



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Raumgestaltung als Instrument der
Öffentlichkeitsarbeit“

Eine semiotische Analyse eines Unternehmens im sozialen Bereich

Verfasser

Franz Wild

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 0208587

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Dr. Mag. Michaela Griesbeck

*Im Wesen des Raums
lebt der Geist und der Wille
zu einer bestimmten Art des Seins.*

Luis I. Khan

INHALT

1.	EINLEITUNG	5
1.1	Gegenstand der Untersuchung	6
1.2	Vorgehensweise	7
1.3	Das Unternehmen: Leitbild und Ziele	7
1.4	Der Wohnverbund S	10
1.5	Forschungsleitende Fragestellungen	11
2.	DER RAUM	13
2.1	Innenraum – Außenraum.....	14
2.2	Privater Raum – Öffentlicher Raum.....	14
2.3	Elemente des Raumes	15
2.3.1	Gegenständliche Elemente des Raumes	16
2.3.2	Nicht-gegenständliche Elemente des Raumes.....	18
2.4	Die Syntax der Architektur.....	19
2.5	Der Raum als Bedeutungsträger	20
3.	SEMIOTIK	21
3.1	Zeichen.....	22
3.2	Codes	23
3.3	Die Semiotik des Raumes	24
3.3.1	Architektursemiotik	25
3.3.2	Semantik der Architektur	26
3.4	Proxemik.....	29
4.	RAUMGESTALTUNG ALS PR – INSTRUMENT	32
4.1	Public Relations (Begriffsklärung)	33
4.2	Die Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit.....	37
4.3	Die vier PR-Modelle nach Grunig	40
4.3.1	Publicity	41
4.3.2	Informationstätigkeit	41
4.3.3	Überzeugungsarbeit	42
4.3.4	Dialog	43
4.4	Die öffentliche Meinungsbildung und deren Bestandteile.....	44

5.	FORSCHUNGSMETHODE	48
	Topologische Kategorie: Dimension	48
	Eidetische Kategorie: Formen	48
	Chromatische Kategorien: Farbe und Beleuchtung	49
	Taktile Kategorie: Material	49
6.	DER WOHNVERBUND S	50
6.1.	Beschreibung der Außenseite	50
6.1.1	Plastische Ebene	51
6.1.2	Synthese der plastischen Ebene	52
6.1.3	Figurative Ebene	52
6.1.4	Synthese der figurativen Ebene	53
6.1.5	Synthese der plastischen und figurativen Ebene	54
6.2	Beschreibung des Erdgeschoßes	55
6.2.1	Plastische Ebene	63
6.2.2	Synthese der plastischen Ebene	68
6.2.3	Figurative Ebene	69
6.2.4	Synthese der figurativen Ebene	74
6.2.5	Synthese der plastischen und figurativen Ebene	76
6.3	Beschreibung des Ersten Stockes	77
6.3.1	Plastische Ebene	86
6.3.2	Synthese der plastischen Ebene	92
6.3.3	Figurative Ebene	93
6.3.4	Synthese der plastischen und figurativen Ebene	98
6.4	Beantwortung der Forschungsfragen	99
7.	QUELLENVERZEICHNIS	100

1. EINLEITUNG

Der Zusammenhang zwischen Architektur und Kommunikation wurde sowohl in der Architekturtheorie als auch in der Kommunikationswissenschaft bereits seit geraumer Zeit erkannt. Dass Architektur als Informationsträger Inhalte an die Rezipienten vermittelt, findet im Marketing und in der Werbung seine praktische Umsetzung: Die strategische Gestaltung und Inszenierung von Gebäuden, Fassaden und Innenräumen soll Werte vermitteln, die einem Unternehmen wichtig sind.¹

Neben der Vermittlung von Werten kann Architektur direkten Einfluss auf das Kundenverhalten bzw. auf das Kundenbefinden nehmen. Die Größe eines Raumes, seine Gliederung und die verwendeten Materialien seien hier als Beispiele genannt. Solche Zusammenhänge macht sich der Point of Sale zu Nutze: Die Verkaufsraumgestaltung verbindet Überlegungen über die Architektur eines Geschäftes mit dessen Inneneinrichtung, mit den Objekten, welche sich im Geschäft befinden. Um ein ganzheitliches Erscheinungsbild eines Unternehmens zu erzeugen, muss sich die Architektur und Inneneinrichtung des Verkaufsaumes mit der Corporate Identity in Einklang befinden.

So ausführlich in der Literatur die Bedeutung der Gestaltung und Inszenierung des Verkaufsraumes auf das Kundenverhalten beschrieben wird, so unbeachtet blieb meines Erachtens der Zusammenhang zwischen dem Raum, den ein Unternehmen bzw. eine Organisation für dessen Organisation und/oder Ausübung ihrer jeweiligen Aufgaben bzw. Tätigkeiten bedarf, und den Bemühungen der Öffentlichkeitsarbeit.

