Dieter Pfister

Raum – Gestaltung – Qualität

Über das Buch

Was macht, ganz grundsätzlich, die Qualität einer Raumgestaltung aus und was sind die Folgen mangelnder Qualität für Marketing und die Kommunikation? Wie kann man diese Qualität definieren und analysieren? Und was bedeutet das alles angewandt auf historische Hotels? Die vorliegende Studie gibt Antworten auf diese Fragen. Nach einer Einführung über die Rezeptionsgeschichte von historischen Hotels in der Schweiz von Roland Flückiger-Seiler, wird am Beispiel des Jugendstilhotels Paxmontana in Flüeli-Ranft die Analyse der Raumgestaltungs-Qualität und der historischen Authentizität exemplarisch und anschaulich dargestellt. Dann werden die Resultate der Analysen der Raumgestaltung von 23 historischen Hotels in der Schweiz zusammengefasst. Dieser empirische Teil der Studie basiert auf einem Grundmodell nachhaltiger Raumauffassung, das im Theorieteil wissenschaftlich begründet wird. Es berücksichtigt abendländische und östliche Traditionen der Philosophie und integriert relevante Theorien der Soziologie, Kunstgeschichte und Wirtschaftswissenschaften. Das Buch richtet sich an fundiert und ganzheitlich arbeitende Praktiker aus den Bereichen Architektur, Innenraumgestaltung, Design, Qualitätsmanagements, Hotellerie und Gastronomie sowie an Wissenschaftler aus den Fächern Philosophie, Raumsoziologie, Kunst- und Architekturgeschichte, Marketing und Kommunikation.

Über die Autoren

Dieter Pfister, lic. phil., studierte Kunstgeschichte, Soziologie und Betriebswirtschaft an den Universitäten Basel und Zürich. Er war unter Anderem Leiter Marktforschung der Schweizerischen Mustermesse (Messe Basel), Vizedirektor der Werbeagentur Weber, Hodel, Schmid, und im Nebenamt Vizepräsident des Verbands Schweizer Marketing und Sozialforscher SMS sowie Geschäftsführer der Vereinigung Kunsttourismus Schweiz. Heute ist er Geschäftsführer von PFISTER Marketing & Kommunikation und der gemeinnützigen Vereinigung histORhotel in Binningen/Basel. Er publizierte zahlreiche Bücher und Aufsätze.

Roland Flückiger, Dr. sc. techn., studierte Architektur an der ETH Zürich und in Amsterdam. Dissertation zur Geschichte des Städtebaus an der ETH. Er ist stellvertretender Denkmalpfleger der Stadt Bern und seit mehreren Jahren tätig als Denkmalpfleger und Forscher (u. a. Leiter des Nationalfonds-Forschungsprojektes „Schweizer Hotelbauten 1830–1920"). Lehraufträge an der Universität Bern, der Hochschule für Tourismus in Worms und an der Schweizerischen Hochschule für die Holzwirtschaft in Biel. Jurypräsident der schweizerischen Auszeichnung „Das historische Hotel/Restaurant des Jahres".

Dieter Pfister

Raum – Gestaltung – Qualität

am Beispiel historischer Hotels

Nachhaltige Kommunikation durch
authentische Raumgestaltung

edition gesowip
Basel 2005

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei Der Deutschen Bibliothek erhältlich

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Cataloguing-in-Publication-Data
A catalogue record for this publication is available from Die Deutsche Bibliothek

2., verbesserte Auflage

Alle Rechte vorbehalten
© 2004 by edition gesowip, Basel/Switzerland
Herstellung: SDL, Berlin

Printed in Germany

ISBN 3-906129-20-9

Inhalt

Inhalt....5

1. Geleitwort von Roland Flückiger-Seiler....9

2. Vorwort und Dank....11

3. Ziel und Methode der Studie....14

4. Zusammenfassung der Studienresultate....17
   - 4.1 Ausgangslage....17
   - 4.2 Praxis im historischen Hotel....18
   - 4.3 Theorie....20

Teil I: Geschichte

1. Einführung von Roland Flückiger-Seiler....27
   - 1.1 Ein Jahrhundert Kampf gegen und für historische Hotels....27
     - *1.1.1 Ablehnung der Belle Epoque-Architektur....27*
     - *1.1.2 Staatlich verordnete Radikalkur....29*
     - *1.1.3 Wiederentdeckung historischer Hotelbauten....30*
   - 1.2 Auszeichnungen, eine Marketinggruppe und ein Archiv für die Hotelzukunft mit Geschichte....33

Teil II: Praxis

1. Historische Hotels: Kultur- und sozialgeschichtliche Zusammenhänge....43
   - 1.1 Ausgangslage vor dem Ersten Weltkrieg....44
   - 1.2 Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg....45

2. Hauptbefunde der Analyse von Raumgestaltung und Authentizität historischer Hotels 48

2.1 Auswahl und Typologie der Hotels 48

2.2 Hauptbefunde im Überblick 52

2.2.1 Befunde bezüglich den Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung 52

2.2.2 Befunde bezüglich historischer Authentizität 54

2.2.3 Befunde bezüglich Gestaltungsqualität nach ausgewählten Bereichen 55

2.2.3.1 Rückwärtiger Aussenraum 56

2.2.3.2 Réception 56

2.2.3.3 Treppenhäuser und Gänge 57

2.2.3.4 Toiletten bei Gemeinschaftsräumen 57

2.2.3.5 Bar 57

2.2.3.6 Seminarraum 58

2.2.3.7 Wellnessbereich 58

2.2.3.8 Zimmer und Badezimmer 59

2.2.3.9 Corporate Design 61

2.2.4 Befunde bezüglich Engagement der Hotelleitung 61

2.2.4.1 Leitbild und Thema 61

2.2.4.2 Gestaltungsleitbild 62

3. Fallstudie: Befunde aus dem Jugendstilhotel Paxmontana 64

3.1 Analyse der Qualität der Raumgestaltung 64

3.1.1 Echtheit 64

3.1.2 Glaubwürdigkeit 65

3.1.3 Stimmigkeit 67

3.1.4 Praxistauglichkeit 67

3.1.5 Formal-handwerkliches Niveau 68

3.1.6 Erlebniswert 69

3.1.7 Eigenständigkeit 70

3.2 Analyse der historischen Authentizität 70

3.2.1 Ehrlichkeit 70

3.2.2 Sorgsamkeit 71

3.2.3 Substanz und Kontinuität 72

3.3 Analyse ausgewählter Raumbereiche 73

3.3.1 Badezimmer 73

3.3.2 Gänge 74

3.3.3 Rückwärtiger Aussenraum 75

3.4 Analyse ausgewählter Objektbereiche 76

3.4.1 Möbel 76

3.4.2 Beleuchtungskörper *77*
3.4.3 Textilien *77*

4. Zukunftsperspektiven des Managements von Raumgestaltungsprozessen 79

Teil III: Theorie

1. Raum 85

1.1 Raum und Räume 85
1.2 Raum und Zeit 87
1.3 Geschichte des Raumbegriffs 88
1.3.1 Absoluter und relativer Raum *88*
1.3.2 Relationaler Raum *92*
1.3.3 Ort *92*
1.4 Relational-prozessualer Raumbegriff 94
1.4.1 Spacing, Plazierung *94*
1.4.2 Syntheseleistung *95*
1.4.3 Denken und Erkennen *96*

2. Grundmodell der relational-prozessualen Raumvorstellung 99

2.1 Seelisch-emotionale Sphäre 103
2.2 Geistig-verbale Sphäre 104
2.3 Physisch-nonverbale Sphäre 105
2.4 Explizierungsstufen 106
2.5 Explikate 110
2.5.1 Explizierungsstufe 1 ..... *112*
2.5.1.1 Atmosphäre *113*
2.5.1.2 Schlüsselmerkmale *115*
Exkurs: Gänsemarsch der Stile und Behälterraum *116*
2.5.1.3 Anmutungscharaktere *119*
2.5.2 Explizierungsstufe 2 ..... *120*
2.5.2.1 Raumbild/Image *120*
Exkurs: Raumbild-Analyse *122*
2.5.2.2 Handwerkliche Verarbeitung *125*
2.5.2.3 Prinzipien der Raumgestaltung *126*
2.5.3 Explizierungsstufe 3 ..... *126*
2.5.3.1 Raumgestaltungsleitbild *126*
2.5.3.2 Raumform und -struktur *128*

2.5.3.3 Raumgebrauchsfunktion ... 129
2.5.4 Explizierungsstufe 4 ... 130
2.5.4.1 Weltbild, Geschichtsbild, Menschenbild, Leitbild ... 130
2.5.4.2 Raumgestaltungswelt ... 132
2.5.4.3 Raumthema ... 138

3. Gestaltung ... 141

3.1 Gestaltungsbegriff ... 141
3.2 Gestaltung als Designmanagement im Objektbereich ... 143
3.2.1 Semiotik ... 145
3.2.2 Hermeneutik ... 145
3.2.3 Ablauf des Designmanagement-Prozesses ... 147
3.3 Gestaltungsprozess im räumlichen Bereich ... 151
3.4 Raum in der Geschichte der modernen Architekturtheorie ... 153
Exkurs: Behälterraum in der Architekturtheorie ... 153
3.4.1 Raum und Innenarchitektur ... 156
3.5 Management von Raumgestaltungsprozessen ... 158

4. Qualität ... 163

4.1 Qualitätsbegriff ... 163
4.1.1 Qualität und Design im Objektbereich ... 165
4.1.2 Qualität und Kunst ... 167
4.2 Qualität und Raumgestaltung ... 168
4.3 Historische Authentizität als Qualitätsanforderungen an die Raumgestaltung historischer Hotels ... 174

5. Raumgestaltung und Nachhaltigkeit in Kommunikation und Marketing ... 175

5.1 Nachhaltigkeitsbegriff ... 175
5.2 Ausblick: Raumgestaltung als (selbst-)bewusster Prozess ... 179

Anhang 1: Glossar ... 191

Anhang 2: Literatur ... 195

1. Geleitwort von Roland Flückiger-Seiler

Die vorliegende Studie hat zum Ziel, Indikatoren für die Qualität der Raumgestaltung zu definieren, mit denen die Qualität und Authentizität von Räumen, insbesondere von historischen Hotels, analysiert werden können. Dies soll einen Beitrag dazu leisten, die Erhaltung und Entwicklung der historischen Substanz von alten Hotels zu fördern.
Im Praxis-Teil der Studie werden die Resultate der Bewertungen der historischen Authentizität von dreiundzwanzig ausgewählten Hotels präsentiert. In seinen Schlussfolgerungen zeigt der Verfassser auf, wie in Zukunft die Raumgestaltungsqualität weiter angehoben werden kann. Die eindrücklichen Resultate einer Bewertungsreihe aus der ganzen Schweiz sollen alle Verantwortlichen von historischen Gaststätten zum Nachdenken über Stärken und Schwächen in ihrem eigenen Betrieb anregen.
Im Theorie-Teil hat der Autor aus den einschlägigen philosophischen, soziologischen, kunst- und architekturhistorischen sowie wirtschaftswissenschaftlicher Publikationen die tieferen Gründe herausgearbeitet, die dazu führten, dass es zu einer Unterbewertung der Qualität der Raumgestaltung der Belle Epoque-Hotels und -Gaststätten kommen konnte.
Lic. phil. Dieter Pfister ist es vorzüglich gelungen, Ziel und Zweck der Studie zu erreichen, zumal berücksichtigt werden muss, dass eine Untersuchung solcher Art in der Schweiz erstmals in der vorliegenden wissenschaftlichen Tiefe durchgeführt worden ist. Dieter Pfister bringt durch sein Studium der Kunstgeschichte, Soziologie und Betriebswirtschaft, durch seine vielfältige berufliche Tätigkeit in den Bereichen Marketing und Kunsttourismus sowie durch zahlreiche wissenschaftliche Publikationen jene Voraussetzungen mit, die die Initianten der Vereinigung histORhotel, Dr. Christoph Juen, Direktor hotelleriesuisse, Martin Küttel, Direktor Jugendstil-Hotel Paxmontana, und der Schreibende dieses Geleitwortes gesucht haben.
Wir freuen uns sehr, diese Studie nun der Öffentlichkeit zu übergeben und danken allen herzlich, die sich dafür engagiert haben, in erster Linie natürlich den zahlreichen beteiligten Hoteliers und den Geldgebern, allen voran dem Staatssekretariat für Wirtschaft seco, Ressort

Tourismus (InnoTour-Projekt) und dessen Leiter Prof. Dr. Peter Keller.

Bern, im Juli 2004

Dr. Roland Flückiger-Seiler
Architekturhistoriker
Präsident der Vereinigung histORhotel

2. Vorwort und Dank

Auf der Grundlage einer über fünfundzwanzig-jährigen Beschäftigung mit dem Thema der Raum- und Möbelgestaltung und den Resultaten eines früheren seco/InnoTour-Projektes entstand allmählich ein ausgereiftes Modell für das professionelle Vorgehen bei der Analyse und dem Management von Raumgestaltungsqualität. Gleich zu Beginn soll aber klargestellt werden, dass bei aller Wichtigkeit der Strukturierung und Rationalisierung solcher Prozesse hier keinesfalls einem technokratischer Ansatz das Wort geredet, sondern die Rolle von Intuition und die Berücksichtigung des Nicht-Verfügbaren ebenso ernst genommen werden soll.
Die Anwendung des hier ausgearbeiteten Grundmodells im Bereich der Hotellerie ist naheliegend, denn nur für wenige Angebote und Selbstdarstellungsbereiche von Wirtschaft und Staatsverwaltung – wie etwa Ladenbau, Messestand oder Regierungsgebäude – stellt die Raumgestaltung ein derart wichtiges Potential dar wie bei den Hotel- und Gastronomieräumen. Hier ist die Raumgestaltung ein zentraler Teil der Produktgestaltung und damit ein wichtiger Aspekt der Kommunikation, des Marketings und Verkaufs.
Gerade bei Hotels lässt sich übrigens auch gut aufzeigen, wie die Interessen der unterschiedlichen Raumeigner, -veränderer und -nutzer berücksichtigt werden müssen, um eine optimale Raumgestaltung zu erreichen. Die Komplexität des Beziehungsgeflechts der Beteiligten und Betroffenen liegt nämlich auf einem ganz anderen Niveau, als dies etwa bei einer Privatwohnung oder bei der Gestaltung des Arbeitsortes der Fall ist, wo Externe nur beschränkt Einlass finden oder sich wohlfühlen müssen.
Die desolate Lage zahlreicher Hotels und Restaurants in der Schweiz und in Europa hat wohl nicht wenig mit der Unbekümmertheit zu tun, mit der zahlreiche Führungskräfte dem Thema der Raumgestaltungsqualität begegnen, was zu viel Beliebigkeiten geführt hat – dies gilt allerdings nicht nur für den Tourismusmarkt. Die tieferen Gründe, weshalb so viele Orte ein austauschbares Aussehen haben, hat der französische Ethnologe Marc Augé mit seiner Darstellung der Entstehung sogenannter „Nicht-Orte“ geliefert, die sich in einer Welt entwickeln, „die Geburt und Tod ins Krankenhaus verbannt, <…>, in

der die Anzahl der Transiträume und provisorischen Beschäftigungen unter luxuriösen oder widerwärtigen Bedingungen unablässig wächst (die Hotelketten und Durchgangswohnheime, die Feriendörfer, die Flüchtlingslager, die Slums <…>) <…>, in der sich ein enges Netz von Verkehrsmitteln entwickelt, die gleichfalls bewegliche Behausungen sind, <…> die solcherart der einsamen Individualität, der Durchreise, dem Provisorischen <…> überantwortet ist <…>."[1]

Die besondere Herausforderung dieser Studie lag darin, die ganze Breite und Tiefe des Themas zu verstehen, und zwar von den Höhen der Philosophie bis hin zur Alltagserfahrung in der Raumgestaltung im Hotel. Wenn dabei auch viele meiner früheren Arbeiten und die Breite der Fächerpalette meines damaligen Studiums halfen, so konnte dieses komplexe Themenfeld nur dank der Unterstützung vieler Menschen in die Tiefe bearbeitet werden. So möchte ich folgenden Mitdenkern ganz besonders danken: Alexander Bieri, Basel, lic. phil. Lydia Buchmüller, Arbon, Anne-Françoise und Claude Buchs, St-Luc, Dr. Xaver Büeler, Oberägeri, Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub, Schopfheim, Dr. Roland Flückiger-Seiler, Bern, Prof. Dr. Hartwig Frankenberg, Kempten, lic. phil. Johanna Gisler, Basel, Urs Hangartner, Luzern, PD Dr. Monika Kritzmöller, Kempten, Dr. Peter Kühler, Herrenschwanden, Martin Küttel, Flüeli-Ranft, Dr. Jürg Michel, Bern, Dipl. Arch. ETH Peter Omachen, Sarnen, Pily Pfister-Garcia, Bern, Samuel Salvisberg, Lausanne, Dipl.-Ing. Dipl.-Wirtsch.-Ing. Dr. Martin Sättler, Bottmingen, Dr. Peter Spichiger, Zürich, Dr. Stefan Streiff, Zürich, Brigitte Meier-Schmid, Zürich, PD Dr. Johannes Stückelberger, Therwil, Catherine Touaibi, Zürich, Prof. Dr. Antoine Wasserfallen, Lausanne, Dr. Ralph Weill, Basel.

Bei der Analyse von dreiundzwanzig ausgewählten historischen Hotels waren die ausführlichen Gespräche mit deren Eigentümern oder Direktoren sehr ergiebig. Ihnen allen – sie sind im Praxisteil der Studie namentlich erwähnt - sei hier ganz herzlich gedankt. Ferner ist jenen Jury-Mitgliedern von Icomos zu danken, welche sich als Experten an den Analysen beteiligten. Dies waren Arch. EPFL Christine von Büren, Lausanne, Dr. Roland Flückiger-Seiler, Bern, Martin Küttel, Flüeli-Ranft, Brigitte Meier-Schmid, Zürich und Dipl. Arch. ETH Peter Omachen, Luzern. Ferner haben bei den Analysen dankenswerterweise mitgearbeitet: Dr. Peter Kühler, Herrenschwanden und Dr. Jürg Michel, Bern.

Mein Dank gilt weiters Martin Küttel, Vizepräsident von histORhotel und Direktor des Jugendstilhotels Paxmontana für die Erlaubnis, dieses Hotel hier als Fallstudie darstellen zu dürfen.
Besonders bedanken möchte ich mich bei meinen Mitarbeitern Sonja Polc Kneubühler, David Hermann, Mathias Strähl und Thomas Summ für ihre Geduld und ihren unermüdlichen Einsatz.
Sehr zu Dank verpflichtet bin ich meinen Eltern, ohne die alle meine Studienarbeiten und zahlreichen Buchveröffentlichungen letztlich nicht möglich gewesen wären. So widme ich diese Arbeit ihnen, insbesondere meinem Vater, dem Architekten Hugo Pfister, zu seinem 85. Geburtstag. Durch seine Tätigkeit bin ich mit Fragen der Raumgestaltung, der Architektur und der Möbelkunst schon sehr früh im wahrsten Sinne des Wortes familiär vertraut geworden.

Basel, im Juli 2004 Dieter Pfister

Hinweis: In den folgenden Ausführungen wird für personenbezogene Ausdrücke nur die männliche Schreibweise gewählt. Dies soll die Lesbarkeit vereinfachen. Wir bitten die Leserinnen um Verständnis.

3. Ziel und Methode der Studie

Der Zweck der vorliegenden theoretischen und empirischen Arbeit besteht darin,

- das Verständnis für die Qualität der Raumgestaltung historischer Hotels - verstanden als Kulturgüter - zu fördern,
- deren wertvolle Substanz als wichtige Zeugen der Schweizer Wirtschaftsgeschichte zu erhalten und weiterzuentwickeln und damit
- die Grundlagen zu erarbeiten für ein effektiveres und effizienteres Vorgehen in Marketing und Kommunikation bezüglich solcher Hotels, aber auch von Restaurants und Cafés.

Ziel der vorliegenden Studie ist es, die Situation ausgewählter historischer Hotels hinsichtlich der Raumgestaltungsqualität und der historischen Authentizität zu analysieren, Chancen und Problemfelder zu orten sowie Perspektiven zur Problemlösung zu entwickeln.
Um dieses Ziel erreichen zu können, mussten zuerst die Grundlagen erarbeitet werden, nämlich das im Theorieteil dargestellte und wissenschaftlich begründete SQM-Modell (Spacing-Quality-Management). Dieses wurde dem Prozess nachgebildet, der beim Denken, Wahrnehmen, Erinnern etc. abläuft. Darauf aufbauend wird dann als Zweites der VisQuaM-Ansatz entwickelt, welche das Vorgehen im visuellen Qualitäts-Management definiert. Er zeigt auf, wie man beim Umbau von historischen Hotels und Gaststätten, aber auch beim Neubau von Hotels die Raumgestaltungs-Qualität analysieren und verbessern kann. Drittens liefert diese Studie das Modell und Instrumentarium dazu, wie historische Authentizität von Hotels und Gaststätten verstanden, definiert und analysiert werden kann.
Anhand dieser Grundlagen wurde dann die Raumgestaltungsqualität in der Praxis geprüft, wobei immer wieder Anpassungen und Verbesserungen an den Analyse-Instrumenten und dem Fragebogen vorgenommen werden mussten. So stellen nicht nur die Befunde aus den Analysen, sondern auch die optimierten Instrumentarien zu diesen Analysen wichtige Resultat der Studie dar. Auch wenn das SQM-Modell und der VisQuaM-Ansatz am Beispiel historischer Hotels geprüft wurde, so muss betont werden, dass diese Instrumente bei jeglicher

Art von Institutionen angewandt werden können, von der Staatsverwaltung über Dienstleistungsunternehmen bis zu Industriefirmen.
Der empirische Teil dieser Studie basiert auf der Analyse von dreiundzwanzig historischen Hotels (siehe Hotel-Liste im Praxisteil der Studie), die im Zeitraum zwischen September 2003 und Januar 2004 erfolgte. Dabei sind sowohl Stadthotels für den Geschäftstourismus als auch Ferienhotels (in Kurorten, in Dörfern fernab der Tourismusströme und alleinstehende Häuser) untersucht worden.
Die Auswahl der Hotels erfolgte im Dialog mit ausgewiesenen Experten[2] aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Tourismus, Denkmalpflege und Kunstwissenschaft. Dabei wurde darauf geachtet, dass sowohl die verschiedenen Landesteile als auch die diversen Ausprägungen von Hotels (Stadthotel, Ferienhotel; Sammlerhotel, Grand-Hotel etc.) berücksichtig werden. Die Klassifizierung nach Sternen spielte bei der Auswahl keine Rolle.
Jene dreizehn Häuser der dreiundzwanzig Hotels, die von der Icomos-Arbeitsgruppe Historische Hotels und Restaurants (International Council on Monuments and Sites, Landesgruppe Schweiz) in den letzten Jahren ausgezeichnet wurden, analysierte der Verfasser dieser Studie alleine. Die übrigen zehn Hotels bewertete er zusammen mit einem Icomos-Jurymitglied[3]. Die Hotels wurden im Sinne des im Theorie-Teil entwickelten SQM-Modells untersucht.
Eine Analyse dauerte im Durchschnitt vier Stunden. Sie begann mit einem etwa eineinhalbstündigen Gespräch mit dem Hoteleigentümer und/oder –direktor. Dabei wurden in einem halbstrukturierten Interview folgende Themen behandelt:

- Geschichte des Hotels
- Leitbild, Gestaltungsleitbild
- Raumbilder, Raumthemen und Anmutungscharaktere in der Eigenbewertung
- Prinzipien der Raumgestaltung sowie Gästeerwartungen.

Danach fand ein gemeinsamer Rundgang mit dem Gesprächspartner statt und schliesslich die Bewertung der Räume hinsichtlich der Qualitätsindikatoren des SQM-Modells. Dabei wurden alle gästerelevanten Räume einzeln beurteilt, und zwar auf einer 4er-Skala von 1 (= ungenügend) bis 4 (= sehr gut). Diese Bewertung bezieht sich auf die Einschätzung der Höhe des erreichten Optimierungsgrades bei den Differenzen zwischen den Polen der Qualitätsindikatoren. So wird

zum Beispiel Stimmigkeit danach beurteilt, wie hoch vom Analysten die Differenz eingeschätzt wird, die zwischen den im Gestaltungsleitbild schriftlich oder mündlich definierten Vorstellungen und deren Realisierung besteht, so, wie sie vom Analysten in der Raumatmosphäre wahrgenommen wird. In einer letzten Phase wurden die Bewertungen zwischen den Analysten abgeglichen. Dabei gab es überraschend wenige Differenzen zu bereinigen.
Insgesamt können die Erfahrungen mit der SQM-Modell als gut bezeichnet werden. Das Vorgehen ist zwar detailliert und aufwendig, hat aber den Vorteil, dass man auch Einzelheiten festhalten und dann Chancen und Probleme im Blick auf die Praxis präzise verbalisieren kann. Dieses Sagbar-, Explizierbar-Machen und Wahrnehmung-Schärfen ist ja ein entscheidender Schritt hin zu mehr Verständnis für Raumgestaltungsfragen und Voraussetzung für die Erhöhung der Raumgestaltungsqualität.

4. Zusammenfassung der Studienresultate

Gleich zu Beginn soll mit aller Deutlichkeit darauf hingewiesen werden, dass in dieser Studie die Raumgestaltung nicht als Selbstzweck betrachtet wird. Was den Raumeigner betrifft, ist der Prozess der Raumgestaltung auch als ein Akt der Selbstfindung zu betrachten und des eigenen Festlegens im sozialen Raum, vor allem aber auch im Marktraum. Denn ohne Authentizität ist mehr Nachhaltigkeit in Kommunikation und Marketing nicht zu erreichen. Und in der Überfluss- und Überdrussgesellschaft wird das Beliebige und Unprofilierte inzwischen immer mehr übersehen. Das hier behandelte Themenfeld hat – so gesehen – einen hohen Stellenwert für das Marketing in der Tourismusbranche.

4.1 Ausgangslage

Sowohl zum Thema der Gestaltung als auch über die Frage nach der Qualität wurde im 20. Jahrhundert wohl mehr gedacht und geschrieben, als über den Raum. Seltener jedoch betrachtete man Gestaltung und Qualität gemeinsam, was wahrscheinlich daran liegt, dass Gestaltungsarbeit und ihr Resultat oft immer noch im Sinne des romantischen Kunst- und Künstlerverständnis gesehen werden, nämlich als individueller Schöpfungsprozess, über deren Verlauf die Autoren und Kreatoren desto weniger mitteilen wollen, je berühmter sie geworden sind. Oder, um mit dem österreichischen Historiker Robert Stiassny zu reden: „Denkende Architekten hat es zu allen Zeiten gegeben <…> Nur das bewusste Denken der Wissenschaft, die Tugend der historischen Gerechtigkeit ist meistens nicht ihre Sache.“[4] Überdies hat man es hier mit etwas schwer Sagbarem zu tun, das mit einem „naturwissenschaftlichen Blick“ kaum erfassbar ist. So wurde die Bewertung von Gestaltung zur Geschmackssache erklärt und mit dem uralten Diktum „Über Geschmack lässt sich nicht streiten“ der vertieften Diskussion entzogen. Zwar hat jeder das Recht zu sagen: „Gefällt mir“ oder „…ist schön“, doch die Wissenschaft hütet sich, derartige Werturteile zu fällen.

Diesen Zustand zu ändern wäre Aufgabe der an den Raumgestaltungsprozessen beteiligten Berufsgruppen, doch deren Struktur und Selbstverständnis verhindert dies. Sie scheinen nämlich mit der gegenwärtigen Situation gut leben zu können. Es besteht weitherum wenig Interesse daran, eine gemeinsame Plattform zu schaffen und Begriffe, Vorgehen und Qualitätsindikatoren festzulegen, denn nur so bleibt die bestehende Machtverteilung erhalten. Viele Gestalter entziehen nämlich dem Laien immer noch die Mitsprachemöglichkeit, indem sie den Raumeigner nicht genügend in den Gestaltungsprozess integrieren, sondern ihn lieber vor vollendete Konzept-Tatsachen stellen. Dieser verzichtet seinerseits – auch als Auftraggeber – oft darauf, klare Gestaltungsvorstellungen zu äussern und öffnet so dem Machtkampf zwischen Architekten, Innenarchitekten, Planern, Dekorateuren, Baumeistern und Raumnutzern Tür und Tor. Geschichte und Identität eines Hauses oder Raumes stehen dann als Verlierer da, haben diese doch wenige Fürsprecher und kaum eine Stimme am Tisch der Entscheider. Das qualitätvolle historisch Gewachsene – nicht gleichzusetzen mit der ursprünglichen baulichen Substanz – ist dann zu oft einfach das, was als Brosamen liegen bleibt, wenn alle ihren kommerziellen Appetit gestillt haben. Was diese besondere Konstellation im Laufe der letzten hundert Jahre bezüglich der Rezeption und Entwicklung historischer Hotels bewirkte, stellt einleitend Roland Flückiger-Seiler dar – es ist ein Kampf gegen und für historische Hotels.

4.2 Praxis im historischen Hotel

Im praxisbezogenen Teil der Studie wird das im Theorie-Teil dargestellte und wissenschaftlich begründete SQM-Modell (Spacing-Quality-Management) am Beispiel des historischen Hotels angewandt, und zwar als Analyseinstrument für

- Raumgestaltungsqualität und
- historisch Authentizität von Räumen sowie
- als Management–Instrument zur Verbesserung der Prozesse der Raumgestaltung.

Das Hotel eignet sich dafür bestens, weil hier – neben der eigenen Wohnung, dem Kloster-, Kirche- und Schlossbau – die Idee des Ge-

samtkunstwerkes wichtig ist. Diese alte Idee wird deshalb wieder bedeutend, weil das hier verwendete prozessual-relationale Raumverständnis den Menschen und alle möglichen Sinneserfahrungen des Raum integriert. Das heisst, der Mensch als Raumeigner, Nutzer, Gast oder Personal, ist im Prozess des Raumkonstituierens und –konzipierens wieder stärker zu berücksichtigen. Durch dieses relational-prozessuale Verhältnis des Menschen im Raum entsteht ein nachhaltiges Verhalten des Menschen – auch im ökonomischen, sozialen und Natur-Raum.
Was nun die historische Authentizität der Raumgestaltung im historischen Hotel, Restaurant oder Café betrifft, so sind aus den sieben Qualitätsindikatoren des SQM-Modells (nämlich: Echtheit, Glaubwürdigkeit, Stimmigkeit, Praxistauglichkeit, Formal-handwerkliches Niveau, Erlebniswert, Eigenständigkeit: siehe Zusammenfassung des Theorie-Teils) weitere vier Standards abgeleitet und von der Vereinigung histORhotel als Merkmale für historische Authentizität definiert worden. Dies sind:

- **Ehrlichkeit** (als Aspekt der Echtheit)
  Die Spuren des Gebrauchs müssen sichtbar bleiben. Das bedeutet, dass eine Restaurierung die Objekte nicht in einen „Neuzustand" zurückführen darf und bei notwendigem Ersatz keine künstlichen Gebrauchsspuren angebracht werden.
- **Sorgsamkeit** (als Aspekt der Glaubwürdigkeit)
  Der historischen Substanz muss mit Respekt begegnet werden. So sollen Objekte, die ihre praktische Funktion verloren haben, nicht in jedem Fall entsorgt werden (keine Wegwerfmentalität). Sorgfalt soll auch in der Liebe zum Detail und in der handwerklichen Ausführung spürbar sein.
- **Substanz** (als Aspekt der Stimmigkeit)
  In mindestens der Hälfte aller Gemeinschaftsräume und einem Fünftel aller individuellen Räume müssen mindestens die Hälfte der sichtbaren und dominierenden Objekte (Raumhülle und -ausstattung) vor 1960 entstanden sein, wodurch sie aus einer historischen Mindest-Distanz von zwei Generationen betrachtet werden können.
- **Kontinuität** (ebenfalls als Aspekt der Stimmigkeit)
  Mindestens die Hälfte der in den Hotelräumen sichtbaren und dominierenden Objekte müssen der historisch gewachsenen Raumgestaltungswelt angehören. Die übrigen Objekte sind im Vergleich

zur gewachsenen Substanz so auszuwählen, dass die Kontinuität den Schlüsselmerkmalen und Anmutungscharakteren gewahrt wird (Ausnahme: bewusstes Kontrast-Konzept).

Die Analyse von dreiundzwanzig historischen Hotels in der ganzen Schweiz fand Ende 2003 und Anfang 2004 statt und brachte vielfältige Ergebnisse, die sowohl für die Veränderung von Räumen wie auch für den Prozess der Raumveränderung wichtig sind. Dabei muss mit Nachdruck darauf hingewiesen werden, dass alle diese Resultate keineswegs repräsentativ für die Raumgestaltungsqualität der grossen Zahl von alten Schweizer Hotels ist.
Zunächst werden die allgemeinen Befunde dargestellt, dann die Probleme und Chancen am Beispiel des Jugendstilhotels Paxmontana in Flüeli-Ranft vertieft. Überblickt man die Hauptbefunde in allen dreiundzwanzig Hotels, so kann man insgesamt mit der Raumgestaltungsqualität und historischen Authentizität der sorgfältig ausgesuchten historischen Hotels zufrieden sein. Zusammen mit zahlreichen historischen Restaurants und – seltener – Cafés kann die Zahl der historisch-authentischen Objekte auf etwas über hundert geschätzt werden.
Mit der Beurteilung der Räume geht gemäss SQM-Modell auch eine Analyse der Authentizität der Hotel-Führung einher. Insgesamt ist viel Engagement spürbar, aber auch viel Unsicherheit und mangelnde Kohärenz und Konsequenz über längere Zeitläufe hinweg. Das heisst, die persönliche Kompetenz hinsichtlich des Managements der Raumgestaltungsqualität ist in vielen Schweizer Hotelleitungen ausbaufähig. Das erstaunt nicht, ist doch dieses Thema in der Ausbildung merkwürdigerweise meist kein nenneswertes.
Der praktische Teil der Studie endet mit Hinweisen und Empfehlungen auf mögliche Verbesserungen des Prozesses der Raumgestaltung im Allgemeinen und im historischen Hotel im Speziellen.

4.3 Theorie

Was läuft beim Wahrnehmen eines Raumes, beim Denken darüber genau ab? Diese Frage zu beantworten nimmt im Theorieteil der vorliegenden Studie breiten Raum ein. Im Denken, verstanden als psychischer Prozess des Erkennens, wird sinnlich Wahrgenommenes mit

Vorstellungs- und Erinnerungsbildern verglichen, geistig eingeordnet, auf den Begriff gebracht und durch Schlussfolgerungen in wiederum wahrnehmbare Realisation überführt.
Im Denken verarbeitet der Mensch zunächst intrapersonell - in sich - den sinnlich wahrgenommenen Raum. Dabei wird in der Studie ausführlich auf die verschiedenen Raumvorstellungen eingegangen, die sich die Menschheit im Laufe der Jahrhunderte zurechtgelegt hat und die oft gleichzeitig nebeneinander bestanden. Auch heute noch prägt jene überkommene Raumvorstellung das Denken vieler Menschen, die nachfolgend als „Behälterraum" bezeichnet wird. Der Mensch steht in dieser Raumauffassung der Umwelt gegenüber. Betrachtet man den Raum jedoch relational, so wie dies in der neueren Literatur und in dieser Studie vorgeschlagen wird, so hat dies weitreichende Konsequenzen. Denn dann ist nicht nur der sinnlich wahrnehmbare Raum relational zu denken, sondern es müssen auch die Begriffe, mit denen man ihn zu beschreiben sucht, und der Mensch selbst als in einem relationalen Verhältnis zum Raum gedacht werden. Die Frage nach dem Selbstverständnis des Raumbeobachters, seiner Position im Raum wird hier zentral.
Der Erarbeitung eines Grundmodells der Raum-Konstituierung wird nachfolgend deshalb so viel Aufmerksamkeit gewidmet, weil der Erfolg jeder Qualitätsverbesserung in diesem Bereich davon abhängt, wie lebensnahe die Modellvorstellung ist, wie nahe sie dem Denk- und Wahrnehmungsprozess kommt.
In der vorliegenden Studie wird vorgeschlagen, das Management der Raumgestaltung als Teil des Qualitätsmanagements zu betrachten. Denn Qualität wurde bisher im Tourismus zu einseitig hardware- und servicemässig definiert. Eine Verbesserung der Qualität der Raumgestaltung ist vor allem über die Optimierung der Qualität der Prozesse und Konzepte zu erreichen. Es führt kein Weg daran vorbei, bei diesem Thema dem Menschen etwas näher zu treten. Wenn ein Raum und ein Ort vor alle die Persönlichkeit des Raumeigners zeigt, dann muss sich dieser zunächst Gedanken über sich selber machen. Die Ganzheitlichkeit, die Berücksichtigung der seelischen, geistigen und körperlichen Dimension der sozialen Güter (Architektur, Möbel, Institutionen, Normen etc.) und Menschen/Lebewesen im Raumes, ist von fundamentaler Bedeutung für eine nachhaltige Raumentwicklung.
Der Prozess der Raumgestaltung wird im Grundmodell, dem sogenannten SQM-Modell (Spacing-Quality-Management) in vier Explie-

rungsstufen und durch zwölf sogenannte Explikate strukturiert. Es zeigt damit das konzeptionelle Design, das implizit im sinnlich wahrnehmbaren Design präsent ist.
Aus der optimalen Nähe bis Übereinstimmung zwischen den Explikaten kann dann auf die Qualität der Raumgestaltung geschlossen werden. Dabei werden sieben Indikatoren der Qualität der Raumgestaltung herausgearbeitet: Echtheit, Stimmigkeit, Glaubwürdigkeit, Praxistauglichkeit, Formal-handwerkliches Niveau, Erlebniswert und Eigenständigkeit. Sie werden wie folgt definiert:

- **Echtheit**
  Eine Raumgestaltung ist echt, wenn die Raumgestaltungswelt mit dem Thema des Raumes und den leitenden Vorstellungen des Raumeigentümers übereinstimmt. Echt heisst auch, dass bauliche und gestalterische Massnahmen keine falschen Tatsachen vortäuschen dürfen.
- **Glaubwürdigkeit**
  Eine Raumgestaltung ist dann glaubwürdig, wenn das Raumbild die Haltungen (Welt-/Leitbild) des Raumeigentümers vermittelt.
- **Stimmigkeit**
  Eine Raumgestaltung ist stimmig, wenn die leitenden Gestaltungsvorstellungen mit der vorgefundenen Raumatmosphäre übereinstimmen und wenn sie im Vergleich zwischen den Räumen sowie mit der Umgebung des Gebäudes harmoniert.
- **Praxistauglichkeit**
  Eine Raumgestaltung ist praxistauglich, wenn ihre Ausformung den Anforderungen des praktischen Gebrauchs entgegenkommt.
- **Formal-handwerkliches Niveau**
  Eine Raumgestaltung hat formal-handwerkliches Niveau, wenn ihre Ausführung in der Gesamtheit und in den Teilen (z.B. Wahl der Formen, Materialwahl, Proportionen, handwerkliche Ausführung) den Qualitätsansprüchen des Berufsstandes entspricht.
- **Erlebniswert**
  Eine Raumgestaltung hat Erlebniswert, wenn die einzelnen Schlüsselmerkmale (Farbe, Form, Material etc.) den dominierenden und kommunizierten Anmutungscharakteren (hart-weich, natürlich-künstlich) entsprechen, die Raumgestaltung alle Sinne des Menschen anspricht und ihm als nachhaltige Erfahrung in Erinnerung bleibt.

- **Eigenständigkeit**
  Eine Raumgestaltung ist eigenständig, wenn sie sich das Raumbild von jenem anderer vergleichbarer Räume in der Umgebung unterscheidet.

Zum Schluss der Zusammenfassung soll betont werden, dass das SQM-Modell und der VisQuaM-Prozess zwar am Beispiel historischer Hotels angewandt und geprüft, aber letztlich in allen Branchen der Wirtschaft und Institutionen der Staatsverwaltung verwendet werden kann. Aufgrund der Resultate dieser Studie und der Eindrücke aus vielen weiteren besuchten Hotels und Restaurants muss die Forderung gestellt werden, Raumgestaltung mit mehr Ernsthaftigkeit und Liebe zu betreiben, sich selbsr damit zu verwirklichen, denn – um mit dem österreichischen Philosophen Ludwig Wittgenstein zu reden – ist die Arbeit an der Architektur vielfach wie die Arbeit an der Philosophie „eigentlich mehr die Arbeit an Einem selbst. An der eignen Auffassung. Daran, wie man die Dinge sieht. (Und was man von ihnen verlangt.)“[5]

Anmerkungen zur Einleitung

1 Augé, 1994, S. 93.
2 Die involvierten Experten sind: Dr. Roland Flückiger-Seiler, Bern, Dr. Peter Kühler, Herrenschwanden und Dr. Jürg Michel, Bern. Ihnen sein für ihr Engagement bestens gedankt.
3 Im Vorwort sind sie namentlich erwähnt.
4 Siehe dazu Stiassny, Robert: Ein deutscher Humanist: Joseph Bayer (1827-1910), in: J. Bayer, Baustudien und Baubilder, Schriften zur Kunst, Jena 1919, S. viii
5 Wittgenstein, 1994, S. 52. Im Original ist das Wort „in“ bei „in der Architektur“ unterstrichen.

Teil I – Geschichte

1. Einführung von Roland Flückiger-Seiler

Zur Einführung in das Themenfeld soll zunächst die Rezeptionsgeschichte von historischen Hotels in der Schweiz überblicksmässig dargestellt werden.[1]

1.1 Ein Jahrhundert Kampf gegen und für historische Hotels

In den Jahren vor dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs hatte der Tourismus in der Schweiz einen ersten Höhepunkt erreicht. Im Sommer 1913 standen in 3'600 Hotels knapp 170'000 Betten zur Verfügung. Gegen 200'000 Bedienstete kümmerten sich um das Wohl von Millionen von Touristen.[2] Ohne Pass und ohne Geldwechsel reisten die Europäer damals von Land zu Land. Mit dem Kriegsausbruch 1914 war diese Traumwelt wie weggeblasen, das Zeitalter der Reise-Euphorie endgültig vorbei. Die Hotels entleerten sich schlagartig und die Touristen brachten sich zuhause in Sicherheit. Die angestammte Kundschaft der Grand Hotels kehrte teilweise nie mehr zurück. Die wenigen, die damals in den Hotels zurückblieben, wie russische Adelige, verarmten bald in ihrem unfreiwilligen Exil.

1.1.1 Ablehnung der Belle Epoque-Architektur

Bereits vor dem Ersten Weltkrieg hatten die gewaltigen Zuwachsraten im Hotelwesen vielerorts den Widerstand gegen die sogenannte Fremdenindustrie entfacht. Man warf dem Hotelbau die Verschandelung der Landschaft und die Zerstörung der heilen Natur vor. Dazu gesellte sich das gesteigerte Bewusstsein schweizerischer Eigenart, das sich auch in der Architektur prägnant äusserte und auf einen Kollisionskurs geriet zum fremdländisch-höfischen Zeremoniell der Grand Hotel-Kultur. Als wichtige Plattform für den Widerstand gegen die Fremdenindustrie etablierte sich 1905 der Schweizer Heimatschutz, der vor allem die Verunstaltung ganzer Landschaften mit Bergbahnen und Hotelgrossbauten kritisierte und die fehlenden Bezüge der Architektur zur Landschaft und zur örtlichen Bautradition anprangerte.[3]

Der Kampf gegen die Hotelbauten an Seeufern und in Bergtälern war so erfolgreich, dass man der historischen Hotelarchitektur bald einmal in weiten Kreisen mit Ablehnung und Unverständnis begegnete. Gegen Ende des Ersten Weltkrieges schrieb Samuel Guyer in einem „Beitrag zum Hotelbau-Problem der Gegenwart" in der Schweizerischen Bauzeitung: „Seit Jahren tobt im Schweizerland der Krieg gegen die unsere schönsten Gegenden entstellenden Hotelkästen." Im Gegensatz zur Heimatschutzkritik, die sich zentral gegen „grosse, kastenförmige Baublöcke" richtete, fand Guyer die Hotelgrossbauten hässlich, „weil ihnen eine, einmal nach sentimentaler Romantik, ein andermal nur nach Pomp und Protz riechende Maske aufgesetzt ist."[4] Sogar ehemalige Hotelarchitekten sprachen von ihren angeblichen Fehlleistungen und Kunsthistoriker der Zwischenkriegszeit bezeichneten die „Hotelpaläste" als „Sündenböcke für die Landschaftsverschandelung". So bemerkte Horace Edouard Davinet, einer der begabtesten und am meisten beschäftigten Hotelarchitekten des späten 19. Jahrhunderts, der Erbauer u.a. der Hotels Giessbach, Seelisberg, Spiezerhof, Rigi-Kulm oder der Kurhalle in Heiden, im Jahre 1920 als 81-jähriger in seinen Memoiren entschuldigend: „Par suite des Expositions internationales et de l'établissement de nombreux Kurorten, on était alors loin de penser au Heimatschutz, l'on cherchait, au contraire, à implanter les styles les plus bizarres, afin de détruire le cachet trop casernel de ces immenses Caravansérails."[5]
In den Publikationen der 1920er-Jahre über das Gastgewerbe erhielt die Geschichte des Hotelbaus wohl ihren Platz, die Zeit nach 1850 wurde dabei aber ausgeblendet.[6] Diese Epoche stand nicht mehr im Interesse der damaligen Architektenschaft. 1929 veröffentlichte Werner Amstutz sein Fachbuch über „Neue Wege im Hotelbau" und er meinte mit diesem Titel die bedingungslose Ablehnung der Historismusarchitektur.[7] Damals kämpften alle fortschrittlichen Architekten für eine neue, moderne und „ehrliche" Architektur. Sie empfanden deshalb das Hotel aus der Belle Epoque als Symbol einer alten, überlebten Ordnung. In jenen Jahren erschienen in der Fachpresse die ersten Beispiele von Radikalkuren an alten „Hotelkästen" im Sinne der Vertreter des damals tonangebenden „Neuen Bauens." So wurde die Sanierung des Hotel Reber in Locarno 1928 mit der Eliminierung des Mansartdachs und einer Aufstockung um ein Geschoss mit einem Flachdach durch den Architekten Armin Meili in der Schweizer Bauzeitung 1940 als beispielhaft vorgestellt.[8]

1.1.2 Staatlich verordnete Radikalkur

In der Zeit des Zweiten Weltkriegs etablierte sich der Architekt und Kunsthistoriker Peter Meyer (1894-1984)[9] zum ideologischen Wortführer im Kampf gegen die monumentalen Hotelkästen aus der Belle Epoque. 1942 apostrophierte er in der ersten architekturgeschichtlichen Übersicht zum Schweizer Hotelbau des 19. Jahrhunderts die in der freien Natur errichteten Grosshotels der Belle Epoque als „Sündenböcke für die Landschaftsverschandelung. „Das Bild des Rigi-Kulms mit seinen drei Hotelgrossbauten kommentierte er mit: „Völlige Zerrüttung des Landschaftsbildes." Seine Sympathie galt dagegen den Versuchen einer Anpassung an einen regionalen Baustil im Sinne der Bemühungen des Heimatschutzes. Diese Beurteilung wiederholte er in seiner „Schweizerischen Stilkunde" von 1944 und auch noch in der Festschrift des Schweizer Hotelier-Vereins im Jahre 1956.[10]

Das Urteil des damals in der Fachwelt geachteten Peter Meyer bildete auch die Grundlage für die Qualifizierung der Hotelbauten in der 1943/44 durch den Architekten und Planer Armin Meili im Auftrag des Bundes erstellten Studie „Bauliche Sanierung von Hotels und Kurorten." In Meilis Expertenbericht wurden, im Hinblick auf die nach Kriegsende befürchtete allgemeine Arbeitslosigkeit, für alle bedeutenden Schweizer Kurorte und ihre Hotelbauten bauliche Sanierungsmassnahmen vorgeschlagen. Darunter finden sich Vorschläge für das Abtragen von Spitzhelmen und Kuppeln bis zum Abräumen ganzer Anlagen: das Hotel Palace in Lugano, der Kursaal in Luzern oder das Grand Hotel in St. Moritz gehörten unter anderen zu dieser Liste. Bei den zum Umbau vorgesehenen Bauten schlugen die Experten durchwegs die Entfernung aller baulichen Stimmungsträger, wie Türme, Zinnen und Kuppeln oder der historischen Interieurs vor. „Säuberung der Baukörper von den unzweckmässigen und hässlichen Zutaten aus dem Ende des letzten Jahrhunderts" lautete das immer wieder vorgefundene Leitmotiv in diesem Bericht, der 1945 als gedrucktes Buch erschien.[11]

Damit war die Zielrichtung vorgegeben, mit der in den Nachkriegsjahren von offizieller Seite und mit grosser finanzieller Unterstützung gegen die „alten Hotelkästen" gekämpft wurde. Dabei ging man teilweise sehr gründlich ans Werk. Zahlreiche Hotelsanierungen und -abbrüche im dritten Viertel des 20. Jahrhunderts finden ihren Kern in der Studie von Meili. 1948 konnte der Architekt Theo Schmid in der Zeitschrift „Werk" mit Befriedigung Rückschau halten auf „Sechs Jahre Hotelerneuerung." Dabei stellte er den Erfolg der Aktion in den

Mittelpunkt seines Aufsatzes, in dem er nochmals dazu ermunterte, die Historismusbauten aus dem 19. Jahrhundert im Geiste der Moderne zu erneuern. Gleichzeitig klagte er über eine zu erkennende Mutlosigkeit: „Der Verdacht liegt nahe, dass diese allzuoft und allzulaut gepriesene 'architektonische Anpassung an das Landschaftsbild' der offensichtliche Ausdruck mangelnden Gestaltungswillens ist und ein Zeichen für das Fehlen der elementaren Freude, Neues zu gestalten."[12]

Auch nach dem offiziellen Abbruch der Aktion im Jahre 1948 ging man weiterhin mit der gleichen Philosophie an die Sanierung von Hotelbauten und publizierte die entsprechenden „Erfolge". In den 1950er-Jahren wurden zahlreiche kleinere, aber auch etliche bedeutende Hotels ohne Scheu ihrer historischen Fassaden beraubt. Als Höhepunkt der Abbruchwelle in den Nachkriegsjahren inszenierte der Schweizer Heimatschutz in den mittleren 1950er-Jahren eine „Säuberung des Rigi-Gipfels". Der Erlös des Talerverkaufs von 1951 wurde dazu verwendet, den berühmten Berggipfel all seiner historischen Hotels zu entledigen, die dort oben teilweise ein Jahrhundert überstanden hatten.[13] Letztmals holte der mittlerweile zum Professor avancierte Peter Meyer im Jubiläumsbericht des Schweizer Hotelier-Vereins 1956 zum verbalen Schlag gegen den Hotelbau der Belle Epoque aus. Unter dem Titel „Hotelbau einst und jetzt" liest sich seine Kritik allerdings schon etwas moderater. Konsequent ablehnend verhielt er sich nur noch gegenüber den Bauten aus dem späten 19. Jahrhundert, die er als „Stimmungskulissen ohne Anspruch auf Ernsthaftigkeit" bezeichnete. Für die „romantischen" Bauformen aus den früheren Epochen sowie für die „Türmchen und Zinnen" und das „Laubsäge-Holzwerk" fand er bereits positive Worte und er warnte vor ihrem „bedenkenlosen" Abbruch. Im gleichen Heft stellte der Architekt Theo Schmid allerdings nochmals solche „Türmchen- und Laubsäge-Hotelbauten" vor, die in der Sanierungsaktion nach dem Zweiten Weltkrieg mit moderner Nachkriegssachlichkeit neu eingekleidet worden waren.[14]

1.1.3 Wiederentdeckung historischer Hotelbauten

Der bedeutendste Wegbereiter für die langsame Akzeptanz historischer Hotelbauten aus dem 19. Jahrhundert war Professor Adolf Reinle, der dem Hotelbau im vierten Band seiner Kunstgeschichte der Schweiz 1962 ein eigenes Kapitel widmete. Er war der erste Kunst-

historiker des 20. Jahrhunderts, der die Hotels aus der Belle Epoque nicht mehr mit einer negativen Brille betrachtete und damit gewissermassen deren Rehabilitierung einläutete.[15] In den 1970er-Jahren ermöglichte das damals begonnene „Inventar der neueren Schweizer Architektur (INSA)" einen ersten neutralen Blick auf diese Bauepoche. In den ersten, 1982 publizierten Bänden über Davos und Genf wurde dem Hotelbau des 19. Jahrhunderts bereits ein wichtiger Platz eingeräumt.[16] 1975 hatte Jürg Ganz in den Münchner „Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts" eine erste Übersicht zur schlossartigen Hotelarchitektur in der deutschen Schweiz zusammengestellt.[17] 1984 schliesslich beschrieb Emil Maurer in seinem Kunstführer Oberengadin eine Reihe von Hotels aus dieser Gegend.[18]

Als eigentliches Schlüsselereignis für die Wiederentdeckung historischer Hotelbauten erwies sich die Rettung des Hotel Giessbach am Brienzersee durch die vom Tier- und Umweltschützer Franz Weber ins Leben gerufene Stiftung „Giessbach dem Schweizervolk." Nachdem 1981 ein Jumbo-Chalet als Ersatzbau für das 1875 erbaute Hotel von Horace Edouard Davinet bewilligt worden war, hagelte es Einsprachen und eine breit abgestützte Arbeitsgruppe suchte nach Alternativen zur Erhaltung. Innerhalb eines Jahres trug die landesweit agierende Stiftung den Betrag von zwei Millionen Franken zusammen, von der Gemeinde und dem Kanton erhielt sie eine weitere Million als Spende. Die anschliessend in mehreren Etappen und mit viel Publizität durchgeführte fachgerechte Restaurierung von Hotel und dazu gehörender Standseilbahn hatte eine grosse Signalwirkung: historische Hotels waren für Fachleute der Architektur und der Kunstgeschichte wieder salonfähig geworden.

