

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 13 (2000)
Heft: 4

Artikel: Ghost Town Park : ein amerikanisches Designtagebuch
Autor: Widmer, Ruedi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121314>

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>

BILDER UND TEXT: RUEDI WIDMER

AMERICA



GHOST TOWN PARK EIN AMERIKANISCHES DESIGNTAGEBUCH

Design als soziokultureller Allzweckkleber der Gegenwart hat seine tiefen Wurzeln in Amerika. Ruedi Widmer versuchte vor Ort dem Kleister auf die Spur zu kommen. Die Blätter aus seinem Notizbuch sind Etappen einer Reise, die vom New Yorker Feuerwehrdepot über die Spielhöhlen Nevadas bis ins Hauptquartier des Kleiderriesen Gap in San Francisco führt.



«Mit ihnen fing die Zivilisation an und mit ihnen hörte sie auf.»

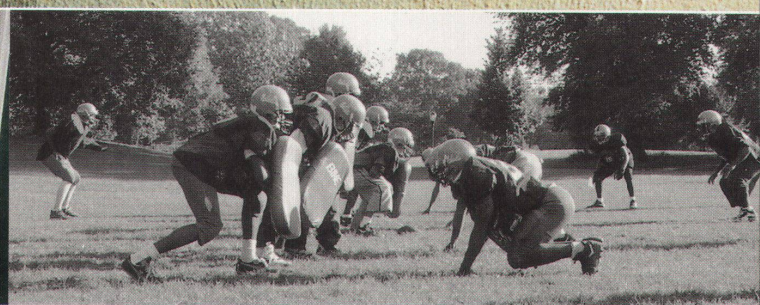
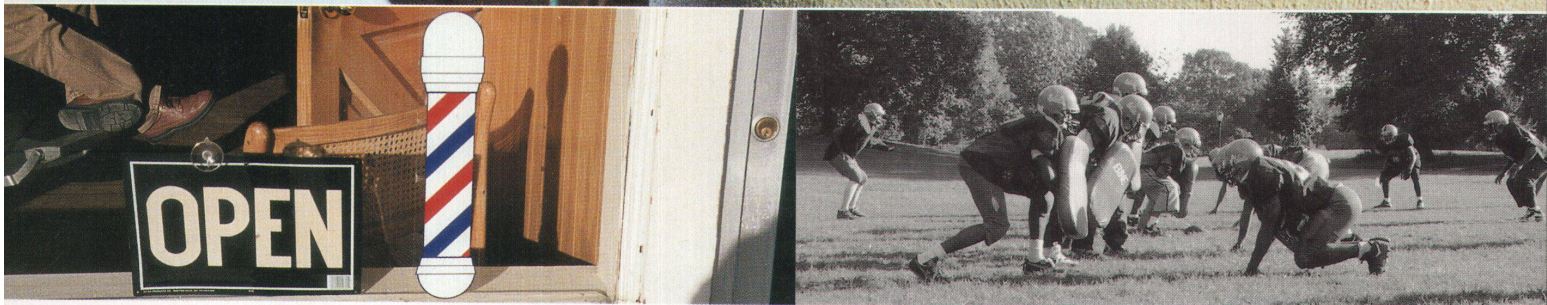
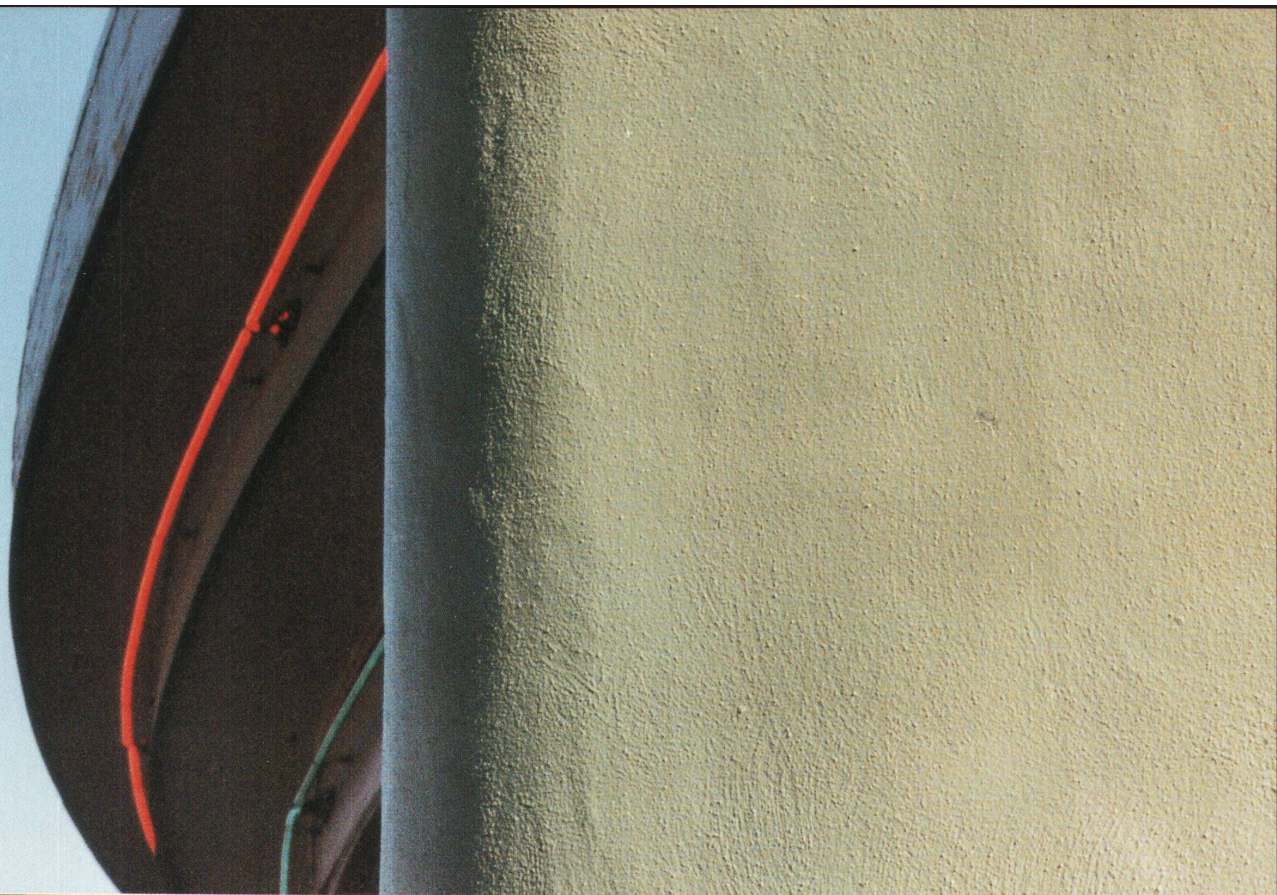
T. C. Boyle, *World's End*

