

DER BAUPLAN UND STYLEGUIDE ZUM HAUS 2020

# H.O.M.E.

*Living modern life*

## Das HOME 2020

**DIE STATE-OF-THE-ART-VILLA**  
ENTWORFEN VON GRAFT ARCHITEKTEN BERLIN  
INTERIOR KURATIERT VON H.O.M.E.

Hubert Locher

# Bilder für den Konsum. Botschaft und Rhetorik des digitalen Architekturbildes

Das Januarheft 2020 der Zeitschrift *H.O.M.E.*, die als „Das Designmagazin zum Wohlfühlen“ sich an ein breites architektur- und designinteressiertes Publikum richtet, präsentiert zum zwanzigjährigen Bestehen stolz „Das Haus 2020!“ (Abb. 1). Im Editorial heißt es: „Erstmals präsentieren wir Ihnen in dieser Ausgabe den Master Case von Living-Kultur: Das H.O.M.E.Haus 2020 von GRAFT Architekten“. Diese hätten „eine State-of-the-Art-Villa für H.O.M.E. entworfen. Dieses H.O.M.E. Haus 2020 wird in dieser Ausgabe in allen Prozessen gebaut und vollendet.“<sup>1</sup>

Blättert man im Heft weiter, finden sich allerlei Ansichten eines überaus großzügig angelegten Einfamilienhauses im Grünen. Es ist in eine Hanglage am Fuß eines Weinbergs komponiert, verfügt über Dachbegrünung und ist offenbar in ökologisch überlegter Bauweise ausgeführt. Detailliert wird über die Erdarbeiten, die Bodenplatte und Perimeterdämmung, den Wandaufbau in Lehm-bauweise informiert. Auch das Architektenteam wird vorgestellt und in einer Arbeitssitzung im Berliner Büro gezeigt. Man vernimmt, dass man während des Studiums in Braunschweig beim Singen im Chor das Teamwork erlernt, dass man sich auch in den eigenen Büroräumen nicht dem „Zwang zum rechten Winkel“ unterworfen habe, so wie dies auch im „Haus 2020“ offensichtlich der Fall ist. Endlich erhält man Einblick in die komplette Ausstattung und Möblierung des Hauses – die ja, wie man im Editorial auch lesen konnte, von der *H.O.M.E.*-Redaktion „kuratiert“ wurde. Bei näherer Betrachtung stellt sich aber dann doch eine gewisse Irritation ein; zu schön, zu komplett ist das Bild. Die Lektüre des ausführlichen Interviews

mit den Architekten ergibt dann, dass das „Haus in Südengland [...] zum Schluss doch nicht gebaut“<sup>2</sup> wurde und es sich bei der Präsentation um eine komplette Fiktion handelt – oder besser: um virtuelle Architektur.

Real sind aber Komponenten der Ausstattung und auch das Architektenteam. GRAFT Architekten ist ein 1998 in Los Angeles von Lars Krückeberg, Wolfram Putz und Thomas Willemeit gegründetes, international tätiges, überaus erfolgreiches Architekturbüro mit Standorten in Los Angeles, Berlin und Shanghai. Auf der attraktiven Homepage firmiert man als „Studio für Architektur, Stadtplanung, Design, Musik und das Streben nach dem Glück“. 2014 erweitert sich das Tätigkeitsfeld um Graft Brandlab, eine Agentur, die im Bereich Kommunikationsdesign und Markenstrategie beratend tätig ist. Ein Slogan verbindet beide Firmenbereiche: „Building Spatial Identities“.<sup>3</sup> Gebaut werden zum einen Häuser aus Stein, Stahl und Glas, zum anderen virtuelle Räume – Kommunikationsräume, ästhetische Lebenswelten, Marken.

Wie sich beides durchdringt, zeigt das *H.O.M.E.*-Haus 2020.<sup>4</sup> Es wird hier auf hohem Niveau vorgeführt, was dieses Architekturbüro beherrscht, wenn nicht sogar für seine zentrale Aufgabe hält: Architektur zu schaffen, die „als Bild“ überzeugend ist. Architektur wird als ästhetisches Spiel praktiziert. Besondere Wirkkraft gewinnt dieses Spiel dadurch, dass die Fiktion nahtlos mit realen Menschen und Objekten verbunden wird. Es gab offenbar einen „Bauherrn in Südengland“, von dem es heißt, dass er „in einem alten Bischofssitz aus dem Fin de Siècle“ wohne und aus Gründen der Energieeffizienz einen Neubau wün-

**Abb. 1:** Titelseite zum Artikel „Das HOME 2020“, *H.O.M.E.*, 2020, 1 (Jan.), S. 67.

Anmerkungen:

- 1 Alexander Geringer, „Editorial“, in: *H.O.M.E.*, 2020, 1 (Jan.), [S. 9].
- 2 Interview mit Lars Krückeberg, Wolfram Putz und Thomas Willemeit von GRAFT Architekten, in: ebd., S. 72–82, hier S. 82.
- 3 Homepage GRAFT Gesellschaft von Architekten, <<https://graftlab.com/about>> (zuletzt 25.11.2022).
- 4 Tatsächlich existierte das virtuelle Konstrukt schon zuvor. Wenn man sich auf die Homepage der Architekten begibt, findet man eine umfassende Liste der Projekte in chronologischer Folge. Hier stößt man nach einiger Suche auf das Muster für das *H.O.M.E.*-Haus, das hier als Villa J, mit Datum 2015 mit dem Status „design“ geführt wird. Siehe <<https://graftlab.com/projects/villa-j>> (zuletzt 25.11.2022).

5 Zu dieser Unterscheidung vgl. Horst Bredekamp, „Leibniz' Reflexion von Vitruvs Ichnographia und Scaenographia“, in: *Vitruvianism. Origins and Transformations*, hg. von Paolo Sanvito, Berlin und Boston 2015, S. 13–18.

6 Beispielhaft sei der Wettbewerbsentwurf von Filippo Juvara für den Concorso Clementino der Accademia di San Luca in Rom genannt, dem eine hinreißende Vogelschau-perspektive des geplanten Gebäudes beigelegt war. Siehe *Von Bernini bis Piranesi. Römische Architekturzeichnungen des Barock*, bearb. von Elisabeth Kieven, Ausst.-Kat. Graphische Sammlung der Staatsgalerie Stuttgart, Stuttgart 1993, Kat. Nr. 70, S. 200–201; Feder und braune Tinte, grau laviert auf bräunlichem Papier, 471 x 1084 mm, Staatliche Museen zu Berlin, Kunstbibliothek Hdz 1151.