Trotz diesen wegbereitenden Aktivitäten haben sich bis in die späten 1880er-Jahre vorerst nur wenige Forschungsarbeiten der schweizerischen Architekturgeschichte mit dem Hotelbau auseinandergesetzt: 1976 untersuchte Roman Ottiger, nota bene als Doktorand von Adolf Reinle, die Entstehung der ersten Luzerner Hotelbauten zwischen Schwanenplatz und Nationalquai.[19] 1988 formulierte Anne Wyssbrod in ihrer Lizenziatsarbeit an der Universität Lausanne erstmals Thesen zur Entwicklung des Hotelbaus im 19. Jahrhundert am Beispiel von Montreux, der Schweizer „Hotelstadt par excellence."[20] 1989 unternahm Isabelle Rucki in ihrer Dissertation über die Hotelbauten im Oberengadin eine Ausweitung des Themas auf die schweizerische Alpenregion.[21] Auch nach diesen pionierhaften Arbeiten „der ersten Stunde" blieben die geschichtlichen Analysen zum Hotelbau aber

punktuell. So hat die Aufarbeitung ihrer hundertjährigen Geschichte durch die Hotelgesellschaft von Leukerbad im Jahre 1996 bis heute kaum Nachahmung gefunden[22] und Lugano hat als einziger grösserer Fremdenort seine Hotelgeschichte nach den Regeln der Wissenschaft untersucht.[23]

Um die Jahrtausendwende erhielten zwei Architekten, die den Hotelbau der Belle Epoque in besonderem Masse geprägt haben, eine architekturgeschichtliche Würdigung: 1998 analysierte das Museum im Bellpark Kriens in einer Ausstellung mit Begleitpublikation das Werk des im Hotelbau sehr aktiven Emil Vogt.[24] 1999 widmete Dave Lüthi seine Lizenziatsarbeit dem im Westschweizer Hotelbau der Belle Epoque dominanten Architekten Eugène Jost. Zwei Jahre später wurde das Werk dieses Architekten in einer Ausstellung an der ETH Lausanne gewürdigt.[25] Im gleichen Jahr erschien mit „Hoteltäumen zwischen Gletschern und Palmen" eine erste Übersicht zur schweizerischen Tourismusgeschichte und zum Hotelbau zwischen 1830 und 1920 mit einer Analyse der Fremdenregionen am Genfersee, an den Berner Oberländer Seen, am Vierwaldstättersee und im Wallis. 2003 folgte, unter dem Titel „Hotelpaläste zwischen Traum und Wirklichkeit", der zweite Teil, angereichert mit der Hotelgeschichte der Regionen Graubünden, Tessin und Bodensee.[26] Etliche Tourismuskantone haben ihren historischen Hotelbestand in denkmalpflegerischen Inventaren erfasst: bereits um 1980 pionierhaft der Kanton Graubünden mit einem Schwergewicht im Engadin, seit 1995 der Kanton Luzern, vorerst mit einem umfassenden Inventar in der Stadt Luzern, und 1999 der Kanton Wallis mit einem Kurzinventar über das ganze Kantonsgebiet.[27]

Seit den späten 1970er-Jahren ergänzten weitere Bücher den Reigen von Publikationen, in denen das historische Hotel unter anderen Themen ebenfalls Erwähnung fand. 1976 erschien auf Initiative der Schweizerischen Verkehrszentrale das Gemeinschaftswerk von Louis Gaulis und René Creux über die Geschichte der grossen Schweizer Hotelpioniere.[28] Seit dieser Zeit publizierte Fred Ammann eine lange Serie von Heften über die bedeutenden Schweizer Gastgeberfamilien.[29] 1990 schrieb Thierry Ott einen zusammenfassenden Überblick im Taschenbuchformat zu den schweizerischen Palace-Hotels.[30] 1992 schliesslich hat Quintus Miller mit dem Sanatorium, wie er im Vorwort selber anmerkt, eine „Randerscheinung" im Hotelwesen untersucht.[31]

Auch im europäischen Rahmen hat die Erforschung der Hotelbauten aus der Belle Epoque in den 1980er-Jahren eingesetzt. 1982 charakterisierte der Deutsche Kunsthistoriker Michael Schmitt das Palast-Hotel zwischen 1870 und 1920 im europäischen Überblick.[32] Einige Publikationen über den Bautyp des Hotels und seiner „Verwandten" sind aus dem französischen Sprachraum zu finden. 1985 erschien eine umfangreiche, im Zusammenhang mit einer Ausstellung realisierte Übersicht zu den französischen Thermalkurorten unter dem Titel: „Villes d'eaux en France", in der die Hotelbauten einen wichtigen Platz erhielten.[33] Im gleichen Jahr verglich ein Bildband die Hotel- und Tourismusbauten der französischen Riviera mit den Bauten rund um den französisch-schweizerischen Genfersee.[34] Einen für die Hotelgeschichte wertvollen Beitrag stellte das Musée Carnavalet 1998 mit dem Ausstellungskatalog „Du Palais au Palace – Des Grands Hôtels de voyageurs à Paris au XIXe siècle" zusammen, in dem die Entwicklung der bedeutenden Hotelbauten in der Seinestadt analysiert wird. Ein Blick auf die dort abgedruckte Bibliografie mit nur achtzehn Titeln aus zwei Jahrhunderten französischsprachiger Literatur widerspiegelt aber auch für Frankreich mit aller Deutlichkeit die weitgehend vernachlässigte Forschung zum Thema Hotelbau.[35]

1.2 Auszeichnungen, eine Marketinggruppe und ein Archiv für die Hotelzukunft mit Geschichte

Eine entscheidende Etappe in der Wiederentdeckung und Anerkennung historischer Hotelbauten konnte im schweizerischen Rahmen 1995 erreicht werden. Mit der von ICOMOS Schweiz in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Hotelier-Verein in Luzern durchgeführten Fachtagung zum Thema „Historische Hotels – erhalten und betreiben" hat das Umdenken erstmals offiziell die verantwortlichen Gremien von Hotellerie und Tourismus erfasst.[36] Die an dieser Luzerner Tagung ins Leben gerufene und seit 1997 verliehene Auszeichnung „Das historische Hotel / Restaurant des Jahres" dient dem Ziel der Erhaltung möglichst vieler historischer Gasthäuser in der Schweiz als wertvolle Kulturgüter. Die Initiative erhielt bereits internationale Anerkennung: In der vom Europarat im Herbst 1999 in Nice organisierten Tagung „Patrimoines du tourisme et du voyage" wurde diese Auszeichnung als vorbildliches Beispiel eines Qualitätslabels im denkmalpflegerischen Sinn besonders gewürdigt.[37] Mit dieser internationa-

len Anerkennung hat die fast ein Jahrhundert andauernde und von allen offiziellen Stellen unterstützte Geringschätzung von historischen Hotelbauten in der Schweiz wohl ihr Ende gefunden. Die Verleihung des Aargauer Heimatschutzpreises 2004 an das Hotel Blume in Baden kann als „Tatbeweis" dieses definitiven Umdenkens und als Beginn einer notwendigen regionalen Vertiefung dieser Frage bezeichnet werden.[38]

Mit der Gründung einer Marketingorganisation für historische Hotels und Gaststätten, swiss-historic-hotels, wird 2004 in der Schweiz ein weiterer Meilenstein in der Wiederentdeckung historischer Hotelbauten gesetzt. Die von hotelleriesuisse (ehemals Schweizer Hotelier-Verein) und dem Staatssekretariat für Wirtschaft seco logistisch und finanziell unterstützte Gründung einer solchen Gruppe leitet nach vielen Worten konkrete Taten ein. Partizipieren werden in dieser neuen Organisation nur historische Hotels und Restaurants als Originale, die eine denkmalpflegerische und architekturgeschichtliche Analyse und Bewertung bestanden haben. Ein historisches Hotel oder Restaurant, das im Zeitraum zwischen dem Mittelalter und der Zeit um 1960 erbaut sein kann, ist in der Regel mehrmals umgebaut worden. Einheitlichkeit des Bau- und Ausstattungsstils ist also nicht verlangt; ein in mehreren Etappen gewachsener oder erweiterter Komplex kann ebenso historisch sein. Ergänzungen, Erweiterungen und Annexbauten, aber auch Ausstattungsteile und Infrastrukturanlagen, sollen jedoch in qualitätvoller zeitgenössischer Architektur- oder Designsprache gebaut oder gestaltet sein. Die Kultur des gesamten Betriebes muss auf der originalen historischen Substanz aufbauen und die leitenden Personen zeichnen sich in ihren Aktivitäten durch ihr besonders kulturelles Engagement aus, das signifikant in die Unternehmensphilosophie einfliesst. Auf diese Weise kann am Markt Beliebigkeit überwunden und mehr Profil erreicht werden: die Ziele von Kultur und Markt ergänzen sich für einmal optimal.

Die Schweiz als Land mit dem dichtesten Netz an historischen Hotels in Europa bietet damit den innovativen Betrieben die einmalige Chance, sich in einer kaufkräftigen Marktnische mit hoher Wertschöpfung und prestigeträchtigem sozialem Ansehen zu positionieren. Den Hoteliers, denen es gelingt, ein neues Hotelkonzept mit der Erhaltung und Pflege alter Substanz zu verbinden, werden – in einer Zeit, in der einige Betriebe verschwinden müssen - über kurz oder lang zu den Gewinnern in der Branche gehören. Denn: umbauen lässt sich ein historisches Original mehrmals, abbrechen nur ein einziges Mal und

wiederherstellen nicht mehr: Kopien können dem „Europe-in-3-days"-Touristen genügen, als echte Kulturgüter aber sind sie nicht anerkannt.
Zu guter Letzt harrt noch ein dringendes Postulat der Realisierung: das schweizerische Archiv für Tourismus- und Hotelgeschichte. In der Schweiz, in der die Hotellerie im 19. Jahrhundert eine wirtschaftliche Spitzenposition einnahm und in der der Tourismus noch heute die drittgrösste Exportbranche bildet, sucht man nach wie vor vergebens nach einem solchen offiziellen Dokumentations- und Studienzentrum. So klaffen in der Datenbank über die Schweizer Hotelbauten des 19. Jahrhunderts noch viele bedeutende Lücken. Viele Angaben zur Geschichte von bedeutenden Schweizer Hotels konnten bisher nur dank zufälligen Entdeckungen zusammengetragen werden.
Die Mehrzahl der Schweizer Hotels besitzt heute kaum noch ein Archiv, das über die Geschichte des Betriebs Auskunft geben kann. Viele ehemalige Hotelarchive sind aufgeteilt, verkauft oder sogar vernichtet worden, weil die entsprechenden Strukturen zu deren Erhaltung fehlen. Zahlreiche Archive verschwanden beim Wechsel im Verwaltungsrat von Aktiengesellschaften oder in der Direktion sowie beim Verkauf des Betriebes. Die Nachkommen ehemaliger Hoteliers lösen die Bindung zu ihrem ehemaligen Hotelbetrieb von Generation zu Generation und erachten deshalb die Erhaltung eines Archivs über das Hotel ihrer Väter oder meist schon ihrer Grossväter nicht mehr als ihre Aufgabe. Damit fehlt der jungen Forschergeneration die Möglichkeit zur wissenschaftlichen Erforschung der touristischen Vergangenheit in der Schweiz und die Geschichte der Schweizer Hotellerie aus der Zeit der Belle Epoque droht in vielen Teilen endgültig verloren zu gehen. Die Etablierung eines neutralen Dokumentations- und Studienzentrums als Gedächtnis für unser touristisches Kulturgut und zur Bereitstellung von Grundlagen aus der Geschichte für die Zukunft vom Hotellerie und Tourismus erscheint deshalb als äusserst dringendes Postulat.
Der erste Schritt auf diesem Weg stellt die Anfang 2004 gegründete Vereinigung *„histORhotel – centre de compétence"* dar. Sie bezweckt

- die Förderung des Verständnisses für die qualitätsbewusste Erhaltung, Entwicklung und Nutzung der kulturhistorischen Substanz von historischen Hotels und Restaurants in der Schweiz
- die Zusammenarbeit aller am Vereinszweck interessierten Personen und Organisationen sowie

- die Entwicklung und den Verkauf von speziellen Angeboten, die der Realisierung des Vereinszwecks dienen wie Expertisen und Analysen, neutrale Bauherrenberatung bei Umbauten oder Schulung sowie Vermittlung.

Doch was heisst qualitätsbewusster Umgang mit kulturhistorischer Substanz, ja mit historischen Räumen überhaupt? Diese Grundfragen zu beantworten bedeutet gleichzeitig, die Basis für qualitätsfördernde Aktivitäten der Vereinigung histORhotel zu legen. Deshalb ist die Erarbeitung der vorliegenden Studie über „Raum – Gestaltung – Qualität am Beispiel historischer Hotels" das erste grosse Projekt von histORhotel. Sie wurde vom Staatssekretariat für Wirtschaft seco in verdankenswerter Weise finanziell unterstützt. Damit schliesst sich der Kreis, denn vor genau sechzig Jahren erarbeitete Armin Meili seine – ebenfalls von der Bundesverwaltung finanzierte – Studie, die den Höhepunkt in der Negativbewertung der Belle Epoque- Hotelarchitektur markierte. Die vorliegende Studie von Dieter Pfister stellt nun ihrerseits den vorläufigen Höhepunkt einer neueren Entwicklung hin zur Neuberwertung dieser Gebäude und somit der gesamten Epoche dar.
Nach dieser Einführung soll im nächsten Teil der Studie – nach einem Blick auf die kultur- und sozialgeschichtlichen Zusammenhänge – am Beispiel des Jugendstilhotels Paxmontana in Flüeli-Ranft die Analyse der Qualität der Raumgestaltung im Allgemeinen und der historischen Authentizität im Speziellen vorgenommen werden. Das dem Analyseraster zugrundeliegende Modell des Spacing-Quality-Managements SQM wird dann im dritten Teil der Studie, im Theorieteil ausführlich hergeleitet und begründet.

Anmerkungen zur Einführung

[1] Der vorliegende Text beruht auf der Grundlage eines Kapitels aus dem Buch „Hotelpaläste zwischen Traum und Wirklichkeit", Verlag Hier+Jetzt, Baden 2003 des Autors; er wurde teilweise neu redigiert. Der Autor dankt dem Verlag für die Erlaubnis zur Reproduktion.

[2] Zur Erinnerung an die schweizerische Landesausstellung in Bern 1914, Basel 1915, S. 23, Tab. 10, 11.
[3] Siehe dazu Zeitschrift Heimatschutz, Heft 1/1906.
[4] Guyer, 1917, S. 71.
[5] Siehe dazu Davinet, Horace Edouard: Souvenirs de Mons, Bern 1921 (Ms. In der Stadt- und Universitätsbibliothek Bern).
[6] Beispielsweise Diethelm 1920 oder Wöhler 1929.
[7] Amstutz, 1929.
[8] Siehe dazu Schweizerische Bauzeitung, 1929/94, S. 43. Siehe dazu auch: Der Berner Heimatschutz. Ein Rück- und Ausblick. Bern 1948.
[9] ALS, S. 379f.
[10] Meyer, 1942, Meyer 1944 und Meyer 1957.
[11] Meili, 1945.
[12] Schmid, 1948, S. 339.
[13] Laur, 1951 – Kopp, 1955.
[14] Meyer, 1957 – Schmid, 1957.
[15] Reinle, 1962, S. 112ff.
[16] Barbey, 1982 und Rebsamen, Stutz 1982.
[17] Ganz, 1975.
[18] Maurer, 1984.
[19] Ottiger, 1976.
[20] Wyssbrod, 1988.
[21] Rucki, 1989.
[22] Flückiger-Seiler, 1996 (Lawinenartig).
[23] Lugano Hotels, 1998.
[24] Kriens – Kairo, Emil Vogt: Luzerner Architekt um 1900. Katalog der Ausstellung im Museum im Bellpark Kriens, Kriens 1998.
[25] Lüthi, 1999 - Lüthi, 2001.
[26] Flückiger-Seiler, 2001 – Flückiger-Seiler, 2003.
[27] Inventare Graubünden deponiert bei der Kant. Denkmalpflege in Chur. Inventare Luzern deponiert bei der Kant. Denkmalpflege in Luzern (Flückiger-Seiler, Omachen 1997ff.). Inventar Wallis deponiert beim Kant. Kulturgüterdienst in Sitten.
[28] Gaulis, 1976.
[29] Ammann, 1976ff.
[30] Ott, 1990.
[31] Miller, 1992.

[32] Schmitt, 1982.
[33] Grenier et al., 1985.
[34] Saudan, Blanc, Saudan-Skira, Genf 1985.
[35] Du Palais au Palace, Paris 1998.
[36] Historische Hotels erhalten und betreiben, Akten der Fachtagung Luzern 14.-16. September 1995. Luzern 1996.
[37] Siehe dazu Conseil de l'Europe, Comité du patrimoine culturel. Synthèse des travaux de la conférence de Nice. Strasbourg, le 17 février 2000, S. 4.
[38] Flückiger-Seiler, 2003 (Aargauer Heimatschutz).

Teil II – Praxis

1. Historische Hotels: Kultur- und sozialgeschichtliche Zusammenhänge

Die Architektur der Moderne bewährt sich bei allen Aufgabenfeldern, welche die industrielle und maschinelle Welt betreffen: beim Industriebau, bei Infrastrukturbauten, Verwaltungsgebäuden etc. Was aber bedeutet sie für jene Orte, wo der Mensch wohnt wie im Hotel- oder Wohnungsbau und deren Innenraumgestaltung?
Die deutsche Kulturwissenschaftlerin Waltraut Bellwald stellt den Zusammenhang so dar: „Die ‚neue Welt' sollte <…> erreicht werden durch die Herauslösung der Menschen aus traditioneller Unbeweglichkeit; aus dem materiellen und geistigen Schwulst sollten sie herausgeführt werden in eine Gemeinschaft, die, in Einfachheit und Genügsamkeit inmitten unpersönlicher Serienprodukte internationaler Herkunft, ein Leben der wahren Bedürfnisse führen sollte. Gemütlichkeit und Repräsentation sind keine Leitmotive des Wohnungsbaues: die Erste ist im Menschenherzen und nicht im Perserteppich, die Zweite in der persönlichen Haltung der Hausbewohner und nicht an der Zimmerwand.'"[1] Mensch und Raumhülle stehen sich so betrachtet eher unverbindlich gegenüber.
Doch auch der Wohnungsbau lag im Blickfeld der Theorie der Moderne. Wie die Schweizer Kunsthistorikerin Lotte Schilder Bär betont, war die Voraussetzung, der Moderne die Türe weit zu öffnen, „<…> ein neues Raumverständnis – nämlich die Trennung von Raum und Einrichtung."[2] Die Wohnung wurde zu einer Art „Wohnmaschine", gegen die sich allerdings auch Widerstand regte. Wie die Schweizer Wirtschaftshistorikerin Johanna Gisler darlegte, waren „Funktionalismus" und „seelenlose Massenware" „nicht dazu angetan, im schweizerischen Heim Geborgenheit und Identität zu stiften. <…> ‚Beseelte Dinge' schaffen und damit dem schweizerischen Wesen richtige Form geben, dies konnte nach zeitgenössischem Befinden nur der Mensch und Handwerker <…>. Naturbelassen, wie man das Holz liess, symbolisierte seine schlichte Struktur Echtheit und Ehrlichkeit, denn Handwerker und Bewohner zeigten sich damit der Qualitätsklitterei und dem äusseren Schein abhold."[3]
Was für die Wohnung gilt, ist auch für den Ort gültig, an dem man zeitlich beschränkt wohnt, nämlich im Hotel. Dass bis weit ins 20.

Jahrhundert die Stilwelt von Bauhaus und Funktionalismus in den von Bellwald genannten Bauaufgaben im privaten und persönlichen Umfeld des Menschen wenig Eingang fand, hat wohl eher mit deren „Seelenlosigkeit" zu tun, als mit dem Hotel-Bauverbot, das in der Schweiz zwischen 1915 bis 1957 herrschte.

1.1 Ausgangslage vor dem Ersten Weltkrieg

Die im Grand Hotel verwirklichte Raumorganisation und –gestaltung steht in der Tradition einer aristokratischen Denkweise mit ihrem hierarchisch geordneten Welt- und Gesellschaftsbild[4]. Der Adel war im 19. Jahrhundert – zumal im „Gesellschaftlichen" – immer noch tonangebendes Vorbild. Doch nach dem Zusammenbruch der alten Ordnung im ersten Weltkrieg sahen diese Palast-Hotels plötzlich „alt aus", waren Zeugen eines politisch weitgehend besiegten und damit überlebten Systems. Nicht zufällig wählten die ihrer machtpolitischen Rolle in vielen Ländern beraubten Aristokraten die Grand Hotels als ihre letzten Zufluchtstätten und dies besonders gerne gerade in der politisch neutralen Schweiz. Zwar war hier die leichte Verneigung vor dem fürstlichen oder zumindest wohlhabenden Gast nie Ausdruck einer verinnerlichten Haltung gegenüber Fürsten „von Gottes Gnaden", die eine politische Unterordnung signalisierte. Es war lediglich eine bezahlte Verneigung, die allerdings dann und wann auch aus Zuneigung geschehen konnte.
In gewissem Sinne spürt man in den bis heute im Besitz der gleichen Hotelierfamilien befindlichen Grand Hotels immer noch den Geist der Adelswelt, weitertragen ins Bürgerliche – denn auch sie sind stolz auf ihren Stammbaum, sorgen sich um die richtige Schulung des „Kronprinzen", bewegen sich in der kosmopolitischen Welt der „Gästefamilie" und müssen sich um die hohen Investitionen in den Erhalt ihrer Geschichte und der Wohnkultur des Hotelpalastes kümmern.[5]
Das herausragendste und berühmteste Beispiel für diese Tradition feudaler Hotellerie stellt der Schweizer Cäsar Ritz dar. Aus einfachen dörflichen Gommer Verhältnissen stammend, hat sich Ritz von den Horizont-Beengungen des Walliser Bergtals befreit und in ganz Europa vorbildlich gewirkt. Er ist dabei stets „schweizerisch" geblieben in der diskreten Zurückhaltung, in der Abneigung gegen das Grossprecherische, in der Neigung zum Perfektionismus. Der Höhe-

punkt seiner Tätigkeit bildet die Eröffnung des Pariser „Ritz“, wo er eine weitere Interpretation des eleganten, aristokratischen Pariser Stils aus Schweizer Sicht lieferte und sich damit in die Tradition jener älteren Schweizer stellte, die in fremden (Kriegs-) Diensten standen und die dann – zurück in der Heimat – in der Bauart ihrer kleinen Schlösser und Stadthäuser eine eigentümliche Mischung von weltmännischer Grosszügigkeit und schweizerischer Kleinräumigkeit verwirklichten.
Was das Pariser Ritz so vorbildlich macht, ist der selten hohe Anspruch an die Details: die Möbel, die Bronzen, die Leuchter, das Geschirr, die Gläser, die Lichtführung – alles wurde mit Liebe ausgewählt, kombiniert, teilweise speziell entworfen, um den hohen Ansprüchen gerecht zu werden, die der Schweizer bei seiner noblen, eleganten Gästeschaft ausmachte oder vermutete.[6] Dass er sich an den anspruchsvollsten Gästen orientierte und nicht am „Mittelmass“, zeigte seinen Respekt vor der hohen kulturellen Tradition jener Stadt und deren Elite, die ihm diesen dann ebenfalls zollte. Das Ritz stellt so den Höhepunkt und Abschluss einer Entwicklung dar, unüberbietbar in der Höhe der Raumgestaltungsqualität und Abschluss, weil nach dem Ersten Weltkrieg jene Schicht ihre politische und wirtschaftliche Bedeutung schrittweise verlor, an der sich Ritz orientierte. Danach erscheint das ursprünglich katholische und aristokratische Ideal des in Klöstern und Schlössern realisierten „Lebens als Gesamtkunstwerk“ für die meisten Menschen allenfalls noch in den Ferien, kaum aber auf Geschäftsreisen, verwirklichbar zu sein. Langsam ergaben sich andere Erwartungshaltungen von Seiten der Gäste.

1.2 Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg

Nach dem Zweiten Weltkrieg waren die meisten dieser Grand Hotels baufällig geworden. Man empfand nun viele von ihnen als alt, unhygienisch und unpraktisch. Im Durchschnitt etwa fünfzigjährig sind sie aber noch nicht altehrwürdig genug, um den Schutz geniessen zu dürfen, den man den älteren überlieferten Kulturgütern von unbestrittener Qualität angedeihen lässt.
Neue Gesellschaftsschichten strebten – zumal in Deutschland - an die Macht und auch aus Amerika weltweit in den Reisemarkt. Sie hatten zunächst nur beschränkt Verständnis für diese versunken geglaubte

Welt der gesellschaftlichen Konventionen und der Selbststilisierung. Solche Kreise hatten gelernt, zwischen Form und Inhalt zu unterscheiden, die Räume und Menschen als Behälter zu betrachten, die man zu guter letzt beliebig inhaltlich „auffüllen" konnte. So vermehrten sich nach Augé, wie erwähnt, die Nicht-Orte der Tourismuswelt rasant und so wurden aus den Grand Hotels Kinder- und Altenheime, Bürogebäude oder Eigentumswohnungen.
Und die meisten der nicht rückgebauten Hotels jeglicher thematischer und stilistischer Ausprägung wurden nach dem Zweiten Weltkrieg im Geiste der Moderne saniert, umgebaut und erweitert, das heisst: dem Gebäude-Behälter wurde der neue Zeitgeist eingehaucht, die Möbel vernichtet, die Teppiche verkauft, die Proportionen der Zimmer durch den Einbau des neuen Nasszellen-Komforts unkenntlich gemacht, die „funktionslosen" Ornamente weggeschlagen oder durch heruntergehängte Decken den Augen der Gäste entzogen.
Hier zeigt sich jene dem Modernismus innewohnende Respektlosigkeit gegenüber dem Alten, dem Hergebrachten. Die Gier nach Neuem, nach Innovation hat immer mehr zu Ignoranz und Geringschätzung gegenüber dem Bestehenden geführt. Das Alte war immer schneller nicht mehr zeitgemäss im Sinne von „modern", wurde immer schneller weggeworfen, was den Konsum fördert und Neuinvestitionen auslöst. Dass die Denkweise des Ökonomismus im Laufe des 20. Jahrhunderts auf alle - auch die privaten – Lebensbereiche übertragen wurde, hatte und hat auch schmerzhafte Konsequenzen. Denn so, wie man mit alten Möbeln und Gebäuden umging, behandelte man auch alte Menschen und hergebrachte kulturelle Inhalte. Dem Rückbau und der Musealisierung entsprechen im sozialen Raum Sterbehilfe, Frühpensionierungen, Altenheime. Hier zeigen sich klar die engen Relationen zwischen den Entwicklungen im sozialen, politischen, kulturellen und dem gebauten Raum.
In Theorie und Praxis des nach dem Zweiten Weltkrieg aufkommenden modernen Hotelmarketings spricht man zunehmend von Gästesegmenten statt von Gästen, sucht immer mehr Segmente anzusprechen, mit der Konsequenz der Angleichung der Profile und Ausstattungen der Häuser, der Austauschbarkeit und Beliebigkeit. Denn viele Hoteldirektoren und –besitzer haben die gleiche Ausbildung, die gleichen Marketingtheorien gelernt, die gleichen Marktforschungstrends auf gleiche Art interpretiert und daraus die gleichen Konklusionen gezogen.

Doch einige alte Hotels überlebten und sind durch die von Roland Flückiger-Seiler in der Einführung dargestellten Aktivitäten erhalten geblieben. Die Kinder und Enkel der 68er Generation können sich nun mit einhundertjähriger Distanz erstmals ein unbelastetes Urteil bilden, denn alle Entwicklungen und auch negativen Deutungsmuster sind selbst historisch geworden und in ihrer Interessenausrichtung und ihrem Relativismus ihrerseits erkannt. Ein Teil der unbelasteten jungen Generation sehnt sich heute – der modernistischen Beton-Beliebigkeit überdrüssig – wieder nach Form und Farbe ja sogar Ornament zurück, aber auch nach elegant geformtem Luxus und Wohlleben und nach einem verpflichtenden Wert- und Normsystem.
Zuweilen weist die hier geschilderte historische Entwicklung auf Tendenzen in Richtung einer Neo-Feudalisierung hin oder zumindest zu einer Distanz gegenüber allzu plattem Normalismus[7] und Repräsentationalismus einer beliebig gewordenen marketingorientierten Demokratie. Für historische Hotels bleibt als Zukunftsperspektive: Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit als Chance zu betrachten und diese zu fördern, indem man selber so handelt, wie man möchte, dass Andere einen behandeln.

2. Hauptbefunde der Analyse von Raumgestaltung und Authentizität historischer Hotels

Im Kapitel über die Ziele und Methoden wurde bereits zu Beginn dieser Studie dargestellt, wie das Vorgehen im nachfolgenden empirischen Teil der Analyse konzipiert und wie das hier entwickelte SQM-Modell und die histORhotel-Standards angewandt worden sind. Wie ebenfalls schon erwähnt findet sich die Herleitung und Begründung für das dem Analyseraster zugrunde liegende SQM-Modell im Theorieteil dieser Studie.

In der Berichterstattung wird hier

- zunächst eine Typologie der analysierten Hotels vorgenommen,
- dann werden die Befunde überblickmässig zusammengestellt, und zwar
- nach Raumtypen und Qualitätsindikatoren sowie schliesslich
- am Beispiel des Jugendstilhotels Paxmontana in Flüeli-Ranft im Schweizer Kanton Obwalden eine detaillierte und illustrierte Fallstudie vorgelegt.

2.1 Auswahl und Typologie der Hotels

Nachfolgende Tabelle zeigt die Liste der dreiundzwanzig analysierten Hotels. Hier muss nochmals mit Nachdruck darauf hingewiesen werden, dass diese Hotels von mehreren Experten sorgfältig ausgewählt wurden (siehe Kapitel über Ziele und Methode der Studie). Die Resultate der nachfolgenden Analyse sind deshalb keineswegs als repräsentativ für die Gesamtheit aller alten Hotels in der Schweiz zu verstehen. Auf der folgenden Tabelle sind die dreiundzwanzig analysierten Hotels aufgelistet.

Ort	Hotelname	Leitung/Gesprächs-partner	Internetadresse
Baden	Atrium Hotel Blume	Heidi Erne	www.blume-baden.ch
Brienz	Grandhotel Giessbach	Matthias Kögl	www.giessbach.ch
Chur	Romantik Hotel Stern	Sandra Brunner	www.stern-chur.ch
Courgenay	Hôtel de la Gare	Marianne Perrin	Keine Website vorhanden.
Flims	Romantik Hotel Schweizerhof	Therese Schmidt	www.schweizerhof-flims.ch
Flüeli-Ranft	Jugendstil-Hotel Paxmontana	Martin Küttel	www.paxmontana.ch
Flühli	Hotel & Kurhaus Flühli	Edy Maag	www.kurhaus-fluehli.ch
Genève	Beau-Rivage	Jacques Mayer und Ivan Rivier	www.beau-rivage.ch
Glion s. Montreux	Hôtel Victoria	Toni Mittermair	www.victoria-glion.ch
Gyrenbad ob Turbenthal	Gasthof Gyrenbad	Monika Kuenz	www.gyrenbad.ch
Interlaken	Royal-St. Georges	Marianne Kurzen	www.royal-stgeorges.ch
Kandersteg	Landgasthof Ruedihus	René-François. Maeder	www.doldenhorn-ruedihus.ch
Klosters	Chesa Grischuna	Barbara Rios-Guler und Marianne Hunziker	www.chesagrischuna.ch
Kriegstetten	Romantik Hotel Sternen	Jörg Bohren-Vögtli	www.sternen.ch
Luzern	Wilder Mann	Arno Affolter	www.wilden-mann.ch
Mogelsberg	Gasthaus Rössli	Sabine Bertin	www.roessli-mogelsberg.ch
Pontresina	Grand Hotel Kronenhof	Henry Hunold	www.kronenhof.com
Poschiavo	Hôtel Albrici	Claudio Zanolari	www.hotelalbrici.ch
Sils-Maria	Hotel Waldhaus	Felix Dietrich-Kienberger	www.waldhaus-sils.ch
St. Luc	Grand Hôtel Bella Tola & St. Luc	Anne-Françoise und Claude Buchs-Favre	www.bellatola.ch
Vevey	Hôtel des Trois Couronnes	Thomas Brugnatelli	www.hoteldestroiscouronnes.ch
Veytaux	Hôtel Masson	Anne-Marie Sèvegrand	www.hotelmasson.ch
Zermatt	Monte Rosa	Martin Sonderegger	www.seilerhotels.ch

Abbildung 1: Liste der dreiundzwanzig analysierten Hotels

Diese Hotels können nach identitätsstiftenden Hotelthemen zwischen den Polen „Kunst“ und „Natur“ nach der Raumstruktur zwischen den Polen „Ordnung“ und „Komplexität“ sowie nach der Raumform typologisiert werden. Die nachfolgende Abbildung gibt einen derartigen Überblick.

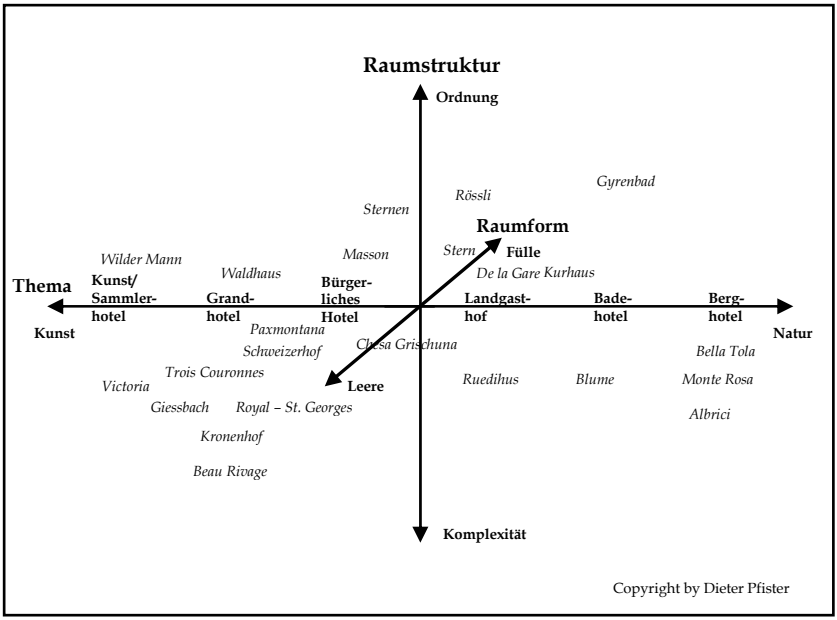


Abbildung 2: Typologie der analysierten Hotels

Die Darstellung zeigt, dass die Auswahl der Hotels alle vier Quadranten umfasst, die Studie zwar nicht eine repräsentative Auswahl bezüglich der Grundgesamtheit aller alten und historisch interessanten Hotels darstellt, doch einen Querschnitt durch die Mannigfaltigkeit der Themen und formalen Ausprägungen gibt.
Wenn man die thematische Achse der Abbildung weiter vertieft, so kann man feststellen, dass das Kunst- und Sammlerhotel jenes ist, das sich heute am bewusstesten als Kulturdenkmal versteht. Es wird nach einem individualistischen Ansatz gestaltet und stellt wohl die speziellste und eigenständigste Ausprägung von historischen Hotels dar. Hier ist viel erlaubt, weil es der Raumeigner so will und es zu ihm

passt. Sogar Eklektizismus, oft als Kombination des normalerweise Nicht-Kombinierbaren, wirkt hier überzeugend, weil man das Engagement Qualitätsempfinden und Augenzwinkern eines kompetenten Sammlers spürt.
Ebenfalls einen hohen kulturellen Anspruch – weil im aristokratischen oder grossbürgerlichen Selbstbewusstsein verwurzelt – haben Grand Hotels. Bürgerliche Hotels wiederum bringen eine bewusste Zurückhaltung als Gegenpol zur Adelswelt zum Ausdruck. Auf der rechten Seite des Spektrums der obigen Grafik wirkt die Natur identitätsstiftend, sei es als ländlicher Gasthof, als Badhotel, wo der Körper gepflegt und als Berg- und Wanderhotel, wo dieser bewegt sein will.
Typologisiert man die historischen Hotels nach Anzahl und Dichte der noch vorhandenen Substanzbereiche, so kann man fünf Stufen unterscheiden (siehe nachfolgende Abbildung):

- **Typ A:** Historisch authentische Hotels gemäss histOrhotel-Standard, bei dem alle fünf Substanzbereiche – von der Raumhülle bis zu den Ziergegenständen – durch eine dominante Präsenz historischer Objekte die Räume prägen.
- **Typ B:** Ausser den Ziergegenständen sind alle Bereiche historisch authentisch.
- **Typ C:** Ausser den Ziergegenständen und der mobilen Raumausstattung ist alles historisch authentisch.
- **Typ D:** Die Raumunterteilungselemente und die Raumhüllensubstanz ist historisch authentisch.
- **Typ E:** Nur die Raumhüllensubstanz ist historisch authentisch.

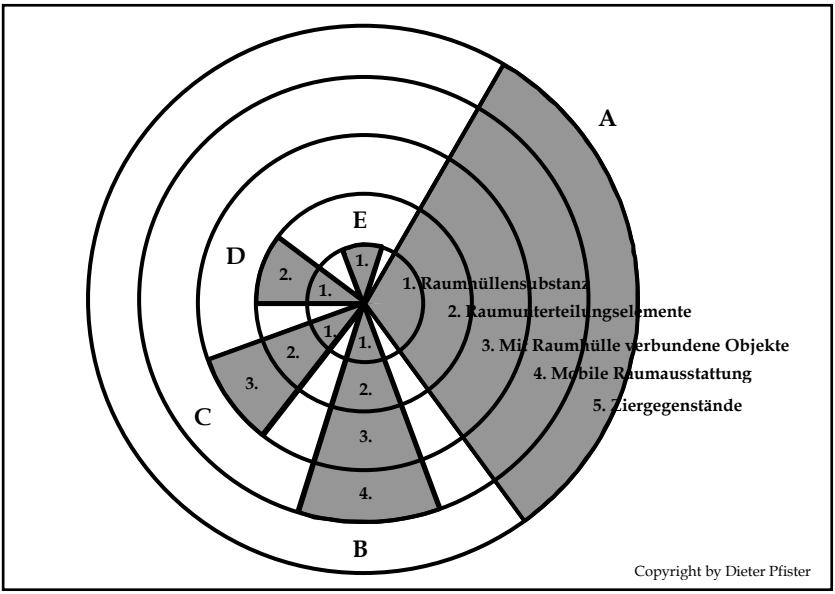


Abbildung 3: Hotel-Typologie nach Umfang und Dichte der historisch-authentischen Substanz. 1. Raumhüllensubstanz: Mauerwerk, Holzwerk; 2. Raumunterteilungselemente: Wand, Boden, Decke und deren Oberflächengestaltung; 3. Mit Raumhülle verbundene Objekte: Lampe, Heizkörper; 4. Mobile Raumausstattung: Mobiliar, Textiles; 5. Ziergegenstände: Vase, Schale, Skulptur

Alle analysierten Hotels gehören dem Typ A mit grosser Substanz an historischen Bauteilen und Objekten an, welche als solche zur Geltung gebracht werden, bar zu vieler gefühlsgeladener Accessoires und dekorativer Überlagerungen.

2.2 Hauptbefunde im Überblick

2.2.1 Befunde bezüglich den Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung

Die detaillierte, zahlenmässige Bewertung der Qualität der Raumgestaltung hat viele Erkenntnisse zutage geführt, von denen hier nur die wichtigsten beschrieben und interpretiert werden können. Dabei

ist vorauszuschicken, dass die Durchschnittsnoten aus einer grossen Fülle von raumbezogenen Einzeleindrücken zusammengezogen wurden. Wie schon erwähnt, sind alle gästerelevanten Räume einzeln beurteilt worden, und zwar auf einer 4er-Skala von 1 (= ungenügend) bis 4 (= sehr gut). Diese Bewertung bezieht sich auf die Einschätzung der Höhe des erreichten Optimierungsgrades der Beziehungen zwischen den Polen der jeweiligen Qualitätsindikatoren (siehe Theorieteil). Nachfolgende Tabelle gibt die zentralen Resultate der Analysen der dreiundzwanzig Hotels bezüglich der sieben Qualitätsindikatoren im Überblick wieder.

	Bewertungsskala						
Qualitätsindikatoren	**1**	**1.5**	**2**	**2.5**	**3**	**3.5**	**4**
Echtheit							
Glaubwürdigkeit							
Stimmigkeit							
Praxistauglichkeit							
Formal-handw. Niveau							
Erlebniswert							
Eigenständigkeit							

Abbildung 4: Durchschnittswerte der sieben Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung im Überblick über alle dreiundzwanzig Hotels (nicht repräsentativ für alle alten oder historischen Hotels in der Schweiz). Dabei bedeutet 1 = ungenügend, 4 = sehr gut.

Die Bewertung der Qualitätsindikatoren fällt – wegen der erwähnten strengen Vorauswahl – insgesamt positiv aus. Echtheit, Glaubwür-

digkeit, Stimmigkeit und Praxistauglichkeit werden als gut bewertet. Das formal-handwerkliche Niveau, der Erlebniswert und die Eigenständigkeit fallen demgegenüber etwas zurück und werden eher als mittelmässig beurteilt. Das heisst: Die ersten vier als gut bewerteten Indikatoren sind Ausfluss des Bewusstseins und Pragmatismus der Hoteliers – die Hotels passen zu den Eigentümern und Direktoren. Hier ist Engagement spürbar. Wenn es dann aber um die innere Konsequenz der Umsetzung auch im Zeitverlauf geht, werden Unsicherheiten erkennbar.

2.2.2 Befunde bezüglich historischer Authentizität

Nachfolgende Tabelle zeigt die Bewertung der Standards, welche die Vereinigung histORhotel als zentral erachtet, und zwar bezüglich aller dreiundzwanzig Hotels.

Standards histORhotel	**Bewertungsskala**			
	1	**2**	**3**	**4**
Ehrlichkeit				
Sorgsamkeit				
Substanz				
Kontinuität				

Abbildung 5: Durchschnittliche Bewertung der vier histORhotel-Standards in allen dreiundzwanzig Hotels (nicht repräsentativ für alle alten oder historischen Hotels in der Schweiz). Dabei bedeutet 1 = ungenügend, 4 = sehr gut.

Dank der sorgfältigen Vorauswahl der Hotels sind diese Standards im Durchschnitt erfüllt worden.

2.2.3 *Befunde bezüglich Gestaltungsqualität nach ausgewählten Bereichen*

In einem weiteren Schritt sollen nun die Qualitäts-Beurteilungen unter dem Blickwinkel von Raumbereichen dargestellt werden. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Durchschnittswerte hinsichtlich aller Qualitätsindikatoren bezüglich der einzelnen Hotelräumlichkeiten und des Corporate Designs.

	Bewertungsskala						
	1	**1.5**	**2**	**2.5**	**3**	**3.5**	**4**
Bereiche							
Querschnittsbewertung							
Alle Räume							
Verhältnis zw. Räumen							
Künstl. Substanz/Aktiv.							
Aussenraum							
Vorderraum (Eingang)							
Rückwärtiger Raum							
Erschliessungsräume							
Réception							
Treppen / Gänge							
Allgemeine Räume							
Hotelhalle							
Speisesaal							
Salon							
Saal / Stube							
Restaurant							
Bar							
Toiletten-Räume							
Seminarraum							
Wellnessbereich							
Individuelle Räume							
Zimmer / Badezimmer							
Corporate Design							
Hotelbeschriftung							
Interne Wegweiser							
Hotelprospekte							
Internetauftritt							
Personalkleidung							

Abbildung 6: Durchschnittswerte aller sieben Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung bezogen auf jene Räume, die in einer Mehrheit aller analysierten Hotels vorhanden waren (nicht repräsentativ für alle alten oder historischen Hotels in der Schweiz). Dabei bedeutet 1 = ungenügend, 4 = sehr gut.

Durch die strenge Auswahl fällt die Gesamtbewertung aller Räume auch hier insgesamt gut aus. Betrachtet man die Räume einzeln, so werden

- Alle Räume in der Querschnittsbewertung
- Vorderraum
- Hotelhalle
- Speisesaal
- Salon
- Saal/Stube
- Restaurant

als gut bewertet,

- Rückwärtige Aussenraum
- Réception
- Treppenhäuser und Gänge
- Bar
- Toiletten bei Gemeinschaftsräumen
- Seminarräume
- Wellnessbereich
- Zimmer und Badezimmer

schneiden eher mittelmässig ab. Anschliessend sollen die nur als durchschnittlich beurteilen Raumbereiche kurz behandelt werden.

2.2.3.1 Rückwärtiger Aussenraum

Der Hotel-Aussenraum lebt in der Schweiz von den berühmten Aussichten in die Natur. Dies lässt offenbar manchmal vergessen, dass vor lauter Aussicht auch der Ort, die Terrasse, von wo man diese bestaunen kann, einer Betrachtung wert ist. Nicht selten findet man auf Terassen und Balkonen Plastik-Stühle und Sonnenschirme verschiedenster Herkunft gleichzeitig nebeneinander, mit und ohne aufgedruckten Firmenlogos von Getränke-Multis.

2.2.3.2 Réception

Die Réception ist der Ort, wo die Gäste ihren ersten Innenraum-Eindruck erhalten und persönlich begrüsst werden. Die Palette der möglichen Ausprägungen ist hier sehr gross, reicht vom Direktionsbüro, wo man sich anmeldet und die Schlüssel deponiert über die einfache

Theke neben dem Restaurant-Büffet bis hin zum eleganten und grosszügigen Empfangsbereich. Da hier seit den Gründungszeiten der Hotels viel technische Neuerungen integriert werden mussten und auch die Abnutzung durch den täglichen Gebrauch gross war, wurde dieser Raumbereich meist mehrfach umgebaut oder umdekoriert und ist eher selten von historischem Wert.

2.2.3.3 Treppenhäuser und Gänge

Gänge und Treppenhäuser sind oft Verbindungselemente nicht nur zwischen Raumbereichen, sondern auch zwischen kunsthistorischen Stilwelten. Dabei werden sie manchmal statt zu Nahtstellen zu Bruchstellen. Auch sind sie beliebte Aufbewahrungsorte für Möbelstücke, die zu gut sind für die Entsorgung und zu schlecht für die allgemeinen oder individuelle Räume des Hotels.
Gänge und Treppen sind auch Verbindungselemente zwischen der Vorder- und der Hinterbühne, markieren auch soziale Auf- und Abstiegsbewegungen. Die Personalgänge und -treppen sind zuweilen in einem Zustand, der an Feudalzeiten erinnert.

2.2.3.4 Toiletten bei Gemeinschaftsräumen

Die Gästetoiletten auf der Etage der Gemeinschaftsräume bilden nicht selten die vernachlässigsten aller Orte. Hier findet man noch alle Ausbaustufen und –stile der letzten fünfzig Jahre. Da das Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag als ungünstig eingeschätzt wird – viele Gäste brauchen und sehen ja diese Toiletten nicht –, werden die manchmal nicht unerheblichen Investitionen immer wieder zurückgestellt.

2.2.3.5 Bar

An die Bar werden ähnlich hohe erlebnisbezogene Anforderungen gestellt wie an die Hotel-Restaurants. Dabei kann zwischen der Bar im Bereich der Hotelhalle und jener „im Keller“ unterschieden werden, welch Letztere dann immer mehr zum Nachtclub weiterentwickelt worden ist. Gerade hier muss der Gast emotional - manchenorts gar erotisierend - angesprochen werden. Da die visuelle Ausformulierung solcher Emotionalisierungen je nach Alters-Zielgruppen recht unterschiedlich sein kann und sich im Übrigen auch nach manchen Modetrends richtet, stellen Bars jene Orte in Hotels dar, wo am meisten experimentiert worden ist.

Da gerade alpine Kurorte, bedingt durch ihre Kulturgeschichte, der urbanen Erfindung der Bar ursprünglich recht vorbildlos gegenüberstehen, war die Bar schon früh ein Ort, wo städtische Nachtlebens-Elemente bis auf Höhenlage von über 1'800 Meter über Meer importiert worden sind, was bisweilen zu sonderbaren bis skurilen Lösungen geführt hat.

2.2.3.6 Seminarraum

Seminarräume sind letztlich – historisch gesehen – noch „vorbildloser" als die weiter unten besprochenen Badezimmer. Durch die hohen technischen Anforderungen an solche Räume gibt es entweder viel zu kaschieren, oder durch sichtbare Technik viel Kontrast zur historischen Substanz zu inszenieren.
Vielleicht muss man die Problematik aus Kundensicht behandeln: Die Tatsache, dass die Image-Vorstellungen im Selbstbild der meisten seminarnachfragenden Firmen geprägt sind durch Innovation und Modernität, müsste der Frage nachgegangen werden, weshalb sich eine Firma in eine solche historische Welt begibt: Ist es der Wille nach Geborgenheit im Althergebrachten, die Innovationsgeschädigten gut tut? Oder ist es der Imagetransfer von „edel" und „luxuriös", welche einige Firmen – man denke an die Uhrenbranche oder an Privatbanken - suchen und brauchen? Oder ist es einfach ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis oder eine optimale geografische Lage?
Darauf gibt es vielfältige Antworten, was zur Konsequenz hat, dass im Bestreben, möglichst viel Firmen-Kundensegemente anzusprechen, gestalterische Unsicherheiten entstehen, die dann auch sichtbar werden: Man will Modernität in der Technik bieten, den Ort innerhalb des Hotels jedoch nicht zu zentral wählen, die historischen Elemente belassen, doch Modernes in der Ausstattung zulassen etc.

2.2.3.7 Wellnessbereich

Hier gibt es zwar durchaus imposante historische Vorbilder im eigenen Land und in den Badeorten Europas zwischen Evian und Karlsbad, die aber in der Schweizer Hotellerie im 20. Jahrhundert kaum aufgegriffen worden sind. Im Sinne der Behälterraum-Vorstellung und dem Zeitgeist-Konzept war der Wellness-Bereich seit jeher ein Feld, wo man unbestritten zeitgenössisch sein durfte. Dass sich dadurch grosse Distanzen auftaten zu den kunsthistorischen Stilwelten der Hotels, ist klar.

