

BAUNETZWOCHEN #440

Das Querformat für Architekten

4. Februar 2016



BOMBAS & PARR

architecture matters#02

CROWDFUNDING

FINANZIERUNG ALS GROSSES VERSPRECHEN

DIESE WOCHE

Investieren statt Spenden: Wer bezahlt, entscheidet, so war es lange Zeit in Architektur und Städtebau. Doch mit Crowdfunding dreht sich der Wind, denn gemeinsam kann man viel, vielleicht auch mehr erreichen. Kurzfristiger Hype oder echtes Potential? Was Crowdfunding kann – und was nicht.



Titel: Marina Abramovic und Shohei Shigematsu neben dem Modell für das *Marina Abramovic Institute*, Foto: Loren Wohl
Oben: *Luchtsingel*-Brücke, ZUS, Foto: Fred Ernst

BauNetz Media GmbH

Geschäftsführer: Jürgen Paul

Creative Director: Stephan Burkoff

Chefredaktion: Jeanette Kunsmann

Texte: Stephan Becker, Katharina Sommer, Nadin Heinich

Gestaltung / Artdirektion: Natascha Schuler

6 Crowdfunding Finanzierung als großes Versprechen

Von Stephan Becker

3	<u>Architekturwoche</u>
4	<u>News</u>
19	<u>Tipp</u>
21	<u>Bild der Woche</u>

Keine Ausgabe verpassen mit dem Baunetzwoche-Newsletter. Jetzt abonnieren!



Sumaida + Khurana / Noë & Associates with The Boundary, www.sumaidakhurana.com

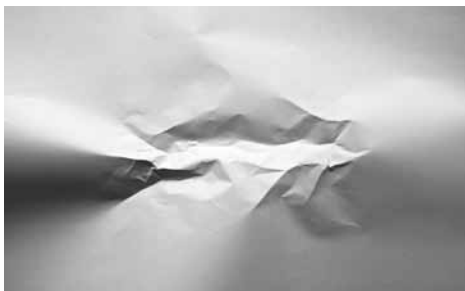
DIENSTAG

„If You Can Make it There, You’ll Make it Anywhere“ heißt es über New York – Álvaro Siza hat das bisher nicht weiter interessiert. Der Portugiese wurde weltberühmt, ohne je etwas in der Stadt am Hudson oder überhaupt in den Vereinigten Staaten gebaut zu haben. Bis jetzt, denn in naher Zukunft soll in der 56. Straße ein Hochhaus seine Handschrift tragen. Die Zusammenarbeit mit dem Investoren-Duo Sumaida + Khurana läuft schon seit einem halben Jahr, jetzt wurden erste Details samt einer Visualisierung der Fassade veröffentlicht. Der Baubeginn für das 128-Meter-Hochhaus ist im Mai, die Einweihung ist für 2018 geplant. Siza ist dann zwar schon 85 Jahre alt, doch vorgenommen hat er sich bestimmt noch einiges – nach New York ist schließlich nichts unmöglich.

NEWS

NORIIKO

AUSSTELLUNG IN BERLIN



Norihiko Dan, Chikei

Ein Staudammkomplex in Kyoto, die Erweiterung des Taiwan Taoyuan International Airport und ein Flagshipstore für Hugo Boss auf Tokios High-End-Shoppingmeile Omotesando zählen zum vielfältigen Werk von Norihiko Dan. Derzeit bespielt der japanische Architekt die Architektur Galerie Berlin. Titel seiner Ausstellung ist das japanische Wort *Chikei*, das beschreibt, was wir im Deutschen als „Gelände“ bezeichnen. Neben einer Reihe eigener Modelle und Projektabbildungen stellt Dan eine Serie großformatiger Papierreliefs aus, die er mit einer speziellen Falttechnik geschaffen hat. Die Ausstellungsräume in der Karl-Marx-Allee unterzieht er außerdem einer räumlichen Transformation. *Bis zum 27. Februar 2016, Architektur Galerie Berlin www.architektur Galerie Berlin*

CHRISTO & JEANNE-CLAUDE

AUSSTELLUNG IN ST. MORITZ

Floating-Piers-large-#-6-2015
Foto: Courtesy Galerie Gmurzynska and © CHRISTO

Im Sommer dieses Jahres, vom 18. Juni bis 3. Juli, wird Christo den Lago d'Iseo in der Lombardei mit Piers aus leuchtend gelben Stoffbahnen verwandeln. *Floating Piers* nennt sich die Installation, die er mit dem künstlerischen Direktor der Fondazione Prada, Germano Celant, konzipiert hat. Einen ersten Einblick in diese neueste Arbeit sowie fortlaufende Projekte von Christo und seiner 2009 verstorbenen Partnerin Jeanne-Claude ermöglicht mit Zeichnungen, Skizzen und Fotocollagen die Ausstellung *CHRISTO & Jeanne-Claude. Works in Progress*. Zu ihrer Eröffnung am 14. Februar spricht Germano Celant. *Ausstellung vom 15. Februar bis 30. März 2016, Galerie Gmurzynska, St. Moritz*

www.gmurzynska.com

ARTEK

AUSSTELLUNG IN DÜSSELDORF

Kaari Collection
Foto: © Studio Bouroullec

„Möbel zu vertreiben und mit Ausstellungen und anderen Bildungsmaßnahmen eine moderne Wohnkultur zu fördern“ hatten sich die vier jungen Finnen Alvar und Aino Aalto sowie Maire Gullichsen und Nils-Gustav Hahl zum Ziel gesetzt, als sie 1935 die Möbelfirma Artek gründeten. Viele ihrer Entwürfe sind zu Klassikern avanciert, die für Funktionalität, Wertigkeit und zeitlose Attraktivität stehen. Die Ausstellung *ARTEK art and technology forever – Ein Projekt der Moderne an der Schnittstelle von Design, Architektur und Kunst?* zeigt nun Klassiker wie den Hocker E60 im Original und stellt sie zeitgenössischen Entwürfen aus der Artek Kollektion gegenüber. *Ausstellung bis 24. März 2016, Architektenkammer Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf www.aknw.de*