Jeder Raum wirkt sowohl geplant als auch „planlos“ und wird vom Rezipienten im Hinblick auf den Eigentümer, Gestalter und/oder auf ein Produkt bzw. eine

¹ Hier wird bereits der Zusammenhang zwischen der Corporate Identity und der Architektur erkennbar.

Dienstleistung, welches in dem Raum angeboten wird, interpretiert. Nimmt man diese Erkenntnis ernst, ergeben sich nicht nur für Werbung und Marketing mannigfaltige Konsequenzen.

Für die Öffentlichkeitsarbeit bedeutet diese Erkenntnis, dass der Raum, definiert als ein abgegrenzter, eindeutig zu einem Unternehmen bzw. zu einer Organisation zuordenbarer Bereich, das Potential besitzt, Anliegen und Ziele eines Unternehmens zu vermitteln. Wird der Raum gezielt als Bedeutungsträger eingesetzt, kann er zur Legitimation und Rechtfertigung des Unternehmens beitragen.

1.1 Gegenstand der Untersuchung

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist ein Wohnverbund für Menschen mit Behinderung(en). Das Unternehmen, unter dessen Leitung der Wohnverbund steht, bleibt auf dessen Wunsch hin anonym. Die Privatsphäre der Klienten des Unternehmens, die im Wohnverbund ihr Zuhause gefunden haben, soll so gewahrt werden. Das Unternehmen wird in dieser Arbeit als „Unternehmens S“ und der Wohnverbund als „Wohnverbund S“ bezeichnet.

Das Unternehmen S vertritt ein klar definiertes Leitbild, welches für all seine Einrichtungen gilt. Es soll seinen Interessensgruppen dessen Philosophie, Werte, Anliegen und Ziele vermitteln sowie als Orientierungshilfe für diese dienen. Neben dem definierten Leitbild des Unternehmens wurden für den Wohnverbund S Ziele definiert, welche zwischen den Mitarbeitern des Unternehmens und den Klienten erarbeitet wurden. Im Rahmen dieser Arbeit wird untersucht, wie über die Gestaltung der Räumlichkeiten des Wohnverbundes S dessen definierte Ziele sowie das Leitbild des Unternehmens S vermittelt wird.

1.2 Vorgehensweise

Die gesamte Arbeit folgt der Frage, wie es ein Unternehmen schafft, über die Gestaltung des Raumes dessen Leitbild, Anliegen und Ziele zu vermitteln.

Es geht dabei nicht darum, über die Inszenierung des Raumes eine Unique Selling Proposition für ein Unternehmen herauszuarbeiten. Viel mehr geht es um die Frage, ob über die Inszenierung des Raumes eines Unternehmens Akzeptanz, Rechtfertigung und Legitimation gegenüber Interessensgruppen hergestellt werden können.

Das genannte Forschungsinteresse wird an Hand einer semiotischen Analyse eines Wohnverbundes für Menschen mit Behinderungen untersucht. Aufgrund der Wahrung der Anonymität der Klienten des Unternehmens wird auf Wunsch des Unternehmens der Unternehmensname nicht genannt und in dieser Arbeit mit „Unternehmen S“ bezeichnet.

Um die Vorgehensweise, Struktur und Auswahl der Literatur dieser Arbeit nachvollziehen zu können, besteht der Bedarf, bereits zu Beginn dieser Arbeit das Unternehmen zu beschreiben.

1.3 Das Unternehmen: Leitbild und Ziele

Zur Beschreibung des Unternehmens S ziehe ich zwei Quellen heran: die Homepage des Unternehmens sowie ein von mir zusammengestellter Fragebogen, der vom Leiter des Wohnverbundes S beantwortet wurde. Aufgrund des Wunsches des Unternehmens S anonym zu bleiben, ist es mir nicht möglich eine genaue Quellenangabe der Homepage sowie den Namen des Leiters des Wohnverbundes S zu nennen. Um jene Textpassagen, die sich auf die Homepage bzw. auf die Beantwortung des Fragebogens beziehen, nicht

als die meinigen auszugeben, werden diese mit dem Nachweis „Homepage des Unternehmens S“ sowie „Beantwortung des Fragebogens durch den Leiter des Wohnverbundes S“ versehen.

Das Unternehmen S definiert auf dessen Homepage wie folgt dessen Leitbild:²

Das Unternehmen S betreut jugendliche und erwachsene Menschen in den Lebensbereichen Wohnen und Arbeit.

Wir erbringen Dienstleistungen für Menschen mit Behinderung und/oder psychischer Erkrankung.

Im Bereich Wohnen bieten wir Wohnplätze und verstehen diese als Zuhause und als Ergänzung zu vorhandenen gesellschaftlichen Ressourcen (Familie, öffentliche Institutionen).

Im Bereich Arbeit bieten wir Tagesstrukturen mit dem Ziel, eine geeignete Lebenstätigkeit zu finden und den damit verbundenen sozialen Status zu erhöhen.