7 Vgl. Rolf Sachsse, *Bild und Bau. Zur Nutzung technischer Medien beim Entwerfen von Architektur*, Berlin und Boston 2000; Hubert Locher und Rolf Sachsse (Hg.), *Architektur Fotografie. Darstellung – Verwendung – Gestaltung*, München 2016.

schte; es gibt also auch ein Grundstück bestimmter Ausrichtung und Qualität; es gibt die Technologien, von denen in der Folge im Magazin die Rede ist; es gibt auch die Möbel und Ausstattungselemente. Vor allem aber gibt es ein Publikum, Adressaten, potenzielle Konsumentinnen und Konsumenten für dergleichen.

## Rhetorische Bilder

Zweifellos handelt es sich bei diesem Beispiel um eine spezielle Situation. Die Zeitschrift *H.O.M.E.* ist keine Fachzeitschrift für Architekturschaffende. Architektur ist hier die Umgebung für die Präsentation von Konsumgütern, für die Werbung gemacht wird. Die Atmosphäre ist wichtiger als die Konstruktion; es geht um die Anmutung einer Umgebung, das Lebensgefühl, das mit einem Raum, hier mit einem fiktiven Gebäude, angezeigt wird. Dies deutet darauf hin, dass diese Bilder einer tradierten Aufgabe im Bereich der Architekturdarstellung folgen. Es sind perspektivische Ansichten, wie sie seit jeher zu Wettbewerben gehören und dort die eigentlichen Planzeichnungen ergänzen, um einen vorläufigen Eindruck der Wirkung eines zu bauenden Gebäudes zu erzeugen.

Für das Büro GRAFT Architekten ist denn auch die explizite Abgrenzung vom Rendering, der illusionistischen Darstellung auf der Grundlage von Entwurfsdaten und Fotografie – das heißt hier also der Computervisualisierung eines vermeintlich gebauten Objektes in der realen Welt für die Präsentation der Objekte –, nicht von vordringlichem Interesse. Nicht dass man hier etwas verheimlichen würde. Die Unterscheidung ist unwesentlich, da Entwürfe und nicht gebaute Häuser präsentiert werden, Objekte also, die die Architekten entworfen haben, nicht Gebilde, die von Mauern und Ingenieuren realisiert wurden. Es wird nicht gelogen und nicht ge-

täuscht. Vielmehr setzt man auf die Rhetorik der illusionistischen Darstellung als einer Evidenz des Scheins: Was man sich realistisch, illusionistisch vorstellen kann, wirkt glaubwürdig. Was man zeigen kann, als ob es gebaut wäre, was aussieht, als ob es existieren würde, wird man auch bauen können.

Architektur ist seit jeher auf diese Vermittlung durch das Bild angewiesen gewesen. Bevor man bauen kann, muss geplant werden – das heißt, es muss ein Bild desjenigen entworfen werden, was gebaut werden soll. Solche Planbilder können nur Abstraktionen sein; wobei allerdings der Grad der Abstraktion sehr variabel ist. Hierzu erhaltene Quellen belegen, dass seit jeher mehrere Bildmodi nebeneinander existierten und dafür genutzt wurden. Vitruv, dessen Architekturtraktat seit dem 15. Jahrhundert rezipiert und ausgelegt wird, unterscheidet bereits Grundriss (Ichnographia), Aufriss (Orthographia) und die perspektivische Ansicht, die Scaenographia. Während die ersten beiden maßgerechte Darstellungen sind, entspricht letztere dem natürlichen, räumlichen Blick – dementsprechend hat man in der Rezeption Vitruvs die Ichnographia auch als den quasi göttlichen Blick von jenem der Scaenographia als dem menschlichen unterschieden und beide zwei gänzlich verschiedenen Erkenntnisweisen zugeordnet.<sup>5</sup> Im 18. Jahrhundert erfährt der angeblich menschliche Blick, besser, die illusionistische, räumliche, verlebendigte Darstellung eine besondere Konjunktur in oftmals virtuosen Präsentationszeichnungen.<sup>6</sup> Im 20. Jahrhundert wird versucht, jene Technologie einzubeziehen, die als Bildverfahren eine gegebene materielle Realität voraussetzt und dementsprechend auch als Beweismittel verwendet wird: die Fotografie.<sup>7</sup> Doch Fotografie ist ein nachträglich erstelltes Bild, das zum Entwurf als dem vorgestellten Bild in scharfem Kontrast steht. So werden gelegentlich in Form der Collage fotografisch repräsentierte

Elemente einer gegebenen Realität in der Visualisierung auf grafisch-abstrahierende Weise zu einer neuen Wirklichkeit montiert, um so quasi Elemente der Wirklichkeit bildhaft zu integrieren und die Bezogenheit und zugleich Differenz zu markieren – die Collagen eines Mies van der Rohe wären hier anzuführen.<sup>8</sup> Im Nachgang zeigt sich diese ästhetische Auffassung auch in der Architekturfotografie, die sich in strenger Sachlichkeit um die Repräsentation dieser Haltung bemüht. Hier schließt sich seit Ende des 20. Jahrhunderts die Verwendung digitaler Bildtechnologien an, insofern diese dem latenten Bedürfnis nach illusionistischer Visualisierung mit technischen Mitteln auf einem neuen Niveau entgegenkommen: Sie ermöglichen Simulationen, das heißt eine quasi-fotografische Visualisierung von nicht Gebautem; diese neue digitale Visualisierung ist in der Lage, nicht nur die Illusion von Wirklichkeit zu erzeugen, sondern auch die Illusion eines fotografischen Bildes.

Für diese Art von mittels Computern generierten Bildern kursiert der Begriff des Rendering. Doch scheint diese Bezeichnung nicht ganz angemessen, ist damit doch im engeren Sinn die maschinelle Erstellung einer Computergrafik aus sogenannten Rohdaten gemeint. Die eigentliche Bildherstellung erfolgt also in einem technischen Prozess. ‚Rendering‘ bezeichnet die bildhafte Ausgabe eines modellhaften Entwurfszustands, der zuvor in einem architektonischen Konstruktionsprozess, in einem CAD-Programm erstellt worden ist, ohne dass die Visualisierung eigentliches Ziel dieses Prozesses wäre<sup>9</sup>. Derartige Bilder sind wohl auf der Datengrundlage von Entwurfsprogrammen erstellt, jedoch nachträglich und mit einer bestimmten Absicht, die sich nicht aus dem Entwurfsprogramm selbst ergibt. Es handelt sich demnach um Visualisierungen, die für den bestimmten Zweck der – menschlichen – Betrachtung entworfen

wurden und einer spezifischen Logik folgen. Diese Bilder sind allerdings keine Aufnahmen eines gegebenen Bestandes – und damit von der Fotografie denkbar verschieden –, sondern synthetische Erzeugungen, mit digitalen Mitteln generierte, gestaltete Ansichten von ungebauten Gebäuden. Mit einem Wort: Man sieht keine gebaute Architektur, sondern Architekturbilder.

