

«Der Katalog ist tot»

Architekturmonografien boomen, und nicht selten gewinnen sie Buchpreise. Die reine Selbstdarstellung eines Büros in Buchform ist aber passé.

Text:
Marion Elmer

Buchauszeichnungen bringen dem Verlag und den Buchgestaltern Renommee. Doch sie helfen nur in Ausnahmefällen, ein Buch besser zu verkaufen. Dazu muss der Verleger im Vorfeld andere Faktoren bedenken. Andrea Wiegelmann, seit zwei Jahren Leiterin des Niggli Verlags, hat dessen Verkaufszahlen analysiert: Monografien von weniger bekannten Büros, die solide Baukunst, aber wenig Neuerungen bieten, verkaufen sich kaum. Bei prominenten Büros sei die Nachfrage zwar meist garantiert. Dennoch sei das inhaltliche und gestalterische Konzept zentral. Und immer stelle sich die Frage: Lohnt es sich, über die Bauprojekte zu sprechen? «Reine Selbstdarstellung reicht heute nicht mehr aus», sagt Wiegelmann.

Diesen Trend bestätigt die Jury der Architectural Book Awards 2014, die das Deutsche Architekturmuseum vergibt. Ausgezeichnet werden Peter Zumthors fünf Bände umfassende Monografie siehe Hochparterre 5/14 und die Rückschau auf Fernand Pouillons Werk mit neu gezeichneten Plänen siehe Hochparterre 6-7/14. 2013 gewann die Monografie von Simón Vélez, «weil sie zeigt, wie raffiniert und bezaubernd man mit Bambus bauen kann», so die Jury. Das dänische Büro BIG räumte mit seinem Archicomit «Yes is more» den Award 2010 ab: So eigenwillig und radikal wagte sich noch kaum ein Büro an seine Monografie.

Auch unter den «Schönsten Schweizer Büchern» – ein Wettbewerb des Bundesamts für Kultur – finden sich regelmässig Architektenmonografien. Der diesjährige Gewinner – «A Primer» von Atelier Bow-Wow – verwebt Entwurfsbegriffe und Bauten zu einem dichten Kompendium, das die Arbeitsweise des japanischen Büros veranschaulicht. Die laut Jury «zu visueller Poesie geronnene Architektenmonografie» von Buchner Bründler Architekten trug 2013 nicht nur die Auszeichnung «Schönste deutsche Bücher» nach Basel heim, sondern 2014 auch noch Gold im Wettbewerb um die «Schönsten Bücher aus aller Welt».

Wenige Monografien trotz vieler Anfragen

Das Bedürfnis von Architekturbüros nach einer eigenen Monografie ist gross. Rund zwanzig Büros jährlich möchten ihre Monografie bei Niggli verlegen. Dennoch sind klassische Monografien von zeitgenössischen Büros im Niggli-Programm neuerdings die Ausnahme. Oft eigne sich der typologische Ansatz besser für eine Publikation: Ein Architekt, der viele Krankenhäuser gebaut hat, gewinnt mit einer Publikation über Spitalbauten einen grösseren Leserkreis als mit einem Werkkatalog. Auch retrospektive Monografien laufen. Das Buch über Max Schlup

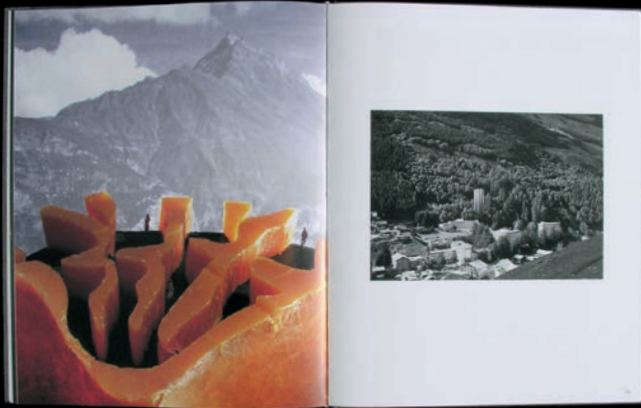
siehe Hochparterre 8/14 wurde dem Verlag förmlich aus der Hand gerissen. Denn der Architekt war bisher kaum publiziert; sein Werk ist abgeschlossen und besser einzuordnen. Zudem stehen Bauten der Sechziger- und Siebzigerjahre heute wieder im Fokus des Interesses.

