

Der diskrete Charme des bürgerlichen Wohnens : bürgerliche Wohnmodelle gestatten einen andern Blick auf die Geschichte des Wohnens seit der frühen Neuzeit

Autor(en): **Kurz, Daniel**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **95 (2008)**

Heft 7-8: **Beijing et cetera**

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-130847>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Der diskrete Charme des bürgerlichen Wohnens

Bürgerliche Wohnmodelle gestatten einen andern Blick auf die Geschichte des Wohnens seit der frühen Neuzeit.

Urbanes Wohnen ist in ganz Europa wieder im Trend. Spektakuläre städtebauliche Entwicklungsprojekte zeugen von einem Aufschwung, der sich inzwischen auch in Zahlen fassen lässt: Dass die Bevölkerung der Stadt Zürich nach jahrzehntelangem Schwund seit 2000 wieder um rund 18000 Personen (5 Prozent) gewachsen ist, wirft ein Licht auf die Dynamik dieser Entwicklung. Der neue Trend zum städtischen Wohnen wird bezeichnenderweise von Mittelstandsangehörigen angeführt, die im Bezug auf Wohnort und Wohnform grössere Wahlfreiheit besitzen. Mit ihnen hält auch das individuelle Wohneigentum vermehrt in den älteren Stadtquartieren Einzug.

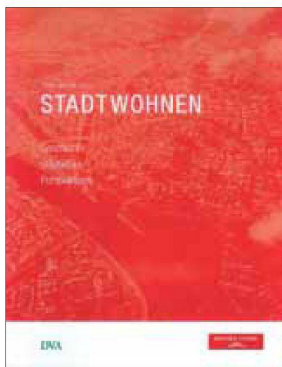
Der 2007 von der deutschen Wüstenrot Stiftung herausgegebene Band «Stadtwohnen. Geschichte – Städtebau – Perspektiven» stellt diese Entwicklung anhand von aktuellen Fallstudien

aus verschiedenen europäischen Städten dar und bettet sie in einen grossen historischen Rahmen ein. Anhand von Überblicksdarstellungen und kleinräumigen Beispielen werden Formen des bürgerlich-mittelständischen Wohnens seit dem 18. Jahrhundert vorgestellt.

Das Buch besetzt mit seinen vielen Einzeldarstellungen auf sehr anschauliche Art eine Forschungslücke: Die Geschichte des Wohnens und der Wohnbauarchitektur wurde zumindest im deutschen Sprachraum bislang meist als Geschichte des Mietwohnens und des Bauens für ein Existenzminimum erforscht und dargestellt. Kollektive Wohnbaumodelle und das Ideal der Gartenstadt standen in dieser Betrachtungsweise im Mittelpunkt, die sich den wohnungspolitischen Reformzielen des 20. Jahrhunderts anschliesst. Ansätze zu urbanen Wohnformen und die Qualitäten bürgerlicher Wohnbauarchitektur blieben dabei lange Zeit ausgeblendet. Umso deutlicher schliesst das Anliegen der Wüstenrot Stiftung eine Forschungslücke, die Tradition bürgerlicher Wohnmodelle und des städtischen Wohneigentums von einer Gruppe namhafter Wohnforscher in historischer und aktueller Perspektive und mit europäischem Horizont aufarbeiten zu lassen.

Das Buch ist chronologisch in sieben Hauptkapitel gegliedert. Auf einen Übersichtstext folgen jeweils Fallstudien aus verschiedenen Städten, verfasst von verschiedenen Autorinnen und Autoren. Ein kurzes Resümee schliesst jeden Text ab. Das Buch lässt sich dadurch ebenso gut häppchenweise wie als zusammenhängender Text lesen. Der Betrachtungszeitraum setzt mit der frühen Neuzeit ein, als sich ein Bürgertum als soziale Klasse herausbildete. Es verfolgt die Entstehung spezifisch bürgerlicher Wohnformen um 1800, die Stadterweiterungen des 19. und die zahlreichen Reformansätze des 20. Jahrhunderts. Dabei kommt immer wieder die Spannung zwischen einem städtebaulichen Ordnungsanspruch auf der einen und individuellem Hausbesitz auf der anderen Seite zur Sprache. Den weitaus grössten Raum nimmt das letzte Hauptkapitel ein, das die Entwicklungen seit der Neuentdeckung und Förderung der Innenstädte in den 1970er Jahren analysiert.

