

Zeitschrift: Centrum : Jahrbuch Architektur und Stadt
Herausgeber: Peter Neitzke, Carl Steckeweh, Reinhart Wustlich
Band: - (1994)

Artikel: Pars pro totem : das fotografierte Detail als architektonische Metapher
Autor: Sachsse, Rolf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1072911>

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: 13.04.2026

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

Rolf Sachsse

Pars pro totem.

Das fotografierte Detail als architektonische Metapher

Wer eine Architekturzeitschrift aufschlägt, ein Jahrbuch erwirbt, sich eine architekturhistorische Bibliothek aufbaut, hat gemeinhin ein Interesse daran, etwas über die besprochenen und abgebildeten Gebäude zu erfahren. Umgekehrt sind diejenigen, die solche Bauten planen, daran interessiert, die Erfahrung der Betrachter und Leser in Richtungen zu lenken, die ihnen wichtig erscheinen. Tertium comparationis dieses gegenseitigen Interessenabgleichs ist die seit dem Mittelalter beschriebene zeitliche Folge ästhetischer Erkenntnis: Erst wird ein medial vermitteltes Wissen erworben, das dann vor Ort in persönlicher Erfahrung abgefragt und bewertet werden soll. Die eigentliche, von aller Erkenntnistheorie höher bewertete Erfahrung des Individuums folgt zeitlich dem zuvor erworbenen Wissen und wird durch dieses begrenzt.

Beide Seiten der Kommunikation zwischen Planenden und Schauenden haben Ansprüche an die Komplexität der Vermittlung. Diese sinken bei zunehmender Geschwindigkeit und Menge des Kommunizierten. Konnten Alberti und Palladio bei ihren Lesern noch voraussetzen, daß sie Aufrisse, Querschnitte und Säulenordnungen mit einer Betrachtung erfaßten, weil die Menge der Bücher kleiner war, das einzelne Werk also um so bedeutender, so sind heutige Architekten darauf angewiesen, daß bereits der zerstreute Blick eines gelangweilt in Publikationen blätternen Politikers ausreicht, um die Beauftragung zur Planung ganzer Regierungsviertel zu erhalten. Da bietet sich die Herausstellung eines prägnanten, symbolhaft beladenen Details gleichsam von selbst an.

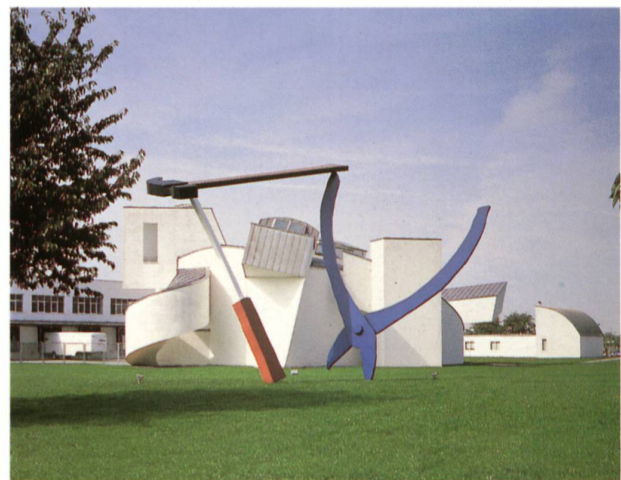
Und so sind die Investorenprospekte, Zeitschriften und Bücher voll von Detailphotographien. Farblich sind sie zu meist, diese Bilder; nur zur Darstellung allergrößter Noblesse und unter dem Vorwand einer moralisch anspruchsvollen Moderne wird Schwarzweiß bevorzugt. Für Farbphotographien sind entweder kalifornisch blauer Himmel oder Rudesheimer Dämmerung obligatorisch, auf daß alle warmen Farbtöne in Interieur und Dekoration die Aura steinzeitlichen Höhlenfeuers gewinnen. Die Ehrlichkeit der schwarzweißen Moderne manifestiert sich hingegen auch bei strahlendem Sonnenschein in kalkweißem Himmel; auf dem europäischen Kontinent ist es danach immer November oder Februar. Als Gegenbild bieten sich nur noch die virtuellen Welten an: Hier kommt jeder Büroturm als Raumschiff angesegelt, vor kosmisch schwarzem Himmel und in jenen Primärfarben getönt, die die sowjetischen

