

# DER ENTWURF

DAS MAGAZIN FÜR JUNGE ARCHITEKTEN

ein Supplement der  
**DBZ**

November 2011

Wie vermittelt man  
Architektur?

Wie wird man selbst zum  
Kommunikationsexperten?

Statements: Hadi Teherani,  
Jürgen Mayer H. ...

**DIE KUNST DER  
(SELBST)DARSTELLUNG**

## Werte

Verantwortung  
Tradition  
Mut  
experimentierfreudig  
theoretisch  
denken – fühlen – wollen

## Kooperation

### FSB

Individualität  
Charakter  
es in der Hand haben  
130 Jahre  
Industriedesigner  
Architektur begreifen  
analog – digital – barrierefrei  
[www.fsb.de](http://www.fsb.de)

### GIRA

Intelligente Gebäudetechnik  
Lichtsteuerung  
Temperaturregelung  
Musikverteilung  
Türkommunikation  
Sicherheitssysteme  
Energie sparen  
von zuhause - und unterwegs  
[www.gira.de](http://www.gira.de)

### KEUCO

die Marke fürs Bad  
Armaturen  
Komfort  
Ästhetik  
Wasser  
Sinnlichkeit  
Anmut  
Design  
[www.keuco.de](http://www.keuco.de)

## Publikationen

### Bücher

BerührungsPUNKTE  
p-west  
Ko(r)relation

### Magazine

seit 12 Jahren  
kostenlos  
48 Seiten  
9.000 Abonnenten  
Erlebnis  
Vertrauen  
Spiele  
Zeit  
Wasser  
Helden  
Liebe  
Wünsche  
Daneben  
Zweck  
Aufbruch  
Wechselbeziehung

## Events

### 21.6.11 DAZ Berlin!!!

Architektur im Bau  
stadt.bau.raum Gelsenkirchen  
Ko(r)relation  
Messe bau 2003/2005

FSB

GIRA

KEUCO

# Berührungs PUNKTE

Die Kommunikationsinitiative für Architekten

... und wenn Sie wissen wollen, wie wir all diese  
Themen unter einen Hut bekommen, mailen Sie uns:  
[info@beruehrungspunkte.de](mailto:info@beruehrungspunkte.de) und erhalten Sie unser  
analoges Starterpaket unter

[www.beruehrungspunkte.de](http://www.beruehrungspunkte.de)

# Dipl.-Ing. Supertalent

Leider gibt es keine Castingshow für Architekten – dabei sind Gebäude doch mindestens so omnipräsent wie Musik. Vielleicht wäre eine Talentshow, in der der beste Architekt gesucht wird, der richtige Weg, um die vieldiskutierte Baukultur zu bewahren? Eine Jury aus gut aussehenden, B-prominenten Kritikern, deren Qualifikation darin besteht, auch schon mal ein Haus gesehen zu haben, sollte wohl zu finden sein. Naja, wahrscheinlich würden die miesen Einschaltquoten dieser Idee einen Strich durch die Rechnung machen. Hoffentlich.

Doch wie wird man trotzdem zum Stararchitekten? Gute Architektur spricht für sich. Das steht außer Zweifel. Aber wie schafft man es, dass jemand überhaupt hinsieht? Eines der Geheimnisse ist sicher eine geschickte Öffentlichkeitsarbeit. Und die beginnt nicht erst mit dem ersten realisierten Millionenprojekt – sich und seine Arbeit sollte man als Architekt schon von Anfang an präsentieren lernen – bereits während des Studiums.

In Zeiten des Web 2.0 ist nichts leichter als das. Finden und gefunden werden lautet das Ziel für die Selbstdarstellung im Internet. Doch was macht Sinn, was keinen? Warum soll man wo, wie viel über sich preisgeben – und für wen überhaupt?

Wir zeigen Euch in dieser Ausgabe zwei Möglichkeiten: Wie man sich als (angehender) Architekt präsentieren kann – und wie man Architekturkommunikationsspezialist wird, vielleicht sogar hauptberuflich. Dafür fragen wir Kommunikationsexperten nach Ihrem Werdegang und Ihren Erfahrungen und wir lassen Stararchitekten zu Wort kommen, die zweifels- ohne kommunikationsfreudig sind.

Der Entwurf zeigt Euch, wie man die Trommel rührt!

*Jandra Freire*

- 03 Editorial und Inhalt |**
- 04 Glosse |** Architekt als Aktivist  
*Klaus-Dieter Weiss*
- 06 Aktuell |**
- 08 Erstwerk |** „Stimme der Architektur“  
Interview mit den Machern der Radiosendung
- 10 Nachgefragt |** Reden ist Gold  
*Aedes Architekturforum, Kristin Feireiss*  
*Andrea Rayhrer*  
*Sally Below*  
*Frank Peter Jäger*  
*Renate Blauth*
- 16 Vorsprung durch Kommunikation |**  
*Jan R. Krause*
- 20 Das Netz |**  
*Eric Sturm*
- 24 Statements |**  
*Hadi Teherani*  
*Jürgen Mayer H.*  
*Andreas Wannemacher*
- 26 Suchen und Finden |**
- 28 Technik |**
- 30 Weiterbildung |**
- 31 Impressum**

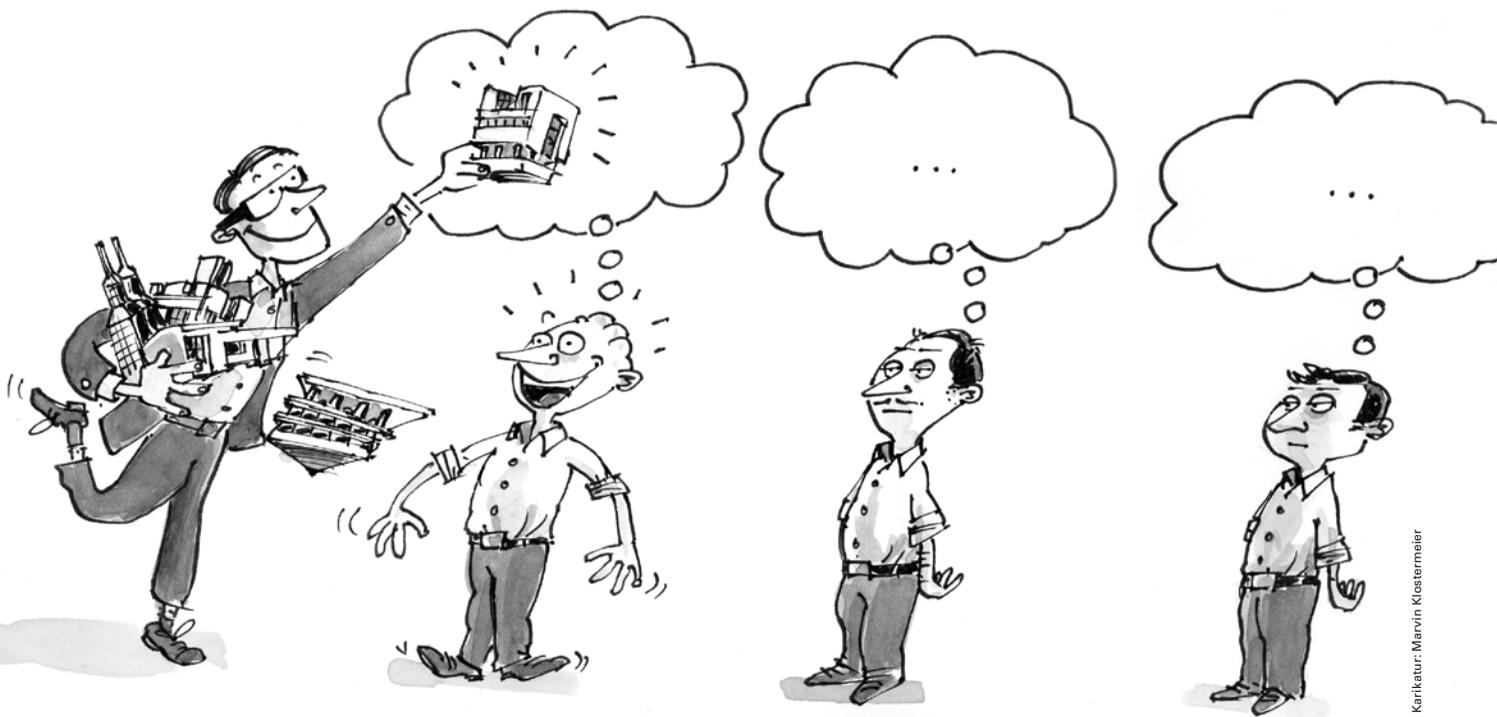


Wie findet man die richtigen Worte?

Foto: hellgrün/photocase.com

# Architekt als Aktivist

## Wie vermittelt man gute Architektur?



Karikatur: Marvin Klostermeier

Was heißt Entwerfen? Die Welt verändern, zum Besseren. Zwar Parzelle für Parzelle, aber mit dem Weitblick für das ganz Große. Künstler im Elfenbeinturm und im schwarz-grauen Weltverbesserer-Einheitslook werden gerne missverstanden und missachtet. Wer will sich schon für große Aufgaben mit Sonderlingen einlassen? Ist so abseitig und abgehoben, wirklich eine Lösung für die Probleme dieser Welt zu finden? Architekten hätten mehr zu bieten als Steve Jobs. Geht es ihnen doch nicht um einen elektronischen Handschmeichler zur Vereinfachung des Alltags, sondern um nicht weniger als den ganzen Alltag des Lebens insgesamt. Vom Wohnen über das Arbeiten bis zu Freizeit und Kultur, mit allen dafür notwendigen Räumen, Einrichtungen und urbanen Verknüpfungen. Schon Le Corbusier wusste, dass dafür nicht zuletzt Überzeugungsarbeit zu leisten ist.

Die Menschen wollen überzeugt, mit sinnvoller, ökologischer, urbaner, aber auch verführerischer, emotionaler Archi-

tektur auf den richtigen und verheißungsvollen Weg gelockt werden. Sind Architekten in Deutschland dafür überhaupt ausgebildet, den Bauherrn samt Gemeinderat auch dann in Euphorie zu versetzen, wenn diese von der Materie nichts verstehen? Sicher nicht. Die größte Kunst des Architekten liegt aber genau in seiner Überzeugungsarbeit. Nur das darauf Gebaute zählt. Großartige Formen und Erfindungen sind dafür nicht notwendig.

Millionen missratene architektonische Lebensentwürfe haben ohne die Überzeugungsarbeit von Architekten nicht Geld gespart, sondern Zukunft verbaut und große Investitionen ziellos verpuffen lassen. Solange sich daran nichts ändert, wird die Anklageschrift der Architekten länger. Denn Sie haben nicht das Wort ergriffen, haben sich nicht politisch eingemischt, obwohl sie es besser wussten. Unterlassene Hilfeleistung am Lebensglück des Menschen – von zu wenigen Ausnahmen abgesehen. *Klaus Dieter Weiss*

# Bringt Bewegung in die Fassade



ROMA Forum, Burgau



## Der neue, elektrische Aussteller für ROMA- Rollladen

Die Innovation im Rollladenbau.  
Elektromotorisches Antriebskonzept. Mit  
automatischer Sicherheitsverriegelung und  
unsichtbarer Scharnierung.

Gerne schicken wir Ihnen aktuelle  
Planungsunterlagen zu.

ROMA KG - Architektenservices  
Telefon 08222/4000-178  
Telefax 08222/4000-214  
info@roma.de

NEU



Erhältlich im  
App Store

Die Marke vor dem Fenster



## Architektenrundgang

Im Januar bietet sich wieder die Gelegenheit, sich die bautechnischen Neuheiten in geballter Form und an einem Ort anzuschauen, auf der Messe Deubau in Essen. Vom 10. bis zum 14. Januar zeigen rund 600 Aussteller ihre Produkte und Dienstleistungen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf nachhaltigem Bauen. Eine wichtige Rolle spielen die Themen Ausbau, Renovierung und Modernisierung im Bestand sowie der Themenkomplex „Energie“

Und damit man bei der Vielfalt nicht den Überblick verliert, bieten wir wieder kostenlose Architektenrundgänge an. Zweimal am Tag, um 10 und 14 Uhr treffen wir uns am Gemeinschaftsstand der DOCUgroup und führen Architekten (auch angehende) zu den Messehighlights. In ca. zweieinhalb bis drei Stunden je Rundgang werden 10 bis 12 interessante Aussteller besucht. Anmelden sollte man sich so schnell wie

möglich, denn die Teilnehmerzahl pro Rundgang ist begrenzt. Treffpunkt ist der Stand der DOCUgroup in Halle 3, Stand 153. Schon jetzt kann man sich unter der gleichen Internetadresse anmelden für den nächsten großen Messetermin in 2012: Die Light & Building öffnet vom 15. bis 20. April 2012 ihre Pforten in Frankfurt. Auch da werden wir gern zweimal am Tag bei der Suche nach den Highlights behilflich sein!



[www.architektenrundgang.de](http://www.architektenrundgang.de)

## Eindeutig doppeldeutig



Foto: Desert Canyon Resort, Dubai © K 18, blue Box, Graft

Ab dem 23. November gibt Graft im Haus am Waldsee in Berlin Einblicke in visionäre Welten des 21. Jahrhunderts. Grafting bezeichnet, das bisher Unvereinbare neu zu denken. Auf dieser Grundlage entwickeln Graft Architekten seit über 12 Jahren komplexe Fusionsmethoden, die den Design- und Architekturdebatten der Gegenwart wesentliche Impulse verleihen. Die Ausstellung „Distinct Ambiguity“ zeigt das gesamte Assoziationsspektrum, auf dem die Graftwelten basieren. Wie entsteht Schönheit? Warum lieben sie eine gute Geschichte? Wieso ist Stil für sie das Gegenteil von Neugier? Wie erfindet man Strategien des Vergessens? Wie entsteht das doppeldeutig Interessante in der Welt? Bis zum 12. Februar 2012 können Besucher Tag und Nacht in die visionären Welten eintauchen und anhand von Installationen, Möbeln, Modellen und Objekten aktuell relevante Architekturdebatten aus Sicht von GRAFT erleben.

