

turrisbabel

03 2006

Landschaft im Fokus

Leggere il paesaggio

69

Trimestrales Mitteilungsblatt der Stiftung der Kammer der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner, Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen
Notiziario trimestrale della Fondazione dell'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della Provincia Autonoma di Bolzano

Statements

Paesaggi_Linguaggi

Landschaftsplanung / Paesaggistica

Cantina Manincor

Ausstellungen / Mostre

Landesausstellung 05



Trimestrales Mitteilungsblatt der Stiftung der Kammer
der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner,
Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen
Notiziario trimestrale della Fondazione dell'Ordine
degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori
della Provincia Autonoma di Bolzano

Sparkassenstraße 15 via Cassa di Risparmio
I — 39100 Bolzano / Bozen
Tel. 0471 971741 <http://www.bz.archiworld.it>
e-mail: turrisbabel.bz@archiworld.it



Verantwortlich für den Inhalt / Direttore responsabile:
Luigi Scolari

Redaktion dieser Ausgabe / Redazione di questo numero:
Julia Brunner, Melanie Franko,
Karin Kretschmer, Carlotta Polo, Matteo Scagnol,
Alessandro Scavazza, Lorenzo Weber, Alberto Winterle,
Emil Würndle, Alexander Zoeggeler
Diese Ausgabe wurde von Luigi Scolari betreut /
Questo numero è stato curato da Luigi Scolari

Kontakt für die Werbung / Contatto per la pubblicità:
tb_turrisbabel@hotmail.com

Grafik / Grafica: www.Lupe.it (BZ)

Druck / Stampa: Europunto (VR)

Für Wort, Bild und Zeichnungen zeichnen
die jeweiligen Autoren verantwortlich.
Scritti, fotografie e disegni impegnano soltanto
la responsabilità dell'autore.

Register der Druckschriften des Landesgerichtes Bozen
Registro stampe del tribunale di Bolzano
N./n. 22/97 vom/del 9.12.1997

März / Marzo 2006

Spedizione in A.P. – D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004
numero 47), art. 1, comma 1, DCB Bolzano

Foto Titelseite / Foto copertina:

Pension Briol, Eisacktal / Pensione Briol, Val d'Isarco
© Ludwig Thalheimer

Editorial / Editoriale

- 2 Leggere il paesaggio
Luigi Scolari
- Statements
- 4 Planungsinstrumente aus dem Landschaftsleitbild Südtirols
Marlene Dolar-Donà
- 8 Der Landesbeirat für Baukultur und Landschaft
Roland Dellagiacomà
- 12 Sensibilität für eine geplante Landschaft
Jörg Platter und Helene Hölzl
- 17 Paesaggi_Linguaggi
Loredana Ponticelli
- 22 Progettare l'incertezza
Andreas Kipar
- 24 Paesaggi "(in)naturali"
Alexander Zoeggeler
- 26 Peter Zumthor zum Thema Bauen in der Landschaft
Zusammengestellt von Melanie Franko
- 28 Il paesaggio, CasaClima, l'architettura
Adriano Oggiano
- Landschaftsplanung / Paesaggistica
- 32 Die Stadtparks in Neu-Oerlikon (Zürich-Nord)
Samuel Scherrer
- 40 Tutela degli insiemi
Peter Constantini
- 44 Città e Paesaggio
Andreas Kipar, Mauro Panigo
- 48 Concorso Hypo-Bank
weber + winterle su un progetto di Freilich Landschaftsarchitektur
- De Architectura
- 50 Mehrzweckgebäude in St. Jakob am Bühel/Ahrntal
Kurt Egger
- 54 Cantina Manincor
Walter Angonese
- Interview
- 60 Indice RIE/B.V.F.-Index
a cura di Siegfried Delueg e Matteo Scagnol
- Diplomarbeiten 1000+ / Tesi 1000+
- 66 Alice nel paesaggio delle meraviglie
Stefano Peluso e Carlo Neidhardt
- 70 Bunker, Verschandelung, Tarnung und Klischees
Klaus Marsoner
- 74 Architektur im Rhythmus der Wasserkraftnutzung
Der architektonisch geformte Stausee
Siegfried Tappeiner, Astrid Reinstadler
- Ausstellungen / Mostre
- 78 Die Zukunft der Natur. Landesausstellung 05
Zusammengestellt von Emil Würndle
- Kunst / Arte
- 82 I "paesaggi" dell'arte
Dialogo con Hubert Kostner a cura di weber + winterle
- 84 Landschaftsfotografie
Zusammengestellt von Karin Kretschmer
- 90 Itinerari tra arte e natura: Borgo Valsugana e Lana
Marco Widmann, Erika Inger, Wolfgang Wohlfahrt
- Reise / Viaggi
- 92 Bauen in der Luft, zwischen Himmel und Erde
Julia Brunner
- Textbausteine / Architetture di carta
- 94 Narratori delle pianure
a cura di Alberto Vignolo

