlandt, Bozen	4 + 20 + 10 cm Holzweich- faser + 3,6 cm Multiplex
Tragwerksplanung und Sicherheitskoordination	Dach über EG
Ing. Philipp Gamper, Meran	8 + 16 + 16 cm Holzweich- faser + 3,6 cm Multiplex
Anlagenplanung und Energieberatung	Außenwände UG
Werner Rauchegger, Lienz	25 cm Polystyrol mit Graphitanteilen (WDVS)
Vermessung	Erdwärmesonden
Geom. Thomas Kompatscher	Bohrtiefe 2x60 m, für Wär- mepumpe, Typ aerosmart X, Kälteleistung: 8 kW, und Sole-Wärmetauscher SWT
Grundstücksfläche	Wandheizung
1.822 m ²	Klimaelement-Systemplatte, Typ REHAU
Überbaute Fläche	Fußbodenheizung
308 m ² (oberirdisch)	FBH, Typ schütz classic 17
Kubatur oberirdisch	Bauzeit 11.2009–07.2010
1.180,91 m ³	
Kubatur unterirdisch	
755,89 m ³	

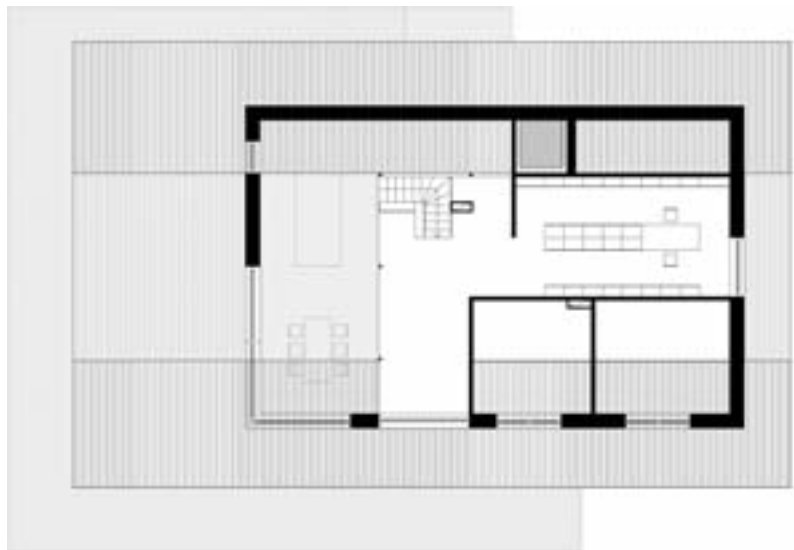


3

- 1 Lageplan
- 2 Grundriss 2. Untergeschoss
- 3 Grundriss 1. Untergeschoss



4

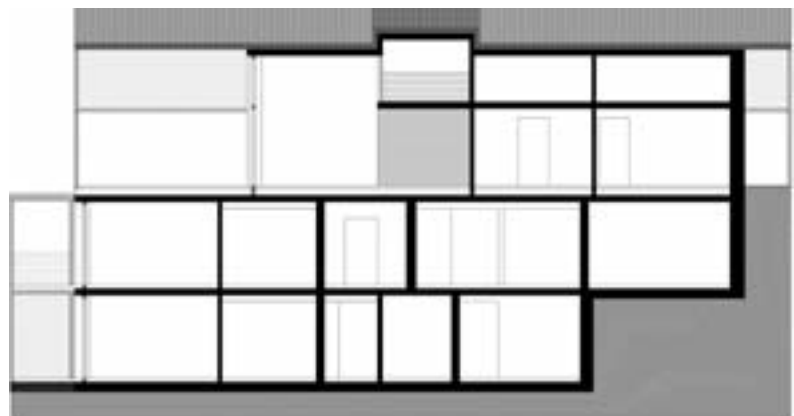


5



schiebeelementen verbindet die zwei unterschiedlichen Baukörper bzw. Bauweisen zu einem einheitlichen Ganzen. Das haustechnische Konzept sieht im Wesentlichen die Nutzung der Erdwärme mittels zweier 60 m tiefer Sonden und Wärmepumpen vor, die von den Photovoltaikpaneelen auf dem Dach versorgt werden. Um Energiespitzen oder besondere Komfortwünsche abdecken zu können, ist zusätzlich noch eine Niedertemperaturfußbodenheizung vorhanden. Dank einer sorgfältigen Planung und Bauleitung waren die Kosten letztendlich nicht viel höher als die eines konventionellen Hauses. Noch ist es zu früh, um einschätzen zu können, ob sich die Investition rechnen wird. Aber die Tatsache, dass die Wohnungen seit der Eröffnung im Juli bereits

sehr großen Anklang gefunden haben, ist vielversprechend. Die Zukunft wird zeigen, ob eine auf einen längeren Zeitraum und an einem nachhaltigen Tourismus ausgerichtete Geschäftsidee auf lange Sicht tragfähiger sein wird als jene von allen möglichen Beratern und Experten vorgeschlagenen Standardkonzepte, die in erster Linie auf schnellen wirtschaftlichen „return of investment“ zugeschnitten sind.





Zimmermann

Aster Holzbau, Jenesien

Bauunternehmen

Oswald Hafner, Vöran

Abbruch- und Erdarbeiten

Eurobeton 2000, Meran

Schlosser

Schlosserei Max,
St. Martin in Passeier

Hydrauliker

Luis Egger, Schenna

Lüftungs-, Heizungsanlage

Ruedl Hans OHG,
Kaltern

Elektriker

Elektro Zwischenbrugger,
Meran

Fenster/Fenstertüren

Essepi Finestre,
Cavedine (TN)

Sonnenschutz

Sunsystem, Eppan

Türen

Aster (Türen) Holzbau

Tischlerarbeiten

Tischlerei Passeier Genossenschaft, St. Martin i. P.

Spenglerarbeiten

Waldner KG, Marling

Photovoltaik-Anlage

Elektro Ebner, Aldein

Schwimmteichanlage

Garten Wammes, Haiming
(Österreich)



7



6 Längsschnitt

7 Querschnitt

Testo di Carlo Calderan

La messa in scena della vacanza – l'architettura dei nuovi alberghi



I concorsi per la realizzazione di due alberghi di grandi dimensioni che di seguito pubblichiamo sono preceduti da brani tratti dai relativi bandi, due testi che dicono in modo chiaro cosa significhi progettare un hotel oggi. Per entrambi è data quasi per scontata la capacità degli architetti invitati a districarsi tra le complesse relazioni funzionali (riassunte solo in un'accurata tabella spazio-funzionale) che legano il palcoscenico su cui si muoverà l'ospite/attore ai meccanismi ed agli spazi di servizio nascosti dietro le quinte che renderanno possibile il tipo di vacanza specificatamente studiata per ognuno di questi alberghi. Il tema della collocazione geografica occupa una parte importante dei bandi, ma il contesto di cui si parla è molto più vasto di quello che siamo abituati a considerare nei nostri progetti ed ha a che fare più con la visione simultanea del turista che nelle sue escursioni combina e confonde luoghi distanti tra loro, piuttosto che con la vicinanza fisica tra l'albergo ed il suo intorno. Ciò a cui i bandi dedicano maggiore attenzione è però l'identificazione di un prodotto.

Un prodotto descritto in modo astratto, ma per un cliente ed un luogo specifici, del quale l'architettura è una delle dimensioni, o meglio ancora l'hardware, per usare la definizione con cui il suo ruolo viene definito in questi testi. L'architettura dovrà essere ambiziosa e creativa, entrare in simbiosi con la natura, essere moderna, ma con sfumature tradizionali, essere schietta, sensuale, non stereotipata e, soprattutto, autentica. Parlare in questi termini di un edificio potrà forse far sorridere, per questa disarmante fiducia nel potere dell'architettura, o anche indignare, abituati come siamo, noi architetti, a considerarla quasi un nostro fatto privato, del cui funzionamento dobbiamo rendere conto, ma certo non del senso che vogliamo attribuirle. Questi bandi imbarazzano perché contengono un esplicito appello alla seduzione, il vero compito a cui sono chiamati qui gli architetti è quello di dar corpo fisico ai desideri, alle aspettative, ai sogni del cliente, è quello di creare una scenografia in grado di giustificare, anche da sola, l'abbandono della propria casa per trasferirsi temporaneamente altrove.



Il marketing turistico pare essere ad una svolta, un certo tipo di "hardware" non vende più, per posizionarsi sul mercato dell'offerta turistica bisogna essere autentici. L'autenticità è il feticcio dei nostri giorni: confusa a lungo con il "tipico" che appare però oggi essere in realtà solo generico, se non addirittura falso, l'autenticità è, più che un richiamo al vero, un appello all'irripetibile, a ciò che rende il prodotto unico e quindi irrinunciabile. Gli interni delle terme di Vals sono stati a questo proposito una sorta di rivelazione, grazie a loro abbiamo scoperto una dimensione alpina diversa da quella stereotipata a cui eravamo assuefatti: cioè severa, scabra, solitaria, silenziosa ed eternamente in penombra, invece che eccessiva, affollata, rustica e sovresposta come può essere una terrazza di una baita dolomitica, lungo una pista da sci, una domenica d'inverno. Dopo Vals la ricerca di un timbro locale è diventata una costante dell'architettura dell'ospitalità. Il suo destinatario è un pubblico informato che, improvvisamente, sembra in grado di leggere lo scarto che separa l'incongrua trasposizione d'ele-

menti della tradizione rurale nelle costruzioni dell'industria turistica dall'atteggiamento più astratto e intellettuale di chi riesce ad isolare singole sensazioni, momenti, stati del vivere in montagna e a riprodurli, con la stessa intensità emotiva, lungo le tappe che scandiscono la permanenza del turista in albergo. La strategia seguita è quella di distillare dall'esperienza di un luogo sensazioni pure, una materia, un disegno, un punto di vista, una condizione di luce: il muro di terra di Thun nella stanza del Vigilius, il ricamo di una tovaglia ingigantito e sfocato sul soffitto di un soggiorno dell'Hotel Bad Dreikirchen di Lazzarini Pickering, gli intarsi dei paraventi lignei della proposta di Thun per un albergo a Riscone, la Stube scarnificata in tanti progetti di Bergmeister Wolf o l'idea di abitare tra le chiome degli alberi nel progetto vincitore per un nuovo albergo a Sant'Andrea, di Seeber Meraner.

Zusammengestellt von Carlo Calderan

Architektenwettbewerb

****S Falkensteiner Hotel

in Reischach, Bruneck

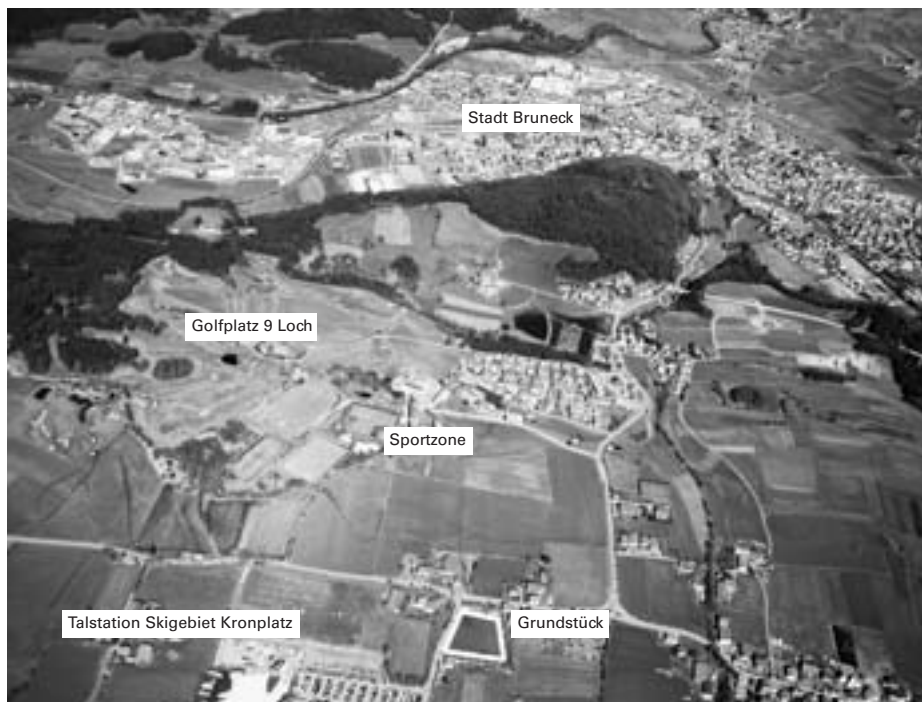
Wettbewerbsdaten

Auslober: FMTG Development GmbH, Wien und die zu gründende RHE (Reischach Hotel Errichtungs-GmbH); Bauindex zur Realisierung: 2,5 m²/m²; Kategorie: 4s; Grundstücksfläche: 8.138 m²; Gesamtzimmeranzahl: 99, davon 84 Doppelzimmer (28 m²), 13 Junior-Suiten (43 m²) und 2 Spa-Suiten (56 m²); Gesamtbettenanzahl: 198; Garagenstellplätze: 80; maximale Kubatur urbanistisch: ca. 20.350 m³; Kubatur unterirdisch: ca. 20.000 m³; Bruttogeschossfläche (ohne Tiefgarage) 9.512 m², ca. 96 m²/Zimmer der Anteil der BGF der Logis inkl. den Verkehrswegen beträgt 40%.

Auszug aus dem Auslobungstext

Die Liegenschaft befindet sich in exponierter Lage direkt am Fuße des Kronplatzes. Die Aussicht von der etwas angehobenen Wiese, auf der es stehen soll, ist sehr gut. Die Ortschaft Reischach verfügt über kein vergleichbares Hotelkonzept. Das „****S Falkensteiner Hotel Reischach“ als zentraler Identifikationspunkt gilt als Initiative zur Belebung des Tourismus in Reischach und Umgebung. Der Investor und der Betreiber beabsichtigen, mit dem Projekt einen touristischen Leitbetrieb in der Region zu schaffen. Das Leitmotiv für das Produktkonzept lautet: ****S Falkensteiner Hotel Reischach „Aktiv, Wellness & Spa“ und lässt sich wie folgt umreißen: Authentisches Erleben in allen vier Jahreszeiten; Natur pur innendrin und außenrum; ehrlich, kernig, unverfälscht für Körper, Seele und Geist. Das Falkensteiner Hotel Reischach wird sich als ein 4-Sterne-S-Leitbetrieb entwickeln. Aufgrund seiner Betriebsgröße und seiner Positionierung wird das Hotel in der Lage sein, sich überregional bekannt zu machen und so zur weiteren Profilierung, Imagebildung und einer deutlichen Steigerung des Bekanntheitsgrades der gesamten Region beitragen. Für das Produktkonzept des Falkensteiner Hotels Reischach werden verschiedene strategische Erfolgsfaktoren identifiziert: Makro-Faktoren (Destination); bestehende starke Tourismusnachfrage in Südtirol sei es im Winter als auch im Sommer; hohe naturräumliche

Attraktivität mit vielen Möglichkeiten, einen „Ganzjahres-Tourismus“ zu etablieren; sehr stark positionierte Marke „Kronplatz“; sehr gute Erreichbarkeit über die Autobahn, von Italien kommend sowie von Österreich und Deutschland. Mikro-Faktoren (Standort und Hotel): Ganzjähriger Wellness- & Aktivurlaub – ein auf die vier Jahreszeiten abgestimmtes Produktangebot bietet Abwechslung und die Möglichkeit, die Sinne mit neuen Erlebnissen zu stimulieren und aktiv Urlaub auf hohem Produktniveau im 4-Sterne-S-Segment zu verbringen; Seminar- und Tagungsmöglichkeiten als Zusatzangebot v.a. in der Nebensaison; das qualitativ hochwertige Skigebiet Kronplatz und zahlreiche Möglichkeiten im Sommer; Golfclub Reischach in unmittelbarer Nähe zum Hotel; ambitionierte Lifestyle-Architektur und besonders überzeugende Innenarchitektur des gesamten Hotels, wobei in Lobby- und Gastronomiebereiche ein zusätzlicher Touch von Kreativität geleistet werden kann. Generell zielt das neue Produkt auf Gäste ab, die gut bis sehr gut situiert und bereit sind, für entsprechende Dienstleistungen Geld auszugeben. Weiter ist der Großteil der Gäste in hohem Maße aktiv- und gesundheitsorientiert. Für sie ist Bewegung und Wellness Teil des Lifestyles. Hauptzielgruppen und deren Aufenthaltsmotive sind: Singles und Paare der gehobenen Mittelklasse (erholungs- und genussorientierte Gäste, die neben dem Relaxen in das Well-Fit-Angebot hineinschnuppern wollen);



Angebot schätzen, um Business-Meetings und Aktivprogramme bzw. Wellnessangebote zu kombinieren. Anzustrebender Gästemix: Aktiv 50%, Wellness 40%, Seminare, Incentives, Events 10%. Hauptquellmärkte werden auf jeden Fall die im Pustertal bereits etablierten Märkte wie Italien, Deutschland, Österreich und die Schweiz sein. Daneben sollen die Märkte der neuen EU-Länder sowie der Niederlande gezielt angepeilt werden. Die Hauptquellmärkte werden 85–90% der Gäste ausmachen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer wird sich in der Regel bei 6 Tagen (Individuals, Leisure-, Active-, Wellnessgäste) und 2,0 Tagen (Gruppen, Seminare, Incentives) bewegen. Es wird davon ausgegangen, dass die Gäste des Falkensteiner Hotels Reischach, wie auch derzeit in der Region üblich, in erster Linie (über 90%) mit dem Pkw in die Region kommen werden. Da auch das ästhetische Empfinden Trends unterliegt, sehen wir es als eine unserer vorrangigen Aufgaben, neue Strömungen zu beobachten und zu analysieren. Eines fällt dabei besonders auf: Die Oberflächlichkeit der vergangenen Jahre wird zunehmend hinterfragt. Sinnhaftigkeit, Authentizität und Substanz sind auch im Schönheitsempfinden fest verankerte Werte. Lifestyle-Hotels glänzen auch unterhalb der Oberfläche. Durch authentisches Design und den Verzicht auf Stereotypen sind sie Inspirationsquelle, Zufluchtsort und zweites Zuhause für eine neue Generation von Reisenden.

aktive Gäste zwischen 30 und 50 Jahren sowohl im Sommer als auch im Winter, die den Wellness-Gedanken ernst nehmen und ihn auch entsprechend leben; gutsituierte 50Plus-Gäste, die ein sanftes Sport-, Aktiv-, Wellnessangebot schätzen; Familien mit Kindern in den Hauptferienzeiten (aber keine Profilierung als Kinder-Hotel); Firmen- und Incentivegruppen, die das nahe liegende

Siegerprojekt Comfort_Architecten



1

Grundlage des Entwurfes ist es, ein funktionelles und innovatives Hotelgebäude zu errichten, das in Formgebung und Materialwahl den Ansprüchen und Bedürfnissen der Bauherren sowie der Struktur des Standortes entspricht. Die Anordnung der Funktionen und der Baukörper orientiert sich an den örtlichen Gegebenheiten des Grundstückes. Die öffentlichen Funktionen des Hotelbetriebs gruppieren sich im Erdgeschoss um einen geschützten Innenhof, die Gästezimmer in den Obergeschossen werden auf den verkehrsgewandten Seiten des Grundstückes vorgesehen. Die Bereiche der Ver- und Entsorgung der Hotelstruktur, wie Küche und Lagerräume, werden parallel zur Hauptstraße angeordnet. Angrenzend an den nördlich gelegenen Parkplatz befindet sich der zentrale Haupteingang des Gebäudes. Vom offen und großzügig gestalteten Foyer sind alle öffentlichen Bereiche des Hotels gut ersichtlich: der Eingangsbereich mit Rezeption, die Hotelbar mit anschließendem Restaurant, die Wellness- und Spa-Bereiche mit Behandlungsräumen, Saunalandschaft und Schwimmbad, sowie die Gartenflächen im Außenbereich. Das Erdgeschoss wird im Süden teilweise in den natürlichen Geländeverlauf eingegraben und bildet eine, den Innenhof umschließende, ringförmige Struktur. Die Dachflächen liegen auf dem Niveau der umliegenden Grünflächen und stehen den Hotelgästen neben dem großzügigen Innenhof als Freiflächen zur Verfügung. Die Gästezimmer befinden sich in den Obergeschossen und werden in einem sich Richtung Süden bzw. Richtung Kronplatz öffnenden, L-förmigen Baukörper vorgesehen. Um Überschneidungen zwischen Hotelgästen und Mitarbeitern zu vermeiden, werden bereits im Bereich der Zufahrt die Verkehrswege getrennt: Die Zulieferung und Versorgung der Hotelstruktur erfolgt an der westlichen Straßenseite des Grundstückes, während die Gäste die ober- und unterirdischen Stellplätze über eine nordseitige Zufahrt erreichen und das Gebäude über den Haupteingang oder die zentrale Vertikalerschließung betreten. Im zentralen Foyer im Erdgeschoss werden alle Verkehrswege gebündelt. An der Ostseite des Grundstückes befinden sich die Wellness- und

Spa-Bereiche, an der Westseite die Räumlichkeiten der Gastronomie. Über eine vertikale Erschließung mit Liften und Treppenhaus werden alle Bereiche, von der Tiefgarage im UG bis zu den Zimmern und Wellness-Suiten im OG erreicht. Das Bauwerk vereinigt sich mit der vorhandenen Natur über horizontale Elemente wie Rampen und Niveausprünge und vertikalen Elementen wie Einschnitten und Lichthöfen. Die Natur ist immer wieder im Gebäude spürbar, ob im Erdgeschossbereich in der Halle, Bar oder Restaurant sowie auch in den unterirdischen Räumen wie Saunabereich und Hallenbad. Die Fassadengestaltung ist gekennzeichnet durch ein Wechselspiel zwischen Innen und Außen, durch Unterbrechungen und Einschnitte, durch Vor- und Rücksprünge bzw. Verschränkungen der einzelnen Geschossebenen; dadurch entstehen Loggien und vorgelagerte Balkone. Verstärkt wird dieses Wechselspiel durch eine vorgesetzte Leichtkonstruktion, deren Dichte auf die dahinterliegenden Fassadenöffnungen reagiert. Die Rasterbreite variiert von ca. 60–70 cm im Bereich der Balkone bis hin zu 25–30 cm bei dahinterliegenden geschlossenen Fassadenteilen. Der Sockelbereich des Gebäudes wird mit großzügigen Verglasungen offen und transparent, aber auch geschlossen und mit Naturstein verkleidet ausgebildet. Die Verglasungen ermöglichen Einblicke in das Hotelinnere sowie Ausblicke in die umgebende Landschaft. Die geschlossenen Bereiche gewähren nach innen orientierte und abgeschiedene, introvertierte Bereiche. Die Obergeschosse werden in Massivbauweise errichtet und mit eingefärbten Putzfassaden sowie vorgesetzten Leichtbauelementen in Holz versehen. Alle Dachflächen werden begrünt und widerspiegeln somit das homogene Bild der umliegenden Berge. Durch die Süd-West-Orientierung der Baukörper kann die Wärmegewinnung der natürlichen Sonneneinstrahlung optimal genutzt werden. Ein Überhitzen in den Sommermonaten wird durch vorgelagerte Balkone und Loggien verhindert. Die Nutzung der Sonnenenergie durch Sonnenkollektoren und Photovoltaikenelemente auf dem begrüntem Dach des Gebäudes trägt zu einer ausgeglichenen Energiebilanz des Gebäudes bei.