### Das digitale Bild im Entwurfsprozess

Dieses Architekturbild ist allerdings Teil dessen, was man mit dem umfassenden Begriff Architektur bezeichnet, genauso wie eine Handzeichnung, ein technisch gezeichneter Grundriss oder ein Modell; ein Werkzeug, ein Medium, eine Form, um Daten festzuhalten und zu visualisieren, um den komplexen und von vielerlei Akteuren getragenen Prozess der Erstellung eines Gebäudes voranzubringen.

In der heutigen Architekturwelt ist das digital generierte Architekturbild omnipräsent. Es mag ein oberflächlicher Befund sein, doch es scheint, dass sich heute Architektur in der Öffentlichkeit nicht mehr ohne dieses Bild denken und kommunizieren lässt; wo immer über Architektur öffentlich gesprochen wird, in der politischen Diskussion über öffentliche Gebäude und Stadtgestaltung ebenso wie in den Werbungen und Prospekten des privaten Immobilienmarktes, trifft man auf digitale Bildkonstruktionen ähnlicher Art: mehr oder weniger realistische Darstellungen von ungebauter Architektur.

Welche Bedeutung die digitale Bilderstellung für die architektonische Praxis, das heißt hier für den Entwurfsprozess hat, ist dagegen weniger einfach zu bestimmen. Zum einen ist diese Praxis zwar ein professionelles Geschäft, das von sachkundigen Fachleuten betrieben wird, doch gehört immer schon die Ad-

8 *Mies van der Rohe – Montage, Collage*, hg. von Andreas Beutin, Wolf Eiermann und Brigitte Franzen, Ausst.-Kat. Ludwig Forum Aachen 2016 und Museum Georg Schäfer, Köln 2017.

9 Siehe den Katalogbeitrag von Dominik Lengyel und Catherine Toulouse.

10 Ein Pionierwerk ist William J. Mitchell, *Computer-Aided Architectural Design*, New York 1977. Siehe weiter Peter Zellner, *Hybrid Spaces. New Forms in Digital Architecture*, London 1999. Zur Veränderung der Entwurfsmethodik Rivka Oxman, „Theory and Design in the First Digital Age“, in: *Design Studies*, 27, 2006, 3 (Mai), S. 229–265; Antoine Picon, *Digital Culture in Architecture. An Introduction for the Design Professionals*, Basel 2010; Mario Carpo (Hg.), *The Digital Turn in Architecture (AD Reader)*, Chichester 2013; Rivka Oxman und Robert Oxman (Hg.), *Theories of the Digital in Architecture*, London 2014. Das umfassendste Kompendium ist aktuell Ludger Hovestadt, Urs Hirschberg und Oliver Fritz (Hg.), *Atlas of Digital Architecture. Terminology, Concepts, Methods, Tools, Examples, Phenomena*, Basel 2020. Dazu Hubert Locher, „Atlas of Digital Architecture. Zur Rolle des digitalen Bildes in der Architektur – Ein Lesebericht“, 4.10.2021, <<https://www.digitalesbild.gwi.uni-muenchen.de/atlas-of-digital-architecture-zur-rolle-des-bildes-in-der-digitalen-architektur-ein-lesebericht/>> (zuletzt 26.11.2022).

11 Jörg H. Gleiter, Norbert Korrek und Gerd Zimmermann (Hg.), *Die Realität des Imaginären. Architektur und das digitale Bild*, 10. Internationales Bauhaus-Kolloquium Weimar 2007 (Schriften der Bauhaus-Universität Weimar, 120), Weimar 2008.

12 Sabine Ammon und Inge Hinterwaldner (Hg.), *Bildlichkeit im Zeitalter der Modellierung. Operative Artefakte in Entwurfsprozessen der Architektur und des Ingenieurwesens*, Paderborn 2017.

ressierung eines Publikums, eines Konsumenten, Auftraggebers, einer Institution, die von Personen geführt wird, die als architektonische Laien zu bezeichnen sind, mit zum Geschäft. Darüber hinaus gibt es aber auch Anlass zur Vermutung, dass sich in den letzten Jahrzehnten ebenso in der Werkstattpraxis eine signifikante Veränderung ergeben hat, insofern das Entwurfsverfahren selbst bildhaft, bildbasiert oder auf den bildhaften Effekt ausgerichtet werden kann.

Dieser Gegenstand, die Bildlichkeit des digitalen Entwerfens, ist in der wissenschaftlichen Diskussion bislang erst einzeln behandelt worden, was angesichts der Allgegenwärtigkeit des Phänomens doch überraschend ist.<sup>10</sup> Hervorzuheben ist der von Jörg H. Gleiter, Norbert Korrek und Gerd Zimmermann herausgegebene Sammelband *Realität des Imaginären. Architektur und das digitale Bild*, der aus einem mit prominenten Referentinnen und Referenten besetzten internationalen Kolloquium an der Bauhaus-Universität Weimar 2007 hervorging.<sup>11</sup> In der Einleitung weist Gerd Zimmermann auf den Anteil der digitalen Bildtechnologie für die Architektur hin. Architektur sei, wie er pointiert feststellt, prinzipiell Bildverarbeitung („Architecture is picture processing“), wobei sich im Zeitalter der Digitalität die Frage nach der Macht des Bildes in neuer Weise stelle, denn diese digitalen Bilder sind zum einen stets konstruiert, zum anderen können sie global kursieren und so in ganz neuer Weise wirksam werden. Die Situation ansatzweise historisch einbettend schließt sich Jörg H. Gleiter an, um ausgehend vom Verweis auf einige Stars der Postmoderne – Aldo Rossi, James Stirling, Peter Eisenman, Oswald Mathias Ungers, deren je spezifische Bildorientierung er hervorhebt – festzustellen, dass die digitale Bildtechnologie im Zuge ihrer extrem dynamischen Entwicklung sich inzwischen zutiefst in den Körper der Architektur einschreibe

und deren Wesen grundsätzlich verändern werde.

Diese These bestätigen und untermauern die Beiträge eines 2017 erschienenen Sammelbandes zur *Bildlichkeit im Zeitalter der Modellierung* mit Bezug auf Entwurfsprozesse der Architektur und des Ingenieurwesens.<sup>12</sup> In mehreren Aufsätzen wird versucht, den komplexen Zusammenhang von rechnerisch-konzeptueller Modellierung und Bild beziehungsweise bildhafter Konkretisierung zu analysieren, die tatsächlich nur analytisch als systematische Polaritäten verstanden werden können. Jörg H. Gleiter beschreibt das „architektonische Entwerfen als Prozess imaginativer Verbildlichung und modellhafter Konkretion architektonischen Wissens“, das heißt als Verkettung und Verschränkung von einerseits Modellierung als auf Präzision zielende „Objektivierung des bloßen Meinens“ (S. 92) und andererseits Bildlichkeit, die zu Beginn jedes Modellierungsvorgangs vorherrscht und für die im Gegensatz eine erhebliche „Unbestimmbarkeit“ charakteristisch ist.<sup>13</sup> Auch Rivka Oxman behandelt diese Verschränkung und spricht von einer „neuen Rolle des Bildes in generativen Entwurfsmodellen“ und bestimmt es „sowohl in der Theorie als auch in der Entwurfspraxis als ein dominantes Agens“.<sup>14</sup> Im Epilog spricht Sabine Ammon endlich von einem „Siegeszug der Bildlichkeit“. Der „Einsatz computerbasierter Modelle“ habe, so ihr Fazit, „nicht die Bedeutung bildbasierter Praktiken zurückgedrängt“, im Gegenteil, die Möglichkeiten der rechnerischen Entwurfsgestaltung habe „neue Formen des Bildgebrauchs“ hervorgebracht und die alten keineswegs verdrängt.<sup>15</sup>