TURN ON

ARCHITEKTUR FESTIVAL IN WIEN



Auch in diesem Frühjahr bietet die kostenfreie, dreitägige Veranstaltungsreihe „Turn on“ einen breitgefächerten Blick auf das aktuelle Baugeschehen. An den ersten beiden Festivaltagen referieren und diskutieren Architekturbüros und Unternehmen unter dem Titel „Turn on Partner“ zum Bauen der Gegenwart an der Schnittstelle von Architektur und Wirtschaft. Mit fünfzehn Vorträgen von österreichischen sowie ausländischen Architekten schließt das Festival am dritten Tag. Der Fokus liegt dabei auf dem Thema Wohnen, der Architekturvermittlung, und schließlich auf verschiedenen Beiträgen zu Kultur, Bildung, Infrastruktur und Verwaltung. *3. bis 5. März 2016, Großer Sendesaal im ORF RadioKulturhaus, Wien www.turn-on.at*

NEWS

ALLE LATTEN IM ZAUM

PRODUKTE BEI DESIGNLINES



Palissade von Ronan & Erwan Bouroullec

Zäune und Spaliere spielen im alltäglichen Leben meist nur eine trennende Rolle. Sie grenzen ein, aus und ab, versperren die Sicht, und um sie zu überwinden, muss man entweder mit dem Nachbarn befreundet sein oder wenigstens gut klettern können. Mit *Palissade*, der neuen Outdoormöbel-Kollektion der Bouroullec-Brüder, wird die Zaun-Optik nun in eine neue Perspektive gerückt. Als Bollwerk des aparten Draußen-Sitzens bringen die für Hay entworfenen Möbel zusammen, was zusammengehört: vielfältige Einsatzmöglichkeiten und ergonomischen Komfort.

www.designlines.de

MOSAIK-MAUERWERK

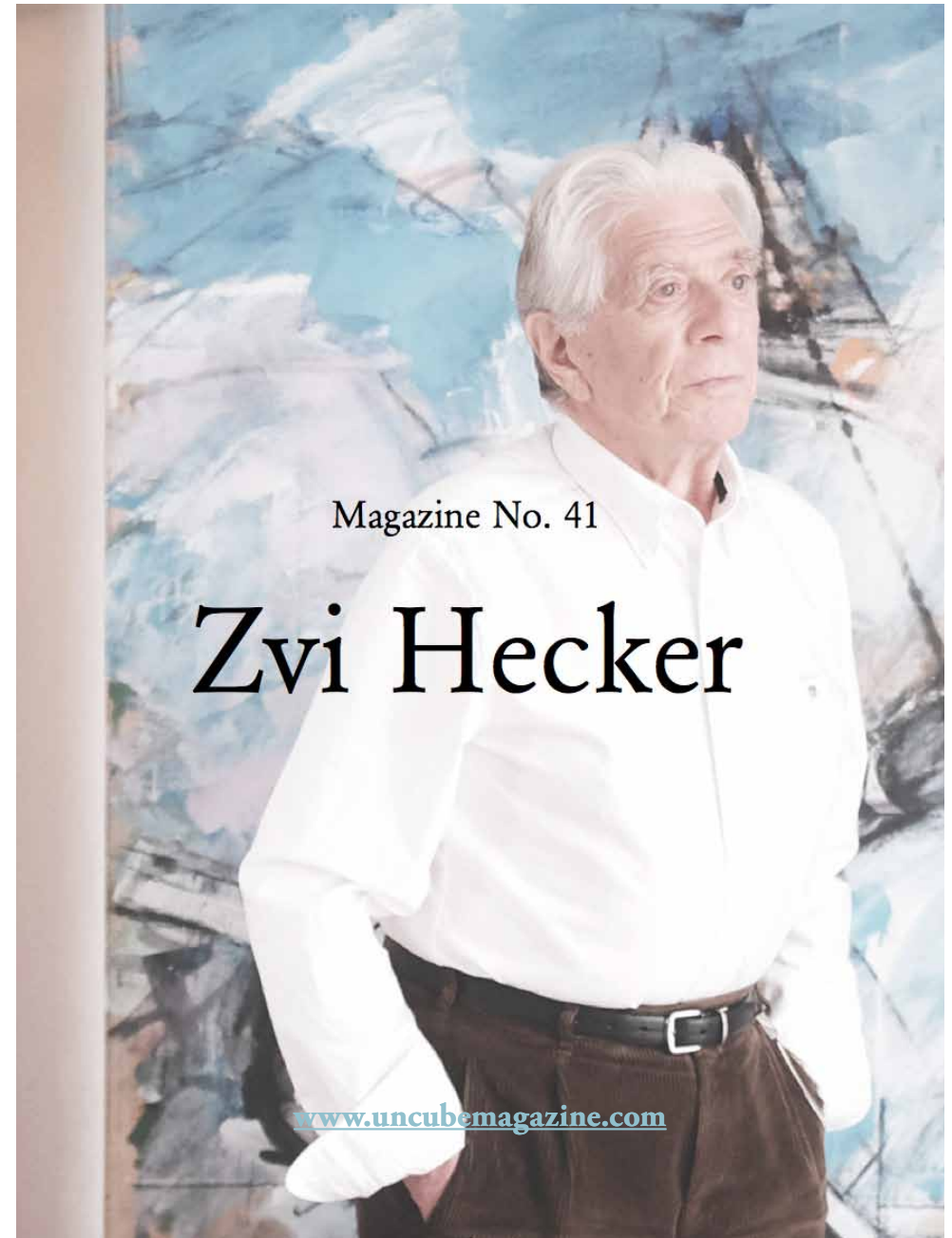
OBJEKT IM BAUNETZ WISSEN



Foto: Stefano Graziani

Von Ferne erscheint der massive rote Block mit wenigen Öffnungen wie ein grober Klotz. Bei näherem Hinsehen jedoch entpuppt sich die Casa della Memoria in Mailand als fein detailliertes und vielsagendes Bauwerk. Einen Ort der Erinnerung schuf das italienische Architektenkollektiv Baukuh – und mauerte den Grund des Gedenkens Stein für Stein in seine Außenhaut. Die Stahlbetonskelettkonstruktion mit einer Vorsatzschale aus Ziegelmauerwerk zeigt gepixelte Porträts und historische Szenen aus Mosaiksteinen im Sonderformat. Sie zeugen von Deportationen und Widerstand gegen faschistische und rechtsextreme Gewalt.

