
Zur Epistemologie gegenwärtiger Zeigeregime

Louvre Lens und der Apple Store am Union Square in San Francisco

Karen van den Berg

1. Deiktische Wissensordnungen im 21. Jahrhundert

Museen sind merkwürdige Einrichtungen. Sie entwerfen einen Zugang zur Welt, indem sie uns diese vom Leibe halten. Sie sind Orte des Zeigens und stellen eine Welt der Dinge vor Augen, die es nicht zu benutzen, sondern nur anzuschauen gilt. Dabei entsteht eine bemerkenswerte zivilisatorische Praxis: die schweigende Betrachtung. Die Begegnung mit exponierten Artefakten und Kuriosa, aber auch mit dem Fremden und Unbekannten wird hier in diskreter Feierlichkeit inszeniert. Arrangierte Parcours stellen kulturelle Narrative vor Augen und rufen den Einzelnen als Schauenden und Staunenden an. Seit dem 19. Jahrhundert wirken Museen nicht nur als herausgehobene Trainingsorte der subjektiven (ästhetischen) Urteilsbildung,¹ sondern auch als Reputationsfabriken, die konservieren, präsentieren, sanktionieren, kanonisieren und Werte herstellen. Sie gelten deshalb auch heute – bei aller Eventisierung – in einem sehr emphatischen Sinne als Bildungseinrichtungen und als Arenen, die geradezu sinnbildlich für bestimmte hegemoniale Formen der »Weltaneignung« stehen.² Als Schatzhäuser und Depots kultureller Beutezüge bleiben Museen dabei eng verstrickt in einem kolonialistischen Selbstverständnis bzw. einem repräsentativen kulturellen Geltungsanspruch.³ Schon Paul Valéry und Walter Benjamin waren fasziniert und

¹ Vgl. hierzu Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt a. M. 1977, S. 16 und Carol Duncan: Art Museums and the Ritual of Citizenship, in: Steven D. Lavine und Ivan Karp (Hg.): Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display, Washington/London 1991, S. 88–103.

² Peter Sloterdijk: Museum – Schule des Befremdens, in: Peter Weibel (Hg.): Der ästhetische Imperativ. Schriften zur Kunst, Hamburg 2007, S. 354–370, S. 360; zur Eventisierung vgl. Hans Belting: Orte der Reflexion oder Orte der Sensation, in: Peter Noever (Hg.): Das diskursive Museum, Ostfildern 2001, S. 82–94.

³ Vgl. hierzu Benedict Anderson: Imagined Communities, New York 1991. S. 163 ff.; Betina Messias Carbonell (Hg.): Museums Studies. An Anthology of Contexts, Malden/Oxford/Carlton 2007; Anke te Heesen: Theorien des Museums zur Einführung, Hamburg 2012.

zugleich irritiert von diesem schillernden Arrangement, von der respekteinflößenden Aura des Museums und dem anti-diskursiven Kult der schweigenden Betrachtung.⁴ Doch während sich Valéry vor allem über das großspurige und autoritäre Auftreten der zeitgenössischen Museumstempel empörte und sie als Begräbnisstätten diskursiv-kritischen Denkens schmähte, zeigte sich Benjamin von der Epistemologie des Museums durchaus angezogen und erkannte kritisch-wertschätzend, dass hier eine in seinen Augen attraktive Dialektik zwischen »ästhetischer Versenkung« und diskreter Distanznahme zu finden sei.⁵

Gerade diese Dialektik scheint das Museum auch im 21. Jahrhundert zu einem wichtigen Dispositiv der Wissens- und Weltvermittlung zu machen. Museen bieten einen Weltbezug, in dem Nähe und Distanz ebenso oszillieren wie Geschichte und Gegenwartigkeit. Sie vermitteln mehr als viele andere Dispositive einen zugleich distanzierten wie deiktisch affektiven Zugang zur Welt, eine Art »Denken-Fühlen«, wie der kanadische Philosoph Brian Massumi es in anderem Zusammenhang nennt, das zur mentalen Signatur des Medienzeitalters zu gehören scheint.⁶ Und so paradox es klingen mag: Museen dienen heute als Instrumente, die signalisieren, ganz im Hier und Jetzt angekommen zu sein. Dies zumindest gilt für die neuen Museen des 21. Jahrhunderts, zählt es doch zu den Auffälligkeiten der letzten Jahrzehnte, dass sich aufstrebende Metropolen darin gegenseitig überbieten, immer exzentrischere Museumsgebäude hervorzubringen. In London, Abu Dhabi, Kapstadt oder Hangzhou gehören von Stararchitekten entworfene Museumsneubauten zum unverzichtbaren Signet des Kreativen und Angesagten; sie manifestieren das Angekommen-Sein in der Gegenwart. Das heißt, die Neubauten von Herzog & de Meuron, Jean Nouvel, Heatherwick Studio oder MVRDV treten weniger als zeitresistente Speicher tradierter Werte auf als vielmehr als materiale Manifestationen von Aktualität und Präsenz.⁷ Seit Richard Floridas Rede von der *creative class* zum Mantra zeitgenössischer Stadtentwicklung geworden ist, gelten Gegenwartigkeit, Kreativität, Coolness, Artiness und ökonomische Prosperität

⁴ Vgl. Benjamin: *Das Kunstwerk* (wie Anm.1) und Paul Valéry: *Das Problem der Museen*, in: Paul Valéry. *Werke*. Frankfurter Ausgabe in sieben Bänden, Band 6. Zur Ästhetik und Philosophie der Künste, hg. v. Jürgen Schmidt-Radefeldt, Frankfurt a.M. 1995, S. 445–449. Zum Schweigen im Museum vgl. ausführlicher: Karen van den Berg und Markus Rieger-Ladich: *Pssst! Zum hidden curriculum von Museum und Bibliothek*, in: Veronika Magyar-Haas und Michael Geiss (Hg.): *Zum Schweigen. Macht und Ohnmacht in Erziehung, Bildung und Politik*, Zürich 2015, S. 235–258.

⁵ Vgl. Valéry: *Problem der Museen* (wie Anm. 4) und Benjamin: *Das Kunstwerk* (wie Anm.1), S. 38.

⁶ Brian Massumi: *Ontomacht. Kunst, Affekt und das Ereignis des Politischen*, Berlin 2010, S. 131 ff.

⁷ Vgl. Claire Bishop: *Radical Museology or, What's 'Contemporary' in Contemporary Museums of Contemporary Art?*, London 2014, S. 12.

gleichsam als Synonyme.⁸ So gesehen macht erst der aufsehenerregende Museumsneubau einen Ort zum angesagten *place to be* und zu einem Ort im Hier und Jetzt.