Auch der Buchgestalter und Verleger Lars Müller erhält jedes Jahr circa 25 ernsthafte Anfragen prominenter Büros. Doch klassische Monografien verlegt er keine. In seiner 30-jährigen Verlegerkarriere findet sich dennoch die eine oder andere «Jugendsünde» oder ein «Beziehungsdelikt». Monografien, die Architektennamen als Titel haben, macht er aber schon länger nicht mehr. Vielmehr sollte sich ein Architekturbüro fragen, welche Inhalte nicht nur Freunde und Familie, sondern ein breites Fachpublikum interessieren. So entstand etwa die Publikation «Was ein Haus in sich verankert» über das Büro Fuhrimann Hächler. Indem das Buch sich auf sieben kleinere Bauten konzentriert, schält es die Essenz des Schaffens dieses Büros heraus.

Gut gemachte PR oder Buchkunst?

Verlegt wird, was sich verkaufen lässt. Dieser logische Schluss trifft bei Architektenmonografien nur bedingt zu. Denn die Projekte sind komplex, viele Spezialisten involviert und die Budgets folglich so hoch, dass sie sich über den Buchverkauf nicht finanzieren lassen. Unter 100 000 Franken ist eine Architektenmonografie in der Regel nicht zu haben. Nach oben gibt es keine Grenze. Ein mehrmals überarbeitetes Konzept; monatelanges Aufbereiten von Texten, Fotos und Plänen für das Buch; eine hochwertige Materialausstattung – und man ist ganz schnell bei einer Viertelmillion. Was auffällt: Drei der diesjährigen Preisträger – die Monografien über Fernand Pouillon, Atelier Bow-Wow und Buchner Bründler – stammen aus den Werkstätten der ETH Zürich. Offenbar besteht ein Zusammenhang zwischen personellen respektive finanziellen Ressourcen und einer guten Monografie. Für unabhängige Verlage ist es nicht einfach mitzuhalten. Meist operieren sie mit einer Mischkalkulation: Die Architekturbüros zahlen einen massgeblichen Anteil der Kosten aus der eigenen Tasche. Oder sie gewinnen langjährige Baupartner für Sponsoringbeiträge.

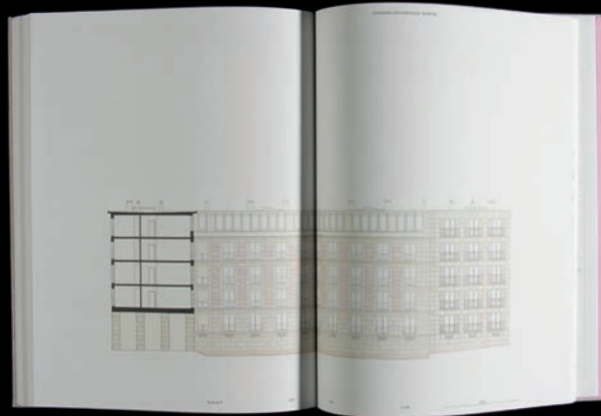
Stimmt es also doch? Sind von Verlagen publizierte Monografien in Wahrheit gut gemachte PR-Broschüren für die Architekten? «Eine Motivation des Büros ist natürlich die Selbstinszenierung», sagt Andrea Wiegelmann vom Niggli Verlag. Die Monografie ist ein Instrument für die Bauakquise. Doch die meisten heutigen Architektenmonografien vermitteln Inhalte, die einen grösseren Leserkreis interessieren. «Reine PR findet heute keinen Verlag mehr», sagt die Verlagsleiterin. →