Der hier cursorisch angeführten Literatur lässt sich als Grundtenor die Auffassung entnehmen, dass der architektonischen Entwurfspraxis durch die neuen digitalen Werkzeuge und Methoden eine ganz neue bildhafte Dimension zu-

gewachsen sei. Entwurfsprogramme der neueren Generation kombinieren visuelle und rechnerische Verfahren. Visualisierungen der unterschiedlichsten Art fungieren auf den verschiedensten Stufen des Entwerfens als „menschenslesbare“ Darstellung komplexer Daten. Grundsätzlich lässt sich aber darüber hinaus sagen, dass Entwerfen der Möglichkeit nach ein plastischer Vorgang geworden ist: „Der Computer ermöglicht das Spiel mit dem ‚was wäre, wenn‘: ein Szenario, das auf gewissen Parametern basiert, wird simuliert, um dann – ‚in Echtzeit‘ – zu überprüfen, was sich ändert, wenn gewisse Parameter manipuliert werden. [...] Architektur wird nicht mehr über planimetrische Darstellungen konzipiert (nicht mehr der Plan ist *le générateur*), sondern als Gefüge räumlicher Strukturen, die sich in simulierter Umgebung unter der Hand (oder der Maus) des Architekten [...] formen lassen.“<sup>16</sup> Zwar bieten die digitalen Entwurfswerkzeuge auch immer mehr die Möglichkeit, auf rechnerischer (algorithmischer) Grundlage zu Ergebnissen zu kommen. Zugleich besteht aber die Möglichkeit, das im Entwurfsvorgang sich formende Objekt kontinuierlich plastisch am auf dem Bildschirm entstehenden digitalen Modell zu gestalten.<sup>17</sup>

Wie sich der hier skizzierte Vorgang – die dem Architekturentwurf infolge des Einsatzes digitaler Technologie zumindest potenziell immer stärker zuwachsende Bildhaftigkeit: Architekturentwurf als bildnerisches Gestalten – auf das allgemeine Verständnis auswirkt, ist schwer zu ermessen. Ob und inwiefern die visuelle Erscheinung eines geplanten Gebäudes schon im Entwurf höheres Gewicht erhält, hängt auch von der Art des Projekts und der Wahl des Entwurfsansatzes ab.<sup>18</sup>

Fasst man hingegen den Architekturprozess weit genug und berücksichtigt über das Entwurfslabor hinaus auch die vorangehenden und sich anlagernden Kontexte und involvierten Personen, das

heißt die Auftraggeber, das wettbewerbliche Umfeld, die Möglichkeiten performativer Präsentation und vor allem auch das Publikum, also die Konsumentinnen und Konsumenten, so lässt sich mit Sicherheit sagen, dass aufgrund der neuen Möglichkeiten digitaler Bildgenerierung die Visualisierung deutlich an Gewicht gewonnen hat und dabei besonders die illusionistische, quasi-fotorealistische Spielart.

Stärker als jemals zuvor ist Architektur in einen medialen Kontext eingebunden. Schon in frühen Phasen muss ein Entwurf medial kommuniziert werden, sich maßgeblich als Bild behaupten und durchsetzen. Auch nachträglich oder sogar im Vollzug des Bauprozesses spielt die Überzeugungskraft der visuellen Präsentation eine zentrale Rolle – etwa bei der Vermarktung einer Wohnimmobilie, die für einen Kunden anzupassen ist. Entscheidend für den Erfolg ist die kontinuierliche Bewerbung eines öffentlichen Gebäudes, was sich etwa im Fall der Hamburger Elbphilharmonie des Büros Herzog & de Meuron nachvollziehen lässt, die noch vor ihrer Vervollendung zu einem ‚Signature Building‘ der Hansestadt geworden ist.<sup>19</sup> Man darf sicher vermuten, dass die produzierten Visualisierungen jenes Ziel markierten, das in der Realisierung erst noch zu erreichen war. Was hier ins Spiel kommt, ist das im Zuge des Entwurfsprozesses erstellte digitale Architekturbild als ein visuelles Versprechen für die Zukunft. Dieses auf der Grundlage entsprechender Entwurfsdaten technisch generierte Bild vermag buchstäblich als Vision, als erste Realisierung eines architektonischen Gebildes erscheinen und wird damit zu einer kritischen Form – sie ist entscheidend für den Erfolg, das heißt für die Chancen der Umsetzung eines Entwurfs als Gebäude in der nicht-virtuellen Welt und als Herausforderung für die Umsetzung.

13 Jörg H. Gleiter, „Vom Abreißen der Modellierungskette. Entwerfen im digitalen Zeitalter“, in: ebd., S. 89-101.

14 Rivka Oxman, „Die Rolle des Bildes im digitalen Entwerfen. Bildprozessierung versus Prozessverbildlichung“, in: ebd., S. 103-127, hier S. 104, 105.

15 Sabine Ammon, „Epilog. Vom Siegeszug der Bildlichkeit im Zeitalter der Modellierung“, in: ebd., S. 399-426, hier S. 399.

16 Bernhard Langer, „Computerdarstellung. Vom Programm zum digitalen Ökosystem“, in: *Die Medien der Architektur*, hg. von Wolfgang Sonne, München 2011, S. 157-168, hier S. 163.

17 Dies betont Marco Hemmerling, „3D Modelling“, in: *Atlas of Digital Architecture 2020* (wie Anm. 10), S. 59-90, hier S. 60, im Vergleich mit dem Bildhauer: „With 3D modelling, the architect or designer, like a sculptor, makes decisions that are informed by the design process itself: a sculptor shapes its object either by chipping away at it or by bending, moulding, adding to [...] and at any and every point is able to review the steps just taken and, based on these, consider the next ones. [...] 3D modelling allows us as architect to do the same“.

18 Siehe den Katalogbeitrag von Dominik Lengyel und Catherine Toulouse.

19 Siehe den Katalogbeitrag „Die Evolution des digitalen Bildes – Das digitale Bild in der Architektur 1980-2020“, ↗ Bild 36. Zum Problem der ‚Signature Architecture‘ siehe Nadja Alaily-Mattar, Davide Ponzini, Alain Thierstein (Hg.), *About Star Architecture. Reflecting on Cities in Europe*, Cham 2020.

