



## „Architektur ist erklärungsbedürftig“

Der Psychologe Riklef Rambow ist Professor für Architekturkommunikation am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Aber wie kommuniziert man Architektur überhaupt? Und warum muss man das? Wir haben nachgefragt.

### INTERVIEW

#### Wolfgang Bachmann

**BAUMEISTER:** Ein gern zitierter Satz von Paul Watzlawick lautet: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Lehren Sie Ihre Studenten also etwas Überflüssiges?

**RIKLEF RAMBOW:** Ganz im Gegenteil. Der Satz von Watzlawick sagt ja, dass jedes Verhalten als Kommunikation verstanden werden kann, auch solches, bei dem wir das gar nicht beabsichtigen. Es ist also umso wichtiger, sich kontinuierlich damit auseinanderzusetzen, welche Bedeutungen wir durch unser Verhalten bewusst und unbewusst vermitteln.

**B:** Aber sind Ihre Studenten nicht Lichtjahre von der Praxis entfernt? Sie sollen später mit Bauherren, Behörden, Fachplanern, Journalisten kommunizieren. Das ist noch ein weiter Weg. Oder lernen sie bei Ihnen schon, wie sie ihre Seminararbeiten erfolgreicher verkaufen können?

**R R:** Genau das sollen sie lernen: Wie sie ihre Entwürfe und Ideen möglichst überzeugend, klar und verständlich präsentieren können. Das Wort „verkaufen“ finde ich in diesem Zusammenhang nicht sehr passend. Es geht ja nicht um eine fertige Ware, sondern um komplexe gedankliche Konstrukte, die zunächst einmal so erklärt werden müssen, dass sie greifbar und anschaulich werden, so dass der Zuhörer Feuer fangen kann. Hierzu muss die Darstellung eines Projekts eine stimmige argumentative Struktur aufweisen, und Wort und Bild müssen intelligent aufeinander abgestimmt werden. Wenn das Ganze dann noch eine spannende „Geschichte“ erzählt, dann ist das Ziel meines Seminars „Tell me a story... (and maybe I believe it)“ erreicht.

**B:** Wird dann durch diesen Prozess der Entwurf noch einmal verändert, weil den Studenten ein Licht aufgegangen ist? Und merkt Ihr Professorenenkollege, der die Aufgabe gestellt hat: Aha, da kommt wohl einer von Rambow, drum hat der das alles so schlüssig durchgezogen?

**R R:** Ja, das kommt durchaus vor. Wenn ein Konzept in sich nicht stimmig ist, dann kann man es auch nicht stimmig darstellen. Oder anders he-

rum: Beim Versuch, eine stimmige Präsentation zu erarbeiten, können einem durchaus noch Fehler im Konzept und der Ausformulierung auffallen. Ich empfehle den Studierenden deshalb auch, Entwurf und Präsentation von vornherein als zusammengehörig zu denken und auf keinen Fall erst in der Nacht vor der Abgabe das Präsentationskonzept zu entwickeln.

Und ja: Wenn das Ganze keinen Effekt hätte, würde sich der Aufwand ja nicht lohnen. Ich hoffe schon, dass man dem ein oder anderen dann anmerkt, dass er sich intensiver mit diesen Fragen auseinandergesetzt hat und weiß, wie man eine schlüssige Präsentation hinzubert. Der erste ernste Test dafür sind natürlich die Diplom- bzw. Masterpräsentationen.

**B:** In welcher Form hat der Architekt später Gelegenheit zu kommunizieren? Beginnt das mit seiner Korrespondenz, dem Baubeschrieb, einer Wettbewerbserläuterung?

**R R:** Das unterscheidet sich sicherlich stark von Position zu Position und von Aufgabe zu Aufgabe. Es gibt Untersuchungen, die zeigen, dass Architekten bis zu 80 Prozent ihrer Arbeitszeit mit Kommunikation verbringen. Das umfasst die von Ihnen genannten Aufgaben, aber auch die Kommunikation auf der Baustelle, die Darstellung des Büros in Broschüren oder auf der Website, die Teilnahme am öffentlichen Diskurs über Architektur und vieles mehr. Und auch wenn vieles davon trivial und routinisiert erscheinen mag: Es geht im Kern immer darum, eine entwerfliche Idee zur Realisierung zu bringen, und jeder Schritt in diesem Prozess ist darauf angewiesen, dass andere diese Idee verstehen und teilen. Was im Übrigen keine Einbahnstraße ist: Kommunikation heißt genauso auch, zuhören zu können und die richtigen Fragen zu stellen, um die eigenen Ideen im Dialog weiterzuentwickeln.

