

DER ENTWURF

DAS MAGAZIN FÜR JUNGE ARCHITEKTEN

ein Supplement der
DBZ

November 2016

Storytelling – gekonnt präsentieren

Neue Darstellungsformen für Präsentationen

DIY – Imagebroschüre, Websites

hier wo du strahlst

**Präsentation
—
Vermarktung einer Idee**

DBZ

Deutsche BauZeitschrift

WerkGespräch

IMPULSE . DIALOGE . KNOW HOW

Foto: Mitsubishi

08.12.2016
18.00 Uhr

Mitsubishi Electric Deutschlandzentrale
Mitsubishi-Electric-Platz 1
40882 Ratingen

Werk Gespräch

*mit Vorträgen von
Kilian Kresing, kresings architektur GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.*

**Anmeldung auf
DBZ.de/werkgesprach-mitsubishi**

 **MITSUBISHI
ELECTRIC**
Changes for the Better

Überzeugen

Als Architekt ist es wichtig seine Ideen überzeugend zu präsentieren. Professoren, Jurymitglieder und Bauherrn sollen die eigene Idee verstehen und ihr so im besten Fall zu Realisierung verhelfen. Architekten machen schon vieles richtig. Denn 90% der an unser Gehirn weitergeleiteten Informationen sind visuell. Da passt es gut, dass Zeichnungen und Visualisierungen zum Standard-Repertoire eines jeden Architekten gehören. Allgemein werden Bilder der Vortragende durch eine emotionale Geschichte überzeugen, sind die Zuhörer gebannt und hellwach. Entscheidungen treffen wir meistens aus emotionalen Gründen, wenn z. B. eine Geschichte fesselt oder sie für uns nachvollziehbar ist. Dabei ist es nicht notwendig nur auf die altbewährten 2D-Zeichnungen und Pläne zurückzugreifen. Die Form der Darstellung hat sich entwickelt – 3D PDF, Virtual Reality. Die geeignete Darstellungsform für die Inhalte zu finden, ist nun die Herausforderung. Genauso wichtig ist es, die eigenen Arbeiten und sich selbst überzeugend zu präsentieren: in Broschüren und auf Websites. Wenn das gelingt, kommt der nächste Auftrag bestimmt. Während Sie auf ihn warten, üben Sie einen überzeugenden Vortragsstil.

Viel Spaß beim Lesen!

Schon gemerkt? DER ENTWURF hat eine neue Rubrik. Ab Seite 28 finden Sie Architekturbüros, die sich Ihnen vorstellen.

- 03 Editorial und Inhalt |
- 04 Glosse |
Sarah Centgraf
- 06 Aktuell |
- 08 Erstwerk | BLOON
- 10 Nachgefragt | Überzeugen
DRATZ&DRATZ Architekten, Oberhausen
querkraft, Wien/AT
Jan Rösler Architekten, Berlin
- 14 Anleitung | Planlayout
- 16 Fachbeitrag | Neue Darstellungsformen
Eric Sturm, Berlin
- 18 Fachbeitrag | Storytelling: Im Gedächtnis bleiben
Birgit Schürmann, Berlin
- 20 Fachbeitrag | Websites: Digitale Vistienkarte
Anett Ring, Berlin
- 23 Fachbeitrag | Imagebroschüre
Margrit Reinhardt, Düsseldorf
- 26 Suchen und Finden |
- 28 **NEU!** Architektur | Büros stellen sich vor
- 31 Impressum |



Thema:
hier wo du strahlst,
Foto: Kristin Nierodzik

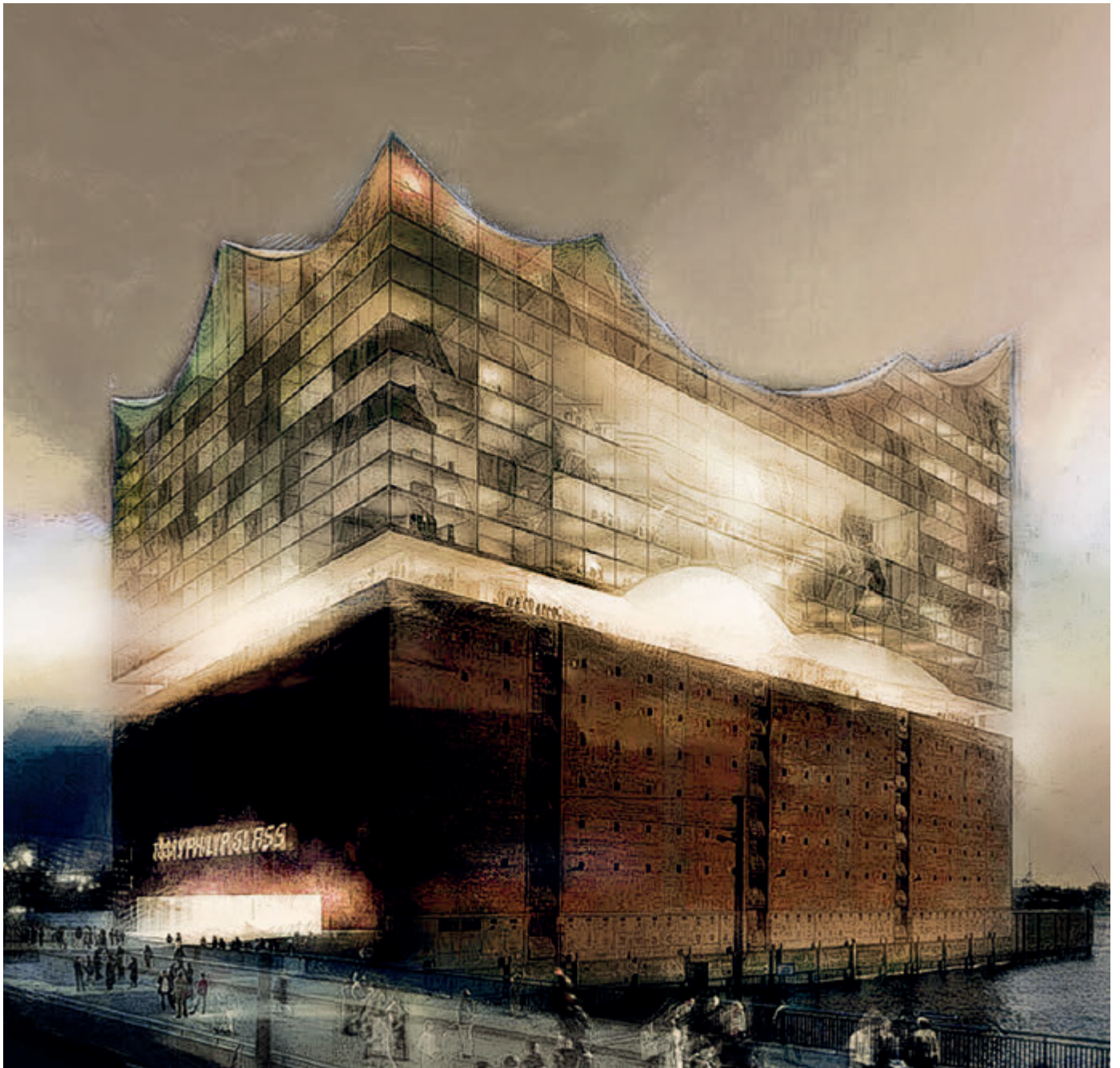


Collage: Kristin Nirodzik

Wo Sie strahlen

Schnell gekämmt, angezogen, die Pläne und die Modelle in das Auto geladen. Rucksack kontrolliert: Laptop, USB-Stick drin. Moment, wo ist das Ladekabel? In die Wohnung gestürmt, alles auf den Kopf gestellt, Ladekabel gefunden, eingepackt. Tür zu, Treppe runter, rein ins Auto, auf zur Uni. Die vielen Helferlein stehen vor der Tür zum Foyer bereit, um das Modell auszuladen, die Pläne aufzuhängen, die Technik am richtigen Ort aufzustellen und zu testen. Der Professor und seine Entourage kommen: Vorhang auf! Jetzt gilt es zu überzeugen, den eigenen Ent-

wurf zu präsentieren, dass er verstanden wird. In einem virtuellen Raum erzeugte Renderings hängen an der Wand. Pläne, Renderings, Modelle entlocken noch ein müdes Gähnen. Powerpoint ist ein Folterinstrument. Schlecht gestaltete Folien – das passiert selbst designaffinen Architekten. Und zu lange Redezeiten weisen daraufhin, dass die Präsentation einen Tag vorher im Eilschritt gemacht wurde. Im Eilschritt durch die Präsentation. Sie suchen ihn – rot soll er sein, der Faden. Nicht gefunden? Jetzt hängt die Präsentation am deren seidenen. Ein Durchatmen, ein Megafon in die Hand genommen, ist der Platz vor den Plänen ihr Marktstand, die Zuhörer ihre Kunden – Sie vermarkten Ihre Idee. Das nächste Mal, denken Sie sich, bin ich besser vorbereitet. Aufgebremst für die Preisstunden Sie bereit für den großen Moment. Und dann der Schock. Hier, wo Sie strahlen, gibt es kein WLAN. S.C.



Elbphilharmonie Hamburg Architekten: Herzog & de Meuron

THE ART OF HANDLING AIR

TROX[®] **TECHNIK**



Die Kunst, mit Luft souverän umzugehen, versteht TROX wie kein anderes Unternehmen. Aus gutem Grund ist TROX Weltmarktführer für die Belüftung und Klimatisierung von Gebäuden. www.trox.de



Dachflächen mindern Wohnungsnot

Wie Forscher der TU Darmstadt und des Pestels Instituts herausgefunden haben, ist die Verdichtung von Innenstädten noch nicht abgeschlossen. Auf den Dächern bietet sich noch Potential, das auch der Wohnungsknappheit entgegenwirken könnte. Etwa eine halbe Millionen Dachflächen in angespannten Ballungsgebieten könnten sinnvoll mit einem Geschoss oder auch zwei Geschossen aufgestockt werden und so den Wohnungsmarkt entspannen. Auch die ökologischen Vorteile überwiegen, fassen die Forscher zusammen. „Aufstocken spart Energie. Wird die oberste Geschossdecke der Mehrfamilienhäuser überbaut, sinkt der Heizbedarf in den ehemaligen Dachwohnungen um bis zu 50 Prozent. Und bei einer modernen, energieeffizienten Bauweise würden die neuen Obergeschosse kaum zusätzliche Wärme verbrauchen“, berichtet das Institut der deutschen Wirt-

Das Potenzial der Dächer in Zahlen

<p>1,1 Millionen neue Wohnungen mit insgesamt 84 Millionen Quadratmetern Wohnfläche lassen sich in Deutschland schaffen, wenn die Dachgeschosse von Mehrfamilienhäusern aufgestockt werden.</p>	<p>348 Millionen Quadratmeter Flächenverbrauch ließen sich durch das Aufstocken im Vergleich zum Neubau vermeiden – das entspricht in etwa der Größe von Dresden.</p>	<p>50 Prozent geringer wäre der Energiebedarf der alten Dachgeschosse durch die Aufstockung – die neuen Dachgeschosswohnungen verbrauchen bei Niedrigenergiebauweise kaum zusätzliche Heizwärme.</p>	<p>9,32 Euro Kaltmiete pro Monat und Quadratmeter müsste ein privater Investor bei Baukosten von 2.400 Euro pro Quadratmeter anfangs verlangen, um im Laufe von 30 Jahren eine Eigenkapitalrendite von 4 Prozent zu erzielen.</p>
--	--	---	--

schaft Köln (iwd). „Aufstocken spart Fläche. Um dieselbe Menge an Wohnraum neu zu bauen, müssten insgesamt 348 Millionen Quadratmeter mehr versiegelt werden – eine Fläche, die beispielsweise die Größe der Städte Dresden oder Bremen übersteigt.“ Ein Grund sich mehr mit Dachflächen zu beschäftigen.

www.tu-darmstadt.de

AIV-Schinkel-Wettbewerb 2017 ausgelobt

Das Westkreuz ist eine der prägnantesten Zäsuren im Berliner Stadtgefüge. Das Geflecht aus Rampen, Brücken und Böschungen gehört zu den Hinterlassenschaften der autogerechten Stadt der 1960er- und 70er-Jahre. Zusammen bilden sie ein abweisendes, zu Fuß und mit dem Rad kaum zu durchdringendes Labyrinth.

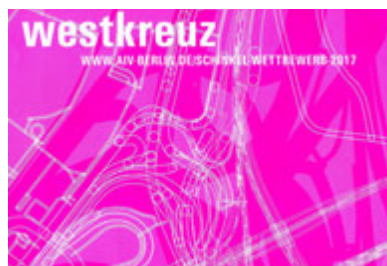


Abb.: AIV

Der AIV zu Berlin lädt junge Architekten, Ingenieure, Stadtplaner, Künstler und Studierende ein, sich mit diesem schwierigen Ort auseinanderzusetzen. Beispielhaft werden Ideen gesucht, die die vom Verkehr stark belasteten Flächen als vielfältig nutzbare Stadträume wiedergewinnen. Dazu sind folgende Aufgabenschwerpunkte vorgesehen: Canyon: Die vom Verkehr stark belasteten Flächen sollen als vielfältig nutzbare Stadträume wiedergewonnen werden. Arrival City: Der zentra-

le Busbahnhof soll zu einem zeitgemäßen Ort des Ankommens und Abfahrens ausgebaut werden. Friendly Aliens: Zu konzipieren ist ein Gebäude, das wie das ICC für den Ort ein städtebauliches Zeichen setzt.