## Das Bild als Schnittstelle zum Publikum

Wenn demnach in gewisser Weise eine prinzipielle Überforderung solcher Bilder zu konstatieren ist, so sind Bilder doch seit jeher genau auf diese Situation angelegt: Ein Bild zeigt immer nur eine Ansicht und nicht die Sache selbst; es gehört zur Natur des Bildes, dass seine materielle Erscheinung erst die Imaginationskraft des Betrachters anregt. Es sagt tatsächlich nicht mehr als tausend Worte, wie es heißt, sondern es legt den Betrachtenden nahe, diese Worte selbst zu formulieren. Das eigentliche Bild entsteht erst im Zuge der Rezeption als Vorstellung. Zu Recht wird also der Missbrauch, die Fehlleitung, die Ablenkung vom Wesentlichen durch das Bild gefürchtet. Das Bild ist aber auch deshalb gefährlich, weil es leicht mit der eigentlichen Sache, auf die es nur verweisen soll, verwechselt wird; worin auch eine Chance liegt.

Das Misstrauen gegenüber dem Bild – es lässt sich bis in die Philosophie Platons zurückverfolgen – ist zu verschiedenen Zeiten und Kontexten unterschiedlich stark vorhanden, in der modernen Architektur aber besonders ausgeprägt. Die postmodernen Strategien greifen genau hier ein und zetteln einen modernen Bilderstreit an. Doch in der Folge lösen sich die Fronten zum Ende des zwanzigsten Jahrhunderts auf, zum einen infolge der Omnipräsenz des Bildes in den neuen Medienwelten, zum anderen aufgrund der Fahrt aufnehmenden digitalen Visualisierungstechnologien in der Architekturpraxis, die dazu führen, dass der Umgang mit dem Bild, mit Bildhaftigkeit in den Architekturprozess integriert wird. Der über gut drei Jahrzehnte ablaufende Vorgang lässt sich in seinen vielfältigen Windungen in den Fachzeitschriften genauer nachverfolgen.<sup>20</sup> Dabei zeigt sich, dass sich im Zuge dessen auch wieder eine Bilderskepsis bemerkbar macht. Beispielsweise sei hier nur ein Beitrag in der

*Bauwelt* angeführt, in dem 2010 mit Zustimmung über eine Wettbewerbsausschreibung berichtet wird, bei der es ein „Renderverbot“ gegeben habe.<sup>21</sup> „Renderings“, also digital erstellte, perspektivische Visualisierungen, seien nach Auffassung des Autors für die Bewertung architektonischer Projekte durch die Jurymitglieder nicht notwendig, womöglich aber sogar irreführend. Solche Bilder seien „zu aufwendig, zu plakativ, zu subjektiv“<sup>22</sup>. Der Ton dieses beliebig herausgegriffenen Beitrags ist bezeichnend, insofern sich sein Verfasser allgemeiner Zustimmung sicher glaubt, geht es doch schlicht darum, fair zu sein und Blender abzuwehren; ein Wettbewerb soll auf Grundlage „sachlicher und nachvollziehbarer Kriterien“<sup>23</sup> entschieden werden.

Ein zweites Argument ist mit diesem Misstrauen gegenüber dem Wahrheitsgehalt des Bildes verbunden und ebenso wichtig, auch wenn in den Fachzeitschriften seltener davon gesprochen wird: Illusionistische, perspektivische Visualisierungen repräsentieren nicht die Sichtweise der Experten, der Produzierenden, sondern der konsumierenden Laien. Sie richten sich an die Galerie, an das Publikum, sie dienen der Vermarktung. Der Blick in ein einschlägiges Handbuch zum *Immobilien-Marketing* aus dem Jahr 1996 – um diesen Zeitpunkt wird hier die digitale Wende greifbar – mag zur Illustration dienen.<sup>24</sup> Ein zentrales Kapitel befasst sich ausführlich mit der „Präsentation des Immobilienangebotes“, die in erster Linie im Verkaufsprospekt zu erfolgen habe. Dabei möchte der Autor Klaus D. Nielsen, ein Marketingfachmann und Verfasser mehrerer Bücher zum Gegenstand, dem Bild ein besonderes Gewicht zugestehen, dem Grundsatz zufolge, dass eine Immobilie nur so gut sei, wie sie „in den Augen des Kaufinteressenten“ erscheine, wie überhaupt der Immobilienkauf ein „emotionaler Akt mit einem rationalen Alibi“ sei (S. 135). Es gelte also, die

20 Siehe den Katalogbeitrag von Florian Henrich.

21 Herbert Kiefer, „Renderverbot. Wie man im Saarland die Chancengleichheit bei Wettbewerben erhöhen will“, in: *Bauwelt*, 101, 2010, 11 (12. März), S. 12–13.

22 Ebd., S. 13.

23 Ebd.

24 Klaus D. Nielsen, *Immobilien-Marketing. Vermarktung von Bauträgermaßnahmen und Bestands-Immobilien (Teil 1)*, Düsseldorf 1996.

Auszüge davon erschienen 1997 auch als elfteilige „Nielsen-Marketingserie“ in der *Immobilien-Zeitung*.

bereits vorhandenen Vorstellungen von potenziell Interessierten anzusprechen. Die Empfehlungen hierzu erscheinen zwar einigermaßen trivial, nichtsdestotrotz sind sie sehr aufschlussreich: Da die Interessierten als Laien durch „zu technische Darstellungen“ überfordert würden, sei ein quasi natürliches Bild gefragt, eine Ansicht entsprechend der realen Betrachterperspektive. Künstlerische Stilisierungen, welche die Hand und Vorstellung eines Entwerfers erkennen lassen, sind zu vermeiden. Die ideale Visualisierung soll detailreich sein, zudem ist Farbe vorzuziehen: „Die farbige Darstellung schlägt schwarz-weiß, vorausgesetzt, die farbige Darstellung kommt der Wirklichkeit sehr nahe oder übertrifft sie sogar!“ (S. 175) Hier nun liege das Potenzial der immer beliebter werdenden „Computersimulation“, die, so ist sich der Autor sicher, die Zukunft der Immobilienwirtschaft bei der Herstellung von „verkaufsmotivierenden Angebotsunterlagen“ prägen werde (S. 177), weil sich mit ihrer Hilfe das Ziel leichter erreichen lasse: eine natürlich wirkende, fotorealistische Darstellung.<sup>25</sup> Ausdrücklich – und hier liegt die Differenz zu jeder möglichen Fotografie – soll aber nicht etwa ein Zustand in der Gegenwart vorgeführt werden, die „Aufgabe der Objektdarstellung“ ist vielmehr „die Vorwegnahme einer Zukunftsperspektive“ (S. 180). Doch geht es dabei nicht um die Vorstellung des Verkäufers oder gar die Gestaltungsabsicht des Architekten (S. 169). Einziges Maß für die „Richtigkeit der Darstellung“ sei die Erfüllung der Erwartungshaltung der potenziellen Käufer.<sup>26</sup> Die in den folgenden Jahren sich entwickelnden Möglichkeiten digital generierter, „wirklichkeitsnaher“ Visualisierungen bleiben für die Produzentenseite nicht folgenlos. Selbst in der Zeitschrift *Bauwelt*, die sich an Architekturschaffende und nicht an die Immobilienbranche richtet, werden realistisch wirkende Visualisierungen, wenn auch erst zwan-