1 Lageplan

2 Rendering

3 Grundriss 1. Obergeschoss

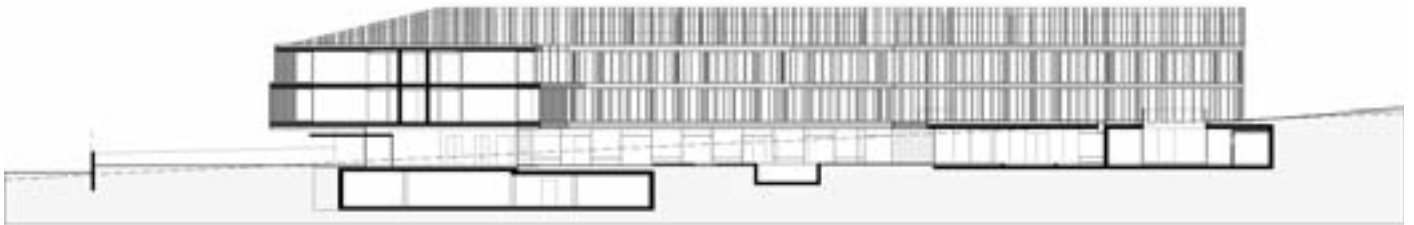


2



3

Projekt
Comfort_Architekten
Arch. Marco Micheli
Arch. Michael Mumelter
Mitarbeiter
Arch. Carmen Cremer
Arch. Richard Glira
Mitarbeit Interieur Design
Berg und Tal GmbH



4

4 Schnitt
5-6 Renderings
7 Grundriss Erdgeschoss

5





6



7



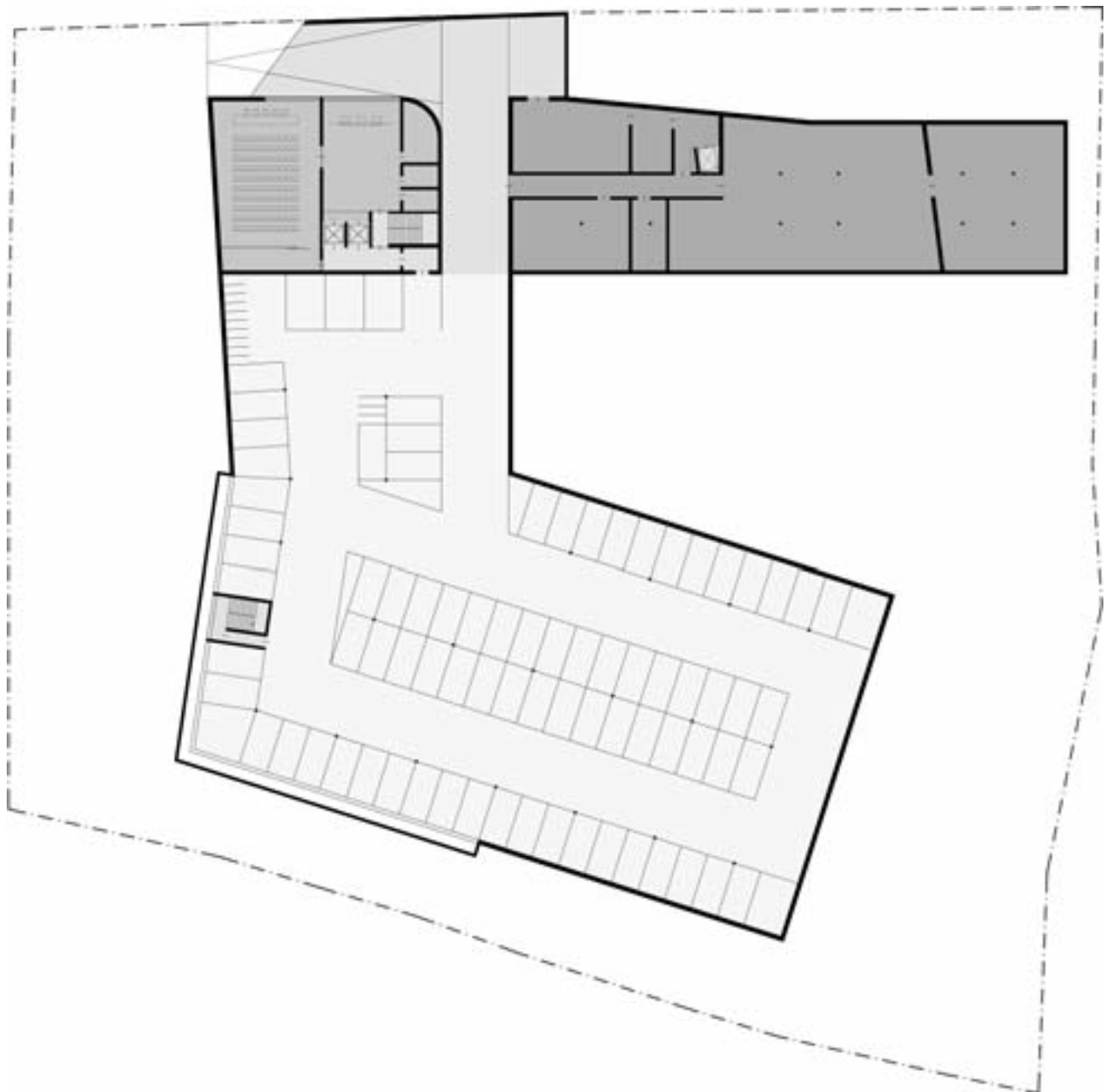
8



9



10



Baumschlager_Eberle

Mit der städtebaulichen Positionierung setzt der Entwurf klar bestimmte Baukörper: Sie sind unverwechselbar in der wenig homogenen Struktur ihrer Umgebung. Für die Gäste selbst ist die Differenzierung der Baukörper – besonders im Bereich der Zimmertrakte – von Vorteil. Sie haben es damit einfacher, sich ihre Wohnung auf Zeit auszusuchen. Bereits bei der Ankunft treffen die Gäste ihre Wahl: Entweder fahren sie pragmatisch ab in die Tiefgarage oder nehmen – stilvoller – die Vorfahrt zum Hotel- eingang im Erdgeschoss. Von dort ist der Weg zum Empfang introvertiert gehalten. Der Korridor bereitet auf das Innenraum- erlebnis vor. Die L-förmige Rezeption gegen- über dem grünen Innenhof bildet die große Wegekreuzung im Erdgeschoss. Hier befin- det sich der Verteilerkreis für alle Aktivitä- ten im Hotel. Aufzüge und Treppenhäuser führen in die anderen Etagen. Ganz wich- tig: Der Raum selbst, nicht erst die Flut der kleinen Hinweisschilder, dient der Orientie- rung, ist also Teil des Gäste-Service. Allen Gästen sind Zimmer gemeinsam, die neben quantitativer Großzügigkeit über eine klare Struktur verfügen und den bestmöglichen Ausblick in die Land- schaft bieten. Dieser individuelle Freiraum trennt sehr genau zwischen den Wohn-/ Schlafbereichen und den Nasszellen. Der Entwurf generiert erkennbare Leit- motive: Die Jahreszeiten werden mit der Farb- und Materialfindung aufgegrif- fen, sie schaffen Befindlichkeiten, die zum positiven Image des Hotels zählen. Dazu zählt auch die Fassade – in den allgemeinen Bereichen transparent – sind die privaten Bereiche mit aufklappbaren

Holzläden für den Sonnen- und Sicht- schutz versehen. Wie schon in den alten Südtiroler Städten entsteht damit eine dreidimensionale und durch den indivi- duellen Eingriff gelenkte Gebäudehülle. Darüber hinaus verfügt das Hotel über eine Besonderheit: die fünfte Fassade. Das Dach mit den Baukörpern der Zimmer- trakte und seiner wassergespeisten Ober- fläche wird zur eigenwertigen Landschaft.

Gert Walden





2

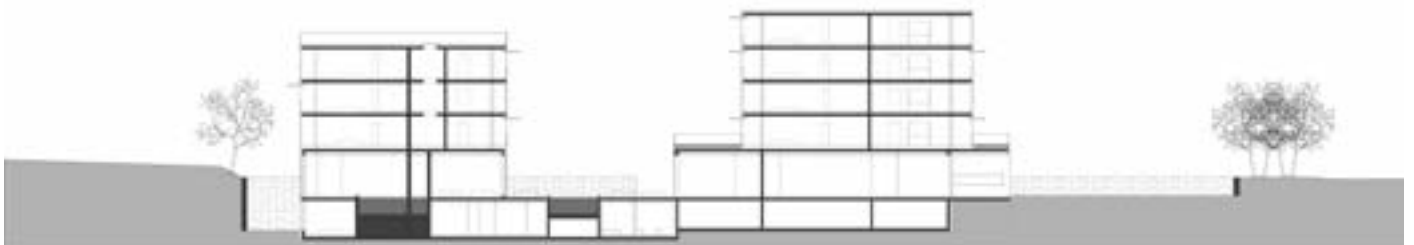


- 1 Lageplan
- 2 Regelgeschoss
- 3 Rendering

3



4



5



6



4 Rendering
5 Schnitt
6 Regelgeschoss
7 Rendering

7

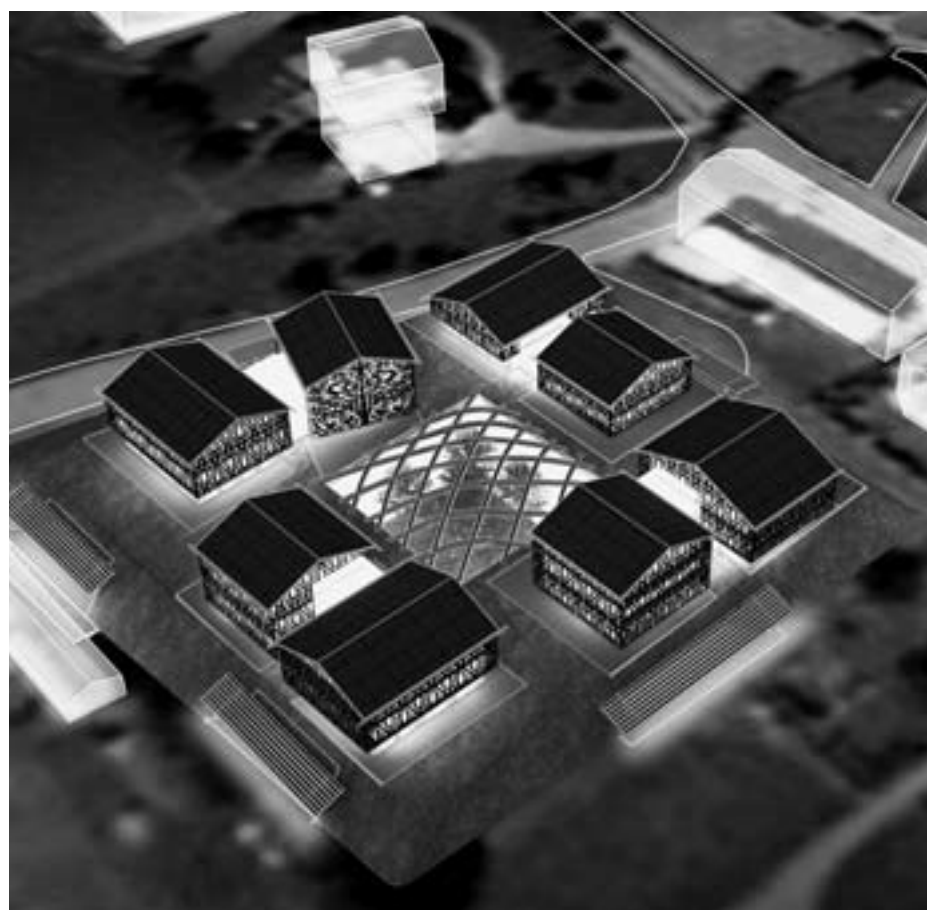
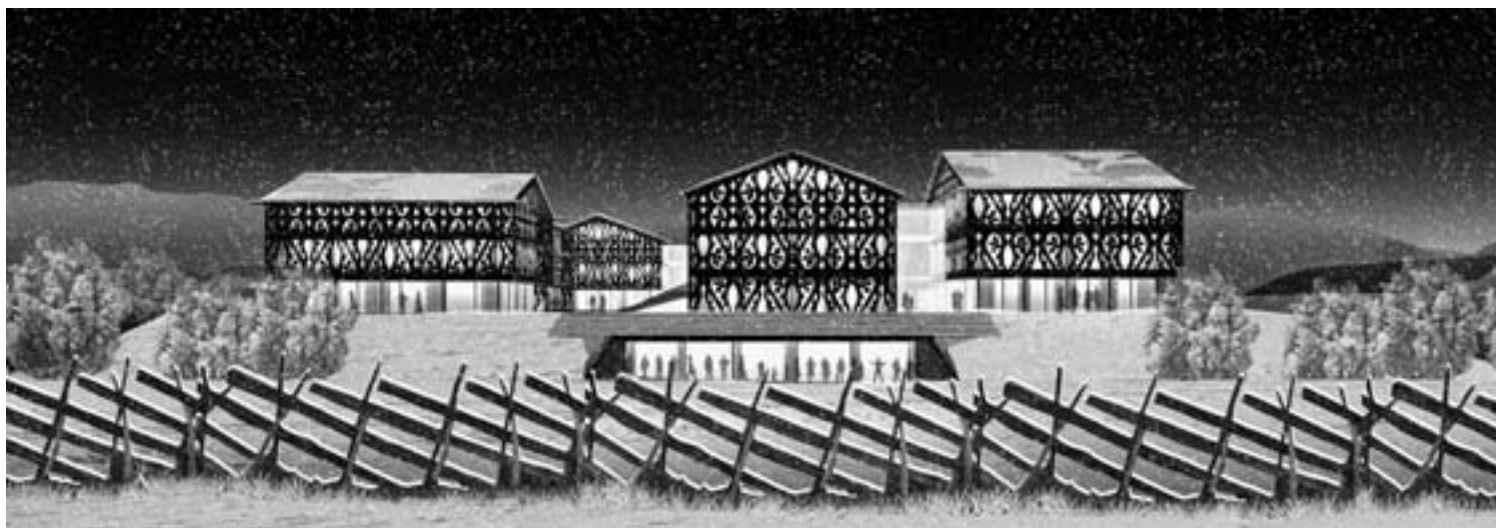
Matteo Thun

Zero star: "Budget meets luxury"
 Module construction; Security of costs;
 Optimizing of the budget

Zero Star: Zerostar stands at the intersection of two lines of MT&Ps research into the concept of hospitality. The first is a polarizing of the concept of a "5-star-plus hotel" as a so-phisticated reading of the Genius Loci (luxury in the form of utmost simplicity) and that of a "3-star hotel" which, however, bypasses the star rating

system and looks elsewhere towards a new idea of quality. Zerostar, which interprets this new quality, is in fact this elsewhere. The second is a transferring of design logic. Starting from the principle that a hotel is really a hotel room. This is not a tautology. In actual fact, the hotel room is devised along the same lines as a shop design (or product design itself) and falls within the very same lowest common denominator: the varied series. The setting is logical and natural.





Kochta Architekten

Bruneck und seine Umgebung zeigen ein komplexes Nebeneinander verschiedener Systeme und ihrer Wahrnehmungen. Neben der faszinierenden landschaftsräumlichen Situation und einer scheinbaren Idylle ländlicher wie städtischer Natur existieren großformatige Gewerbeareale genauso wie Golfplätze und wachsende Bauagglomerationen. Das Standbild des Landschaftsportraits macht einen sich verändernden Kulturraum umso deutlicher. In diesem Nebeneinander scheinbarer Gegensätze bewegen sich die Bewohner und auch der Tourismus der Region. Hier ein neues Hotelkonzept zu entwickeln, fordert neben der Befriedigung touristischer Ansprüche auch eine klare Haltung zum Ort, seinen Bewohnern und seiner zukünftigen Entwicklung. Das Nord-Süd-orientierte Grundstück der Forcherwiese unterhalb des Kronplatzes zeichnet sich durch die unmittelbare Nähe zur Seilbahnstation, weitere Sporteinrichtungen in nächster Nähe und gute Erreichbarkeit der Stadt Bruneck aus. Das im Westen von der Seilbahnstraße begrenzte Grundstücksgelände wird allerdings im Winter durch das hohe Verkehrsaufkommen der Wintersportler stark beeinträchtigt. Die ortstypische bestehende Nachbarbebauung besteht aus zwei- bis dreigeschossigen Gebäuden mit teilweise ausgebautem Dach. Der dreigeschossige Baukörper grenzt das Grundstück nach Osten und nach Westen zur Straße hin ab und öffnet sich nach Süden zum Kronplatz. Dadurch entsteht ein ruhiger und ‚privater‘ Innenbereich, der zum zentralen Ort des Hotels wird. Hier finden sich auch die zentralen Kommunikationsbereiche wie Hotelhalle mit Bibliothek, Terrasse, Kaminzimmer, Bar und Hotelrestaurant sowie ein kleines Grotto für Live-Musik. Demgegenüber blickt die Stirnseite des Baukörpers nach Nord-Westen in das Pustertal hinaus. Der die Straße begleitende Gebäudeteil im Westen nimmt im Erdgeschoss Veranstaltungs- und Tagungsräume, sowie in den Obergeschossen Hotelzimmer als Juniorsuiten auf. Diese sind als Maisonette-Typen so organisiert, dass mit Zugangsebene und Wohnraum im zweiten Obergeschoss der Westblick genauso attraktiv ist wie das ruhige Schlafen zum Innenhof nach Osten. Die Regelzimmer in den Obergeschossen bieten entweder den großen Panoramablick

nach Nordwesten oder in die östlich gelegenen Weideflächen. Die leicht terrassierten Wiesenflächen des Innenhofes folgen dem natürlichen Geländeverlauf und führen die Ausläufer des Kronplatzes bis auf die Hotelterrasse herein. Dabei entsteht durch zurückhaltende Pflanzmaßnahmen mit abgestimmten Blühphasen, aufgelockerten Stauden und Einzelbaumstellungen ein parkähnlicher Garten, der beliebige Verweilmöglichkeiten bietet. Ortstypisches Holz, Stein und die Mineralien Südtirols sind die Basis der Gestaltung und finden sich in verschiedenen Formen und Bearbeitungen in allen Bereichen des Hotels von der tragenden Konstruktion bis zur Wand-Bekleidung wieder. Dabei bildet das faszinierende Formen- und Farbenspektrum der Mineralien den Kontrapunkt zum Bruchstein und gebürsteten und gewachsenen Holz. Alle verwendeten Materialien sind PVC- und FCKW-frei; Textilien entsprechen den Ökotex- Standards. Für das Gebäude werden aktive (Technik) und passive (Gebäude) Systeme gewählt. Neben Wärmerückgewinnungsanlagen (70%) in allen raumlufttechnischen Anlagen kommen Energiepfähle, Wärmepumpe, Solarkollektoren, Photovoltaik und energiesparende Beleuchtungssysteme zum Einsatz (z. B. Power-LED-Lichtsysteme). Wellness- und Schwimmbadbereich werden über hocheffiziente, raumlufttechnische Anlagen mit kombinierter Wärmepumpen- und Wärmerückgewinnungstechnik versorgt. Für das Gebäude bedeutet das speichernde Baumassen (Schotten und Massivdecken), sehr gute Wärmedämmung, hochwirksamer Sonnenschutz und Werte von Außenwänden/Bauteilen/Wänden mit $0,15 \text{ W/m}^2\text{xK}$ und Fenstern/Verglasungen mit $0,80 \text{ W/m}^2\text{xK}$.



1

2





3

Projekt

Kochta Architekten BDA

Brigitte Kochta

Mitarbeit

Priska-Magdalena Schwalke

Johan Sauer

**Beratung Ökologie
und Gebäudetechnik**

Ridder und Meyn

Ingenieurgesellschaft

H. Poon, Berlin

4



3–5 Renderings

6–7 Schnitte



5

6-7



Archisphere



1

Die Qualität des Ortes spürt man schon lange bevor man wirklich auf dem Grundstück steht. Schon der Weg dorthin ist von der malerischen Bergkulisse geprägt. Das Grundstück selbst liegt genau an dem letzten Ausläufer des sanften Talbodens, kurz bevor das Massiv der Dolomiten steil emporsteigt. Diese Spannung hat uns fasziniert und wir haben sie zum Thema unseres Entwurfs gemacht. Gleich einem Felsblock liegt der Logisbereich da, die Räume wie Höhlen hineingeschlagen. Im Inneren mit weichen Materialien und warmen Farben ausgekleidet vermittelt er gleichzeitig Schutz vor der rauen Natur und die Wärme und Behaglichkeit eines offenen Feuers. Unter diesem Monolith, dem Stück Gestein, läuft der sanfte Talboden durch und erweitert den gefühlten Raum der öffentlichen Bereiche weit in den Garten hinaus. Als Stein hat sich der wunderbar glitzernde Quarzit der Umgebung angeboten. Das ganz Besondere an diesem Stein ist seine Leichtigkeit, ja beinahe Schwerelosigkeit, die er ganz im Gegensatz zu seiner großen Dichte und Härte vermittelt. Man hat den Eindruck, er könne schweben. Und dann ist da noch eine Qualität des Berges, das Mystische, die tiefen Schluchten und verborgenen Schätze, das sagenumwobene Gold. Golden blitzen die Trennwände der Loggien in der Sonne. Ebenso golden glänzen die Stützen des Pools. Das Gebäude ist eine Skulptur aus Stein, durchzogen von Goldadern, ausgekleidet in Holz und warmen Farben, umspült von kerniger, unverfälschter Natur.

2



Die authentischen Materialien sind Sinnbild eines Lifestyles von Gesundheit und Nachhaltigkeit. Die Reduziertheit lässt Raum für Kreativität, das Licht der Sonne und die weiten Blicke bringen die Natur in jeden Raum und lassen sie selbst als Inspirationsquelle für den werden, der hier verweilt. Die schützenden Loggien bilden eine emotionale Hülle und ermöglichen, die dahinterliegende Haut der Fenster großzügig zu öffnen und gleichzeitig geborgen zu sein. Es geht um Berge, Stein, Holz, Sonne, spannende Blickbezüge, eine selbstverständliche Wegführung, eine klare Struktur, die Liebe zur Natur, das „Outdoor living“, das Gefühl des „Casual living“ einzufangen, Fantasie und urbanen Lifestyle zu verbinden, Sensibilität in der städtebaulichen Integration, ...





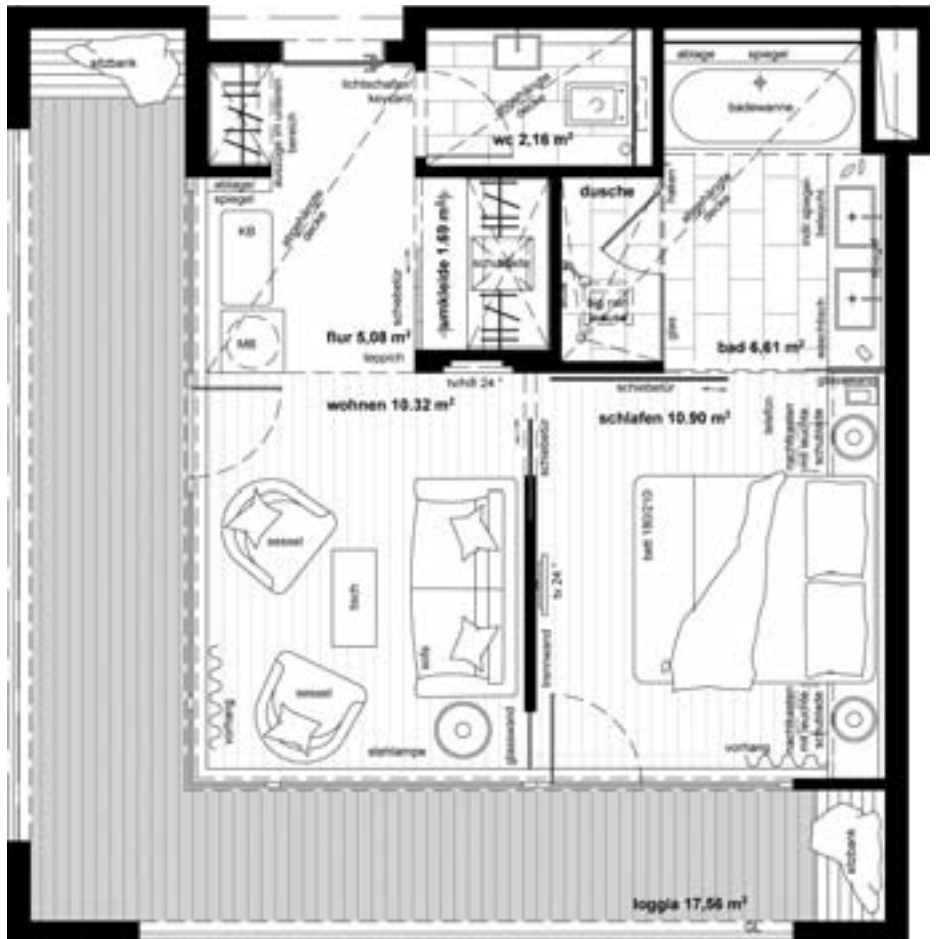
4



5



6



- 4 Rendering
- 5 Schnitt
- 6 Rendering
- 7 Grundriss Junior-Suite

7

Zusammengestellt von Carlo Calderan

Architektenwettbewerb

****S Alpine Wellness Hotel

Plose, Sankt Andrä, Brixen

Wettbewerbsdaten

Auslober: Well.com GmbH, Brixen; Kategorie: 4s;
 Grundstücksfläche: 12.232 m²; Gesamtzimmeranzahl: 80, davon 62 Doppelzimmer (30 m²), 14 Junior-Suiten (44 m²) und 4 Spa-Suiten (56 m²); Gesamtbettenanzahl: 160; Garagenstellplätze: 45; außenliegende Stellplätze: 32; maximale Kubatur urbanistisch: ca. 20.000 m³; Kubatur unterirdisch: ca. 20.000 m³; Bruttogeschossfläche (ohne Tiefgarage und Unterkünfte Mitarbeiter) 8.026 m²; ca. 100 m²/Zimmer; der Anteil der BGF der Logis inkl. den Verkehrswegen beträgt 50%.