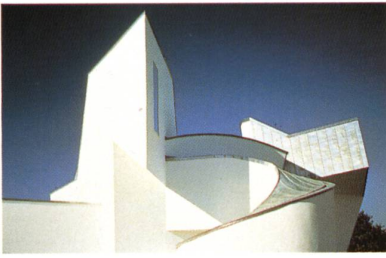
Konstruktivisten der Kunstgeschichte des 20. Jahrhunderts hinterlassen haben. Doch selbst in diesen modellhaften Inszenierungen der CAAD-Welt droht das Detail langsam die Gesamtansicht zu verdrängen; schließlich kennt ja jeder Bauherr ein Kind oder hat eins im Manne, und das führt ihm die noch schönere Spielwelt am Bildschirm vor. Bleibt also das Druckmedium, und damit die Sicht aufs begriffsbestimmende Detail.

Der photographische Detailblick wandert von der Verschattung – derzeit Erkennungszeichen japanischer Baukunst – zum vorgehängten Stahlrahmenprofil – deutscher Provenienz – bis hin zum konstruktiven Verbindungsknoten oder Spannungspunkt – meist britischen Ursprungs. Daß die deutschen Architekten beim Bauen mehr an Profilen und Werkstoffen interessiert seien, während die angelsächsischen Kollegen sich mehr auf Struktur und Konstruktion einließen, hat Otl Aicher einmal während einer Podiumsdiskussion behauptet, und niemand hat ihm widersprochen.¹ Hier ist nicht die Unterscheidung zwischen zwei Ländern in europäischem Zusammenhang von Bedeutung, sondern daß die Essentials der Moderne – Material, Profil, Konstruktion, Struktur – bildhaft geworden sind, als Abzug am Kommunikationsprozeß namens Architektur kleben.

Die Photographie ist schon in den letzten zwei Jahrhunderten nicht ohne Einfluß auf das Baugeschehen geblieben.² Die Vorbildfunktion des medial Vermittelten markiert als Vorurteil immer auch die dunkle Seite von Aufklärung und Moderne, ist Garant für historische Zitierlust und postmo-

Frank Gehry, Vitra Design-Museum, Weil am Rhein





Frank Gehry,
Vitra Design-Museum,
Weil am Rhein

derne Codierwut. „Sein ganzes Zimmer war ringsherum gleichsam getäfelt mit Pappkästen, die nach Begriffen geordnete Photographien enthielten; auf diesem Material spielte er mit unfehlbarem Gedächtnis wie auf einer Klaviatur, und so konnte er bei allem, was er zeichnete und anordnete, sofort irgendein Bildchen aus diesem Schatze auftauchen lassen.“³ Was sich in Fritz Schumachers Erinnerung an Gabriel von Seidl wie die Anleitung zur dekorativen Praxis liest, hat in Robert Venturis *Learning from Las Vegas*⁴ fröhliche Urständ gefeiert, wobei oft übersehen wird, welche große Rolle das Schöpfen aus dem Bildarchiv für Architekten wie Peter Behrens, Walter Gropius und Mies van der Rohe gespielt hat. Das alles ist historisch beschreibbar und damit endgültig vorbei; was heute bleibt, reicht von *Neuer Unübersichtlichkeit* bis zu einer dem *Chaos* folgenden *Emergenz*, wobei das Werfen mit derlei Begrifflichkeit von gezielter Theoriebildung ebenso weit entfernt zu sein scheint wie das Detail von der Gesamtansicht. Hier macht sich die Macht der Bilder zudem eher störend bemerkbar.

Unterdessen ist die Photographie sich selbst zum Thema geworden, weil sie große Teile ihrer medialen Kompetenz an elektronische Vermittler wie Fernsehen und Computer Imagery hat abgeben müssen. Auf dem Leichnam von Roland Barthes⁵ ist auch in deutscher Sprache allerlei Text ins Kraut geschossen, der kritischer Betrachtung nicht lange standhält: Die Photographie ist eben kein literarisches Medium. Wer ihr mit linguistischem Besteck zu Leibe rückt, scheitert genauso am Abgebildeten wie diejenigen, die sich

Frank Gehry, Vitra Design-Museum, Weil am Rhein



allein auf kunsthistorische Kriterien beschränken. Und die Mimesis voluminöser Körper, wie sie das Abbilden von Architektur darstellt, verflüchtigt sich in der unruhigen Bewegung von Augen auf der Bildoberfläche. Was bleibt, sind Eindrücke, mnemische Einschreibungen, die sich als Erinnerungen in Bildern und Sprachen dialogisch fortpflanzen. Für eine ökonomisch bestimmte Funktionalität im architektonischen Kontext ist das zu wenig.

