



## Das neue Mercedes-Benz-Museum in Stuttgart

[www.baunetz.de/plus](http://www.baunetz.de/plus)



Eine Probefahrt von und mit Katrin Voermanek

Architekten: UN Studio – Ben van Berkel, Caroline Bos und Tobias Walliser, Amsterdam

Gangschaltung und Tacho.

Darth Vader, James Bond und der Papst.

Ein künstlicher Tornado.

Moment mal, sollte es hier nicht um Architektur gehen?

Tut es doch.

Es geht um das neue Mercedes-Benz-Museum von UN Studio in Stuttgart.

Steigen Sie ein zur Probefahrt.

Katrin Voermanek dreht mit Ihnen eine Runde und empfiehlt:

Schnallen Sie sich an!





## 1. Gang

Wir starten langsam und mit gehörigen Vorbehalten: „Rechner-Barock“ und „Digitalmoderne“ – wie soll man sich bitte unbeschwert einem Haus nähern, auf dem schon vorab solche riesenhaften Etiketten kleben? Anhaltende Verwirrung seit ein paar Wochen, nach den ersten Fotos und einer ersten Vorbei-Fahrt auf der Bundesstraße: Was soll das bloß sein? Seltsam maßstabslos und irgendwie abweisend sieht das Ding aus. Bullig und zusammengestaucht, wie ein verbeulter Integralhelm. Wäre es nicht silbern, sondern schwarz, man würde sich nicht wundern, wenn Darth Vaders Atemgeräusche ‘rauskämen. Und überhaupt dieses Thema: Schon wieder Autos! Der Tanz um die goldene Karre. Noch so eine hoch gezüchtete Weihestätte der Markenidentität, noch so ein Architektur gewordener Marketingtrick zur Steigerung von Käuferlebnis und Kundenbindung. Ob das wirklich jemand braucht?

Zögerlich, voller angestauter Skepsis, nehmen wir Fahrt auf.





## 2. Gang

Zweiter Gang, das Tempo steigt – aber keineswegs zu schnell. Nehmen wir uns Zeit für einen Blick auf Daten und Fakten: 1999 fiel bei Mercedes-Benz unternehmensintern die Entscheidung zum Bau eines neuen Museums. Der Vorgängerbau auf dem Werksgelände – mit jährlich 500.000 Besuchern bereits ein echter Publikumsmagnet – war zu klein geworden. Hier brach die Automobilgeschichte aus Platzgründen in den 1970er Jahren ab, und Nutzfahrzeuge wie schwere Lastwagen oder Omnibusse konnten aus statischen Gründen gar nicht präsentiert werden. Erste Erwartung an einen Neubau war es, in ihm die gesamte, 120 Jahre währende Geschichte des ältesten Automobilherstellers der Welt „angemessen darstellen“ zu können. Es galt, mit einem braven Sechziger-Jahre-Bau nicht den Anschluss an die durch Erlebniszentren und ganze Autostädte von sich Reden machende Konkurrenz zu verlieren.

Das Büro des Architekten und Museums-gestalters HG Merz entwickelte für Mercedes-Benz ein Ausstellungskonzept und die Grundidee eines Wegs durch die Unmenge an Exponaten und Informationen. Im Jahr 2001 wurde ein Wettbewerb durchgeführt, im Januar 2002 stand das Amster-damer Büro UN Stu-dio als Sieger fest.





