

Modern – Traditionell

Vom inszenierten Kontrast zum nachhaltig wirkenden Markenraum

Dieter Pfister

Einleitung

Menschen und Organisationen verbindet in der Epoche der Moderne eine große gemeinsame Sorge, nämlich nicht modern zu sein und zu wirken. „Wir müssen *mit der Zeit* gehen, sonst müssen wir mit der *Zeit gehen*“, so lautete ein salopper Zeitgeistspruch des 20. Jahrhunderts. Das gilt für den Einzelmenschen, der „modisch gestylt“ sein muss, wie für Firmen, Hotels und Restaurants, die ihrerseits weder verstaubt noch altmodisch aussehen dürfen, was im 20. Jahrhundert lange Zeit mit dem Gegenpol dieses Begriffsfelds in Verbindung gebracht worden ist, nämlich mit „traditionell“.

In den nachfolgenden Ausführungen werden zunächst die beiden Begriffe einzeln in ihrer Bedeutung und Wirkung analysiert und anschließend als Polaritäten zueinander in Beziehung gebracht. Dabei zeigt sich, dass es noch eine weitere als die heute üblichen Möglichkeiten der Polaritätenbeziehung gibt. Diese setzt aber eine andere Raumauffassung voraus. Deshalb wird in einem raumphilosophischen Kapitel das komplexe Thema der Beziehungsarten zwischen Menschen und Dingen grundsätzlichen dargestellt. Abschließend werden dann diese Überlegungen auf die Ebene der Praxis „heruntergebrochen“ und ihre Auswirkungen auf Tourismusangebote gezeigt.

1. Modern

Der Epochenname „Moderne“ und der Stil- und Imagebegriff „modern“ stammen vom lateinischen „Modernus“ ab, was mit „neu/ neuzeitlich/ gegenwärtig“ übersetzt werden kann. „Die Moderne“ beginnt je nach Betrachtungsweise zu unterschiedlichen Zeitpunkten: weltanschaulich mit der Aufklärung des 18. Jahrhunderts, wirtschaftlich und naturwissenschaftlich-technisch mit der Industrialisierung des 19. Jahrhunderts, politisch und künstlerisch um die Wende zum 20. Jahrhundert. Die Moderne kann so als ein Diffusionsprozess eines Weltbildes betrachtet werden,

als Modernisierungsprozess, der gekennzeichnet ist durch Fortschritte hin zu mehr Individualisierung und Autonomisierung, Rationalisierung und Säkularisierung, Industrialisierung und Standardisierung, Liberalisierung und Demokratisierung, Mobilisierung und Flexibilisierung. Die Modernität einer Entwicklung, von Institutionen oder eines Individuums aber auch von Artefakten, zeigt sich im Grad der Fortgeschrittenheit bei der Realisierung der genannten Dimensionen.

Die Moderne verstand sich seit jeher als Gegenüber von Tradition und geschichtlicher Vergangenheit, phasenweise gar als bewusster Bruch gegenüber den immer wiederkehrenden Rückbesinnungen – Renaissance – auf die künstlerischen Traditionen und großen Denker der Antike. Die Vorbilder der Moderne waren somit keine Nachbildungen, wurden nicht mehr in der Vergangenheit gesucht, sondern oft als Idealbilder, „Soll-Images“, individuell oder institutionell selbst kreiert und aus diversen Quellen, auch außereuropäischen, gespiesen. Das Ideal der Modernität ist eine Zukunftsprojektion, etwas noch nicht Erreichtes. Das Ideal im traditionellen Denken gilt als verloren und wieder zu erringen.

Im 21. Jahrhundert sind nebst „Neu-Gier“ nun aber auch Ermüdungserscheinungen und Ernüchterungen anzutreffen, vor allem wenn Wachstum ausbleibt. Denn ökonomisch-materielles und geistig-immaterielles Wachstum bedingen sich gegenseitig: Wachstum ist notwendig zur Finanzierung des Neuen und das Neue erwartungsvoll anzustreben ist Voraussetzung, die unvollendete und auch problembeladene Gegenwart zu ertragen und deren Institutionen auch weiterhin zu legitimieren. Wachstum in beiden Ausprägungen sorgt für die Stabilisierung des Systems, deshalb die Angst vor Minus-Wachstum, wie man Schrumpfung interessanterweise oft nennt.

Doch heute erkennt man immer deutlicher, dass wirkliche Innovationen nur noch im Kleinen möglich sind, große staats-, wirtschafts- und gesellschaftsbezogene Innovationen aber kaum mehr realisiert werden können: Aktionismus im Detail, Stillstand im Großen.

1.1 Auswirkungen auf den Menschen

Träger und Promotor der Modernisierung stellt die sogenannte Avantgarde dar, die Avantgardisten, verstanden als neugierige Menschen, die stets fortschreiten, vorausseilen wollen. Ihre größte Angst besteht darin, still stehen zu müssen, nicht mehr auf der Höhe der Zeit zu sein. „Etre de son temps“ (Rimbaud 1873, 354f) ist für sie Pflicht. Altern, altmodisch werden, sich gemütlich im Bestehenden, Etablierten einrichten – dies alles lehnen sie als „kleinbürgerliche Biederkeit“ ab.

Als Avantgarde sehen sich vor allem Kulturschaffende, Künstler, Designer, Architekten und Erfinder. Aber auch Wissenschaftler, Berater und Medienschaffende dienen oft als Querdenker der Avantgarde. Sie alle verkörpern den Prototyp des Modernisierers, des „getriebenen Menschen“ wie ihn Richard Sennett nennt, „der seinen moralischen Wert durch die Arbeit zu beweisen sucht“ (Sennett 1998, 141). Er lebt von der Veränderung und verdient daran, ist rastlos, oft heimatlos, will stets das Andere, sucht den Kontrast. Mit diesem Wort

wurde ja ursprünglich die Hell-Dunkel-Differenz – zum Beispiel in einem Bild – bezeichnet, die Art, wie sich Helligkeitswerte gegenüber stehen, denn das Wort Kontrast setzt sich aus dem Lateinisch *contra* „gegen“ und *stare* „stehen“ zusammen. Die Modernisierer stehen als Individualisten letztlich selbst als Kontrast, als Kontrapunkt der Welt, den anderen Menschen, ja sich selber gegenüber. Mit ihrem analytisch-sezierenden Denken, ihrem Selbstbewusstsein als Individuum wollen sie über das Bestehende Macht erlangen. Sie erachten fast jede Art der Veränderung als machbar und Chance, denn der Kontrast zum Bestehenden, die Differenz fällt auf, lenkt die Aufmerksamkeit auf sie, zunächst im eigenen Umfeld, dann in den Medien und schließlich, wenn sich ihre Innovationen kommerzialisieren lassen, im Markt.

Veränderungen, Innovationen gab es immer schon. Was jedoch die Moderne kennzeichnet, ist eine fortschreitende Beschleunigung und Ausweitung der Anwendungsfelder von Innovationen. Im 19. Jahrhundert war das Tempo im Bereich der Wissenschaften und der Technik schon erheblich. Im Gesellschaftlichen und Politischen konnten aber zu den Idealen des „Ancien Régime“ noch keine mehrheitsfähigen Alternativen entwickelt werden. Das ergab Spannungen, welche dann zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf Seiten von Gesellschaft, Staatsorganisation und Kunst zu revolutionären Veränderungen führten. In der Folge dehnte sich das Innovationsfeld immer mehr in Richtung Wirtschaft, Produkt und Markt aus und begann den Alltag der Menschen zu beeinflussen und zu dynamisieren.

Auf der Anwenderseite von Innovationen bildete sich ebenfalls eine Art Avantgarde, und zwar bei der ersten von drei unterscheidbaren Adaptionstempi:

- Hohes Tempo („early adaptors“): Neuerungen bei Verhaltensweisen, in der Gestaltung bei Farben, Formen, Materialien mit Akzent bei Lifestyle-Produkten.
- Mittleres Tempo: Innovationen bei Normen, in Wissenschaft, Technik, Gesellschaft und Rechtssystem mit Akzent bei sozialer Kompetenz, Erziehungsmethoden, Organisation von Firmen, Unternehmenskultur etc.
- Geringes Tempo: Wandel bei Werten, in grundlegenden Systemvorstellungen (repräsentative Demokratie, soziale Marktwirtschaft) und deren Organisation (Staatsorganisation, und -verwaltung, Verbände) mit Akzent bei Philosophie, Religion.

Die erstgenannte Gruppe eilte im 20. Jahrhundert immer schneller voraus. Das Andere, Neue zeigte sich so am häufigsten und schnellsten im Design, im Formalen, in der Oberflächengestaltung von Form, Farbe, Materialwahl und Beschaffenheit, in neuen Begriffen für alte Inhalte. Dadurch wurde die Moderne als immer modischer wahrgenommen, veräußerlichte sich der Innovationsfokus allmählich. Denn die Menschen investierten im Laufe des 20. Jahrhunderts mehr und mehr Geld, Aufmerksamkeit und Geist, um zeitgemäß und jung zu blei-

ben, was eine schleichende mentale Veränderung bewirkte: Man gewöhnte sich so sehr an das hohe Veränderungstempo, dass bei Veränderungspausen sofort Entzugserscheinungen auftraten. Also versuchte man alle Pausen zu reduzieren, um gähnende Langeweile zu verhindern. Kommunikationspausen werden mit Handyanrufen gestopft, Filmpausen im Fernsehen durch Zapping, Liebespausen in Partnerschaften durch Fremdgehen etc.

Indem Ideen und Kräfte der Moderne auf die Zukunft fokussiert wurden, lebte der Modernisierer eigentlich nicht in der Gegenwart, sondern war immer in Erwartung, innovations- und profitschwanger sozusagen. Die Vergangenheit erblasste dadurch immer mehr. Der Kreis schließt sich: Der Glaube an das Neue wird desto größer, je weniger man weiß, dass das vermeintlich Neue schon mal da war.

Die Innovationsgläubigkeit der modern denkenden Menschen des 20. Jahrhunderts setzt also den Geschichtsverlust voraus, ja in gewissem Sinne auch einen Wahrnehmungsverlust gegenüber dem gegenwärtig Präsenten, dem Aktuellen. Sonst würden nicht so viele Firmen Neuerungen feiern, die genau genommen nur firmenbezogenen solche sind – denn andere Unternehmen haben den Veränderungsschritt oft schon längst vollzogen. Und viele Wissenschaftler und Berater veröffentlichen, ohne es zu merken, Aufsätze über „neue“ Ideen, die schon vor Jahren – mit anderen Worten – „erfunden“ worden waren. Vor allem in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften fällt auf, dass die Literaturverzeichnisse kaum mehr Werke berücksichtigen, die älter als 20 Jahre sind. Wie im Produktdesign ist somit auch hier eine formale Veränderung die einzige Neuerung – der Gebrauch eines neuen Wortes für eine alte Idee. So entsteht der bekannte, von Paul Virilio (1997) so genannte „rasende Stillstand“.