Da trifft es sich gut, daß das Zunftzeichen als Aushängeschild ungeahnte Renaissance erlebt. *Corporate Identity* heißt das Zauberwort, und plötzlich ist das Firmengebäude wieder Bestandteil einer Unternehmenskultur⁶, die sich selbst nicht zu Unrecht aus vordemokratischen Gesellschaften herleitet.⁶ Auch die Nutzung der Werksanlagen zur Selbstdarstellung der Industrie ist keineswegs neu. Friedrich Krupps erste Visitenkarte aus den 1820er Jahren zeigt, wie später alle Briefköpfe mittelständischer Unternehmen, sämtliche Gebäude seiner Gußstahlfabrik und wird von einem Blick auf das Gelände beherrscht, der der Sicht vom Feldherrnhügel herab entspricht. Für die Exaktheit solcher Darstellung in Kavalierspersion, bei aller perspektivischen Verzeichnung zur Dynamisierung der Straßenflucht, sorgte immer auch die Konkurrenz am Orte – die Ästhetik der Bauten wurde geringer eingeschätzt als die Ausdehnung der von ihnen verdrängten Fläche.⁷ Hier ist die Analogie des Industriebetriebs zum Heereslager paradigmatisch; das galt solange, wie eine technische Produktion noch mit der mechanischen Organisation der Arbeitsabläufe einherging.

Im Zeitalter der *Lean Production* und des die Produktivität weit übertreffenden Kapitalverkehrs kann solche Sicht nicht mehr opportun sein. Der gelegentlich in der Architekturphotographie anzutreffende Blick über das Gesamtgelände einer Bebauung neuer Industriestandorte zitiert eine Bildform der *Reisephoto* des späten 19. Jahrhunderts, die über den GEO-Bildjournalismus in die Sphäre ökologischer Bewegungen eindrang. Von dort ist die entfernte Sicht auf das Betriebsgelände zur Repräsentanz jener Unternehmen geworden, die ihre Landschaftszersiedelung als umweltverträglich feiern wollen. Hier kommt es keinesfalls darauf an, daß die Betrachter ein Gebäude erkennen können, ganz im Gegenteil. Gesehen werden soll eine schöne Landschaft in milder Farbigkeit, in die jene Neubauten gebettet sind, die den Anlaß eines Berichtes bilden. Die Architektur ist Nebensache; sie ist ja nur ein Teil der gesuchten und be-

schworenen *Corporate Identity*. Und die äußert sich niemals im Ganzen eines Baues.

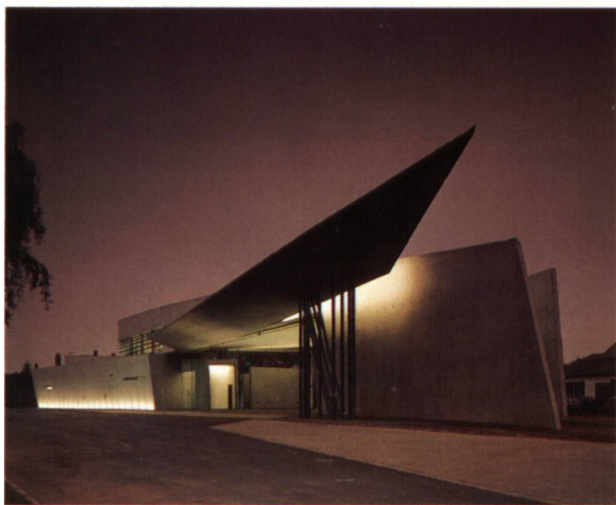
Wichtigstes Bestandteil einer unternehmerischen Image-Konzeption ist das *Logo*, ein vorverbales Zeichen von eindrücklicher Symbolkraft. Wer immer sich mit visueller Kommunikation professionell beschäftigt, kann die Karriere einzelner Logos auswendig herbeten und wird Zeit seines Lebens hoffen, ein einziges solches Markenzeichen der Nachwelt zu hinterlassen. Die Verkürzung des Denkens, die dem Fixieren von Identitäten in solchen Logos zugrunde liegt, findet ein Gegenbild in der Komplexität politischer Aussagen auf Autoaufklebern und Buttons – unterhalb einer bestimmten Strukturgrenze sind Debatten weder möglich noch erwünscht. Als schnell erkennbare, nicht mehr reduzierbare Zeichen korrespondieren Logos mit der Geschwindigkeit ihrer Identifizierung, sind gewalttätige Angriffe auf das zerstreut blickende Auge. Modell dieser Wahrnehmungsstruktur ist das Autofahren, eine monodimensionale Verhaltensform mit entsprechend hohem Ritualaufwand und Aggressionspotential. Die Steuerung des Verkehrsflusses über das Verhalten des einzelnen Autofahrers ist ganz auf das Erkennen von Logos angewiesen; mit den elektronischen Verkehrsleitcomputern in jedem Wagen wird diese Bindung noch stärker. Hier bewahrheitet sich Venturis Beobachtung aufs Fürchterlichste: Wer in einer so unsensiblen Welt der vorsprachlichen Zeichen überhaupt