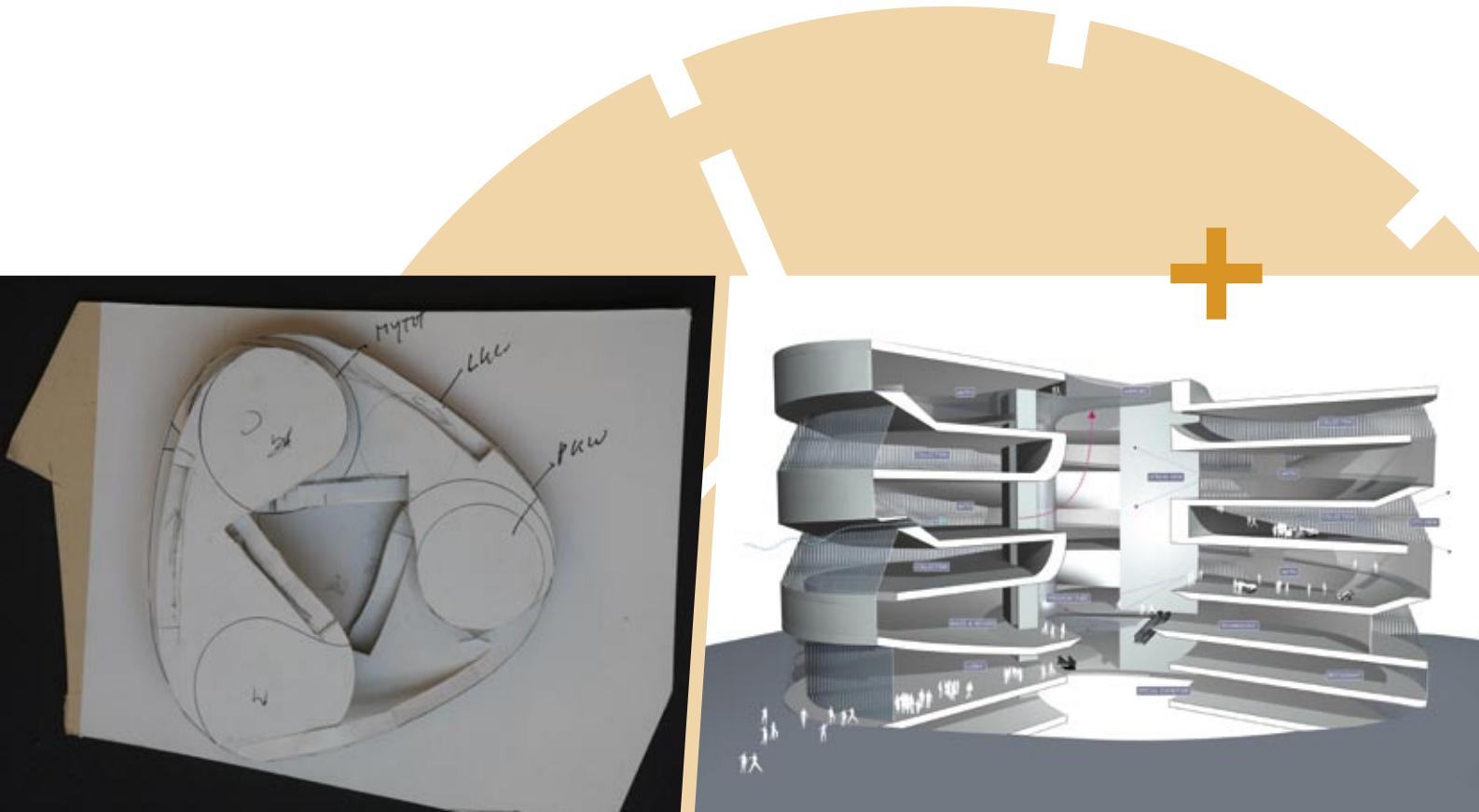
Im Herbst 2003 wurde nach einer „Kosten- und Nutzenoptimierungsphase“ Grundsteinlegung gefeiert, im März 2005 war Richtfest. Ab Oktober 2005 begann die Be-stückung mit Exponaten, seit Januar 2006 erfolgen Feinarbeiten wie technische Installationen und das Ausleuchten der ausgestellten Fahrzeuge. Nach sechs-wöchigem Probeflug wird das Museum am 19. Mai in Anwesenheit von Bundeskanzlerin Merkel eröffnet.