Museen sind mithin zu ganz entscheidenden Kommunikationsinstrumenten geworden, die eine bestimmte Wirklichkeit erzeugen, und zwar nicht nur für Städte und Kommunen. Die museale Rhetorik des Zeigens hat sich längst in alle möglichen Sphären des Alltags ausgeweitet. So sind Museen auch kaum mehr aus der Markenbildung großer Konzerne wegzudenken. Die museal-ästhetische Aufbereitung von Wissensordnungen durch emphatisch aufgeladene Bilder, Räume und Blickperspektiven ist mittlerweile eine verbreitete Rhetorik, mit der führende Handelskonzerne und Qualitätsmarken ihre Produkte kulturell aufladen. Museale Inszenierungen stellen Wertanmutungen her und entwerfen identitätsstiftende Narrative. Das bedeutet auch: Museen sind damit längst keine Enklaven und Schutzräume einer elitären bürgerlichen Bildungskultur mehr; vielmehr haben sie sich zu Massenmedien einer medialisierten Wissensgesellschaft entwickelt; sie sind Teil einer Massenkultur, in der Bildungseffekte gleichsam zum Fetisch werden.

Vor diesem Hintergrund möchte ich im Folgenden die Ende 2012 in der nordfranzösischen Provinz eröffnete Louvre-Dependance des japanischen Architekturbüros SANAA beleuchten und mit dem im Mai 2016 am Union Square in San Francisco eröffneten Apple Store, entworfen von Foster + Partners, kontrastieren.⁹ Das Hauptaugenmerk liegt dabei jedoch auf dem sehr viel komplexeren Museumsgebäude.

Ausschlaggebend für dieses zunächst vielleicht überraschende Kontrastmittel ist die Feststellung einer verblüffenden ästhetischen Familienähnlichkeit dieser Gebäude, eine Übereinstimmung in Materialsprache, Struktur und Atmosphäre sowie die hieran anschließende Frage, wie es dazu kommt, dass sich der Flagship Store eines Technikkonzerns präsentiert wie eine öffentliche Kunsthalle, während eine Dependance des Louvre in Nord-Pas-de-Calais auftritt wie eine in ein Gebäude übersetzte iPad-Benutzeroberfläche? Was lässt sich anhand dieser Beispiele über unser gegenwärtiges kulturelles Selbstverständnis in Erfahrung bringen? Welche mentalen Codes lassen sich hier ablesen?

⁸ Vgl. Richard L. Florida: *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York 2004.

⁹ Dan Howarth: *Foster + Partners Unveils Apple Union Square Store in San Francisco*, in: *Dezeen* (2016), <https://www.dezeen.com/2016/2005/2021/foster-partners-jonathan-ive-apple-union-square-store-san-francisco/> (16.01.2017).

2. Ein kultureller Satellit

Als der Louvre Lens im Dezember 2012 eröffnete, wurde der schlichte Bau in den Feuilletons und Architekturzeitschriften als Meilenstein in der Entwicklung der Museumsarchitektur gefeiert. Das von Kazuyo Sejima und Ryūe Nishizawa geführte japanische Architekturbüro SANAA hatte sich mit dem Konzept einer einstöckigen, flachen, aus fünf hintereinander geschalteten Glas- und Aluminium-Baukörpern bestehenden Anlage gegen mehr als 120 Wettbewerber durchgesetzt und 2005 den Auftrag erhalten, die Louvre-Dependance im ehemaligen Kohlerevier im Norden Frankreichs zu planen.¹⁰ Henri Loyrette, damaliger Direktor des Louvre in Paris, hatte im Ausschreibungstext den Wunsch formuliert, ein Haus zu bauen, in dem Teile der Sammlung des Pariser Museums unkonventionell und gegen den Strich der traditionellen Ausstellungsordnung gezeigt werden sollten. Das Museum sollte seinen Besuchern etwa 200 Kilometer nordwestlich der Hauptstadt einen ganz neuen und unverstellten Blick auf die Kunst eröffnen. Ziel war es, »to teach anew how to look at art«, wie Loyrette es formulierte.¹¹ Eine kategorial neue Inszenierung gelang dem Team um SANAA denn auch tatsächlich – vor allem weil sie sich entschlossen, die 205 aus Paris entliehenen Werke in einer einzigen, 120 Meter langen und 3.000 m² großen, leicht geschwungenen Halle ohne Wände zu präsentieren.

Doch bevor ich auf das Gebäude und insbesondere auf die Szenografie der Halle mit der »Galerie du Temps« näher eingehen möchte, seien zunächst einige Bemerkungen zur Entstehungsgeschichte des Museums vorangestellt, denn diese scheint mir für das Verständnis des Projekts, aber auch aus einer generelleren zeitdiagnostischen Perspektive unverzichtbar.

2004, also sieben Jahre nach der Eröffnung des Guggenheim Museums in Bilbao, und nachdem der Begriff »Bilbao-Effekt«¹² längst zum geflügelten Wort der Stadtplaner geworden war, beschloss die Pariser Regierung im Zuge der kulturellen Dezentralisierung in der gebeutelten ehemaligen Bergbau-Region Nord-Pas-de-Calais eine Dependance des Louvre zu errichten. In dem Wettbewerb, an dem sich sechs Kommunen beteiligten, erhielt eine der ärmsten Gemeinden Frankreichs, die knapp 32.000 Einwohner zählende Bergarbeiterstadt Lens, den Zuschlag. Grund für diese Entscheidung war, dass sie als die kulturfernste Ge-

¹⁰ Susanne Stacher: Der Louvre Lens, Frankreich – Architektur als Land Art, Landschaft als Kunst, in: *Architektur Aktuell* 396/3 (2013), S. 96–107, hier S. 98.

¹¹ Kazuyo Sejima und Ryue Nishizawa (SANAA): Louvre Museum In Lens, in: *Divisare*, 12. Oktober (2005), <https://divisare.com/projects/17053-kazuyo-sejima-ryue-nishizawa-sanaa-louvre-museum-in-lens> (16.01.2017).

¹² Vgl. Hilmar Hoffmann: *Das Guggenheim Prinzip*, Ostfildern 1999.

meinde in dem relativ dicht besiedelten Einzugsgebiet galt.¹³ Das Ziel der Ansiedlung des Museums genau hier war – mit Pierre Bourdieu gesprochen – die Umverteilung »kulturellen Kapitals« und eine regionale Revitalisierung.¹⁴ Das Museum sollte mithin als Impulsgeber einer kulturellen und ökonomischen Entwicklung wirken.¹⁵ Vor dem Hintergrund der potentiellen *catchment area* von 5,7 Millionen Einwohnern rund um den Gemeindeverbund Lens-Liévin und einer Erreichbarkeit mit dem TGV von Paris in etwas mehr als einer Stunde Fahrzeit setzte man sich das ehrgeizige Ziel, 500.000 Besucher im Jahr in die nordfranzösische Provinz zu locken. Immerhin hatte der von Region, Kommune, European Regional Development Fund (ERDF), Staat und Sponsoren finanzierte Bau 150 Millionen Euro gekostet.¹⁶ Im ersten Jahr wurde die Zahl der angestrebten Besucher sogar weit übertroffen, denn um die 900.000 Menschen machten sich auf, um den neuen Louvre zu besichtigen.¹⁷ Heute, vier Jahre nach der Eröffnung des Louvre Lens, sind allerdings Zweifel angebracht, dass diese Zielgröße dauerhaft zu halten ist, denn die Besucherzahlen gingen in den letzten Jahren um mehr als die Hälfte zurück. Auch hat sich die Hoffnung nicht erfüllt, dass die Museumsbesucher die Gemeinde kulturell beleben, denn diejenigen, die kamen, hielten sich jenseits des Museumsbesuchs kaum in der Stadt auf.¹⁸ Mittlerweile versuchen Stadt und eine neue Museumsleitung, dieses Problem zu lösen.