Der AIV-Schinkel-Wettbewerb 2017 richtet sich an junge AbsolventInnen und StudentInnen der Fachdisziplinen Städtebau, Landschaftsarchitektur, Architektur, Verkehrsplanung, konstruktiver Ingenieurbau und freie Kunst. Eine interdisziplinäre Bearbeitung der Aufgaben ist erwünscht. Termine sind: Veröffentlichung der Aufgaben am 26. September 2016, der Anmeldeschluss ist der 2. Januar 2017, die Preisverleihung findet am 13. März 2017 statt. Alle Details auf der Website.

www.aiv-berlin.de/schinkel-wettbewerb-2017

Wettbewerb „Auf IT gebaut 2017“

Der Wettbewerb „Auf IT gebaut“ geht in die nächste Runde. Auszubildende, Studierende und junge Absolventen sind aufgerufen, ihre Ideen und Konzepte zur Digitalisierung im Bauwesen bis zum 21. November 2016 in den Wettbewerbsbereichen Architektur, Bauingenieurwesen, Baubetriebswirtschaft sowie im gewerblich-technischen Bereich einzureichen. Gesucht werden beispielsweise BIM-basierte Anwendungen, Simulationen und IT-Lösungen in den Bereichen Lean-Construction, Social Media sowie E-Learning. Auf die Gewinner warten Preisgelder in Höhe von insgesamt 20000€. Zusätzlich wird auch in diesem Jahr ein Sonderpreis der Ed. Züblin AG vergeben. Die Preisverleihung findet auf der Weltleitmesse BAU in München am 17. Januar 2017 statt. Anmeldungen sind noch bis zum 14. November 2016 möglich.

Der Wettbewerb wird gemeinsam vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und den Sozialpartnern der Bauwirtschaft initiiert, wobei der BDB Bund Deutscher Architekten, Ingenieure und Baumeister den Wettbewerb als Kooperationspartner ideell unterstützt. Die fachliche Begleitung und Organisation wird dabei von der RG-Bau im RKW Kompetenzzentrum übernommen.



www.aufitgebaut.de

Hanfsteckhaus

Hanf ist ein nachwachsender Rohstoff. Nachhaltig im besten Sinne, denn er bindet über seinen Lebenszyklus mehr CO₂ als er bei Anbau, Ernte, Verarbeitung und Transport abgibt. Als Dämmung wird Hanf im gesunden Wohnen und nachhaltigen Bauen verwendet. In einem von Professorin Kerstin Schultz gestellten Stegreif an der Hochschule Darmstadt sollten Studierende zum Thema Hanf eine architektonische Idee ausarbeiten. Marietta Scheider, Absolventin der Fachrichtung Innenarchitektur, entwarf daraufhin ein Hanfsteckhaus. 40 cm dicke Hanfplatten werden durch das zweiteilige Stecksystem verbunden. Um das System zu optimieren, unterstützten Stuckateur-Meisterschüler der Johann-Jakob-Widmannschule in Heilbronn Scheider bei der weiteren Entwicklung. Gemeinsam überführten sie den Entwurf in einen Ausführungsplan. Dabei war die besondere Herausforderung die Steckverbindung. Die Lösung: Ein Holzbrett mit rechteckigen Schlitzen an den jeweiligen Enden verbinden die Hanfplatten. Ein durch den Schlitz gestecktes T-Stück sichert die Verbindung. Auf der Messe Farbe, Ausbau und Fassade 2016 in München sorgte die innovativen Verbindungen erstmalig bei Besuchern für Aufsehen. Marietta Scheider möchte das Hanfsteckhaus weiterentwickeln.



Foto (links unten): Lea Scheider, Foto (rechts oben): Caparol Farben Lacke Baurenschutz

Gemeinsam überführten sie den Entwurf in einen Ausführungsplan. Dabei war die besondere Herausforderung die Steckverbindung. Die Lösung: Ein Holzbrett mit rechteckigen Schlitzen an den jeweiligen Enden verbinden die Hanfplatten. Ein durch den Schlitz gestecktes T-Stück sichert die Verbindung. Auf der Messe Farbe, Ausbau und Fassade 2016 in München sorgte die innovativen Verbindungen erstmalig bei Besuchern für Aufsehen. Marietta Scheider möchte das Hanfsteckhaus weiterentwickeln.

www.fba.h-da.de, www.caparol.de

Egon Eiermann Preis 2017

Das Thema des Egon Eiermann Preises 2017 ist „Architektur als Impulsgeber im ländlichen Raum“. Die Aufgabe ist es, einen schrumpfenden Ort mit innovativen Konzepten und Entwürfen zu revitalisieren. Ein Bauplatz, eine Baulücke oder ein verlassenes Gebäude soll dem Ort Identität zurückgeben und für die Menschen einen Mehrwert schaffen, indem dort ein öffentliches Gebäude entstehen soll. Einzureichen sind ein Raumprogramm sowie eine Auswahl der verwendeten Materialien und Konstruktionstechniken, die für den Entwurf nachvollziehbar sein sollen. Der von der Eternit GmbH zum 12. Mal ausgelobte Preis richtet sich an Studierende der Fachrichtung Architektur, die an einer deutschen Hochschule studieren und ihren Wohnsitz in Deutschland haben. Außerdem können Absolventen teilnehmen, deren Abschluss nicht länger als zwei Jahre zurückliegt. Der Preis ist mit 5000€ dotiert. Die Arbeiten sind bis zum 27. März 2017 (Poststempel) bei der Redaktion Egon Eiermann Preis im Karl Krämer Verlag einzureichen. Die Jurymitglieder Elke Delugan-Meissl, Architektin, Andreas Fuhrmann, Architekt, Jórunn Ragnarsdóttir, Architektin, Prof. Ludwig Wappner, Architekt und Stadtplaner und Vera Gerdes von Eternit wählen die Preisträger, die anschließend ausgestellt und publiziert werden.

www.egon-eiermann-preis.de

UNIKA®
KALKSANDSTEIN

Mauerwerk

Natürlich. Wirtschaftlich. Sicher.

- Perfekte Planung
- Einfache Ausführung
- Bester Service

UNIKA.

BAU 2017
16.-21. Januar · München
Halle A2, Stand 309

www.unika-kalksandstein.de

BLOON – Eine bewohnbare Blase

Studierende der Hochschule Bochum haben in Bochum eine bewohnbare Form aus einer Kunststoffmembran gebaut. Sie könnte Wohnraum für Studierende schaffen.

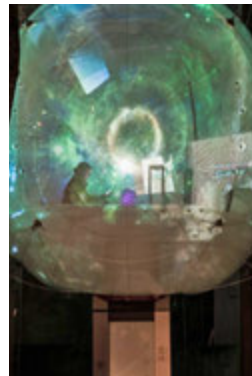


Jeder neunte Einwohner Bochums studiert. Bezahlbarer Wohnraum ist jedoch knapp. Dieser Umstand veranlasste das Studentenwerk Bochum die Idee eines Wettbewerbs an der HS Bochum anzustoßen, der nach innovativen Formen studentischen Wohnens auf ungenutzten Flächen in der Stadt suchte. Architektin Agnes Giannone nahm die Idee auf und bot die Aufgabe als Semesterarbeit an – mit Aussicht auf Realisierung. „Die Studenten sollten sich mit den vielen ungenutzten Flächen in unserer Stadt beschäftigen und studentisches Leben in die Innenstadt bringen“, sagt Dozentin Giannone. Unter ihrem Vorsitz wählte die Jury aus den acht erarbeiteten Projekten den Entwurf „Luftschloss“ von David Keuer und empfahl ihn in einem 1:1-Modell umzusetzen. BLOON heißt die bewohnbare Blase, die Architekturstudierende der HS Bochum aus dem Entwurf weiterentwickelten, nachdem sie aus Umfrageergebnissen ableiteten, dass Studierende auf ihre Küche verzichten können und das Bett der wichtigste Ort für sie ist, sie des Weiteren nur einen Laptop und einen Internetzugang benötigen. Daraufhin reduzierten sie das Raumprogramm auf einen Einraum, dessen transluzente Hülle Schutz vor den Umwelteinflüssen bietet.

In einer etwa 3 m breiten Baulücke in Bochum Ehrenfeld war BLOON diesen Sommer für mehrere Wochen zu sehen. Studierende unterzogen BLOON sogar einem Praxistest – sie wohnten in dem pneumatischen Bauwerk.

Die transluzente, mit Druckluft gefüllte Membran sitzt auf einer Telefonzelle, die gleichzeitig als Eingang und Bad verwendet wird. Das Bad ist ausgestattet mit einer Dusche, einem Chemie-WC und einem ausziehbarem Waschbecken. An der Rückwand, in einem Regal, ist ein Durchlauferhitzer untergebracht und eines der wichtigsten Gegenstände des Projekts: das Gebläse, das die Hülle mit Druckluft befüllt und somit ein Volumen formt. Reduktion also auf das Notwendigste.

3,36 m über dem Straßenniveau schwebt der amorphe Raum. 5,50 m lang und 3,40 m hoch ist BLOON so breit, wie es die Baulücke erlaubt. Umso schmaler die Lücke, desto weniger Raum für den Bewohner. Um die amorphe Form auf der Telefonzelle zu halten, wird die Kunststoffmembran mit Seilen gespannt. Durch die Materialität des transluzenten Raums verschwimmen Boden, Wand und Decke. Über eine Leiter steigt man durch einen 75 cm breiten Zylinder in den Einraum. Bezahlt wird mit den eigenen Daten – „Pay with your Data“. Die Überlegung der Studierenden aus Hildesheim, die ebenfalls am Projekt beteiligt waren: Eine Übernachtung in BLOON wird mit Daten vom eigenen Smartphone bezahlt. Die Daten werden ausschließlich in der lokalen BLOON-Cloud gespeichert. Sie werden für



Gelungen: Ziel des Forschungsprojekts war es, mit den Studierenden Wohnraum mit einfachen Mitteln kostengünstig und umweltfreundlich zu gestalten. Durch den Bau des Prototyps sollten die Studierenden zum einen Grundlagen und Methoden des nachhaltigen Bauens erlernen, zum anderen ihr Verständnis für Baukonstruktion erweitern



den Gast auf die Innenseite der Hülle projiziert, so dass in der Nacht eine Privatsphäre für den Bewohner geschaffen wird. Über das Bezahlsystem macht BLOON neue „Erfahrungen“, die es mit dem jeweiligen Bewohner teilt, wie die Entwurfsverfasser schreiben.

Für die Umsetzung des Entwurfs suchten sich die Studierenden Unterstützung bei Firmen, Künstlern und Mediengestaltern. Fast ein Jahr waren sie mit der Umsetzung des Entwurfs beschäftigt. In der Zeit klärten sie Fragen der technischen und bauphysikalischen sowie medialen Umsetzung, hielten Vorträge bis zu dem Tag der offiziellen Pressekonferenz im Kunstmuseum Bochum. Dort wurde das Projekt zahlreichen Besuchern vorgestellt. Zu sehen ist es in Bochum leider nicht mehr, aber man hofft auf weitere Umsetzungen in anderen Städten. Bis es jedoch wirklich erschwinglich ist, dauert es noch eine Weile – denn dafür müsste BLOON als Prototyp in Serie produziert werden. Seit Oktober (Studienanfang in vielen Städten) weiß man wieder, wie schwierig es ist eine Wohnung zu finden. BLOON könnte Abhilfe schaffen. S.C.



Objekt BLOON

Ort Baulücke, Stadt Bochum

Realisiert 2016

Beteiligte David Keuer, Kim Stolfik, Lala Muradowa, Alexander Rakow, Jennifer Reufels, Melanie Rosenthal, Elisa Jakaytis, Lukas Beckert, Eileen Boos, Arturo Ollero Carillo, Kristina Deutsch, Julius Frodermann, Franziska Fischer, Timm Fröhlich, Carlos Orihuela-Garcia, Alexander Klier, Franziska Stasch, Pascal Terbach, Jacinto Garrudo-Villar, Lisa Winter; **Projektion** Sandro Engel, Amelie Künzler, Florian Schober, Finn Quoos, Hochschule Hildesheim

Betreuende Dozentin Agnes Giannone, HS Bochum

Mit Unterstützung von AkzoNobel Decorative Paints Deutschland (Human Cities-Initiative), TECE, fischer, HS Bochum, Kunstmuseum Bochum, HAWK, Stadt Bochum, Prof. Michael Maas, Gaspar Galambos, HS Bochum (Tragwerk), Insa 4, Gürsel Dincer (Brandschutz), Pneumocell Thomas Herzig (Konstruktion Pneu)

Fotos Agnes Giannone, Franziska Stasch, Jürgen Mingers, Urban Invention

Internet www.bloon-project.de

Überzeugen

Präsentieren bedeutet auch immer zu überzeugen – manchmal mit außergewöhnlichen Mitteln.

