

Vielleicht leben wir in einer Zeit, in der sich alles, was wir berühren, in Gold verwandeln muß. Der verführende Schimmer von Scheinarchitekturen taucht vieles in ununterscheidbares Dunkel. Der Umbau der Orangerie im Grazer Burggarten durch Splitterwerk kommt einem Grenzfall gleich, in dem sich Modisches mit Politischem, Spekulation mit Ironie mischt. Im Lichte des "goldenen Saals" wird nicht klar, welcher Strategie die Planer folgen. Sollen wir den Glanz des Goldes als kritisches Statement in einem von Hybris geprägten gesellschaftspolitischen Kontext verstehen?

Das schlichte Gewächshaus aus der Mitte des 19. Jahrhunderts diente ursprünglich der Überwinterung frostempfindlicher Pflanzen aus dem Burggarten und wurde zuweilen auch für sommerliche Feste genutzt. Insofern ist die Idee, das Bauwerk für Veranstaltungszwecke zu adaptieren, nicht von der Hand zu weisen. Neben dem Veranstaltungszentrum des Landes Steiermark, das erst kürzlich in der Alten Universität eingerichtet wurde, und den Prunkräumen der Grazer Burg selbst, die traditionsgemäß für Empfänge, Ehrungen und Staatsbesuche zur Verfügung stehen, verspricht die Orangerie einen kleineren und wesentlich intimeren Rahmen, der nach dem ursprünglichen Willen des Bauherrn den persönlichen Empfängen der vormaligen Frau Landeshauptmann Klasnic vorbehalten sein sollte. Die geänderten politischen Rahmenbedingungen nach der jüngsten Landtagswahl zogen nun ein anderes Nutzungskonzept nach sich. Heute kann das Haus für Privat- und Firmenveranstaltungen gemietet werden, für die Grazer Tourismuswirtschaft ist es ein Ort kleiner, zumeist musikalischer "events". Von der Verquickung zwischen Politik und Baukunst bleiben Lack und Folie in Gold, eine pseudoimperiale Geste, von Splitterwerk kritisch-ironisch intendiert und von diversen Gestaltungsbeiräten abgesegnet, nicht ohne einen Aspekt von Anachronismus, der sich in den Brüchen und Widersprüchen zwischen dem Charme eines vernachlässigten historischen Nutzbaus und dem schrillen zeitgenössischen Implantat spiegelt.

Splitterwerk wollte diesen Auftrag ursprünglich nicht und argumentierte, wie der Architekt Mark Blaschitz versichert, mit guten Gründen dagegen, den Wintergarten für eine Ganzjahresnutzung tauglich zu machen. Das

Gewächshaus mit seiner großen, südorientierten Glasfassade erfordert beispielsweise rigorose klimatechnische Eingriffe, die alle wesentlichen vorhandenen Qualitäten des Bestandes, als Hindernis für den aktuellen Funktionsanspruch erkannt, der andernorts sinnfälliger hätte eingelöst werden können, zum Verschwinden bringen. Die Hülle aus MDF-Platten und Glas macht nun den Hauptraum der Orangerie nicht nur klimatechnisch beherrschbar, sondern verändert ihn in seinem Ausdruck, seinen Proportionen, seinen Material- und Lichtqualitäten vollkommen.

Stellt die Außenansicht eine mit Hilfe des Denkmalamts realisierte Rückführung auf den historischen Status dar, so findet im Inneren eine annähernd vollständige Ausblendung des Bestandes statt. An den sichtbaren Übergängen der verglasten Südseite wird die Problematik deutlich, wenn der historischen Fensterfläche - eine schlichte, aber mit vergleichsweise filigranen Holzprofilen gebaute Rahmenkonstruktion - die plumpen, in stumpfem Gold beschichteten Aluprofile der Isolierverglasung vorgesetzt werden.

Will man die neue Orangerie als autonome Bauplastik verstehen, so geht die Gestaltung der Oberflächen im Ansatz nach Prinzipien des *all over* vor; wie bei vielen Projekten von Splitterwerk in den letzten Jahren prägen ornamentale Strukturen aus den digitalen Arbeiten der Künstlerin Edith Hemmrich das Erscheinungsbild. Ein Rapport auf Basis einer komplizierten, kleinteilig aus vielen Punkten aufgebauten Ornamentfläche zieht sich über Boden, Wand und Decke, wobei einem die Genauigkeit der Übergänge den größten Respekt vor den ausführenden Firmen abnötigt. Hier, in diesen Rapporten, kommt das Farbkonzept zu einer stimmigen Übersetzung. Die beiden Goldtöne, stumpfe Qualitäten aus Lack und Kunststofffolie, reflektieren die Umgebung in ihren Originalfarben. Es können die Wände als virtuelle Erweiterung des Raums in der Spiegelung von Garten und Himmel beziehungsweise des Geschehens im Raum wirksam werden. Goldfarbe als Substitut eines konventionellen Spiegelsaals, wobei das Ornament eine notwendige Brechung des Spiegeleffekts herbeiführt, macht die auf Entgrenzung zielende Konzeption der Raumschachtel formal argumentierbar. Genuin architektonische Aspekte treten mit dieser spezifischen Verwendung ornamentierter Flächen in den Hintergrund, der

Raum zeigt sich auf den ersten Blick in Form eines begehbaren Bildes, das alles in der vereinheitlichenden Textur seiner schimmernden Oberfläche aufsaugt.

Allerdings fordert das Konzept des *all over* eine Konsequenz, die in der Architektur nur mit hohem Aufwand umgesetzt werden kann. Die Überformung all jener Elemente, die die pragmatischen Zwänge des Bauens mit sich bringen, wie Beschläge, Lüftungselemente und Fenster, nicht zuletzt auch der Möblierung wären notwendig gewesen, um das Konzept stimmig durchzuhalten. So aber gerät aus formalen künstlerischen Gesichtspunkten betrachtet die gewählte Monochromie und Ornamentik zum Stolperstein für das Gesamtprojekt, wenn sich die Beschichtung von Parapeten und Fensterrahmen, ornamentlos, einfach nicht in die Gesamtstruktur fügen will, Türschnallen einen weiteren, im gewählten Kontext aber fremden Goldton einführen oder goldlackierte Möbel den Lauf der Rapporte brechen. Den Planern ist dies bewußt, zieht sich in ihren Schaubildern das Ornament doch über die Fensterflächen. Sie ließen auch passende Tischdecken und Überzüge anfertigen und brachten transparente Stühle bei, um wenigstens die Inkonsistenz der Möblierung weitgehend zu mildern.

Warum Gold? Diese Frage stellt sich auch jenseits des Spiegelmotivs gerade im Kontext des Bauens in diesem historischen Bestand, den vormals ein gewisser Charme des Einfachen und in Vergessenheit Geratenen auszeichnete, von dem man meinte, es bliebe in dem verträumten Burggarten für immer unberührt. Was spiegelt sich da? Ist es vielleicht doch eine hintersinnige List der Splitterwerk-Künstler, Gold und Ornamente als Argumente des Schwindel-Erregenden, des Fassungslosen im eigentlichen Sinne in den Diskurs einzubringen? Oder haben wir es schlicht mit einer dieser *unique selling propositions* zu tun, dem unbändigen Hang der Marketing-Menschen zum Marktschreierischen, Falschen, Talmigold, dem Politik schon lange genauso wie die Wirtschaft sich andient und mit großen Gesten einer inszenierten Authentizität das gesellschaftspolitische Unbehagen schön reden möchte?

Nikolaus Hellmayr