zig Jahre später, als notwendiges Marketing-Tool behandelt, das auch für den Erfolg bei Wettbewerben entscheidend sein kann, und es wird sogar die mögliche Relevanz für den Entwurf erwogen. So wird 2016 in Heft 33 schon im Titel die Ambivalenz angezeigt: „Ungebautes inszenieren – Architektur verkaufen“. Verschiedene Beiträge erläutern die Situation und umreißen das spezifische und vom Architekturentwurf abgrenzbare Geschäftsfeld der Visualisierung. Im Interview weist Justus Etemeyer von EVE images („eine der größten Renderfirmen in Europa“) darauf hin, dass nicht die Architekten, sondern die Investoren ihre Hauptkunden seien und betont, dass man nicht Architektur mache, sondern Bilder: „Wir machen Bilder. Die Architekten entwerfen“.<sup>27</sup> Das „Wettbewerbsrendering“, das „illustrativer, graphischer“ sei, könne „eine Geschichte erzählen“; „Verkaufsbilder“ dagegen „transportieren ein Lebensgefühl. Sonne, Schatten und schöne Farben dominieren“ (S. 23) im fotorealistischen Modus: „Für mich ist Rendern gleich Fotografieren. Es ist doch egal, ob man mit einer Kamera fotografiert, oder digital ein Bild erstellt.“ (S. 24) Im selben *Bauwelt*-Heft betonen Malte Kloes und Christoph Reichen von der Schweizer Firma bildbau GmbH die potenzielle Bedeutung der Visualisierung aber auch für den Entwurf. Viele Architekten „glauben, in Plänen alles zu verstehen und das Bild nicht zu brauchen“<sup>28</sup>. Im Alltag zeige sich jedoch oft, dass die Visualisierung zu einem Überdenken des Entwurfs führe. Obwohl sie leider „meist erst gegen Ende“ ins Spiel kämen (S. 26), sehen sich die beiden daher als Mitglieder des Entwurfsteams. Ihr Beitrag besteht in der Klärung der ästhetischen Wirkung. Es geht im Grunde um Fragen der Stilistik – der Darstellung, die aber mit der Anmutung der Architektur korrespondiert: Im Dialog mit den entwerfenden Architekten ist der Grad der Detaillierung des

25 In der *Immobilien-Zeitung* wird bereits 1995 die Computer- und Videosimulation als Möglichkeit angezeigt, wobei die Kosten für fotorealistische Standbilder mit 18.000 bis 25.000 DM beziffert werden. Gerhard Saß, „Computer-gestützte Architektursimulation als Marketing-Instrument der Immobilienwirtschaft“, in: *Immobilien-Zeitung* 1995, 27.7.1995, Nr. 16, S. 9, <<https://www.iz.de/unternehmen/news/-computergestuet-architektursimulat-als-market-instrum-derimmobilienwirtsch-von-der-fotorealistic-wiederg-bis-zum-wal-thro-all-ist-moegl--ein-beit-von-2559?crefresh=1>> (zuletzt 27.11.2022).

26 Nielen 1996 (wie Anm. 24), S. 185: „Hüten Sie sich deshalb davor, zu moderne Stilelemente in ihre Objektdarstellungen einzubauen, auch dann nicht, wenn sie vielleicht sogar einen künstlerischen Wert haben sollten.“

27 Friederike Meyer im Gespräch mit Justus Etemeyer, von EVE images, in: *Bauwelt*, 107, 2016, 33 (26. Aug.), S. 22-25, hier S. 22.

28 Friederike Meyer im Gespräch mit Christoph Reichen und Malte Kloes von bildbau, in: ebd., S. 26-29, hier S. 26.

Bildes, der Abstraktion, die Lichtstimmung, die Frage der Farbigkeit zu bestimmen – Komponenten der Visualisierung, die fein abgestimmt werden müssen, um nicht effektvolle, sondern „gute Bilder“ zu erzielen, die „von realistischem Material und Lichtstimmung“ ausgehen (S. 29).

Was in den angeführten Beiträgen anklingt und immer wieder in den Diskussionen aufscheint, ist die Furcht vor einer irreführenden, übertriebenen Visualisierung, vor Bildern, „die überinszenieren“ (S. 26). Was im Bereich des Marketings zu Missverständnissen und womöglich Klagen führen kann beziehungsweise mit dem Hinweis auf den Illustrationscharakter schon im Vorfeld abgewendet wird, kann im Wettbewerb nachteilig werden, wenn ein zu hoher Detaillierungsgrad ablenkend oder irritierend wirkt; die Jury – in der Regel ein Gremium von Fachleuten – möchte nicht von rhetorischen Bildern überumpelt werden.

Die Wettbewerbs- und Verkaufsperspektive ist indessen nur eines von vielen Anwendungsfeldern der Architekturvisualisierung. Von ebenso großer Bedeutung ist die Selbstvermarktung des jeweiligen Architekturbüros mittels Architekturbildern. So ist die Homepage zum digitalen Schaufenster geworden, in dem unabhängig von oder im Vorfeld einer möglichen Beauftragung das Erscheinungsbild und die Haltung eines Büros anhand der entworfenen und ausgeführten Projekte präsentiert werden. Generell hat Visualisierungskompetenz an Bedeutung gewonnen; oder ist es die Kompetenz im Umgang mit stilistischen Parametern der architektonischen Erscheinung als Komponente des Entwurfs?

Die Spezialisten für Visualisierung der Firma bildbau haben jedenfalls 2019 die Seiten gewechselt und führen seither eigene Entwurfsbüros. Malte Kloes (<https://www.maltekloes.ch/#projekte>) ebenso wie Christoph Estrada Reichen, gemeinsam mit Nicole Maria Wallimann

(<https://wallimannreichen.ch/>), glänzen heute mit ebenso schlicht wie elegant gestalteten Homepages, die ihre Projekte in virtuoson Renderings präsentieren. Vor allem Wallimann/Reichen Architekten setzen dabei auf das nahezu textfreie illusionistische Bild als Einstiegsmedium, das mitunter sogar „erzählende“ Elemente enthält, in jedem Fall aber in einer für die ästhetische Haltung des Büros charakteristischen Weise stilisiert wird.

