

Zeitschrift:	Kunst+Architektur in der Schweiz = Art+Architecture en Suisse = Arte+Architettura in Svizzera
Herausgeber:	Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte
Band:	65 (2014)
Heft:	1
Artikel:	Glas als Kommunikationsstrategie?
Autor:	Baur, Simon
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-685650

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: 16.01.2026

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

Simon Baur

Glas als Kommunikationsstrategie?

Firmenarchitektur und die Sorge um Transparenz

Ob für eine gelungene Corporate Governance in der Privatwirtschaft, in der Entwicklungszusammenarbeit, bei der Rückführung gestohlener Vermögenswerte, beim Sport und auch in der Politik: Transparenz ist ein kulturbestimmendes Schlagwort geworden, das auch in der Firmenarchitektur eine Entsprechung sucht. Ist Glas für die architektonische Inszenierung von Transparenz ein taugliches Mittel?

Vergangenheit

Das Gewächshaus im viktorianischen Stil, das traditionelle Künstleratelier und die Kirche, sie alle haben eines gemeinsam: In ihre Architektur sind grosszügige Fenster integriert, sei es, damit die Pflanzen genügend Licht erhalten oder dass der Künstler nicht auf das für die Malerei und Bildhauerei optimale Licht aus Norden verzichten muss. Im Kirchenbau kommt dem Licht eine weitreichende Bedeutung zu: So entwickelt zum Beispiel die Gotik eine transparente Architektur, das Bauwerk wird für den Betrachter durchsichtig und lässt ihn das Sonnenlicht auf eine ganz besondere Weise erleben. Die gotische Kathedrale zeigt sich durchlässig für das Tageslicht, parallel dazu spiegelt sie eine unsichtbare Wirklichkeit wider, den Himmel und das göttliche Licht. Als Besucher erlebt man diese Transparenz und erhält eine Ahnung einer höheren Wirklichkeit. Die Kunst der Glasmaler war äusserst komplex und hat sich im Mittelalter rasant entwickelt. Sie basierte auf Forschungen zu den Gesetzen der Optik mit dem Zweck der zielgerichteten Wirkung auf den Betrachter. So war mit der mosaikartigen Komposition eine wirkungsvollere Präsenz möglich als mit grossen Scheibenflächen. Und wer mal in Chartres, Köln oder Strassburg war, kann noch heute etwas vom ursprünglichen Licht spüren, in das die alten Kathedralen getaucht sind: rubinrot, saphirblau, smaragdgrün, amethystfarben und goldschimmernd. Ganz anders verhält es sich bei Regierungs- und Verwaltungsgebäuden, Fabrikanlagen und Wohnhäusern: Sie erfüllen eine Schutz- und Trutzfunktion und zeichnen sich durch geschlossene Fassaden und kleine Fenster aus. Doch das hat sich in den letzten Jahrzehnten grundlegend geändert.

