

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 20 (2007)
Heft: 3

Artikel: Alle googeln : Designer und Architektinnen im Internet
Autor: Honegger, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-123154>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Alle googeln

Text: Urs Honegger

Fotos: Museum für Gestaltung, Plakatsammlung

Wer Designerinnen und Architekten zum Internet befragt, hört viel Positives. Die Art und Weise, wie sie das World Wide Web nutzen, ist aber unterschiedlich. Alle recherchieren mit Google, viele vernetzen sich, um gemeinsam an Projekten zu arbeiten. Einige weisen auch auf die Schwächen des Mediums hin und wissen, wie man es besser machen könnte.

• Für den Designer Hannes Wettstein ist klar, was am Internet zu optimieren ist: Die Webbrowser müssen besser ausgerüstet sein. Gefundene Sites als Bookmarks in entsprechend bezeichneten Ordnern zu speichern, ist ihm zu wenig. «Die Informationen werden so nur eindimensional eingeteilt. Besser wäre es, wenn ich ihnen drei oder vier Attribute zuteilen könnte. Dann würde ich sie in einem anderen Zusammenhang mit diesen Attributen wiederfinden.» So entstünde eine Landkarte des eigenen Wissens, welche die Orientierung erlaubte. Im Büro von Wettstein wird die Internetrecherche intensiv betrieben: «Wir wären eine gute Redaktion», meint der Chef. Da wird ausprobiert, ob die Suche ausschliesslich mit Bildern nicht vielleicht schneller zum Ziel führt als diejenige mit Stichworten. Oder man gibt bei Google gefundene Textstellen noch einmal in die Suchmaschinen ein. Das führt oft zu Funden aus Gebieten, die vom eigentlichen Thema weit entfernt sind. So können zum Beispiel die neuesten Erkenntnisse der Kristallforschung die Form eines Uhrarmbands beeinflussen. Auch hier gilt für Wettstein: «Querdenken führt zum etwas anderen Endprodukt.»

Community, E-Room und Wiki

Ein Büro wie jenes von Hannes Wettstein funktioniert wie eine kleine Community, deren Mitglieder sich gegenseitig Orientierung im Netz verschaffen. Wer einen guten Link findet, schickt diesen im Büro herum. Dass sich eine beschränkte Anzahl Menschen digital vernetzt, scheint ein probates Mittel gegen den drohenden Informations-Overkill zu sein. Bei Ludeke Design treffen sich die an einem Projekt beteiligten Personen im E-Room: ein für alle zugänglicher Server, auf dem am Entwurf gearbeitet wird. «Wenn jemand eine Änderung vornimmt, werden die anderen automatisch darüber in Kenntnis gesetzt», erklärt Inhaberin Christine Lüdeke das Prinzip. So wird verhindert, dass sich Datenberge ansammeln, weil alle allen die immer wieder aktualisierten Daten per E-Mail zuschicken. Der E-Room ermöglicht den raschen Austausch von Daten gerade bei internationalen Projekten mit mehreren Partnern. Ein weiteres befragtes Büro, Nose Design Intelligence, benutzt Wiki, um das Wissen seiner Mitarbeiter zu vernetzen. Dieses Programm erlaubt es einer Gruppe, gemeinsam über das Internet am Inhalt einer Website zu arbeiten. So wissen immer alle Bescheid, welche Standards die Firma gegen innen und aussen vertritt. «Qualitätssicherung und Teambildungsprozesse werden in einer Weise unterstützt, die ohne Internet viel aufwendiger wäre», erklärt Walter Stulzer den Vorteil.

Das Internet ist für Designer und Architektinnen zu einem selbstverständlichen Werkzeug geworden. Ein Angebot, das sich spezifisch an diese Berufsgruppen richtet, lässt sich aber nicht ausmachen. Die befragten Personen konnten nur eine Handvoll Websites aufzählen, auf denen sie regelmässig Informationen für ihre tägliche Arbeit suchen und finden. Bei den meisten beginnt die Recherche im Netz auf einer Suchmaschine wie Google. Von da kommen sie zur Homepage eines Anbieters. «Ich muss schon genau wissen, was ich suche», hält die Designerin Christina Primschitz von Yuniic fest und erzählt von der Suche nach einem Kunststoffschutz für Stuhlbeine. Weil sie den Namen der Dinger nicht kannte, zog sich die Suche im und neben dem Netz über Monate hin. «Welchen Begriff gibst du bei Google ein, wenn du ihn nicht kennst?» Jetzt weiss sie es: Klemmschalengleiter.