Labor Day, 6. September, New York City. Seit einigen Jahren beschleicht mich in mehr oder weniger amerikanischen Städten das Gefühl, öffentliches Leben sei ein von Produktelinien, Markenklängen und individualisierten Uniform-Armeen durchzogener Leerraum. Ich suche nach Rändern und Verdichtungen des Phänomens, nach verborgenen Quellen der plattnasigen Selbstverständlichkeit einer von «industriellen» Gestaltern zusammengebastelten Lebensform – wie etwa McDonald's. Gestern beim Abendspaziergang stiess ich auf die Feuerwehr. Ein mickriges Depot in TriBeCa, und dennoch mit der Ausstrahlung des heiligen Bezirks, wo eine Zelle des Riesentiers in Ruhestellung harrt. Vier entspannte Feuerwehrleute in Shorts und Shirts, ein Hündchen. Allegorie des gezähmten, der Gemeinschaft verpflichteten Männertums. Dahinter – Pracht, Glanz, Rechtschaffenheit auf Rädern – steht der rotgoldene Einsatzwagen. Das amerikanische Gesamtkunstwerk Feuerwehr betreibt und verkörpert, was mich interessiert: Öffentlichkeits-Design, Allgemeinheits-Design, Gemeinschafts-Design, Geschichts-Design, Schicksals-Design. Natürlich ist meine Optik vorgeprägt durch fo-

tografisch-kinematografische Ikonen, namentlich durch David Lynch. Doch die amerikanischen Feuerbekämpfungsinstitutionen sind Bilderwerke für sich. Sie demonstrieren, wie viel pralle Kulturwucht ein simpler Wasserschlauch fassen, wie viel Katastrophenfantasie (und Ordnungskatastrophe) sich in einem Garagentor spiegeln kann. Ihre Wirkung ist metaphysisch, kosmologisch, medikamentös.

