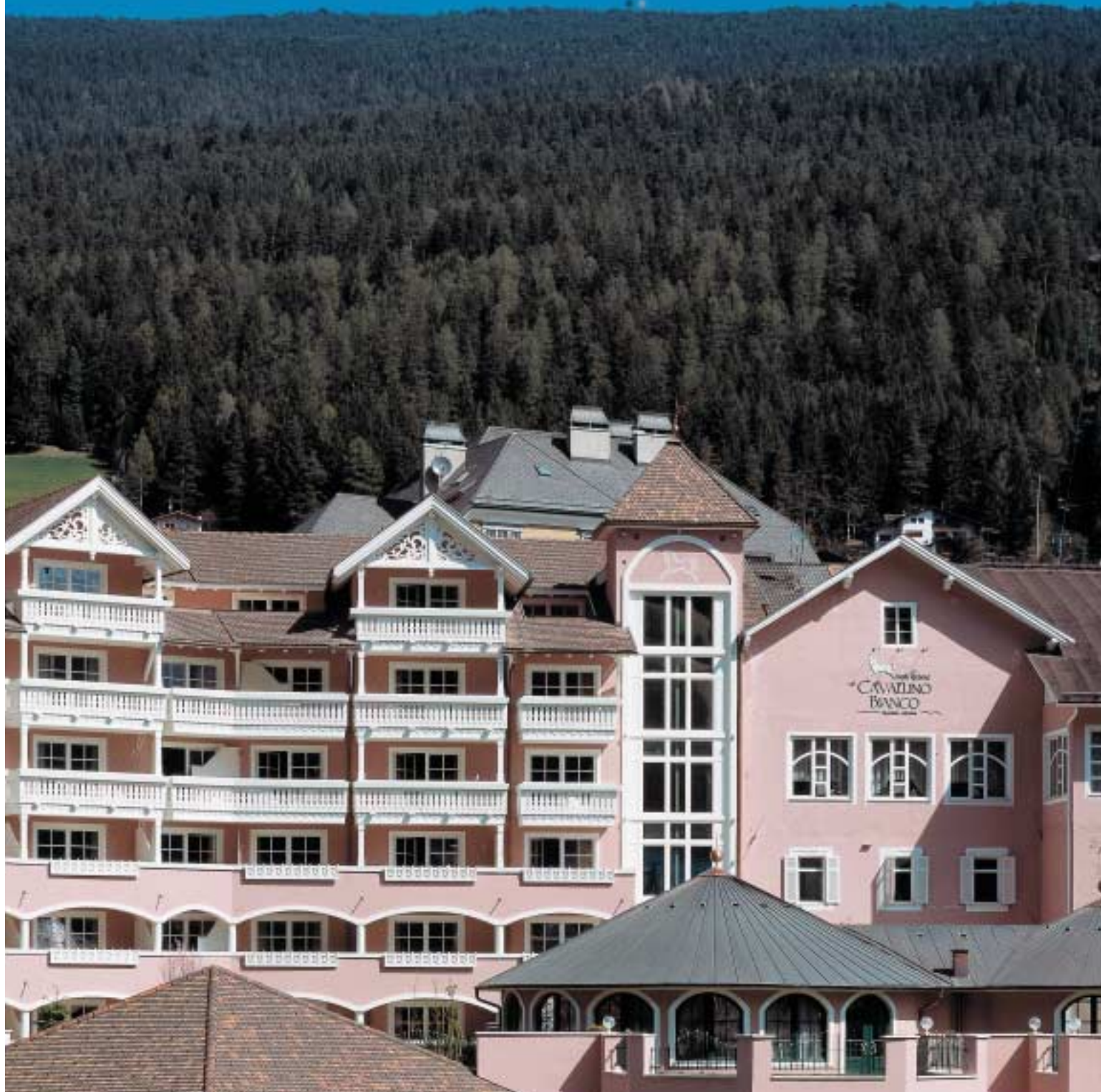


Trimestrales Mitteilungsblatt der Kammer der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner, Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen
Notiziario trimestrale dell'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori della Provincia Autonoma di Bolzano

Statements

Ampliamenti alberghieri
e stato del territorio

Ruralität, Regression, Reaktivierung
Gardaland e altri "nonluoghi"





Trimestrales Mitteilungsblatt der Kammer
der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner,
Denkmalpfleger der Autonomen Provinz Bozen
Notiziario trimestrale 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