Folgende Gedanken sind uns dabei besonders wichtig:

- Wir setzen uns für die gesellschaftliche Integration von Menschen mit Behinderung und/oder psychischen Erkrankungen ein.
- Wir sehen Behinderung und psychische Erkrankung als dynamisches Phänomen sozialer Wahrnehmung und als Teilbereich des Lebens eines Menschen und nicht als seine Identität.
- Wir achten die oft sehr schmerzhaften persönlichen Lebensgeschichten und versuchen diese gemeinsam anzunehmen.

² Homepage des Unternehmens S

- Wir fördern Persönlichkeitsentfaltung, Selbsthilfetraining und die Aktivitäten des täglichen Lebens (ADL), um ein selbstbestimmtes, selbstverantwortliches und selbstständiges Leben führen zu können.
- Wir sind um individuelle Lebensgestaltung bemüht und respektieren die Intimsphäre jeder/s Einzelnen.
- Gemeinsam finden wir eine passende Unterstützung und sind offen für eine Vielzahl von Methoden.
- Regeln geben uns Klarheit und Orientierung. Wir sind offen für Reflexion und gemeinsame Weiterentwicklung.
- Wir fördern eine höhere Konfliktfähigkeit.
- Wir geben Raum für Spaß und Lebensfreude.
- Wir nehmen einander ernst und sind um gegenseitiges Vertrauen bemüht.

1.4 Der Wohnverbund S

Der Wohnverbund S bietet Menschen mit Behinderung(en) die Möglichkeit, betreut zu wohnen.

Die Ziele von betreuten Wohnformen werden vom Unternehmen S auf dessen Homepage wie folgt definiert:

- ein Zuhause schaffen
- Weiterentwicklung in allen persönlichen Bereichen
- Selbstständigkeit durch therapeutisches Selbsthilfetraining
- Unterstützung nach individuellem Bedarf

Die konkreten Zielsetzungen des Wohnverbundes S ergeben sich aus der direkten Zusammenarbeit mit den Klienten. Um diese zu identifizieren, beantwortete der Leiter des Wohnverbundes S die von mir über einen Fragebogen gestellte Frage „Was sind die gesetzten Ziele im Wohnverbund S?“ folgendermaßen:

In den Wohngemeinschaften steht die subjektiv erlebte Lebensqualität der BewohnerInnen im Vordergrund. Die therapeutische Förderung steht im Dienst des Erhalts der bisher erworbenen motorischen Fähigkeiten und ihrer Anwendung im Alltagsgeschehen (Selbsthilfetraining).

Der Wohnverbund S ist in drei Stockwerke gegliedert: Im Erdgeschoß befinden sich drei Einzelwohnungen und eine 2-Personen-WG. Hier finden Menschen, die teils aus biographisch gewachsenen Gründen mehr Wert auf Autonomie und ihre „eigenen vier Wände“ legen, ein Zuhause. Regeln werden in intensiver Auseinandersetzung mit den BewohnerInnen festgesetzt. Im ersten und zweiten Stockwerk wurden Wohngemeinschaften für jeweils sieben BewohnerInnen eingerichtet. Der Alltag ist auf die gemeinschaftliche Organisation des Haushaltes und des Zusammenlebens allgemein ausgerichtet.

Die Definition der Ziele Des Wohnverbundes S durch den Leiter der Einrichtung lässt erkennen, dass sich die Zielsetzungen im ersten und zweiten Stockwerk ähneln. Um die folgende Untersuchung einzugrenzen, werden sich die im nächsten Kapitel vorgestellten Forschungsfragen daher auf das Erdgeschoß und den ersten Stock des Wohnverbundes beziehen.

1.5 Forschungsleitende Fragestellungen

Den Bewohnern des Wohnverbundes S wird nach dem Leitbild des Unternehmens das Recht auf Privatsphäre zugesichert. Ziel ist es, dass die Bewohner den Wohnverbund als ihr Zuhause betrachten, in dem sie sich wohl fühlen können. Gleichzeitig ist es ein definiertes Ziel des Unternehmens, durch Betreuung und Förderung die Bewohner in ihrer Selbstentwicklung zu fördern.

Das Recht auf Privatsphäre setzt einen gewissen Abstand zwischen Klienten und Betreuern voraus. Die Förderung der Bewohner in ihrer Selbstentwicklung setzt dagegen direkten Kontakt und Begleitung im Alltag voraus.

Um beide Ziele zu erreichen, bedarf es vieler Variablen. Dazu gehört das kompetente Verhalten auf Seiten der BetreuerInnen und die Akzeptanz auf Seiten der Bewohner. Im Fokus dieser Abschlussarbeit steht die Frage, inwieweit es das Unternehmen schafft, über die Gestaltung des Wohnverbundes das Leitbild und die angestrebten Ziele zu vermitteln. Daraus ergeben sich folgende Forschungsfragen:

FF 1: Wie wird das Leitbild des Unternehmens S über die Gestaltung des Wohnverbundes S vermittelt?

FF 2: Wie wird die Zielsetzung „Respekt vor Privatsphäre der Bewohner“ des Unternehmens S über die Gestaltung des Wohnverbundes S vermittelt?