Auszug aus dem Auslobungstext

Die Ortschaft St. Andrä verfügt über kein vergleichbares Hotelkonzept. Das „****S Alpine Wellness Hotel Plose“ als zentraler Identifikationspunkt gilt als Initiative zur Belebung des Tourismus in St. Andrä und Umgebung. Der Investor beabsichtigt, mit dem Projekt einen touristischen Leitbetrieb in der Region zu schaffen. Einer der Schwerpunkte im Hotel wird sicherlich im großzügig angedachten Wellness- & Spa-Bereich liegen. Ziele der Entwicklung des „Alpine Wellness Hotel Plose“ sind es zum einen, einen hochwertigen Rückzugsbereich für jene zu schaffen, die sich aus dem alltäglichen Leben für eine Zeit ausklinken möchten und nach einem Ort der Ruhe und tiefgehenden Entspannung suchen. Zum anderen soll es ein Ort werden, an dem die Gäste die verschiedensten Freizeitmöglichkeiten und Aktivprogramme nutzen können (Wandern, Skifahren, Nordicwalking, Mountainbike u.v.m.). Der Entwurf richtet sich daran aus, möglichst viel Bezug zur Umwelt herzustellen und sich möglichst gut in die Natur einzubinden. Das Projekt wird zudem moderne Architektur mit traditionellen Akzenten besitzen. Architektur/Hardware: Hotel im Grünen, Symbiose Natur & Architektur, Integration in der Landschaft, Zimmer & Suiten, Wellness, Verbindung mit dem Ploseberg. Positionierung/Software: Hotelstruktur mit Wohlfühlpension, mittlere–hohe Preisklasse:

95–150 Euro pro Tag/Person, Urlaubskonzept, abgestimmtes Rahmenprogramm, Keywords Wellness, alpin, Aktivität, Vitalität, Natur, Hotel von Familie geführt, professionelle Auswahl des Fachpersonals; Mitarbeitermotivation und Führung, attraktive Arbeitsplätze für lokalen Arbeitsmarkt, professioneller und einheitlicher Auftritt vor Gästen.



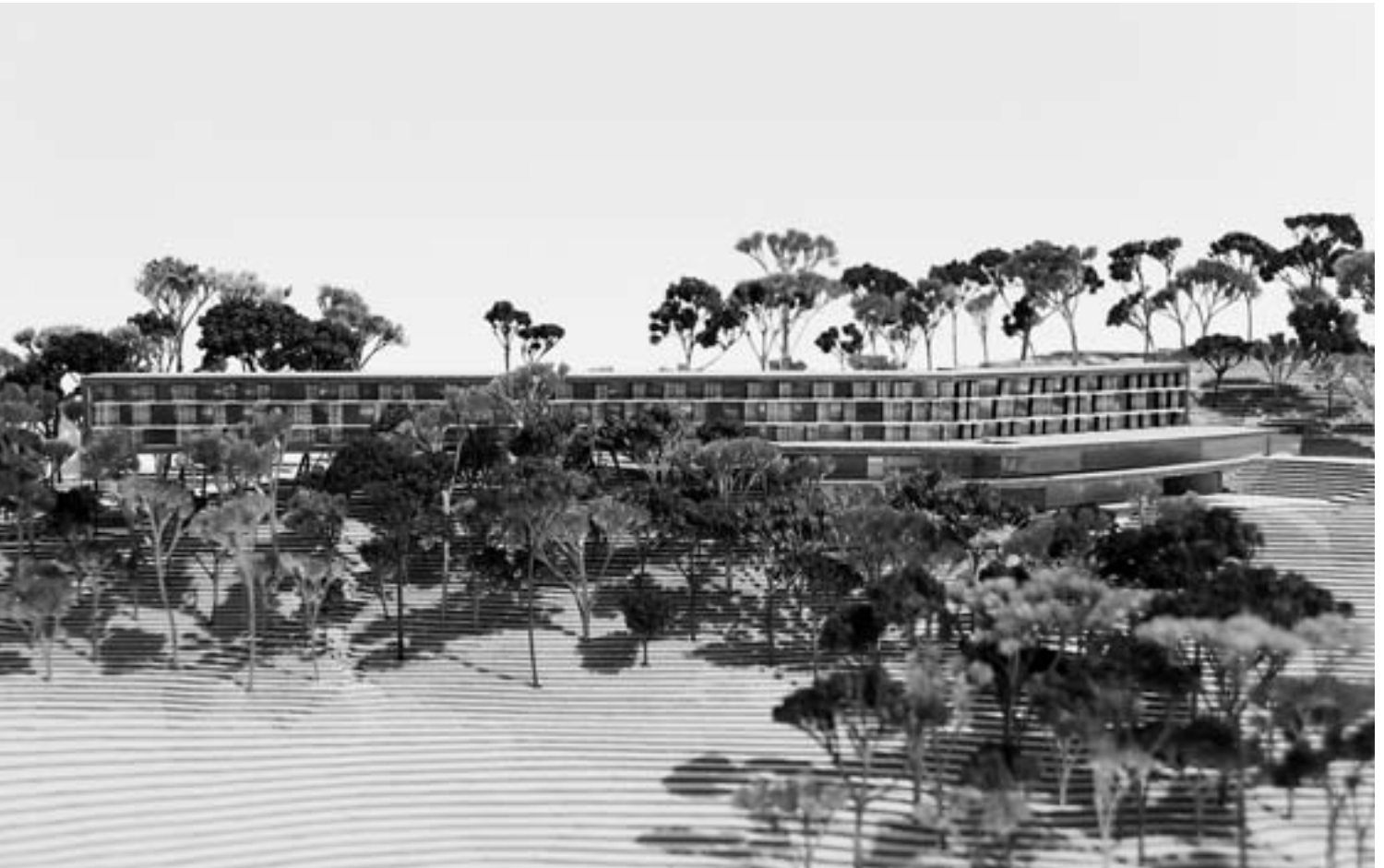
Siegerprojekt
Büro Architekturplus
 Paul Seeber
 Armin Sader
 Gian Marco Giovanoli
 gemeinsam mit
 Architekturbüro
 Wolfgang Meraner



Zwei völlig konträre Seins-Zustände des bestehenden Ortes bilden die Grundlage für das Entwurfskonzept der neuen Hotelanlage des ****S Alpine Wellnesshotel Plose. Beim Durchwandern ließ die außergewöhnliche Qualität des Bauplatzes die Idee keimen, dass die Kraft des Ortes durch den neuen Hotelbau so weit als möglich erhalten bleiben soll. Ein Großteil des Waldbestandes soll bestehen bleiben und die zu bebauende Kubatur wird teils in einem mitten im Wald auf Stützen schwebenden Baukörper aus Holz, teils in einem behutsam in das Gelände eingefügten massiven Sockelbau integriert. Der in den steilen Hang eingebettete Waldbestand, vorwiegend mit Fichten, Lärchen und Birken bewachsen, die scheinbar schwerelos auf dem teils saftigen Moosboden oder dem mit Nadeln bedeckten Waldboden ragen, vermittelt große Geborgenheit. Ein kleiner Bach gräbt sich durch den Waldgrund und lässt den aufmerksamen Wanderer seine Melodie spüren. Ein Pendant zur Realität des Waldes bildet der Blick in Richtung Süden über die Wiesenhänge bis weit in das Eisacktal und die umliegenden Bergketten hinaus, der Weite und Offenheit vermittelt. Beide Seins-Zustände spiegeln sich im Entwurf wider und können beim Durchwandern oder Betrachten des Gebäudes erlebt werden. Der in Massivbauweise errichtete zwei- bis dreigeschossige Sockelbau nimmt im Erdgeschoss den Eingangsbereich, die Rezeption sowie Bar/Restaurant und Küche auf. Im ersten Untergeschoss, das aufgrund der Ausnutzung des Geländes über dem natürlichen Geländeniveau liegt, befinden sich das Schwimmbad sowie die Beauty- und Wellnessabteilung. Auch der Saunabereich im zweiten Untergeschoss ist zur Landschaft hin offen. Sämtliche Niveaus sind so ins Gelände integriert, dass von jedem Geschoss aus ein direkter Zugang und die Aussicht auf die umliegende Landschaft gewährt sind. Durch die behutsame Einbindung in das bestehende Gelände ist im Freibereich keine Stützmauer erforderlich, und der Aushub während der Bauphase kann auf ein Minimum reduziert werden. Dadurch sind die Baukosten geringer als bei der in Hanglage häufig verwendeten Terrassenverbauung. Um den Aufenthalt so naturnah wie möglich zu gestalten, wird ein Konzept verfolgt, bei dem die Gäste, die mit dem

Auto anreisen, dieses in der unterirdischen Tiefgarage (Ebene Eingangsgeschoss) abstellen und dann während des gesamten Aufenthalts so wenig wie möglich benutzen müssen. Die Zulieferung für die Küche und die Abstellplätze der Pkws für das Personal sind auf einer eigenen Ebene. Dadurch überschneiden sich die Funktionsabläufe nicht. Großer Wert wurde auf die internen funktionellen Abläufe gelegt. Der Zugang ins Hotel befindet sich an der Ostseite des Gebäudes. Ein zweigeschossiger Luftraum des Foyers sowie der Ausblick in die Landschaft geben dem Gast schon beim Betreten des Gebäudes das Gefühl der Großzügigkeit und Weite. Die Bartheke im Mittelpunkt des Geschehens zwischen Eingang, gemütlichem Lounge-Bereich, Kaminzimmer und Restaurant ist Ort des Verweilens und der Kommunikation. Sie lässt durch ihre Positionierung viele unterschiedliche Szenarien zu und bildet das Herzstück des Geschehens. Die Schwimmbadlandschaft mit Außenpool an der Nahtstelle zwischen Offenheit und Geborgenheit orientiert sich nach Südwesten hin und lässt die wärmenden Sonnenstrahlen bis in die späten Abendstunden ins Gebäude eindringen. Beauty- und Wellnessbereich bilden den introvertierten zum Wald ausgerichteten Bereich dieses Geschosses. Sämtliche Behandlungsräume sind zwar großzügig verglast, aber doch so angeordnet, dass die Privatsphäre für jeden einzelnen Gast bewahrt wird. Vor allem der Außenbereich der Sauna und Spa-Landschaft im bestehenden Waldgefüge, dem zweiten Untergeschoss vorgelagert, sorgen für die ganz spezielle Atmosphäre dieser Bereiche. In den drei aus Holzfertigteilen erstellten Zimmergeschossen direkt auf dem Sockelbau oder auf schräg gestellten Holzstützen lagernd, befinden sich sämtliche der 80 geforderten Suiten. Der Gast hat die Möglichkeit, sich für die geborgene Waldsuite im ersten Obergeschoss oder die Suite in den Baumwipfeln im dritten Obergeschoss zu entscheiden. Ebenfalls stehen Sonnensuiten mit Ausrichtung nach Südwesten zur Auswahl. Dadurch kann den unterschiedlichen Wünschen und Vorstellungen des Gastes entsprochen werden und auf den Wunsch nach Offen- bzw. Geborgenheit reagiert werden. Es wird versucht, so viele einheimische Materialien zu verwenden, wie möglich. Einheimisches Lärchenholz,



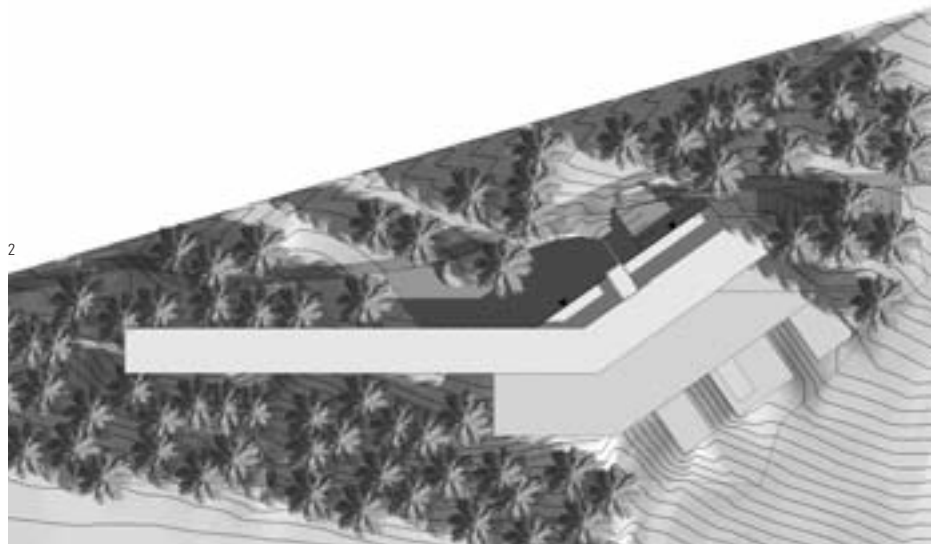


1

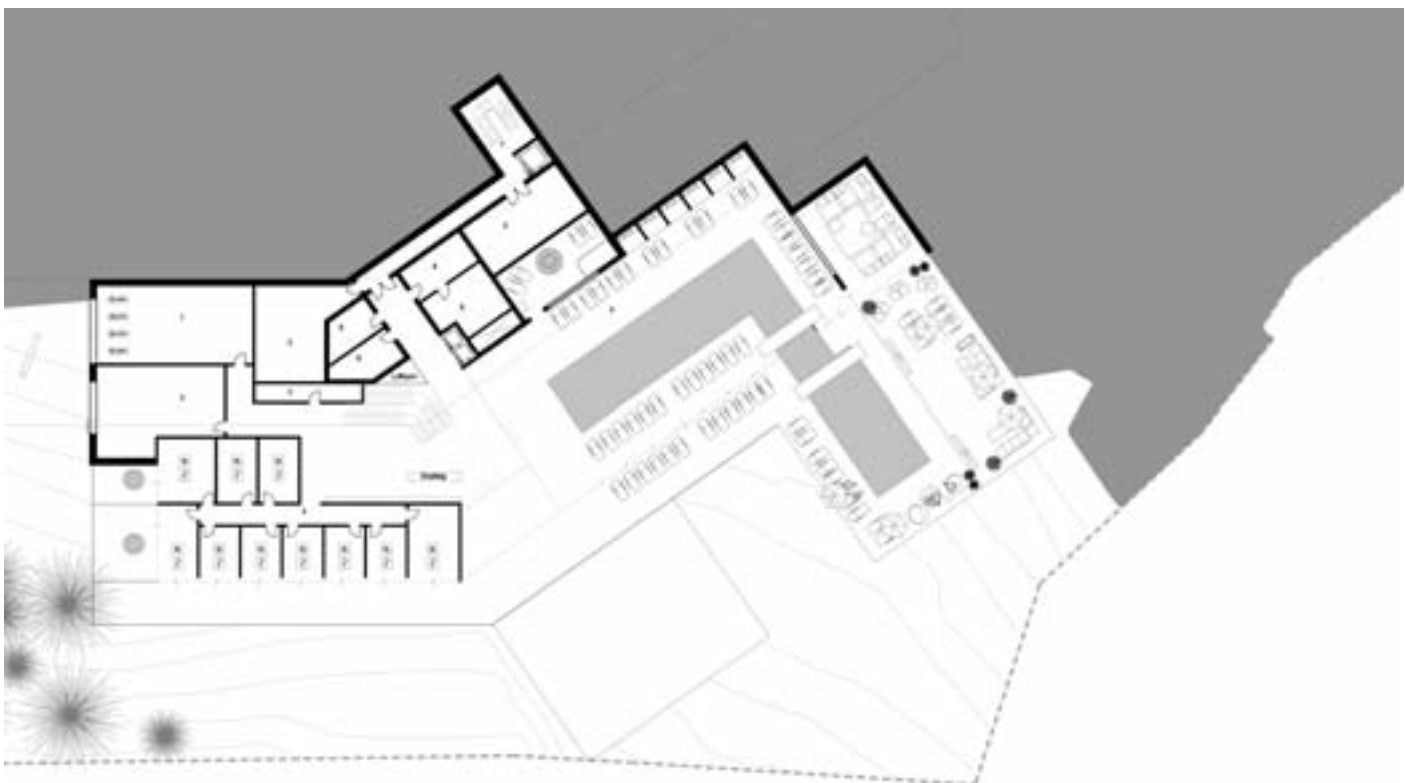
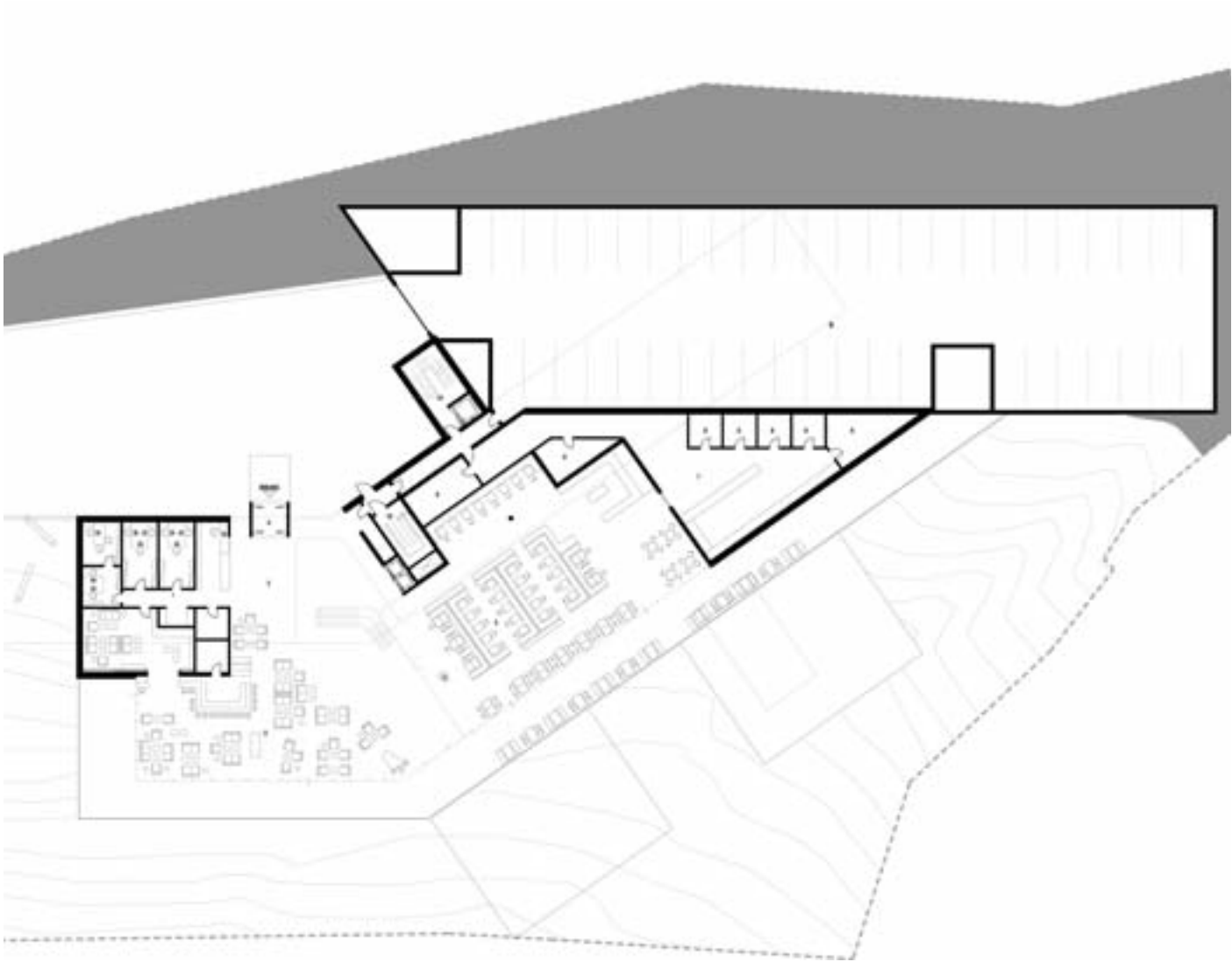
das witterungsbeständig ist, ist für die Außenfassade vorgesehen. Im Inneren soll das Erscheinungsbild so klar und einfach wie möglich gehalten werden. Naturstein (Silberquarzit), Glas und Holz sollen die wesentlichen Baumaterialien werden. Der Sockelbau wird in Beton ausgeführt, die gesamten oberen drei Geschosse in Holzständerbauweise mit vorgefertigten Wand- und Deckenelementen. Aus ökologischen Gesichtspunkten und um die Folgekosten so gering wie möglich zu halten,

wird das Gebäude in Klimahaus-A-Standard errichtet. Schon allein die Tatsache, dass der Aushub durch die Idee des Baumhauses so gering als möglich gehalten wird, garantiert, dass wenig Erdmaterial weggeführt werden muss. Aufwendige Hangverbauungen entfallen, da die Holzstützen auf kleinen Pfahlfundamenten ruhen. Auch das Abholzen eines großen Teils des Waldes ist nicht notwendig. Ein Kindheitsraum des selbst gebauten Baumhauses in anderen Maßstäben wird Wirklichkeit.

2



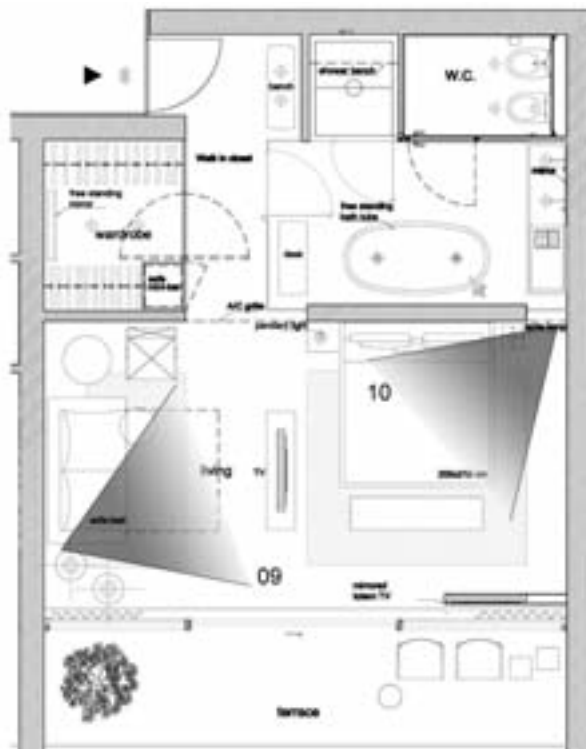
- 1 Modellfoto
- 2 Lageplan
- 3 Grundriss Erdgeschoss
- 4 Grundriss 1. Untergeschoss

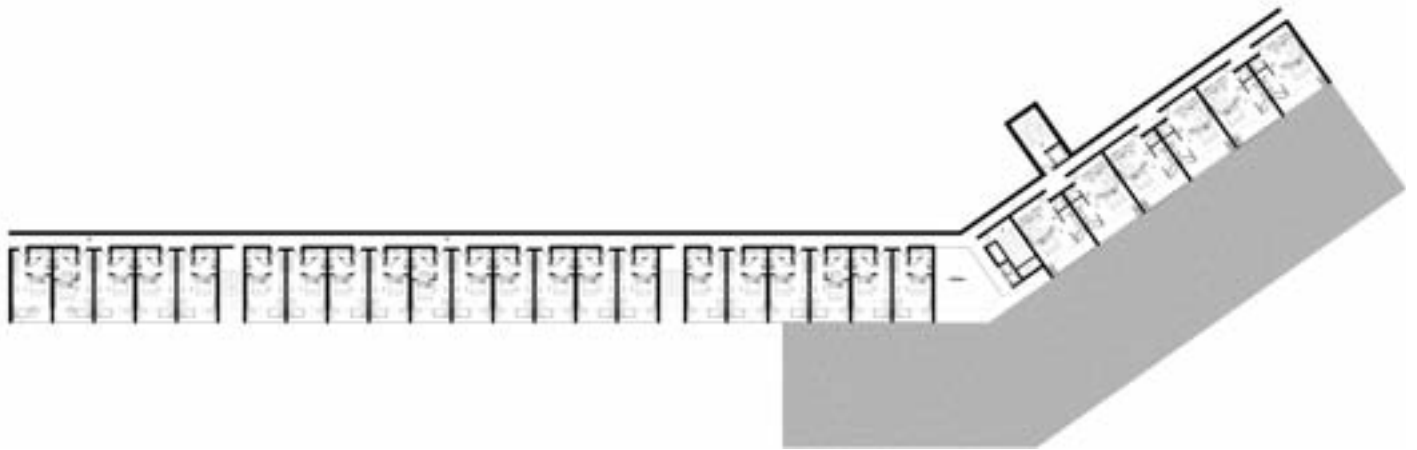




5-6

7





8



- 5-6 Renderings
- 7 Grundriss Suite Typ A
- 8 Grundriss Obergeschoss
- 9-11 Renderings

Comfort_Architecten

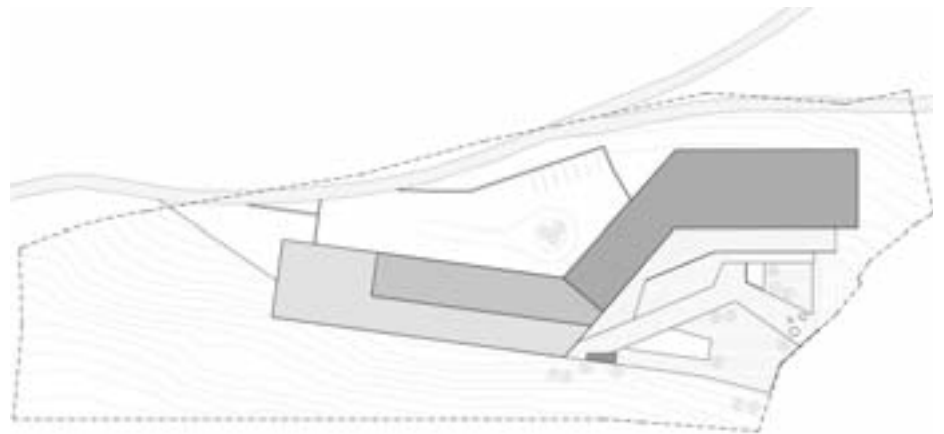
Der Bezug zu Umwelt und Natur, die Integration in die Landschaft, sowie der freie Ausblick haben die Formgebung und Gestaltung des Gebäudes maßgeblich beeinflusst. Durch die Höhenabstufung der Baukörper und die terrassenförmige Ausbildung der Freibereiche gelingt es, das Bauwerk natürlich in die Landschaft zu integrieren. An verschiedenen Stellen gibt es direkte Übergänge zu dem anschließenden Gelände, die Natur ist somit immer wieder im Gebäude spürbar. Das Gebäude wird hangseitig auf halber Höhe der Gesamtstruktur erschlossen. Unterhalb des Eingangsniveaus befinden sich sämtliche öffentlichen Bereiche, in den oberen, dem Hangverlauf folgenden Geschossen werden die Gästezimmer vorgesehen. Der großzügige Wellness- und Spa-Bereich mit Schwimmbad und Liegeflächen befindet sich an der Südseite des Grundstücks und nutzt somit optimal die Sonneneinstrahlung. Die Bereiche der Ver- und Entsorgung der Hotelstruktur, wie Anlieferung, Lager- und Technikräume sowie Teile der Autoabstellplätze, können dank der Hanglage unterirdisch angeordnet werden. Kernstück des Gebäudes ist das zentrale, zweigeschossige Foyer. Dieses bietet einen weiten Ausblick über das Eisacktal und die umgebende Landschaft und funktioniert innerhalb des Gebäudes als zentraler Verteiler aller Funktionen. Die öffentlichen Bereiche, wie Speisesaal, Vinothek und Bar mit vorgelagerten Terrassen sowie der Beauty-

Bereich befinden sich zusammenhängend auf einem Geschoss. Die Wellness-Bereiche mit Außenflächen werden, der Hanglage angepasst, zweigeschossig ausgeführt und intern miteinander verbunden. In den Obergeschossen werden die Gästezimmer in länglichen, ein- und zweihüftigen Baukörpern untergebracht, deren Abstufung der ansteigenden Topographie folgt. Die länglich orientierte und geschichtet wirkende Ausprägung der Gebäudestruktur wird durch horizontale Fassadenelemente noch verstärkt. Das Wechselspiel zwischen Innen und Außen, den Vor- und Rücksprüngen bzw. Höhenabstufungen der einzelnen Geschossebenen wird durch eine vorgesetzte, horizontale Leichtkonstruktion noch verstärkt.