Diese kulturpolitischen und kulturökonomischen Aspekte können hier nicht vertieft werden. Was mir im Rahmen einer mentalitätsgeschichtlichen Analyse des Projektes gleichwohl ganz entscheidend zu sein scheint, ist dieser Entstehungszusammenhang, bleibt doch kein Besuch des Museums davon unbeeindruckt, dass der strahlend helle Gebäudekomplex aus poliertem Aluminium und Glas in dem rauen und ärmlichen postindustriellen Kohlerevier wie der Satellit aus einer an-

¹³ Vgl. Guy Baudelle: The New Louvre in Lens. A Regionally Embedded National Project, in: *European Planning Studies* 23/8 (2015), 1476–1483, S. 1479.

¹⁴ Pierre Bourdieu: Ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital, in: ders.: Die verborgenen Mechanismen der Macht, Hamburg 1992, S. 49–75. Vgl. auch Elena Borin und Ivan Paunović: The Case of Louvre-Lens: Regional Regeneration through Cultural Innovation, in: Sitcon, Singidunum International Tourism Conference (Belgrade University Singidunum, 2015), S. 248–251, S. 249.

¹⁵ The »Louvre-Lens was used as a driver for the re-launch of the area on the basis of culture [...]. One of the most relevant critical points identified at the beginning of the project was the lack of local creative industries«. Borin und Paunović: Louvre-Lens (wie Anm. 14), S. 250.

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Vgl. dpa: Der Louvre und seine Dependance in Lens. Von der Schwierigkeit, ein Museum zu exportieren, in: *Der Tagesspiegel* 10. Dezember 2016, <http://www.tagesspiegel.de/kultur/der-louvre-und-seine-dependance-in-lens-von-der-schwierigkeit-ein-museum-zu-exportieren/14961286.html> (16.01.2017).

¹⁸ Ebd.

deren Welt wirkt und hier ganz offensichtlich als kulturpolitische Revitalisierungsmaßnahme gebaut wurde. Das Projekt ist ersichtlich nicht aus bürgerschaftlichem Willen vor Ort erwachsen. Ganz entscheidend war deshalb – und auch das merkt man dem Projekt an – der Anspruch, ein zugängliches Museum zu erschaffen, das auch für kunstferne Besucher zum Publikumsmagneten werden sollte und deshalb nicht exzentrisch und extravagant wirken durfte, sondern offen, einfach und einladend.¹⁹ Mehr als 20% der Baukosten wurden deshalb von vornherein für eine ausgeklügelte Museografie eingeplant, die die Exponate verständlich macht.²⁰ Auch war es ein Anliegen der Bauherren, große Teile der Baufläche für Vermittlungsangebote bereitzustellen und etwa zugängliche Lese- und Seminarräume zu offerieren, einsehbare Restaurierungsstudios und Lagerbereiche, Museumsshops sowie ein unpräzises gastronomisches Angebot.

3. Ein Museum der Gleichzeitigkeit

Ein Museumsbesuch beginnt nicht erst mit dem Betreten des Gebäudes, sondern schon mit dem Weg, der zum Gebäude führt. Dies scheint für den Louvre Lens in besonderem Maße zu gelten, und in diesem Falle startet der Besuch wohl nicht selten mit dem TGV von Paris. Jedenfalls beginnt die landschaftsarchitektonische Anlage des Museums, die von der französischen Landschaftsarchitektin Catherine Mosbach gestaltet wurde, schon direkt am Bahnhof der wenig abwechslungsreichen Ortschaft. Dicht gepflanzte Birkenalleen, Schotterwege, Betonplatten und mit Kohleabraum aufgeschüttete kleine Inseln säumen einen knapp zwei Kilometer langen Fußweg vom Bahnhofsgebäude zum Museum. Das 20 Hektar große Musemgelände selbst erstreckt sich auf einer in den 1980er Jahren stillgelegten Zeche am Rande der Stadt. Neben Schnellrestaurants und kleinen Siedlungen von Bergarbeiterhäusern gibt es hier kaum etwas zu sehen.

Höhepunkte auf dem Fußmarsch sind allein das örtliche Fußballstadion – das Stade Bollaert-Delelis des 2015 in die zweite Liga abgestiegenen RC Lens – und der Blick auf zwei alles überragende schwarze Abraumhalden in der Ferne, die zu jenen verbliebenen Überresten des Kohlebergbaus zählen, die 2012 zum Weltkulturerbe der UNESCO erklärt wurden.

Der 28.000 m² große Gebäudekomplex des Louvre liegt flach und langgestreckt in einem weitläufigen, karg bepflanzten Gelände. Kazuyo Sejima von SANAA

¹⁹ Vgl. hierzu <http://www.louvre-lens.fr/en/grande-galerie> (16.01.2017).

²⁰ Vgl. IMREY CULBERT and SANAA win Louvre Lens competition, <http://archinect.com/news/article/25783/imrey-culbert-and-sanaa-win-louvre-lens-competition> (16.01.2017).



Abb. 1: SANAA, Louvre Lens

betont die Bedeutung des Außenraumkonzeptes und die Einbindung in die soziale Umgebung: »it is not the building alone that is important, but the people, the art, the landscape, the whole ensemble«. ²¹ Die 360 Meter lange Fassade der teilweise leicht geschwungenen, hintereinander geschalteten Baukörper erstreckt sich wie ein nicht enden wollender Gaspavillon über das Gelände hinweg. Die in feine, vertikale Streifen gegliederte Glas- und Aluminiumfassade reflektiert das Gelände. Dabei gleicht die Anlage einem Arrangement aus eleganten, hyperpräzisen, aber unpräzisen Industriehallen, die aus verfeinerten Standardelementen gefertigt wurden. Verglichen etwa mit einer Produktionshalle, die SANAA für den Campus des Büromöbelherstellers Vitra in Weil am Rhein entworfen hat, lassen sich keine kategorialen Unterschiede in der Architektursprache erkennen.

Ganz offenbar wollte man hier keinen auffälligen »ikonischen Signalbau« errichten, sondern eine offene »Museumslandschaft«, wie der Architekturkritiker Niklas Maak resümiert. ²² Entsprechend erfolgt auch der Eintritt nicht durch ein herausgehobenes Portal, sondern durch mehrere unauffällige Glastüren, die sich kaum von der langgestreckten Glasfassade abheben.