noch Kommunikation stiften will, muß selbst solche Zeichen setzen.

Genau darum handelt es sich bei der Rolle von Architektur im Bereich der Werbung, Imagepflege oder *Corporate Identity*. Die Betrachtung eines Bauwerks wird im Vorbeifahren oder Drüberfliegen auf Sekundenbruchteile reduziert, das Anschauen eines Bildes vom Bau beim Daumenlesen von Zeitschriften und Büchern auf die ebenso kurze Wischwahrnehmung verkleinert, und auf dem kleinen Fernsehbildschirm kann auch kein Auge ruhen, was zur schnellen Folge von Schwenks über Architekturteile führt. Konsequenterweise ist also nicht nur das Stilwollen der Architekten, sondern auch die Unternehmenskultur der Bauherren an logo-artigen Architekturdetails ablesbar.

Auf diese konzentriert sich nun alle Architekturphotographie. „Vitra beauftragt 2–3 Fotografen, die unterschiedliche Aufnahmen vom jeweiligen Gebäude anfertigen. Diese werden ausschließlich an die Presse gegeben. Natürlich erteilen wir anderen Fotografen die Genehmigung, die Gebäude im Anschluß zu fotografieren, verwenden jedoch diese Aufnahmen nicht.“⁸ Die Beispiele illustrieren diesen Text. Frank Gehrys Design-Museum in Weil am Rhein ist mit seinen verschachtelten Volumina sicher keine Fassaden-Architektur. Daß die einzige *Gesamtansicht* dieses Baues aus einer *repräsentativen Auswahl* von Pressediapositiven als Hintergrund einer Skulpturenaufnahme gegeben ist, scheint jedoch

Zaha M. Hadid, Vitra Feuerwehrhaus, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



Zaha M. Hadid, Vitra Feuerwehrhaus, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



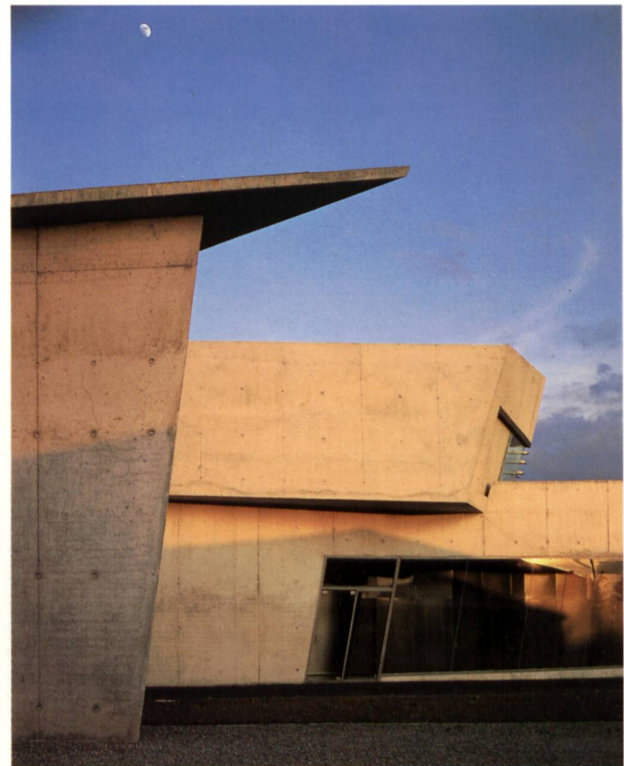
den Intentionen des Architekten nicht so ganz zu folgen. Ein zweites Bild folgt dafür dem erwähnten Topos der Reisephotographie; im Bestreben, einen formalen Zusammenhang zwischen Gehrys Museum und Grimshaws Produktionsstätten herzustellen, werden beide Gebäude marginalisiert. Daß es andere, ebenso umfassende wie prägnante Blicke auf das Museum gibt, hat Yukio Futagawa bewiesen. Ein einziges Bild der von Vitra ausgegebenen Serie scheint etwas vom Bau zu vermitteln: eine Detailsicht auf die Dachlandschaft mit ihrer typischen, also *logo-fähigen* Kombination aus blockhaft gerade und zeichenhaft geschwungenen Elementen.