www.baunetzwissen.de/Mauerwerk



Magazine No. 41

Zvi Hecker

www.uncubemagazine.com

CROWD-FUNDING





CROWDFUNDING FINANZIERUNG ALS GROSSES VERSPRECHEN

VON STEPHAN BECKER

Crowdfunding in der Architektur ist groß im Kommen, auch wenn bisher nur wenige Projekte realisiert wurden. Dabei war die Öffentlichkeit für das Thema Finanzierung bisher noch nie zu begeistern – jetzt kehrt plötzlich das Prinzip Wahrheit ein. Beim Crowdfunding stehen nämlich von Anfang an die Kosten im Mittelpunkt und die Nutzer entscheiden selbst, was notwendig ist und was nicht. Eine Chance für Architektur und Städtebau, denn was sonst an leeren Kassen oder mangelnder Fantasie gescheitert wäre, kann nun gebaut werden. In der Immobilienbranche ist das Prinzip übrigens längst Normalität, sogar Hochhäuser werden kollektiv finanziert. Höchste Zeit also, Crowdfunding nicht nur als Modeerscheinung zu begreifen.



Die temporären Unterkünfte im thailändischen Mae Sot werden von aus Myanmar geflüchteten Kindern und Jugendlichen genutzt. Entworfen haben sie Jan Glasmeier und Albert Company Olmo von a.gor.a architects, die vor Ort arbeiten. Nach einem Brand finanzierten sie 2015 den Wiederaufbau zweier Gebäude über eine Indiegogo-Kampagne. Über siebzig Unterstützer trugen insgesamt gut 5.000 Euro bei. Foto oben links: Franc Pallarès-López, Fotos rechts und unten: Allyse Pulliam



Uhren, Kühlschränke und Computerspiele, Filme, Videospiele und Bücher: Es gibt praktisch nichts, was in den letzten Jahren nicht durch Crowdfunding finanziert worden wäre. Das Grundprinzip ist dabei alles andere als neu: Viele Menschen tun sich zusammen, um gemeinsam etwas zu erreichen – was einen sozialen Hintergrund haben kann, aber keineswegs muss. Neben einigen Spaßprojekten sind es insbesondere elektronische Gadgets, die das Prinzip populär gemacht haben. Wer von Anfang an mit dabei ist, bekommt später zur Belohnung als Erster das fertige Produkt. Gerade bei Konsumgütern verschieben sich damit die Machtverhältnisse, denn wo früher nur die Hersteller für das Warenangebot verantwortlich waren, entscheiden nun die Nutzer mit. Die Vermittlung übernehmen dabei Plattformen wie Kickstarter oder Indiegogo – was auch erklärt, warum das Prinzip erst mit dem Internet zum Hype wurde. Spendenkampagnen oder kooperative Finanzierungsmodelle gibt es schließlich schon viel länger – aber erst in Kombination mit den sozialen Medien konnte daraus ein Geschäftsmodell werden, das zwischen Markterprobung, viraler PR und Online-Shopping changiert.



Das Projekt für den unterirdischen *Lowline*-Park wurde 2011 von James Ramsey und Dan Barasch initiiert. Bei einer ersten Kickstarter-Kampagne 2012 kamen für ein unterirdisches Versuchslabor bei 3.000 Unterstützern mehr als 140.000 Euro zusammen. Im letzten Jahr erbrachte eine weitere Runde über 200.000 Euro von 2.500 Unterstützern. Foto: The Lowline New York

NUR PROJEKTE MIT EINER STARKEN VISION, DEREN UNTERSTÜTZER ÜBER REICHLICH SOZIALES KAPITAL VERFÜGEN, HABEN EINE CHANCE

EIN GUTES GEFÜHL

Anwendung findet Crowdfunding längst auch in der Architektur – man könnte sogar behaupten, dass die Idee hier viel ältere Wurzeln hat. Der Sockel der Freiheitsstatue in New York wurde beispielsweise 1885 durch zahllose Kleinspender finanziert, denen der Herausgeber Joseph Pulitzer einen Namensabdruck in einer seiner Zeitungen versprochen hatte. Aber auch Kampagnen aus jüngerer Zeit wie jene zum Aufbau der Frauenkirche in Dresden oder des Stadtschlusses in Berlin lassen an Crowdfunding denken – insbesondere, weil hier von Anfang an auf eine weltweite mediale Präsenz gesetzt wurde.

Jenseits solcher höchst symbolischer Bauten ist das Prinzip jedoch noch immer eher selten anzutreffen, was paradoxerweise gleichermaßen mit den hohen Kosten und dem kollektiven Charakter von Architektur zu tun haben mag. Uhren sind Massenware: Jeder bekommt am Ende sein eigenes Exemplar. Bei einem Neubau hingegen braucht es sehr viele Bürger, die sich auf einen Entwurf einigen müssen – angesichts der begrenzten Reichweite eines Gebäudes umso schwerer zu bewerkstelligen. Zu den bisher erfolgreich umgesetzten Projekten gehören darum insbesondere kleine Vorhaben wie der *Organic Growth Pavilion* der Madrider Architektin **Izaskun Chin-**

chilla in New York oder temporäre Bauten wie die Schüler-Unterkünfte, die **a.gor.a architects** aus Mae Sot nach einem Brand mittels Crowdfunding-Kampagne errichtet haben. Bei beiden Projekten ging es nur um wenig Geld, der Nutzen war klar und ließ sich gut kommunizieren – ein gutes Gefühl oder ein paar schöne Festivaltage auf Governors Island waren den Unterstützern sicher.

