

Editorial

Goethes Zitat, wahrscheinlich das bekannteste überhaupt, steht heute für die Erwartungen, die an die eigenen vier Wände gestellt werden. Tatsächlich besagt es das genaue Gegenteil: Der Oster-spaziergang ist – für eine kurze Weile nur – ein Ausbruch aus räumlich beengten, dumpfen Verhältnissen, der die Menschen ihre gesellschaftlichen Zwänge vergessen läßt. In diesem *jauchenden* Ausruf liegt der Kern des Geschehens – und das ist nicht das Abtauchen in die Sphäre des Privaten. Vielmehr schwingt darin die zeitweilige Befreiung von Domestikation, die – wie könnte es anders sein – draußen stattfindet. Im Spannungsfeld der sinnverkehrten Bedeutung von Domestikation und Privatisierung ist der ganze widersprüchliche Werdegang des Wohnens enthalten. Wohnen ist durchtränkt von seiner eigenen Geschichte und daher niemals voraussetzungslos. Es war so lange kulturelles Schlachtfeld und Gegenstand von Erziehung – es ist es noch –, daß es offenbar nicht von Grund auf neu gedacht werden kann; wir sind “eingewohnt” in Raumkonfigurationen, kulturelle Modelle und soziale Organisationsformen. Wohnen definiert zwar ein eigenes Territorium, aber es ist keine Exklave des Privaten, sondern angesiedelt im Zentrum des gesellschaftlichen Selbstverständnisses: Es bildet nach wie vor die ökonomischen Verhältnisse ab und zeigt den gesellschaftlichen Status an, es gibt Aufschluß über die sozialen Konventionen, die das Zusammenleben regeln, über die Geschlechterrollen, die Beziehung von Eltern und Kindern und das Verhältnis der Generationen zueinander, es ist ein wesentlicher Indikator für die Ausdifferenzierung der Gesellschaft in Gruppen bzw. das Ausmaß an Individualisierung, es definiert über Lebensmodelle und Wohnstile kulturelle Zugehörigkeiten und Identitäten, es oszilliert zwischen Selbstdarstellung und Selbstbescheidung, es beinhaltet eine ideale Vorstellungswelt, aufgeladen mit Wünschen, Hoffnungen und Träumen, der die Pragmatik des Alltags seltsam fremd bleibt, es unterliegt kommerziellen Einflüssen und ist Objekt offensiver Werbung, egal ob es sich um technische Aufrüstung oder ästhetische Aufmotzung handelt, ob es um Schlafgewohnheiten, EBkultur oder Körperpflege geht, es wird unter den Druck des Zeitgemäßen gestellt, und die wechselnden Bilder des jeweils neuen Wohntrends bedienen sich eines unveränderten Glücksversprechens als Vehikel, da Glück anscheinend häuslich zu buchstabieren ist – kurz: Im Wohnen verschränkt sich alles: historisches Erbe und aktuelle Entwicklungen, ökonomische Umstände, soziale Gegebenheiten, kulturelle Gepflogenheiten, psychologische Faktoren, persönliche Dispositionen und Neigungen und natürlich die ganz banalen Anforderungen des tagtäglichen Lebens. Das macht es als Thema so schwierig und Fehler so schwerwiegend. Ein mißlungener Museumsbau? Muß man sich nicht ansehen, so what? Ein mißlungener Wohnbau dagegen ist eine Katastrophe.

Ein archplus Heft zum Wohnen ist mit dem merkwürdigen Phänomen konfrontiert, daß Wohnen derzeit wirklich ein Thema ist, die Flut an Veröffentlichungen und die Fülle neuerer Wohnbaubeispiele belegen dies, gleichzeitig scheint es wenig zu geben, das einen wirklichen Neuigkeitswert hat. Die Grundfrage ist seit einem Vierteljahrhundert von gleichbleibender Aktualität, nämlich: Wie korrespondieren die angebotenen räumlichen Lösungen mit den Veränderungsprozessen, denen unsere Gesellschaft unterworfen ist? Und auch diese Veränderungsprozesse selbst sind so neu nicht: Die demographische Entwicklung mit ihren Auswirkungen auf die kleinfamiliäre Gesellschaftsstruktur war prognostizierbar, der sozialstrukturelle Wandel und die wachsende Individualisierungstendenz bereits voll im Gange und auch der neo-liberale Umbau der Wirtschaft mit den Übergriffen der neuen Arbeitsverhältnisse auf das, was Wohnen und Freizeit einmal bedeutete, zeigte schon sein häßliches Gesicht. Wir sind es so gewohnt, das Wohnen der breiten Masse als Aufgabe staatlicher Lenkung zu betrachten, daß die Frage, wie die Anpassungsprozesse zwischen veränderten Lebensbedingungen und Wohnverhältnissen von-statten gehen sollen, erst einmal gar nicht auftaucht. Bestimmt nicht nur durch den Entwurf eines Architekten. Was bedeutet das eigentlich, wenn es nach der Deregulierung des Wohnungsmarkts keine “Zuständigkeiten” mehr gibt, keine Stelle, bei der man Forderungen oder Schuldzuweisungen abladen kann? Das berühmte “freie Spiel der Kräfte” mit der unvermeidlichen Benachteiligung Schwächerer? Sicher. Da aber das quantitative Problem der Wohnungsversorgung als gelöst gilt, waren diese ökonomischen Folgen hier nicht von vorrangigem Interesse, obwohl sich die “Wohnungsfrage” im Kontext der neuen Armut für einen Teil der Bevölkerung immer stellen wird. Um auch die Chancen aufzuspüren, die in der Entlassung des Wohnens aus staatlicher Fürsorge liegen, schien es sinnvoll, das Thema vom Standpunkt des Marktes aus zu betrachten. Diese Herangehensweise zieht sich wie ein roter Faden durch das vorliegende Heft:

1 Die erste Frage ist natürlich, wie sich die alleinige Regie des Marktes auf das Wohnungsangebot selbst auswirkt. Maßgeblich dafür ist die Überlegung, daß der Markt seinem Wesen nach unideologisch ist, d.h. grundsätzlich wird alles, für das sich ein Abnehmer finden könnte, auch produziert und angeboten – die entsprechende Profitabilität vorausgesetzt. Bei einem ausgeglichenen Verhältnis von Angebot und Nachfrage muß das zu einer Qualifizierung der Angebote führen. Von daher kann sich, rein theoretisch, eine weit-aus größere Vielfalt entwickeln als unter einer paternalistisch verwalteten Wohnungswirtschaft, die den Bedürfnissen ihrer Klientel keine sonderliche Aufmerksamkeit widmen muß. Das ist auch der Fall. Die Bandbreite reicht vom unverwütlischen Einfamilienhaus bis zum ehemals verpönten Wohnturm, vom Townhouse, einer Neuauflage

des städtischen Reihenhauses, bis zum Space Block, einem verschachtelten Geschoßwohnungsbau, vom Loft bis zur bürgerlichen Etagenwohnung, von der Auflösung der “dienenden Räume” in verschiedene Wohnzonen bis zu ihrer funktionalen Bündelung in einer Servicezone, von historisierendem bis zu modernistischem Vokabular, von der besonderen Lage – in der Innenstadt oder am Wasser – bis zur Einzigartigkeit des Objekts z.B. durch Vergangenheits- oder Architektenreferenz etc. Eine vorherrschende Tendenz ist in dieser Bandbreite nicht auszumachen; sie wird nur über den marktinternen Mechanismus der Diversifikation verständlich: Die Chance jedes neuen Angebots liegt in der Besonderung gegenüber den anderen.

2 Diversifikation ist eine Strategie des Marktes, das Investitionsrisiko zu verringern. Die Spanne zwischen anonymem Käufer/Mieter und Investor/Bauträger hat in der Vergangenheit immer wieder zu Fehlspekulationen im Hinblick auf eine einzige Käufergruppe geführt. Diese Unsicherheit ist heute durch die neue soziale Unübersichtlichkeit, die keine ausschließliche Orientierung an der Kleinfamilie mehr erlaubt, noch größer geworden. Die Stichworte dazu sind bekannt: Neue Haushaltsformen und Wohngruppen wie Patchwork-Familien, Singles, Living-apart-together-Paare und Living-together-apart-Gemeinschaften, sowie die brutalen demographischen Facts mit dem sprunghaft wachsenden Anteil älterer Menschen und Hochbetagter. Auch die Fragmentierung der Biographien in stark divergierende Lebensphasen und das neue Verhältnis von Wohnen und Arbeiten sind Faktoren, die die Nachfrage modifizieren. Hier ist nicht so sehr der Gebäudetypus angesprochen, sondern das Wohnungsgemenge, d.h. die Variationsbreite der Wohnungen im Hinblick auf Größe, Zuschnitt und Ausstattung. Ein neues Credo für den Geschoßwohnungsbau scheint die Anzahl der unterschiedlichen Wohnungstypen zu sein, die ein einziges Gebäude beherbergen kann. Was dabei entsteht, sind in sich verschachtelte Gebäudehybride, die mit versetzten Geschoßhöhen, variierenden Achsbreiten, der Mischung von ein-, anderthalb- und zweigeschossigen Wohnungen und einem Gewirr interner Treppen jeder Wohnung noch eine besondere Qualität verleihen wollen.