Gegenwart

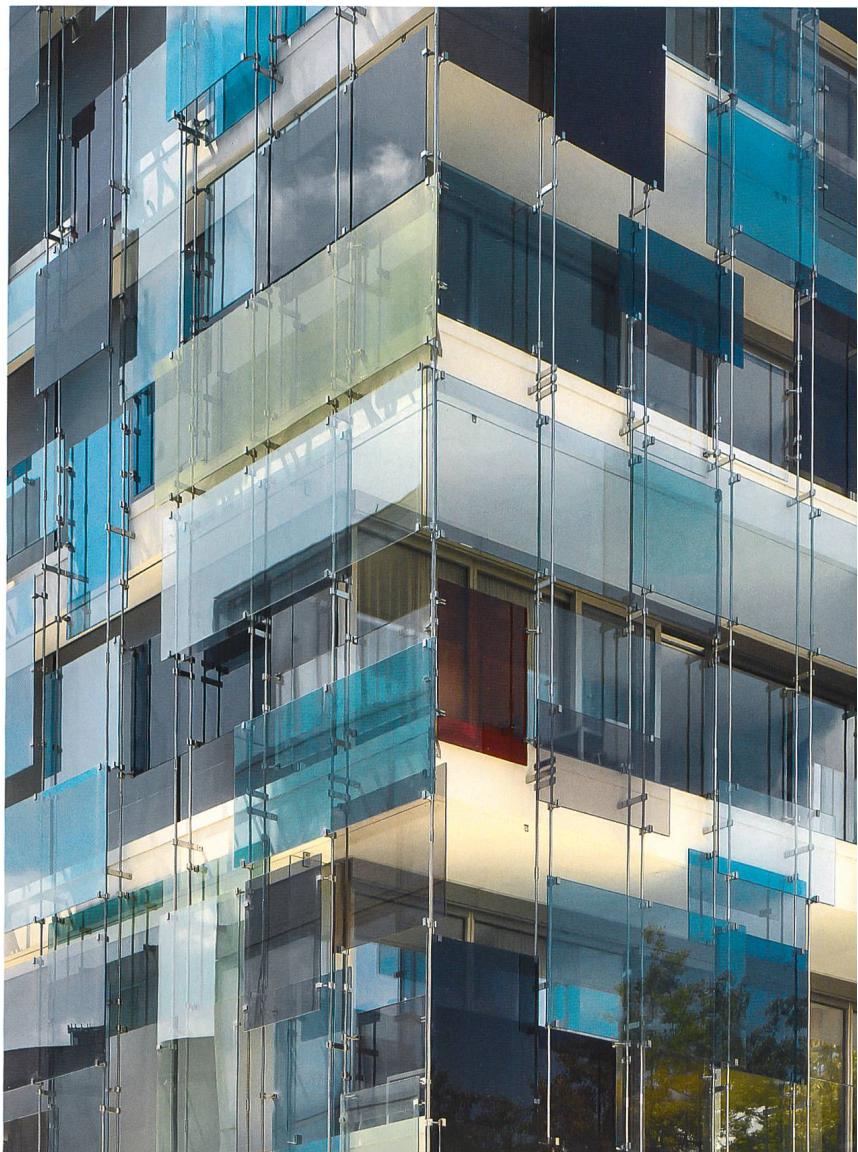
Es scheint, als ob sich die Bedeutung von Transparenz innerhalb der Architektur immer mehr verändert würde. Wurde der Begriff in den gotischen Kirchen als Synonym für Erhabenheit verstanden und stand er am Anfang des 20. Jahrhunderts für den Wunsch nach einer aufgeklärten, offenen und demokratischen Gesellschaft – Scheerbart, Taut und die Architektur des Bauhauses seien stellvertretend genannt –, so ist er heute zu einem platten Bild geworden. Internationale Firmen, Institutionen und Staaten bedienen sich des Bildes einer transparenten, gläsernen und damit vermeintlich demokratischen Architektur. Eines der prominentesten Beispiele transparenter Staatsbetriebe ist sicher die Kuppel des deutschen Reichstagsgebäudes in Berlin. Die wesentlichen Planungskriterien im Realisierungswettbewerb, der 1993 ausgeschrieben wurde, waren Übersichtlichkeit, eine vorbildliche Energietechnik und Transparenz. Nach langem Hin und Her – Gottfried Böhm hatte bereits 1988 im Auftrag des damaligen Bundeskanzlers Helmut Kohl eine Glaskuppelkonstruktion mit spiralförmig aufsteigenden Gehwegen für Besucher entworfen – entschieden sich die Abgeordneten 1995 für den Entwurf einer gläsernen und begiebaren Kuppel des englischen Büros von Norman Foster. Die Scheitelhöhe der Kuppel liegt bei 47 Metern über dem Boden, auch bei einer deutlich geringeren Distanz von rund 25 Metern (Scheitelhöhe der Kuppel über dem Boden abzüglich Kuppelhöhe) sind die Texte unten nicht lesbar, zudem werden die Diskussionen der im Plenarsaal tätigen Politiker nicht auf die Gehwege übertragen. Die aktuelle Politik der deutschen Demokratie ist über das Internet-Videoportal *YouTube* direkter nachzuvollziehen als hautnah in der Kuppel über dem Plenarsaal.

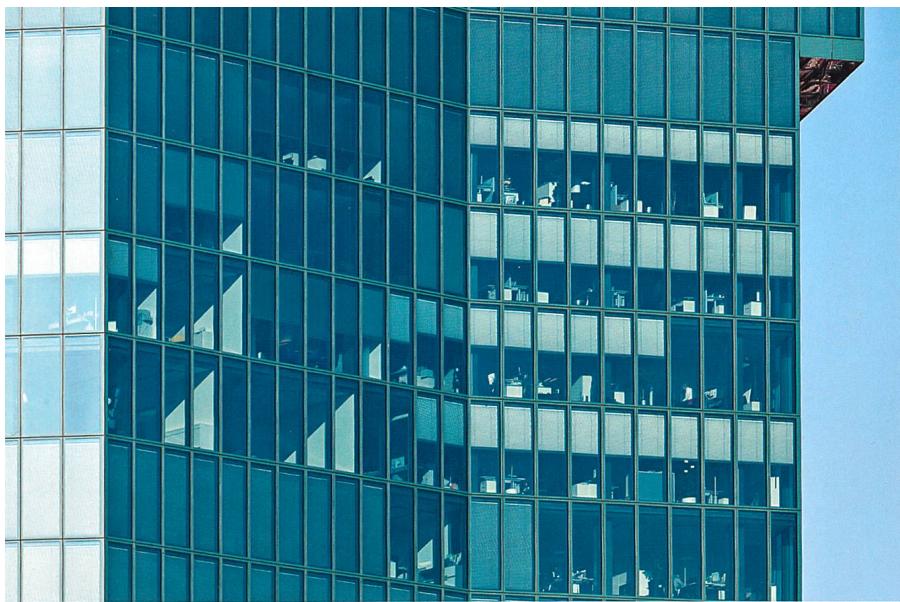
Die Glasplatten von Helmut Federle am Forum 3 des Novartis Campus wirken von innen wie Sonnenstoren. Von aussen ist die Fassade hingegen hermetisch geschlossen. Fotos Christian Richters