1 | Wie bereiten Sie eine Präsentation vor?

2 | Vortrag oder Planpräsentation – wie unterscheiden sich Ihre Vorbereitungen?

3 | Welche Darstellungsformen nutzen Sie in Ihrem Büro für welche Zwecke?

4 | Wie gewinnen Sie Ihr Publikum für sich? Wie verkaufen Sie Ihre Idee?

1 | Es hängt sicher von der Art des Projekts oder des Auftrags ab. Grundsätzlich fließen zuerst die Ergebnisse aus der Grundlagenermittlung mit in unsere Präsentationen ein.

Unverzichtbar ist jedoch der logische Aufbau bzw. ein sinnvoller Ablauf einer Präsentation. Der Entwurf oder die Entwurfsgedanken müssen durch eine Projektvorstellung von allen Anwesenden nachvollzogen werden.

In der Regel gliedert sich eine Präsentation in mehrere Kapitel. Die erste Folie ist in der Regel eine starke Entwurfsanalogie, darauf aufbauend die städtebauliche Setzung gefolgt von Grundrissen, Ansichten und Perspektiven.

2 | Eine Projektvorstellung besteht in der Regel aus drei Elementen. Das bedeutet, eine digitale Präsentation und ein Modell oder Modellstudien im geeigneten Maßstab. Wir sehen den Vorteil bei einer Beamerpräsentation im Potential einer logischen Folienabfolge. Ein Plansatz dient quasi als „Sicherung“ für Gespräche im Anschluss an eine Vorstellung. Das Modell ist letztendlich das plastische Produkt räumlicher Entscheidungen.

3 | Das Büro ist zuerst einmal offener Gedankenraum. Hier gibt es in dem Sinne keine Vorgaben oder feste Regeln der Darstellung. Da wir gemein-

Ben und Daniel Dratz überzeugen durch gut gegliederte Präsentationen, wie ihr Portfolio bestätigt: Erweiterung Emshertalmuseum Schloss Strünkede (diese Seite), nächste Seite: Haus B (links oben), Erweiterung Hotel Shanghai (unten links), Treppenturm St. Josef Hospital



Foto (Ausschnitt): Thomas Riehle



Foto: Thomas Riehle

sam Architektur entwickeln, müssen wir uns die Ergebnisse nicht gegenseitig präsentieren. Zuerst sind Gedanken verbal zu artikulieren. Die Sprache oder das Wort kann somit als Darstellungsform verstanden werden. Skizzen sind gute Werkzeuge um einen „architektonischen Rohling“ zu überprüfen. Parallel werden Modelle erstellt und kontinuierlich den Entwurfsständen angepasst.

4 | Es geht in der Architektur ja nicht darum ein Publikum für sich zu gewinnen. Ein Publikum in dem Sinne hat man in unserem Beruf ja eher selten. Auch verkaufen wir keine Ideen. Da es in der Architektur kein gut oder schlecht,

Ben und Daniel Dratz

www.dratz-architekten.de

Architektur muss gewinnen. Ideen müssen überzeugen.

sondern nur ein richtig oder falsch gibt, geht es sicher primär darum, getroffene Entscheidungen, auch einem fachfremden Publikum nachvollziehbar vorzustellen. Es kann jedoch als Gewinn verstanden werden, wenn architektonische Konzepte getragen werden und bis zur Realisierung ihre architektonische Kraft nicht verlieren. Gewinnen müssen am Ende die Gesellschaft, die Stadt und die Nutzer einer Architektur.



Abb.: DRATZ&DRATZ



Foto: Daniel Dratz



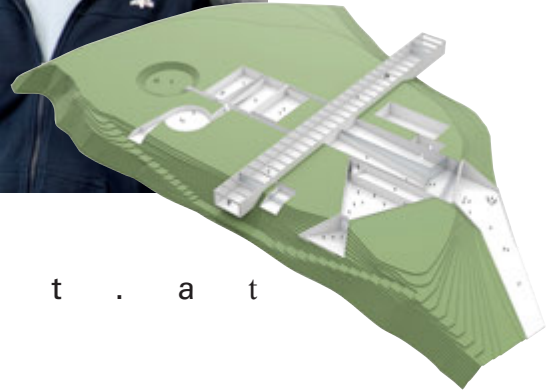
Foto: Thomas Riehle



Foto: Nina Goldnagl

Jakob Dunkl, Peter Sapp, Gerd Erhardt

w w w . q u e r k r a f t . a t



1 | Wir verwenden bei so manchem Wettbewerb, bei mancher Auftraggeberpräsentation einen verdammt großen Teil der Gesamtstunden für die gute Aufbereitung der Idee. Uns ist bewusst, dass der beste Vorschlag nichts wert ist, wenn er nicht gut verstanden wird.



Abb.: querkraft

Foto: Lukas Dostal

querkraft bedient sich ungewöhnlicher Methoden Bauherrn bzw. Jurys von ihren Ideen zu überzeugen – zum Beispiel ließen sie ein kleines Kinderspielzeug-Häschen Hula-Hoop tanzen zur Verdeutlichung der Kubatur eines Hochhauses

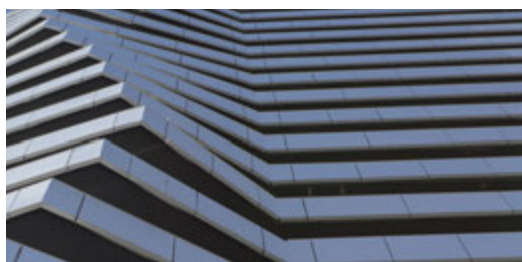


Foto: Lukas Dostal

2 | Beim Vortrag spielen wir oft Bilder aus anderen Bereichen ein. Infotainment ist wichtig, nichts schlimmer als ein langweiliger Vortrag! Pläne sind dagegen schlichtes Handwerkszeug. Allerdings müssen sie auch die Idee bestmöglich vermitteln. Wir versuchen mit Piktogrammen unsere Konzepte zu vermitteln und auch auf Papier Emotionen zu vermitteln.

3 | Bei uns wird alles Mögliche zur Darstellung genutzt. Perfekte Modelle und schnelle Arbeitsmodelle, Renderings und Handskizzen. Es gibt keine strengen Regeln. Eher häufig, im Vergleich zu anderen Büros, kommen unsere Handskizzen zum Einsatz.

4 | Wir kombinieren Information mit Emotion. Wir nutzen alles Mögliche. So haben wir am Ende einer Präsentation mal ein kleines Kinderspielzeug-Häschen auf den Tisch vor die Jury gestellt, das durch kurzes Aufziehen mit schnarrendem Geräusch einen Hula-Hoop-Reifen um seinen Körper drehte. Die Anwesenden hatten ihren Spaß dabei und wir wurden noch Jahre später von einer Jurorin auf diese unkonventionelle Darstellung angesprochen. Die Kernidee der Präsentation waren Balkone eines zylinderförmigen Hochhauses, die wie tanzende Ringe stockwerksweise versetzt waren. Das ganze sah aus, als ob das Haus Hula-Hoop tanzt.

1 | Wir bereiten im Grunde jede Präsentation sehr sorgfältig vor. Im Vorfeld besprechen wir im Team, welche Aspekte uns wichtig sind und welche Inhalte wir vermitteln wollen. Entsprechend des Planungsstandes werden dafür alle notwendigen Unterlagen vorbereitet. Nach Möglichkeit sollte ein Präsentationstermin nicht unbedingt am Tag nach einer Wettbewerbsabgabe stattfinden, damit der Zustand des Büros nicht ein falsches Bild vermittelt. Wichtig finde ich es auch, sich noch einmal genauer mit ein paar Zahlen und Maßen auseinanderzusetzen. Es ist nicht gut, wenn der Bauherr den Eindruck hat, man würde sich mit dem Projekt nicht richtig auskennen. Gerade wenn mehrere Personen an einem Projekt arbeiten, kann man aber nicht mehr alle kleinen Details ständig parat haben.

2 | Vor der Präsentation, die meist in unserem Büro stattfindet, bereiten wir alle Planunterlagen, Modellstudien, Materialmuster etc. vor. Besprochen wird in der Regel an einem Tisch, der den persönlichen Kontakt erlaubt und trotzdem genug Platz bietet, um alles ohne hin und her zu räumen besprechen zu können. Von Beamer-Präsentationen halte ich nicht so viel. Mit dem Laserpointer über die Leinwand zu wedeln finde ich lästig und unpraktisch. In einer physischen Präsentation lassen sich auch schnell und anschaulich Skizzen anfertigen oder die Pläne und das Modell verändern. Das halte ich für sehr wichtig, gerade wenn man die Vorstellungen des Bauherrn vielleicht noch nicht ganz getroffen hat, kann man so schnell reagieren und alternative Vorschläge unterbreiten. In einer Beamer-Präsentation funktioniert das nicht.

3 | Wir arbeiten im Büro von Beginn an viel mit physischen Modellen. Insbesondere bei privaten Bauherren helfen diese sehr gut das (manchmal begrenzte) Vorstellungsvermögen zu unterstützen. Je nach Planungsstand und Komplexität der Bauaufgabe variieren wir in Maßstab, Material, Detaillierungsgrad und Anzahl. Es ist schon öfter passiert, dass ein Bauherr durch das Modell ein „AHA-Erlebnis“ hatte. Viele trauen sich im Vorfeld nicht zu sagen, dass sie die Pläne eigentlich gar nicht verstehen. Aber gerade um Begeisterung für den eigenen Entwurf wecken zu können, muss dieser auch vollständig verstanden und begriffen werden können. Zusätzlich gibt es natürlich die üblichen Planzeichnungen. Grundrisse, Schnitte, Ansichten und eventuell schon Details. Je nachdem wie eine



Foto: Kristoffer Schwelje

Jan Rösler

w w w . j a n r o e s l e r . d e

Präsentation sich entwickelt, können wir uns dann mehr auf Pläne oder Modelle konzentrieren. Visualisierungen als Rendering oder aufwendiges Photoshop wenden wir nur sehr reduziert an. Der zeitliche Aufwand ist doch sehr hoch und gerade in den Anfangsphasen legt man sich damit in vielen Dingen schon zu sehr fest, in denen man häufig noch gar nicht so weit ist.

4 | Hierauf gibt es eigentlich keine Antwort. Ich halte es zunächst einmal für selbstverständlich, dass man sich dem Gegenüber freundlich und aufgeschlossen verhält. Ansonsten muss einfach das persönliche Verhältnis stimmen. Ich verstelle mich nicht, und bin in der Präsentation so wie ich bin. Das scheint zu funktionieren.

Jan Rösler Architekten entwerfen anhand von Modellen und Plänen, um ihre Ideen dem Bauherrn verständlich zu machen. Bei dem Umbau einer Videothek zur Kita-F, Berlin (obere Bildreihe) konnte Jan Rösler überzeugen. Auch der Müllraum, der Ökonomiebau und Evangelisch-Freikirchliche Gemeinde Berlin-Kreuzberg konnte Jan Rösler seine Entwürfe überzeugend präsentieren



Foto: Simon Menges

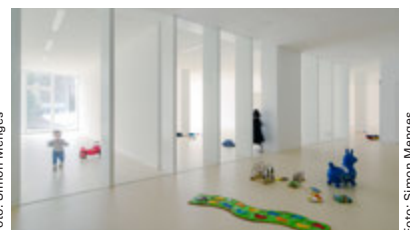


Foto: Simon Menges

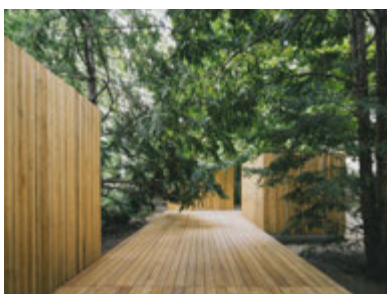


Foto: Simon Menges



Foto: Jan Rösler Architekten



In fünf Schritten zum guten Planlayout

1. IHRE IDEE

Was ist das Besondere an Ihrem Projekt?

Wie können Sie damit eine Geschichte erzählen?

Finden Sie einen passenden Namen für Ihr Projekt

Der Name sollte kurz und einprägsam sein. Akronyme besser beiseitelassen, sie sind schwer verständlich.

Beispiel: Maßnahmen zur Aufwertung des Viertels am alten Hafen
Besser: Alter Hafen
Eine Quartiersentwicklung

Quelle: <http://de.slideshare.net/zeichenschatz/5-schritte-zum-groartigen-architekturplakat>,
Oliver Schöndorfer, Grafiker, Wien/AT

2. INHALTE FESTLEGEN

Welche Inhalte sollen auf dem Plakat dargestellt werden?