7. September. «Kontinuierliche Modernität», so nennt ein Trend-Agure im TV den grossen Trumpf, den New York und Amerika der Millennium-Welt zu bieten hätten. Wie kann sich ein Land in einer derart diffusen Umarmung mit den symbolischen Formationen der eigenen Geschichte befinden? Kaum jemand ist sich hier offenbar zu blöd, zu gebildet oder zu ungebildet, ein Konglomerat aus industrienostalgischen Haushaltmaschinen, supermassiven Naturhölzern, technokulturellen Zauberkästen, heidnisch inspirierten Kürbisköpfen, Nike-Turnschuhen und viktorianischen Nippes sein Heim, sein Home zu nennen. Liegt es daran, dass man immer noch Siedler ist, Camper, Explorer, und insofern besonders unheilbar sehnsüchtig nach der Sichtbarkeit von Heimat? Der Klang und Glanz des Erscheinungsbilds «Amerika» lebt von der Dickflüssigkeit der Symbole, dem stetigen Hineinmassieren zeitgenössischer Spurenelemente in den alten

Gleissende Kühler als metaphysische Schutzschilder im Getümmel der Canal Street, New York und in der Bürger-Oase Southold am Nordwestzipfel von Long Island



«Kontinuierliche Modernität,
allüberall und ewigjung. Beispiels-
weise in Lakeview, Oregon und in
Olmsted's Brooklyn Prospect Park

Teig. Mitnichten wird das Rad neu erfunden. Man treibt es dafür immer wuchtig weiter an. Amerika ist ein Katalog der Typen und Protokolle, eine Dunstglocke aus vorgeprägten Tastes und Smells und Feels und Thrills. Siegel von Staaten, Giebel von Justizpalästen, Marken auf der Brust. Das Leben füllt die Formate und wird von ihnen erfüllt. Als ob es in diesem Organismus an einem wohlverborgenen Ort eine Drüse gäbe, von der aus formgebende Körpersäfte wirken.

23. September, Prospect Park, Brooklyn Sitzen auf der sanft geneigten Matte. Linden und Ulmen duften über mir in der Spätseptembersonne. Das Grün vor dem Auge stillt das Rauschen im Kopf. In meinen Händen ein Buch mit Artikeln aus den Dreissigerjahren des 1990 verstorbenen Architekturkritikers und Kulturtheoretikers Lewis Mumford. Der Park wurde 1865 von Frederick Law Olmsted, dem frühen Helden der amerikanischen Landschaftsarchitektur, in die Welt gestellt. Mumford schreibt: «Dieser alte Park war vorab für das Auge arrangiert, und er wirkte am besten an Werktagen, wenn es nicht zu viele Besucher hatte, wenn einige wenige Figuren, die das Grün durchquerten oder von einem Polizisten weggepiffen wurden, einen Farbkleck in die Szenerie einfügten.» Als ich aufblicke, haben sich zwei Dutzend zumeist afroamerikanische Highschool-Studenten in schulterge-

polsterten Football-Shirts und blaumetallisierten Helmen zum Trainingsdrill auf der Matte aufgebaut. Neben einem Eichenstamm steht der Instruktor, schreit Zauberwörter in die sauber formierte Schar. Heiseres, annäherungsweise synchrones Echo der Kids. Hinter einem Hügel ertastet eine Trombone einen Klassiker von Sidney Bechet: Petite Fleur. Ich bin angetan. Ob der Potenz des Parks als Medium, als Prospekt ganzer Epochen und Zeitalter. Olmsted verschränkt die aristokratische Welt-für-sich (Sturzbäche, Brücklein, Pseudo-Heiligtümer aus allen möglichen Kulturen) mit der bürgerlichen Welt-für-alle eines öffentlichen Platzes. Die zivilisatorische Tonnage Brooklyns wird mit grossem landschaftsmalerischem Gestus aufgefangen. Mäandrierende Pfade münden in Fusswege, gewundene Strassen verlieren sich am künstlichen Horizont.

