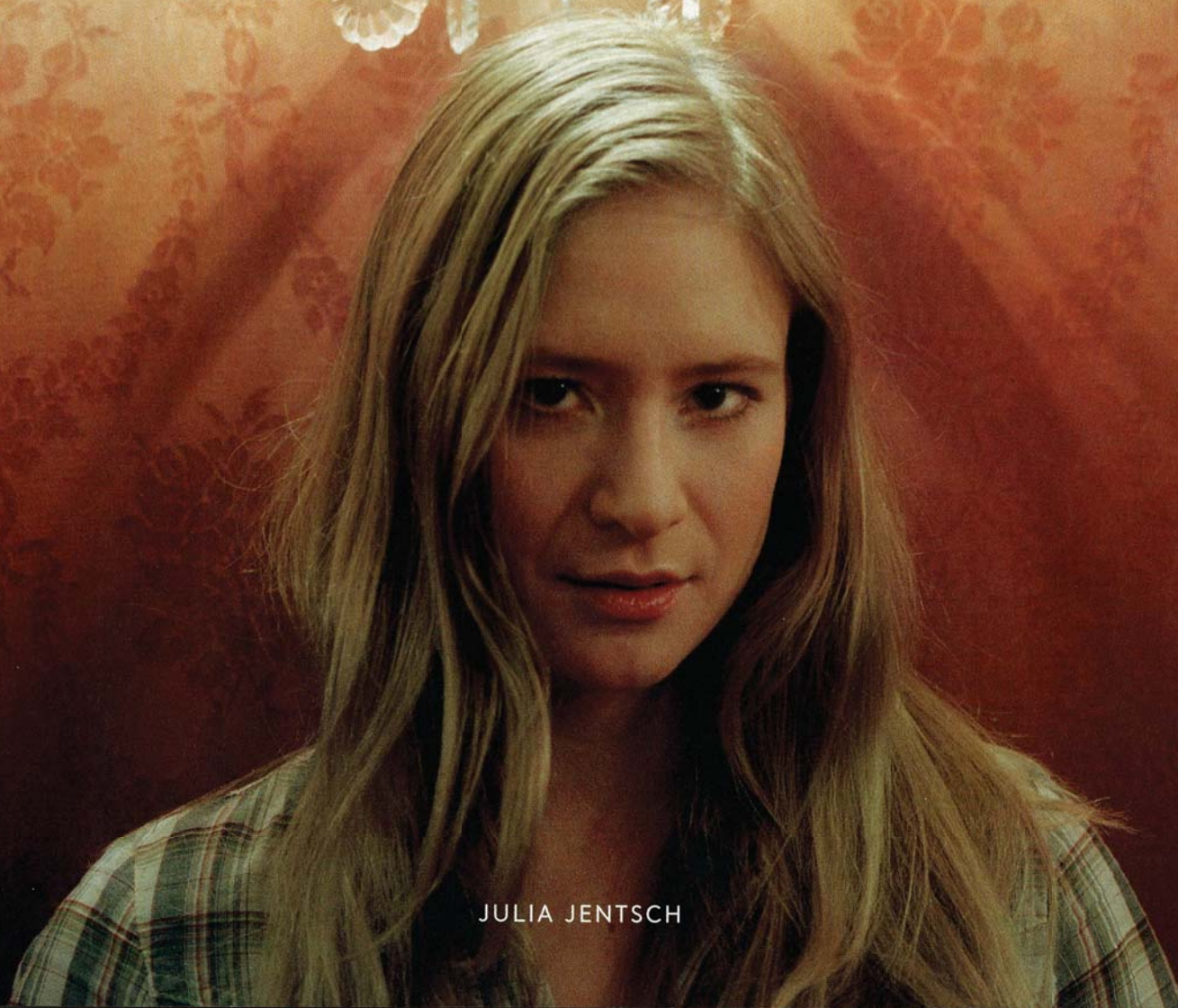


N° 12

21. 03. –
27. 03. 2009

DAS MAGAZIN

Menschen, denen
die Zukunft gehört



JULIA JENTSCH

HIROMI HOSOYA UND MARKUS SCHÄFER/ DIE PERFEKTE STADT

VON SACHA BATTHYANY
BILD TOM HALLER

Sämtliche Plätze sind belegt, das Licht wird gedimmt, Markus Schaefer und seine Partnerin Hiromi Hosoya beginnen ihren Vortrag an der ETH Zürich. Und während sie über ihr Verständnis von Architektur sprechen, über ihre Art zu denken und zu planen, greifen immer mehr schwarz gekleidete Studenten zu ihren schwarzen Notizbüchern. Und sie tun gut daran. Denn hier spricht die Zukunft.