In den letzten Jahren hat sich in der Schweiz im Wellness-Bereich vor allem der „Zen-Geist" ausgebreitet, eine veredelte Verbindung von protestantischer und östlich-buddhistischer Zurückhaltung, der naturbelassene Materialien bevorzugt. Der hier oft angestrebte hohe kulturelle, qualitative Anspruch vermindert die Distanz zum Alten.

2.2.3.8 Zimmer und Badezimmer

Im Hotelzimmer ist der Gast in der engsten Tuchfühlung mit „Geschichte". Wenn er rundum historische Echtheit sucht, kann er hier am meisten enttäuscht werden. Dies wird oft zum Problem, denn in den Zimmern und auf den Hoteletagen ist tendenziell am wenigsten historische Substanz vorhanden, weil eben durch die Abnutzung und durch sich verändernde Gästeerwartungen der Umbaubedarf immer hoch war.
Überblickt man die Gesamtheit der im Rahmen dieser Studie betretenen (es sind mehrere hundert) und analysierten (etwa achtzig) Zimmer, so ergibt sich folgendes typisierendes Bild:

- **Typ A:** Hotelzimmer im Originalzustand, so wie es im Baujahr des Hotels entstand: diese Zimmer sind sehr rar, gleichwohl gibt es sie – sogar mit originalen Badezimmern dazu.
- **Typ B:** Hotelzimmer mit vorwiegend alter Ausstattung, ergänzt mit komfort-erhöhenden Elementen wie Minibar etc.: Diese Zimmer sind bezogen auf die Grundgesamtheit der analysierten Zimmer ebenfalls selten, wenn auch etwas häufiger anzutreffen als der erste Typ.
- **Typ C:** Hotelzimmer, in denen Teile der Schlüsselmerkmale der Ursprungsausstattung belassen und Teile weiterentwickelt worden sind. Dies kommt häufiger vor.
- **Typ D:** Hotelzimmer, die vollständig neu eingerichtet sind, deren Schlüsselmerkmale aber Bezug nehmen zu den alten Teilen des Hotels. Sie sind oft anzutreffen, wohl gleich oft wie
- **Typ E:** Hotelzimmer ohne jeglichen Bezug zu den alten Gebäudeteilen, wo also bewusst ein Kontrast geschaffen wird.

Problemfelder zeigen sich in den Zimmern dort, wo neue Komfortanforderungen integriert werden müssen. So haben die Minibar und das Fernsehmöbel keine historischen Vorbilder. Sie werden deshalb entweder historisch „verpackt" oder als mehr oder weniger bewusster Kontrast behandelt.

Einen weitereren Problembereich stellt oft der Kleiderschrank dar. Er muss eine gewisse Grösse haben und ist der Dauerbenutzung ausgesetzt. So wurde er oft durch einen Wandschrank ersetzt, der formal nicht zur übrigen Ausstattung passt. Auch das Innenleben der Schränke ist nicht immer perfekt, vor allem was die Kleiderbügel angeht, von denen man manchmal mehr als fünf unterschiedliche Typen in einem Schrank findet. Die Abfallkörbe – nicht selten aus Plastik und billig – sind ein weiteres Problemfeld.
Neben den Zimmern stellen die Gäste beim Badezimmer die grössten Anforderungen an Komfort und Modernität. Da sie in historischen Hotels meist relativ spät eingebaut wurden, weisen sie grundrissmässig vielfach besondere, nicht immer ideale Formen auf und sind oft klein.
Dieses späte Aufkommen jenes Raumtyps hat zur Folge, dass wenig Vorbilder erhalten sind, an denen man sich in einem Hotel orientieren könnte. So sind auch hier die modischen Trends der letzten dreissig Jahre hinsichtlich Fliesen, Armaturen und Lampen jahrringartig nachweisbar.
Eine besondere Problemetik besteht in der Relation der Schlüsselmerkmale des Zimmers zu der des Badezimmers. Da sind alle, auch extreme Kombinationen vorfindbar, weil meist auf der Ebene der kunsthistorischen Stile gedacht und konzipiert wird. Die Tatsache, dass es beispielsweise kein „Louis XVI-Bad" gibt, dass wie selbstverständlich zu „Louis XVI-Bett" passen würde, hat dazu geführt, dass alles als erlaubt betrachtet wird, was den Eigentümern und Raumgestaltern gefällt.
Als Tendenz kann festgestellt werden, dass dort, wo ein Architekt federführend ist, die Badezimmer modern, einfach und farblich zurückhaltend gestaltet sind, dort wo Dekorateure oder Baumeister zusammen mit dem Hotelbesitzer oder –direktor die Gestaltungsrichtung bestimmen, mehr stilistische Kombinationen und Variationen vorhanden sind.

Folgende drei Wege werden oft beschritten:

- Die einfache funktionale Lösung.
- Die verspielte Kombinationslösung mit Elementen (Ornamentik auf Fliesen, Lampen), die Brücken schlagen wollen zu Schlüsselmerkmalen des Hotelzimmers.

- Die aufwendige Lösung, die auf der Ebenen der Materialwahl (verschiedene Marmorsorten, teure Armaturen) das Hotelthema „Luxus“ visualisiert.

2.2.3.9 Corporate Design

Die Analyse des zweidimensionalen visuellen Auftritts der Hotels war kein zentrales Thema dieser Studie. Da aber gerade in den Prospekten und Internetauftritten das Profil geschärft und die Erwartungen geformt werden, ist die Art des Auftrittes im Blick auf die bessere Vermarktung des historischen Aspektes wichtig. Überblickt man den visuellen Auftritt in gedruckten oder elektronischen Kommunikationsinstrumenten, so sieht man, neben vielen guten Beispielen, auch recht oft Veraltetes, Prospekte die aus Kostengründen noch „aufgebraucht“ werden müssen, wo Kleber alte Telefonnummern verdecken etc. Die Internet-Auftritte sind demgegenüber, weil jünger, professionell und aussagekräftiger. Doch wie in der Raumgestaltung, so gibt es auch hier Beliebiges und Billiges.

2.2.4 Befunde bezüglich Engagement der Hotelleitung

Mit der Beurteilung der Hotelräume geht gemäss VisQuaM-Modell auch eine der Hotel-Führung einher, was den Aspekt der Authentizität betrifft. Insgesamt ist viel Engagement spürbar, aber auch viel Unsicherheit und mangelnde Kohärenz und Konsequenz über längere Zeitläufe hinweg. Das heisst, die persönliche Kompetenz hinsichtlich des Managements der Raumgestaltungsqualität ist in vielen Schweizer Hotelleitungen ausbaufähig. Das erstaunt nicht, wird doch dieses Thema merkwürdigerweise in der Ausbildung gerade auch in der Schweiz weitestgehend ignoriert.

2.2.4.1 Leitbild und Thema

Symptomatisch für die gespürten Unsicherheiten hinsichtlich Raumgestaltung und Persönlichkeitsbildung ist, dass nur eine verschwindende Minderheit der analysierten Hotels ein schriftliches Leitbild erstellt hat – oft eines von wortreicher Banalität. Das müsste zunächst nur aus der Sicht der „reinen Management-Lehre“ bedauert werden. Nun ist es aber nicht so, dass hier einfach etwas vergessen wurde, sondern dass das Nicht-Vorhandensein oft etwas damit zu tun hat, dass eine Mehrheit der untersuchten Hotels inhabergeführte Betriebe

sind und dazu meist nicht sehr grosse. So wird das Leitbild im Vorbild des Chefs implizit vorgelebt. Da man sich aber durch allzu präzise Festlegung in seiner unternehmerischen Freiheit eingeschränkt fühlen könnte, lassen die meisten Inhaber das Thema Leitbild beiseite. Das ist nicht weiter problematisch, wenn der Hoteldirektor präzise Grundsätze hat und diese auch über die Jahre befolgt.
Bei nicht wenigen Hotels zeigt sich aber, dass diese Kontinuität durch Spontaneität beeinträchtigt wird, dass die Absenz von Leitbildern im inhabergeführten Kleinbetrieb auch mit dem Selbstverständnis und dem Reflexionsniveau des Eigners zu tun hat. Man kann darin oft auch die Unfähigkeit und Unwilligkeit erkennen, über sich selber nachzudenken, auch darüber, welche Lebensthemen und welche Hotelthemen man eigentlich hat. Die Unprofiliertheit eines Hotels wurzelt letztlich in der Positionslosigkeit des Hoteleigners. In den Raumthemen sind ja auch identitätsstiftende Inhalte, welche Wiedererkennbarkeit fördern. Wenn beispielsweise die Themen Natur und Geschichte im Zentrum stehen, dann müsste klar sein, dass die Pizzeria oder das thailändische Restaurant keinen Platz haben. Hier ist festzustellen, dass – aus der beschriebenen Angst, ein Gästesegment nicht ansprechen zu können – teilweise äusserst gewagte Kombinationen von Themen vorgefunden werden.

2.2.4.2 Gestaltungsleitbild

Das mangelnde Bewusstsein davon, wie wichtig die innere Konsequenz der Gestaltung für das Profil und Marketing eines Hotels ist und die oben beschriebene von Architekten und Dekorateuren nicht selten eher unerwünschte Kompetenz und Selbstsicherheit auf der Seite der Bauherren, haben dazu geführt, dass in den meisten hier analysierten Hotels keine schriftlich fixierten oder zumindest detailliert durchdachten Gestaltungsleitbilder vorhanden sind. Das wiederum öffnet den Interpretationsmöglichkeiten von Gestaltern Tür und Tor, was von diesen zwar geschätzt wird, dem Profil und der Kontinuität der Hotels aber nicht zugute kommt. Im Kapitel über das Management von Gestaltungsprozessen sollen diese Aspekte weiter vertieft und die Inhalte eines solchen Gestaltungsleitbildes definiert werden.
Soweit der überblicksmässige Bericht über die Befunde in den dreiundzwanzig Hotels. Jedes der analysierten Hotels hat einen separaten Bericht über seine Analyseresultate erhalten. Diese sind vertraulich, weshalb hier auch keine Hotels namentlich genannt werden – ausser

einem Haus, dessen Leitung sich dankenswerterweise bereit erklärt hat, die Analyse zu publizieren und diese erst noch fotografisch illustrieren zu lassen. Auf dieses Hotel soll nun in einer Fallstudie eingegangen werden.

3. Fallstudie: Befunde aus dem Jugendstilhotel Paxmontana

Das Jugendstilhotel Paxmontana in Flüeli-Ranft in der Zentralschweiz gelegen, wurde 1896 durch den Hotelpionier Franz Hess-Michel gegründet. Es hiess zunächst Kurhaus Nünalphorn. Seit 1966 wird es Jugendstilhotel Paxmontana genannt. Die Veranda, heute das Veranda-Restaurant, wurde 1898 angebaut. 1906 erfolgte ein Erweiterungsbau mit einem neuen Speisesaal, dem Damen- und Rosensalon, der Bibliothek etc.
Das Hotel steht an einem ganz besonderen, ur-schweizerischen Ort, im geografischen Zentrum der Schweiz und wenige hundert Meter von dem Ort entfernt, an dem der Schweizer Landespatron, der Heilige Bruder Klaus, lebte und wirkte.
Seit einigen Jahren wird das Hotel mit viel Engagement und Liebe zur Geschichte und zum Detail restauriert. Man kann sagen, dass hier im Zentrum der Schweiz auch ein zentraler Ort der Pflege der traditionsreichen Schweizer Hotelkultur entstanden ist.

3.1 Analyse der Qualität der Raumgestaltung

Nachfolgend sollen die Befunde hinsichtlich aller sieben Qualitätsindikatoren an diesem Fallbeispiel dargestellt werden.

3.1.1 Echtheit

Wenn es um den Qualitätsindikator der Echtheit geht, dann sind die Relationen zwischen der gewählten Gestaltungswelt und dem Thema beziehungsweise Leitbild zu analysieren. In Vision und Leitbild des Paxmontanas werden als Raumthemen die Aspekte

- Wallfahrt
- Ruhe
- Natur
- Bildung
- und Erholung

in dieser Reihenfolge genannt. Ferner wird darauf hingewiesen, dass kontinuierlich die Mittel erwirtschaftet werden sollen, um die Substanz des „architektonischen Bijous <…> zu erhalten und zeitgemäss zu erneuern."



Abbildung 7: Kapelle und Meditationsraum im Jugendstilhotel Paxmontana

Wie nebenstehende Abbildung zeigt, werden gerade im Kapellenraum diese Relationen zwischen Raumgestaltungswelt – hier die Inno-Variante (siehe später) –, Leitbild und Raumthemen echt realisiert. Die zurückhaltende Eleganz der Raumschale wird mit einfachem Mobiliar und natürlichen Materialien kontrastiert und in ein neues Gleichgewicht zum Raumthema gebracht.

3.1.2 Glaubwürdigkeit

Die Glaubwürdigkeit einer Raumgestaltung hängt von der Beziehung zwischen den Haltungen der Raumeigner und der Ausprägung des Raumbildes ab. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Glaubwürdigkeit der Raumgestaltung im Paxmontana hoch ist.
Die im Leitbild erwähnten Aspekte Kult und Natur kommen allerdings im Raumbild der nachstehend gezeigten Lobby weniger deutlich zum Ausdruck. Die Glaubwürdigkeit ist deshalb hier etwas vermindert. Die verwendeten Fauteuil-Stoffe in gold und rot strahlen etwas Festlich-Elegantes aus, wodurch sie sich von den genannten leitenden Vorstellungen entfernen.



Abbildung 8: Lobby im Jugendstilhotel Paxmontana

Die auf der Fotografie kaum sichtbaren kleinen Plexiglas-Tischchen sowie die Fotos mit einfachem Rahmen entsprechen zwar dem im Leitbild geforderten „zeitgemäss erneuern“, fallen aber aus dem Rahmen, weil dieses Zeitgemässe verstanden als Verwendung von neuen Materialien und Design-Formen nur ganz punktuell im Hause vorkommt, dahinter kein bewusstes „Kontrast-Konzept“ steht.



Abbildung 9: Réception des Jugendstilhotels Paxmontana

Der Raum darf aber nie isoliert von Menschen betrachtet werden – hier den Gästen und dem Personal. Das Engagement des Personals ist im Paxmontana hoch. Eigentlich kann dieser Aspekt nicht fotografisch visualisiert werden. Wenn nebenstehende Fotografie trotzdem gezeigt wird – sie ist die einzige mit Menschen in dieser Studie -, so soll damit die grosse Bedeutung der Integration von Mensch und Raum unterstrichen werden. Nebenstehende Abbildung soll andeuten, dass auch bei konzeptionellen Schwachstellen wie der Gestaltung der Réception, durch das Engagement des Personals im Stimmungsmässigen viel ausgeglichen werden kann.

3.1.3 *Stimmigkeit*

Unter Stimmigkeit wird die Beziehung zwischen der Raumatmosphäre und dem Gestaltungsleitbild verstanden.



Abbildung 10: Zufahrt und Eingangs-Frontseite des Jugendstilhotels Paxmontana

Das Paxmontana besitzt kein schriftlich formuliertes Gestaltungsleitbild. In der Vision finden sich jedoch wie erwähnt Hinweise auf die Wichtigkeit der Gestaltung und Erhaltung dieses „architektonischen Bijous". Bewertet man nun die Relation zwischen der Raumatmosphäre und diesen Hinweisen auf die Gestaltung, so ist die Erhaltung und zeitgemässe Erneuerung atmosphärisch insgesamt gut spürbar und geglückt. Wie zum Beispiel obenstehende Abbildung zeigt, stimmt die gekonnte Einbettung des Hauses in die Natur. Allerdings sind die Stimmigkeiten nicht überall so perfekt. So ist in der Beziehung zwischen den Raumtypen „Zimmer" und einzelnen Raumbereichen - zum Beispiel der oben gezeigten Lobby oder der Bibliothek - die Stimmigkeit nicht optimal, weil Schlüsselmerkmale aus dem Rahmen fallen (siehe später).

3.1.4 *Praxistauglichkeit*

Praxistauglichkeit ist dort gegeben, wo die Beziehung zwischen Form/-struktur und Funktion im Raum optimiert sind. Dies ist im Paxmontana nicht immer der Fall, so sind die später eingebauten Nasszellen teilweise recht eng, wie auch der Lift zu den Etagen.



Ein positives Beispiel von Praxistauglichkeit zeigt die nebenstehende Abbildung: Die Form des Bettgestells nimmt Schlüsselmerkmale der alten Schränke und Täfelungen auf. Um das tägliche Betten zu erleichtern, werden dann aber Kufen aus Metall zugefügt, die man aus normaler Augenhöhe betrachtet kaum sieht.

Abbildung 11: Hotelbett im Jugendstilhotel Paxmontana

3.1.5 Formal-handwerkliches Niveau

Das formal-handwerkliche Niveau – verstanden als Beziehung zwischen den Prinzipien der Raumgestaltung und der handwerklichen Verarbeitung - kann im Sinne einer deutlichen Verbesserung am Beispiel des TV-Aufenthaltsraumes gezeigt werden, und zwar im Vergleich zwischen dem früheren und dem Zustand nach der Restaurierung von 2004 (siehe Abbildungen 12 und 13).





Abbildungen 12 und 13: Der TV-Aufenthaltsraum links und seine Transformation in einen Salon, die 2004 erfolgte

Die Raumhülle, also Boden, Wände, Decken, wurde fachgerecht überarbeitet, wodurch die Natur der Materialien wieder besser zum Ausdruck kommt (Täfelung und Parkettboden). Die Vorhänge werden fantasievoller und gemäss historischem Vorbild drappiert, der Leuchter allerdings ist nach wie vor etwas klein verglichen mit der Raumgrösse.

3.1.6 Erlebniswert

Der Erlebniswert eines Raumes zeigt sich in den Beziehungen zwischen versprochenen und demnach erwarteten Anmutungscharakteren (siehe Glossar) und vorhandenen Schlüsselmerkmalen (siehe Abbildungen 14 und 15). Der Erlebniswert des Veranda-Restaurants ist gross. Es bildet die Nahtstelle zwischen dem Innen- und Aussenraum des Gebäudes und behandelt so die Raumthemen „Natur" und „Geschichte". Diese werden in der Gestaltung visualisiert, in der Verwendung von natürlichen und naturbelassenen Materialien, aber auch in Wandbildern.
Der Erlebniswert wird lediglich beeinträchtigt durch die gekühlte Wein-Vitrine, die in eleganter Designform daherkommt, die zwar zu den Stühlen passt, aber insgesamt im Raum, vor allem auch wegen der Schlüsselmerkmale Material und Form eher als Fremdkörper wirkt. Wie schon oben erwähnt, sind Design-Elemente im Hotel ganz selten, weil kein Kontrast-Konzept vorhanden ist. Umso auffälliger wirken diese Objekte dann im Raum.





Abbildungen 14 und 15: Veranda-Restaurant im Jugendstilhotel Paxmontana

3.1.7 Eigenständigkeit

Die Eigenständigkeit – verstanden als Beziehung zwischen dem eigenen Raumbild und den Raumbildern anderer Hotels am Ort – ist beim Paxmontana hoch.



Abbildung 16: Jugendstilhotel Paxmontana, die Ortschaft Flüeli-Ranft und der Sarnersee im Hintergrund

Dieser Aspekt ist ebenfalls schwer fotografisch visualisierbar, kann wohl am besten gezeigt werden, indem man einen Blick auf die Position des Hotels in der Landschaft wirft. Es steht alleine, dominiert in respektvoller Distanz zu den Wallfahrtszentren und steht konkurrenzlos da, sowohl im Ort selbst, als auch im weiteren Umfeld – und damit im Marktraum möglicher anderer Anbieter.

3.2 Analyse der historischen Authentizität

Im Blick auf die historische Authentizität sind bei drei der sieben Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung (Echtheit, Glaubwürdigkeit, Stimmigkeit) noch Präzisierungen als Qualitätsanforderungen definiert worden, die nun ebenfalls am Beispiel des Jugendstilhotels Paxmontana zu erörtern wären.

3.2.1 Ehrlichkeit

Die Spuren des Gebrauchs sollen gezeigt und die Gegenstände nicht überrestauriert werden, das fordert das Postulat der Ehrlichkeit.

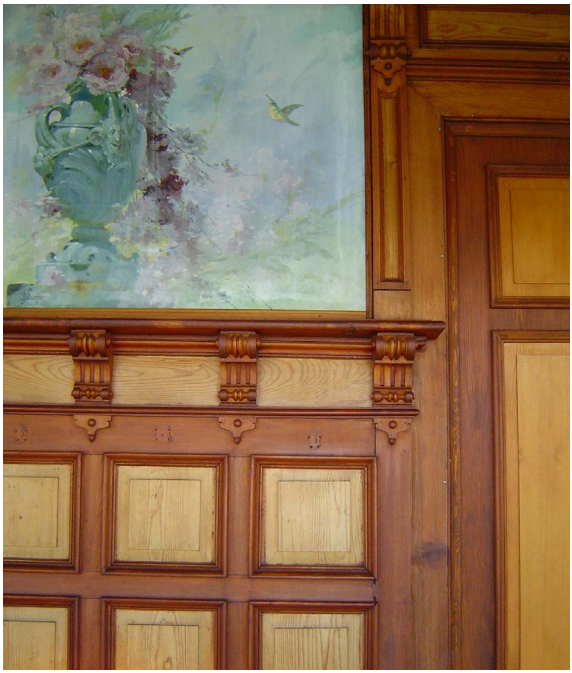


Abbildung 17: Wandpartie im Veranda-Restaurant des Jugendstilhotels Paxmontana

Wie die nebenstehende Abbildung deutlich macht, werden im Paxmontana die natürlichen Materialen freigelegt und zum Beispiel Löcher früherer Installationen unkaschiert gelassen. Die tapezierten oder einfarbig gestrichenen Wandpartien sind zwar erneuert, Malereien wie jenes Bild auf der nebenstehenden Fotografie aber unrestauriert belassen worden.

3.2.2 Sorgsamkeit



Abbildung 18: Detail der vergoldeten Stuckdecke im Rosensalon des Jugendstilhotels Paxmontana

Die Ablehnung der Wegwerfmentalität und die Liebe zum Detail zeichnen die geforderte Sorgsamkeit im Umgang mit der historischen Substanz aus. In diesem Geiste werden im Paxmontana zum Beispiel vorhandene Stuckdecken sorgfältig gereinigt und diskret vergoldet, aber auch alte Möbel aus dem Keller geholt, restauriert und wieder in Gebrauch genommen (siehe dazu im Theorieteil: Abbildung des historischen Zimmers des Paxmontanas).

3.2.3 *Substanz und Kontinuität*

Um als historisches Hotel gelten zu können, muss ein überwiegender Teil der sichtbaren und dominierenden Räume und Gegenstände aus der Zeit vor 1960 stammen, also zumindest zwei Generationen überdauert haben.



Abbildung 19: Rosensalon im Jugendstilhotel Paxmontana

Der auf der nebenstehenden Abbildung des Rosensalons gezeigte Tisch ist durch eine Aufnahme von 1906 (siehe nächste Abbildung) als im Hotel befindlich verbürgt. Und auch Boden und Decke sind original erhalten.

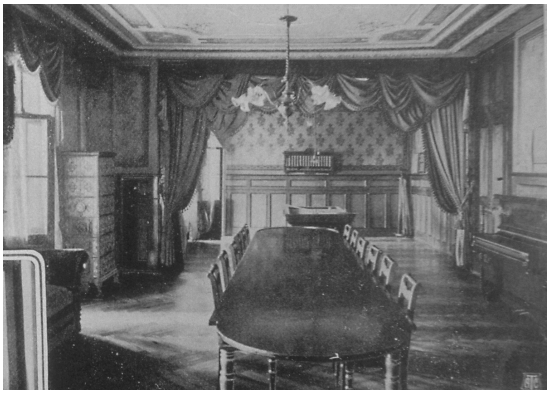


Abbildung 20: Lobby des Jugendstilhotels Paxmontana um 1906

Die nebenstehende Abbildung der Lobby um 1906 zeigt im Vergleich mit der obenstehenden Fotografie des Rosensalons von 2004 die Kontinuität in den dominierenden Elementen der Raumgestaltung wie der Art der Drapierung der Vorhänge, der weiteren Verwendung des Tisches, der Tulpenglas-Lampen, der Erhaltung oder Wieder-Freilegung der bemalten Stuckdecken und dem teppichfrei gezeigte Parkettboden.

3.3 Analyse ausgewählter Raumbereiche

Nachdem nun die Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung und die Anforderungen der histORhotel-Standards am Beispiel des Jugendstilhotels Paxmontana in Flüeli-Ranft dargestellt worden sind, sollen nun im gleichen Hotel einige Problembereiche auf der Ebene der

- Raum- und
- Objektbereiche

behandelt werden, die als typisch für die dreiundzwanzig historischen Hotels aufzufassen sind und welche die Raumbereiche

- Badezimmer
- Gänge
- rückwärtiger Aussenraum (Seeseite)

betreffen.

Überblickt man diese drei Raumbereiche insgesamt, so sieht man oft zu den Zimmern und Badezimmern hin eine Tendenz zur Vereinfachung, Modernisierung, in den Gängen als Verbindungselementen zwischen Salon und Zimmer jedoch eine Zwitterstellung zwischen Modernität, Praxistauglichkeit und dem Versuch, historische Kontinuität zu wahren, was meist recht unklar wirkt. Der rückwärtige Aussenraum wiederum ist im Paxmontana, verglichen mit anderen Raumbereichen, etwas abgewertet worden.

3.3.1 Badezimmer

Die Badezimmer stellen in historischen Hotels ein besonderes Problem dar. Jedes einzelne Hotelzimmer mit Bad und Toilette auszustatten war ursprünglich meist nicht vorgesehen. So handelt es sich fast überall um spätere Einbauten, die den wohl grössten und schmerzhaftesten Eingriff in die Bausubstanz darstellen – schmerzhaft deswegen, weil dadurch die oft ausgwogene und grosszügige Grundstruktur der Zimmer zerstört worden ist.
Da das Badezimmer – ähnlich wie später das Hotelschwimmbad – als neue Bauaufgabe betrachtet wurde, für die die Vorgaben des historistischen „Gänsemarschs der Stile“ nicht direkt übertragen werden

konnten, war der Fantasie der Bauherren und Baufachleute Tür und Tor geöffnet.
Auf den nachfolgenden Fotos sieht man einerseits ein historisch rekonstruiertes Bad mit Jugendstil-Spiegel, „neu-alter" Badewanne und entsprechenden Armaturen. Am anderen Ende der Skala der Möglichkeiten steht die Lösung auf der zweiten Fotografie, nämlich der sichtbar gelassene Einbau einer Nasszelle, was zur Folge hat, dass diese recht eng ausgeformt ist.
Die beiden nachfolgenden Abbildungen zeigen auch in der Ausstattung die konträren Möglichkeiten, nämlich den historisierenden Ansatz und den infrastrukturell-praktischen.
Aus der Perspektive des im Paxmontana verfolgten Ansatzes der harmonischen, nicht kontrastorientierten und kontinuierlichen Weiterentwicklung steht die Lösung des Einbaus als schlichter Kubus etwas fremd im Raum.





Abbildungen 21 und 22: Zwei Lösungen von Badezimmern im Jugendstilhotel Paxmontana

3.3.2 Gänge

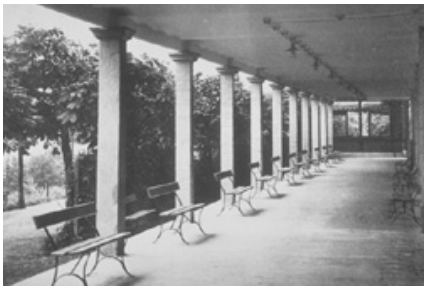
Die folgende Abbildung zeigt den heutigen Zustand der Etagengänge. Die Wandverkleidungen aus Holz im Chaletstil stellen eine spätere Vereinfachungsmassnahme dar. Die darunter liegenden tapezierten Wände sind allerdings noch erhalten und sollen später freigelegt werden.



Abbildung 23: Etagengänge im Jugendstilhotel Paxmontana

3.3.3 *Rückwärtiger Aussenraum*

Im Gegensatz zum Aussenraum auf der Eingangsseite des Paxmontana fristet der rückwärtige Aussenraum ein etwas verkümmertes Dasein. Früher war der Arkadenraum unter dem Veranda-Restaurant als Wandelhalle genutzt worden. Heute steigen dort beissende Dämpfe aus der Hotelwaschküche in die Nase der ihre Autos parkierenden Hotelgäste.





Abbildungen 24 und 25: Rückwärtiger Aussenraum des Jugendstilhotels Paxmontana in den Jahren 1906 und 2004

3.4 Analyse ausgewählter Objektbereiche

Abschliessend sollen nun noch die Befunde aus dem Paxmontana im Blick auf ausgewählte Objektbereiche vorgetragen werden.

3.4.1 Möbel

Bei der Kombination von Möbeln sieht man hier die ganze Spannbreite der Möglichkeiten: Oben wurde der im Paxmontana meistens angewandte Ansatz der kontinuierlichen Weiterentwicklung mit den gleichen Schlüsselmerkmalen betont (siehe Hotelzimmer im Theorieteil dieser Studie). In der hier abgebildeten Bibliothek geraten diese Prinzipien ins Rutschen:

- Sitzmöbel im „klassischen“ Stil, frisch mit originellem Stoffbezug
- Plexiglas-Rauchtische
- designorientierte, verchromte USM-Haller-Bibliothek und
- schlichte, schwarze Glas-Metall-Vitrine

stehen im historisch erhaltenen Saal, bei dessen Raumhülle nur die Fenster erneuert worden sind.
Verglichen mit dem gesamten Hotel sind in diesem Raum die meisten Kontraste geschaffen worden. Hier ist das Gestaltungskonzept schleichend verlassen worden.





Abbildungen 26 und 27: Bibliothek im Jugendstilhotel Paxmontana

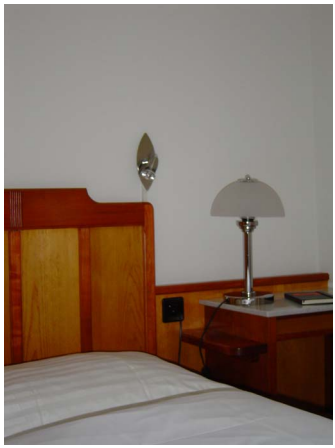
3.4.2 *Beleuchtungskörper*

Beleuchtungskörper sind nicht nur für die stimmungsvolle Beleuchtung eines Raumes verantwortlich, sondern selbst oft dominante Objekte, die das Raumbild mitprägen. In den Hotelzimmern des Jugendstilhotel Paxmontana sind verschiedene Kombinationen anzutreffen:

- Schlichte Deckenlampen zusammen mit designorientierten Wandlampen und
- metallene Stehlampen mit historisierenden Deckenlampen.

Wie nachfolgende Abbildungen zeigen, fallen die designorientierte Stehlampe und die Lampe auf dem Nachttisch etwas aus dem Rahmen, weil „Designobjekte" im Hotel kaum vorhanden sind.





Abbildungen 28 und 29: Beleuchtungskörper in Zimmern des Jugendstilhotels Paxmontana

3.4.3 *Textilien*

Textilien, Teppiche, Vorhänge, Sitzmöbel-Überzüge, Bettwäsche und –überwürfe dominieren gewisse Raumbereiche stark. Nachfolgende Abbildungen zeigen den Speisesaal im Originalzustand mit offenem Durchblick nach aussen, dann, wie in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts Textilien dazu verwendet wurden, den Raumeindruck zu vereinfachen, komplexe oder ornamental strukturierte Wandteile zu verhüllen. Der heute im Paxmontana vorherrschende Einsatz von

Textilien folgt teilweise den historischen Vorbildern, was im Vergleich der Fotografie von 1906 und jener von 2004 festgestellt werden kann.







Abbildungen 30-32: Vorhanglösungen im Speisesaal des Jugendstilhotels Paxmontana 1906, um 1980 und 2004

Hiermit ist der Bericht über die Fallstudie „Jugendstilhotel Paxmontana“ abgeschlossen. Nun stellt sich die Frage, was für Lehren man aus den Erfahrungen ziehen kann, die sich in den Praxisbeispielen zeigten.

4. Zukunftsperspektiven des Managements von Raumgestaltungsprozessen

Wenn hier immer wieder der Begriff des „Managements“ gebraucht worden ist, so muss zunächst klargestellt werden, dass subtile, kreative Gestaltungsarbeiten nicht gemanagt werden können wie Prozesse in der Logistik oder bezüglich der Finanzen eines Unternehmens oder Hotels. Auf die Möglichkeiten und Grenzen des Managements von kulturellen Aspekten soll hier nicht weiter eingegangen werden, denn dieses Thema wurde in einer anderen Publikation ausführlich dargestellt.[8]

Trotz allem bedeutet aber Raumgestalten nicht einfach „geniales Chaos“. Vielmehr kann es durchaus als ein rational organisierbarer Prozess betrachtet werden, bei dem wohl mehr sag- und explizierbar ist, als bisweilen angenommen wird.

Wenn der Raum auch die Persönlichkeit des Raumeigners zeigt, dann ist es wichtig, dass dessen Partner im Gestaltungsprozess die Fähigkeit besitzen, diesen zu verstehen, ihm im Raum des Wissens nahe zu kommen, mit ihm wirklich zu kommunizieren. Diese Nähe kommt wegen der Machtverteilung zwischen den Partnern eines Gestaltungsprozesses oft nicht zustande. Interessant ist, dass einige Hoteliers im Laufe ihrer Karriere immer selbstbewusster geworden sind. Zu Beginn aus Unsicherheit einen Architekten beizogen, dann die konzeptionellen Überlegungen selber anzustellen beginnen und eher ausführende Baumeister beiziehen. Was offenbar fehlt und nach Aussagen einiger Hoteliers geschätzt würde, ist eine neutrale Bauherrenbegleitung, ein Ansprechpartner also, der selber nicht von der Generierung eines möglichst hohen Bausumme kommerziell profitiert.

Professionelleres Management von Raumgestaltungsprozessen bringt einige Vorteile mit sich:

- Nachhaltigkeit bei der Konzeptarbeit: Sie erspart raschen Wechsel/Wieder-Umbau aus Gründen der Abnützung von Modegags.
- Qualität der Konzeptarbeit: Sie erspart Erneuerungen und Anpassungen aus Gründen der mangelnden Konsequenz bezüglich der gewählten Stilrichtungen und verhindert unprofessionelles Flickwerk.

- Effizienz und Effektivität des Gestaltungsprozesses (Umbau, Neubau): Sie wird deutlich verbessert, ebenso die Kommunikation zwischen den am Veränderungsprozess Beteiligten (eine gemeinsame Sprache), wodurch man Planungskosten einspart und einseitige Selbstverwirklichung und Machtspiele von Planungspartnern verhindern kann.

Im Zentrum steht die Förderung der Nachhaltigkeit von Marketing und Kommunikation, zumal deren Kernaspekte der Ganzheitlichkeit, (Lang-)Fristigkeit, Partizipation und Entwicklungsfähigkeit die im hier entwickelten SQM-Modell (Spacing Quality Management) bewusst berücksichtigt werden.
Wie im Praxisteil dargestellt, muss die Erhaltung und Weiterentwicklung der historischen Substanz und Authentizität von traditionsreichen Hotels – verstanden als Kulturgüter - letztlich unter dem Aspekt der Gestaltungsqualität von Räumen betrachtet und eingeordnet werden. Die Qualität von Raumgestaltungen wird, wie erwähnt, in der wissenschaftlichen Diskussion und Literatur allerdings nur selten thematisiert, ja „der Raum“ selbst durch die verschiedenen Berufe, die mit ihm zu tun haben, teilweise wenig reflektiert. Denn Raum ist in dieser Hinsicht für viele auch „das Dazwischen“ zwischen den sinnlich wahrnehmbaren Gütern im Lebensraumes und zwischen den Berufs- und Fachrichtungen im sozialen Raum.
Im theoretischen Teil soll deshalb zunächst Klarheit geschaffen werden hinsichtlich der relevanten Begriffe. Darauf aufbauend wird dann ein Grundmodell einer relational-prozessualen Raumauffassung entwickelt, woraus wiederum die sogenannten Qualitätsindikatoren für die Raumgestaltung abgeleitet werden können.
Der nachfolgende Teil ist dem Thema entsprechend komplex, mit zahlreichen Zitaten versehen und zeigt manche historische und philosophische Zusammenhänge auf.

Anmerkungen zum Praxisteil

1 Bellwald, 1996, S. 129/30, sie zitiert Meyer, Hannes: Die neue Welt, in: Das Werk, 13, Zürich 1926, S. 221/22.
2 Schilder Bär, 2001, S. 58.

[3] Gisler, 1992, S. 198.
[4] Du Palais au Palace, Paris 1998 - Hoteltträume zwischen Gletschern und Palmen, Baden 2001.
[5] Diese Denkweise ist übrigens auch in vielen inhabergeführten mittelständischen Unternehmen zu finden. Historische und soziologische Gründe dafür siehe Pfister 2000, S. 17 ff.
[6] Du Palais au Palace, Paris 1998.
[7] Link, 2001.
[8] Pfister, 2000, S. 44 ff.

Teil III – Theorie

1. Raum

„Raum“ kann unter verschiedensten Aspekten betrachtet werden. In der hier vorliegenden Studie stehen die Relationen zwischen den im Raum befindlichen sozialen Gütern im materiellen und immateriellen Sinne im Zentrum der Analyse. Diese umfassen zum Beispiel Möbel, Lampen, Böden, Decken, aber auch symbolische Darstellungen etc. In der parallel zu dieser Arbeit entstandenen Studie über „Wissen – Bildung – Qualität“ wiederum sind der Leib- und Eigenraum des Menschen und seine Relationen zu den sozialen Gütern zentral. Beide Perspektiven dürfen letztlich nicht voneinander getrennt werden, weshalb diese beiden Studien als ein eng aufeinander abgestimmtes Werk in zwei Teilen zu verstehen sind.

1.1 Raum und Räume

Der Raumbegriff wird im Laufe der Geschichte recht unterschiedlich definiert. Der deutsche Philosoph und Pädagoge Otto Bollnow weist hier bei seiner sprachgeschichtlichen Analyse auf das Verb „räumen“ hin, welches gemäss Grimm'schem Wörterbuch besagt, eine Lichtung im Wald schaffen zum Zweck der Urbarmachung und Besiedlung. Raum ist demnach nicht einfach gegeben, sondern erst „durch eine menschliche Tätigkeit gewonnen, indem man ihn durch Rodung der Wildnis (die also nicht Raum ist) gewinnt.“[1]
Raum hat aber nicht nur eine körperliche, sinnlich wahrnehmbare Ausgestaltung, sondern auch eine geistige und seelische. Der deutsche Philosoph und Psychologe Ludwig Klages brauchte zur Veranschaulichung der Beziehung zwischen den körperlichen, geistigen und seelischen Aspekten des Raumbegriffs schon vor Bollnow das Bild der Urbarmachung, als er über die geistesgeschichtliche Stellung der Griechen schreibt: „Indem sie auf der ganzen Erde die ersten sind, die den Urwald des Mythos mit den Beilhieben des Geistes *rodeten* und die Lichtungen schufen, auf denen alle Geisteskämpfe des Abendlandes sich abspielen sollten, sind sie zugleich die ersten, die

den Weg des Unheils betreten haben, der mit der Ausrottung von Urwäldern überhaupt – im eigentlichen und übertragenen Sinne – seinem Ende naht."[2]
Raum kann zwischen den Polen von allgemeinen, umfassenden, theoretischen und von speziellen, begrenzten, praxisnahen Vorstellungen (Orten) betrachtet werden. Mehrere Raumaspekte können differenziert werden:

- der Raum des Unverfügbaren, des Geheimnisses, des Undenkbaren, des Göttlichen und den für den Menschen verfügbaren Raum
- der politische Raum zum Beispiel eines Nationalstaates und der Rechtsraum
- der Lebensraum und der Gesellschaftsraum
- der Eigenraum, Leibraum, der sich zum Persönlichkeitsraum entwickeln kann
- der Wissensraum, der durch Wissenskommunikation erschlossen wird
- der Denkraum als Raum des Denkbaren und der Denkarten von Individuen und Gruppen und
- der Kulturraum etc.

Aus Sicht von Menschen kann man

- Vorstellungsräume, semantische Räume[3], Denk- und Wissensräume, soziale Räume
- Sehräume, Greifräume oder personale Räume, aber auch
- Handlungsräume, Problemräume oder Entscheidungsräume etc.

unterscheiden. Aus der Sicht der sozialen Güter im materiellen und immateriellen Sinne wiederum wäre zu differenzieren zwischen

- Weltraum, Umwelt, Wirtschaftsräumen
- Architektonisch gestaltete Räume wie Städte, Gebäude,
- aber auch Plätze und Landschaften etc.

Die genannten Raumausprägungen stehen aus der Sicht des relationalen Raumverständnisses nicht unverbunden nebeneinander, sondern befinden sich in einen relationalen Ineinander. Was alle Raumausprägungen verbindet, ist ihre Drei-Dimensionalität. Je nach

Betrachtungsperspektive werden diese drei Dimensionen anders definiert:

- unter dem Aspekt der sozialen Güter in einem geometrischen Sinne als Länge, Breite, Tiefe, oder
- aus dem Blickwinkel der Menschen als seelischen, geistigen und körperlichen Dimension.

Diese Raumausprägungen werden in der Studie noch vertieft behandelt.

1.2 Raum und Zeit

Der Raum kann auch in seiner Zeitlichkeit und Gegenwärtigkeit betrachtet werden. Den Jetztraum umgibt dann ein „Phantasieraum", in dem sich die Erinnerungs- oder Zukunftsbilder befinden. Der ungarische Philosoph Melchior Palagyi hat sich – übrigens schon 1901 – ausführlich mit den Beziehungen zwischen Raum und Zeit befasst und unter anderem den Begriff des „Zeitstrahls" geprägt. Er stellt zunächst fest, dass man – um die Raum-Zeit-Beziehung klären zu können – sich Gedanken über den Vorgang des Abstrahierens machen müsse.
Für ihn findet die Tätigkeit des Abstrahierens statt, „so oft der menschliche Verstand ein Urteil fällt, und dass die Funktion des Urteilens überhaupt mit der Funktion des Abstrahierens zusammenfällt. So oft ich nämlich irgend eine sinnfällige Thatsache wahrnehme, drücke ich immer diese *eine* Thatsache durch eine Verbindung von *zwei* Begriffen (dem Subjekts- und dem Prädikatsbegriff des Satzes) aus. Ich verstehe unter der Funktion des Abstrahierens eben jenes Verfahren des menschlichen Verstandes, vermöge dessen er eine beliebige Thatsache der Erfahrung nicht durch *ein* sprachliches Zeichen, sondern durch die Verbindung zweier solcher Zeichen zum Ausdruck bringt.<…> In dem dualen Bau des sprachlichen Satzes liegt es begründet, dass alle unsere Gedanken ohne Ausnahme mit einem inneren Widerspruch behaftet sein können, sobald unser geistiges Auge zu flimmern beginnt und wir die Dinge mit ihren sprachlichen Zeichen vermischen und verwirren. <…> Wir lassen uns durch die Zwei-

zahl dieser Begriffe hinreissen und werden dazu verleitet, den Raum und die Zeit als zwei selbständige und voneinander unabhängige Anschauungsformen aufzufassen."[4]
Palagyi weist dann darauf hin, dass Raum und Zeit nicht das einzige Begriffspaar sind, das eine solche innere Abhängigkeit von einander hat. Er erwähnt dabei

- „Erscheinung und Substanz,
- Wissen und Sein,
- Geist und Natur,
- Subjekt und Objekt,
- Freiheit und Notwendigkeit,
- Ursache und Wirkung,
- Kraft und Materie,
- Individuum und Gattung etc. etc."[5]

Die Unmöglichkeit, diese Begriffe je separiert zu konstruieren, hat hinsichtlich Raum und Zeit folgende Konsequenz: „Was den Raum zum Raume macht, dass wir nämlich seine Teile in eine Einheit zusammenfassen, geschieht eben vermittels des Zeitpunktes, so dass man den Zeitpunkt definieren kann als die Einheit des Weltraumes, und umgekehrt den Weltenraum auffassen kann als die endlose Entfaltung eines Zeitpunktes." [6]
Nach dieser ersten Annäherung an den Raumbegriff soll nun ein Blick auf die Begriffsgeschichte geworfen werden, um dann mit historisch geschärftem Bewusstsein den Raumbegriff weiter zu vertiefen und zu definieren.

1.3 Geschichte des Raumbegriffs

1.3.1 Absoluter und relativer Raum

Die heute noch populäre Vorstellung des Raumes als Behälter, der alle Güter und Lebewesen umschliesst und damit einen Innenraum von einem Aussenraum unterscheidbar macht, war schon in der Antike vorhanden. Nach aristotelischer Vorstellung begrenzen Fixsterne den endlichen, überall dicht gefüllten Raum. Die kugelförmige und unbewegliche Erde ist das Zentrum. Die weiteren Elemente sind in konzentrischen Kreisen um diesen Mittelpunkt angeordnet und füllen

den Raum bis zum Mond. Jenseits von ihm befinden sich die übrigen Planeten in einem endlichen Raum.[7]

Wie die deutsche Raumsoziologin Martina Löw bemerkt, wird im 17. Jahrhundert allmählich deutlich, dass die Verhältnisse zwischen Himmel und Erde offenbar komplizierter sind. In einer Zeit grosser Umbrüche infolge des Dreissigjährigen Krieges formuliert der englische Mathematiker und Physiker Isaac Newton die Vorstellung von einer „homogenen unendlichen Welt. <…> Newton entwirft Raum als eine vom Körper selbständige Realität. Dies war, wie Carl Friedrich von Weizsäcker betont, keineswegs selbstverständlich, sondern das Ergebnis einer Abstraktionsleistung <…>. Durch diese Absolutsetzung, die Newton in seinen Schriften durch den ‚relativen Raum' ergänzt, wird die Vorstellung vom Container nicht wirklich in Frage gestellt."[8]

Newton unterscheidet demnach einen „absoluten" von einen „relativen" Raum. „Der relative Raum ist für ihn das Mass des absoluten Raums oder ‚ein beliebiger veränderlicher Ausschnitt daraus.' <…> aus metaphysischen Gründen habe er den absoluten Raum als feste Verankerung und Bestätigung des absolute Gottes geschaffen."[9] Für Newtons Zeitgenossen, den deutschen Mathematiker und Philosoph Gottfried Wilhelm Leibniz stellt der Raum den Inbegriff möglicher Lagebedingungen dar. Er bringt dadurch die relativistische Sicht in die Diskussion ein, was nach dem deutschen Physiker und Philosophen Carl Friedrich von Weizsäcker aber bedeutet: „Man dürfte dann strenggenommen nicht sagen: ‚dieser Körper befindet sich an diesem Ort', sondern nur: ‚er befindet sich, von jenem anderen Körper aus gesehen, an diesem Ort'."[10]

Die historische Entwicklung des Raumbegriffs zusammenfassend spricht Löw von einer Kontroverse „zwischen ‚absolutistischen' und ‚relativistischen' <…> Standpunkten"[11]. Nach Löw ist der absolutistische Raum „kontinuierlich" und „existiert für sich"[12]. Die Vordenker dieser Theorie waren Ptolemäus, Kopernikus, Kepler, Galilei und Newton. Cusanus, Leibniz, Mach und andere definieren den Raum aus den „Lageverhältnissen"[13] und sprechen dabei vom relativen Raum.

Der deutsche Stadt- und Regionalökonom Dieter Läpple zeigt, wie sich im 20. Jahrhundert in der naturwissenschaftlichen Diskussion die Raumauffassungen weiterentwickelt haben, zum einen als „Lage-

rungsqualität der Körperwelt", zum andern „als ‚Behälter' aller körperlichen Objekte"[14]. Läpple untersuchte diese beiden Raumtypen genauer und stellte dabei Folgendes fest: Der Raum ist im ersten Fall ohne körperliche Objekte nicht denkbar, denn er ist dann „nichts als eine Art relationale Ordnung körperlicher Objekte."[15] Durch diese relationale Anordnung der Objekte im Raum entstehen Orte. Läpple bezeichnet diese Raumvorstellung als „relationalen Ordnungsraum."[16] Im zweiten Fall ist Raum eine „gewissermassen der Körperwelt übergeordnete Realität."[17] Hier ist der Raum nicht mehr abhängig vom „besonderen körperlichen Objekt". Es ist somit möglich, von einem „leeren Raum" zu sprechen. Dieser Raumvorstellung wird von Albert Einstein als „Container"[18] bezeichnet, Läpple gebraucht den Begriff „'Behälter-Raum'-Konzept"[19], das in der Tradition von Newtons „absolutem Raum" steht. Aus der Sicht der modernen Physik erwies sich das Behälterraum-Konzept aber als Illusion, was eine Verunsicherung in der Raumwahrnehmung zur Folge hatte.

Der deutsche Soziologe Norbert Elias hat wichtige Einsichten zur Raumvorstellung eingebracht, worauf Läpple und Löw ausführlich eingehen. Das wichtigste Merkmal der absoluten Raumauffassung ist nach Elias, dass ihr zu Folge Bewegung und Veränderung immer nur im Raum oder im Bezug auf den Raum stattfindet. Dabei wird Raum geradezu zum „Prototyp des Starren"[20]. Elias gibt hier, wie zuvor schon Palagyi, zu bedenken: „Jede Veränderung im ‚Raum' ist eine Veränderung in der ‚Zeit', jede Veränderung in der ‚Zeit' ist eine Veränderung im ‚Raum'. Man lasse sich nicht durch die Annahme irreführen, man könne ‚im Raum' stillsitzen, während ‚die Zeit' vergeht: man selber ist es, der dabei älter wird…"[21] Dieses Erstarren im Begrifflichen – man könnte von einer Behälterbegriff-Vorstellung reden – veranschaulicht Elias noch folgendermassen: „Wir sagen: Der Wind weht, als ob der Wind zunächst ein ruhiges Etwas wäre, das sich zu einem bestimmten Zeitpunkt in Bewegung setzt und zu wehen beginnt – als ob der Wind etwas anderes wäre als das Wehen, als ob es auch einen Wind geben könnte, der nicht weht."[22]

Löw fordert nun, dass auch der Raumbegriff selbst und nicht nur das im Raum Stattfindende als beweglich, also prozesshaft begriffen wird. Sie spricht von einer „*Ungleichgewichtigkeit strukturell gleicher Begriffe*"[23], die beispielsweise durch die Verdinglichung des Raumes im Territorialprinzip und dem Verständnis von Zeit als „soziale Kon-

struktion“ entstehe. Dieser Unlogik – einerseits Zeit und Raum als zentrale Faktoren der menschlichen Existenz zu betrachten, die Begriffe andererseits aber unterschiedlich zu behandeln – stellt Löw folgende These gegenüber: „Logisch ist es, der Organisation des Nacheinanders die Organisation des Nebeneinanders gegenüberzusetzen.“[24]

Löw stellt ferner die Sozialisationsprozesse und kognitiven Lernprozesse bezüglich dem Raum ausführlich dar. Sie sieht eine Zerstücklung des Raumes im 20. Jahrhundert, die Bildung von Rauminseln und kommt zum Schluss, dass die Konstitution von Raum in zweifacher Hinsicht erfahren wird: „<…> die Inseln selbst erscheinen nach wie vor als umschliessende, einheitliche Räume, in denen man sich mit Hilfe der angeeigneten Orientierungsfähigkeiten bewegen kann, gleichzeitig wird jedoch der über die Inseln hinausreichende Raum als heterogen und uneinheitlich erfahren. Er scheint dem topologisch Wahrgenommenen näher zu sein als dem orientierten Handeln ‚im Raum‘.“[25] Dabei darf nach Löw die topologische Wahrnehmung nicht mit einer relativistischen Raumvorstellung verwechselt werden: „Wenn Piaget also schreibt, das räumliche Vorstellungsvermögen Erwachsener sei perspektivisch und euklidisch, so versucht er, Relativität im Sinne von Perspektivevielfalt und Euklid im Sinne der Orientierung an festen Formen <..> zu verbinden. Beides jedoch ordnet er in einem als absolut gedachten Raum an.“[26]

So kann man sagen, dass kleinere „Rauminseln“ durchaus behältermässig und absolut gedacht werden, vom gleichen Menschen jedoch das zwischen den Rauminseln eher unscharf und relativ wahrgenommen und gedacht wird. Löw kommt dann zum Schluss, dass nicht die Auflösung eines einheitlichen Raumes das gesellschaftliche Problem sei, sondern die Unsicherheit, die mit einem nicht erklärten Wandel einhergeht und die einen wichtigen Grund für eine allgemeine kulturelle Verunsicherung darstellt.