Gerade im Internetzeitalter sind die komplexen gesellschaftlichen Zusammenhänge unübersichtlich geworden. Aspekte wie die Aufarbeitung der schweizerischen Fichenaffäre, der Umgang mit nachrichtenlosen Vermögen, die undurchsichtigen Facetten der Wirtschaftskrise um 2007 oder die aktuelle Überwachung durch den US-Geheimdienst NSA verstärken das Verlangen nach Transparenz. Darauf versucht die aktuelle Architektur zeitgemäße Antworten zu liefern – und dies geschieht oft mit Glas. Vergessen geht dabei, dass die vermeintliche Offenlegung durch Architektur zu den effektivsten Manipulationswerkzeugen überhaupt gehört. Denn es ist eine symbolische und inszenierte Transparenz, die hauptsächlich der Legitimierung und Durchsetzung der Öffnung der Privatsphäre von Bürgern, Kunden und auch Mitarbeitern dient. Es wäre jedoch falsch, der Glasarchitektur nur unredliche Motive zu unterstellen oder sie ausschliesslich als Machtdemonstration zu verunglimpfen, dafür sind die im vorliegenden Beitrag gezeigten Beispiele zu unterschiedlich: Wir wollen aktuelle architektonische Umsetzungen anhand der Glasfassaden des Forums 3 auf dem Novartis Campus (Architekten Diener & Diener in Zusammenarbeit mit Gerold Wiederin und Helmut Federle), des Zürcher Prime Tower (Gigon/Guyer), des Marketinggebäudes der Ricola AG in Laufen sowie des VitraHausen in Weil am Rhein/D (beide Herzog & de Meuron) untersuchen.

Interaction of Color

Die Fassadengestaltung des Forums 3 auf dem Basler Novartis Campus ist in seiner Farbigkeit ein spezielles Transparenzbeispiel. Sie antwortet auf die Vorgaben des Bauherrn und stellt gleichzeitig einen vorläufigen Endpunkt in Helmut Federles Beschäftigung mit Farbe und Raum dar. Federles Fassadenbild liegt wie ein Farbschleier über dem Gebäude und fügt der Transparenz eine impressionistisch anmutende Oberflächenwirkung hinzu. Zugleich manifestiert sich das grossformatige Bild als eine dem Gebäude vorgehängte Fassade, was wiederum Vermutungen auf die Transparenzstrategie zulässt. Das Forum 3 ist eines der ersten Gebäude des Novartis Campus und hatte präzise Vorgaben zu erfüllen. Es gab einen Masterplan, einen festen Platz des Gebäudes auf dem Grundstück und eine vorgeschrriebene Geschoss Höhe. Der Bauherr erwartete zudem eine interessante Gestaltung, um die Wahrnehmung des Eingangsbereichs in den Campus zusätzlich zu betonen. Es ist nicht das erste Mal,





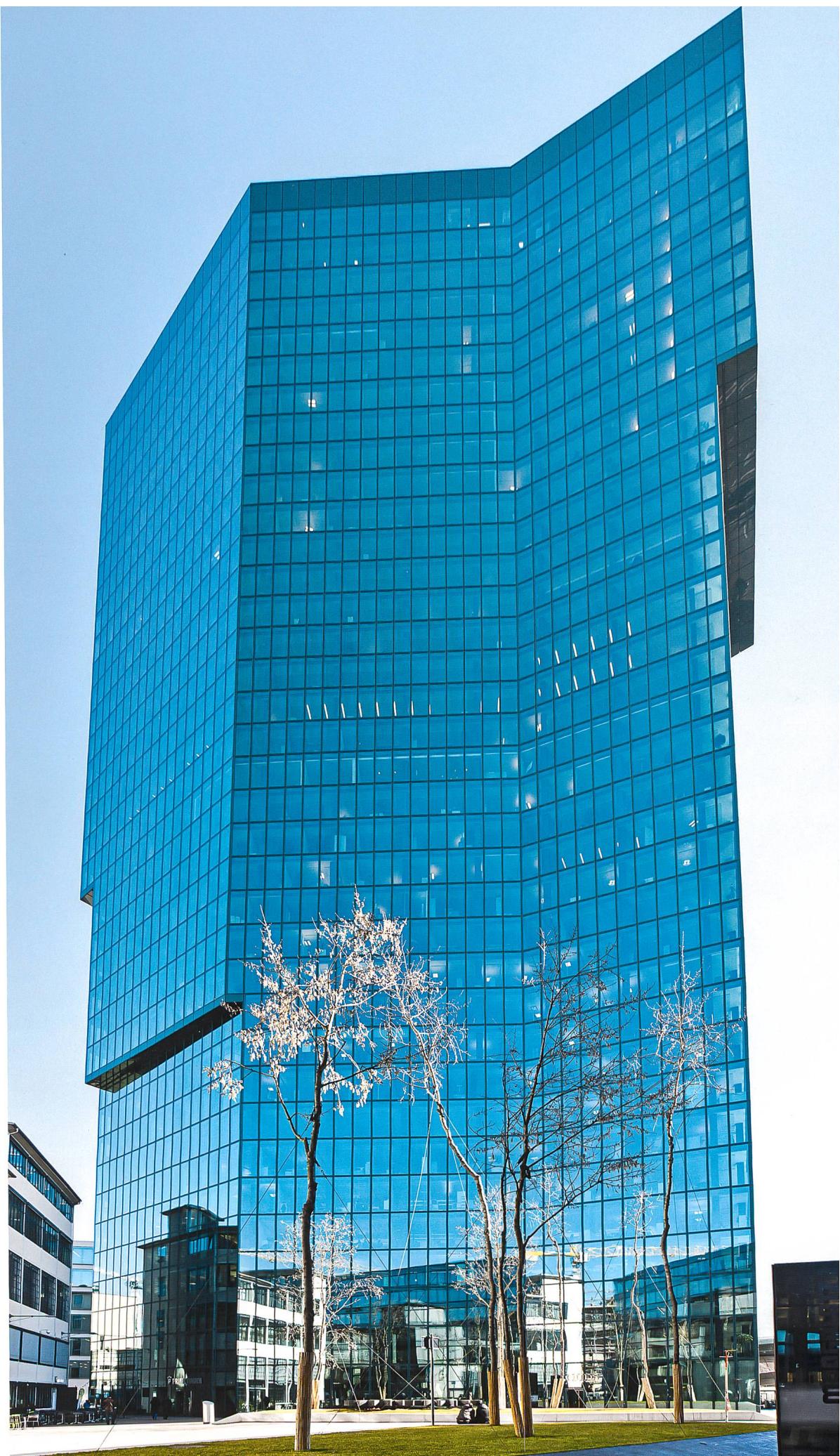
Der Prime Tower von Gigon/Guyer ist zwar vollkommen verglast, das Innenleben des Gebäudes ist jedoch nur partiell und je nach Lichteinfall zu erkennen. Fotos Michael Peuckert