- 1 Rendering
- 2 Lageplan
- 3 Rendering
- 4 Grundriss 1. Obergeschoss

1

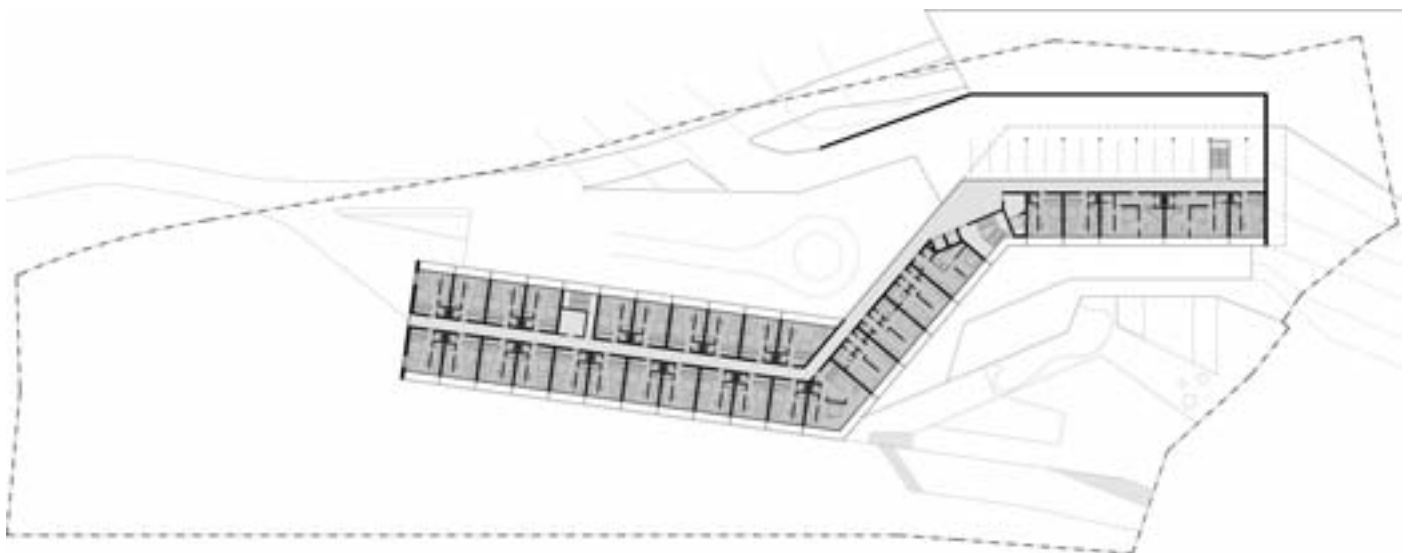




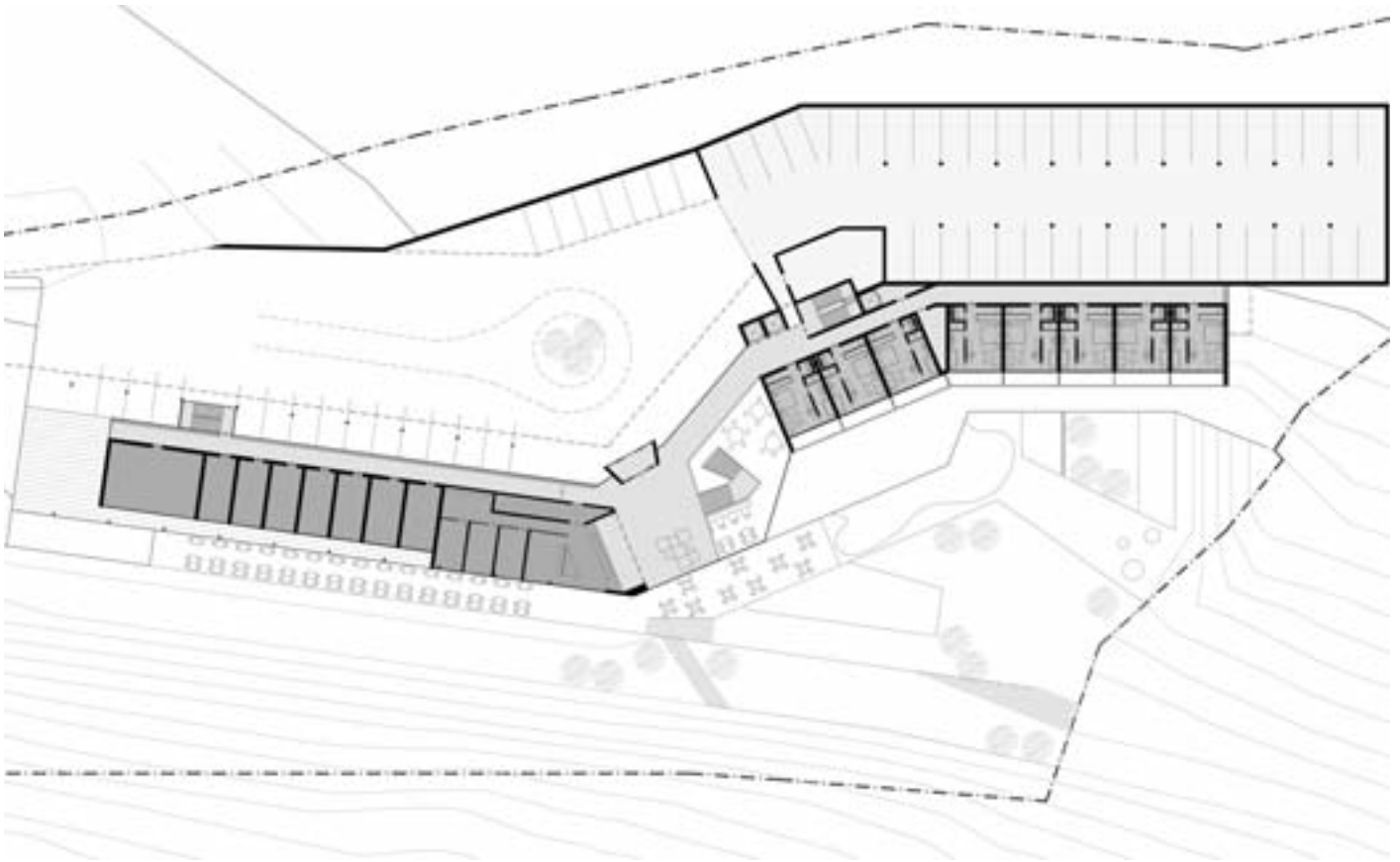
2



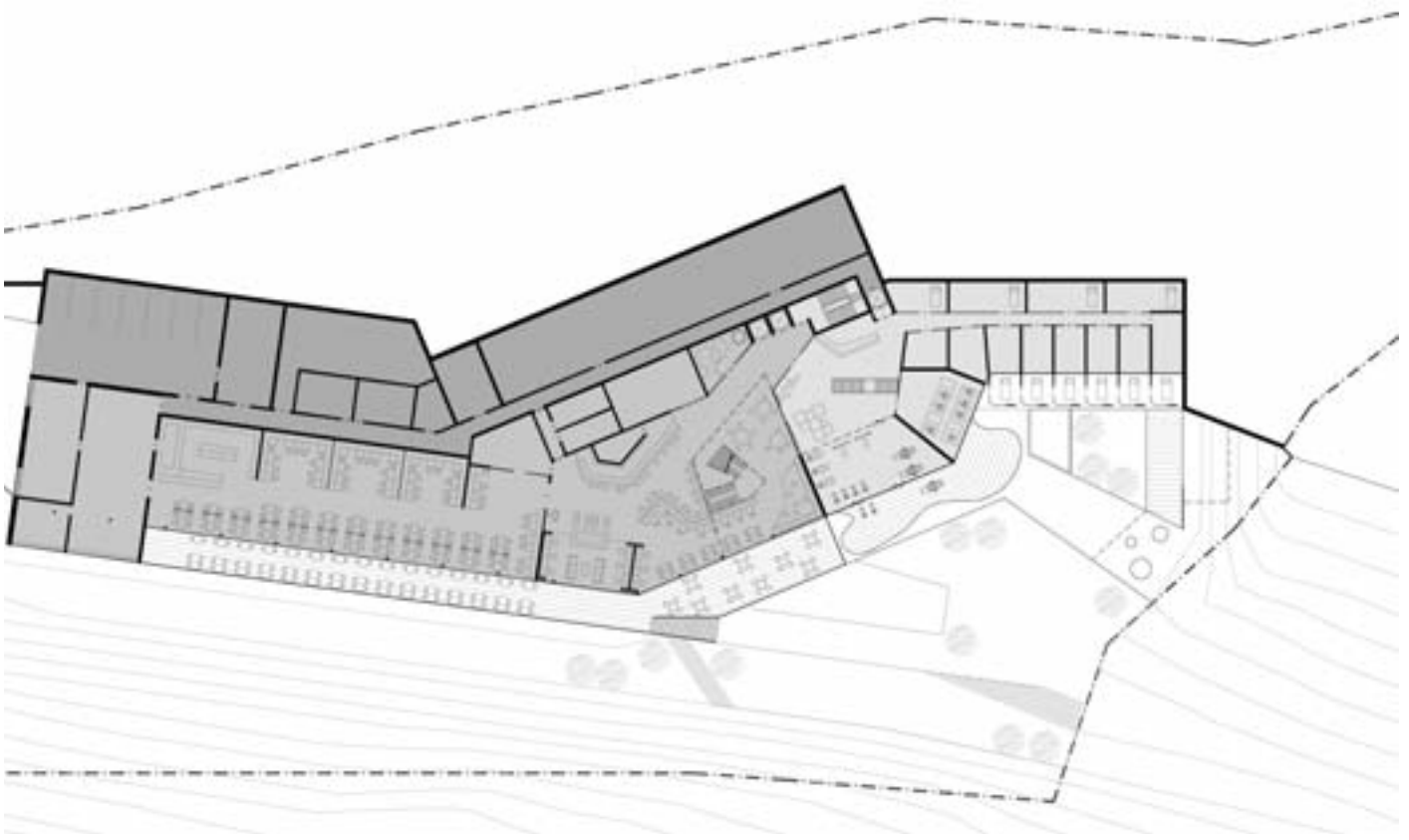
3



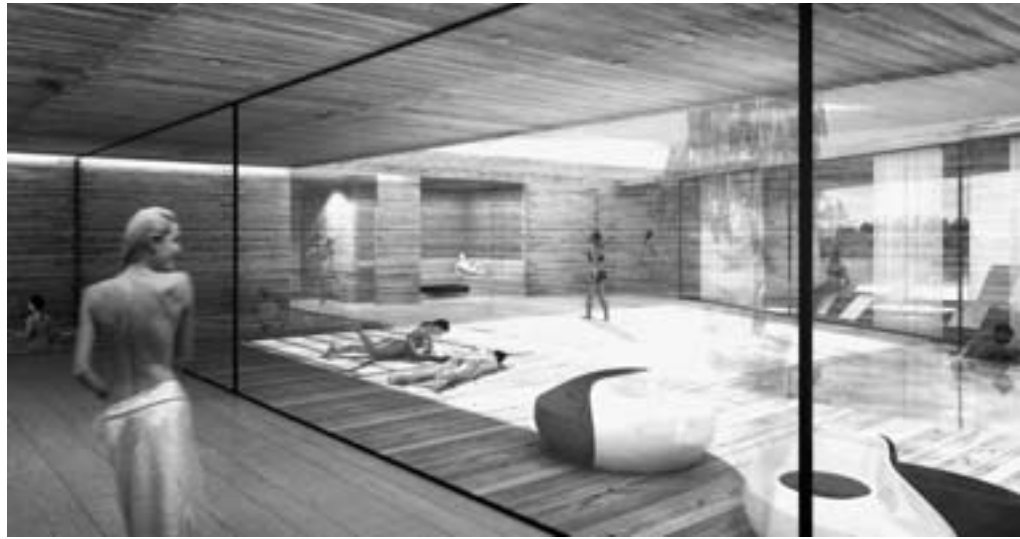
4



5



6

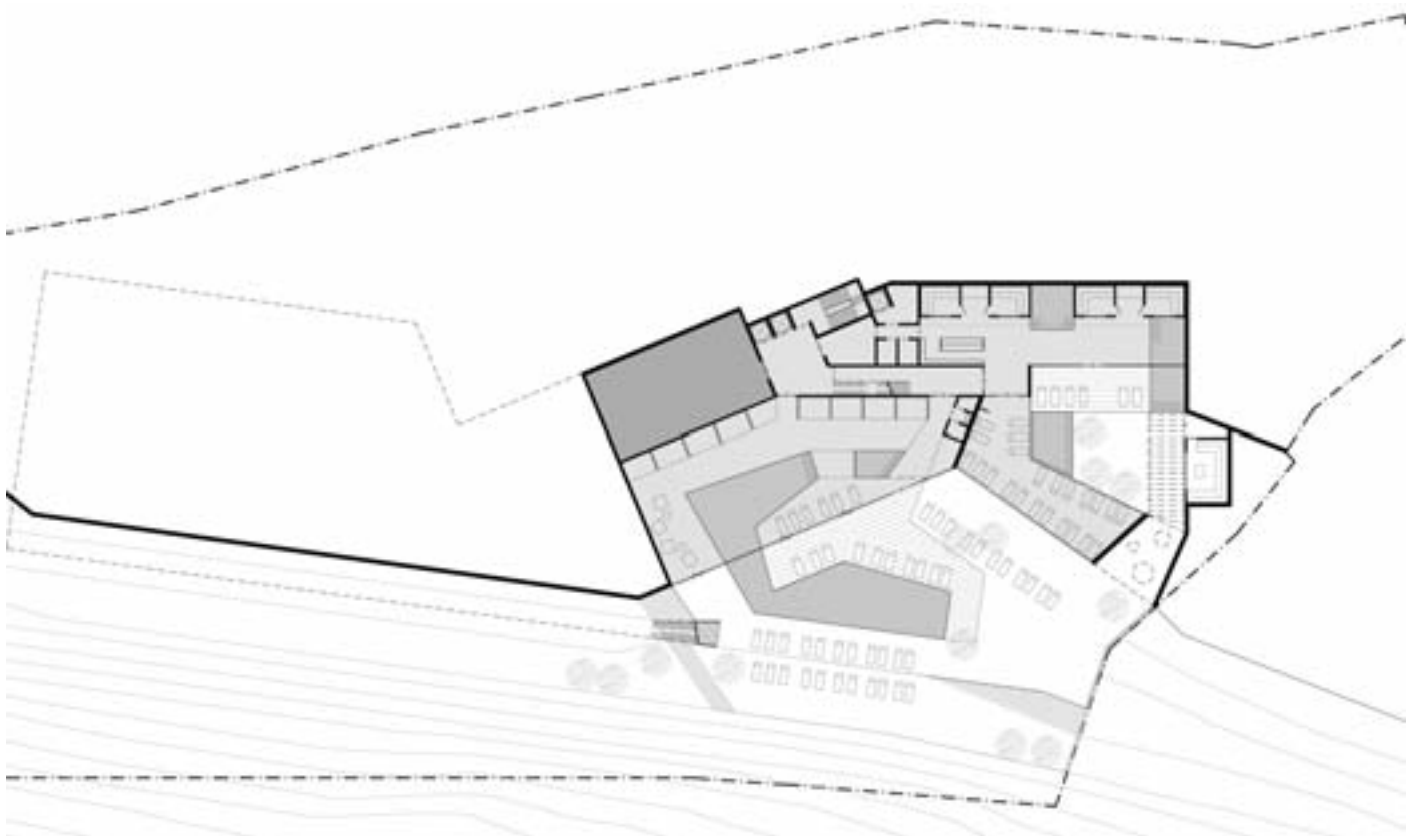


Projekt
Comfort_Architekten
Arch. Marco Micheli
Arch. Michael Mumelter
Mitarbeiter
Arch. Richard Glira
Mitarbeit Interieur Design
Berg und Tal GmbH



- 5 Grundriss Erdgeschoss
- 6 Grundriss 1. Untergeschoss
- 7-8 Renderings
- 9 Grundriss 2. Untergeschoss

7-8



Zeytinoglu ZT GmbH

Die typische alpine Bauweise richtet sich seit jeher nach den Bedürfnissen der Bevölkerung, nach der Notwendigkeit zu überleben. Die architektonische Richtung wird durch gegebene landschaftliche Einschränkungen und Eigenheiten bestimmt. Sie folgt verpflichtenden Kriterien und stützt sich auf unabdingbare Gleichgewichte. Urformen des alpinen Siedlungswesens bilden eine bestechende Einheit aus Naturraum und im Laufe der Jahrhunderte gewachsener Architektur, die als harmonisches Ganzes die Kulturlandschaft von Südtirol prägt. Die Berücksichtigung dieser Faktoren und Erhaltung von kulturlandschaftlichen Elementen soll im Mittelpunkt stehen. Die geplanten Baukörper und ihre strukturelle Gliederung entsprechen dem ländlichen Siedlungswesen der Region. Sie gleichen dem Ensemble eines Streuhofs mit seinem Haupthaus, das im Entwurf von einer Auskrugung durchbrochen wird, der Lobby des Hotels. Dadurch entsteht eine sogenannte Platzsituation, die das Zentrum des Hotels bildet. Großzügige Verglasungen sollen gleichzeitig das Sichtbarmachen des Eingangs ermöglichen sowie den Sockelbereich öffnen, durchlüften und mit der Umgebung verbinden. Das in die Erde gelegte Verteilergeschoss übernimmt dabei die logistische Funktion einer Hotelanlage. Unter diesem ist der gesamte Wellnessbereich – südwestorientiert – sowie auch die zum Berg gewandte Tiefgarage des Hotels untergebracht. Über einen Panoramalift erreicht der Gast die Wellnessrezeption, über die man entweder zu den Treatmenträumen oder zum Pool gelangt, dem ein Saunabereich mit intemem Innenhof angeschlossen ist. Im Entwurf ist der Kontrast, den die Landschaft und das Panorama bieten, im Kontrast der Baukörper umgesetzt. Das Verteilergeschoss, der Sockel, ist mit Naturstein, die fünf einzelnen Baukörper sind mit Holz verkleidet und betten sich in die umgebende Waldlandschaft ein. Die Fassade selbst gliedert sich in funktionale größere Öffnungen für den Logisbereich bzw. Lüftungsöffnungen (Kleinfenster) für den Schlafbereich. Die zwei- bis dreigeschossigen Baukörper beinhalten insgesamt 61 Standard-Zimmer, 15 Family- und 4 Senior-Suiten und sind über verglaste Verbindungsgänge miteinander verbunden. Die Inneneinrichtung soll

den alpinen und regionalen Charakter der Umgebung widerspiegeln, indem es sich der in der Landschaft vorkommenden Veraststücke bedient. Natürlich gewachsene Materialien, die gezielt und bewusst eingesetzt werden. Seelisches Wohlbefinden im Einklang mit der Natur. Die Gestaltung der Zimmer greift auf natürliche, robuste und doch edle Materialien zurück. Natureiche in Kombination mit frischen Farben erzeugt Wärme und Behaglichkeit und vermittelt ein Gefühl der Geborgenheit. Leuchtende Farben wie Blau, Orange, Grün und Rot kontrastieren mit ruhigen Naturtönen und wirken harmonisierend auf Geist und Seele. Das Hotel als gepolsterte Höhle inmitten einer atemberaubenden Berglandschaft.