²¹ Rowan Moore: Louvre – Lens – Review, in: The Guardian 3. November (2012), <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/nov/04/louvre-lens-review-france> (16.01.2017).

²² Niklas Maak: Licht im Land der schwarzen Pyramiden, in: FAZ 05. November (2012), <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kunst/dependance-des-louvre-licht-im-land-der-schwarzen-pyramiden-11949583.html> (16.01.2017).



Abb. 2: SANAA, Louvre Lens, Eingangsbereich

In die großzügige Eingangshalle sind kreisrunde Glasräume eingestellt, in denen sich ein Museumsshop, Auditorien, Handbibliotheken, Lese- und Seminarräume befinden. In den polierten hellen Betonstrich sind gekurvte Rillen eingebracht, die die große Fläche strukturieren. Dünne, weiße, fast unsichtbare, unregelmäßig verteilte runde Stützpfeiler stehen wie Stäbe im Raum und wirken kaum wie tragende Elemente. An zwei langen Theken aus poliertem Aluminium befinden sich Ticketschalter und Ausgaben für elektronische Guides. An verschiedenen Stellen sind Projektionsflächen und Screens angebracht, die auf aktuelle Veranstaltungen hinweisen. Im hinteren Bereich der Halle sieht man eine Cafeteria und einen Picknick-Bereich. Garderobe, Toiletten, offene, einsehbare Werkstätten und Archive liegen im Untergeschoss – der sogenannten ›Discovery Area‹.

Durch die Transparenz und die Dominanz von Licht und Weiß, aber auch durch die Verwendung einfacher Industrie-Materialien umgibt dieses schlichte Gebäude eine Aura der Gegenwärtigkeit und luziden Präsenz. Die lichte, bestehend klare, serielle und hierarchielose Raumordnung verleiht SANAAs Haus eine beträchtliche immaterielle Strahlkraft.²³

²³ Vgl. Benoît Vandenbulcke: Concretion, Abstraction: The Place of Design Processes in Today Architecture Practice. Case Study: Sanaa, in: Proceedings from 1st International Conference on Architecture & Urban Design (Tirana, Epoka University, 2012), S. 28.



Abb. 3: SANAA, Louvre Lens, La Galerie du Temps

In die Eingangshalle eingetreten, befindet sich zur Rechten der knapp 1.800 m² große Wechsausstellungsraum und links hinter dem Ticketschalter die sogenannte ›Grande Galerie‹, ein großer ungegliederter Ausstellungsraum, in dem die über 200 Exponate der ›ständigen Sammlung‹ ausgestellt sind: Werke, die jeweils für fünf Jahre aus dem Louvre in Paris nach Lens entliehen werden und dann ausgetauscht sowie neu arrangiert werden sollen.

Wie in einer veredelten großen Messehalle sind die Exponate im Raum verteilt. Von der Decke strömt zwischen weißen Lamellen gleißendes Oberlicht in den Raum. Auch hier sind die Wände, wie außen, mit diffus reflektierendem Aluminium verkleidet. Auf der Längswand gegenüber vom Eingang ist ein Zeitstrahl aufgebracht, der um 3.500 v. Chr. beginnt und am Ende der Halle im 19. Jahrhundert mit der Industriellen Revolution endet. Jeder Schritt ein Jahrhundert, lautet das Prinzip dieser Präsentation. »The objects are arranged in archipelagos against this chronological progression so that time faces us as we enter the room. The statues all turn their faces towards us, startled like the regulars in a saloon bar«, schreibt der Architekt Sam Jacob.²⁴

²⁴ Sam Jacob: A Museum of Time, in: Domus 965 (2013), <http://www.domusweb.it/en/architecture/2013/2002/2011/a-museum-of-time.html> (16. 01. 2017).



Abb. 4: SANAA, Louvre Lens, La Galerie du Temps

Hier wird keine Untergliederung in kunstgeschichtliche Schulen und geografische Räume vorgenommen, vielmehr gilt es, ein offenes Feld, das gleichwohl über einen Zeitstrahl organisiert wird, abzuschreiten. Am Eingang der Halle gibt ein schematisierter Lageplan auf einem hüfthohen Sockel eine Übersicht. Der helle Betonboden ist leicht abschüssig und wirkt wie ein Impulsgeber, sich auf den Weg zu machen und einfach irgendwo anzufangen. Die Halle mutet an wie »eine gebaute Landschaft, in der die Exponate frei in losen Gruppen stehen wie grasende Tiere in der Savanne«, beschreibt etwa Niklas Maak seinen ersten Eindruck.²⁵

Auf weißen Sockeln und an kleinen Wandscheiben werden hier prähistorische Figuren aus dem vorderen Orient, ägyptische Sarkophage, griechisch-geometrische Vasen, archaische Kuroi, römische Kaiserbüsten, orientalische und mittelalterliche Kleinkunst sowie Gemälde von Perugino, El Greco, Rubens und Rembrandt in unmittelbarer Nähe zueinander gezeigt. In einer ersten Präsentation mündete dieser Parcours durch die Kunstgeschichte von fünf Jahrtausenden vielsagend in Delacroix' *La Liberté guidant le peuple*. Doch wurde das Bild bald nach einer eher harmlosen Filzstiftattacke durch eine Besucherin 2013 wieder nach Paris zurückgebracht und durch ein belangloses allegorisches Gemälde von Jean-Pierre Franque von 1810 ersetzt, das Napoleon Bonaparte vor seiner Rückkehr aus Ägypten

²⁵ Maak: Licht im Land (wie Anm. 22).