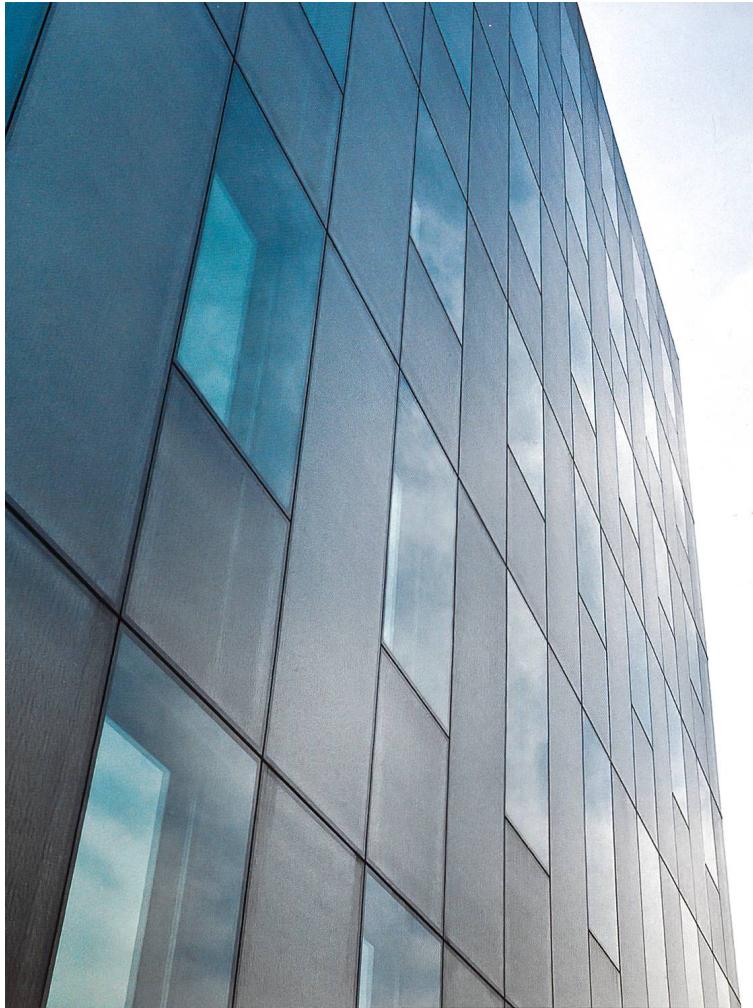
dass sich Federle mit der Platzierung einzelner rechteckiger oder quadratischer Formen auf der Fläche beschäftigt. Seine Kunst ist voll davon, und nie ging es dabei um Formales, sondern vor allem um Psychisches, um Studien des Gleichgewichts, der Ausdehnung, der Geschlechterdifferenz und der Sinnhaftigkeit. Nicht nur Federles schwarze Serien, auch seine von 1994 bis 1997 fast täglich und systematisch betriebenen Farbstudien «Nachbarschaft der Farben» – enge Linienraster aus unterschiedlichen Farben, die sich zu textilen Strukturen verbinden – gelten als Vorstudien zur Fassade des Campusgebäudes. Die Anordnung der verschiedenfarbigen Glasplatten, neben-, über- und hintereinander, führen zu einem leichten Moiré-Effekt und erinnern zudem an das Gefieder eines Vogels. An der Fassade sind zudem Leerräume zu beobachten, die wie

Löcher wirken. Sie gestatten partielle Durchblicke von aussen nach innen und umgekehrt, wie Verführer des Blicks. Wie bei einem bildlichen Kompositionsschema sucht das Auge die Fläche ab, um einen Einstieg ins Bild zu finden. Die Leerstellen und Löcher ermöglichen dies von beiden Seiten her. Durch die unterschiedlichen Farbflächen sieht man auch von innen den Außenraum heterogen, manipulieren kann man ihn, indem man sich im Raum bewegt. Von aussen her erscheint das Gebäude durch die Gläser immateriell und schwerelos. Einzelne Farbflächen treten bereits aus der Distanz hervor, doch der Eindruck einer geschlossenen Fassade dominiert. Steht man still, verhält sich die Fassade hermetisch. Bewegt man sich auf sie zu, verschwimmt sie, Details treten in den Hintergrund, je näher man kommt, wird die Tragstruktur der Gläser umso besser sichtbar. Sie wirkt wie ein alter Stoff, der an manchen Stellen brüchig ist und bis auf die Webstruktur durchsichtig wird.¹ Trotz den offenen und geschlossenen Stellen bleibt die Fassade eine Hülle, ein Schmuck, der das Gebäude umgibt, aber eigentlich gar nicht notwendig wäre. Sie vereint den Ausdruck von Kreativität mit dem Anspruch an Transparenz, wären die farbigen Glasplatten weggelassen worden, würde ein nackter Bau sichtbar, der direkt und ohne Umwege einsehbar wäre.