Luigi Scolari

Editorial
Editoriale

Leggere il paesaggio

L'identità dell'Alto Adige è tutt'uno con l'immagine del suo paesaggio. Le sue radici affondano nella povera economia alpina di un tempo, di cui si godevano la semplicità, la genuinità ed il fascino delle tradizioni, effetti di un raffinato processo di perfezionamento degli usi e limitazione dei mezzi. Quest'economia, che non aveva possibilità di sopravvivenza, si è riconvertita in ricca economia turistica, sfruttando diversamente il materiale che aveva a sua disposizione, il territorio. Trasformato in prodotto, questo patrimonio collettivo, ha acquisito il valore ed il significato di paesaggio, *Kulturlandschaft*. È divenuto oggetto d'interpretazione. L'immagine popolare del territorio nasce per merito del turismo. Come oggetto di consumo, essa è promossa già dalle campagne pubblicitarie dei manifesti degli anni '20, cui pittori locali come Franz Lenhart hanno prestato il loro genio e realizzato la prima riduzione simbolica. Dalle

iniziali interpretazioni

artistiche, l'impegno alla idealizzazione della natura, alla manipolazione del paesaggio ha raggiunto oggi, con le strategie di marketing turistico, vette ineguagliate, un grado di perfezionamento e mistificazione tali da rappresentare il paradosso: non ritrovare nella realtà, quello che esse promettono. La cartolina da inviare agli amici non inquadra mai il contesto. La dicotomia tra immagine promozionale del paesaggio e realtà si palesa sempre con più evidenza. Lo sviluppo economico ha prodotto una trasformazione della società alpina e del suo territorio agendo su un percorso parallelo a quello della costruzione della sua immagine. È in atto un processo schizofrenico, dove da una parte si promuove un'identità legata a valori falsamente tradizionalisti e dall'altra si inneggia al progresso, di cui si evidenziano solo gli aspetti positivi? O si tratta di una cosciente mistificazione, dove l'aspetto patologico lascia spazio all'inganno di *Sudtirolandia*, dove in mancanza di un modello originario,

che non esiste più, perché progredito e superato, se ne riproduce una farsa o gli si fa il verso? La promozione dell'identità locale e della sua più immediata espressione, il paesaggio, è sinora rimasta insensibile ad un aggiornamento contemporaneo. Ancorata alle certezze, garantite dalla vendita del consumo *clické* sudtirolese, l'economia turistica preferisce attingere al simbolo (Lederhosen, Erker, Brezen, ecc.), peraltro erroneamente impiegato per riprodurre un paesaggio artefatto, riprodotto a misura d'immaginario e dotato di tutti i confort sollecitati dall'epoca moderna. La soddisfazione delle egoistiche esigenze individuali si concretizza nella dispersione edificatoria. L'accessibilità diffusa delle più sperdute località, che un tempo erano meta di solitaria conquista, si garantisce demagogicamente con l'ampliamento indifferenziato della rete delle infrastrutture stradali. La soddisfazione campanilistica di insediamenti produttivi per ogni centro abitato, l'ampliamento