Zwischen den Raumbehältern orteten der französische Historiker und Jesuit Michel de Certeau und Augé die sogenannten „Nicht-Orte“, die man auch als Zwischenräume verstehen kann und wo sich der Behältermensch als einsamer Passagier ausserhalb von Identität, Relation und Geschichte bewegt (siehe später).

1.3.2 Relationaler Raum

Aufgrund der Verarbeitung der relevanten Literatur, namentlich auch der Gedanken von Läpple[27] und Elias, schlägt Löw eine Weiterentwicklung der bisherigen absolutistischen und relativistischen Raumbegriffe hin zu einem „relationalen" Raumverständnis vor. „Im Vollzug der Argumentation werden <…> die zentralen Aspekte der absolutistischen Raumbegriffe (die Konstitution von Orten und Territorien, die Konstruktionsleistung) aufgegriffen und in einen prozessualen Raumbegriff integriert. Das Ergebnis wird dadurch kein neuer relativistischer Raumbegriff sein, sondern ein Raumbegriff, den ich als ‚relational' bezeichnen werde."[28] Mit dem relationalen Verständnis von Raum wird Bewegung in diesen gebracht, er als ein Prozess betrachtet, der sich konstituiert und verändert.

1.3.3 Ort

Menschen, Lebewesen und soziale Güter werden im Raum an Orten plaziert. Durch deren Anordnung wird dann ein Ort kenntlich gemacht. Schon Läpple weist im Kapitel „Der schwierige Weg vom ‚Ort' zum ‚Raum'"[29] darauf hin, dass Raum nicht etwas unmittelbar Gegebenes ist, sondern sich ergibt als „Resultat menschlicher Syntheseleistung, als eine Art Synopsis der einzelnen ‚Orte', durch die das örtlich Getrennte in einen simultanen Zusammenhang, in ein räumliches Bezugssystem gebracht wird."[30]

Der deutsche Philosoph und Japanologe Rolf Elberfeld bemerkt im Blick auf den japanischen Philosophen Kitaro Nishida, dass in der westlichen Philosophie die Kategorie des Ortes keine besondere Rolle spielte und stellt dann die Frage: „Wie steht es also mit dem ‚Ort', kann ihm mehr zugetraut werden als nur ein Schattendasein in der alten griechischen Kategorientafel? Hat dieses Phänomen die nötige Weite, eine Hauptrolle zu übernehmen in der Begründung der Philosophie?"[31]

Mit Bollnow sollen wiederum die sprachgeschichtlichen Zusammenhänge aufgezeigt werden: „Hildebrand und Hadubrand standen sich gegenüber ‚ort widar orte', d.h. Speerspitze gegen Speerspitze gerichtet. <…> Auch der Bergmann arbeitet vor Ort, wenn er sich am vordersten Ende des Stollens ins Gestein hineinarbeitet. Immer bezeichnet das Wort Ort die Spitze."[32] Und Klages weist darauf hin, dass

es ohne „Sinnenraum" als Raum des sinnlich und physisch Wahrnehmbaren keinen Ort und ohne Ort kein Ding gibt: „darin liegt es ausgesprochen, dass *eine* Lebensgrundlage der Findung des Dinges das Erlebnis des Raumes sei, die andre das Erlebnis des Ortes. Dieses bezeichnet am Eindrucksvermögen die leibliche, jenes die seelische Seite <…>"[33] Das Seelische äusserst sich also im Raumerlebnis, das Körperliche im Orterlebnis.

Der französische Philosoph und Historiker Michel Foucault befasste sich seinerseits ausführlich mit den „anderen Räumen" und schreibt zum Thema „Ort", dass der Raum „im Mittelalter ein hierarchisiertes Ensemble von Orten war: heilige und profane Orte; geschützte und offene, wehrlose Orte; städtische und ländliche Orte: für das wirkliche Leben der Menschen. Für die kosmologische Theorie gab es die überhimmlischen Orte, die dem himmlischen Ort entgegengesetzt waren; und der himmlische Orte setzte sich seinerseits dem irdischen Ort entgegen.<…> seit Galilei, seit dem 17. Jahrhundert, setzt sich die Ausdehnung an die Stelle der Ortung. <…> Heutzutage setzt sich die Lagerung an die Stelle der Ausdehnung, die die Ortschaften ersetzt hatte. Die Lagerung oder Plazierung wird durch die Nachbarschaftsbeziehungen zwischen Punkten oder Elementen definiert; <…>."[34] Auch er weist so auf die Bedeutung des Relationalen hin.

Für Augé steht der „anthropologische Ort" im Zentrum, verstanden als konkrete und symbolische Konstruktion des Raumes: „Diese Orte haben zumindest drei Merkmale gemein. Sie verstehen sich (sie werden verstanden) als identisch, relational und historisch. Der Grundriss des Hauses <…> die Aufteilung des Territoriums entsprechen jeweils einer Gesamtheit von Möglichkeiten <…>, deren Inhalt sowohl räumlich wie sozial konnotiert ist."[35] Neben diesen Orten sieht er aber auch Nicht-Orte: „Der Ort erfüllt sich durch das Wort, durch den andeutungsweisen Austausch einiger Kennworte <…>. So wie ein Ort durch Identität, Relation und Geschichte gekennzeichnet ist, so definiert ein Raum, der keine Identität besitzt und sich weder als relational noch als historisch bezeichnen lässt, einen Nicht-Ort. <…> Orte und Nicht-Orte sind fliehende Pole; der Ort verschwindet niemals vollständig, und der Nicht-Ort stellt sich niemals vollständig her <…>."[36] Wie erwähnt, sieht Augé die Nicht-Ort vor allem als bereiste Orte, Orte der Passage, wo der Passagier einsam keine besondere Relation und seine Identität nur an der Grenzkontrolle findet.[37]

Löw fasst ihre ortsbezogenen Überlegungen so zusammen: „*Der Ort ist somit Ziel und Resultat der Plazierung* und nicht – wie Menschen und soziale Güter – im Spacing selbst plaziertes Element."[38]. Orte können für eine gewisse Zeit auch ohne das Plazierte erhalten bleiben. In diesem Fall ist es die symbolische Wirkung der Plazierung, die den Ort ausmacht. Das Plazieren kann eine einmalige Handlung sein, sie kann aber auch fixierte Gebilde wie Häuser und Ortsschilder hervorbringen, die dann eine symbolische Wirkung entfalten.
Räume werden zu Orten, indem sie mit einem Zweck, einem Thema verbunden werden. Sie stellen spezifische Kombinationen von Menschen, Lebewesen und sozialen Gütern dar, welche dann einem Ort eine eigentümliche „Gestalt" geben. Thema und Gestaltungswelt sind im Plazierungsprozess abhängig vom Welt-, Geschichts- und Menschenbild des Plazierenden. Thema, Gestaltungswelt und Weltbild, auf dieser Ebene sinnlich wahrnehmbar und erlebbar, zeigen sich in der Atmosphäre, dem Eindruck, den der Raum vor Ort macht. Wenn sich dann diese Themen, Zweckbestimmungen und Geschichten in blosse Namen reduzieren, dann entstehen nach de Certeau „Nicht-Orte an Orten; sie verwandeln sie in Passagen."[39]

1.4 Relational-prozessualer Raumbegriff

Löw schlägt nun folgende Raumdefinition vor: „Raum ist eine relationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern an Orten. Raum wird konstituiert durch zwei analytisch zu unterscheidende Prozesse, das Spacing und die Syntheseleistung."[40] Diese Definition wird der vorliegenden Studie zugrunde gelegt und soll anschliessend vertieft werden.

1.4.1 Spacing, Plazierung

Das Spacing beschreibt nach Löw das Plazieren einerseits und das Plaziert-Werden anderseits. „Das Plazieren von Informationen <wird> als *Spacing* bezeichnet. Spacing-Prozesse sind Aushandlungsprozesse."[41] Diese „Plazierungsprozesse" beinhalten mit Löw „das Plazieren sozialer Güter oder Lebewesen bzw. das Sich-Plazieren derselben <…>."[42] Ziel des Bauens, Errichtens oder Vermessens sowie

des Positionierens symbolischer Markierungen ist es, Ensembles von Gütern und Menschen kenntlich zu machen.
Güter sind gemäss Löw primär materieller und nicht primär symbolischer Art. Damit diese Anordnung materieller Güter (Tische, Stühle, Häuser etc.) aber verstanden wird, müssen die symbolischen Eigenschaften der immateriellen sozialen Güter (Werte, Vorschriften, Musik etc.) entziffert werden. Mit „primär" weist sie darauf hin, dass soziale Güter niemals nur materiell beziehungsweise symbolisch sind, sondern beide Komponenten enthalten.
Aber auch Lebewesen, wie Menschen und Tiere, wirken raumkonstituierend. Löw spricht von der „(An)Ordnung zweier Menschen zueinander", die in „Abhängigkeit zu deren sozialem Verhältnis"[43] den Raum konstituieren. Der Raum zwischen zwei sich sozial vertrauten Menschen ist anders, als der Raum zwischen zwei sich fremden. Dies zeigt sich besonders gut, wenn der eine den Raum des Gegenübers verletzt, in der Art, wie er sich selbst positioniert, wird gleichzeitig auch den Raum des Gegenübers anders konstituiert. Die Tiere unterscheiden sich nach Löw von sozialen Gütern dadurch, dass sie sich nicht immer beliebig plazieren lassen. Dennoch wirken auch Tiere raumkonstituierend, so zum Beispiel ein Wachhund eines Geländes.

1.4.2 Syntheseleistung

In der obenstehenden Raumdefinition ist die Syntheseleistung das zweite zentrale Element der löw'schen Raumkonstitution. Analytisch unterscheidet Löw darin drei Formen der Synthese: „Das Synthetisieren in der Wahrnehmung, das Synthetisieren in der Erinnerung und jenes in der abstrahierenden Vorstellung, wenn auch in der Praxis selten eine dieser Formen für sich existiert."[44]
In dieser Syntheseleistung werden Bilder verarbeitet, gemäss Löw Wahrnehmungs-, Erinnerungs- und Vorstellungsbilder. Der österreichische Landschaftsarchitekt Erwin Frohmann weist auf die Relationen zwischen diesen Bildern hin und bemerkt dazu: Gefühlsempfindungen bleiben „nicht alleine für sich stehen, sondern werden von Assoziationen in Form von inneren Bildern, Farben, Klängen oder Gedanken begleitet. Diese entwickeln sich durch die emotionale Verarbeitung und Umsetzung der Wahrnehmung, wobei sie zeitlich von der ursprünglichen Gefühlsempfindung kaum zu trennen sind. Zu-

sammen mit der emotionalen Grunderfahrung entstehen Gedankenbilder, die die Gefühle für uns rational nachvollziehbar machen. Entsprechend der Individualität jedes einzelnen Menschen können sich emotionale Informationen als innere Klangmuster, Farbqualitäten, Formqualitäten, Bilder in Form von konkreten Figuren, sprachlichen Bildern oder gedanklichen Bildern manifestieren. Letztlich stellen all diese Assoziationen symbolschaffende Abbildungen der emotionalen Qualität des Lebensraumes dar."[45]
Das Spacing und die Syntheseleistungen sind Denkprozesse, bei denen die genannten Bilder verortet und vernetzt werden. Worin sich die Menschen voneinander unterscheiden liegt vor allem in der Art dieser Bilder von der Welt und die Weise und Konsequenz, wie sie diese Weltbilder in ihrer eigenen Welt realisieren.

1.4.3 Denken und Erkennen

Denken kann verstanden werden als Innerliches, aktives Schalten und Walten mit den eigenen Vorstellungen, Begriffen, Erinnerungen, Erwartungen, Gefühls- und Willensregungen etc. mit dem Ziel, eine zur Meisterung der Situation brauchbare Direktive zu gewinnen. Beim Denken kann sich eine Folge von Inhalten ausgliedern und eine vergleichsweise feste Form annehmen, was dann „Gedanke" genannt wird. Die Form eines solchen Gedankens ist normalerweise die des sprachlich formulierten oder bildlich vorgestellten Gedankens. Denken kann so als stummes, innerliches Sprechen, Sprechen als lautes Denken verstanden werden. Der deutsche Dichter Heinrich von Kleist wies bekanntlich auf „die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden" hin, die Tatsache, dass „l' idée vient en parlant".[46]
Beim Denken handelt es sich demnach um einen psychischen Prozess der Informationserarbeitung, bei dem ein Gegenstand oder eine Situation erfasst wird, indem Wahrnehmung, Erinnerung und Vorstellung so in schlussfolgernde Beziehung zueinander gebracht werden, dass Gesetzmässigkeiten erkannt, Handlungsabläufe bestimmt, neue Beziehungen entdeckt und vor allem Probleme gelöst werden können. Probleme, verstanden als Differenz (Gap) zwischen einem Ist- und einem Soll-Zustand und, wie erwähnt, zwischen Implizitem und Explizitem bilden oft den Ausgangspunkt für Denkprozesse.

Des weitern kann man emotionales und kognitives, erkennendes Denken unterscheiden. Konkretes Denken richtet sich auf reale, abstraktes Denken auf ideale Gegenstände.[47] In der bildhaft-anschaulichen Denkstufe werden konkrete Vorstellungsbilder als Denkelemente benutzt. Das abstrakte Denken wiederum benutzt neben der direkten Sinneswahrnehmung abstrakte Vorstellungen, Symbole genannt. Damit zusammen hängt auch die Differenzierungen hinsichtlich intuitivem und analytischem Denken. Beim intuitiven Denken ist der Denkprozess sprunghaft, von Emotionen geprägt und von plötzlichen Einfällen. Im Gegensatz dazu steht das analytische Denken, bei dem sich der Denkprozess eng an die Gesetze der Logik hält, rational verläuft. Klages fordert, dass man das Denken aus der einseitigen Abhängigkeit des Geistes befreit, fordert ein Umdenken in Richtung von mehr Abhängigkeit vom Leben, sodass das Bewusstsein wieder mit dem Erleben verknüpft, dass das Forschen „sämtliche Daten, die es vom hinweisenden Denken herübernimmt, gerade in den Dienst des begreifenden Denkens stellt und für seine Zwecke auch stellen muss."[48] Menschen können auf unterschiedliche Arten denken, neigen je nach Situation und Persönlichkeitsstruktur dazu, eine Denkarten, -stile oder –strategien (siehe später) zu bevorzugen, wie zum Beispiel:

- Divergentes Denken: Der Denkprozess führt zu sehr innovativen Resultaten, weil der Gegenstand in einer Art und Weise betrachtet wird, die nicht üblich ist. Daher eröffnen sich neue Sinneszusammenhänge und ermöglichen so eine unerwartete einmalige Lösung des Problems. Das Vorgehen ist offen, unsystematisch, spielerisch, geht davon aus, dass es mehrere Lösungen für ein Problem gibt.
- Konvergentes Denken: Der Denkprozess greift auf bereits Gedachtes und Erlebtes zurück und kommt so zu neuen Erkenntnissen. Das Vorgehen ist logisch, planmässig und streng rational, sucht die eine, richtige, vernünftige Lösung für ein Problem.[49]

Nach dem deutschen Literaturwissenschaftler Dietrich Schwanitz bezieht sich konvergentes Denken „auf neue Informationen, die an schon bekannte Wissensbestände anschliessen; divergentes Denken bezieht sich auf neue Informationen, die weitgehend unabhängig von schon bekannten Informationen sind. Entsprechend ist konvergentes Denken das, was im IQ-Test geprüft wird, divergentes ist die Grundlage für Kreativität."[50]

Ferner sei noch auf die weitere Aspekte hingewiesen, nämlich bezüglich Denkökonomie und Denkzwängen. Denkökonomisch betrachtet beschränkt sich der Denkaufwand auf den kleinsten Kraftaufwand und wird mit den stark vereinfachten elektronischen Denkvorgängen von zum Beispiel bei Computern verglichen. Was die Denkzwänge betrifft. So wird durch sie der Denkprozess auf Grund von Ideologien oder Dogmen eingeschränkt.
Nach dem Wiener Kybernetiker Heinz von Foerster kann man im Strom kognitiver Prozesse, der Erkenntnisarbeit also, bestimmte Bestandteile zu isolieren versuchen. Er bleibt dabei sehr zurückhaltend und nennt drei als besonders beispielhaft, nämlich Wahrnehmen, Erinnern, Schlussfolgern:

1. „Wahrnehmen wird durch die Elemente bewerkstelligt, die selbstreferentielle Relationen in den raumzeitlichen Konfigurationen von Reiz und Reaktion festlegen;
2. Gedächtnis wird durch einen besonderen *modus operandi* des Zentralrechners abgebildet, dessen gesamte funktionale Organisation durch Bewertung von Eigenzuständen oder Relationen bestimmt und neubestimmt wird;
3. Schlussfolgerungen erschienen <…> abhängig vom Typ der Funktionen <…> und von dem Typ der Prozesse, mit denen man sich beschäftigen möchte.“[51]

Auf das „Problem der Kognition“ die Aspekte „Wahrnehmen“, „Erinnern“ und „Schlussfolgern“ soll in den nächsten Kapiteln eingegangen werden.
Ganzheitlichkeit bedeutet, die seelische, geistige und körperliche Sphäre miteinander zu betrachten und in Verbindung zu bringen. Das heisst - wenn man vom physischen Blickwinkel aus beobachtet -, dass der Körper der Ort ist, wo der Erkenntnisprozess physisch stattfindet. Hier sind andere Körper klar definier- und wahrnehmbar ausserhalb vom Leibraum befindlich.
Das zu entwickelnde Grundmodell der Raumvorstellung soll die Behälterraum-Idee überwinden helfen und die Aspekte der Qualität, Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit berücksichtigen, Aspekte, die gerade im Umgang mit historischen Räumen von grosser Bedeutung sind.

2. Grundmodell der relational-prozessualen Raumvorstellung

Zunächst geht es im Blick auf das zu entwickelnde Grundmodell um die Frage, wie man sich „Raum" vorstellen muss, wo(rin) er sich befindet, wenn er kein Behälter und auch nicht beliebig, also unverortet sein soll.
Das Grundmodell nimmt bewusst Bezug auf Denkweisen, welche die östliche Philosophie bis heute prägen, weil dort die Ganzheitlichkeit der Raumwahrnehmung und des Raumbegriffs gewahrt wurde, was – wie gesagt – in der abendländischen Philosophie phasenweise nicht mehr der Fall war. Eine zentrale Rolle spielt dabei der japanische Philosoph Kitaro Nishida, der schon in den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts Brücken zur westlichen Philosophie geschlagen hat, sein Werk jedoch erst spät auf in europäische Sprachen und auf deutsch übersetzt worden ist. Der deutsche Philosoph und Japanologe Rolf Elberfeld hat verschiedene Autoren genannt, mit deren Denken sich die Philosophie Nishidas im Westen verknüpfen lässt. Er nennt die Kognitionsforschung (Humberto Maturana, Francisco J. Varela) und schreibt dazu: „Der Gedanke der Autopoiesis z. B. weist eine grosse Nähe auf zu dem, was Nishida die ‚Bestimmung ohne Bestimmendes' nennt."[52] Ferner weist er auf Derrida und Merleau-Ponty hin.
Der deutsche Japanologe Thorsten Botz-Bornstein wiederum stellt im Rahmen seiner interkulturellen Vergleichsstudien die Beziehungen zwischen dem Denken Nishidas und dem des späten Wittgenstein dar. Von da aus werden in der vorliegenden Studie die Brücken zu neueren Arbeiten des amerikanischen Philosophen Robert B. Brandom und zu Martina Löw geschlagen. Weitere Vertiefungen dieser interkulturellen Vernetzungen finden sich in der genannten Parallel-Studie „Wissen – Bildung – Qualität."
Im Grundmodell der relational-prozessualen Raumvorstellung wird Bezug genommen auf Nishida: So zeigt nachfolgende Abbildung in einer idealisierenden Modellvorstellung den Ausschnitt aus einer unendlichen Kugel,

- deren Mittelpunkt im Sinne Nishidas als Bewusstseinzentrum des Individuums betrachtet wird
- deren Kernbezirk der „Reinen Erfahrung“ als „Querschnitt“ (deshalb nicht „Kugel“) durch den palagyi'schen Zeitstrahl betrachtet wird, der immer einen Rest des unsagbar-impliziten enthält,
- bei dessen Verlassen durch den idealtypisch als Spiralbewegung dargestellten Prozess der Denkarbeit die erkannten Informationen über das Spacing, das heisst die Lageverhältnisse in den physisch-nonverbalen und geistig-verbalen „Teilräumen“ oder Sphären analysiert und die löw'sche Syntheseleistung vernetzt werden können.

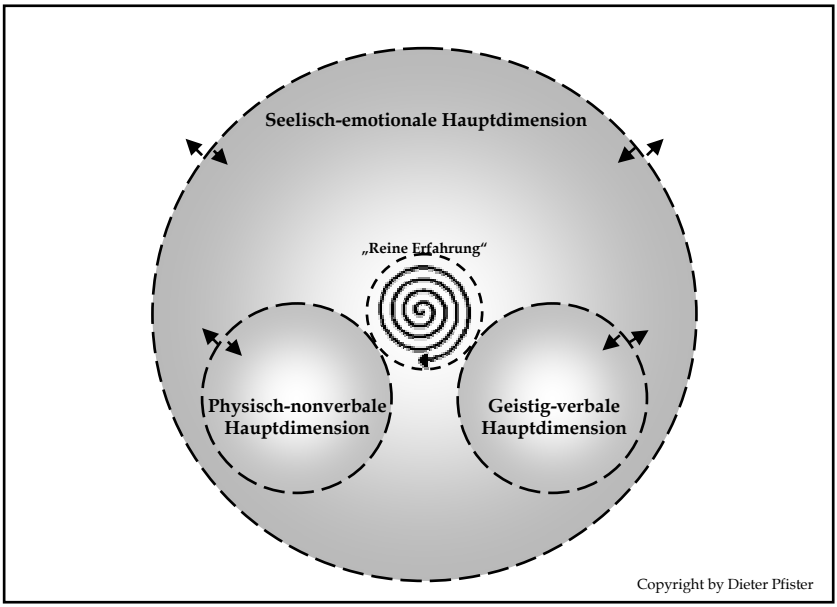


Abbildung 34: Die drei Hauptdimensionen des sich unendlich ausdehnenden Raumes. Die physisch-nonverbale und geistig-verbale Sphäre sind nur aus analytischen Gründen nebeneinander gestellt. Alle drei Dimensionen sind untrennbar miteinander verbunden. Die Kugeln sind als Ausschnitt aus dem unendlichen Raum zu verstehen.

Das Grundmodell geht demnach vom ganzheitlichen Erleben aus, nicht von der Wahrnehmung eines einzelnen Objektes, sondern eines Erlebnisses, das relational verstanden wird und alle drei Raumdimensionen in deren Relationen zueinander gleichzeitig und ungeteilt

erlebt. Die drei Raumsphären stehen nicht – wie durch diese erste modellhafte Darstellung missverstanden werden könnte – nebeneinander, sondern sind in bestimmten Relationen miteinander verbunden, durchdringen sich gegenseitig. Auf die Art der Relationen wird später eingegangen. Diese Relationalität des Raumes und der drei Sphären wird hier in Parallelität zur Idee des nachhaltigen Denkens und Wollens gesehen, als Grundlage und Voraussetzung für Nachhaltigkeit betrachtet.

Wenn man sich nun körperliche und geistige Dinge als im Raum befindlich vorstellt, der Raum also auch da ist, wenn die körperlichen Dinge nicht mehr an Ort sind, so kann die seelische Dimension des Raumes als die die anderen beiden Dimensionen durchdringende und umfassende verstanden werden. Nach Klages ist die Seele das Lebensprinzip: „eine mondliche Mittelwelt, die, es schauend, das ‚Licht' des Geistes an die Materie weitergibt oder, dieser anheimgefallen, der ‚Läuterung' und der ‚Erlösung' bedarf <…>."[53]

Die Integration des Impliziten in das Weltbild des Menschen heisst demnach, die Grenzen des Sag- und Denkbaren anzuerkennen, zu wissen, dass die gefühlte seelische Dimension die geistige und körperliche umfasst und damit übersteigt. Im Sinne des Syntheseprozesses, der die drei Hauptdimensionen des Raumes verbindet, können alle drei Raumsphären nur gemeinsam wachsen, und zwar als Verdichtung nach „innen" oder als Expansion nach „aussen" (siehe dazu die kleinen Pfeile in der Abbildung), was Klages als die „flache und die tiefe Besinnung"[54] bezeichnet.

Diese Syntheseleistung führt zur Ganzheitlichkeit, der Denkfähigkeit des Menschen, Mensch und Raum in allen drei zentralen Dimensionen Seele, Geist und Körper zu erkennen. Geht man von der Vorstellung der Begriffe als Behälter aus, so werden die drei Begriffe Seele – Körper – Geist als nebeneinander stehend verstanden. Geht man jedoch von einer relationalen Raumvorstellung im löw'schen Sinne aus, so wird es möglich, statt einem Nebeneinander ein „Ineinander" zu sehen, bei dem das Eine dem Andern innewohnend, implizit vorhanden ist.

Im deutschen Sprachraum wird zwischen Geist und Seele begrifflich unterschieden, im Gegensatz zum Englischen, wo „mind" sowohl den Bereich des rationalen Denkens und Handelns wie auch denjenigen der Gefühle und der Intuition umfasst. Das Verhältnis von Leib und

Seele oder Geist und Körper hat die Philosophie über Jahrhunderte beschäftigt. Es geht dabei um Fragen, wie Wahrnehmung entsteht, wie zum Beispiel ein Bündel von Lichtstrahlen im Menschen die Wahrnehmung „Stuhl" erzeugt, also letztlich um die Beziehung zwischen der „Aussenwelt" und dem Leib und der Seele.
Was nun das Verhältnis von „mind" zum Körperlichen angeht, so handelt es sich hier nicht um monokausale Beziehungsmuster. Nach dem deutschen Philosophen Ansgar Beckermann hat sich nämlich „heute fast überall die Auffassung durchgesetzt, dass mentale Zustände multirealisierbar sind, d.h., dass sie durch die unterschiedlichsten physischen Zustände realisiert sein können."[55]
Wenn nun nach der genannten löw'schen Definition Raum eine relationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern an Orten ist, so bedeutet dies, dass der Mensch selber einen Teil dieser Anordnung darstellt, dies ganz im Geiste des französischen Philosophen Gaston Bachelard, der schrieb: „Unser Unbewusstes ist einquartiert. Unsere Seele ist eine Wohnung. Und wenn wir uns an ‚Häuser' und ‚Zimmer' erinnern, lernen wir damit, in uns selbst zu ‚wohnen'. Jetzt sieht man es, die Bilder des Hauses bewegen sich in zwei Richtungen: sie sind in uns ebenso, wie wir in ihnen sind."[56]
Der deutsche Philosoph Martin Heidegger hat sich ebenfalls mit dem Aspekt des Wohnens befasst: „Die Art, wie du bist und ich bin, die Weise, nach der wir Menschen auf der Erde *sind*, ist <…> das Wohnen. Mensch sein heisst: als Sterblicher auf der Erde sein, heisst: wohnen."[57] Bollnow weist darauf hin, dass „das Wort ‚wohnen' neuerdings einen allgemeineren Sinn gewinnt, der nicht nur auf das Bewohnen eines Hauses beschränkt ist, sondern das Verhältnis des Menschen zum Raum, die Befindlichkeit im Raum im ganzen charakterisiert."[58] In Anlehnung an den französischen Philosophen Maurice Merleau-Ponty betont auch er, dass die Wissenschaft die Dinge manipuliert, statt sie zu bewohnen, dass die Seele den Leib bewohnt, dass der Sinn oder die Bedeutung in einem Wort wohnen und schliesslich, dass das Auge das Sein bewohnt wie der Mensch sein Haus.[59] „Wenn hier die Einheit von Wort und Bedeutung und am Beispiel des einfühlenden Verstehens die von mimischem Ausdruck und dem darin ausgedrückten Seelischen mit dem Wort ‚wohnen' bezeichnet wird, so wird daran deutlich, das umgekehrt mit dem Wort ‚wohnen' eine solche unauflösliche Einheit von Wohnung und Be-

wohner gemeint ist <…> Überall geht es darum, eine besondre Innigkeit des Verhältnisses zu bezeichnen, mit der etwas Seelisches oder Geistiges in etwas Räumlichem gewissermassen eingeschmolzen ist."[60]
Im Prozess der Syntheseleistung, im Denkprozess, der ja eine psychische Leistung ist, zeigt sich die seelische Dimension des Raumes insgesamt und sorgt dabei für die Einheitlichkeit des Raumes, denn nach Nishida muss im Hintergrund einer Wahrnehmungsaktivität „eine unbewusste vereinheitlichende Kraft wirksam sein, von der die Aufmerksamkeit gelenkt wird."[61]
Nun soll auf die drei Hauptdimensionen oder Sphären des Raumes vertieft eingegangen werden.

2.1 Seelisch-emotionale Sphäre

Im Kernbereich der umfassenden unendlichen Kugel befindet sich, wie erwähnt, der Ort, die Sphäre des nicht-sagbaren Impliziten, des Nicht-Verfügbaren. Er ist der Ort des Erlebnisses oder mit Nishida der „reinen Erfahrung" mit dem „absoluten Nichts"[62] im Zentrum. Diese reine Art der Erfahrung ist noch frei von jeglicher Art des Denkens. Während die Gegenwart im gewöhnlichen Verständnis von Erfahrung stets eine gedankliche ist und nach Nishida somit schon nicht mehr gegenwärtig, fällt der Bereich der reinen Erfahrung immer mit dem Bereich der Aufmerksamkeit zusammen.[63] Indem parallel zur Bewegung des Auges auch die Aufmerksamkeit wandert, brauchen wir nicht zu denken, um das Ganze eines Objektes zu erfassen.[64] Nishida setzt deshalb die unmittelbare mit der reinen Erfahrung gleich und kommt zu folgendem Schluss: „In der unmittelbaren Erfahrung des eigenen Bewusstseinszustands gibt es noch kein Subjekt und kein Objekt. Die Erkenntnis und ihr Gegenstand sind völlig eins: Das ist die reinste Form der Erfahrung."[65]
Nishida erklärt, dass die reine Erfahrung aber bereits den „Aspekt der Unterschiedenheit"[66] in Wahrnehmung und Vorstellung enthält. Diese „Ur-Erfahrung" ermöglicht es uns, aus dem scheinbar chaotisch-undifferenzierten Zustand der reinen Erfahrung Bedeutungen und Urteile zu gewinnen, ohne dass wir dabei „dem Inhalt der Erfahrung einen neuen Reichtum hinzufügen"[67]. Nishida veranschaulicht

dies wie folgt: „Wenn man zum Beispiel eine Farbe sieht und urteilt: ‚das ist blau', klärt man damit die ursprüngliche Farbempfindung nicht, sondern setzt sie nur zu einer ihr gleichartigen, früheren Empfindung in Beziehung."[68] Das bewusste Denken entsteht demnach aus der Verbindung von gegenwärtigem Bewusstsein mit einem vergangenen. „Bedeutung und Urteil markieren das Verhältnis eines gegenwärtigen Bewusstseinsmoments zu einem anderen."[69]
De Certeau weist hier auf die Rolle des Gedächtnisses hin: „Zur gleichen Zeit, wie eine ‚Kunst' des Krieges den Umgang mit dem Raum beeinträchtigte, entwickelt die ‚Kunst' des Erinnerns die Fähigkeit, immer am Ort des Andern zu sein, ohne ihn zu besitzen, und immer einen Nutzen aus dieser Alternation zu ziehen, ohne dabei vom Weg abzukommen."[70]

2.2 Geistig-verbale Sphäre

Diese Sphäre des Raumes umfasst die Begriffe, die Relationen zwischen den Begriffen, den Sprachraum. In der geistigen Sphäre ist das sprachliche Resultat der Denkprozesse verortet.
Man kann sich viele Aspekte, Raumthemen, vorstellen, unter denen man einen Raum geistig durchdringen und analysieren kann, denn: „Räumliche Strukturen sind eine Variante gesellschaftlicher Strukturen."[71] So spricht man von Lebensraum, Kulturraum, Körperraum oder Gesellschaftlichem Raum etc. „*Die Syntheseleistung ermöglicht es, Ensembles sozialer Güter und Menschen wie ein Element zusammenzufassen.*"[72] Wie bei Löw die Syntheseleistung Einheit stiftet, so stellt Nishida das Denken als ein Vorgang dar, der die verschiedenen Bewusstseinsinhalte zusammenführt: „Kurz: das Denken ist nichts anderes als ein Prozess innerhalb der Entfaltung und Realisierung einer grossen Bewusstseinseinheit."[73]
Hier nun ist der Brückenschlag vom Begriffsraum hin zum sozialen Raum möglich (siehe Löw's soziale Güter). Ein Individuum ist dann Teil einer Gemeinschaft, wenn die Struktur seines Begriffsraums grosse Übereinstimmungen mit dem Denkraum der Gemeinschaft aufweist. Dann spricht man von gleicher Mentalität. Wie Michael Vester et. al. ausführten, kann man auf der Ebene des Einzelmenschen Syndrome als besondere Muster eines Mentalitätstyps definieren und

sie auf der Ebene der Gemeinschaft zu Milieus zusammenfassen, die wiederum Bezug nehmen zur Sozialstruktur im sozialen Raum.[74]
Der amerikanische Philosoph Wilfrid Sellars hat den Begriff des „Raumes der Gründe"[75] eingeführt und zeigt damit auf die Nahtstelle zwischen „Reiner Erfahrung" und empirischem wissen hin, das heisst auf die Grundlagen von Letzterem. Er weist dabei zunächst darauf hin, dass der Mensch sogenannte „Beobachtungsberichte" verfasst: „Es ist sicher *irgendetwas* Wahres an dem Bild, dass sich das menschliche Wissen auf eine Klasse von Propositionen stützt – auf Beobachtungsberichte -, die sich nicht auf dieselbe Weise auf andere Propositionen stützen, wie sich andere Propositionen auf sie stützen."[76] Diese Berichte entstehen spontan aus der Wahrnehmung von Gegenständen, setzen aber Wissen voraus. Wenn jemand behauptet, etwas ist grün und damit auf einen grünen Gegenstand reagiert, so zeigt dieser Satz noch kein Wissen. Zu Wissen macht ihn erst die Fähigkeit des Beobachters, ihm eine Position im „logischen Raum der Gründe, der Rechtfertigungen und der Fähigkeit zur Rechtfertigung des Gesagten"[77] zu geben. Hier nun kann die Brücke geschlagen werden zum löw'schen Spacing als einem Verorten im Raum der Gründe.

2.3 Physisch-nonverbale Sphäre

Die physische Dimension des Raumes umfasst die Sphäre des sinnlich Wahrnehmbaren. Das griechische Wort „physis" kann hergeleitet werden von „phyein", was hervorbringen, zeugen meint, oder, gemäss Heidegger von „phaeinein", was mit „ans Licht bringen" übersetzt wird. In der ersten Lesart lässt sich die Bedeutung von Natur und Körper ableiten, in der zweiten die ursprüngliche Offenbarkeit des Seienden. Der lateinische Ausdruck „natura" wiederum weist auf das Gebären hin. Im Griechischen wie im Lateinischen „war das Hervortreten, das Sichzeigen und der Unterschied von Verschlossenheit und Offenheit impliziert"[78], wie der deutsche Philosoph Gernot Böhme betont.
In welchem Verhältnis steht nun der Körper zum Raum? Klages sieht die Beziehung Körper-Raum beziehungsweise -Ort wie folgt: „Es gibt keinen Körper, der nicht irgendeine Gestalt hätte, und es gibt ebensowenig eine Erscheinung, die nicht irgendeine Gestalt hätte. Wollen

wir also den unmittelbaren Veranlassungsgrund des Auffassungsaktes grade in der Körperlichkeit ermitteln, so müssen wir vom Gestaltsein der Körperlichkeit einstweilen vollständig absehen. Tun wir das, so bedeutet Körperlichkeit: Undurchdringlichkeit des Anschauungsraumes; womit sich sogleich die Frage zu Worte meldet: für *was* undurchdringlich? Nun, jedenfalls *nicht* für den Raum. <…> Undurchdringlichkeit meint also eine Bedingung des Widerstreits, und mit dem Begriff des Ortes sind allermindestens *zwei* Örter gesetzt, ursprüngliche wirkliche Örter (= Körper), später dann bloss gedachte *Aufenthaltsörter* von Körpern, dank deren Verselbständigung sich der Begriff des Sachraums und schliesslich des euklidischen Raumes entwickelt."[79]

Nachdem nun das Grundmodell des relational-prozessualen Raumes in groben Zügen dargestellt worden ist, stellt sich die Frage, wie dieses weiter differenziert werden kann. Dabei steht in dieser Studie – aufbauend auf Sellars und Brandom – das Bestreben im Vordergrund, jene Struktur dieses Raumes zu ergründen, welche implizit in der „Reinen Erfahrung" wirkt, explizit die drei Sphären verbindet und so in der geistig-verbalen Raumsphäre sagbar gemacht werden kann.

2.4 Explizierungsstufen

Ausgehend von der Denkarbeit, die am Rande des Kernbezirks des unsagbaren Impliziten beginnt, kann durch Integration des Impliziten ein Prozess des Denkens beginnen, der durch Einfühlung das Implizite herausspürt (Intension[80], Intuition) und dann das sagbare und sinnlich wahrnehmbare Implizite expliziert, also die geistige und physischen Hauptdimension des Raumes herausarbeitet (Extension, Explikation, Visualisierung).

Es wird vorgeschlagen, die umfassende seelisch-emotionale Raumdimension und mit ihr auch die beiden anderen Hauptdimensionen in vier Explizierungs- oder Entfaltungsstufen aufzugliedern, bei denen es um Wahrnehmung, Erinnerung und Schlussfolgerung geht, um

- begreifen
- bewerten
- gestalten

- wirken.

Die Strukturierung, wie sie in der nächsten Abbildung gezeigt wird, ist ein Phasenmodell, dass die verschiedenen Prozessstufen des Denkens und Wollens idealtypisch gliedert und dann in „Schalen" zusammenfasst. In diesen Explizierungsstufen artikulieren die Dinge durch ihre Eigenschaften die Sphären ihrer Anwesenheit.
Nishida drückt diese Phasen so aus: „Wahre Realitäten sind alle nach demselben Schema strukturiert. Dies Schema lässt sich auf folgende Weise beschreiben: Zunächst erscheint das Ganze *implizit,* dann differenziert und entwickelt sich sein Inhalt bis zu dem ultimativen Punkt, an dem das Ganze in der Realität verwirklicht und vollendet ist. <…> Im Falle des Willens etwa ist zuerst eine Zielvorstellung gegeben; um diese den Umständen gemäss zu realisieren, werden systematisch angemessene Ideen zusammengestellt; wenn die Zusammenstellung vollendet ist, erfolgt die Handlung, in der das Ziel verwirklicht wird <…>."[81]
Auf der Stufe von Zwecken und Zielen (Wissen-Was) wird das Wahrgenommene begriffen und bewertet. Beim Übergang zum Handeln geht es auf der Stufe der Strategien und der Realisation um das Gestalten und Wirken (explizierbares, sagbares Wissen-Wie, das aus dem nicht-sagbar Impliziten, der Reinen Erfahrung, dem Erlebten mitgetragen und über die Zwecke und Ziele vermittelt wird). Im Handeln wird so eine neue Wirklichkeit geschaffen, die für Andere wiederum als Erlebnis erfahrbar wird – die Spirale des Spacings und der Syntheseleistung wird wiederum in Gang gesetzt.
Durch diese relational-prozessuale Raumvorstellung kann man die – gemäss Gernot Böhme – meist in sich verschlossene Dingorientierung des Denkens und Wahrnehmens im Behälterbegriff und –raum überwinden und sie nicht nur, wie Heidegger, „dem seienden *Mensch* eine ekstatische Seinsweise" zusprechen, sondern allem Seienden. Denn Eigenschaften, Qualitäten eines Dinges können nach aussen und nach innen gewendet, nicht nur verstanden werden als das, was das Ding hat, sondern auch als etwas, mit dem sich ein Ding zeigt.
Dass die ganzheitliche Denkweise nicht nur im östlichen Kulturraum eine Tradition hat, sondern auch im abendländischen, zeigt Gernot Böhme mit seinem Hinweis auf ein Gegenmodell zur gängigen europäischen Ontologie, nämlich Jakob Böhmes Konstitution des Dings

durch die sieben Kräfte oder Geister Gottes, welche einerseits Qualitäten wie herb, bitter, süss umfassen, als sechstes dann aber den Ton, Geschmack oder Geruch. Die Struktur eines Dinges ist für Jakob Böhme auf die Offenbarung des Wesens hin angelegt. Er sieht den Körper als Resonanzboden, der durch Schnitt, Spannung oder Aushöhlung eine Stimmung, eine Signatur hat.[82]
Gernot Böhme will Dinge nach den Formen der Präsenz verstanden wissen, durch die Dinge charakteristisch aus sich heraustreten und vom Menschen als Formen erfahren werden, in denen die Dinge uns präsent sind. Diese Formen nennt er Ekstasen, die sich wie folgt strukturieren lassen:

- Als erste Form der Präsenz gilt die Räumlichkeit.
- Als zweite gilt die Manifestation des Was eines Dinges, „nämlich die explizite Angabe einer Dimension des Dinges, entlang derer das Ding sich selbst zur Erscheinung bringt."[83]
- Als dritte Form wäre die Physiognomie, die im Sinne von Jakob Böhmes Signaturbegriffs als Raster verstanden werden kann, durch das hindurch das Wesen des Dinges in Erscheinung tritt.
- Eine weitere und gemäss Böhme besondere Form der Ekstase ist die Farbe, dann kommt der Ton, die beide benutzt werden, um Anwesenheit zu markieren.

„Man sieht, dass so etwas wie Sprache auf dem Ekstatischen der Dinge ruht."[84] So sprechen uns die Dinge an. Das Räumliche an ihnen ist aber nicht der beschränkte Innenraum, sondern erfolgt durch das Hinaustreten in den Raum.
Die einzelnen Ekstasen des Dings sind nach Gernot Böhme „Seinswesen", weshalb die Dinge durch die Ekstasen nicht eigentlich bestimmt, definiert werden können. Vielmehr wird das Seiende im Geschehen seines Aufgehens beschrieben.[85] Diese Beschreibung ist so etwas wie ein Bild. „Beschreibung wie bildliche Wiedergabe eine Dinges <…> sind nicht das Ding selbst, sollen aber in gewisser Weise einem anderen die Präsenz des Dinges vermitteln. Was in der Beschreibung <…> geschieht, ist die Abhebung ihrer Ekstasen."[86] Beschreibungen und Bilder gehören selbst zum Hervorgetreten-Sein des Dinges, weshalb die Elemente der Beschreibung oder des Bildes gegenüber den Dingen heterogen sein können.

Nach Klages bedeutet die „Wirklichkeit der Bilder“ ein Wirken der jeweils vorhergehenden tieferen Verwirklichungsstufe als Vorbilder in der höheren. So wirken die Bilder als seelische Mächte oder Wesen, die allen elementaren und organischen Erscheinungen zugrunde liegen, letztlich aber unanschaulich sind.[87] In der nächst-höheren Realisierungsstufe sind die Vorausgehenden jeweils implizit vorhanden. Das Implizite kann mit Palagyi auch als das im Erleben innerhalb des Zeitstrahls verdeckte Vergangene und Zukünftige betrachtet werden.
Dies korrespondiert auf der Ebene der Begrifflichkeit mit den Vorstellungen Brandoms, der betont, dass Begrifflichkeiten sich nicht einfach wechselseitig erläutern sollen, sondern hierarchisch aufeinander geschichtet sind. Das nichtsagbar-implizite der „Reinen Erfahrung“ im Erlebnis beeinflusst die erste Explizierungsstufe der Zwecke und Ziele. Diese wiederum sind implizit in der Explizierungsstufe der Strategie und Realisation vorhanden, wie die nachfolgende Abbildung zeigt.

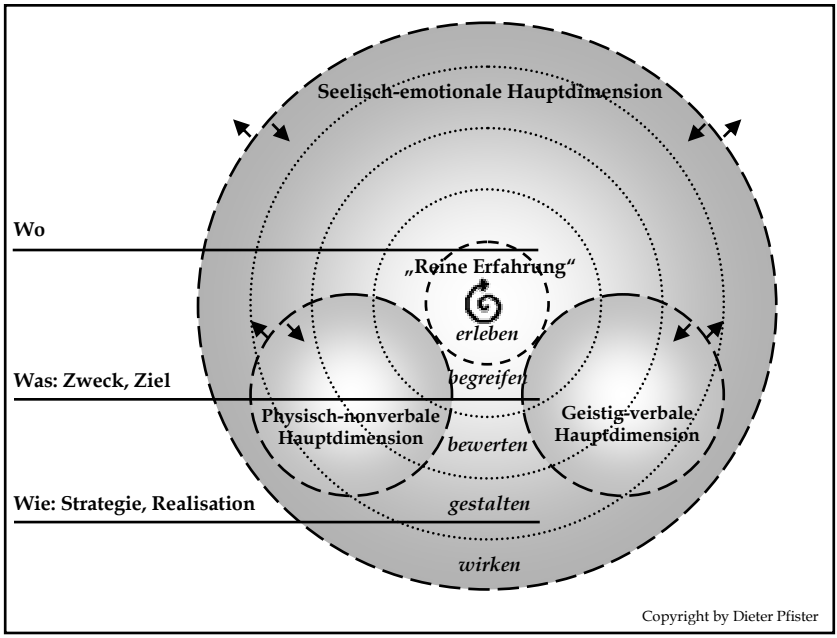


Abbildung 35: Vier Explizierungsstufen des Raumes: Begreifen, bewerten, gestalten und wirken.

Aufbauend auf die Ausführungen Böhmes über den Prozess des Sich-Zeigens und seiner Beschreibungen von Ekstasen, wird nun das obige Grundmodell des Raumes weiter differenziert.

2.5 Explikate

Die Beschreibung der Ekstasen soll hier durch „Explikate" erfolgen. Innerhalb der genannten Explizierungsstufen werden Explikate definiert als Kategorien von Merkmalen, die bildsprachliche, nonverbale und dann verbalsprachliche Ausformulierungen des Impliziten darstellen.
Explikate bilden demnach Orte im Raum, die sich im Seelischen als Bilder (Vorstellungs- und Erinnerungsbilder zum Beispiel im Traumraum), im Geistigen als Sätze und Behauptungen (Orte im Raum der Gründe, siehe Wilfrid Sellars) und im Physischen als sinnlich wahrnehmbare Verdichtungen (Sinnenraum, siehe Klages) zeigen. Diese Explikate stehen in Beziehung zueinander und definieren durch die Art dieser Relationen oder Figurationen die Qualität, die Atmosphäre eines Ortes, und zwar im gestaltbaren Raum der sozialen Güter (Gestaltung) wie auch der Menschen (Bildung). Die Relationen der Explikate werden hier als das Strukturgerüst des Raumes der Gründe betrachtet.
Die Explikate differenzieren sich im Denkprozess, der als Prozess der Raumkonstituierung verstanden wird, anschauend im Bereich des Seelischen, differenzierend, urteilend im Geistigen und sehend, tastend, riechend etc. im Bereich des Körperlichen.
Anschauend können in der Hauptdimension des Seelisch-emotionalen in den Explizierungsstufen Vorstellungs- und Erinnerungsbilder wahrgenommen werden, und zwar

- solche umfassendster und grundlegendster Art wie Welt-, Menschen und Geschichtsbilder, die vorbildlich-implizit in den individuellen oder institutionellen Leitbildern vorhanden sind und
- sich in Gestaltungsleitbildern körperlos explizieren, dann
- in Raumbildern ihre Elementareigenschaften zur Erscheinung bringen sowie schliesslich
- in der Atmosphäre ihre zentralen Qualitäten spürbar werden lassen.

Diese Vorstellungs-, Erinnerungs- und Wahrnehmungsbilder können in der geistig-verbalen Hauptdimension verstehend gedacht und ins Gespräch gebracht werden

- als analysier- und differenzierbare Anmutungscharaktere
- in welchen implizit die Prinzipien der Raumgestaltung vorhanden sind und
- die wiederum aus den funktionalen Anforderungen abgeleitet werden können
- sowie schliesslich dem Raumthema entsprechen müssen.

In der physisch-nonverbalen Hauptdimension sind die sinnlich wahrnehmbaren Explikate

- in der Raumgestaltungswelt erfahrbar
- welche implizit die Raumform und -struktur prägt und
- diese sich wiederum in der handwerklichen Verarbeitung zeigen sowie schliesslich
- in den Schlüsselmerkmalen von Form, Material, Farbe etc. verwirklicht werden.

Es wir nun in der vorliegenden Studie vorgeschlagen, Nishida und Löw zu verbinden. Man kann das so formulieren, dass der Kreisprozess aus dem Kernbereich der „Reinen Erfahrung" aufsteigt zu den Spacingaspekten des Raumthemas und der Raumgestaltungswelt und diese in der Syntheseleistung zum Welt- und Leitbild verbindet, das implizit den Spacingaspekten der Raumgebrauchsfunktion und der Raumform/-struktur zugrunde liegt und die ihrerseits durch Syntheseleistung zum Raumgestaltungsleitbild verbunden werden, das den Prinzipien der Raumgestaltung und der Art der handwerklichen Verarbeitung zugrunde liegt und so fort bis zur Raumatmosphäre, die wiederum ganzheitlich erfahrbar ist im Erleben, im Eintauchen in diese Atmosphäre – und so beginnt der Kreisprozess wieder von Neuem, wird mit jeder Kreisbewegung den Raum der Gründe dichter und präziser ausloten.
Durch die in der nächsten Abbildung gezeigte Darstellungsart, bei der die Atmosphäre auf der äussersten Explizierungsstufe vorkommt, kann das gängige, behältermässig gedachte Gegenüberstellen von Innen-Aussen vermieden werden, indem das Äusserste an ganzheitli-

cher Wahrnehmung (Atmosphäre) am Schluss des Denkporzesses steht, der aus dem ganzheitlichen Wahrnehmen im Kernbezirk der „Reinen Erfahrung“ aufsteigt.

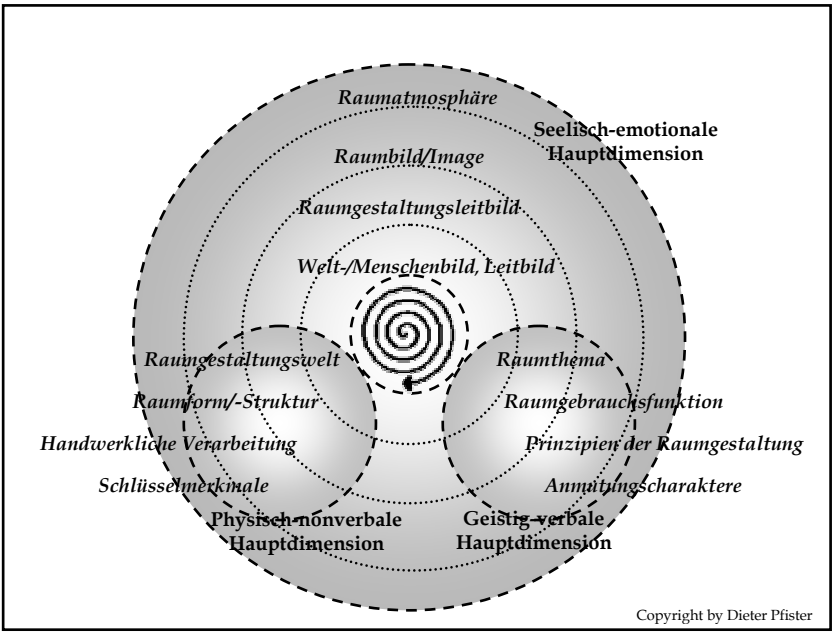


Abbildung 36: Explikate der Raumgestaltung mit sozialen Gütern

Nachfolgend werden nun die Explikate der vier Explizierungsstufen analysiert. In Anlehnung an Löw werden dann beginnend mit der Syntheseleistung (Raumatmosphäre, Raumbild/-image, Raumgestaltungsleitbild, Welt-/Menschenbild, Leitbild) die jeweils dazugehörenden Spacingaspekte der physisch-nonverbalen und geistig-verbalen Hauptdimension des Raumes behandelt.