IM WETTBEWERB UM AUFMERKSAMKEIT

Da über den Erfolg einer Crowdfunding-Kampagne letztlich die Zahl der Teilnehmer entscheidet, ist die richtige Kommunikationsstrategie ein zentraler Aspekt eines jeden Projekts. Stimmen der inhaltliche Fokus und die mediale Präsentation, ist die Grundidee verständlich, aber trotzdem aufregend und vielversprechend? Gibt es prominente Fürsprecher, die sich im Wettbewerb um mehr Aufmerksamkeit vielleicht einspannen lassen?

Wenn beispielsweise die Schauspielerin und Produzentin Lena Dunham in typischer „Girls“-Manier für den geplanten Lowline-Park in New York wirbt, haben dessen



Der +Pool soll eines Tages im East River in New York schwimmen. Initiiert wurde das Projekt 2011 von den beiden Büros Family New York und PlayLab. Zunächst konnten über Kickstarter für erste technische Versuche bei 3.000 Unterstützern über 35.000 Euro gesammelt werden. Seither kamen durch den Verkauf einzelner Beckenkacheln über 300.000 Euro zusammen.

Fotos: +Pool



Initiatoren, **James Ramsey** und **Dan Barasch**, bereits einiges richtig gemacht. Wer nämlich über solche Testimonials verfügt, der ist nicht nur auf allen Social-Media-Kanälen vertreten, sondern hat die Attraktivität seiner Idee bereits vor der eigentlichen Kampagne bewiesen. Denn Dunham engagiert sich selbstverständlich nur für ein Vorhaben, das ihrer eigenen Coolness entspricht – was nicht wenige ihrer Fans von der Notwendigkeit eines unterirdischen Parks überzeugen dürfte.

Vollkommen unproblematisch ist dieses mediale Buhlen um Aufmerksamkeit allerdings nicht, denn nur Projekte mit einer starken Vision, deren Macher zudem über reichlich soziales Kapital verfügen, haben überhaupt eine Chance – was keineswegs für jedes gute und wichtige Projekt gelten dürfte. Die Zielgruppe beim Architektur-Crowdfunding ist außerdem meist nicht die Fachwelt, sondern eine breite Öffentlichkeit – was dem unmittelbaren Freizeitwert eines Projekts noch mehr Bedeutung verleihen dürfte. Das zeigt auch die Grenzen eines echten *Crowdfunding-Urbanism*, denn die meisten Aspekte des Stadtgefüges sind weitaus profanerer Natur als jene Projekte, die im Scheinwerferlicht stehen.

ETWAS INS ROLLEN BRINGEN

Selbst bei Projekten, die sich um ihren Glamour-Faktor keine Gedanken machen müssen, ist der Weg zum Erfolg allerdings weit. Ein Beispiel: Nach Vorstellung der beiden Büros **Family New York** und **PlayLab** soll noch in diesem Jahr ein kreuzförmiger Swimmingpool vor Brooklyn in der Mündung des East River schwimmen. Aber trotz massiver öffentlicher Unterstützung unter anderem durch Michael Bloomberg, den ehemaligen Bürgermeister von New York, konnten bisher nur 350.000 Dollar durch den Verkauf von personalisierten Kacheln finanziert werden – von 15 Millionen, die insgesamt benötigt werden.

Trotzdem wäre das Projekt ohne Crowdfunding kaum denkbar, insbesondere wenn man bedenkt, wie viele Schritte seit der Gründung der Initiative 2010 schon bewältigt wurden. Die detaillierte Planung für den Pool steht, die Testläufe für die Wasserfilterung waren erfolgreich und eine professionelle Pressearbeit hält das Projekt im öffentlichen Bewusstsein – während es anfangs wohl keinen Politiker gegeben hätte, der für ein so vages Versprechen überhaupt nur einen Cent auszugeben bereit gewesen wäre. Gerade während der extrem wichtigen Frühphase eines Projekts

kann Crowdfunding darum sein Potential ausspielen. Nicht selten reichen nämlich in Architektur und Städtebau ein paar professionell produzierte Bilder und eine erste Machbarkeitsstudie aus, um eine ganz eigene Dynamik zu entwickeln.

Crowdfunding ist in diesem Sinne vor allem ein PR-Instrument, mit dem sich die öffentliche Popularität eines Projekts beweisen lässt – manchmal auch verbunden mit der Hoffnung, schließlich doch noch Sponsoren oder öffentliche Geldgeber zu überzeugen. Denn was man bei allem Hype nicht vergessen darf: Auch Steuern sind ja letztlich eine Form des Crowdfundings, zumindest im Sinne einer kollektiven Finanzierung – eine einmalige Poolabgabe von zwei Dollar pro Einwohner und mit dem Bau des Pools könnte schon morgen begonnen werden.

OFT REICHEN EIN PAAR PROFESSIONELL PRODUZIERTE BILDER UND EINE ERSTE MACHBARKEITSSTUDIE, UM EINE GANZ EIGENE DYNAMIK ZU ENTWICKELN



DIE STADT ALS WUNSCH

Das New Yorker Pool-Beispiel zeigt, dass sich die Realität von Crowdfunding im Architekturbereich deutlich nüchterner darstellt, als es die Nachrichtenlage vermuten lässt. Der Hype – so muss man vermuten – entspringt vor allem der Hoffnung auf künftige Potentiale, die sich aber je nach Perspektive deutlich unterschiedlich darstellen. In der Szene bleiben zwar nur die Projektmacher aktiv, für die Masse hingegen verheißt das eigentlich sehr simple Finanzierungsinstrument einen fundamentalen Wandel bis hin zur ökonomischen Selbstermächtigung. Bisher waren es schließlich nur Wenige, die über die finanziellen Ressourcen verfügten um Architektur und Stadt gestalten zu können. Dank Crowdfunding kann sich nun der Einzelne mit einem kleineren Geldbetrag große Wünsche erfüllen – was gleichermaßen dem Bedürfnis nach Event als auch dem Selbstverständnis als Konsument entgegenkommt.