1



2

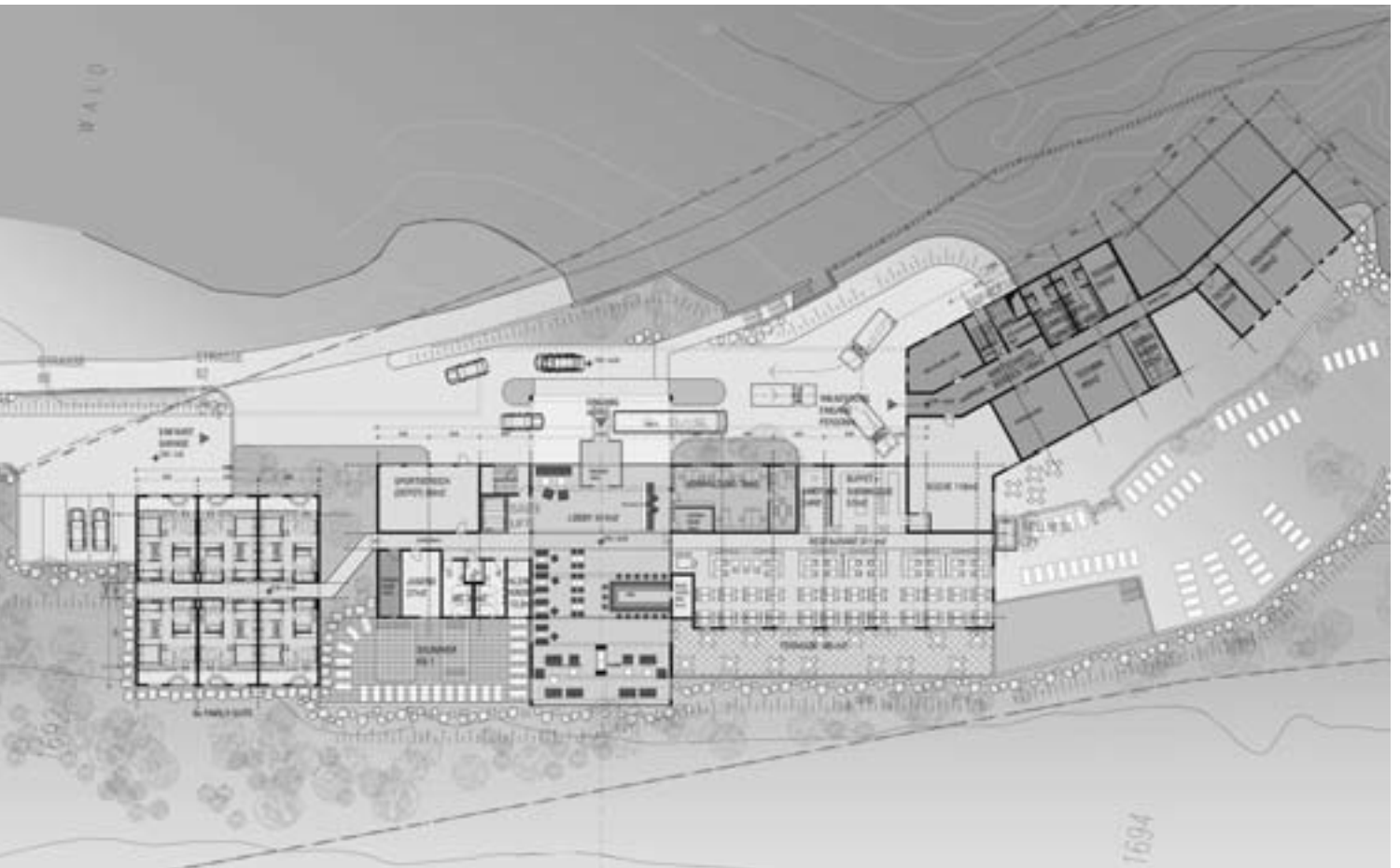


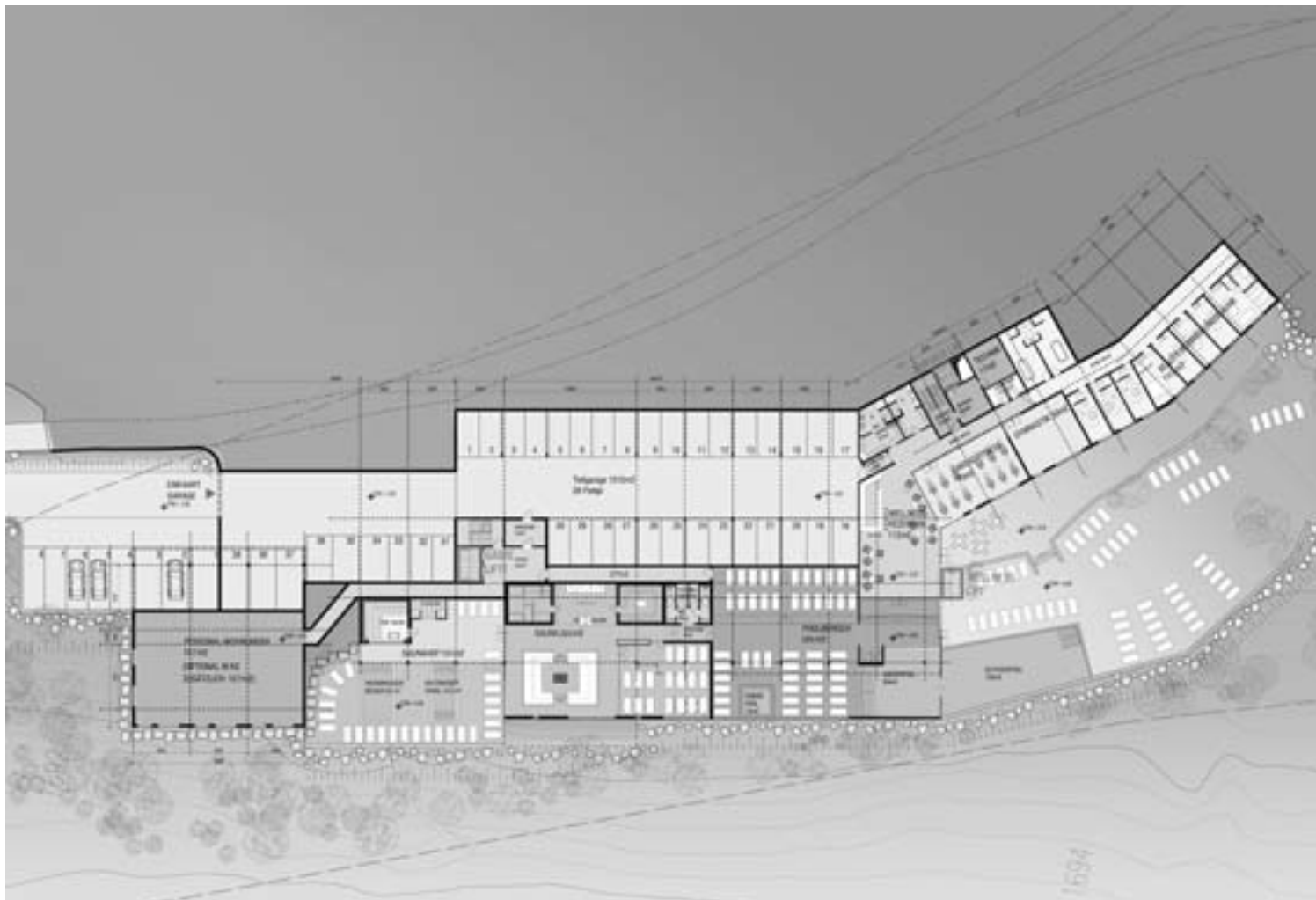
3



4

5





6



- 3 Grundriss 1. Obergeschoss
- 4 Rendering
- 5 Grundriss Erdgeschoss
- 6 Grundriss Kellergeschoss
- 7 Rendering

7



8

Auftraggeber

Well.com GmbH, Brixen

Daten Wellnesshotel

80 Zimmer

inkl. Wellnessbereiche
und Freiflächen**Wettbewerb**

2010

Entwurf

Zeytinoglu ZT GmbH

Wettbewerbsteam

Ariana Grüll

Christa Panzenberger

Pia Zippermayr

BruttogeschossflächeHotel: 8.360 m²**Bruttorauminhalt Hotel**28.580 m²

9





10



8 Schnitt A
9 - 10 Renderings
11 Schnitt C

11

Arbeitsgemeinschaft PRG

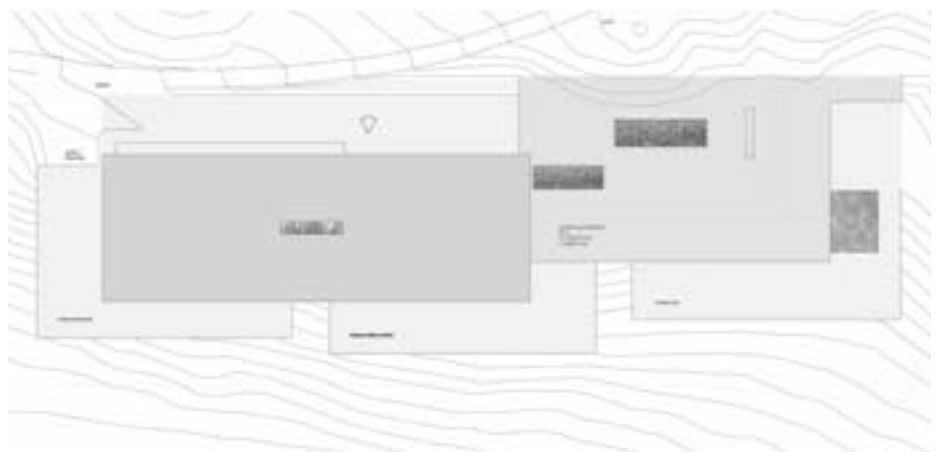
Martin Ploner

Christian Rübbert

Theodor Gallmetzer

Das Hotelgrundstück liegt oberhalb von St. Andrä mitten in einem steilen Nadelwald. Ruhe und Aussicht auf die umgebende Bergwelt machen das Grundstück wertvoll und ideal für ein Hotelprojekt. Der Gast kann hier in der Abgeschlossenheit, mitten in der unberührten Natur ausspannen und sich von seinem Alltagsleben erholen. Der Ploseberg zeigt mit St. Andrä und St. Leonhard eine typisch alpine Bebauungsstruktur auf. Gewachsene Paarhöfe staffeln sich rund um die Kirchen, weitere verstreuen sich auf dem ganzen Westrücken des Berges. Die Gebäude sind nach Westen orientiert und folgen dem Hang. Gegen Süden reicht der Blick über die breite Brixner Talsohle bis zur Villanderer Alm. Das Entwurfskonzept thematisiert diese Bebauungsstruktur am Hang. Die Baukörper gliedern sich entlang des Grundstückes und bilden ein harmonisches Ensemble. Die bergseitig erschlossene Eingangsebene liegt mittig in der horizontalen Fuge zwischen den Gästezimmer-Baukörpern und nicht wie sonst üblich im untersten Geschoss. Sie kann deshalb von allen vier Seiten natürlich belichtet werden. Es entstehen verschiedene Ausblicke in die Umgebung. Durch diese Offenheit des Grundrisses gewinnen Lobby, Bar, Restaurant und Spa ihre luftige, lichte Atmosphäre. Großzügige Terrassen sind vorgelagert und erweitern die Aufenthaltsbereiche ins Freie. Für den Gast ergibt sich die Möglichkeit, den Sommeraufenthalt in freier Natur unter plein air zu verbringen. Zudem machen die bepflanzten Lichthöfe im Zusammenspiel mit den Terrassen und dem umgebenden Grün die Natur im Innenraum allzeit präsent. Es werden Ruhe, Harmonie und die Einheit mit der Natur vermittelt. Ein Gefühl der Leichtigkeit entsteht.

Die Zimmer schweben in luftiger Höhe über dem Boden und erwecken schon beim Eintreten ein Gefühl von Freiheit und Harmonie, das durch den Blick auf das umliegende Bergpanorama verstärkt wird. Am südlichen Teil des Hotels befindet sich eine besondere Erholungsstelle für Seele, Geist und Körper. Direkt vom Wellnessbereich aus schlängelt sich ein leichter Naturpfad den Hang entlang empor. Er ist gesäumt mit einzelnen Badebottichen (Hot tube), Kneippwannen und einer freistehenden Sauna als Krönung am obersten Abschnitt des Rundgangs. Vor allem in der Abenddämmerung entsteht hier eine besondere Atmosphäre. Mitten im Wald unter Sternenhimmel macht ein erholsames Bad in einem beheizten Badebottich den Alpine Wellness Urlaub zu einem besonderen Erlebnis und sicherlich unvergesslich. Der ganzheitliche und naturnahe Anspruch des Projektes verdeutlicht sich auch in dem Bestreben, dass der Klimahotel-Standard verwirklicht werden soll. Neben der harmonischen Einfügung des Projektes in die Landschaft liegt das Augenmerk auf der Verwendung ortstypischer und einheimischer Materialien und einem ressourcenschonenden innovativen Energiekonzept.





2



3



4-5

- 4 Doppelzimmer
- 5 Superior Suite
- 6 Schnitt A-A
- 7 Rendering
- 8 Grundriss Ebene 3



6



7



8

**Verfasser des vorgelegten
Wettbewerbsprojektes**

Arch. Christian Rübbert
Arch. Theodor Gallmetzer
Arch. Martin Ploner

Fachplaner Haustechnik

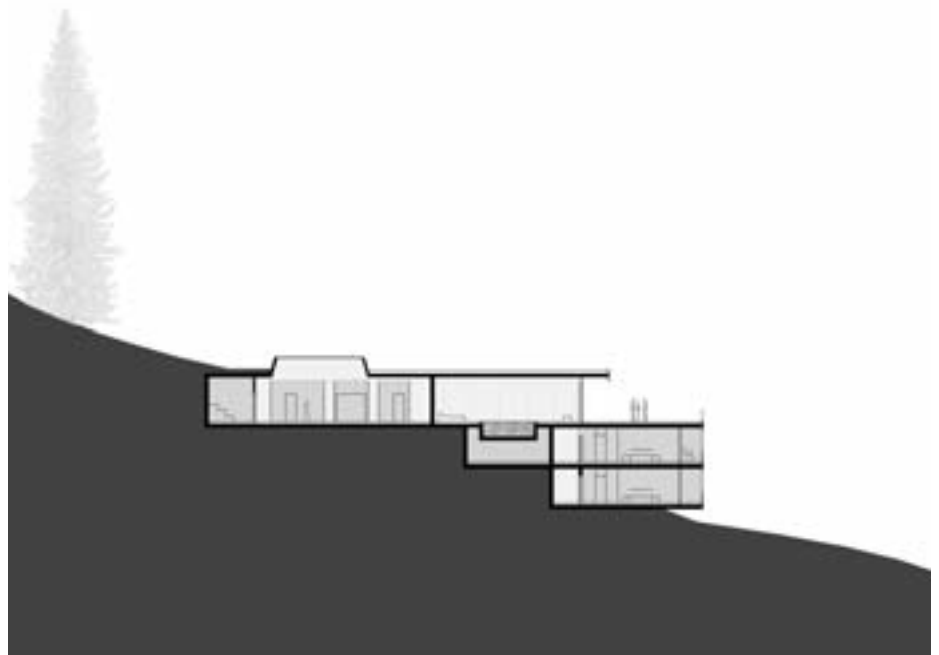
Ing. Georg Felderer
energytech

Renderings

Arch. Pavol Mikolajcak
+ visualarch

Modell

Christian Mittendorfer



9

9 Schnitt B-B

10 – 11 Renderings

12 Grundriss Ebene 2

10





11



Konoarchitecture
Arch. Alexander Thöni
 Externe Mitarbeiter:
 Susanne Rieder,
 Landschaftsarchitektin;
 Silvia Pichler,
 Architektin

Unser Wettbewerbsbeitrag spiegelt eine intensive Auseinandersetzung mit dem Ort und den funktionalen sowie ästhetischen Ansprüchen der Bauherren wider: Modern aber womöglich an die Formensprache einer traditionellen alpinen Architektur anlehnend. Große Verglasungen und der reichliche Einsatz von Holz als Geheimrezept. Definitiv leidet die Architektur im alpinen Raum unter dem Druck, große Volumen, die jede Dimension traditioneller alpiner Architektur sprengen, in die Landschaft zu setzen und dabei dem kritischen Betrachter keine Angriffsfläche zu bieten. Also setzt man auf Architekturstile, an die sich die Augen vermeintlich gewöhnt haben und somit allgemeine Akzeptanz finden. Als da wären einerseits ein Erguss aus eklektischem Addieren und wildem Vermischen von traditionellen Stilelementen und jenen, die man als solche annimmt. Andererseits, und hierin üben sich natürlich solche, die glauben, einer kleinen Planerelite anzugehören, ein sachlicher Architekturstil, der gemeinhin von Ungeschulten als „Schachtel“-Stil verunglimpft wird. Im Idealfall wird versucht, diesem modernen Architekturstil durch den Einsatz traditioneller und in ihrer optischen Wirkung als sedierend anerkannter Materialien seine Wucht zu nehmen: Kleider machen Leute. Um diesem Dilemma vielleicht entkommen zu können, muss nach anderen Lösungen gesucht werden, die keinen stilistischen Ansatz als Ausgangspunkt haben. Kinetisches Entwerfen als Fluchtversuch. Der Baugrund befindet sich an einem steilen Westhang im Mittelgebirge über Brixen mit dichtem dünnstämmigen Fichtenbewuchs und erschließt sich sanft von Norden her. Gegen Süden wird er durch mehrere Wasserfurchen begrenzt, im Osten führt eine kleine Zufahrtsstraße zu einer Hofansammlung. Im Westen geht der Hang in eine flachere Lichtung über. Ein Gebäude in diesen Ort zu setzen, bedeutet die Landschaft umzuformen. In unserem Fall haben wir uns entschieden, den Hang mit chirurgischer Präzision aufzuschlitzen und das Bauvolumen so in den Hang regelrecht zu implantieren. So entstand ein Baukörper, der auch als gebaute Landschaft gesehen werden könnte. Tatsächlich erinnert das Gebäude in seiner Abwicklung stark an die Silhouette eines Gebirgskammes. Das Gelände öffnet sich und nimmt den Gast auf.

Kinetisches Entwerfen bedeutet, im Entwurfsprozess das Element der Bewegung als raumbildenden Faktor aufzunehmen. Es geht darum, sich in die verschiedenen „Endverbraucher“ des Gebäudes zu versetzen und, ausgehend von ihren Bewegungen, ihren Perspektiven Raum zu schaffen. Das Gebäude entsteht vor den Augen des Nutzers, der Planer dient als Medium, als Mittel zum Zweck. Kinetisch entworfene Gebäude begleiten den Betrachter, gehen auf ihn ein. Innere und äußere Abläufe werden zu Raum und Raumfolgen.

Angekommen.

Sanft

streicht der wind durch die baumwipfel

wo girlitze fröhlich singen

aus dem knisternd weichen boden im

dichten nadelwald

im dichten nadelwald

hebt sich leise

zwischen moos und stein

zwischen kleinem rinnsaal und trockenen

furchen

in einem spiel aus licht und schatten

öffnet den blick nach westen

und steigt im süden zur sonne empor

Willkommen.

HUBERs Alpine Balance Hotel

Das Ankommen wollte als bewusster Prozess gestaltet werden, als Prozess der Annäherung und vor allem des Hinterlassens. Man lässt den Alltag hinter sich und taucht ein in eine Landschaft, die Erholung verspricht. Dementsprechend wird das Fahrzeug am Randbereich des Hotels abgestellt und der Gast über einen Fußweg zum Eingangsfoyer geführt. Dem Gast wird die Möglichkeit gegeben, im wahrsten Sinne des Wortes Distanz zu nehmen. Während der Begehung des Weges lässt sich der Gast auf den Ort ein und nimmt ihn wahr. Die Ankunft bedeutet Abstand zu nehmen, zu dem was davor war, und sich dem zu widmen, was ist und kommen wird. Der Weg führt entlang der Ostfassade mit leichtem Gefälle zum Eingang, während die Fassade umgekehrt ansteigt. Glasfronten geben Einblicke in das Hotelinnere frei, das sich somit dem Gast mitteilen kann. Im Foyer befindet sich der Empfang, wo man sich schon mal zur Rast niederlassen und erste Bedürfnisse erledigen kann.



1



2



3



4

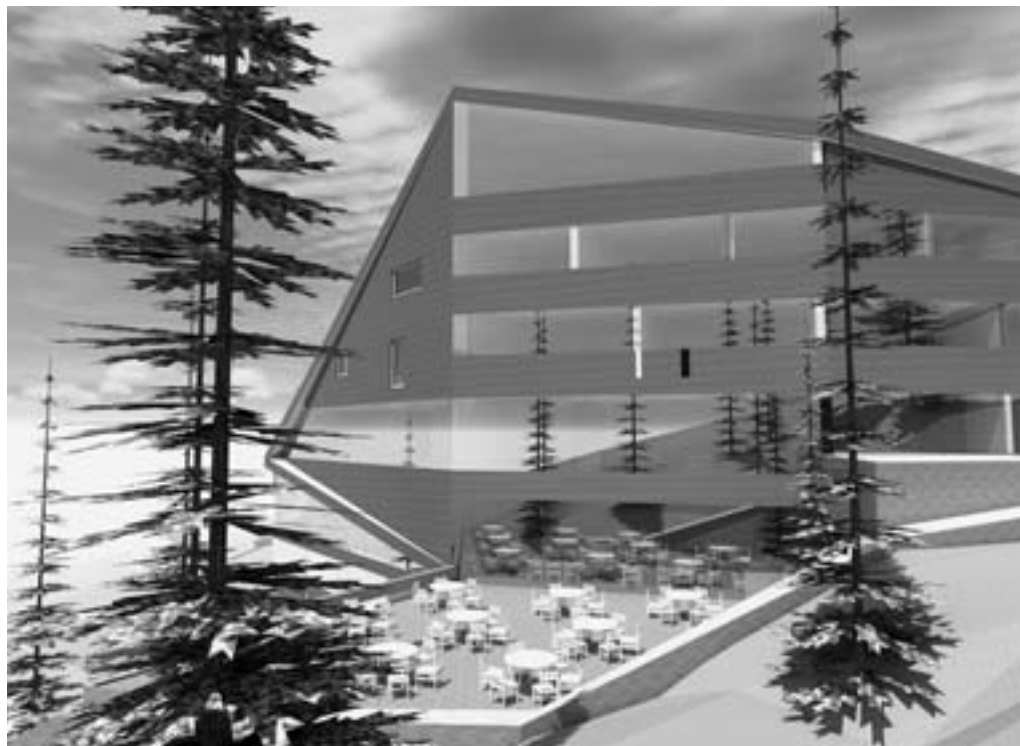
Von der Sitzzecke hat man einen Panoramablick von den Sarntaler Alpen im Westen bis hin zu den Zillertaler und Pfunderer Bergen im Norden. Dies bestätigt die Vorfreude und schafft die Gewissheit, dass es gute Ferien werden. Auf der Ebene des Foyers befinden sich noch Richtung Süden der Multimediaraum, das Hubers Viola Restaurant sowie an die Rezeption Richtung Norden anschließend die Tages- und Abend-(Piano-)bar, welche mit abfallender Raumhöhe zum Kaminzimmer leitet. Das Kaminzimmer liegt im Norden und paart sich somit besonders gut mit dem Element Feuer. Am Abend glitzern die Lichter der Stadt wie einzelne Feuerfunken und weiten den Barbereich ins Unendliche der Dunkelheit. Die Eingangshalle dient als Dreh- und Angelpunkt des 4-Sterne-s-Hotels. Dem Wunsch der Bauherren nach einem Hotel, das am besten mit gar keinen wegweisenden Schildern auskommen sollte, wurde versucht Genüge zu tun, indem die funktionale Logik auch durch Blickbezüge und formale Eingriffe unterstützt wurde. Unendliche, unübersichtliche Gangsysteme wurden vermieden und Gänge als Räume gestaltet mit angenehmer Atmosphäre. Zum Beispiel führen von der höher gelegenen Eingangshalle großzügige Gallerien, die als Atrien ausgeführt wurden, zu den zwei darunter liegenden Ebenen mit den Standardzimmern. Die Standardzimmer verfügen über nicht

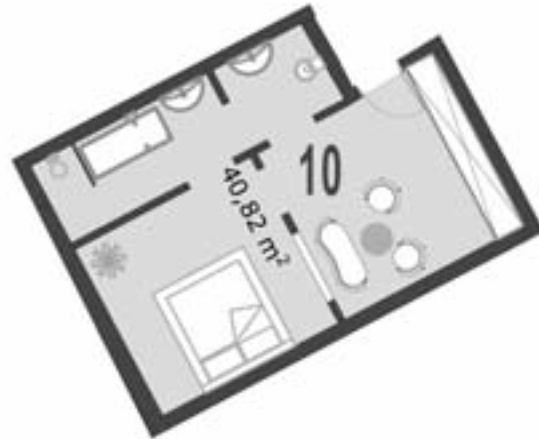
einsehbare Loggien und im Geschoss mit Zugang zur Wiese über zimmereigene „Schrebergärten“. Im „Südturm“, dem sich in die Höhe der Baumwipfel schraubenden Gebäudeteil, befinden sich der SPA-Bereich und die Suiten. Die SPA- und Luxusuiten ordnen sich um einen Innenhof, der durch eine vertikal bepflanzte Wassersäule in den Wellnessbereich führt und durch diesen in den Außenbereich mit Wasserbecken und stegartig angelegten „Relaxlogen“

Der Außenbereich wurde von der Landschaftsarchitektin Susanne Rieder stimmig in das Gesamtkonzept eingegliedert.

Um die Licht- und Schattenspiele der schlanken Baumstämme ins Innere des Hotels zu übertragen, wurden diese dort in abstrahierter Form als Säulenbündel mit zusätzlicher statischer Funktion eingesetzt. Die Gäste sollen während ihres Aufenthaltes durch nichts von ihrer Erholung und dem Energieaufladen abgelenkt werden. Störende Einflüsse wie manövrierende Fahrzeuge vor der Eingangshalle und Lärm durch Zulieferer wurden verbannt. Die verschiedenen Funktionen wie Logistik, Personal- und Gästebereich sind strikt getrennt. Eine unterirdische Parkgarage nimmt vor Erreichen des Hotelbereichs die Fahrzeuge auf. Eine touristische Investition in Form eines Hotels muss funktionieren. Die architektonische Gestaltung liefert dazu den Grundstein.

