



Architekten sind es gewohnt, mit abstrakten Bildern zu kommunizieren. Was sie damit aussagen wollen, ist für Aussenstehende oft schwer nachzuvollziehen.

Vermeidbare Misstöne zwischen Architekt und Bauherr

Unterschiedliches Verständnis und abweichende Vorstellungen sind oft Ursache von Konflikten. Warum es sich lohnt, Expertenwissen gut zu vermitteln. *Von David Strohm*

Die Vorfreude des jungen Paares auf sein neues Eigenheim war gross. Akribisch hatten sie sich auf das Projekt ihres Lebens vorbereitet, den Bau eines Einfamilienhauses, und dafür in Architekturzeitschriften geblättert, viele Skizzen angefertigt, Kataloge studiert und sich an Fachmessen beraten lassen. Gemeinsam mit ihrem Architekten entstanden in zahlreichen Sitzungen die Pläne für das Traumhaus. Doch als es endlich so weit war, am Tag des Einzugs, gab es Misstöne zwischen dem Planer und seinen Auftraggebern. Vieles von dem, was die beiden nach der Fertigstellung vorfanden, entsprach nicht ihren Vorstellungen: die Farbe des Verputzes an der Fassade, Ausstattungsdetails in Badzimmer und Küche. Und der in den Plänen suggerierte Blick aus dem Wohnzimmerfenster erschien nun als ein anderer.

«Weil sie nicht die gleiche Sprache sprechen, entstehen zwischen Architekten und der Bauherrschaft gelegentlich Missverständnisse, die vermeidbar

wären», sagt Riklef Rambow. Der Psychologe untersucht seit Jahren die Wahrnehmung und Wirkung von Architektur und lehrt das Fach Architekturvermittlung als Professor am Institut für Technologie der Universität Karlsruhe und weiteren Hochschulen.

Dass die Erwartungen, die Bauherren und Architekten aneinander stellen, sich oft erheblich unterscheiden, weiss auch Rambow. Während die einen voraussetzen, dass mit ihren investierten Mitteln verantwortungsvoll umgegangen wird, haben die anderen formale und äusserliche Ansprüche. Der Auftraggeber sucht Sicherheiten und verlangt nach einer langlebigen Konstruktion sowie möglichst tiefen Folgekosten beim Unterhalt. Der Architekt will mit dem Bauwerk, das lange im öffentlichen Raum sichtbar sein wird, eine Aussenwirkung erzielen.

Rambow hält es für sinnvoll, die nötigen gestalterischen Entscheidungen immer im Zusammenhang mit funktionalen, ökonomischen oder konstruktiven

Hilfe für Bauherren

Begleitung beim Bau

Bei komplexen Projekten wie Neu- oder Umbauten kann sich der Beizug eines Bauherrenberaters lohnen. Die Experten helfen, Fehlentscheide und Fehlinvestitionen zu vermeiden, Zeit zu sparen und das Bauwerk zielgerichtet und termingerecht zu verwirklichen. Der Bauherrenberater vertritt unabhängig von den anderen am Bau Beteiligten (wie Planer, Architekten, Investoren, Generalunternehmer, Totalunternehmer und Handwerker) die Interessen des Auftraggebers, nimmt aber selbst keine zusätzliche Funktion im Projekt ein. Fachleute vermittelt die Kammer Unabhängiger Bauherrenberater KUB. (dst.)

Liste der Berater unter www.svit.ch/kub

ven Fragen zu erläutern. «Entscheidend ist zu Beginn die gemeinsame Zieldefinition», sagt Andreas Mast vom grössten Architekturbüro in der Schweiz, Burckhardt+Partner. Je genauer diese festgelegt werde, desto besser verlaufe die Zusammenarbeit in späteren Projektphasen. «Auf der Zahlenebene muss die Chemie stimmen», ergänzt der Architekt.

