

Thema

Die Zukunft der Architekturvermittlung

11. Jahrgang
Doppelheft 1-2
Februar 2007

Konzeption und Redaktion: **Riklef Rambow, Ulrike Sturm**
Lektorat, Layout: **Ehregard Heinzig**

**Riklef Rambow
& Ulrike Sturm** Editorial

Interpretation – Präsentation – Legitimation

Interpretation

Claus Dreyer Semiotische Aspekte der Architekturvermittlung
Barbara Feller Sehen lernen. Sprechen können. Mitentscheiden.
Architekturvermittlung und Mündigkeit
Britta Trostorff Architektur zwischen Ereignis und Alltag –
Zu möglichen Ebenen der Vermittlung von Architektur

Präsentation

Marion Kuzmany Exkursion = Architektur + Erleben
Carsten Ruhl Die Vermittlung ist das Werk –
Zur Verselbständigung des Ausstellens bei Herzog & de Meuron

Legitimation

Norbert Fiebig Architekturvermittlung –
Wege zu einem neuen Selbstverständnis
Niels-Christian Fritsche Das Paradox des Sichtbaren –
Ideen zum Vermitteln der zeitgenössischen Architektur in der
Öffentlichkeit, im Architekturstudium und beim Bauen
Jan R. Krause Architekturvermittlung im Spannungsfeld zwischen Erzählkunst und
Kommunikationsstrategie –
Plädoyer für ein Pflichtfach in der Architekturausbildung
Ulrike Rose Die Landesinitiative StadtBauKultur NRW

Strategien – Medien – Zielgruppen

Strategien

Claudia Schwalfenberg Der Baukünstler ist tot. Es lebe der Baukünstler?
Zur Professionalisierung der Architekturvermittlung

Julian Petrin Der Raum entsteht im Kopf –
Von der Vermittlung zur Stimulation von Raum

Medien

Lorena Valdivia Über das legitime Medium der Architekturvermittlung
Susanne Schumacher Digitale Vermittlungsformen in der Architekturgeschichte
Jörg Seifert Raum. Programm. Erweiterung.
& Miriam Seifert-Waibel Status quo und Perspektiven der Architekturvermittlung im TV
Constanze A. Petrow Zwischen Huldigung und Trivialisierung: Berichterstattung über
Architektur und Landschaftsarchitektur in der Tagespresse

Zielgruppen

Meike Kubiak Vom Traum zum Haus – mit einem Architekten?
Architekturvermittlung für private Bauherren.
Ein praktisches Beispiel aus Niedersachsen
Christine Dissmann Von der großen Wirkung des kleinen Unterschiedes

Praxis – Lehre – Forschung

Praxis

Tanja Simone Flemmig Baukultur als Standortfaktor –
der Regensburger Gestaltungsbeirat
Thomas Michael Krüger Stadt zeigen –
Architekturvermittlung vor Ort

Lehre

Benedikt Hotze Der Architekt als Generalist – oder:
Brauchen wir eigentlich eine neue Spezialausbildung?
Susanne Ohse Architekturvermittlung –
Chancen und Risiken einer neuen Disziplin

abstracts:

Interpretation – Präsentation – Legitimation

Interpretation

Claus Dreyer
Detmold

Semiotische Aspekte der Architekturvermittlung

Architektur kann auf vielfache Weise in kommunikative Verhältnisse involviert werden: als Kommunikationsmittel oder Medium, als „Übertragungs-Kanal“, als Gebrauchsgegenstand, als Erinnerungsspeicher, als Ware, als Kunstwerk usw. Auf jeweils besondere Art wird Architektur dabei als „Bedeutungsträger“ verstanden, dessen Beschaffenheit und Funktion zu analysieren und zu bestimmen ist. Der semiotische Ansatz in der Architekturtheorie versucht, die Zeichen oder -komplexe, mit denen oder durch die Architektur Bedeutungen überträgt und vermittelt ebenso zu beschreiben und zu interpretieren, wie die Zeichenprozesse, in denen oder durch die über Architektur kommuniziert wird. Dazu liefert die theoretische Semiotik begriffliche Werkzeuge, Methoden und Modelle, mit denen die Eigenarten und Besonderheiten der architektonischen und architekturbezogenen Kommunikation aufgeklärt und gedeutet werden können.

So sind z. B. Ansätze entwickelt worden, Architektur als Sprache, als Schrift, als Text, als Rhetorik, als Propaganda oder als Massenmedium zu beschreiben und zu analysieren. Dabei steht häufig die Frage nach Art und Beschaffenheit der bildhaften, plastischen und räumlichen „Kodes“, ihrer historischen und aktuellen Bezüge, ihrer interkulturellen Vernetzung und ihrer Rezipier- und Interpretierbarkeit im Mittelpunkt. Eine Nähe zum historischen Stil-Begriff ist dabei durchaus gegeben, die weitere Fragen nach den kulturellen Querbezügen und sozialen Hintergründen aufwirft. Insbesondere die Kategorie der „symbolischen“ Zeichen in der Architektur erhält immer neue Relevanz im Zusammenhang mit Prozessen der kulturellen, sozialen und politischen Selbstverständigung, die gegenwärtig vor dem Hintergrund interkultureller Konflikte von erheblicher Brisanz sind. Hierbei kann versucht werden, mit Hilfe der semiotischen Analyse von Architektur als „Schriftform der Erinnerung“, als „Speicher des kulturellen Gedächtnisses“ oder als „Medium der kulturellen Repräsentation“ einen klärenden Beitrag zu leisten.

Der Beitrag soll beispielhaft einige semiotische Wege und Methoden zur Analyse der aktiven und passiven Architekturvermittlung zeigen und schließlich an aktuellen Fallbeispielen Prozesse der Bedeutungskonstitution und -transformation sowie deren Interpretierbarkeit demonstrieren und die Möglichkeiten und Grenzen eines semiotischen Ansatzes in der Architekturvermittlung ausloten.