1.2 Auswirkung auf den Gestaltungsprozess

Die Epoche der Moderne kann als zeitgetrieben bezeichnet werden, denn mit dem Aufkommen der mechanischen Taschenuhren konnte nach Sennett „die mathematisch präzise Zeit unabhängig vom Standort angegeben werden, ob man sich nun in Sicht- oder Hörweite einer Kirche befand oder nicht: die Zeit war unabhängig vom Raum geworden“ (Sennett 1998, 45). Der getriebene Mensch wurde nicht nur durch finanzielle und soziale Verpflichtungen, sondern zunehmend von schierer Zeitknappheit getrieben, was zur Folge hatte, dass immer weniger Zeit blieb, um Aufmerksamkeit bei anderen Zeitgetriebenen zu erlangen. Das führte dazu, dass die Reize, die auf etwas aufmerksam machen sollten, immer extremer, heftiger werden mussten, die Differenzen zum Gewohnten immer größer und die Intervalle der Erneuerung immer kürzer. Das Bisherige hatte kaum noch Chancen, weil es bekannt war und bald langweilte, keine Aufmerksamkeit mehr auf sich ziehen konnte. Dieses Tempo zeigte sich auch im Raum. So entstanden im 20. Jahrhundert – nicht nur wegen der Bevölkerungsexplosion und vielen Kriegszerstörungen – neu gestaltete Räume in einer noch nie da gewesenen Anzahl, vor allem im Bereich der Verkaufsräume und der „verkaufbaren“ Räume im Sektor „Hospitality“.

Durch das gesteigerte Innovationstempo wurde parallel zum Geschichtsverlust die Zukunftsorientierung und damit der Einfluss des „Zeitgeistes“ größer. Dieser Begriff geht zurück auf die Schrift „Kritische Wälder“ von Johann Gottfried Herder, worin er 1769 heftig gegen Christian Adolph Klotz polemisierte, der den alten, wenn auch nicht aus der Antike stammenden Begriff des „genius saeculi“ aufnahm (Klotz, Ch. A., 1760: Genius seculi, Altenburg) und versuchte, aus der Münzengeschichte auf den Charakter eines Volkes zu schließen. Herder schrieb dazu: „Und eben dieser Fortgang des stillen Wachstums ist der auf Münzen bemerkbar? Galt hier nicht einmal für alle Herkommen, Nationalgeschmack, der bleierne Druck des Zeitgeistes?“ (Herder 1878, 424). Herder übersetzte also den Klotz'schen „genius seculi“ mit „Zeitgeist“ und schöpfte dadurch einen Begriff, der sich dann im 20. Jahrhundert große Beliebtheit erfreuen sollte. Allerdings wurde er im letzten Jahrhundert für immer kleinere Zeiträume in Anspruch genommen. So begann man zum Beispiel von einem „Zeitgeist der 50er Jahre“ oder jenem der „68er“ zu sprechen.

Zeitgeist und Avantgarde werden im Bereich der hier interessierenden Raumausstattung in der Tourismusbranche mit jährlich neuen Produkten dokumentiert, die an Bau- und Möbelmessen lanciert, mit Werbung und PR promoviert und an der Verkaufsfront monetarisiert werden. Nachfolgende Abbildung zeigt eine solche zeitgemäße Raumausstattung mit aktuellen Schlüsselmerkmalen in Farben, Formen, Materialien etc. Die Fotos, die in diesem Aufsatz gezeigt werden, beschränken sich übrigens wegen der einfacheren Vergleichbarkeit auf Innenräume. Die theoretischen Aussagen beziehen sich aber auf jede Art von Arealraum.

Die genannte „Verzeitlichung“ war nicht nur im Arealraum des sinnlich Wahrnehmbaren zu beobachten, sondern auch im Kultur- und Denkraum der Menschen und Institutionen. Sie hatte eine „Enträumlichung“ des Denkens und Handelns zur Folge, die man „Virtualisierung“ (vgl. Pfister 2000, 65 ff) und Globalisierung nannte. Mit den standardisierten Methoden der Marktforschung, mit den modertartig wechselnden Angeboten von Management-Methoden von Seiten der Business Schools in Amerika und Europa sowie gleichartig strukturierten Prozessabläufen in den

Abbildung 1: Trendiger Innenraum: Klare Formen in weiß, grau und schwarz, Metall und Glas

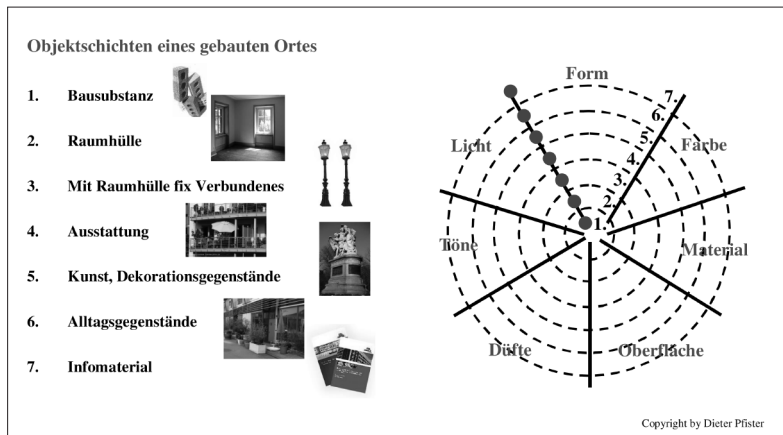


Quelle: eigenes Bildmaterial

Firmen, kam es zu einer Angleichung der Konzepte, zu einem globalisierten Zeitgeist. Dadurch entstand eine Beliebigkeit und Austauschbarkeit, die sich auch in der Raumgestaltung dokumentieren lässt, wie dies in einer früheren Publikation ausführlicher behandelt worden ist (Pfister 2008/1, 52 f).

Die „Enträumlichung“ führte ihrerseits zu einer „Verbildlichung“, einer Zweidimensionalisierung der Raumbeobachtung. Das Raumbild, „Image“, wurde zur zentralen Raumbeschreibungsart, zum „Bühnenbild des Welttheaters“ (vgl. Pfister 2008/1, 50). Man fasste funktional geordnete Objektgruppen zu Schichten zusammen, die analytisch kulissenartig „hintereinander gestellt“ und immer unabhängiger voneinander beschrieben und bearbeitet wurden. Nachfolgende Abbildung zeigt die sieben zentralen Objektschichten eines gebauten Ortes und die applizierten Schlüsselmerkmale der Gestaltung (Form, Farbe etc.).

Abbildung 2: Ort als Schichtenraum mit spezifischen Schlüsselmerkmalen



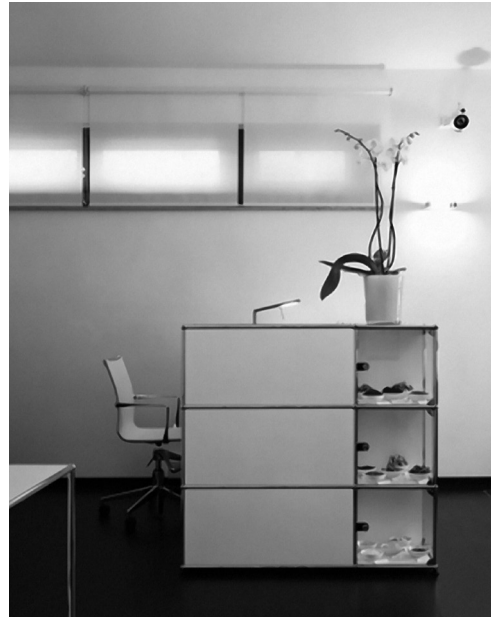
Quelle: eigene Darstellung

Der Eindruck der Beliebigkeit, Austauschbarkeit, des „Déjà-vu“ entsteht nun durch die „Gleichschaltung“ aller Objektschichten bezüglich modischen Schlüsselmerkmalen. Eine Koalition von Architekten, Designern und Raumausstattern wie Möbel- und Wohntextil-Lieferanten sind aus kommerziellen Gründen an einer „Tabula rasa“, einer Total-Entsorgung des Vorhandenen interessiert und leiten dies von der eingangs erwähnten Forderung ab, auf der Höhe der Zeit sein zu müssen. So entstehen Raumbilder wie sie die nachfolgende Abbildung zeigt: Trotz hervorragendem Design und bester handwerklicher Verarbeitung ist hier der Eindruck der Austauschbarkeit nicht zu verhindern, weil die Objektschicht der Möbelausstattung von einem klassisch-trendigen Möbelsystem dominiert wird und alle übrigen Objektschichten sich in Farblosigkeit und formaler Zurückhaltung unterordnen.

Durch die laufende Entsorgung aller gewachsenen Elemente, von allem, was auf Firmengeschichte und die Firmenpersönlichkeit hinweisen könnte, entsteht Profillosigkeit. „Modernität“ ist dann die zentrale Raumaussage, das exklusive Raumthema, wird letztlich zum Selbstzweck. Und so bleibt bei vielen Raumeindrücken von Banken, Versicherungen, Anwaltskanzleien, Arztpraxen, Werbeagenturen aber auch Hotels und Restaurants beim Kunden nur diese eine Botschaft hängen, nämlich dass hier moderne Menschen arbeiten. Dem Geschichtsverlust folgte der Gesichtsverlust auf dem Fuß.

Das Tempo der Veränderung und die resultierende Beliebigkeit sind unter dem Blickwinkel der Nachhaltigen Entwicklung eher negativ zu beurteilen. Denn hinsichtlich der sozialen Dimension der Nachhaltigen Entwicklung führt dies wie eben gezeigt dazu, dass die Wiedererkennbarkeit wegen mangelnder Selbstähnlichkeit stark beeinträchtigt wird. Bezüglich der ökonomischen Dimension hat Beliebigkeit zur Folge, dass der Erneuerungsbedarf durch den immer rascheren Modewechsel immer höhere Aufwendungen nach sich zieht. Und im ökologischen Sinne ist schließlich ebenfalls negativ zu bewerten, dass sie umfangreiche Entsorgungsaktionen von noch intakten und funktionstüchtigen Raumgestaltungselementen wie Möbel, Lampen, Textilien, die als altmodisch gelten, nach sich ziehen.