[www.hausamwaldsee.de](http://www.hausamwaldsee.de)

## Licht an

Der International Velux Award ist gestartet! Studierende aus aller Welt können einzeln oder als Team antreten. Ziel ist es, zukunftsweisende Ideen im Umgang mit natürlichem Licht zu entwickeln. Im Juni 2012 prämiert eine internationale Jury aus Architekten und Lichtexperten die innovativsten Beiträge. Der Preis ist mit 30000€ dotiert. Bereits zum fünften Mal sucht VELUX unter dem Dachthema „Light of tomorrow“ junge Architektur Talente. Die Ergebnisse können in Form eines abstrakten Konzeptes oder eines konkreten Gebäudeentwurfs eingereicht werden. VELUX Deutschland lobt zusätzliche Gewinne für Arbeiten aus, die im „Virtuellen Werkraum“ präsentiert werden. Dabei handelt es sich um eine neu eingerichtete Online-Plattform, die deutsche Teilnehmer am IVA bei der Be-



arbeitung der Projekte unterstützt, indem sie einen unkomplizierten Austausch von Studenten und Professoren ermöglicht. Weitere Informa-

tionen hierzu sowie rund um den Wettbewerb finden sich unter [www.velux.de/architektur/iva2012](http://www.velux.de/architektur/iva2012). Dort kann man sich bis März 2012 anmelden. Eingereicht werden können herausragende Projekte, die in den Semestern 2010/11 und 11/12 erarbeitet werden. Bis Mai 2012 bleibt dann noch Zeit, diese fertig zu stellen. Die Preisverleihung findet im Oktober 2012 statt.

[www.velux.de/architektur](http://www.velux.de/architektur)

## Wissenswertes

Im November und Dezember gibt es gleich mehrere Gelegenheiten, sich fachlich weiterzubilden, und zwar auf den DBZ Fachforen! Energetische Sanierung ist das Thema am 28.11.2011 in Dresden und noch einmal am 02.12.2011, für all diejenigen, die lieber nach Düsseldorf kommen möchten! Einen ganzen Tag lang dreht sich alles darum, wie und mit welchen Mitteln man den Gebäudebestand nachhaltig in Stand setzen kann. Architekten und Experten aus Forschung und Industrie referieren über unterschiedliche Aspekte der energetischen Planung. Noch einen weiteren Termin sollte man sich im Kalender vormerken: Am 7. Dezember beschäftigen wir uns im Rahmen eines weiteren Fachforums in Frankfurt mit Ziegelarchitektur. Sind Ziegel heute noch zeitgemäß? Den Beweis dafür wollen an diesem Tag ein junger Architekt aus den Niederlanden und ein einschlägig ausgezeichnete Architekt aus Deutschland sowie viele weitere Fachleute aus Industrie und Hochschule antreten. Besonders spannend: Dieses Forum veranstalten wir gemeinsam mit der Zeitschrift Zi Ziegelindustrie – damit ist sicher, es sind echte Spezialisten

**DBZ**  
Deutsche BauZeitschrift

dabei, die auch auf tiefgehende Fragen eine Antwort haben werden. Die Foren sind für Abonnenten kostenlos! Einfach anmelden und an einem unterhaltsamen Tag neben geballtem Wissen auch noch Fortbildungspunkte für die Architektenkammer kassieren!

[www.DBZ.de/fachforum](http://www.DBZ.de/fachforum)

## Wolkenstädte

Noch bis zum 15. Januar 2012 sollte man bei einem Besuch in Berlin einen Abstecher in den Hamburger Bahnhof fest einplanen. Bis dahin läuft dort die Ausstellung Tomás Saraceno. Cloud Cities. Saraceno sprengt mit seinen Installationen die traditionellen Auffassungen von Ort, Zeit, Erdanziehung und traditioneller Vorstellungen von Architektur. Seine Werke sind utopisch, sie nähern den Himmel und die Erde an, Gärten sind in der Luft angesiedelt und Besucher können ihren Traum vom Fliegen verwirklichen. Er orientiert sich an Seifenblasen und der ungeheuren Stärke und Flexibilität von Spinnweben. In dieser Ausstellung ist es möglich, ca. 20 seiner Ballonmodule zu sehen und die Interaktion der hängenden Siedlungen zu erleben und zu betreten. Zeitgleich und noch bis zum 12. Februar kann man den Besuch doppelt nutzen und sich die thematische



Foto: Tomás Saraceno Cloud Cities, 2011, Installationsansicht Hamburger Bahnhof

Sammlungspräsentation Architektonika ansehen. Diese zeigt, wie vielfältig bildende Künstler seit den 1960er Jahren an der Schnittstelle zwischen Kunst und Architektur gearbeitet haben. Vier in Deutschland tätige visionäre Architekten werden ebenfalls vorgestellt: Bruno Taut und Wenzel Hablik mit ihren Entwürfen für Kristall- und Kuppelbauten aus der Aufbruchzeit der Moderne sowie Frei Otto und Ludwig Leo, die in der zweiten Jahrhunderthälfte auf unterschiedliche Weise Funktionalität und Bildhaftigkeit in der Architektur verbanden. Und wem zwei Ausstellungen nicht genügen, der muss bis zum 1. Januar im Hamburger Bahnhof vorbeischauchen. Dann kann man sich obendrein noch mit Joseph Beuys. 8 Tage in Japan und seiner Utopie EURASIA auseinandersetzen. Wenn das mal kein lohnendes Programm ist!

[www.hamburgerbahnhof.de](http://www.hamburgerbahnhof.de)

## Italienisches Design

Gutes Design kommt aus Italien – das muss nicht so bleiben! Cosentino, weltweit führend in der Produktion von Quarz- und Natursteinoberflächen, lobt demnächst die VI Cosentino Design Challenge aus. Mitmachen können Studenten der Architektur und des Designs. Dabei gibt es zwei Aufgaben, einerseits soll eine Duschwand für ein Badezimmer entwickelt werden, die aus Cosentinos Material Silestone® gestaltet ist. Für Architekten besteht die Aufgabe darin, eine Hotellobby zu entwerfen, die aus den Großformatplatten von Silestone®/Eco by Cosentino besteht sowie aus Recyclingmaterialien. Dabei bekommt man Unterstützung von einem Expertenteam des Herstellers bei Fragen zu Material, Eigenschaften, Farben oder Anwendungsmöglichkeiten. Jeweils 1000€ gibt es zu gewinnen in den Kategorien 1. Erforschung von Oberflächen, 2. Kreativität und 3. Ausdrucksfähigkeit der Materialien. Wessen Interesse geweckt ist, der muss sich noch etwas gedulden, genaue Informationen folgen in Kürze!



[www.silestone.com/de/](http://www.silestone.com/de/)



## „Unser Ziel: Informative Unterhaltung!“ Radiosendung „Stimme der Architektur“

**Herr Damghani, Herr Kazerani, Sie haben 2008 die Sendung „Stimme der Architektur“ ins Leben gerufen.**

**Wie ist die Idee entstanden und wie haben Sie diese realisiert?**

*Damghani:* Im Jahre 2008 erfuhr ich, dass man bei Radio Darmstadt eine eigene Sendung produzieren darf. Kiumars hatte eine Radiosendung Namens „Check In“, die sich mit dem Thema „Reisen“ beschäftigte. Ich habe mal in dieser Sendung „Santur“ gespielt, ein persisches Musikinstrument.

Ein paar Jahre später war ich in ein studentisches Projekt involviert und hatte die Aufgabe, Werbung dafür zu machen. Als ich damit anfang, wurde mir klar, dass „Radio“ viel mehr bietet. Das Projekt lief ein Semester lang und ich habe mehrere Interviews mit den Machern des Projekts geführt.

Um eine eigene Sendung zu bekommen, habe ich sehr hilfreiche Seminare bei Radio Darmstadt besucht. In dieser Zeit habe ich langsam eine Arbeitsgruppe aufgebaut. Von Anfang an haben viele Kollegen aus dem Fachbereich Interesse daran gezeigt, mitzumachen. Ohne Ihre Hilfe hätte sich die Sendung nicht so gut entwickelt: Elham Massoud, Pedro Aibeo, Eleni Sokares, Angelina Dalinger, Ramzia Rahmani, Islam Adel waren in den ersten Jahren bei den Sendungen dabei.

*Kazerani:* Zu der Zeit war ich ein Jahr lang in Prag. Im zweiten Jahr der Sendung kam ich dazu und wir haben zusammen am Format „Architekturkommunikation im Radio“ gearbeitet. Ulrike Rohr hat viel zu der Sendung beigetragen. Sie ist Architektin und schreibt zurzeit ihre Masterarbeit im Fach Architekturvermittlung an der BTU Cottbus. Jetzt sind wir mit Wagma Sarwar zu dritt für dieses Projekt verantwortlich.

**Albert Speer, Volkwin Marg, Hadi Teherani – wer hat Sie am meisten beeindruckt, wer am meisten überrascht?**

*Kazerani:* Alle drei sind sehr interessante Persönlichkeiten. Die Interviews wurden spannend, weil die Herren so unterschiedlich sind. Prof. Speer ist ein sehr bescheidener Mann, der auf meine Frage zu seiner Bürophilosophie antwortete, dass ihm das Wort Philosophie zu hoch gestochen wäre. Volkwin Marg ist für mich der klassische Professor, der gerne und mit viel Leidenschaft unterrichtet. Er hat uns die Gelegenheit für ein Interview von drei Stunden gegeben. Hadi Teherani, ein arrivierter Geschäftsmann, war bei unserem Interview überaus angenehm und sympathisch, er hat alle unserer Fragen ohne Wenn und Aber beantwortet.

*Damghani:* Diese und viele andere Interviewpartner sind meistens Menschen, die uns gerne und mit viel Freude ein Interview geben, wobei wir oft eine kritische Haltung einnehmen, um unserem Interviewpartner auf den Zahn zu fühlen.

*Kazerani:* Prof. Marg hat mich mit seinem Allgemeinwissen und der Veranschaulichung, wie komplex Architektur sein kann, am meisten beeindruckt.

**Wie bereiten Sie sich auf ein Interview vor?**

*Damghani:* Wir recherchieren alle relevanten Informationen, die es für ein Interview gibt. Die beste Vorbereitung ist ein Vorgespräch, etwa wie für das Interview mit Prof. Max Bächer in Darmstadt. Wir haben unsere Recherche wie gewohnt durch das Internet und Bücher geführt und haben Herrn Bächer mehrmals vor dem Interview getroffen. Prof. Volkwin Marg war so freundlich uns zwei seiner Bücher zuzuschicken, damit wir gründlich recherchieren können. Das fand ich professionell!



*Kazerani:* Ich schaue immer, was es für Themenschwerpunkte bei meinem Interviewpartner gibt und wie man diese in einem Gespräch spannend gestalten kann. Als ich neulich Prof. Dr. Pehnt interviewt habe, las ich mir zuvor seine alten Interviews durch um keine Fragen zu wiederholen. Oder ich schreibe Zitate von meinem Gesprächspartner heraus, um damit meine Frage zu betonen. Bei einem guten Interview führt kein Weg an einer ordentlichen Recherche vorbei! Denn die besten Fragen entstehen meist spontan und im Gesprächsfluss, dann hört sich das Interview natürlich an.

**„Stimme der Architektur“ ist mittlerweile mehr als eine Radiosendung, Sie haben an der TU Darmstadt ein Masterseminar angeboten. Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?**

*Kazerani:* Wir haben als Kooperationspartner und als Macher der Radiosendung „Stimme der Architektur“ bei einem Masterseminar mitgewirkt. Das Seminar hieß Baudio – „Architektur und Wort.“ Das war eine tolle Erfahrung für uns.

Das Thema Architekturkommunikation ist für viele Studenten interessant und hat eine große Zukunft.

*Damghani:* Wir sind, soweit ich weiß, die einzigen in Deutschland, die eine Radiosendung über Architektur produzieren und vielleicht bietet sich die Möglichkeit das auszuweiten.

*Kazerani:* Wir übersetzen unsere Sendungen auch auf Persisch und Englisch und wir fänden es gut, wenn sich unser Team vergrößert und wir unsere Sendungen in mehreren Sprachen anbieten können.

Des Weiteren arbeiten wir auch mit einer Fachzeitschrift im Iran zusammen, für die übersetzen wir unsere Interviews und die werden regelmäßig gedruckt.