Mit frühen Beispielen eines perspektivisch gefassten Stadtraums mit einheitlichen Fassaden (16. bis 18. Jh.) befasst sich das erste, von Gerhard Fehl betreute Kapitel. Besonders interessant ist darin seine Fallstudie zum Londoner Belgravia-Quartier, heute einer der höchstbezahlten Wohnbezirke der Stadt, der aus der Erschliessung eines adligen Landsitzes entstand. Gerd Kuhn analysiert im zweiten Kapitel die Ursprünge eines spezifisch bürgerlichen Wohnens um 1800, das vom individuellen Rückzug auf das Wohnen in der Kernfamilie und der Ausprägung reiner Wohnquartiere begleitet war. Harald Bodenschatz stellt bürgerlichen Wohnungs- und Städtebau bis zum Ersten Weltkrieg vor: Reihenhauserquartiere in Utrecht und Bremen und Versuche zur Reform der berühmten Berliner Mietskaserne wie etwa im «Rheinischen Viertel» im Westen Berlins. Die Zwischenkriegszeit wird wiederum von Gerd Kuhn behandelt. Unter den Fallstudien fällt das frühe Wohnhochhaus am Willinkplein Amsterdam Zuider Amstel (Jan Frederik Staal 1932) auf. Das Beispiel der modernen Rue Mallet Stevens in Paris steht im Kontrast zum Späthistorismus der Via Tagliamento in Rom. Tilman



London, Belgravia. Reihenhäuser aus dem Jahr 1830

Harlander beschreibt die Vorkriegs- und frühe Nachkriegszeit mit ihrem zwiespältigen Verhältnis zum Urbanen. Die Fallstudien dazu stammen aus Barcelona-La Bonanova, Bremen und München-Schwabing.

Aktuelle Projekte urbanen Wohnens erläutern Christian Holl und Johann Jessen. Sie blicken zurück auf die Entwicklung seit den 1970er und 1980er Jahren, als Pionierunterfangen zur Rehabilitation und Wiederbelebung der Innenstadt erstmals grössere Aufmerksamkeit und staatliche Förderung erfuhren. Beispiele aus ganz Europa, private Initiativen ebenso wie gross angelegte städtebauliche Projekte in Konversionsgebieten werden gestreift und die soziokulturellen Hintergründe der Entwicklung analysiert. Unter den

vorgestellten Fallstudien, die nicht nach ihrer architektonischen Relevanz ausgewählt wurden, sind die «Stadhäuser in Leipzig Connewitz» interessant: In einem einst dicht bebauten, heute aber von Leerstand und Baulücken geprägten Quartier förderte die Stadt den Bau von mehrgeschossigen Reihen-Einfamilienhäusern auf schmalen Parzellen. Der historische Stadtraum wird so wieder hergestellt, nicht aber seine frühere Dichte und Durchmischung. Das Modell bietet in einer schrumpfenden Stadt eine Alternative zum beliebten Haus im Grünen.

Entstanden ist ein anregendes Panoptikum historischer und aktueller Wohnmodelle für jene anspruchsvollen gesellschaftlichen Gruppen, die es sich leisten können, ihre Wohnform zu wählen.



London, Donnybrook Quarter in Bow (Tower Hamlets).
Wohnüberbauung von Chris Barber, 2006

Conference. Excellence.

design made in germany **Wilkhahn**



Konferenzkultur ist eine Frage der Haltung, die durch Gestaltung sichtbar wird. Zum Beispiel mit dem neuen Tischprogramm Travis, das hochwertige Reduktion mit verblüffender Variabilität verbindet. Und mit dem filigranen Besucherstuhl Aline, dessen ästhetische Klasse ebenso überzeugt wie der perfekte Sitzkomfort. Das und vieles mehr bietet Wilkhahn zum Thema «Conference. Excellence.» Interessiert?

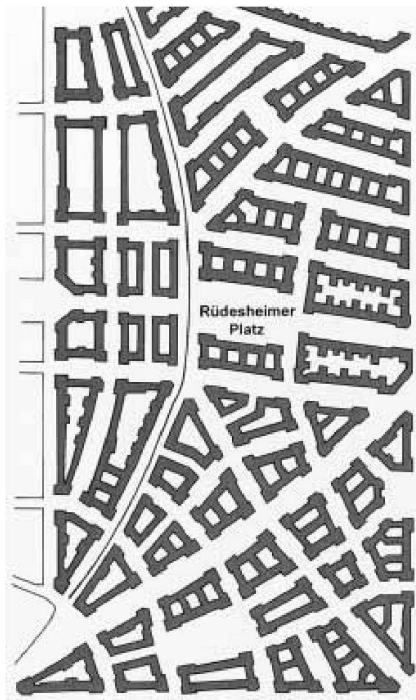
www.wilkhahn.ch



Die überaus sorgfältig präsentierten, kenntnisreichen historischen Fallstudien fördern ein bisher kaum bekanntes Wissen über bürgerliche Wohn- und Städtebaumodelle des 19. und 20. Jahrhunderts zutage, das verbreitete Vorstellungen über die Geschichte des Wohnens in Frage stellt. Die Texte sind dicht geschrieben, aber gut lesbar. Schade ist allerdings, dass die etwas lieblose Buchgestaltung und die Qualität vieler Abbildung nicht wirklich zum Lesen und Blättern einladen. Beides wird dem inhaltlichen Wert vieler Beiträge nicht gerecht.