Welche Inhalte sind in anderen Medien überzeugender darstellbar? (Mehr zu neuen Darstellungsformen auf Seite 16)

Das Plakat ist nur ein Teil der Präsentation.
Die Inhalte für das Layout sollten Sie frühzeitig festlegen. Sie produzieren damit nur Zeichnungen und Visualisierungen, die Sie am Ende auch verwenden. Vermeiden Sie Dopplungen.

Abfolge festlegen

- _Wie können die Inhalte angeordnet werden?
- _Ist eine gewisse Reihenfolge wichtig?

Prioritäten setzen

- _Fokussieren Sie, bündeln Sie Ihre Informationen
- _Prioritäten der Inhalte zu einander setzen
- _Prioritäten innerhalb der Inhalte setzen

3. GROBES LAYOUT

Layout skizzieren

- Inhalte auflisten
- Abfolge visualisieren
- Einzelne Plakate grob skizzieren

Beispiel: Eine Hilfe kann sein, im Layout zunächst mit definierten Platzhaltern zu arbeiten, die nach und nach gefüllt werden.

Elemente festlegen

- _Formen
- _Farben
- _Schriften
- _Bilder

4. DETAILLIERTES LAYOUT

Konkrete Inhalte einarbeiten

Denken Sie an die Wirkung aller Plakate nebeneinander

Finetuning Layout

- _Anordnung überprüfen
- _Inhalte abwechslungsreich gestalten
- _Ein Hauptelement hervorheben
- _Inhalt logisch aufbauen

Schriftwahl / Schriftsatz

- _maximal zwei Schriftarten und serifenlose Schrift für Fließtext
- _Mit Bulletpoints arbeiten
- _Längere Texte in Spalten aufteilen

5. AUSPROBIEREN

Aus verschiedenen Distanzen die Plakate betrachten.

Vermitteln die Plakate die gewünschte Stimmung?

Wird die Gliederung verstanden?

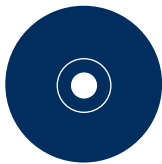
Facts

- _Auflösung von 150 bis 200 dpi reicht bei A1
- _Pläne möglichst als Vektor platzieren
- _Text als Text platzieren (nicht als Bild)
- _Zuerst ein PDF schreiben, dann drucken

ORCA AWA Kostenlose Testversion!

Ausschreibung • Vergabe • Abrechnung • Kostenmanagement

Gratis für alle Studenten der Technischen Universitäten und Fachhochschulen, Auszubildende der Techniker- und Berufsschulen mit der Fachrichtung Bauwesen, Innen-/Architektur und Landschaftsarchitektur.



ORCA AWA Vollversion

+



Startklar-Heft

+



Support

+



Konzepte + Anleitungen



www.orca-software.com/student



Alternativen zum Papierplan: Neue Darstellungsformen für Architekturprojekte

Visual Storytelling, Prezi, Virtual Reality: Sie können bei der Präsentation Ihres Entwurfs die beste Darstellungsform wählen. Nutzen Sie die Möglichkeiten!

Ein Architekturprojekt mit Grundrissen, Schnitten und Fassadenansichten darzustellen, ist nicht neu, funktioniert aber immer noch gut und gehört zum Standard im Architekturstudium ebenso wie im späteren Büroalltag. Daneben haben sich die Renderings aus den diversen CAD-Programmen etabliert, die ein Projekt dreidimensional darstellen. Doch was gibt es noch für Möglichkeiten, eine Entwurfsidee zu visualisieren? Dieser Beitrag stellt Alternativen zu Plänen und 3D-Bildern vor.



Foto: iris VR

Visual Storytelling: Erzählen Sie Ihre Geschichte!

Ein guter Entwurf lebt von einer guten Idee – die prägnant und verständlich präsentiert wird. Dabei ist es wichtig, in kurzer Zeit das Wesentliche eines Projektes zu vermitteln. Ihr Ziel muss es dabei sein, für das Publikum die wesentlichen Punkte visuell nachvollziehbar zu machen. Ideal ist, wenn dabei die Entwurfsidee wie eine Geschichte Schritt für Schritt erklärt wird. Mit interaktiven Darstellungsformen gelingt dies meist besser als mit klassischen Plänen, die selbst für erfahrene Architekten nicht immer „auf einen Blick“ zu erfassen sind.

Interaktive Präsentationen mit Prezi

Die webbasierte Software ist grundlegend anders als herkömmliche Präsentationsprogramme wie Powerpoint oder Keynote: Es wird nicht Folie an Folie gereiht, stattdessen werden die Inhalte in einer Art zoombaren Multimedia-Mindmap gezeigt.

So können mit dem kostenfrei nutzbaren Tool Entwürfe durch die Kombination von Maßstabssprüngen, räumlicher Dimension und Bewegung fast filmisch erläutert werden. Gerade für die Präsentation von Architektur ist Prezi mit ihrer non-linearen Darstellungsform prädestiniert: Durch Hinein- und Hinauszoomen ermöglicht die Software, Details zu beleuchten, ohne „das große Ganze“ aus den Augen zu verlieren. In die Präsentationen können Bilder, Texte, Videos, PDFs oder Flash-Dateien eingefügt werden.

Präsentations-Websites

Bildschirmfüllende Fotos und Animationen, Texte sowie Details und Planausschnitte lassen sich auf einer Website zu einer interaktiven Multimedia-Präsentation verbinden. Über Querverweise können Betrachter eigenständig oder geführt – z. B. im Rahmen eines Vortrags – kreuz und quer durch die verschiedenen Inhaltsebenen navigieren. Um eine moderne Website zu erstellen, ist heutzutage weder ein Informatikstudium noch ein hohes Budget erforderlich: Auch kostenlos nutzbare Website-Baukästen wie Jimdo oder Wordpress.com bieten Designvorlagen (Templates), mit denen sich sehenswerte Architektur-Projekt-Websites oder Online-Portfolios erstellen lassen.

Ebenfalls interessant: Eine Website, die während des Studiums als Präsentations-Plattform dient, lässt sich nach dem Abschluss auch relativ leicht zur

Interaktive Präsentation, Visual Storytelling, 3D-PDF: Alternativen zu Plänen gibt es reichlich

Online-Mappe für Job-Bewerbungen umbauen. Eine eigene Domain kann für wenig Geld dazugebucht werden. (Wie Sie Ihre eigene Webseite „bauen“, lesen Sie auf Seite 18)

Architekturvermittlung per Comic!

Nicht zuletzt aufgrund des grandiosen Eigenmarketings ist Bjarke Ingels seit einigen Jahren der Liebling der Medien. Er war es auch, der eine ungewöhnliche Darstellungsform in die Architekturwelt eingeführt hat: Das Buch „YES IS MORE“ stellt die Projekte und

Entwürfe des Büros in Form von Comics vor. Eine großartige Idee, denn durch die Kombination von Bildern und Sprechblasen lassen sich z. B. Entwurfsideen präzise und zugleich leicht verständlich darstellen. Die Aneinanderreihung der Bilder ermöglicht es, auch zeitliche Abläufe, Entwicklungsstadien etc. abzubilden. Grund genug also, das Medium „Comic“ auch einmal für die Darstellung der eigenen Projekte zu nutzen! Ein hilfreiches Werkzeug bei der Comic-Erstellung „im Eigenbau“ ist übrigens die Software „Comic Life“. Natürlich lassen sich auch Illustrator, Photoshop & Co. dafür nutzen, aber schneller und einfacher ist es mit dem Spezialprogramm.

3D-PDFs

Das Prinzip ist uralte: Mit Hilfe von Modellen lässt sich Architektur besonders gut vermitteln. 3D-PDFs übertragen dieses Prinzip in die heutige digitalisierte Welt. Aus beliebigen dreidimensionalen CAD-Dateien werden PDF-Dateien exportiert, die in einer Präsentation gezoomt, gedreht oder virtuell begangen werden können. Diese Darstellungsform eignet sich besonders, wenn man nicht mit dem eigenen Rechner präsentieren kann, da für die Betrachtung lediglich ein kostenloser „Acrobat Reader“ benötigt wird.

VITA

Eric Sturm hat Architektur studiert und ist seit 2007 als freiberuflicher Webdesigner in Berlin tätig. Seine Kunden berät er in allen Fragen der Präsentation im Netz. Darüber hinaus ist der 45-Jährige als Blogger und Fachjournalist aktiv. Er schreibt für diverse Fachzeitschriften und Online-Medien und betreibt drei eigene Blogs.



Foto: Fred Wegner

Virtual Reality (VR)

Mit virtuellen Welten wird in der Architektur schon seit vielen Jahren experimentiert, doch die dazu erforderliche Technik war teuer und aufwändig. Inzwischen gibt es leistungsfähige „VR-Brillen“ für relativ wenig Geld. Und sogar mit einem Smartphone und einer Pappschachtel namens „Google

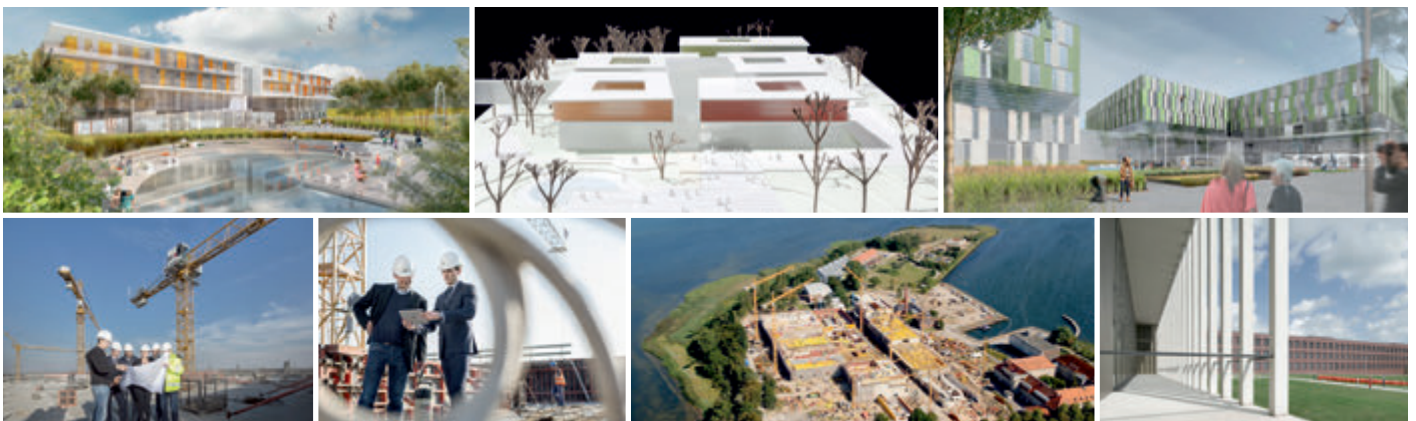
Cardbox“ können Entwürfe virtuell im 360°-Modus präsentiert werden. Hersteller wie irisVR bieten dazu die erforderlichen Apps an, die aus 3D-CAD-Dateien oder 360°-Fotos virtuell erlebbare Welten machen.

Fazit

Die Beispiele zeigen, dass sich Architektur- und Städtebau-Projekte auch hervorragend mit „neuen Medien“ jenseits von Plan und Rendering präsentieren lassen. Natürlich werden bei vielen Entwurfsaufgaben auch Grundrisse, Ansichten und Schnitte erforderlich sein, meist sind sie sogar vom Professor bzw. von der Prüfungsordnung vorgeschrieben oder vom Bauherrn gewünscht. Doch diese „Standard-Medien“ sollten bei der Präsentation nicht immer die Hauptrolle spielen. Denn mit den genannten Tools und Techniken ist es möglich, Entwürfe und Ideen den Betrachtern verständlich und kurzweilig zu vermitteln.

Die passende Darstellungsform für Ihren Entwurf

Die gewählte Präsentationsmethode sollte zum Projekt und Ihrer „Story“ passen. Wer sich für eine Darstellungsform entscheidet, nur weil das entsprechende Tool besonders viel Spaß macht, wird dem eigenen Entwurf nicht gerecht. Beispiel: Ein städtebauliches Entwicklungsprojekt ließe sich wohl am besten mit einem erläuternden Video oder einer interaktiven Präsentation vermitteln. Das Projekt per Virtual Reality darzustellen, wäre dagegen vermutlich weniger spannend. Wählen Sie also immer die Technik, die am besten zu Ihrem Entwurf passt und Ihre Idee am besten transportiert.



RDS Partner ist immer offen für herausragende Bewerberinnen und Bewerber für die Planung und Bauleitung



Mit Storytelling im Gedächtnis bleiben

Präsentationen bleiben durch Geschichten, die unsere Emotionen wecken, besser im Gedächtnis.