Zaha Hadids Feuerwehrhaus ist von vornherein als Schauobjekt geplant gewesen und bietet sich einer verkürzten, unreflektierten Sicht geradezu an. Ein Werbetext der Architektin besagt, daß der Bau auf dem Firmengelände „der Haupteinfahrtsstraße Identität und Rhythmus geben sollte, und gleichzeitig übernimmt das Feuerwehrhaus die Aufgabe, das Gelände gegenüber den angrenzenden Fremdbauten abzuschotten“⁹. Hier ist sicher nicht mehr die Frage zu stellen, ob die ausgefeilte CAAD-Darstellungstechnik für die Beauftragung der Architektin verantwortlich war, oder ob der Auftrag zur Schaffung spitzwinkliger Wände und schmaler Lichtbänder geführt hat, die zuvor nur als virtuelle Realität denkbar schienen. Für die bildliche Vorführung in der Architekturphotographie ist die Matrix

damit gegeben gewesen: Starke Außenformen brauchen keine Binnenstruktur, starke Lichtemanationen verlangen nach einem dunklen Hintergrund zur Verstärkung ihrer Wirkung. Also geht der von Vitra beauftragte Richard Bryant hin und fotografiert in wolkenbewegter Dämmerung. Die Bauvolumina haben keine Bodenhaftung und im unteren Bereich auch keine seitliche Begrenzung, dafür ragt in jedem Bild eine wuchtige Spitze in den Himmel. Da die Dämmerung alle Bezugsbauten der Umgebung schluckt, gibt es keine Höhenorientierung im Bild, was das Feuerwehrhaus unversehens zum Bergfried der Höhenburg des Designs in Weil am Rhein macht.

Bei den Nachtaufnahmen, die einen Blick ins lichtdurchflutete Innere ermöglichen, wird die Assoziation zum Theater – Ruhnaus Recklinghauser Bau läßt grüßen – gesucht; sie setzt sich am Tage fort. Extrem tiefstehende Sonne läßt nicht nur die Glasscheibe zum schwarzen Spiegel werden, sondern wiederum alle Bodenflächen und unteren Gebäudeteile

Zaha M. Hadid, Vitra Feuerwehrhaus, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



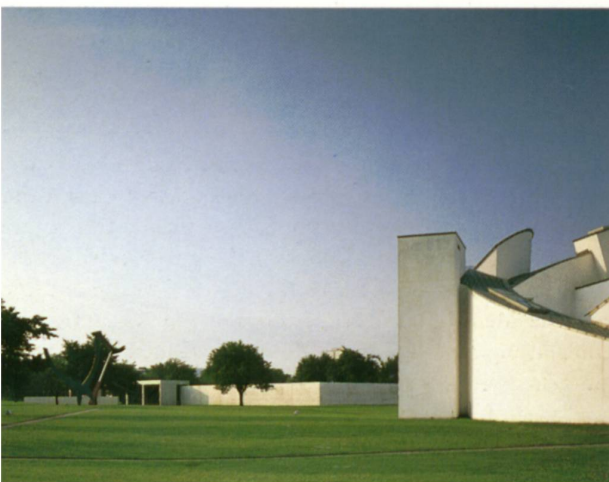
Zaha M. Hadid, Vitra Feuerwehrhaus, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