(Artikel in Deutsch)



Barbara Feller
Wien

Sehen lernen. Sprechen können. Mitentscheiden.
Architekturvermittlung und Mündigkeit

Es geht um die Frage, welchen Zweck Architekturvermittlung – bzw. weiter gefasst die Vermittlung von Baukultur – verfolgt. Aus den unterschiedlichen Aspekten soll dabei insbesondere jener beleuchtet werden, der Kenntnisse über Architektur und Umweltplanung als grundlegende Fähigkeit jeder Bürgerin / jedes Bürgers begreift.

Neben der Architekturvermittlung an EntscheidungsträgerInnen (top down) ist die Vermittlung von Kenntnissen an einen breiten Kreis von Laien (bottom-up) eine zentrale Aufgabe. Jede/r wohnt, jede/r bewegt sich in gestalteten Räumen, und daher muss es auch Teil der Bildung sein, die Menschen auf ihre Verantwortung gegenüber der gestalteten Umwelt vorzubereiten. Nicht nur als Teil der musischen Erziehung, sondern im Sinne einer umfassenden Staatsbürgerkunde.

Denn ‚Das Erkennen von Architektur will gelernt sein!‘ Es geht darum, die Menschen sehfähig, sprachfähig und damit entscheidungsfähig zu machen und aufzuzeigen, dass Raum Wirkung hat.

Ziel ist es, das Verständnis für Architektur und Baukultur auf breiter Basis zu stärken und Gestaltungsqualität – die Alltagsqualität von guter Architektur – auch außerhalb von Expertenkreisen bewusst zu machen. Ziel sind BürgerInnen, die ein Mehr von Häusern und Plätzen fordern.

(Artikel in Deutsch)



Britta Trostorff
Weimar

Architektur zwischen Ereignis und Alltag
Zu möglichen Ebenen der Vermittlung von Architektur

Der Beitrag beleuchtet die Frage, was denn Architektur „ist“ und welche inhaltlichen Ebenen eine

Vermittlung von Architektur betreffen kann. Dazu wird ein phänomenologisch basiertes Raumverständnis zu Grunde gelegt. Anliegen ist es zu zeigen, dass Architektur nicht einfach gebaute Umwelt mit ästhetischem Anspruch ist, sondern gesellschaftlich konstruiert und „gelebt“ wird.

(Artikel in Deutsch)



Präsentation

Marion Kuzmany
Wien

Exkursion = Architektur + Erleben

Architektur begehen, langsam beschreiten, befühlen und das Verweilen am Ort ist wohl die einzig wahre Form der Architekturvermittlung.

Im Folgenden möchte ich das Wesen und die Auswirkung von Architektur-Exkursionen kurz beschreiben. In der Konzeption, Organisation und Durchführung sind Exkursionen „haptischen“ etwa „Bau“-Projekten äußerst ähnlich. Der Entwurf entsteht auf einem Stück Papier: Linien, Worte, Zahlen und Symbole werden zunächst in zaghaft geordneter, zunehmend überlagernder Weise an- und übereinander gereiht, bis eine funktionierende Komposition entsteht. Interessante Recherche, gefolgt von zermürender Knochenarbeit und Koordination aller teilnehmenden Individuen, führt schlussendlich zum komplexen Produkt einer Exkursion. Dieses n-dimensionale Konstrukt aus n Variablen vereint inhaltliche Qualität und Wissensvermittlung, setzt architekturtheoretische sowie geografische Kenntnis, terminliche Koordination und kulinarische Versorgung voraus und bedingt spontanes Krisenmanagement bei flexibler Improvisation aller Komponenten aus Schauplätzen, Orten, Teilnehmenden, Vortragenden, Führenden, Chauffierenden, Herberggebenden und Bewirtenden.

Exkursion ist ein sich ständig änderndes, eigendynamisches Gefüge aus Raum, Zeit und Darstellern, das vordergründig von menschlichen Faktoren abhängt.

Was bleibt also schlussendlich von einer vollendeten, gut abgelaufenen Exkursion zurück? Eindrücke und Stimmungen werden unterschiedlich rezipiert, bleiben als Erinnerungen und können Ideen, Erkenntnisse, Freundschaften und Beziehungen entstehen lassen. Die Vergänglichkeit dieser Eindrücke und deren Entstehungsgeschichte ist vielleicht mit der eines kunstvoll überlegten und zubereiteten Essens zu vergleichen. Nachdem es aufgegessen wurde, bleibt nichts Greifbares zurück. Dennoch haben die Personen, die daran teilgenommen haben, etwas Besondere erfahren. Bei einer Exkursion haben sie Architektur erlebt.

(Artikel in Deutsch)



Carsten Ruhl
Bochum

Die Vermittlung ist das Werk –
Zur Vonselbstständigung des Ausstellens bei Herzog & de
Meuron

Spätestens seit der frühen Neuzeit ist der Architekt gezwungen, mit den unterschiedlichsten Medien zu jonglieren, um seine Ideen und Konzepte auch für Laien nachvollziehbar werden zu lassen. Unzählige Modelle, Präsentationszeichnungen, Architekturgemälde, Traktate, Manifeste, Fotografien, Animationen und Ausstellungen führen seitdem vor Augen, was das steinerne Artefakt zu verschweigen scheint. Während die frühen Begründungsversuche allerdings stets dem Gebauten untergeordnet bleiben, vonselbstständigt sich mit der bürgerlichen Öffentlichkeit des 18. Jahrhunderts dessen Vermittlung. Sie ist jetzt nicht mehr allein Sache des Architekten, der sich zunehmend als Künstler begreift. Dilettierende Kritiker bereichern die Diskussion mit ihren oft unkonventionellen Perspektiven auf das Fach und stellen alte Verbindlichkeiten in Frage.

