Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen

Herausgeber: Bund Schweizer Architekten

Band: 69 (1982)

Heft: 1/2: Österreich - Wien

Artikel: Wiener Läden : vom Rahmen zur Skulptur und wieder zurück : Aspekte der Abgrenzung und der Mitteilung am Beispiel kleiner Geschäftslokale

Autor: Kapfinger, Otto

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-52609

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

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

Otto Kapfinger

Wiener Läden

Vom Rahmen zur Skulptur und wieder zurück – Aspekte der Abgrenzung und der Mitteilung am Beispiel kleiner Geschäftslokale

Du cadre à la sculpture et inversement – Aspects des limites et de l'information dans les petits magasins urbains.

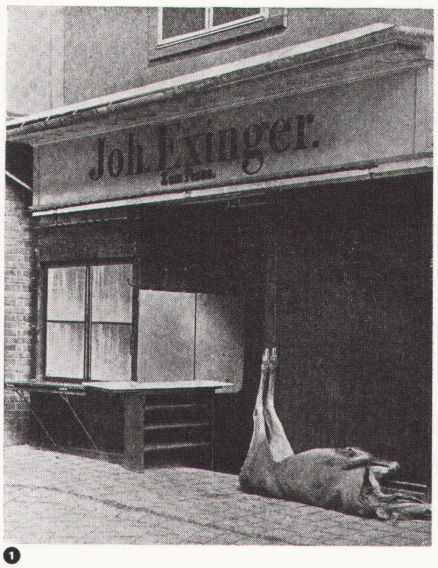
From frame to sculpture and back again – aspects of demarcation and presentation in small Vienese shops

Kleine Aufgaben sollten nicht umfassende Ansprüche stellen oder gar einlösen wollen. Der Ladenbau ist noch dazu eine im Grunde parasitäre Massnahme von begrenzter Dauer, eine modische Variable im Sockel des Stadtbildes. Trotzdem stellt gerade die Verknüpfung von Repräsentation und Raumausnützung bei engsten Verhältnissen und die Vermittlung von Öffentlichkeit und Intimität auf kürzestem Weg recht hohe gestalterische Anforderungen. Und in Wien, wo man einerseits gerne das Vergängliche monumentalisiert und wo man andererseits lieber das Detail als die grosse Linie kultiviert, wurde aus der Not der kleinen und kurzlebigen Aufgabe mehr als einmal eine unverhoffte Tugend.

Josef Hoffmann beispielsweise begann 1898 seine Karriere mit der aufsehenerregenden Einrichtung eines Kerzengeschäftes. 67 Jahre später avancierte ein anderer Kerzenladen kurzfristig zum Nabel der hiesigen Architekturwelt – Hans Holleins Erstling am Kohlmarkt! Bevor wir uns nun zur kulturpsychologischen Diagnose einer erfolgreichen «Überanstrengung im Kleinen» versteigen, ist eine Analyse der Entwicklung des Ladenbaus während dieser Zeitspanne notwendig. Ich beschränke mich dabei auf die Darstellung der Visitkarten, der Ladenportale in ihrer Rolle als schaustellende Vermittler zwischen Strassenraum und Geschäftsraum, wobei das Verhältnis zwischen Portal und übriger Hausfassade nicht unbeachtet bleiben soll.

Der Typus

Das zweite und letzte Heft von «DAS ANDERE – Ein Blatt zur Einführung abendländischer Kultur in Österreich: geschrieben von Adolf Loos» widmete eine ganze Seite Text samt Abbildung einem traditionellen Fleischerladen.