2.5.1 Explizierungsstufe 1

Die vier Explizierungsstufen werden hier ausgehend von der ganzheitlichen Wahrnehmung, also von der Atmosphäre her analysiert, in der die räumlichen Eigenschaften, Qualitäten wahrnehmbar sind. Denn wahrnehmen heisst nach Gernot Böhme nicht Daten beschaffen

und Information verarbeiten, sondern „affektive Betroffenheit“: „Wahrnehmen ist im Grunde die Weise, in der man leiblich bei etwas ist <…>. Der primäre Gegenstand der Wahrnehmung sind die Atmosphären <…> weder Empfindungen noch Gestalten <…>, sondern Atmosphären, auf deren Hintergrund dann durch den analytischen Blick so etwas wie Gegenstände, Formen, Farben usw. unterschieden werden.“[88] Deshalb ist das primäre Explikat, durch das sich Raum und Eigenraum zeigt, die Atmosphäre.

2.5.1.1 Atmosphäre

Die Wahrnehmungspsychologie hat gemäss Böhme im 20. Jahrhundert die Wahrnehmung in ihrer Fülle schrittweise zurückerobert. „Es sind nicht einzelne Sinnesdaten, die man dann vielleicht zu Flächen, Figuren und Dingen synthetisiert, sondern man sieht immer schon ganze Flächen und Gestalten. Nein, man sieht nicht nur Gestalten, sondern man sieht von vornherein Dinge. <…> Man sieht Dinge in ihrem Arrangement, Dinge, die aufeinander verweisen, man sieht Situationen. Auch diese, ergänzt dann die Philosophie die Gestaltpsychologie, sind bereits eingebettet in Bewandnisgegebenheiten. Situationen konkretisieren sich nur je von Fall zu Fall auf dem Hintergrund einer Welt. Allerdings die Welt sieht man nicht. Was ist aber dann dieses Ganze, in das alles Einzelne, das man je nach Aufmerksamkeit und Analyse daraus hervorheben kann, eingebettet ist? Wir nennen diesen primären und in gewisser Weise grundlegenden Gegenstand der Wahrnehmung die Atmosphäre.“[89]

Wenn es um das Atmosphärische geht, werden oft mehrere Begriffe fast gleichbedeutend verwendet, so neben dem Wort „Atmosphäre“ auch „Stimmung“ und „Anmutung“. Bollnow etwa weist aus philosophischer Sicht darauf hin, dass jeder Raum „seinen eigentümlichen Stimmungscharakter (hat), der sich uns aufdrängt und der unser Gemüt ergreift, so dass es sich in dieser Stimmung selber mit einstimmt.“[90] Und die deutsche Philosophin Elisabeth Ströker schreibt – Bollnow folgend – vom „gestimmten Raum“, dieser sei „der begrifflichen Fassung schwer zugänglich“[91]. Sie weist darauf hin, dass auch die beseelten Mitwesen zu den Dingen des gestimmten Raumes zählen, „die deutlicher noch als leblose Dinge seine Atmosphäre ausmachen.“[92]

Nach Böhme sind Atmosphären „Räume, insofern sie durch die Anwesenheit von Dingen, von Menschen oder Umgebungskonstellationen, d.h. durch deren Ekstasen, ‚tingiert' sind." Unter tingieren, das aus dem Lateinischen stammt, versteht man anfärben, tränken. „Sie sind selbst Sphären der Anwesenheit von etwas, ihre Wirklichkeit im Raume. <…> Die Atmosphären sind so konzipiert weder als etwas Objektives, nämlich Eigenschaften, die die Dinge haben, und doch sind sie etwas Dinghaftes, zum Ding Gehöriges, insofern nämlich die Dinge durch ihre Eigenschaften – als Ekstasen gedacht – die Sphären ihrer Anwesenheit artikulieren. Noch sind die Atmosphären etwas Subjektives, etwa Bestimmungen eines Seelenzustandes. Und doch sind sie subjekthaft, gehören zu Subjekten, insofern sie in leiblicher Anwesenheit durch Menschen gespürt werden und dieses Spüren zugleich ein leibliches Sich-Befinden im Raum ist."[93]

Böhme macht weiter auf die Bedeutung der Physiognomik aufmerksam, die mit der Beziehung „zwischen der Physiognomie von etwas, d.h. von Charakterzügen und der durch sie bestimmten Atmosphäre zu tun"[94] hat. Er verdeutlicht diese Beziehung in seinen Ausführungen über Physiognomik mit den Begriffen Ausdruck und Eindruck: Eine Physiognomie „wird danach nicht mehr als Ausdruck des Inneren gelesen, sondern als Eindruckspotential atmosphärisch erfahren."[95] Nishida wiederum weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass „die Umgebung das ‚Worin-Befindliche' bestimmt und dass das ‚Worin-Befindliche' die Umgebung bestimmt."[96]

In der Soziologie wiederum stellen Atmosphären ein wenig behandeltes Thema dar. Luhmann beispielsweise sieht diese als „Überschusseffekt' der Einheit der Differenz von Objekt und Stelle." Er spricht denn auch von der Atmosphäre als „Sichtbarkeit der Unsichtbarkeit des Raumes."[97] Und nach Löw muss „die Entstehung von Atmosphären aus der relationalen (An)Ordnung an Orten hergeleitet werden."[98]

Dem Phänomen der Aussenwirkung des Plazierten kommt im löw'schen Verständnis von Raum eine zentrale Rolle zu. Denn wird Raum als Zwischenraum verstanden, so ist der Raum an sich nicht sichtbar. Aus der Aussenwirkung des Plazierten ergibt sich jedoch eine „eigene Stofflichkeit des Räumlichen"[99], eine Atmosphäre.

Auch in den Wirtschaftswissenschaften ist Atmosphäre ein kaum behandeltes Phänomen. Hier spricht man eher von „Image". Diese bei-

den Begriffe dürfen aber laut Böhme nicht gleichgesetzt werden. „Die Atmosphäre einer Stadt ist deshalb nicht dasselbe wie ihr Image. Das Image einer Stadt ist das bewusst nach aussen gekehrte Bild ihrer selbst bzw. die Gesamtheit der Vorurteile, die man draussen von einer Stadt hat. "[100] Roland Scheurer zum Beispiel definiert Atmosphäre als eine Art „Image", wenn er sagt: „Atmosphäre ist die emotionale Wirkung einer (räumlich definierten) Situation."[101] Er beschreibt – Mehrabian/Russel[102] folgend – vier Hauptatmosphären:

- Anregende Atmosphäre (anziehend-erregend)
- Beruhigende Atmosphäre (anziehend-beruhigend)
- Bedrückende Atmosphäre (abweisend-beruhigend)
- Aggressive Atmosphäre (abweisend-erregend).

Begriffe wie „anregend", „beruhigend" werden normalerweise eher als Imagedimensionen oder Anmutungscharaktere betrachtet. Im Gegensatz zu Scheurer aber im Sinne von Böhme soll hier „Atmosphäre" verstanden werden als Ausdruck der Summe aller Qualitäten eines Raumes und beschrieben als die Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung, die weiter unten noch definiert werden, nämlich „echt", „glaubwürdig", „stimmig" etc.
Innerhalb der ersten Explizierungsstufe können die Spacing-Aspekte der physischen Hauptdimension des Raumes, nämlich die Schlüsselmerkmale und jene der geistigen Hauptdimension, die Anmutungscharaktere zugeordnet werden.

2.5.1.2 Schlüsselmerkmale

Wenn es darum geht, soziale Güter und Lebewesen in ihrer physisch-nonverbalen Dimension zu beschreiben, werden oft als typisch erkannte Schlüsselmerkmale gruppiert und so zu Stilwelten zusammengefasst. Im kunsthistorischen und soziologischen Sinne wird unter Stil und Lebensstil dann noch etwas Spezifischeres verstanden, worauf hier zunächst eingegangen werden soll.
Der amerikanische Kunsthistoriker Meyer Schapiro beispielsweise definiert „Stil" als „<...> ein System qualitätsmächtiger Formen voll sinngeladenen Ausdrucks, in denen sich die Persönlichkeit des Künstlers und die Weltanschauung einer Gruppe manifestieren. Er ist

auch ein Träger des Ausdrucks für einzelne Mitglieder dieser Gruppe selbst, der Werte religiösen, sozialen und moralischen Lebens durch emotive Ausdrucksmacht der Formen mitzuteilen und zu fixieren weiss. <...> Stil (ist) Manifestation, eine Kultur als Ganzheit, ein sichtbares Merkmal ihrer Einheit."[103]. Die Beschreibung eines kunsthistorischen Stils basiert demnach vor allem auf formalen Schlüsselmerkmalen.

Der polnische Kunsthistoriker Jan Bialostocki wiederum gibt hinsichtlich der Art, wie Stilbegriffe von den Kunsthistorikern geschaffen werden, Folgendes kritisch zu bedenken: „Aus einer Verallgemeinerung von Einzelbeobachtungen nehmen sie ihren Anfang. <...> Jeder dieser Begriffe (kann) nur einen Teil des Reichtums der Vergangenheit aufnehmen. Die Stilbegriffe sind <...> unvergleichbar. Die Geschichte lässt sich ganz willkürlich einteilen, je nach dem angenommenen Einteilungsprinzip. <...> Dann kann natürlich nur ein Stil einer Periode entsprechen. <...> Eine gewisse Willkürlichkeit ist also allen Stilbegriffen verbunden."[104]

Was den Aspekt des Lebensstils betrifft, so wurde in einer anderen eigenen Publikation[105] auf die Beziehungen zwischen Lebensstil und Raumgestaltung eingegangen. Als Lebensstil soll, wie dort schon mit Werner Georg definiert, das „relativ stabile, ganzheitliche und routinisierte Muster der Organisation von expressiv-ästhetischen Wahlprozessen"[106] bezeichnet werden. Die deutsche Designforscherin Monika Kritzmöller weist im Blick auf die genannten Wahlprozesse darauf hin, dass auf diesem Gebiet in der sozialwissenschaftlichen Forschung das meiste „trotz vielfältigem verbalem Rekurs auf wohlklingende Mode-Wörter wie ‚Stil', ‚Ästhetik' oder ‚Symbolik' bislang noch weitgehend ‚Black box' war."[107]

Exkurs: Gänsemarsch der Stile und Behälterraum

Da der kunsthistorische Stilbegriff in der Analyse der Raumgestaltung seit langem eine zentrale – und wie zu zeigen sein wird – nicht unproblematische Rolle spielt, soll hier das Thema „Stil" in einem Exkurs weiter vertieft werden.

Nachfolgende Abbildung zeigt zunächst die Zusammenhänge im Sinne der Behälter-Zeit-Raum-Auffassung: Der ausserhalb der „Epochenbehälter" und des palagyi'schen Zeitstrahls stehende Beobachter

blickt zurück und ordnet die je in einer Epoche - zum Beispiel in der Renaissance – entstandenen sozialen Güter (Gebäude, Möbel, Gemälde, Rechtssysteme, Institutionen). Er legt sie in einen der „Epochenbehälter“ (im Bild als runde Gefässe dargestellt) und vergleicht sie als Objekte miteinander. Im visuell wahrnehmbaren Sinne kann dieser Vergleich die Objektstruktur betreffen, den Grad der Ordnung oder der Komplexität ihrer Gestalt, ihrer Gesamtform also und auch die Objektform, dem Grad der Leere oder Fülle der ein Objekt gestaltenden Detailformen wie Ornamente, Flächenstrukturierungen etc.

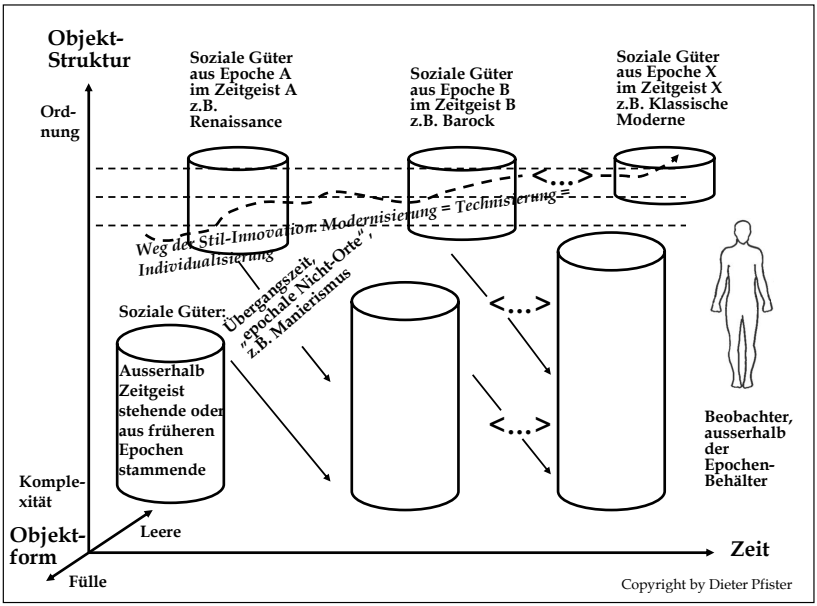


Abbildung 37: Behälter-Raum-Zeit-Vorstellung und „Gänsemarsch der Stile“

Aus diesen Vergleichen werden Konstanten von formalen Ausprägung herausgefiltert und als Ausdruck eines Zeitgeistes dargestellt. Dieser Zeitgeist kann „totalitär“ definiert werden oder „pluralistisch“. Die relativistische Behälterraum-Vorstellung lässt nämlich im pluralistischen Sinne gleichzeitig mehrere Zeitgeister an verschiedenen Orten herrschen und begründet diese Unterschiede meist geografisch

(Kunstlandschaft: Metropole und Peripherie etc.) oder sozial (Höfische Kunst, Volkskunst etc.).
Dieses Auswahlverfahren stellt einen Kreisprozess dar, der einerseits die Wahrnehmung prägend den Blick für das den Zeitgeist Ausdrückende schärft, andererseits aber das in der Epoche entstandene Nicht-Zeitgeistkonforme als rückständig, nicht auf der Höhe der Zeit befindlich und damit qualitativ tiefer bewertet. So hat die Behälter-Raum-Zeit-Auffassung Schwierigkeiten, mit der Ungleichzeitigkeit des Gleichzeitigen positiv umzugehen, das Gegenwärtige sinnvoll in Beziehung zu setzen mit dem Überlieferten, welches in der Abbildung als weiter unten stehende Behälter dargestellt wird.
Formal betrachtet und auf tangible Güter fokussiert, wird aus der Sicht des 20. Jahrhunderts ab dem 18. Jahrhundert eine Tendenz zur Vereinfachung der Oberflächenstruktur der als Behälter verstandenen Objekte hergeleitet, die ihre Vollendung in den „purifizierten" Designformen des 20. Jahrhunderts findet. So konstruieren die Vertreter des „Gänsemarschs der Stile" – wie in der Abbildung ebenfalls erwähnt – ihre Stilgeschichte mit einem Innovationsbegriff, der diese Entwicklung als Modernisierung, Technisierung und Individualisierung betrachtet und schliesslich in die sogenannte Multioptionengesellschaft mündet.
Der in der Abbildung dargestellte „Gänsemarsch der Stile" ist seit langem eine populäre Vorstellung und bewährt sich auch bei der Beschreibung von Stilentwicklungen auf der Ebene von Einzelobjekten (Architekturen, Möbel, Kleider etc.). Dieses Raum-, Welt- und Geschichtsbild bekundet aber dann Mühe, wenn es darum geht, die Gesamtheit der zu einem bestimmten Beobachtungszeitpunkt an einem Ort (Stadtteil, Gebäude, Zimmer etc.) überlieferten und sichtbar vorhanden sozialen Güter aus dem Erleben der örtlichen Atmosphäre heraus ganzheitlich zu analysieren und strukturieren. Indem sie nämlich die überlieferten sozialen Güter als veraltet betrachtet und sie historisierend als Kulturgüter musealisiert, beschränkt sie die Möglichkeit, deren psychische und geistige Wirkung auf die Gegenwart zu erfahren, zu erleben.
Durch diesen kalten, unbeteiligten Blick mancher Architekten, Designer und Kunsthistoriker wird ein abstrakter Gänsemarsch, der im Raum fast nie beobachtbar ist, rekonstruiert. Dies geschieht vor allem im Museumswesen, wo dann alle Objekte, die dem kunsthistorischen

Schema zuwiderlaufen, einfach entfernt und die Räume purifiziert werden. Auf diese Weise wird die wahrnehmbare Praxis einem nachträglich „erfundenen" Geschichtsverlauf angepasst.
Vor dem Hintergrund dieser Problematik wird hier der kunsthistorische Stilbegriff nicht verwendet. Vielmehr stehen im Geiste des relational-prozessualen Raumverständnisses, wie einleitend zu diesem Kapitel erwähnt, die Schlüsselmerkmale in einem allgemeineren Sinne im Zentrum. Generell versteht man unter Schlüsselmerkmalen - in Anlehnung an den deutschen Marketingforscher Erich Küthe und den italienischen Designspezialisten Matteo Thun[108] - Farben, Formen, Materialen, die Oberflächenbearbeitung, Düfte, Töne etc., die beispielsweise folgendermassen beschrieben werden können: Farbe: pastell – grell; Form: spitz – rund; Material: naturnah – kunststoff; Oberflächenbearbeitung: rau – glatt; Düfte: neutral – penetrant; Töne/Stimmlage: schrill - sonor. Mit solchen Polaritätenprofilen kann der visuelle Auftritt eines sozialen Gutes oder Menschen beschreiben werden.
In den Schlüsselmerkmalen sind wichtige Elemente dessen enthalten, was Böhme Ekstasen nennt, nämlich Farbe, Geruch, Geschmack. Weiter besteht hier ein Bezug zur Physiognomik in ihrer Dreiheit, nämlich

- als Raster, durch das hindurch das Wesen in Erscheinung tritt;
- ferner als Spur, als eingetretene Wege seiner Manifestation;
- schliesslich als die Vorstellung, dass „die Züge, die ein Ding hat, selbst die Art ausmachen, in der es sich zeigt."[109]

In diesem grundsätzlicheren Sinne verstanden kann Stil auch als eine bestimmte Kombination von Schlüsselmerkmalen bezeichnet werden, die zu verstehen ein zentrales Ziel der Hermeneutik darstellt, worauf Botz-Bornstein mit Blick auf den deutschen Philosophen Friedrich Schleiermacher hinweist.[110]

2.5.1.3 Anmutungscharaktere

Anmutungen werden die verbalen Beschreibungen der emotionalen Wirkungen und Stimmungen genannt, welche Gestaltungen hervorrufen. Sie können wie folgt verbalisiert werden: reduziert – komplex;

hart – weich; beständig – modisch etc. Dies gilt für Räume und für Menschen. Nach Böhme sind Anmutungen „etwas Leichtes und Flüchtiges, sie sind Quasi-Subjekte, doch keine Personen, sie sind unbestimmt und werden doch in charakteristischer Weise erfahren."[111]
Der Charakter wiederum ist der Inbegriff der in einem Menschen verwirklichten und ihn prägenden Persönlichkeitswerte, „der durch alle Lebensäusserungen hindurchgehende, auch gegen äussere Einflüsse beharrlich widerstehende Grundzug der Haltungen, Gesinnung, Handlungsweise des Menschen, der Kern der Persönlichkeit."[112]
Der Anmutungscharakter gibt demnach die besondere Kombination der über eine gewisse Zeit stabilen Aussenwirkung von sozialen Gütern und Menschen wieder. Sie können wie erwähnt polar gegliedert und beschrieben werden.

2.5.2 Explizierungsstufe 2

2.5.2.1 Raumbild/Image

Im Sinne des oben dargestellten Grundmodells entwickeln sich aus dessen Kernbereich, dem Bereich der „Reinen Erfahrung" aus Traumbildern Raumbilder. Der deutsche Architektursoziologe Siegfried Kracauer beschrieb dies so: „Die Raumbilder sind die Träume der Gesellschaft. Wo immer die Hieroglyphe irgendeines Raumbildes entziffert ist, dort bietet sich der Grund der sozialen Wirklichkeit dar."[113]
Gemäss dem österreichischen Stadtsoziologen Detlev Ipsen verdichtet sich die Anordnung der Objekte im Raum zu Bildern, so dass wir diese „interpretieren und bewerten" können. Es sind nicht die Zeichen, die uns helfen, uns im Raum zu orientieren, diese sind vielmehr „nur Ausdruck der Bilder, die ein Raum für uns darstellt."[114] Raumbilder sind insofern differentiell, als dass sie existieren, „weil sie sich von anderen Bildern zu einer anderen Zeit oder in einem anderen Raum abheben."[115] Ipsen schreibt schliesslich: „Die Analyse von Raumbildern ist die Deutung des sozialen Sinnes bestimmter Bilder und die Suche nach der Kultur eines Raumes."[116]
Das Raumbild zeigt demnach die vernetzte Gesamtheit der Wahrnehmungs-, Vorstellungs- und Erinnerungsbilder, der Bewertungsinhalte, Ideen und Gefühle, also die emotionale Gesamtbewertung eines

Raumes. Sprachlich erfasst, sagbar gemacht werden, kann das Raumbild als Fernbild zum Beispiel durch polar angeordnete Image-Dimensionen wie innovativ – traditionell, aufwendig – einfach, individuell – standardisiert etc.
Böhme weist im Zusammenhang mit Bildern und Images kritisch auf die Problematik der „Veroberflächlichung" im 20. Jahrhundert hin: „Architektur und Design arbeiten an der Welt des Ausdrucks, der Welt der Oberfläche oder des Image, die heute die Realität dominiert, und so sind sie zugleich mitverantwortlich für die Verdrängung der Realität."[117] Dies ist ein wichtiger Einwand, dem hier entsprochen wird, indem im Grundmodell der relational-prozessualen Raumvorstellung in der vierten Explizierungsstufe zum Atmosphärischen vorgestossen wird, was gewährleistet, dass man nicht am Raumbild und damit auf der „Oberfläche" hängen bleibt.
Die Benuntzung von Image-Dimensionen hat aber den Vorteil, dass man das Bild ganzheitlich beschreiben muss, um die Gefahr zu vermeiden, auf die der englische Kunsthistoriker Stephen Calloway hinweist, nämlich die oft anzutreffende Atomisierung und Sezierung in der Raumbild-Analyse, welche einen ganzheitlichen Ansatz verunmöglicht. Denn die in der Kunstwissenschaft verbreitete Vorstellung des Raumes als Bild, als betretbares Bild sozusagen, birgt die Problematik in sich, wie bei einer Bildanalyse vor allem auf jene im Bild sichtbaren Objekten einzugehen, die dem eigenen Kompetenzfeld entsprechen. So behandeln die Architekturhistoriker Innenräume zum Beispiel oft nach formalen Aspekten ihrer Wände-, Decken- und Bodengestaltung, Möbelhistoriker die Entwicklung der Möbelformen und ihre Aufstellung im Raum (z.B. deren Beziehung zur Wand) etc. Böhme fordert deshalb eine „neue Ästhetik", die „es mit der Beziehung von Umgebungsqualitäten und menschlichem Befinden zu tun"[118] hat und stellt die Atmosphäre in den Mittelpunkt seiner Betrachtungen.
Schliesslich weist der deutsche Kunsthistoriker Hans Belting in diesem Zusammenhang darauf hin, dass zwischen Bildern und Orten Beziehungen bestehen, „die noch keinen Interpreten gefunden haben. Ebenso, wie wir vom Körper als einem Ort der Bilder sprechen können, ist es möglich, von geografischen Orten zu sprechen, denen ortsansässige Bildwerke erst das bekannte Gesicht verleihen. Man ging in vielen Kulturen Götterbilder an Orten besuchen, an denen sie resi-

dierten."[119] Nachfolgend wird versucht, einige kaum behandelte Aspekte der Raumbild-Analyse zu diskutieren und Vorschläge zu machen, wie diese Analyse ganzheitlicher erfolgen könnte. Dieser Exkurs führt so einige Überlegungen des vorhergehenden Exkurses über den Gänsemarsch der Stile weiter.

Exkurs: Raumbild-Analyse

Einen Raum kann man betreten und sich dadurch ein Bild von ihm machen. Dieses wiederum behält man in Erinnerung und hält es manchmal sogar fotografisch, gezeichnet oder gemalt fest. Dabei gibt das Raumbild einen Gesamteindruck wieder, bildet eine Atmosphäre ab. Gerade was die Innenraumgestaltung des 20. Jahrhunderts betrifft, ist es interessant zu analysieren, mit welchem Bildmaterial die wissenschaftliche Geschichtsschreibung hinterlegt wird.

Oft werden nämlich Abbildungen von „Idealräumen" gezeigt, wie sie damals für Ausstellungen, in Schaufenstern oder in Publikationen speziell arrangiert oder wie sie vor Inbetriebnahme von den Architekten oder Dekorateuren fotografisch festgehalten wurden - sozusagen bevor „das Leben" und „der Mensch" eingezogen sind. So haben all diese Abbildungen etwas Lebensfremd-„Unmenschliches", etwas Unbewohntes an sich. Nur selten werden „echte", seit geraumer Zeit in Gebrauch stehende Räume abgebildet, so wie das etwa die Schweizer Kunstwissenschaftlerin Margit Weinberg Staber tat[120]. Solche „Kunst-Raumbilder" werden dann in den einschlägigen Medien veröffentlicht und dienen Jahrzehnte später als Dokumente und Quellen für einen „repräsentativen Zeitstil".

Wissenschaftlich vollends problematisch wird all das dann, wenn diese Räume und Einrichtungsgegenstände als alleine repräsentativ für einen bestimmten Zeitraum dargestellt werden. So ist es irreführend und unpräzise, wenn man beispielsweise in einer grossen Publikation mit dem Titel „Schweizer Möbel und Interieurs des 20. Jahrhunderts"[121] praktisch „nur" über „Schweizer Designmöbel" berichtet und einmal mehr einen „Gänsemarsch der Stile" das Wort redet, obwohl man ja weiss und im Vorwort auch andeutet, dass man nur einen kleinen Ausschnitt der gelebten Möbel- und Wohnkultur zeigt. Indem das Ideal zur Wirklichkeit erklärt wird, kommt es zu einer Ideologisierung des Geschichtsbildes, bei der die erdrückende Mehr-

heit der insgesamt zum angegebenen Zeitraum benutzten „nicht-modernen“ oder im 20. Jahrhundert „nicht-designorientierten“ Räume, deren sich im Alltag veränderndes Aussehen und deren Sinngebung durch und für Nutzer und Eigner einfach ignoriert werden. Dass das im Interesse bestimmter Vertreter der Möbelindustrie und des –handels ist, muss nicht betont werden - seriöse Wissenschaftler sollten sich aber nicht als Absatzförderer betätigen.
Auffallend an Teilen der wissenschaftlichen Literatur und Diskussion der letzten Jahrzehnte ist aber nicht nur diese Ideologisierungstendenz, sondern auch die Ignoranz gegenüber dem Räumlichen. Calloway, der aufbauend auf den Werken des italienischen Literaturwissenschaftlers und Sammlers Mario Praz[122] und des englischen Kulturhistoriker Peter Thornton[123], als einer der wenigen Autoren wirklich Räume analysiert, weist auf die wissenschafts-geschichtlichen Ursprünge dieser spezifische Optik hin: „Dabei müssen wir uns aber auch klar sein, dass diese Sicht, die Räume betrachtet wie der Kunsthistoriker Bilder, ihrerseits einen wichtigen Abschnitt in der Evolution der Dekoration darstellt: Denn unser Blick ist durch das Vermächtnis der Vergangenheit, durch die Leistung jener geschult, die in den voraufgegangenen Jahrhunderten Zimmer gestalteten.“[124]
Analysiert man, wie Calloway oder der in Basel tätige Kunsthistoriker Burkard von Roda es tun, die historischen Veränderungen von bestehenden Räumen, stellt man fest, dass – zumal im grossen Feld des nicht-höfischen Bereichs - die Einheit auf der Ebene der kunsthistorischen Stile recht selten ist und im Laufe des Alterungsprozesses der Räume und der Raumeigner abnimmt. Viele Menschen hegen und pflegen das Ererbte, behalten das Überkommene, weil sie sich nichts Neues leisten können oder wollen.
Bei einer Analyseart, die von der Grundgesamtheit aller existierenden und benutzten Räume zu einem bestimmten Zeitpunkt ausginge, müsste auch die Idee des einheitstiftenden Zeitgeistes deutlich umformuliert und abstrakter werden. „Laut Peter Thorntons <…> bahnbrechenden Untersuchung der Interieurs des 17., 18. und 19. Jahrhunderts drückt sich dieser Zeitgeist hauptsächlich in dem zu einer bestimmten Zeit bevorzugten Grad an Leere beziehungsweise durch die Möblierungsdichte eines Raumes oder anders gesagt, durch den Grad an Einfachheit oder Ausschmückung aus, der jeweils als ansprechend empfunden wird.“[125]

Wie kann nun eine künftige Raumbild-Analyse aussehen? Nachfolgend sollen ein paar Überlegungen dazu anhand des persönlichen Wohnraums angestellt werden. Zunächst ist mehr Bewusstsein vonnöten für die Relation zwischen Raum und Zeit, indem man sich klar macht, dass ein Raum sich permanent verändert:

- Im Tages- und Jahresverlauf: Durch Lichteinfall und Nutzung, z. B. Esstisch leer, aufgedeckt, zur Essenszeit mit Familie besetzt, unabgeräumt verlassen, abgeräumt etc.
- Im Lebensverlauf des Eigners: Jung, modern und preiswert eingerichtet, Möbel geerbt, nicht stehen bleiben und modernisieren um 55, mit 70 fällt Wegwerfen schwerer, eventuelle Behinderung mit 80 verlangt Rollstuhlgängigkeit etc.
- Im Generationenverlauf: Umbau, neue Fenster, neue Küche, neue Farbgebung etc.

– und der Zyklus beginnt von vorne.

Im Sinne Calloways können dabei Veränderungen und Pendelschläge zwischen den Polen der Leere und der Fülle festgestellt werden, so wie die nachfolgenden Abbildungen aus dem privaten Wohnbereich dies visualisieren. Durch Addition von Zutaten kann die Atmosphäre eines Raumes deutlich verändert werden – von schlicht-leer bis unaufgeräumt-dicht. Neben den für die Gebrauchsfunktion notwendigen Möbeln können dann im Laufe des Lebens der Raumeigner der Lebensraum sich mehrschichtig erweitern, wobei Textilien, Pflanzen und Dekorationsgegenstände eine wichtige Rolle spielen.



Abbildungen 38-41: „Lebensphasen" eines Wohnraums

Der Aspekt der Polarität zwischen leer und gefüllt wird bei der Behandlung des Explikates der Raumform/-struktur weiter vertieft, und auf die im Bild ebenfalls wichtige Relation zwischen alten und modernen Möbeln im Kapitel über die Prinizpien der Raumgestaltung eingegangen.
Nachdem nun ausführlich das Raumbild behandelt worden ist, können anschliessend in der zweiten Explizierungsstufe im Spacingprozess die Explikate der handwerklichen Verarbeitung und der Prinzipien der Raumgestaltung zugeordnet werden.

2.5.2.2 Handwerkliche Verarbeitung

Die sozialen Güter im Raum können unterschiedlich bearbeitet sein. Hier geht es um die Analyse der Art der Konstruktion und Detailver-

arbeitung von Objekten. Sie kann industriell oder handwerklich sein, billig im Sinne der Wegwerfmentaliät oder nachhaltig mit guten oder schlechten Preis-Leistungs-Verhältnis. Dabei gelten die berufsethischen und –praktischen Normen, die Standards der Handwerkskunst oder der industriellen Fertigung.

2.5.2.3 Prinzipien der Raumgestaltung

Die Prinzipien der Raumgestaltung befinden sich gemäss Grundmodell der relational-prozessualen Raumvorstellung im Bereich des Strategischen. Dies gilt für Neugestaltungen wie auch für Gestaltungsveränderungen bestehender Räume. Im Blick auf historische Hotels geht es dabei um das Vorgehen bei Veränderungen, die eher abrupt oder schrittweise vorgenommen werden können. Im Kern muss hier das „Wie" der Veränderungen definiert werden, und zwar vor allem zwischen den Polen von Kontrast oder Harmonie. Kontraste oder Harmonien können sich auf verschiedenen Ebenen ergeben, so bei

- Raumgestaltungswelten (Histor oder eher Contra, siehe später)
- Themen (Festlichkeit oder eher Funktionalität etc.)
- Schlüsselmerkmale (kalte oder eher warme Farben beispielsweise).

Bei den Schlüsselmerkmals-Gruppierungen („Stilwelten") ist deren innere Nähe oder Distanz zueinander zu beachten. Jene Stiltendenzen, die bewusst gegen andere konzipiert wurden (Jugendstil, Bauhaus, Funktionalismus), sollten nicht kombiniert werden, weil der Geist der Opposition noch heute spürbar ist und als Widersprüchlichkeit Stimmigkeit und innere Konsequenz beeinträchtigen.
Bei Stil-Mischungen ist der Anteil der Kontrastelemente an der Gesamtheit der in einem Raum sichtbaren Objekte wichtig. Sind es zu wenige in einer Fülle von anderen Stilwelten, dann wirken diese bald als Fremdkörper. Sind es gar zu viele, verwirrt dies den Betrachter.

2.5.3 Explizierungsstufe 3

2.5.3.1 Raumgestaltungsleitbild

Die Prinzipien der Raumgestaltung und die Art der handwerklichen Verarbeitung sind implizit im Raumgestaltungsleitbild enthalten, um

das es nun auf der nächsten Explizierungsstufe geht. Das Raumgestaltungsleitbild enthält die Soll-Vorstellungsbilder und ist das Konzept des Raumbildes. Hier geht es nicht mehr um das „Wie", sondern um das „Was". Ipsen schrieb dazu: „Das in einem Raumbild angelegte Konzept strahlt auf andere Räume und andere Zeiten aus, in ihm liegt, wenn man so will, steuernde Kraft."[126]
Das Raumgestaltungsleitbild steht an der Nahtstelle zwischen den Vorgaben, die aus der Geschichte und der Persönlichkeit des Raumeigners stammen und den Erwartungen der Gesellschaft und des Marktes. Bei Institutionen, Unternehmen, der Staatsverwaltung oder – wie in dieser Studie – bei historischen Hotels, ist das Raumgestaltungsleitbild abzuleiten von den vorgängig behandelten Explikaten und demnach in ihm implizit vorhandenen Aspekten, nämlich

- Vision, Mission, Leitbild, dem Image der Organisation und den Dimensionen der Unternehmenskultur (zum Beispiel: Innovation, Ökologie, Kostenorientierung etc.) und
- den Angebots-Visionen und -Qualitätsvorstellungen der Produkte und Dienstleistungen, die in Relation zu den Erwartungen von Markt und Marketing stehen
- den Raumthemen und Raumgestaltungswelt.

Es muss für alle in den weiteren Explizierungsstufen relevanten Fragestellungen Vorgaben definieren, einen Gestaltungsrahmen abgeben, so vor allem hinsichtlich

- Soll-Raumbilder/-images (inkl. Positionierung gegenüber der Konkurrenz)
- Soll-Raumform/-struktur
- Soll-Raumgebrauchsfunktionen
- Soll-Niveau der handwerklichen Verarbeitung
- Prinzipien der Raumgestaltung
- Soll-Anmutungscharaktere (inkl. Kunden-/Nutzererwartungen)
- Soll-Schlüsselmerkmale (inkl. Kunden-/Nutzererwartungen).

Dem Raumgestaltungsleitbild als Resultat der löw'schen Syntheseleistung können Raumform und –struktur und die Raumgebrauchsfunktion als Explikate auf der Seite des Spacings zugeordnet werden.

2.5.3.2 Raumform und -struktur

Raumform und –struktur zeigen die Vorstellungsart von Raum und von sozialen Beziehungsmustern zu einer bestimmten Zeit und für bestimmte Bevölkerungsgruppen. Diese Relationen hat unter Anderem der deutsche Bauhistorikers Hans-Georg Lippert in seiner Arbeit über Wohnverhältnisse in der mittelalterlichen Stadt im gebiet des heutigen Deutschland und über die Ausprägung des Binnenhauses beispielhaft dargestellt, weshalb er hier zur Worte kommen soll, zumal er auch eine Welt darstellt, die ohne Behälterraum-Vorstellung auskam.
Nach Lippert ist das Binnenhaus eine Bauform, die von technischen wie von gesellschaftlichen Bedingungen geprägt ist. „Ein offenes Herdfeuer erzwingt schon aus praktischen Gründen einen hohen Raum, die oft langen und schmalen Grundrisse verlangen nach möglichst durchfensterten Fassaden <…> Zugleich ist der offene, ungeteilte Grossraum auch die angemessene Bauform in einer Gesellschaft, in der, um überleben zu können, die Gruppe, der Zusammenschluss einiger Menschen, das soziale Grundelement darstellt, nicht das Individuum. <…>
Das Haus, bzw. das Binnenhaus, ist damit allerdings nicht nur Obdach und Gehäuse für das Alltagsleben, sondern zugleich der Ort, an dem sich die Zellen, aus denen sich der mittelalterliche Staat zusammensetzt, konkret baulich manifestieren. <…> Das nach aussen offene, Schall, Ausblick und Einblick möglichst wenig abschirmende Binnenhaus ist geschaffen für Menschen, die keine Wände zwischen sich und den Anderen haben wollten, denen Für-Sich-Sein Isolation bedeutete, und für die Ausgrenzung aus der Gemeinschaft, die ‚Ex-Kommunizierung', noch schwere Strafe war. Dass für solche Menschen die Trennung in ‚öffentlich' und ‚privat', so wie wir sie praktizieren, unsinnig und undenkbar war, verstehe sich damit beinahe von selbst."[127]
So ist für Lippert das Wohnen im Binnenhaus die angemessene Daseinsform für Menschen, die „in direkter Weise aufeinander angewiesen sind"[128]. Mit Lippert kann demnach auch nachgewiesen werden, dass im Mittelalter auch schon relationale Raumvorstellungen wirksam waren, die dem einfachen, behältermässigen Innen-Aussen-Verhältnis zuwiderliefen.
Im Blick auf den Praxisteil dieser Studie, die historischen Hotelgebäude, geht es hier vor allem um die Form der Raumhülle und die

Struktur des Raumes innerhalb und ausserhalb des Gebäudes. Diese können verbindend oder distanzierend, einfach oder komplex, übersichtlich oder unübersichtlich, kleinteilig oder grossflächig sein. Dahinter stehen die in der Gestalttheorie entwickelten Vorstellungen von der Polarität zwischen Komplexität und Ordnung, wie sie in der folgenden Abbildung gezeigt wird.

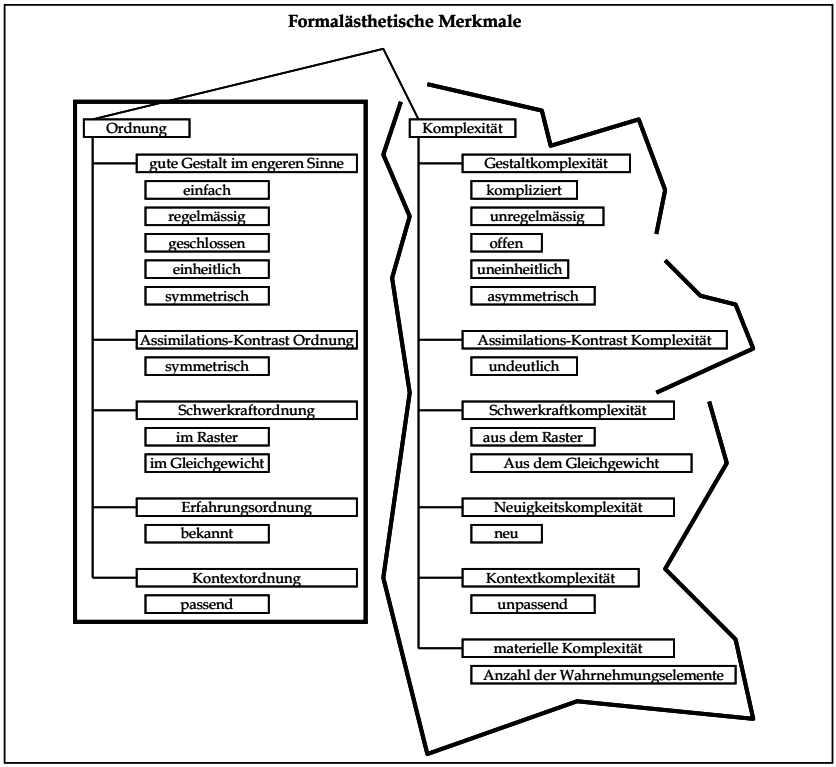


Abbildung 42: Differenzierung der Raumform/-struktur, aus: Bürdek, Bernhard: Design, Köln 1991, S. 188

2.5.3.3 Raumgebrauchsfunktion

Die Gebrauchsfunktionen von Räumen können sehr vielfältig sein, zum Beispiel

- den privaten Wohn- oder Hotelraum

- den beruflichen Büro-, Verkaufs- oder Produktionsraum oder
- den öffentlichen Bereich von der Kirche über die Verwaltung bis zum Stadtpark

betreffen. Sie reichen vom Schlafen, über das Essen, das Arbeiten bis hin zum sakralen Gebrauch und ändern sich oft im Laufe der Jahre. Die Symbol- und Anzeichenfunktionen werden unter dem Explikat des Raumthemas dargestellt.
Damit wären alle Explikate der dritten Explizierungsstufe behandelt.

2.5.4 Explizierungsstufe 4

Diese Explizierungsstufe ist die umfassendste, ganzheitlichste und am komplexesten verbalisierbare von allen. Sie steht am Übergang zum nicht-sagbaren Impliziten, dem Bezirk der „Reinen Erfahrung".

2.5.4.1 Weltbild, Geschichtsbild, Menschenbild, Leitbild

Das Weltbild umfasst die Summe des anschaulichen Wissens von der Welt, von der Organisation des Universums. Über das Weltbild wird das verfügbare Wissen durch Abstraktion zu einer Einheit zusammengeführt. Weltbilder schaffen die Voraussetzung, den Wissensentwicklungsprozess fortzusetzen, indem sie den Rahmen geben, in den aktuelle Erfahrungen eingeordnet werden können und müssen. Sind die Verunsicherungen durch solche Erlebnisse zu gross, dann geraten durch gesellschaftliche Veränderungen Weltbilder immer wieder ins Wanken und werden in der Konsolidierungsphase neu definiert.
Die Art des Weltbildes hängt zentral davon ab, in welchem Verhältnis der erkennende Geist zur Welt steht. Ist es eine dualistische Beziehung, so steht „die Welt" „dem Geist" und „dem Wort" gegenüber (z.B. Repräsentationalismus). Der Holismus wiederum betont, dass alle Wirklichkeitsbereiche, Seele, Geist und Körper eine Ganzheit bilden. Im Blick auf die Bedeutung von sprachlichen Zeichen spricht man von einem semantischen Holismus. Hier sind heute zwei Ausprägungen wichtig: der Inferentialismus und der Differentialismus[129]. Dem Inferentialismus kann aufgrund seiner Fokussierung auf die Beziehungen zwischen Urteilen und Begriffen eine idealistische, dem Differentialismus aufgrund seiner Akzentsetzung auf die Beziehungen zwischen Gegenständen und Zeichen (z.B. Wörtern) eine realisti-

sche Grundtendenz zugesprochen werden. In dieser Studie wird von einem holistischen Weltbild ausgegangen.
Das Weltbild prägt das Menschenbild, das eher Leiblichkeit, mehr Geistigkeit oder eher Ganzheitlichkeit betonen kann. Auch das Geschichtsbild wird vom Weltbild geprägt, versteht Geschichte eher als Modernisierungsprozess unter dem Primat eines Zeitgeistes oder als gleichzeitiges Nebeneinander von Entwicklungen verschiedener Wert-/Normsysteme ohne ein gemeinsames Modernisierungsziel.
Das Weltbild beeinflusst ferner die Raumvorstellung. Wie erwähnt, kann der Raum als Behälter absolut oder relativistisch entgrenzt oder als relational-prozessual wahrgenommen werden. In dieser Studie wird – wie mehrfach dargestellt – von einem relationalen Raumverständnis ausgegangen.
Solche Vor-Bilder prägen auch die Leitbilder von Institutionen wie historische Hotels und von Individuen. Nach dem St. Galler Ökonomen Knut Bleicher umfasst ein Leitbild „*allgemeine Aussagen* über die Zwecke und Ziele sowie die angestrebten Verhaltensweisen der Unternehmung und ist an die *Mitarbeiter* und die interessierte *Öffentlichkeit* gerichtet."[130] In Form eines Idealbildes (Mission) für die grundsätzlichen und allgemeingültigen Ziele und Verhaltensweisen einer Institution dient ihr das Leitbild zur Orientierung bei allen Aktivitäten. Im Festlegen einer normativen Basis setzt es den Rahmen, in dem die Vision der Institution realisiert werden soll.
Leitbilder behandeln traditionellerweise vor allem folgende Aspekte:

- Standards
- Kundenorientierung
- Mitarbeitenderorientierung
- Ökologie
- Tätigkeitsbereiche
- Kompetenzfelder
- Organisation
- Führungsgrundsätze
- Qualitätsgrundsätze
- Erfahrungsgrundlagen
- Kommunikation intern und extern
- Gewinnorientierung
- Firmen-Standortbezug.

Unter diesen Aspekten werden die Soll-Vorstellungen einer Institution definiert und – zumal in grösseren Organisationen – schriftlich festgehalten. Dazu gehören auch das anzustrebende Soll-Image einer Organisation, welches sich dann auch im Raumbild zeigen soll.
Von Menschen für sich persönlich formulierte Leitbilder sind seltener anzutreffen und kaum je schriftlich festgelegt. Das heisst aber nicht, dass Individuen keine leitenden Vorstellungen hätten, an denen sie sich ausrichteten. Oft sind diese an Vorbildern orientiert, anderen Menschen, grossen Persönlichkeiten oder Religionsstiftern. Deren Leitideen und normative Vorstellungen („Die Zehn Gebote" z. B.) sind ihrerseits meist schriftlich festgelegt und werden im Erziehungsprozess vermittelt. Aus diesem Wissen formt sich dann das Gewissen.
Welt- und Leitbildern können im Spacingprozess die Explikate der Raumgestaltungswelt und des Raumthemas zugeordnet werden.

2.5.4.2 Raumgestaltungswelt

Wenn es darum geht, existierende und belebte, gebrauchte Räume und ihre Veränderungen in der Zeit zu analysieren, die in ihrer erdrückenden Mehrzahl ja Mischungen von kunsthistorisch als „rein" definierten Stilen aufweisen, so braucht es dazu Begriffe, die diese Mischungen zu beschreiben und zu begründen vermögen. Solche Begriffe müssen aufzeigen können, dass es in der - in grossen Wellen betrachteten – geschichtlichen Entwicklung mehr ein Nebeneinander als ein Nacheinander von Stilwelten gibt (siehe Kapitel über Schlüsselmerkmale). In diesem Zusammenhang soll der Begriff der Raum-Gestaltungswelt verwendet werden, also ein ins Räumliche erweiterte Begriff der Gestaltungswelt.
Geht man von einem ganzheitlichen und relationalen Raumverständnis aus, so sind - gemäss dem hier entwickelten Grundmodell – Gestaltungswelten in ihren Relationen zu

- Welt-, Leit-, Menschen- und Geschichtsbildern
- Raumthemen und zur
- Raumstruktur und –form

zu vernetzen. Die Beziehung zu den Welt, Leit- und Geschichtsbildern ist auf abstrakter Ebene eben dargestellt worden, indem auf die beiden grossen Ausrichtungen, die Behälterraum-Vorstellung und die

relational-prozessuale Raumvorstellung hingewiesen wurde. In der Vernetzung zum Raumthema zeigen sich dann die spezifischen Zwecke, die in einer Raumgestaltung verfolgt werden. Thema und Zweck explizieren und realisieren sich schliesslich in spezifischen Anmutungen und Schlüsselmerkmalen.
Nachfolgende Abbildung stellt das Verhältnis von Raum und Zeit im relational-prozessualen Sinne dar: In der Zeitachse können zwei Räume unterschieden werden, links der Raum des Überlieferten im seelisch-emotionalen und geistig-verbalen Sinne und rechts der Raum des Zukünftigen, ebenfalls ganzheitlich betrachtet. Sie werden hier als unbegrenzt gedachte Kugeln, wiederum als Sphären, modellhaft dargestellt.
Der raum-erlebende Mensch steht zum Zeitpunkt X an der Nahtstelle dieser beiden Räume, also an einem der Orte, wo das Gegenwärtige seelisch-emotionalen, geistig-verbalen und physisch-nonverbalen präsent ist. Diese Orte, verstanden im relationalen Sinne, vereinigen immer soziale Güter (und auch Menschen), die in einer bestimmten Relation (Nähe, Ferne, quantitativen Mischverhältnisse) zum Überlieferten und Zukünftigen (Phantasie- und Traumwelt, Visionen etc.) stehen. An diesem Ort wirken die physisch präsenten sozialen Güter aus früheren Zeiten auch seelisch und geistig auf den gegenwärtigen Beobachter. Sie machen Geschichte in der Gegenwart wirksam – vorausgesetzt der Beobachter ist bereit, den Raum der Geschichte zu erleben und damit zu betreten, ihn nicht nur voyeuristisch und touristisch anzustarren, zu konsumieren, gewissermassen möglichst rasch zu verschlingen, um sie ebenso prompt wieder auszuscheiden...
Betrachtet man im Blick auf historische Hotels beispielsweise einen Raum mit Möbeln und weiteren tangiblen sozialen Gütern, so findet man darin vier Beziehungsarten, vier Möglichkeiten von Nähe, Ferne und quantitativen Mischverhältnissen zwischen dem Raum des Überlieferten und des Zukünftigen, nämlich:

- **Histor-Raumgestaltungswelt:**
  Hier sind nur historische, also vor etwa zwei Generationen entstandene soziale Güter präsent.
- **Neo-Raumgestaltungswelt:**
  Hier werden die historischen Güter mit solchen in Relation gebracht, die in der Gegenwart, also etwa in den letzten beiden Generationen entstandenen sind und die im physisch-nonverbalen, sinnlich wahrnehmbaren (siehe Schlüsselmerkmale) sowie seeli-

schen und geistigen Sinne (siehe Welt-/Geschichtsbild) dem Überlieferten nahe stehen.

- **Inno-Raumgestaltungswelt:**
  Hier werden zu den überlieferten sozialen Gütern jene gesellt, die in der Gegenwart hergestellt und die in den Schlüsselmerkmalen Weiterentwicklungen des Überlieferten darstellen, verstanden als ein bewusstes Anders-sein-wollen (= neue Kombination des Bisherigen), das aber die Welt der überlieferten zentralen Schlüsselmerkmale der Objekt-Gestaltungswelt nicht verlässt.
- **Contra-Raumgestaltungswelt:**
  Hier werden dem Überlieferten soziale Güter beigemischt, die bewusste Kontrapunkte setzen wollen, die im Sinne von Raumstruktur oder -form dem eher Ordnungsliebenden mehr Komplexität oder der Leere mehr Fülle entgegensetzten, aber auch bei Schlüsselmerkmalen und Anmutungscharakteren bewusst eine andere Position einnehmen.

