

Brockenhaus : Nostalgiepool, Warenhaus oder Anstoss zur Kreativität?

Autor(en): **Erni, Peter**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **62 (1975)**

Heft 11: **Umnutzung von Bauten = Réhabilitation des bâtiments**

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-47891>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Brockenhaus – Nostalgiepool, Warenhaus oder Anstoss zur Kreativität?

Von Peter Erni

Brockenhäuser werden zum grössten Teil von Institutionen betrieben, die soziale Funktionen haben. Und dies in einem doppelten Sinn: Auf der einen Seite sucht eine solche Institution ihren Zweck zu erfüllen, indem sie «entbehrliche Möbel, alte Wäsche, Kleider, Schuhe, Hüte, Schirme, Haushalts- und Hauseinrichtungsgegenstände usw. abholen, sammeln und sortieren lässt, um sie in gebrauchsfähigem Zustand um wenig Geld abzugeben», andererseits werden diese Einnahmen an Institutionen weitergegeben, welche ihr Tätigkeitsfeld dort finden, wo weder Staat noch Private sich um Interessen von Gruppen kümmern, die ohne materielle Unterstützung von aussen kaum existenzfähig wären (Schweizerische Berghilfe, Blindenarbeitskreis, Schweizerische Anstalt für Epileptische).

An wen die Möbel, Kleider, Haushaltsgegenstände abgegeben werden, sagt der Verein Zürcher Brockenhaus in seinen Statuten: «Das Brockenhaus Zürich ist eine Vereinigung zum Besten Unbemittelter und bezweckt, für den Benutzer überflüssige Gebrauchsgegenstände an bedürftige Personen gegen geringes Entgelt zu verwerten.»

Diese Statuten waren 1904 verfasst worden, und bis in die späten 50er Jahre hatte die Benutzerstruktur des Brockenhauses ihren Schwerpunkt tatsächlich im schweizerischen Proletariat und Kleinbürgertum, die in dem zitierten Paragraphen anvisiert sind. Das mag uns auch als Hinweis auf den Standort (etwa) der Zürcher Brockenhäuser dienen, die sich in traditionellen Arbeiterquartieren befinden und sich dort trotz des partiellen Abwanderns der ursprünglichen Benutzer an die Peripherie der Stadt zu halten vermögen. Ursache dafür ist, dass die unmittelbare Vergangenheit zwei neue Benutzergruppen zeigte, nämlich einerseits Fremdarbeiter, welche teilweise die kurz vor der Umwandlung stehenden Arbeiterquartiere noch bewohnen, ihre Ansprüche auf Zeit zurückzustellen haben, um neben den hohen Lebenskosten ihren Verpflichtungen in Spanien, Italien, der Türkei nachzukommen – andererseits Schichten, die von ihrer wirtschaftlichen Situation her das Brockenhaus zwar nicht benutzen müssten, dort in unregel-

mässigen Abständen aber doch einkaufen und durch ein eigenes Transportmittel standortunabhängig sind.

Diese zweite Benutzergruppe ist nicht einfach zu definieren. Sie ist eher mittelständisch und umfasst die jüngeren Generationen. Ihr Verhalten erstaunt vorerst einmal, weil sie mit einem zumutbaren Mehraufwand Objekte, welche dieselbe Funktion erfüllen wie die im Brockenhaus gefundenen, im Warenhaus kaufen könnten – dies insbesondere in Perioden, wo die Kaufkraft relativ hoch ist.

Ich versuche im folgenden die Motivationen dieser Benutzergruppe in drei Punkten zu erläutern:

- Opposition gegen die momentan angebotene Objektwelt und die sie konsumierende Verbrauchergesellschaft;
- Suchen, Finden, Umgestalten – das Erlebnis der beinahe freien Wahl;
- schnelle Abnutzung der Formensprache – Bedürfnis nach formaler Orientierung.

