



31. Oktober 2018, Ulf Meyer: **Schwebender Koloss mit zartweißer Haut.** Das Berliner Architekturbüro von David Chipperfield erfindet für Seoul ein neuartiges „Hof-Hochhaus“

Schönheit lohnt sich, in Südkorea allemal. Die Kosmetikindustrie gehört dort zu den führenden Wirtschaftszweigen. Der Gründer des Kosmetikkonzerns "Amore Pacific", Suh Kyung-bae, ist der zweitreichste Mann im Land. Seine Firma, ein Hersteller von Cremes zur Aufhellung der Haut und Gesichtsmasken, wurde in Kaesong, heute in Nordkorea gelegen, gegründet. Als in Seoul der neue Hauptsitz von Amore Pacific gebaut werden sollte, beauftragte Sub das Berliner Büro des Architekten David Chipperfield mit dem Entwurf. Die Berliner gelten nicht erst seit ihrem Umbau des Neuen Museums auf der Museumsinsel in Berlin-Mitte als Vertreter einer neuen Sensibilität in der Stadtarchitektur.

Unter mehr als fünfzig berühmten Architekten hat sich der koreanische Kosmetik-Magnat als Bauherr ausgerechnet für ein Büro aus einer Stadt entschieden, die sich mit ihrer Hochhausfeindlichkeit zum Exoten unter den großen Städten der Welt macht. Der Neubau des Kosmetikkonzerns liegt im Seouler Stadtteil Yongsan ("Drachen-Berg"), der derzeit als Standort der amerikanischen Armee aufgegeben und urbanisiert wird. Mit präzisen Schnitten, die an die Techniken der koreanischen Schönheitschirurgie erinnern, haben die Berliner Architekten ihrem Amore-Pacific-Hochhaus eine Kubatur gegeben, die sich wohltuend vom Einerlei der koreanischen Wolkenkratzer-Architektur unterscheidet: Die Architekten haben drei riesige Loggien in das Haus gestanzt, die nicht nur als Dachgärten dienen, sondern auch Licht und Luft in die Tiefen des Gebäudes bringen, in denen sonst nur Neonlicht und Klimaanlage surren.

Was in den oberen Etagen eines Wolkenkratzers vor sich geht, kann dem städtischen Flaneur meist herzlich egal sein, und auch etwaige Innovationen im Grundriss bleiben ihm allzeit verborgen. Deswegen sind beim Amore-Turm die unteren Etagen permeabel gestaltet und bieten über ein Atrium Zugang zu einem Kunstmuseum, einer Bibliothek, Cafes, Blumen und Teegeschäften und einem Auditorium mit 450 Sitzen. Der verglaste Boden des Innenhofs bringt Tageslicht in alle Ecken des Atriums, dessen strenge Rasterdecke in grauem Sichtbeton ein farbiges Kunstwerk hätte aufbrechen können. In die Büros im Hof-Hochhaus strömen werktäglich etwa siebentausend Menschen, meist direkt unterirdisch vom U-Bahnhof aus. Die Büroetagen sind über interne Treppen miteinander verbunden, um Wege kurz zuhalten und Fahrstuhlfahrten zu sparen.

Die Fassaden der nach oben leicht breiter werdenden Etagen sind ein diaphaner Vorhang aus vertikalen, matt weißen Lamellen. Haut hat in Korea möglichst weiß zu sein - Kosmetikerhersteller wie Amore verdienen ihr Geld mit der noblen Blässe. Auch die "Haut" des Gebäudes ist deshalb so weiß wie die koreanischen Keramiklasuren der Joseon-Zeit. Die Lamellen umhüllen die Kubatur wie ein leichtes, sanft texturiertes Kleid und verleihen dem Haus Tiefe und Detail. Die Aluminiumlisenen unterschiedlicher Größe dienen als Brise-Soleil-Elemente und je nach Himmelsrichtung in vier „Familien“ gruppiert. Ihr elliptisches Profil und ihre helle Oberfläche verstärken die Lichtreflexion. Nachts wandelt sich die Firmenzentrale des größten koreanischen Kosmetikunternehmens in eine zart schimmernde Laterne. Erst die Fassade schafft die visuelle Kohärenz des Hof-Hochhauses. Die Dachgärten bieten Erholungsräume für die Mitarbeiter, geben dem Gebäude Maßstäblichkeit und bieten weite Ausblicke über die Stadt und ihre ungewöhnlich bergige Topographie.

Um aus den Himmels-Loggien einen Stadtraum zu machen wie das Foyer in Schinkels Altem Museum etwa fehlt dem koreanischen Hochhaus jedoch etwas ganz Entscheidendes der öffentliche Zugang, der zweiundzwanzigstöckige Kubus spielt stattdessen auf die Hofhaus-Typologie traditioneller koreanischer Hanok-Häuser an.

Der verantwortliche Partner im Berliner Büro Chipperfield, Christoph Felger, hat nachhaltiges Denken in der Gestalt von der Fassade zum Ausdruck gebracht und unhierarchische Grundrisse entworfen. Statt ein leuchtendes Firmen-Logo auf die Fassade zu montieren, zeigt sich die Firmenkultur bei Amore-Pacific im Detail: Alle Lampen, Möbel und Schilder wurden vom Architekten entworfen und verhelfen dem Neubau zu einer konsistenten Corporate Architecture. Die Architekten in den vier Büros von Chipperfield vermögen es, konservative Gebäude zu entwerfen, die nie bieder oder vergangenheitsseelig wirken: Aufträge für die Royal Academy of Arts in London (FAZ. v. 18. Mai), den neuen Hauptsitz der Nobelpreis-Stiftung in Stockholm, das Kunsthaus in Zürich zeugen davon. David Chipperfield, der heute in London, Berlin und Spanien wohnt, hat vor genau zwanzig Jahren sein Büro in Berlin gegründet und die deutsche Hauptstadt zu seiner zweiten Heimat gemacht, weil er hier eine Kaskade attraktiver Aufträge bekam. Mit der Renovierung von Mies van der Rohe's Neuer Nationalgalerie und dem Bau der James-Simon-Galerie haben die Berliner Architekten derzeit zwei große Kulturbauten auf dem Schreibtisch. Aber auch die Schwesterbüros in London, Mailand und Shanghai sind umtriebig: In Japan haben Chipperfield Architekten eine Friedhofskapelle fertiggestellt, und in China sind mehrere Museen nach Entwurf von Chipperfield im Bau.

Von der "preesistenza ambientale" auszugehen, wie Chipperfield es sonst gern tut, war in Seoul angesichts der Nichtigkeit der städtebaulichen Bezüge unmöglich. Aber die "Erosion des Volumens durch Hohlräume und Licht", die Chipperfield schon zuvor bei seinen Entwürfen anwandte, hat es dem Büro möglich gemacht, auch im fernen Seoul einen Ansatz zu finden, der lyrisch und diszipliniert zugleich ist, der nüchterne Tektonik mit einer Aufmerksamkeit für das Detail verknüpft, die Chipperfield in Japan und bei Carlo Scarpa gelernt hat und derzeit auch beim Umbau der Neuen Nationalgalerie in Berlin walten lässt, dem wohl wertvollsten Sechziger-Jahre-Gebäude, das Berlin hat. Sein Ziel ist es, dass man Mies' Meisterwerk seinen Umbau nicht ansehen soll. So viel Understatement wäre ein riesiger Erfolg.

(Übertragen ohne Foto aus der Druckausgabe der FAZ vom 22.10.2018 von Wolfgang Schoele am 31.10.2018)