1

Loos dokumentierte damit 1903 «... das letzte Wiener Portal aus dem alten Wien. Es stammt aus einer Zeit, in der Österreich noch im Herzen des abendländischen Kulturbezirkes lag, aus einer Zeit, in der es keine Unterschiede zwischen englischen und österreichischen Portalen (...) gab. Aus der Kongresszeit. (...) Ehre der Familie Exinger, die durch 90 Jahre ihr Geschäftsportal in dem gleichen Zustande erhalten hat! Wohl wurde es fast alle zehn Jahre neu gestrichen. Aber man hat immer die ursprünglichen Farben, Weiss und Grün, gewählt, obwohl man schon durch 50 Jahre in Wien den Versuch macht, uns durch den Anstrich Eichenholz oder Nuss und jetzt – man sieht, es gibt einen Fortschritt – Ahorn oder Mahagoni vorzuschwindeln. Ehre der Familie Exinger! Ihrer Treue, ihrem Festhalten an der wahren österreichischen Kultur haben wir es zu verdanken, dass wir uns heute noch an der ursprünglichen Gestalt und Farbe des Portals erfreuen können.» Wenig später wurde der Laden mitsamt dem Haus abgebrochen, und das Portal landete sicher nicht, wie Loos anregte, im städtischen Museum oder bei einem privaten «Sammler». Abgesehen von der spezifischen Polemik, auf die es Loos dabei vor allem ankam, zeigt dieses Beispiel sehr klar das Typische:

in der Fensterachse der Geschäftseingang, darüber das Holzschild mit dem Schriftzug, geschützt durch ein Vordach, die Ware links und rechts vom Eingang auf Hakenreihen aufgehängt und ausgestellt und – in diesem Fall auf ausklappbaren Tischen am Gehsteig frisch zerteilt und verarbeitet. Mit dem Hinweis auf das wiederholte Anstreichen ist auch das Problem der Dauerhaftigkeit bereits angesprochen.

Mit geringfügigen Modifizierungen ist dieser Typus bis heute dominierend im Stadtbild.

2

Die Fenster- oder Türöffnung der Erdgeschosswand ergibt den zentralen Eingang. Links und rechts davon greift das Geschäft mit den Schaufenstern vor die Hausfassade. Das grosse Schild, nun aus Glas, hat sich ebenfalls von der Wand entfernt und bildet die Vorderseite des Kastens für den Rolladen und den ausklappbaren Sonnenschutz. Dieses Geschäft, in einer Fassade von Josef Kornhäusel, ist überdies mit dem ausgesteckten Zeichen (rot lackiert!) schon von weitem für den Passanten erkennbar (ein Zeichen «spricht» schneller als ein Schriftzug!), der Sockel der Holzkonstruktion ist mit Steinplatten verkleidet und dadurch widerstandsfähiger.

Rahmenwerk und Transparenz

Otto Wagner tat nun nichts anderes, als diesen additiven Einzeltyp zur strukturellen Lösung weiterzuführen und gleichzeitig im Material zu wechseln.

❸

Die Geschäftsportale seiner Miet- und Geschäftshäuser sind in der Weise entwickelt, dass die Wandpfeiler der Obergeschosse ins Erdgeschoss durchlaufen und die Glasflächen des Geschäftsgeschosses einheitlich davorgestellt sind: filigranes, der Gebäudesubstanz appliziertes eisernes Rahmenwerk, welches eine transparente Umhüllung der Ladenzone, also grosse Schaufenster, ergab und trotzdem den architektonischen Aufbau der Fassade vom Strassenpflaster aufwärts deutlich spürbar liess. Diese gesamtheitliche Struktur konnte auch, wie beispielsweise am «Majolikahaus» zu sehen, beliebig in einzelne Läden aufgeteilt werden. Dass Wagner dieses grosszügige Prinzip auch für den Einzelfall geeignet hielt, beweist das Portal des Depeschenbüros der «Zeit»:

❹

Die klassische symmetrische Grundform, aufgelöst in dünnes Rahmenwerk und als transparente Fläche vor das Haus gesetzt. Auch das Schild oben ist nun durchsichtig, die Buchstaben schweben auf der Glasfläche, so dass das Profil des dahinter liegenden Geschäftsraumes gänzlich von aussen sichtbar bleibt. Innenraum und Aussenraum kommunizieren über eine in Zeichen und Linien aufgelöste Glaswand.