1



2



4



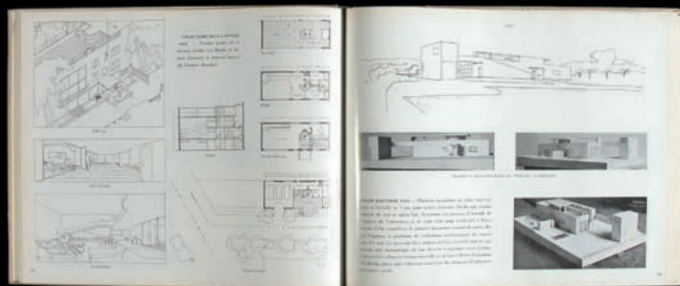
3



6



5



7

1 Peter Zumthor. 1985–2013. Texte, Skizzen und Zeichnungen von Peter Zumthor. Thomas Durisch (Hg.). Gestaltung: Beat Keusch und Angelina Köpplin. Scheidegger & Spiess, Zürich 2014, Fr. 250.–; DAM Architectural Book Award 2014.

2 Sieben Bauten. Was ein Haus in sich selbst verankert. Andreas Fuhrmann, Gabrielle Hächler (Hg.). Gestaltung: Norm, Fotografie: Valentin Jeck. Lars Müller Publishers, Zürich 2010, Fr. 50.–.

3 Buchner Bründler. Bauten. Gestaltung: Ludovic Balland. GTA Verlag, Zürich 2012, Fr. 98.–; Die schönsten deutschen Bücher 2013, Schönste Bücher aus aller Welt 2014.

4 The Stones of Fernand Pouillon. Adam Caruso and Helen Thomas (Hg.). Gestaltung: Moiré, Fotografie: Hélène Binet. GTA Verlag, Zürich 2013, Fr. 62.–; DAM Architectural Book Award 2014.

5 Simón Vélez Architecte. La maîtrise du bambou. Pierre Frey (Hg.). Gestaltung: Loup Design, Fotografie: Leidi von Schaewen. Actes Sud, Arles 2013, Fr. 55.–; DAM Architectural Book Award 2013.

6 Atelier Bow-Wow. A Primer. Laurent Stalder, Cornelia Escher, Megumi Komura, Meruro Washida (Hg.). Gestaltung: Cornel Windlin und Bruno Margreth, Fotografie: Lena Amuat. Verlag der Buchhandlung Walther König, Köln 2013; Die schönsten Schweizer Bücher 2013, Shortlist DAM Architectural Book Award 2013.

7 Le Corbusier et Pierre Jeanneret. Œuvre complète. 1919–1929. Willy Boesiger und Oscar Stonorov (Hg.). Birkhäuser, Basel 2006, 16. Auflage (Originalauflage: Edition Girsberger, Zürich 1929), € 89,95.

«A Primer» ist vergriffen; alle anderen Monografien sind erhältlich bei Hochparterre Bücher: www.hochparterre-buecher.ch

→ Der Grafikdesigner Ludovic Balland wird noch deutlicher: «Der Katalog ist tot.» Nur wenn die Monografie ein eigenes Leben erhalte, habe sie eine Existenzberechtigung. Er sieht seine Aufgabe darin, die Architektursprache ins Zweidimensionale zu übersetzen. Häufig kann die Leserin die Architektur besuchen. Dann reicht ein schönes Bilderbuch nicht aus. Die Monografie von Buchner Bründler, die Balland gestaltete, lockt den Leser etwa mit einem atmosphärischen Inhaltsverzeichnis in eines der Häuser, und Interviews legen die Entwurfsbegriffe und die Arbeitsweise aus.

Solche Übersetzungsarbeit bedingt eine intensive Auseinandersetzung mit dem Architekturbüro und seinen Bauten. «Architektenmonografien sind die Bücher, die am meisten Zeit brauchen», sagt Balland. «Wenn du nach sechs Monaten fertig sein willst, beginnst du besser gar nicht.» Buchgestalter Jürg Schönenberger pflichtet bei. Die schiere Materialmenge zu bewältigen, ist das eine. Das andere ist die Selbstreflexion, die das Büro während der Arbeit an der Monografie durchläuft. «Dieser Prozess ist wichtig, kann für die Architekten aber schwierig sein, wenn sie merken, dass Selbst- und Fremdbild nicht übereinstimmen», sagt Schönenberger.