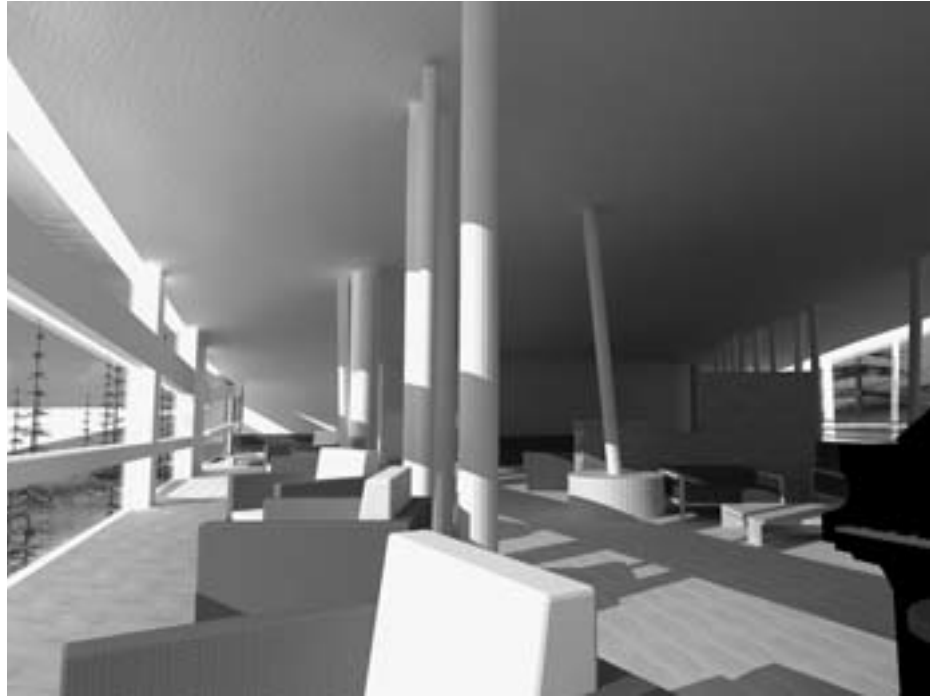
5



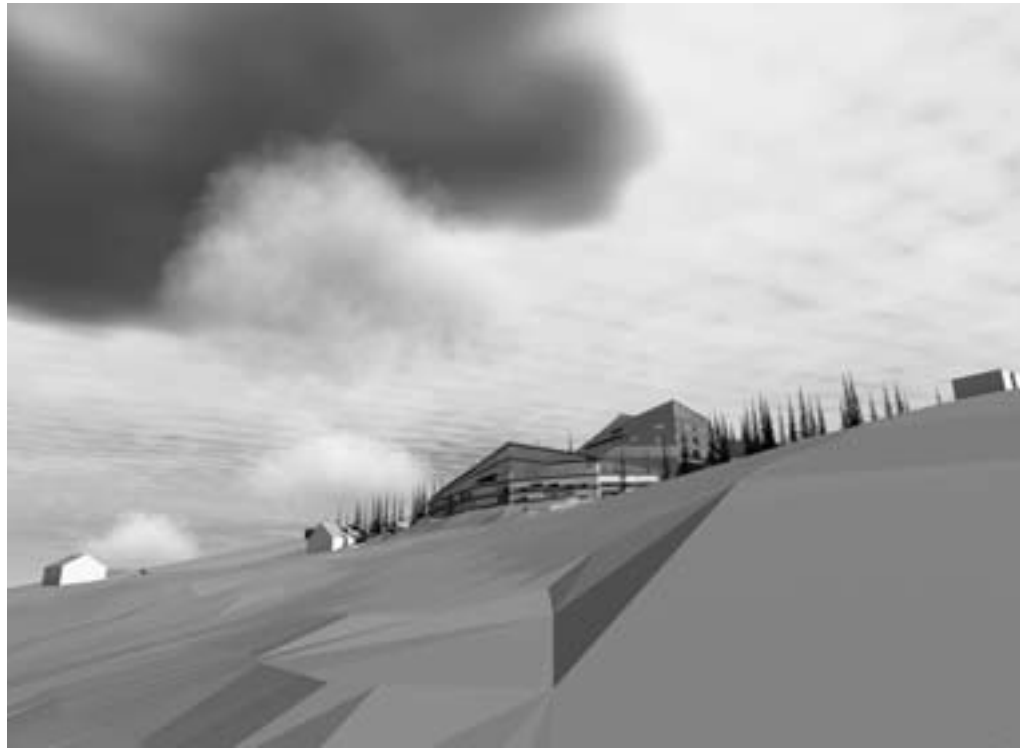


6-7

8-9



- 6 Grundrissvorschlag
- 7 Grundriss Suite
- 8-10 Renderings
- 11 Grundriss Erdgeschoss



10



11

Büro Baukraft Rieder Dominik Rubner Georg

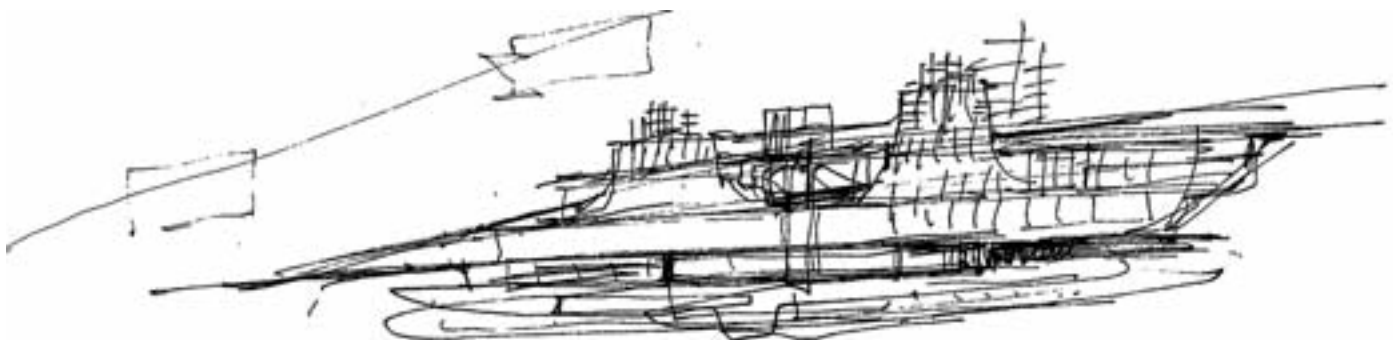
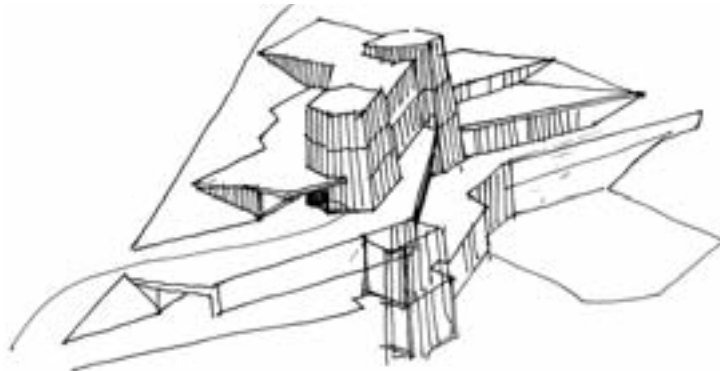
Das Hexagon: ein Hexagon ist ein Polygon, bestehend aus sechs Ecken und sechs Seiten. Sind alle sechs Seiten gleich lang, spricht man von einem gleichseitigen Sechseck. Sind darüber hinaus alle Winkel an den sechs Ecken gleich groß, dann wird das Sechseck regulär oder regelmäßig genannt. Die Natur: eine der wichtigsten Grundstrukturen der Natur ist aus Sechsecken aufgebaut, die *Bienenwabe*. Die hexagonale Form der Wände ergibt ein optimales Verhältnis von Wandmaterial zu Volumen. Viele *Kristalle* bilden hexagonale Formen. Das Hexagon als Solitär, einzigartig in der umgebenden Landschaft, stark in der Wirkung. Das Grundstück: das Grundstück stellt sich als langgezogenes bewaldetes sehr steiles Gelände dar. Die Verteilung der Ebenen soll eine *Terrassierung* der einzelnen Nutzungsebenen ermöglichen. Die Natur und der Wald sind die bestimmenden Elemente der Umgebung. Durch die Anordnung des Gebäudes sollte der Erdbewegungsaufwand so gering wie möglich gehalten werden. Die Ebenen sind als Weiterführung des Gewachsenen zu verstehen. Die Idee: aufgrund der Beschaffenheit des Grundstückes und der Größe des Bauvorhabens ist es erforderlich, durch eine Verschmelzung von horizontalen Ebenen und vertikalen solitären Türmen ein Gleichgewicht zu

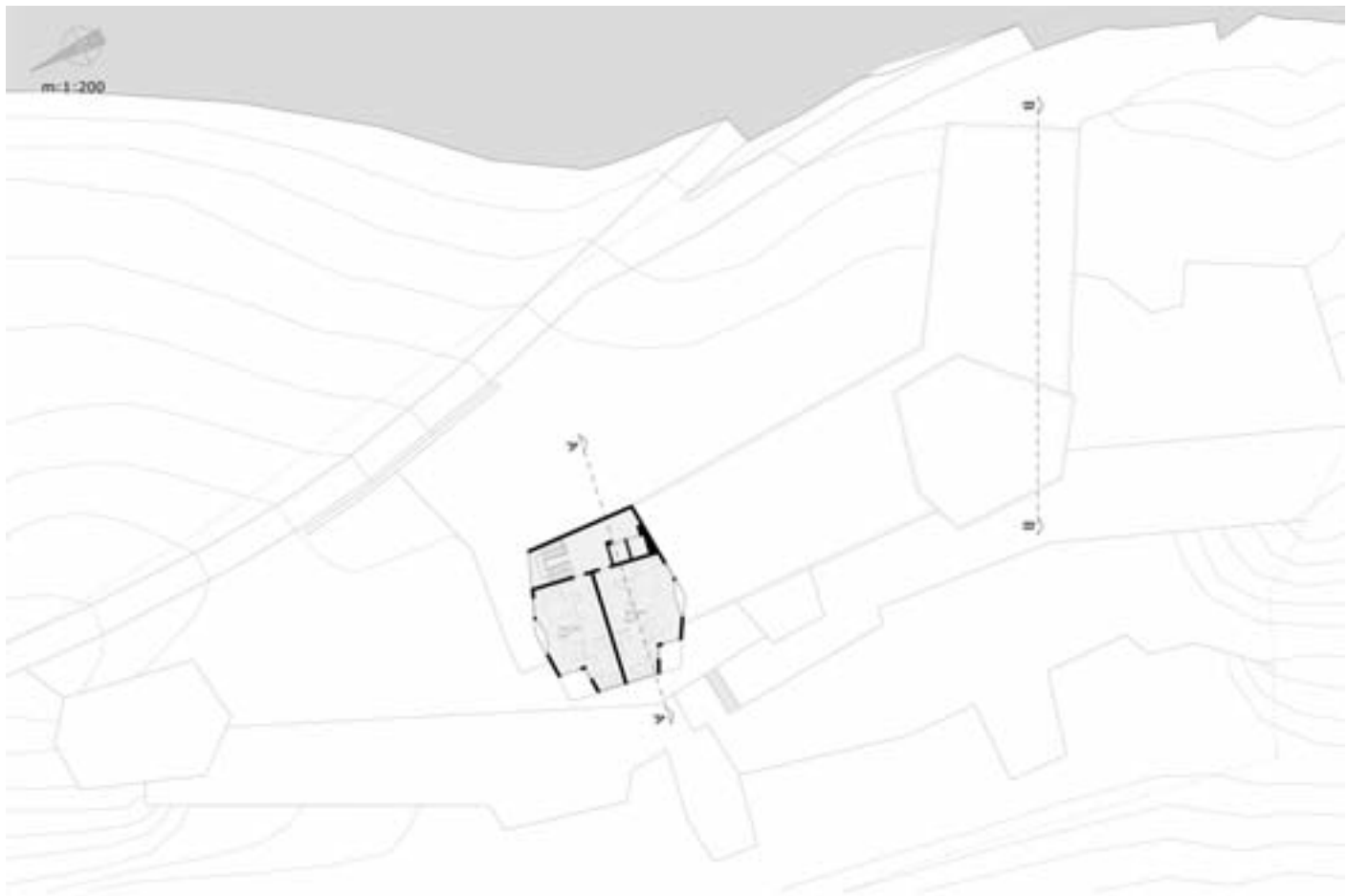
schaffen, ein Wechselspiel zwischen der *Vertikalen* des Waldes und der *Horizontalen* der ansteigenden Schichten. Satt in der Umgebung positioniert, stark in seinem Anspruch nach Einzigartigkeit, jedoch demütig in Bezug auf die gewachsene Struktur. Der Baukörper steht als Solitär in der umgebenden Natur. Ein Gebäude, das nichts zu verbergen hat, allerdings auch keinen Anspruch auf Endgültigkeit besitzt. Die Materialien: aus der Natur in die Natur. Die Verwendung der Materialien sollte der Grundidee folgen. So werden für die gesamten Außenflächen und Wandverkleidungen vorwiegend sägeraue gebürstete Kiefern Bretter verwendet. Die verputzten Flächen werden mittels grobem Spritzbewurf mit starker Körnung veredelt. Als Kontrapunkt dazu werden diverse Baukörper in Ganzglas sowie aus Naturstein ausgeführt. Die Materialauswahl folgt dem natürlichen Konglomerat. Der Innenraum: die Innenbereiche sollten ebenfalls der Grundidee folgen und mit natürlichen, teils veredelten Materialien ausgeführt werden. So dominieren in den Zimmern veredelte OSB-Platten sowie bedruckte Glasscheiben, natürliche Farben und Naturstein. Fenster und Türen sowie Böden aus geöltem heimischem Nadelholz und Naturstein. Ausdruck von Wärme und Eleganz zugleich.

1–2 Skizzen

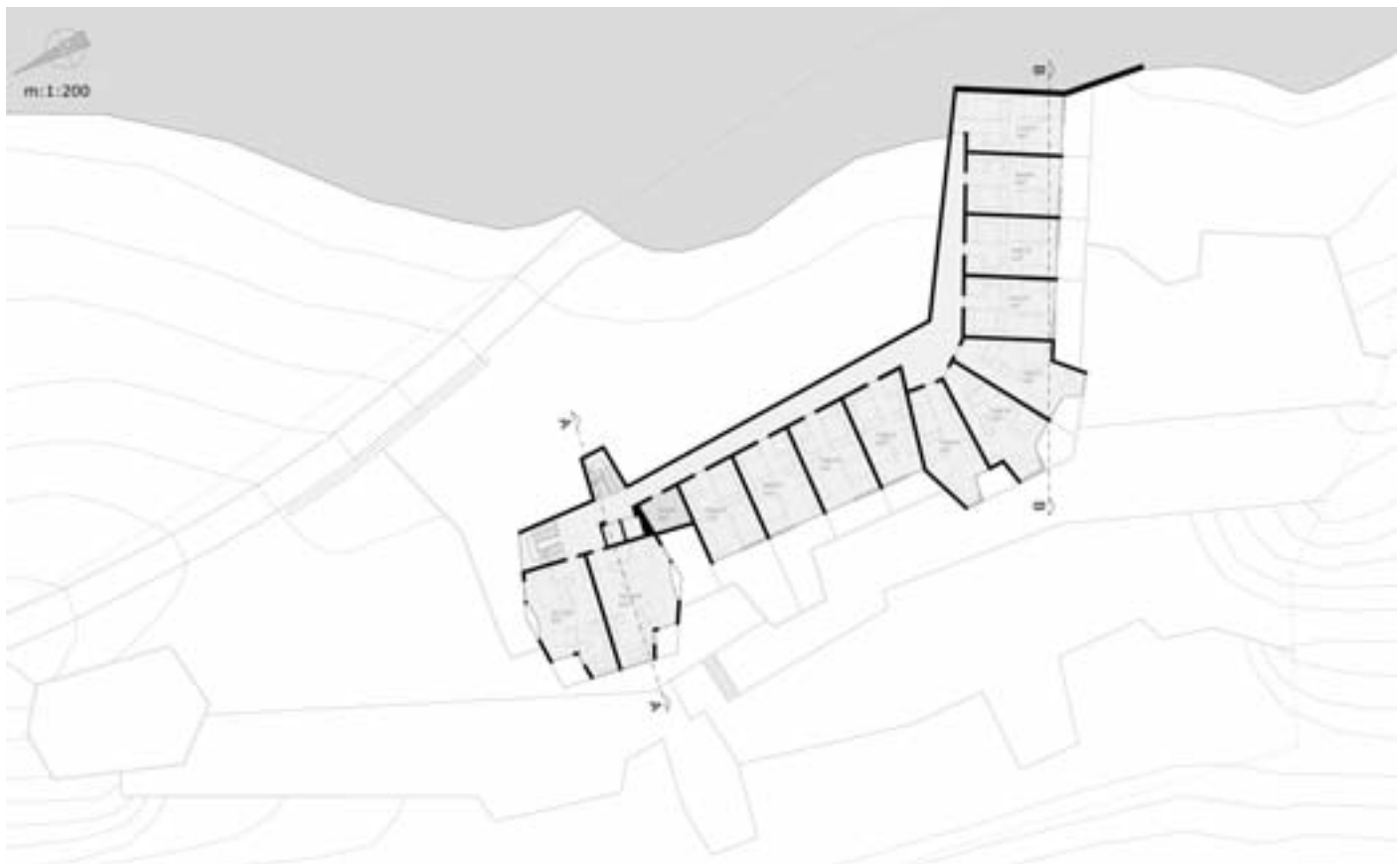
3 Grundriss 2. Obergeschoss

4 Grundriss 1. Obergeschoss





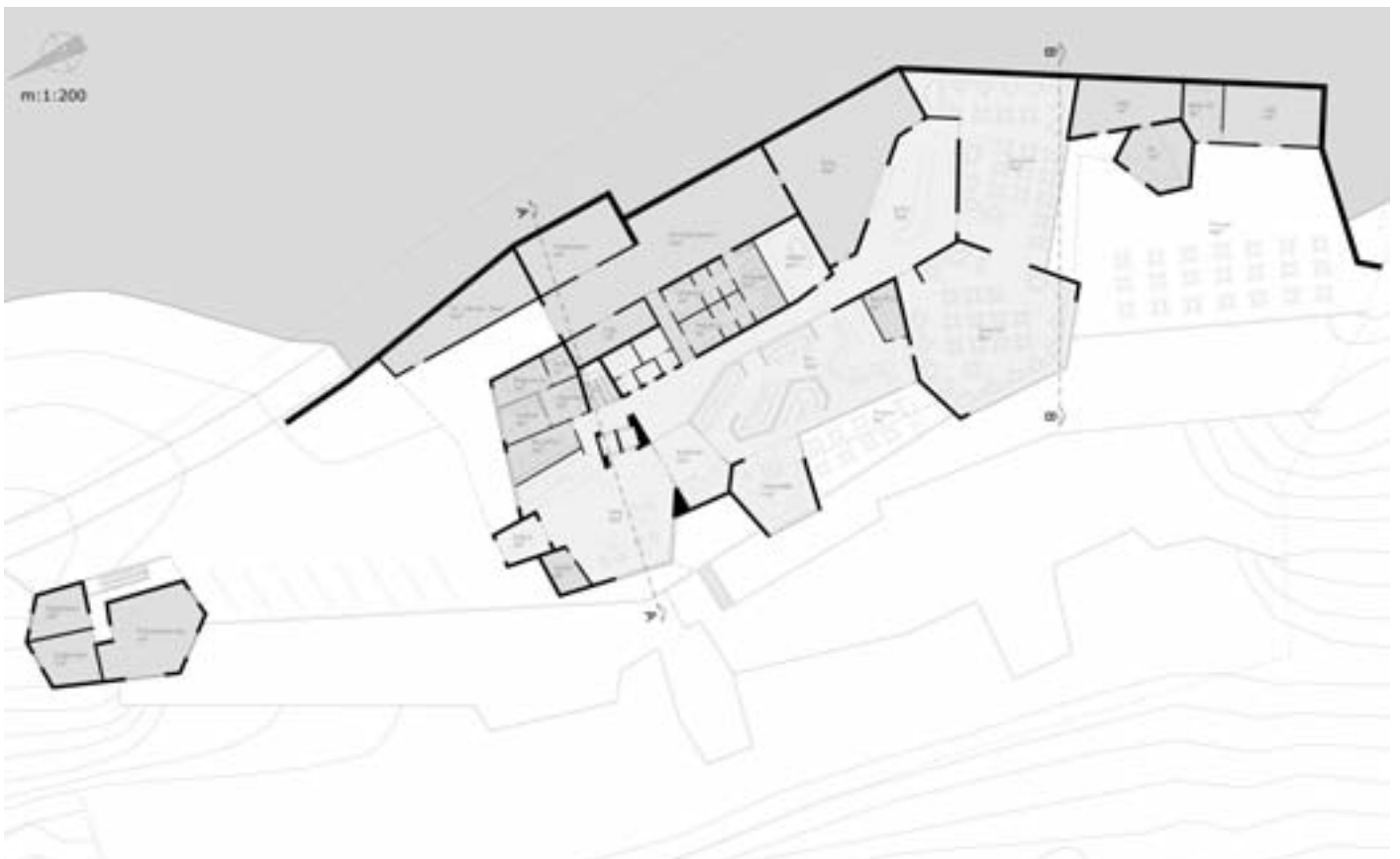
3



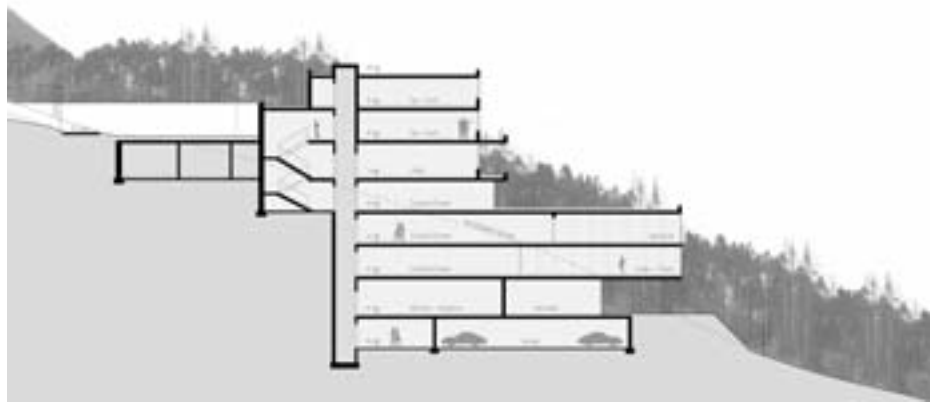
4



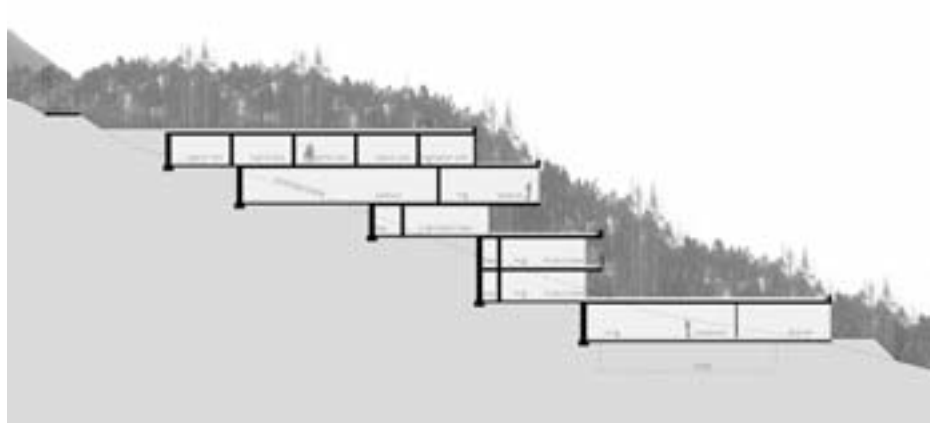
5



6



7

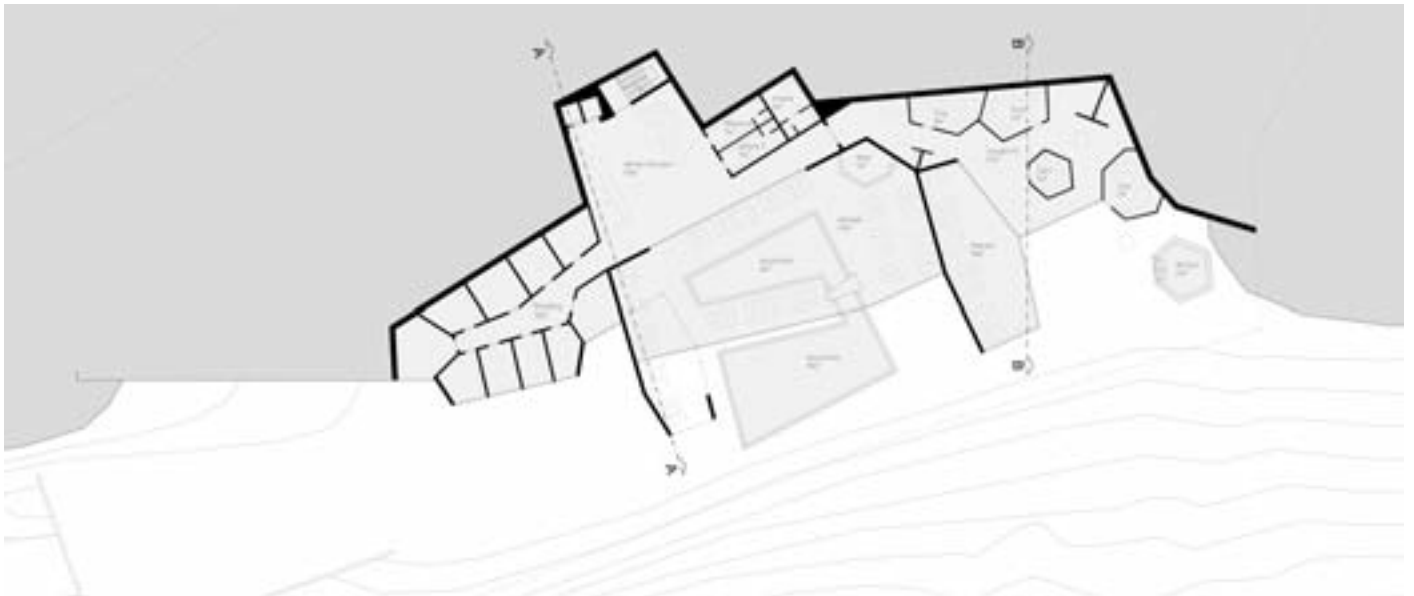


8

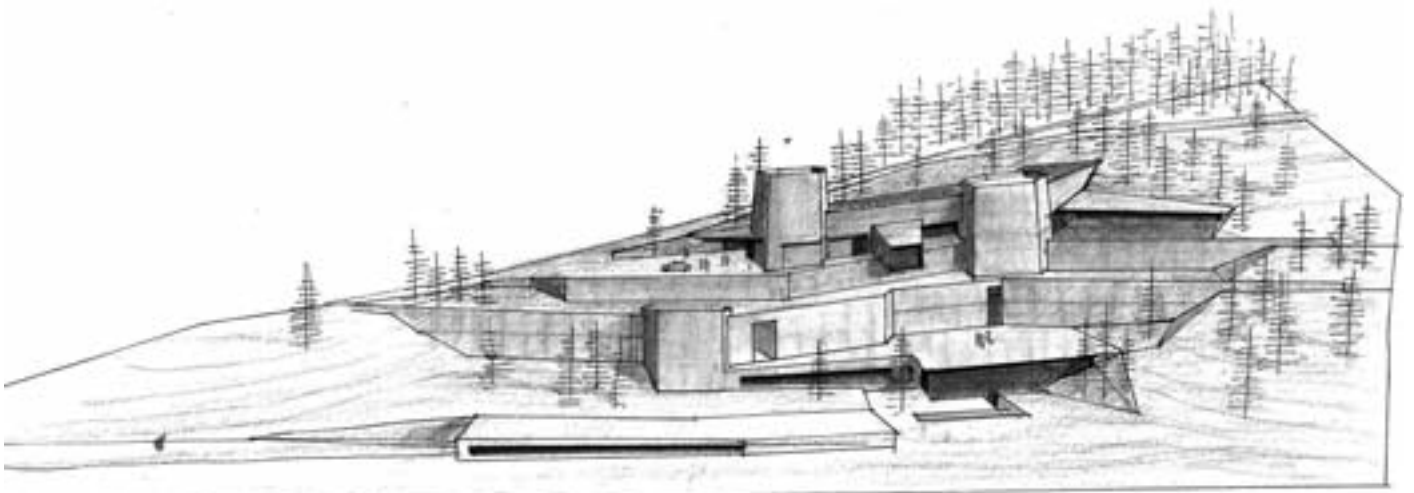
- 5 Rendering
- 6 Grundriss Erdgeschoss
- 7 Schnitt A-A
- 8 Schnitt B-B
- 9 Skizze