Höhe als Kampfansage

Schon der Name scheint Programm zu sein: Prime Tower. Ob man das mit «der beziehungsweise das erste, wichtigste oder wesentlichste Turm/Hochhaus» übersetzen will, sei dahingestellt. Dennoch war bereits bei seiner Erstellung klar, dass dieser adjektivische Zusatz nicht lange Bestand haben wird, denn das 126 Meter hohe





◀
Donald Judds Idee für das Peter Merian Haus war eine Fassade aus klaren und opaken Elementen. Fotos Michael Peuckert

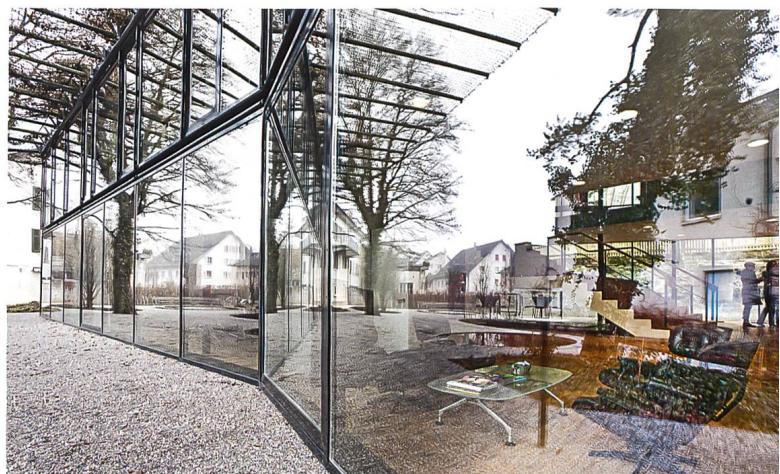
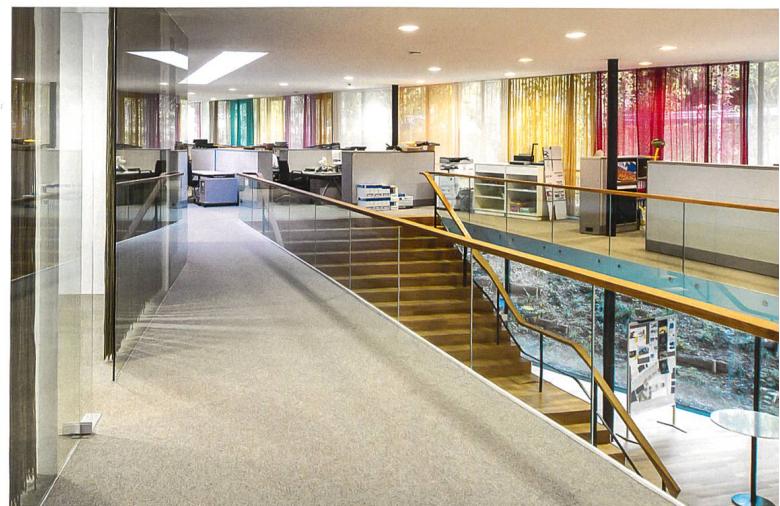
►
Beim Ricola Marketinggebäude gibt es eine enge Verbindung von Natur und Architektur. Die Vorhänge von Adrian Schiess ermöglichen den Mitarbeitern, selbst zu bestimmen, wie weit sie sich der Öffentlichkeit aussetzen wollen. Fotos Adrien Barakat (oben), Michael Peuckert (unten)



Gebäude würde schon bald durch das noch höhere und elegantere Gebäude übertroffen, das Herzog & de Meuron für den Chemiekonzern Roche in Basel bauen. Der Prime Tower, das zurzeit (2014) höchste Hochhaus der Schweiz, weist, ähnlich dem Forum 3 und noch ähnlicher dem Peter Merian Haus in Basel von Hans Zwimpfer Partner, eine grünlich schimmernde Glasfassade auf. Beim Peter Merian Haus – es handelt sich dabei um einen von den Architekten weiterentwickelten Entwurf des amerikanischen Minimal-Art-Künstlers Donald Judd – dominiert die heterogene Struktur von klaren und opaken Scheibenflächen. Dadurch sind einzelne Bereiche besser, andere gar nicht einsehbar. Beim Prime Tower verhält es sich ganz anders. Massgebend für den Aspekt der Transparenz ist, wie sich die Architekten Annette Gigon und Mike Guyer in einem Interview mit der *Neuen Zürcher Zeitung* vom Oktober 2008 über ihren Bau äußern: «Annette Gigon: Wichtiger ist es hingegen (...), dass der Prime Tower an der SBB-Station Hardbrücke einen Akzent setzt, (...), dass er hier die Funktion eines Flaggschiffs übernehmen wird. (...) Guyer: Das differenziert gestaltete Volumen mit seiner Hülle aus grünlichem Glas hat