Dann wird in schönstem Unternehmenskommunikations-abteilungsdeutsch wahrscheinlich bis in die Tagesschau hinein zu hören sein, dass in Stuttgart-Untertürkheim, an der „Wiege der Mobilität“, nun ein „gestalterisches Meisterstück“ stehe, das mit seiner der DNA-Spirale nachempfundenen Doppelhelix „das Erbgut der Marke Mercedes Benz“ veranschaulicht und in dem man künftig mit einer Million Besuchern pro Jahr rechne.

Darum geht es also: ein etwa 150 Millionen teurer, 47,5 Meter hoher Neubau, 16.500 Quadratmeter Ausstellungsfläche, insgesamt 1.500 Exponate, darunter 160 Automobile, ein Wasserfahrzeug, zwei Luftfahrzeuge, drei Schienenfahrzeuge, 19 Mo-toren, aber auch Führerscheine, Airbags, eine Radarfalle und einiges mehr.

So weit, so gut.





### 3. Gang

Höchste Zeit, dass wir mal richtig zur Sache kommen. Dritter Gang, wir geben Gas: Das Ausstellungskonzept ist bei diesem Gebäude nicht wie eine nachträgliche Applikation zu lesen, sondern eher wie die Vorgeschichte, der Subtext, der immer mitläuft, das Libretto, aus dem sich Großes entwickelt. Statt fertiger Architektur, die darauf wartete, ausstaffiert zu werden, wartete hier das vorab entwickelte Konzept mit zwei Erzählsträngen darauf, mit dem Entwurf von UN Studio eine idealtypische Übersetzung in Architektur zu erfahren. Bereits im Wettbewerb hätten die Architekten geradezu „virtuos mit dem gespielt“, was ihnen vorgegeben war, erinnert sich HG Merz anerkennend. Und nun, nach erfolgter „Anpassung“ von inhaltlicher Konzeption und Wettbewerbsentwurf (die ausdrücklich gegenseitig und scheinbar recht friedlich verlaufen ist), schaut auch der Ausstellungsgestalter stolz auf das fulminant geratene Endergebnis.





In der dritten Dimension ist der Weg durch die Sammlung pure Lustwandelei. Schwarz auf weiß auf dem Papier klingt das Ganze erst mal trocken programmatisch: „Deponieren und Exponieren sind die Wesensmerkmale eines Museums. Die Zweiteilung in Mythos- und Collections-Räume folgt diesem Ansatz: Die Mythos-Räume exponieren einzelne herausragende Fahrzeuge aus der Produktgeschichte von Mercedes-Benz, die Collectionen fungieren als Schaudepots, die der Sammlung mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Nutzfahrzeugen und Personenwagen Platz bieten und auf häufigen Austausch der Exponate angelegt sind.“ Mit anderen Worten: Im Museum gibt es zwei inhaltlich und stimmungsmäßig sehr unterschiedliche Wege, die vom Besucher separat, aber auch im Wechsel durchlaufen werden können. Auf den so genannten „Mythos-Ebenen“ geht es feierlich zu, auf den „Collections-Ebenen“ eher hemdsärmelig.

Die sieben Mythos-Räume erzählen die Geschichte der Marke und gliedern sie chronologisch in Themen und Epochen – von den „Pionieren“ der Erfindungsjahre des Automobils zwischen 1886 bis 1900, vorbei an den (wirklich wunderbaren) „Wunderjahren“ von 1945 bis 1960, weiter über die Jetzzeit und schließlich mit einem zeitlichen und gedanklichen Schlenker zurück zum Schlusspunkt beider Ausstellungswege: zu den „Silberpfeilen“ und ihren Nachfahren, die in einer Steilkurve von „Rennen und Rekorden“ berichten. Der Weg durch den Mythos Mercedes ist dunkel und stimmungsvoll angelegt, er verläuft auf warmer Räucher-Eiche, vorbei an Wandverkleidungen aus Messingblech, Kunstleder oder Airbag-Stoff.