Die Idee schoss Ihnen vielleicht schon vor Jahren in den Kopf. In Ihr Modell haben Sie viel Zeit investiert und es steckt jede Menge Herzblut darin. Jetzt wollen Sie mit der Entwurfspräsentation Ihr Publikum von Ihrem Projekt überzeugen und den Auftrag ergattern! Bis zur letzten Minute haben Sie an Ihrem Modell oder Ihrer Animation gefeilt und leider ist dabei Ihre Vorbereitung zu kurz gekommen. Vielleicht denken Sie: „Das bisschen Präsentieren mache ich doch mit links!“ Schade, denn von der mangelnden Vorbereitung profitiert vor allem Ihre Konkurrenz! Schade, wenn Ihre Präsentation langweilig oder sogar unverständlich ist und Ihre Idee bei den Zuhörern nicht zündet, weil Sie auf die Schnelle nicht die richtigen Worte finden. Schade, wenn Ihre Mitbewerber den Zuschlag bekommen, weil ihre Präsentation die Entscheider begeistert!

Emotionen entscheiden

Entscheidungen werden zu über 90% aus emotionalen Gründen gefällt. Wenn Sie auf Entscheidungen Einfluss nehmen wollen, müssen Sie dementsprechend präsentieren und Ihre Idee oder Ihr Konzept emotional verpacken. Das bedeutet: Lassen Sie aus Daten, Zahlen und Fakten emotionale Botschaften entstehen. Nur: Wie schafft man es, bei einer Präsentation Emotionen entstehen zu lassen? Machen Sie Ihre Präsentation durch Bilder lebendig! Bilder wecken Emotionen und bleiben im Gedächtnis, bestenfalls im Herzen der Zuschauer. Und damit sind nicht die Bilder gemeint, die man im Allgemeinen mit einer PowerPoint an die Wand wirft, sondern Bilder, die im Kopf eines Menschen entstehen: durch eine bildhafte Sprache, ein Live-Erlebnis oder – eine Geschichte.

Kindern erzählt man Geschichten, damit sie einschlafen, Erwachsenen, damit sie wach bleiben (J. Bucay)

Amerikanische Redner sind Meister des Storytellings. Kein amerikanischer Wahlkampf findet ohne eine Schlacht der Geschichten statt. Sie wissen, wie sie mit lebendigem Storytelling viel mehr Aufmerksamkeit erregen, als mit nüchternen Datensammlungen und trockenen Informationen. Wir Menschen reagieren seit Jahrtausenden auf Geschichten und können uns ihnen nicht entziehen. Kinder lernen durch sie die Welt kennen. Kinder- und Märchenbücher helfen Kindern, das Leben zu verstehen. Das Besondere an Geschichten ist: Sie schaffen es, den Bogen zwischen Spannung und Vermittlung von Wissen zu schlagen – während ich unterhalten werde, lerne ich dazu! Geschichten machen aus Ohren Augen. Hören wir eine gute Geschichte, folgen wir den Worten des Redners mit unseren Gedanken, Phantasien und Bildern. Bewegt uns die Geschichte emotional, verbinden wir die Information mit dem Gefühl, das sie in uns ausgelöst hat. Sie erreicht unser Herz. Die Information ist sicher in unserem Gedächtnis gespeichert und wir können sie wesentlich besser abrufen, als überzeugende Fakten und logische Argumente.

Drei Tipps für eine gute Story

Amerikanische Serien haben ein so hohes Suchtpotential, weil die Filmproduktionen verstehen, großartige Stoffe zu erzählen: Geschichten, die uns Zuschauer in das Geschehen hineinziehen und uns von einer Emotion in die andere werfen. Die es schaffen, dass wir

VITA

Birgit Schürmann ist Diplom-Schauspielerin, Trainerin und Rednerin. Sie steht Menschen zur Seite, die mit Rhetorik Emotionen wecken und Kaufentscheidungen für sich entscheiden wollen. Das vermittelt sie in ihren Rhetorik-Seminaren und zahlreichen Fach- und Blogartikeln. Ihr Podcast „Rhetorik, die im Kopf bleibt!“ ist einer der bekanntesten Podcasts im deutschsprachigen Raum. Gleichzeitig ist sie eine begeisterte Vortragsrednerin – ihr Publikum profitiert von ihrer langjährigen Bühnenerfahrung und ihrem komischen Talent. Mehr erfahren Sie unter: www.birgit-schuermann.com



Foto: Jill Flug-Berninger

alles um uns vergessen und tief in die Geschichte eintauchen. Drehbuchautoren wissen, dass eine gute Story nicht kompliziert sein muss. Im Gegenteil – sich auf das Wesentliche zu beschränken, ist mehr. Zu viele Charaktere, verschiedene Erzählstränge oder ungenau erzählte Ereignisse verwirren den Zuhörer. Er muss nachdenken und sich in der Geschichte neu orientieren. Und noch etwas ist wichtig: Wenn Sie eine Geschichte erzählen, muss sie im unmittelbaren Zusammenhang zu Ihrem Thema stehen!

Wenn Sie diese drei Punkte beachten, kann nicht viel schiefgehen:

1. Effektives Storytelling lebt davon, dass uns die persönliche Identifikation mit der Hauptperson in Bann schlägt. Dass wir zusammen mit unserem Helden auf eine sogenannte Heldenreise gehen. Alles, was ihn herausfordert – Probleme, Hürden und Gegner – erleben wir emotional mit. Uns fesselt der Lösungsweg, den er einschlägt. Uns interessiert, wie er seinen holprigen Weg

meistert. Wir hoffen und leiden mit unserem Helden. Lernt er dazu, lernen wir mit ihm. Eine Geschichte wird nur spannend, wenn Ihre Hauptperson auf große

Entscheidungen werden zu über 90% aus emotionalen Gründen gefällt.

Widerstände trifft. Je mehr Kräfte Ihr Held mobilisieren muss, desto besser. Überraschen Sie Ihre Zuhörer mit plötzlichen Wendungen in der Geschichte. Passiert das nicht, bleibt die Story larmoiend und interessiert niemanden!

2. Ihre Zuhörer sollten von Ihrer Hauptperson nicht nur begeistert sein, sondern sie sollte auch in einer glaubwürdigen Umgebung agieren. Wenn wir etwas Spannendes von einem anderen Menschen erfahren, gleichen wir das mit unserem Leben und unseren Erfahrungen ab. Erst dann entscheiden wir, ob wir uns auf die Story emotional einlassen.

3. Der glaubwürdigste Protagonist sind Sie. Ihre Geschichte und Ihre Gefühle kann niemand so authentisch erzählen,

wie Sie. Wenn Sie sich als Mensch mit Hoffnungen, Nöten und ähnlichen Bedürfnissen wie die Ihrer Zuschauer zeigen, stellen Sie schnell eine persönliche

Verbindung her. Sofort sind Sie auf Augenhöhe mit Ihrem Publikum. Persönliche Schicksale wirken am vertrauenswürdigsten.

Sie wecken die meiste Empathie. Konkret und detailliert erzählt, entfalten sie die größte Kraft.

Wofür das Ganze?

Menschen interessieren sich für Menschen. Menschen sind neugierig. Wenn Ihr Herzensprojekt finanziert werden, Ihr Entwurf im Kopf bleiben und Ihnen den Auftrag bringen soll: Erzählen Sie mit einer emotionalen Geschichte, was Ihnen persönlich wichtig ist! Hinter Ihrer Idee, Ihrem Modell, Ihrem Projekt steckt Ihre Vision – lassen Sie Ihr Publikum daran teilhaben. Wo wollen Sie hin? Warum sind Sie mit Haut und Haaren dabei? Wie sollen sich die Menschen, die in Ihren Entwürfen leben oder arbeiten werden, fühlen?

bau || || verlagshop

Wir geben Ideen Raum

Fachzeitschriften | eMagazines
Newsletter | Bücher
einfach. online. bestellen.



www.bauverlag-shop.de

Architektur im Neuland: Digitale Visitenkarte und Online-Portfolio

Noch vor dem ersten persönlichen Kontakt informieren sich Ihre Arbeitgeber im Internet über Sie. Nutzen Sie diese Chance und stellen Sie sich und Ihre Projekte mit einer digitalen Visitenkarte oder einem Portfolio online vor!

Vor allem Sie, als Architekturstudierende und junge Absolventen, könnten die vielfältigen Möglichkeiten einer eigenen Website für Ihre beruflichen Ziele besser nutzen. Jeder könnte jederzeit auf aktuelle Informationen über Sie und Ihre kreativen Projekte zugreifen. Eine E-Mail oder ein Post in den sozialen Netzwerken mit einem Link zu Ihrer Website genügt, um Sie weiterzuempfehlen und mehr über Ihre Fähigkeiten zu erfahren.

Nehmen Sie also diese Chance wahr, stellen Sie Ihre Person im Web vor und zeigen Sie den alten Architekten-Hasen, dass Sie sich professionell im Neuland bewegen und mit digitaler Kommunikation umgehen können. In der Regel wissen Ihre zukünftigen Arbeitgeber das zu schätzen.

Digitale Visitenkarte oder Online-Portfolio?

Mit wenig Zeitaufwand können Sie im Web eine digitale Visitenkarte anlegen. Etwas mehr Zeit und technisches Geschick benötigen Sie für eine eigene Website mit ausführlichem Portfolio. Mit dieser haben Sie aber weitaus mehr gestalterische, inhaltliche und funktionale Möglichkeiten.

Digitale Visitenkarte

Neben Profilen in beruflichen sozialen Netzwerken wie XING und LinkedIn eignet sich für eine digitale Visitenkarte der Anbieter **about.me**. Hier können Sie mit wenigen Klicks einen kostenlosen Account erstellen und diesen anschließend mit einem

kurzen Lebenslauf und Links zu Ihren Social-Media-Profilen bestücken. Dafür stehen Ihnen einige wenige, aber durchaus optisch ansprechende Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung. Ihre Seite ist anschließend über eine eigene URL mit Ihrem Namen erreichbar. **Beispiel: <https://about.me/anettring>.**

Großer Vorteil gegenüber den sozialen Netzwerken: Jeder kann Ihr Profil vollständig einsehen, ohne sich bei einem Dienst anmelden zu müssen.

Alternative: <http://flavors.me> bietet ähnliche Funktionen an.

Online-Portfolio

Als kostenlose Web-Software für Ihr Online-Portfolio bietet sich WordPress an. Sie können es selbst hosten (Download unter: **WordPress.org**) oder Ihre Website bei **WordPress.com** einrichten.

Die Funktionen bei WordPress.com sind jedoch eingeschränkt. Um die Basisfunktionen frei erweitern zu können und vollständige Gestaltungsfreiheit zu besitzen, sollten Sie WordPress selbst hosten. Hierfür gibt es nahezu unendlich viele kostenlose und kostengünstige Erweiterungen. In meinem Blog **Architektur-studieren.info** stelle ich Ihnen gute und funktionale Designs (sogenannte Themes) und wichtige Plugins für Ihre WordPress-Website vor.

Sieben Tipps für Ihren Online-Auftritt

Egal, ob Sie sich für eine digitale Visitenkarte oder eine eigene Website entscheiden: Um professionell im Web aufzutreten, sollten Sie ein paar Dinge beachten.

1. **Denken Sie nach, bevor Sie loslegen.** Was erwartet man beruflich von Ihnen? Wodurch können Sie aus der Masse an Architekten herausstechen und positiv überraschen? Wie können Sie Ihre Fähigkeiten und kreativen Ideen klar und deutlich kommunizieren? Wie zeigen Sie, dass Sie Ihr Handwerk als (angehender) Architekt oder Planer beherrschen?
2. **Der erste Eindruck zählt.** Gestalten Sie Ihre Website benutzerfreundlich und senden Sie klare Botschaften. Kaufen Sie sich eine gut zu merkende und passende URL. Achten Sie auf eine einfache Seitennavigation. Zei-



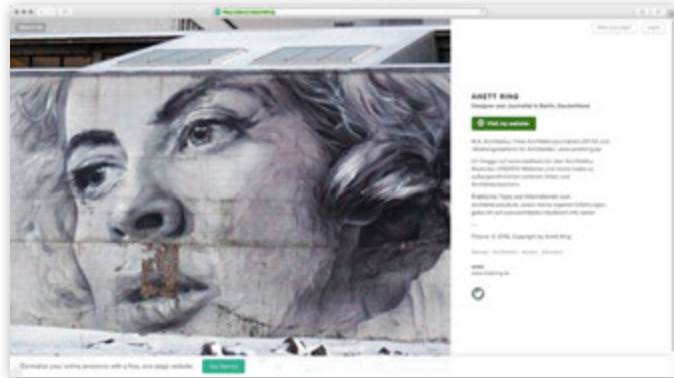
Foto: © Anett Ring, anettring.de

VITA

Anett Ring ist Freie Architekturjournalistin und Mediengestalterin (anettring.de). Vor ihrem Architekturstudium studierte sie Medieninformatik mit Schwerpunkt Mediengestaltung. Ihren Master of Arts in Architektur absolvierte sie mit Bestnoten und entschied sich anschließend für die Weiterbildung an einer Journalistenschule. Seit 2013 bloggt sie auf architektur-studieren.info und stadtsatz.de über Architektur.