Der Rahmen wird zum Bild

Adolf Loos ging einen anderen Weg. Seine Ladenfronten interpretieren zwar denselben traditionellen Typ. Was aber Wagner strukturell auffasste, ist bei Loos bildhaft und «repräsentativ» gedacht. Was Wagner zu dauerhaften gusseisernen (oder mit Aluminium überzogenen) Linien auflöste, formte Loos zu dauerhaften Flächen und Körpern aus Marmor. Der Rahmen, die Abgrenzung des Geschäftes zu den seitlichen Nachbarn bzw. dem darüber liegenden Wohnhaus, wird daduch wesentlich pointierter und exklusiver und übernimmt die Aufgabe der Mitteilung, die früher vor allem Schrift und Zeichen erfüllten.

«Portale von Loos haben die Eigenheit, dass man ohne Firmenaufschrift die Branche des Geschäfts sofort erraten kann. Er erreichte dies durch die Wahl des Materials und durch die Formen...»,

❺

vermerkte 1930 Heinrich Kulka. Der Skyrosmarmor des Kunstblumengeschäfts ist so geschnitten und verlegt, dass die Zeichnung des Steins die Wirkung einer grossen Blüte erzielt. Ein Ju-

❶
«Das letzte Wiener Portal» aus «Das Andere» von Adolf Loos, 1903 / «La dernière devanture viennoise» extrait de «Das Andere» par Adolf Loos, 1903 / "The last Viennese portal" from "Das Andere" by Adolf Loos, 1903

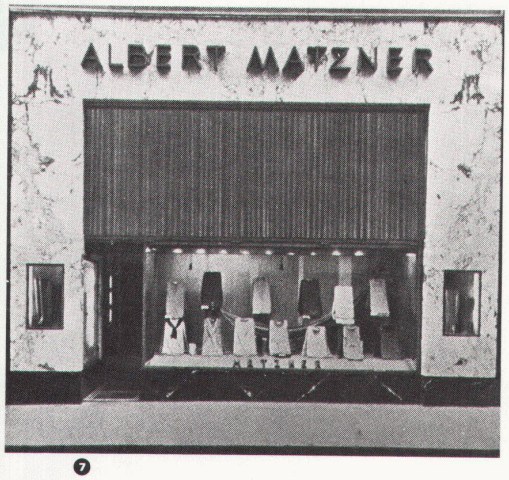
❷
Traditionelles Holzportal / Devanture traditionnelle en bois / Traditional wooden portal

❸
Schaufensterstruktur an den Häusern an der Wienzeile, Otto Wagner, 1898/99, lackiertes Gusseisen / Structure de vitrines dans les immeubles situés «an der Wienzeile», Otto Wagner, 1898/99, fonte laquée / Display window structure on the houses on the Wienzeile, Otto Wagner, 1898/99, lacquered cast-iron

❹
Depeschenbüro der «Zeit», Otto Wagner, 1902, Eisenkonstruktion mit Aluminium überzogen, nicht erhalten / Agence télégraphique du «Zeit», Otto Wagner, 1902, construction en acier revêtue d'aluminium; n'existe plus / Office of the "Zeit", Otto Wagner, 1902, steel construction covered with aluminium, no longer in existence

❺
Kunstblumen- und Straussfederngeschäft Steiner, Adolf Loos, 1907, Skyrosmarmor, gebogenes Glas, nicht erhalten / Commerce de fleurs artificielles et d'articles en plumes d'autruche, Adolf Loos, 1907, marbre de Skyros et glaces bombées; n'existe plus / Steiner artificial flower and ostrich feather shop, Adolf Loos, 1907, Skyros marble, curving window, no longer in existence