Daniel Kurz

Stadtwohen, Geschichte – Städtebau – Perspektiven, herausgegeben von Tilman Harlander in Verbindung mit Harald Bodenschatz, Gerhard Fehl, Johann Jessen, Gerd Kuhn, Wüstenrot Stiftung / Deutsche Verlagsanstalt, München 2007. 400 Seiten, zahlreiche Abbildungen, ISBN 978-3-421-03560-8.



Berlin, Rheinisches Viertel. Aufgelockerte Mietshausbebauung von Josef Stübgen und Paul Jatzow, um 1909

Gute Architektur ist gutes Branding

Architekturgespräche Luzern 2008

Über einen Sponsorenanlass zum Modethema «Architektur und Branding» zu berichten, macht in einer Architektur-Fachzeitschrift wenig Sinn. Einen Hinweis wert ist jedoch dessen Fazit, dass Branding mehr ist als Kommunikation, die nur auf ökonomische Ziele ausgerichtet ist. Branding, verstanden als baukulturelle Denk- und Arbeitsweise, kann Einfluss nehmen auf unternehmerische Ziele und auf den Entwurfsprozess. Zudem ist Branding ein wesentlicher Bestandteil der Stadtentwicklung.

Der Titel der diesjährigen Architekturgespräche Luzern «Architecture&Branding, oder die Suche nach dem Garten Eden» ist als Werbeslogan zu lesen. Er überhöht. Gesetzt hat ihn Frank Joss, Werber und Gründer der Architekturgespräche, zu der er seit zehn Jahren sich selbst und (hauptsächlich von Sponsoren geladene) Gäste einlädt. Die Stärke des Events liegt darin, dass er Architekturneuigkeiten und deren Akteure, die aus der Medienwelt, dem Buchhandel und Fachzeitschriften bekannt sind, an zwei Tagen im KKL Luzern auf die Bühne bringt.

Branding ist ein Modewort, das sich wie viele Modewörter durch Unschärfe auszeichnet. Als Einstieg hilft: Branding ist mehr als der sichtbare Teil von Werbung. Als Instrument strategischer Unternehmens- bzw. Markenführung handelt Branding vom Prozess der Wahrnehmung, Interpretation und Gestaltung visueller bzw. räumlicher Identifikationsangebote für eine bestimmte Zielgruppe. Ausgangslage sind immer Produkte oder Dienstleistungen. Erfolgreiche Marken schaffen mit Hilfe ihrer kommunikativen Wirkung einen symbolischen und (mit dem Kauf) auch einen ökonomischen Mehrwert. Eine gute Marke erfüllt materielle und immaterielle Kundenwünsche schnell, bequem und ohne Widerspruch.

Das Geschäft mit der Identifikation

Für die Verständigung über die Disziplinengrenzen hinaus ist der Begriff Identifikation das Schlüsselwort. Mit dem Slogan *manufacturing identities* bezeichnete Rem Koolhaas 1999¹ die Aufgabe, die sich der Architektur durch die Dominanz einer globalen Weltökonomie stellt. Seine Mitstreiterin Anna Klingmann (Klingmann Architects & Brand Consultants) ist im Markt der Identitätsbildung tätig. Ihr Beitrag «Brandscapes» setzte in Luzern den Anfang. Brandscapes steigern das Identifikationspotential einer Marke gezielt mit Hilfe von Architektur. Dem Ansatz liegt ein ganzheitliches Kommunikationsmodell zugrunde, dessen Hauptinteresse sich kommunikativen Effekten widmet: Architektur ist Hardware (Hülle und Repräsentationsraum für Unternehmenswerte), Software (für entsprechende Wahrnehmungs- und Funktionsräume) und zugleich ein Ort sozialer Interaktion. Als Transportmittel für Nutz-, Symbol- und Orientierungswerte zwischen Firma und Endverbraucher üben Brandscapes einen plan- und messbaren Einfluss auf die Wahrnehmung bei der Zielgruppe aus. Kirstin Höger untersucht an der ETH Zürich die Beispiele strategisch-kommunikativer Firmenarchitekturen aus einer ähnlichen Perspektive. Vorhaben wie die Auto Vision von VW in Wolfsburg oder das Grossprojekt WestSide in Bern heissen in ihrer Terminologie «Brandhubs». Als Eliteobjekt und Gestalterin von perfekten Erlebnis- und Unterhaltungswelten hat sich die Architektur erst in den letzten Jahren zu einem Massenmarkt entwickelt. Was danach kommt, steht nach Aussagen der beiden Expertinnen im Zeichen der Authentizität. Die Namen von Stararchitekten und perfekt inszenierte Erlebniswelten reichen dann nicht mehr aus, um erfolgreich zu sein.

Der intelligente Markenarchitekt

Wie die verschiedenen Beiträge in Luzern zeigten, stellt ein zunehmend breit und professionell geführter Marketing- und Kommunikationswettbewerb den architektonischen Raum umfassend zur Diskussion: Angesprochen sind Architektin-