**Seit Januar 2008 existiert die ehrenamtliche Radiosendung „Stimme der Architektur“. Der Themenschwerpunkt liegt auf Architektur und Städtebau.**

**Die Sendung wird jeden 3. Mittwoch im Monat von 21 bis 23 Uhr live auf Radio Darmstadt, 103,4 MHz und auf dem Kanal 99,85 MHz ausgestrahlt.**

**Neu dazu gekommen ist die Sendung „Architektur International“. Hier gibt es Beiträge auf Persisch und Englisch. Architektur International wird ebenfalls jeden 3. Mittwoch von 18 bis 19 Uhr auf Radio Darmstadt ausgestrahlt.**

**Beide Sendungen kann man als Livestream auf der Internetseite von Radio Darmstadt hören:**

[www.radiodarmstadt.de](http://www.radiodarmstadt.de)

**Alle gesendeten Beiträge der „Stimme der Architektur“ sind im Archiv nachzuhören:**

[www.stimmederarchitektur.de](http://www.stimmederarchitektur.de)

**Dank an die Kulturredaktion von Radio Darmstadt.**

## Team

**Arsalan Damghani**

**Kiumars Kazerani und Wagma Sarwar** (Programmdirektoren/-in und Reporter/-in)

**Farzaneh Khamseh** (Iran-Korrespondentin und Redakteurin)

**Mohammad Resa Maraschi** (Fotograf)

**Ulrike Rohr** (Redakteurin)

**Islam Adel** (Website-Administrator)

**Doris Eckert** (Literaturtipps)

**Sepideh Soheili** (Synchronsprecherin)

**Nazanin Tavakoli** (Übersetzerin)

**Sahar Afshoon** (Übersetzerin)

# **Reden ist Gold**

## **Kommunikationsexperten über Ihre Arbeit**

Wie vermittelt man Architektur am besten – Fachleuten und Laien? Wir haben nachgefragt bei ein paar Spezialisten der Architekturkommunikation, wie man zum Experten wird. Vielleicht eine Inspiration, selbst zum Kommunikationsspezialisten zu werden...

**1 | Wie sind sie zu Ihrem Beruf gekommen? Welche Qualifikationen haben sie?**

**2 | Welche persönlichen Voraussetzungen sollte ein Kommunikationsexperte mitbringen?**

**3 | Warum braucht Architektur Marketing? Wie wichtig ist dieser Aspekt in der heutigen Zeit?**





## Kristin Feireiss und Jürgen Commerell

[www.aedes-arc.de](http://www.aedes-arc.de)

**1** | Ich habe Kunstgeschichte und Philosophie an der Johann Wolfgang Goethe Universität in Frankfurt studiert, danach ein Volontariat bei der „Frankfurter Neuen Presse“ gemacht und war viele Jahre Journalistin und Redakteurin u.a. bei der Berliner Tageszeitung „Der Abend“, dem Rundfunksender „RIAS Berlin“, Direktorin des NAI, (Niederländisches Architekturmuseum in Rotterdam) und zweimal Kommissarin des Niederländischen Pavillons auf der Architektur Biennale in Venedig. Genau genommen bin ich nicht zu meinem Beruf gekommen, sondern ich habe meinen Beruf mit der Eröffnung der weltweit ersten privaten Architekturgalerie „Aedes“, zusammen mit meiner inzwischen verstorbenen Partnerin Helga Retzer sozusagen selbst „erfunden“. Die Motivation war und ist, Architektur und Stadtplanung nicht nur an ein Fachpublikum zu kommunizieren, sondern vor allem eine große Öffentlichkeit für die Gestaltung unserer Umwelt zu interessieren und ein Bewusstsein dafür zu wecken, dass Architektur jeden von uns angeht und Bestandteil der kulturellen Identität eines Landes ist. Das klingt vielleicht trocken, aber gerade darum ist es eine spannende Aufgabe, diese komplexen Zusammenhänge informativ, innovativ, interaktiv, sinnlich und gelegentlich auch provokativ darzustellen.

**2** | Die „Aedes-Arbeit“ der vergangenen, glücklicher Weise erfolgreichen Jahrzehnte zusammen mit meinem Partner Hans-Jürgen Commerell haben mir bestätigt, dass es nicht darauf ankommt, genereller Kommunikationsexperte zu sein. Viel wichtiger ist die Sache, das, worum es einem geht – in unserem Fall „Architekturkultur“ – mit Begeisterung, Überzeugung, Engagement, Offenheit, Kontinuität und damit Glaubwürdigkeit zu vermitteln. Bei diesen Grundvoraussetzungen kommt das dazugehörige Knowhow von selbst. Die umgekehrte Reihenfolge ist der falsche Ansatz.

Das Architekturforum Aedes ist international eine der erfolgreichsten Institutionen in der Kommunikation von Architekturkultur, Stadtgestalt und themenverwandten Inhalten. Aedes sieht seine Aufgabe darin, Baukultur und Architektur in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses zu rücken.



**3** | Architektur braucht kein Marketing, aber sie braucht Kommunikation. Es soll ja keine Marke verkauft werden, es geht – zumindest Aedes – darum, gerade auch in der Bevölkerung eine konstruktiv-kritische Kompetenz zu entwickeln, wie unsere Umwelt gestaltet ist, dass sie jeden einzelnen betrifft und wesentlich zur alltäglichen Lebensqualität beitragen kann und sollte. Im letzten Jahrzehnt – mit seinen tiefgreifenden gesellschaftlichen und klimatischen Veränderungen – sind die Fragestellungen und Herausforderungen an Architekten und Stadtgestalter wesentlich komplexer geworden, ebenso wie deren Verantwortung im globalen Kontext. Entsprechend vielschichtig, informativ und gleichzeitig anschaulich muss auch die Kommunikation – durch Ausstellungen, Kataloge, Symposien, Workshop usw. – sein, um eine große Öffentlichkeit zu erreichen.



Foto: Architekturforum Aedes



**Andrea Rayhrer**

[www.andiray.com](http://www.andiray.com)

**1 |** Ich bin da regelrecht hineingewachsen. Nach dem Abitur 1980 war ich erst einmal längere Zeit im Ausland unterwegs, wie übrigens zu dieser Zeit viele meiner Klassenkameraden. Wir wollten reisen, unseren Horizont erweitern, Erfahrungen sammeln. Nach meiner Rückkehr startete ich mit einer Ausbildung zur Werbekauffrau. Während der Lehre konkretisierte sich bei mir die Idee, nach dem Abschluss Kommunikationswissenschaften zu studieren, was mein Ausbilder sehr begrüßte – er meinte, ich hätte Talent mit Menschen umzugehen. Zur Lichtkommunikation bin ich mehr oder weniger zufällig gekommen. Eine schöne Geschichte – heute in dieser Form kaum mehr denkbar. Schon in der Schulzeit hat mich die Werbekampagne des Leuchtenherstellers ERCO im „Spiegel“ stark beeindruckt. Als Lüdenscheiderin kannte ich das ortsansässige Unternehmen selbstverständlich. Dort in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu arbeiten, konnte ich mir gut vorstellen. Ich hatte großes Glück, bin ein-

gestellt worden, hatte eine hervorragende Schule dort, bin nach etwas mehr als 11 Jahren dann aus privaten Gründen nach Stuttgart gezogen und seit 1998 selbstständig.

**2 |** Die fachliche Kompetenz und Leidenschaft für das Thema (in meinem Fall das Licht) mal vorausgesetzt, ist meines Erachtens die Fähigkeit zuzuhören und sich in sein Gegenüber, die Personen, das Unternehmen hineinzusetzen einer der wesentlichen Faktoren. Man muss sich intensiv mit dem jeweiligen Sachverhalt beschäftigen, ihn genau analysieren und Lösungen entwickeln, die in langfristigen Kategorien gedacht sind. Oftmals wird schneller, oberflächlicher Aktionismus betrieben, was in unserer schnelllebigen Zeit und unter wachsendem Wettbewerbsdruck irgendwie auch nachvollziehbar ist. Kommunikation ist jedoch langfristig nur dann erfolgreich, wenn sie authentisch ist und in kontinuierlicher Präsenz stattfindet. Das heißt, Schnellschüsse ohne fundierte Themen in der Hinterhand verpuffen auch schnell. Eine zweite wichtige persönliche Voraussetzung ist ein gesundes Maß an Neugier an Altem und Neuem – möglichst weit über den Tellerrand hinaussehen, Unmögliches denken, vor Neuem nicht zurückschrecken, aber nicht auf jeden Zug auspringen – und Mut, unbequeme Fragen zu stellen.

**3 |** Zum einen wird Architektur zunehmend zum Wettbewerbsfaktor. Global werden prestigeträchtige Bauten als Tourismusmagneten konzipiert, Marketingüberlegungen fließen bereits in die Entwurfs- und Bauphase ein. Motiviert durch den „Bilbao-Effekt“ suchen Stadtverwaltungen nach Möglichkeiten, sich mit einem attraktiven (Architektur-)Angebot einen Standortvorteil im Wettbewerb um die Gunst der Kulturinteressierten zu verschaffen. Dabei werden die Bauvorhaben schon weit vor Ihrem Abschluss wirkungsvoll kommuniziert und vermarktet – siehe Dubai. Zum anderen stehen die freien Architekten heute mehr denn je im Wettbewerb, zum Beispiel mit Fertighausanbietern, Generalunternehmern, Generalplanern, wo häufig ausschließlich monetäre Interessen die Planung dominieren – was sich leider in vielen Fällen nicht positiv auf das Bauergebnis auswirkt. Wenn es gelingt, durch gezieltes Architekturmarketing, das Bewusstsein für Baukultur wieder angemessen zu sensibilisieren, profitieren davon nicht nur die Architekten, sondern wir alle.



**Andrea Rayhrer führt in Stuttgart ein eigenes Büro für Journalismus, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit der Spezialisierung auf die Themen Licht, Architektur und Design**



**Sally Below**

[www.sally-below-ca.de](http://www.sally-below-ca.de)

**1 |** Ich komme aus dem Kulturbereich, habe u. a. lange für den Regisseur Robert Van Ackeren als Assistentin gearbeitet. In dieser Rolle ist man ein wichtiger Kommunikator, und meine Erfahrungen, die ich dort machte, habe ich in einem Abendstudiengang Kommunikation noch einmal gespiegelt. Danach habe ich mich selbständig gemacht, mit einem Schwerpunkt auf den Themen, die mich besonders interessieren: Stadt, Kultur, Architektur. Mein erstes Projekt als Selbständige waren dann 1999 die Temporären Gärten, künstlerische Interventionen in vernachlässigten Stadträumen, die vieles der heutigen Gartenaktionen vorweggenommen haben. Da habe ich in den Folgejahren gleich die Aufgabe Kommunikation erweitert um die Organisation der Veranstaltung und auch die Fördermittelakquisition. Heute ist der Schwerpunkt der Agentur die Vernetzung von unterschiedlichen Stadt-Machern: auf großen Kongressen, in Bürger-Dialogen, mit Ausstellungen und in Initiativen wie SPREE2011, in der wir die Berliner Stadtspreewieder zum Badefluss machen wollen, um die Lebensqualität in Berlin zu erhöhen und neue Schwerpunkte in der Stadtentwicklung zu setzen.

**2 |** Zunächst einmal Überzeugung und Freude am Thema, Empathie und ein breites Allgemeinwissen. Methoden und Instrumente kann man lernen. Ich habe vieles intuitiv gemacht zu Beginn meiner Selbständigkeit, und ich halte es für wichtig, dass sich keine schematischen Handlungsabläufe in der Bearbeitung von Projekten einschleichen. Das macht mehr Arbeit, aber wenn an sich die Struktur der Arbeitsweise stimmt, dann funktioniert das sehr gut. Ich selbst habe eigentlich beruflich immer das gemacht, wozu ich Lust hatte. Und vor allem immer

abgelehnt, was nicht zu unserem Profil und unseren Intentionen passt. Dann wirkt man auch überzeugend. Ein Kommunikationsfachmann ist jemand, der zuhört, Schlüsse zieht und neue Verbindungen herstellt, diese Voraussetzungen sollte er mitbringen. Fürchterlich finde ich Geschwätz und Marketing-sprech.

**3 |** Meiner Ansicht nach braucht Architektur an sich kein Marketing. Architektur ist ein kultureller Beitrag zur Stadt und sollte in allererster Linie ganz selbstverständlich genutzt werden. Wichtig ist der Austausch zwischen denen, die Architektur machen, und denen, die sie nutzen werden. Darüber hinaus wäre eine Stärkung der Rolle der Architekten im Gesamtprozess des Planens und Bauens wünschenswert. Das erreicht man aber nur über fachpolitische Arbeit. Die Bedeutung, die wir alle in der Fachgemeinde der Architektur beimessen, steht in keinem Verhältnis zu der Wertschätzung in der breiten Öffentlichkeit. Auch der Rest der Welt ist voll mit hässlichen und unfunktionalen Gegenständen, Überflüssigem und Undurchdachtem, die offensichtlich dennoch ihre Abnehmer finden. Warum sollte es bei Gebäuden anders sein? Diese Zustände wird man meiner Ansicht nach nicht mit Kampagnen, Websites oder Ähnlichem ändern können. Wir brauchen viele einzelne und sehr gezielte Maßnahmen, die vor allem auf die direkte Wahrnehmung von städtischen Situationen und Architekturen abzielen: Gespräche mit Verantwortlichen in Kommunen und der Immobilienbranche, früh ange-setzte Teilnehmungsformate sowie Ausstellungen und Veranstaltungen, die nicht nur für die Fachwelt konzipiert sind. Daran müssen wir arbeiten.



**Sally Below ist Kommunikationsberaterin, Kulturmanagerin und Mitinitiatorin von Stadtentwicklungsprojekten. Der Arbeitsschwerpunkt liegt in der Vernetzung von Themen und Akteuren aus den Bereichen Kultur, Stadtentwicklung, Architektur, Bildung sowie sozialer und gestalterischer Arbeit – in Veranstaltungen, auf Exkursionen, in Ausstellungen, öffentlichen Dialogen und im Fachaustausch.**



**Frank Peter Jäger**

[www.archikontext.de](http://www.archikontext.de)

**1** | Noch während des Studiums begann ich, für Zeitungen zu schreiben. Nach dem Diplom und später in der journalistischen Ausbildung bei einer Tageszeitung kristallisierte sich immer stärker die Architekturkritik als mein Metier heraus. Bei Gebäudebesichtigungen mit Architekten erlebte ich manche Schrulligkeit und dachte hinterher oft: „Der Architekt XY macht so gute Architektur – warum verkauft er sich nur so schlecht?“ Ich entdeckte, dass es hier offenbar erheblichen Beratungsbedarf gibt – und das war die Geburtsstunde von Archikontext. Zu meinen Auftraggebern zählen heute Büros unterschiedlichster Ausrichtung und Größe, da ist fast alles dabei. Ich habe Stadtplanung studiert, eine grundständige journalistische Ausbildung absolviert und mich später in Marketing- und Kommunikationsthemen fortgebildet. Nicht zu unterschätzen ist der Erfahrungsschatz von 7 Jahren Beratung. Man muß einfach wissen, wie Architekten ticken.