Abbildung 3: Beliebigkeit auf hohem formalen und handwerklichem Niveau



Quelle: Foto USM Haller; Münsingen/Schweiz

1.3 Geschichtsbild des modern Denkenden

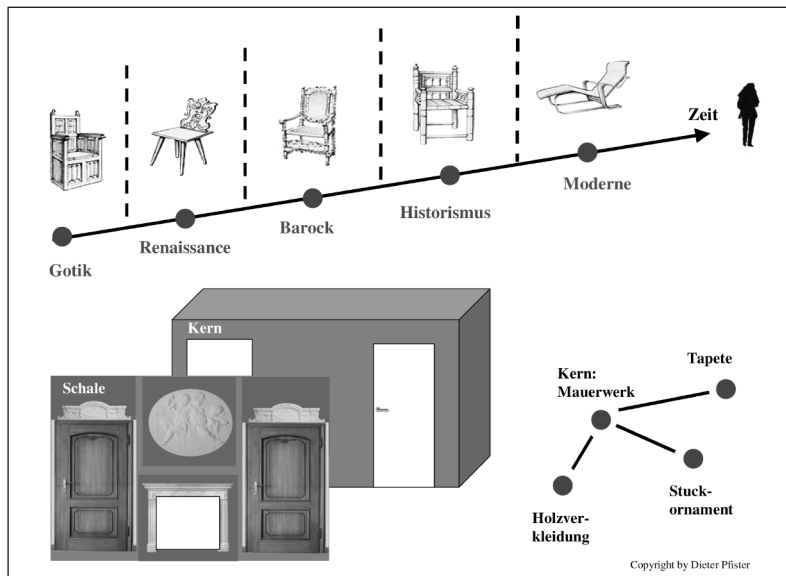
Hinter der unbremssbaren „Neu-Gier“ des 20. Jahrhunderts stand ein Geschichtsbild, das die Differenz in den Mittelpunkt stellt. Bemerkenswert ist in der Geschichte das, was gegenüber dem Vorhandenen einen Unterschied macht, das Neue, Andersartige. Die Zeit beherrscht hier den Raum, den Geschichtsraum, trennt ihn – gleich wie den Arealraum – in Schichten auf, in Epochen und kunsthistorische Stile.

Um das Neue klar erkennen zu können, braucht es eine Abstraktion vom Leben in seiner Gewachsenheit, Fülle, Ganzheit und Räumlichkeit. Diese Reduktion von Komplexität erfolgt im Gestalterischen über den kunsthistorischen Stilbegriff, der seinerseits die Objekte im Raum in Schichten aufspaltet und eine Kernform von der Schale trennt (vgl. Pfister 2004, 153 f). Werner Oechslin zeichnet die begriffs-

geschichtliche Entwicklung von „Stilhülse und Kern“ (Oechslin, 1994) 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‘“ (Oechslin, 1994, 61.: Hervorhebung durch Oechslin). Die nächste Abbildung zeigt den immer noch populären „Gänsemarsch der Stile“, der nur möglich geworden ist einerseits durch die Reduktion auf Objekte und andererseits durch die – mit der Trennung „Kernform vs. Stilhülse“ entstandene – Möglichkeit einer autonom beobachtbaren Schalen-Veränderung (Form/Ornamentik, Farbe, Material etc.).

Wie groß die Abstraktion ist, welche dieses Geschichtsbild voraussetzt, zeigt fast jeder Blick in den Lebensraum von Menschen. Dieser zeichnet sich nämlich aus durch viel Kontinuität in der Vielfalt: In ihm kommt Altes und Neues in verschiedensten Formausprägungen bunt gemischt vor. Das Alte wirkt aber nur altmodisch gegenüber dem dominant inszenierten und hoch bewerteten Neuen. Das heißt: Die Polarität von Modern und Traditionell konstituiert die Wahrnehmung von Modernisierern und Traditionsorientierten gleichermaßen.

Abbildung 4: Klassisches Geschichtsbild der Moderne



Quelle: eigene Darstellung

2. Traditionell

Das Wort „Tradition“ stammt vom lateinischen „tradere“ ab, das „übergeben, überliefern, hinübergeben“ heißt. Tradition umschreibt sowohl das Überliefertsein insgesamt („Die Tradition verbietet es, dass...“) als auch das Überlieferte selbst, nämlich Sitten und Gebräuche, Konventionen („Es ist Tradition, an Weihnachten...“). Tradieren wiederum meint den Prozess der Traditionsübergabe, das Weitergeben von Denk- und Handlungsmustern. In seiner bekannten Begriffsdifferenzierung unterscheidet Max Weber hier das traditionale soziale Handeln (durch „eingelebte Gewohnheit“ geprägt) vom zweckrationalen (durch „Erwartungen des Verhaltens <...> der Aussenwelt“ geprägt), wertrationalen (durch „bewussten Glauben an den <...> unbedingten Eigenwert eines Sichverhaltens <...> und unabhängig vom Erfolg“ geprägt) und affektuellen/emotionalen (durch „aktuelle Affekte und Gefühlslagen“) geprägt (vgl. Weber 1976, 12). Für die Moderne wiederum wurde das zweckrationale soziale Handeln zum zentralen Kennzeichen. Im hier behandelten Zusammenhang steht das Traditionelle bezogen auf den Kultur- und Denkraum im Vordergrund und auf die Art und Weise, wie es sich im Arealraum ausdrückt.

2.1 Auswirkungen auf den Menschen

Bezogen auf Menschengruppen kann man die Traditionellen oder Traditionsorientierten den Modernen oder Modernisierern und Avantgardisten polar gegenüber stellen. Wenn die Modernisierer die Zukunft über Gegenwart und Vergangenheit stellen, so machen die Traditionellen das Umgekehrte: Sie wollen nicht dazu gedrängt, getrieben werden, „mit der Zeit“ gehen. Die Vergangenheit, das Vorhandene steht hier im Fokus, ist das Maß, an dem das Neue und Andere gemessen wird.

Die traditionell Denkenden werden von den Modernen als solche betrachtet, welche die Modernisierung behindern. Statt eigenes, rationales Entscheiden wird Tradiertes wichtiger genommen. Traditionelles Denken verhindert durch Festhalten über längere Zeiträume die Anpassungsmöglichkeiten, die Flexibilität. Das Individuum ist nicht im gleichen Maße frei und eigenständig wie im modernistischen Weltbild, sondern fühlt sich als Glied einer Kette, die es nicht zerreißen darf.

Traditionsbewusste sind nicht prinzipiell gegen das Neue, sondern ihm gegenüber nur zurückhaltender, kritischer. Das Neue ist für sie weder Selbstzweck noch interessanter als das Gegenwärtige oder Vergangene. Auf der oben zusammengestellten Liste der Innovationstempi wären sie bei jenen einzuordnen, die ein geringes Tempo an den Tag legen. Die im vorliegenden Aufsatz nicht weiter behandelten „still-Stehenden“ wären dann die Traditionalisten und im Extremfall die sogenannten Fundamentalisten, welche die Entwicklungen seit der Epoche der Aufklärung ablehnen und letztlich eher dem absoluten Raumverständnis nachleben (siehe später: Vier Raumauffassungen).

Wie beim Prozess der Modernisierung, spricht man auch von einem der Tradierung. Traditionsbewusste bemühen sich aktiv um die Tradierung bestimmter Werte, Normen und Verhaltensweisen, pflegen deren Weitergabe und zeigen damit ihre Verwurzelung darin. Modernisierer wiederum arbeiten mehr an Soll-Vorstellungen, sie sind in der Zukunft „verwurzelt“, tradieren die Haltung der Offenheit gegenüber Neuem. Wertvoll sind für sie eher Prozesse als fixe kulturelle Positionen, denn je klarer sie sich in der Gegenwart, die ja augenblicklich und laufend Vergangenheit wird, positionieren und binden würden, desto mehr würde der Maßstab ihres Denkens und Handelns in die Vergangenheit verschoben, ihre Zukunftsoffenheit und Flexibilität abnehmen. Darin liegt einer der Gründe, weshalb gerade in der Wirtschaftswelt in den letzten Jahren soviel über Prozesse und so wenig über Sinn und Zweck von Aktivitäten und Veränderungen gesprochen worden ist.

2.2 Auswirkung auf den Gestaltungsprozess

Indem Traditionelle dem Neuen kritischer gegenüber stehen, sind sie auch weniger am Zeitgeist orientiert. Bei Gestaltungsprozessen achten sie mehr auf den „Genius loci“ sowie den Raumgeist und den Geist der Institution, und fragen sich: Wie hat sich ein Ort, ein Gebäude, ein Zimmer im Laufe der Zeit verändert und wie kann man solche Traditionsmuster weiterentwickeln? Und wer, welche Persönlichkeit hat diese Institution geprägt? Was lernen wir von den Vorstellungen unserer Großväter und Mütter, was vom Firmen- oder Hotelgründer? Auf welche Traditionen bauen wir weiter auf, was taugt nicht mehr?

Damit wird klar, dass Traditionsbewusste wertvolle Objekte zu erhalten und weiter zu nutzen suchen. Das Historische, hier verstanden als das vor über 50 Jahren hergestellte, kann je nach dem einen hohen Anteil an einer Raumausstattung einnehmen. Nostalgische Traditionelle, welche auf die Herstellungszeit der Objekte weniger achten, beschaffen sich dann Kopien und versuchen damit eine traditionelle Atmosphäre zu kreieren. Nachfolgende Abbildung zeigt einen Blick in einen traditionsorientierten Innenraum.

Abbildung 5: Traditioneller Innenraum



Quelle: eigenes Bildmaterial

2.3 Geschichtsbild des traditionell Denkenden

Bei allen Unterschieden des Interesses für Vergangenheit und Geschichte, die zwischen den Modernen und Traditionsbewussten festzustellen sind, sieht das Geschichtsbild der Traditionsbewussten gleich aus wie jenes der Modernisierer. Es zeigt eine Abfolge von Epochen und kunsthistorischen Stilen. Im Gegensatz zum Historismus des 19. Jahrhunderts und den im 20. Jahrhundert pädagogisch motivierten Purifizierungen im Bereich von Wohnmuseen, welche beide sich meist auf einen kunsthistorischen Stil pro Raum beschränkten, mischt man heute jedoch Stile und Objekte verschiedenster Herstellungszeiten freier und mit breiterem Zeit- und Raumhorizont. Da kann auf der Louis XV-Kommode durchaus eine altchinesische Skulptur stehen. Da die Moderne inzwischen ja auch schon Antiquitäten vorzuweisen hat (vgl. Pfister 2008/2, 62/3), darf man sich unter einem traditionsorientierten Innenraum aber nicht nur eine Ausstattung mit sogenannten Stilmöbeln aus der Zeit vor 1900 vorstellen, sondern auch eine mit Objekten aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts.

3. Moderne und Tradition als Raumthemen-Polarität und Mischansatz

Bis hierher wurde „modern“ und „traditionell“ als Denkhaltungen und Raumgestaltungsarten behandelt, die Menschen und Gruppen für sich als je vorherrschend betrachten. Doch auch hier handelt es sich im Grunde um den Umgang mit Polaritäten, denn durch Ausschluss des Gegenparts entsteht ein Spannungsverhältnis zum ortsbezogenen Umfeld, zu andersartigen, zwar nicht präsenten, dem Raumbesucher aber bekannten Ausformungen des Lebensraums. Der andere Pol liegt sozusagen außerhalb ihres Blickwinkels, doch er ist gleichwohl konstitutiv für ihre Haltung, denn das Traditionelle kann nur als solches verstanden werden, wenn man das Moderne als Alternative kennt und letztlich sowohl immer mitdenkt, wie auch bewusst ausschließt – und umgekehrt. In der hier interessierenden Raumgestaltung bedeutet dies im Idealfall, entweder nur trendige Modeobjekte oder ausschließlich historische Stilobjekte vor Ort zu platzieren.