FF 3: Wie wird die Zielsetzung „Förderung der Selbstständigkeit der Klienten und dessen Begleitung im Alltag“ des Unternehmens S über die Gestaltung des Wohnverbundes S vermittelt?

FF 4: Widersprechen sich die Vermittlung der Zielsetzungen „Respekt vor Privatsphäre der Bewohner“ und „Förderung der Selbstständigkeit der Klienten und dessen Begleitung im Alltag“ über die Gestaltung des Wohnverbundes S oder ergänzen sie einander?

Jeder Bewohner des Wohnverbundes S hat seine individuelle Lebensgeschichte, seine individuellen Stärken und Schwächen und seine unterschiedliche(n) Behinderung(en). Die Förderung dieser Menschen kann nur dann erfolgreich sein, wenn individuell auf deren jeweilige Bedürfnisse eingegangen wird. Somit stellt sich schließlich die folgende Frage:

FF 5: Werden die ersten zwei Stockwerke aufgrund der unterschiedlichen Bedürfnisse und Zielsetzungen der Bewohner unterschiedlich gestaltet?

2. DER RAUM

„Der Raum ist nichts Gegebenes oder Konstantes, er wird definiert durch Bezugspunkte und ist verschiedenartig erlebbar, je nach Standort des Betrachters. Die Umwelt, vor allem die durch den Menschen geschaffene architektonische Umwelt, besteht aus einer mehr oder weniger komplexen Beziehungskonfiguration verschiedener räumlicher Ordnungssysteme.“³

Die Wahrnehmung des Raumes ist demnach subjektiv. Je nachdem wo sich der Betrachter befindet, ändert sich nicht nur das Sichtfeld, es ändern sich auch der Blickwinkel und der Bezugspunkt und somit auch die Wahrnehmung des Raumes.

Die erlebte Beziehung zwischen verschiedenen Objekten lässt für den Betrachter Raum entstehen. Es besteht dabei eine Vielzahl an Verhältnissen der Räume zueinander. Je nachdem, welchen Bezugspunkt Sie wählen, kann ein Wohnzimmer als geschlossener Raum betrachtet werden oder als Bestandteil einer Wohnung. Die Wohnung wiederum kann als Bestandteil eines Hauses betrachtet werden, dieses wiederum als Bestandteil eines Bezirkes...

Der Architektur kommt bei der Definition von Raum eine wesentliche Rolle zu:

„Architektur ist gebauter bzw. umbauter Raum, d.h. durch Architektur wird die den Menschen umgebende Raumhülle in eine bestimmte, für ihn nützliche und ästhetische Form gebracht.“⁴

Da die Wahrnehmung eines Raumes von der Betrachtungsweise und von unterschiedlichen Bezugspunkten abhängt und somit eine subjektive, egozentrische Leistung darstellt, kann als „Raumhülle“ unsere Umwelt

³ Grütter, Jörg Kurt: *Ästhetik der Architektur. Grundlagen der Architektur-Wahrnehmung*. Stuttgart: Kohlhammer 1987, S. 83f.

⁴ <http://www.springerlink.com/content/m2j7501751220156/>

betrachtet werden. Die Architektur strukturiert unsere Umwelt und lässt Räume entstehen. Sie „*schafft Innenraum, das heißt, spezieller Raum wird von der Umwelt abgetrennt.*“⁵

2.1 Innenraum - Außenraum

Der Mensch hat das Bedürfnis nach Schutz vor Natureinflüssen und nach Privatsphäre. Diesen Schutz schafft er sich durch die Trennung eines Innenraumes vom Außenraum. Die Art der Öffnung zwischen diesen beiden Räumen bestimmt die Stärke der Trennung, wobei eine minimale Trennung notwendig ist, um einen Raum als solchen erkennbar zu machen.⁶

2.2 Privater Raum – Öffentlicher Raum

Der Verbindung bzw. der Öffnung zwischen dem Innenraum und dem Außenraum kommt in mehrfacher Weise eine besondere Bedeutung zu. Eine Tür zum Beispiel ermöglicht Personen das Betreten bzw. das Verlassen eines Raumes. Gleichzeitig kann ihr eine symbolische Bedeutung zu kommen: Sie befugt Personen zum Betreten eines Raumes bzw. verwehrt ihnen den Zutritt zu diesem, wodurch ihre Funktion, zwischen privaten und öffentlichen Raum zu unterscheiden, hervortritt.

Dem Raum kommt somit neben dessen Grundfunktion eine Zusatzbedeutung zu. Es ist eine *denotative* und eine *konnotative* Ebene des Raumes erkennbar.⁷

Privater Raum wurde als räumlich abgegrenzter Bereich definiert, der nur von befugten Personen betreten werden darf. Dies würde auch beispielsweise auf

⁵ Grütter 1987; S. 109

⁶ Grütter 1987; S. 109

⁷ Näheres dazu im Kapitel 3.2, S. 23f.

ein Bürogebäude zutreffen: Nur den Mitarbeitern ist der Zutritt gewährt. Der Gang des Wohnverbundes S ist solch ein abgegrenzter Raum, dessen Zutritt nur bestimmten Personen erlaubt ist. Dennoch kommen zum Beispiel Fahrtendienste zum Abholen von Klienten in diesen Raum.