Der Designer Jürg Brühlmann vom Atelier Spinform hat die Zeit vor der elektronischen Vernetzung erlebt. Nach den Vorteilen des Internets befragt, wird er euphorisch: «Es ist fantastisch, dass eine riesige Menge an Wissen so einfach zugänglich ist und ich per E-Mail so viele Daten in die ganze Welt verschicken kann.»

Vereinsamung im Büro

Die Generation, die ihre Ausbildung und den grössten Teil der Karriere vor der digitalen Revolution erlebt hat, konnte sich scheinbar ohne grosse Mühe an den Computer und die neuen Medien gewöhnen. Geändert hat sich aber schon etwas: «Ohne Bildschirm haben wir mehr miteinander geredet. Heute spüre ich im Büro eine gewisse Vereinsamung», schildert der Architekt Martin Spühler.

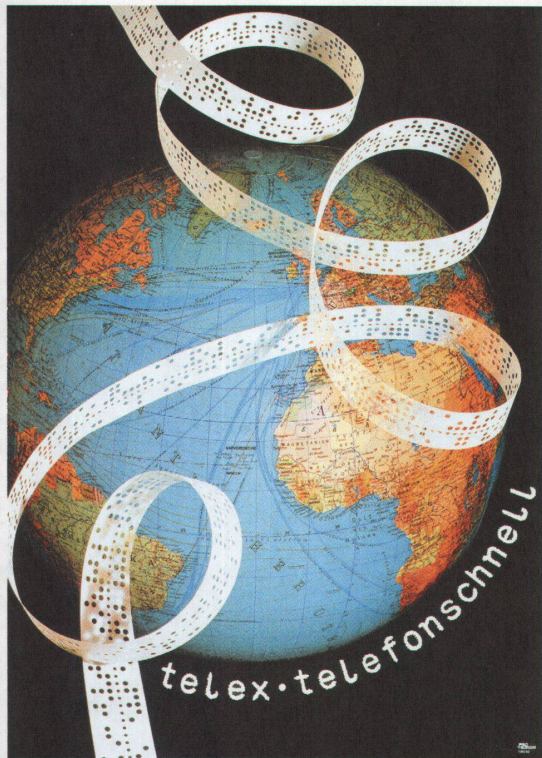
«Wir haben auch schon ein Projekt durchgezogen, bei dem wir mit dem Auftraggeber ausschliesslich per E-Mail kommuniziert haben – das hat bestens geklappt», schmunzelt die selbstständige Architektin Anja Meyer. Sie betont einen weiteren Vorteil des World Wide Web: Durch die Informationen aus dem Internet könne sie ihrem Kunden mit mehr Wissen gegenüberreten. So informiere sie sich eingehend über Produkte, die sie in ihren Projekten vorschläge: «Unsere Kunden sind zum Teil überrascht, wie viel ich bereits weiss.» Anja Meyer weist aber auch auf ein Problem hin: Die Verlässlichkeit der Informationen auf einer Website sei schwer einzuschätzen, wenn man den Anbieter nicht kenne. Abhilfe schafft sie, indem sie Kolleginnen befragt. Meist hat jemand aus der Branche schon mit dieser Firma zusammengearbeitet und kann Auskunft geben. Oder sie geht bei der Firma vorbei und stellt den persönlichen Kontakt gleich selbst her.