Betrachtet man aber den Lebensraum der Bevölkerungsmehrheit in Europa, dann kommen alle möglichen Misch- und Variationsmöglichkeiten vor und seltener Raumausstattungen mit nur historischen oder nur trendigen Objekten. Die meisten Menschen haben nämlich hier keine eindeutige „Entweder-oder“-Vorstellung, sondern versuchen ein „Weder-noch“ oder „Sowohl-als-auch“ – bewusst oder unbewusst. Auf diese möglichen Ausrichtungen soll nun weiter eingegangen werden.

3.1 Polarität als inszenierter Kontrast oder akzentuierte Heterogenität

Wie nun sind die polaren, sich gegenüber stehenden Vorstellungen eines „Weder-noch“ zueinander in Beziehung zu bringen? Einerseits kann man die Beziehung als Mischung verstehen, als spannungsgeladener Kontrast, bei denen die Pole möglichst auffällig aufeinander prallen. Dieser Polaritätentyp wird hier als „inszenierter

Kontrast“ bezeichnet. Eine zweite Möglichkeit besteht darin, ein Mischverhältnis zu erzielen, das je einem der beiden Pole eine Dominanz einräumt, was in der Folge „akzentuierte Heterogenität“ genannt werden soll.

3.2 Auswirkungen auf Menschen und Gestaltungsprozesse

Raumeigner/Bauherren mit dem „Weder-noch“-Ansatz stellen eine große Gruppe dar. Sie sehen den Lebensraum ganz bewusst als Bühne für Inszenierungen oder eher unbewusst als Kontinuum, indem sich im Laufe der Zeit allerlei ansammelt. Beide Ausrichtungen entstehen bei Raumveränderungsmaßnahmen oft durch Unsicherheiten des Eigners/Bauherrn und der Nutzer, die keine klaren Vorgaben in Pflichtenheften und Architektenbriefings formulieren. Oft zur Freude der Gestalter, weil es diesen die Möglichkeit eröffnet, sich selber anstelle des Hotel- oder Restaurantigners im Raum zu verwirklichen.

Auch hier wird die Polarität als Raumthemen-Polarität betrachtet, die in den Schlüsselmerkmalen (Farben, Formen oder Materialien etc.) umgesetzt und dann auf den Ebenen der Objektschichten und Objekt-Gruppierungen in die gewünschten Mischverhältnisse gebracht werden. Dabei formt man das im Raum zu Erneuernde oder zu Ergänzende modern (z.B. Glaslift im Belle Epoque-Treppenhaus) oder man bestückt traditionelle Objekte mit modernen Elementen (altes Stuhlgestell – moderne Polsterstoffe). Nachstehende Abbildungen zeigen diese Ausprägungen: Links kontrastieren die oben aufgelisteten Objektschichten 2 und 4 (traditionelle Raumhülle und Ausstattung) mit der Schicht 5 (moderne Kunst/Dekorationsgegenstände) sehr pointiert; rechts ist im Gesamtbild des Raumes eine Dominanz des Historischen in den Objektschicht 4 (Ausstattung) zu erkennen, welche die Kunstobjekte der Schicht 5 nicht ganz ausgleichen können, wodurch der Eindruck der akzentuierten Heterogenität entsteht.

Abbildung 6: Inszenierter Kontrast modern-traditionell (links) und akzentuierte Heterogenität (rechts)



Quelle: eigenes Bildmaterial

3.3 Geschichtsbild des Mischansatzes

Das Geschichtsbild der Vertreter des Mischansatzes ist ebenfalls vergleichbar mit den oben genannten Geschichtsvorstellungen: Die Geschichte wird in Epochen und Stile unterteilt. Allerdings ist der Menschentyp des „Weder-noch“ nicht so eindeutig auf Vergangenheit oder Zukunft hin fokussiert wie der „Entweder-oder“-Typ, entscheidet situativ, wobei über längere Zeit hinweg betrachtet sicher eine Tendenz in der Ausrichtung, ein Muster erkennbar wird. Wenn oben beim Modernisierer durch globalisierte Modetrends sowie klare Fokussierung auf den Zeitgeist auf eine sich ausbreitende Beliebigkeit in der Raumgestaltung hingewiesen wurde, so gilt das hier weniger, weil die Misch-Möglichkeiten zeitlich, stilistisch und objektschichtenmäßig betrachtet einfach mehr Variationsmöglichkeiten offen lassen. Allerdings kann beim Mischansatz bei der Auswahl der Objekte ebenfalls Beliebigkeit entstehen, zeigt hier doch der Vertreter dieses Ansatzes auch Unsicherheit: Seine „Weder-noch“-Haltung bedeutet dann Unentschiedenheit, Unverbindlichkeit.

4. Zwischenstand und erster Überblick

Überblickt man die bisher behandelten Polaritätentypen, so ergibt sich ein Bild, wie es die nachstehende Tabelle in den beiden linksstehenden Matrixspalten zeigt. In beiden Ausrichtungen geht es um das Dazwischen, das zwischen den Polen. Das Vermittelnde wird als den Polen gegenüberstehendes Drittes betrachtet, das als Skala von eher traditionell, über halbe-halbe (inszenierten Kontrastansatz) bis zu eher modern (jeweils als akzentuierte Heterogenität benannt) beschrieben und bewertet werden kann. Das den Polen Eigene wird nicht verbunden, sondern bleibt auch in der Mischung einander gegenüber gestellt.

Wie die Überblickstabelle zeigt, zeichnet sich der Gestaltungsprozess der Polaritätentypen 1 und 2 dadurch aus, dass die Umsetzungsarbeit von der abstrakten Themenebene rasch zur Definition der Schlüsselmerkmale und dann auf die Ebene der Objektschichten und Objekte vorstößt. Die Objekte werden entweder dem einen oder anderen Pol zugeordnet oder zeigen an sich den Kontrast (z.B. alter Stuhl, moderne Stoffüberzüge). Dies hat auch damit zu tun, dass die Auftraggeber und Bauherren erst richtig an der Diskussion teilnehmen können, wenn es um konkrete Fragen wie die Wahl der Möbel oder der Farbe der Vorhänge geht. Leider gelingt es – wegen den Ausbildungsgängen der meisten Bauherren, die kaum je gelernt haben, mit Fragen der Raumgestaltung professionell umzugehen – selten, die Themen Corporate Identity, Corporate Design und Corporate Spacing im Sinne der Markenführung zusammen zu sehen und klare Vorgaben für alle drei gleichzeitig zu formulieren. So gibt es öfters Freiräume für den Gestalter, wodurch ihm eine dominante Rolle im Gestaltungsprozess zukommt, und zwar, je trendiger und inszenierter sein Ansatz ist (vgl. Pfister 2008/1, 54/5) – denn er weiß am besten, was „Zeitgeist“ bedeutet. So findet der Gedankenaustausch zwischen Eigner, Gestalter und Nutzer oft nicht auf gleicher Augenhöhe statt, die Identifikation mit dem Ort bleibt für Eigner und Nutzer suboptimal. Diese Unverbundenheit fördert die Unverbindlichkeit.

Abbildung 7: Die drei Polaritäten-Ansätze im Überblick

Polaritätentyp Betrachtungsebene	1. Polarität zwischen Orten: Homogenität/Zeitlicher Blickwinkel	2. Polarität vor Ort als Mischansatz: Heterogenität/Kontrast	3. Polarität vor Ort als Feldansatz: Polaritätenfeld
Raumthema	Tradition und Modernität als Exkludierendes Entweder-oder mit zeitlich unterschiedlich breitem Blickwinkel: These – Antithese und als ein Raumthema visualisiert in Themencollagen	Tradition und Modernität als Weder-noch mit unterschiedlichem Mischverhältnissen: Synthese und als ein Raumthema visualisiert in Themencollagen	Umgang mit Polaritäten als Polaritätenfeld, Sowohl-als-auch: Symbiose. Polarität im Atmosphärenthema des Marken-Codes verortet und verbalisiert, in Themencollage visualisiert: Code durchdringt Atmosphäre und alles Folgende
Raumfunktion, Raumnutzungstypen	Wenn Ort=Gebäude: Homogenität, allenfalls Zeitgeist stärker dort, wo keine praktischen historischen Vorbilder bestehen (Nasszellen, Spa)	Wenn Ort=Gebäude: Akzentuierte Heterogenität oder inszenierter Kontrast innerhalb und zwischen funktionalen Raumtypen	Wenn Ort=Gebäude: Polaritätenfeld Kohärenz der Soll-Raumatmosphäre in allen Raumtypen. Zentrale Visualisierung der Raumatmosphäre auf Ebene Lebensraum/ Raumtyp
Raumgestaltungs-Leitbild, Schlüsselmerkmale	Schlüsselmerkmale als Ort der Themenumsetzung: Farbe, Form, Material etc. der Stilwelt angepasst. Zentrale Visualisierung findet in Schlüsselmerkmalscollagen statt. Geschichtsbezug: Traditioneller Stil oder aktueller Trend (histor/neo oder contra)	Schlüsselmerkmale als Ort der Themenumsetzung: Farbe, Form etc. in allen Objektschichten ähnlich und dem Raumthema angepasst. Zentrale Visualisierung findet in Schlüsselmerkmalscollagen statt. Geschichtsbezug: Mischverhältnis von Zeit- und Ortsgeist (histor/neo, contra)	Raumgeschichtsbezug im Raumgestaltungs-Leitbild (nicht Raumthema) als Ort der modern-traditionell-Polarität. Zeit-, Firmen-/Familien- und Raumgeist durchdringen sich (histor/neo, inno). Farbe, Form etc. entsprechen der Soll-Atmosphäre als übergreifende Gestaltungsvorgabe
Raumbild	Raumbild abgeleitet von Polaritätenausrichtung, zweite zentrale Vorgabe im Gestaltungsprozess: Image-Profil mit Durchschnittswerten der Gesamteindrücke	Raumbild abgeleitet von Polaritätenausrichtung, zweite zentrale Vorgabe im Gestaltungsprozess: Image-Profil mit Durchschnittswerten der Gesamteindrücke	Raumbild als Ausdruck und Operationalisierung von Markenraum-Code und Raumgestaltungs-Leitbild
Objektgruppierung	Homogenität der Objektschichten, Eigner nicht immer homogen zu Stilwelt	Heterogenität oder Kontrast zwischen Objektschichten: Raumhülle vs. Ausstattung vs. Kunstobjekte etc. Eigner nicht immer homogen zu Stilwelt	Objektfelder durchdrungen von Soll-Raumatmosphäre, Mensch im Feld (Eigner, Nutzer, Gestalter)
Objekte	Entweder moderne oder historische oder kopierte Objekte. Ergänzte Objekte/Objektteile sind modern oder traditionell	Moderne oder traditionelle Objekte, oft dominiert ein Pol. Ergänzte Objekte/Objektteile sind meist modern (Lift, Textiles auf Stuhl)	Lebensraum-Gestaltungsfeld kreiert innovative und authentische Objektgestaltung: Ergänzte Objekte/Objektteile oft innovativ
Zeitauffassung	Geschichte als Schichtenraum, als Abfolge von Epochen und Stilen. Kontinuität in Stilwelt, Bruch zwischen Ort und seiner Umwelt möglich	Geschichte als Schichtenraum, als Abfolge von Epochen und Stilen. Oft Fokus Zukunft, Gegenwart steht Vergangenheit gegenüber, Brüche vor Ort gewollt	Kontinuität im Lebensraum
Raumauffassung	Schichtenraum, meist relationales (selten absolutes) Raumverständnis	Schichtenraum, relationales Raumverständnis	Ort als Feld und Einheit, topisch-henadisches Raumverständnis
Beispiel aus Hotelbereich	Hotel Chasa Capol, Sta. Maria, The Hotel, Luzern	Hotel Dolder, Zürich, Hotel Hirschen, Eglisau	Hotel Paxmontana, Flüeli-Ranft

