Cross-Over

BWM Architekten und Partner

GESPRÄCH

Shops, Hotels, Messestände, temporäre und permanente Ausstellungen, Geschäfts- und Wohnbauten – das Portfolio von BWM Architekten und Partner ist sehr umfangreich und vielfältig. Die große Bandbreite ihrer Projekte spiegelt die Arbeitsphilosophie und Begeisterungsfähigkeit dieses jungen und dynamischen Büros sehr gut wider. Ein Gespräch über die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der unterschiedlichen Bauaufgaben.

Michael Koller im Gespräch mit **Erich Bernard**, **Daniela Walten** und **Markus Kaplan**

Es fällt auf, dass ihr besonders viele Innenraumgestaltungen gemacht habt. Wie kommt das?

Erich Bernard: Dafür gibt es zwei Gründe: Helmut Richter hat das Fach an der Angewanten vor einer ganz kleinen Gruppe mit Begeisterung unterrichtet. Das hat mich sehr stark geprägt. In der Folge hat sich für uns als junges Büro eine Einstiegsmöglichkeit im Interiorbereich ergeben. Wenn man mit Innenraumdesign beginnt, gewinnt man viele Erfahrungen, die man nicht hat, wenn man sofort mit Hochbau beginnt.

Und der zweite Grund?

E. B.: Unserer Meinung nach entwickelt sich Architektur sehr stark von innen heraus. Man kann das ganz gut mit Hemd und Anzug vergleichen. Das Hemd muss zum Anzug passen und umgekehrt. Es ist für uns ganz wichtig, dass das Äußere mit dem Inneren zu tun hat und nicht nur Hülle ist. Im Laufe der Zeit haben wir speziell für öffentliche Interiors wie Shops und Ausstellung eine Leidenschaft entwickelt, weil die sehr stark in den Stadtraum hineinwirken.

Daniela Walten: Unser Portfolio hat sich in letzter Zeit schon stärker Richtung Hochbau und Wohnbau entwickelt, was sich noch nicht so abbildet, weil diese Projekte in Entwicklung sind. Der Vorteil von Interior ist, dass man schnell ein Ergebnis hat, das man herzeigen kann. Interior ist die Zelle, aus der wir kommen, und nach wie vor eine große Herzensangelegenheit.

Geht ihr gern einkaufen?

Markus Kaplan: Das kommt auf die Situation und den Tag an. Manchmal betreibe ich Powershopping, und dann habe ich wieder überhaupt keine Lust – entweder das eine oder das andere. Wenn die Shops gut sind, das heißt, wenn nicht nur das Design gut ist, sondern auch das Service und die ausgewählten Produkte, dann kann es auch schmerzhaft teuer werden …

E. B.: Ich bin ein begeisterter Shopper!

Wie entstehen eure Ideen, woher kommen eure Einflüsse?

D. W.: Die Einflüsse sind vielfältig. Entscheidend ist für uns vor allem das Gespräch mit dem Benutzer. Wenn der Bauherr selbst schon sehr inspiriert ist und eine gewisse Vorstellung oder Vision hat, dann führt das meist zu einer sehr fruchtbaren Zusammenarbeit.

M. K.: Der unmittelbare Kontakt zum Bauherrn ist uns sehr wichtig. Im Dialog mit ihm und durch dessen persönlichen Charakter entwickeln wir ein Gefühl für das Thema. Aus dem Verständnis für die Bauaufgabe, den geforderten Funktionen und den entscheidenden Fragestellungen entwickeln wir dann ein spezifisches Designprodukt oder Projekt.

E. B.: Neben dem Bauherrn sind der Ort, also wo etwas entwickelt werden soll, und der Kunde entscheidend. Aus diesen drei Komponenten versuchen wir eine Synthese zu machen, die natürlich von Erfahrungen aus vielerlei Richtungen, wie zum Beispiel der Kunst, geprägt ist.

Wie organisiert ihr euch bürointern? Hat jeder sein Spezialgebiet?

D. W.: Jeder hat natürlich ein Fachgebiet, das ihm besonders am Herzen liegt. Das erklärt sich sicherlich durch die Unterschiede unserer Interessen, unserer Werdegänge und Ausbildungen, unserer persönlichen Stärken und Begeisterungen. Gleichzeitig setzt sich jeder von uns mit grundsätzlichen Bedürfnissen und Trends im Shop-, Hotel-, oder Wohnungsbereich auseinander. Die schnellen Veränderungen verlangen eine große Flexibilität und das ständige Anpassen des Wissensstandes.

Qualitative Architektur kann man ausschließlich zusammen mit dem Bauherrn machen. Der Bauherr muss der Erste sein, der qualitative Architektur fordert.

Eines eurer Aktivitätsgebiete ist der Hotelneu- und -umbau. Wie viele Nächte pro Jahr verbringt ihr im Durchschnitt in Hotels?