### Fragen des „Stils“ – Ästhetik des digitalen Bildes in der Anwendung

In dem hier zu überblickenden Zeitraum zeichnet sich eine kontinuierliche Entwicklung im Sinne einer zunehmenden Differenzierung dessen ab, was man vielleicht Stilbewusstsein nennen könnte. Die Macht des Bildes wird erkannt. Verlangt ist eine für ein Büro charakteristische Bildsprache in der visuellen Präsentation. Hierfür sind spezielle Fähigkeiten erforderlich. Architektonische Versiertheit bildet die Voraussetzung, gefragt ist aber spezielle digitale Bildkompetenz. Entsprechend differenziert sich das Tätigkeitsfeld auch in den einschlägigen Stellenanzeigen.<sup>29</sup> Das prominente Schweizer Architekturbüro Herzog & de Meuron – es ist im Umgang mit dem Architekturbild, mit Bildhaftigkeit von Architektur in vielerlei Hinsicht maßstabsetzend – sucht in einem Inserat der *Bauwelt* 2007, Heft 25 eine „Architektur-Bildermacher.in“, der oder die folgendermaßen angesprochen wird: „Sie erstellen Bilder, die über die Vermittlung des räumlichen und architektonischen Zusammenhangs hinaus einen visuellen Eindruck des zugrunde liegenden Konzeptes und der gesuchten Atmosphäre kommunizieren. Ihnen ist bewusst, dass die atmosphärische Bildsprache der Schlüssel der visuellen Kommunikation ist.“<sup>30</sup> In diesen Sätzen

29 Siehe zur Auswertung der Stellenanzeigen in der *Bauwelt* den Beitrag von Florian Henrich in der Broschüre zum Teilprojekt in der SPP-Publikationsreihe „Das digitale Bild“ (in Vorbereitung).

30 Inserat von Herzog & de Meuron in *Bauwelt*, 98, 2007, 25 (1. Juli), S. 44, oben rechts.

ist enthalten, dass zwischen Entwurf und Visualisierung ein grundsätzlicher Unterschied besteht, beide aber auf Vermittlung von „Atmosphäre“ zielen: Impliziert ist, dass der Entwurf auf „Atmosphäre“ abzielt; zugleich ist die Rede von einer „Bildsprache“, die selbst „atmosphärisch“ ist.

Was ist damit gemeint? Es ist eine Anmutung, ein sinnlicher Reiz, der von einem Objekt ausgeht, im wörtlichen Sinn wäre es das, was eine Sache umgibt, deren Erscheinung und besondere sinnliche Wirkung bestimmt. Inwiefern kann aber eine solche Anmutung dem Objekt zugerechnet werden? Wird sie nicht wesentlich durch die variablen Umstände, das Licht, das Wetter bestimmt? Das ist wohl zutreffend, vor allem aber ist Atmosphäre etwas, das sich als Empfindung eines Menschen konkretisiert. Der Philosoph Gernot Böhme hat in Bezug auf die Architektur – und hier besonders mit Blick auf die Bauten von Herzog & de Meuron – von einem „Spüren“ des Charakters des Raumes gesprochen, der uns jeweils umgibt und den man sich leiblich, räumlich erschließt: „Wir spüren, was das für ein Raum ist, der uns umgibt. Wir spüren seine *Atmosphäre*“.<sup>31</sup> Das heißt, es würde nicht so sehr um das Sehen gehen; und doch ist das Medium des Bildes offenbar geeignet, um dieses „Spüren“ auch in Absenz eines betretbaren Gebäudes über das Sehen in Gang zu bringen.

Genau dies wäre die Aufgabe der Architekturvisualisierung, wenn denn „atmosphärische Qualität“ als wichtiges Charakteristikum von guter Architektur verstanden wird. Herzog & de Meuron nehmen dies für ihre Arbeit in Anspruch. Es ist aber wohl generell ein zentraler Aspekt, ein Charakteristikum jener Architekturkultur, die sich in den letzten Jahrzehnten, in dezidierter Abkehr von postmoderner Bildhaftigkeit, herausgebildet hat: Eine Architektur, die nicht bildhaft im Sinne eines kommunikativen Zeichens genannt werden kann,

sondern sich vielmehr an die Imagination der Betrachtenden richtet und darauf abzielt, bei ihnen einen Vorstellungsimpuls zu evozieren. Herzog & de Meuron sagen dazu: „Letztlich interessiert uns das Bildpotential, das beim Wahrnehmenden ausgelöst werden kann“.<sup>32</sup> Die Rolle der Architekturvisualisierung in einer solchen Konzeption ist es, dieses postulierte ästhetische Potenzial des zukünftigen Bauwerks in einer Simulation bildlich vorwegzunehmen.

Im Blick auf die Beispiele und Entwicklung der digitalen Architekturdarstellung erweist sich dieser Anspruch als Leitvorstellung, als mal mehr, mal weniger erreichtes Ideal. Ein solches Bild kann zunächst nichts anderes geben als eine überzeugende räumliche Illusion. Das Modell ist prinzipiell eine Ansicht, die Räumlichkeit vermittelt – eine Perspektive in Abhängigkeit vom gewählten Betrachtungsstandpunkt. Doch muss diese Ansicht um jenes Dazwischen, um die „Luft“ ergänzt werden, um eben jene „Atmosphäre“, die eigentlich unsichtbar ist, aber doch die Erscheinung bestimmt. Im digitalen Architekturbild sind daher bildgestalterische Modifikationen der Modellansicht verlangt, die man als Stilisierungen bezeichnen kann. Sie betreffen das ganze Bild in der Art von „Filtern“. Diese stilistische Tönung, wie man auch sagen könnte, verbindet sich mit der Ergänzung von gegenständlichen Motiven, die nicht Teil der Architektur sind, sondern hinzugefügt. Das mächtigste Mittel zur Erzeugung von Atmosphäre ist aber die Allusion, die Anspielung auf vorgängige Bilder, Vorstellungen, Topoi, die in der Visualisierung aufgerufen, impliziert werden. Dies alles sind genuin bildnerische, sogar bildkünstlerische Verfahren, die im digitalen Architekturbild eine technisch induzierte Anwendung erfahren.

Die Breite des Spektrums ist an den Beispielen dieser Ausstellung im Einzelnen ablesbar und soll hier nur an drei Beispielen aufgerufen werden, die ge-

31 Siehe dazu als Versuch einer Annäherung Gernot Böhme, „Atmosphären als Gegenstand der Architektur“, in: Herzog & de Meuron. *Naturgeschichte*, hg. von Philip Ursprung, Ausst.-Kat. Canadian Center for Architecture, Baden (CH) 2002, S. 410–417, hier S. 414.

Hervorhebung im Original.