Von der Zukunft ist in ihrem Atelier zunächst wenig zu sehen. Es ist, wie es bei Architekten immer ist, weisse Flachbildschirme stehen auf langen Tischen, und in der Ecke stehen Styropormodelle. Erst wer den beiden gegenüber sitzt, merkt: Hier geht es um mehr als um Gebäude in futuristischem Design oder Wolkenkratzer mit kühnen Fassaden. «Wir sind an der Form wenig interessiert», sagt Hosoya, sagt Schaefer überzeugt, «uns geht es darum, die Welt so zu bauen, dass sie die nächsten hundert Jahre noch funktioniert.» Solche Sätze klingen in Zeiten, in denen Moskau, Dubai oder Taipeh um das höchste Gebäude streiten zunächst eher zurückhaltend, fast idealistisch. Doch das sind Hosoya und Schaefer nicht.

Zum Beispiel Ljubljana. Auf einer Fläche von 230 Hektaren soll in den nächsten fünfundzwanzig Jahren ein neuer Stadtteil entstehen. Beruhend auf ihrem Masterplan, entstehen Parks, Boulevards, Regierungsgebäude, Wohnungen. Sie entwerfen Plätze, auf denen sich Menschen dereinst an Sonntagen treffen, verlieben und betrügen werden, Hiromi Hosoya und Markus Schaefer, die Japanerin und der Schweizer, kreieren das zukünftige Leben in der slowenischen Hauptstadt. Kosten: 2,6 Milliarden Euro.

Zum Beispiel das Engadin. Sie gewannen den Architekturwettbewerb für den neuen Flughafen in Samedan. In Mailand erhielten sie den Auftrag für ein Einkaufszentrum, auf dessen Dach sie mehrere Wohnungen stellen und einen Park anpflanzen wollen. Und für den Volkswagen-Konzern führten sie eine Mobilitätsstudie durch, dessen Resultate bei VW in Wolfsburg auf Touchscreens erscheinen: «Autos haben in ihrer gegenwärtigen Form keine Zukunft mehr.»

Hiromi Hosoya und Markus Schaefer, sowohl beruflich als auch privat ein Paar, leben zwar seit fünf Jahren in Zürich, «doch man kennt uns hier kaum, wir gehören nicht zur Szene». Gut möglich, dass ihr Auftreten manchen in der Schweiz irritiert, denn hier sind zwei, die im grossen Stil denken. «Bigger than life», über die eigene Nasenspitze hinweg, über Landesgrenzen und den morgigen Tag hinaus. «Uns interessiert das System, nicht die Form.» Inhalt geht vor Fassade, Sinn ist wichtiger als Schein. Vor jedem ihrer Projekte setzten sie sich mit Mathematikern, Soziologen, Verkehrsplanern zusammen, «für nachhaltige Lösung», so ihre Überzeugung, «braucht es innovative Ideen auf sämtlichen Ebenen». Mit einem Studenten entwarfen sie ein Modell eines Wolkenkratzers direkt an der Themse, vierzig Stockwerke hoch, auf jeder Etage wächst eine andere Gemüsesorte, Karotten, Blumenkohl und auf dem Dach ein Weizenfeld, das ist vertikale Landwirtschaft und das ist für viele ein Hirngespinnst, nur ein Luftschloss, nicht mehr. Wieso eigentlich nicht? ↳





HIROMI HOSOYA, MARKUS SCHÄFER UND IHR SOHN JURI

Kennengelernt haben sie sich in Harvard 1995, als sie bei Rem Koolhaas abschlossen. Damals hatten beide schon ein Studium hinter sich, Hosoya in englischer Literatur, Schaefer in Neurobiologie, seine Abschlussarbeit schrieb er über Wüstenameisen in Tunesien, drei Monate lang auf allen Vieren beobachtete er die kleinen Insekten, wie sie sich organisieren, wie sie sich ihre Wege bahnen, und er sagt, was er auch über Architektur sagt: «Ich war interessiert an ihrem System.» Der Ameisenhaufen hat ihn nachhaltig geprägt. Nach Harvard kam Rotterdam, Schaefer arbeitete für Koolhaas und war unter anderem für Prada zuständig, von der Parfümflasche bis zur Ladenkonzeption. Hosoya leitete das europäische Büro des japanischen Architekten Toyo Ito. Es folgten Jahre im Transit, Tokio, Rotterdam, London, Hosoyas Bauch wuchs, später der Sohn und dann die Erkenntnis, dass jedes Kind eine Art Nest braucht, «in Japan nennen wir es Gen Fuukei», sagt sie, «eine Ur-Landschaft, die jeden Menschen ein Leben lang prägt». Deshalb also der Umzug nach Zürich, der Ur-Landschaft, des Kindes zuliebe, von hier aus agieren sie global, Markus Schaefer, der von sich sagt: «Ich denke vom grossen Massstab zum kleinen», und Hiromi Hosoya, die von sich sagt: «Ich denke vom kleinen zum grossen» — sie trafen sich in der Mitte, und darin liegt bekanntlich die Kraft. •