qualitativo delle strutture ricettive consumano indifferenti il riscato patrimonio del nostro territorio. Il paesaggio risulta irricognoscibile. In favore di specifiche categorie economiche, oggi ritenute trainanti, si è lasciato abusare del territorio e si sono allentati i legacci di una normativa di salvaguardia e tutela, che dai risultati sembra inadeguata. Senza negare il progresso, riusciremo a definire la giusta misura di interventi sensibili, in grado di trasformare il paesaggio valorizzandolo con il loro contributo? Agire a livello culturale, sottolineare le mistificazioni perpetrate in nome di uno splendido archetipo costruttivo, il maso, evidenziare percorsi alternativi, coscientemente contemporanei e sostenibili, ma soprattutto fornire gli strumenti per saper leggere il paesaggio, in tutte le sue innumerevoli accezioni e potenzialità, speriamo tutto ciò possa stimolare una sensibilità più diffusa.

Die Identität Südtirols liegt im Bild seiner Landschaft. Unsere wirtschaftliche Entwicklung hat ihren Ursprung in einer alpinen Agrarwirtschaft, geprägt von Einfachheit, Ursprünglichkeit und Tradition. Diese Wirtschaftsform hatte keine Überlebenschance und wandelte sich zur reichen Tourismusindustrie, indem sie den vorhan-

denen Rohstoff, die Landschaft, in anderer Form nutzte. Das Allgemeingut wurde zum Produkt, es gewann an Wert und wurde zur Kulturlandschaft. Der Tourismus macht die Landschaft definitiv zum Konsumgut. Als solches wird sie seit den 20er Jahren auf Werbeplakaten propagiert, lokale Maler trugen zu dieser ersten symbolischen Reduktion bei. Damit begannen die Idealisierung der Natur und die Manipulation der Landschaft, aus der die Marketingstrategien der Tourismusexperten ein mystifiziertes und überperfektes Bild generiert haben, das schon an Paradoxie grenzt: Die Versprechen der Werbung können von der Realität nicht mehr eingelöst werden. Die Entwicklung der Wirtschaft verläuft in ähnlicher Weise zu jener des kommunizierten Landschaftsbildes. Ein schizophrener Prozess ist im Gange: Einerseits huldigt man einer falsch verstandenen Tradition und auf der anderen Seite einem Fortschritt, von dem man nur die positiven Aspekte sehen will. Oder ist es eine notwendige Übersteigerung und Verzerrung, weil das Vorbild nicht mehr existiert, weil es sich weiterentwickelte und längst überholt ist? Die Vermittlung der lokalen Identität und der Landschaft ist festgefahren in einem Klischeebild von Südtirol. Die Tourismuswirtschaft verwendet platte Symbole (Lederhosen, Erker, Brezen usw.) für eine Landschaft, die nur mehr Kunstprodukt ist, reduziert auf anti-

aber ausgestattet mit modernem Komfort. Die Zersiedelung als Folge der Befriedigung egoistischer Einzelinteressen, der willkürliche Ausbau des Straßennetzes zur kapillaren Erschließung selbst abgelegenster Flecken, die Schaffung eigener Gewerbebezonen für jede Ortschaft, die qualitative Erweiterung von Beherbergungsstrukturen, – all dies bewirkt den unkontrollierten Verbrauch unserer bereits knappen Flächen. Die Landschaft verändert sich total. Sie wird den Interessen weniger, für wichtig erachteter, Wirtschaftsbereiche geopfert; gesetzliche Maßnahmen zum Schutz der Landschaft werden aufgeweicht. Werden wir imstande sein, das richtige Maß an Landschaftseingriffen zu finden, ohne gleichzeitig auf den Fortschritt zu verzichten? Durch kulturelles Engagement, durch Aufzeigen der Fehlinterpretationen des Bauernhauses als baulichem Archetypus, durch neue, zeitgemäße Ansätze, aber vor allem durch eine Hilfestellung in der Interpretation der Landschaft in all ihrer Vielfalt und all ihrem Potential können wir hoffentlich eine breitere Sensibilität schaffen.

La conca bolzanina – due paesaggi distinti?
Foto Ludwig Thalheimer