25. September, Ossining, Upstate New York Der Stadtpark ist wiederum nur die Rampe für die grosse Landschaftsbühne. Strasse und Landschaft – erstere als Prospekt aufgefasst, letztere als Park – gestalten die Horizonte des Territoriums, der Wildnis, der Nation. Ich erfahre das Prinzip auf dem Rad, auf breiten, samstäglich entlasteten Highways über dem Hudson River. Urland, Umland, Anland, Ahnenland. Von Chappaqua kommend – wo Familie Clinton zur Lancierung



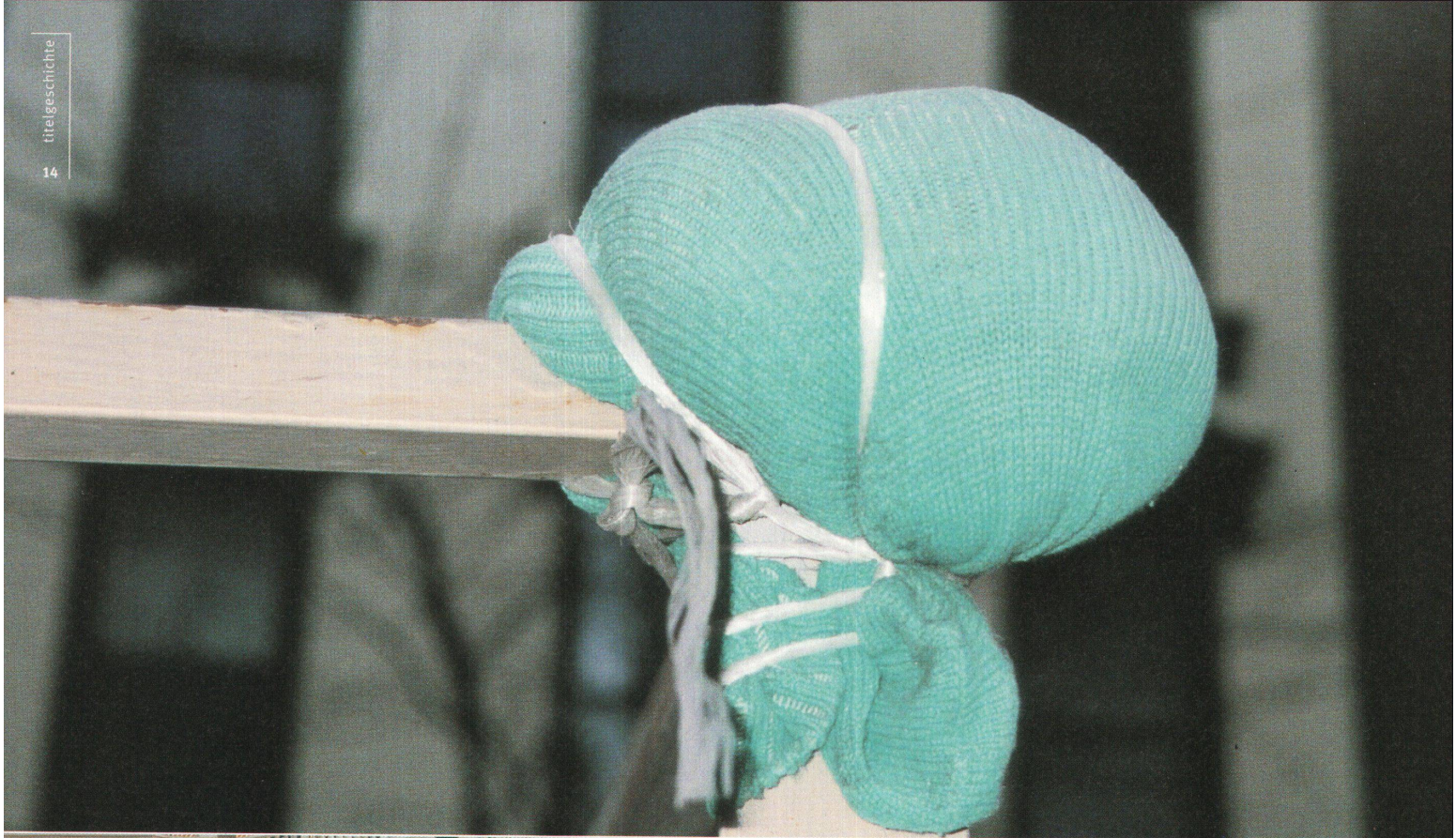
von Hillarys Politkarriere kürzlich für anderthalb Millionen ihr neues Haus gekauft hat –, passiere ich Purchase – wo das Headquarter von Pepsi und die gestauten New Yorker Wasserreserven liegen – bis zum überschwemmten Ufer des Hudson in Ossining, wo alte Industrieruinen bröckeln und der New York-Gouverneur Pataki sich eben bei den Aufräumarbeiten hat blicken, sprich fotografieren lassen. Morgen in der Zeitung.