Doch zuweilen sind es die Sachzwänge, die von der Bauherrschaft selbst gesetzt werden, die zu Missverständnissen führen. Bei Wettbewerben etwa werde oft anhand von Modellen und Computergrafiken, sogenannten Renderings, entschieden. «In dieser frühen Planungsphase geben solche Darstellungen zuweilen Versprechen ab, die später nicht umgesetzt werden können», mahnt Mast. Manch eine Präsentation sei stark idealisiert und grenze an Manipulation, glaubt auch Riklef Rambow, der Architekturpsychologe. Auflösen lässt sich das Dilemma nur durch beharrliche Aufklärung.

«So vermitteln, dass es auch Laien verstehen»

Der Psychologe Riklef Rambow lehrt im Fachgebiet Architekturvermittlung. Architekten sollen ihren Auftraggebern Qualitäten des Bauens vermitteln, sagt er.

NZZ am Sonntag: Viele private Bauherren sind mit der Sprache der Architekten überfordert. Welche Barrieren bestehen zwischen ihnen?

Riklef Rambow: Viele Architekten kommunizieren in der Fachsprache, die sie in ihrer Ausbildung gelernt haben und untereinander benutzen. Dazu verwenden sie visuelle Hilfsmittel wie Grundrisse und Pläne oder computeranimierte Bilder, um das Projekt transparent zu machen. Nicht-Fachleute sind damit oft überfordert.

Fremdsprachen lassen sich übersetzen. Bilder und Pläne sollten doch für sich selbst sprechen. Warum klappt es nicht?

Das Gefälle des Vorwissens ist gross, ähnlich wie zwischen Arzt und

Blick für das Ganze

«Hauptfunktion von guter Architektur sollte sein, das Leben zu erleichtern», sagt Professor Riklef Rambow.



Patient. Bauherren müssen sich auch trauen, nachzufragen. Bilder oder Modelle eines Hausprojekts arbeiten oft mit Platzhaltern. In der Realität sieht das fertige Objekt dann oft ganz anders aus. Das kann beim Auftraggeber zu Enttäuschungen führen.

Wie lassen sich derartige Missverständnisse vermeiden?

Architekten müssen offensiv aufklären. Dabei sollten sie ihre Arbeit so vermitteln, dass auch Laien verstehen, worum es geht. Im direkten Dialog ist das noch relativ einfach. In Broschüren oder bei Wettbewerben sind genaue Erläuterungen unentbehrlich.

Auch die gilt es aber zu interpretieren.

Architektur hat viel mit subjektiver Wahrnehmung zu tun. Die Laien-Perspektive weicht von der des Experten ab. Architekten sind es gewohnt, mit abstrakten Bildern und Konzepten zu kommunizieren. Was sie damit aussagen wollen, ist für Aussenstehende oft schwer nachzuvollziehen.

Was bringen Sie jungen Berufsleuten bei, die bei Ihnen studieren?

In der Ausbildung ist mein Fach, die Architekturvermittlung, noch eher ein Randthema. Ich versuche, aufzuzeigen, dass echte Qualität durch eine verständliche Darstellung gewinnt und nicht verliert. Wichtig ist, die Kluft zu den Auftraggebern und künftigen Nutzern zu schliessen. Diese müssen in jeder Phase des Projekts die Qualität eines Bauwerks begreifen, sonst wird sich diese auch nicht realisieren lassen.

Interview: David Strohm

Sonderbeilagen zum Thema Immobilien 2011

Sonderbeilage	Erscheinen	Titel
Immobilien	20. März	NZZ am Sonntag
Wohnen und Einrichten	17. April	NZZ am Sonntag
Immobilien	15. Mai	NZZ am Sonntag
Immobilien	4. September	NZZ am Sonntag
Immobilien	2. November	Neue Zürcher Zeitung

Weitere Informationen unter www.nzzwerbung.ch/sonderthemen. Auskunft über Mediadaten, Placierungsmöglichkeiten sowie Anzeigenpreise unter Tel. 044 258 16 98 oder www.nzzwerbung.ch.

NZZ media
Eine Filiale der Publicitas