Die mittelfristig temporäre Luchtsingel-Brücke in Rotterdam von ZUS und I make Rotterdam wurde im Sommer 2015 fertiggestellt. Einzelne Planken kosteten 25, Segmente 125 und ganze Abschnitte 1.250 Euro – insgesamt wurden mehr als 17.000 Bretter verkauft. Fotos: Ossip van Duivenbode

An dieser liberalen Vision eines *Kickstarter-Urbanism* gibt es allerdings auch fundamentale Kritik. Zum einen verfügen sozial benachteiligte Gruppen nicht unbedingt über ausreichend Ressourcen für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit, zum anderen kann bürgerliches Engagement zugleich dem Rückzug der Politik aus traditionell öffentlichen Aufgaben Vorschub leisten. Konkret mag das bedeuten, dass beispielsweise viele ärmere Stadtteile New Yorks ein neues Schwimmbad besser gebrauchen könnten, ein geplanter Hipster-Pool im East River aber die gesamte Aufmerksamkeit bekommt. Vorwerfen kann man das niemandem – mit dem eigenen Geld verfolgt man nun mal eher die eigenen Interessen. Aber die ausgleichende Wirkung von öffentlichen Investitionen lässt sich mit dem Prinzip Crowdfunding nur bedingt erzielen.

Jenseits solcher Zuspitzungen gibt es aber auch Vorhaben wie das *Luchtsingel*-Projekt in Rotterdam, die das Crowdfunding-Versprechen durchaus einzulösen vermögen. Eine hölzerne Fußgängerbrücke verbindet seit kurzem das Zentrum mit dem Norden der Stadt – eine Idee, die zwar auf einem offiziellen Masterplan des Büros Maxwan und der Stadt Rotterdam basiert, die nach dem Willen der Politik aber erst mittelfristig umgesetzt werden sollte. So lange wollte die Initiative **I Make Rotterdam** nicht warten, der auch maßgeblich für die Gestaltung verantwortliche Büro **ZUS - Zones Urbaines Sensibles** angehört. Die Brücke wurde schließlich durch den „Verkauf“ einzelner Holzplanken finanziert – das Projekt hat einen Entwicklungsschub ausgelöst: Gemeinschaftsgärten sind entstanden, ein Hochhaus wurde umgenutzt und in ein altes Parkhaus könnten bald Sportanlagen einziehen.



DIE GLÄUBIGER VON MOORSEL

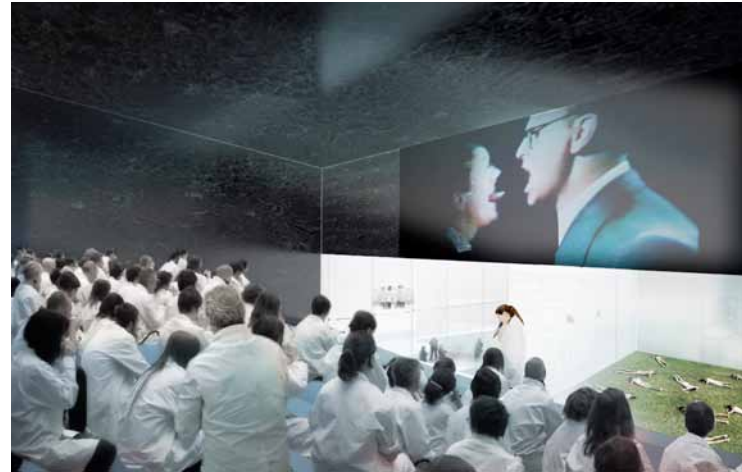
Bemerkenswert an Luchtsingel ist, dass sich nicht nur potentielle Nutzer, sondern – bei über 17.000 verkauften Planken – ein Großteil der städtischen Gesellschaft engagiert haben muss. Wie sich dieses Potential des Crowfundings auch über die Fertigstellung hinaus aktivieren lässt, zeigt das neue Gemeindezentrum von Moorsel, einem Stadtteil von Aalst in Belgien. Der Neubau, dessen Architektur von den Büros **De Kort Van Schaik** und **Van Noten** stammt, wurde durch die Ausgabe von 2.000 Backsteinen im Wert von jeweils 250 Euro finanziert – allerdings nicht im Sinne einer Schenkung, sondern als zinsloses Darlehen an die eigene Gemeinde. Das beschleunigt nicht nur die Aneignung der neuen Räume – ein positiver Nebeneffekt fast aller Crowdfunding-Projekte –, sondern macht die Bürger auch zu Gläubigern des eigenen Gemeindelebens. Denn die Verwaltung kauft nun Stein für Stein zurück, unter anderem finanziert durch die Vermietung des Zentrums für private Veranstaltungen.

Das gute Gefühl, zusammen mit seinen Nachbarn seine unmittelbare Umgebung zu gestalten, erklärt auch den Erfolg der britischen Crowdfunding-Plattform Spacehive, die sich auf Projekte im öffentlichen Raum spezialisiert hat. Kleine Spielplatz-Umbauten sind dort ebenso zu finden wie die Idee einer Londoner High Line oder jene temporäre Wasserrutsche, die der Künstler **Luke Jerram** im letzten Sommer auf einer Straße in Bristol realisieren konnte – langfristige Projekte also gleichermaßen wie kurzweilige Events. Erfolgreich waren bisher insbesondere Bemühungen um den Erhalt von bestehenden, jedoch ruinösen Gebäuden mit einem besonderen symbolischen Wert für ihre jeweiligen Gemeinden. Das macht sie zum perfekten Gegenstand einer Kampagne: Gerade weil alte Schulen oder Krankenhäuser mit kollektiver Bedeutung aufgeladen sind, entfaltet ihr drohender Verlust eine große Überzeugungskraft.