Opposition gegen die momentan angebotene Objektwelt und die sie konsumierende Verbrauchergesellschaft

Umfang und Verteilungsmodus unserer Ausgaben, um sich Teile der angebotenen Warenwelt anzueignen, immer in der Hoffnung, damit unsere Bedürfnisse befriedigen zu können, sind klassen- bzw. gruppenspezifisch. Wir beziehen uns in unseren Konsumgewohnheiten auf das Verhalten derjenigen Gruppe oder Klasse, der wir angehören. Es sind dann die Wünsche und Hoffnungen dieser Gruppen und Klassen, welche es den Verkaufsstrategen erlauben, den Zugang zum Käufer zu finden, an die realen Bedürfnisse anzuknüpfen und diese (allzuoft) durch Surrogate gleichzeitig scheinzubefriedigen und neu zu schaffen.

Diese latente Fremdbestimmung, die als solche nur mehr oder minder bewusst wahrgenommen wird, hatte Reaktionen zur Folge: sie äussern sich in einer Absage an das «funkelnigelneue» Objekt, das produziert, verpackt seinen Platz auf der Verkaufsfläche findet und trotz aller Bemühungen der Desi-

gner, Werbeleute und Verkaufsarrangeure seinen Warencharakter kaum verleugnen kann. Eine Absage an das künstliche Aufladen des Objekts mit Elementen, welche die Wunschvorstellungen der Zielgruppe in penetranter Oberflächlichkeit konkretisieren, macht sich bemerkbar. Sie fordert ein neues Verhalten. Ein solches manifestierte sich in den letzten Jahren in verschiedensten Gegenkulturen und beeinflusste von dort her breitere Schichten. Das Brockenhaus erlangte daher neue Bedeutung.

Suchen, Finden, Umgestalten – das Erlebnis der beinahe freien Wahl

Das Finden von Gegenständen im Brockenhaus stellt einen Rückgriff auf früher Produziertes dar, das bereits einen Gebrauchszyklus hinter sich hat und dadurch seine Politur, seine Kosmetik, seinen tadellosen Zustand einbüsste. Der Gegenstand ist so teilweise jenem Kräfteensemble entzogen, das den Benutzer in seinem Handeln zu kanalisieren trachtet. Er überzeugt den potentiellen Käufer nicht mehr durch seine akzentuellen Reize in derselben Weise wie die Grosszahl der neuen Konsumgüter, die sich zur Schau stellen, sich anbieten und anbieten, so dass der ansicherte Benutzer letztlich glaubt, sein Bedürfnis nur noch mit dem Fetisch befriedigen zu können. Das Brockenhausobjekt hat seine scheinbare Unschuld verloren. Es ist nicht mehr unberührt. Der Käufer hat den Gegenstand zu entdecken – er muss ihm selber Bedeutung zumessen –, kein anderer tut das für ihn (zum Beispiel mittels Präsentation in einem verkaufsfördernden Kontext). Er ist auf sich gestellt und hat selber zu entscheiden, ob ihm etwas gefällt oder nicht.

Entdecken setzt Suchen voraus, und beides heisst soviel wie Erlebnis. Dies in einem Bereich der freien Wahl – oder beinahe freien Wahl; denn zweifellos entstehen Sehgewohnheiten in der Dialektik zwischen Individuum und Gesellschaft. Alles hat seine Matrize. Aus sich sehen ist unwahrscheinlich. Aber tatsächlich sind nicht alle Matrizen Schablonen. Verschwommene Ränder der Gestalt lassen mehrere Lesbarkeiten zu. Die Gestalt vieler Brockenhausob-



1 Benutzer – Angebot



2 Benutzer – Mittagspause: kein Konsumzwang

jekte weist verschwommene Ränder auf, je nachdem, ob man sie unter dem physikalischen, mechanischen, ökonomischen, sozialen oder semantischen Aspekt bzw. ihrem Mangel in diesen Bereichen betrachtet.