Dagegen kommen die „Collections-Ebenen“ hell und licht und so ein wenig lässig daher. Diese „Depoträume“ sind thematisch nach Nutzungsarten geordnet: die Autos sind zu bestimmten „Kompetenzfeldern“ des Herstellers aufgestellt, dicht nebeneinander, ohne besondere Inszenierung oder punktuelle Beleuchtung. Zu Themen wie Reisen, Gütertransport oder Repräsentation ist hier eine bunte Auswahl von Fahrzeugen versammelt – vom Mannschaftsbus der Fußballweltmeister 1974 über ein Taxi oder einen Feuerwehrwagen mit Drehleiter bis hin zum Papamobil von Papst Johannes Paul II.

Auf diesen Sammlungsebenen gibt jeweils eine an Straßenmarkierungen erinnernde Fußbodengrafik unterschiedliche Ordnungssysteme vor: In der „Galerie der Reisen“ sind die Fahrzeuge an den Pfeilen einer Windrose ausgerichtet, in der „Galerie der Helfer“ streben sie auf einen zentralen Einsatzort in der Mitte des Raumes zu, in der „Galerie der Helden“ stehen sie wie an einer Straße in schrägen Parkbuchten.





## 4. Gang

Wir geben weiter Gas. Vierter Gang. Die Beschleunigung presst uns zum ersten Mal spürbar in die Sitze. Wie ist die Architektur gemacht? Wie sieht sie aus? Wie bewegt man sich? Lässt sich das überhaupt beschreiben? Ben van Berkell versucht es so: „Die Struktur des Mercedes-Benz-Museums ist mit einem Kleeblatt zu vergleichen und besteht geometrisch gesehen aus drei einander überschneidenden Kreisen, deren Zentrum herausgeschnitten ist, um ein dreieckiges Atrium zu bilden. Aus diesem Kern ragen halbkreisförmige Flächen, die abwechselnd ein beziehungsweise zwei Stockwerke hoch sind.“

Im fast 50 Meter hohen Atrium, im Bauch der Maschine, beschleicht einen wieder dieses Darth-Vader-Gefühl, aber diesmal in einer wohligeren Variante. Wie Muskelstränge sehen die Betonmassen aus, die den Raum formen, ganz so, als sei man wirklich im Inneren eines Körpers, eines Organs, das jeden Moment beginnen könnte, sich zusammenzuziehen, zu atmen, sich zu bewegen. Der Weg des Besuchers ist im „Guggenheim-New-York-Prinzip“ angelegt. Mit drei Aufzügen geht es hoch und dann in den beschriebenen Schleifen wieder runter. Unterwegs gibt es keine geschlossenen Räume, keine geraden Wände, aber viel Beton – „rough materials, shiny cars“. Das Licht ist wie ein Wegweiser, es zieht und schiebt einen vom Dunkeln ins Helle und wieder zurück. Stützenlos werden größte Spannweiten überwunden. Auch wenn das Museum statisch gesehen aus übereinander gestapelten Autobahnbrücken besteht (berechnet und zum Halten gebracht von Werner Sobek Ingenieure), so steckt doch unverhofft viel Gefühl in diesem Infrastrukturbauwerk. Das außen so coole Haus ist innen ganz warm.

Auto-Narren und mitgeschleppte Angehörige, Männer wie Frauen, und natürlich die Architektur-Touristen – alle werden sie der Lust an der Bewegung, der Lust am Raum erliegen.



Selbst wenn man jedes Mal unten angekommen,  
wieder zu einer neuen Runde durch die Ebenen aufbrechen würde,  
könnte jeder Weg durch dieses unendliche Museum ein wenig anders sein als der vorige.

Aber eine Pause muss sein. So wie schon zuvor in den Aufzugskapseln des Atriums, kommt man sich auch in der Cafeteria im Untergeschoss ein wenig wie zu Besuch bei James Bond und Dr. No vor: orange Treppenwangen, dicke Neon-Reifen als Beleuchtung und eine bezaubernde Wandverkleidung aus Bürsten-Borsten.