Überhaupt treten althergebrachte analoge Vorgehensweisen in der digitalisierten Umgebung verstärkt hervor. So ist sich David Leuthold von Pool Architekten in Zürich sicher, dass er gewisse Dinge in Büchern und Prospekten schneller findet als seine Kollegen im Internet, «auch über-

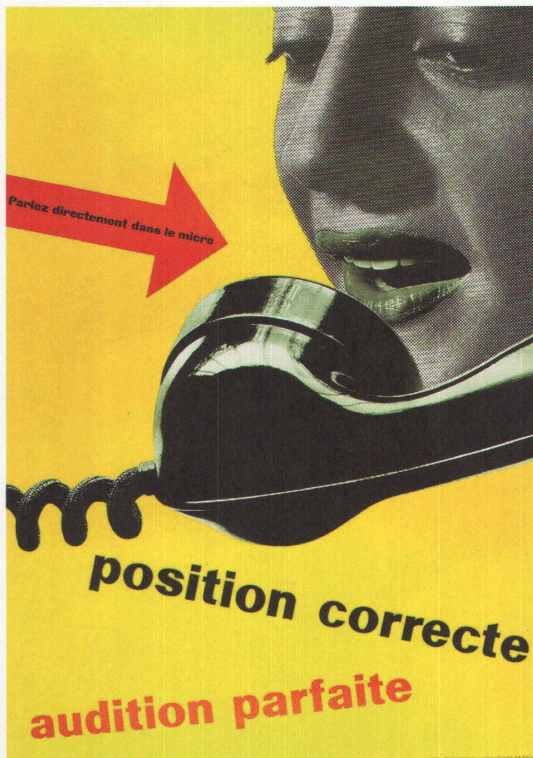
legter und gezielter, aufgrund der jahrelangen Erfahrung». Analoge Medien werden für die Befragten durch das Internet nicht überflüssig. So denken viele beim Stichwort Inspiration nicht an Bildschirm und World Wide Web, sondern an Sofa und Buch oder Zeitschrift. David Leuthold macht auch einen Vorschlag: «Statt bestimmte Bauformen patentieren zu lassen, würde man besser ihre Vielfalt in einer Bibliothek oder Typensammlung im Netz zeigen.» So werde Wissen demokratisiert, wie es im Internet einzigartig möglich sei. «Dann können wir uns wieder auf die Inhalte der Bauten konzentrieren.»

Die befragten Architektinnen und Designer gestehen dem jungen Medium noch Entwicklungszeit zu. Von Ärger und Frustration ist wenig zu spüren. Bevor man sich über eine Website nervt, geht man schnell zur nächsten. Auch was die Datensicherheit betrifft, ist niemand alarmiert. Bei den meisten Büros werden Bücher oder Flüge über das Internet bestellt und bezahlt. Oder man meldet sich gleich per Kreditkarte für einen Wettbewerb an, wie der Architekt Jean-Pierre Dürig berichtet.

Designerinnen und Architekten gehen also pragmatisch mit den aktuellen technischen Möglichkeiten um, sowohl die Jüngeren als auch die Älteren. Dass zu Beginn eines Projekts eine Recherche im World Wide Web betrieben wird, ist heute Standard. Man informiert sich als Designerin darüber, was es in einem Bereich bereits auf dem Markt gibt, macht sich über Materialien schlau, die infrage kommen, und schaut auf der Homepage des Kunden nach, was der sonst so für Produkte verkauft. Als Architekt lädt man sich die Unterlagen zum Wettbewerb runter, man besorgt sich auf offiziellen Sites den entsprechenden Zonenplan und sucht nach aktuellen Projekten, wo eine vergleichbare Aufgabe durchgeführt wurde. Architekten wie Designer bestreiten jedoch, dass die Idee des Projekts durch das Netz beeinflusst sei. «Denn wer zu lange nach Bestehendem sucht, hat den Kopf für Neues nicht mehr frei», stellt Christine Lüdeke fest. •



1



2

1 Kommunikation in Zeiten vor dem Internet: Die Telex-Lochstreifen brachten neuste Nachrichten aus der ganzen Welt. Plakat 1983, Auftraggeber PTT.

2 Was heute das E-Mail, war damals das Telefon, doch die Frage war die gleiche: Wie benutze ich das Medium? Plakat 1950, Auftraggeber Pro Telephon Zürich, Grafiker Ernst A. Heiniger.