Quelle: eigene Darstellung

Wie kann man nun diese Defizite und auch jene der mangelnden Nachhaltigkeit vieler so entstandener Raumgestaltung abbauen? Auf der Ebene der Methoden und Management-Modelle wurde zwar schon Vieles versucht, ohne dass sich bei diesen Defiziten wirklich Entscheidendes verbessert hätte. Liegt die Problemlösung etwa tiefer, auf der Ebene der – den Methoden und Modellen zugrunde liegenden – Raumauffassungen und der damit zusammenhängenden Menschen- und Geschichtsbildern?

Darauf soll in der Folge eingegangen werden, wozu die spezifische Polarität „modern-traditionell“ zunächst verlassen und das Thema des Umgangs mit Polaritäten in einem grundsätzlichen Sinne betrachtet wird. Dafür muss man die Praxisebene für einen Moment verlassen und sich in die komplexe Gedankenwelt der Raumphilosophie vorwagen. Im Blick auf die obige Überblickstabelle geht es nun um die Matrixspalte rechts außen.

5. Polarität als Feldansatz

Die hier dargestellte Weiterentwicklung der Raumauffassungen hin zu mehr Ganzheitlichkeit, Nachhaltigkeit und Lebensnähe ist stark von Kitaro Nishidas Werk über die „Logik des Ortes“ beeinflusst. Seine Raumphilosophie nimmt sich der „Alltäglichkeit“, dem „Leben“ in seiner Ganzheit an, bevor die Welt zergliedert wird. Menschen und Gegenstände befinden sich nach Nishida immer in einem Ort. Die Umgebung bestimmt die Einzelnen und die Einzelnen bestimmen die Umgebung (vgl. Nishida 1999, 146/7). Die Umgebung, der Ort kann dann als Feld verstanden werden, welches die Einzelnen durchdringt – im Gegensatz zum Spannungsfeld, wo die Pole sich gegenüberstehen. Der Ort verbindet die Einzelnen, indem er sie als Stimmung, als Atmosphäre durchdringt. Auch wenn Nishida hier zukunftsweisende Aussagen gemacht hat, so stehen natürlich seine Gedanken ihrerseits in einer langen Tradition. Auch im Abendland ist die Idee des sich gegenseitigen Durchdringens schon früh nachweisbar und hat unter dem Begriff der „Perichorese“, also des sich wechselseitigen Durchdringens unter gleichzeitiger Wahrung der jeweiligen personalen Einheit, in der christlichen Theologie eine große Bedeutung erlangt, und zwar in der Trinitätslehre.

5.1 Vier zentrale Raumauffassungen

Die vier in der abendländischen Philosophie zentralen Raumauffassungen wurden in anderen Publikationen ausführlich dargestellt (vgl. Latka 2003, 265–276; Pfister 2007, 86–91), weshalb darauf nur sehr gerafft eingegangen werden soll. Nachfolgende Abbildung zeigt die vier Raumauffassungen in künstlerischen Darstellungen.

Markus Schroer fasst die Entwicklung der absoluten zur relativen Raumvorstellungen wie folgt zusammen: „Im ersten Modell ist der Raum nur die Hülle für die darin befindlichen Körper. Der Raum gleicht einer Schachtel, einem Kasten oder Behälter („container“), in den Dinge aufgenommen werden können und in dem sie ihren festen Platz haben <...>. Im zweiten Modell dagegen ist ein Raum kei-

ne schlichte Gegebenheit mehr, vielmehr wird nach diesem Verständnis ein Raum durch soziale Operationen erst konstituiert. Wie wir gesehen haben, spitzt sich der weit zurückgreifende Streit zwischen Anhängern der absoluten und denen der relativen Raumauffassung in der Auseinandersetzung zwischen Newton und Leibniz in besonderem Maße zu, wobei Newton am Ende als eindeutiger Sieger vom Platz gehen kann. Erst mit der Relativitätstheorie Einsteins jedoch hat das absolutistische Modell des Containers an Bedeutung verloren“ (Schroer 2006, 44f).

Martina Löw sieht die dritte, die relationale Raumauffassung als eine Weiterentwicklung der bisherigen absoluten und relativen Raumbegriffe: „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“ (Löw, 2001, 67). Die Löw'sche Raumdefinition lautet nun: „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“ (Löw 2001, 271).

Die oben betrachteten Polaritätentypen stehen alle in der Tradition des relationalen Raumverständnisses. Denn in den Fällen der Homogenität („Entweder-oder“, Polarität Ort-Umwelt) wie auch beim Mischansatz („Weder-noch“, akzentuierte Heterogenität oder inszenierter Kontrast) können die Begriffe und deren Materialisierungen vor Ort als Gegenüberstellungen wie Knoten im Netzwerk betrachtet werden (siehe: Atomium in Brüssel). Hier zeigt sich auf der raumphilosophischen Ebene, was es bedeutet, wenn sich im Modernisierungsprozess in den letzten Jahrzehnten eine immer stär-

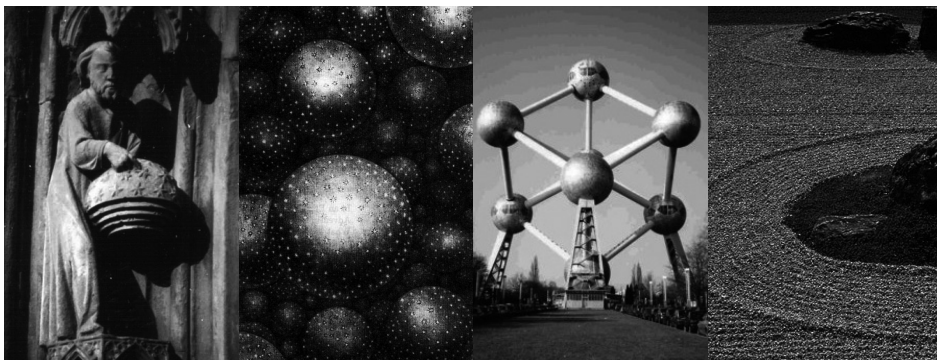
Abbildung 8: Vier zentrale abendländische Raumauffassungen

1. Absoluter Raum

2. Relativer Raum

3. Relationaler Raum

4. Topischer Raum



Sphärenschöpfer,
Freiburger Münster,
Hauptportal,
frühes 13. Jh.

Bild zur „Neuen
Hypothese über das
Universum“ von
Thomas Wright, 1750

Atomium,
Weltausstellung
Brüssel 1958

„Tempel zum friedvollen
Drachen“, bei Kyoto,
1488, Künstler unbekannt

Quelle: Pfister 2007, 89

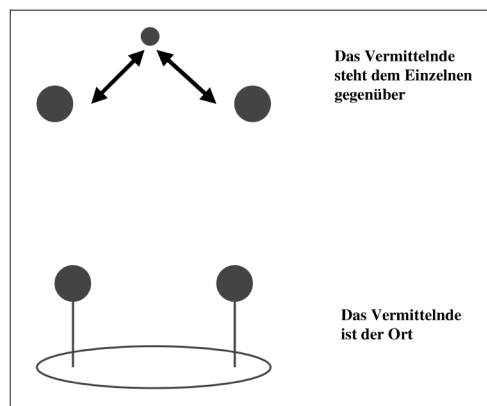
kere Entwicklung hin zu mehr Individualismus und Autonomie bemerkbar machte: Es kommt nämlich zu einer ausgeprägten Fokussierung auf die Knoten auf Kosten der Beziehungen zwischen ihnen. Bei einem übermäßigen Wachstum eines Knotens bilden sich in Körpern von Lebewesen Krebszellen, im sozialen Bereich kommt es zu Hyperindividualismus. Im Politischen kann dies bis zur Ausbildung von autoritären bis totalitären Führergestalten führen.

Das zwischen den Knoten soll laut Latka (2003) „das Vermittelnde“ genannt werden. Im relationalen Raumverständnis wird das Vermittelnde als dem Einzelnen gegenüberstehend verstanden. Es „objektiviert“ sich in Schlüsselmerkmalen, Raum-image-Bewertungen, Objektschichten und Objekten, trifft dort aber jeweils als Kontrast aufeinander, tritt als Pol dem anderen Pol gegenüber, verbindet sich nicht im Ort und Objekt, sondern nur im Auge des Beobachters als Mischverhältnis. Denn die Vertreter dieses Raumverständnisses analysieren, wie oben besprochen, Raum und Ort vor allem als Bild und bringen die Mischverhältnisse oft – wie Image-Werte in der Marktforschung – in einer Zahl zum Ausdruck. So kann sich im Falle der Image-Dimension „modern-traditionell“ beispielsweise auf einer 5er-Skala die Beurteilung 3,5 ergeben, was auf eine leichte Tendenz in Richtung traditionell hindeutet.

Latka sieht hier ebenfalls eine Polarität in der Art und Weise, wie man dieses Vermittelnde verstehen kann: „Entweder wird das Vermittelnde als Einzelnes verstanden oder als Ort. <...> Diese zwei Positionen bilden gewissermaßen die beiden Pole im Spannungsfeld aller möglichen Antworten.“ (Latka 2003, 53). Nachfolgende Abbildung zeigt die beiden Möglichkeiten.

Das Vermittelnde wird meist mit „Kommunikation“ und „Medien“ in Verbindung gebracht, welche beide „das Dazwischen“ überwinden sollen. Die Knoten als solche können so nicht miteinander verbunden werden, wollen unabhängig von anderen Knoten sein. Sie bleiben autonom, denn sie besetzen eine Stelle im Raum, die wegen der Undurchdringlichkeit dieser materiell geprägten Knoten-Vorstellung nicht mehrfach besetzt werden kann. In diesen klassischen Vorstellungen liegt, raumphilosophisch betrachtet, der Grund für die zentrale Bedeutung, die der Unabhängigkeit im Zeitalter der Moderne zukam. In den zwischenmenschlichen Beziehungen hat dieses Prinzip im 20. Jahrhundert zu zunehmender Unverbindlichkeit geführt, zur Positionslosigkeit, welche die Ortslogik der vierten Raumfassung zu überwinden sucht.