Vizedirektor / Vicedirettore:
Umberto Bonagura

Redaktion / Redazione:
Lukas Abram, Pier Francesco Bonaventura,
Alessia Carlotto, Andrea D'Affronto, Manuela Demattio,
Giovanni Dissegna, Roberto Gigliotti,
Angela Giudiceandrea, Emil Wörndle, Rodolfo Zancan

Kammerbeauftragter / Resp. rapporti con l'Ordine:
Roberto D'Ambrogio

Verantw. für die Werbung / Resp. per la pubblicità:
Ulrich Weger, Tel. 0471/973886

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

Juli / Luglio 2003

Spedizione in a.p., 45%, art. 2 comma 20/b,
legge 662/96 – Filiale di Bolzano
Kostenlose Verteilung / Distribuzione gratuita

Foto Titelseite / Foto copertina:
Hotel Cavallino bianco, St. Ulrich / Ortisei
© Ludwig Thalheimer / Lupe

Editorial / Editoriale

2 Torri, torrette, bifore...

Luigi Scolari

De Architectura

4 Centro culturale Grand Hotel Dobbiaco

Paolo Biadene

6 Hotel Alp Cron Moarhof Wellnesscenter

Paolo Biadene

8 Vigilius Mountain Resort

Zusammengestellt von Harald Husel

10 Der Zirmerhof in Radein

Sepp Perwanger

12 Aquarena – Piscina coperta di Bressanone

Matteo Scagnol

18 Impianto di risalita Falzeben, località Merano 2000

Umberto Bonagura

22 Sicherheitsästhetik im Skigebiet

Angelika Burtscher, Daniele Lupo

24 „Wer hat Angst vor Rot, Gelb, Blau...?“

Manuela Demattio

28 50 anni della colonia "12 Stelle" a Cesenatico

Patrizia Bertolini

Statements

32 Ampliamenti alberghieri e stato del territorio

Thomas Demetz

38 Ruralität, Regression, Reaktivierung. Ein Kommentar

Hans Heiss

42 Eindeutige Positionierung oder Schwimmen im Strom

Klaus Schmidt

44 Gardaland e altri "nonluoghi"

Daniele Rancilio, Pier Francesco Bonaventura, Roberto Franchini

52 Welcome to Wellnessland

Monica Carmen e Orlando Lanza

Museen / Musei

56 Das Touriseum auf Schloss Trauttmansdorff, Meran

Joseph Rohrer

60 Nella rosa dei venti – GEM

Talik Chalabi

Interview

62 Es gibt Wichtigeres als den Stil!

Zusammengestellt von Wolfgang Salcher

Reise / Viaggi

74 On the Road

Alberto Vignolo

Buchbesprechung / Recensione bibliografica

80 Edoardo Gellner. Corte di Cadore

Giovanni Dissegna

84 Zivile Operationen

Marion Piffer Damiani, Walter Niedermayr

86 mailtb@archiworld.it

Luigi Scolari

Editorial
Editoriale

Torri, torrette, bifore...

Era nostra intenzione inviarvi una cartolina con immagini di architettura alberghiera. Poi da curiosi architetti-turisti abbiamo allungato il nostro itinerario.

In questo momento di forte crisi, maggiore è la necessità degli albergatori di investire in architettura. Il buon progetto, che secondo le indicazioni delle nuove e più moderne ricerche di mercato, si presta a soddisfare le presunte (o indotte?) esigenze del consumatore-turista, consente al contempo di esprimere ed interpretare una rinnovata identità locale. Lasciamo al turista la soddisfazione del wellness, del fitness, della cousine, le cui cure e servizi sono garantiti dalla professionalità dei

gestori. Lasciamo al gestore rincorrere i suggerimenti del marketing per sopravvivere alla concorrenza.

A noi rimane la scelta delle poche cartoline da inviarvi. Alcune sono rappresentative di un approccio progettuale consapevole, che affronta fattori ambientali, tecnologici, funzionali, estetici, e non ultimi quelli economici. Altre immagini sono espressione tragicamente ironica di un delirio progettuale perpetrato da progettisti pronti a soddisfare, chiavi in mano, le richieste di un mercato che promuove una falsa identità locale.

Gli effetti sul paesaggio sono macroscopici, complice per tutti una normativa urbanistica assai generosa.