zeigt.²⁶ Das szenografische Narrativ hat sich damit zwar empfindlich gewandelt – die ›Freiheit‹ führt nicht am Ende das Volk bei der Hand –, gleichwohl aber bleibt es die Idee dieser kunstgeschichtlichen Inszenierung, so etwas wie einen universalen Sinn entwerfen zu wollen – wengleich mit einem gewissen französischen Schwerpunkt. Im Vergleich zum Pariser Louvre spielen im Rahmen der Sammlungspräsentation in Lens im übrigen Werke aus dem arabischen Raum eine größere Rolle – womöglich mit Blick auf die in der Region um Lens lebenden Gastarbeiter. Jedenfalls fasst dieses Museum ohne Wände die Geschichte in einem einzigen Raum zusammen und führt keine kenntnisreichen historischen Kategorisierungen und Ordnungsmuster vor – und es entwirft im Grunde auch keine Erzählung. Die Arrangements, in denen etwa ein Gemälde des gemarterten Heiligen Sebastian von Perugino (1490–1500) neben der Terminus-Plastik mit der Büste eines bärtigen Mannes (Frankreich 1548–1550) zu sehen ist, sind durchaus nicht beliebig – geht es doch in beiden Fällen um die Überwindung des Todes und sind in beiden Fällen Männer mit nackten Oberkörpern zu sehen, die ihre Köpfe nach links wenden. Doch sind dies, verglichen mit den Ausstellungsarrangements in anderen Museen, wo ein Perugino wohl eher neben einem Gemälde von Raffael zu erwarten wäre, eher assoziative Bezüge. In Lens besteht eine Zeit- und Ortsdifferenz, die Ikonografie verweist auf unterschiedliche Religionen, die christliche Heilsgeschichte einerseits und den römischen Grenzgott Terminus andererseits. Zwar lässt sich neben dem formalen auch ein thematischer Bezug zwischen dem totgeglaubten, von Pfeilen durchbohrten Heiligen Sebastian, der so unsterblich schien, und dem römischen Gott der Grenzsteine feststellen, doch folgen diese Verbindungslinien eben nicht den üblichen kunstwissenschaftlichen Kategorisierungsmustern. Ganz ähnlich funktioniert auch die Kombination des Gemäldes von Colijn de Coter mit der heiligen Trinität (1510–1515) neben einer Plastik aus dem belgischen Anvers mit der Beweinung von 1515–1520. In beiden Werken steht der tote Sohn Gottes im Zentrum. Im gesamten Raum werden wiederholt Plastiken und Gemälde mit nur lose verwandten Inhalten in einer ›Stellwandinsel‹ zusammengefasst und in Beziehung zueinander gesetzt.

»In the Grande Galerie not only are works from the collections of the Louvre museum presented, they are exhibited in a new way: abandoning the traditional organisation into departments, the artworks are here presented in a single vast 3000 m² gallery without any divisions. In this way, instead of stressing what divides and distances them, the Louvre-Lens will stress what brings civilisations to-

²⁶ Vgl. Harry Alsop: Eugene Delacroix's Liberty Leading the People Defaced at Len's Louvre Gallery, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/9857597/Eugene-Delacroixs-Liberty-Leading-the-People-defaced-at-Lens-Louvre-gallery.html> (16.01.2017).

gether and what unites artistic practices«, schreibt der damalige Direktor des Louvre Lens Xavier Dectot auf der Website und beansprucht damit, einen innovativen und einzigartigen Ansatz gefunden zu haben: »With this new approach, unique in encyclopaedic museums, with the role given here to human and multimedia mediation and to gaining new audiences, and with its experimental dimension too, the Louvre-Lens is an opportunity for the Louvre.«²⁷

In diesem Museum wurde also von Beginn an gewissermaßen auch das Ausstellen selbst mit ausgestellt. Sam Jacob schreibt hierzu:

»The Louvre-Lens is really a museum about a museum, a museum of the Louvre itself. We can see it in its post-curatorial vision of art history and in the transparency of the building that seems to let us see the museum's very structure. [...] The museum might present objects from the Louvre collection, but it also displays the mechanics of the Louvre itself. The history of the museum becomes an archaeology of its own, an archaeology that lets us glimpse the museum's role in manufacturing historical narratives. It displays a record of the power, imperialism and colonialism within which it was forged. And it lays out the museum's pivotal role in the construction of national identity and Western culture.«²⁸

Die Gesamterscheinung des Museums soll dabei ganz offenbar vor allem eines kommunizieren: Einheit, Offenheit und Transparenz. Es kommt nicht wie ein respekteinflößendes Schatzhaus daher, sondern wie ein einfach zugänglicher Media Space, eine »provokant unspektakuläre« »Mehrzweckhalle«, wie Maak es formulierte.²⁹ Einfachheit und Schlichtheit sind dabei bis ins letzte Detail hinein oberstes Gebot, sodass die Halle gleichwohl eine ganz eigene Großzügigkeit und schlichte Noblesse ausstrahlt.

Die Inszenierung fordert dazu heraus, sich frei zu bewegen. Der französische Museograf Adrien Gardère, den SANAA 2009 mit ins Team holte, sollte den Gesamtraumeindruck der lichten, transparenten Weite so hierarchielos wie möglich organisieren und gemeinsam mit den Kuratoren des Louvre eine Art Parcours entwerfen, der sich zugleich wie ein freier Flow anfühlen und Einheit über Differenz stellen sollte.³⁰ Helligkeit, Purismus und eine lose Streuung der Objekte im Raum – einer weiten, großzügigen Landschaft mit Archipelen gleichend – prägen entsprechend den Gesamteindruck.

²⁷ Vgl. Anm. 19.

²⁸ Vgl. Jacob: *Museum of Time* (wie Anm. 24).

²⁹ Vgl. Maak: *Licht im Land* (wie Anm. 22).

³⁰ Vgl. hierzu <http://www.studiogardere.com/projects/description/61> (16.01.2017)

Der Architekt und Architekturkritiker Sam Jacob sieht hierin ein kuratorisches Statement, das man gleichsam als Gegenentwurf zum Display des Pariser Louvre verstehen muss, in dem Gemälde nach Malerschulen, Technik und geografischer Herkunft kategorisiert und in unterschiedlichen Abteilungen gezeigt werden. In Lens dagegen gebe es nur eine lineare Chronologie: »Here, the intention is for the whole of human culture to play out in a continuum [...]. The ambition of the Galerie du Temps is huge: a single space containing all of human culture. There is something final about it too, like the closing scene of Kubrick's *2001* where Louis XIV furniture is bathed in a space-age white glow.«³¹

Durch diese Vereinheitlichungsgeste geschieht dreierlei: erstens eine Aufhebung der Geschichte: »Kunstgeschichte ist hier kein kategorial begradigter Flusslauf, sondern eher ein offenes Delta. Die Architektur des großen Spiegelkabinetts der Grande Galerie ist so gesehen auch eine metaphorische, ein Raum für eine Geschichte voller Rückkopplungen und Reflexe«, schreibt Niklas Maak.³² Trotz des strikten Zeitstrahls wird die Versammlung dieser Objekte nicht mehr als Repräsentanz von historischen Entwicklungen und Differenzierungen plausibel. Das Museum ist damit nicht länger ein Haus der Geschichte, das einen Blick in die Vergangenheit inszeniert, sondern ein Ort der Präsenz des Vergangenen, als Präsenz des Einen, Ganzen, Universalen, Simultanen voller netzartiger Bezüge.

Zweitens verneint der landschaftliche Gesamteindruck die Eminenz und Dignität des Einzelobjekts, seine Einzigartigkeit. Jedes Exponat, jedes Artefakt scheint immer schon Teil eines großen universellen Ganzen, eines Welt-Gedächtnisspeichers. Dies meinte auch Jacob mit seinem Hinweis auf Stanley Kubricks Schlusszene von *2001: ODYSSEE IM WELTRAUM* (USA 1968). Und drittens schließlich ist es auffällig, dass der Verzicht auf ein historisches Narrativ und die Art der Präsentation der Objekte eine neue deiktische Rhetorik ins Museum holt, die eher aus Shoppingauslagen bekannt ist und nicht auf Erklärung, sondern auf Attraktion und Affekt abzielt: jenes »Denken-Fühlen«, von dem bereits die Rede war.