27. September, Times Square, New York Vor dem Land stehen die Schilder. Das pseudoaristokratische Portal, die auftrumpfende Krämer-Fassade, das grimassierende Emblem. Die Main Street, der zur Passage gestreckte Dorfplatz, unterscheidet unverhohlen zwischen Front und übrigen Aspekten der baulichen Struktur. In Artikeln des Architekturkritikers Herbert Muschamp lese ich, wie das Prinzip am Times Square zur Anwendung und zum Exzess kommt. Und vor Ort kann ich es sehen: Das TV-Network ABC pflanzt für 75 Millionen Dollar Studiostrukturen und einen 200 Quadratmeter grossen Bildschirm in die Strasse, um seinen dreistündigen Morgengruss «Good morning America» nachhaltiger in die Augen zu bringen. Architektonische Körperlichkeit verzerrt sich zum spastischen Lautschirm-Bildsprecher. Times Square ist eine ortlose, aufgequollene Strassenorgel mit Me-

lodien aus dem Lochpapier der Unterhaltungsindustrie. Betrieben und begangen wie eine Kultstätte, ein Wallfahrtsort, wo man der imaginären Gottheit nahe kommen kann.

1. Oktober, Las Vegas, Nevada Wenn der grösste amerikanische Designverband AIGA seine jährliche Konferenz mit zweieinhalbtausend Teilnehmerinnen und Teilnehmern im superneuen Hotel «The Venetian» zu Las Vegas abhält (Thema: «America: Cult'n'Culture»), dann wahrscheinlich mit der Absicht, das Fussvolk mit der Terra incognita zu konfrontieren. Es lockt und schreckt die Produkte-Präger gleichermaßen, wenn Design quasi von selber wächst, in powervollen Kraftfeldern, nach verborgenen genetischen Codes, in lebensfeindlicher Umgebung: unberechenbar. Der zugereiste Fremdländer hingegen fühlt sich schockartig befreit angesichts der Reinheit der Gestaltungs-Operation Las Vegas. Hinter Häuserkisten, Neonschlangen, Park-Schlünden darf man nichts vermuten. Wüste, Himmel, Spielhöhle. Gewiss aber nicht den Autor, wie wir ihn eingelöffelt bekommen: als Kopf (und Kinn) und suggerierte Vision und Klang und Namen. Mit jedem Mal Eintreten und Eintauchen in den hohlen Bauch des «Venetian» wird es mir um einen Grad bewusster, wie rückständig sich jenes wahre heutige Venedig gegenüber diesem ausnimmt. Hier feiert man ein Fest der Demut

Wohnung ist Akt und Artefakt.
Die Hüllen zum Hausen stehen im
Freilichtschaukasten am Highway
(Pleasanton, California und
Poughkeepsie, New York)