Mit Architekten wie Herzog & de Meuron wird jener hier nur cursorisch skizzierte Prozess insofern konsequent zu Ende geführt, als nun der multimediale Architekturdiskurs selbst zum ephemeren

Kunstwerk erklärt wird, das sich des Museums, der öffentlichen Vermittlungsinstanz schlechthin, zu bedienen sucht. Offensichtlich genügt es nun nicht mehr, wenn Architekten Entwürfe und Konzepte im Hinblick auf ihre Verwirklichung plausibel und rhetorisch überzeugend zu präsentieren vermögen. Darüber hinaus muss die Vermittlung ihrerseits den Ansprüchen an ein selbstreflexives Kunstwerk genügen, das sogar noch seine Rezeption antizipiert und dabei deren Automatismen in grotesker Weise offen legt. Die paradigmatische Bedeutung jener anspruchsvollen Haltung kann nicht hoch genug eingeschätzt werden, wenn man bedenkt, dass noch Lampugnani anlässlich der Internationalen Bauausstellung in Berlin wie selbstverständlich davon ausging, dass eine rege Ausstellungstätigkeit im Wesentlichen auf ein soziales und gesellschaftliches Programm des Architekten zurückzuführen sei.

Der Beitrag fragt nach der Symptomatik jenes Paradigmenwechsels und den sich hieraus ergebenden Problemen und Fragestellungen für die Architekturvermittlung als Disziplin.

(Artikel in Deutsch)



Legitimation

Norbert Fiebig
Düsseldorf

Architekturvermittlung –
Wege zu einem neuen Selbstverständnis

Begriff und Selbstverständnis der Architekturvermittlung sind heute noch stark geprägt von der Programmatik basisdemokratischen Denkens – und stehen damit in Kontrast zu Selbstverständnis und Methodik des modernen Marketings. Was im – gleichfalls basisdemokratischen – Bundestagswahlkampf der Parteien bereits selbstverständlich ist, ist der Architekturvermittlung noch völlig fremd. Warum also so „verhalten“?

Architekturvermittlung muss sich künftig stärker an „moderner“ Kommunikation orientieren, um sich im Meinungsmarkt durchsetzen, um Herausforderungen und Handlungsdruck von Bund, Ländern, Städten und privaten Investoren (Schrumpfung, Leerstände, Privatisierung, PPP, Immobilienfonds etc.) entsprechen zu können. Architekturvermittlung muss in Zukunft professionelle, selbstbewusste, kreative, meinungsbildende und ergebnisorientierte Kommunikation mit spezifischen Zielgruppen sein.

Dieser erforderliche „Entwicklungsschritt“ wird nicht ohne Folgen bleiben: Es werden Spezialisten benötigt, die sich auch das Know-how von Kommunikationsagenturen (Markenbildung, Werbung, Public Relations) zu eigen machen. Für die Forschung heißt das: Stärkere Fokussierung auf die Themen Markenbildung und Marketing, und für die Architektur selbst heißt das, dass sie damit Teil moderner Marketingstrategien werden wird.

(Artikel in Deutsch)



Niels-Christian Fritsche
Dresden

Das Paradox des Sichtbaren –
Ideen zum Vermitteln der zeitgenössischen Architektur
in der Öffentlichkeit, im Architekturstudium und beim Bauen

Die Profession der Architekten beklagt das schwindende Verständnis für Architektur in der Öffentlichkeit. Abgesehen davon, dass bei dieser Klage offen bleibt, was unter „Architektur“ verstanden werden soll – die zeitgenössische Architektur, die Architektur-Moderne seit den 1920er Jahren oder „Bauen“ im Allgemeinen – wird angenommen, dass es sich bei der Architekturvermittlung um einen ins Stocken geratenen Belehrungsprozess handelt und nicht um wenigstens drei in ihrer Zweckbestimmung, ihrer Vermittlungsrichtung und ihrem Praxisbezug grundsätzlich zu unterscheidende Linien: Erstens das Vermitteln von Architektur für die allgemeine Öffentlichkeit, zweitens das Architekturstudium und drittens das Durchsetzen des architektonischen Anspruchs während des Bauens. Auf keiner dieser drei Linien können wir uns auf den Wissenstransport durch Vorträge verlassen. Die neuen Curricula zum Vermitteln der zeitgenössischen Architektur sollten auf allen drei Linien als Zusammenhang aus architektonischen

Prinzipien, unmittelbarem Raumerleben und der Kenntnis des Neuigkeitsparadigmas der Architektur-Moderne seit den 1920er Jahren vermittelt werden.

(Artikel in Deutsch)



Jan R. Krause
Bochum

Architekturvermittlung im Spannungsfeld zwischen
Erzählkunst und Kommunikationsstrategie –
Plädoyer für ein Pflichtfach in der Architekturausbildung