Die räumliche Gleichverteilung, Hierarchielosigkeit und Weite sorgt dabei zugleich für eine gewisse Deterritorialisierung. Dieser Eindruck verstärkt sich noch, wenn man mit dem Smartphone-ähnlichen Guide durch das Museum »zappt«. Dann wird intuitiv deutlich, dass diese Anordnung der weißen Inseln an hintereinanderliegende, geöffnete Computerbildschirmfenster erinnert, zwischen denen man beliebig hin und her navigieren kann. Das Ausstellungsdisplay wirkt gleichsam wie eine Rückübersetzung einer virtuellen Repräsentation in die Welt der Objekte. So entsteht ein ganz eigenes unwirkliches Konzept von Originalität und eine merkwürdig medialisierte Epistemologie der Exponate, die an Jean Baudril-

³¹ Jacob: *Museum of Time* (wie Anm. 24).

³² Maak: *Licht im Land* (wie Anm. 22).

lards Begriff des Simulacrums erinnert, in dem das Wirkliche nicht länger wirklich ist.³³

All das macht deutlich, dass dieses Haus auf etwas ganz Anderes abzielt als auf die Ausbildung eines historisch-kritisch geschulten Blicks auf Exponate oder das ästhetische Urteil des Einzelnen:

»Its contents are a superb greatest-hits package, a concentrated experience of high-grade cultural objects. Etruscan, Greek, Roman, Islamic and Renaissance sculptures and paintings seem suspended in the Gallery's atmosphere. These high-water marks of human culture seem to lose their earthly footing and float like the debris of an asteroid belt in a Walmart-sublime architectural apparatus,« schreibt der Architekt Sam Jacob und nennt die Grand Galerie in Lens treffend »a post-curatorial vision of art history.«³⁴

Die Gewinnung eines historischen Narrativs ist auch nicht das Ziel. Ziel ist es vielmehr, für ein universelles Konzept von Menschheit zu werben und dies in eine Gegenwärtigkeit des Medienzeitalters zu überführen. Die lichte Impression dieser Gesamtschau ist deshalb ganz absichtsvoll geschichtsvergessen. Kunst hat keine Geschichte. Geschichte ist aufgehoben in einem Simultankontinuum.

Dabei ist entscheidend, dass die Ordnung der Sammlung auch nicht auf den einzelnen Besucher zielt, sondern auf das Publikum als Pluralsingular. Durchaus nicht zufällig sieht man neben den Objekten auch andere Betrachter. Immer sprechen verschiedene, hintereinanderliegende und gleichzeitige Eindrücke, immer ist man Teil eines Erlebnisraums. Bei diesem Besuch geht es weder um das eminente Objekt noch um herausragende Künstler. Die Fabrikation von herausragenden Autoren und von ihrem Gegenüber, dem einzelnen individuellen Betrachter, war das, worum es im Museum des 19. und 20. Jahrhunderts ging. Das Abrücken von diesem Konzept ist beileibe kein Versehen. Deshalb gilt es auch nicht, dies als Verlustgeschichte zu beschreiben, denn gerade dieses Phänomen macht SANAAs Museum so attraktiv: Der Louvre Lens ist nicht länger ein Museum, das die Kultivierung des urteilenden, schweigenden, bürgerlichen Subjekts betreibt, sondern eines für die Multitude, für die Menge des Gleichzeitigen, Gleichbedeutsamen, Verschiedenen, aber nicht Differenten, Simultanen. In SANAAs Ausstellungsarrangement geht es nicht um die Begegnung zwischen dem eminenten Objekt und dem einzelnen Betrachter, sondern um die kontemplative und doch zerstreute Kopräsenz in einem offenen Territorium. Die Exponate werden daher auch nicht als Meisterwerke inszeniert. Sie erscheinen vielmehr wie medialisierte Bilder ihrer selbst, so als sei ihre Originalität ohnehin nur eine Fiktion. Doch ist dies nicht

³³ Vgl. Jean Baudrillard: *Simulacra and Simulation*, Ann Arbor, MI 1995.

³⁴ Jacob: *Museum of Time* (wie Anm. 24).

allein ein Verlust, es ist zugleich auch eine Befreiung. Das Haus und insbesondere die ›Galerie du Temps‹, wie die Grand Galerie auch genannt wird, zielt auf eine spezifische Demokratisierung des Blicks und artikuliert einen post-subjektivistischen Entwurf des Humanen. Hierin erinnert es unter anderem an Roland Barthes' Reflektionen zu Japan und seiner dortigen Beschreibung des leeren Subjekts. Barthes spricht dabei von Subjekten als leeren Hüllen, die offen sind für eine Welt der Zeichen.³⁵ Auch in Lens wird das Publikum gedacht als Menge von offenen Empfängern, leeren Subjekthüllen und Mediennutzern, die sich in einer weltlosen Welt aus Bildern bewegen.

4. Apple als Simulacrum

Was nun über die Museumsthematik hinaus bemerkenswert scheint an dieser Szenografie und seiner spezifischen Epistemologie des Zeigens, ist die auffällige Verwandtschaft zum Shop-Design von Apple Flagship-Stores. Als eines der jüngsten Beispiele des um die Jahrtausendwende von Apple-Gründer Steve Jobs gemeinsam mit einem Team aus Architekten und Designern entwickelten Shop-Konzepts³⁶ sei hier der am 21. Mai 2016 eröffnete und von Sir Norman Foster + Partners entworfene Bau am Union Square in San Francisco näher ins Auge gefasst.

Das Gebäude steht wie eine überdimensionierte Vitrine an einem der belebtesten Plätze der kalifornischen Metropole. Umgeben von Kaufhäusern, Luxusboutiquen, Geschäftshäusern und Hotels gilt dieser Platz mit seinen kleinen Grünbereichen, Palmen und Cafés als das politisch-kulturelle Zentrum der Stadt. Hier finden politische Kundgebungen, Protestveranstaltungen, öffentliche Konzerte, Reden und spontane Performances statt. Rund um das ›Dewey Monument‹ in der Mitte des Platzes wird je nach Jahreszeit eine Schlittschuhbahn, ein Weihnachtsbaum oder eine Menora aufgebaut. Dabei entfalten Passanten, Straßenkünstler, Geschäftsleute und Obdachlose ein buntes Treiben. An der nördlichen Post Street, Ecke Stockton Street, wendet sich das nur etwa 13 Meter hohe Gebäude mit seiner vollverglasten Fassade zwischen den Hochhäusern wie ein übergroßes Schaufenster dem Platz zu. Gefasst ist das Glas nur von einem vorkragenden Aluminiumrahmen. Vor dem Hintergrund der sehr viel höheren Geschäftshäuser wirkt das Gebäude wie ein riesiges gläsernes Portal. Die vollverglaste Fassade gliedert sich vertikal in drei Bereiche: Zwei feststehende Glasflächen links und rechts, die aus drei, über die gesamte Höhe reichenden Glasscheiben bestehen und dann in der

³⁵ Vgl. Roland Barthes: *Das Reich der Zeichen*, Frankfurt a. M. 1981, S. 16–20.