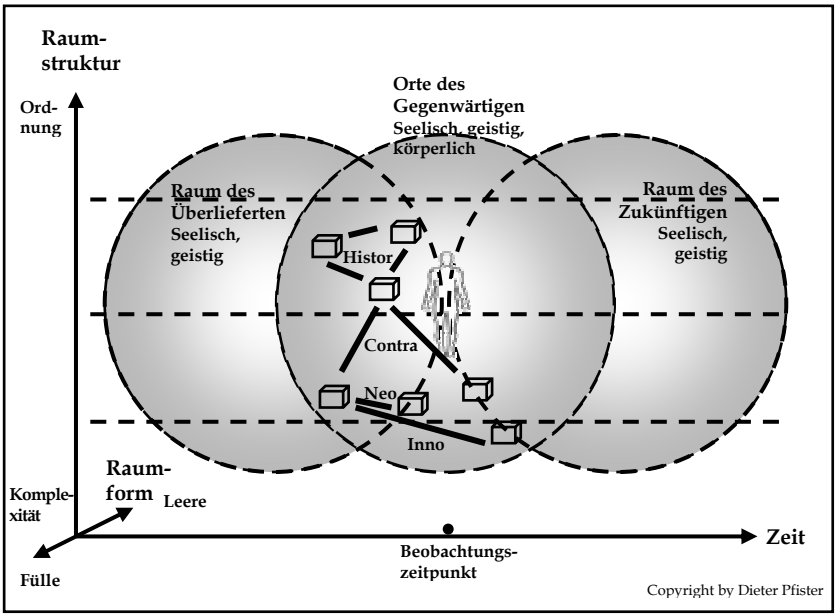


Abbildung 43: Vier für historische Hotels zentrale Gestaltungswelten aus dem Blickwinkel der relational-prozessualen Raum-Verständnisses beobachtet. Die Kugeln sind als symbolische Darstellungen von Räumen als Raumausschnitte oder als Sphären zu verstehen.

Zentrale Gestaltungswelten sind in einer eigenen früheren Publikation[131] dargestellt worden. Sie stellen Abstrahierungen von Stilwelten dar, die langzeitlich wirkende Konstanten von Kombinationen von Schlüsselmerkmalen hervorheben (siehe dazu das Kapitel Schlüsselmerkmale). Der Sprung zur Raum-Gestaltungswelt erfolgt in der relationalen Raumbetrachtung durch die Kombination dieser Gestaltungswelten im Raum, deren spezifische Art abhängig ist von Leitbild und Raumthema. Spezifisch vorfindbare Raumgestaltungswelten werden durch diese Art der Kombination definiert.
Vernetzt man nun die Raumgestaltungswelt, wie im Grundmodell vorgeschlagen, mit Raumthemen und Leitbild-Vorstellungen, so entstehen im Blick auf historische Hotels folgende Kombinationen:

- **Histor-Raumgestaltungswelt:** Leitbilddimensionen: Tradition, Bildung, Individualität; Raumthemen: Geschichte, Kontinuität, Harmonie.
- **Neo-Raumgestaltungswelt:** Leitbilddimensionen: Tradition, Flexibilität, Pluralismus, Unterhaltung; Raumthemen: Aufwand/Luxus, Grösse.
- **Inno-Raumgestaltungswelt:** Leitbilddimensionen: Integration, Tradition, Innovation; Raumthemen: Geschichte, Harmonie.
- **Contra-Raumgestaltungswelt:** Leitbilddimensionen: Innovation, Pluralismus, Unterhaltung; Raumthemen: Individualismus, Kontrast, Modernität.

Nachfolgende Fotos zeigen nun am Beispiel von Räumen aus dem Jugendstilhotel Paxmontana in Flüeli-Ranft, wie Raumgestaltungswelten aussehen können:

- **Histor-Raumgestaltungswelt:** Die erste Abbildung (schwarzweiss) zeigt den Originalzustand von 1906.
- **Neo-Raumgestaltungswelt:** Die zweite Fotografie vermittelt einen Eindruck der Neo-Ausprägung der Raumgestaltungswelt, einer Rückführung, die alte Möbel verwendet, dann aber das Bett in einer Neo-Variante kombiniert.
- **Inno-Raumgestaltungswelt:** Die dritte und vierte Fotografie führen Inno-Varianten der Raumgestaltungswelt vor, und zwar in unterschiedlichen Distanz- und Misch-Verhältnissen. Im ersten Beispiel werden innerhalb der Gestaltungswelt Formen, Schlüssel-

merkmale weiterentwickelt, so zum Beispiel der ursprüngliche Thonet-Stuhl zu neuartigen Stühlen, ebenfalls mit gebogenem Holz, aber mit bequemer Stoffpolsterung. Das zweite Beispiel zeigt die reduzierte und purifizierte Ausprägung der Nachkriegsjahre in einer Ausstattung von ca. 1980 (siehe die heruntergehängte Decke, die Bilder, die Vorhänge etc.).

- **Contra-Raumgestaltungswelt:** Neben der Gestaltungslösung, die sich innerhalb einer Gestaltungswelt bewegt, gibt es auch jene, die sich entfernt und andere Mischverhältnisse sucht. Hier kann man bei den Schlüsselmerkmalen und Anmutungscharakteren mehr oder weniger weit gehen, also zum Beispiel den Kontrast in Farbe und Material suchen, nicht aber in Formwelten. Die fünfte Abbildung zeigt eine Lösung, bei dem eine Bibliothek von USM-Haller in Form und Material zur Raumhülle und den Sitzmöbeln stark kontrastiert.







Abbildungen 44-48: Vier zentrale Raumgestaltungswelten, gezeigt an Zimmern im Jugendstilhotel Paxmontana

2.5.4.3 Raumthema

Im Raumthema wird der Zweck des Raumes definiert, in ihm drücken sich die Bedürfnisse der Raumeigner und –nutzer aus. Heute stehen individuelle Bedürfnisse im Vordergrund, was aber nicht immer so war. Wie die deutsche Kunsthistorikerin Anne Röver am Beispiel der Pariser „Privatarchitektur" des 18. Jahrhunderts darstellt, war der Wille zur Selbstdarstellung damals doppelt begründet: es ging darum, einerseits seine Rolle in der Gesellschaft und andererseits für die Gesellschaft darzustellen. So betont Röver, dass den Völkern, „denen diese öffentliche Zielsetzung, der ‚sensus communis' im gesellschaftlichen Bereich, nicht vorrangig oder gar unbekannt ist", auch die Möglichkeit verloren geht, „das öffentliche ‚decorum' im ästhetischen Bereich auszubilden; ihre Baukunst dient nur der privaten Zielsetzung, dem Eigeninteresse. <…> Diese Gesichtspunkte und die alte Wertung von öffentlich und privat als dem mittleren bzw. niedrigen ‚decorum' überträgt Boffrand auf seine Gegenwart. In Übereinstimmung mit diesen Kategorien bewertet er die Gebäude und ihren Schmuck nach ihrem Platz in dieser gültigen Hierarchie."[132]

Röver zitiert die „Mémoires critiques d' Architecture" des französischen Architekturtheoretikers Michel de Frémin , um die Vorschläge dafür darzustellen, wie im 18. Jahrhundert gute Architektur durch Angemessenheit der verwendeten Gestaltungsmittel zustandekommen sollte – nämlich durch Berücksichtigung von drei Bedingungen, Subjekt, Objekt und Ort: „Während ‚le lieu' also die von einer menschlichen Situation unabhängigen, in ihrer Vielfalt jedoch zu berücksichtigenden Gegebenheiten der Natur bezeichnet, beinhaltet ‚l' objet' die vitruvianische ‚statio', den Charakter, den das Bauwerk als Ort einer bestimmten Zielsetzung des Bauherren, aus dessen Rang also, bekommt, und ‚le sujet' ist die Einheitlichkeit aller Teile, innerhalb eines gegebenen Charakters und gemäss der jeweils herrschenden Vorlieben für bestimmte Formen."[133]

Dieses Gleichgewicht der thematischen Vorgaben veränderte sich im 19. Jahrhundert und damit die Klarheit und Verbindlichkeit der Vorstellung darüber, was den Rang des Bauherren betraf, die dann im demokratischen 20. Jahrhundert – zumal in den „Privatarchitekturen" in der protestantisch-mittelständisch geprägten Schweiz – immer mehr in den Hintergrund gedrängt worden ist. Dieses Vakuum, bestehend aus Unsicherheit, bestenfalls Bescheidenheit in der Einschät-

zung des eigenen sozialen Ranges, führte dazu, dass die unter „sujet" erwähnten individuellen Vorlieben für bestimmte Formen von Bauherren und immer mehr auch von Architekten die Diskussion und Realisation beherrschten.
Beim heute historischen Hotel in der Schweiz, das unter anderem durch Cäsar Ritz und über ihn von der von Röver bearbeiteten Pariser „Privatarchitektur"[134] stark beeinflusst war, beim Schweizer Hotel jener Epoche also wurde der Frémin'sche Aspekt des Ortes wichtig, und zwar – anstelle von Individuum und Gesellschaft – in der thematischen Spannweite zwischen „Natur" im Ferienhotel und „Kunst" im Stadthotel.
Bei Hotels und Restaurants werden Themen nicht selten in den Namensgebungen von Orten und Innenräumen vermittelt Die Auswahl und Kombination der Schlüsselmerkmale, zumal Material und Oberflächenverarbeitung, aber auch der Farben und Formen geben Hinweise auf die Grundorientierung, die eher in Richtung Natur oder Kunst gehen kann. Im Rahmen dieser Studie sind im Blick auf historische Hotels die in der nachfolgenden Abbildung aufgeführten Themen zentral.

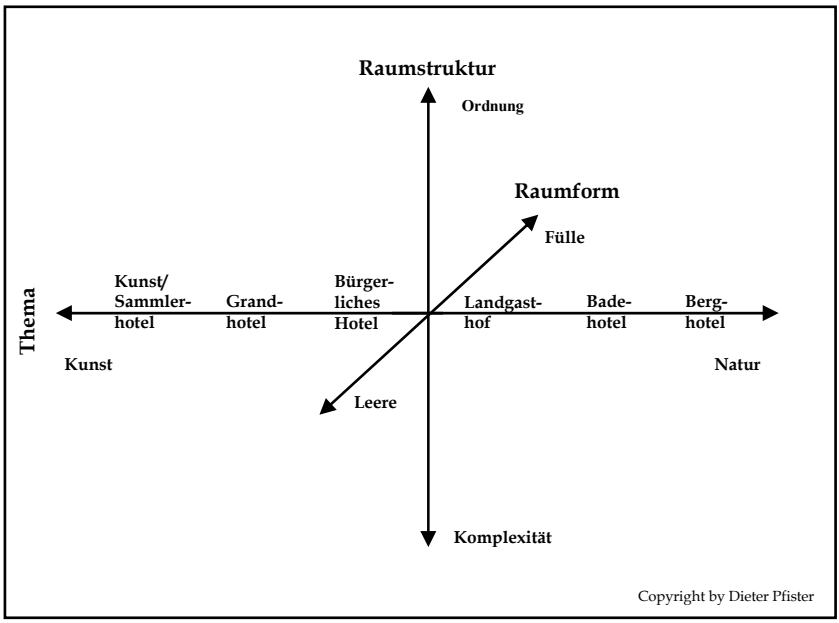


Abbildung 49: Zentrale Themen von historischen Hotels in der Schweiz

Diese generellen Hotel-Themenbereiche können wie folgt weiter unterteilt werden:

- Geschichte, Kontinuität, Geborgenheit, Harmonie, Einfachheit, Zurückhaltung, Ruhe, Naturnähe
- Bewegung, Eindrücklichkeit/Erhabenheit, Aufwand/Luxus, Grösse, Kontrast, Urbanität, Modernität.

Damit ist die Darstellung des einen grossen Themas dieser Studie, nämlich des „Raums" abgeschlossen. Es wurde eine Modellvorstellung dafür entwickelt, wie sich „Raum" konstituiert. Diese dient nun als Grundlage für das zweite grosse Thema, Gestaltung, Gestaltungsprozess und Gestaltungsmanagement mit dem Ziel, die Qualität der Raumgestaltung zu erhöhen. Dabei wird geprüft, wie nahe oder entfernt die Struktur oder das Ablauf-Design dieser Managementprozesse dem Raumkonstituierungsprozess nachgebildet ist.

3. Gestaltung

Auch hier sollen zunächst die Begriffe definiert werden.

3.1 Gestaltungsbegriff

Das Wort „Gestaltung" deckt sowohl den Prozess des Gestaltens als auch dessen Resultat, das Aussehen, die „Gestalt", ab. Gestaltung als Prozess, Ablauf, Handlung heisst, einem Ding eine Gestalt geben.
Mit „Gestalt" setzt sich seit langem die sogenannte Gestaltpsychologie auseinander. Der deutsche Gestaltpsychologe David Katz zitiert bei seinen Definitionsüberlegungen zum Begriff der Gestalt seine Fachkollegen und Landsleute Wolfgang Köhler, Max Wertheimer und Kurt Koffkas und zeigt die Zusammenhänge zwischen Resultat und Prozess, wenn er schreibt: „‚Gestalt bedeutet ein ausgesondertes Ganzes.'<…> ‚Gestalten sind Ganze, deren Verhalten nicht durch das Verhalten ihrer individuellen Elemente bestimmt wird, sondern durch die innere Natur des Ganzen.' <…> Koffkas Definition steht Köhlers nahe, doch nimmt sie darüber hinausgehend auf den Prägnanzbegriff bezug. ‚Organisation ist der Prozess, der zu einer Gestalt führt. <…> Organisation ist diametral entgegengesetzt zu zufälliger Verteilung."[135] Gestalt ist also organisiert. Die Art dieser Organisiertheit zu erkennen ist Voraussetzung dafür, den Gestaltungsprozess lebensnah und erfolgreich zu gestalten.
Was nun die Organisation von lebenden Organismen betrifft, so weist von Foerster aus kybernetischer Sicht darauf hin, dass das Nervensystem so organisiert ist, beziehungsweise sich selbst so organisiert, „dass es eine stabile Realität errechnet. <…> Dieses Postulat fordert ‚Autonomie', das heisst ‚Selbst-Regelung' für jeden lebenden Organismus", wobei der Ausdruck „Autonomie" synonym wird mit dem Ausdruck „Regelung der Regelung".[136]
Der deutsche Designtheoretiker Siegfried Maser nimmt auf den aristotelischen Begriff der „poiesis" Bezug, als eine etwas herstellende, etwas gestaltende Tätigkeit und differenziert Tätigkeit in „Handeln"

und in „Hervorbringen". Im Handeln liegt das Ziel in der Tätigkeit selbst (= praktisch, z. B. laufen), das Hervorbringen wiederum hinterlässt ein selbständiges Seiendes, welches das Ziel des Hervorbringens ist (= poietisch, z. B. Gerät, Haus). Er sieht das Gestalten als Verbindungsglied zwischen Denken und Handeln[137] (siehe dazu auch obiges Grundmodell). Von Foerster formuliert in diesem Zusammenhang einen ästhetischen Imperativ: „Willst Du erkennen, lerne zu handeln." Sein ethischer Imperativ lautet: „Handle stets so, dass die Anzahl der Möglichkeiten wächst. So konstruieren wir aus unserer Wirk-lichkeit in Zusammenwirken unsere Wirklichkeit."[138] Die vorliegende Studie zeigt im Grundmodell und im SQM-Modell (siehe später) die Organisationsstruktur dieses Gestaltungsprozesses in seiner Parallelität zu Denk- und Managementprozessen auf.
In den Wirtschaftswissenschaften ist Gestalten Teil der Tätigkeit des Managements. Gemäss dem St. Galler Management-Modell bezeichnet „Management" eine Führungsposition, die auf den Ebenen des normativen und strategischen Managements gestaltend und beim operativen Management lenkend auf die Unternehmensentwicklung Einfluss nimmt.[139] Von Foerster weist auf eine weitere begriffsgeschichtliche Verbindung hin, wenn er schreibt: „In meinem Wörterbuch fand ich unter ‚Management', dass es vom lateinischen Wort für ‚Hand', *manus,* abgeleitet ist und mit der Einschränkung der Bewegungsfreiheit der Hände zu tun hatte, ja, dass es auch mit dem englischen Wort für ‚Handschelle', manacle, verwandt ist <…>."[140]
Durch die aufgetretenen Probleme beim Management von kulturellen Aspekten der Unternehmensführung ist in den 90er Jahren[141] des 20. Jahrhunderts auch der Unternehmenswelt bewusst geworden, dass nicht alles planmässig gestaltbar ist, der Mensch nicht über alles verfügen kann. Gemäss Elias gehen ja gesellschaftliche Abläufe „blind und ungesteuert vor sich – blind und ungesteuert wie ein Spielverlauf. Die Aufgabe der soziologischen Forschungsarbeit ist gerade, *dem menschlichen Verständnis diese blinden, ungesteuerten Vorgänge näherzubringen*; <…>."[142]
Gestalten im Sinne von Gestalt-geben ist in verschiedenen Bereichen möglich:

- im physisch-nonverbalen, sinnlich Wahrnehmbaren (Architektur, Design etc.)

- im Geistig-verbalen (Bildung)
- im Seelisch-emotionalen (Vorstellungs- und Phantasiebilder).

Wenn es nun um die Gestaltung des Raumes, deren Veränderungen und Qualitäten in historischen Hotels geht, kann Gestaltung gemäss obiger Aufteilung differenziert werden als Arbeit

- im physisch-nonverbalen Raum: bauen, einrichten etc.
- im Denk- und Wissensraum: definieren, diskutieren etc.
- im Phantasieraum: innovieren, phantasieren etc.

Dabei gilt stets: Denken, fühlen und gestalten sind untrennbar miteinander verbunden.

3.2 Gestaltung als Designmanagement im Objektbereich

Die Verbindung von Denk- und Wissensarbeit, von Gestalten und Handeln, kommt im Begriff des Designs und Designmanagements zum Ausdruck. Gemäss dem deutschen Designforscher Bernhard Bürdek wird der Begriff Design 1588 im „Oxford English Dictionary" erstmals beschrieben als

- „ein von einem Menschen erdachter Plan oder ein Schema von etwas, das realisiert werden soll
- ein erster zeichnerischer Entwurf für ein Kunstwerk <… oder> ein Objekt der angewandten Kunst, der für die Ausführung eines Werkes verbindlich sein soll."[143]

Zur gleichen Zeit werden in Italien die Begriffe des „‚disegno interno' (das Konzept eines auszuführenden Kunstwerks) und ‚disegno esterno' (das ausgeführte Werk) verwendet."[144] Wie der Begriff der Architektur, wird auch jener der Designs ursprünglich ungeteilt verwendet, nämlich – ganz im Gegensatz zur Behälterbegriff-Vorstellung – gleichzeitig das Konzept und dessen Visualisierung zeigend. Je grösser die Einheit von Idee und Gestalt ist, desto höher wird die Qualität eines Gegenstandes eingeschätzt.[145]

Der deutsche Designspezialist Carlo Rummel definiert Design zum Ende des 20. Jahrhunderts als

- „Kreative, gestaltende oder entwerfende Aktion.
- Anpassung von Objekten oder Objektsystemen an die physischen und psychischen Bedürfnisse der Menschen <…>.
- Sinnlich wahrnehmbares, mittel- oder unmittelbar an ein Objekt oder Objektsystem gebundenes Ergebnis <…>.

<…> Design umfasst alle Tätigkeiten, die auf die unmittelbare Subjekt-Objekt-Relation gerichtet sind <…>. Meist präsentiert sich Design durch Materie, doch bestimmt auch zunehmend ‚immaterielles' Design, zum Beispiel in Form von Software, unseren Alltag. Software soll hier, soweit sie die Schnittstelle Produkt-Mensch (Benutzeroberfläche) in der elektronischen Datenverarbeitung bestimmt, ebenfalls zum Design gezählt werden."[146]

Durch die Entwicklung hin zur Wissensgesellschaft und Dienstleistungswirtschaft wurde die immaterielle, strukturelle Dimension des Designs und der Architektur wieder stärker gewichtet, und so spricht man heute sowohl in der Software-Branche (Systemarchitektur) wie auch in der Beschreibung von Forschungsprojekten (Forschungsdesign) erneut von Architektur beziehungsweise Design in einem konzeptionellen Sinne – hier allerdings scheinbar getrennt vom „disegno esterno".

Wenn man die Theoriegeschichte des Designs im 20. Jahrhundert überblickt, so sind zwei geisteswissenschaftliche Richtungen wichtig: Semiotik und Strukturalismus sowie Hermeneutik. In der Ulmer Hochschule für Gestaltung kam der Semiotik grosse Bedeutung zu, diente sie der Begründung einer an wissenschaftlichen Grundsätzen orientierten Designvorstellung. Nach Bürdek muss aber gleichwohl festgestellt werden, „dass der semiotische Ansatz dort vornehmlich nur in seiner syntaktischen Dimension entfaltet wurde, also in der Auseinandersetzung mit den elementaren gestalterischen Mitteln <…> Damals verwendete Begriffe wie interne und externe formale Kohäsion (d.h. einheitliche Verwendung von Gestaltungsmitteln bei einem Produkt sowie innerhalb einer Produktegruppe), die Prägnanz und Eindeutigkeit der Gestaltungselemente, die visuelle Störungsfreiheit etc. prägen noch heute den Kriterienkatalog der ‚Guten Form'."[147]

3.2.1 Semiotik

Das semiotische Modell beinhaltet drei Dimensionen eines Zeichens, denen drei Funktionen eines Produktes zugeordnet werden können, und zwar wie folgt:

- Die syntaktische Dimension: Beziehungen von Zeichen untereinander und die Regeln dazu. Sie umfasst die formalästhetische Funktion eines Produktes.
- Die semantische Dimension: Beziehung der Zeichen zu den bezeichneten Objekten. Sie umfasst die Anzeichenfunktion eines Produktes.
- Die pragmatische Funktion: Beziehung der Zeichen zu den sie verwendenden Personen. Sie umfasst die Symbolfunktion eines Produktes.[148]

Rummel vermisst aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht am semiotischen Modell die Einheitlichkeit in der Begriffsverwendung und sieht darin „ein grundsätzliches Problem der Semiotik <…>. Sprache und Zeichen müssen durch das Medium Sprache erklärt werden, so dass die Wissenschaft in einem Zirkel gefangen ist. <…> Ein weiteres Problem, das die mangelnde Trennschärfe der syntaktischen, semantischen und pragmatischen Dimensionen erklärt, ist, dass im Prinzip alle drei Dimensionen, nicht nur die pragmatische, auf ihre Relationen zum Menschen reduziert werden können. Auch semantische Inhalte sind letztlich nicht frei von subjektiven Urteilen.“[149]
Nach Rummel bekommt die „Umfeldabhängigkeit gegenständlicher Wahrnehmung“ bei der Weiterentwicklung der Designtheorie immer mehr Gewicht. „Ohne den Kontext anderer Symbolsysteme können gestaltete Produkte kaum in ihrer Intension und Wirkung erschlossen werden.“[150]

3.2.2 Hermeneutik

Der zweite, für die Designtheorie wichtige Ansatz, die Hermeneutik, ist eine universale Methode des Auslegens, Deutens und Übersetzens von Texten, ja im erweiterten Sinne von allem Wahrnehmbaren. Wichtige Elmente dieser Methode sind das Vorverständnis und die Horizontverschmelzung. „Mit diesen Begriffen lassen sich nun auch

wesentliche Momente des Gestaltungsprozesses beschreiben. Um eine Frage stellen zu können, muss man schon etwas über den Gegenstand wissen. Um dann eine Antwort geben zu können, muss man diese Frage mit einem bestimmten Vorverständnis erkennen, das heisst innerhalb des eigenen Horizonts einordnen." Dieses Vorverständnis darf aber weder naiv, noch dogmatisch sein. Bürdek äussert hier im Blick auf das Design den Vorwurf, dass bis heute viele Designwettbewerbe im Geiste des dogmatischen Vorverständnisses der Tradition der „Guten Form" stehen.

Bürdek weist darauf hin, dass die Hermeneutik wegen ihrer Feingliedrigkeit für die Designtheorie und –praxis zunehmend wichtig geworden ist, denn: „Grobe Theorien können in grossen Zügen erklären, scheitern aber, wenn es um Details geht."[151] Gerade wenn es sich um die Sinnfragen handelt, die sich bei Produkten in den Anzeichen- und Symbolfunktionen widerspiegeln, helfen solche feingliedrigen Methoden weiter.

Eine weitere Brücke zwischen der Hermeneutik und dem Designprozess besteht in der Übernahme des Begriffs des „Zeitgeistes", mit Bürdek verstanden als „übergreifende Tendenzen <…>, die sich in Wertsystemen, Zweckbestimmungen und Lebensregeln der Menschen"[152] niederschlagen. Der Zeitgeist-Ansatz half, den dogmatischen Funktionalismus in den achtziger Jahren zu überwinden, in dem er die überzeitliche Gültigkeit von Formen bestritt. Bürdek zitiert hier eine Aussage des deutsch-amerikanischen Designtheoretikers und Designers Gui Bonsiepe, der seinerseits die „überräumliche" Wirksamkeit des Zeitgeistes bestreitet: „Der Zeitgeist der Metropole ist für die Peripherie nicht relevant. Die Erforschung jeweils eigener kultureller Werte und Normen ist die zentrale Aufgabe einer zu entwickelnden Designtheorie."[153]

Was die methodologische Entwicklung der letzten Drittels des 20. Jahrhunderts betrifft, so sieht Bürdek einen Paradigmenwechsel, der stark vom Werk des in Wien geborenen Designtheoretikers und Designers Christopher Alexanders und der Idee der „Pattern Language" beeinflusst worden ist. „Der paradigmatische Wechsel dieses Ansatzes besteht darin, dass von formalen Planungsmodellen nunmehr zu inhaltlichen Beschreibungen der Entwurfsgegenstände übergeleitet wird. Wissenschaftstheoretisch gesehen also von den Methoden des praktischen Handelns zu den Methoden des geistigen Handelns. <…>

Solche ‚Patterns' sind Regionen und Städte, Nachbarschaften, Gebäude, Räume und Nischen bis hin zu Details wie Esszimmeratmosphäre <…>, Farbe und Beleuchtung. Alle einzelnen ‚Patterns' stehen in Verbindung mit anderen, keine ist eine isolierte Einheit. Alle sind Hypothesen, sie sind also vorläufig und können unter dem Eindruck neuer Erfahrungen und Beobachtungen weiter entfaltet werden."[154]

Mit diesem Paradigmenwechsel nähert sich der Designansatz endgültig geisteswissenschaftlichen Ansätzen und zu einer ganzheitlichen Betrachtung des Raumes, entfernt sich entsprechend von Modellen, die sich an einem klassischen naturwissenschaftlicher Weltbild orientierte. Bei der Komplexität des Designumfeldes und –prozesses kann das natürlich „umkippen" zu einem „Design aus dem Bauch" – aus Bequemlichkeit oder Unvermögen, das eigenen Vorgehen explizieren zu können. Doch auch hier ist seit den neunziger Jahren eine Hinwendung zu gesellschaftlich orientierten Themen zu beobachten,[155] das Bemühen um einen rationalen und relationalen Ansatz spürbar.

3.2.3 Ablauf des Designmanagement-Prozesses

Designmanagement hat nach Rummel eine Mikro- und Makroebene oder eine strategische und operative: Es „umfasst die Tätigkeiten, um Produkten, Dienstleistungen, Gegenständen und Objekten eine Form, Funktion und Emotion zu geben <…> aber auch die Meta-Tätigkeit und das Instrumentarium für die Entwicklung von Inhalten, Techniken und Vorgehensweisen für die Erfassung aller unternehmerischen Verhaltensweisen, um diese unter eine eigenständige Gesamtidee stellen und in alle Bereiche intern und extern umsetzen"[156] zu können.

Design und Designmanagement haben eine rationale und ein emotionale Seite. Im 20. Jahrhundert orientierte man sich, wie erwähnt, lange Zeit an klassisch-naturwissenschaftlich begründeten Modellvorstellungen. Im traditionellen „planungswissenschaftlichen" Denken wurden zunächst lineare Entwurfsprozesse vorgeschlagen, die nach Rummel wie folgt ablaufen:

- „Aufgabenstellung genau definieren,
- Informationen sammeln über IST-Zustand und technische Möglichkeiten,

- Analysieren der gewonnenen Informationen,
- Entwickeln alternativer Lösungskonzepte, Entwurf und Prüfung der Durchführbarkeit,
- Beurteilung und Entscheidung für eine oder mehrere Lösungen,
- Kalkulation und Anpassung des Produktes an die Produktionsbedingungen
- Modellbau."[157]

Seit den achtziger Jahren wurden immer mehr die Erkenntnisse der Kybernetik beachtet, jenes Wissenschaftszweiges also, der sich mit der Struktur dynamischer Systeme beschäftigt, und zwar in den Bereichen der Biologie, Technik und der Gesellschaft etc. Durch diese Austauschprozesse wird eine bessere Vernetzung der Anforderungen, Ideen etc. der verschiedenen Partner eines Gestaltungsprozesses möglich, was wiederum die Kohärenz, Prägnanz und Überzeugungskraft des Resultates solcher Prozesse fördert.
Wenn, wie oben gezeigt, im Behälterraum-Ansatz der Beobachter sozusagen ausserhalb des palagyi'schen Zeitstrahls steht, dann wird ein System und seine Umwelt relativistisch, das heisst recht einseitig aus dem Bezugsrahmens des Beobachters heraus definiert. Von Foerster hat in seinen späteren Werken auf eine vollständig reflexive Kybernetik hingearbeitet und betont, dass die Aufgabe des Beobachters „die Erklärung seines eigenen Funktionierens sowie seiner Entstehung"[158] einschliesst. Diese Denkweise ist Voraussetzung zu mehr Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit, ist ein zentraler Aspekt von „Bildung". Hier besteht eine weitere Brücke zur parallel zu dieser Studie entstandenen Arbeit über „Wissen – Bildung – Qualität".
Nachfolgende Abbildung zeigt die Rückkoppelungen im Designprozess modellhaft auf.

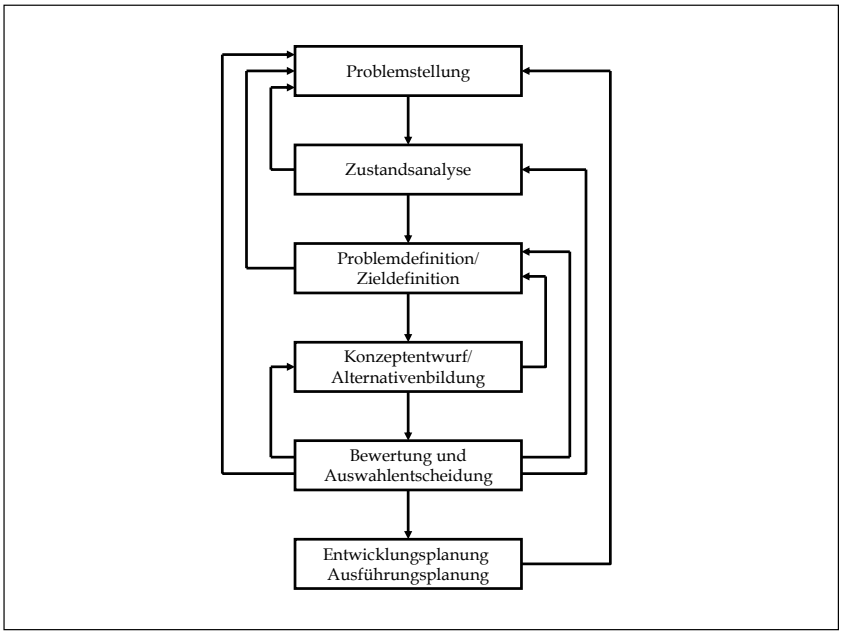


Abbildung 50: Rückkoppelungen im Designprozess, aus: Bürdek, Bernhard: Design, Köln 1991, S. 164

Die eben erwähnten Bestrebungen zu mehr Ganzheitlichkeit und Langfristigkeit im Denken und Handeln nehmen seit den neunziger Jahren des 20. Jahrhunderts zu. In den Wirtschaftwissenschaften und der Politik wird dieses Denken unter dem Begriff der Nachhaltigkeit diskutiert. Rummel weist hier auf den Einfluss östlicher Kulturen hin und zitiert dabei Hans-Gerd Servatius: „Dieses ganzheitliche Denken ist niemals nur intellektuell und begrifflich, sondern es strebt stets eine Einheit an von Verstand, Gefühl, Empfindung und Intuition. Es ist ein ‚Umzingelungsdenken', das zuerst das Ganze sieht und nachträglich die einzelnen Teile."[159]
Bürdek weist darauf hin, dass das Designverständnis der westlichen Industrieländern, vor allem auch das italienische, „immer mehr das Objekt betont hat, das japanische hingegen mehr den Raum. <…> Diese Beziehungen zwischen Boden, Farben, Licht, Raum und Objekten sind Gegenstand des neuen japanischen Designs <…>. Die Kontemplation, Feierlichkeit und Zeremonie japanischer Räume ist indes

ein Thema, das bisher im Design kaum erkannt wurde."[160] In der vorliegenden Studie wurde dieser Bezugsnahme zu östlichen Denkweisen weiter vertieft.
Die nachfolgende Abbildung zeigt nun die geforderte Integration von Umwelt und Gesellschaft in den Designmanagement-Prozess.

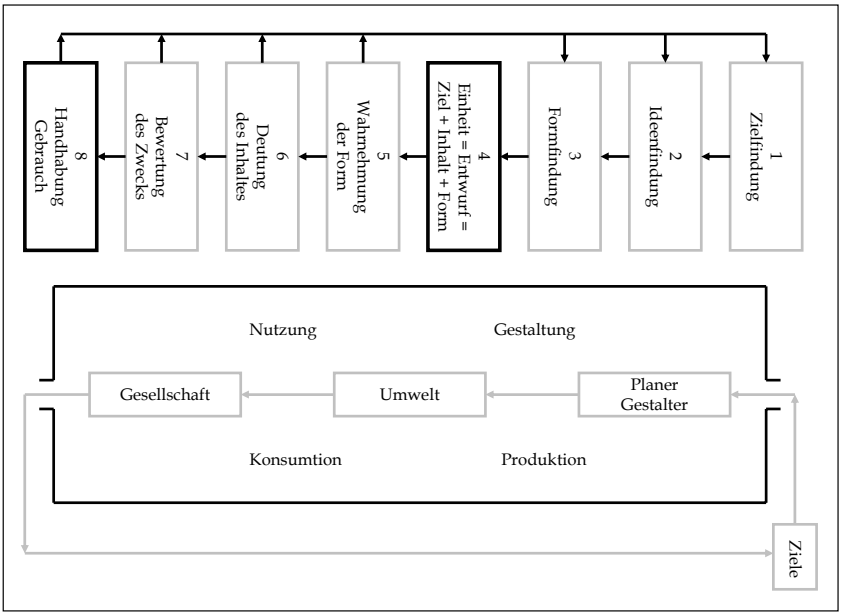


Abbildung 51: Ästhetik und Planung als integrierter Gestaltungsprozess, aus: Maser, Siegfried, Designtheorie, Wuppertal 2003, S. 214

Die Informatisierung und sogenannte Internet-Ökonomie veränderte den Designprozess ein weiteres Mal, indem der Benutzer zum Mitgestalter, zum Prosumenten wird. So kann das konzeptionelle Design mit dem sinnlich wahrnehmbaren Design verbunden und damit die – im Geiste des Behälterraum-Ansatzes erfolgte – Trennung von „disegno interno" und „disegno esterno" durch die stärkeren Berücksichtigung des Benutzers überwunden werden, und zwar in einem Kreisprozess, wie dies die nachfolgende Abbildung zeigt.

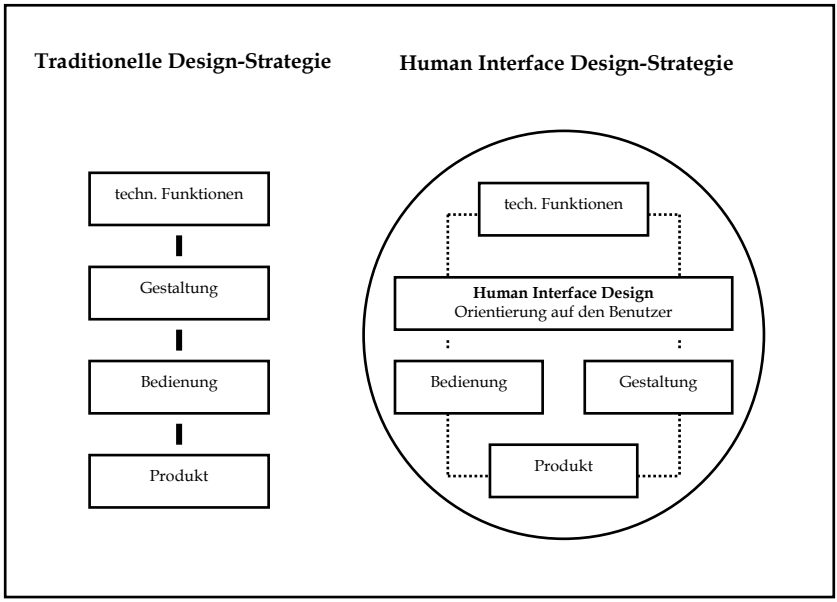


Abbildung 52: Neue Entwurfsaufgaben und –strategien, aus: Bürdek, Bernhard: Design, Köln 1991, S. 170

Nebst dieser Wiederverschmelzung der prozessual-konzeptionellen und der visuell-gestalterischen Dimension des Designs kommt es, wie erwähnt, allmählich zu einer zweiten Verschmelzung, nämlich von jener zwischen den Ansätzen und Aktivitäten im Bereich des Objektdesigns und des Raumdesigns. Darauf soll in der Folge eingegangen werden.

3.3 Gestaltungsprozess im räumlichen Bereich

Die Brücke zwischen dem Designmanagement im Objektbereich und dem Management von Gestaltungsprozessen im Bereich der Raumgestaltung lässt sich leicht schlagen, wird doch der Begriff der Architektur – wie auch jener des Designs – nicht nur im physischen, sichtbaren Sinne gebraucht, sondern auch im geistigen verwendet. So versteht Immanuel Kant „unter Architektonik die Kunst der Systeme.

Weil die systematische Einheit dasjenige ist, was gemeinsame Erkenntnis allererst zur Wissenschaft macht, d.i. aus einem blossen Aggregat derselben sein System macht, so ist Architektonik die Lehre des *Szientifischen* in unserer Erkenntnis überhaupt, und sie gehört also notwendig zur Methodenlehre."[161]
Und wenn es darum geht, diese Erkenntnis zu explizieren, sagbar zu machen, zeigt sich die enge Beziehung zwischen Sprache und Architektur, worauf der Schweizer Kunsthistoriker Adolf Reinle hinweist, wenn er in seiner „Zeichensprache der Architektur" betont, dass Architekturformen nicht zuallererst „Stil" demonstrieren wollen, „sondern Grundhaltungen wie Fortschrittlichkeit, Konservativismus, Volkstümlichkeit, Urtümlichkeit, Reichtum oder Askese. Bauteile können schliesslich signethaft sprechende Elemente sein (Kirchenportal als Tor des Himmlischen Jerusalem, Kuppel als Abbild des Himmelsgewölbes)."[162]
Der deutsche Architekturtheoretiker Fritz Neumeyer wiederum weist in diesem Zusammenhang auf Folgendes hin: Dass „Sprache und Bauen zur unauflösbaren Einheit verschlungen sind, ist ein Befund, von dem die Architekturtheorie ebenso wie die Theorie-Architektur Geschichten erzählen kann. <…> Fast schon wie im Heideggerschen Dreisatz ‚Bauen, Wohnen, Denken' führt bei Vitruv ‚der Weg von der Urhütte Schritt für Schritt vom Häuserbau fort zu den übrigen Künsten und Wissenschaften' und damit zur Kultivierung des Menschen <…>. Heideggers Hinweis, man könne nicht sagen, was älter sei, ‚Satzbau' oder ‚Dingbau', kleidet die anthropogenetische Parallele von Bauen und Sprechen nur in andere Worte. In der Sprache ‚baut' der Mensch sich sein geistiges Haus <…>. Bei Heidegger hat das Denken daher in der Sprache sein angestammtes Zuhause und beruht im Wesentlichen darin, ‚das Wohnen im Sprechen der Sprache zu lernen'."[163]
Das oben entwickelte Grundmodell der Raumgestaltung zeigt genau diesen „Satzbau", der im „Dingbau" implizit vorhanden ist, in den Explizierungsstufen und Explikaten sowie deren Relationen. Sie bilden den verbalsprachlich explizierbaren Teil der Strukturen im Raum der Gründe und des Wissens.

3.4 Raum in der Geschichte der modernen Architekturtheorie

Nachdem oben die Entwicklungsgeschichte und die Veränderungen des Selbstverständnisses im Bereich des Objekt-Designs dargestellt wurde, soll dies nun im Blick auf das „Raum-Design", die Raumgestaltung und die in diesem Zusammenhang relevanten Vorstellungen der modernen Architekturtheorie vorgenommen werden.
Wenn es darum geht, die Geschichte der verschiedenen Raumvorstellungen in der Architektur zu behandeln, so kann festgestellt werden, dass auch in der Architektur und -theorie die Idee des Behälter-Raums lange Zeit beherrschend gewesen ist. Dabei umhüllt Architektur als gebaute Raumbegrenzung den Lebensraum von Menschen und Lebewesen wie ein Behälter. Und diese Raumumhüllung selbst kann ebenfalls differenziert werden. Der Schweizer Kunst- und Architekturhistoriker Werner Oechslin zeichnet die begriffsgeschichtliche Entwicklung von „Stilhülse und Kern"[164] ausführlich nach und bemerkt dabei: „So darf man festhalten, dass Bötticher in seiner *Tektonik* nicht nur ein streng logisch konstruiertes Gedankengebäude zur inneren Kohärenz von Materie und Form in der Architektur im Sinne von Notwendigkeit und Wahrheit aufgebaut hat, er hat auch neue Begriffe so verwendet, dass sich nur allzu schnell - als Stichworte aufgefangen – ihrem Kontext entziehen konnten: ‚Kernform', ‚Körperform', Kunstform', ‚Ornamenthülle'."[165] Dabei ist für die „Kernform jedes Gliedes <…> das mechanisch nothwendige, das statisch fungierende Schema; die Kunstform dagegen nur die Funktion-erklärende Charakteristik."[166]

Exkurs: Behälterraum in der Architekturtheorie

Oechslin stellt weiter dar, wie rasch die vom deutschen Architektur- und Kunsttheoretiker Carl Bötticher eingebrachte Kern-Hülsen-Metapher erweitert und schliesslich in ihr Gegenteil verkehrt werde: „Und sobald man dieses Bild etwas dynamischer betrachtet, kann daraus auch das ‚*Den-Kern-aus-der-Hülle-befreien*' werden. Die ‚Bekleidungstheorie' hat ihrerseits schon bei Semper das Maskieren – und damit alle nur erdenklichen zusätzlichen, positiven wie negativen Assoziationen – heraufbeschworen."[167] Als im Laufe der Zeit „die der Meta-

pher einverleibte dynamische Ausrichtung ans Ziel gelangt" ist, „erübrigt sich das Bild von Stilhülse und Kern. Jene ist abgelegt. Es bleibt der befreite Kern. Er liegt da, blank und rein, geometrisch eindeutig, zeitlos und ewig. <…> Und dies spiegelt sich noch lange, nicht zuletzt in der Trivialformel von ‚kubisch-weiss-autonom.'"[168]
Oechslin weist darauf hin, dass auch mit der Befreiung des Kerns, die Frage nach dem Wesen der Architektur nicht erledigt worden ist, denn: „Auch der nackt zutage tretende Kern wird sein Inneres bewahren und sich nach aussen als ‚Körper' darstellen."[169] Diese Problematik bringt dann psychologisierende Betrachtungsweisen und Lösungsansätze hervor, die allmählich als „Neuansätze zu einer Theorie von Raum und Körper zur Gestaltpsychologie ausgewachsen"[170] sind.
Bei dem durch den Wegfall der Hülle eingetretene Argumentationsengpass kamen dem deutschen Kunsthistoriker August Schmarsows Überlegungen zur Architektur als Raumgestalterin, die sich nach der menschlichen Raumanschauung richtet, ganz zupass. Er sieht die höhere Einheit von Raum und Körper im Bild[171] verwirklicht: „Jede Gestaltung des Raumes ist zunächst Umschliessung eines Subjektes <…>. <…> Die Architektur als unsere Raumgestalterin schafft als ihr Eigenstes, das keine andre Kunst zu leisten vermag, Umschliessungen unserer selbst, in denen die senkrechte Mittelaxe nicht körperlich hingestellt wird, sondern leer bleibt nur idealiter wirkt und bestimmt ist als Ort des Subjektes. <…> Das Raumgebilde ist eine Ausstrahlung gleichsam des gegenwärtigen Menschen, eine Projektion aus dem Innern des Subjektes, gleichviel ob es leibhaftig darinnen ist oder sich geistig hineinversetzt, <…>."[172]
Der deutsche Architekt Walter Gropius spricht in diesem Zusammenhang „von ‚Wesensforschung' <…> Aber anstatt solches genauer auszuführen, wie etwa Bötticher, stellt er weitere Forderungen in den Raum <…>"[173], auf die hier aber nicht weiter eingegangen werden kann. Später kommt man in der Architektur-Diskussion vom isolierten Kern wieder weg und sucht eine Verbindung zur Hülle unter dem Aspekt der Zweckmässigkeit. „Hilberseimer spricht vom ‚Zweckcharakter des Bauwerks' und verdoppelt damit gleichsam den Zusammenhang von Inhalt und Form über Zweck *und* Charakter."[174] In der Stadtutopie des deutschen Architekten Ludwig Hilberseimers aus dem Jahre 1924 ist die Behälter-Raum-Vorstellung nochmals sehr spürbar. Der Schweizer Kunsthistoriker Adolf Max Vogt weist darauf

hin, dass Architektur „seither in vielen Fällen in der Tat Verpackung und nichts als Verpackung ist <…> solche Boxenstädte oder Containerstädte, die 1924 nur erst Utopie waren, heute tatsächlich verwirklicht werden, sei es in Hongkong oder Südamerika, im Ostblock oder hier."[175] Denkt man in den Behälterraum-Ansatz weiter, so erkennt man darin die bekannten Gegenüberstellungen wie Materie und Form, Inhalt und Form, Ausdruck und Form. Letzterem Thema widmet der in Winterthur geborene Kunsthistoriker Heinrich Wölfflin seine Dissertation und fragt gleich zu Beginn: „Wie ist es möglich, dass architektonische Formen Ausdruck eines Seelischen, einer Stimmung sein können?"[176].

Man darf dieses Thema jedoch nicht nur aus Sicht der Architekturtheorie oder Kunstgeschichte betrachten, sondern muss auch seine soziale Dimension erkennen. Es ist kein Zufall, dass die entscheidenden Impulse zu der dargestellten „Befreiung" der Architektur in Deutschland - und dort vor allem in einem bürgerlich-protestantischen Umfeld - entwickelt wurden. Denn wie Elias im ersten Band seiner Zivilisationstheorie aus soziologischer Sicht ausführlich darstellte, hat die Differenzierung zwischen „höfisch-galanter" Form und „bürgerlich-profundem" Inhalt auch einen sozialen, emanzipatorischen Hintergrund. „Höflichkeit, Geschmeidigkeit, feine Manieren auf der einen Seite, feste Bildung, die Tugend der Ehre vorziehen, auf der anderen: das deutsche Schrifttum in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts ist voll von solchen Gegenüberstellungen."[177]

Die Schweizer Architekturhistorikerin Bettina Köhler zeigt aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive im Blick auf die Schweiz, wie solche national-kulturellen und schichtungsbezogenen Vorurteile marktwirtschaftlich umgedeutet und genutzt worden sind. Mit der Kritik des deutschen Kunsthistorikers Jacob von Falke[178] am französischen Geschmack wurde die in der Schweiz des späten 19. Jahrhunderts immer noch beliebte Bevorzugung von Pariser Produkten zu hinterfragen versucht, allerdings mit dem marktwirtschaftlich klugen Hinweis für die Schweizer Möbelindustrie, dass die einheimischen Angebote nur konkurrenzfähig sind durch die schöne Form.[179]

Der deutsche Kunsthistoriker Hans Zitko erinnert an Überlegungen des deutschen Soziologen Max Weber und seinen Landmann und Kunsthistoriker Hermann Bauers, wenn er schreibt, dass in Analogie zum Kirchenraum, im Lebensraum der höfischen Gesellschaft die

Repetition streng kodifizierter Sprech- und Handlungsakte jeder Gestus nach einem festgelegten Schema ausgeführt wird. Dies bildet „ein strukturelles Korsett, das das Leben des Einzelnen durchdringt und auf diese Weise an die göttliche Ordnung bindet. <…> Dem präziösen, überquellenden Dekor höfischer Architektur entspricht ein System gesellschaftlicher Zeremonien, dem sich der Einzelne – will er am höfischen Geschehen teilnehmen – zu unterwerfen hat. Streng reglementiert, verwandelt sich der soziale Interaktionsprozess selbst zum Ornament, das als Darstellungs- und Reproduktionsmedium gesellschaftlicher und politischer Macht fungiert; auch hier sind ornamentale Strukturen Reflex einer Formalisierung des sozialen Verhaltens."[180] Dass diese Ornamentalisierung als Verfeinerung und Befreiung der „Architektur im Privaten" zu verstehen ist und nicht als Nobilitierung des niedrigen „decorum", darauf hat – wie erwähnt – schon Röver ausführlich hingewiesen.[181]
Der Aspekt des Ornamentalen in einem Brückenschlag zwischen physischer Form, Sprache und Gesellschaft, bringt der deutsche Soziologe Niklas Luhmann auf den Punkt, wenn er schreibt: „Was für die Evolution der Gesellschaft die Evolution von Sprache bedeutet hatte, ist für die Evolution des Kunstsystems die Evolution des Ornamentalen."[182] Wenn nun nach dem berühmten Diktum des Wiener Architekten Alfred Loos „Ornament und Verbrechen" etwas gemeinsames haben, so müsste im Umkehrschluss zu Luhmanns Aussagen die geforderte Ornamentlosigkeit zu Sprachlosigkeit führen.