Das Gemeindezentrum in Moorsel wurde von den beiden Büros De Kort Van Schaik und Van Noten Architects entworfen und 2014 fertiggestellt. Der Bau wurde durch die Ausgabe von 2.000 Backsteinen à 250 Euro finanziert, wobei die Gemeinde die Steine mittelfristig zurückkaufen wird. Foto: Filip Dujardin



Foto: Filip Dujardin



Das *Marina Abramovic Institute* soll in der Kleinstadt Hudson bei New York entstehen. Der Entwurf stammt von OMA, verantwortlich sind Shohei Shigematsu und Rem Koolhaas. Die erste Phase des Projekts fand auf Kickstarter knapp 5.000 Unterstützer, die insgesamt über 600.000 Euro für die weitere Planung bereitstellten. © OMA



WELTWEITES SPEZIALINTERESSE

Crowdfunding ist jedoch nicht auf lokale Kontexte beschränkt – im Gegenteil, gerade die Möglichkeit auf der ganzen Welt Unterstützer zu finden, macht Crowdfunding für speziellere Vorhaben und ihre Macher attraktiv. Das Institut, das beispielsweise die Performance-Künstlerin **Marina Abramovic** in der Kleinstadt Hudson bei New York plant, dürfte für die Nachbarschaft nur wenig Relevanz haben – weshalb Abramovic ihre Kickstarter-Kampagne zur Finanzierung der ersten Phase des von **OMA** gestalteten Gebäudes gleich auf ein globales Publikum ausrichtete. Für wenige Dollar wurde man von der serbisch-amerikanischen Künstlerin umarmt – bei mehreren Terminen in Europa und Amerika.

Für Abramovic ging es beim Crowdfunding nicht um die Baukosten, sondern um ihre Unabhängigkeit: Ohne Probleme hätte sie für ihr Vorhaben auch Sponsoren oder reiche Mäzene finden können. Insbesondere bei unkonventionellen und unerprobten Ideen gilt aber, dass sie ohne Crowdfunding gar keine Chance auf Finanzierung hätten. Vielleicht ist das auch einer der Gründe für das große Interesse vieler Architekten am Thema – deren persönliche Hingabe viel zu oft im deprimierenden Kontrast zu trockenen Bankern, desinteressierten Beamten oder humorlosen Investoren steht.

Dass dies selbst für große Akteure wie **Bjarke Ingels** relevant sein kann, zeigt dessen Projekt für eine Ringe ausspuckende Nebelmaschine, die nach einer Idee des Berliner Büros **realities:united** die im Bau befindliche Müllverbrennungs-Anlage Amager Bakke in Kopenhagen krönen soll. Das kontemplative Aufsteigen der Ringe soll spielerisch unseren Beitrag zum Klimawandel thematisieren – was technisch allerdings nicht ganz einfach umzusetzen ist. Ein Prototyp musste her, der über das reguläre Budget allerdings nicht zu finanzieren war. Die notwendige Summe von über 25.000 Dollar konnte Ingels zwar dank seiner Fans in kurzer Zeit akquirieren – für seinen Flirt mit Crowdfunding wurde der Däne aber zugleich kritisiert. Der Architekt, so meinten manche, hätte eine solch vergleichsweise geringe Summe sicherlich auch anderweitig auftreiben können, weshalb die Aktion vor allem als Marketing-Gag zu sehen sei.

INVESTIEREN STATT SPENDEN

Bei aller Kritik ist das Crowdfunding-Prinzip in der Architektur bemerkenswert positiv konnotiert, vor allem auch, weil die meisten dieser bekannten, die öffentliche Wahrnehmung dominierenden Projekte ohnehin auf Spendenbasis beruhen. Während sich jedoch diese Projekte in ihrem Umfang eher bescheiden ausnehmen, existiert ein ungleich größerer Crowdfunding-Zweig, der ausschließlich auf kommerziellem Interesse beruht. Hochhäuser, Wohnanlagen oder Hotels – kein Investment, das von Plattformen wie dem New Yorker **Prodigy Network** nicht an tausende Kleinanleger vermittelt werden würde. Und während es beim +Pool um ein paar Millionen geht, stehen beim Wolkenkratzer **BD Bacatá** in Bogotá schon eine Viertelmilliarde Dollar in den Büchern.



Die Inbetriebnahme des Nebelring-Generators auf der Müllverbrennungsanlage Amager Bakke in Kopenhagen ist für 2017 geplant. Am Projekt beteiligt waren und sind BIG und Bjarke Ingels, das Berliner Büro realities:united, der Ingenieur Peter Madsen und die Technische Universität Kopenhagen. Die Finanzierung des bisher größten Prototypen erfolgte über Kickstarter, insgesamt gaben fast 400 Unterstützer über 27.000 Euro. © BIG



Die Idee für die temporäre Wasser-rutsche Park and Slide in Bristol stammt vom Künstler Luke Jerram. Realisiert wurde sie im Sommer 2015 nach einer Crowdfunding-Kampagne auf Spacehive, bei der über 500 Unterstützer mehr als 7.000 Euro spendeten. Foto: Luke Jerram

Natürlich sind die Vorzeichen hier vollkommen andere, denn beim *Bacatá*-Projekt, das sich gerade im Bau befindet, geht es den beteiligten Anlegern ausschließlich um den Gewinn – und der Einstiegspreis liegt mit einigen tausend Dollar nur in Reichweite einer ziemlich kleinen Gruppe. Doch die Kampagne für das künftig zweithöchste Hochhaus Südamerikas richtete sich eben nicht an Profis, sondern über alle verfügbaren Kanäle an die gesamte Gesellschaft. Das Prodigy Network sieht sich darum als Pionier. Bisher sind solche Investments aufgrund strenger Regularien zwar nur ab einer bestimmten, relativ hohen Summe erlaubt, doch in Zukunft sind auch Anteile von wenigen Hundert Dollar denkbar. Zu einfach machte man es sich jedoch, den Erfolg und die Bedeutung solcher Projekte allein auf ihren kommerziellen

Charakter zu reduzieren und die Verwendung des Begriffs Crowdfunding in diesem Kontext vor allem als PR-Masche zu sehen – wie es solchen Projekten insbesondere in Amerika immer wieder vorgeworfen wurde. Denn insbesondere für unternehmerisch begabte Architekten eröffnen sich hier tatsächlich neue Möglichkeiten, um ihre Projekte unabhängig von den üblichen Beschränkungen der Immobilienbranche zu realisieren. Auch das Prodigy Network geht in diesem Sinne neue Wege, wenn es beim *17-John-Street-Projekt* in New York nicht nur mit der Finanzierung, sondern auch mit dem Crowdsourcing von Teilen der Gestaltung experimentiert.