Der Architekt ist weit mehr als nur Dienstleister oder Baumeister, er ist zugleich Manager, Moderator, Koordinator, Netzwerkexperte und Kommunikator. Diese Dimension des Architektenberufes gilt es zu kultivieren und zu trainieren. Und zwar bereits im Studium. Der Architekturstudent hat gelernt, klar zu analysieren, scharf zu hinterfragen, konzeptionell zu denken, in Alternativen zu entwerfen, ein Leitmotiv zu entwickeln und dies konsequent vom größten bis zum kleinsten Detailmaßstab zu verfolgen, Ideen zu visualisieren und sie umzusetzen. Aber er hat nie gelernt, sie zielgruppengerecht zu kommunizieren. Das „Architektensprech“ spröder Erläuterungstexte ist oft meilenweit vom Esprit der Entwürfe entfernt. Mit ihren verbalen Äußerungen gelingt es den meisten Architekten nicht zu verführen und zu überzeugen. Ihre teilweise raffinierte Bildsprache wiederum erschließt sich zwar den Fachleuten, bleibt dem nicht Eingeweihten aber unzugänglich. Die Hoffnung, ein gutes Gebäude oder eine starke Entwurfsidee mögen für sich sprechen, erfüllt sich heute nicht mehr. Die Codes sind in einer pluralistischen Welt nicht mehr eindeutig wie zu Zeiten, als es noch Epochen prägende Stile gab, die alle Sparten des gesellschaftlichen und künstlerischen Lebens durchzogen: als Architektur, Kunst, Musik, Literatur und Mode eine stilistische Einheit bildeten und Gesten, Farben, Symbole, Proportionen eine eindeutige Bedeutung hatten, die wie eine lebendige Sprache gelesen und verstanden wurden. Deshalb müssen Architekten wieder lernen, über Architektur zu reden, für Architektur zu begeistern, die ganze Komplexität ihrer Leistung darzustellen und für die Qualitäten ihrer Architektur zu werben – und zwar vom ersten Tag des Studiums.

(Artikel in Deutsch)



Ulrike Rose
Gelsenkirchen / Berlin

Die Landesinitiative StadtBauKultur NRW

In den ersten fünf Jahren der auf zehn Jahre angelegten Landesinitiative StadtBauKultur NRW fanden in Zusammenarbeit mit den Partnern der Initiative zahlreiche Konferenzen, Ausstellungen, Workshops zu Themen der gebauten Umwelt statt. Eine Vielzahl der unter der Marke StadtBauKultur NRW herausgegebenen Publikationen betrachten ein weites Spektrum des Planens und Bauens und sind in Planungstämmern und Fachkreisen wertvolle Ratgeber.

Doch ist das Thema Baukultur noch nicht in der Alltagswelt angekommen. Die Berührungen zwischen Architekten und Ingenieurwelt mit der Alltagswelt gering. Das Europäische Haus der Stadtkultur agiert hier als Vermittler zwischen Fach- und Alltagswelt, zwischen Architektur und Baumarkt.

In der folgenden zweiten Phase wird sich die Initiative StadtBauKultur NRW intensiv an den Nutzer von Architektur wenden und in einfacher, verständlicher Sprache Argumente liefern, warum eine gut gebaute Umwelt für jeden Einzelnen von Vorteil ist. Vorbildfunktion hat die Kommission CABE aus Großbritannien mit ihrer klaren und leicht verständlichen Sprache: better buildings = better living.

Erste Schritte sind gemacht: Informationen über die gebaute Umwelt und die Aktivitäten im Rahmen der Landesinitiative sind schon leichter zugänglich. Die Internetseite der Landesinitiative www.stadtbaukultur-nrw.de ist seit Frühsommer 2006 noch übersichtlicher gestaltet. Ein wöchentlich aktualisierter Veranstaltungskalender informiert Interessierte ausgiebig über europaweite Termine zum Thema der gebauten Umwelt. Inhalte von Veranstaltungen werden in der Zukunft zügig über das Netz zugänglich sein, so dass man schnell Zugriff zu den Ergebnissen der Tagungen hat.

Weiterhin wird im Europäischen Haus der Stadtkultur über ein Baukulturnachschlagwerk für den Stadtbewohner mit direkten Anwendungsbeispielen und über Kampagnen nach dem Beispiel „Aimee l'architecture“ in Frankreich vor einigen Jahren nachgedacht.

(Artikel in Deutsch)



Strategien – Medien – Zielgruppen

Strategien

Claudia Schwalfenberg
Berlin

**Der Baukünstler ist tot. Es lebe der Baukünstler?
Zur Professionalisierung der Architekturvermittlung**

Gerhard Matzig hat kürzlich davor gewarnt, den Wandel des Berufsbilds Architekt „weg vom autonomen Baukünstler – hin zum kommunizierenden, werbenden Baumanager“ zu überziehen: „Erst muss der Architekt etwas haben, um es ‚verkaufen‘ zu können.“

Leiden wir inzwischen also schon an einem Zuviel an Architekturvermittlung und einem zuwenig an Architekturinhalt? Und was heißt das für die Professionalisierung der Architekturvermittlung?

1. Die Zukunft der Architekturvermittlung liegt nicht in Marketing statt Baukultur. Verstärkte Anstrengungen der Architektenkammern, sich zu Marketingagenturen für Architekten zu entwickeln, sind sinnvoll und richtig. Architektenkammern sind und bleiben aber genauso gut Sachwalter der Baukultur.

2. Die Vermittlung von Architektur wird von zwei großen Gruppen getragen: Architekturprofis (sprich Architekten) und Vermittlungsprofis (sprich Lehrern, Journalisten, PR-Fachleuten etc.) Die Professionalisierung von Architekturvermittlung muss deshalb in zwei Richtungen wirken: Wir brauchen eine Professionalisierung von Architekten in puncto Vermittlung und eine Professionalisierung von Vermittlern in puncto Architektur. Eine wesentliche Aufgabe der Architekten ist es deshalb auch, Mitstreiter außerhalb der eigenen Sphäre zu gewinnen.

3. Die Zukunft der Architekturvermittlung beginnt mit 0 und endet mit 99. Unter dem Motto „Architektur macht Schule“ haben die Architektenkammern der Länder und die Bundesarchitektenkammer in den vergangenen Jahren zahlreiche Initiativen ergriffen, um Kindern und Jugendlichen einen Zugang zu architektonischer Bildung zu ermöglichen. Das Thema „Architektur in der frühkindlichen Bildung“ ist in Deutschland dagegen fast noch ein unbeschriebenes Blatt. Wünschenswert wären außerdem ein verstärktes Engagement außerschulischer Bildungsträger und altersspezifische Webangebote.