**2** | Ein offenes Ohr, Gelassenheit, Realitätssinn und – in einem erweiterten Sinn – Humor. Humor und Gelassenheit braucht man, um die Positionen der beteiligten Akteure souverän einschätzen zu können und sich selbst dabei nicht zu wichtig zu nehmen. Ein Alphatierchen wäre kein guter Kommunikator, weil ihm der Sinn für Zwischentöne fehlt. Man braucht aber auch Rückgrad, um Auftraggebern unrealistische Erwartungen auszureden. Diesbezüglich habe ich gegenüber fest angestellten Marketing-Verantwortlichen einen kleinen Vorteil, weil es ihnen deutlich schwerer fallen dürfte, Ihren Chefs den Kopf gerade zu rücken.



**3** | Fast noch mehr als alle anderen – denn die Leistung eines Architekten ist erst einmal immateriell, es ist die Prozessqualität seiner Planung und Beratung. Für den Kunden ist das Ergebnis dieser Arbeit, die Architektur, erst viele Monate nach der Beauftragung greifbar. Deshalb ist es von außerordentlicher Bedeutung, früh größtmögliches Vertrauen aufzubauen. Das geschieht durch eine überzeugende Außendarstellung und dann im persönlichen Kontakt, Gespräche, Zuhören, Diskutieren, neue Gespräche. Aber ab dem 2., spätestens 3. Gespräch sollte die Honorar-Uhr laufen – dann sind sie schon mitten in der Leistungsphase eins. Inzwischen hat es sich herumgesprochen, dass Erfolg in Wettbewerben allein das Überleben eines Büros in der Regel nicht absichert. Wer zu diesem Schluss gelangt ist, wird automatisch mit den Aufgaben von Selbstvermarktung und Direktakquisition konfrontiert. Fast alle Büros haben inzwischen eigenen PR-Beauftragten und Leute, die hauptsächlich um die Aufbereitung von Bewerbungsunterlagen kümmern. Weil das häufig in Personalunion geschieht, bleibt die operative Pressearbeit, also das aktive Kontaktieren von Medien und z. B. das Organisieren von Presseterminen jedoch oft auf der Strecke. Systematische Öffentlichkeitsarbeit und Kundenpflege lebt von Kontinuität und einem langen Atem. Aber sie zahlt sich aus.

**Archikontext berät Architekten und Immobilienunternehmen in allen Fragen von Projektpräsentation, Eigenmarketing und Pressearbeit. Obendrein ist Frank Peter Jäger Autor und Herausgeber mehrerer Fachbücher u. a. zum Thema Architekturmarketing und Kommunikation**





**Renate Blauth**

[www.behnisch.com](http://www.behnisch.com)

**1** | Ich bin Übersetzerin und habe, bevor ich zu Behnisch Architekten gekommen bin, lange für Fachverlage, vor allem im Bereich Architektur, übersetzt. Bei Behnisch Architekten war ich anfangs hauptsächlich für die Korrespondenz zu einer Konzerthalle in England zuständig. Bis eines Tages vor gut zehn Jahren Stefan Behnisch meinte, ich könne mich vielleicht mal um die PR kümmern. Das war damals ein für Architekten ziemlich neues Gebiet. Es gab, soweit ich weiß, gar keine entsprechende Ausbildung. Das Büro erhielt zunehmend Anfragen, aber wir haben auch schnell begonnen, von uns aus auf Magazine zuzugehen. Im Laufe der Jahre sind viele gute Kontakte entstanden, nicht nur in Deutschland, sondern auch im Ausland. Zu der reinen Pressearbeit sind Bewerbungen um Architekturpreise und um Teilnahme an Wettbewerben, sowie die Organisation von Ausstellungen hinzugekommen. Und ich bearbeite die PR schon lange nicht mehr allein, sondern mit Unterstützung von Kollegen, die zum Beispiel Bewerbungen übernehmen, und der für das Bildarchiv zuständigen Mitarbeiterin. Seit einem Jahr haben wir auch eine weitere PR-Kollegin in unserem Büro in Boston.

**2** | Vor allem muss einem das Thema, zu dem man kommuniziert, zusagen. Ich kann mir schlecht vorstellen, dass es reicht, sich allgemein für PR zu interessieren, um in der Architekturkommunikation zu arbeiten. Denn was kommuniziert werden soll, sind ja auch die Gedanken, die zu etwas Gebautem führen, die Zusammenhänge und gewünschten Wirkungen. Sicher gibt es allgemeine Fähigkeiten, die für die Arbeit wichtig sind. Man sollte den Überblick behalten und schnell reagieren, aber auch konzentriert und in Ruhe Texte bearbeiten können. Ein Sinn für Sprache, vor allem die

Muttersprache, eine gute Rechtschreibung, vernetztes Denken sind gut und der Umgang mit der Technik zur schnellen und gezielten Kommunikation und zur Gestaltung von Bewerbungen, Präsentationen, Bildtafeln, Bildbearbeitung etc., sowie mit Ordnungsstrukturen, die helfen, den Überblick zu behalten. Die Spezialkenntnisse und Themen, in die wir hier mit den Jahren durch „Learning by Doing“ hineingewachsen sind, werden inzwischen in speziellen Studiengängen gelehrt, was sicher sinnvoll ist. Vor allem aber sollte man die Aufgabe wirklich mögen. Jede Veröffentlichung ist ja eine mehr oder weniger lange Spanne der Kommunikation mit einem Autor, und beide Seiten haben etwas davon, wenn man sich gern darauf einlässt.

**3** | Ganz klar, Marketing ist für ein Büro unerlässlich, um bei privaten und öffentlichen Bauherren bekannt zu werden und neue Aufträge zu akquirieren. Wir möchten aber auch, und hier spreche ich lieber von „Architekturkommunikation“, Informationen darüber vermitteln, warum wir Gebäude so entwickeln, wie wir es tun, wie wir arbeiten, welche nachhaltigen Lösungen wir anstreben. Dass ein Interesse daran besteht, zeigen unsere Ausstellungen und die Anfragen an unsere Partner, Vorträge zu halten und zu lehren. Mir selber als „Nicht-Architektin“ liegt daran, gerade in Zeiten zunehmender Bürgerbeteiligung, einen Sinn für Architektur zu fördern, dazu beizutragen, Gebäude in ihrem Kontext verstehen zu können, weil ich selbst erfahren habe, dass man „Sehen“ lernen kann und dann vielleicht schätzt, was auf den ersten Blick dem Gewohnten und Liebgewonnenen nicht entspricht. In der Kunst und der Musik ist es ja selbstverständlich, dass man sich informiert, um diese zu verstehen.



**Behnisch Architekten ist ein weltweit agierendes Büro mit Sitz in Stuttgart sowie Los Angeles, Boston und München. Seit seiner Gründung beschäftigt sich das Büro mit dem Thema Nachhaltigkeit. Für jedes Projekt werden innovative Lösungen entwickelt, die mit möglichst wenig Technik auskommen und vorwiegend natürliche Ressourcen nutzen.**

Fotos: B. Adam/Werk

# Vorsprung durch Kommunikation

## Architekturvermittlung



Foto: Kay Fingerle

Foto: Marcel Schüring

links: AMM Ausstellung Architekturvermittlung in der Architekturgalerie Berlin. Ausstellungsarchitektur Astrid Bornheim.  
rechts: Veranstaltungssaal für Architekturkonferenzen in der BlueBox der Hochschule Bochum

Gute Architektur spricht für sich. Wer das glaubt, der kommuniziert wohl überwiegend unter seinesgleichen und erfährt allenthalben von Architektenkollegen Bestätigung für sein Werk. Die Kommunikation mit der Öffentlichkeit sieht jedoch anders aus. In unserer geschwätzigen Welt voller Reizüberflutungen wird es dem Architekturbenutzer nicht leicht gemacht, Qualitäten zeitgenössischer Architektur zu erkennen. Weil Architektur eben nicht spricht, sondern schweigsam dasteht und gelesen werden will. Doch die meisten Menschen sind architektonische Analphabeten. Hier können, hier sollten Architekten selbst kommunizieren und eine Leseanleitung liefern, die Zugang zur Ideenwelt hinter ihren Bauwerken und Entwürfen verschafft. Wer darauf verzichtet – sei es aus Bescheidenheit, Unvermögen oder aus Eitelkeit – der verpasst die Chance, verstanden zu werden.

Wie hebt man sich hervor unter 125 000 in Deutschland eingetragenen Architekten, wie unter 30 000 Architekturstudenten bzw. jährlich 6 500 Absolventen? Natürlich kann man darauf warten, entdeckt zu werden. Natürlich kann man täglich hoffen, verstanden zu werden. Warum aber nicht selbst dazu beitragen, indem man über die eigene Arbeit, die Ideen, die eigene Person kommuniziert? Es verstößt schon lange nicht mehr gegen die guten Sitten und die Standesregeln der Architektengemeinschaft. Sogar Werbung ist Architekten in einem bestimmten Rahmen heute erlaubt. Aber wesentlich ist doch der Inhalt dessen, was es zu kommunizieren gibt. Dabei geht es nicht um hohlen Personenkult oder um Marketing als Ersatz für mittelmäßige Architekturqualität. Sondern es geht um die Vermittlung guter Ideen. Und die ist nun einmal untrennbar mit den handelnden Personen verbunden.

### **Publish or perish**

Der Spruch „Tu Gutes und rede darüber“ hat ebenso seine Berechtigung wie die Wahrheit, die der Kommunikationswissenschaftler Paul Waczlawick ausgesprochen hat: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Wer sich der Kommunikation verweigert, läuft Gefahr, als einer wahrgenommen zu werden, der offenbar nichts zu sagen hat. Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnis kann man alle, die für ihre Ideen verstanden werden wollen, nur dazu ermutigen, sich mitzuteilen. Nun liegt das sicherlich nicht jedem. Ein Architekt sagte, „Wenn ich reden und schreiben wollte, wäre ich Journalist geworden. Ich wollte aber zeichnen und bauen.“ Nachvollziehbar. Wer hier also seine Grenzen erkennt, der ist gut beraten, sich Sparringpartner zu suchen, die Architektur in Worte und Bilder übersetzen, die Ideen, Atmosphäre und Botschaften transportieren.

### **Architekturvermittlung**

Wer sich mit dem Thema der Architekturvermittlung befasst, kommt an Julius Posener nicht vorbei. Posener lehrte Architekturgeschichte, und er lebte Architekturvermittlung. Als er 1961 – ausgerechnet am Tag des Mauerbaus – aus der Emigration: Paris, Palästina, London, Kuala Lumpur – wieder in seine Heimatstadt Berlin zurückkehrte, veränderte er die Architekturgeschichtsdarstellung an deutschen Hochschulen. Er war kein sturer Daten- und Fakten-Sammler, sondern ein großer Erzähler. Er stellte überraschende Zusammenhänge her und weckte beim Zuhörer schlummernde Assoziationen. Im Gespräch mit Manfred Sack bekannte dieser große Mann einmal „Ich war Dilettant.“ Das war wohl seine große Stärke: Nämlich im besten Sinne des lateinischen Wortes „dilectare –

**Jan R. Krause**

ist Professor für Architektur und Media Management AMM an der Hochschule Bochum. In dem gleichnamigen Masterstudiengang lehrt er seit 2003 Methoden und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit für Architekten. Er ist Pressesprecher und Marketingleiter der Eternit AG und Leiter der Eternit Akademie. Nach dem Architekturstudium an der TU Braunschweig, der ETH Zürich und der TU Wien spezialisierte er sich an der Journalistenakademie Baden Württemberg und als Redakteur der Architekturfachzeitschrift AIT auf professionelle Architekturvermittlung. In einem Post Graduate Studium an der Vlerick Leuven Gent Management School in Belgien studierte er Managementstrategie, Finanzwesen, Marketing und Personalführung. Von 2003 bis 2009 war er im Vorstand des Deutschen Werkbunds Berlin, davon drei Jahre als Vorsitzender. 2007 wurde er in den Konvent der Bundesstiftung für Baukultur berufen.

AMM Architektur Media Management ist ein einjähriger Masterstudiengang an der Hochschule Bochum für Architekten. Gelehrt werden professionelle Methoden zur Profilbildung und Positionierung des eigenen Architekturbüros. Darüber hinaus ermöglicht er eine Spezialisierung auf Kommunikationsstrategien, Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Visualisierung.  
[www.amm-bochum.de](http://www.amm-bochum.de)



sich an etwas zu erfreuen.“ Mit Leidenschaft hat er sich der Architektur gewidmet. Er sprach und schrieb für jedermann. Immer auf Augenhöhe. Als Kontrast sei die Lektüre eines Großmeisters der Architekturkommunikation empfohlen: Le Corbusier war ein ebenso genialer wie radikaler Propagandist in eigener Sache. In seinem Buch „Vers une architecture – Ausblick auf eine Architektur“ von 1923 beklagt er die „Augen, die nicht sehen.“ Mit ungeheurer Kraft beschreibt er seine architektonischen Positionen. Und der Text öffnet tatsächlich die Augen, auch heute noch, 90 Jahre danach.