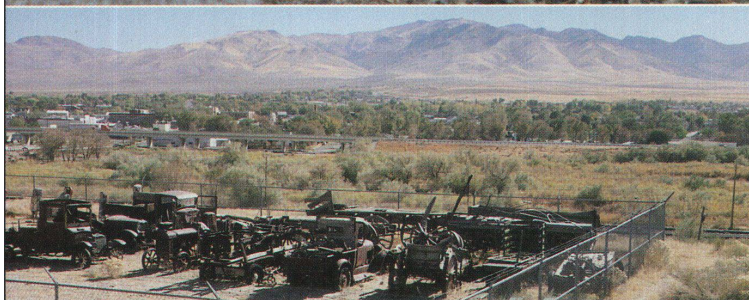
Unter der Sonne von Las Vegas herrscht restlose Selbstverständlichkeit. Alles fließt. Der Redesignzyklus eines grossen Hotels beträgt achtzehn Monate

nach postkatholischer Art: Lasst uns den Schöpferdünkel austreiben durch die Erschöpfungslust; die Konservierungs-Obsession durch gesättigte Bewegung. Ich stelle mir Las Vegas als Luftschiff vor, das in wilden Spiralen durch die Wüste donnert und Effekte freisetzt, Farb-Kleckse, Totenköpfe, Dollarzeichen, die alsbald in der Weite des Kosmos zerstäuben.

2. Oktober Ich wohne gegenüber vom «Venetian» im «Treasure Island». Das Fenster mit Blick auf die endlose Agglomeration teile ich mit drei andern Zimmern (die Fassade soll im Massstab menschlich bleiben). Das Hotel Schatzinsel konjugiert Piraten, Holzbeine, Mastkörbe. Täglich nehme ich den Schwertknauf in die Hand, um in die Kühlluft-Zone einzudringen. Heute mittag passiere ich die Drehtür mit einer Braut, besser: einer Frau im Hochzeitskleid. Der Bräutigam (Schatz?) unter den Palmen ist noch dabei die Taxirechnung zu begleichen. Auch sonst scheint niemand in der Lage, nur hinzugucken, wie die Ehe Kandidatin sich einen Weg durch die systematisch unwegsame Eingangshalle mit breitbeinigen Rentnern und einarmigen Banditen bahnt. Sie fällt auf, weil das Kostüm in dieser Umgebung keine Resonanz erzeugt. Wie dasjenige des venezianischen Polizisten, den ich auf dem Rückweg über die Rialto-Brücke antreffe. Auf der wirklichen Bühne im «Venetian» folgt schliesslich der letzte

Trumpf im schillernden Feld der Designkonferenz-Redner: Talking Head David Byrne im senfgelben Zweiteiler, verlegen wie ein Krankenhelfer. Byrne zeigt Dias. Was ihn interessiert, nennt er Un-Design. Rückseiten der Gestaltung: Schacht (plastikverhülltes Loch in der Decke eines deutschen Flughafen-Parkings), Schalung (eine baubedingte Metastase in New York), Schrein (die Heiligung ausgerangierter Alltagsgegenstände irgendwo in Japan). Es sind Ausfällungen, Kulturmuster im tiefen Schatten des Leuchtturmlichtes, das uns zwischen Auffall-Sucht und Abfall-Wucht rotieren lässt. Am Schluss sagt er entschuldigend mit lüsterner Melancholie: «Ich leide wohl unter der romantischen Vorstellung, dass dieses Design reiner ist.» Das Publikum, die Werbegeschenke zu Füssen, rüstet sich zur Abschlussparty.