von weitem eine skulpturale Erscheinung. Von nahem wird die Glashütte durch ausstellbare Glaspaneel und die unterschiedlich präsenten Sonnenschutzelemente reicher. Zudem verrät sie etwas von seinem Innenleben mit den verschiedenen Mietern. Bei Tageslicht dominiert das Glasvolumen, und nachts lässt das Kunstlicht die Struktur des Turms und die Fassadenteilung erkennen. Gigon: Interessant ist ja, dass man bei dieser Gebäudehöhe über mehrere Kilometer hinweg feine Details wahrnehmen kann. Die Ausgestaltung der Fenster, die Tönung und Reflexionsgrade der Gläser werden die Fernwirkung des Hochhauses entscheidend bestimmen.»² Bemerkenswert an der Wortwahl der beiden sind Formulierungen wie «Flaggschiff», die Glashütte «verrate etwas vom Innenleben mit den verschiedenen Mietern» und dass man «bei dieser Gebäudehöhe über mehrere Kilometer hinweg feine Details wahrnehmen kann». Auch wenn wir wissen, was ein Flaggschiff im übertragenen Sinn sein kann, das Bild hinkt in Bezug auf den Prime Tower, Schiffe haben in der Regel eine markante Längs- und keine ausschliessliche Höhenausrichtung wie der Prime Tower. Auch das «Etwas» in Bezug auf das Innenleben bleibt un-





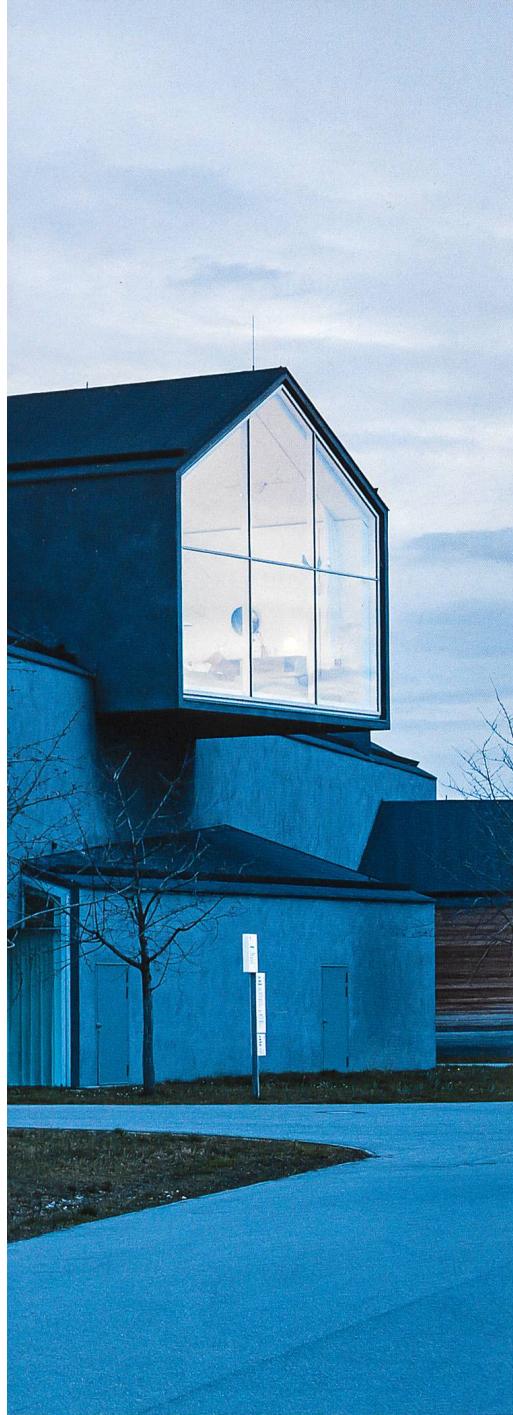
Im Vitra Haus von Herzog & de Meuron in Weil am Rhein wird die Kollektion von Vitra optimal präsentiert. Es ist erklärte Absicht, dass man hineinsehen kann, Vitra hat nichts zu verbergen, im Gegenteil. Fotos Michael Peuckert

beantwortet. In Wirklichkeit ist es aufgrund der Höhe des Gebäudes vor allem die Sicht aus der Froschperspektive, die sich dem Passanten auf der Strasse oder in einem benachbarten Gebäude bietet, er sieht sozusagen gar nichts von den verschiedenen Mietern, höchstens vielleicht ihre Beine, die sich – unter dem Schreibtisch am Fenster – bewegen. Und auch die feinen Details lassen sich über mehrere Kilometer nicht beobachten, dafür ist die Distanz zu gross. Beim Prime Tower ist die grünlich-transparente Gebäudeoberfläche nicht für die Öffentlichkeit gedacht. Die Architektur wird lediglich als Medium und Imageträ-

ger missbraucht, die Transparenz als vielschichtige Durchdringung von innen und aussen wird durch ein Bild von ihr ersetzt – damit wird sie vielmehr zur Verschleierung und verkehrt sich damit in ihr Gegenteil. Mehr noch: Sie wird zu einer manipulativen Strategie.