Voraussetzungen Bevor Sie starten, kümmern Sie sich um Domain, Web-space und Datenbank. Ich kann Ihnen hierfür all-inkl.com empfehlen. Das preiswerteste Angebot enthält eine einfache 1-Klick-Installation von WordPress, drei Domains und mehrere eigene E-Mail-Adressen.

Alternativ können Sie prüfen, ob Ihre Hochschule oder Ihr Telefon-Anbieter Ihnen kostenlosen oder günstigen Webspace zur Verfügung stellt. Ansonsten sind Domainfactory, HostEurope und 1&1 unter deutschen WordPress-Nutzern ebenfalls beliebt.



Screenshot: © Annett Ring, anetting.de

gen Sie Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten klar auf und bündeln Sie diese Informationen auf einer Seite („Über mich“). Vergessen Sie die Kontaktinformationen nicht!

3. Grammatik und Textgestaltung. Architekten wird gerne nachgesagt, dass sie viel reden, aber nicht schreiben können. Beweisen Sie das Gegenteil und achten Sie auf Ihre Grammatik und Wortwahl. Verzichten Sie auf durchgängige Kleinschreibung, nutzen Sie ausreichende Schriftgrößen und Zeilenabstände. Denken Sie an angemessene Kontraste zwischen Text und Hintergrund.

Tipp: Ihre eigene Website können Sie ebenfalls als digitale Visitenkarte gestalten und später um ein ausführliches Portfolio ergänzen.

4. Ihre Projekte sprechen nicht für sich. Beschreiben Sie Ihre Projekte so, dass jeder Außenstehende sie verstehen kann. Denken Sie an einen Projektnamen, gefundene Lösungen und wichtige Erkenntnisse, eventuell Auszeichnungen und andere Mitarbeiter. Verlinken Sie zu weiterführenden Informationen.

5. Erzählen Sie Persönliches. Zukünftige Arbeit- und Auftraggeber interessieren sich nicht nur für Ihre fachlichen Kompetenzen, sondern auch für Sie als Person. Wählen Sie aber bitte gut aus, was und wie viel Sie von sich preisgeben und wie dies auf andere wirken könnte.

6. Bleiben Sie im Rahmen Ihrer zeitlichen Möglichkeiten. Eine Website oder ein Blog, der seit Jahren verwaist ist, wirkt tot und lässt Ihr Gesicht gleich mit erblassen. Denken Sie daran, dass Ihre Website nicht nur technisch auf dem Laufenden gehalten werden muss, sondern auch inhaltlich.

7. Mit der Kür kommt die Pflicht! Ihr Online-Portfolio muss ein Impressum und ggf. auch eine Datenschutzerklärung enthalten. Informieren Sie sich außerdem über Urheberrechte und Nutzungsrechte. Kopieren Sie keine fremden Inhalte! Verfassen Sie Ihre eigenen Texte und verwenden Sie

nur Abbildungen, deren Urheber Sie sind oder für die Sie Nutzungsrechte besitzen. Lesen Sie die entsprechenden Nutzungsvereinbarungen und ggf. die Hinweise in Verträgen mit (früheren) Arbeitgebern sehr genau durch! Denken Sie auch daran, Ihre eigenen Werke zu schützen.

An advertisement for PORIT Porenbeton. The background shows a woman with long red hair in a white lab coat, looking down. Overlaid on this are architectural floor plans. A large red circle contains the text 'Sicher planen. Schneller bauen. PORIT kann das.' Below the circle is a white block with the PORIT logo and 'PORENBEON'. In the top right corner, there is a white box with the text 'Tel. 06106-280999' and 'BAU 2017 16.-21. Januar · München Halle A2, Stand 303'.

D Deutsche BauZeitschrift **BZ**

Heute
schon ge-
liked?



Besuchen Sie uns auf facebook!
www.facebook.com/DBZDeutscheBauZeitschrift

Ihr maßgeschneiderter Auftritt – Standards verhelfen effizient zu Individualität

Die meisten kennen es aus eigener Erfahrung: Um mit einer kontinuierlich stabilen Auftragslage und verlässlichen Partnern alle Auf's und Abs der allgemeinen Konjunktur ausgleichen zu können, braucht es mehr, als nur erfolgreiche Projektarbeit.

Unser Hauptaugenmerk richten wir daher auf Ihr Marketing. Eines der wichtigsten Tools hier ist – ganz alte Schule – die gedruckte Imagebroschüre und natürlich auch deren virtuelle Schwester, Ihre Unternehmensdarstellung im Netz. Es geht um Ihr Image. Welche Elemente gehören zu einem erfolversprechenden Auftritt sowohl im eignen Büro, als auch beim potenziellen Kunden bzw. Auftraggeber.

Die große Frage ist: Wie können Unterlagen wie eine Imagebroschüre schnell, effizient und maßgeschneidert zusammengestellt werden? Die Antwort: Schaffen Sie Standards und arbeiten Sie mit diesen. Bauen Sie sich einen Informationsstamm auf – Bausteine mit Standardinformationen, die die eigenen Stärken immer im Fokus haben, aber variable Vermittlungsformen bedienen können.



Foto: Dirk Rose

VITA

Margrit Reinhardt studierte nach einer künstlerischen Ausbildung Architektur in Erfurt. Während ihrer Mitarbeit in Architekturbüros in Den Haag und Luxemburg spezialisierte sie sich auf den Schwerpunkt Architekturvermittlung. Anschließend absolvierte sie den Masterstudiengang ‚architecture media management‘ in Bochum. Nach der Mitarbeit bei Leni Schwendiger – Light Projects Ltd. und Meta Brunzema architects in New York im Bereich Kommunikation und Grafik war sie vier Jahre für die Bereiche PR/Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation und Architekturgrafik bei AJF Architekten in Düsseldorf tätig. 2012 gründete sie AKA Architekturkommunikation.

Schritt 1: Sich selbst zu beschreiben ist schwer ... Aber notwendig!

Für ein gezieltes Marketing sind eine Reihe wichtiger Entscheidungen zu treffen. Es schadet daher nicht, hier zunächst etwas Zeit zu investieren. Um eine erfolversprechende Strategie zu entwickeln, sollten bestimmte Fragen vorab geklärt sein.

Wo befindet sich Ihr Unternehmen am Markt und wo wollen Sie Ihr Unternehmen zukünftig positioniert wissen? Was zeichnet Ihr Unternehmen aus, hebt Sie ab von den Mitbewerbern? Wer sind Ihre Kunden, was sind deren Wünsche und Vorstellungen? Umfassendere Fragen zum Thema Marketing können in diesen Büchern nachgelesen werden: Katja Domschky „Marketing für Architekten und Ingenieure!“ und Frank-Peter Jäger „Offensive Architektur!“

Aufbauen der Wiedererkennbarkeit

Haben Sie diese Fragen beantwortet entwickeln Sie darauf aufbauend Ihr Corporate Design – das kleinste gemeinsame Vielfache in Ihrem Unternehmen. Es unterliegt einer strikten Logik. Geschäftspapiere werden immer auf die gleiche Weise erstellt und auf dem gleichen, wertigen Material ausgegeben. Betrachten Sie die Visitenkarte als das, was Sie ist: der kleinste Repräsentant Ihres Unternehmens.



Inhalte der Bürobroschüre sollten immer „appetitlich“ präsentiert werden

Ein gutes Logo funktioniert in unterschiedlichen Größen

Heute muss die Bürowebsite auch auf mobilen Geräten einen professionellen Eindruck hinterlassen. Seiten, die dies nicht machen, werden von Google abgestraft und niedriger gerankt



Fotos: AKA Architekturkommunikation

Die wichtigsten Bürostandards

- Geschäftspapiere – Anschreiben, Rechnung, Visitenkarte, Plankopf, Stempel, Ordnerrücken
- Logo – farbig und Schwarz/Weiß in diversen Datei-Formaten
- Website – kontinuierlich gepflegt und mobilgeräteoptimiert (Responsives Design) (mehr dazu auf Seite 18)
- Präsentationsvorlagen für Beamerpräsentationen – Masterfolien, Grundlagenfolien
- Präsentationsmappen – Cover, Standardseite und Rückseite in verschiedenen Formaten

Profiltext – Kompetenzen – Position

Der Profiltext bringt Ihre Arbeit auf den Punkt: Schildern Sie mit aller Überzeugung und Leidenschaft, welche Ziele Sie tagtäglich verfolgen. Beschreiben Sie in allgemein verständlicher Sprache Ihre besonderen Fähigkeiten und Expertisen. Das, was Sie von anderen unterscheidet, was Sie so besonders macht, muss hier zum Ausdruck kommen. Ihr potenzieller Auftraggeber möchte erkennen, wer Sie sind und wie Sie arbeiten. Machen Sie Ihre Haltung klar, Ihre Herangehensweisen und Planungsmethoden. Der Leser, der nach diesen Zeilen zum Hörer greift, ist Ihr nächster Kunde.

Projektdatenblätter

In der Kürze liegt die Würze. Sammeln Sie die wichtigsten Eckdaten Ihrer Vorzeigeprojekte konti-

nuierlich in einer Datenbank. Auf diesen Fundus greifen Sie je nach Aufgabe zurück. Wichtig sind hier kompakte Fakten, professionelle Fotografien und gut lesbare Grundrisse. Wie gewohnt sollten Auftraggeber, Besonderheiten, Bauzeiten und die klassischen Eckdaten des jeweiligen Projektes genannt werden. In dieser Sammlung sollten sich auch die Referenzschreiben der Auftraggeber wiederfinden.

Mitarbeiterlebensläufe

Ein Büro ist so gut, wie das Team, das hier arbeitet. Spätestens für die Teilnahme an öffentlichen Vergabeverfahren (VgV-Verfahren) benötigen Sie gut aufbereitete Unterlagen. Ein starkes Team ist Ihr Plus. Weiter- und Spezialausbildungen, gewonnene Wettbewerbe und Preise, Erfahrungen in leitenden Positionen großer Projekte, namhafte Maßnahmen unter Beteiligung Ihrer Mitarbeiter, das alles sind wesentliche Faktoren bei der Bildung von Vertrauen.

Weitere wichtige Informationen sollten in übersichtlicher Form vorliegen und kontinuierlich fortgeführt werden: Auflistung über Auszeichnungen und Preise, Auflistungen der Wettbewerbe und Wettbewerbserfolge, Publikationen und Vorträge – sofern vorhanden und eine umfassende Projektliste, welche auch das kleinste Projekt erfasst.

Diese Unterlagen bilden den Fundus zum effizienten Erstellen Ihrer Akquisemedien. Je nach Kundenanforderungen können Sie darauf gezielt und selektiv zurückgreifen. Schnell ist das Päckchen geschnürt, hat man erst die Anforderungen des potenziellen Auftraggebers ausgelotet.

Ohne das eigene Profil zu verwässern haben Sie so die Möglichkeit, flexibel auf die verschiedenen Aufgaben zu reagieren und sich dabei immer von der besten Seite zu zeigen.

Schritt 2: Die Imagebroschüre entsteht

Erst nachdem die Inhalte Ihrer Selbstdarstellung auf dem Tisch liegen, nachdem Ihre Stärken formuliert sind und mögliche Alleinstellungsmerkmale aufscheinen, sollten Sie sich Gedanken darüber machen, wie Sie Ihr so geschärftes Firmenprofil möglichst unübersehbar und überzeugend in Richtung Ihrer Zielgruppe transportieren.

Zuerst liegt die Entscheidung vor Ihnen, ob Ihre Broschüre eine „allgemeine Büodarstellung“ abbildet oder ein Spezialgebiet Ihrer Arbeit präsentiert. Eventuell ist für Sie auch eine Kombination denkbar: ein allgemeiner „Appetizer“ in Kombination mit thematisch ausgerichteten Faltblättern (Wohnbauten, nachhaltiges Bauen, Schulbauten). Ist diese Entscheidung getroffen, wählen Sie die geeigneten Projekte aus und legen die entspre-

chenden Inhalte, das Layout und Materialität fest. Sofern Sie sich den vorbenannten Grundstock in Ihrem Büro erarbeitet haben, geht es nunmehr nur noch um den Feinschliff.

Öfter mal einen Punkt machen – Texten will gelernt sein.

Neben sehr guten Fotografien sind gut lesbare Texte unabdingbar. Eine Broschüre hat zum Ziel, Ihrem Auftraggeber ein erstes Bild Ihres Könnens zu vermitteln. Damit Texte gelesen werden, sollten sie eine moderate Länge haben. Wenige aber gute Argumente holen den Leser möglichst barrierefrei ab. Bekömmliche Texthäppchen in guter Form präsentiert (bitte keinen erzwungenen Blocksatz!) unterstützen das. Zeigen Sie dem Leser, dass Sie ihn verstehen. Gehen Sie auf mögliche Ängste und Sorgen (beispielsweise Baukosten) ein und begegnen Sie diesen mit konkreten Lösungsansätzen. Sprechen Sie die wichtigen Fragen stichwortweise an. Es muss deutlich werden: Wer sich für Sie entscheidet, weiß sich in allen Bereichen bestens beraten.