6. Oktober, Winnemucca, Nevada Die Wüste ist die Urform des Museums. Der Ausschuss ist das Exponat, ausrangieren und ausstellen kommt auf dasselbe heraus. Beispielsweise eine Handvoll durchgerosteter Ford-Lastwagen aus den Dreissigerjahren. Ausstellungsort ist der Hinterhof des Gemeinde-Museums Winnemucca am Interstate Highway 80. Ausstellungsart: Man umgibt das Open Air-Lager mit einer Drahthecke. Ausgedrückt wird darin eine schwer fassliche Verbundenheit mit Vorfahren – Vorausfahrern auf der mythis-

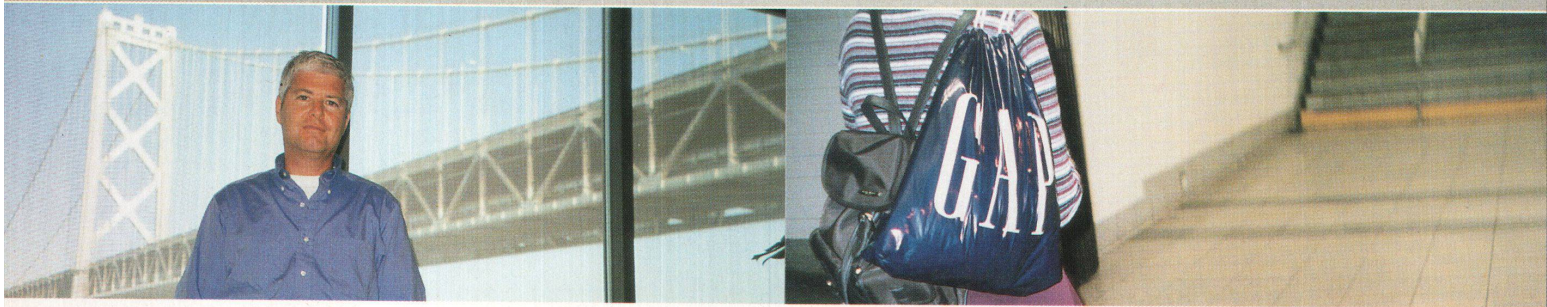


schen Strasse der Eroberung – und ihren Vehikeln. In solcher und ähnlicher Weise bietet sich das gesamte Spektrum amerikanischer Alltags-Sachen dar. Gestern, in Lakeview (Oregon), zeigte man mir stolz ein paar hundert Pfeilspitzen, zu Mustern geordnet und im Wechselrahmen drapiert als Attraktion in einer schummrigen Bar. Vorgestern waren es Wildschweinköpfe in einer Kegelbahn, letzte Woche die Deichsel eines Pferdewagens an einer Tankstelle. Oft geschieht die Wandlung vom Abfall zum Exponat durch die Verschiebung der Optik. Irgendwelche Siedlungsteile in der Wüste bilden einen Ausgangspunkt. Dadurch, dass man sie verlassen hat, wurden sie Ruinen. Dadurch, dass man darin eine Art Seele oder Gedächtnis suggerieren kann, werden sie Ghost Towns. Dadurch, dass man Geisterstädte als solche markiert und bewirtschaftet, entsteht der Ghost Town Park. Das Land Amerika faltet sich auf in Apparate der Besichtigung und zu besichtigende Auslagen. Das angestaubte, ausrangierte, ausgestopfte Lebens-Stück markiert vor der durchbluteten Netzhaut die Vergangenheit.

8. Oktober, 1, Harrison Street, San-Francisco. Unweit von hier hat ein Paar namens Fisher vor 32 Jahren einen Kleiderladen eröffnet. Heute sind es amerikaweit 2400, genannt «The Gap». Umsatz: rund acht Milliarden Dollar. Kaum ein

Mode-Imperium kleidet Amerika so sehr wie «The Gap». «Gap»-Läden sind, wie diejenigen der Schwesterkette «Banana Republic», symbolische Rampen für einen Lebensstil, der sich weder über die allgemeine Logo-Hypnose noch über Produkt-Ikonen vermittelt, sondern zwischen den Zeilen eine Silhouette zeichnet, ein Wasserzeichen im amerikanischen Alltag. An den Schaltstellen massiert sich viel anonyme Bildung, Kunstverstand, und noch mehr äusserliche Bescheidenheit. Die Merkmale des Ladendesigns intensivieren sich im Hauptquartier. Weisse Wände, weisses Licht, helles Holz. Herausstellen historischer Bau-Elemente. Gary McNatton, Senior Vice President, Designer mit Spezialgebiet Parfum, residiert im siebten Stock, in einem der begehrten Eckbüros. Vor den Fenstern schimmert die San Francisco-Oakland Bay Bridge im Smog-gefilterten Licht, auf dem Sims führt eine Möwenmutter das Baby spazieren. McNatton erzählt von seiner faszinierenden ersten Begegnung mit der Seele des Unternehmens, CEO Mickey Drexler. Quintessenz: Es herrscht das überpersönliche Engagement, die Passion for Excellence. Alles fügt sich mit Inbrunst in die Firmenlandschaft, niemand nimmt sich die persönliche Signatur heraus. Der studierte Psychologe McNatton liebt Möwen, Kreaturen, Kunden. Vor dem inneren Auge sehe ich sie alle, unsichtbar ge-Brand-markt von Gap, der grossen Lebens-

