

<

Zu wenig Ausstellungsfläche: Über 100 000 Besucher kommen jährlich ins Berliner Bauhaus-Archiv, das nur einen kleinen Teil seiner Sammlung präsentieren kann – ein Anbau soll nun her

in das neue Ausstellungshaus die Dessauer Touristeninformation mit einziehen. Vom gemeinsamen Betreibermodell aus Stiftung Bauhaus und Stadt verspricht sich Kultusminister Stephan Dorgerloh eine Reduktion anfallender Personalkosten. Die künftige Bauhaus-Chefin Claudia Perren, die im August ihr Amt antritt, war in diese Fragen nicht eingebunden. Anfang 2015 soll der Architekturwettbewerb ausgeschrieben sein; mit einem Siegerentwurf rechnet Interimsdirektor Florian Bolenius noch für Ende des gleichen Jahres: »Es ist zwar alles sehr ambitioniert, aber unter Zeitdruck geht es auch oft schneller.«

Nicht weniger sportlich geht es das Bauhaus-Archiv Berlin an. Hier soll die Ausschreibung im Herbst stattfinden, damit 2016 gebaut werden kann. Der neue Anbau soll die heutige Fläche auf 2300 Quadratmeter verdreifachen. Für Pressesprecher Ulrich Weigand ist die Maßnahme auch eine Antwort auf den Tourismusboom in Berlin. Schon jetzt hat das Haus über 100 000 Besucher im Jahr. Auf 185 000 Gäste angelegt, wird das Projekt 44 Millionen Euro kosten, während sich Dessau mit 25 Millionen Euro und Weimar mit knapp 23 Millionen Euro eher bescheiden ausnehmen. Für internationale Besucher will Berlin »Brückenkopf und Multiplikator des Bauhaus-Themas werden, mit Synergieeffekten für Weimar und Dessau.«

Im Sinne dieser Synergien soll demnächst im länderübergreifenden Schulterschluss eine gemeinnützige GmbH gegründet werden, über die das Bauhaus-Jubiläum 2019 als internationales Großevent konzipiert und finanziert werden soll. Ihre jeweiligen Museumsbaustellen jedoch haben die Beteiligten allein zu verantworten. //

SUSANNE ALTMANN

> Am Piccadilly Circus in London wird ein Wohnhaus in die Höhe gezogen, an dessen Fassade Bildschirme in Apartmentgröße prangen – die bringen den Wohnungsbesitzern Werbeeinnahmen



## Optisch verschmutzt: Unsere Großstädte verschwinden immer mehr hinter Werbeflächen

Sind Medienfassaden, auf denen ja nichts anderes als Werbung läuft, überhaupt noch Fassaden?

Ist Werbung Architektur? Oder sind Billboards in der Stadt, egal, ob elektronisch oder aus Plastik, nicht doch einfach »optische Umweltverschmutzung«, wie der Bürgermeister von São Paulo es 2006 im »Clean City Law« bestimmte und 15 000 Werbeflächen abmontieren ließ? Die brasilianische Metropole ist bis heute die einzige Großstadt der Welt, die Werbung im öffentlichen Raum verboten hat (natürlich abgesehen von Pjöngjang).

Der Trend aber geht in eine völlig andere Richtung: Venedigs Palazzi verschwinden hinter Prada- und Gucci-Lappen, da diese Konzerne angeblich die Restaurierung bezahlen. Von Moskau bis Schanghai verschluckt die Konsumbotschaft die Zentren der Städte täglich mehr. Und am

**AUSSER HAUS**  
Die Architektur-Kolumne



VON TILL BRIEGLEB

Piccadilly Circus in London wird jetzt der nächste Schritt auf dem Weg zur Stadt aus Werbung getan. Luxusapartments in einem neuen Hochhaus erhalten einen Fassadenbildschirm in Wohnungsgröße, mit dem die Besitzer Werbeeinnahmen generieren dürfen. Macht das Schule, dann verschwindet die Stadt, die wir kennen, gründlicher als nach einem Meteoriteneinschlag.

Natürlich finden sich immer kluge Köpfe, die diese Verpackung in Verführungsbotschaften als »wehrlich« bezeichnen und argumentieren,

die gotische Kathedrale mit ihrem Heiligenprogramm sei auch nichts anderes als ein Nutzbau mit Propagandahülle. Damit diese Ehrlichkeit der Produktlügen nicht zur Hexenverbrennung der Architektur führt, braucht es vermutlich eine Reformation des Konsumglaubens. Aber auch die erreicht die Menschen heute sicher nur durch eine coole Werbekampagne.