le in dunklem Schatten versinken. Doch über allen Bildern thront ein spitzer Winkel, wie wenn es ein Zacken aus der Krone der *Statue of Liberty* wäre. Was Wunder: Hatte sich Frédéric A. Bartholdy seinerzeit doch schon so virtuos der Photographie bedient wie Zaha M. Hadid heute das CAAD. Ein letztes Bild der Bryantschen Serie zum Feuerwehrhaus ist so typisch für heutige Architektur-Werbephotographie wie in der Überziehung seiner Mittel schon komisch: unten tiefer Schatten, in der Mitte matte Sonne, und über allem der Mond. Was da gezeigt wird? Na, was schon: eine Gebäudecke. Nein: deren zwei. Zur Ehrenrettung des Photographen sei angemerkt, daß die anderen bislang kaum Besseres publiziert haben; das ist wohl eine Frage der Zeit.

Ähnliches gilt für den letzten und vielleicht am schwierigsten zu interpretierenden Bau der Vitra-Anlage, Tadao Andos Konferenz-Pavillon. Richard Bryant beginnt wiederum mit einem Fernblick, der den geduckten Baukörper fast im grünen Boden verschwinden läßt, was ja auch Intention des Architekten gewesen sein dürfte. Warum dazu Gehrys Museum als maßstäbliche Ecke beigegeben werden muß, entzieht sich allerdings der Betrachtung; vielleicht stand dort noch ein häßlicher Bauzaun. Denn solche Banalitäten machen den Alltag der Architekturphotographie aus und führen ebenfalls fast von selbst zur Bevorzugung des Details. Die Fernsicht demonstriert die Einbeziehung des Pavillons in die Natur über die Assoziation einer spätba-

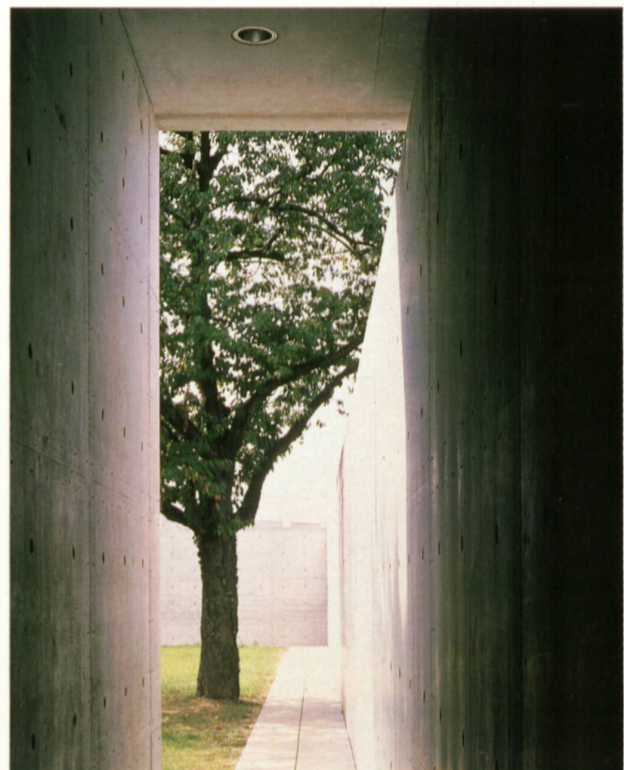
Tadao Ando, Vitra Konferenz-Pavillon, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



rocken oder englischen Parkanlage, worauf die Baumschatten im Gras verweisen.

Ob der Blick durch einen Betontunnel auf einen Bau im Innenhof die angestrebte Kontemplation visualisieren soll, bleibt allerdings ebenso fraglich wie der Sinn eines Blicks vom Flur auf die Vorhalle eines Konferenzraums – wenigstens steht da ein Stuhl, doch angeschnitten und schwerer erkennbar als auf den Bildern der aktuellen Werbekampagne des Hauses. Von allen mir bekannten Photographen gleich gesehen ist dann die Sicht in das Rund der Halle; hier gibt es wohl keinen anderen Standpunkt. Ähnliches gilt für die Außenansichten vom Hof aus. Da Ando keinen Blick aufs Ganze ermöglicht – es sei denn per Luftaufnahme im Sinne von Gropius' Lieblingsbild auf das Bauhaus in Dessau –, konzentrieren sich die Photographen auf tektonische Momente wie Fensteröffnung und -rahmung, Betonraster und -verschalung oder den Winkel der Bodenplatten zur Gebäudekante. In der sprachlichen Kritik haben derlei