D. W.: Das ist nun eine sehr persönliche Frage …

E. B.: Na ja, die Frage ist ja nicht ganz unberechtigt. Natürlich machen wir das auch mit einer gewissen Begeisterung.

M. K.: Außerdem kann man in Wirklichkeit die geschäftlichen Übernachtungen nicht von den privaten trennen.

Man muss doch sicherlich eine gewisse Erfahrung mitbringen, um dem Auftraggeber gegenüber glaubwürdig zu sein, oder?

E. B.: Sowohl bei den Shops als auch bei den Hotels gibt es viele starke und schnelle Veränderungen. Deshalb versuchen wir auf unseren Reisen immer in verschiedensten Hotels zu übernachten, auch wenn wir mehrere Male die gleiche Stadt besuchen. Wir testen und analysieren an uns selbst, was das Besondere an dem Ort ist, und genießen die Besonderheit auch. Wir sind unsere eigenen Testperson und schauen, welche Mechanismen gut funktionieren und wo wir uns wohl fühlen. Das machen wir beim Shopping genauso wie in Hotel, und daraus versuchen wir dann zu lernen.

Es gibt also große Ähnlichkeiten zwischen Shops und Hotels?

E. B.: Shops und Hotels funktionieren dann gut, wenn sie besondere Merkmale oder eine besondere Positionierung haben. Bei den Hotels gibt es Mainstream-Hotels und Hotelketten, bei denen man die Marke sofort erkennen muss, oder eben andere, die sich davon abheben wollen. Das funktioniert bei den Shops ganz ähnlich. Zusätzlich ist die Halbwertszeiten bei den beiden nicht unähnlich.

D. W.: Aber die Gestaltung und Architektur ist eben nur die eine Komponente eines erfolgreichen Shops oder Hotels, die andere ist das Service, das Umfeld etc. Dasselbe gilt auch für eine Ausstellung: Wenn das inhaltliche Konzept nicht passt, dann kann die architektonische Gestaltung auch nicht helfen.

Salopp formuliert, würde ich sagen, dass es zwischen dem Design einer Ausstellung und eines Geschäfts keinen Unterschied gibt. So erhebt ihr den Schuh zum Beispiel zum Kunstobjekt. Stimmt die Beobachtung?

E. B.: Es gibt natürlich viele Entsprechungen wie zum Beispiel, dass man den Ausstellungsbesucher genauso wie den Kunden in eine Stimmung bringen muss, in der er aufnahmefähig ist. Ein großer Unterschied zwischen Shop und Ausstellung ist, dass man beim Shop noch viel stärker das Unternehmen und die Marke mitpräsentiert.

D. W.: Es gibt viele Ideen für die Ausstellungsgestaltung, die aus der Shopwelt kommen, also wie man was richtig präsentiert, um einen spezifischen Effekt zu erzielen. Genauso gibt es umgekehrt den Einfluss der szenatorischen Ausstellungsgestaltung auf eine Shopgestaltung. Beim Manner Shop haben wir zum Beispiel kleine Bildschirme in die Verkaufsregal eingestreut, um die Inhalte zu transportieren.

Welche sind die Schlüsselelemente, damit eine Ausstellung zum Erfolg wird?

E. B.: Wenn man nach dem Erfolg einer Ausstellung fragt, muss man nach dem Ziel der Ausstellung fragen, und das Ziel einer Ausstellung ist es immer, einen Inhalt zu vermitteln. Das ist der große Unterschied zwischen einem Shop und einer Ausstellung: Bei einem Shop geht es um ein Produkt, und bei der Ausstellung geht es um einen Inhalt. Es geht nicht primär darum, ob die Architektur schön ist, sondern ob die Qualität der Vermittlung gut ist. Ist sie das, dann ist auch die Ausstellung ein Erfolg.

D. W.: Die Architektur kann der Ausstellung durchaus eine eigene Identität verleihen, sodass sie etwas Spezielles wird und in der Erinnerung der Besucher bleibt.

Welche Rolle spielt der Architekt bei einer Ausstellungsgestaltung?

M. K.: Für die Gestaltung einer guten Ausstellung muss ähnlich wie für einen guten Film das perfekte Team zusammenarbeiten. Der Ausstellungskurator gibt quasi das Drehbuch vor, während die Wissenschaftler das Fachwissen mitbringen. Die Rolle des Architekten besteht darin, dieses Wissen durch eine adäquate Ausstellungsgestaltung zu übersetzen und für den Besucher zugänglich zu machen. Essenziell ist, dass jeder Partner über die Grenzen seines Fachbereichs hinausdenkt. Wenn das jeder im Team tut, dann kommt es zu einem Kraftschluss, der zu einer guten und erfolgreichen Ausstellung führt. Das ist das Rezept.

Gibt es da Unterschied zwischen temporären und Fixausstellungen?

M. K.: Ja, auf jeden Fall. Wir konnten zum Beispiel für das Landesmuseum in Salzburg, eine Dauerausstellung, qualitativ hochwertige Vitrinen verwenden. Bei einer temporären Ausstellung, die vielleicht nur drei Monate dauert, kann man dramaturgisch anders arbeiten, andere Materialien verwenden und mitunter plakativere Darstellung wählen.