(Artikel in Deutsch)



Julian Petrin
Hamburg

**Der Raum entsteht im Kopf –
Von der Vermittlung zur Stimulation von Raum**

Das öffentliche Kommunizieren über Architektur, Stadt und raumrelevante Themen ist weit mehr, als der Begriff der Vermittlung ausdrücken kann. Kommunikative Prozesse sind konstituierend für unsere Raumvorstellungen und damit ein direkter Beitrag zur Raumproduktion. Der Raum entsteht gewissermaßen im Kopf – zum einen durch direkte Erfahrung, aber heute mehr denn je auch durch mediale Konstruktionsprozesse, die den Weg durch das „materielle Substrat“ (Läpple, 1992) des Raums und damit die direkte Erfahrung von Raum vorprogrammieren.

Die Entstehung und die Wirkung von Raumvorstellungen auf den Prozess der Raumproduktion – sei er noch so komplex – eröffnet eine eigene Ebene von planerischen Handlungsmöglichkeiten und -notwendigkeiten, die sich unter dem Begriff der „Raumstimulation“ zusammenfassen lassen.

Neben die „materielle Raumproduktion“ – das Produzieren der „räumlichen Hardware“ – tritt die „immaterielle Raumproduktion“, die gezielte „Synthese“ (Löw, 2001) von Raum. Diese „Co-Programmierung“ des materiellen Substrats ist ein Prozess, der bisher weitgehend außerhalb der Reichweite klassischer Planungskommunikation stattfindet – siehe die selbst verstärkende mediale Stigmatisierung bestimmter sozialer Brennpunkte wie Berlin-Neukölln oder Hamburg-Wilhelmsburg, die

sich inzwischen in einer Art „Wahrnehmungsspirale“ befinden.

Planer und Architekten müssen sich auf allen Maßstabsebenen stärker als bisher in die Prozesse der „immateriellen Raumproduktion“ einmischen und mit Hilfe medialer Techniken und Interventionen versuchen, stimulierend auf Stadtentwicklungsprozesse einzuwirken, Wahrnehmungsspiralen zu durchbrechen, und nicht wahrgenommene räumliche Möglichkeiten lesbar zu machen.

Dazu müssen ebenso die Prozesse und Wirkungsweisen von Raumvorstellungen auf den Prozess der Raumproduktion weiter erforscht werden, wie auch das Selbstverständnis des noch jungen Fachs „Architekturvermittlung“ kritisch hinterfragt werden darf. Denn Vermitteln bedeutet in Wahrheit Konstruieren – eine Aufgabe von viel größerer Tragweite, als das landläufige Verständnis von Vermittlung erahnen lässt.

(Artikel in Deutsch)



Medien

Lorena Valdivia
Berlin

Über das legitime Medium der Architekturvermittlung

Was in Architektur gut und richtig sei, halten Architekten seit eh und je für theoretisch lehrbar. Zu den theoretisch lehrbaren Aspekten gehörte nicht nur, wie gute Architektur zu bauen ist, sondern oftmals auch, wie Architektur studiert, interpretiert, kritisiert und vermittelt werden kann und muss. Auch wenn das neuere Interesse am Thema Architekturvermittlung in den letzten Dekaden rasch an Bedeutung gewonnen hat, ist das wohl weder eine Neuigkeit, noch eine Exklusivität der Architektur.

Am Beispiel der Diskussion um die „legitime“ Architekturdarstellung in der Renaissance soll gezeigt werden, wie bestimmte Vermittlungsprobleme der Architekturtheorie von Anfang an bewusst sind. Der von Alberti und anderen Renaissancekünstlern vorgetragene Topos der Orthogonalprojektion als einzige geeignete Architekturzeichnung und die damit verbundene Definition der Perspektive als »malerische, für die Architektur nicht geeignete« Technik, durchziehen die Diskussion, als ständig wiederkehrendes Argumentationsmuster des neuzeitlichen Kunstdenkens, bis an die Schwelle der Gegenwart.

Dass trotz der weiteren Entwicklung der – inzwischen auch computergestützten – Architekturdarstellung, am orthodoxen Darstellungsmodus Grundriss-Aufriss-Schnitt nach wie vor festgehalten wird, zeigt auf, wie eine so festgelegte architektonische Konvention eine erstaunliche Konsistenz durch die Zeit behalten kann, die in Kombination mit Text für die legitime Verbreitung von Architektur sowie auch für deren Durchsetzung als Vorbild genügen soll.

(Artikel in Deutsch)



Susanne Schumacher
Zürich

Digitale Vermittlungsformen in der Architekturgeschichte

Für die Vermittlung von Architektur und ihrer Geschichte bedienen sich HistorikerInnen, KritikerInnen und AusstellungsmacherInnen einer Reihe von gut erprobten Werkzeugen, um die disparaten Materialien der Architektur zu einer Aussage zusammen zu führen. Die traditionellen Werkzeuge der Architekturvermittlung können nun seit einigen Jahren um digitale Werkzeuge erweitert werden. Nach einer Anfangseuphorie hinsichtlich der Verwendung von Multimediatechniken lässt sich heute ein Vorzeichenwechsel beim Einsatz digitaler Techniken feststellen, der sich unter dem Motto "Von Multimedia zur Informationstechnologie" genauer beleuchten lässt.