Abbildung 9: Die Pol-Positionen von Einzelem und Vermittelndem



Quelle: Nach Latka 2003, 54

Doch nicht nur die Beziehung zwischen „Knoten“ – verstanden als Individuen, Institutionen und Systeme – ist schwierig geworden, sondern auch jene des Einzelnen zum Ganzen. Durch die Modernisierung als Prozess hin zu immer mehr Individualismus, Autonomie und Spezialisierung entstanden Anspruchsdenken und Anspruchsgruppen, die nur noch ihre eigenen Interessen durchsetzen wollen. Die Beziehungen zwischen den Gruppen wurden zu Austauschprozessen im Sinne eines berechnenden Gebens und Nehmens bis weit in private und intime Beziehungen hinein. Das Ganze und die Verantwortung dafür wurde vom Individuum an den Staat delegiert und ist von der Politik als Gemeinwohl im Auge zu behalten.

Im Unterschied dazu werden im dritten Polaritätentyp, dem Feldansatz, die Knoten oder Themenpole nicht einander gegenüber gestellt, vielmehr durchdringen sie sich matrixartig und verbinden sich vor Ort. Das in Abbildung 9 dargestellte Vermittelnde als Ort wird hier mit der dort herrschenden Ortsatmosphäre beschreibbar.

Was nun den Ort verstanden als Atmosphäre betrifft, so weist Gernot Böhme auf Folgendes hin: „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“ (Böhme 1998, 94/5). Die Atmosphäre ist demnach die beschreibbare Art, wie sich ein Ort zeigt. Die Ortsatmosphäre kann analytisch in eine Raum- und in eine Situationsatmosphäre differenziert werden, die sich gegenseitig durchdringen.

Die hier im Zentrum stehende Raumatmosphäre wird im selbst entwickelten „Spacing-Modell“, wie mehrfach dargestellt (vgl. z.B. Pfister 2007, 187), praxisbezogen beschrieben durch

- den Markenraum-Code (Raumaussage/Zweck, Raumfunktion/Ziel),
- das Raumgestaltungs-Leitbild (Raumgeschichtsbezug, Raumform/-struktur, handwerkliche Verarbeitung) und
- das Raumbild (Raumgestaltungsmittel und Raumeindruck).

Eine Polarität kann generell betrachtet im Markenraum-Code als ein Raumthema („Kontrast“) verbalisiert „verortet“ werden. Dies geschieht so bei den bisher behandelten und verbreiteten Modellen des Product und Corporate Designs sowie der Corporate Architecture (siehe Tabelle Abbildung 7, erste Zeile), und zwar deshalb, weil wie gezeigt in diesem Geschichtsbild der gewachsene, kontinuierlich sich weiterentwickelnde Lebensraum außerhalb des Blickfelds liegt. Geschichte ist im einen Fall ein zu inszenierendes Thema, im Andern ein untrennbarer Aspekt jeder Lebensraumentwicklung, das heißt, die „modern-traditionell“-Polarität ist hier, also im Spacing-Modell (vgl. Pfister 2007, 152 ff), auf der Ebene des Raumgestaltungs-Leitbilds unter dem Aspekt des Raumgeschichtsbezugs zu behandeln.

Als Polaritätenfeld im Sinne des „Sowohl-als-auch“ beziehen sich demnach modern und traditionell auf den Ort und dessen Atmosphäre und nicht auf Ort und

Umwelt wie im „Entweder-oder“-Ansatz und nicht auf die objektschichten- und objektbezogene Kontrastierung wie beim „Weder-noch“-Ansatz“. Im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtung des Raumes werden hier aus Objektschichten Objektfelder (siehe später).

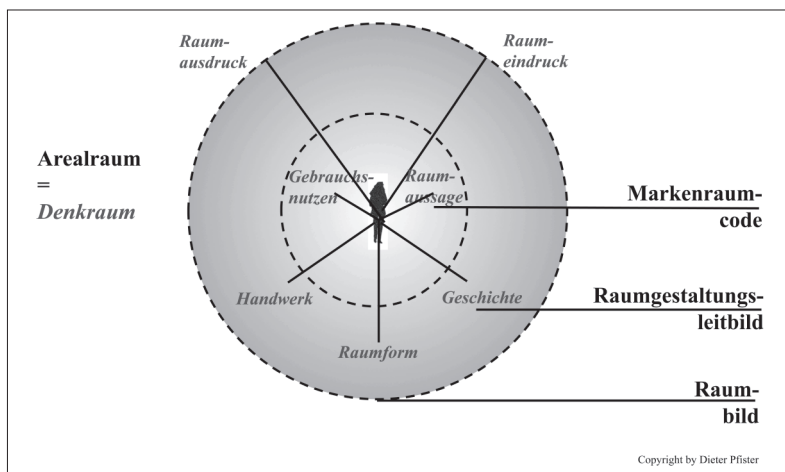
Um das Vermittelnde als Ort und damit eine Polarität als Feldphänomen und „Sowohl als auch“ im ganzheitlich-nachhaltigen Sinne betrachten zu können, muss man zu der vierten Raumauffassung vorstoßen, worauf abschließend eingegangen werden soll. Diese Raumauffassung wird „topisch-henadische“ (vgl. Pfister 2007), ortsbezogen-feldhaft oder kurz „topologisch“ genannt. Im Zentrum steht hier der Ort, der als Feld gedacht und als Atmosphäre beschrieben werden soll. Nach Latka wird hier, im Unterschied zum rein relationalen Raumverständnis, „Raum nicht primär als ein Relationengefüge verstanden, sondern vor allem als ein durch die Raumpunkte aufgespanntes Feld. <...> Die Feld-Metapher des Raumes soll verdeutlichen, dass die Raumpunkte selbst vom Raum durchdrungen werden können, d.h. das Verbindende zugleich das Durchdringende ist“ (Latka 2003, 270/1).

5.2 Auswirkung des ortsbezogen-feldhaften Denkens auf den Menschen

Wenn das die Menschen, Lebewesen und sozialen Güter vor Ort Durchdringende und damit das ortsmässig Vermittelnde erkannt werden soll, so müssen methodisch und analytisch die Grundlagen dafür gelegt werden. Die hier vorgeschlagene Lösung schafft das dadurch, dass sie Areal- und Denkraum, ja den gesamten Lebensraum des Individuums nach gleichen Dimensionen strukturiert.

Die nachfolgende Abbildung 10 zeigt, wie der Mensch (Figur im Zentrum) die verschiedenen Verortungen wahrnimmt, um seinen Eigenraum zu konstituieren. Seine Persönlichkeit lässt sich mit den aufgeführten zentralen Dimensionen (von

Abbildung 10: Dimensionen einer Persönlichkeit und Gestaltung als Durchdringung von Areal- und Denkraum



Quelle: eigene Darstellung

Raumaussage bis Raumgestaltungsmittel in der Kugel) beschreiben. Indem er über die Zeitläufe betrachtet nach vergleichbarem Muster mit diesen Dimensionen umgeht, schafft er Identität zwischen dem Denkraum als Ort seiner Persönlichkeit und dem Arealraum als Atmosphäre zum Beispiel eines Hauses (siehe Angaben links in Abbildung).

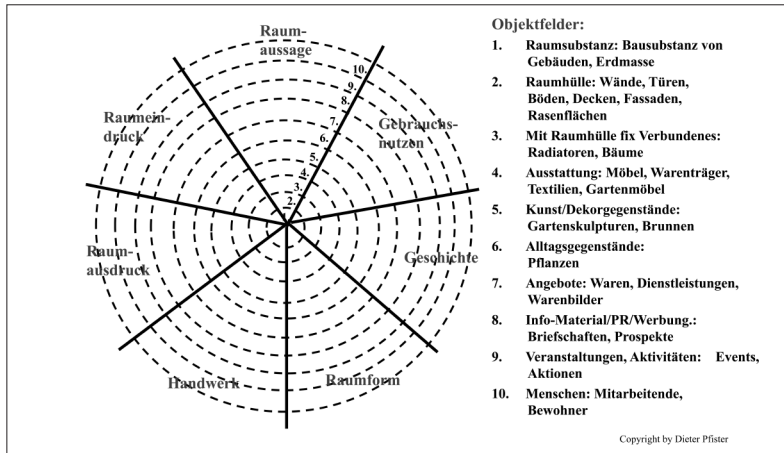
Der Umgang mit den Dimensionen als Wörter betrachtet (Begriffsbestimmung und -verwendung) verbindet das Individuum mit dem Wissensraum, denn Worte/Begriffe werden hier als Orte im Wissensraum verstanden. Das Muster im Umgang mit diesen Grundbegriffen wiederum verbindet Individuen und Institutionen mit dem für sie relevanten Kulturraum. Die Idee, das Ideal der persönlichen Identität und der Corporate Identity strebt nun die Identität des Musters des Umgangs mit den genannten Grundbegriffen (oder Dimensionen) im Denk-, Kultur- und Arealraumes an. Diese musterhafte Identität beschreibt den individuellen und institutionellen Eigenraum. Verbindet man diese Musterausprägung mit gleichartigen Eigenräumen, so entsteht das sogenannte Lebensraum-Gestaltungsfeld (siehe später).

Die Logik des Ortes wird so auch verstanden als Logik der Verortung der Persönlichkeit im Raum als Denk- und Verhaltens- und Gestaltungsmuster. So gilt: Der Mensch *ist* die Stimmung, die Ausstrahlung, die Atmosphäre seines Selbst-/Körper- und Eigenraums und, wie Abbildung 10 zeigt, nicht nur im Image und Raumbild beschreibbar, was als Weiterführung des Gedankens von Peter Sloterdijk gesehen werden kann, der schrieb: „Die Gesellschaft *ist* ihre Raumtemperatur, *ist* die Qualität ihrer Atmosphäre <...>; sie *ist* ihre Aufsplitterung in zahllose lokale Mikroklimata“ (Sloterdijk 1999, 1011: Hervorhebungen durch PS). Vielmehr muss der Beobachter im Sinne des Poläritätenfeld-Ansatzes den Eigenraum des Anderen geistig durchdringen, um so zum (Markenraum-)Code eines anderen Individuums oder einer Institution vorzustossen.