Vorfahren unter den Vehikeln: In Winnemucca, Nevada, warten die Gefährte auf einen Museums-Neubau. Im Death Valley bilden sie Ornamente eines wehrhaften Motels in lebensfeindlicher Umgebung



Der Exekutiv-Designer Gary McNatton erfüllt die kommenden Farbstimmungen und Gerüche für den gesamten amerikanischen Mode-Kontinent. Von West – McNattons Büro in San Francisco – nach Ost – eine Gap-Tasche geht im New Yorker Subway spazieren

Klammer. Und im Ohr klingt die Stimme des schwarzen Hilfiger-Mitarbeiters Lloyd Boston nach, der an der Konferenz in Las Vegas kundtat: «Unser Aussehen ist das einzige, was wir kontrollieren können.»

Columbus Day, 11. Oktober, San José, California Seit ich in Amerika bin, besuche ich Einkaufszentren, Computerspielarkaden, grosse und kleine Theme Parks – ohne dass mir meine Sinne Sättigung zurückgemeldet hätten. Diese stellt sich dafür regelmässig ein, wenn ich in einer durchgestylten Eatery sitze, gerade jetzt im «Flames» in San José. Unmittelbar vor mir prangen breite Nacken, weiss und braun und schwarz, nach unten abgeschnitten von hohen, alugeränderten, dickgepolsterten, algengrünen Sitzen. Die Flammen des «Flames» züngeln in der tiefliegenden Sonne. Hochblondierte Haartollen der Serviererin, stilisierte Blattspitzen exotischer Vegetation im Teppich (lachsrot-cremefarben-blau-grün), synthetische Palmen mit prallen Nüssen wohlverteilt im Raum, stilisierte karminrote Orchideen in der Plexi-Verglasung, welche die Anrichte mit den fliegenbestückten Latino-Aufräumern von der Gast- und Servicesphäre trennt. Die Hauptachsen des Raumes bündeln sich im Tresen, einer marmorierten, von riesigen Spiegeln gekrönten Struktur, wo zwei Bartträger, die Füsse unter die fest verschraubten

Stuhlfüsse geklemmt, die Köpfe über den Tellern, sich der gleichschwebenden Aufmerksamkeit einer Barfrau hingeben. Dahinter, der Nase und dem Bewusstsein, aber nicht dem Blick entzogen, der Rachen einer öltrinkenden Küche. Vor dem Fenster echte Palmen. Zwischen den Rabatten und dem sechsspürigen Winchester Boulevard wankt alle zehn Minuten ein Penner vorbei. Es ist eine komplette Choreografie, ein morbides Ballett. Ein Ineinandergreifen von Uniform und Rolle, von Menü und Dialog, von Satzmelodie und Timbre, von Schminke und Teint, von Wasserglas und Palmenblatt und Truthahnduft und Vorstadtluft. Eine aus halbtoten Elementen zusammengekleisterte Welt – und sie bewegt sich doch. Funkelnd-flunkerndes Gelatine-Juwel mitten in der Ödnis des Silicon Valley.

25. Oktober, New York Schlusswort von Charles Eames, gefunden auf einem sauber platzierten Halbkarton im Cooper-Hewitt National Design Museum: «Design sollte das meiste vom Besten für das wenigste Geld der grössten Anzahl von Menschen bringen.»