SEIT CROWDFUNDING STEHEN DIE KOSTEN EINES VORHABENS PLÖTZLICH IM MITTELPUNKT

Das Hochhaus BD Bacatá in Bogotá wurde über die auf Immobilien spezialisierte Crowdfunding-Plattform Prodigy Network finanziert. Entworfen wurde das Gebäude von Architectonics aus New York. Von den Gesamtkosten in Höhe von 220 Millionen Euro wurden 170 Millionen Euro durch eine „Crowd“ von 4.000 Investoren erbracht, die Fertigstellung ist für das laufende Jahr geplant. Foto: Prodigy Network





Das Hochhaus dominiert schon heute die Skyline von Bogotá und wird bald das zweithöchste Gebäude Südamerikas sein. Foto: Prodigy Network

SCHÖNHEIT FÜR DEN ALLTAG

Ob sich Crowdfunding jenseits des aktuellen Hypes in Zukunft wirklich durchsetzen wird, lässt sich selbst angesichts solch wichtiger Projekte wie dem Hochhaus in Bogotá nur bedingt vorhersagen. Bemerkenswert bleibt jedoch, dass zumindest eine uralte Gewissheit ins Wanken gekommen ist, ein Nebeneffekt vielleicht, aber doch einer mit großem Potential: Über Jahrhunderte hinweg galt das Thema Finanzierung als langweilige Notwendigkeit, die höchstens als Skandal eine gewisse Aufmerksamkeit bekam – seit Crowdfunding stehen die Kosten eines Vorhabens plötzlich im Mittelpunkt. Folgt daraus vielleicht eine neue Einheit von Architektur und Projekt, also der reinen Gestaltung, die mit schönen Bildern spielt, und der konkreten Umsetzung, die nicht ohne Zahlen und Tabellen auskommt? Die Bürger in Moorsel wissen jedenfalls ganz genau, was ihnen ihr Gemeindezentrum wert war – und halb New York dürfte begriffen haben, dass schwimmende Pools zwar nicht ganz billig, dafür aber überaus inspirierend sind.

Dieses neue Bewusstsein ließe sich sogar politisch nutzen, versteht man Crowdfunding nicht nur als ökonomisches Instrument, sondern als eine Form der Meinungsäußerung. Wäre nicht eine gesellschaftspolitische Neuinterpretation denkbar, mit der sich die Leistungsfähigkeit der kollektiven Finanzierung stark erhöhen ließe? Über eine Art staatliche Crowdfunding-Plattform könnten beispielsweise in Zukunft die Bürger einen Teil ihrer Steuern an beliebige Projekte vergeben. Auch diese Variante wäre vielleicht ein Popularity Contest, bei dem nicht unbedingt die wichtigsten, sondern vor allem die schönsten und aufregendsten Ideen gewinnen. Es muss ja nicht um substantielle Notwendigkeiten gehen, sondern allein um jene Extras, die den Alltag zu etwas Besonderem machen – mehr Schönheit hat den Städten noch nie geschadet.



Luchtsingel-Brücke in Rotterdam von ZUS und I make Rotterdam, Foto: Ossip van Duivenbode

ARCHITECTURE MATTERS #02

EXTREMER WACKELFAKTOR: BOMPAS & PARR

Bild der Woche

Tipp

Dossier

News

19

Architekturwoche

Inhalt



Sam Bompas und Harry Parr sind Experten für kulinarische Inszenierungen, architektonische Installationen und das Ausreizen unserer Geschmacksnerven. Bekannt wurden sie dank ihrer außerordentlichen Fertigkeiten bei der Herstellung von Wackelpudding: Anlässlich des London Festival of Architecture 2008 suchten Bompas und Parr den ultimativen Wackelpudding-Architekten. Doch was macht man, wenn plötzlich 2.000 Personen ein Ticket für ein „Architectural Jelly Banquet“ kaufen? Man

denkt das Ganze ein bisschen größer und macht eine richtige Inszenierung daraus. Zu den Architekten, die realisierte oder ungebaute Entwürfe einreichten, gehörten einige der bekanntesten der Stadt, unter anderem Sir Norman Foster mit seiner leider zu stark schwankenden Millennium Bridge, Sir Nicholas Grimshaw und Lord Rogers. Ein Expertengremium beurteilte Innovationsgrad, Ästhetik und Wackel-Faktor. Bei der Wertung half sicherlich auch, dass Harry Parr Architektur studiert hat.



Alcoholic Architecture, Foto: Greta Ilieva
Vorherige Seite: Foto: Dan Price

Seither haben Bompas & Parr nicht nur ihre Fähigkeiten mit Wackelpudding zu komplexen Rauminstallationen, die im Dunklen leuchten oder in Neonfarben glühen, weiterentwickelt. Gelegentlich kochen sie mit Lava oder Blitzen. Sie kreierten mit „Alcoholic Architecture“ begehbare Wolken-Cocktails, bei dem der Gin Tonic nicht im Glas serviert, sondern eingatmet werden konnte. Oder sie experimentieren mit Essiggurken-Kronleuchtern, denn Essiggurken leiten Strom und sind wegen ihres hohen Wassergehaltes und ihrer Lichtdurchlässigkeit ein idealer Glühbirnenersatz.