Tadao Ando, Vitra Konferenz-Pavillon, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



Details eine so große Rolle gespielt, daß sie sich flugs zu einer neuen Theoriedebatte hochreden ließen.¹⁰

Bei aller Polemik sei darauf hingewiesen, daß es sich bei den vorgeführten Beispielen um Objekte handelt, die in den obersten Regionen architektonischer Qualität auf dem europäischen Kontinent angesiedelt sind, und daß deren Verwendung als Corporate Identity zu den zurückhaltenderen, auch sprachlich dezenteren Formen der deutschen Unternehmenskultur gehören. Woanders geht es da erheblich lauter und bunter zu; allein im Bank- und damit zusammenhängenden Immobiliengeschäft hat die Farbe der Abbildungen sich den Colorierungen der Krawatten von Verkäufern und Vertretern bis zur Verwechselbarkeit angepaßt. Und nach Dutzenden von Detailbildchen zur Darstellung der „Bau- und Ideengeschichte einer Raumerfindung“ namens Urbane Handelswelten¹¹ – es handelt sich um Rüdiger Kramms Frankfurter Zeilgalerie – fragt man sich unwill-

kürlich: „Sieht man hier mehr Photo, oder sieht man hier mehr Architektur“¹²?

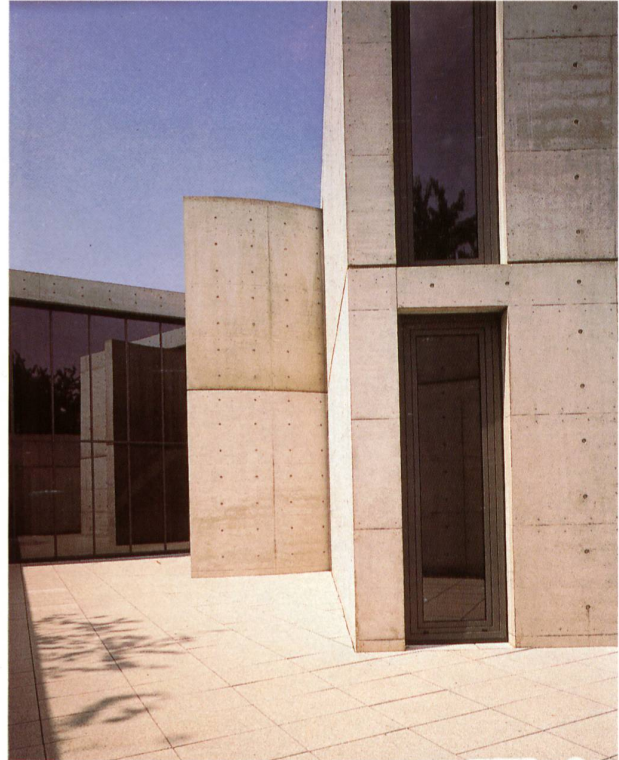
So eine Frage beantworten die Profis aus der Architekturpublizistik ganz hemdsärmelig: „Das Halbzeug Bild und das Halbzeug Text geben eine runde Sache“, na also. Selbstzweifel kennt ein als Architekturphotograph dilettierender Chefredakteur ohnehin nicht, denn: „Wenn ein Gebäude gut gemacht ist, dann sehen die Architekten das auch bei schlechten Photos.“ Mit der Umkehrung dieses Satzes liegt er dann allerdings ganz falsch: „Kein Architekturphotograph hat es je gewagt, sein Können an beschissener Architektur zu erproben.“ Als ob es die Klasse von Bernd Becher an der Düsseldorfer Akademie nie gegeben hätte, als ob kein Dokumentarismus der siebziger Jahre je ausgestellt worden wäre, als ob nicht der eine oder andere Architekturphotograph auch davon leben müßte, daß er für die örtliche Volksbank oder Sparkasse Neubauten aufnimmt. Alle diese Sätze fielen bei einer Podiumsdiskussion zum Stellenwert der Architekturphotographie, die sowohl von Architektur- als von Photographie-Studenten gut besucht war. Man trug, wenn auch nicht immer mit der passenden Stimmgewalt, männlich-markanten Sprachhabitus, versuchte sich in jugendlich-forschem Zynismus und belobigte sich gegenseitig über den grünen Klee; die einzige Frau auf dem Podium hatte es trotz freundlicher Unterstützung durch den Moderator nicht leicht damit, gelegentlich zur Sachlichkeit und Debatte zurückzurufen. Das ist nicht weiter erwähnenswert, aber symptomatisch: Solange das Verhalten eines Photographen gegenüber den schöpferisch großen Architekten von der Servilität eines Oberkellners gekennzeichnet war, konnte die Interpretation sich selbst in kommunikativer Funktionalität genügen. Nachdem Architektur zum Bild geworden ist, handeln Architekten die Namen guter Photographen zu Höchstpreisen und geben viel Geld für eigene Werbung – eben auch mit photographischen Bildern – aus. Bekommen ist diese Umkehrung beiden Seiten nicht, denn sie verlieren den notwendigen Bodenkontakt. Der wahre Verlierer dieses Spiels ist jedoch die Prägung der Wahrnehmung durch das mediale Vor-Bild, das als Vorurteil in jede einzelne Meinung einfließt. Sollte die alte Regel von der Umkehrung der Werte in nachfolgender Generation weiterhin gelten, müßten die mit tausend kleinen Details aufgewachsenen Kinder sich im Bild des Bauens zukünftig nach dem großen Ganzen sehen; eine durchaus ungemütliche Vorstellung. Man darf gespannt sein.