5.3 Auswirkung des ortsbezogen-feldhaften Denkens auf den Gestaltungsprozess

Im Feldansatz wird der Auftraggeber und Nutzer voll integriert, aber auch gefordert, in den Dialog zu treten mit den Gestaltenden. Dabei geht es nicht nur um eine Diskussion, um die klassische Kommunikation als auf Austausch von Wort und Bild im Sinne einer Informationslogistik, sondern um das geistige Durchdringen des Eigenraums des Andern, um das ganzheitliche Erfassen der Persönlichkeit einer Institution (z.B. eines Hotels) und eines Individuums (Hoteleigner). Das gemeinsame Sich-Einstimmen in einen Ort erfordert ein verbindliches In-Beziehung-Treten. Durch den Dialog mit den Menschen, den Orten und der Geschichte können dann eigenständige Lösungen erarbeitet werden, ganz im Sinne von David Bohm, der schrieb: „Dialog‘ kommt vom griechischen Wort *dialogos*. *Logos* heißt ‚das Wort‘ oder auch ‚Wortbedeutung, Wortsinn‘. Und *dia* heisst ‚durch‘ – nicht ‚zwei‘. <...> Die Vorstellung oder das Bild, dass diese Ableitung nahe legt, ist das eines freien Sinnflusses, der unter uns, durch uns hindurch und zwischen uns fließt. <...> Und dieser untereinander geteilte Sinn ist der ‚Leim‘ oder ‚Zement‘, der Menschen und Gesellschaften zusammenhält“ (Bohm 2002, 33).

Abbildung 11: Objektfelder werden von Atmosphäre durchdrungen



Quelle: Nach Pfister 2007, 156

Das feldhafte Denken zeigt sich auch darin, dass die Objektschichten der ersten beiden Polaritätentypen im Feldansatz als Objektfelder betrachtet werden, die nicht durch Schlüsselmerkmale geprägt, sondern sich auf das Vermittelnde als Ort beziehen, der durch die Atmosphäre beschrieben wird. Die Objektfelder sind vom Geist der Atmosphäre-Dimensionen durchdrungen. Menschen und Aktivitäten werden ferner als integrierte Bestandteile der Analyse- und Gestaltungsarbeit betrachtet, so wie die obenstehende Abbildung 11 zeigt.

Schließlich werden im dritten Polaritätentyp auch auf der Ebene der Objekte die schon vor Ort befindlichen Gegenstände bewusster darin integriert. Entscheidend ist aber, dass in diesem Polaritätentyp – ganz im Unterschied zum zweiten Typus – die zu beschaffenden Objekte wie zum Beispiel Möbel vom Geist des Lebensraum-Gestaltungsfeld durchdrungen sind, also innovative Formen gefunden werden, und zwar als Produkt von Firmen-/Familien-, Raum- und Zeitgeist. Im Gegensatz zu den besprochenen Modernisierungsansätzen sind hier Innovationen nicht absolut zeitgeistbezogen, sondern relativ bezogen auf das Lebensraum-Gestaltungsfeld. Wenn es also um den „Ort als das Vermittelnde“ geht, ist dieser Ort auch ganz wesentlich das zu gestaltende Objekt.

Abbildung 12 zeigt eine solche Kombination von Historischem und des Innovationsansatzes im Schrank-Möbel, das den alten Typus des Aufsatzschrankes und die klassische Giebelform mit zeitgenössischer Schlichtheit und Proportionierung verbindet. Wie sich das genannte Lebensraum-Gestaltungsfeld konstituiert, darauf soll nun noch kurz eingegangen werden.

5.4 Geschichtsbild im ortsbezogen-feldhaften Denken

Geschichte findet in diesem Ansatz ebenfalls „vor Ort“ statt, im Alltäglichen oder mit Karl Schlögel gesagt: „Im Raume lesen wir die Zeit“ (Schlögel 2003). Im Gegensatz zu den Polaritäts-Ansätzen der relationalen Raumvorstellung, wo oft zumindest eine der drei zentralen geistigen Einflussgrößen dominiert, wird hier von einem Einfluss des Zeit-, Firmen- / Familien- und des Raumgeistes ausgegangen, wie dies nachfolgende Abbildung 13 darstellt.

Das Lebensraum-Gestaltungsfeld zeigt das Bewusstsein des Individuums oder der Institution. Mit Nishida ist Bewusstsein „ewige Gegenwart, denn im Bewusstsein ist die Vergangenheit eine der Gegenwart, die Gegenwart eine Gegenwart in der Gegenwart und die Zukunft eine Zukunft in der Gegenwart“ (Nishida 1999, 94).

Der Lebensraum wird zum Gestaltungsfeld, indem hier Zeit-Geist (aktuelle Begriffe und Schlüsselmerkmale) und Raum-Geist (Gestaltungsmuster des lokalen Umfelds eines bestimmten Ortes) in Bezug gebracht werden zu den herkömmlichen Gestaltungsmustern einer Firma, etwa eines Hotels oder einer Familie. Dieser Firmen- / Familien-Geist durchdringt die zwei anderen vor Ort und formt so den Orts-Geist („Genius loci“), indem er jene Elemente aufnimmt, die den eigenen Mustern nahe sind. So wird die eigene Persönlichkeit verstärkt, expliziert sich in der Verbindung des geistig nahestehenden Andern.

Das Lebensraum-Gestaltungsfeld kann beschrieben werden durch die Dimensionen des Markenraum-Codes und des Raumgestaltungs-Leitbilds (vgl. Pfister 2008/4, 58). Diese zentralen, wie oben gezeigt die Persönlichkeit prägenden Gestaltungsmuster durchdringen dann die Raumbilder.

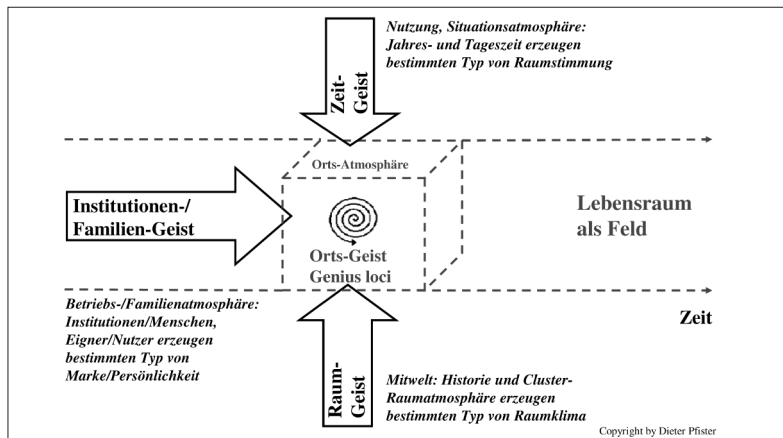
Das Eindringen in die komplexe Gedankenwelt der Raumphilosophie zeigt, wie wichtig es ist, die im praktischen Alltag oft unhinterfragt verwendeten Modelle und Methoden immer wieder auf ihre Welt- und Menschenbilder und impliziten Raumauffassungen hin zu prüfen, zumal, wenn man die Grenzen der Tauglichkeit der aktuellen Modelle zu spüren bekommt (vgl. Pfister 2007, 92 ff). Man täusche sich nicht: Eine Weiterentwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit hat tiefschürfendere Konsequenzen als Manchem lieb ist.

Abbildung 12: Soll-Atmosphäre durchdringt auch die Objekte



Quelle: eigenes Bildmaterial

Abbildung 13: Konstituierungsprozess des Lebensraum-Gestaltungsfelds



Quelle : eigene Darstellung

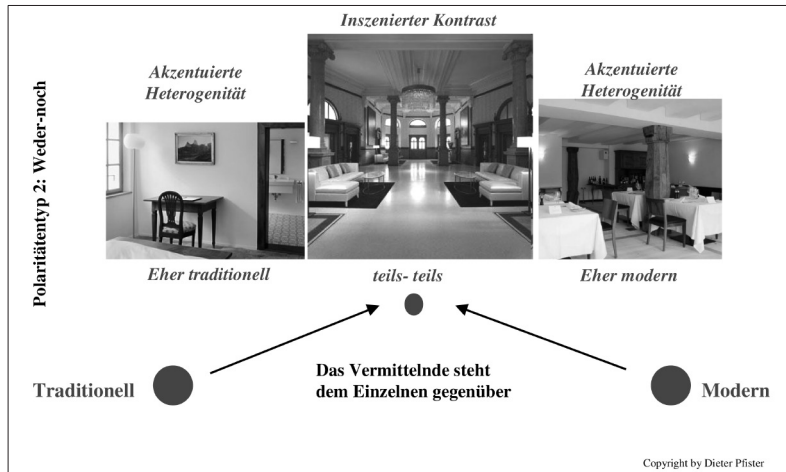
6. Konsequenzen für Tourismusangebote

Zum Schluss soll nun dargestellt werden, wie der unterschiedliche Umgang mit Polaritäten auf die Arealraumgestaltung im Tourismusbereich, konkret im Hotel, wirkt. Der Bereich Freizeit und Tourismus eignet sich für die Fragestellung der Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit besonders, kann doch dort der Mensch am ehesten seine Überzeugungen ausleben, befreit von den Zwängen herrschender Systeme und Modelle im Berufsleben, seine persönlichen Überzeugungen besser realisieren.

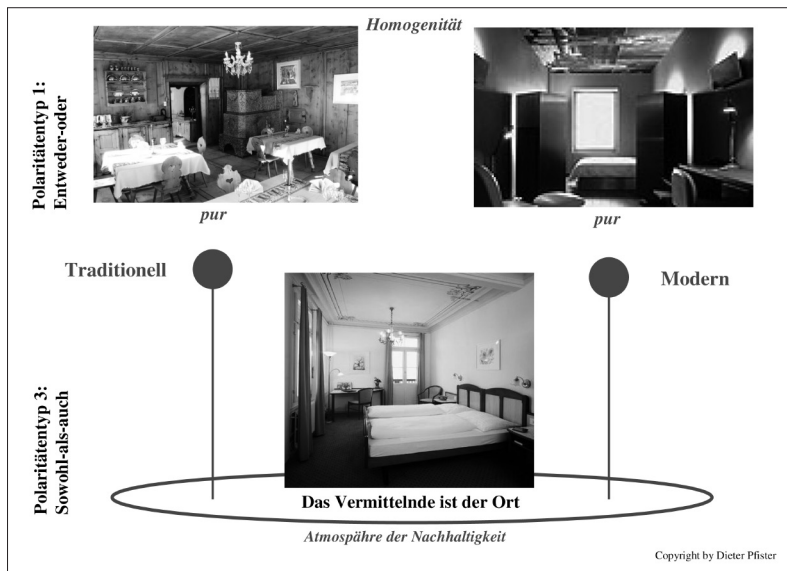
Welcher Polaritätentyp bezüglich „modern-traditionell“ dominiert heute das Angebot? Überblickt man die Polaritätentypen, dann ergeben sich angewandt auf Hotelinnenräume, die in den nächsten Abbildungen zusammengestellten Visualisierungen.