**Perspektivwechsel**

Architekturvermittlung ist eine Einladung zum Perspektivwechsel. Architekturvermittlung ist im besten Fall Architekturverführung – und da sind wir wieder bei Posener: Ulrich Conrads, der langjährige Chefredakteur der Bauwelt berichtete, Posener habe Architektur besprochen, wie man sonst nur „Warzen bespricht: ganz ungeheuer überzeugend, mit dieser unaufgeregten und dennoch akzentuierten Betonung dessen, worauf es ankommt.“ Einer, der seine Ideen immer auch verbalisiert hat, ist Wolf Prix von Coop Himmelb(l)au. Er hat nicht nur Manifeste verfasst wie „Architektur muss brennen“, sondern er hat die Textarbeit zum Entwurfsprinzip erhoben. Über die Bedeutung des Wortes für den Entwurf schreibt er in dem lesenswerten Buch „get off of my cloud“: „Coop Himmelblau ist ein Team. Während des Zeichnens wird die Architektur in Worte gefasst, dem anderen die Zeichnung erzählt, das Projekt erlebbar gemacht, der erlebte Entwurfsmoment vermittelt. (Beweisen können wir es nicht, aber wir vermuten sehr stark, dass je intensiver der Entwurf vom Entwerfer erlebt wird, umso erlebbarer wird der gebaute Raum.)“

**Architektensprech**

Architektur ist mehr als nur ein Raum oder ein Bild vom Raum. Architektur ist vor allem eine Idee. Architekturvermittlung ist also Ideenvermittlung und Wertevermittlung. Der Text zum Entwurf, die verbale Beschreibung der Idee ist kein notwendiges Übel, sondern muss am Anfang stehen, muss parallel

entwickelt werden. Dies müssen viele Architekten erst wieder lernen. Im akademisch geprägten Architekturstudium werden Pseudo-Fachwörter wie „Durchwohnen“ bemüht und technokratische Begriffe gewählt, statt Qualitäten zu beschreiben. Wer sich dieses hässliche Architektensprech wieder abgewöhnen und stattdessen eine Sprache aneignen möchte, mit der man die Menschen erreicht, der lese Konzepttexte von Jean Nouvel oder das Buch „Architektur denken“ von Peter Zumthor. Hier wird auf den Punkt gebracht, worum es in der Architektur geht: um die starke Idee und um das Berührende.

**Boomendes Geschäft**

Gerhard Matzig schließlich – um neben den schreibenden Architekten auch einen Journalisten zu nennen – gelingt immer wieder die Einordnung architektonischer Ereignisse in den gesellschaftlichen Kontext. Architektur ist nicht zuletzt eine Frage gesellschaftlicher Relevanz. Der Architekt steht mit seinem Handeln ob er will oder nicht in der Öffentlichkeit. Immer mehr Architekten erkennen daher die Notwendigkeit, ihre Kommunikation zu professionalisieren. Matzig schreibt darüber in der Süddeutschen Zeitung: „Architekturvermittlung ist ein boomendes Geschäftsfeld. Allmählich spricht sich in Architektenkreisen herum, wie wichtig die kommunikativen Fähigkeiten in der Praxis sind. Auch deshalb ist „Architektur Media Management“ so erfolgreich, ein Masterstudiengang, der Architekten an der Schnittstelle zwischen Architektur und Öffentlichkeit weiterqualifiziert.“

**Zehn Jahre AMM**

Seit zehn Jahren werden Architekten in dem Masterstudiengang AMM Architektur Media Management an der Hochschule Bochum zu Kommunikationsprofis ausgebildet. Master in nur zwölf Monaten – das ist ein attraktives Programm für viele Bachelorabsolventen und auch für Architekten mit Berufserfahrung, die sich auf besondere Themen spezialisieren wollen. Es sind keine Nischen aus Verlegenheit, sondern aus Neugier und aus Überzeugung. Es sind bewusste Entscheidungen, die auf der Erkenntnis basieren, dass sich Inhalte



**Masterverleihung 2011 an die Absolventen des 9. AMM Jahrgangs**

und Arbeitsmethodik des Architekturstudiums auf andere Bereiche anwenden lassen, in denen kritische Analyse und konzeptionelles Denken gefragt sind. Eine klare Vorstellung und der unbedingte Wille sind notwendige Grundvoraussetzungen, um sich diese Felder jenseits der gebauten Architektur zu erschließen. Wie in der Architektur geht es auch im Studiengang AMM um das Entwerfen. Nur werden hier keine Gebäude entworfen, sondern Kommunikationsstrategien. Architektur ist der Inhalt, Media Management ist die neu erworbene Profession.

### **Vom Gestalter zum Berater**

Der Architekt ist weit mehr als nur Baumeister oder Dienstleister. Er ist zugleich Manager, Moderator, Koordinator, Netzwerkexperte und Kommunikator. Diese Dimension des Architektenberufes gilt es zu kultivieren und zu trainieren. Konrad Wohlhage schreibt dazu: „Ein generalistischer Beruf wie der des Architekten benötigt andere Formen von Qualifikation als ein auf technische und organisatorische Abläufe zielendes Studium. Eine Sicherheit im Erfassen von komplexen Aufgaben und das Erkennen von hierin verborgenen Möglichkeiten ist eine wesentliche trainierbare Art von Intellektualität, der im Studium viel zu wenig Beachtung geschenkt wird.“ In diesem Sinne ist AMM eine sinnfällige Ergänzung zum Architekturstudium – für diejenigen, die anschließend als Architekt wirken und solche, die ihren Beruf neu erfinden.

### **Netzwerke fürs Leben**

Auf Exkursionen und Messen, bei Pressekonferenzen und in Hintergrundgesprächen werden die neu erlernten Fähigkeiten des AMM-Studiums in der Praxis erprobt. Ziel ist es, dass die Studierenden Sicherheit in der Gesprächsführung gewinnen, Erfahrungen in Marktforschung und Veranstaltungsmanagement sammeln und dass sie beginnen, zu publizieren. Um nicht nur praxisnah, sondern tatsächlich praktisch zu arbeiten, formieren sich die Masterstudenten in vier spezialisierten Teams wie eine professionelle Agentur: AMM-Public schreibt Presstexte und Veröffentlichungen, AMM-Online organisiert den Web-Auftritt, AMM-Network knüpft und pflegt Kontakte



**AMM Symposium im Deutschen Pavillon, Biennale Venedig 2010**

zu Partnern aus Architektur, Medien und Bauwirtschaft und AMM-Event realisiert Ausstellungen, Kongresse und entwickelt Corporate Design-Konzepte. Diese professionelle Organisation ist ebenso innovativ wie der Studiengang selbst.

### **Grenzen der Kommunikation**

Medienkompetenz und Medienmanagement gehören zu den neuen Schlüsselqualifikationen im gewandelten Berufsbild des Architekten. Dies bedeutet keineswegs, alles selbst zu machen, sondern sich ebenso selbstverständlich mit Medienfachleuten zu umgeben wie im Planungs- und Bauprozess mit anderen Fachingenieuren. Nur mit aktiver, leidenschaftlicher Kommunikation wird es gelingen darzustellen: Architektur und im erweiterten Sinne Baukultur sind kein Luxus. Baukultur ist zu allererst eine Frage der Haltung – der eigenen Identität einer Gesellschaft. Dieses ganzheitliche Verständnis von Baukultur ist erfolgreich, wenn es alle Ebenen einer Gesellschaft durchdringt und für Entscheider in der Politik, Medien und Unternehmen sowie an den Schulen zum Teil eines identitätsprägenden gelebten Leitbilds wird. Das können die Architekten nicht alleine schaffen. Aber sie haben die Möglichkeit, selbst einen wesentlichen Beitrag zu leisten. Bei aller Begeisterung für das neue Thema gilt es am Ende aber auch, die Grenzen der Kommunikation zu erkennen. Nicht alles, was für Architekten eine Bedeutung hat, ist auch gleichermaßen bedeutend für die Öffentlichkeit. Deshalb ist stets abzuwägen, welche Relevanz die Informationen haben, die man verbreiten möchte. Sollte sich herausstellen, dass etwas doch nicht den vermuteten Stellenwert für die Öffentlichkeit hat, gilt immer noch die in einem Wiener Cafehaus auf einer Zuckertüte aufgelesene Weisheit „Ich hatte nichts zu sagen und schwieg trotzdem“.

### **Weiterführende Literatur + Links**

AMM Edition: Architekturvermittlung  
Hrsg. Jan R. Krause  
Krämerverlag 2009  
[www.amm-bochum.de](http://www.amm-bochum.de)  
[www.amm-symposium.com](http://www.amm-symposium.com)

Wofür stehen Sie,  
**Professor Eisele?**

Ingenieurkunst  
in der Architektur

Deutsche Bauzeitschrift  
**DBZ**

**»... Wir haben bis jetzt  
keine guten Erfahrungen  
mit Umnutzungen  
gemacht. Eigentlich ...«**

**Standpunkt** zum Heftthema  
**UMNUTZUNG**  
**Prof. Dipl.-Ing. Johann Eisele**

... Beim Wettbewerb für die Kirche  
Sankt Peter in Frankfurt waren die  
Spielregeln klar: Die Kirche sollte  
umgenutzt werden und zukünftig  
die Jugendlichen ansprechen.  
Sie ist unsere Ausnahme,  
die die Regel bestätigt ...

Neugierig auf den ganzen Artikel?  
[DBZ.de/abo](http://DBZ.de/abo)

# Das Netz

## Social Media / Web 2.0 für Architekturstudenten

Sein digitales Portfolio muss Tobias Ehl nicht mehr verschicken. Es steht als E-Paper im Netz zum Durchblättern bereit. Ein kurzer Link per E-Mail genügt, wenn sich der Architekturstudent bei einem Büro bewerben möchte. Das Beispiel zeigt, wie sich Social Media- und Web 2.0-Plattformen im Berufsalltag nutzen lassen. Dieser Beitrag stellt die wichtigsten Plattformen für Architekturstudenten und Absolventen vor.

Die Angebote, die man unter dem Überbegriff „Social Media und Web 2.0“ zusammenfasst, stellen eine Weiterentwicklung des bisherigen Internet-Begriffs dar. Anders als noch vor ein paar Jahren, können Internet-Nutzer jetzt auf öffentlichen Websites selbst aktiv werden, also Texte, Bilder oder Videos hochladen, Dinge bewerten, verlinken usw.

Welche Plattformen Sie nutzen, ist eigentlich gar nicht so wichtig. Viel entscheidender ist die persönliche Haltung: Wer sich offen und sympathisch präsentiert, wird schnell positives Feedback bekommen. Denn sympathischen Menschen hilft man gerne weiter (Zum Beispiel, indem man ihnen ein Praktikum vermittelt).

### Bestens vernetzt

Soziale Netzwerke gleichen einem großen Stehempfang – man kennt sich und hält Small talk. Es gilt: Sehen und gesehen werden. Wie überall in der Wirtschaft gilt auch in der Architektur-Branche: Wer ein gutes Netzwerk hat und die richtigen Leute kennt, kommt schneller mit interessanten Personen ins Gespräch. Zwar muss man nicht auf „allen Hochzeiten tanzen“ und sich ständig auf Facebook oder Google+ aufhalten. Aber zumindest auf XING und LinkedIn sollten Sie als (angehender) Absolvent ein gut gepflegtes Profil haben: Beide Netzwerke machen das lockere „In-Kontakt-bleiben“ leicht, bieten Stellenausschreibungen und Foren zum fachlichen Austausch. Immer mehr Firmen suchen auch gezielt über diese Plattformen nach neuen Mitarbeitern. Daher können Sie mit einem seriösen und aussagekräftigen Auftritt bei potentiellen Arbeitgebern Punkte sammeln. Twitter hat sich

trotz (oder gerade wegen) seiner eigentümlichen Beschränkung auf 140 Zeichen lange „Tweets“ als schnelle Informations- und Networking-Plattform etabliert. Mit keinem anderen Tool kann man sich besser „in Echtzeit“ über seine Interessensgebiete (z. B. Architektur-Nachrichten) informieren. Auch für das Eigenmarketing ist Twitter ideal: Per Kurznachricht und Link holt man Leser auf das eigene Blog oder berichtet von den neuesten Projekten, Reisen oder sonstigen Aktivitäten.

### Das Internet vergisst nichts

Was Sie einmal ins Netz stellen, bleibt mehr oder weniger dauerhaft im Netz. Löschen, wie wir es von der eigenen Computerfestplatte kennen, ist nur bedingt möglich.

Daher gilt:

- Stellen Sie nichts unüberlegt ins Internet
- Veröffentlichen Sie nur Dinge, die Sie veröffentlichen dürfen (im Zweifel: Schriftliche Erlaubnis einholen!)

Trennen Sie Berufliches und Privates: Wenn Sie z. B. auf Facebook lieber mit Freunden über private Themen sprechen, sollten Sie Ihre beruflichen Kontakte auf anderen Plattformen pflegen. Zwar gibt es sowohl bei Facebook als auch bei Google+ die Möglichkeit, einzelne Informationen nur bestimmten Personenkreisen zugänglich zu machen, aber hier kann man schnell den Überblick verlieren und aus Versehen Privates öffentlich machen. Das muss nicht sein.