❻



❼

welier erhält die «klassische» Front eines antiken Schatzhauses, ein Bekleidungsgeschäft präsentiert anstelle des Schildes einen Volant aus gelber Seide, gerahmt von sehr hellem Marmor usw. Die Aufschriften sind stark zurückgenommen, in den Untergrund integriert und zum Teil mit bildhaften Zeichen kombiniert. Kulka zitiert dazu Loos selbst: «Es handelt sich nicht darum, Schilder leserlich zu gestalten, sondern ein charakteristisches Bild durch Materialien und Zeichen zu bilden. Die Unleserlichkeit ist oft nur ein Trick» – womit auf raffinierte Art durch «Unklarheit» verstärktes Interesse hervorgerufen wird! Diese psychologische Raffinesse, der vordergründigen Schnellinformation nämlich ein kleines Hindernis in den Weg zu legen und den Passanten auf den zweiten, engagierteren Blick einzufangen, ist im Knize-Portal auch räumlich eingesetzt.

❽

Die seitlichen Granitpfeiler des wuchtigen Rahmens leiten dort in einer S-Kurve zu den Vitrinen im Zentrum, zum Eingang. Der Sockel unten folgt dieser Bewegung aber nicht, so dass der Passant vorne zu den grossen Vitrinenflächen auf Abstand gehalten wird. Wer nun die Ware hier näher betrachten will, muss sich einlassen, muss in den schmalen Raum zwischen den Vitrinen eintreten – befindet sich dann fast schon im Geschäft selbst. Dies ist der Trick des kleinen Rätsels, das leicht aufgelöst werden kann, der Trick der kleinen Schwelle, die spielend überschritten werden kann. Beides vermittelt dem Betroffenen ein kleines Wohlbehagen der erbrachten Leistung, eine unmerkliche Erleichterung – Geheimnis des «seelischen Apparates», in Architektur subtilst verpackt, lange bevor die Werbeindustrie sich des psychologischen Repertoires bemächtigte!

❾

Trotz ihrer Massivität und grösseren Hermetik zeigen Loos' Portale eine sehr bewusst inszenierte Transparenz. Im Gegensatz zur durchsichtigen Fläche Wagners formt Loos transparente Körper, dem Rahmen eingepasste Glasvolumen. Durch sie wirkt meist auch der dahinter liegende Geschäftsraum nach aussen mit. Die helle Farbstimmung (Kirschholz) des ersten Verkaufsraumes des Knize etwa tritt durch die dunkle Einfassung des Portals noch stärker nach vorne.

❿

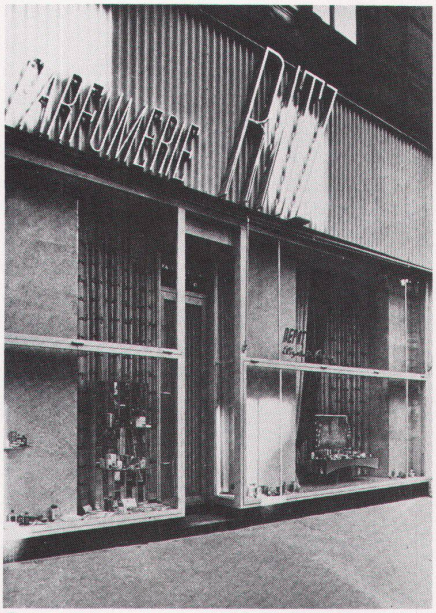
❻
Juweliergeschäft, Adolf Loos, 1919, nicht erhalten / Bijouterie, Adolf Loos, 1919; n'existe plus / Jeweller's shop, Adolf Loos, 1919, no longer in existence

❼
Bekleidungsgeschäft, Adolf Loos, 1929/30, nicht erhalten / Commerce d'habillement, Adolf Loos, 1929/30; n'existe plus / Clothing shop, Adolf Loos, 1929/30, no longer in existence

❽
Herrenbekleidungs- und Schneidergeschäft Knize, Adolf Loos, 1909–1913, originaler Zustand des Portals, Schrift heute verändert / Magasin de vêtements pour hommes et tailleur Knize, Adolf Loos, 1909–1913, devanture originale; l'enseigne est maintenant différente / Knize gentlemen's outfitter, Adolf Loos, 1909–1913, original state of the portal, lettering now changed