**B:** Ist der praktizierende Architekt nicht vor allem daran interessiert, bei der Akquisition erfolgreich zu sein? Bringen Sie den Studenten

Diesen „Common Ground“ herzustellen, erfordert umso mehr Aufwand, umso stärker sich die Perspektiven der Gesprächspartner unterscheiden.

bei, wie sie auftreten müssen? Ob sie ihren Bauherren etwas über Architektur erzählen sollen oder lieber herausfinden, wie die leben und arbeiten?

R R: Nein, solche Erwartungen – in Richtung Psychotricks fürs Bauherrengespräch: kein schwarzer Anzug, lassen Sie lieber die Frau reden – bediene ich eher nicht. Es geht immer um das Reden über Architektur und die Darstellung von Architektur. Das schließt aber den zweiten Punkt meines Erachtens ein: Natürlich muss ein Architekt auch in der Lage sein, die Bedürfnisse der Bauherren bzw. Nutzer zu erfragen. Das ist ein wesentlicher Teil der Kompetenz und eine anspruchsvolle kommunikative Aufgabe.

B: Haben sich Kommunikation und Kommunikationsbedarf verändert, seit es die Neuen Medien gibt und vor allem Social Media praktiziert wird? Davon konnte Watzlawick doch nur träumen.

R R: Mail und Internet haben schon viel verändert, wobei die wesentlichen Grundprinzipien der Kommunikation doch die gleichen geblieben sind. Social Media sind meines Erachtens für die Architekturkommunikation im Moment noch nicht so wichtig, aber das wird sich vermutlich bald ändern. Solche Entwicklungen zu verfolgen, ist durchaus auch ein wichtiger Teil der Arbeit bei uns am Fachgebiet.

B: Ich meinte, dass der Architekt sich heute eben anders mitteilen kann, mit einer Webseite zum Beispiel.

R R: Webseiten sind schon ein Thema, weil sie andere Rahmenbedingungen für die Kommunikation bieten als klassische Printmedien. Man kann zum Beispiel sehr viel Bildmaterial präsentieren, das aber meist schlechtere Qualität hat und flüchtiger wahrgenommen wird. Zudem muss man bei der Webseitengestaltung immer berücksichtigen, dass die Bedingungen, unter denen der Rezipient die Seite wahrnimmt, sehr unterschiedlich sind usw.

Es gibt also eine technische Ebene der Kommunikation, die beherrscht werden muss und sich von einer Face-to-Face-Präsentation stark un-

Die Architekten sollten sich immer bewusst sein, dass manche Annahmen, die sie als selbstverständlich voraussetzen, erklärungsbedürftig sind.

terscheidet. Im Kern geht es aber um dieselben Prinzipien: Was ist mir wichtig, und was ist weniger wichtig? Welches Abbildungsformat muss ich wählen, um den Aspekt, den ich zeigen will, möglichst stark zu machen? Was muss ich jemandem, der nur wenig Vorwissen hat, grundsätzlich an Verständnishilfen bieten? Wie strukturiere ich die Information so, dass man sich auch ohne große Anstrengung zurecht findet und Missverständnisse vermieden werden?

B: Dazu passt der Hinweis bei Habermas, dass im Kontext geteilter Hintergrundannahmen kein Kommunikationsbedarf entsteht, sondern erst „wenn Meinungen und Absichten unabhängig urteilender Subjekte in Einklang gebracht werden müssen“. Diese Kommunikations-Subjekte sind für den Architekten also kaum die Kollegen, sondern Bauherren, Laien, die Öffentlichkeit.