Für die Gestaltung dieses Bereichs, in dem man sich von der vielen Historie erholen und über Erwerb eines Neuwagens im benachbarten Mercedes-Benz-Center sinnieren kann, waren das Büro Concrete Architectural Associates und die Künstlerin Petra Blaise (beide Amsterdam) verantwortlich.

Wir gehen nicht einkaufen, sondern zurück nach oben. Wir wissen jetzt, dass wegen der komplexen Gebäudegeometrie jede Schalfläche für den Ortbeton von Computerfräsen als Unikat hergestellt wurde; außerdem ist keine der 1.800 Glasscheiben identisch mit einer anderen; sämtliche Haustechnik ist in die Konstruktion, sprich den Beton integriert; im Brandfall erfolgt die Entrauchung des (türenfreien) Ausstellungsraums durch einen künstlich erzeugten Tornado. Aha.

Hat es überhaupt Sinn, bei einem solchen Bau mit Kategorien wie Geschlossen bzw. Ebenen zu operieren? Hat es Sinn, von dem (sehr schön im Beton ausgesparten, aber wahrscheinlich trotzdem aussichtslosen) Versuch zu erzählen, diese Ebenen per Leitsystem für den Besucher erfassbar zu machen? Wahrscheinlich nicht. Man stelle sich eine Familie vor, die sich aus den Augen verloren hat und per Handy Kontakt aufnimmt: „Schatz, ich bin auf Ebene 5, also Mythos 4 oder Collection 3. Wenn Du auf Ebene 4 gehst, das entspricht Mythos 5 bzw. Collection 4, dann treffen wir uns gleich....“ Naja. Mit etwas Glück vielleicht.





Nicht dass die Architekten etwas anderes im Sinn gehabt hätten. Sie wollten, dass wir von irgendwo her Gegenstände und Menschen sehen und im nächsten Augenblick nichts mehr. Kaleidoskopische Vielfalt – kaleidoskopische Verwirrung aber auch. Es sei, so räumen van Berkel & Bos ein, an jeder beliebigen Stelle gleichermaßen schwierig, genau zu bestimmen, wo man sich befindet. Man könnte im richtigen Raum an der falschen Stelle sein oder an der richtigen Stelle im falschen Raum. Eines ist beruhigend: „Das Gebäude entfaltet sich immer aufs Neue und überrascht einen immer wieder – aber verirren kann man sich darin nicht.“

**Resignation:** Dieses Museum entzieht sich auf unwiderstehliche Art und Weise den Möglichkeiten der Architekturbeschreibung. Mit sprachlichen Gewaltakten lässt sich kaum etwas von der Faszination der Kraft und Dynamik dieses Raums transportieren. Wer einen so genannten „Twist“ im Museum sieht, weiß sicher auch nicht gleich, was da passiert. Aber es wird vermutlich auch nichts nutzen, hier vorher gelesen zu haben, dass diese wie Flugzeugpropeller zweifach gekrümmten Bauteile als senkrechte Wände aus den Aufzugskernen herauswachsen, um dann – an den nächsten Kern angelehnt – in leichtem Bogen weiter nach aussen zu wachsen. Oder?

Also: Schluss damit!



## 5. Gang – Vollgas

Fünfter Gang, wir haben die Höchstgeschwindigkeit erreicht. Alle vorgefassten Ideen vom testosteron-triefenden Autotempel, erbaut als „Demonstrationsobjekt Computer-Architektur“, dessen alleiniger Zweck im Selbst-Zweck besteht, die Machbarkeit rechnergenerierter Formen und technischer Spielereien (koste es was es wolle) unter Beweis zu stellen, haben sich entmaterialisiert. Es geht hier gar nicht um den Computer als Design-Tool. Auf praktischer Ebene ist es gelungen, die Geometrie des Gebäudes mit Hilfe neuester Technologie zu überwachen und mit Hilfe eines komplexen Datenmodells jede kleinste Anpassung in ihrer Auswirkung auf alle anderen Aspekte des Gebäudes zu kontrollieren. Aber plötzlich rasen auch noch ganz andere Gedanken und Worte durch den Raum. Computergenerierte Zusammenarbeit. Kommunikation. Verschmelzung. Unendlichkeit. Das Maximum an Möglichkeiten rausholen. „Stretch the limits!“