❾
Buchhandlung, Adolf Loos, um 1910, weitgehend erhalten / Librairie, Adolf Loos, vers 1910, existe encore pour l'essentiel / Bookshop, Adolf Loos, around 1910, largely preserved

❿
Konfitürengeschäft, Oswald Haerdtl, 1930, weitgehend erhalten / Magasin de confitures, Oswald Haerdtl, 1930; existe encore pour l'essentiel / Confectioner's shop, Oswald Haerdtl, 1930, largely preserved



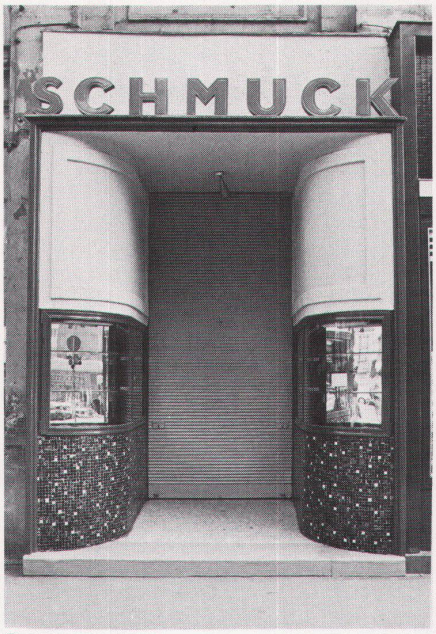
⓫

⓬

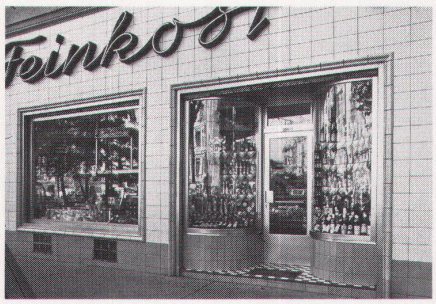
Variationen

1930, vier Jahre nach seiner Emigration, schrieb der Wiener Frederick Kiesler ein höchst interessantes Buch über die Gestaltung von Ladenfronten und Schaufenstern: "Make the window look like an entrance and the entrance like a window", hebt Kiesler mehrmals nachdrücklich hervor. Das ganze Schaufenster sei demnach als räumlich überleitendes Tor von aussen nach innen zu gestalten, in dem dann die Eingangstüre lediglich als eine unter mehreren gestaffelten Glasflächen erscheint. Mit der Auffassung des Rahmens als «Tor» und den darin gestaffelten Vitrinen hat Loos auch diesen Grundsatz beispielhaft vorweggenommen.

Josef Hoffmann, Oswald Haerdtl, Max Fellerer u.a. gestalten in den zwanziger und dreissiger Jahren elegante, luftige Portale, wovon allerdings wenige erhalten sind. Wagners Rahmenwerkprinzip (z.B. am Hochhaus von Theiss-Jaksch) und Loos' Torprinzip werden variiert bzw. vermischt. Neue Materialien und das kalkulierte, sparsam «Funktionalistische» treten in den Vordergrund. Grossflächige Schilder (aus Marbrunit- oder Opakglas etc.) und Schriften werden wieder wichtiger.