JILL FEHRENBACHER/ GRÜNER LIFESTYLE

VON SACHA VERNA
BILD SALOME OGGENFUSS

Grün ist das neue Schwarz. Das war Jill Fehrenbacher schon klar, als andere die Zukunft der Umwelt noch rosarot sahen. Jetzt arbeitet die 33-jährige New Yorker Designerin daran, dass Nachhaltigkeit nicht aus der Mode gerät. Als Gründerin des Blogs www.inhabitat.com sorgt sie mit inzwischen zwanzig Mitarbeitern dafür, dass über eine Million Leser weltweit täglich auf den neusten Stand gebracht werden, was das Solar-Handy von Samsung angeht oder den Drucker, der Kaffeesatz in Öko-Tinte verwandelt, oder schicke Interieurs

aus recycelten Flugzeuteilen. «Wir betrachten die Konsumkultur nicht als Feind», sagt Jill Fehrenbacher. «Wer will sich denn heute noch in eine Baumhütte verziehen, um ohne Strom und fliessendes Wasser den Planeten zu retten?»

Sie, ihr Mann und ihr sieben Monate alter Sohn Petey gewiss nicht. Genuss-Abstinenzler besitzen keine italienischen Espressomaschinen und leisten sich auch keine Zimmertemperaturen, die im Winter das Tragen von ärmellosen Kleidern erlauben.

«Was wir wollen, ist Konsum mit Köpfchen und ohne schlechtes Gewissen», sagt Jill Fehrenbacher. Daher auch die Idee für «Greener Gadgets». Diese Konferenz zum Thema Konsumtechnologie fand im vergangenen Jahr in New York zum ersten Mal statt und lockte dieses Jahr bereits mit Teilnehmern aus der ersten Liga der Branche, mit Vertretern von Intel bis Panasonic. «Die Industrie hat begriffen, dass Umweltschutz nicht nur gut fürs Image ist, sondern dass sich damit auch Geld verdienen lässt», sagt Jill Fehrenbacher. Oder Geld sparen.

Sie kämpft vehement gegen die Vorstellung, Umweltschutz sei ein Luxus der Reichen. «Während «Greener Gadgets» 2008 stellten wir einen 100-Dollar-Laptop vor, der zugleich der grünste Laptop ist, der je produziert wurde», sagt sie. Dieses Jahr bekam das Publikum ausserdem «Blights» zu sehen, Jalousien, die sich in der Nacht dank gespeicherter Sonnenenergie in Lichtquellen verwandeln, einen Schaukelstuhl mit Leselämpchen, das man schaukelnd zum Leuchten bringt, sowie die «Fastronauten», Spielzeugroboter, die sich durch die Bewegung beim Spielen selber am Laufen halten.

Die «Fastronauten» sind eigentlich für Kinder bis zu fünf Jahren gedacht. Aber Jill Fehrenbacher amüsiert sich vor allem selber damit. «Der Fun-Faktor ist enorm wichtig», sagt sie. «Sie bringen die Leute nicht zum Umdenken, wenn Sie ihnen den Spass verderben.» Verantwortung fördere die Kreativität, nicht die Schuldgefühle. Und selbst im schlimmsten Fall hadert Jill Fehrenbachers grüne Generation wenigstens mit kreativ geförderten Schuldgefühlen. So war der Gewinner des diesjährigen «Greener Gadgets»-Designwettbewerbs der «Tweet-a-Watt» — ein Gerät, das den Energieverbrauch in Haushalten misst und die Werte in Echtzeit und für alle Freunde und Bekannte sichtbar auf die Netzwerk-Site Twitter überträgt. •



Sunshine Feeling

vom 21. März bis 20. Juni im Glatt

www.glatt.ch



HIROMI HOSOYA UND MARKUS SCHAEFER «Der Tischfußball war ein Geschenk. Aber irgendwie passt er in unsere Wohnung, wir sind viel unterwegs gewesen, alles ist leicht, zerlegbar, transportabel. Kaum Sessel, viele Stühle, ganz links ein fast unbekannter Breuer-Prototyp aus Aluminium. Die meisten Bücher haben mit Design und Architektur zu tun, viele

sind aus Japan, genau wie Hiromis halbe Garderobe, sie liebt Comme des Garçons. Unser Sohn Juri hingegen liebt die Figuren aus dem Gundam-Comic.»

MAGALI METRAILLER «Mein absolutes Lieblingsobjekt ist diese Vintage Memovox Automatique von Jaeger-LeCoultre, ich liebe Männeruhren.»