Unter *Intimsphäre* sei ein Raum verstanden, in dem man die Gewissheit hat, ungestört zu sein. Die Möglichkeit sich zurückziehen zu können bzw. der Wunsch alleine zu sein wird respektiert.

Der Wohnverbund S wird in dieser Arbeit als ein Raum verstanden, der durch das Gebäude, in dem er sich befindet, vom Außenraum getrennt wird. Die Haustür sowie die Fenster des Gebäudes bilden Verbindungen zwischen dem Wohnverbund S und dem Außenraum. Gleichzeitig handelt es sich um Elemente der Abgrenzung und Zugangsbeschränkung. Das Gebäude bildet lediglich die äußerste Hülle des Wohnverbundes S. Durch Elemente wie Wände, Türen, Aufzug, Stiege, etc. werden dem Wohnverbund mehrere weitere Räume „eingeschrieben“. Im folgenden Kapitel werden jene Elemente identifiziert und kategorisiert, welche zur Gestaltung des Raumes beitragen.

2.3 Elemente des Raumes

Die Architektur begrenzt den Raum visuell indem sie eine „Außenhülle“ bildet. Auch die Objekte, welche sich in einem Raum befinden, sind ebenfalls visuell wahrnehmbare Elemente des Raumes. Der Raum ist jedoch über alle Sinne erfahrbar: Der Geruch oder die Lichtverhältnisse beispielsweise tragen ebenfalls zur Atmosphäre eines Raumes bei. Dunne unterscheidet in Bezug auf den Verkaufsraum gegenständliche und nicht-gegenständliche Elemente.⁸ An dieser Unterscheidung werde ich mich in den folgenden Ausführungen orientieren.

⁸ Dunne, Patrick/ Lush, Robert/ Gable, Myron: *Retailing*. Cincinnati: SW Publishing Co. 1995

2.3.1 Gegenständliche Elemente des Raumes

Zu den gegenständlichen Elementen des Raumes zählen der Boden, die Decke, die Wände, Fenster und Türen sowie sämtliche Einrichtungselemente.

Der Boden

Der Boden stellt die räumliche Grenze nach unten dar bzw. begrenzt den Raum in horizontaler Ausrichtung. Er ist jenes Raumelement, mit dem die Person welche sich im Raum befindet bzw. bewegt, in ständigem Kontakt steht. Die Wahl unterschiedlicher Bodenmaterialien wird meist aus funktionalen und wirtschaftlichen Gründen getroffen. Haltbarkeit, Reinigungskosten und Bauzeiten sind Beispiele für Variablen die es dabei zu berücksichtigen gilt.⁹

Die Wahl des Bodens beeinflusst die Trittsicherheit sowie den Tritthall und trägt so zum Gesamteindruck eines Raumes bei. Des Weiteren können durch die Wahl von (unterschiedlichen) Farben und Materialien des Bodens Raumteile voneinander getrennt bzw. zusammengehörig wahrgenommen werden.¹⁰

Die Wände

Wände begrenzen den Raum in vertikaler Ausrichtung und beeinflussen in entscheidender Weise die Größe eines Raumes. Mit der Größe eines Raumes werden unterschiedliche Eigenschaften assoziiert. So vermitteln beispielsweise kleine Räume Intimität.¹¹ Darüber hinaus hat die Raumgröße Einfluss auf das Verhalten der Personen zueinander, welche sich im selben Raum befinden.¹²

⁹ Ackermann, Carole: *Konzepte der Ladengestaltung. Beitrag zur Profilierung und Rationalisierung im Einzelhandel*. Lohmar: Josef Eul Verlag 1997; S. 162

¹⁰ Kreft, Wilhelm: *Ladenplanung, Merchandising-Architektur, Strategie für Verkaufsräume*. Leinfelden-Echterdingen: Koch Verlag 1993, S. 282

¹¹ Kreft 1993, S. 372ff.

¹² Näheres dazu bei den Erklärungen über Proxemik, Kapitel 3.4, S. 29ff.

Die Decke

Die Decke begrenzt den Raum in horizontaler Ausrichtung und bestimmt die Höhe eines Raumes. Die Höhe eines Raumes hat Auswirkungen auf das Wohlbefinden von Personen. So kann ein niedriger Raum bedrückend und einengend wirken. Die Wahl der Farbe der Decke kann diesen Eindruck beeinflussen.

Fenster und Türen

Fenster und Türen sind jene Elemente, die zwei Räume miteinander verbinden. Wie bereits beschrieben kommt den Fenstern und Türen in Hinblick auf ihre den Zu- und Abgang beschränkende Eigenschaft Bedeutung zu. Außerdem beeinflussen Türen und Fenster die Lichtverhältnisse eines Raumes.