Ihr habt auch Messestände entworfen, ebenfalls temporäre Einrichtungen.

M. K.: Das spannende an temporären Ausstellungen oder Messeständen ist, dass man ungewöhnliche architektonische und materielle Lösungen anbieten kann. Das ist bei vielen anderen Projekten nicht möglich.

Ist es da aber nicht unbefriedigend, wenn solche Installationen wieder verschwinden?

M. K.: Nein, das ist schon gut so. Ähnlich wie beim Bauen eines Arbeitsmodells ist es bei temporären Installationen möglich, viele Dinge auszuprobieren. Eben weil man etwas modisch sein kann.

E. B.: Wenn man Shoparchitektur macht, muss man sich damit abfinden, dass sie, so wie sie kommt, auch wieder verschwindet.

D. W.: Es erlaubt einem Freiheiten, die man beim Hochbau, der ja grundsätzlich auf Nachhaltigkeit ausgelegt ist, nicht hat.

In eurem Desigstatement sagt ihr, dass Architektur für euch keine formale oder Stilfrage ist, sondern vielmehr eine Frage des Entwurfsprozesses. Wie soll man das genau verstehen?

E. B.: Wir wollen nicht unsere Handschrift platzieren und uns als Architekten in den Vordergrund stellen. Uns ist es wichtig, dass die Unterschiede und die Veränderungen zwischen den Projekten durch den Prozess entstehen. Der Prozess inkludiert die Auseinandersetzung mit dem Ort, mit dem Bauherrn, mit den Benützern, mit behördlichen Vorschriften etc. Im Prozess haben wir natürlich unsere Handschrift drinnen.

Wie wichtig ist es für euch, sich mit dem Nutzer zu identifizieren?

D. W.: Beim Interiordesign sind wir natürlich viel näher am Nutzer dran und haben deshalb viel intensivere Auseinandersetzungen mit seinen konkreten Vorstellungen und Wünschen. Es ist eine Schulter-an-Schulter-Entwicklung.

M. K.: Qualitative Architektur kann man ausschließlich zusammen mit dem Bauherrn machen. Der Bauherr muss der Erste sein, der qualitative Architektur fordert.

Hat der Architekt eurer Meinung nach eine gesellschaftliche Verantwortung?

E. B.: Die intensive Auseinandersetzung mit dem Benutzer und dem Ort ist nach unserer Auffassung eine moralische Verantwortung des Architekten.

M. K.: Gerade wenn es ums kostengünstige Bauen geht. Im Wohnbau muss man sich klar überlegen, wie man diese Spanne zwischen dem Einkommen einer Familie und ihren Grundbedürfnissen verbindet. Unter dem wirtschaftlichen Druck und in dem geringen Spielraum die optimale Lösung zu finden sehen wir als unsere soziale Verantwortung, sowohl nach innen, also gegenüber den Bewohnern, als auch nach außen, also gegenüber den Bewohnern in der Umgebung.

Das Geheimnis eures Erfolges?

E. B.: Unser Begeisterungsfähigkeit für unterschiedlichste Aufgaben. Diese Begeisterungsfähigkeit ist entscheidend, damit man sich mit einem Projekt identifizieren kann. Eine andere Komponente, die aber mit unserer Begeisterungsfähigkeit zu tun hat, ist die, dass wir sehr sorgfältig an die Aufgaben herangehen und unsere Bauherren auch mit großer Sorgfalt betreuen.

BWM Architekten und Partner

2004 gründen Erich Bernard, Daniela Walten und Johann Moser das Büro

Arch. Mag. arch. Erich Bernard
geboren 1965 in Graz
1983–1993 Architekturstudium an der TU-Graz und der Hochschule für angewandte Kunst Wien
Seit 1995 als Architekt, Ausstellungskurator und Autor kulturhistorischer Aufsätze tätig

DI Daniela Walten
geboren 1971 in Graz
1989–1997 Architekturstudium an der TU-Graz
1994 Auslandsstudium an der Università Federico II, Neapel, Italien

Mag. art. Johann Moser
geboren 1961 in Waizenkirchen
1980–1988 Studium der Ethnologie und Politikwissenschaften, Universität Wien
1989–1994 Studium der Bildhauerei,
Meisterklasse Prof. Bruno Gironcoli an der Akad. d. bild. Künste

DI Markus Kaplan
geboren 1972 in Salzburg
1992–1994 Ausbildung zum Bauzeichner für Hochbau in Dortmund
1994–2001 Studium der Architektur an der TU Graz
Seit 2004 für BWM Architekten und Partner tätig, seit 2008 Junior-Partner

Projekte *und* **Auszeichnungen** *auf: http://bwm.at*

Wir wollen nicht unsere Handschrift platzieren und uns als Architekten in den Vordergrund stellen.



Foto: Larry R. Williams