### Ganz wichtig: Das richtige Profilbild

Auf fast allen Social Media- und Web 2.0-Plattformen ist das Profilbild (auch „Avatar“ genannt) fester Bestandteil der persönlichen Informationen. Nutzen Sie diese Möglichkeit der Selbstdarstellung unbedingt, denn Ihr Foto entscheidet online über den berühmten „ersten Eindruck“. Hier ein paar Tipps, wie das optimale Profilbild aussehen sollte:

- Verwenden Sie nur Porträtfotos mit ruhigem Hintergrund, auf denen man Sie gut erkennt.
- Tragen Sie die Kleidung, die Sie auch in Ihrem Wunschbüro tragen würden.
- Schauen Sie den Betrachter an und nicht an ihm vorbei.
- Verwenden Sie niemals Logos, Comicfiguren oder ähnliches.



Foto: KTK / photocase.com



**Eric Sturm**

Webdesigner, Fachautor und Blogger in Berlin. Seit 2007 selbständig, vorher Online-Projektmanager in verschiedenen Agenturen und Unternehmen. Herausgeber des Online-Magazins Internet-fuer-Architekten.de (seit 2003) und Betreiber des Video-Blogs architekturvideo.de (seit 2007). Als Seminar-Dozent für Architektenkammern, Ingenieurkammern und Unternehmen tätig.

- Das Foto sollte professionell bzw. handwerklich gut fotografiert sein (gute Ausleuchtung, keine Schatten sichtbar, keine Schnappschüsse vom letzten Wochenende o. ä.)
- Farbe oder Schwarz-weiß spielt keine Rolle. Durch kräftige Kontraste ist Ihr Bild auch auf schlechten Monitoren gut zu erkennen.
- Prüfen Sie, ob man Sie auch bei Minigrößen (z. B. 30 x 30 Pixeln) auf dem Foto erkennt.

**Pläne, Texte oder Powerpoint-Präsentationen veröffentlichen**

Mit den kostenlosen Diensten „Slideshare“, Scribd oder Docstoc übertragen Sie Powerpoint-Präsentationen, Office-Dokumente oder Pläne ins Internet. Dort kann sie jedermann direkt im Browser ansehen, weitere Software ist nicht erforderlich. Besonders schick: Jedes Dokument kann per Klick auch bildschirmfüllend gezeigt werden – sehr praktisch für Projektpräsentationen. Möchten Sie, dass nur bestimmte Personen Ihre Präsentation oder Ihren Text sehen können, dann nutzen Sie die „Private“-Funktion. Damit ist ein Dokument nur unter einer geheimen Adresse (und nicht über Suchmaschinen) oder nur mit einem Passwort zugänglich. Zu jedem hochgeladenen Dokument stellen die Anbieter ein paar Zeilen HTML-Code zur Verfügung. Um ein Dokument auf dem eigenen Blog zu zeigen, müssen Sie lediglich diesen HTML-Code in den Quelltext Ihres Blog-Artikels hineinkopieren.

**Links:**

- slideshare.net (für Powerpoint-Präsentationen)
- docstoc.com, scribd.com (für Textdokumente oder Pläne)

**Fotos online verwalten und bereitstellen**

Foto-Plattformen wie Flickr oder Picasa ermöglichen es Ihnen, Bilder von der eigenen Festplatte, vom Smartphone oder per E-Mail ins Internet hochzuladen. Die hochgeladenen Dateien können Sie in virtuellen Fotoalben (bei Flickr: „Galerien“) ablegen. Über Schlagwörter, die so genannten „Tags“, werden

die Bilder bzw. Alben später leichter auffindbar. Ganze Alben sowie einzelne Fotos können mit Titeln und kurzen Beschreibungen versehen werden. Schliesslich kann für jedes Element bestimmt werden, ob es öffentlich zugänglich – und damit über Suchmaschinen auffindbar – oder nur für bestimmte Personen sichtbar sein soll.

**Links:**

- flickr.com
- picasaweb.google.com

**Ihr Portfolio als E-Paper**

Ein E-Paper herzustellen war vor ein paar Jahren nur mit sehr teurer Software möglich. Inzwischen gibt es kostenlose, webbasierte Dienste wie „Issuu“. Das Prinzip ist einfach: Man wählt ein PDF-Dokument von der eigenen Festplatte aus, fügt Titel sowie Kurzbeschreibung hinzu und lädt es hoch. Auf dem Server wird die PDF-Datei in ein Flash-Dokument (E-Paper) umgewandelt. Dann stehen die Dokumente auf der Issuu-Website unter [issuu.com/nutzername](http://issuu.com/nutzername) bereit. Das Design ist schlicht und nutzerfreundlich: Über bequeme Schaltflächen wird geblättert, per Klick auf ein Vorschaubild springt der Leser zu einer beliebigen Stelle im Dokument. Wer sein E-Paper gerne im eigenen Blog zeigen möchte, kopiert einige Zeilen HTML-Code und fügt ihn in den Quelltext der eigenen Seiten ein.

**Link:**

- [issuu.com](http://issuu.com)

**Werden Sie Ihr eigener Verleger: Bücher erstellen mit blurb**

Wenn Ihnen das Internet-Portfolio nicht ausreicht, veröffentlichen Sie Ihre Arbeiten doch gleich als Buch: Mit „blurb“ kann jeder seine eigene Monografie produzieren, in beliebiger Auflage drucken lassen oder als „Print on Demand“-Produkt vertreiben. Dieses Prinzip ist von vielen Fotobuch-Anbietern bekannt. „blurb“ geht einen Schritt weiter: Sie können das fertige Buch auch mit ein paar Zeilen HTML-Code in die eigene Website einbetten. Das Buch wird mit Hilfe von Designvor-



Zielsetzung der 6. Edition der Cosentino Design Challenge ist die Gestaltung einer Duschplatte sowie deren Integration in ein einzigartiges Badezimmer. Der konzeptionelle Entwurf ist verständlich, innovativ und beruht auf dem maßgeblichen Einsatz der Materialien **Silestone** und/oder **Eco by Cosentino**.

Für den Studenten sind das Einsatzgebiet sowie die Formgebung frei wählbar.

Alle Teilnehmer müssen die Eigenschaften des eingesetzten Werkstoffes sowie die Herstellbarkeit des Objektes berücksichtigen. Die einzelnen Stücke sind ausschließlich aus nicht verformbaren Materialplatten zu schneiden.

ORGANISIERT VON:

**E**  
COSENTINO®

**S**  
SILESTONE®  
by COSENTINO

**eco**  
by COSENTINO

# DESIGN CHALLENGE

## VI EDITION

### INTERNATIONALER DESIGN WETTBEWERB

Design einer Duschplatte, integriert in ein einzigartiges Badezimmer, mit den Materialien Silestone und/oder Eco by Cosentino.

#### PREISE IN DEN KATEGORIEN:

Sieger Forschungsarbeit: € 1,000

Sieger Kreativität: € 1,000

Sieger Materialeinsatz: € 1,000

Namentliche Ehrungen

Annahmeschluss: bis zum 1. Juni 2012

Kontakt: [idea@cosentinodesignchallenge.org](mailto:idea@cosentinodesignchallenge.org)

Bedingungen und weitere Information: [www.cosentinodesignchallenge.org](http://www.cosentinodesignchallenge.org)

Alle Unterlagen sind in englischer Sprache einzureichen: Apartado de Correos 16110, 28005, Madrid oder per E-Mail: [idea@cosentinodesignchallenge.org](mailto:idea@cosentinodesignchallenge.org)

Die internationale Jury besteht aus Professoren der teilnehmenden Universitäten

MITWIRKENDE TRÄGER:  POLITÉCNICA



 Escuela de Arte 4  
Diseño de Interiores



# Werden „kommunikationsfreudige“ Architekten als die besseren Architekten wahrgenommen?

Hadi Teherani



Foto: Roger Mandt, Hamburg

Architekten sind keine Künstler. Sie müssen ihr Anliegen nicht nur erklären, sondern noch besser dafür begeistern können. Nicht nur Fachleute. Ganz im Gegenteil. Architekten sind die ausgewiesenen Experten für die Gestaltung des gebauten und gestalteten Alltags, denen die Öffentlichkeit Glauben schenken sollte. Dieses Vertrauen muss man sich hart erarbeiten, denn es geht oft um sehr viel Geld. Vertrauen erwirbt man sich auch damit, dass man allgemeine Themen und Probleme ungefragt aufgreift und sich damit ungefragt zu Wort meldet. Das geschieht in Deutschland viel zu wenig. Kommunikation, auch in Fremdsprachen, ist damit die Grundvoraussetzung für den Beruf. Anders als internationale Business Schools, die diese Fähigkeit mit Hilfe von Video-Aufzeichnungen und sehr umfangreichen Bewertungskatalogen bis zum Exzess trainieren, fühlt sich die deutsche Architekturausbildung dafür nicht zuständig. Wer als Architekt und Designer schon mit Worten nicht überzeugen kann, gefährdet die Durchsetzung seiner Ziele und Inhalte. Und wenn sie noch so schön in Plänen und Modellen dargestellt sind.

Jürgen Mayer H.

Wir verstehen Architektur als Kommunikation, als Orte des Austauschs und Verhandels von Realitäten. Wenn man Architektur macht, kommuniziert man automatisch mit der Umwelt. Die Idee der Entwürfe zu vermitteln ist dabei nur eine konsequente Weiterführung. Dieses Vermitteln kann unterschiedliche Formen annehmen, auch erzählerische als Comics oder Märchen, als Science Fiction oder Geschichte aus der Vergangenheit. Unsere Architekturen sehen wir als Fragezeichen für die jeweiligen Orte und Programme, nicht als fixe Lösungen. Es soll ein Auseinandersetzungsprozess mit unserer gebauten Umwelt entstehen. Wenn es um urbane und öffentliche Gebäude geht ist die Komplexität der Kommunikation ein spannende Herausforderung, da viele Interessenspositionen zusammentreffen. Es geht darum Neugier zu wecken für eine neue Architektur. Gerade bei den öffentlichen Projekten erlebe ich am Anfang ab und zu ein bißchen „Fremdeln“, was dann ab einem bestimmten Zeitpunkt umgeschlagen ist in eine Art Stolz, in ein Inbesitznehmen, Aneignen. Insofern vertraue ich schon darauf, dass das Abenteuer Architektur auch von einer größeren Gemeinschaft profitieren kann und umgekehrt.



Foto: Jens Pascoth

Andreas Wannemacher



Die Berichterstattung in den Medien ist für Architekten eine wichtige Kommunikationsplattform im Streben nach Aufmerksamkeit. Letztere ist wichtig im Wettbewerb um Bauherren und qualifizierte Mitarbeiter. Ob kommunikationsfreudige Architekten als die besseren Architekten wahrgenommen werden, hängt von der Qualifikation der Wahrnehmenden ab. Je größer diese ist, desto differenzierter fällt auch das Urteil aus. Beim Laien (Bauherrn) ist also die Wahrscheinlichkeit am größten, dass er die Häufigkeit der medialen Berichterstattung über einen Architekten und dessen Arbeit mit dessen Qualität gleichsetzt. Dennoch ist es nicht von der Hand zu weisen, dass in den anerkannten Fachmedien die überdurchschnittliche Qualität eines Gebäudes die Voraussetzung für dessen Veröffentlichung darstellt. Je besser die Architektur, desto größer die Chance, in den Medien Berücksichtigung zu finden. Die Publikation in den Medien ist somit eine Art Ritterschlag für Architekten und darum auch so heiß begehrt.



**ICH DENKE, DASS DIE BAUWELT SICH IN  
DER NICHE WEITERENTWICKELN SOLLTE.  
IN DER NICHE DER GEDRUCKTEN MEDIEN.**

**DAMIT MEINE ICH, DASS DIE ARTIKEL  
NATÜRLICH AKTUELL UND ZEITNAH  
SEIN MÜSSEN. ABER EBEN AUCH AUF  
LANGE SICHT RELEVANT.**

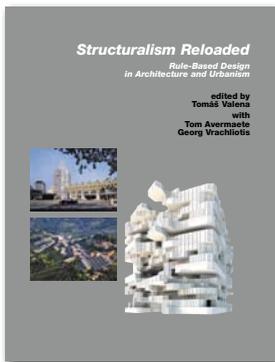
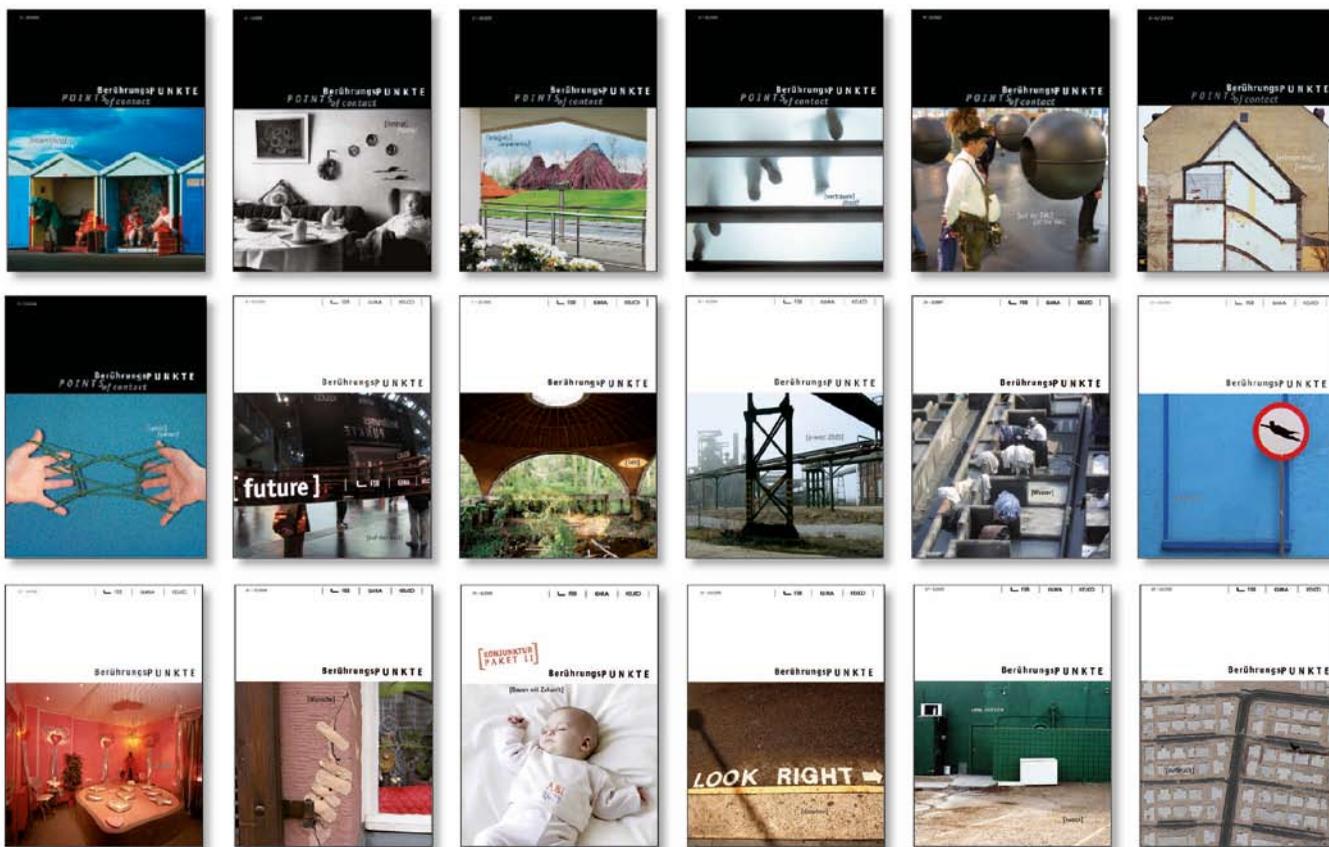
**BOSTJAN VUGA**