Manipulierbare Transparenz

Eines der seltenen Beispiele manipulierbarer Transparenz ist das Marketinggebäude der Ricola AG in Laufen. Der Bau der Architekten Herzog & de Meuron wurde 1998 abgeschlossen und setzt sich aus einer rechteckigen und einer



anschliessenden trapezoiden Fläche zusammen. Auffälligste Merkmale sind die grossen Scheibenfronten sowie die über das Dach auskragenden Netze, die von verschiedenen Pflanzen durchwachsen werden. Sie bilden die Ahnung eines grünen Foulards, das sich im Verlaufe der Jahre intensiver um das Gebäude legt. In Zusammenarbeit mit Künstlern sollte die textile Innenraumgestaltung ausgearbeitet werden. Rosmarie Trockel, Thomas Hirschhorn, Erik Steinbrecher und Adrian Schiess werden zu Konsultationsgesprächen eingeladen. Letzterem wird ein grosser Teil der grossformatigen Fensterflächen im Erd- und Obergeschoss zugewiesen. Er montiert dreifach parallel laufende Vorhangsschienen entlang der Innenseiten der Fenster und befestigt daran Vorhänge, die aus unterschiedlichen Texturen und Farben bestehen. Wichtig ist Adrian Schiess der Aspekt der variablen Nutzbarkeit, die in den Räumlichkeiten arbeitenden Menschen sollen die Lichtintensität, Farbwirkung und Einsehbarkeit von aussen nach innen und auch die Fernsicht nach aussen selbst mitbestimmen können. Sie tun dies durch Verschieben der unterschiedlichen Vorhangsbahnen. Licht- und Vegetationswechsel sowie die Veränderungen der Vorhänge schaffen ein lebendiges Gebäude, das einem permanenten Wandel unterzogen ist. Mal spiegelt die Fassade, mal ist sie durchlässig und einsehbar, dann wieder wirkt sie hermetisch und undurchdringbar. Die Mitarbeiter bestimmen ganz bewusst, wie transparent ihr Betrieb wahrgenommen werden kann. Dass von der Möglichkeit der bewussten Manipulation oder Selbstregulierung auch tatsächlich Gebrauch gemacht wird und der aktive Einsatz kein Vorwand ist, um die Einsehbarkeit zu verhindern, zeigte sich bei einem Besuch im vergangenen







Januar, als Mitarbeiter mit zunehmender Dunkelheit im Außenraum und damit mehr Licht in den Räumlichkeiten auch die Vorhänge zogen, um eine Intimsphäre zu haben.

Gewollte Aus- und Einblicke

Das VitraHaus auf dem Vitra Campus in Weil am Rhein/D wurde ebenfalls von Herzog & de Meuron erbaut und 2009 fertiggestellt. Das Vitra Haus soll nicht Platz für ein Museum, einen Shop oder einen Showroom bieten, sondern eine Kombination davon beherbergen und vor allem Möbeln für den privaten Gebrauch gewidmet sein. Die Architektursprache des Gebäudes verdeutlicht dies, indem sie mit dem archetypischen Zeichen des Hauses spielt: ein Dreieck für den Giebel, der auf einem Kästchen, das die Wände symbolisiert, sitzt. Für den Entwurf des VitraHausen wurden diese zweidimensionalen Zeichen zu einem Volumen erweitert und in verschiedenen Winkeln übereinander gestapelt. Dies gibt dem Gebäude das Aussehen eines Spielzeugs. Alle Außenflächen des Baukörpers – Dach, Außenwände und Unterseite – sind von einer graphitfarbenen «Haut» überzogen, die verglasten Fronten der einzelnen Volumen bilden die eigentliche Fassade. Wird das Gebäude bei Nacht erleuchtet, treten die dunklen Bauteile zurück. Die hell erleuchteten Fensterfronten werden hingegen zu Laternen, die uns einladen, das Innenleben des Gebäudes zu erforschen. An den Überschneidungen der einzelnen der fünfstöckig gestapelten Häuser entstehen überwältigende Innenräume. Ihre Grösse variiert zwischen Wohnzimmer und Halle. Die Bewegung des Besuchers durch das Gebäude erfolgt von oben nach unten: Der Besucher fährt mit dem Lift in die oberste Etage und erkundet die verschiedenen Ebenen über Treppen von oben nach unten. Die Erkundung des labyrinthischen Inneren ist ein architektonisches Erlebnis: Es bieten sich grossartige Ausblicke auf die anderen Bauten des Vitra Campus und in die umliegende Natur, auf die Rheinebene und den meist mit Reben, Wald und Wiesen bewachsenen Hang des Tüllingerhügels. Transparenz dient hier der Erforschung von Räumen, sie ist eine Marketingstrategie im wörtlichen Sinn: Die Besucher sollen von aussen sehen, was sie erwarten, wie man Räume einrichten könnte, und sie sollen neugierig auf die Produkte von Vitra gemacht werden, denn diese sollen sie letztlich auch erwerben.