Einrichtungselemente

Hierzu zählen sämtliche im Raum befindlichen Objekte bzw. Gegenstände. Diese können, müssen aber nicht den Raum begrenzen. Ein Regal beispielsweise kann parallel an die Wand gestellt ein Gebrauchsgegenstand sein, dessen Funktion das Aufbewahren von weiteren Gegenständen wie zum Beispiel Büchern ist. Wird das Regal quer zur Wand, in den Raum hinein platziert, kann es neben der eben beschriebenen Funktion dazu dienen, den Raum in zwei Bereiche zu gliedern.

Andere Objekte können weder als Gebrauchsgegenstände noch als Raum trennende Elemente bezeichnet werden. Ein Bild beispielsweise dient in erster Linie der Dekoration.¹³

¹³ Näheres zu den unterschiedlichen Bedeutungsebenen eines Objektes im Kapitel...Objektsemiotik...

Doch unabhängig von der Funktion bzw. den Funktionen von Gegenständen bzw. Objekten können diese die Atmosphäre eines Raumes beeinflussen.

2.3.2 Nicht-gegenständliche Elemente des Raumes

Als nicht-gegenständliche Elemente des Raumes werden jene Elemente bezeichnet, die einen oder mehrere der menschlichen fünf Sinne ansprechen.¹⁴ Die Art der Beleuchtung eines Raumes, dessen wahrgenommener Duft oder die Oberflächenbeschaffenheit eines im Raum befindlichen Objektes beeinflussen auf unterschiedliche Weise die Wahrnehmung des Raumes.

Nachdem die Elemente des Raumes definiert sind, stellt sich die Frage, in welcher Beziehung die einzelnen Raumelemente stehen müssen, damit sie als zusammengehörig wahrgenommen werden. Aufschluss darüber gibt der von der linguistischen Semiotik auf die Architekturtheorie übertragene Begriff „Syntax“.

¹⁴ Kreft 1993, S. 247ff

2.4 Die Syntax der Architektur

Die Syntax als die Lehre von den Verknüpfungsformen und Kombinationsregeln der Elemente, kann übertragen auf die Architektur Erklärungsansätze liefern, wann aus einzelnen Raumelementen Räume bzw. Raumteile entstehen.¹⁵ Fischer benennt vier Verknüpfungssysteme bzw. syntaktische Dimensionen.¹⁶

Räumliche Syntax

Ein Gebäude kann hinsichtlich der Verbindung von Räumen betrachtet werden: Ein Wohnraum ist Bestandteil einer Wohnung, dieser ist ein Teil eines Hauses, der in Verbindung mit anderen Häusern eine Stadt bildet.

Funktionaler Syntax

Die Verbindung einzelner Elementen zu einem Gebäude wird aufgrund der jeweiligen Funktion zu erklären versucht: Der Bedarf an Körperpflege, Austreten... lässt sich wie der Bedarf an Schlafen und Erholung in jeweils einen Bereich zusammenfassen, die einzelne Räume einer Wohnung bilden. So schläft man im Schlafzimmer, wäscht sich im Badezimmer usw.

Konstruktiver Syntax

Einzelne Materialien werden zu Bauteilen zusammengefügt. Diese ergeben in Kombination wiederum ein Gebäude.

¹⁵ Fischer, Günther: *Architektur und Sprache. Grundlagen des Architektonischen Ausdruckssystems*. Stuttgart: Karl Krämer Verlag 1991, S. 52

¹⁶ a.a.O., S. 57-84

Formaler Syntax

Aus der Kombination von einzelnen Formelementen bzw. Formen ergibt sich die Gesamtform eines Gebäudes. Jede Dimension für sich hat eigene Gesetzmäßigkeiten, doch kann keine Dimension für sich allein betrachtet werden. Sie treten immer gemeinsam auf:

„[J]edes Gebäude oder auch jeder Gebäudeteil [hat] immer gleichzeitig eine räumliche Ausdehnung, eine bestimmte Funktion, einen konstruktiv bedingten Aufbau und eine definierte Form.“¹⁷.

2.5 Der Raum als Bedeutungsträger

Den Raum als Bedeutungsträger zu identifizieren stellt die Grundlage dieser Arbeit dar. Das Leitbild des Unternehmens S und die Ziele des Wohnverbundes S können nur dann durch die Räumlichkeiten des Wohnverbundes S vermittelt werden, wenn diese Bedeutung tragen.

Die Semiotik liefert Erklärungsansätze sowie ein Ausdrucksrepertoire, über die/das sich die Bedeutung vom Raum systematisch beschreiben lässt. Es besteht daher der Bedarf, die Semiotik sowie einige ihrer wichtigsten Grundbegriffe zu erläutern.

¹⁷ a.a.O., S. 55

3. SEMIOTIK

Die Semiotik ist eine weite und komplexe Forschungsdisziplin, dessen Ansätze auf die abendländische Antike zurückgehen.¹⁸ Innerhalb des großen Feldes dieser Forschungsdisziplin entwickelten sich unterschiedliche Strömungen und Ansätze, die die semiotischen Grundbegriffe mit unterschiedlichen Bedeutungen verwenden.