3.4.1 Raum und Innenarchitektur

Diese Entwicklungen und Überlegungen bilden die Ausgangs- und Grundlage für die Hauptideen der Architektur der Moderne. Der deutsche Architekturhistoriker Jürgen Pahl fasste deren zentrale Merkmale unter anderem so zusammen: „Überwindung raum-zeitlich gebundener, geschlossener Konventionen (Stile) zugunsten vielfältiger, Raum-Zeit-unabhängiger, offener Erfindungen. <…> Vielfalt architektonischer Ausdrucksweise solle dem gesellschaftlichen Pluralismus entsprechen und diese bildhaft machen. Aufhebung der Trennung von innen und aussen und Verknüpfung von Aussenraum und Innenraum zur Kontinuität des Gesamtraumes. <…> Nicht mehr die den Raum begrenzende Fläche ist das Thema rhythmischer Gliede-

rung, sondern der Raum selbst. <…> Architektur <…> macht ihre Funktion zu ihrem Gestaltthema: sowohl die Funktion <…> als ‚Zweckfunktion' als auch <…> als ‚Symbolfunktion'."[183]
Diese Beschreibung kann, in der Terminologie von Löw, als Weg vom absoluten Behälterraum zum relativistischen Raum interpretiert werden, zum Historismus, Eklektizismus bis hin zur skulpturalen und dekonstruktivistischen Architektur: „Die Ablösung von der übernommenen Eindeutigkeit durch Einführung von Mehrdeutigkeit."[184]
Doch der Schritt zum relationalen Raumverständnis gelingt nach Neumeyer nicht. Er vermerkt nämlich kritisch, dass weder

- der „bildverliebte" (Wand als Niemandsland und vermietbare Werbefläche)
- der „objektverliebte" (Architektur als Skulptur, die keinen Raum schafft) noch
- der „raumtrunkene" Architekt (Fehlen der Strukturkategorien einer bildhaft-festen architektonischen Raumform)

in der Lage sind, „einen ‚Standpunkt' in der Welt beziehen zu können."[185] Und ohne diesen Standpunkt sind Relationen immer relativistisch und beliebig und damit qualitätenfrei, eine „Architektur ohne Eigenschaften".
Das genannte Fehlen einer bildhaft-festen architektonischen Raumform zeigt sich im scheinbaren Verschwinden der Wand zwischen innen und aussen durch den Einsatz von Glas. Dadurch wirkt „die Natur" in die Gebäude hinein, oder sie wird zusätzlich als Pflanzenschmuck und Wintergarten ins Haus hineingetragen. Diese Auflösung der Wand bedeutet auch eine des Fensters und damit – auf Seiten der Malerei - auch des Gemäldes als Fenster. Wie Belting darstellte, hat sich ja das Gemälde von der Wand in dem Sinne „emanzipiert", als dass Bild und Wand in der Wandmalerei eng verbunden waren, sich dann durch die Wandteppiche eine erste Distanzierung und Flexibilisierung ergab und es schliesslich - als Gemälde - als Nahtstelle von drei Räumen fungierte: dem Eigenraum des Betrachters, dem Bildraum und dem Vorstellungsraum „hinter" dem Bild.[186] .
In der modernen Architektur wird zwar der Raum oft als Bild betrachtet, dabei aber – im Sinne des oben erarbeiteten Grundmodells - nicht bis zum Explikat der Atmosphäre vorgestossen. Der Architekt steht mit analytischem Blick ausserhalb des Raumbildes. Der Zwi-

schenraum wird so zum Leerraum zwischen additiv gesehenen Behältern (Teilräume, Objekte). Diese wiederum werden sozusagen zu Ornamenten des Raumbildes, Ornamente, die die Raumhülle verlassen haben und im Zwischenraum präsent sind – auch in Form von Kunstwerken wie Bildern, skulptural gestalteten Möbeln etc.[187]
Pahl betont, wie übrigens viele Autoren, dass die Vielfalt der gestalterischen Ausdrucksweisen neu sei. Diese Sichtweise steht ganz in der Tradition des genannten absolutistischen Behälter-Modells von Raum und Zeit und übersieht dabei die frühere Vielfalt des Nebeneinanders von Stilwelten. Es betrachtet eine Gesellschaft zu einer bestimmten Zeit-Epoche als einheitlichen Zeit-Raum, der sich gegenüber anderen Epochen-Räumen unterscheiden lässt. Innerhalb dieses Behälter-Zeit-Raumes herrscht dann ein sogenannter Zeitgeist, der in unterschiedlichem Tempo Innovationen kreiert, die sich dann so akkumulieren, dass schliesslich wieder eine neue Epoche definiert werden kann. Wenn nun Architektur primär das Wesen des Zeitgeistes zum Ausdruck bringen soll, heisst das übrigens auch, dass das Wesen des Bauherrn oder Raumeigners aus dem Blickfeld geraten ist und bestenfalls über die Raumfunktion in den Gestaltungsprozess Einzug hält (siehe später: Designprozess-Management). Wobei zu betonen ist, dass auch die Idee des Zeitgeistes schon früh kritisiert wurde, so durch Adolf Loos, der vielmehr „Gültigkeit“[188] und damit Zeitlosigkeit forderte.

3.5 Management von Raumgestaltungsprozessen

Im Bereich der Raumgestaltung ist eine Vielzahl von Professionen mit der Gestaltung von Teilbehältern des Raumes beschäftigt: Architekten, Innenarchitekten, Dekorateure, Stadtentwickler und Raumplaner, Landschaftsarchitekten, Gärtner etc. Diese wiederum huldigen unterschiedlichen Ansätzen und haben verschiedene Ausprägungen von Selbstverständnissen entwickelt, je nach den oben dargestellten architekturtheoretischen Grundlagen und Arten der Raumvorstellungen.
Im 20. Jahrhundert beherrschte der Typus des ästhetischen Selbstverwirklichers die Diskussion in den Medien und üppig illustrierten Monografien von Architekten und auch Designern. Der Nachfragemarkt-

Logik folgend mussten sie sich selber und ihr Werk immer mehr markenzeichenhaft profilieren, was den skulpturalen Ansatz förderte, der selbstbezogen im Raum steht. Hier verwirklichte sich immer mehr das Behälterraum-Verständnis in ihrer relativistischen Ausprägung. Doch parallel dazu entwickelte sich am anderen Pol, bei den Architekten, die sich als zweckorientierte Manager, als Generalplaner etc. verstanden, im gleichen Geiste ein funktionaler Ansatz ohne Bezug zum Umfeld, der zum Beispiel aus dem Schweizer Mittelland zumindest in den Industriezonen einen jener Nicht-Orte machte, die Augé beschreibt – ein wesentlicher Grund übrigens dafür, dass aus dem Mittelland auch mit viel Werbegeld kein attraktives Reiseziel konstitutiert werden kann.
Nachfolgende Abbildung zeigt nun mögliche Ausprägungen des Selbstverständnisses von Raumgestaltern, die prinzipiell alle durchaus Hochstehendes leisten können.

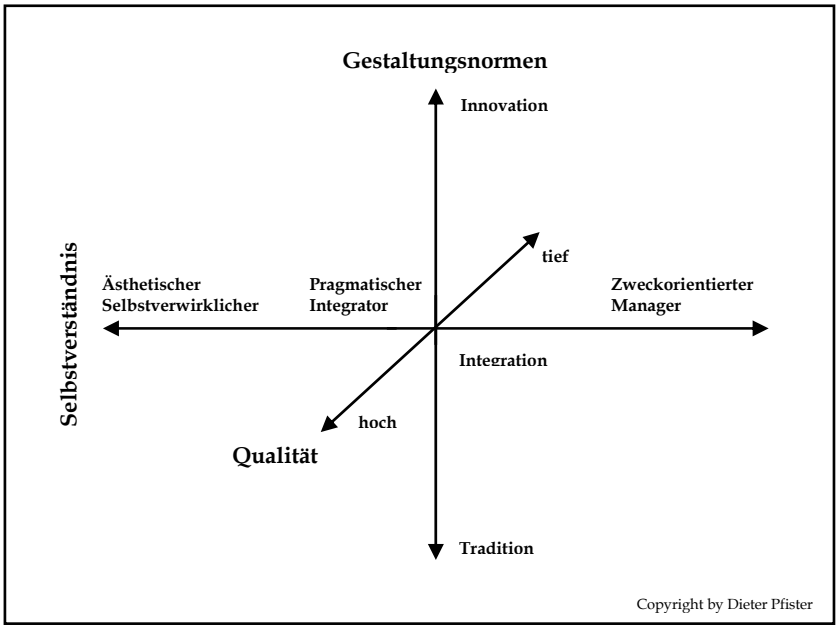


Abbildung 53: Raum der Ausprägungen des beruflichen Selbstverständnisses von Architekten, aus: Pfister, Dieter: Integration, Innovation, Tradition – in der Architektur. Hugo Pfister zum 80. Geburtstag, Basel 1999, S. 7

Wenn nun das Ausdehnen von Nicht-Orten im Raum und auch in Häusern gestoppt werden soll, muss – neben dem grundsätzlichen Überdenken des Raumverständnisses – auch der Prozess der Raumgestaltung kritisch hinterfragt werden. Beliebigkeit und Selbstbezogenheit der Gestalter müssten ersetzt werden durch mehr Nachhaltigkeit. Dies hat aus der Erkenntnis heraus zu erfolgen, dass dem, gemäss Brandom,

- normativen und verpflichtenden Charakter des Umgangs mit Begriffen und Behauptungen als Orten im Raum der Gründe
- im physisch-nonverbalen und seelisch-emotionalen Bereich ein ebenso verpflichtender, kohärenter Umgang mit den raumkonstituierenden sozialen Gütern und Lebewesen

entsprechen muss. Positive Stimmung entsteht so auf der Grundlage von Stimmigkeit, Glaubwürdigkeit und Echtheit.
Im Ineinandersein von Denk- und Wissensraum sowie sinnlich wahrnehmbarem Raum und in der Integration des Menschen in die „Ortslogik", ist Raum immer auch Eigenraum des Raumeigners. Es ist interessant festzustellen, dass in den gängigen Darstellungen der Designtheorie und der Prozesse des Designmanagements die Auftraggeber wenig behandelt werden. Das hat einerseits damit zu tun, das Designobjekte immer mehr marktorientiert entwickelt werden und damit der Auftraggeber zum „unbekannten" Wesen namens Markt, Kunde oder Zielgruppe anonymisiert wurde. Da der Auftraggeber kaum je physisch in den Prozessen präsent ist, konnte anderseits der Designer als Persönlichkeit dominant und als Marke stilisiert werden.
Wenn es aber darum geht, vor allem im privaten Wohnbereich und in den inhabergeführten Unternehmen die Persönlichkeit des Raumeigners zu zeigen, dann fehlt hier meist der Ort im Design-Prozessablauf, wo dies geschehen könnte.
Was das Hotel und vor allem das historische Hotel in diesem Zusammenhang so interessant und herausfordernd macht, ist, dass hier der spezielle Fall vorliegt, wo

- ein klares Profil der Hotelierpersönlichkeit und dessen Entwicklung in der Zeit und
- klare und sehr persönliche Erwartungen und Bedürfnisse auf Seiten des Gastes

miteinander in Relation gebracht werden müssen. Die Konsequenzen für das Management des Gestaltungsprozesses werden später noch vertieft.
Dabei bleibt Innovation natürlich weiterhin zentral, wird aber nicht zentralistisch-absolutistisch im Einheitsraum verordnet, sondern in den verschiedenen Begründungs- oder Mentalitätsräumen und Gestaltungswelten in unterschiedlichen visuellen Ausprägungen verortet. Denn durch das oben dargestellte, einseitig innovationsorientierte Geschichtsbild, das Modernisierung im Ästhetischen als eine immer wieder neuartige Visualisierung der Kernform darstellt, muss lebensnäher ersetzt werden durch ein Weltbild, das die Tatsache anerkennt, dass die dem Gebrauchszweck kennzeichnende Kernform in ihrer Einfachheit schon immer da war, wie es zum Beispiel der in Dänemark tätige Designer Adrian Heath und seine Kollegen in einer Ausstellung über „300 Years of Industrial Design" darstellten.
Betrachtet man demnach Kunst-, Architektur-, Sozial- und Wirtschaftsgeschichte vernetzt, so wird klar, dass die ornamentlose Einfachheit aus dem Kulissenraum der „Domestikenwelt", der „einfachen Leute" sowie der Welt der Handwerkerateliers, der Küche und des Bades auf den „Bühnenraum" der Gesellschaft weiter fortschreitend und in dem Moment salonfähig wurde, als der Salon langsam verschwand, der private Lebensraum den Anspruch auf gesellschaftliche Wirkung und Geltung verminderte und damit die Raumgestaltung oft beliebig wurde.
In einem relationalen Verständnis von Raum und Zeit tritt nun anstelle des Gegensatzes von alt und modern, welche die Ablesbarkeit der Entstehungszeit auch in einem stilistischen Sinne fordert, wieder der Gegensatz von alt und neu hervor, bei dem das Alte vor allem durch das Entstehungsdatum und seine – echten – Gebrauchsspuren erkennbar wird und das Neue durch deren Nicht-Vorhandensein. Innovation heisst dann nicht mehr primär Originalität als aussergewöhnlich kreative Leistung eines Autors, sondern Authentizität als kohärente Antwort auf komplexe Anforderungen einer Situation, als Qualität im Umgang mit den Beziehungen, die in der Struktur des relational verstandenen Raumes gegeben sind. Kohärenz ist also nicht mehr, wie bei Bötticher oben dargestellt, eine zwischen Materie und Form, sondern eine der Qualität der Begründungszusammenhänge im Raum des Denkens, der Gründe, des konzeptionellen Designs.

Um das zu erreichen und damit die Realisierung des eigenschaftsarmen Nicht-Ortes zu verhindern, muss man das Design des Designs, die Architektur der Architektur zu verstehen suchen, explizier- und diskutierbar machen. In diesem Sinne sollen die oben dargestellten Explikate

- zu einem System vernetzt werden und
- durch das In- Beziehung-bringen dieser Explikate im Denkraum und ebenso im sinnlich wahrnehmbaren Raum
- die besonderen Qualitäten des Raumes

beschrieben werden. Dies sind die Themen des nächsten Kapitels.

4. Qualität

Auch hier werden gleich zu Beginn die relevanten Begriffe definiert.

4.1 Qualitätsbegriff

Aus philosophischer Sicht handelt es sich bei „Qualität" um die „Beschaffenheit, Eigenschaft, das ‚Wie' und ‚Was' der Dinge". Sie ist die Bezeichnung für „die ursprüngliche und wirkliche Einheit oder auch Mannigfaltigkeit eines Wirklichen, die noch keinerlei räumliche oder gar begriffliche Zergliederungen voraussetzt, sondern diese vielmehr erst anschaulich ermöglicht; z.B. <…> farbig, weich, hart."[189]
Die griechische Philosophie unterschied zwischen primären und sekundären Qualitäten. Die mit empirisch-geometrischen Methoden arbeitenden Naturwissenschaften beschäftigen sich mit den primären Qualitäten (Solidität, Ausdehnung, Gestalt und Bewegung), nicht aber mit den sekundären Qualitäten (Farbe, Töne, Geruch etc.), da sie als Wirkungen gedacht sind, welche die primären Qualitäten im Menschen hervorrufen. Nach Aristoteles sind Qualität, wie Quantität, Ort, Zeit und Relation Kategorien, also allgemeinste Begriffsformen und Grundformen des Seins der Erkenntnisgegenstände.[190]
Nishida macht deutlich, dass das Räumliche mit seiner einheitsschaffenden Kraft als solches eine Qualität darstellt. Hier klingt die genannte Idee der Qualität als „Einheit eines Wirklichen" wieder an. Für Nishida erscheint alles zum Vorschein Tretende im Raum, „wobei das Räumliche als die allgemeine Qualität der Dinge begriffen wird und somit alles unter den Allgemeinbegriff subsumiert wird."[191] „Seiendes kann als *reine Qualität* aufgefasst werden, wobei aber die Dinge nicht im Hintergrund der Qualität liegen, sondern die Qualität im Hintergrund der Dinge liegt; <…> Wenn man den Gedanken, den Allgemeinbegriff als Ort aufzufassen, bis zum Äussersten radikalisiert, werden die Dinge zur reinen Qualität, wenn der Ort, in dem sie sich befinden, zum absoluten Nichts wird."[192]

Qualität zeigt also die Eigenschaften eines Dinges bevor eine analytische Trennung zwischen dem Innen und dem Aussen stattfindet. Qualität wird vielleicht gerade deshalb aus Sicht der Behälterraum-Vorstellung eine Herausforderung, weil sie als Erlebnisqualität dem differenzierenden und atomisierenden Geist nicht leicht zugänglich ist.
Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht und wie in einer früheren Publikation[193] schon dargestellt, wird unter Qualität im allgemeinen Beschaffenheit, Güte und Wert eines Produktes oder einer Dienstleistung verstanden und durch

- die Gesamtheit der Eigenschaften und Merkmalen der Dienstleistung oder des Produktes bestimmt,
- die sich auf deren Eignung zur Erfüllung gegebener Erfordernisse/Anforderungen bezüglich Gebrauchstauglichkeit, Preis und Termine bezieht.

Das Qualitätsmanagement fordert dies auf Anhieb und täglich. Diese heutige Vorstellung von Qualität hat sich im Laufe des 20. Jahrhunderts langsam weiterentwickelt, von der Qualitätskontrolle der 50er Jahre über die Qualitätssicherung der 60er und 70er Jahre bis zu den Anfängen des Qualitätsmanagements in den 80er Jahren, wo zunächst die tangiblen Güter, vor allem die Produkte der Investitionsgüterindustrie im Zentrum standen. In den 90er Jahren kam es dann im grossen Stil zu den Zertifizierungen, wobei der Dienstleistungsbereich immer etwas auf Distanz blieb.
Heute wird in Wirtschaftsunternehmen und Verwaltung Qualität als Prozess verstanden, der sich vom Kernprodukt bis zu den Serviceleistungen erstreckt. In diesem Prozess üben die Mitarbeiter einen wesentlichen Einfluss auf die erfolgreiche Entwicklung und das Ergebnis der Qualität aus. Hier zeigt sich das Ineinandergreifen von Wissens-, der Produktentwicklung und Marketing.
Aus der Sicht des Marketings kann Qualität als Grad der Eignung eines Produktes hinsichtlich seines Verwendungszwecks bezeichnet werden. Nach Rummer drückt Produktqualität „eine Subjekt-Objekt-Beziehung aus, die das Anforderungsprofil des Nachfragers an ein Produkt seinem Eigenschaftsprofil gegenüberstellt."[194]
Wie ebenfalls schon früher dargestellt[195], kann in Anlehnung an die amerikanischen Marketingspezialisten Philip Kotler und Eduardo Ro-

berto[196] auch für Kultur-Produkte – und historische Hotels sind Kulturdenkmäler – die Qualitäts-Definition entwickelt werden. Auch hier steht im Zentrum jedes Produktes die Absicht, ein Problem zu lösen oder ein Bedürfnis zu befriedigen (Kernprodukt). Um den Kern legen sich wie Schalen die Stufen der weiteren Produktentwicklung und –ausgestaltung. Zum formalen Produkt wird einen Idee durch die gestalterische Kraft des Menschen: Er gibt dem Produkt einen Namen und ein Aussehen, formt die Materie zu einem Gegenstand (materiell und immateriell) brauchbarer Qualität. Zum erweiterten Produkt zählen Zusatzleistungen wie Garantie, Service, logistische Angebote (z.B. Hauslieferung). Inwieweit Fragen der Vermittlung, der Präsentation und der Verteilung zum Produkt selber zu zählen sind oder als Marketing-Tätigkeiten ausserhalb zu stehen kommen, ist von Produkt zu Produkt verschieden.
Im Blick auf die Tourismusbranche stellt der Schweizer Tourismusforscher Hansruedi Müller fest, dass „Qualität in den 80er-Jahren primär eine volkswirtschaftliche und damit politische Dimension hatte, also eine Entwicklungsstrategie darstellte“[197] und erst in den 90er-Jahren in der touristischen Betriebswirtschaft zu einem zentralen Thema wurde. Im Bereich der Hotellerie und Gastronomie standen hier bisher vor allem die Qualität der Ausstattungs-Hardware im Infrastrukturellen, der Angebote (Essen, Trinken etc.) und des Service in Zentrum. Die Raumgestaltungsqualität jedoch spielt bis heute keine Rolle.

4.1.1 Qualität und Design im Objektbereich

Ein wichtiges Ziel der Designqualität ist es, die Lebensqualität zu erhöhen. Der Schweizer Architekt und Künstler Max Bill hat aus künstlerischer Sicht die Qualitäten der „guten Form“ eines Gegenstandes der Umweltgestaltung, durch die es zum Kulturgut werden kann (zum Beispiel Möbel, Geräte, Maschinen etc.), folgendermassen definiert:

- „Zweckmässigkeit. Der Gegenstand soll auf die bestmögliche Weise alle Zwecke erfüllen, für die er geschaffen wurde.
- Gebrauchswert. Verwendetes Material und Herstellungsweise sollen dazu dienen, den Gebrauchswert des Gegenstandes bestens zu fördern.

- Formentsprechung. Die äussere Form und jeder einzelne Bestandteil eines Gegenstandes sollen mit dem zu erfüllenden Zweck und den zur Verwendung gelangenden Materialien übereinstimmen.
- Ästhetische Einheit. Die Form des Gegenstandes soll, über die nur materielle Zweckerfüllung hinaus, nicht nur das zwangsläufige Ergebnis der eng begrenzten Zweckerfüllung sein, sondern die Gesamtheit der zu erfüllenden Funktionen soll zu einem harmonischen Ganzen geformt sein und dadurch einen ästhetisch einwandfreien Gesamteindruck erwecken."[198]

Diese Überlegungen sind auch heute noch bedenkenswert und fliessen teilweise in das hier entwickelte SQM-Modell ein.
Die wirtschaftswissenschaftliche Definition von Design-Qualität geht, weil sie meist die Produkte isoliert betrachtet, von einer Behälter-Vorstellung von Dingen und Produkten aus. Diese isolierende und individualisierende Betrachtungsweise wird durch das moderne Marketing verstärkt, geht es doch darum, die Neu- und Einzigartigkeit herauszustreichen. Ganz wie beim autonomen Kunstwerk werden dann Produkte und dienstleistende Menschen zu Markenzeichen im Marktraum und immer mehr auch im sozialen Raum. Der designmässig gestaltete Lebensraum wird seinerseits mit Markenartikeln ausgestattet, Designermöbeln und –objekten, die individualistisch ihr Nebeneinander im Raum und beziehungslos vor den Wänden der Raumbehälter stehend, den skulpturalen Ansatz vorleben – sozusagen die Idee der „Sozialen Skulptur" des deutschen Künstlers Joseph Beuys ins objekt-designhafte übertragen und dabei stark individualisieren und ent-relationalisieren.
Im Designmanagement werden unter Gebrauchsfunktionen jene Produkteigenschaften verstanden, „die dazu bestimmt sind, die unmittelbaren Gebrauchszwecke eines Produktes im Verwendungsprozess zu erfüllen. Der praktische Nutzen eines Objektes wird hier gedanklich in den Vordergrund vor den ästhetischen oder sozialen Nutzen gehoben <…>"[199] und unter dem Stichwort der gebrauchstechnischen Qualität behandelt.
Die Gebrauchsfunktion betrachtet die rationale Ebene vor allem im Blick auf tangible Produkte und betont den Grundnutzen, der im Kernprodukt versprochen und erwartet wird. Die immateriellen Dimensionen des Produktkerns werden dann durch die Symbol- und Anzeichenfunktion visualisiert.

4.1.2 Qualität und Kunst

Mit der schwierigen Beziehung zwischen Kunst und Qualitätsfragen beschäftigt sich die Kunstwissenschaft immer wieder. Der deutsche Kunstkritiker Claus Borgeest sucht nach einer Antwort auf die Frage, weshalb sich die „Kunstwelt" zur Mitte des 20. Jahrhunderts so schwer tut mit dem Qualitätsbegriff: „Wenn wir davon ausgehen müssen, dass Menschen eine Scheu haben, das Qualitätsgefühl (und damit das Kunstphänomen) zu erklären, so kann diese Scheu nur das Ergebnis einer kulturell eingesetzten Tabu-Angst sein. <…> Wenn es den Kunstbegriff gibt, ohne das sich sagen liesse, woran Kunstwerke erkennbar sind - <…> so bleibt nur der Ausweg, dass die Kunst die kultische Erhöhung einer Daseinsordnung ist, deren Geltung und Autorität auf Undurchschaubarkeit angewiesen ist."[200]

Diese kultische Erhöhung erfasste im 20. Jahrhundert eine Zeit lang auch die Figur des Künstlers und die von ihm erwarteten Qualitäten. „Die dem Künstler auferlegt Rolle des Aussenseiters ist weit anstrengender und verpflichtender als jede einer festen Konvention unterworfene Daseinsform. <…> die Pflicht, wie sein eigenes Markenzeichen herumzulaufen und ein längst unglaubwürdig gewordenes und zur Clownerie depraviertes Rollenbild exhibieren zu müssen, ist nur erträglich bei einem Reflexionsniveau, welches es erlaubt, dies alles für pure Selbstbestimmung zu halten."[201] Mit Borgeest kann man sich die Frage stellen, ob dieser Künstlertypus wirklich Vorbild, oder nicht eher „Opfer" der Gesellschaft ist.

Wenn nun in diesem Künstler-Selbstverständnis der kunstschaffende Mensch als Maler, Architekt, Designer etc. im Gestaltungsprozess eine immer sichtbarere Rolle spielt, wie dies in bestimmten Kunstrichtungen des letzten Jahrhunderts geschah, so wurde damit der Prozess des Kunstschaffens zunehmend mehr verräumlicht und auch als eine Art „gesellschaftliche Dienstleistung" betrachtet. Dadurch wird der Künstler zur „lebenden Skulptur" im Raum und, wenn er die Vorgaben der Marktwirtschaft akzeptiert, zum genannten Markenzeichen seiner selbst. Er sieht sich also als „Behältermensch". Wenn nicht, kann er zur „Sozialen Skulptur" im Sinne von Beuys werden und damit den relational verstandenen Raum betreten.

Eher wieder weg vom kultischen Ansatz führen später die Überlegungen des deutschen Kunsthistorikers Michael Langer, wenn er darauf hinweist, dass im Bereich der Kunst der mit einer Beschaffenheit

verbundene Wert wichtig sei, der das Verhältnis von Eigenschaft eines Gegenstandes oder Sachverhaltes gegenüber einem gegebenen Interesse angibt.[202] Er definiert drei Teilqualitäten von Kunst und kommt danach zu folgendem Schluss: „Eine Integration der drei Teilqualitäten

- Grad der Intensität,
- Niveau der in der Formsprache verschlüsselten Weltauffassung und
- Grad der Einheitlichkeit

zu *einem* Gesamturteil über ein Kunstwerk kann nur intuitiv durchgeführt werden, da eine exakte Methodik eines entsprechenden Vorgehens fehlt."[203] Diese drei Teilqualitäten werden im hier entwickelten Modell weiterverarbeitet und vernetzt.
Mit seinem Ansatz betont Langer, dass die Qualität eines Kunstwerk autonom, aus dem Werk selbst heraus bestimmt werden müsse, nimmt so den zentralen Aspekt der Autonomie ernst und relativiert damit die Bedeutung der Innovation für die Kunst. „Da die Innovation den finanziellen Wert eines Kunstwerks mitbestimmt, scheint sie eine werthafte Qualität zu sein. Sie ist es jedoch nicht als Qualität des Werkes an sich, sondern nur als Zeugnis der innovierenden Leistungsfähigkeit des Künstlers."[204]

4.2 Qualität und Raumgestaltung

Einige Gedanken von Bill und Langer weiterführend zeigt sich Qualität aus relational-prozessualer Raum-Sicht nun in qualitätsstiftenden Relationen, die eine ganzheitlich wahrgenommene Raumatmosphäre impliziert. Es sind dies einerseits die Relationen, die im Spacingprozess, im Plazieren und Plaziert-Werden zwischen der physisch-nonverbalen (materiellen) und geistig-verbalen (symbolischen) Hauptdimension des Raumes eine Rolle spielen und andererseits jene, die in der Syntheseleistung der seelisch-emotionalen Hauptdimension wichtig sind.
Wie eben dargestellt, zeigt Qualität die Beschaffenheit eines sozialen Gutes oder eines Lebewesens, das „Wie" und „Was" der Dinge. Wie

im Grundmodell der prozessual verorteten Raumvorstellung erklärt, zeigt sich das „Wie und Was“ der Dinge durch analytisch differenzierbare Explikate. Wenn nun Qualität die Eigenschaften der Dinge vor ihrer analytischen Trennung aufzeigt, so müssen die gezeigten Explikate miteinander in eine enge Beziehung, in Relation gesetzt werden.
Im Sinne des löw'schen Spacings sind zunächst die Explikate der sinnlich wahrnehmbaren und der geistigen Hauptdimension des Raumes in Relation zu setzten und diese wiederum durch den Syntheseprozess zu verbinden. In diesem Kreisprozess werden unablässig Vorstellungs- und Erinnerungsbilder mit im Erleben gesehenen Wahrnehmungsbildern in Beziehung gesetzt. Diese Vorstellungs- und Erinnerungsbilder sind individuell verschieden, bilden die Geschichte des Lebens und des Daseins von sozialen Gütern und Menschen ab. Die darin implizit enthaltenen Idealbilder, Soll-Vorstellungen durchtränken alle verbalen und nonverbalen Bilder, also auch alle Begriffe. Mit von Foerster und Brandom liegt hier die implizite Ethik begründet. Die Selbstformung verstanden als Selbstorganisation von Menschen und Institutionen erhält dadurch eine innere Konsequenz, wenn die Welt-, Geschichts-, Menschenbilder zu Leitbildern verdichtet in Beziehung gebracht werden zu Gestaltungsleitbildern und sich in Raumbildern und Atmosphären realisieren, verwirklichen, wirken.
Die „ursprüngliche Einheit“ erwächst im Sinne Nishidas aus dem „Ort des Erlebnisses“, der als „einheitsstiftende Kraft“ des Seelischen auf die geistige und physische Hauptdimension des Raumes wirkt, welch beide zwar – wie erwähnt – aus analytischen Gründen nebeneinander dargestellt, sich aber als gleichzeitig wahrgenommene, gedachte und gefühlte Dimensionen eines Raumes vorgestellt werden müssen. Der Syntheseprozess führt zu hoher Qualität der Raumgestaltung, zu profilierten, nachhaltig wirkenden Eigenschaften, wenn die drei genannten Hauptdimensionen möglichst identisch sind. Kurz: die Qualität eines Raumes wird umso höher, je geringer die Differenzen zwischen den genannten Explikaten ist, je prägnanter und konstistenter diese Vernetzungen sind.
Durch dieses Ineinander-sein, In-sein, durch die Absenz des „Nicht-Orte“ schaffenden „Dazwischen“, kann die Qualitätenlosigkeit als Eigenschaftslosigkeit des Raumes überwunden werden. Das heisst, die Explikate der physischen Hauptdimension des Raumes sind mit jenen

des geistigen in Relation zu setzen und diese wiederum mit dem Seelisch-emotionalen in Beziehung zu bringen. Dieses dreifache In-sein macht den Kern der Echtheit aus. Die Vernetzung aller Explikate miteinander erfolgt durch den von Löw dargestellten Prozess von Spacing und Syntheseleistung, wodurch auch die Beziehungen zwischen den Explizierungsstufen geklärt werden – nämlich ein einem unregelmässigen und unplanbaren, tendenziell sprialförmigen Prozess, der vom Wahrnehmen, Erinnern, Schlussfolgern und Handeln auf immer höhere Qualitätsdichte des Bewusstsein führt, wie die nachfolgende vereinfachende Abbildung zeigt.

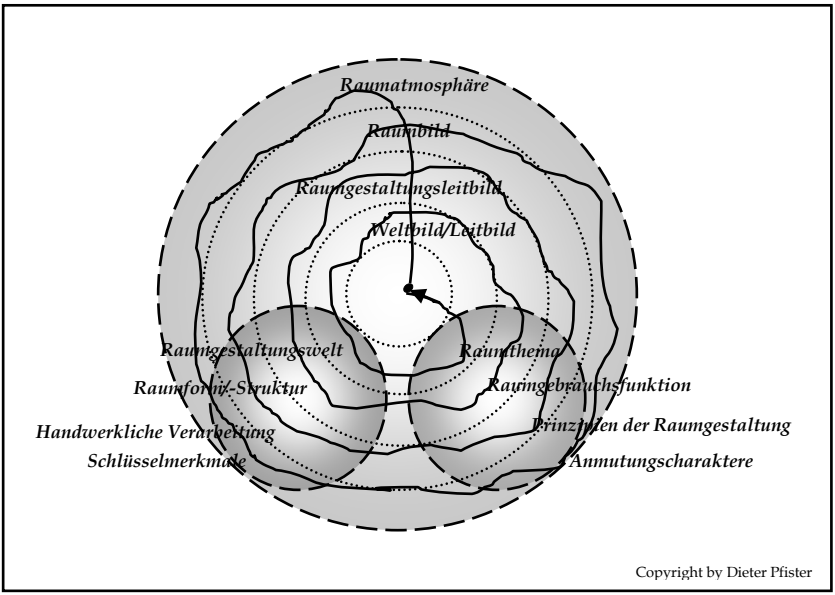


Abbildung 54: Denken, wahrnehmen, erinnen, schlussfolgern, handeln als zwar strukturierbarer, aber inhaltlich unplanbarer Prozess

So kann nun das Grundmodell der relational-prozessualen Raumauffassung im Blick auf die Qualität erweitert werden, wie die nachfolgende Grafik zeigt. Dabei werden die drei Sphären des Raumes im Sinne des eben dargestellten Qualitätsbegriffs miteinander in Beziehung gesetzt.

Diese Modellvorstellung bildet die Grundlage für ein ganzheitliches und nachhaltiges Management von Gestaltungsqualität. Das hier entwickelte Managementmodell soll VisQuaM-Modell (für Visuelles Qualitäts-Management) genannt werden. Das Modell wurde in dieser Ausformung schon in einem früheren seco/Innotour-Forschungsprojekt[205] entwickelt, und zwar im Jahre 2001, wird hier aber erstmals in einer ausführlichen Darstellung veröffentlicht.

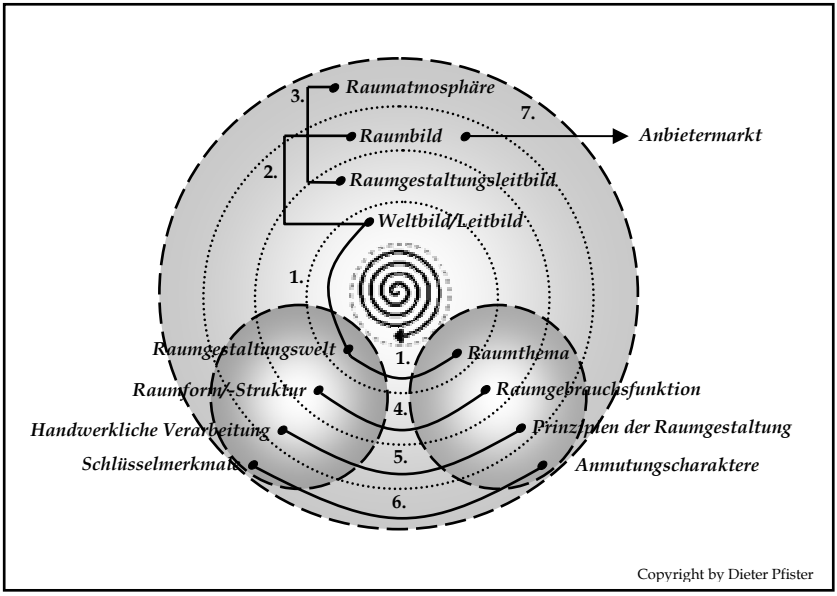


Abbildung 55: Das VisQuaM-Modell und seine sieben Qualitätsindikatoren: 1. Echtheit, 2. Glaubwürdigkeit, 3. Stimmigkeit, 4. Praxistauglichkeit, 5. Formal-handwerkliches Niveau, 6. Erlebniswert, 7. Eigenständigkeit.

Die Qualität einer Raumgestaltung, wie sie ganzheitlich als Raumatmosphäre erlebt wird, kann mit sieben Qualitätsindikatoren beschrieben werden, nämlich Echtheit, Glaubwürdigkeit, Stimmigkeit, Praxistauglichkeit, formal-handwerkliches Niveau, Erlebniswert und Eigenständigkeit. Eine Raumatmosphäre ist demnach je prägnanter, dichter, intensiver und einheitlicher, also von je höherer Qualität, je höher die Übereinstimmungen zwischen den Explikaten der drei

Hauptdimensionen des Raumes, oder umgekehrt, je geringer die Gaps (Differenzen) zwischen den Explikaten sind.
Bei den sieben Qualitätsindikatoren spielt die Echtheit eine herausragende Rolle. Wie die obige Grafik zeigt, ist Echtheit in einer doppelten Relation vernetzt, hat eine Schlüsselstellung zwischen Spacing und Syntheseleistung und damit zwischen allen drei Hauptdimensionen des Raumes. Die sieben Qualitätsindikatoren des Modells werden wie folgt definiert:

- **Echtheit**
  Eine Raumgestaltung ist echt, wenn die Raumgestaltungswelt mit dem Thema des Raumes und den leitenden Vorstellungen des Raumeigentümers übereinstimmt. Echt heisst auch, dass bauliche und gestalterische Massnahmen keine falschen Tatsachen vortäuschen dürfen.

- **Glaubwürdigkeit**
  Eine Raumgestaltung ist glaubwürdig, wenn das Raumbild die Haltungen (Welt-/Leitbild) des Raumeigentümers vermittelt.

- **Stimmigkeit**
  Eine Raumgestaltung ist stimmig, wenn die leitenden Gestaltungsvorstellungen mit der vorgefundenen Raumatmosphäre übereinstimmen und wenn sie im Vergleich zwischen den Räumen sowie mit der Umgebung des Gebäudes harmoniert

- **Praxistauglichkeit**
  Eine Raumgestaltung ist praxistauglich, wenn ihre Ausformung den Anforderungen des praktischen Gebrauchs entgegenkommt.

- **Formal-handwerkliches Niveau**
  Eine Raumgestaltung hat formal-handwerkliches Niveau, wenn ihre Ausführung in der Gesamtheit und in den Teilen (z.B. Wahl der Formen, Materialwahl, Proportionen, handwerkliche Ausführung) den Qualitätsansprüchen des Berufsstandes entspricht.

- **Erlebniswert**
  Eine Raumgestaltung hat Erlebniswert, wenn die einzelnen Schlüsselmerkmale den dominierenden und kommunizierten Anmutungscharakteren (hart-weich, natürlich-künstlich) entsprechen,

die Raumgestaltung alle Sinne des Menschen anspricht und ihm als nachhaltige Erfahrung in Erinnerung bleibt.

- **Eigenständigkeit**
  Eine Raumgestaltung ist eigenständig, wenn sie sich das Raumbild von jenem anderer vergleichbarer Räume in der Umgebung unterscheidet.

Die so definierte Gestaltungsqualität zielt durch Gapminimierung auf Konsequenz, Konsistenz und Prägnanz, je mehr die Ideal- oder Soll-Vorstellungs- und Erinnerungsbilder wirksam sind. Je mehr nun aber im Gestaltungs- und Realisierungsprozes die Vorstellungen anderer Menschen und Institutionen berücksichtigt werden, je mehr soziale Güter oder Menschen ihren Relationen hin zum sozialen oder institutionellen Raum oder zum Marktraum in den Gestaltungsprozess einbringen, umso mehr verliert die Gestaltung an Prägnanz und Persönlichkeit, umso angepasserter bis beliebig wird dann die Ausformung.
Im 20. Jahrhundert wurde auf das „Wissen-Wie" zunehmend Wert gelegt. Der Prozess war fast wichtiger als das Resultat, das Produkt. Doch die Überlagerung des „Wissen-Was" führte zu einer Sinnkrise, die zur Jahrtausendwende einem neuen Höhepunkt zusteuerte. Dazu kam, dass zwei Märkte zu dominieren begannen:

- Der Finanzbeschaffungsmarkt (Stichwort „Shareholder-Value") und
- Der Nachfragemarkt

Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit im Marktraum bedeutet nun im relationalen Raumverständnis, die Beziehungen zwischen

- Wissen-Wie und Wissen-Was
- den Qualitätsindikatoren
- den materiellen und immateriellen Werten des Beschaffungsmarktes

in ein neues Gleichgewicht zu bringen. Es ist die Lebensaufgabe jedes Menschen, aber auch jeder Institution, das eigene Gleichgewicht im „Gapmanagement" zwischen den eigenen Idealvorstellungen und den vermuteten oder erwarteten Anforderungen anderer „Spieler" im Raum der Gründe, der Gesellschaft und des Marktes zu finden.

4.3 Historische Authentizität als Qualitätsanforderungen an die Raumgestaltung historischer Hotels

Im Blick auf die historische Authentizität von historischen Hotels und Restaurants hat die Vereinigung histORhotel spezifische Anforderungen an die Raumgestaltungsqualität definiert, und zwar als Vertiefung der Qualitätsindikatoren der Echtheit, Glaubwürdigkeit und Stimmigkeit. Sie betreffen den Umgang mit der historischen Substanz und deren Dichte und werden wie folgt festgelegt:

- **Ehrlichkeit** (als Aspekt der Echtheit)
  Die Spuren des Gebrauchs müssen sichtbar bleiben. Das bedeutet, dass eine Restaurierung die Objekte nicht in einen „Neuzustand" zurückführen darf und bei notwendigem Ersatz keine künstlichen Gebrauchsspuren angebracht werden.
- **Sorgsamkeit** (als Aspekt der Glaubwürdigkeit)
  Der historischen Substanz muss mit Respekt begegnet werden. So sollen Objekte, die ihre praktische Funktion verloren haben, nicht in jedem Fall entsorgt werden (keine Wegwerfmentalität). Sorgfalt soll auch in der Liebe zum Detail und in der handwerklichen Ausführung spürbar sein.
- **Substanz** (als Aspekt der Stimmigkeit)
  In mindestens der Hälfte aller Gemeinschaftsräume und einem Fünftel aller individuellen Räume müssen mindestens die Hälfte der sichtbaren und dominierenden Objekte (Raumhülle und -ausstattung) vor 1960 entstanden sein.
- **Kontinuität** (ebenfalls als Aspekt der Stimmigkeit)
  Mindestens die Hälfte der in den Hotelräumen sichtbaren und dominierenden Objekte müssen der historisch gewachsenen Raumgestaltungswelt angehören. Die übrigen Objekte müssen im Vergleich zur gewachsenen Substanz so ausgewählt worden sein, dass die Kontinuität den Schlüsselmerkmalen und Anmutungscharakteren gewahrt wird (Ausnahme: bewusstes Kontrast-Konzept).

Mindestens drei dieser vier Anforderungen müssen erfüllt sein, um als historisches Hotel gemäss histORhotel-Standard gelten zu können. Als historische Hotels werden solche Häuser definiert, die als Gebäude vor 1960 entstanden sind.

5. Raumgestaltung und Nachhaltigkeit in Kommunikation und Marketing

5.1 Nachhaltigkeitsbegriff

Der Begriff der Nachhaltigkeit kann im deutschen Sprachraum zurückverfolgt werden bis zu einer Publikation des kursächsischen Wissenschaftlers und Bergbauspezialisten Carl von Carlowitz aus dem Jahre 1713, worin er die rücksichtslose Rodung von Wäldern in seiner Region anprangerte, deren Holz für den Bergbau gebraucht wurde. Er formulierte die Idee so: „Sonsten heisset es nach dem alten Sprichwort: Man soll keine alte Kleider wegwerffen/ bis man neue hat/ also soll man den Vorrath/ an ausgewachsenen Holz nicht eher abtreiben/ bis man siehet/ dass dagegen genugsamer Wiederwachs verhanden."[206]

Bis ins 20. Jahrhundert verwendete man den Begriff im Bereich der Forst- und später auch der Landwirtschaft. Mit der Diskussion um die Grenzen des Wachstums in den 70er Jahren kam es zu einer Ausdehnung des Begriffsinhaltes von Nachhaltigkeit.

Im Jahre 1987 wurde die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung von der UNO-Vollversammlung eingesetzt. Die machte unter dem Vorsitz von Gro Harlem Brundtland die Nachhaltige Entwicklung zum Hauptthema ihres Berichtes und „definierte den Begriff als einen Form von Fortschritt, die die Bedürfnisse der Gegenwart deckt, ohne zukünftigen Generationen die Grundlage für deren Bedürfnisbefriedigung zu nehmen.'"[207]

Das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development) enthält die Erkenntnis, dass ökonomische, ökologische und soziale Entwicklungen in ihrer inneren Einheit zu sehen sind. Diese ganzheitliche Sicht hat sich in verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen zu einer Leitidee entwickelt. So begann man in der aufgeklärten Welt der westlichen Industrieländer (wieder) zu verstehen, dass einseitiges, eindimensionales und technokratisches Denken zu kurz greift und der Natur- und Wissensraum mit dem sozialen Raum und dem Raum der Wirtschaft in Beziehung gebracht werden muss.

Nachhaltige Entwicklung hat so betrachtet viel mit der Beziehung, der Relation des Menschen zum Raum zu tun. Zu Beginn der Diskussion über Nachhaltigkeit im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts wurde der Raum vor allem als Umwelt verstanden, als Natur ausserhalb des Menschen, eben um ihn herum befindlich. Daraus entwickelte sich die Idee des Umweltschutzes. Dabei wurde lange von Um-Weltproblemen gesprochen, also die Natur als etwas ausserhalb des Menschen angenommen.
Durch die Erforschung der Vorgänge von Kommunikation und Information in der Natur verändert sich aber das Bild der Natur. „*Kommunikation ist ein Grundzug von Natur*. Diesem nachspürend ist die Naturwissenschaft gegenwärtig im Begriff, sich tiefgreifend zu verändern."[208] Was dies für die Wissenskommunikation bedeutet, wird in der erwähnten parallel zur vorliegenden Arbeit erstellten Studie über „Wissen – Bildung – Qualität" dargelegt. Hier soll zum Schluss darauf eingegangen werden, was Nachhaltigkeit für Kommunikation und Marketing im institutionellen Sinne bedeuten könnte – eine Fragestellung, die vergleichsweise selten behandelt wird.
Der Aspekt der Nachhaltigkeit von Angebotskommunikation und Marketing soll hier zum Schluss noch kurz dargestellt werden. Im Blick auf die Rolle des Nachfragemarktes ist zu unterscheiden zwischen den Aufgaben, ein historisches Hotel zu analysieren oder ein neues Hotel zu bauen. Im ersten Fall steht eher der Beschaffungsmarkt im immateriellen Sinne im Zentrum, nämlich die Geschichte und die Wert-/Normvorstellungen der Eigentümer. Im zweiten Fall sind die Erwartungen der zu erwartenden Gäste zusätzlich zu den örtlichen kulturellen Gegebenheiten ebenfalls und vorrangig zu berücksichtigen.
Was aber weis man über die Präferenzen des Gastes im Blick auf die Raumgestaltung? Hier läge es zunächst nahe, auf Studien zurückzugreifen, welche sich mit der Ausgestaltung von Wohnungen befassen, ist doch das Hotel eine Art „Wohnung auf Zeit". Im Rahmen einer grossangelegten empirischen Studie gelang es Kritzmöller, im Umgang mit Wohnungsgestaltung acht Cluster zu definieren, denen unterschiedliche Gestaltungsstrategien zugeordnet werden können. „Festmachen lassen sich die Open-Choice-Strategien der acht Cluster an den von Peter Gross aufgezeigten ‚Treibern' der Multioptionsgesellschaft."[209] Diese heissen „Optionierung", „Individualisierung" und

„Enttraditionalisierung". Wenn auch heute, zehn Jahre nach der Veröffentlichung von Gross' Multioptionsgesellschaft, der Aspekt der Enttraditionalisierung wohl nicht mehr die gleiche Rolle spielt, so ist die Idee des Optionenraums in Zusammenhang mit der hier erarbeiteten Studie trotzdem interessant.
Im Alltag werden jeweils „Teile des vielfältigen Optionenraumes als positiv oder negativ bewertet, oder sie werden gar nicht erst wahrgenommen. Anders als bisherige Untersuchungen setzt das Modell damit auf der Ebene der Tiefenstruktur an und gibt Auskunft über das Zustandekommen von Wahlakten, anstatt sie lediglich zu klassifizieren und zur Garnitur von auf Oberflächenphänomenen begrenzte Typologien zu reduzieren."[210]
Das Modell von Kritzmöller unterscheidet vier aktive, „herausgreifende" Cluster und vier passive, „zurückziehende". Sie weist darauf hin, dass die diesen Clustern zugeordneten Menschengruppen nicht rational wählen. „Vielmehr entsteht eine Reduktion von Komplexität nach einem sich wiederholenden, impliziten Muster, das widersprüchlich, bisweilen ‚unsinnig' oder unvernünftig erscheinen mag, das aber entlang ein und dem selben tiefenstrukturellen Prinzip abläuft <…>."[211] Für die Praxis der Raumgestaltung, für Produzenten und Handel, ist es gleichwohl wichtig, den Clustern eine Visualisierung zuzuordnen. So arbeitet auch Kritzmöller mit den Schlüsselmerkmalen Farbe, Material, Form etc. sowie mit Themen und Orientierungen wie Individualismus, Traditionalismus etc.
Die Brücke zur hier vorliegenden Studie kann dort geschlagen werden, wo es um die Strategien geht, welche unser Denken, das Wahrnehmen, Erinnern und Schlussfolgern prägen. Im Blick auf eine mögliche Anwendung von Kritzmöllers Modell im Bereich der historischen Hotels muss aber bezüglich dem Optionenraum festgehalten werden, dass die Bereiche des privaten Wohnens und der des „öffentlichen Wohnens" im Hotel und am Arbeitsplatz unterschiedlich zu behandeln sind. Nachfolgende Abbildung zeigt die Positionierung des Hotels im Umfeld anderer Bauaufgaben.

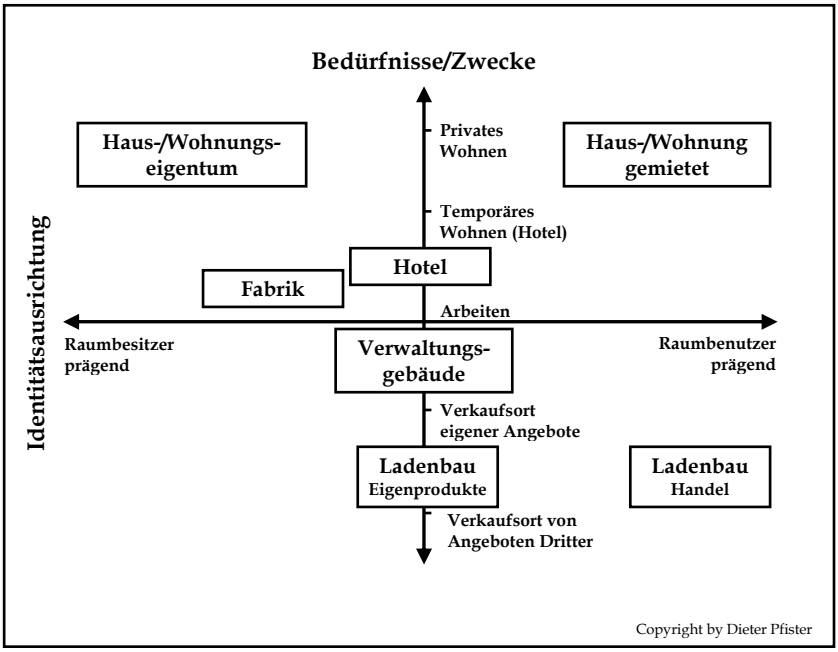


Abbildung 56: Positionierung des Hotelbaus im Vergleich zu anderen Bauaufgaben

Ist der Freiheitsgrad in der Privatwohnung viel grösser, allenfalls beschränkt durch gegebene Räume, finanzielle Rahmenbedingungen und Aushandlungen zwischen Mitbewohnern wie Familienmitgliedern, so geht es bei der Wahl eines Hotels manchmal auch um das bewusste Wählen von anderen Stilwelten, als man sie zuhause hat (Abwechslung, Abschalten).
Im Sinne von Kritzmöllers Ausführungen müssten nun bei grösseren Umbauten oder Neubauten für die Bestimmung der Erwartungen von Gäste-Zielgruppen zunächst deren Gestaltungsstrategien erkannt werden. Dann sollte der Marketing-Suchprozess aber auch im Blick auf Qualitäts-Niveaus durchgeführt werden, und zwar bezüglich der Raumgestaltung generell und bei historischen Hotels auch hinsichtlich der historischen Authentizität.
Schliesslich sei nochmals auf die entscheidende Rolle des Raumeigners hingewiesen, der die Raumgestaltung prägt und damit deren

Prägnanz und Echtheit. Je anonymer die Raumeigentumsverhältnisse und je unpräziser und unbestimmter die Definition der Gäste-Zielgruppen und deren Erwartungen hinsichtlich der Raumgestaltung, desto beliebiger die Raumgestaltung und desto unklarer das Profil im Markt. Auch hier müsste man sich in Zukunft mehr treu bleiben, seiner Herkunft, der Geschichte des Ortes etc. So gilt auch hier: Wer zu vielen gefallen will, gefällt am Schluss niemandem wirklich!
Dies gilt vor allem für Neubauten, bei denen – im Gegensatz zum historischen Hotel und Restaurant – fast alles möglich erscheint, von der „Neuerfindung" des Ortes bis zur Findung neuer Gästezielgruppen. Hier kann das VisQuaM-Modell ebenfalls hilfreich sein, zumal es ja strikt in Parallelität zum Denk- und Wahrnehmungsprozess des Menschen konzipiert worden ist. Darauf soll abschliessend noch kurz eingegangen werden.