⓭



⓮

Erst die fünfziger Jahre bringen neue Impulse, obwohl die Wiener Ausprägungen des «Nierenstils» weit weniger spektakulär und klischeehaft erscheinen als ihre amerikanischen und italienischen Vorbilder. Das Neonlicht setzt die Schriften in Bewegung, wandelt sie zu bizarren Schrägen; Rechtecke werden verformt zu

⓯

unregelmässigen Trapezen; schiefe Griffstangen, asymmetrisch trichterförmige Eingänge, eine Farbpalette extremer Kontraste... Die Grundform wird beibehalten, aber mit unbekümmerten Materialmischungen und spielerischen Kompromissen emotionalisiert, mit «freien» Formen überlagert (Vordach, Vitrinen...), die sich vorwölben und die zurückweichen, auf den Passanten scheinbar reagieren – so wie sich die Kurven des berühmten Nierentisches den einzelnen Plätzen der Sitzgruppe rundherum zuwenden: Der «Funktionalismus» wird bildhaft hedonistisch, die schlichte Sachlichkeit der Zwischenkriegszeit ist wohl deutlich aufgeweicht, wirkt aber fort in der sorgfältigen Detailbildung und in der Sparsamkeit der Materialstärken.

⓫
Parfumerie, Oswald Haerdtl, 1932, nicht erhalten / Parfumerie, Oswald Haerdtl, 1932; n'existe plus / Perfume shop, Oswald Haerdtl, 1932, no longer in existence

⓬
Ladenfront aus den späten dreissiger Jahren, in Anlehnung an Loos' Marmorrahmen mit den versenkten Vitrinen / Front de magasin de la fin des années trente rappelant les cadres en marbre avec vitrines encastrées de Loos / Shop fronts from the late 30's, influenced by Loos' marble frame with the countersunk display windows

⓭
Portal aus den frühen fünfziger Jahren, gegenüberliegende, verspiegelte Vitrinen / Devanture du début des années cinquante, vitrines avec miroir se faisant face / Portal dating from the early 50's, reflected display windows on the opposite side

⓮
«Schönstes Geschäft» des Jahres 1952 / «Le plus beau magasin» de l'année 1952 / "Most beautiful shop" of 1952

⓯
Optiker, 1953/54, Marmorrahmen, abgerundete Vitrinen / Opticien, 1953/54, cadres en marbre, vitrines arrondies / Optician, 1953/54, marble frame, rounded display windows

⑯

Das Bild wirft den Rahmen ab und wird zu Skulptur

Hans Holleins programmatischer Kerzenladen interpretierte den Grundtyp von einem neuen Ansatz aus. Die dauerhafte Bekleidung der Ladenfront ist als Fläche aus *einem* Material aufgefasst, die das vorhandene Fassadenfeld vorerst einmal abschliesst, abdichtet nach allen Seiten. Diese geschlossene Stirnwand wird dann nur in dem unbedingt notwendigen Ausmass geöffnet, wobei das Material der Aussenwand plastisch nach innen geformt ist, sich im Innenraum fortsetzt und auch diesen komplett gegen den vorhandenen Raum abschliesst. Holleins Konzept besteht im dramatischen Ausschliessen der Strasse, der Fassade, des Vorhandenen, ist geprägt von Introversion und dem unbedingten Schaffen einer eigenen, inneren Wirklichkeit.

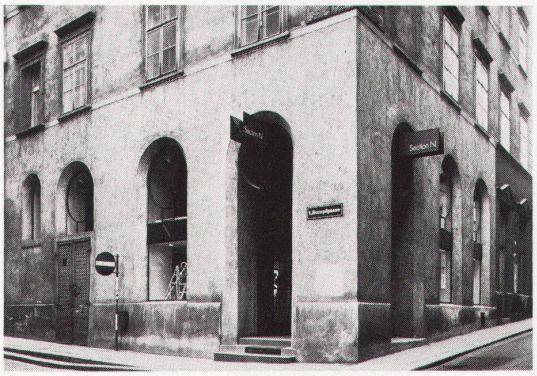
Indem nach Holleins Auffassung der Ursprung der Architektur im Kultischen liegt, ist es sicher nicht abwegig, seine hermetisch schimmernden Läden als Tabernakel zu deuten – die blinkenden Gefässe am Zielpunkt der Kirchenachse, in welche der Priester zeremoniell seinen kleinen Schlüssel steckt, um dann, wenn der Vergleich gestattet ist, die kostbare «Ware» zu entnehmen und zu verteilen. Dies ist also das Prinzip des verschlossenen Safes, des Tresors, der zwar vordergründig abweist, zugleich aber zur Assoziation des wertvollen Inhalts leitet und zum Eindringen anreizt. Natürlich spielt auch hier der psychologische Effekt des «verstärkten Reizes durch vorläufige, kurzfristige Verhinderung» eine Rolle – ein altes Spiel in der Erotik.