Die Darstellung der Semiotik als Forschungsdisziplin kann hier nur überblicksartig geschehen. Es werden lediglich jene Teilaspekte wiedergegeben, die einen direkten Bezug zu meinem Forschungsinteresse haben.

Eine der am häufigsten zitierten Definitionen von „Semiotik“ stammt von Eco:

„Die Semiotik untersucht alle kulturellen Prozesse als Kommunikationsprozesse. Ihre Absicht ist es zu zeigen, wie den kulturellen Prozessen Systeme zugrunde liegen. Die Dialektik von System und Prozeß führt zur Aufstellung von Code und Botschaft.“¹⁹

Die Semiotik kann sehr allgemein als die *Lehre von den Zeichen* definiert werden. Sie untersucht das System der Beziehungen, über welches die Zeichen etwas bedeuten können. Bei der semiotischen Analyse kommt der Botschaft somit eine besondere Bedeutung zu. Gegenstand der semiotischen Analyse ist der Text: Dieser kann alles sein, was Bedeutung vermittelt, beispielsweise die Elemente des Raumes.

¹⁸ Radunovi, Filip: *Semiotik & Rezeption. Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung von TV-Werbespots und ihre Bedeutung für die Evaluation werbesemiotischer Ansätze*. Universität Wien: Diss. 2006, S. 9

¹⁹ Eco, Umberto: *Einführung in die Semiotik*. München: Fink 2002, S. 38f.

Charles Morris unterteilt Zeichen in drei Dimensionen:²⁰

- *Semantik*: Das Zeichen wird unter dem Aspekt seiner Bedeutung untersucht. Dabei wird unter einer denotativen und einer konnotativen Ebene unterschieden
- *Syntaktik*: Beschreibt Regeln, nach denen Zeichen untereinander in Verbindung gesetzt werden können
- *Pragmatik*: Das Zeichen wird in Hinblick auf dessen Herkunft, Gebrauch und Wirkung betrachtet.

3.1 Zeichen

„Ein Zeichen liegt dann vor, wenn durch Vereinbarung irgendein Signal von einem Kode als Signifikant eines Signifikats festgelegt wird. [...] Ein Zeichen ist die Korrelation eines Signifikanten mit einer Einheit (oder einer Hierarchie von Einheiten), die wir als Signifikat definieren. In diesem Sinn ist das Zeichen immer semiotisch autonom gegenüber den Gegenständen, auf die es bezogen werden kann.“²¹

Ein Zeichen stellt somit einen Zusammenhang zwischen dem Signifikans²² und dem Signifikat, mit anderen Worten zwischen dem Zeichenträger und der inhaltlichen Bedeutung des Zeichens, her. Es wird zur Informationsübertragung zwischen Sender und Empfänger verwendet.

Zwischen Sender und Empfänger muss ein gemeinsamer Code existieren, der dem Zeichen eine Bedeutung zuordnet und der es dem Empfänger ermöglicht, das Zeichen zu verstehen.

²⁰ Morris, Charles W.: *Grundlagen der Zeichentheorie. Ästhetik und Zeichentheorie*. München: Carl Hanser 1972, S. 106

²¹ Eco 1977; S. 167

²² Als Synonym für Signifikans wird häufig Signifikant verwendet

Pierce teilt Zeichen nach deren Bezug zum Referenzobjekt ein. Er identifiziert dabei drei Arten von Zeichen.²³

- *Symbol*: Zeichen, das durch kulturelle Konventionen einen Bezug zum Objekt erhält. Beispiele dafür sind Länderflaggen oder die Sprache.
- *Indizes*: So genannte „natürliche Zeichen“ bzw. hinweisende Zeichen, die sich durch ihre physische Nähe zum Objekt auszeichnen. Beispiele dafür sind der Rauch, der auf Feuer hinweist oder Wolken, die Regen ankündigen.
- *Ikon*: Dabei besteht eine Verbindung zwischen Repräsentamen und Objekt aufgrund von Ähnlichkeit oder Analogie, die in der Semiotik als Ikonizität bezeichnet wird. Beispiele dafür sind Fotografien.