3 Am zuverlässigsten läßt sich das Investitionsrisiko durch ein Angebot verringern, das sich erst mit der Nachfrage spezifiziert. Dafür gibt es zwei Strategien. Der klassische Weg liegt in einem relativ nutzungsneutralen Grundriß, der für Interpretationen offen ist und sich unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen anpassen läßt. Das Maßschneidern von Raumkonzepten war immer den Wohlhabenden vorbehalten, übertragen auf beengte Verhältnisse führte es in die funktionalistische Falle. So ist der Standardgrund-

riß des sozialen Wohnungsbaus durch eine deutliche Raumbierarchie gekennzeichnet, entsprechend der Hierarchie der Familienmitglieder. Nutzungsneutralität dagegen bedeutet relativ gleichwertige, womöglich mehrfach zugängliche Räume. Neuere Grundrißentwicklungen gehen von nicht-hierarchischen Wohngruppen aus, wobei die Familie nur eine mögliche Gruppe unter anderen ist. Der zweite Weg liegt in einem Procedere, das ein Gerüst vorgibt und die detaillierten Festlegungen zusammen mit dem künftigen Nutzer trifft. Eine solch veränderungsoffene Planung knüpft idealiter an frühere Partizipationsmodelle an. Praktisch handelt es sich meist um freie Grundrisse, die ohne konstruktive Beschränkungen unterteilt werden können. In der Regel werden mehrere Varianten zur Wahl angeboten, obwohl theoretisch auch der künftige Nutzer seine eigene Variante entwickeln könnte. Diese Variabilität des Grundrisses ist eine “Verkaufsvariabilität” und keine Nutzungsvariabilität, da sie nach dem Erstbezug nicht mehr gegeben ist. Natürlich könnte der Grundriß auch später komplett neu unterteilt werden, das ist aber eher nicht zu erwarten. Allerdings war die frühere Variabilitätsdiskussion, wie sie schon in der Moderne geführt und in den 70er Jahren wieder aufgenommen wurde, mit einer sozial wenig beweglichen Gesellschaft konfrontiert, die ausgerechnet ein räumlich flexibles Verhalten im Nachhinein sehr unwahrscheinlich erscheinen läßt. Das hat sich heute grundlegend geändert und ist wohl auch ein Motiv für das neuere variantenreiche Entwerfen.

4 Erwähnt werden soll auch der immer wieder unternommene Versuch, mittels Marktforschung und Trendstudien, die Zielgruppen auszuloten und mit paßgenauen Angeboten das Investitionsrisiko zu verringern. Vergeblich, wie man hinzufügen muß. Das ist nicht weiter verwunderlich, da sich diese Studien im pseudowissenschaftlichen Bereich bewegen und nicht als Planungsgrundlage taugen. Sie zeitigen in der Analyse der Gesellschaftsstruktur anhand kulturell-psychologischer Topoi so alberne Ergebnisse wie eine Typisierung von Lebensstilgruppen nach Selbstverwirklichung, Unterhaltung, allseits interessiert, sachorientiert, häuslich, hochkulturell, familiär, traditionell, passiv. Es lohnt nicht, näher darauf einzugehen.

5 Bekanntlich werden unter kapitalistischen Bedingungen Waren mit Versprechungen ausgestattet, die sich immer weiter von ihrem realen Gebrauchswert lösen. Dieser ökonomische Mechanismus wurde von Fritz Haug mit dem Begriff der Warenästhetik gekennzeichnet. Der ästhetische Schein der Ökonomie erreicht mit der Vermarktung von Atmosphären, d.h. der Einbindung von Objekten in ein atmosphärisch gestimmtes Ensemble, einen neuen Höhepunkt. Auch für das Wohnen spielt das Marketing zunehmend eine Rolle, und dies um so mehr, als es sich um einen

ausgeglichener Markt handelt. Atmosphären mit ihrem unterschwelligen Appell an Stimmungen und Gefühle sind ein geradezu ideales Instrument, da Wohnen selbst nie nur funktional betrachtet wird, sondern immer die subjektive Befindlichkeit mitschwingt. Die damit gegebenen Möglichkeiten, ein vages Ungenügen in eine bestimmte Richtung zu kanalisieren, müssen nicht extra betont werden. Neben der Immobilie selbst geht es vor allem um die Wohnungsausstattung, die bei der Immobilienvermarktung eine immer größere Rolle spielt. Hier zeichnet sich ein interessantes Phänomen ab: Die Gestaltung der Wohnung nach atmosphärischen Gesichtspunkten ist dazu angetan, die funktionale Definition von Räumen aufzulösen und durch Zonen zu ersetzen, die von Befindlichkeiten und Stimmungen charakterisiert werden wie Ruhe und Entspannung, Anregung und Geselligkeit etc. Die Entspannungszone z.B. ist dann mit einem offenen “Wellnessbereich” ausgestattet, der das klassische Badezimmer ersetzt. Ähnliches gilt für die Küche. Da ein solcher Wohnungszuschnitt viel Platz braucht, sofern nicht die Individualräume abgeschafft werden sollen, findet man entsprechende Grundrisse bisher nur bei Luxusobjekten oder die Idee dazu in den PR-Informationen der einschlägigen Hersteller.