9



10 - 11

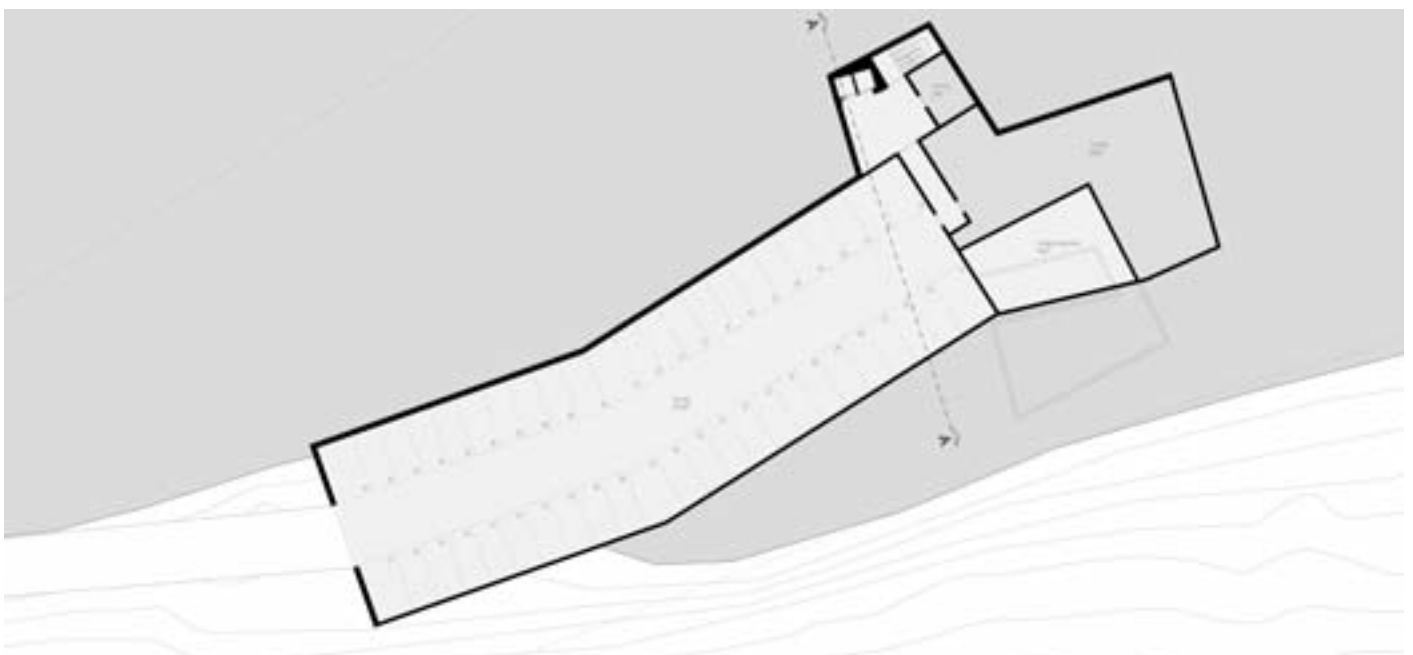


12



13

- 10 Grundriss 1. Untergeschoss
- 11 Grundriss 4. Untergeschoss
- 12 Skizze
- 13 Rendering
- 14 Grundriss 5. Untergeschoss



14

Text von Alberta Schiefer

Statussymbol: Stern?

Sterne strahlen leuchtend vom Firmament oder goldig poliert von der Plakette am Hoteleingang und heißen uns „Willkommen“. Der Hotelstern ist ein Bewertungssymbol, je höher ein Hotel eingestuft ist, desto besseren Komfort und Service kann der Gast erwarten, desto teurer ist das Hotel allerdings meistens auch. 1 Stern: Touristenklasse, einfach ausgestattetes Zimmer, 2 Sterne: Standardklasse, jedoch Badetücher inklusive, 3 Sterne: man spricht von der Komfortklasse. In dieser Klasse sind bereits der Fön und der Gepäckservice inbegriffen usw. usw. Der bittere Beigeschmack bei alledem ist aber, dass es viele schäbige und schlecht geführte Hotels gibt, welche aber dennoch an der Haustür gerne die Sternchen und in den Prospekten den angemessenen Preis

zur Schau stellen. Es scheint, dass das bisherige Sternesystem keine Garantie mehr darstellt. Somit frage ich mich: Ist der Stern ein Status? Die Suche nach dem passenden Hotel hängt stets auch mit der Größe des Portemonnaies zusammen. Wer in ein 5-Sterne-Hotel eincheckt, spielt von Haus aus in der oberen Liga mit oder hat, im Ausnahmefall, im Lotto gewonnen. Je nach Rang verhält man sich anders, ist die Rolle neu einzunehmen, gemäß Etikette. Und ohne Status würde wohl eine neue Freiheit zu Tage kommen. Wie sieht diese neue Freiheit aus? Der moderne Reisende, welcher immer öfter im Internet reserviert, verlangt nach Kriterien, welche mit den Sternen nicht mehr erfassbar sind. Ganz egal ob Geschäftsmann auf Businessreise oder Familie mit



drei Kindern auf einem Kurztrip. Primitivster Grund von allen ist sicherlich der faire Umgang mit dem Gast und dessen Geld. Das Wohlbefinden des Logierenden hat allerhöchste Priorität, so lautet wohl die Prämisse eines jeden Hotels. Wie für das Wohl des Gastes gesorgt wird, hängt in erster Linie von der sozialen Komponente und in zweiter Instanz von dem Angebot der Infrastruktur ab. Die soziale zwischenmenschliche Komponente zu messen und in einer Werteskala zu erfassen, tut sich der Stern äußerst schwer. Bei den Angeboten des Hauses steht das Erlebnis im Vordergrund. Diese Angebote kann man messen, vergleichen und multiplizieren. Das Haus bietet eine breite Palette an Unterhaltungen, welche sich im hohen Zimmerpreis niederschlagen und den Stern rechtfertigen. Das versteht sich von selbst. Warum werde ich fast schon genötigt, um ein qualitativ sauberes und geräumiges Zimmer zu bekommen, Unsummen für eine Nacht in einen 4-Sterne-Hotel mit Wellness und Spa-Bereich auszugeben? Denn wenn Sie weniger bezahlen wollen, müssen Sie sich mit dem Standard zufrieden geben. Standard = Teppichmief, Schimmel in der Nasszelle und eine durchgelegene Matratze. Das bedeutet, dass der Kurztrip die 5-köpfige Familie somit in den Ruin treibt und der Geschäftsmann, welcher nur für ein paar Stunden das Bett und die Nasszelle nutzt, für Quadratmeter Zimmer und Wellness bezahlt, welche er nicht die Zeit hat zu erfassen geschweige denn sie zu genießen. Der Gast ist zufrieden, wenn das gewünschte Erlebnis erzielt wurde und er sich wohlfühlt. Luxus bedeutet Wohlfühlen und das Überflüssige

weglassen. Sterne machen sich auch nicht viel aus neuartigen Konzepten im Foodbereich. Wer viele Sterne aufzuweisen hat, muss auch ein breitgefächertes und exotisches Buffet an Gerichten auf erlesenen Tellern vorweisen können inklusive Restaurant à la carte. Wohlbefinden heißt sich Freiheiten nehmen und Werte wieder schätzen zu lernen. Im Hi Hotel in Nizza wird die Selbstbedienung zum bewussten Konzept, der Gast zum Selbstversorger erklärt. Wer sich die frischen Biofrüchte lieber mit auf sein Zimmer nehmen möchte, dem sei es gewährt, jeder gestaltet sich seinen Frühstücksmorgen wie er möchte. Wer den klassischen Service im Hotel liebt, der tut sich schwer, seine Rolle zu finden. Alte oder neue Werte? Karotten und Salat aus der Umgebung und leider keine Tomaten aus Spanien, sondern Trinkwasser von der nahegelegenen Quelle und selbstgebackenes Brot vom Holzofen. Der moderne Gast schätzt die Einmaligkeit des Ortes. Landhotels, sogenannte Fincas, ehemalige Bauernhöfe auf Mallorca, angesiedelt fernab vom Massentourismus, umgeben von nichts als der Natur, lassen sich nicht in Standards pressen. Einen hohen Komfort und Liebe zum Detail bieten sie alle. Den Schlüssel für den Spa-Bereich erhält man auf Termin. Mit dem üblichen Sternesystem wird man diesen Hotels nicht gerecht. Von der Finca zu den idyllischen Almhütten und bei Bergsteigern allzeit beliebten Schutzhütten unserer Bergwelt. Was sagen wohl die Sterne dazu? Ich glaube die einzigen Sterne, welche hier glänzen, gehören zu keinem System, sondern strahlen Nacht für Nacht vom Himmelszelt mit erfrischender Einfachheit.



Testo di Cristina Vignocchi

Obiettivo: turismo solitario di massa

Liberamente ispirato a più luoghi, da “progettista delle intenzioni e dell’immaginazione” sintetizzando in un unico paradosso, osservo la differenza tra la quiete subita e quella ri-cercata come lusso, la cui parte inquietante precede o segue le intenzioni. Così, scavalcando le Alpi, e ritrovandomi in una serie di cosiddetti *non luoghi*, perché ancora non addomesticati dall’umano, sostavo, e “albergavo” osservando nel tempo fasi, connubi, degradi e rinascite. In uno di questi siti, un tempo castellieri, aveva trovato rifugio una curiosa stirpe umana. Quella che trascinava la propria esistenza. Tra due vie di poche centinaia di metri, ricavate a forza tra le pieghe dei monti. Ci aveva messo molto tempo per riassetare l’ambiente e prepararlo per accogliere i nuovi ospiti della sera, dopo aver sgobbato tutta la mattina per accontentare “quei villeggianti” che per pranzare a poco prezzo avevano scelto d’abitudine quell’androne sotto al vecchio cinema, adibito alla bell’è meglio a ristorante. Marion aveva sempre fatto quel lavoro lì da quando aveva sposato il fratello del possidente, quel cinematografaro per sfizio, che per continuare la tradizione paterna della passione per i prodotti tecnologici, fingeva di aver portato un po’ di modernità in quel posto sperduto tra le aquile lontano da tutto. Ma di film nemmeno l’ombra, e nessuno sapeva giustificare il motivo per il quale era stata fatta quella enorme costruzione sempre vuota, che si sporgeva come un’arca arenata sul vuoto

lungo il pendio della costa. Per poterlo reggere sul nulla, era stato impiantato una specie di ponteggio, creando un tunnel di passaggio nel campo sottostante. Lì rimaneva ancora un po’ di terreno di proprietà inutilizzato e pensarono bene di costruire, attorno alla palafitta, sotto al cinema-teatro, quello stanzone che poi divenne il ristorante della Marion e di suo marito, i parenti “poveri”, perché si rendessero utili, o perlomeno non pesassero sul resto della famiglia. Insomma, tutto un pressappoco, tanto si era sempre campato di nulla, in quei luoghi, ma una gran costruzione significava un certo benessere apparente, e quello sembrava doveroso dimostrarlo anche a se stessi. Aspetto esterno a parte, privo di concessioni edilizie sensate, l’interno non era così sgradevole, con grandi vetrate panoramiche, arredamento povero, retrò ma funzionale, molte piante come una piccola jungla domestica un po’ incolta, e una grande voliera con un merlo linguacciuto. Familiarità, si fa per dire, accoglienza, si fa per immaginare. Marion era tutto meno che bella o affabile, o raffinata e piacevole, unica nota femminile l’anello di pietra rossa al dito, ricordo di quella specie di fidanzamento con il marito, ma in lei c’era un ché di buono, e negli avventori abituali, una miserevole compassione. Insomma, lo squallore della povertà al servizio di se stessa. Un luogo imboscato alle rotte turistiche, noto per passaparola. Giusto giusto per nascondere qualcosa o qualcuno, tanto in un posto simile ci si doveva accon-

1 Overlook Hotel

2 Hotel Bella Vista,

Trafoi

tentare del servizio, mentre il cibo era buono, e la cucina sporca, e nessuno domandava nulla sul perché e per come. Dopo un po' gli ospiti si conoscevano tutti, e forse si trovavano da più vacanze. Ma qualcosa stonava quell'estate, tra loro. Una presenza anomala. Una camicia bianca abbagliante che si stagliava come un lampione nella penombra e tra le tovaglie stinte tutt'uno con le mise a quadretti montanare. Una catena d'oro che luccicava anch'essa, come una lama su una pelle abbronzata da sole marino, e pantaloni neri atillati da tanguero. E l'età di un uomo giovane fuori norma rispetto a nonni, e bambini con genitori senza volto. Ogni tanto faceva una parola, dall'accento estraneo, mentre Marion passava tra i tavoli per esaudire le richieste per la cena. E il rumore dell'improbabile "teleferica" che passava il desinare dalla cucina alla sala e al piano superiore dell'appartamento "padronale". Quell'uomo parlava poco, anche se spesso non era solo al suo tavolo, e nessuno si curava di lui, in apparenza, ma la sua presenza era molto rumorosa nella mente dei commensali, che aspettavano di uscire per fare commenti non azzardati prima, seppur avessero perfino timore di pensare qualcosa, sicuri che lui li avrebbe intercettate, quelle supposizioni indiscrete. Ma un giorno dopo l'altro il silenzio provocò una valanga di curiosità e quando lui si allontanò, finito il pranzo, i rimasti, tirando fiato chiesero a Marion notizie. Lei si fece paonazza come per uno sfogo di scarlattina, e la sua figura secca si contorse un po', non le riusciva di spiegare, ma si capiva che forse non voleva. Le leggi dell'attrazione sessuale rispondono a coordinate tutt'altro che logiche e meno che meno ideologiche, e quell'uomo, regolare o irregolare, secondo i gusti, calzava perfettamente quel ruolo, tutto il resto se c'era, sarebbe stato secondario, nonché successivo, nella migliore delle ipotesi. Ma a quella strana attrazione, in quello strano contesto, sembravano rispondere tutti i presenti, uomini, donne, giovani e anziani, tranne i bambini che subivano comunque il fascino del diverso, come loro, piccoli animaletti in via di formazione o pre-disfacimento. Situazione divertente, per un occhio esterno scrutatore ed imparziale. E un occhio c'era, ma forse non imparziale. C'era lei che vedeva e capiva, seppur lontanissimo dall'essere un soggetto/oggetto sessuale. E dalla sua

postazione poteva permettersi di pensare. Il sorriso sinistro dell'uomo abbronzato era una calamita per le sue vittime. E con quel ghigno ogni tanto lo si sentiva dire: "Io già contento sono, di svegliarmi vivo ogni mattina." L'amore rende sensibili o rincitrulliti ed in ogni caso apre le porte a misteri, per impadronirsene o esserne travolti. Un giorno Marion e il marito scomparvero. Vennero sostituiti prontamente dal fratello benestante del piano di sopra, che si era reimpadronito della situazione e dei locali. Molte furono le illusioni sul caso, dopo che il nastro trasportatore venne trovato sporco di grasso e sangue, più olezoso del solito. E la craccola che ogni tanto sbattendo le ali se ne usciva con un "assassins", senza poter scendere in particolari. Ma nessuno osò fare più che qualche pettegolezzo. Scaduto il periodo di confino coatto ed incognito, un paio di mesi dopo, del bel tenebroso più nessuna notizia, ma da allora tutto cambiò. Sempre più spesso le due strade, qualche chilometro a valle, vennero percorse da grandi macchine ed eleganti figure, distinti ma strani, che venivano apposta ad alloggiare in quella solitudine in cui tutto si era trasformato in lusso, sulle stesse pietre e travi disgraziate di prima. Nessuno in quell'hotel si incontrava mai, per rispettare la privacy, dicevano. Ogni tanto qualcuno arrivava in coppia e ripartiva solo. Con lo sguardo diverso, da chi aveva goduto del nulla che poteva essere tutto. La teleferica non serviva più il breve percorso interno ma portava dall'alto al basso la gente, poca per volta, in una specie di uovo sospeso. Solo la stanza di uno strano intellettuale barbuto che si occupava d'arte rimase intatta, diventando un'attrazione, esportata poi in varie mostre allestite altrove. Qualche anno dopo, un "fortunato" giovane scrittore che con la fidanzata cercava un po' di privacy, sconvenientemente lontano dal lussuoso resort. Sostando vicino ad un vecchio mulino a cui era stata chiusa a calce la porta, vide luccicare qualcosa nell'intonaco. Scalfita con un coltellino la parete, il punto luccicante si rivelava un anello dalla pietra rossa, ad un dito maschile, accanto "altri" innamorati avevano inciso le parole, per andare oltre la banalità del solito vincolo matrimoniale: "finché morte non vi separi, nella buona e nella cattiva sorte, perché l'amore è una cosa meravigliosa, ma comandare è meglio che fottere".



Text von Karin Kretschmer

tb info

Istanbul (2. Teil)

Zahlen und Fakten

12,6 Mio.: offizielle Einwohnerzahl 2009 / **15 Mio.:** geschätzte Einwohnerzahl 2009 / **900%:** Bevölkerungswachstum in den letzten fünfzig Jahren / **1,5 Mio.:** prognostizierter Einwohnerzuwachs für die nächsten zehn Jahre / **1/3:** Anteil der Einwohner im Alter unter zwanzig / **6,5 Mio.:** Touristen im Jahr 2007 / **2.400:** Einwohner pro km² / **67%:** Anteil der Einwohner, die nicht in Istanbul geboren wurden (1997) / **50 und 100 km:** Ausdehnung in Nord-Süd- und Ost-West-Richtung / **60%:** Prozentsatz der in den letzten fünfundzwanzig Jahren illegal errichteten Gebäude / **90%:** Anteil der nicht durch Architekten errichteten Gebäude / **29:** Zahl der Universitäten / **3.028:** Zahl der Moscheen / **40:** Zahl der Kirchen / **16:** Zahl der Synagogen / **je 1:** Sitz des ökumenischen Patriarchen der griechisch-orthodoxen Kirche, Sitz des armenischen Patriarchen, syrisch-orthodoxer Erzbischof, apostolischer Vikar der römisch-katholischen Kirche, türkischer Oberrabbiner

Atatürk

Geboren 1882 in Saloniki als Mustafa Kemal Pascha, besuchte er die Militärakademie und schlug erfolgreich die Militärlaufbahn ein. Nach dem Ende des Osmanischen Reiches 1918 und der teilweisen Besetzung des Landes durch alliierte Truppen wurde er der Führer der Aufständischen, die für einen souveränen Staat kämpften. Im Norden des Landes besiegte er die Griechen, woraufhin fast die gesamte griechische Bevölkerung ihre alte Heimat verließ. Nach und nach zogen auch die alliierten Kräfte ab. 1923 wurde die Türkische Republik gegründet. Nachdem dieser Schritt getan war, begann Mustafa Kemal die türkische Gesellschaft radikal

umzuformen. Da er der Meinung war, dass eine starke Türkei nur durch eine Ausrichtung auf den Westen entstehen und bestehen kann, unterzog er das Land einer Radikalkur. Nachdem die Türkei bereits als laizistischer Staat gegründet und das Sultanat 1922 verboten worden war, führte er u. a. die westliche Kleiderordnung ein (sie ist bis heute per Gesetz für Staatsangestellte vorgeschrieben und sieht immer noch ein Verbot des Schleiers für Frauen an der Universität vor), ließ er mehr oder weniger über Nacht die arabische Schrift durch die lateinische ersetzen, war per Gesetz nicht mehr der Freitag sondern der Sonntag der wöchentliche Feiertag, ersetzte die christliche Zeit-

rechnung die islamische und wurde das islamische Recht durch westliche Gesetzgebung abgelöst (z. B. durch das Schweizer Zivilrecht, das italienische Strafrecht und das deutsche Handelsgesetz). Per Gesetz wurde auch der bisher nicht übliche Nachname eingeführt, als den er für sich Atatürk, d.h. „Vater der Türken“, wählte, ein Name, der bis heute nur ihm vorbehalten ist. Ein weiterer wichtiger Punkt seiner Erneuerung war die Einführung eines starken türkischen Nationalismus: das Prinzip der Millet (eine Art religiöse Gemeinde) des Osmanischen Reiches, welches ein friedliches Nebeneinanderleben der unterschiedlichsten ethnischen Gruppen ermöglichte, wurde

1



abgeschafft und alle Bewohner der Türkei hatten einzig und allein Türken zu sein und dementsprechend türkisch zu reden. Statt wie bisher Kurden, Armenier, Juden, Griechen gab es offiziell nur noch Türken. Atatürk starb 1938.

Trotz des großen Zulaufes, welchen die islamischen Parteien in den letzten Jahren hatten und immer noch haben, ist Atatürk auch heute noch nicht nur gedanklich, sondern vor allem auch optisch omnipräsent: sein Konterfei findet sich auf Plakaten im großen Bazar, beim Friseur in der Vitrine oder auf Postkarten. Eine stadträumliche starke Präsenz hingegen haben die dem, Atatürk zu verdankendem, Nationalismus geschuldeten türkischen Fahnen. Kein wichtiges Gebäude, kein großer Platz ohne den Halbmond mit Stern auf rotem Grund. Auch eine Schiffsfahrt auf dem Bosphorus zum Schwarzen Meer wird begleitet von den roten Fahnen, als wären es Signalfeuer, um den Weg zu weisen.