³⁶ Walter Isaacson: *Steve Jobs*, New York 2011, S. 377.



Abb. 5: Foster + Partners, Apple Store, Union Square, San Francisco

Mitte eine sich über die ganze Höhe des Gebäudes erstreckende zweiflügelige Schiebetür, die aus jeweils zwei 12,80 Meter hohen, in einen Aluminiumrahmen gefassten Scheiben besteht. Diese Flügel können bei größeren Veranstaltungen geöffnet werden, sodass das Gebäude zum Platz hin weit offen steht. Auf dieses architektonische Element legt der Konzern ersichtlich besonderen Wert und hat die übergroßen Schiebetüren, die im Grunde bewegliche Fassadenelemente sind – wie übrigens eine ganze Reihe von Bauelementen –, umgehend patentieren lassen.³⁷ Die eigentlichen Eingangstüren für den Tagesbetrieb befinden sich links und rechts, am Rand der Fassade und bestehen aus überaus unscheinbaren Standard-schwingtüren. Horizontal ist das Gebäude lediglich durch die Zwischendecke eines eingezogenen Galeriegeschosses im Inneren gegliedert; die Außenfassade selbst weist keine horizontalen Gliederungselemente auf.

Links und rechts führen in der Flucht der Eingangstüren offene Glastreppen – auch auf dieses Bauelement besitzt Apple ein Patent – hinauf in das Zwischengeschoss.³⁸ Das Galeriegeschoss ist doppelt so hoch wie das Erdgeschoss. Eine mit eingelassenen Holzregalen und Aluminiumplatten verkleidete Zwischenwand

³⁷ Vgl. <http://www.patentlyapple.com/patently-apple/patents-apple-store> (16.01.2017).

³⁸ Miguel Helft und Shan Carter: Apple Patents Show Steve Jobs's Attention to Design, in:

trennt Vorder- und Rückseite des Gebäudes. Das Innere ist durch vollflächige Neonoberlichter erhellt, die zur Glasfassade hin ansteigen – auch dieses Beleuchtungssystem wurde 2015 durch ein Patent geschützt.³⁹ Die Seitenwände des als Hightech-Null-Energie-Haus mit Photovoltaikdach angelegten Gebäudes sind mit matten Aluminiumpaneelen verkleidet.⁴⁰ Der cremefarbene Terrazzoboden, die hellen Eichenmöbel und Holzregale verleihen dem Innenraum eine sanfte lichte Atmosphäre und eine noble Großzügigkeit.

Wie die Fassade zum Union Square ist auch die Rückseite des Gebäudes vollverglast. Hier öffnet sich das Haus zu einem kleinen Platz, der von einer etwa 15 Meter hohen begrünten Brandwand und dem Nachbargebäude begrenzt wird. Ficus-Bäume in hellen Betonkübeln gliedern diese kleine Plaza, auf der schwere Holztische, Stühle und 24 Stunden freies WLAN einen öffentlichen Aufenthaltsraum bieten, der zum Verweilen ohne Konsumzwang einlädt. Zur ›Möblierung‹ dieses Platzes zählt auch eine Skulptur aus regenbogenfarbigen Lettern, die das Wort ›LOVE‹ bilden und so wenig subtil auf San Franciscos liberalen Umgang mit Sexualität verweist.⁴¹

Es fällt auf, dass das Apple-Logo – anders als bei älteren Flagship-Stores – nur sehr dezent an der Seitenwand außen am Gebäude angebracht ist. Es leuchtet nicht durch die Glasfassade wie bei allen anderen Apple-Stores, sondern hebt sich von der sonst matten Aluminiumfläche der Seitenwand nur dadurch ab, dass es spiegelglatt poliert ist. So verzichtet das Gebäude in seiner Hauptansicht auf Logo und Inschrift und tritt auf wie ein nicht gebrandeter öffentlicher Raum. Offensichtlich ist die ästhetische Sprache der Architektur selbst schon *Brand* genug.

Dem entspricht auch, dass nur im Untergeschoss auf den großen, für Apple-Stores typischen Tischen die Präsentation von iPhones, Laptops und iPads dominiert, wohingegen auf den Tischen der oberen Galerie keine Hardware ausgestellt wird. Hier – im sogenannten Forum – ist der Raum bestimmt von einem hochauflösenden Riesens Bildschirm, vor dem lose verteilte Eichenhocker und Medizinbälle dazu einladen, sich mit Appleprodukten geschaffene Filme, Fotos und Animationen anzusehen. Daneben finden an Stehtischen und großen Arbeits-

The New York Times, 25. August (2011), <http://www.nytimes.com/2011/08/26/technology/apple-patents-show-steve-jobs-attention-to-design.html> (16.01.2017).

³⁹ Vgl. hierzu <http://www.patentlyapple.com/patently-apple/2015/12/apple-granted-23-patents-today-covering-an-advanced-apple-store-ceiling-system-and-more.html> (16.01.2017).

⁴⁰ Vgl. <http://www.fosterandpartners.com/es/projects/apple-store-union-square> (16.01.2017).

⁴¹ Die Skulptur stammt von der kalifornischen Künstlerin Laura Kimpton und wurde gefördert von der Hyatt Hotel Gruppe, vgl. Kif Leswing: Why Apple's Global Flagship Store Features Burning Man-inspired Art, in: Business Insider, 16. Juni (2016), <http://www.businessinsider.de/laura-kimpton-interview-love-at-apple-store-union-square-2016-6?r=US&IR=T> (16.01.2017).

tischen Schulungen etwa für Start-Ups oder Businessmeetings statt.⁴² Nirgends im ganzen Haus findet man eine Kasse. Abgerechnet wird über die iPhones der Mitarbeiter. Dass die Apple Stores seit Jahren die pro Quadratmeter umsatzstärkste Einzelhandelskette in den USA bilden, wird zumindest nicht an klingelnden Kassen sichtbar.⁴³

Bemerkenswert an dem Shop-Konzept, das vom Konzern als Konzept der ›Next Generation‹ bezeichnet wird, ist nicht zuletzt, dass alles Ökonomische, Merkantile verborgen bleibt – bis dahin, dass sich die Geschäftsräume als öffentlicher Raum gebärden. »We have a deep commitment to the cities we work in, and are aware of the importance that architecture plays in the community«, sagt Apples Chefdesigner Jonathan Ive, der in die Entwicklung des Storekonzeptes stark involviert war.⁴⁴ Die Möglichkeit der Öffnung der Fassade »makes the store an extension of the city itself.«⁴⁵ Gerade die Outdoor Plaza hinter dem Gebäude fasst der Konzern als Geschenk an die Stadt San Francisco auf, was soweit geht, dass hier an Wochenenden regelmäßig Konzerte und Performances stattfinden.⁴⁶ Was in der Konzernsprache ursprünglich als ›Genius Bar‹-Konzept bezeichnet wurde, die Arbeitszonen mit Stehtischen und freiem WLAN-Zugang in den Flagship-Stores, wird hier zum ›Genius Grove‹ erweitert.⁴⁷