6 Last but not least darf bei einer marktanalytischen Betrachtung die Frage nach den Alternativen nicht fehlen. Was ist aus den Ansätzen der 80er Jahre geworden, die dem voranschreitenden Prozeß sowohl der Ökonomisierung als auch der Individualisierung des Wohnens bewußt ein eigenes Modell entgegengestellt haben? Sie sind, sofern sie überlebt haben, mit den neueren Baugruppen Teil einer viel breiteren Bewegung geworden, deren Spektrum alle Grade und Schattierungen der Selbstorganisation umfaßt. Diese Bewegung beschreibt kein Gegenmodell mehr zum Markt, sondern zeigt vielmehr eine seiner vielversprechendsten Entwicklungsmöglichkeiten auf, da sich mit den neuen Formen der Projektentwicklung auch das Modell einer veränderungsoffenen Planung fortschreibt und auf Fälle übertragen werden könnte, die in Rechtsform und Finanzierung den herkömmlicheren Wegen folgen.

Das Heft untergliedert sich in drei große Teile. *Teil I: Vermarktung von Atmosphären* beschäftigt sich mit diesem neuen Mechanismus der Ökonomisierung des Wohnens. Er hat den Charakter einer Sondierung, da es sich um ein Phänomen handelt, das in seinen Dimensionen noch kaum abzuschätzen ist, das jedoch an Bedeutung gewinnen wird. Für diese Sondierung, die thematisch von physikalischen bis zu philosophischen Bestimmungen reicht, schien das Format des Gesprächs angemessen (Krausse/Kraft). Gleiches gilt auch für den Bereich des Immobilienmarketing, da der O-Ton mehr Unmittelbarkeit und Aussagekraft transportiert, als es eine theo-

retische Analyse könnte (Dahler/von Mende). Ein spannender Zugang zum Thema eröffnet sich durch die Bestimmung von Zeitenössisckheit und der Ausrichtung der zeitgenössischen Architektur auf die Erzeugung von Effekten (Lavin), während die Literatin Sybille Berg genau dem Zeitenössischen, wie es sich im “Trendwohnen” niederschlägt, die Gefolgschaft verweigert.

Teil II: Räume zur Disposition bildet den Hauptteil des Heftes. Hier geht es um die eingangs gestellte Grundfrage der Anpaßbarkeit räumlicher Konzepte an gesellschaftliche Veränderungen. Dazu werden die Konsequenzen des demographischen und sozialen Wandels für das Wohnen aufgezeigt (Siebel) und die überkommenen Wohnmodelle auf ihr historisches Erbe befragt (Kraft). Die Grundrißtableaus (Kraft/von Mende/Kläser) bilden das Zentrum des Heftes. Sie sind vor dem Hintergrund entstanden, daß in der Vielzahl der neueren Beispiele zwar nicht die eine, in jeder Hinsicht befriedigende Lösung zu finden ist, es aber jede Menge interessanter Ansätze gibt. Erst die systematisch-vergleichende Gegenüberstellung gibt Aufschluß über die Breite des experimentellen Feldes und die verschiedenen Richtungen der Lösungssuche. Dabei schält sich deutlich das skizzierte Bild der Ausrichtung des Wohnungsmarktes heraus. Die beiden Kombinatorik-Tableaus belegen vor allem die Tendenz zu Diversifikation und veränderungsoffener Planung, während die beiden Zonierungs-Tableaus unterschiedliche Modelle der sozialen und funktionalen Raumorganisation zeigen unter dem Gesichtspunkt ihrer Interpretierbarkeit durch verschiedene Nutzer. Die nachfolgende Projektpräsentation ist an den Themen der Tableaus ausgerichtet.

Teil III: Wohnen in eigener Regie ist den neuen Baugruppen und den verschiedenen Formen des selbstorganisierten Wohnens gewidmet. Eingebunden in eine eigens entwickelte Gruppensystematik wird eine Vielzahl von Initiativen vorgestellt und in ihren Zielsetzungen gewürdigt (Kläser). Den Abschluß bildet eine historische Einordnung dieser Bewegung, die ihre aktuelle Besonderheit hervortreten läßt und vor dem Hintergrund des neoliberalen Umbaus der Gesellschaft das Potential dieser Gruppen aufzeigt. gesellschaftliche Aufgaben zu übernehmen. Selbstorganisation ist die erste Bürgerpflicht (Uhlig).

Sabine Kraft, Julia von Mende, Simone Kläser