Tadao Ando, Vitra Konferenz-Pavillon, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)



Anmerkungen

- 1 Richard Rogers, Harmonie im Wandel (Mitschnitt von Reden und Diskussionen einer Veranstaltung des „Berlinmodells Industriekultur“, Oktober 1988), in: Arch+, Aachen 1990, H. 102, S. 42–53, hier S. 49
- 2 Rolf Sachsse, Bild und Bau, Zum Einfluß technischer Medien, insbesondere der Photographie, auf das architektonische Entwurfsgeschehen im 19. und 20. Jahrhundert, in Vorbereitung
- 3 Fritz Schumacher, Stufen des Lebens, Erinnerungen eines Baumeister, Stuttgart 1935, S. 181
- 4 Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, Lernen von Las Vegas. Zur Ikonographie und Architektursymbolik der Geschäftstadt, Bauwelt Fundamente, Bd. 53, Braunschweig/Wiesbaden 1979
- 5 Hubertus von Amelnunx (Hg.), Jacques Derrida, Die Tode von Roland Barthes, Berlin 1987
- 6 Uta Brandes, Richard Bachinger, Michael Erlhoff (Hg.), Unternehmenskultur als Stammeskultur. Metaphysische Aspekte des Kalküls, Frankfurt 1988
- 7 Ausstellungskatalog, Fabrik im Ornament. Aussichten auf Firmenbriefköpfen des 19. Jahrhunderts, Münster 1980
- 8 Tanja Fritschi, Vitra GmbH, Marketing Kommunikation, in einem Brief an den Autor, 14.3.1994. Ich danke der Fa. Vitra GmbH für die Überlassung des Abbildungsmaterials zu diesem Text.
- 9 Zaha M. Hadid, Vitra Feuerwehrhaus Projektbeschreibung, Presseinformation der Vitra GmbH, Weil am Rhein, Mai 1993, S. 1
- 10 Hans Kollhoff (Hg.), Über Tektonik in der Baukunst, Braunschweig/Wiesbaden 1993
- 11 Klaus-Dieter Weiß, Dieter Leistner (Photograph), Urbane Handelswelten. Zeilgalerie Les Facettes, Die Bau- und Ideengeschichte einer Raumerfindung, Berlin 1994. „Jetzt is de ganze Noblesse unger de Disch jefalle“, würde man in Köln sagen. Nach der Pleite des Investors der Unternehmung liegt dessen hohle Eitelkeit offen zutage. Sie erhält in dem vorliegenden Buch ein würdiges Denkmal, das das Objekt selbst um Jahre überleben wird.
- 12 So auf einer Podiumsdiskussion in der FH Dortmund, 11. Februar 1994; wörtliche Mitschrift vom Autor.



Tadao Ando, Vitra Konferenz-Pavillon, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)

Tadao Ando, Vitra Konferenz-Pavillon, Weil am Rhein (Foto: Richard Bryant)