Wer seine Werkliste veröffentlichen will, macht das also besser im Internet; da können auch die Projektdaten jederzeit aktualisiert werden. Jürg Schönenberger macht einen Trend zu vermehrter Webpräsenz aus. «Bei solch einem hohen Publikationsaufwand überlegen sich junge Büros gut, ob sie das Geld in ein Buch stecken wollen.» Die Monografie sieht er dennoch nicht in Gefahr. «Das Buch ist in der Wertigkeit ganz oben, es ist kaum zu toppen.» Das bestätigt Andrea Wiegelmann: «Im Web kann sich jeder darstellen, ein Buch ist etwas Besonderes.» Das Internet trägt also sogar zum Prestige des Buches bei.

Digitale Spuren im klassischen Medium

Dennoch hinterlassen die neuen Medien Spuren im gedruckten Buch. In der Buchgestaltung zeichnet sich eine Tendenz ab, die einzelnen Elemente – Foto, Plan, Text – in voneinander getrennten Kapiteln darzustellen. Lars Müller begründet diese Entwicklung mit dem Einfluss digitaler Medien, in denen der Leser schnell durch einen Bildessay «wischt». Müller sieht jedoch nicht ein, wieso die Elemente nicht beieinanderstehen sollten. Nur so könne man die Projekte im Zusammenhang lesen. Für Ludovic Balland dagegen vereinfacht die Trennung die Erzählstruktur: «Ein Plan allein wirkt stärker als zusammen mit Text und Foto.» Der Wandel im Leseverhalten fasziniert ihn. Jürg Schönenberger treibt dagegen eine andere Frage um: Wird ein neues Medium entstehen, das die Architektenmonografie ablöst, aber ebenso in sich abgeschlossen ist?

Vorläufig nicht: Auch knapp hundert Jahre nach der ersten Architektenmonografie – das 1919 erschienene Buch über den Münchner Architekten Emanuel von Seidl – werden die Weichen kaum neu gestellt. Oder mit Andrea Wiegelmans Worten: «Es ist doch erstaunlich, dass es zwischen Le Corbusiers «Œuvre complète» und Peter Zumthors Autobiografie eine Art Verwandtschaft gibt.» Die erste Blüte des Genres in den Zwanzigerjahren gründete auf drei Umständen. Erstens begannen Architekten zu akquirieren, da sie immer seltener für den Adel, dafür öfter privat tätig waren. Zweitens finanzierte der Bauboom die Produktion. Und drittens erwachte das Interesse einer breiten Öffentlichkeit an der modernen Architektur. Alle drei Punkte sind heute noch gegeben.

Kommentar

Architektinnen, hört auf die Büchermacher!

Zu den Leserinnen und Lesern von Architektenmonografien zählen nicht nur Fachleute, sondern auch breite an Architektur und Design interessierte Kreise. Um dieses Publikum anzusprechen, braucht eine Monografie ein selbsterklärendes Buchkonzept. So viele Bauten und Projekte wie möglich zu zeigen, kann nicht das Ziel sein. Die Entwurfshaltung lässt sich besser mit ausgewählten Projekten oder mit einem thematischen Fokus herauschälen; die Gesamtübersicht kann man getrost ans Werkverzeichnis im Anhang delegieren.

Um kluge Konzepte und die sorgfältige Umsetzung einer Monografie kümmert sich oft eine ganze Reihe von Spezialisten: Herausgeberinnen und Buchgestalter, Fotografinnen und Lektoren, Übersetzerinnen und Polygrafen. Allzu oft werden sie aber zu reinen Dienstleistern, wenn Architekten in letzter Minute doch noch dieses oder jenes Projekt hinzufügen oder einen weiteren Text reinquetschen. Solche Ergänzungen führen selten dazu, dass mehr Bücher verkauft und gelesen werden. Fast immer aber verwässern sie die ursprüngliche Buchidee. Architekten erweisen sich darum selbst einen Dienst, wenn sie den Büchermachern auf Augenhöhe begegnen und ein gutes Konzept auch mal gut sein lassen. Verleger und Herausgeberinnen, Buchgestalter und Lektorinnen: Bleibt hartnäckig und standhaft! Marion Elmer ●

myslidesstyle.ch

Für Architekten und Designer