## Architekten abschaffen? Nein!

[www.beruehrungspunkte.de](http://www.beruehrungspunkte.de)

(...) „Was haben sie denn für Hausschuhe an“, stieß der Architekt mühsam hervor. Der Hausherr besah seine bestickten Schuhe. Aber er atmete erleichtert auf. Diesmal fühlte er sich ganz unschuldig. Die Schuhe waren nämlich auch nach dem Originalentwurf des Architekten gearbeitet worden. Er antwortete daher überlegen: „Aber Hr. Architekt! Haben sie schon vergessen? Die Schuhe haben sie ja selbst gezeichnet!“ „Gewiss“, donnerte der Architekt, „aber für das Schlafzimmer.“ (...) Adolf Loos schrieb die amüsante Geschichte „Von einem armen, reichen Manne“ schon im Jahr 1900. Doch hat sie nichts an Aktualität verloren. Die aktuelle Ausgabe des Magazins Be-

rührungspunkte beschäftigt sich mit dem Thema Wechselbeziehungen und enthält neben vielen weiteren Themen ebendiese Geschichte sowie Statements heute praktizierender Architekten dazu. Und eines davon lautet kurioserweise: Architekten braucht man nicht mehr! Wer also vorhat, in diesem Beruf einmal zu arbeiten, sollte sich die Argumente (und natürlich die lehrreiche Geschichte von Adolf Loos) unbedingt durchlesen, um dagegen zu halten. Das Magazin Berührungspunkte Nr. 19 – sowie auch alle vorherigen Ausgaben der gleichnamigen Kommunikationsinitiative für Architekten – ist kostenlos erhältlich unter [www.beruehrungspunkte.de](http://www.beruehrungspunkte.de).

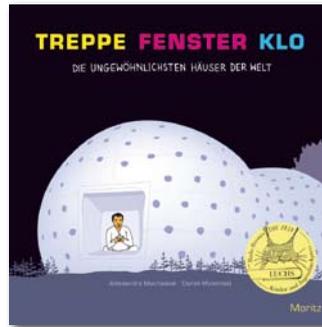


## Theoriewälzer

Strukturalismus – Monotonie und Serialität oder logische Konsequenz aus dem Vorrang des Ganzen gegenüber seinen Teilen? Die Antwort muss wohl jeder selbst finden. Doch keine Angst, bei der Suche danach hilft vielleicht das Buch: **Structuralism Reloaded – Rule-Based Design in Architecture and Urbanism** von Tomáš Valena, Tom Avermaete und Georg Vrachliotis, Edition Axel Menges 2011, gebunden, 86€, ISBN: 978-3936681475. Gebaute Strukturen als Ausdruck sozialer und funktionaler Zusammenhänge, ein Thema, welches mit Blick auf Modulbauweise, Raster und flexiblen Nutzungsmöglichkeiten heute aktueller denn je erscheint. Auf 392 Seiten kann man der „Architektur der munteren Vielfalt“ und der „Ästhetik der Anzahl“ auf den Grund gehen. Und so ganz nebenbei auch noch seine Englischkenntnisse verbessern.

## Die Welt mit Kinderaugen sehen

Bauklötze bekommt fast jedes Kind, aber damit hört die Ausbildung in Sachen Architektur zumeist auch schon auf – und letzten Endes steht die Welt am Ende aus lauter fehlendem Vorstellungsvermögen voller Fertighäuser. Das muss nicht sein, schon die Kleinsten kann man jetzt interessieren für Architektur, und zwar mit dem Buch **Treppe Fenster Klo** von Aleksandra Machowiak und Daniel Mizielinski, Moritz Verlag 2010, gebunden, 18€, ISBN: 978-3895652172. Kindgerecht präsentiert werden darin 35 Beispiele höchst ungewöhnlichen, zeitgenössischen Häuserbaus. Wer vermutet zum Beispiel hinter „das große Haus mit den großen Stacheln“ das VM House von Julien de Smedt und Bjarke Ingels? Oder die Free Spirit Sphere von Tom Chudleigh hinter dem „Haselnuss-haus“? Auf 156 Seiten werden im bunten Comicstil Häuser aus aller Welt von mal mehr, mal weniger bekannten Architekten vorgestellt. Kindgerecht aufbereitet mit witzig formulierten Texten, leicht verständlichen Symbolen und reichen Illustrationen zeigt das Buch Häuser, die mal wie Birnen



aussehen und mal zum Zusammenschieben sind, Teehäuser hoch über dem Erdboden, aufblasbare Häuser, Igluhäuser... Zu jedem Haus spinnen die Autoren eine kurze Geschichte, erfinden passende Bewohner, erklären mit Grafiken Lage und Material der Bauwerke. Immer wird erklärt, warum die

Gebäude so ungewöhnlich sind, was ihre Besonderheiten und wer ihre Architekten sind. Baumaterialien, Lage und Entstehungsjahr jedes Hauses – die Mehrzahl stammt aus den letzten zehn Jahren – werden beschrieben. Das Buch ist unterhaltsam, farbig, schrill und macht jungen wie älteren Architekten Spaß beim Schmökern. Ein tolles Geschenk, nicht nur für Kinder, sondern auch für die, die Kind geblieben sind!

## Silberling

Dieses Buch möchte man schon aus rein optischen Gründen besitzen. Mit seinem silber glänzenden Einband hebt sich das **Digital Design Manual** von Hemmerling und Tigge-Publishers Berlin, 2011, gebunden, 256 Seiten, 38€, ISBN: 978-3-86922-138-0 vom gal ab. Und auch inhaltlich fällt es im Gegensatz zu den meisten anderen CAD-Ratgebern führt es nicht programmbe-



mann, DOM gebunden, 256 Seiten, restlichen Bücherre- aus der Reihe. Denn anderen CAD-Ratge- zogen in die Welt des rechnergestützten Entwurfes ein, sondern zeigt allgemein Möglichkeiten für den Umgang mit Software in der Architektur auf. So geht es nicht explizit darum, welche Einstellungen man an einem bestimmten Programm vornehmen kann, sondern eher, welche Wirkung man mit den verschiedenen Werkzeugen erzielt. Tutorials aus der täglichen Praxis helfen bei den Startversuchen in den Themen Visualisierung, Perspektive, Licht- und Schattenwirkung und vieles mehr. Des Weiteren beschäftigen sich die Autoren ausführlich mit dem viel zu häufig vernachlässigten Thema Planlayout. Detaillierte Skizzen und Anwendungsbeispiele aus dem Portfolio von UN Studio illustrieren die einzelnen Kapitel und helfen, die Errungenschaften der Technik zur Unterstützung der eigenen Kreativität einzusetzen. Trotz allem gilt natürlich weiterhin: CAD ist nur das Werkzeug, Architektur entsteht bei Euch im Kopf!

## Variantenreich

Gute Architektur zu entwerfen bedeutet nicht zwangsläufig, das Rad neu zu erfinden. Oft ist das auch gar nicht möglich, denn gerade im Wohnungsbau wurde vermutlich jeder denkbare Grundriss schon einmal gebaut – und das in mehreren Varianten. Ob Baulücke, Solitär oder Reihenhaus, wer sich inspirieren lassen will oder nach Verbesserungsmöglichkeiten für seinen eigenen Entwurf sucht, der kommt nicht darum herum, einen Blick in den **Grundriss Atlas Wohnungsbau**, herausgegeben von Oliver Heckmann und Friederike Schneider, Birkhäuser Basel, 2011, gebunden, 79,90€, ISBN: 978-3-0346-0706-3 zu werfen. Auf 335 Seiten finden sich insgesamt 130 internationale Wohnbauprojekte aus 65 Jahren Baugeschichte. Sie sind nach städtebaulichen Kategorien gegliedert und durch eine detaillierte typologische Beschreibung der jeweiligen Wohnform ergänzt. Das Buch möchte Möglichkeiten aufzeigen, ohne jedoch gezielt in eine bestimmte Richtung



zu lenken. Standardisierte Grundrisse finden sich hier genauso wie individuelle Konzepte. Allen Grundrissen sind Diagramme zugeordnet, welche die Vergleichbarkeit jenseits von Bauaufgabe und Entstehungsdatum optimieren. Auf einer Doppelseite kann man sich gezielt seinen Wohntyp aussuchen und auf einen Blick die passenden Beispiele dazu finden.

## Weißer Weihnachten

Auf den eigenen Wunschzettel gehört in diesem Jahr definitiv die Sonderedition des Leuchtenklassikers Tolomeo des italienischen Herstellers Artemide. Als micro Version mit LED-Technologie und ganz in Weiß ist die Tischleuchte ein handliches und innovatives Weihnachtsgeschenk für alle Designliebhaber. Dabei zeichnet sich die LED-Technologie durch einen stark reduzierten Energieverbrauch, eine lange Lebensdauer und eine optimale Lichtausbeute aus. Für alle, die es genau wissen wollen: Bei LED-Leuchten wird das Licht zu 100% direkt in die Umgebung abgegeben, so dass Energievergeudung und Lichtemission in andere Richtungen ausgeschlossen werden können. So ist beispielsweise zur Ausleuchtung einer Arbeitsfläche mit 1.250 Lux bei Einsatz einer Glühlampe eine Lei-

stung von 100W erfordern eine LED-Leuchte benötigt.

Energie-90% erzielt. kann man sich also den nachhaltigen Geschenk unter dem Weihnachtsbaum erfüllen. Maße: Mit Dimmer und Tischfuß Durchmesser 17 cm, Höhe in ausgestrecktem Zustand: 73 cm, in rechtwinkligem Zustand: 37 cm. Unverbindliche Preisempfehlung laut Hersteller: 271 €.



derlich, wohingeleddiglich 10W

Hierdurch wird eine einsparung von Mit dieser Leuchte

Wunsch nach einem nachhaltigen Geschenk unter dem Weihnachtsbaum erfüllen. Maße: Mit Dimmer und Tischfuß Durchmesser 17 cm, Höhe in ausgestrecktem Zustand: 73 cm, in rechtwinkligem Zustand: 37 cm. Unverbindliche Preisempfehlung laut Hersteller: 271 €.

[www.artemide.de](http://www.artemide.de)

## Raumstoffe

Offen sein für Neues, die Grenzen des Machbaren weiter hinausschieben, Zeichen setzen, ein Zuhause bieten, Räume schaffen, Wohngefühl entwickeln – die Architektur ist ein weites Spielfeld mit einer Vielzahl von Ideen und Möglichkeiten. Das setzt aber auch eine große Verantwortung, eine Verpflichtung voraus – und Baustoffe, die ihren Teil dazu beitragen, dass Design und Sicherheit hervorragend mit Mensch und Natur harmonieren.

[www.heidelberger-beton.de](http://www.heidelberger-beton.de)

Galileo Oberpfaffenhofen, Schultes Frank Architekten

## Baustellenpraktikum

Die Weihnachtsbäckerei steht an und wie nutzt man als angehender Architekt diese Zeit gleich doppelt sinnvoll? Mit einer Backstein-Backmischung, deren Ergebnisse nicht nur lecker schmecken, sondern obendrein auch zum Modellbau verwendet werden können! Zudem kommen sie in schicken Zementsack-Verpackungen daher, so dass es sich anbietet, nicht die fertigen Bauwerke, sondern eher die Rohmaterialien zum nächsten Kaffeeklatsch mitzubringen. The Deli Garage, das mehrfach prämierte Foodlabel entwickelte die Backmischung gemeinsam mit einer kleinen Mühle aus Norddeutschland. Mit den sechs in der Packung enthaltenen Gussformen lassen sich leckere Kuchenbauwerke errichten. Erhältlich in den Geschmacksrichtungen Schoko (glutenfrei) und Stracciatella. Und sie sind gar nicht so ungesund wegen der guten Zutaten wie Rohrohrzucker, Bourbon Vanille sowie Dinkel- und Vollkornmehl... Nur noch Eier, Butter und Milch hinzufügen und los geht's! Bestellbar für 16,90 € im Internet.