R R: Genau. Habermas arbeitet mit dem Konstrukt der Perspektivität als Grundlage der Kommunikation. Mein Modell beruht ebenfalls auf der Annahme, dass jeder von uns seine eigene Weltsicht hat. Diese Weltsichten sind niemals identisch, aber sie müssen sich jeweils soweit überlappen, dass wir in Bezug auf eine bestimmte Handlung ein hinreichendes Verständnis erzielen können. In der Psychologie nennt man das den „Common Ground“ – interessanterweise ja auch das Thema der diesjährigen Architekturbiennale. Diesen Common Ground herzustellen, erfordert umso mehr Aufwand, umso stärker sich die Perspektiven der Gesprächspartner unterscheiden. Und in Bezug auf Architektur unterscheiden sich nun einmal die Perspektiven von Architekten und Nicht-Architekten besonders stark und systematisch.

B: Aber wenn Architektur ein Zeichensystem ist, das von Laien anders als von Fachleuten wahrgenommen wird, dann müssen Architekten (oder Journalisten?) eine Lesehilfe geben.

R R: Völlig richtig, auch wenn das Wort Lesehilfe hier vielleicht etwas verwirrende Assoziationen hervorruft. Es gibt eine ganze Menge von Überzeugungen und Wahrnehmungen, die unter Ar-

chitekten weitgehend geteilt werden, außerhalb von Fachkreisen aber überhaupt nicht selbstverständlich sind. Hier muss man in der Kommunikation also auf einer tieferen Ebene ansetzen, wenn man nicht Irritation produzieren möchte. Ein solches Konzept ist zum Beispiel die „Ehrlichkeit“. Das kann man auf der Ebene der Materialität festmachen oder auf der funktionalen Ebene, also zeigt das Gebäude, wofür es gebaut wurde, oder macht es uns was vor? Das ist eine Annahme, die vielen Nichtarchitekten ziemlich absurd vorkommt. Was heißt hier ehrlich? Warum soll sich das Haus denn nicht attraktiv verhüllen, das machen wir mit unserem Körper auch, wenn wir uns morgens anziehen. Das heißt, solche Konzepte kann man im öffentlichen Diskurs nicht einfach voraussetzen, sondern muss sie erläutern und begründen. Sonst redet man aneinander vorbei. Solche Beispiele gäbe es viele, beispielsweise die Annahme, dass es grundsätzlich immer wichtig ist, zeitgemäß zu bauen. Da sagen viele Nichtarchitekten, das ist mir doch ganz egal, ein Gebäude soll wohnlich, schön, gemütlich, praktisch sein, wie auch immer, und wenn es dann aussieht wie vor hundert Jahren, warum nicht? Und es ist gar nicht so einfach, dem etwas rational entgegenzuhalten.

B: Dann fragen Sie dazu bei, dass aus Ihren Studenten lauter Mäcklers und Kollhoffs werden, weil die dem Publikumsgeschmack näher sind?

R R: Das glaube ich nicht. Die Kommunikation ist zunächst einmal völlig wertungsfrei. Ich mache nur darauf aufmerksam, dass man sich selbst keinen Gefallen tut, wenn man die unlegbaren Unterschiede in der Wahrnehmung, die auf der simplen Tatsache beruhen, dass Architekten viele Jahre intensiv daran gearbeitet haben, ihre Wahrnehmung von Architektur zu verfeinern, ignoriert. Die Architekten sollten sich immer bewusst sein, dass manche Annahmen, die sie als selbstverständlich voraussetzen, erklärungsbedürftig sind.

Natürlich muss ein Architekt auch in der Lage sein, die Bedürfnisse der Bauherren bzw. Nutzer zu erfragen. Das ist ein wesentlicher Teil der Kompetenz und eine anspruchsvolle kommunikative Aufgabe.

# Der Architekt muss sich immer wieder damit auseinandersetzen, warum das Publikum über eine bestimmte Architektur schimpft und eine andere bewundert.

**B:** Heißt das, dass der Architekt sich besser erklären muss oder die unbewusste Erwartung des Publikums aufnehmen soll? Also: die wollen Rundbögen, das bedeutet irgendetwas. Rundbögen kriegen sie nicht, dafür liefere ich ihnen zum Ersatz andere Elemente, die dieses Bedürfnis erfüllen.