Bei Neubauten steht natürlich der Polaritätentyp 1 in der Ausprägung „modern“ im Zentrum, oft auch bei Erweiterungsbauten. Je älter das Hotel, je wertvoller die Substanz, desto öfters werden die Ansätze des Polaritätentyps 2 angewandt. Dabei gilt grundsätzlich: Je dominanter der Architekt, desto öfter und profilierter wird der inszenierte Kontrastansatz realisiert. Der Ansatz der akzentuierten Heterogenität und der dritte Polaritätentyp der nachhaltigen Atmosphäre kommt tendenziell eher dort zum Zuge, wo ein engagierter Eigner auftritt, meist ein Vertreter einer bewährten Hotelfamilie oder ein Hotelliebhaber oder Kunstsammler. Allerdings gibt es bei der akzentuierten Heterogenität und bei der Mittelposition Ausprägungen, die als Durchschnittsmischung im unprofilierten und unprofessionellen Sinne verstanden werden müssen. Viele Hotels und Restaurants sind hier anzutreffen – viel Beliebigkeit, wenig Liebe zum Detail. Hier wird zwar Kontinuität geschaffen, aber ohne viel Bewusstsein für die Eigenheiten und Möglichkeiten der Hotelgeschichte und des Orts-, Raum- und Zeitgeists.

Abbildung 14/15 : Die drei Polaritätentypen angewandt auf touristische Angebote



Quelle: Fotos von links nach rechts: Hotel Hirschen, Eglisau (zweimal), in der Mitte: Hotel Dolder Grand, Zürich



Quelle: Fotos oben von links nach rechts: Hotel Chasa Capol, Sta. Maria und The Hotel, Luzern, Foto unten: Hotel Paxmontana, Flüeli-Ranft

6.1 Feldansatz und Marken-Management

Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Idee der Markenführung im Hotelbereich noch nicht so verbreitet ist. Zwar spricht man in den Fachzeitschriften und Weiterbildungsseminaren viel von „Branding“, doch sind viele Gestalter und Objektproduzenten in ihrer hier schon behandelten „Tabula rasa“-Haltung eher Verhinderer als Förderer einer professionellen Markenraum-Entwicklung.

Doch auch auf Seiten der Eigner fehlt oft das Selbst-Bewusstsein und Wissen über die eigene Geschichte sowie klare Gestaltungsziele und -vorgaben. Dieses mangelnde Selbstwert-Gefühl führt zu Markenwert-Vernichtungen und Verwirrung der bestehenden Kundschaft. Um dies zu verhindern, sollte der Eigner seine Hausaufgaben seriöser machen, seine Zielvorgaben klar und so formulieren, dass sie Gestalter verstehen können. Die „Logik des Ortes“ zu erkennen ist grundlegend wichtig. Diese „Eigenlogik“ zu erfassen bedeutet nach Löw, die „verborgenen Strukturen <...> als vor Ort eingespielte, zumeist stillschweigend wirksame präreflexive Prozesse der Sinnkonstitution (Doxa) und ihrer körperlich-kognitiven Einschreibung (Habitus)“ zu verstehen (Löw 2008, 76).

Was das im Sinne des Spacing-Managements für die Praxis heißt, zeigt die nachfolgende Grafik. Die Dimensionen der Atmosphäre müssen über alle Ebenen der Konzept-Kaskade zur Umsetzung hin konkretisiert werden, was ein straffes, kohärentes Projektmanagement erfordert, dass auch nach ein paar Monaten der Projektarbeit noch weiß und ernst nimmt, welche Vorgaben zu Beginn beschlossen worden sind.

Abbildung 16: Logik des Ortes in Kernbegriffen und Konzeptebenen entwickeln

Projekttypen, Betrachtungsebenen		Verantwortung	Spacing-Management: Prozessstufen der Raumentwicklung		
<i>Stadt</i>	<i>Institution, Firma, Individuum</i>	<i>Staatl. Verwaltung, Bauherr</i>	▪ Grundlagen: CI, Leitbilder, Strategien, Marke ▪ Analysen: Konkurrenz, Sozioökonomie, Codes der Ortsbild-Entwicklung und des atmosphärischen Umfelds etc. ▪ Vorgaben: Gesetze, öff. Gestaltungsplan, Energiekonzept etc.		
<i>Gebiets-Cluster, Perimeter</i>	<i>Areal/ Immobilie, Perimeter</i>	<i>Aufgaben Bauherr</i>	<i>Raum-atmosphäre RA</i>	<i>Objektfelder 1-5</i>	<i>Situations-atmosphäre SA</i>
			Soll-RA	Raumprogramm, Technik	Soll-SA
		<i>Aufgaben Gestalter</i>	Definition RA-Code... Konstanten der Ge-...	Umgang mit Nutzungen, Kubaturen etc.	... und SA-Code: ... staltungsstrategie
<i>Lokaler Cluster: Ensembles aus Strassen, Plätzen, Parks etc.</i>	<i>Raumnutzungstypen: Gartenraum, Wohn-, Arbeits-, Transiträume etc.</i>	<i>Aufgaben Bauherr</i>	Soll-RA	Definition Objekt-Code 1: Konstante Objektarten je Raumnutzungstyp	Soll-SA
		<i>Aufgaben Gestalter</i>		Gestaltungsstrategie für Raumnutzungstypen und Objekt-Code 2: Bestimmung konstanter Objekttypen/-stile/-systeme/-fabrikate	
<i>Ort: Strassenabschnitt, Platz X etc.</i>	<i>Ort: Arbeitszimmer etc.</i>	<i>Aufgaben Gestalter</i>		Konkrete Gestaltung Strasse/ Büro, Wohnzimmer etc.	

Quelle: eigene Darstellung

Entscheidend ist, hohe Qualität anzustreben, verstanden sowohl als Kohärenz, als auch handwerklich-formal. Hier tut sich nämlich im oft „verkauften“ Trend-Ansatz eine Negativ-Spirale auf: In der für Gestalter und Objektproduzenten umsatzfördernden und in vielen Fachzeitschriften und -büchern wiederholten Behauptung, dass nämlich in spätestens sieben Jahren eine Raumgestaltung im Bereich des Ladenbaus und der Restaurants ohnehin erneuert werden muss, ordnen sich alle anderen Kriterien unter: mäßige handwerkliche und materialbezogene Qualität, hohe modisch-trendige Form- und Farbwahl etc. Das wirkt dann als sich selbst erfüllende Prophezeiung, denn nach dieser Zeitspanne sind die Objekte tatsächlich verbraucht und die Formen langweilig geworden.

Welche Ausrichtung im konkreten Fall die Richtige ist, hängt vor allem von der Kultur des Eigners und der Kundschaft ab. Mit allen Ansätzen ist kommerzieller Erfolg möglich. Im Sinne der Nachhaltigen Entwicklung hat aber der Feldansatz wohl einige Vorteile zu bieten: Er ist ökologischer dank weniger und seltener Objekt-Entsorgung positiv einzuschätzen, damit auch ökonomischer (durch Einsparungen in Objekterneuerung) und sozialer durch größeren Wiedererkennungseffekt.

Innovation ist auch im dritten Polaritätstyp wichtig. Doch herrscht nicht „Neu-Gier“ als Selbstzweck, sondern ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit, weshalb die Träger dieses zukunftssträchtigen Ansatzes als „Nachhaltigkeits-Avantgarde“ bezeichnet werden können. Sie nähern sich mit ihrem Ansatz den Bedürfnissen und Lebensraum-Vorstellungen der Menschen wieder an und haben ein gelassenes Verhältnis zur Innovation. Sie stehen der „Neu-Gier“ als einer spezifischen Form von Gier kritischer gegenüber als die klassische Avantgarde der Moderne. Diese „Nachhaltigkeits-Avantgarde“ ist bereit, Verantwortung für sich und das Ganze zu übernehmen und fühlt sich nicht wie die modernistische „Alt-Avantgarde“ als eine distanzierte Beobachter-Gruppe, die mit ihrem Raumverständnis dem Lebensraum der Menschen letztlich beziehungslos gegenüber steht.

Literatur

- Böhme, G. (1998): Anmutungen. Über das Atmosphärische, Ostfildern.
 Bohm, D. (2002): Der Dialog, Stuttgart.
 Bötticher, K. (1844): Die Tektonik der Hellenen, Potsdam.
 Herder, J.G. (1878): Kritische Wälder oder Betrachtungen, die Wissenschaft und Kunst des Schönen betreffend, nach Maßgabe neuerer Schriften. 1769. In: Herders Sämtliche Werke. Band 3, Berlin.
 Latka, Th. (2003): Topisches Sozialsystem, Heidelberg.
 Löw, M. (2001): Raumsoziologie, Frankfurt a. M.
 Löw, M. (2008): Soziologie der Städte, Frankfurt a. M.
 Nishida, K. (1999): Logik des Ortes, der Anfang der modernen Philosophie in Japan, Darmstadt (Erstausgabe 1926).
 Oechslin, W. (1994): Stilhölse und Kern, Otto Wagner, Adolf Loos und der evolutionäre Weg der modernen Architektur, Zürich.

- Pfister, D. (1999): Integration, Innovation, Tradition – in der Architektur. Hugo Pfister zum 80. Geburtstag, Basel 1999
- Pfister, D. (2000): Identität und Virtualität im Unternehmen. Basel.
- Pfister, D. (2003): Schweizer Tourismuskrise als Kulturkrise – Beliebigkeit statt Qualität und Identität, in: Neue Zürcher Zeitung, 3. März, S. 10.
- Pfister, D. (2004): Raum – Gestaltung – Qualität am Beispiel historischer Hotels. Nachhaltige Kommunikation durch authentische Raumgestaltung. Basel.
- Pfister, D. (2007): Raum – Gestaltung – Marketing im ganzheitlich-nachhaltigen Management, Basel 2007.
- Pfister, D. (2008/1): Inszenierung oder Authentizität: Welche Raumgestaltung suchen Touristen? In: Romeiss-Stracke, Felizitas: TourismusArchitektur, Berlin 2008, S. 49 ff.
- Pfister, D. (2008/2): Historische Hotels als Markenprodukte – Erfahrungen aus der Schweiz, in: Romeiss-Stracke, Felizitas: TourismusArchitektur, Berlin 2008, S. 61 ff.
- Pfister, D. (2008/3): Wie Marktforschung Beliebigkeit in der Raumgestaltung von Firmen stoppen kann – der Spacing-Monitor, in Zusammenarbeit mit Dr. Peter Spichiger, vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher, Jahrbuch 2008, Cham 2008, S. 68 f.
- Rimbaud, A. (1873): Une saison en enfer/Eine Aufenthalt in der Hölle, in: Keck, Thomas Hrsg. 1992: Rimbaud. Sämtliche Werke, Frankfurt
- Rosa, H. (2005): Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne, Frankfurt a.M.
- Schlögel, K. (2003): Im Raume lesen wir die Zeit: Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik, München.
- Schroer, M. (2006): Räume, Grenzen, Orte. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raumes, Frankfurt a. M.
- Sennett, R. (1998): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin.
- Sloterdijk, Peter (1999): Sphären, Band II, Frankfurt a. M.
- Virilio, P. (1997): Rasender Stillstand, Frankfurt
- Weber, M. (1976): Wirtschaft und Gesellschaft (Erstausgabe 1921).