An einer Reihe von Projekten aus der eigenen Praxis beschreibt die Autorin diese Entwicklung. Die dabei präsentierten Vermittlungsformen umfassen verschiedene digitale Techniken: Autorenwerkzeuge, XML und Bilddatenbanken. Die vorgestellten Beiträge entstanden während der letzten Jahre in verschiedenen Hochschulkontexten in Lehre und Forschung, sei es als Multimedia-Publikation, Ausstellung, Druckwerk

oder Internet-Anwendung. Die Vermittlungsabsichten haben jeweils die Wahl der technologischen Mittel und die Art ihres Einsatzes bedingt:

- multimediale Erzählung,
- interaktive Rauminstallation,
- generierte Form zu didaktischen Zwecken,
- Bild-Browser zum intuitiven Erkunden von architektonischen Bildsammlungen.

Es lässt sich feststellen, dass sich mit dem Einsatz der digitalen Werkzeuge die Thematisierungsformen und Fragestellungen der Architekturvermittlung ändern: Bei der früheren Anwendung von Multimediatechniken ging es vor allem um die visuelle Argumentation, um eine neue, medienübergreifende Verknüpfung von Informationen und deren digitaler Präsentation. Hingegen zielt der zunehmende Einsatz von Informationstechnologien wie Datenbanken und XML mehr auf die Strukturierung von Informationen und die Organisation von Zusammenhängen in großen Wissenssammlungen und Datenmengen. Die digitale Vermittlung von Architekturgeschichte verlagert ihre Werkzeuge von Multimedia- hin zur Informationstechnologie. Damit einher geht eine Verschiebung von der redaktionellen hin zur wissenschaftlichen Nutzung diverser Medientechnologien in der Architekturvermittlung.

(Artikel in Deutsch)



Jörg Seifert
& Miriam Seifert-Waibel
Konstanz

Raum. Programm. Erweiterung.
Status quo und Perspektiven der Architekturvermittlung im TV

Architektur ist zumindest im deutschsprachigen Fernsehen im Vergleich zu anderen Kulturbereichen weitgehend unterrepräsentiert. Selbst Kultur- und Bildungssender wie arte, 3sat oder Bayern alpha weisen keine festen Sendeplätze für architektur spezifische Sendungen auf. Lediglich in unregelmäßigen Abständen werden Porträts bekannter Architekten und Dokumentationen über spektakuläre Gebäude ausgestrahlt. Diese Sendungen richten sich an einen kleinen Kreis kulturell hoch Interessierter und erzielen noch keineswegs Breitenwirksamkeit.

Allerdings lässt sich in der jüngsten Vergangenheit ein gesteigertes öffentliches Interesse an Wohnen, Inneneinrichtung und Lifestyle verzeichnen. Das Fernsehen hat auf diese Entwicklung reagiert: Das Arte Magazin chic präsentiert Architecture brute neben kultigen Tapeten, Geschichten zur Harley Davidson und Kochen mit Jamie Oliver. Am deutlichsten wird dieser Trend an den zahlreichen neuen Wohn- und Deko-Soaps, deren Anliegen sicherlich nicht die Architekturvermittlung ist, obwohl sie punktuelle Elemente der Architekturpräsentation sowie eines Experten-Laien-Diskurses über Architektur aufweisen.

Ziel des Beitrags ist es, Intentionen, Strukturen und Zielgruppen der verschiedenen Sendungen im breiten Spektrum zwischen High- and Low-Culture zu analysieren und das Potenzial des Fernsehens als breitenwirksamstem Medium für eine professionelle Architekturvermittlung auszuloten.

(Artikel in Deutsch)



Constanze A. Petrow
Weimar

Zwischen Huldigung und Trivialisierung: Berichterstattung über
Architektur und Landschaftsarchitektur in der Tagespresse

Die bauenden, den öffentlichen Raum prägenden Disziplinen Architektur und Landschaftsarchitektur unterliegen in der Tagespresse unterschiedlichen Präsentationsprinzipien. Architekturkritik genießt im deutschsprachigen Raum eine gesicherte gesellschaftliche Stellung. Während Architekturkritik überwiegend im Feuilleton erscheint, Landschaftsarchitektur wird vor allem im Lokalteil besprochen.

Berichtet wird jedoch vorrangig über „Stararchitektur“. An die Stelle unabhängiger Kritiken treten vielfach Huldigungen an die Architektur, weil der geschickten Medienlenkung des Architekten aufgesessen wird, die PR-Abteilungen der Büros sanktionierend Einfluss nehmen und eine Vielzahl von Akteuren am Mehrwert der Aufmerksamkeit interessiert ist. Architektur bleibt in ihrer medialen Reflexion elitär und ohne Alltagsbezug.

Die Darstellung von Parks, Gärten und Plätzen erfolgt dagegen in den Wahrnehmungskategorien von

Laien und entbehrt zumeist einer fachlich fundierten, kritischen Reflexion. Entwurfliche Intentionen und symbolische Gehalte des gestalteten Freiraums werden nicht vermittelt, die Anbindung einer interessierten Öffentlichkeit an die fachliche Diskussion nicht ermöglicht. Aufgrund des Klischees ‚Grün = schön‘ ist Landschaftsarchitektur in der Indifferenz allgemeiner Akzeptanz gefangen.

Weder die eine noch die andere Form der Berichterstattung wird ihren Möglichkeiten gerecht. Handelt es sich hierbei allein um eine Frage des Selbstverständnisses von Journalisten und des Mangels an unabhängigen bzw. qualifizierten Autoren seitens der Redaktionen? Oder wäre doch noch über jene Bedingungen zu streiten, unter denen Landschaftsarchitektur- und Architekturkritik das „Verhältnis des Menschen zu der ihn umgebenden Architektur [respektive Landschaftsarchitektur] von einem bloß perceptiven zu einem diskursiven Verhältnis“ (Klaus Jan Philipp) zu ändern vermag?