2

1 Panorama der Altstadt
Foto: Karin Kretschmer
2 Fähnchen mit
Portrait von Atatürk
Foto: Karin Kretschmer
3 Fassaden in Beyoğlu
Foto: Karin Kretschmer



3

Wohnraum zur Verfügung stand, fingen die Zuwanderer an, in Eigeninitiative einfache ein- bis zweigeschossige Bauungen illegal auf nicht ihnen gehörendem Land zu errichten, welchem zudem meist die Anbindung an öffentliche Infrastrukturen fehlte. Da ein islamischer Grundsatz besagt, dass dem, der sein Haus über Nacht errichtet, dieses nicht weggenommen werden darf, wurde zunächst nichts gegen diese illegalen Bauten unternommen. Dies war sicherlich auch der Tatsache geschuldet, dass es von staatlicher Seite keine ausreichenden Wohnungsbauprogramme gab bzw. sie nur zum Bruchteil umgesetzt wurden. Anfang der 60er Jahre bestand Istanbul zu 40% aus Gecekondu-Vierteln. Da die Landbevölkerung ihre Sitten und Gebräuche in die Stadt mitgebracht hatte und sich zumeist Familien und/oder Bewohner des gleichen

Dorfes in räumlicher Nähe zueinander ansiedelten, besitzen diese Quartiere oft einen dörflichen Charakter, auch wenn sie sich mitten in einer Großstadt befinden. Nachdem die ursprünglichen Gecekondu lediglich von Familienmitgliedern bewohnt waren, wurden in einer zweiten Phase die Häuser erweitert, um sie vermieten zu können und in einer dritten Phase wurde dann sogar das gesamte Gebäude vermietet oder verkauft. 1984 gab es von staatlicher Seite eine „Gecekondu-Amnestie“, aufgrund der einige der Viertel offiziell anerkannt wurden und an die städtische Infrastrukturen angeschlossen wurden. In den 90ern hingegen wurde versucht, die Gecekondu großteils abzureißen. Mittlerweile haben sich einige der legalisierten Gecekondu-Viertel qualitativ dermaßen verbessert, dass sie zu Wohngebieten der Mittel-



schicht geworden sind. Schätzungen gehen davon aus, dass 1/3 der Neuzugezogenen und 1/4 der gesamten Stadtbevölkerung in Gecekondu wohnen. Ein städtebauliches Phänomen der letzten Jahre wiederum sind, wie in vielen anderen Metropolen auch, die Gated Communities. Mit zunehmenden Reichtum verlassen immer mehr Bewohner die traditionellen Wohnviertel im Zentrum, um in immer noch recht zentral gelegenen bewachten Apartmentblöcken mit diver-

Großstadt gebracht haben, widersprechen die Gated Communities den traditionellen Wohnformen: anstatt sich den öffentlichen Raum für private Zwecke anzueignen und in enger Beziehung zu den Nachbarn zu leben, verschanzen sich die Bewohner hinter Mauern und Zäunen. Ein neuer Trend für die Gated Communities ist, sie innerhalb der alten Stadt in Form von sanierten und dann von der Umgebung abriegelten Häuserblöcken zu errichten (z.B. in Tarlabası)

erkannt hat. Zudem wird ausgerechnet unter einer islamisch-konservativen Partei und im Gegensatz zu dem jahrelang vorherrschenden ausgeprägten Nationalismus aus wirtschaftlichen Überlegungen heraus die Stadt für internationales Kapital geöffnet und versucht, sie in das globale Wirtschaftssystem einzubinden. So macht nun auch die von vielen Stadtvätern beschworene „iconic architecture“ als Werbung für die Stadt vor Istanbul nicht Halt, und einige der „Stars“ der internationalen Architekturszene haben schon ihren Fuß nach Istanbul gesetzt wie z. B. Zaha Hadid mit ihrem 1. Preis für den Masterplan für Kartal – Pendik, der auf 555 Hektar ein Büro- und Geschäftsviertel, Wohnquartiere sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen vorsieht, und Foreign Office Architects mit ihrem Meydan-Einkaufszentrum von 2007. Internationale Beteiligungen an Wettbewerben, z. B. von Kengo Kuma und MVRDV an dem städtebaulichen Wettbewerb für den Stadtteil Küçükçekmece, tun ihr übriges. Diese fast schon als Aufbruchsstimmung zu bezeichnende Atmosphäre spiegelt sich auch in den vielen kulturellen und architektonischen Veranstaltungen wider bzw. wurde durch sie unterstützt, die in den letzten Jahren Istanbul in den Mittelpunkt stellten. So war 2005 der UIA in Istanbul zu Gast, fand 2008 im DAM in Frankfurt die Ausstellung „Becoming Istanbul“ im Zusammenhang mit der Frankfurter Buchmesse statt, deren Gastland die Türkei war, wurde 2009 die 11. Istanbul Biennale für Kunst ausgerichtet, und ist Istanbul dieses Jahr die erste (nichteuropäische)

Literatur

- Becoming Istanbul – An Encyclopedia / Pelin Derviş, Bülent Tanju, Uğur Tanyeli / Garantie Gallery, 2008 / ISBN 978 994 4 731 065
- A Guide to the Works of Sinan the Architect in Istanbul / Reha Günay / Yem Yayın, July 2006 / ISBN 975-8599-77-1
- 10th International Architecture exhibition: Cities – Architecture and Society / Fondazione La Biennale / Marsilio Ed., 2006 / ISBN 88-317-8956
- Istanbul – Erinnerungen an eine Stadt / Orhan Pamuk / Fischer Taschenbuch Verlag, 2009 / ISBN 978-3-596-17767-7
- Istanbul / Meridiani, Rivista mensile Anno 22, N. 176 Marzo 2009 / Editoriale Domus SpA
- „Istanbul wird grün“ Arch+ Zeitschrift für Architektur und Städtebau / Nr. 195 November 2009 / Arch+ Verlag GmbH Aachen



4

sen Serviceleistungen Zuflucht zu suchen (vertikale Gated Communities) oder um sich in eine der zahlreichen, sich immer mehr in das Hinterland fressenden, abgeschoteteten Siedlungen zurückzuziehen (horizontale Gated Communities). Häufig befinden sich diese Wohnviertel in unmittelbarer Nachbarschaft zu einfachen Wohnquartieren, mit denen sie eine symbiotische Beziehung eingehen, die für beide Parteien von Nutzen ist: auf der einen Seite das Geld, auf der anderen Seite die menschliche Arbeitskraft, mit der die Nachfrage nach Dienstleistung (Koch, Gärtner, Dienstmädchen etc.) befriedigt werden kann. Während die Gecekondu die dörflichen Strukturen in die

Zeitgenössische Architektur
Trotz der Größe der Stadt gibt es bisher kaum nennenswerte zeitgenössische Architektur. Die Anzahl der Architekturwettbewerbe ist äußerst gering und ein Großteil der Gebäude wird von Bauunternehmern geplant und ausgeführt, deren einzigartige Machtstellung u. a. auf ihren guten Kontakten zu den Behörden und anderen Entscheidungsträgern beruht. Ohne den „Müteahhit“ geht nichts in der Istanbul Bauindustrie. Erst in letzter Zeit kommt etwas Bewegung ins Spiel. Einer der Gründe hierfür ist sicherlich, dass man im Zeitalter der Globalisierung auch in Istanbul den Werbeeinfluss von guter, durch Architekten geplanter, Architektur

4 Istanbul Modern

5 Santral Istanbul

Fotos Alberto Winterle

Kulturhauptstadt Europas. Ironischerweise wird dieser Bauboom auch durch den Anschlag auf das World Trade Center in New York gefördert, in dessen Folge die Golfstaaten einen Großteil ihres Kapitals aus Amerika abgezogen haben und nun in islamischen Ländern investieren. Während auf der einen Seite Investoren Geld in Immobilien anlegen, sind es auf der anderen Seite hauptsächlich Banken und reiche Familien, die mit privaten Mitteln für die Finanzierung eines Großteils der Kulturbauten und -projekte sorgen (z. B. das türkische Architekturzentrum, Istanbul Modern, Santral Istanbul, Istanbul Biennale). In Bezug auf den Städtebau lässt sich neuerdings auch in Istanbul die den sich in das Umland fressenden Wohnquartieren entgegengesetzte Tendenz feststellen, dass man sich auf die innerstädtischen räumlichen Ressourcen besinnt, die stillgelegte Industrieareale insbesondere für kulturelle Einrichtungen bieten. Nachdem in den letzten Jahren ein Großteil der ehemals zentral am Bosphorus und am Goldenen Horn gelegenen Industrieanlagen an den Stadtrand verlegt worden sind, bietet sich viel Raum für neue Inhalte. Die beiden wichtigsten Projekte sind in diesem Zusammenhang sicherlich Istanbul Modern und Santral Istanbul. Istanbul Modern ist das erste Zentrum für zeitgenössische Kunst der Türkei und wurde 2004 eröffnet. Bauherr ist das Istanbul Modern Art Museum, das Projekt stammt von Murat Tabanlıoğlu Architects. Es handelt sich hierbei um den Umbau eines Lagerhauses, zentral in Karaköy am Kreuz-

zungspunkt von Goldenem Horn und Bosphorus mit Blick auf den Topkapi Palast gelegen. Das Projekt war eines der ersten, welche sich der alten Industriearealen angenommen haben und soll der erste Baustein eines in Folge zu schaffenden Kulturareals sein. Das zweite Beispiel, Santral Istanbul, wurde von den Architekten Prof. Dr. Ihsan Bilgin, Deniz Aslan, Emre Arolat Architects, NSHM und Mimarlar Tasarım geplant. Bei diesem Projekt handelt es sich um den Umbau, die Sanierung und Erweiterung des als ersten E-Werk Istanbul 1911–14 von einer belgischen Firma erbauten Gebäudekomplexes, welches seit 1983 außer Betrieb ist. Am Ende des Goldenen Horns gelegen, wurden auf einer Grundstücksfläche von 118.000 m² und einer Gebäudelfläche von 35.000 m² u.a. Einrichtungen für die Istanbul Bilgi Universität, die auch der Bauherr ist, Konferenzräume, eine Bibliothek, Cafes und Restaurants sowie ein interaktives Technikmuseum und Flächen für Wechselausstellungen in einem campusähnlichen Kontext geschaffen. Während diese beiden Projektbeispiele von schon eher etablierten Büros geplant wurden, so sind z. B. die Karten zu Istanbul, die für die

oben erwähnte Ausstellung „Becoming Istanbul“ erstellt wurden, ein Projekt des Büros Superpool, welches der jungen Architekturszene angehört, die sich derzeit auch in Istanbul herausbildet. Wie in vielen anderen Städten handelt es sich hierbei um oft interdisziplinär arbeitende Büros, deren Mitglieder meist auf die Erfahrungen eines Studiums und/oder Berufserfahrungen im Ausland zurückgreifen können. So hat das Büro Superpool, welches von Selva Gürdoğan (geb. 1979, 2003 Abschluss am Sci-Arc, USA) und Gregers Tang Thomsen, (geb. 1974 in Dänemark, 2003 Abschluss an der Aarhus School of Architecture), die sich durch ihre Arbeit bei OMA kennengelernt haben, 2006 in Istanbul gegründet wurde, nicht nur Karten zu Istanbul erstellt, sondern arbeitet auch in der Forschung, Lehre und realisiert Hochbauprojekte.

Sicherlich gehört Istanbul heute nicht zu den schönsten Städten der Welt, sicherlich aber zu den interessantesten, deren wechselvolle Geschichte gerade dabei ist, mal wieder eine neue Richtung einzuschlagen, die sicherlich auch in der Architektur ihre Spuren hinterlassen wird.

5



Internet

- de.wikipedia.org/wiki/Istanbul
- www.ejts.org/document140.html?format=print (zu Gecekondus)
- www.auswaertiges-amt.de
- www.architect.com/features/article.php?id=91841_0_23_24_M (zu Superpool)
- www.ibb.gov.t
- www.baunetz.de/dl/560822/baunetzwoche_96_2008.pdf (zu „Becoming Istanbul“)

Text von Monica Carmen

Cohousing – eine neue Wohnlandschaft

„Hier lebt man wie in einem Dorf“, sagen die Bewohner von Kaisermühlen im geglückten Dokumentarfilm ‚Alltagsgeschichten‘ (2004) von Elizabeth Spira. Dies soll jedoch nicht als Nostalgie nach dem Leben im Dorf verstanden werden. Vielmehr wird auf räumliche Konzepte und Wohnmodelle verwiesen, deren soziale Komponenten im Zentrum des architektonischen Denkens und der städtebaulichen Planung liegen. Die Stiftung der Architekten und Kunst Meran erweitern die Vertiefungen zu verschiedenen Wohnmodellen im Rahmen einer Konferenz über Cohousing: eine Wohnstruktur, von der es in Europa bereits anschauliche Beispiele gibt.

Am Samstag, den 11. September, wurden im Mehrzwecksaal in der Ortlerstraße in Bozen zwei Projekte zu einem hochaktuellen Thema vorgestellt. Es ging um die Suche nach neuen Wohnmodellen und architektonischen Lösungsvorschlägen, die einerseits der ökonomischen Notsituation angesichts eines auch dem Mittelstand immer weniger zugänglichen Immobilienmarktes gerecht wird, andererseits aber mittels Partizipationsmodellen und Mitspracherecht die Bedürfnisse, Notwendigkeiten und Wunschvorstellungen der meist sehr komplexen, heterogenen Gemeinschaften von Bewohnern aus kultureller und sozialer Sicht

betrachtet und in die Realisierung der Projekte mit einbezieht. Die Suche nach neuen Wohnmodellen wird besonders relevant, wenn es um die Realisierung neuer Stadtviertel in ausrangierten Zonen (z. B. verlassene Eisenbahnareale, ehemalige Kasernen, aufgelassene Fabriken) oder um klein- oder großflächige Gebiete geht, die in den Bauleitplänen als Wohnzonen ausgeschrieben sind. Im Laufe der Konferenz der beiden Referenten und der nachfolgenden lebhaften Diskussion traten einige Punkte zutage, die man folgendermaßen zusammenfassen könnte: Beim Erstellen neuer Stadtviertel sollte man nicht nur an das Bauen von Wohnungen und Dienstleistungsumgebungen denken, sondern auch und besonders auf die Einbeziehung der zukünftigen Bewohner achten. „Cohousing“ nennt sich die Verbreitung eines Wohnmodells, das auf Gemeinschaftlichkeit und Mitbestimmungsprozessen basiert. Es geht dabei um Realisierung von Wohnbau-Strukturen mit

1





3

Räumen zur gemeinschaftlichen Nutzung, zur Gestaltung von Freizeit- und Kulturangeboten, die den jeweiligen Hausbewohnern und auch dem Stadtteil zugänglich sind. Den interessantesten Aspekt, neben architektonischen Komponenten, bieten die partizipative Vorgehensweise und die Planung seitens der Bewohner selbst, die auch direkte Verantwortung für die Verwaltung der gemeinnützigen Räume übernehmen. Das Cohousing fügt sich also in den urbanen Kontext als ein nicht nur erheblich günstigeres System gegenüber den Marktpreisen ein, sondern bietet auch erhöhte Lebensqualität dank der Erstellung einer solidarischen Nachbarschaft und einigen von den Bewohnern selbst erdachten und verwalteten Dienstleistungen. Das bedeutet jedoch, die Prozesse und Hierarchien, welche normalerweise die Planungsabläufe bestimmen, neu zu gestalten; neue Vermittler zwischen den Institutionen, den Projektanten und den Bewohnern müssen geschaffen werden; die zentrale Rolle des Projektanten im Rahmen der architektonischen Umsetzung der Erwartungen des Einzelnen wie auch der ganzen Gemeinschaft muss bestätigt werden. Den Architekten öffnet sich also eine Möglichkeit, sich aktiv in die Abhandlungen einzubringen, innovative und

unkonventionelle Lösungen für einen Bausektor zu entwickeln, der normalerweise von traditioneller Standardisierung geprägt wird. Im Laufe der Konferenz sind zwei Beispiele näher vorgestellt worden. Das Projekt „Numero Zero“ betrifft die Restaurierung von Porta Palazzo, einem Gebäude in der Altstadt von Turin. Es soll von acht Familien bewohnt und verwaltet werden. Laut Absicht der Gemeindeverwaltung und der beiden Projektanten Ing. Paolo Sanna und Arch. Chiara Mossetti, ist „Numero Zero“ ein Pilotprojekt, das dazu beitragen soll, Wohnungen zu gemäßigten Kosten zu schaffen und das Stadtviertel durch eigenverwaltete Räume für Begegnung und Kommunikation aufzuwerten. Das Projekt Miss Sargfabrik ist ein Beispiel für zeitgenössische Architektur. Es wurde in Wien vom Baukunstkollektiv BKK-3 im Jahr 2000 realisiert und besteht aus 40 Wohneinheiten. Die Struktur bietet auch Platz für ein Restaurant, ein ‚Caffè‘, Proberäume für Musikgruppen, einen Kindergarten, ein gemeinsames Gemüsegärtchen sowie ein Schwimmbad. Es ist eine Art ‚Dorf in der Stadt‘, das auch Nichtbewohnern zugänglich ist. Es ist, wie auch das vorherige Projekt Sargfabrik (errichtet auf dem Gelände der ehemaligen k&k Sargfabrik/1996–Adolf Loos-Preis für Wohnbau), nicht nur ein Gebäude zum

4



Wohnen, sondern auch Ausdruck eines Lebensstils, der in einer neuartigen Struktur Wohnen, Leben und Arbeiten in sich vereint. Initiator beider Projekte ist der „Verein für integrative Lebensgestaltung“, der von Anfang an in alle verschiedenen Planungs- und Realisierungsphasen des Projektes unter der Leitung des Architekten Franz Sumnitsch (BKK-3) einbezogen wurde. Der Architekt weißt im Interview mit Kathrin Schiefer darauf hin, dass im Falle der Sargfabrik wie auch im Falle der MISS Sargfabrik: (...) Das Aufbrechen der klassischen Hierarchieebenen zwischen Planer und Bauherren forderte die Bewohner auf, sich mit der Architektur auseinanderzusetzen und dadurch nicht nur in der Wohnbaupolitik neue Maßstäbe zu setzen, sondern auch das Zusammenleben im städtischen Kontext neu zu definieren. Dadurch entwickelten die zukünftigen Bewohner genau das, was insbesondere im Wohnbau meist nur unter großer Mühe und zu oft erfolglos im Nachhinein versucht wird aufzubauen: Nämlich dass sich die Bewohner mit ihrem Wohnumfeld identifizieren und die gesamte Wohnanlage dadurch nicht zu einem anonymen Stereotyp des „Modernen Wohnens“ determiniert wird, sondern dass sich jeder Einzelne – gleich einer Gemeinschaft – um das funktionierende Zusammenleben bemüht.(...) Die in den Stadtraum fließende Architektur, wie man sie beispielsweise von Stararchitektin Zaha Hadid kennt, ist von BKK-3 wesentlich wirkungsvoller umgesetzt worden. Die MISS besticht nicht



2

- 1 Porta Palazzo vista da piazza della Repubblica (Foto: Paolo Sanna)
- 2 Dachgarten
- 3 – 4 MISS Sargfabrik (Fotos: Herta Hurnaus)

durch intellektuell-parametrisch inspirierte oder biomorph-dekorativ motivierte Architektur. Sie integriert sich – trotz der auffällig orangen Fassade – ganz unpräntiös in das städtische Umfeld. Die MISS setzt auf jenes demokratische Grundprinzip, welches heute vielerorts nicht nur gesellschafts-, sondern auch planungspolitisch vermisst wird: die simple Kommunikation, aus der nicht immer die einfachsten oder schnellsten, in jedem Falle aber die für alle Beteiligten zufriedenstellendsten Planungsergebnisse erwachsen. In Südtirol können die bis hierher angeführten Argumente Diskussionen anregen wie auch die Suche nach Alternativen vorantreiben, vor allem in Zusammenhang mit jenen Großprojekten und Veränderungen von einigem Ausmaß, die in unserer Region anstehen. Die Neuzuwendung des Bahnhofsbereichs sowie die Realisierung eines groß angelegten Stadtviertels in der Drususstraße in Bozen, aber auch die Neugestaltung der ehemaligen Kasernen in Meran sind nur einige mögliche Beispiele zur Gestaltung eines Pilotprojektes, in dessen Rahmen neben den Gemeinden auch die Privatwirtschaft und der geförderte Wohnbau einbezogen werden könnten.

Auch in Bezug auf bereits realisierte Projekte oder solche, die sich in den Endphasen ihrer Realisierung befinden, wäre noch Platz für Lösungen und Ideen, die dazu führen könnten, die geplanten Dienstleistungsumgebungen zu schaffen und die teilweise anzutreffende Problematik des Zusammenlebens einzudämmen.

Testo di Enrico Lunelli

turristour 83

Trento 9.10.2010

A supporto della pubblicazione del numero monografico di turrisbabel dedicato alla città di Trento si è affiancata alla consueta presentazione della rivista la possibilità di visitare la città, e fare così esperienza diretta di essa e di alcune delle sue parti oggi interessate da trasformazioni. Il "turristour" ha preso il via nella mattinata dalle Scuole Sanzio di Adalberto Libera, la cui visita è avvenuta congiuntamente a una breve comunicazione tenuta dall'architetto Fabio Campolongo. Edificio risalente al 1931, frutto di un concorso vinto da Libera a soli 28 anni, esso rappresenta qualitativamente l'architettura *moderna* più interessante che la città può vantare.

Da un lato coacervo di soluzioni stilistiche d'avanguardia che lo stesso Libera svilupperà e riprenderà nelle sue opere successive, dall'altro esempio di un forte legame ancora intrattenuto con le tradizionali tecnologie costruttive (l'involucro è interamente realizzato in pietra), le Scuole Sanzio offrono alla città un piccolo capolavoro di architettura razionalista troppo spesso passato inosservato. Di lì il gruppo si è poi spostato verso il Palazzo delle Albere, edificio di epoca rinascimentale succursale del MART, toccando nel tragitto un'altra opera di Libera, di 20 anni successiva: il Palazzo della Regione. Quantunque esempio di buona architettura esso

- 1 – 2 Scuole Sanzio
- 3 Palazzo delle Albere
- 4 Sulla strada verso il cantiere di Renzo Piano
- 5 – 6 presentazione del numero di turrisbabel
- 7 visita al cantiere di Renzo Piano



1



2

non risolve brillantemente la composizione dei suoi volumi, allacciati tra loro da soluzioni artificiose e incapaci di instaurare un dialogo, divenendo emblema di quella perdita di certezze che il crollo del fascismo e l'evento bellico hanno portato con sé. A concludere la giornata si è tenuto l'evento clou rappresentato dalla presentazione della rivista presso lo showroom del

cantiere "Le Albere" di Renzo Piano, con l'intervento degli architetti Carlo Calderan, Luigi Scolari, Alberto Winterle e Alessandro Franceschini, e dalla visita al cantiere che insiste sull'area Ex-Michelin per l'edificazione del quartiere "Le Albere" e del museo della scienza progettati dal Renzo Piano Building Workshop. Percorrendo i viali tracciati dalla disposizione dei diffe-

renti corpi di fabbrica e visitando il modello 1:1 della cellula abitativa tipo si è potuto valutare in corso d'opera la realizzazione di un progetto tanto ambizioso quanto capace di suscitare perplessità, icona monumentale di un *modus operandi* che però tende ad evitare il confronto, come emerge dalle pagine di turrissabel e dal dibattito che la rivista ha suscitato.

4



3



5



6-7

Othmar Barth (1927–2010)
Gebäude der Steyler
Missionsschwestern
in Payrdorf bei Brixen, 1972
Abbrucharbeiten 2010

Foto: Leonhard Angerer







Elena Mezzanotte
Nata a Bolzano, 1974
Studi di architettura a Venezia e Graz
Collaborazioni con diversi studi
d'architettura a Venezia, Shanghai,
Bolzano e con il Comune di Bolzano
emezzanotte@yahoo.it



Cristina Vignocchi
Nata a Bolzano, 1959
Studi di architettura ed arte a
Venezia, lavora anche come
giornalista culturale e si occupa di
progetti artistici ed arte pubblica.



Carlo Calderan
Nato a Bressanone, 1965
Studi di architettura
a Venezia e Darmstadt;
attività professionale
a Berlino, Basilea e Bolzano.
carlocald@yahoo.it



Lorenzo Weber
Nato a Trento, 1967
Studi di architettura a Venezia,
titolare dello studio
weber+winterle architetti_Trento.
info@weberwinterle.com
www.weberwinterle.com



Karin Kretschmer
Geboren in Kassel
Studium der Architektur in
Braunschweig und Venedig.
Mitarbeit in verschiedenen
Architekturbüros in
Braunschweig, Amsterdam,
Berlin und Bozen.



Barbara Breda
Nata a Bolzano, 1982
Studi di Ingegneria edile
e architettura a Trento.
Collaborazioni con diversi
studi d'architettura altoatesini.
barbara.breda@yahoo.it



Alexander Zoeggeler
Geboren in London, 1970
Studium der Architektur in Florenz.
Mitarbeit in verschiedenen Architekturbüros in Wien, Firenze, Bozen.
Seit 2002 Studio Zoeggeler Architekten.
alexander@zoeggeler.net
www.zoeggeler.net



Sandy Attia
Born in Cairo, 1974
Studied at Harvard University,
University of Virginia,
University of Copenhagen,
taught at University of Michigan,
cofounded with Matteo Scagnol
MODUS architects.



Emil Wörndle
Geboren in Völs am Schlern, 1961
Studium der Architektur
in Wien und Innsbruck.
Als Architekt im öffentlichen
Dienst tätig.



Alberto Winterle
Nato a Cavalese, 1965
Studi di architettura a Venezia,
titolare dello studio
weber+winterle architetti_Trento.
info@weberwinterle.com
www.weberwinterle.com



Matteo Torresi
Nato a Milano, 1972
Studi di architettura a Venezia.
Partecipazione a diversi studi
d'architettura a Milano, Padova,
Venezia, Shanghai, Bolzano.

Alessandro Scavazza
Nato a Bolzano, 1971
Studi di architettura a Venezia e Vienna.
Collaborazione in diversi studi
d'architettura a Bolzano e Venezia,
attività professionale a Bolzano.



Matteo Scagnol
Nato a Trieste, 1968
Studi di architettura a Venezia e
alla Harvard University, Cambridge USA.
Insieme a Sandy Attia apre nel 2000
lo studio MODUS architects.



Thomas Tschöll
Geboren in Meran, 1980
Studium der Architektur an der TU Graz,
Tätigkeit für verschiedene Architekturbüros
in Graz, Luzern, Passau, Wels und Kaltern.
thomas.tschoell@rolmail.net