⑰

Die Portale von Retti, Medek und Schullin sind massive Blöcke (Metall bzw. Granit), die skulptural durchbrochen und geöffnet werden. Die Beziehungen zu den hermetischen «Architekturskulpturen» von Pichler und Hollein sind evident. Daraus folgt logisch, dass für Hollein eine Tür nicht einfach eine Tür ist, sondern eine bildhauerische Form, ein Objekt, das aus anderen Assoziationsbereichen des «Eindringens» transponiert wird: ein Schlüsselloch, der Umriss einer brennenden Kerze, eine Vagina, eine Ventilatoröffnung, ein Felsspalt usw. Die Mitteilung dieser Portale ist nun fast ausschliesslich bildhaft und kommt eigentlich erst durch das Schaffen einer Distanz – die reizvolle Aura der abweisenden Geschlossenheit – in Bewegung. Die skulpturale Hermetik hat, nebenbei, ihre Entsprechung in der medialen Hermetik von Holleins «aufblasbarer Bürozelle» – dem Pendant von Walter Pichlers legendärem geschlossenem Kommunikationshelm.

Wie frei und weit bildhafte Anspielungen nur in Wien schweifen können, demonstriert Hollein gegenüber dem Hauptportal des katholischen Stephansdoms, wo er den Eingang des israelischen Reisebüros mit einer ägyptischen Palmensäule schmückte! Der vielgerühmte Wiener Charme lebt von derselben Allianz: Versöhnlichkeit und Zynismus in barocker, sinnenfreudiger Verschlingung.

Holleins Läden sind oft mit jenen von Loos verglichen worden. Loos hat aber im Material (und in der Dauerhaftigkeit) stets konsequent zwischen Entree und Innenraum unterschieden und auch nicht auf die Transparenz zwischen Innen und Aussen verzichtet. Ausserdem geben die extrem schmalen Eingangsöffnungen bei Loos deshalb nie das Gefühl der Beengtheit, weil man auf allen Seiten von transparenten Flächen umgeben ist, während der Retti-Eingang tatsächlich einer Schleuse gleichkommt, deren Durchschreiten einen Schritt ins «Exterritoriale» bedeutet – man landet dann ja auch im Inneren einer japanischen Spiegelreflexkamera... Loos hat den raumerweiternden bzw. -überleitenden Effekt von Spiegeln immer erst nach einer gewissen Vorbereitung, sozusagen «auf Abstand», eingesetzt (z.B. am Ende des langen Eingangskorridors im Haus am Michaelerplatz, im Kunstblumengeschäft und in der American Bar nur «über Kopf»). Im Retti wird dieser Effekt direkt und unmittelbar nach der «Beklemmung» des Eintretens wirksam und ist geradezu «raumsprengend». Die Erlebnisse von



⑱

⑯ Kerzenladen Retti, Hans Hollein, 1965, poliertes Aluminium / Magasin d'articles en cire Retti, Hans Hollein, 1965, aluminium poli / Retti candle shop, Hans Hollein, 1965, polished aluminium

⑰ Juwelier Schullin, Hans Hollein, 1974, Marmor, Messing / Bijouterie Schullin, Hans Hollein, 1974, marbre et laiton / Schullin Jewellers, Hans Hollein, 1974, marble, brass

⑱ Section N, Hans Hollein, 1971, Innenraum zweigeschossig / Section N, Hans Hollein, 1971, volume intérieur à deux niveaux / Section N, Hans Hollein, 1971, interior two stories high

realer Enge und illusionistischer Weite sind hier auf kleinstem Raum komprimiert, ohne «Luft» dazwischen.