(Artikel in Deutsch)



Zielgruppen

Meike Kubiak
Hannover

Vom Traum zum Haus – mit einem Architekten?
Architekturvermittlung für private Bauherren
Ein praktisches Beispiel aus Niedersachsen

Das Bild und Selbstbild der Architekten ist in Bewegung und verändert sich weg vom autonomen Baukünstler – hin zum Baumanager mit kommunikativen Fähigkeiten. Einige Universitäten haben bereits die Architekturausbildung um Fächer wie Baumanagement oder Medienkunde bereichert. PR-Agenturen haben sich mittlerweile auf Architekten spezialisiert.

Architekten müssen sich heute am Markt als starke, flexible Dienstleister anbieten um das Vertrauen der Bauherren als Kunden zu gewinnen. Die zentrale Frage ist, wie die Kernkompetenzen der Architekten privaten Bauherren anschaulich vermittelt werden können. Übliche Zugangswege zu Architekten verlaufen über „Mundpropaganda“ meist durch private Informationsvermittlung. Dieser informelle Weg lässt sich nur schwer beeinflussen. Welche anderen Wege gibt es? Wie kann der Architekt sich mit seinem Dienstleistungsangebot gegenüber den Bauherren vertrauenswürdig präsentieren? Nur das Schalten von Anzeigen im Rahmen von Imagekampagnen reicht hier nicht aus.

In einem interdisziplinären und praxisorientierten Projekt hat die Architektenkammer Niedersachsen zusammen mit der Diplompädagogin Michaela Krey eine neue Kommunikationsstrategie zwischen Architekten und Bauherren entwickelt. Im Rahmen von Bauherrenseminaren, treten Architekten in die Rolle des Dozenten und arbeiten mit Bauinteressierten an aktuellen Themen rund um den privaten Hausbau. Unter pädagogischer Leitung werden die Architekten im Rahmen von Dozentenworkshops auf diese für sie neue Aufgabe vorbereitet. Hier lernen Architekten sich auf ihre Kernkompetenzen zu besinnen und entwickeln zusätzliche Schlüsselkompetenzen. Im intensiven Training werden Kommunikations-, Beratungs- und Lehrkompetenz entwickelt. Ein im Rahmen des Projektes entwickelter Dozentenleitfaden bietet zusätzliche Unterstützung zur Vorbereitung und Durchführung der Bauherrenseminare. In diesen informieren die Architekten mit Hilfe des Schulungsmaterials und aktivierender Lehrmethoden über ihre Kernkompetenzen. Die Bauherren werden abgeholt, wo sie stehen, fachsprachliche Termini werden dem Laien übersetzt. Fragen, Bedürfnisse und Träume werden aufgegriffen, es entstehen vielfältige Dialoge. Bauherren erleben Architekten als Berater, Ideenfinder, als wertschätzende Partner. Sie nehmen ein „neues“ Bild vom Architekten mit auf ihren Weg.

Wir haben auf diesem Wege im letzten Dreivierteljahr über 3000 Bauherren begeistern und informieren können und vor allem Architekten Möglichkeiten eröffnet, ihre Kernkompetenzen anschaulich einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

(Artikel in Deutsch)



Christine Dissmann
Berlin

Von der großen Wirkung des kleinen Unterschiedes

Das Architekturprojekt "Neue Kleider für unsere Schule" der KunstBauWerkstatt an der Dunant-Grundschule in Berlin Steglitz ist im Jahre 2004 von der Autorin ins Leben gerufen worden als Plattform für die Schüler der Schule, ihr schulisches Umfeld zu erforschen und mitzugestalten. Das Projekt gliedert sich in die Bausteine Werkstatt, Ideenwettbewerb und Baustelle mit den unterschiedlichen Schwerpunkten sensorische und künstlerisch-handwerkliche Schulung, der Generierung von Gestaltungsvorschlägen und schließlich der konkreten Umsetzung von Maßnahmen durch die Schüler gemeinsam mit Fachleuten.

Tragende Idee des Projektes ist es, den Schülern eine Vorstellung von Architektur nicht im Rahmen eines weiteres Unterrichtsfaches zu vermitteln, sondern sie vielmehr über die unmittelbare Anschauung für die Qualität ihres Lebensraumes zu sensibilisieren und sie zu ermutigen und ermächtigen, an dessen Gestaltung teilzuhaben. Die Umgestaltung des Schulraums folgt dem Leitbild des Stadtraums, in dem die Schüler als gleichberechtigte Bürger einer Gesellschaft agieren. Dreh- und Angelpunkt der Durchführung des Projektes ist die kommunikative Einbindung aller Beteiligten durch verschiedene Veranstaltungen und Aktionen.

In dem Beitrag werden Inhalt und Ergebnisse des Projekts, aber auch die Widerstände dagegen beschrieben, und es wird ein kritisches Resümee zur Reichweite und Übertragbarkeit solcher Initiativen gezogen.

(Artikel in Deutsch)



Praxis – Lehre – Forschung

Praxis

Tanja Simone Flemmig
Regensburg

Baukultur als Standortfaktor –
der Regensburger Gestaltungsbeirat

Im folgenden Beitrag wird am Beispiel der Stadt Regensburg gezeigt, dass die Einrichtung der Institution Gestaltungsbeirat durchaus einen Standortvorteil im Wettbewerb der Städte untereinander darstellen kann. Zunächst werden kurz die Entstehungsgeschichte, die formale Struktur sowie Zielsetzung und Zweck des Gremiums beschrieben. Es wird gezeigt, inwieweit durch die öffentliche Beratung der Projekte im Beirat und die Berichterstattung in den örtlichen Medien die Diskussionskultur über Architektur in dieser Region an Qualität gewonnen hat. Die Einrichtung eines Gestaltungsbeirates ist rechtlich unumstritten, die rechtliche Verbindlichkeit jedoch nicht. Dennoch konnte eine Diskussionskultur entwickelt werden, in deren Rahmen unterschiedliche partikulare Interessen im Konsens berücksichtigt wurden. Weiter wird in diesem Artikel gezeigt, dass seit Einführung des Beirates vor allem im privaten Bereich mehr vergleichende Gutachten bzw. Wettbewerbe durchgeführt wurden. Anhand von Beispielen werden die positiven Auswirkungen des Beratergremiums dokumentiert.