L'anacronistico catalogo stilistico è facilmente riconoscibile in un proliferare di torri, bifore, archi, colonne,

trompe-l'oeil, colori vivaci, e per turrisbabel si esaurisce in un excursus fotografico. Sul territorio invece questi edifici si moltiplicano e promuovono una immagine locale che non ci è propria. Abdicando al linguaggio contemporaneo l'architettura alberghiera lascia sguarnita la nostra sezione progettuale. Dagli articoli più teorici si evince come l'incapacità di affrontare le moderne condizioni storico-economiche con gli strumenti della tradizione locale abbia causato, in Sudtirolo come altrove, un'involuzione della cultura costruttiva verso un'interpretazione artificiale della sua identità. Contemporaneamente la montagna, il territorio ed il paesaggio naturale diventano un parco artificiale, progettato a tavolino per l'intrattenimento del turista. Il territorio si trasforma in "struttura" ricettiva, perde naturalità, così accade con le piste da sci, i parchi a tema, il giardino botanico.



Disneyland e Gardaland sono modelli di riferimento. Proliferano i musei, uno per tutti il divertente Touriseum, appena inaugurato e dedicato al turismo. Il museo della montagna, in programmazione, fornirà al turista più pigro l'immagine nostalgica di un paesaggio romantico repentinamente trasformato, o suggerirà le corrette modalità di interazione tra fattori economici, sociali e tecnologici necessari a salvaguardare l'ambiente montano?

Per ora la polemica ha infervorato gli animi sulla destinazione della sua sede a Castel Firmiano. Torri, torrette, bifore...

nalität der Hotelbetreiber garantiert werden. Überlassen wir es dem Hotelier, die richtigen Marketingstrategien anzuwenden, um der Konkurrenz voraus zu sein. Uns bleibt die Auswahl der wenigen Ansichtskarten, die wir unseren Lesern schicken wollen. Einige davon belegen eine bewusste Art der Planung, welche Umweltaspekte, technologische, funktionale, ästhetische und wirtschaftliche Faktoren berücksichtigt. Andere sind tragischer Ausdruck jener unseligen Planungsweise, die nur bemüht ist, jede Art von Nachfrage schlüsselfertig umzusetzen, ohne sich darum zu kümmern, dass sie die Identität eines Ortes dabei verfälscht; die geltenden urbanistischen Bestimmungen verstärken diese Entwicklung noch. Die Folgen für das

traditionellen Ausdrucksweisen gerecht zu werden. Im Gegenteil, es hat in Südtirol und andernorts zu einer Rückentwicklung der Baukultur geführt, hin zu einer gekünstelten Interpretation von Identität. Zugleich werden der Berg, das Territorium und die Naturlandschaft zu einem künstlichen Park, am Reißbrett geplant, zur Unterhaltung der Gäste. Das Territorium verwandelt sich in wahrzunehmende Struktur, die Naturhaftigkeit geht verloren, – Beispiele dafür sind die Skipisten, die Themenparks, der botanische Garten. Disneyland und Gardaland drängen sich als Beispiele auf. Die Museen nehmen zu, stellvertretend stellen wir das unterhaltsame Touriseum vor, welches erst kürzlich eröffnet wurde und dem Tourismus gewidmet ist. Wird das geplante Bergmuseum auf Schloss Sigmundskron dem Besucher ein nostalgisches Bild einer romantischen Landschaft vermitteln oder wird es die Zusammenhänge zwischen ökonomischen, sozialen und technologischen Aspekten behandeln, die für die Zukunft der alpinen Landschaft von Bedeutung sind? Bisher erhitzten sich die Gemüter nur am Standort. Türmchen, Bögen, Säulen...



Wir wollten unseren Lesern ursprünglich eine Ansichtskarte schicken, mit Bildern von Hotelbauten. Aber weil wir neugierige Architekten und Touristen sind, wurde daraus eine längere Reise. Die gegenwärtige schwierige Wirtschaftssituation zwingt die Hoteliers, in Architektur zu investieren. Neueste Studien belegen, dass gute Architektur den Bedürfnissen des Gastes entspricht, dabei aber Ausdruck und Interpretation einer erneuerten lokalen Identität sein kann. Überlassen wir dem Gast den Genuss von Wellness, Fitness und Cousine, welche durch die Professio-

landschaftsbild sind unübersehbar. Der stilistische Anachronismus äußert sich in einem Wuchern von Türmchen, Bögen, Säulen, Fassadenmalereien in grellen Farben. Für Turrisbabel bleiben es Bilder, im Territorium aber entsteht durch die Vielzahl dieser Bauwerke ein neues Gesamtbild, mit dem wir uns nicht mehr identifizieren können. Und weil die Hotelarchitektur mit zeitgenössischem Bauen so wenig zu tun hat, bleibt diese Nummer Beispiele guter Architektur schuldig. In den theoretischen Beiträgen wird deutlich, dass es nicht gelungen ist, zeitgemäßen wirtschaftlichen Anforderungen mit