Heute beschäftigen Bompas & Parr 22 Mitarbeiter: Köche, Designer, Ingenieure und Architekten. Das Studio arbeitet nach einem straffen Zeitplan mit Unternehmen wie Selfridges, Louis Vuitton oder Mercedes-Benz zusammen, inszenierte bisher Räume in Institutionen wie der Serpentine Gallery, dem Victoria & Albert Museum, beim Salone del Mobile oder im San Francisco Museum of Modern Art. Und Sam Bompas und Harry Parr sind noch lange nicht fertig. Es gibt noch viele kulinarische Extreme, die sie ausreizen wollen.

architecturematters.eu

architecture

matters

INTERNATIONAL EVENT
ON ARCHITECTURE,
SOCIETY AND THE FUTURE

With

Bompas & Parr
London

Office
Kersten Geers
David Van Severen
Brussels

Ole Scheeren
Beijing, Hongkong, Berlin

Wowhaus
Moscow

Munich Session

Peter Haimerl
Peter Haimerl Architektur

Stefan Högmaier
Euroboden

Matthias Lilienthal
Kammerspiele München

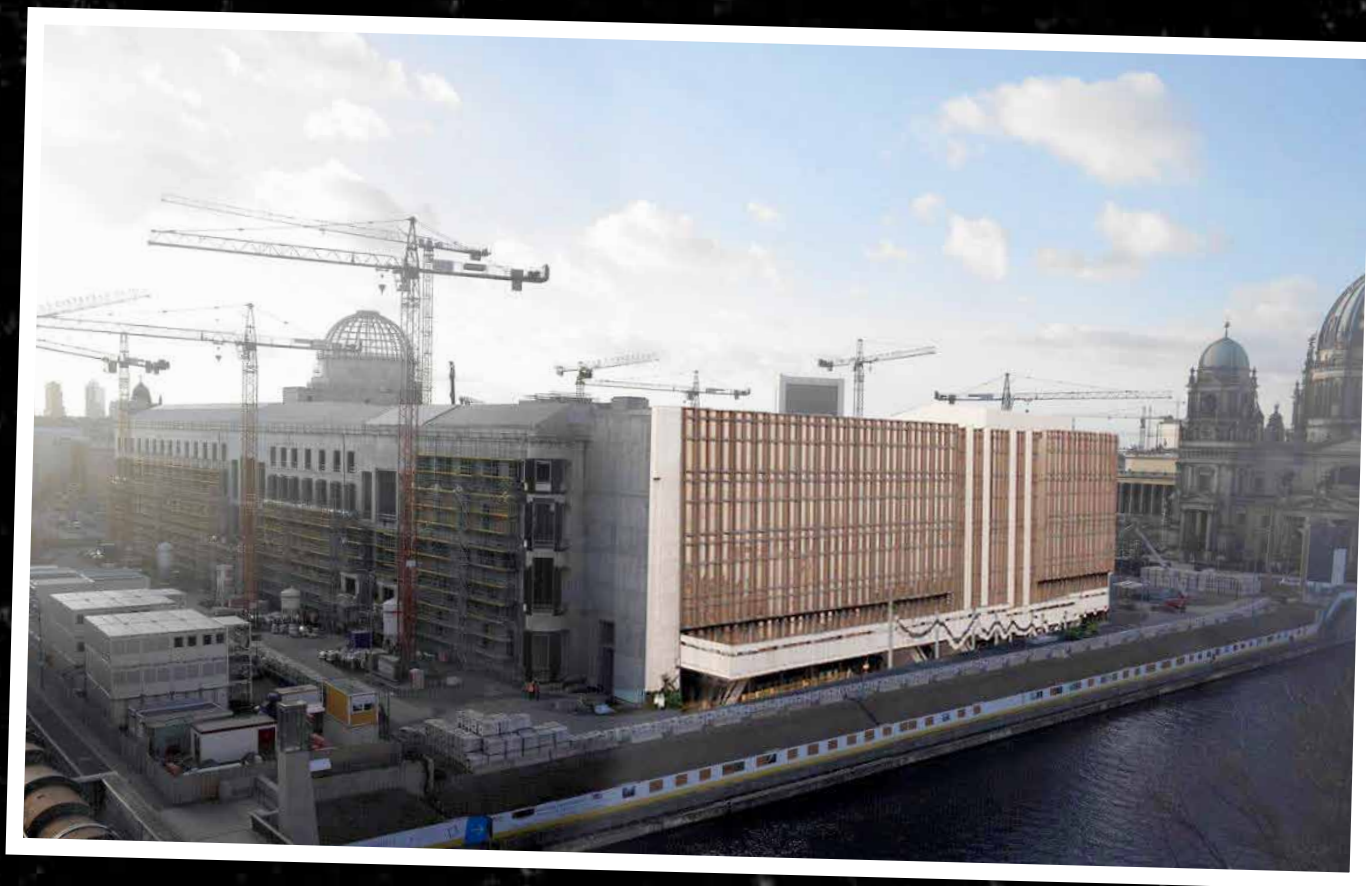
Mjunik Disco
Mirko Hecktor

Tape Installation
Uli Pape

19 FEBRUARY 2016

**REAKTORHALLE
MUNICH**

a project by
PLAN A



PALAZZO DI SCHLOSSO

Endlich Frieden in Berlin? Die moderne Rückseite von Franco Stellas Schlossrekonstruktion mag ohnehin niemand – da könnte also noch was gehen, dürften sich die Palastbefürworter denken. Passt das bronzene Glas nicht viel besser zur schmutzigen Hauptstadt als eine fabrikneue Natursteinfassade? Der Entwurf der Stadtzeitung tip kommt also im richtigen Moment, auch wenn er eine unangenehme Wahrheit offenbart. Die Verschmelzung der beiden Gebäude wirkt so selbstverständlich, dass einem ihre Wesensverwandtschaft förmlich ins Auge springt. „Palazzo di Protzo“ nannte man den Palast nicht ohne Grund – das neue Schloss wird auch kein Bollwerk der Bescheidenheit.

sb // www.tip-berlin.de // Foto: GCM Berlin/ Slaski+Metzroth