Abschließend wird aufgezeigt, inwieweit die verschiedensten Interessengruppen an der Einrichtung der Institution Gestaltungsbeirat positiv partizipiert haben. Darüber hinaus zeigen immer mehr Anfragen aus anderen Städten, dass dieses Gremium mit der Zeit bundesweit eine gewisse Vorbildfunktion für Qualitätssicherung in Architektur und Städtebau erreicht hat.

(Artikel in Deutsch)



Thomas Michael Krüger
Berlin

Stadt zeigen –
Architekturvermittlung vor Ort

Seit zehn Jahren machen wir neben der „normalen“ Planungs- und Bautätigkeit als Architekturbüro mit

ausgesuchten Kollegen Führungen zur Architektur und Stadtbaugeschichte in Berlin. Über 25.000 Menschen, teils Fachkollegen, teils interessierten Laien haben wir die Stadt und deren Architektur anschaulich nahe gebracht. Architektur ist dabei stets der Spiegel gesellschaftlicher Zustände und Entwicklungen, und wir erzählen lediglich aus einer ungewohnten Perspektive der Planer. Wir, die wir die Stadt maßgeblich mitgestalten, uns aber in der Öffentlichkeit weit gehend zurückhalten, melden uns zu Wort, und plötzlich erweist sich die scheinbar vordergründige, sichtbare Welt mit all ihren spannenden Geschichten, Abgründen und Anekdoten, Fakten und (wenig) Zahlen erstaunlich hintergründig.

Wir haben das Genre Stadtführungen von Architekten mit aus der Taufe gehoben und arbeiten mittlerweile im Verbund mit 13 Büros in europäischen Städten vernetzt zusammen (www.guiding-architects.net).

Das Interesse ist gewaltig, steigend; erstaunlich ist, dass dieses wichtige Feld der Architekturvermittlung bisher fast ausschließlich Historikern und sogar Autodidakten überlassen blieb. Das Vermitteln von Architektur ist dabei kein Hobby oder Ausdruck eines Hangs zum Geschichten-Erzählen, sondern es erfordert ein sehr professionell organisiertes Unternehmen mit didaktisch und sprachlich versierten Architekten, die vor allem ein gemeinsames Interesse haben: den Adressaten, den Kunden – den Bauherren.

(Artikel in Deutsch)



Lehre

Benedikt Hotze
Berlin

**Der Architekt als Generalist – oder:
Brauchen wir eigentlich eine neue Spezialausbildung?**

Architekten sind als Generalisten ausgebildet – so heißt es jedenfalls immer. Architekten können alles – das beweisen sie tagtäglich, indem sie erfolgreich fachfremde Berufsfelder besetzen. Die BauNetz-Reihe „Grenzgänger“ führt solche – nolens volens – ergriffenen Tätigkeiten ausgebildeter Architekten vor: Fotograf, Modemacher, Musiker, Gastronom, Webdesigner oder eben PR-Beauftragter im Architekturbüro...

Ist es vor diesem Hintergrund sinnvoll, für die Architekturvermittlung einen eigenen Studiengang anzubieten? Oder allgemeiner: Muss es für jedes noch so spezialisierte Berufsbild eine eigene akademische Ausbildung geben? Sollte man nicht lieber dazu raten, ein klassisches Fach zu studieren und sich die Spezialisierung parallel dazu individuell anzueignen?

Eine Antwort könnte sein: Solange die Architekturausbildung weiterhin, aber zunehmend praxisfern, das Fach Entwurf so dominant ins Zentrum stellt und sogar die Fachhochschulen entgegen ihrem eigentlichen Auftrag zu kleinen Entwurfs-Unis umgebogen werden, sind zusätzliche Angebote in der Lehre unabdingbar.

(Artikel in Deutsch)



Susanne Ohse
Lüneburg

**Architekturvermittlung –
Chancen und Risiken einer neuen Disziplin**

Wie lassen sich die Arbeitsschwerpunkte eines Architekturvermittlers bestimmen? Der Beitrag reflektiert Erfahrungen, die ich in der Lehrveranstaltung „Wechselwirkung Mensch / gebaute Umwelt“ an der Universität Lüneburg sammeln konnte. Die Arbeit an der Wahrnehmung kann, so die Schlussfolgerung, als wesentlicher Bestandteil der Arbeit des Architekturvermittlers gesehen werden. Aus einem Vergleich des Bauprozesses mit der Modebranche werde ich im Anschluss Rückschlüsse auf mögliche Vermittlungsformen in der Architektur ziehen. So entsteht ein konkretes Bild von Architekturvermittlung, aus dem sich zusammenfassend wesentliche Elemente für das Berufs- und Ausbildungsprofil des Architekturvermittlers ableiten lassen.

(Artikel in Deutsch)



Die Redaktion behält sich alle Rechte, einschließlich der Übersetzung und der fotomechanischen Wiedergabe vor. Auszugsweiser Nachdruck mit Quellenangabe *Wolkenkuckucksheim - Cloud-Cuckoo-Land - Vozdushnyi zamok* <<http://www.cloud-cuckoo.net>> ist gestattet, sofern die Redaktion davon informiert wird.