Geben Sie sich und Ihrem Team ein Gesicht

Wer steht hinter dem Büronamen? Auch Sie und Ihr Team sollten in einer Broschüre sichtbar werden. Setzen Sie auch hier unbedingt auf professionelle Bilder. Ob Gruppen- oder Einzelbild: der Leser wird die persönliche Note erkennen und Sie im Gedächtnis behalten.

Sparen Sie nicht an der Umsetzung.

Heute sind wertige Papiere und guter Druck bezahlbar geworden. Sicherlich ist das Erstellen der Broschüre schon ein großer Kostenfaktor gerade für kleine Büros. Aber ungern möchte man sich mit viel Fleiß vorne etwas aufbauen, um es hinter sich gleich wieder einzureißen. Also suchen Sie sich die zu Ihnen passende Druckform aus und wählen Sie dieses Mal die teurere, aber bessere Variante. Farbabrieb und eine preiswerte Haptik sind kein guter erster Eindruck. Diese Regel sollten Sie bei der Erstellung von Akquise-Unterlagen selten vernachlässigen.

Textarbeit, Fotografie und Layout sind Spezialaufgaben. Die Entwicklung von Standard Modulen für Ihr Büro will gut durchdacht sein. Hier lohnt es sich, über Unterstützung vom Fachmann nachzudenken, einen Autor anzusprechen oder einen Grafiker, der Sie beim Feinschliff unterstützt.

Auf diese Weise geplante Imagebroschüren sind ein verbreitetes Medium und gut gemacht ein kurzer Weg, sich beim zukünftigen Auftraggeber repräsentativ ins Blickfeld zu rücken.

Sind Ihre Akquise Unterlagen erstellt, sollten Sie

sich kontinuierlich Termine freihalten, an denen Sie sich aktiv mit dem Thema beschäftigen, (Marketing-)Strategien entwickeln und diese im Nachgang umsetzen.

Eine Broschüre ist flexibel genug und kann Sie immer wieder in aktualisierter Form ins Gespräch bringen. Kontrollieren Sie den Erfolg bestimmter Aktionen. Akquise funktioniert nur dann, wenn sie kontinuierlich betrieben wird. Insbesondere bestehende Geschäftsbeziehungen müssen gepflegt werden. Nutzen Sie die Broschüre, um dauerhaft in Kontakt zu bleiben und zeigen Sie so die Vitalität Ihres Unternehmens.

Weiterführende Literatur

- 1 Katja Domschky: Marketing für Architekten und Ingenieure – Von Innen nach außen Leistungen und Kompetenzen erfolgreich kommunizieren; 2016, Fraunhofer IRB Verlag
- 2 Frank-Peter Jäger: Offensive Architektur. Präsentation, Public Relations und Marketing für Architekten, 2004, jovis Verlag

Bauen Sie sich einen Informationsstamm auf – Bausteine mit Informationen, die die eignen Stärken im Fokus haben

Nickl & Partner

Als eines der größten deutschen Architekturbüros im Bereich der Planung und Realisierung von Gesundheits- und Forschungsbauten suchen wir für die Standorte München und Berlin ab sofort

ENTWURFSARCHITEKTEN / -INNEN (auch Absolventen)

IHR PROFIL

- » abgeschlossenes Architekturstudium
- » sehr guter Hochschulabschluss
- » Erfahrung mit CAD-Programmen (bev. Nemetschek Allplan)
- » Umgang mit Präsentations- / Bildbearbeitungsprogrammen
- » große Selbstständigkeit und hohes Maß an Eigenverantwortung
- » Kreativität und Kommunikationsfähigkeit
- » Flexibilität und eigenständiges, verantwortliches Arbeiten
- » sicherer Umgang mit der deutschen Sprache (Wort und Schrift)
- » Englischkenntnisse u./o. sonstige Fremdsprachen.

Wir bieten Ihnen ein kontinuierlich wachsendes, international tätiges Unternehmen. Leistungsorientierte Vergütung sowie persönliche Entwicklungsperspektiven sind für uns selbstverständlich. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbung (inkl. Arbeitsproben, max. 5 MB) einschl. frühestmöglichen Einstellungs-termins sowie Gehaltsvorstellung mit dem Betreff „Ihr Name - Entwurfsarchitekten/-innen“ an: karrriere@nickl-architekten.de

Nickl & Partner Architekten AG
München · Berlin · Frankfurt · Zürich · Peking · Jakarta
www.nickl-partner.com

Kaiser-Franz-Josef-Spital Wien, Foto: Werner Huthmacher



Herausgeber:
Oliver Heckmann
Building Types Online
Verlag Birkhäuser, Basel
299 € pro Monat (Mietop-
tion)

Building Types Online

Fragen zu Konzept, Entwurf und Gestaltung lassen sich häufig schwer googeln. Dafür hat De Gruyter eine Datenbank veröffentlicht, die insgesamt 3500 Planzeichnungen und ca. 1800 Fotos enthält: Building Types Online nennt sie sich. Die Inhalte basieren auf zwölf Fachbüchern zu Architektur und Bauwesen von Birkhäuser. Jedes Jahr soll die Datenbank mit den Inhalten von 1–3 Fachbüchern erweitert werden. Es gibt eine große Auswahl zeitgenössischer Architekturprojekte: Wohn- und Bürogebäude, Schulen, Industriebauten, Museen, Bibliotheken, Sakralbauten und andere Gebäudetypen. Über die Suchfunktion lassen sich die Ergebnisse filtern. PDFs können gespeichert werden, Zitationsmöglichkeiten nach MLA, APA oder Chica-

go Regeln exportiert werden, ebenso die Pläne. Sie sind maßstabsgerecht und vektorbasiert. Die Rechte werden nicht an die User übertragen, können jedoch als Lehrmaterial verwendet werden. Für die Navigation in der Datenbank empfiehlt sich der User-Guide, der übersichtlich und verständlich die einzelnen Funktionen kurz erklärt. Die Datenbank möchte Forschung und Recherche zu Fragestellungen der Entwurfs- und Gebäudelehre erleichtern. Mit einem Account, der bei einem Mietpreis von 299€ liegt, wirkt der Preis zunächst teuer, ist aber aufgrund der Nutzungsrechte verständlich. Zurzeit sind in der Datenbank mehr als 850 Projekte und mehr als 120 Beiträge zu spezifischen Aspekten der einzelnen Bautypen zu finden. S.C.



Bresan, Uwe
StifTERS Rosenhaus
Verlagsanstalt Alexander
Koch, Leinfelden-Ech-
terdingen, 2016, Deutsch,
ISBN 978-3-87181-906-3
16,50 €

StifTERS Rosenhaus

1857 erschien der Roman „Der Nachsommer“ des österreichischen Schriftstellers Adalbert Stifter. Im Zentrum der biedermeierlichen Coming-of-Age-Erzählung steht der jugendliche Naturforscher Heinrich Drendorf, der sich vor einem Gewitter in das Landhaus des Freiherrn von Risach rettet. Weite Teile des Romans sind in der Folge der Beschreibung des Hauses, das durch seinen überreichen Blumenschmuck zumeist als Rosenhaus bezeichnet wird, gewidmet: Fast minutiös sind die einzelnen Wohnräume, ihre Gestaltung und ihre jeweilige Einrichtung beschrieben. Diese Schilderungen veranlassten in den vergangenen 150 Jahren die

verschiedensten Architekten dazu, mögliche Rekonstruktionen des Hauses zu entwerfen und zu der von Stifter vermittelten Idealarchitektur Stellung zu beziehen. „StifTERS Rosenhaus“ von Uwe Bresan verfolgt diese Rezeption innerhalb der modernen Architekturgeschichte von ihren Anfängen im Umfeld der Wiener Secession, über ihre Blütezeit in der Generation der Werkbund-Väter und im Milieu der Stuttgarter Schule, bis zu ihrem Nachleben im deutschen Architekturdiskurs der Spätmoderne. StifTERS Roman wird damit als eine der wirkmächtigsten Architekturerezählungen der Moderne wiederentdeckt.



J.G. Ballard
High-Rise
Aus dem Englischen von
Michael Koseler
256 Seiten, Broschur, dia-
phanes, 2016
€ 17,95 / CHF 21,50
ISBN 978-3-03734-932-8

High-Rise

High-Rise ist ein dystopischer Roman des britischen Autors J.G. Ballard, in dem Architektur eine wichtige Rolle, wenn nicht gar die Hauptrolle, spielt. Dr. Robert Laing, ein Physiologe, zieht in ein Hochhaus am Stadtrand von London. Der Wolkenkratzer des Architekten Anthony Royal ist mehr als ein Wohnturm. Er ist eine in sich abgeschlossene Welt auf vierzig Etagen mit Ladengeschäften, Banken, Schulen, Restaurants und Schwimmbädern. Er ist ein Mikrokosmos, der seine Bewohner an die Grenzen des gesellschaftlichen Wahnsinns treibt. Auf die Gebäudetechnik ist kein Verlass, und schon bald herrscht auf den Etagen Anarchie. Deutlich treten die Ressentiments der Upper Class der oberen Etagen und der Mittelschicht in den unteren Geschossen hervor. Keiner verlässt mehr das Haus und die Zerstörung nimmt ihren Lauf. Düster beschreibt J.G. Ballard 1975 die Auswirkungen einer

Wohnmaschine auf die menschliche Psyche – oder den Verfall der Architektur aufgrund der menschlichen Konstitution. J.G. Ballard beweist mit dem Roman schon in den 1970er-Jahren Weitblick und einen Sinn für die menschliche Verfasstheit, den Schrecken in einer normalen, menschlichen Gestalt daherkommen zu lassen.

Das Buch ist dieses Jahr (2016) in überarbeiteter Version anlässlich der Verfilmung desselben erschienen. Der Regisseur Ben Wheatley verfilmte den Roman mit bekannten Schauspielern wie Tom Hiddleston, Jeremy Irons, Luke Evans, Sienna Miller und Elisabeth Moss. Als Kulisse dient dieser rasanten Gesellschaftskritik das brutalistische Gebäude Bangor Leisure Centre im nordirischen Belfast, das 1970 von Hugo Simpson entworfen wurde. Ab 18. November 2016 ist der Film auf DVD erhältlich. S.C.

Handbuch und Planungshilfe: Wettbewerbspräsentation

Viele große und auch kleinere Büros kommen an ihre Aufträge über Wettbewerbe. Zwar sind die gängigen Verfahren dazu mittlerweile derart überreguliert, dass kaum noch das einem Wettbewerb innewohnende überraschend Neue eine Chance hat. Dennoch besteht Konsens darüber, dass vor allem über den Wettbewerb die besten Ergebnisse für eine Realisierung erzielt werden.

Aber: Wettbewerbe haben ihre Tücken. Sie kosten ein Büro meist mehr, als deren Inhaber wahr haben wollen, sie verlangen auch andere Dinge, als nur gute Ideen für die Aufgaben zu entwickeln. Anhand von weltweiten Projekten aus den letzten Jahren zeigen nun die Autoren des vorliegenden Handbuchs erfolgreiche und eben auch weniger (Rangplatzierte) erfolgreiche Entwurfsmethoden und Darstellungstechniken. Die meist von international bekannten Architekten angefertigten und hier im Projektteil nebeneinanderstellten Entwürfe bilden eine Sammlung, aus der man schöpfen kann. Allerdings dürfte das schwieriger werden, als auf den ersten Blick möglich. Denn folgt man den Hinweisen im diesen Projektteil einleitenden Essay zu den technischen und formalen Rahmenbedingungen bei der Präsentation von Wettbewerbsbeiträgen, der zudem Fragen des Aufwands in Relation zu Honoraren und Preisgeldern enthält, muss man jedem Wettbewerbsverfahren Unwägbarkeit unterstellen. Denn natürlich hängt das Ergebnis einer Jurierung auch von der Zusammensetzung der Jury, also den Fach- und Sachpreisrichtern ab, davon, wie viele junge und alte, wie viele Männer und Frauen, wie viele Fußballfans oder Literaturliebhaber in der Vorauswahl selektierten. Zudem spielen die Bauherren durch die Ausformulierung der Aufgabe eine in diesem Band leider völlig vernachlässigte aber zentrale Rolle.

Was bringt uns das Handbuch am Ende? Die Hinweise im einleitenden Teil sind eher etwas für Neulinge, sie können anhand von Zahlen zu Kosten und Zeitaufwand möglicherweise besser abschätzen, ob eine Teilnahme am Wettbewerb für sie überhaupt sinnvoll ist. Einzelne, hier eingestreute Zwischenrufe von Wettbewerbsprofis spiegeln eher das Spektrum von Meinungen und sind weniger hilfreich, sich für oder wider zu entscheiden. Was definitiv fehlt ist eine Übersicht über Wettbewerbsverfahren in Deutschland und Europa und möglicherweise in der ganzen Welt. Nicht, wie man sein Modell einpacken sollte (nämlich sicher) möchte man wissen, sondern, ob Ausschreibungen vollständig sind, ob sie zulässig sind, ob man an ihnen teilnehmen sollte und kann und wo Honoraransprüche entstehen, Ansprüche

auf die Realisierung, auf Erstellungskostenübernahmen etc. etc.