Dass es auch anders geht, beweist Hollein mit dem Laden der Section-N,

19

wo er die bestehende Mauersubstanz weitgehend sichtbar lässt und im Innern eine aufgelockerte Raumwirkung erzielt. Beim Einbau eines Verkehrsbüros in das Erdgeschoss des Ringturms kurft die Aussenhaut der inneren Funktionen in plastischen Bewegungen vor und hinter die bestehende Fassadenstruktur.

Die Rückkehr

Holleins Portallösungen waren insofern eine Gratwanderung, als sie eben keine strukturellen, wiederholbaren Konzepte sind und ihre Nachahmungen ohne die nötige künstlerische und detailmässige Perfektion zu plumpen Peinlich-

20

keiten gerieten. Die «jüngere» Generation wendet sich wieder den strukturellen Typen zu und billigt den bildhaften Aussagen nur unaufdringliche Nebenrollen zu.

Heinz Frank modifizierte die «transparente vorgestellte Wand» mit einem räumlichen Element. Luigi Blau adaptiert den alten Holz-Glas-Typus, verwendet an der Ladenfront eine Reihe verschiedener Materialien, Farbstimmungen und Schrifttypen, öffnet das grosse Schild als Oberlicht und bringt damit einerseits Tageslicht in den Verkaufsraum und andererseits die schöne vorhandene Stuckdecke als Hintergrund der Füllfeder nach aussen, deutet mit der Furnierteilung im Sockel der Eingangstür ein Briefkuvert an. Bei einem Teegeschäft verweisen die Details der Portalkonstruktion – von der Granitschwelle des Eingangs, die als dünne Platte auf zwei stützenden Klötzchen liegt, bis zu den Anklängen in Fenster- und Türstökken – an die chinesischen «Mondtore», auf das Ursprungsland der Ware. Und

21

22

Hermann Czech nimmt Kiesler beim Wort und macht aus den äusseren Türen eines Antiquariats Büchervitrinen.

Das Gemeinsame dieser Tendenz ist das Sich-Einlassen mit dem Vorhandenen und eine hintergründige Unauffälligkeit: Eine Tür ist primär eine Tür, ein Portal zuerst einmal ein Portal – erst dann kann es auch noch «ein bisserl mehr» sein. Der Reichtum an bildhaften Assoziationen und Anspielungen ist in das Gewöhnliche, in das strukturell Alltägliche hineinverwoben und bis zur Andeutung wieder weggeschliffen, die «ansprechende» Energie wird damit auf den zweiten Blick verschoben. Energie ist bekanntlich um so explosiver, je unsichtbarer sie scheint, wie auch der schlagkräftigste Witz jener ist, der in knappster Form und im harmlos banalen Kleid eine ganze Kette von Sprachspielen anreisst. Das Wiener Idiom ist im Grunde weich und melodisch. «Sprechende Architektur» muss hier also nicht schreien. Wenn sie etwas zu sagen hat, kann sie das auch ganz leise und in Nebensätzen tun. O. K.

19
Verkehrsbüro im Ringturm, Hans Hollein, 1980 / Office du Tourisme «im Ringturm», Hans Hollein, 1980 / Travel Agency in the Ringturm, Hans Hollein, 1980

20
Möbelgeschäft, Heinz Frank, 1968, zweigeschossiger Raum, Stiege als Portal eingesetzt / Magasin de meubles, Heinz Frank, 1968, volume à deux niveaux, escalier formant devanture / Furniture store, Heinz Frank, 1968, two-storey volume, stairs installed as portal

21
Schreibwarengeschäft, Luigi Blau, 1980 / Papeterie, Luigi Blau, 1980 / Stationery shop, Luigi Blau, 1980

22
Antiquariat, Hermann Czech, 1978 / Librairie d'occasions, Hermann Czech, 1978 / Second-hand book shop, Hermann Czech, 1978