Eine Zone der Wahl wird definiert, die zum Umgestalten auffordert. Der Defekt, die Unvollkommenheit des Brockenhausgegenstandes provoziert Interpretationen, welche die Änderung des Zwecks, die Änderung der Bedeutung zur Folge haben können. Der Gegenstand fordert also heraus und setzt kreative Kräfte in Gang, welche die unmittelbare Umwelt verändern, sie unverwechselbar und einmalig machen und dadurch emotionale Identifikation ermöglichen, Identifikation im Individualbereich, in der privaten Zone, in der Ausstattung der Wohnung. Die Erwähnung der Identifikation im Wohnbereich macht uns auf eine Grenze und einen Mangel aufmerksam. Ansätze zur Identifikation im halböffentlichen und öffentlichen Raum sind nur spärlich vorhanden. Spontane Architektur hört mit der Pubertät auf: Kinder bauen noch Räume mit Stangen, Kisten und Decken, aus Pappkarton und alten Vorhängen. Doch später wird spontanes Handeln verunmöglicht durch Gesetze und Vorschriften, welche das Schlechte aussparen möchten und damit gleichzeitig die Motoren der Kreativität blockieren, und Menschen, die sich in abartige Ordnungs- und Reinlichkeitsnormen hineinmanövrierten. Spontane Architektur ist damit nur noch am Rande der Gesellschaft möglich, an der Peripherie der Städte, in den Schrebergärten, wo's niemand stört. Auf öffentlichen Plätzen stehen dubiose Betonrohre und Kunst.



3 Spontane Architektur am Stadtrand: ein Haus, das aus Fenstern besteht



4 Spontaneität und Selbstdarstellung im öffentlichen Raum

Schnelle Abnutzung der Formensprache – Bedürfnisse nach formaler Orientierung

Die Periode der Hochkonjunktur bringt neben einer erhöhten Kaufkraft ein vielfältigeres und grösseres Warenangebot hervor, das mit einem dazu proportionalen Werbeaufwand vertrieben werden muss. Die Konstellation, bestehend aus Warenangebot, Kaufkraft und Werbung, beeinflusst massgeblich die Bedürfnisse und damit die Konsumgewohnheiten der Käufer, die ununterbrochen angehalten werden, das Neue durch das Neuste zu ersetzen.

Der rasante Wechsel der Gebrauchsgüter, der kurze Gebrauchszyklus, das Wesen der Ware, die



5 Neues durch das Neuste ersetzen: das Moped ersetzt das Fahrrad

immer wieder ein neues Gesicht zeigen muss, um sich beim Käufer beliebt zu machen, bringt ein vermehrtes Bedürfnis nach formaler Orientierung mit sich. Der Käufer sieht sich einer Vielzahl von modischen Strömungen gegenüber, die er zu werten hat. Weniger die Leitbilder dieser Strömungen als vielmehr ihre formale Ausgestaltung erfahren eine rasche Abnutzung, so dass auch über kürzere Zeitabschnitte keine Formkonstanten vorhanden zu sein scheinen – ja die «ästhetische Innovation» der Werbung muss dort masslos werden, wo sie eine Ware von den Waren der gleichen Kategorie ununterbrochen abzugrenzen hat. Der damit erzeugte Zustand der Unsicherheit löst beim Käufer ein Bedürfnis nach formaler Orientierung aus, das sich unter anderem in der materiellen Aneignung von Formelementen der Vergangenheit äussert, sei dies nun in Form von Antiquitäten oder sei es über ihre Imitation. Die repräsentative Komponente der Antiquität vermittelt im Bereich der Selbstdarstellung Sicherheit, Konstanz und «zeitlose Werte», die als Anachronizitäten, als Zeichen der Angst vor der Gegenwart und der Verleugnung des geschichtlichen Wandels, gelesen werden müssen. (Selbstdarstellung: Denken Sie an ihre Wohnung und die Art und Weise, wie sie ausgestattet ist. Sie sagen mit den Gegenständen: So bin ich – unter dem Vorwand ihrer Nützlichkeit.) Die anfallenden Antiquitäten und Halbantiquitäten, aber auch das Auftauchen von bisher unkonventionellen Codes (Art Deco, 40er, 50er, Nazi-Dekor usw.) machen das Brockenhaus zu einer attraktiven Fundgrube, für dessen Angebot zwei wichtige Faktoren eine Rolle spielen: nämlich einerseits die Umwandlung der städtischen Gebiete, Abbruch und Nutzungsänderung grosser Altwohnungen bei gleichzeitigem Entstehen von Klein- und Kleinstwohnungen am Stadtrand, die keinen Platz für nichtgenutzten Hausrat zulassen, in denen keine Estrichfläche zur Verfügung steht, die es erlauben würde, Gegenstände so lange zu lagern, bis sie wieder von neuem dem Gebrauch zugeführt werden können («Es zeigt sich immer mehr, dass grosse Spenden anfallen infolge Abbruchs von Häusern, in welchen wir oft den Löwenanteil abzuholen haben.» Jahresbericht Zürcher Brockenhaus), andererseits spiegelt das Brockenhaus als Sammelbecken für gebrauchte Gegenstände deutlich die Hochkonjunktur der letzten Jahre wider. Das Angebot, resultierend aus Spenden, blieb mit Ausnahme einiger weniger Einbrüche (Nahostkonflikt) konstant hoch, während die Krisenjahre vor dem Kriege wie auch die Kriegszeit bewirkt hatten, dass Gegenstände länger im Gebrauch geblieben waren und sich demzufolge das Angebot reduziert hatte.