Wir hören Ben van Berkel sagen, dass die mathematischen Modelle, mit denen er arbeitet, keineswegs nur rational seien. Das Möbiusband oder auch die dem Mercedes-Benz-Museum zugrunde liegende dreiblättrige Endlosschleife – sie seien wie die gesamte Mathematik wahnsinnig emotional. Beinahe religiös, fügt er leise hinzu. Also wäre es wohl angemessen, es ab sofort ganz normal zu finden, dass aus diesem Ausgangsstoff auch weitaus mehr als nur rational erfassbare Architektur entsteht. Sondern eben auch etwas wie diese, höchst emotionale Architektur, die genau so auf den Bauch wie auf den Kopf zielt, die man erleben und erspüren muss. Die keinen unberührt lässt!

Wir treten mit aller Kraft aufs Gas, das ist noch nicht alles: „The Manimal, now it has become real“. Es lebt, das „Manimal“, hier ist es, es ist Wirklichkeit geworden, raunt Ben van Berkel rüber. Währenddessen schaut er einen sehr genau an, verschwörerisch, provokativ und vorsichtig fragend zugleich. So als wolle er sehen, ob man jetzt denkt: „Ja, klar!“, oder ob man ihn vielleicht für restlos übergeschnappt hält. „You know the Manimal?“ Er meint sein hybrides Monster



aus der 1999 erschienenen „Move“-Trilogie über die Arbeit von UN Studio, ein im Computer generiertes Mischwesen zwischen Mensch, Löwe und Schlange. Da steht es nun also, das beunruhigend-begeisternde Etwas, in Untertürkheim neben der Autobahn.

Das Gaspedal bleibt bis zum Anschlag durchgedrückt. „Das Mercedes-Benz-Museum verbindet eine Reihe radikaler räumlicher Grundsätze miteinander und schafft so im Endergebnis eine völlig neue Typologie. Das ist zum einen die Reaktion auf die Museumsfunktion, zum andern die Reaktion auf die periphere Lage, aber auch der Respons auf die Fragen und Zweifel, die mit der Architektur als Disziplin an sich verbunden sind.“

So lautet ein Statement von Ben van Berkel, das in dieser etwas verschwirbelten Form der offiziellen Museums-Pressemappe zu entnehmen ist. „Eigentlich“, so spitzt er diesen Gedanken von Angesicht zu Angesicht plötzlich schneller, kürzer und knapper zu, „eigentlich geht es heute eh gar nicht mehr ums Bauen“.

Das versucht er gerade auch seinen Studenten an der Frankfurter Städelschule beizubringen. Es geht nur noch um Strategien – um „Design Models“, wie er das nennt. So heißt deswegen auch das neueste Buch von UN Studio. In der Unterzeile der Ankündigung steht: „Buildings don't matter anymore.“ Wie bitte? So hört sich einer an, der gerade ein Gebäude fertig gestellt hat, das viele für eines der wichtigsten der letzten Jahre, wenn nicht der letzten Jahrzehnte halten. Buildings don't matter anymore? Also gut.





Diese Probefahrt wird niemals enden, sie ist erst der Anfang. Aber der Anfang von was? Wir fahren Vollgas, wir rasen mit 270 über eine leere Autobahn, die Landschaft fliegt an uns vorbei. Ideale Bedingungen, um über diesen Satz eine Weile ungestört nachzudenken. Buildings don't matter anymore... Buildings don't matter anymore... Buildings don't matter anymore...

Fotos: Brigida Gonzalez (3), Miranda Koopman (1),  
DaimlerChrysler Communications (10),  
Christian Richters (16)