Es kann an dieser Stelle nicht näher auf das Selbstverständnis des IT-Konzerns eingegangen werden, der seine Verkaufsräume zugleich als ›Erweiterung der Stadt‹ versteht und nicht müde wird zu betonen, dass sein neues Haus mehr ist als nur

⁴² Vgl. Nick Statt: Apple Just Revealed the Future of Its Retail Stores, in: The Verge 19. Mai (2016), <http://www.theverge.com/2016/5/19/11715726/apple-flagship-store-opening-san-francisco-photos> (16.01.2017). Vgl. hierzu auch Apple Press Info: <http://www.apple.com/pr/library/2016/05/19Apple-Union-Square-Highlights-New-Design-Elements-Community-Programs.html> (16.01.2017).

⁴³ Vgl. Kelsey Brannan: iRetail: The Taste of Apple, in: Focus Media Journal 31 (2011), S. 46–59 und Chrystala Psathiti, Kerstin Sailer und Garyfalia Palaiologou: The Apple Story: Spatial, Functional and Cultural Parameters in Branded Architecture, in: Kayvan Karimi (Hg.): Proceedings of the 10th International Space Syntax Symposium, 2015, http://www.sss10.bartlett.ucl.ac.uk/wp-content/uploads/2015/07/SSS10_Proceedings_033.pdf (16.01.2017).

⁴⁴ Statt: Apple Just Revealed (wie Anm. 42).

⁴⁵ Ebd.

⁴⁶ »The outdoors plaza, which Apple says it's gifting to the city of San Francisco, is a new fixture the company says will be coming to other flagship stores around the world. Apple plans to hold a regular weekend series featuring local artists who will perform and then give talks about their craft.« (Ebd.)

⁴⁷ Vgl. Will Oremus: Apple Stores Are Replacing the Genius Bar With a »Genius Grove«, in: Slate. Money Box 20. Mai (2016), http://www.slate.com/blogs/moneybox/2016/05/20/new_apple_store_in_san_francisco_s_union_square_replaces_genius_bar_with.html (16.01.2017).

ein Geschäftshaus, sondern es eher als Community Center verstanden wissen will,⁴⁸ im selben Atemzug aber das neue Flagship-Konzept auch als sein »größtes Produkt« bezeichnet, wie es Angela Ahrendts, Vice President of Retail formuliert: »The building's unique position connects San Francisco's most famous square to a rejuvenated plaza to the north, creating a beautiful gathering place for the community.«⁴⁹

5. Kultur der *Symbolic Systems*

Die leeren, weiten, ungemein aufgeräumten und klaren Räume des Apple Stores treten damit auf wie edle Galerieräume. Dabei greifen sie auf ein ähnliches Form- und Materialrepertoire zurück wie SANAAs Architekten in Lens. Die betonte Transparenz, Leere, Weite und Klarheit, die Materialkombination aus Glas und Aluminium, das regelmäßig streuende Oberlicht, die Inszenierung eines landschaftlichen, hierarchielosen Blicks, die elegante Einfachheit und die Vermittlung zwischen Innen und Außen, die Betonung der Zugänglichkeit: all das weist Verwandtschaften auf. Es ließe sich an dieser Stelle auch vieles über die Unterschiede sagen, etwa über die stärkere Beweglichkeit bei SANAA, über deren Verspieltheit und den Verzicht auf jene Monumentalität, die man bei Foster + Partners, die in San Francisco – nach Istanbul (2014) und Hangzhou (2015) – ihren dritten Apple Store bauen, durchaus antrifft. All diese Unterschiede können an dieser Stelle nicht vertieft werden. Auch geht es nicht darum zu erörtern, wer hier wen beeinflusst hat, sondern vielmehr darum, dass gewisse Übereinstimmungen in der architektonischen Sprache und dem Verhältnis zwischen Gebäude und Umgebung ganz auffällig sind. Beide Architektenteams knüpfen an die Schlichtheit des Bauhausgedankens an, überführen dieses Formrepertoire der Moderne aber in eine glattere, bildschirmartige, gleichermaßen durchsichtige wie reflektierende Materialität. Sie entwerfen Räume, die eine immaterielle Durchlässigkeit ausstrahlen, zwischen Helligkeit, Präsenz und Durchsichtigkeit oszillieren und dabei Bühnen für eine simultanitätsverliebte, konsumistische, globale Multitude bilden, deren hegemoniale Prämisse eine Ökonomie der Bilder ist.

Der Architekturtheoretiker Ryan E. Smith betonte kurz nach der Eröffnung des »Apple Cubes« auf dem Time Square in New York, dass das Gebäude eine kulturelle Agenda formuliere, die auf eine Gesellschaft verweist, welche Shoppen als

⁴⁸ »This is more than just a store«, sagt Apples Senior Vice President of Retail Angela Ahrendts und ergänzt: »We want people to say, »Hey, meet me at Apple.« Statt: Apple Just Revealed (wie Anm. 42).

⁴⁹ Ebd.

die vielleicht einzig verbleibende öffentliche Aktivität versteht und bei der am Ende jeder Kapitalakkumulation ein ›Image‹ stünde.⁵⁰ In diesem Sinne dokumentieren auch die beiden hier beleuchteten Beispiele, dass die Inszenierung medialisierter Bilder und Objekte in einer musealen Rhetorik zu einer zentralen gesellschaftlichen Praxis geworden ist. Mit inszenierten Bildern sollen Städte entwickelt werden, sie sollen das Denken verändern und scheinen alle sozialen Lebensbereiche zu durchdringen.

An der Stanford University im Silicon Valley und ganz in der Nähe zu San Francisco wurde vor einigen Jahren der Studiengang *Cybernetics* durch einen interdisziplinären Studiengang *Symbolic Systems* ersetzt, so als seien es nicht mehr Algorithmen, sondern symbolische Systeme, die zur Programmierung der nächsten Gesellschaft verhelfen. Auch SANAA's Louvre ist ein Museum der symbolischen Systeme und der Apple Flagship-Store migriert mit seinen symbolischen Systemen in den öffentlichen Raum.

Bildnachweis:

Abb. 1–5: © Karen van den Berg 2016

⁵⁰ Ryan E. Smith: Apple Cube Fifth Avenue. Simulacra + spectacle, in: *Journal of Architectural Education* 62, 2 (2008), S. 67–69, hier S. 67.