Die Realisierung der Opposition, die Konkretisierung des Suchens-Findens-Umgestaltens hat auch im Formalen ihre Matrizen. Diese sind einerseits im Pop der 60er Jahre zu suchen, andererseits weiter zurückliegend im Dada, im *Objet trouvé*. Da werden als Gestaltungsprinzip zuweilen Gegenstände montiert, die bereits mythischen Charakter haben – Coca-Cola plus Oldenburger sagt American way of life – oder

aber repräsentatives Stückwerk der Warenwelt sind. Die Auseinandersetzung mit der Ware und ihrer Kehrseite, dem Zivilisationsmüll, bereitet das Terrain vor, auf dem das Brockenhaus steht, kann aber auch als wichtige Voraussetzung für die Wiederverwertungsideologie, in deren Rahmen das Brockenhaus zu stellen ist, bezeichnet werden, indem hier vordemonstriert wird, wie Gebrauchtem durch Uminterpretation neue Seiten abzugewinnen sind.

Die bisherigen Interpretationen und Versuche, das Brockenhaus in seinen wichtigsten Aspekten zu erfassen, zeigen, dass diese Institution Bedeutung erlangt, wenn sie verschiedenartig gelesen wird. Wenn auch vieles nur Stückwerk und Metapher blieb, stellt sich das Brockenhaus doch als Ort dar, wo ökonomische, soziale und kulturelle Kategorien zueinander in Beziehung gesetzt werden können.

Freiere Interpretationen seien jetzt auch zugelassen, darunter solche, die einen Gebrauchshinweis enthalten.

Kulturgeschichtliche Museen haben die Eigenschaft, dass sie entweder fein säuberlich nach Sachgebieten aufgebaut sind und nur ausgewählte Spektren der Kulturgeschichte behandeln oder aber dass ihre Sammlungen nur bis zum Beginn der Industrialisierung reichen. Das Brockenhaus zeigt Gegenstände locker nach ihrem Zweck geordnet, die ein Bild der unmittelbar gelebten Vergangenheit entwerfen: ein Museum der letzten 50 Jahre – ohne Sammlung – mit einer täglich wechselnden Ausstellung, ein offenes Feld mit der Möglichkeit, sich selber einen Lehrgang zurechtzulegen, der die formale Orientierung fördert. Das Brockenhaus wird so zum *Ort des Lernens*, wo einstige Mythen ebenso rezipiert werden können wie die Entwicklung der Gestalt und des technischen Wandels der Gebrauchsgegenstände – oder des *environmentalen Charakters* der angehäuften Objekte, des Zusammentreffens von Zufall und Ordnung. So betrachtet, verliert das Brockenhaus seinen reaktionären nostalgischen Charakter. Es wird selbst als Umschlagplatz von Ware zu dessen kritischem Gegenpol, zu einem *Antiwarenhaus*, nicht nur deshalb, weil blinder Konsum durch Wiederverwertung ersetzt wurde, sondern auch wegen des manifesten Gegensatzes zur Reinlichkeitsneurotik der Warenwelt, die sich clean, neu, nicht nur sauber, sondern rein, unschuldig, wie wir festgestellt haben, darstellt.



6 Die Wirtschaft stellt sich auf «Do-it-yourself»-Trend und Wiederverwertung ein
Foto: U. Weiss (4)