5.2 Ausblick: Raumgestaltung als (selbst-)bewusster Prozess

Aufbauend auf das SQM-Modell ist, wie erwähnt, als Managementinstrument für die Raumgestaltung der sogenannte VisQuaM-Ansatz (Visuelles Qualitäts-Management) entwickelt worden. Er muss auf Seiten der Menschen (Hotelleitung, Verwaltungsrat) eng verbunden gesehen werden mit dem PerQuaM-Prozess (Persönlichkeits-Qualitäts-Management), welcher in der parallel entstandenen Studie über „Wissen – Bildung – Qualität" dargestellt wird.
Der VisQuaM-Prozess ist so zu gestalten, dass er Kreativität fördert, nicht behindert. Das wird durch ein Gleichgewicht zwischen Kreativität und Rationalität erreicht, durch Klarheit der Abläufe, der Aufgabenzuteilung und der inhaltlichen Rahmenbedingungen. Denn Kreativitätsprozesse können durch Missverständnisse rasch ins Abseits geraten, aber auch durch die Positions- und Mutlosigkeit, wenn es darum geht, Entscheiden treu zu bleiben. Die Grundprinzipien der Vorgehensweise lauten:

- Alle relevanten Beteiligten sollen in die zentralen Diskussionen einbezogen werden

- klare Ziele und Begriffe sowie eine einheitliche Sprache sind anzustreben und
- Differenzen auszudiskutieren.

Bevor ein VisQuaM-Prozess beginnen kann, sind wichtige Aspekte und definierte Vorgaben (vor allem Finanz- und Zeitplan) zu analysieren (gegebenenfalls zu hinterfragen), nämlich

- Umfeld: Kultur vor Ort, Region, Konkurrenz
- Hotel: Geschichte, Identität, Stil, Themen
- Hotelkonzept: Vision, Mission, Leitbild, Ziele, Strategien, Investitionsplan
- Marketingkonzept: Positionierung, Ziele, Zielgruppen, Gäste-Bedürfnisse/Erwartungen, Soll-Image
- Qualität: Ist-Raumgestaltungsqualität.

Wie erwähnt gilt, dass ein professioneller Raumgestaltungsprozess dem Denk- und Wahrnehmungsprozess des Menschen nachgebildet sein muss. Dies bedeutet in Ableitung vom SQM-Modell, dass zunächst die Explikate der innersten Explizierungsstufe als Vorgaben (eventuell neu) definiert werden müssen, nämlich

- Leitbild mit
- Raumthemen und
- Raumgestaltungswelt.

Danach ist - zunächst verbal – das Raumgestaltungsleitbild zu konzipieren mit

- Raumbild (Image der Räume)
- Raumform/-struktur (Ordnung, Komplexität, Fülle, Leere)
- Raumgebrauchsfunktionen (Essen, Schlafen etc.)
- Niveau der Handwerklichen Verarbeitung (Einzelanfertigung, Massenware)
- Prinzipien der Raumgestaltung (Harmonie, Kontrast)
- Schlüsselmerkmale (Farben, Formen, Materialien, Töne, Düfte etc.)
- Anmutungscharaktere.

Später wären die eben genannten Aspekte zu visualisieren, und zwar durch Collagen oder Prototypen.
Dann kommt der Teilprozess des Evaluierens (eventuell durch Herstellen von Prototypen), durch Analyse der Offerten etc. Schliesslich sind die Entscheide über Etappierungen zu fällen und dann kann die Realisierung erfolgen.

Anmerkungen zum Theorieteil

1 Bollnow, 2000, S. 33 sowie Läpple, 1991, S. 201/2.
2 Klages, 1932, 3. Band, 1. Teil, S. 850.
3 Unter semantischen Räumen versteht Jurij M. Lotmann (Die Struktur literarischer Texte, München 1993, v.a. Kap. 8) Folgendes: Innerhalb der dargestellten Welt der Äusserungen können topografische Räume (z.B. Stadt vs. Land) geschaffen werden, die durch Zuordnung nicht-räumlicher Merkmale (Stadt = Bürger, reich, lasterhaft) semantisierte Räume oder ohne Bindung an einen topografischen Raum als abstrakte semantische Räume (Bürger, reich, lasterhaft) betrachtet werden.
4 Palagyi, 1901, S. VI-VII. (Hervorhebung durch Palagyi).
5 Palagyi, 1901, S. 4. (Strukturierung durch Pfister).
6 Palagyi, 1901, S. 6.
7 Löw, 2001, S. 24.
8 Löw, 2001, S. 24/25.
9 Löw, 2001, S. 26.
10 Löw, 2001, S. 28.
11 Löw, 2001, S. 17.
12 Löw, 2001, S. 18.
13 Löw, 2001, S. 18.
14 Jammer, 1954, S. XV.
15 Läpple, 1991, S. 189.
16 Läpple, 1991, S. 189.
17 Läpple, 1991, S. 189.
18 Läpple, 1991, S. 190.
19 Läpple, 1991, S. 190.
20 Löw, 2001, S. 65.
21 Elias, 1884, S. 74.

[22] Elias, 1996, S. 119. Siehe dazu auch Läpple, 1991, S. 161f. und Löw, 2001, S. 65f.
[23] Löw, 2001, S. 66. (Hervorhebung durch Löw).
[24] Löw, S. 66.
[25] Löw, 2001, S. 86.
[26] Löw, 2001, S. 87.
[27] Läpple, 1991, S, 194.
[28] Löw, 2001, S. 67.
[29] Läpple, 1991, S. 201f.
[30] Läpple, 1991, S. 202.
[31] Nishida, 1999, S. 15 (Einleitung von Rolf Elberfeld)
[32] Bollnow, 2000, S. 38.
[33] Klages, 1932, 3. Band, 1. Teil, S. 948.
[34] Siehe dazu Engelmann, Jan, Hrsg.: Foucault, Michel: Foucault-Reader Diskurs und Medien, München, 1999, S. 146.
[35] Augé, 1994, S. 64/5.
[36] Augé, 1994, S. 92/4.
[37] Augé, 1994, S. 121.
[38] Löw, 2001, S. 198. (Hervorhebung durch Löw).
[39] de Certeau, 1988, S. 199.
[40] Löw, 2001, S. 271.
[41] Löw, 2001, S. 225. (Hervorhebung durch Löw).
[42] Löw, 2001, S. 225.
[43] Löw, 2001, S. 154.
[44] Löw, 2001, S. 199.
[45] Frohmann, 2000, S. 141.
[46] Von Kleist, 1860, S. 285.
[47] Schmidt, 1991, S. 125.
[48] Klages, 1932 (3. Band, 1. Teil), S. 1124.
[49] Siehe dazu u.a. die Arbeiten des amerikanischen Psychologen J. Paul Guilford.
[50] Schwanitz, 1999, S. 473.
[51] von Foerster, 1993, S. 324. (Hervorhebung durch von Foerster).
[52] Nishida, 1999, S. 16 (Einleitung von Rolf Elberfeld).
[53] Klages, 1932, 3. Band, 1. Teil, S. 868/9.
[54] Klages, 1937, 1. Band, 2. Auflage, S. 121 f.

[55] Siehe dazu Beckermann, Ansgar, Leib-Seele-Problem, in: Sandkühler, Hans Jörg: Enzyklopädie der Philosophie, Band 1, Hamburg, 1999, S. 771.
[56] Bachelard, 2003, S. 26/7.
[57] Heidegger, 1954, S. 141.
[58] Bollnow, 2000, S. 277.
[59] Bollnow, 2000, S. 278-280.
[60] Bollnow, 2000, S. 279 und 281.
[61] Nishida, 2001, S. 34.
[62] Der Begriff des absoluten Nichts ist nicht gleichzusetzen mit der buddhistischen „Leerheit". Siehe Nishida, 1999, S. 286 (Begriffserklärung).
[63] Nishida, 2001, S. 32.
[64] Nishida, 2001, S. 34.
[65] Nishida, 2001, S. 29.
[66] Nishida, 2001, S. 37.
[67] Nishida, 2001, S. 37.
[68] Nishida, 2001, S. 37.
[69] Nishida, 2001, S. 37.
[70] de Certeau, 1988, S. 170.
[71] de Certeau, 1988, S. 263.
[72] Löw, 2001, S. 225. (Hervorhebung durch Löw).
[73] Nishida, 2001, S. 47.
[74] Vester, 1993, S. 79.
[75] Sellars, 2002, S. 66.
[76] Sellars, 2002, S. 68. (Hervorhebung durch Sellars).
[77] Sellars, 2002, S. 66
[78] Böhme, 1995, S. 167.
[79] Klages, 1932, 3. Band, 1. Teil, S. 956. (Hervorhebung durch Klages).
[80] Siehe dazu Brandom, 2000, S. 676: „Die Schritte, die theoretisch als distinkte daher zu kommen scheinen, nämlich einerseits der Schritt nach *unten* von den inferentiellen Signifikanzen zu den *Extensionen*, indem Ausdrücke als wechselseitig substituierbar (= koreferentiell) zusammengefasst werden, und andererseits der Schritt nach *oben* von diesen Signifikanzen zu den *Intensionen*, indem sie auf Systeme von Hintergrundfestlegungen relativiert werden, entsprechen vielmehr Aspekten einer einzigen interpretierenden Tätigkeit des Verstehens und Erfassens einer Bedeutung – dem kog-

nitiven Auffassen von Kommunikation, die deontische Kontoführung ist." (Hervorhebungen durch Brandom).

81 Nishida, 2001, S. 88. (Hervorhebung durch Nishida).
82 Böhme, 1995, S. 165.
83 Böhme, 1995, S. 168.
84 Böhme, 1995, S. 172.
85 Böhme, 1995, S. 174.
86 Böhme, 1995, S. 175.
87 Klages, 1932, 3. Band, 1. Teil, S. 870.
88 Böhme, 1995, S. 47/8.
89 Böhme, 1998, S. 94/5.
90 Bollnow, 2000, S. 234.
91 Ströker, 1965, S. 22.
92 Ströker, 1965, S. 30.
93 Böhme, 1995, S. 34.
94 Böhme, 1998, S. 135.
95 Böhme, 1998, S. 134/5.
96 Nishida, 1999, S. 147.
97 Luhmann, 1998, S. 181.
98 Löw, 2001, S. 205.
99 Löw, 2001, S. 204.
100 Böhme, 1998; S. 55.
101 Scheurer, 2003, S. 140. Er zitiert damit Schober, R.: Die Kur für Kurort, in: ADAC (1999): Deutschland-Tourismus – Innovativ die Zukunft gestalten, München 1999, S. 119.
102 Siehe dazu Russel, A. J., Mehrabian, A. : An approach to environmental psychology, Cambridge 1974.
103 Siehe dazu Meyer Schapiro: Style, in: Anthropology Today, Chicago 1953, S. 287.
104 Bialostocki, 1982, S. 96.
105 Pfister, 2002, S. 280.
106 Georg, 1998, S. 92.
107 Kritzmöller, 2003, S. 3.
108 Küthe/Thun, 1995, S. 45f.
109 Böhme, 1995, S. 169. (Strukturierung durch Pfister).
110 Botz-Bornstein, 2004, S. 41.
111 Böhme, 1998, S. 8.
112 Schmidt, 1991, S. 106.

[113] Kracauer, 1992, S. 32.
[114] Ipsen, 1997, S. 7.
[115] Ipsen, 1997, S. 7.
[116] Ipsen, 1997, S. 8.
[117] Böhme 1995, S. 18.
[118] Böhme 1995, S. 22/3.
[119] Belting, 2001, S. 61.
[120] Weinberg Staber, Margit: Der drapierte Zeitgeschmack. Verfügbarkeit der Stile, Anfänge der Industriekultur, in: Stoffe und Räume - eine textile Wohngeschichte der Schweiz, Ausstellungskatalog Schloss Thunstetten bei Langenthal, Bern 1986, S. 128.
[121] Die Publikation von Arthur Rüegg ist hier nur als eines vieler Beispiele zitiert. Der Wert und die Wichtigkeit der genannten Veröffentlichung und der geleisteten Grundlagenarbeit sei damit keineswegs in Frage gestellt.
[122] Praz, 1983.
[123] Thornton, 1985.
[124] Calloway, 1991, S. 9.
[125] Calloway, 1991, S. 12.
[126] Ipsen, 1997, S. 9.
[127] Lippert, 1992, S. 198.
[128] Lippert, 1992, S. 195.
[129] Formalistische Modelle des Inferentialismus haben Frege und Carnap entwickelt, jene des Differentialismus de Saussure und Hjelmslev. Robert Brandom wiederum konzipierte einen epistemologisch erweiterten Holismus.
[130] Bleicher, 1999, S. 264.
[131] Pfister, 2002.
[132] Röver, 1977, S. 116.
[133] Röver, 1977, S. 82.
[134] Siehe dazu die Publikation Du Palais au Palace, Paris 1998, S. 192 ff.
[135] Katz, 1948, S. 91.
[136] von Foerster, 1993, S. 47.
[137] Maser, 2003, S. 57/8.
[138] von Foerster, 1993, S. 49. Der Trennungsstrich bei der ersten Verwendung des Wortes Wirk-lichkeit wurde durch von Foerster eingefügt.

[139] Bleicher, 1999, S. 74. Siehe dazu auch Pfister, Dieter, 2000, S. 44 ff.
[140] von Foerster, 1993, S. 233. (Hervorhebungen durch von Foerster).
[141] Pfister, 2000.
[142] Elias, 1996, S. 170.
[143] Bürdek, 1991, S. 16.
[144] Bürdek, 1991, S. 16.
[145] Maser, 2003, S. 149.
[146] Rummel, 1995, S. 59.
[147] Bürdek, 1991, S. 136.
[148] Rummel, 1995, S. 106 f.
[149] Rummel, 1995, S. 108.
[150] Rummel, 1995, S. 111.
[151] Bürdek, 1991, S. 153.
[152] Bürdek, 1991, S. 154.
[153] Bürdek, 1991, S. 155.
[154] Bürdek, 1991, S. 166/7.
[155] Bürdek, 1991, S. 169.
[156] Rummel, 1995, S. 70. Er zitiert dabei Peters, M.: Design-Management als unternehmerische Aufgabe, o.O. 1990, S. 38.
[157] Rummel, 1995, S. 31/2.
[158] Siehe dazu Scott, Bernard: Heinz von Foerster, Eine Würdigung, in: von Foerster, Heinz, 1993, S. 12.
[159] Rummel, 1995, S. 42. Er zitiert Servatius, Hans-Gerd: Vom strategischen Management zur Evolutionären Führung, Stuttgart 1991, S. 89.
[160] Bürdek, 1991, S. 251.
[161] Kant, 1998, S. 860. (Hervorhebung durch Kant).
[162] Reinle, 1976, S. 5.
[163] Neumeyer, 2002, S. 6.
[164] Oechslin, 1994.
[165] Oechslin, 1994 , S. 61. (Hervorhebung durch Oechslin).
[166] Bötticher, 1844.
[167] Oechslin, 1994, S. 91, (Hervorhebungen durch Oechslin).
[168] Oechslin, 1994, S. 123.
[169] Oechslin, 1994, S. 92.
[170] Oechslin, 1994, S. 123.
[171] Oechslin, 1994, S. 130.
[172] Schmarsow, 1893, S. 6.

[173] Oechslin, 1994, S. 125.
[174] Oechslin, 1994, S. 126. (Hervorhebung durch Oechslin).
[175] Siehe dazu Vogt, Adolf Max: „Woher kommt Funktionalismus?“, in: werk-archithese, 3/77, Niederteufen 1977, S. 23.
[176] Wölfflin, 1886, S. 1.
[177] Elias, 1977, Band 1, S. 30.
[178] Siehe dazu von Falke, Jacob: Die Kunst im Hause, Wien 1871.
[179] Siehe dazu Köhler, Bettina: Zwischen Industrie und Handwerk – das Interieur, S. 50, in: Rüegg, 2002, S. 33-53.
[180] Siehe dazu Zitko, Hans: Rationalisierung im Dienste der Tradition. Ornament und Serie in der Kunst der Moderne, in: Brüderlin, 2001, S. 58. Er verweist dabei in den Anmerkungen auf Weber, Max: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, in: Weber, Max: Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie, Tübingen 1978 (Erstausgabe 1920), S. 17ff. und Bauer, Hermann: Barock. Kunst einer Epoche, Berlin 1992.
[181] Röver, 1977, S. 10.
[182] Luhmann, 1995, S. 349.
[183] Pahl, 1999, S. 42.
[184] Pahl, 1999, S. 192.
[185] Neumeyer, 2002, S. 16.
[186] Belting, Kruse, 1994, S. 10.
[187] Siehe dazu Brüderlin, 2001.
[188] Oechslin, 1994, S. 116.
[189] Schmidt, 1991, S. 593.
[190] Schmidt, 1991, S. 374.
[191] Nishida, 1999, S. 109.
[192] Nishida, 1999, S. 105. (Hervorhebung durch Nishida). Nishida übernimmt den Begriff der reinen Qualität von Bergson: „Für sich betrachtet haben die tieferen Bewusstseinszustände keine Beziehung zur Quantität; sie sind reine Qualität.“ Bergson, Henri: Zeit und Freiheit, Frankfurt a. M., 1989, S. 103.
[193] Pfister, 2000, S. 120.
[194] Rummel, 1995, S. 149.
[195] Pfister, 1998, S. 124/25.
[196] Siehe dazu Kotler, Philip, Eduardo, Roberto: Social Marketing, Düsseldorf 1991.
[197] Müller, 2000, S. 11.

[198] Bill, 1957, S. 37/8.
[199] Rummel, 1995, S. 133.
[200] Borgeest, 1979, S. 4/5.
[201] Borgeest, 1979, S. 184/5.
[202] Langer, 1989, S. 10.
[203] Langer, 1989, S. 36. (Hervorhebung durch Pfister).
[204] Langer, 1989, S. 138.
[205] Wie die hier erarbeitete Studie wurde auch dieses erste Projekt vom Staatssekretariat für Wirtschaft seco, Bern, Ressort Tourismus (Prof. Dr. Peter Keller) finanziert. Dort konnten diese Zusammenhänge am Beispiel des Hotelbaus ausführlich analysiert und im VisQuaM-Modell festgemacht werden. Die Kernelemente dieses Modells wurden veröffentlicht: siehe dazu Verding, Karl Josef: Visueller Auftritt mit Methode, in: Hotel und Gastgewerbe 9/2001, Schweizerischer Hotelier-Verein (Hrsg.), Bern 2001, S. 50f.
[206] von Carlowitz, 1713, S. 88.
[207] Schmidheiny, 1992, S. 32
[208] Böhme, 1995, S. 186.
[209] Kritzmöller, 2003, S. 81. Siehe dazu Gross, Peter: Die Multioptionsgesellschaft, Frankfurt a. M. 1994.
[210] Kritzmöller, 2003, S. 84.
[211] Kritzmöller, 2003, S. 81.

Anhang 1: Glossar

Anschliessend sollen einige zentrale Begriffe erklärt werden, die in dieser Studie immer wieder vorkommen und darin ebenfalls definiert werden.

Echtheit
Eine Raumgestaltung ist echt, wenn die Raumgestaltungswelt mit dem Thema des Raumes und den leitenden Vorstellungen des Raumeigentümers übereinstimmt. Echt heisst auch, dass bauliche und gestalterische Massnahmen keine falschen Tatsachen vortäuschen dürfen.

Ehrlichkeit
(als Aspekt der Echtheit) Die Spuren des Gebrauchs müssen sichtbar bleiben. Das bedeutet, dass eine Restaurierung die Objekte nicht in einen „Neuzustand" zurückführen darf und bei notwendigem Ersatz keine künstlichen Gebrauchsspuren angebracht werden.

Eigenständigkeit
Eine Raumgestaltung ist eigenständig, wenn sie sich in ihrer Ausformung von jener anderer vergleichbarer Räume in der Umgebung unterscheidet.

Erlebniswert
Eine Raumgestaltung hat Erlebniswert, wenn die einzelnen Schlüsselmerkmale den dominierenden und kommunizierten Anmutungscharakteren (hart-weich, natürlich-künstlich) entsprechen, die Raumgestaltung alle Sinne des Menschen anspricht und ihm als nachhaltige Erfahrung in Erinnerung bleibt.

Formal-handwerkliches Niveau
Eine Raumgestaltung hat formal-handwerkliches Niveau, wenn ihre Ausführung in der Gesamtheit und in den Teilen (z.B. Wahl der Formen, Materialwahl, Proportionen, handwerkliche Ausführung) den Qualitätsansprüchen des Berufsstandes entspricht.

Glaubwürdigkeit
Eine Raumgestaltung ist dann glaubwürdig, wenn das Raumbild die Haltungen (Welt-/Leitbild) des Raumeigentümers vermittelt.

Kontinuität
(als Aspekt der Stimmigkeit)
Mindestens die Hälfte der in den Hotelräumen sichtbaren und dominierenden Objekte müssen der historisch gewachsenen Raumgestaltungswelt angehören. Die übrigen Objekte müssen im Vergleich zur gewachsenen Substanz so ausgewählt worden sein, dass die Kontinuität den Schlüsselmerkmalen und Anmutungscharakteren gewahrt wird (Ausnahme: bewusstes Kontrast-Konzept).

Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit heisst langfristig und ganzheitlich denken und handeln. Um nachhaltig zu agieren, müssen die soziale, ökologische und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit gleichermassen und gleichzeitig zueinander in Beziehung gesetzt und berücksichtigt werden.

Ort
Löw fasst ihre ortsbezogenen Überlegungen so zusammen: „*Der Ort ist somit Ziel und Resultat der Plazierung* und nicht – wie Menschen und soziale Güter – im Spacing selbst plaziertes Element."[1] Orte können für eine gewisse Zeit auch ohne das Plazierte erhalten bleiben. In diesem Fall ist es die symbolische Wirkung der Plazierung, die den Ort ausmacht. Das Plazieren kann eine einmalige Handlung sein, es kann aber auch fixierte Gebilde wie Häuser und Ortsschilder hervorbringen, die dann eine symbolische Wirkung entfalten.

Praxistauglichkeit
Eine Raumgestaltung ist praxistauglich, wenn ihre Ausformung den Anforderungen des praktischen Gebrauchs entgegenkommt.

Raum
Löw schlägt demgemäss folgende Raumdefinition vor: „Raum ist eine relationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern an Orten. Raum wird konstituiert durch zwei analytisch zu unterscheidende Prozesse, das Spacing und die Syntheseleistung."[2]

Sorgsamkeit
(als Aspekt der Glaubwürdigkeit) Der historischen Substanz muss mit Respekt begegnet werden. So sollen Objekte, die ihre praktische Funktion verloren haben, nicht in jedem Fall entsorgt werden (keine Wegwerfmentalität). Sorgfalt soll auch in der Liebe zum Detail und in der handwerklichen Ausführung spürbar sein.

Soziale Güter
Soziale Güter sind gemäss Löw primär materieller und nicht primär symbolischer Art. Damit diese Anordnung materieller Güter (Tische, Stühle, Häuser etc.) aber verstanden wird, müssen die symbolischen Eigenschaften der immateriellen sozialen Güter (Werte, Vorschriften, Musik etc.) entziffert werden. Mit „primär" weist sie darauf hin, dass soziale Güter niemals nur materiell beziehungsweise symbolisch sind, sondern beide Komponenten enthalten. Die Beziehung zwischen der materiellen und symbolischen Dimension wird später vertieft.

Spacing
Das Spacing beschreibt nach Löw das Plazieren einerseits und das Plaziert-Werden anderseits. „Das Plazieren von Informationen <wird> als *Spacing* bezeichnet. Spacing-Prozesse sind Aushandlungsprozesse."[3] Diese „Plazierungsprozesse" beinhalten mit Löw „das Plazieren sozialer Güter oder Lebewesen bzw. das Sich-Plazieren derselben <…>."[4] Ziel des Bauens, Errichtens oder Vermessens sowie des Positionierens symbolischer Markierungen ist es, Ensembles von Gütern und Menschen kenntlich zu machen.

Stimmigkeit
Eine Raumgestaltung ist stimmig, wenn die leitenden Gestaltungsvorstellungen mit der vorgefundenen Raumatmosphäre übereinstimmen und wenn sie im Vergleich zwischen den Räumen sowie mit der Umgebung des Gebäudes harmoniert.

Substanz
(als Aspekt der Stimmigkeit) In mindestens der Hälfte aller Gemeinschaftsräume und einem Fünftel aller individuellen Räume müssen mindestens die Hälfte der sichtbaren und dominierenden Objekte (Raumhülle und -ausstattung) vor 1960 entstanden sein.

Syntheseleistung
Analytisch unterscheidet Löw darin drei Formen der Synthese: „Das Synthetisieren in der Wahrnehmung, das Synthetisieren in der Erinnerung und jenes in der abstrahierenden Vorstellung, wenn auch in der Praxis selten eine dieser Formen für sich existiert.“[5]
In dieser Syntheseleistung werden Bilder verarbeitet, gemäss Löw Wahrnehmungs-, Erinnerungs- und Vorstellungsbilder.

Anmerkungen zum Glossar

1 Löw, 2001, S. 198. (Hervorhebung durch Löw).
2 Löw, 2001, S. 271.
3 Löw, 2001, S. 225. (Hervorhebung durch Löw).
4 Löw, 2001, S. 225.
5 Löw, 2001, S. 199.

Anhang 2: Literatur

ALS = Architektenlexikon der Schweiz 19. / 20. Jahrhundert, hrg. von Isabelle Rucki und Dorothee Huber. Basel, Boston, Berlin 1998.

Ammann, Fred: Genealogische Kartei traditionsreicher Hoteliers- und Gastwirtefamilien (GK). Biel 1976 ff.

Amstutz, Werner: Neue Wege im Hotelbau, Zürich 1929.

Augé, Marc: Orte und Nicht-Orte, Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit, Frankfurt a. M. 1994.

Bachelard, Gaston: Poetik des Raumes, Frankfurt a. M. 2003.

Barbey, Gilles et al.: Genève. In: Inventar der neueren Schweizer Architektur, Band 4. Bern 1982, S. 249-403.

Bartl, Christina, Dörner Dietrich: Sprachlos beim Denken – zum Einfluss von Sprache auf die Problemlösungs- und Gedächtnisleistung bei der Bearbeitung eines nicht-sprachlichen Problems, in: Sprache & Kognition, 17, Heft 4, Bern 1998, S. 224 ff.

Bellwald, Waltraut: Wohnen und Wohnkultur, Zürich 1996.

Belting, Hans, Kruse, Christiane: Die Erfindung des Gemäldes: das erste Jahrhundert der niederländischen Malerei, München 1994.

Belting, Hans: Bild-Anthropologie: Entwürfe für eine Bildwissenschaft, München, 2001.

Bialostocki, Jan: Stil und Ikonographie, Studien zur Kunstwissenschaft, Köln 1981.

Bill, Max: Schönheit aus Funktion und als Funktion (1949), in: Fischer, Volker, Hamilton, Anne (Hrsg.): Theorien der Gestaltung: Grundlagentexte zum Design Bd. 1, Frankfurt a. M. 1999, S. 187 – 193.

Bill, Max: Die gute Form, Winterthur 1957.

Bleicher, Knut: Unternehmensphilosophien im internationalen Wettbewerb, in: Zeitschrift für Organisation zfo, Wiesbaden 1990, S. 5 ff.

Bleicher, Knut: Das Konzept Integriertes Management. Visionen, Missionen, Programme, Frankfurt a. M. 1999.

Bleicher, Knut; Berthel Jürgen (Hrsg.): Auf dem Weg in die Wissensgesellschaft, Veränderte Strukturen, Kulturen und Strategien, Frankfurt 2002.

Boehm, Gottfried (Hrsg.): Was ist ein Bild?, München 1995.

Böhme, Gernot: Atmosphäre, Frankfurt a. M. 1995.

Böhme, Gernot: Anmutungen. Über das Atmosphärische, Ostfildern 1998.

Bötticher, Karl: Die Tektonik der Hellenen, Potsdam 1844.

Bollenbeck, Georg: Bildung und Kultur. Glanz und Elend eines deutschen Deutungsmusters, Frankfurt a. M. , Leipzig 1994.

Bollnow, Otto Friedrich: Mensch und Raum, Stuttgart 2000 (Erstausgabe 1963).

Borgeest, Claus: Das Kunsturteil. Wiederaufnahme eines Verfahrens, Frankfurt a. M. 1979.

Botz-Bornstein, Thorsten: Place and Dream. Japan and the Virtual, Amsterdam 2004.

Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede, Frankfurt a. M. 1982 (Erstausgabe 1979).

Brandom, Robert; Expressive Vernunft, Frankfurt a. M. 2000 (Erstausgabe 1994).

Brandom, Robert B.: Begründen und Begreifen. Eine Einführung in den Inferentialismus, Frankfurt a. M. 2001 (Erstausgabe 2000).

Brüderlin, Markus (Hrsg.): Ornament und Abstraktion. Kunst der Kulturen, Moderne und Gegenwart im Dialog, Ausstellungskatalog Fondation Beyeler, Köln 2001.

Büeler, Xaver: System Erziehung. Ein bio-psycho-soziales Modell, Diss. Universität Zürich 1993/4, Bern 1994.

Bürdek, Bernhard E.: Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Köln 1991.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft, Wien 1995.

Büssing, André, Herbig, Britta, Ewert, Thomas: Implizites und explizites Wissen. Einflüsse auf Handeln in kritischen Situationen, in: Zeitschrift für Psychologie, (209), Göttingen 2001, S. 174 ff.

Büssing, André, Herbig, Britta: Implizites Wissen und Wissensmanagement – Schwierigkeiten und Chancen im Umgang mit einer wichtigen menschlichen Ressource, in: Zeitschrift für Personalpsychologie, (2), Göttingen 2003, S. 51 ff.

Calloway, Stephen: Raumdesign, Wohnen im 20. Jahrhundert, Herford 1991.

De Certeau, Michel: Kunst des Handelns, Berlin 1988.

Deleuze, Gilles, Guattari, Félix: Tausend Plateaus, Berlin 1992.

Diethelm, John: Handbuch des schweizerischen Hotelbaus. Zürich 1920.

Dittmann-Kohli, Freya: Das persönliche Sinnsystem. Ein Vergleich zwischen frühem und spätem Erwachsenenalter, Göttingen 1995.

Du Palais au Palace. Des Grands Hôtels de voyageurs à Paris au XIXe siècle. Musée Carnavalet, exposition 21 octobre 1998 - 24 janvier 1999. Paris 1998.

Eichhorn, Walter: Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung, München 1996.

Elias, Norbert: Über den Prozess der Zivilisation, 2 Bände, Frankfurt a. M. 1977 (Erstausgabe 1939).

Elias, Norbert: Was ist Soziologie?, Weinheim 1996 (Erstausgabe 1970).

Elias, Norbert: Über die Zeit, Frankfurt a. M. 1984.

Ertel, Suitberg; Kemmler, Lilly; Stadler, Michael: Gestalttheorie in der modernen Psychologie. Wolfgang Metzger zum 75. Geburtstag, Darmstadt 1975.

Flückiger-Seiler, Roland: Lawinenartig..., Die Geschichte der Hotelbauten von Leukerbad im 19. Jahrhundert. In: L - Leukerbad, 100 Jahre Hotel- und Bädergesellschaft. Leukerbad 1996. S. 12-21.

Flückiger-Seiler, Roland; Omachen Peter: Inventar der Hotel- und Tourismusbauten im Kanton Luzern, 1. Teil Stadt Luzern. Kantonale Denkmalpflege Luzern 1997 ff.

Flückiger-Seiler, Roland: Hoteltträume zwischen Gletschern und Palmen. Schweizer Tourismus und Hotelbau 1830-1920. Baden 2001.

Flückiger-Seiler, Roland: Hotelpaläste zwischen Traum und Wirklichkeit. Schweizer Tourismus und Hotelbau 1830-1920. Baden 2003.

Flückiger-Seiler, Roland: Ein Jahrhundert Kampf gegen und für historische Hotels. In: Aargauer Heimatschutzpreis 2003 zum Thema "Gastkultur im Kanton Aargau", Baden 2003.

Frohmann, Erwin: Gestaltqualitäten in Landschaft und Freiraum – abgeleitet von den körperlich-seelisch-geistigen Wechselwirkungen zwischen Mensch und Lebensraum, Wien 2000.

Fuchs, Michael: Zeichen und Wissen. Das Verhältnis der Zeichentheorie zur Theorie des Wissens und der Wissenschaften im 13. Jahrhundert, Münster 1999.

Function, Form, Technique 1700-2000, London 2000.

Ganz, Jürg: Schlossbau und schlossähnliche Architektur des 19. Jahrhunderts. In: Historismus und Schlossbau, hrg. von Renate Wagner-Rieger und Walter Krause [Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts, Band 28]. München 1975.

Gaulis, Louis: Creux Rene. Schweizer Pioniere der Hotellerie. Paudex 1976.

Georg, Werner: Soziale Lage und Lebensstil, Opladen 1998.

Gibson, James J.: Die Sinne und der Prozess der Wahrnehmung, Bern, Stuttgart, Wien 1973.

Giedion, Siegfried: Raum, Zeit, Architektur, Zürich 1996.

Gisler, Johanna: Leitbilder des Wohnens und sozialer Wandel: 1936-1965, in: Bilder und Leitbilder im sozialen Wandel, Zürich 1991.

Gisler, Johanna: Tradition und Fortschritt im Schweizer Heim. Möbel und Wohnform als Ausdruck schweizerischen Selbstverständnisses vor und nach dem Zweiten Weltkrieg, in: Sonderfall? Die

Schweiz zwischen Reduit und Europa, Ausstellungskatalog Schweizerischen Landesmuseum, Zürich 1992, S. 197 ff.

Grenier, Lise et al. : Villes d'eaux en France; Ouvrage réalisé par l'Institut Français d'Architecture. [Exposition du 16. 1. au 24. 3. 1985 à Paris]. Paris 1985.

Groys, Boris: Über das Neue, Versuch einer Kulturökonomie, Frankfurt, 1999.

Guyer, Samuel: Das Suvrettahaus bei St. Moritz. Ein Beitrag zum Hotelbau-Problem der Gegenwart. In: SBZ 1917, Bd. 69. S. 71 ff.

Hablützel, Alfred; Huber, Verena: Innenarchitektur in der Schweiz 1942-1992, Sulgen 1993.

Hagner, Michael: Ansichten der Wissenschaftsgeschichte, Frankfurt a. M. 2001.

Hall, Stuart (Hrsg.): Representation, London 1997.

Häussermann, Hartmut; Ipsen, Detlev; Krämer-Badoni, Thomas; Läpple, Dieter; Rodenstein, Marianne; Siebel, Walter: Stadt und Raum. Soziologische Analysen, Pfaffenweiler 1991.

Heath, Adrian; Heath, Ditte; Jensen, Aage Lund: 300 Years of Industrial Design, London 2000.

Heidegger, Martin: Bauen Wohnen Denken, in: Vorträge und Aufsätze, Pfullingen 1954.

Heidegger, Martin: Die Kunst und der Raum, St. Gallen 1969.

Historische Hotels erhalten und betreiben, Akten der Fachtagung Luzern 14. - 16. September 1995. Luzern 1996.

Hillmann, Karl-Heinz: Wörterbuch der Soziologie, Stuttgart 1994.

Humboldt, Wilhelm von: Theorie der Bildung des Menschen (Bruchstücke), Gesammelte Schriften, I-XVII, Berlin 1903-1936.

ICOMOS Landesgruppe Schweiz (Hrsg.): Historische Hotels erhalten und betreiben, Akten zur Fachtagung in Luzern, 14.-16. September 1995, Luzern 1995.

Ipsen, Detlev: Raumbilder. Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung, Pfaffenweiler 1997.

Jammer, Max: Das Problem des Raumes, Darmstadt, 1954.

Kanacher, Ursula: Wohnstrukturen als Anzeiger gesellschaftlicher Strukturen, Frankfurt a. M. 1987.

Kant, Immanuel: Kritik der reinen Vernunft, Hamburg 1998 (Erstausgabe 1781/87).

Katz, David: Gestaltpsychologie, Basel 1948.

Klafki, Wolfgang: Die Bedeutung der klassischen Bildungstheorien für ein zeitgemässes Konzept allgemeiner Bildung, in: Zeitschrift für Pädagogik, 32, 4., Weinheim 1986, S. 455ff.

Klages, Ludwig: Der Geist als Widersacher der Seele, 1. Band, 2. Auflage, Leben und Denkvermögen, Leipzig 1937.

Klages, Ludwig: Der Geist als Widersacher der Seele, 3. Band, 1. Teil, Die Lehre von der Wirklichkeit der Bilder, Leipzig 1932.

Klix, Friedhart: Psychologie 2000 und danach? in: Zeitschrift für Psychologie (209), Göttingen 2001.

Kopp, Max: Zur baulichen Umgestaltung des Rigi-Gipfels. In: Heimatschutz 1955/Heft 3. Bern 1955. S. 88-95.

Kornwachs, Klaus: Von der Information zum Wissen. Alle wissen Alles – Keiner weiss Bescheid, in: Gene, Neuronen, Qubits & Co. Unsere Welten der Information, Ganten, Detlev, Meyer-Gallow, Erhard, Ropers, Hans-Hilger, Scheich, Henning, Schwarz, Helmut, Truscheit, Ernst (Hrsg.), Stuttgart, Leipzig 1999, S. 35 ff.

Kracauer, Siegfried: Der verbotene Blick, Leipzig, 1992.

Kriens – Kairo, Emil Vogt: Luzerner Architekt um 1900. Ausstellungskatalog Museum im Bellpark Kriens. Kriens 1998.

Kritzmöller, Monika: Von Schneckenhaus bis Adlerhorst, Frankfurt a. M., 1996.

Kritzmöller, Monika: Positionierung im Lebensstil-Labyrinth, Frankfurt a. M., 2001.

Kritzmöller, Monika: Wann ist wohnen schön? Ästhetische Orientierung als Bewältigung von Multioptionalität, in: Fitzek, Herbert, Ley, Michael: Alltag im Aufbruch, 21. Jahrgang, Giessen 2003.

Kritzmöller, Monika: Bis der Geschmack euch scheidet. (Ziel-)Gruppen und ihre Open Choice-Strategien, Kempten 2004.

Krüger, Lorenz: Der Begriff des Empirismus. Erkenntnistheoretische Studien am Bespiel John Lockes, Berlin, New York 1973.

Küthe, Erich, Thun, Matteo: Marketing mit Bildern, Köln 1995.

Langer, Michael: Innovation und Kunstqualität, Worms 1989.

Läpple, Dieter: Essay über den Raum, in: Häussermann, Hartmut et al.: Stadt und Raum, Pfaffenweiler 1991, S. 157 ff.

Laur, Ernst. Die Säuberung des Rigi-Gipfels - das grosse Talerwerk des Jahres 1951/52. In: Heimatschutz 1951/Heft 2. Bern 1951. S. 56-65.

Link, Jürgen: Sicher, sicher, aber es ist alles ganz normal, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung , 1. August 2001, S. 48.

Lippert, Hans-Georg: Das Haus in der Stadt und das Haus im Hause, München 1992.

Losee, John: Wissenschaftstheorie. Eine historische Einführung, München 1977.

Löw, Martina: Raumsoziologie, Frankfurt a. M., 2001.

Lüthi, Dave: Eugène Jost (1865-1946) architecte. Mémoire de licence, présenté à l'Université de Lausanne. Vol. I – III. Lausanne 1999.

Lüthi, Dave: (dir.). Eugène Jost - architecte du passé retrouvé. Les Archives de la construction moderne EPFL/DA, Lausanne 2001.

Lugano Hotels. Alberghi – Storia, Architettura. Lugano, Museo storico Villa Saroli 1998. [Pagine storiche Luganesi]. Lugano 1998.

Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt a. M., 1998.

Maresch, Rudolf, Werber, Niels (Hrsg.): Raum – Wissen – Macht, Frankfurt a. M. 2002.

Maser, Siegfried : Designtheorie. Zur Ästhetik gestalteter Produkte, in: Beiträge zur Designtheorie, Band 4, Bergische Universität Wuppertal, Wuppertal 2003.

Maurer, Emil: Kunstführer Oberengadin, Wabern 1984.

Marwehe, Frauke; Weissbach, Hans-Jürgen: Der Wissenszyklus – vom individuellen Wissen zur kollektiven Wissensbasis, Mainz 2000.

Meili, Armin: Bauliche Sanierung von Hotels und Kurorten; Gestaltungsprogramme für 10 Orte der 1. Etappe: St. Moritz, Pontresina, Luzern u.a. Basel 1945.

Mendelson, Haim, Ziegler, Johannes: Survival of the Smartest, New York 1999.

Meyer, Peter: Zur Stilgeschichte des Hotels. In: Das Werk, Heft 9/1942. S. 211-227.

Meyer, Peter: Hotel-Bauten. In: Schweizerische Stilkunde. Von der Vorzeit bis zur Gegenwart. Zürich 1944. S. 199-203.

Meyer, Peter: Hotelbau einst und jetzt. In: 75 Jahre Schweizer Hotelier-Verein. Basel 1957. S. 33-34.

Miller, Quintus : Le Sanatorium - Architecture d'un isolement sublime. EPFL Lausanne 1992.

Mittelstrass, Jürgen: Glanz und Elend der Geisteswissenschaften, Oldenburg 1989.

Mittelstrass, Jürgen (Hrsg.): Enzyklopädie Philosophie- und Wissenschaftstheorie, Stuttgart, Weimar 1996.

Mittelstrass, Jürgen (Hrsg.): Die Zukunft des Wissens. Vorträge und Kolloquien. XVIII. Deutscher Kongress für Philosophie, Konstanz, 4. – 8. Oktober 1999, Berlin 2000.

Mittelstrass, Jürgen: Machen wir uns selbst? Über die biologische und kulturelle Natur des Menschen, Stuttgart 2002.

Müller, Hansruedi: Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Bern 2000

Neumeyer, Fritz: Rückgriff auf den Humanismus in der Architektur, in: Hans Kollhoff, Architektur, München 2002.

Nishida, Kitaro: Über das Gute, eine Philosophie der reinen Erfahrung, Frankfurt a. M. 2001 (Erstausgabe 1911).

Nishida, Kitaro: Logik des Ortes, der Anfang der modernen Philosophie in Japan, Darmstadt, 1999 (Erstausgabe 1926).

Nonaka, Ikujiro, Noboru, Konno: The concept of „Ba“: Building a Foundation for Knowledge Creation, in: California Management Review, Vol. 40, No. 3, Berkeley 1998.

Nonaka, Ikujiro, Tackeuchi, Hirotaka: Die Organisation des Wissens. Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen, Frankfurt 1997.

Nowotny, Helga: Es ist so. Es könnte auch anders sein. Über das veränderte Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft, Frankfurt 1999.

Oechslin, Werner: Stilhülse und Kern, Otto Wagner, Adolf Loos und der evolutionäre Weg der modernen Architektur, Zürich 1994.

Ott, Thierry: Palaces - Die schweizerische Luxushotellerie, Yens-sur-Morges 1990.

Ottiger, Roman: Luzerner Hotelbauten von 1833 - 1871. Entwicklung einer Fremdenverkehrsstadt. Diss. phil. I. Zürich 1976.

Overmann, Manfred: Vortrag, Göttinger Tagung zum emotionalen Lernen, März 2003.

Pahl, Jürgen: Architekturtheorie des 20. Jahrhunderts, München 1999.

Palagyi, Melchior: Neue Theorie des Raumes und der Zeit. Die Grundbegriffe einer Metageometrie, Darmstadt 1901.

Pfister, Dieter: Franz Pergo. Zur Nordwestschweizer Möbelkunst um 1600, Basel 1984.

Pfister, Dieter, Schoppig, Lucien: Identifikation als Erfolgsfaktor im modernen Qualitätsmanagement, in Zusammenarbeit mit Institut für systemische Psychologie, Basel, Basel 1994.

Pfister, Dieter: Kultur und Markt, Basel 1998.

Pfister, Dieter: Integration, Innovation, Tradition – in der Architektur. Hugo Pfister zum 80. Geburtstag, Basel 1999.

Pfister, Dieter: Identität und Virtualität im Unternehmen. Kritische Analyse von Aufstieg und Krise einer Institution und Schweizer Modell für ein neues Integriertes Kulturmanagement in Unternehmen und Staatsverwaltungen, Basel 2000.

Pfister, Dieter: Integriertes Kulturmanagement – Qualitätsmanagement strategisch vernetzt, in: Zeitschrift Management und Qualität 5/2001, Bern 2001, S. 54 f.

Pfister, Dieter, Häberli, Sabine, Kübli, Astrid: Basler Möbelkunst von 1450 bis 1950, Basel 2002.

Pfister, Dieter: Zur Methodik der Vernetzung von Lebensstil und Raumgestaltung, in: Oppenheim, Roy, Stolte, Dieter, Zölch, Franz A.: Das Publikum als Programm. Matthias Steinmann – Forscher, Unternehmer und Autor, Bern 2002, S. 275 ff.

Pfister, Dieter: Schweizer Tourismuskrise als Kulturkrise. Beliebigkeit statt Qualität und Identität, in: Neue Zürcher Zeitung, 3. März 2003/Nr. 51, Zürich 2003, S. 10.

Pfister, Dieter: Die Raumdimension in der Wissenskommunikation, in: Reinhardt, Rüdiger, Eppler, Martin (Hrsg.): Wissenskommunikation in Organisationen, Berlin 2004, S. 69-87.

Pfister, Dieter: Wissen – Bildung – Qualität. Dr. h. c. Georg. H. Endress zum 80. Geburtstag, Basel 2004.

Polanyi, Michael: Implizites Wissen, Frankfurt a. M. 1985.

Poth, Ludwig, Poth, Gudrun (Hrsg.): Marktfaktor Design, Grundlagen für die Marketingpraxis, Landsberg am Lech, 1986.

Praz, Mario: An illustrated history of interior decoration, London 1983.

Probst, Gilbert. Raub, Steffen, Romhardt, Kai: Wissen managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Zürich 1997, 2. überarbeitete Aufl. 1998.

Rebsamen, Hanspeter; Stutz Werner. Davos. In: Inventar der neueren Schweizer Architektur 1850-1920, Band 3. Bern 1982. S. 317-464.

Reinle, Adolf: Die Kunst des 19. Jahrhunderts: Architektur, Malerei, Plastik. Kunstgeschichte der Schweiz, Band 4, hrg. von Josef Gantner. Frauenfeld 1962.

Reinle, Adolf: Zeichensprache der Architektur, Zürich 1976.

Rössler, Peter: Agenda-Setting, Opladen 1997.

Röver, Anne: Bienséance. Die ästhetische Situation im Ancien Régime: Pariser Privatarchitektur, Hildesheim 1977.

Rucki, Isabelle: Das Hotel in den Alpen - Die Geschichte der Oberengadiner Hotelarchitektur von 1860 bis 1914. Zürich 1989.

Rüegg, Arthur (Hrsg.): Schweizer Möbel und Interieurs im 20. Jahrhundert, Basel 2002.

Rummel, Carlo: Designmanagement. Integration theoretischer Konzepte und praktischer Fallbeispiele, Wiesbaden 1995.

Saudan, Michel, Blanc Yolande, Saudan-Skira Sylvia : De l'Hôtel-Palais en Riviera. Genève 1985.

Schapiro, Meyer: Style, in: Kroeber, Alfred L. (Hrsg.): Anthropology Today, Chicago 1953, S. 287-312.

Scheurer, Roland: Erlebnis-Setting. Touristische Angebotsgestaltung in der Erlebnisökonomie, Dissertation Universität Bern, Bern 2003.

Schilder Bär, Lotte, Wild Norbert: Designland Schweiz, Zürich 2001.

Schmarsow, August: Das Wesen der architektonischen Schöpfung, (Antrittsvorlesung, gehalten in der Aula der K. Universität Leipzig am 8. November 1893), Leipzig 1894.

Schmid, Theo: Sechs Jahre Hotelerneuerung. In: Das Werk, Heft 11/1948. S. 337ff.

Schmid, Theo: Entwicklungstendenzen im Schweizer Hotel. In: 75 Jahre Schweizer Hotelier-Verein. Basel 1957, S 35.

Schmidheiny, Stephan: Kurswechsel, München 1992

Schmidt, Heinrich: Philosophisches Wörterbuch, Neu bearbeitet von Georgi Schischkoff, Stuttgart 1991.

Schmitt, Bernd; Somonson, Alex: Marketing Ästhetik, Strategisches Management von Marken, Identity und Image, München/Düsseldorf 1999.

Schmitt, Michael: Palast-Hotels. Architektur und Anspruch eines Bautyps 1870 - 1920. Berlin 1982.

Schmitz, Prof. Dr. Claudius A. (Hrsg.): Managementfaktor Design, München 1994.

Schwanitz, Dietrich, Bildung, alles was man wissen muss, Frankfurt a. M. 1999.

Seiffert, Helmut: Einführung in die Wissenschaftstheorie, 2 Bände, München 1975 bzw. 1977.

Sellars, Wilfrid: Der Empirismus und die Philosophie des Geistes, Paderborn 2002 (Erstausgabe 1956).

Semper, Gottfried: Der Stil in den technischen und tektonischen Künsten, 2 Bände, München 1863.

Sennett, Richard: Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin 1998.

Sik, Miroslav: Wie man historisiert. Vom Kulturkampf zwischen Integration und Gestaltungsfreiheit, in: archithese 2/01, Sulgen 2001, S. 36-37.

Simonis, Annette: Gestalttheorie von Goethe bis Benjamin, Köln 2001.

Snow, Charles Percy: Die zwei Kulturen. Literarische und naturwissenschaftliche Intelligenz, Stuttgart 1967.

Ströker, Elisabeth: Philosophische Untersuchungen zum Raum, Frankfurt a. M. 1965.

Sturm, Gabriele: Wege zum Raum, Opladen 2000.

Thornton, Peter: Authentic Decor, The domestic interior 1620 – 1920, London 1985.

Tietz, Bruno: Wege in die Informationsgesellschaft. Szenarien und Optionen für Wirtschaft und Gesellschaft, Stuttgart 1987.

Vester, Michael et. al. : Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel : Zwischen Integration und Ausgrenzung, Köln 1993.

Von Carlowitz, Hans Carl: Sylvicultura oeconomica, Leipzig 1713.

Von Foerster, Heinz: Wissen und Gewissen. Versuch einer Brücke. Hrsg. von Siegfried J. Schmidt, Frankfurt a. M. 1993.

Von Kleist, Heinrich: Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden, in: Sämtliche Werke, Band IV, Stuttgart 1860, S. 285.

Von Kleist, Heinrich: Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden, in: Sämtliche Werke, Band IV, Stuttgart 1860, S. 285.

Von Roda, Burkard: Das Interieur-Bild als Quelle, in: Kunst + Architektur in der Schweiz, Zeitschrift der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte, 2004/2, Bern 2004, S. 27 f.

Weber, Max: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, in: Weber, Max: Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie, Band I, Tübingen 1978 (Erstausgabe 1920).

Wittgenstein, Ludwig: Philosophische Untersuchungen, Frankfurt a. M. 2003 (Erstausgabe 1945).

Wittgenstein, Ludwig: Vermischte Bemerkungen, Frankfurt a. M. 1994

Wöhler, Max: Gasthäuser und Hotels. [Sammlung Göschen, Bibliothek zu den Ingenieurwissenschaften]. Band I/II. Leipzig 1911 und 1929.

Wölfflin, Heinrich: Prolegomena zu einer Psychologie der Architektur, München 1886.

Wüthrich, Hans A., Philipp, Andreas F., Frentz, Martin H.: Vorsprung durch Virtualisierung. Lernen von virtuellen Pionierunternehmen, Wiesbaden 1997.

Wyssbrod, Anne: Typologie des hôtels montreusiens 1830-1914. Mémoire de licence en hist. de l'art. Lausanne 1988.

Zur Erinnerung an die schweizerische Landesausstellung in Bern 1914. Basel 1915.