

Der folgende Text ist unwesentlich verändert erschienen in „Konstruktiv – Zeitschrift der Bundeskammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten“, Nr, 240, November/Dezember 2003, S. 41

Planertätigkeit im Wandel

Riklef Rambow

Die Architektur als Profession muss offen gegenüber dem Wandel sein, um ihre Kernaufgaben bewahren zu können. Um die „eigentlichen“ Tätigkeiten des Architekten herum entstehen ständig neue Dienstleistungen, von denen einige sich dauerhaft am Markt etablieren können, während andere schon bald wieder verschwunden sind. Diese Dynamik ist einem Marktumfeld geschuldet, das auch in der Architektur von sich wandelnden Ansprüchen der Auftraggeberseite, sich ändernden politischen und rechtlichen Vorgaben, raschem technologischem Wandel u. ä. geprägt ist.

Die neu entstehenden Berufsfelder, die sich um die Architektur gruppieren, können entweder von Angehörigen anderer Disziplinen besetzt werden oder von Architekten selber. Im ersten Fall kann eine Gewinn bringende interdisziplinäre Zusammenarbeit resultieren oder eine gefährliche Konkurrenz um knappe Ressourcen. Im zweiten Fall entstehen entweder neue Berufsbilder für Architekten, die sich ganz darauf spezialisieren, oder aber „klassische“ Architekturbüros versuchen, die neuen Dienstleistungen zusätzlich in ihr Angebotsspektrum aufzunehmen.

Es ist offensichtlich, dass es sowohl für die Berufs- und Marktchancen der Architekten als auch für die Qualität der gebauten Umwelt einen erheblichen Unterschied macht, welche dieser vier prototypischen Varianten sich jeweils durchsetzt.

Viele der neuen Dienstleistungen beruhen im Kern auf Kommunikation. Die vielfältigen Schnittstellen zwischen Entwurf und Ausführung einerseits und den Anforderungen und Wünschen des bzw. der Klienten, den Bedürfnissen und Wahrnehmungen der verschiedenen Nutzer und den berechtigten Ansprüchen einer kritischer werdenden Öffentlichkeit werden zukünftig erheblich kreativer gestaltet werden als dies bisher üblicherweise der Fall ist. Im Vorfeld von Planung helfen Techniken des „Programming“, die Anforderungen der Klienten besonders bei komplexen Bauaufgaben systematisch zu erfassen und zu verarbeiten. Die Bedürfnisse der Nutzer können durch „User Needs Analysis“ oder auch durch Beteiligungsverfahren erhoben und berücksichtigt werden. Während der Bauphase können öffentlichkeitswirksame Inszenierungen dazu beitragen, die Realisierung einer Planung zum Ereignis zu machen. Exemplarisch hierfür die Aktivitäten rund um den Potsdamer Platz in Berlin, die mit Führungen, Lichtinstallationen, Konzerten, der bekannten roten Info-box etc. das Interesse an der entstehenden Architektur erheblich gesteigert haben. Vergleichbare Aktivitäten können durchaus auch anlässlich kleinerer Projekte sinnvoll sein. Nach Fertigstellung eines Gebäudes sind Gebäudeevaluation sinnvoll, um Hinweise auf Qualitäten oder Mängel und deren Beseitigung zu gewinnen, aber auch Maßnahmen der Information und Vermittlung, um die Aneignung des Gebäudes zu erleichtern.

Als kurzes Beispiel für eine integrierte Kommunikationsmaßnahme sei kurz die von uns entwickelte „Architekturpsychologische Umzugsbegleitung“ erwähnt. Umzüge in neue Gebäude sind für die Mitarbeiter von Unternehmen häufig mit erheblichen Veränderungen verbunden, entsprechend erzeugen sie im Vorfeld Unruhe und Unsicherheiten in der

Belegschaft. Dem kann nur durch eine frühzeitig einsetzende, transparente und verbindliche Informationspolitik begegnet werden. Indem die Mitarbeiter umfassend und über einen längeren Zeitraum mit Informationen über die Ziele, die Rahmenbedingungen und die Umsetzung der Planung informiert werden, und zwar in attraktiv und verständlich aufbereiteter Form, wird Gerüchten und Fehlinformationen der Boden entzogen und positives Interesse erst ermöglicht. Dabei meint „umfassend“, dass auch eher spezielle Informationen zu Aspekten wie Akustik, Lichtplanung oder Energieverbrauch dann auf Interesse stoßen, wenn sie laiengerecht und problembezogen präsentiert werden. Die Möglichkeit, selber Fragen zu stellen und Meinungen zu äußern, ist essentiell und über das Intranet in der Regel leicht zu realisieren. Abteilungsweite Baustellenführungen für alle Mitarbeiter machen das Gebäude und die einzelnen Räume unmittelbar erlebbar und ermöglichen, Detail- und Einrichtungsplanungen vor Ort zu besprechen, ohne dass Missverständnisse beim Lesen von Plänen auftreten. Die explizite Vermittlung der Architektur als gebaute Umsetzung der Unternehmenskultur macht es den Mitarbeitern leichter, sich mit dieser auseinander zu setzen und sie mitzutragen.

Alle genannten Beispiele erfordern kommunikative und methodische Kompetenzen ebenso wie fundiertes architektonisches Fachwissen. Sie sind weder von Sozialwissenschaftlern, noch von PR-Fachleuten und Journalisten, noch von Architekten ohne Zusatzkenntnisse allein zu leisten. Richtig eingesetzt, können sie die Qualität der Architektur erhöhen und sie erzeugen einen Mehrwert für Klient, Nutzer und Öffentlichkeit. Dadurch tragen sie dazu bei, die Nachfrage nach qualitativvoller Architektur zu stabilisieren. Es liegt an den Architekten, diesen Nutzen zu erkennen und durch disziplinenübergreifende Zusammenarbeit in Praxis, Forschung und Ausbildung die neu entstehenden Aufgabenbereiche in eigener Verantwortung zu entwickeln.