[www.the-deli-garage.com](http://www.the-deli-garage.com)

## Töne fürs Tablett

Eigentlich hat man all seine Musik nur noch auf dem Rechner, aber wenn man sie ohne Ohrstöpsel hören möchte, ist das mit den eingebauten Lautsprechern nicht immer ein Ohrenschmaus. Und sich festbinden an ortsgebundene Speaker widerspricht dem eigentlichen Sinn. Praktisch sind dafür die Logitech Tablet Speaker für iPad, iPad 2 und Tablets. Der wiederaufladbare Speaker wird einfach am Tablet-Rechner angeklippt und positioniert iPad oder Tablet so im verbesserten Neigungswinkel. Und ganz nebenbei sorgt das kompakte Lautsprechersystem für ein optimales Stereosounderlebnis. Mit einem gummierten Clip wird der Logitech Tablet Speaker sicher und einfach an dem iPad oder an einem anderen Tablet-Rechner befestigt.



Das Audiokabel mit 3,5-mm-Anschluss wird in die Kopfhörerbuchse eingesteckt und schon genießen Musikliebhaber hervorragenden Sound, an dem auch andere teilhaben können. Mit bis zu acht Stunden Akkulaufzeit (abhängig nach Nutzung) sind auch Kinoabende mit einem oder zwei Kinofilmen kein Problem. Der Lautsprecher wird über USB aufgeladen, Batteriewechsel gehören damit der Vergangenheit an. Kosten: 39,99 €.

[www.logitech.com](http://www.logitech.com)



**HEIDELBERGER  
BETON**  
HEIDELBERGCEMENT Group

## Gut gegurtet

Architekten tragen ausschließlich Schwarz? Von wegen! Die Gürtel von TragWerker bringen Farbe ins Leben. Ursprünglich als Schwerlast- oder Luftfrachtgurte unter extremen Bedingungen im Einsatz gewesen, müssen sie heute nur noch Hosen halten. Ganz im Sinne von Recycling und Nachhaltigkeit werden ausgediente Cargo-Gurte gewaschen, gekürzt, neu vernäht und mit Schnallen und Klettverschlüssen versehen. Heraus kommen garantiert immer individuelle Einzelstücke. Die seitlich sitzenden Schnallen minimieren das Verletzungsrisiko und machen den Gürtel auch auf der Baustelle oder bei extremen Sportarten zum begehrten Begleiter. Ein handgefertigtes Exemplar gibt es für 44 €. Wer von der rauen Eleganz der Gurte fasziniert ist, findet auch Portemonnaies, Schlüsselanhänger, Kamera-Handschlaufen und T-Shirts – letztere weich und anschmiegsam.



[www.tragwerker.com](http://www.tragwerker.com)

## Energieeffizientes und Nachhaltiges Bauen

---

[www.enpb.bv.tum.de](http://www.enpb.bv.tum.de)

ist ein interdisziplinärer und fakultätsübergreifender Masterstudiengang in Vollzeit, der erstmals zum WS 2011/2012 an der TU München startet. Ziel ist die Vermittlung eines umfangreichen Wissens in beiden Bereichen mit Hinblick auf die ökologische und energetische Konzeption sowie auf die ökonomischen, sozialen, technischen und prozessorientierten Aspekte des Bauwesens. Der Studiengang richtet sich an Bachelor-Absolventen der Fachrichtungen Architektur, Bauingenieurwesen, Umweltingenieurwesen sowie verwandte Studiengänge. Aus fünf verschiedenen Vertiefungsrichtungen kann

man sich sein individuelles Studienangebot zusammen stellen und ein übergeordnetes, interdisziplinäres Projekt bearbeiten. Die Komplexität der sich gegenseitig beeinflussenden Faktoren erfordert ein vernetztes und systemorientiertes Denken. Die Regelstudienzeit bis zum Studienabschluss Master of Science (M.Sc.) beträgt 4 Semester in denen 120 ECTS erlangt werden. Bewerben kann man sich für das nächste Wintersemester zwischen dem 1. April und dem 31. Mai, eingeschränkt kann man auch im Sommersemester starten, da läuft die Frist vom 1. November bis 31. Dezember.

## Computational Design und Construction

---

<http://m-cdc.de>

wird erstmalig als Masterstudium im WS 2011/2012 an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe angeboten und schließt die Lücke zwischen digitalem Entwurf und Fertigung. In der Praxis werden komplexe Gebäude am Computer geplant und visualisiert. Das dabei entstehende virtuelle 3D-Modell ist aber in der Regel nicht ohne weiteres für alle Planungsbeteiligten verwendbar. Für die Umsetzung über computergestützte Produktionsmethoden, wie zum Beispiel CNC gesteuerte Maschinen, bildet dieser Studiengang nun Fachkräfte aus.

MCDC vermittelt praxisorientierte Kenntnisse über die gesamte digitale Prozesskette, vom Entwurf über die Simulation bis hin zur Fertigung. Zugangsvoraussetzung ist ein Bachelor, Master oder Diplom im Bereich Architektur, Innenarchitektur, (Bau-)Ingenieurwesen, Maschinenbau, Produktionstechnik, o. ä. und ein Jahr Berufstätigkeit. Blockveranstaltungen ermöglichen die Berufsausübung nebenbei, während der drei Studiensemester. Für diesen Master of Engineering (M. Eng.) erhält man 90 ECTS. Die Studiengebühr beträgt 5700€.

## Architektur Media Management

---

[www.hs-bochum.de](http://www.hs-bochum.de)

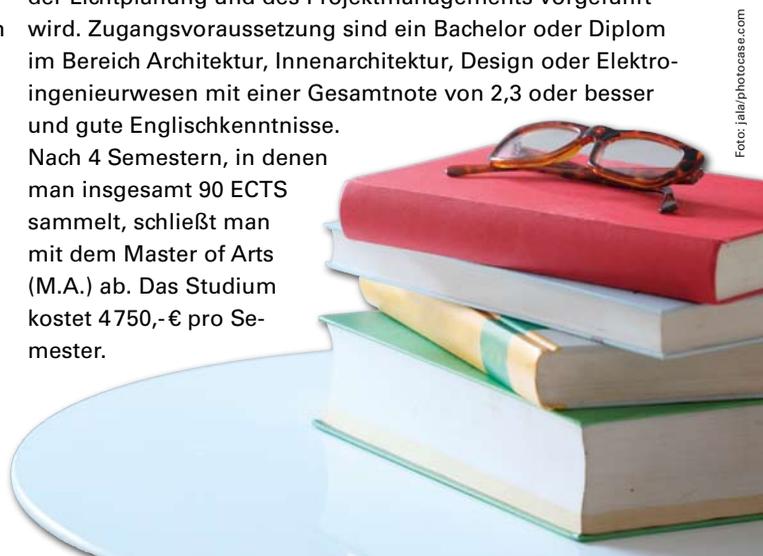
lehrt junge Architekten Kommunikationskonzepte, Darstellungstechniken und Marketingstrategien für professionelle Pressearbeit und zielgruppenorientierte Präsentation. Architekturvermittlung, Öffentlichkeitsarbeit, Kulturmanagement, Produkt- und Dienstleistungsmarketing sind die künftigen Tätigkeitsfelder der angehenden Medienmanager. Zulassungsvoraussetzungen sind ein mindestens 8-semesteriges Hochschulstudium im Bereich Architektur mit einer Gesamtnote bis 2,5 und der Nachweis einer besonderen fachlichen Eignung. Mit einem Angleichstudium ist die Teilnahme auch für 6-semesterige Bachelor-Absolventen möglich. Für zwei Semester Regelstudienzeit erhält man 60 ECTS. Nach erfolgreich abgelegter Master-Thesis darf man sich dann Master of Arts (M.A.) nennen.

## Lighting Design

---

[www.wings.hs-wismar.de](http://www.wings.hs-wismar.de)

ist ein englischsprachiger, internationaler Master-Fernstudiengang, der erstmals im WS 2011/2012 angeboten wird. Er richtet sich an Bewerber, die neben einer professionellen Ausbildung in Architekturbeleuchtung auch Interesse an betriebswirtschaftlichen Grundlagen und strategischem Projektmanagement haben. Der Master besteht aus Selbststudium, Präsenzphasen und Workshops, in denen die Praxis der Lichtplanung und des Projektmanagements vorgeführt wird. Zugangsvoraussetzung sind ein Bachelor oder Diplom im Bereich Architektur, Innenarchitektur, Design oder Elektroingenieurwesen mit einer Gesamtnote von 2,3 oder besser und gute Englischkenntnisse. Nach 4 Semestern, in denen man insgesamt 90 ECTS sammelt, schließt man mit dem Master of Arts (M.A.) ab. Das Studium kostet 4750,-€ pro Semester.



## DER ENTWURF

Sonderheft der DBZ Deutsche Bauzeitschrift  
Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse  
Architekten und Bauingenieure

### Verlag und Herausgeber:

Bauverlag BV GmbH,  
Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh,  
www.bauverlag.de

### Chefredaktion:

Dipl.-Ing. Burkhard Fröhlich, Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 11,  
E-Mail: burkhard.froehlich@bauverlag.de  
(verantwortlich für den redaktionellen Inhalt)

### Redaktion DBZ/DER ENTWURF:

Dipl.-Des. Sonja Schulenburg, Telefon: +49 (0) 52 41 80-26 37,  
E-Mail: sonja.schulenburg@bauverlag.de  
Dipl.-Ing. Sandra Greiser, Telefon: +49 (0) 52 41 80-30 96,  
E-Mail: sandra.greiser@bauverlag.de

**Mitarbeit in dieser Ausgabe:** Lena Schultze

### Redaktion DBZ:

Dipl.-Ing. Beate Bellmann, Telefon: +49 (0) 52 41 80-28 57,  
E-Mail: beate.bellmann@bauverlag.de  
Benedikt Kraft M. A., Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 41,  
E-Mail: benedikt.kraft@bauverlag.de

### Redaktionsbüro:

Stefanie van Merwyk, Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 25,  
E-Mail: stefanie.vanmerwyk@bauverlag.de  
Stefanie Mallmann, Telefon: +49 (0) 52 41 80-10 36,  
E-Mail: stefanie.mallmann@bauverlag.de

### Layout:

Kerstin Berken, Nicole Bischof, Anja Limberg, Kristin Nierodzki,  
Jutta Parnitzke, Sören Zurheide

### Anzeigenleiter:

Andreas Kirchgessner, Telefon: +49 (0) 52 41 80-23 22,  
E-Mail: andreas.kirchgessner@bauverlag.de  
(Verantwortlich für den Anzeigenteil)  
Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 5

### Geschäftsführer:

Karl-Heinz Müller, Telefon: +49 (0) 52 41 80-24 76

### Verlagsleiter Anzeigen:

Reinhard Brummel, Telefon: +49 (0) 52 41 80-25 13

### Herstellung:

Olaf Wendenburg, Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 86

### Werbeleitung:

Rainer Homeyer-Wenner, Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 73

### Leserservice + Abonnements:

Abonnements können direkt beim Verlag oder bei jeder Buchhandlung bestellt werden.

Bauverlag BV GmbH,  
Postfach 120, 33311 Gütersloh, Deutschland  
Der Leserservice ist von Montag bis Freitag persönlich erreichbar  
von 8.00 bis 18.00 Uhr (freitags bis 16.00 Uhr).  
Telefon: +49 (0) 1 80 55 52 25 33, Fax: +49 (0) 1 80 55 52 25 35,  
E-Mail: leserservice@bauverlag.de

### Bezugszeit:

DER ENTWURF erscheint zweimal jährlich jeweils zu Semesterbeginn als Sonderheft der DBZ. Die DBZ erscheint monatlich und kostet im Studenten-Abonnement 75,60 €, inkl. der beiden Ausgaben DER ENTWURF, einschließlich der Nutzung des DBZ online-Archivs. Das Abo gilt zunächst für ein Jahr und ist danach jeweils vier Wochen vor Ablauf eines Quartals schriftlich kündbar.

### Veröffentlichungen:

Zum Abdruck angenommene Beiträge und Abbildungen gehen im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen in das alleinige Veröffentlichungs- und Verarbeitungsrecht des Verlages über. Überarbeitungen und Kürzungen liegen im Ermessen des Verlages. Für unaufgefordert eingereichte Beiträge übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Die inhaltliche Verantwortung mit Namen gekennzeichnete Beiträge übernimmt der Verfasser. Honorare für Veröffentlichungen werden nur an den Inhaber der Rechte gezahlt. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung oder Vervielfältigung ohne Zustimmung des Verlages strafbar. Das gilt auch für das Erfassen und Übertragen in Form von Daten.

### Druck:

L.N. Schaffrath, Geldern



**Jetzt online:**  
**www.computer-spezial.de**

**CS**

Jetzt Computer Spezial testen und Sie erhalten:  
Aktuelle Meldungen, umfangreiche Informationen zu Unternehmen, Produktneuheiten, wichtigen Messeterminen und allem, was die IT-Branche bewegt.

# WIR MACHEN ARCHITEKTEN

Sie wollen Architekt werden?  
Wir unterstützen Sie dabei! Womit?

Mit der kostenlosen ARCHICAD-Studentenversion, mit jeder Menge Workshops, einem überzeugenden Tutoren-Programm und vielem mehr. Alle Informationen und die Anleitung zum »Architekten machen« unter:

**[WWW.GRAPHISOFT.DE/NEXT](http://WWW.GRAPHISOFT.DE/NEXT)**