Das „Handbuch“ wird so zur Gebrauchsanweisung, die Wettbewerbsprojekteschau zum reinen Abbild dessen, was aktuell im Wettbewerbsgeschäft Sache ist: vom Niveau der Bildsprache bis hin zur Darstellungspräferenz einzelner Wettbewerbsplayer. Aber das ist – mit Blick auf die Möglichkeiten, das auch den einschlägigen Websites auch online zu finden – vielleicht nicht genug für ein Buch, das mehr als 300 Seiten zum Thema Wettbewerb und Präsentation liefert.

Be. K.



Benjamin Hossbach, Christian Lehmann, Christine Eichelmann
Wettbewerbspräsentationen – Handbuch und Planungshilfe,
225 x 280 mm, 380 Seiten, 3.000 Abb.,
ISBN 978-3-86922-455-8

GRAPHISOFT ARCHICAD



Viewpoint Neroberg, Wiesbaden | Nils Fröhlich, geplant mit der ARCHICAD Studentenversion

Die Architektursoftware

für kreative Köpfe und starke Entwürfe

Arbeiten Sie mit dem Programm, das zu Ihnen passt!

Alles über die kostenlose Studentenversion der weltweit führenden BIM-Software, unsere Workshops, Webinare und unser Tutoren-Programm unter:

Statement

„Wir verstehen uns als eine Art Familie und arbeiten auf einer sehr persönlichen Ebene im Team zusammen. Die Geschäftsführer und Partner halten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht auf Distanz. Aus diesem Grund gibt es keine ausgeprägten hierarchischen Strukturen im Unternehmen. Für die Aufgaben von Morgen werden ständig Mitstreiter gesucht, die über den konzeptionellen Ansatz hinaus die Vielfalt unseres Berufes schätzen und Teil dieser anfangs erwähnten RDS-Family werden wollen. Ich selbst habe bereits während des Studiums erste praktische Erfahrungen bei RDS Partner gesammelt. Im Rahmen meiner Festanstellung, nach dem Masterabschluss, begleite ich die Planung eines Klinikneubaus in allen Leistungsphasen. Erst in den vergangenen Tagen konnte ich an der feierlichen Grundsteinlegung dieses Großprojektes teilnehmen.“

M.Sc. Dina Hoppe,
Architektin

Name des Architekturbüros
**ARCHITEKTEN BDA RDS
PARTNER**

Rauh Damm Stiller Partner Planungsgesellschaft mbH



Website des Architekturbüros

www.rdspartner.de

www.facebook.de/rdspartner



Wie viele Mitarbeiter hat das Architekturbüro?

59



An welchen Standorten arbeitet das Büro?

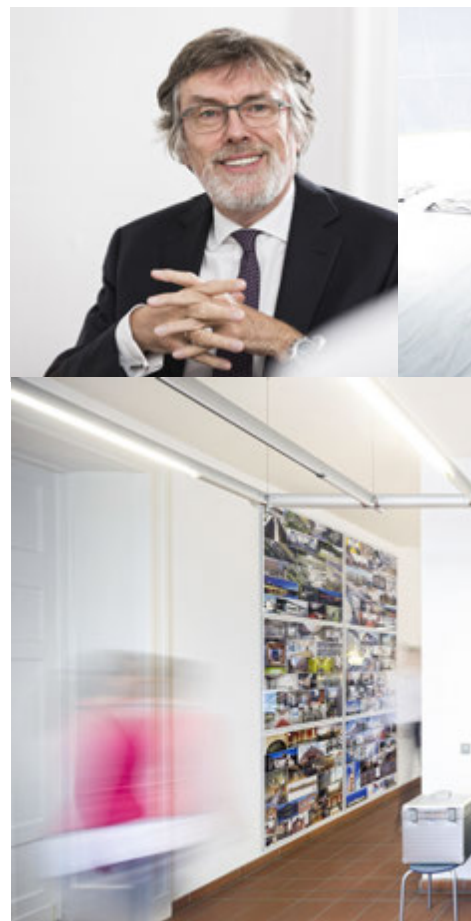
Der Hauptstandort befindet sich seit der Bürogründung 1950 in Hattingen. Seit 1991 im Ateliergebäude direkt am Ufer der Ruhr.

Die weiteren Standorte sind bundesweit verteilt.



Hauptberufsfelder

Krankenhäuser, Forschung, Verwaltung, Industrie und Umwelt, Bildung und Kultur, Justiz, Senioren, Wohnen und Denkmalpflege



Unsere Bürophilosophie

Als erfahrenes und zugleich innovatives Team setzen wir uns als RDS Partner jederzeit engagiert für unsere Bauherren ein. Dabei steht der Mensch stets im Fokus unserer Arbeit. Eine individuelle, funktionale und präzise Architektur gehört für RDS Partner ebenso zum zentralen Leitbild wie eine ökonomische und nachhaltige, kosten- und termingerechte, aber insbesondere auch qualitätsvolle Realisierung.

Welche Möglichkeiten bietet das Architekturbüro jungen Absolventen bzw. jungen Architekten? Was können junge Architekten in Ihrem Büro lernen?

Junge Architektinnen und Architekten bekommen bei uns die Chance an komplexen Großprojekten – wie zum Beispiel Gesundheits- und Forschungsbauten – mitzuarbeiten und dabei viel von unseren erfahrenen Projektleitern und den anderen Teammitgliedern im Rahmen der Planung und Realisierung zu lernen. Durch die zahlreichen Projektfelder bleibt die Vielfalt unseres Jobs immer präsent und jeder erhält die Chance seine eigenen Stärken und Vorlieben zu entdecken. Für Einsteiger ist die Mitwirkung an zahlreichen Wettbewerben eine gute Möglichkeit, Erfahrung in den ersten Leistungsphasen zu sammeln.



Foto: RDS Partner

F U N F A C T

Es gibt eine Vielzahl gemeinsamer Aktivitäten oder Events wie zum Beispiel unsere **Sommerfeste**, sportliche, gemeinschaftliche Aktivitäten wie **Lauf- oder Ruderevents** zur Stärkung des Teamspirits, soziales Engagement bei Benefizveranstaltungen oder **Ausflüge** zu herausragenden Orten. Zum Jahreswechsel stehen der Besuch des historischen Weihnachtsmarkts in der Hattinger Altstadt und das Neujahrstreffen in der Birschelmühle am Ufer der Ruhr auf dem Programm.

Integrale Planung weist den Weg in die Zukunft.

„Um unsere hohen Ansprüche mit dem Ziel eines kostengünstigen Wohnungsbaus zu kombinieren, brauchen wir Innovationen auf allen Ebenen: Verwaltung, Planung, Konstruktion und Bauwirtschaft.“

Carsten Venus,
Architekt
blauraum architekten,
Hamburg

DBZ
Deutsche BauZeitschrift

Das Fachmagazin für
integrale Prozesse am Bau

Unsere Bürophilosophie

Wir entwerfen Architektur für die Zukunft – und schaffen Baukultur mit Mehrwert. Uns begeistert, den intelligenten Entwurf erlebbar zu machen.

Darüber hinaus sehen wir uns als ein Labor für Design – ein „Versuchslabor“, in dem neue Ideen erprobt und Altbewährtes überdacht wird.

Wir lassen uns von Impulsen aus Kunst, Kultur und Natur beeinflussen. Auch die akademische Arbeit von Prof. Hans Nickl und Prof. Christine Nickl-Weller ist ein wichtiger Einflussfaktor. Die Auseinandersetzung mit den Studierenden regt dazu an, die eigene Arbeit stets kritisch zu hinterfragen.

Welche Möglichkeiten bietet das Architekturbüro jungen Absolventen bzw. jungen Architekten? Was können junge Architekten in Ihrem Büro lernen?

Die Jungen werden im Team Schritt für Schritt an unsere Bürophilosophie und unsere Arbeitsweise herangeführt, um nach und nach entwerferische und strategische Kompetenz zu erlangen und mehr Verantwortung zu übernehmen. Sie sollen dann alle Phasen eines Projektes durchlaufen, vom Wettbewerb bis hin zur Detailplanung, um letztlich selbst Projekte leiten zu können.

„Nickl & Partner hat Respekt –
Respekt vor Menschen und Ressourcen.“

Foto: Nickl & Partner Architekten AG / Holger Talinsk



Statement

„Das Büro ist ein wenig wie eine große Familie – wir reden alle offen und ehrlich miteinander und können auch mal sagen, wenn etwas nicht stimmt. Die lockere Atmosphäre lässt Spaß im Arbeitsleben zu, was sich positiv auf die Ergebnisse auswirkt. Also, das Büro ist voll geil!“

Minh-Khoi Nguyen-Thanh,
Architekt im Team Wettbewerb Berlin



F U N

Wir sind richtig sportlich – **Zumba** Gruppe in der Mittagspause, „**Kickrunde** N&P“ jeden Mittwochabend und donnerstags hält ein **Personal Trainer** diejenigen fit, die mitmachen möchten.

Wir **verreisen** jährlich – zum Beispiel nach Wien, Marseille oder Kopenhagen, um eigene Projekte und Projekte anderer Büros zu besichtigen. Oder wir besuchen die Biennale in Venedig.

DER ENTWURF

Sonderheft der DBZ
Deutsche BauZeitschrift
Mitglied der Arbeitsgemeinschaft
Leseranalyse
Architekten und Bauingenieure

Verlag und Herausgeber:

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

Chefredaktion:

Dipl.-Ing. Burkhard Fröhlich,
Telefon: +49 5241 80-2111,
E-Mail: burkhard.froehlich@dbz.de
(verantwortlich für den redaktionellen Inhalt)

Stellv. Chefredaktion:

Dipl.-Ing. Sandra Greiser,
Telefon: +49 5241 80-3096,
E-Mail: sandra.greiser@dbz.de

Redaktion DBZ/DER ENTWURF:

Dipl.-Ing. Sarah Centgraf,
Telefon: +49 5241 80-2119
E-Mail: sarah.centgraf@dbz.de

Redaktion DBZ:

Dipl.-Ing. Beate Bellmann,
Telefon: +49 5241 80-2857,
E-Mail: beate.bellmann@dbz.de
Benedikt Kraft M. A.,
Telefon: +49 5241 80-2141,
E-Mail: benedikt.kraft@dbz.de
Dipl.-Ing. Inga Schaefer,
Telefon: +49 5241 80-41360
Email: inga.schaefer@dbz.de

Redaktionsbüro:

Stefanie van Merwyk,
Telefon: +49 5241 80-2125,
E-Mail: stefanie.vanmerwyk@dbz.de

Layout:

Kristin Nierodzik

Head of Sales:

(verantwortlich für den Anzeigenteil)
Ute Schönbeck,
Telefon: +49 5241 80-89972,
E-Mail: ute.schoenbeck@bauverlag.de

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 61 vom 01.10.2016

Geschäftsführer:

Karl-Heinz Müller,
Telefon: +49 5241 80-2476

Verlagsleiter:

Markus Gorisch,
Telefon: +49 5241 80-2513

Abonnementverkauf und Marketing:

Michael Osterkamp,
Telefon: +49 5241 80-2167

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: +49 180 55522533,
Fax: +49 180 55522535,
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 90,00€, 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

Name des Architekturbüros

Nickl & Partner Architekten AG



Website des Architekturbüros

www.nickl-partner.com



Wie viele Mitarbeiter hat das Architekturbüro?

ca. 130



An welchen Standorten arbeitet das Büro?

**München (Hauptsitz), Berlin,
Zürich/CH, Peking/CHN,
Jakarta/IDN**



Hauptberufsfelder

**Gesundheitsbauten,
Forschung und Lehre**

F A C T

Wir **feiern** gerne – sei es im Sommer eine Grill-party, zu Weihnachten auf der Berghütte oder zu besonderen Gelegenheiten wie jetzt gerade die Büroaufstockung in München. Es darf aber auch einfach mal zwischendurch eine Bootstour auf der Spree oder das Feierabendbier in der Eckkneipe sein.

Wir mögen **gutes Essen** – im Münchener Büro sorgt mittags ein Caterer für das leibliche Wohl und danach gibt's den Kaffee auf der sonnigen Dachterrasse.

Die Freie und Hansestadt Hamburg
sucht zum 1. April 2017

**Stadtplanerinnen und Stadtplaner
(Dipl.-Ing. (FH) / Bachelor)**

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.hamburg.de/bsw/bsw-ausbildung-stellen

Haben Sie Architektur mit Schwerpunkt
Städtebau studiert?

Dann freuen wir uns
auf Ihre Bewerbung!



BauStelle

Der Bauwelt-Stellenmarkt

Der führende Stellenmarkt für Architekten und Planer. Print und online!
anzeigen.bauwelt@bauverlag.de Telefon +49 5241 80-2716