Glasarchitektur – Todesfallen

Auf eine heikle ökologische Tatsache soll abschliessend hingewiesen werden, die, Marketing- und Kommunikationsstrategien hin oder her, nach wie vor ein ungelöstes Problem darstellt. Bei aller Ästhetik, Kunden- und Mitarbeiterfreundlichkeit, bei allen öffentlich vorgetragenen Ideen und Wünschen der Auftraggeber nach Transparenz bekunden vor allem Vögel Mühe, sich an die neuen baulichen Situationen zu gewöhnen. Mit dem Bau neuer Glaspaläste müsste zwingend auch die Diskussion verstärkt werden, wie gegen das massive Vogelsterben, das durch transparente und spiegelnde Fassaden verursacht wird, vorgegangen werden kann. Im Jahr 2005 geriet zum Beispiel das Elsässertor am Basler Bahnhof in die Negativschlagzeilen, weil dort Hunderte von Vögeln verendeten. Bei einem Gebäude wie dem Prime Tower wurde der Problematik überhaupt keine Beachtung geschenkt. Die Ästhetik steht bei den Architekten an allererster Stelle – trotz dem verbreiteten Bekenntnis zu ökologischen Werten. Das hat seinen Preis für die Tierwelt: Die Vogelwarte Sempach und ornithologische Verbände schätzen, dass in der Schweiz jährlich eine Million Vögel Opfer von Kollisionen mit Glasgebäudefronten werden. Eine Veränderung könnte wohl nur durch verstärkte Proteste von Vogel- und Naturschutzorganisationen erzielt werden – oder durch einen Dialog, bei dem deren Anliegen wirklich ernst genommen werden. ●

Anmerkungen

¹ Vgl. Jan Thorn-Prikker. «Das gläserne Kleid. Die Fassade des Novartis Gebäudes im Kontext des Werks von Helmut Federle». In: *Novartis Campus – Forum 3. Diener, Federle, Wiederin*. Basel 2005, S. 59.

² Aus: «Der Prime Tower als Flaggenschiff. Gigon/Guyer erstellt beim Bahnhof Hardbrücke das höchste Gebäude Zürichs». In: *Neue Zürcher Zeitung*, Nr. 235, 8. Oktober 2008, S. 47.

Zum Autor

Dr. Simon Baur, Kunsthistoriker und freier Publizist. 2013 organisierte er zusammen mit Silvia Buol ein Kunst-im-öffentlichen-Raum-Projekt mit 21 Künstlerinnen und Künstlern und zahlreichen Veranstaltungen zum 100. Geburtstag von Meret Oppenheim. www.simonbaur.ch
Kontakt: scbaur@bluewin.ch

Résumé

Le verre comme stratégie de communication ?

Le verre est toujours plus répandu dans l'architecture des entreprises, à la fois comme matériau de construction et comme moyen de communication. Le concept de transparence, véritable déterminant culturel du XXI^e siècle, joue à cet égard un rôle de premier plan – comme s'il répondait aux besoins d'une époque où les relations sociales sont devenues d'une complexité difficile à appréhender.

Depuis le bâtiment Forum 3, sur le campus de Novartis à Bâle (Diener & Diener en collaboration avec Gerold Wiederin et Helmut Federle), jusqu'à la Prime Tower de Zurich (Gigon/Guyer), en passant par le bâtiment administratif de Ricola à Laufon (Herzog & de Meuron) et le bâtiment Vitra des mêmes architectes à Weil am Rhein, en Allemagne, l'analyse de quelques façades vitrées contemporaines emblématiques fait ressortir une grande diversité d'approches. Alors que dans certains exemples, le verre fait office de manteau protecteur, il permet dans d'autres aux collaborateurs de manipuler la façade, ou joue de la transparence comme d'une fiction. Un phénomène encore très peu abordé révèle les aspects négatifs de l'architecture de verre: chaque année, ce sont, en Suisse, près d'un million d'oiseaux qui se brisent la nuque contre les immenses surfaces vitrées de telles façades. Aucune évolution ne se dessine du côté des architectes.

Riassunto

Il vetro come strategia di comunicazione?

Il vetro come materiale di costruzione e fattore di comunicazione trova una diffusione sempre più ampia nell'ambito dell'architettura aziendale. Il concetto di trasparenza riveste un ruolo determinante quale efficace slogan di impatto culturale del XXI secolo. Verosimilmente soddisfa le esigenze di un'epoca, le cui complesse relazioni sociali sono diventate quasi inestricabili.

Gli esempi indagati in questo contributo – le facciate vetrate del Forum 3 del Campus Novartis a Basilea (architetti Diener & Diener in collaborazione con Gerold Wiederin e Helmut Federle), del Prime Tower a Zurigo (Gigon/Guyer), dell'edificio di marketing della Ricola AG a Laufen e della Vitra Haus a Weil am Rhein in Germania (entrambi Herzog & de Meuron) – illustrano scelte e realizzazioni architettoniche diverse fra loro. In alcuni casi il vetro funge da involucro protettivo, mentre in altri le facciate sono modificabili dagli utenti oppure utilizzano la trasparenza come finzione. Un tema poco indagato finora riguarda le conseguenze negative dell'architettura in vetro: ogni anno in Svizzera muoiono circa un milione di uccelli, che sulle enormi superfici di vetro si rompono l'osso del collo. Gli architetti non sembrano intenzionati a cambiare rotta.

Der Umgang mit Farbe ist unsere Berufung | Die Abteilungen: Bauoberflächen-Forschung | Befund-Dokumentation | Restaurierung und Konservierung | Vergoldungen | Kirchenmalerei | Farbgestaltung | Dekorationsmalerei | Renovationsmalerei | Lackier-technik | Pflege und Unterhalt wertvoller Bauobjekte | Deshalb nennen wir uns Werkstätten für Malerei.

fontana & fontana

Fontana & Fontana AG | Werkstätten für Malerei

Buechstrasse 4 | 8645 Rapperswil-Jona | Telefon 055 225 48 25

info@fontana-fontana.ch | www.fontana-fontana.ch