**R R:** So etwa kann man es ausdrücken. Der Architekt muss sich immer wieder damit auseinandersetzen, warum das Publikum über eine bestimmte Architektur schimpft und eine andere bewundert. Friedensreich Hundertwasser war früher mal das absolut rote Tuch unter Architekten. Aber die Leute sind ja nicht alle total doof. Wenn sehr viele Leute Hundertwassers Häuser als eine sinnvolle Ergänzung des Städtischen nehmen, dann hat das natürlich einen Grund. Da werden bestimmte Bedürfnisse angesprochen, die von der gängigen zeitgenössischen Architektur nicht befriedigt werden. Welche sind das? Lehne ich diese Bedürfnisse pauschal als fehlgeleitet oder falsch ab, oder akzeptiere ich sie und überlege mir, wie sie auf zeitgemäße Weise befriedigt werden können, ohne notwendigerweise beim Zwiebeltürmchen anzukommen?

Welche Entscheidungen trifft man und welche nicht und wie erklärt man sie gegebenenfalls? Für die meisten Leute ist eben „mehr mehr“ und gilt nicht Mies' „less is more“. Die bewusste Verweigerung von Luxus und Sinnlichkeit zugunsten von Askese und Minimalismus muss zum Beispiel gut begründet sein.

**B:** Welche Rolle spielen Architekturausstellungen? Gibt es zu wenige, wie Andres Lepik in B8/12 gerade beklagt hat? Würden sie helfen, dem Publikum Architektur näher zu bringen?

**R R:** Es gibt Kunstausstellungen, in die die Leute in Massen strömen. Da kann man sich fragen, woran das liegt und ob sich das nicht auf Architekturthemen übertragen ließe. Solche Fragen sind für uns sehr interessant, damit beschäftigen wir uns intensiv. Das Ausstellen von Architektur ist ja wirklich sehr schwierig, da man nicht mit der Aura des Originals arbeiten kann, sondern in der Regel auf Repräsentationen an-

gewiesen ist. Es ist interessant zu beobachten, wie Architekturbüros ihre eigenen Arbeiten ausstellen, etwa bei Aedes in Berlin oder in der Architekturgalerie in München. Solche Präsentationen sind gelegentlich derart kryptisch und abstrakt, dass selbst ein vorinformierter und hochmotivierter Besucher Schwierigkeiten hat, zu verstehen, worum es eigentlich geht. Bisweilen spürt man eine große Angst davor, banal oder gar „didaktisch“ zu wirken. Ein breiteres Publikum ist so aber kaum zu gewinnen. Ausstellungen, die über Fachkreise hinaus wirken sollen, dürfen nicht zu weit von den klassischen Wahrnehmungserwartungen abweichen. Da kommt es dann häufig doch auf relativ simple Dinge an, wie: Sind die Erläuterungstexte lesefreundlich angebracht, nicht zu lang und nicht zu kurz, enthalten sie Informationen, die auch der Laie versteht und die für ihn wichtig sind? Gibt es attraktive Modelle der Projekte, und sind Pläne und Abbildungen so angebracht, dass man sie dem Modell klar und eindeutig zuordnen kann? Werden die ausgestellten Projekte so kontextualisiert, dass sie auch außerhalb des Fachdiskurses eine Bedeutung haben, usw.? Auch solche Ausstellungen werden wohl kaum die Besucherzahlen von „MoMa in Berlin“ erreichen, sie können aber durchaus einen wichtigen Beitrag zur Baukultur darstellen.



RIKLEF RAMBOW

Der Psychologe leitet das Institut für Architektur- und Umweltpsychologie „PSY:Plan“ in Berlin und ist Professor für Architekturkommunikation am Karlsruher Institut für Technologie (KIT), in dem die Technische Hochschule aufgegangen ist. Zuvor war er seit 2008 Gastprofessor für

Architekturvermittlung am Lehrstuhl Theorie der Architektur der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus, wo er bereits seit 2001 als Wissenschaftlicher Assistent gearbeitet hatte.