32 „Über Architektur und Bild. Jacques Herzog und Gottfried Boehm im Gespräch“, am 18. August 2004 aus Anlass der Ausstellung „Herzog & de Meuron: No. 250. Eine Ausstellung“ im Schaulager Basel, <<https://www.herzogdemeuron.com/writings/uber-architektur-und-bild/>> (zuletzt 31.01.2023).

eignet sind, auf die Lösung spezifischer Probleme der Visualisierung in Bezug auf die kommunikative Funktion dieser Bilder hinzuweisen. Diese kommunikative Funktion steht an erster Stelle, denn das Architekturbild ist die entscheidende Schnittstelle; hier müssen die Vorstellungen der Konsumierenden, des Publikums bedient werden, doch sollen sie nicht einfach nur angeregt werden, sondern vielmehr für das betreffende Projekt eingenommen und überzeugt werden.

Mitunter gelingt das durch Integration des Neuen in das Vertraute, in eine Landschaft, eine bekannte Situation. Der Entwurf für ein Kaufhaus an prominenter Lage in Innsbruck zeigt dies exemplarisch (↗ Bild 34). Das Bild ordnet den neuen Baukörper in den gegebenen Kontext ein, macht es zum Element der gewachsenen Struktur einer Stadt. Ein Auto, ein auffälliges Straßenschild erzeugen den „effet de réel“, ganz in der Weise, wie dies Roland Barthes für die Literatur beschrieben hat.<sup>33</sup> Das eigentliche Objekt, eine zum Bestand extrem kontrastierende Fassade, wird in der Perspektive beinahe zum Verschwinden gebracht. Das ist das Ziel, denn es gibt eine heftige öffentliche Debatte über die Verschandelung dieser „himmlischen Stadt“, die immer schon Urbanität mit Bezug auf die Alpenwelt verstanden hat. Der Entwurf war nicht erfolgreich, aber die Bildstrategie entfaltet dennoch eine starke Wirkung.

Was Atmosphäre beinhaltet, lässt sich wohl am besten im Verweis auf die Wirkungen des Lichts, der Beleuchtung erläutern. Licht gestaltet den kontinuierlichen Raum, mit Lichtern lassen sich aber auch Akzente setzen. Licht ist immer schon ein Mittel, um „Stimmung“ zu erzeugen. Als Visualisierung der bereits erwähnten Hamburger Elbphilharmonie von Herzog & de Meuron, eines der auffälligsten „ikonischen“ Architekturprojekte der letzten Jahrzehnte, ist das Nachtbild besonders wirkungsvoll

(↗ Bild 36). Die Darstellung führt eine historische Anspielung auf die Stadtkrone von Bruno Taut mit sich, sicherlich eine Inspirationsquelle, aber hier geht es um das Lichtspiel, das geeignet ist, den elementaren Kontrast von dunklem Sockel und durchbrochenem, sich in Lichteffekten entfaltendem eigentlichem Überbau zu unterstreichen, das tragende Motiv des Hochragens aus dem Wasser – ein Gebilde, das Menschen einen Ort gibt, ein Raum-Schiff, eine Arche, dem Himmel nah.

Gegenüber der Entwurfsinszenierung als nächtlich leuchtende Stadtkrone hat sich das Büro C.F. Møller Architects beim Wettbewerb für den neuen Campus des Via University College in Horsens 2017 in Dänemark dafür entschieden, den Entwurf in einer abendlichen Stimmung wiederzugeben (↗ Bild 47). Die Visualisierung setzt auf das Licht als Zeichen für pulsierendes studentisches Leben auf dem zukünftigen Campus. Diese Bildintention reicht so weit, dass die konstruktive Struktur, das Gefüge der Bauten zurückgedrängt und sogar verdunkelt wird, die Anmutungsqualitäten des Materials sind nicht betont und lassen sich kaum erkennen. Das Projekt wurde realisiert. Auf der Homepage von C.F. Møller Architects findet sich eine umfassende Dokumentation des realen Gebäudes mit Beschreibungen, einer Fotostrecke, Diagrammen, Studien zur Situation, zur Lage, Plänen und Skizzen. Sowohl das Bauwerk als auch die Homepage holen ein, was in der digitalen Darstellung zunächst nur versprochen werden konnte. Dennoch erscheint die Wettbewerbsvisualisierung nicht in der Projektpräsentation. Sie wurde durch die Fotografie ersetzt.

## Digital per Hand

Schlägt demnach die Fotografie letztlich doch das digitale Bild? Man wird das nicht verallgemeinern können. Aber das zuletzt genannte Beispiel mag in einem

33 Roland Barthes, „L'effet de réel“, in: *Communications*, 1968, 11 (März), S. 81-90.

Einzelfall darauf hindeuten, dass man dem fiktionalen Bild denn doch misstraut oder die Fotografie für aussagekräftiger, für seriöser hält. Die Möglichkeit des direkten Vergleichs ist jedenfalls vermieden – die Realität soll nicht an der Architekturfiktion gemessen werden. Das atmosphärische Architekturbild, dessen Gestaltung mittels der digitalen Werkzeuge zu einem Metier geworden ist, ohne welches Architektur heute nicht mehr gedacht werden kann, bleibt aus der Sicht der entwerfenden Architekten ein „Medium“, das heißt ein Vermittlungsinstrument. Illusionswirkung ist erwünscht, aber das digitale Bild ist doch nur Mittel zum Zweck. Wie bereits deutlich gemacht wurde, lassen sich Rendering und Fotografie letztlich auch gar nicht gegeneinander ausspielen, da sie zwei verschiedene Funktionen erfüllen. Das Rendering wird herangezogen, weil der Entwurf eben noch nicht fotografiert werden kann und die Fotografie somit als Medium der Entwurfsdarstellung entfällt. Umso interessanter ist es, dass offensichtlich auch in Architektorkreisen ein weit verbreitetes Bedürfnis besteht, bereits den

Entwurf wie ein Foto des realisierten Bauwerks erscheinen zu lassen und ihn dabei zugleich atmosphärisch in Szene zu setzen.

So lässt sich also beobachten, dass man heute auf dem Feld der Architekturdarstellung offensiv die Umarmung digitaler Technologien betreibt, dass man sie perfekt ausgestaltet und instrumentalisiert – die Webseiten der erwähnten Architekturbüros, von GRAFT Architekten bis zu C.F. Møller Architects, belegen dies eindrücklich. Die digitale Technologie ist hier essenziell und wird hier zumeist auch als solche inszeniert. Aber Architektur will nach wie vor zumindest potenziell als künstlerische Angelegenheit gelten, Gestaltung nach menschlicher Vorstellung und in diesem Sinn gleichsam analog sein. Davon zeugen nicht zuletzt die in jüngster Zeit vermehrt zu beobachtenden Tendenzen der digitalen Architekturvisualisierung, die sich vom konventionellen illusionistischen Rendering entfernen und in Richtung einer wieder mehr grafischen, abstrakteren Darstellungsart bewegen – wengleich mit digitalen Mitteln.<sup>34</sup>

34 Vgl. Olivier Meystre, „Hand in Hand: analog und digital“, in: *Bauwelt*, 108, 2017, 24 (1. Dez.), S. 60–63.