3.2 Codes

„Ein Code liegt nur dann vor, wenn es eine konventionalisierte und sozialisierte Korrespondenz gibt.“²⁴

Der Code stellt einen Zusammenhang zwischen dem Signifikant und dem Signifikat her. Der Zeitraum, für den es gilt und mit welcher zwingenden Kraft sie gilt, spielt dabei keine Rolle.²⁵

Um eine Botschaft übertragbar zu machen, muss der Sender sie *enkodieren*. Kommunikation kommt nur dann zustande, wenn der Empfänger die Botschaft (den semiotischen Text) versteht, also *dekodieren* kann. Das Verstehen einer Botschaft bedarf somit eines konventionalisierten Systems von Verschlüsselungsregeln. En- und Dekodierungsprozesse finden meist unbewusst und reflexartig statt. Dass das Verstehen von Schrift und Sprache

²³ Peirce, Charles S.: *Semiotische Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1986; S. 376

²⁴ Lobinger/ Kroupa, 2004, S.16

²⁵ Eco 1977, S. 170

einen langen Lernprozess darstellt, wird Menschen oft erst bewusst, wenn sie mit einer Fremdsprache konfrontiert werden.²⁶

Eco schreibt dem Code eine zweifache Bedeutung zu:²⁷ Einerseits definiert der Code syntaktische Regeln, die beschreiben, welche Symbolkombinationen möglich sind bzw. welche Symbole zugehörig sind und welche nicht. Andererseits gibt er ein System aus semantischen Regeln vor. Sie schreiben einem bestimmten Symbol eine festgelegte Information zu.

Denotative und konnotative Bedeutung

Der Code schreibt Zeichen auf zwei unterschiedlichen Ebenen Bedeutungen zu. Die linguistische Semantik des 20. Jahrhunderts definiert diese Ebenen wie folgt:²⁸

Die denotative Ebene eines Zeichens beschreibt dessen primäre Bedeutung bzw. seine eigentliche Grundbedeutung. Sie kann als eine von vielen Konnotationen aufgefasst werden, die jedoch kulturelle Verbindlichkeit erreicht hat. Auf der konnotativen Ebene wird die sekundäre, gesellschaftlich und kulturell determinierte (Zusatz-) Bedeutung eines Zeichens beschrieben.

3.3 Die Semiotik des Raumes

Der Raum setzt sich aus mehreren Elementen zusammen. Die Annäherung an den Raum aus semiotischer Perspektive geschieht in zwei Schritten.

²⁶ a.a.O., S. 188

²⁷ Eco 2002, S. 58

²⁸ Nöth, Winfried: *Handbuch der Semiotik*. Stuttgart, Weimar: Metzler, 2000, S.150

1. Die Architektursemiotik gibt Aufschluss über die unterschiedlichen Bedeutungsebenen der architektonischen Raumelemente wie beispielsweise Wände, Boden und Plafond.
2. Die Semiotik der Objekte beschreibt hingegen die Bedeutungsebenen der einzelnen Einrichtungsgegenstände.

3.3.1 Architektursemiotik

Die Architektursemiotik geht davon aus, dass architektonische Elemente Zeichen sind bzw. dass es sich dabei um ein Zeichensystem handelt.

Die Bedeutung von architektonischen Zeichen lässt sich auf der denotativen und der konnotativen Ebene beschreiben. In diesem Kontext wird in der Architekturtheorie oft der Zusammenhang zwischen Form und Funktion zu klären versucht. Die denotative Ebene eines architektonischen Gegenstandes bezieht sich auf dessen praktische Grundfunktion bzw. auf dessen elementare Gebrauchseigenschaften wie zum Beispiel Raumgröße, Raumbewegung oder Nutzungstechnologie. Diese beschreiben einerseits deren praktische Funktion und grenzen so das soziale Verhalten ein. Andererseits bringt es die statischen und konstruktiven Verhältnisse zum Ausdruck.²⁹

Die konnotative Ebene bezieht sich auf eine symbolische „Zusatzfunktion“. Sie beschreibt eine Ideologie der Funktion. Weber bezeichnet konnotative Ebene eines architektonischen Zeichens als das „*Ergebnis subjektiver Assoziationsprozesse*“.³⁰

Fischer unterteilt das architektonische Zeichen in eine syntaktische, semantische und pragmatische Ebene. Die Syntax der Architektur wurde bereits im vorigen Kapitel behandelt. Nun soll im Zusammenhang mit dem

²⁹ Weber, Olaf: *Die Funktion der Form. Architektur und Design im Wandel*. Hamburg: Dr. Kova 1994, S. 192f.

³⁰ a.a.O., S. 196

Raum als Bedeutungsträger die semantische Dimension von architektonischen Zeichen beschrieben werden. Dabei orientiere ich mich an den Ausführungen von Fischer.³¹

3.3.2 Semantik der Architektur

Über die semantische Ebene wird die Bedeutung von Architektur beschrieben. Im Zusammenhang mit Architektur nennt Fischer vier Formen von Bedeutungen. Davon werden jene zwei näher ausgeführt, die für die Untersuchung des Wohnverbundes S relevant sind.

Referenz

Meist wird mit der Bedeutung die Funktion oder der Zweck eines Objekts verstanden. In Bezug auf die Architektur bedeutet dies die Ablesbarkeit des Nutzens eines Gebäudes: *Wozu dient ein Gebäude bzw. ein Raum?* Fischer nennt diese Form der Bedeutung Referenz.³²

Um die Funktion bzw. den Nutzen eines Gebäudes zu erkennen, bedarf es eines referentiellen Codes. Die Bedeutung einer architektonischen Form entsteht aus der Zusammenfügung mehrerer Komponenten/Einheiten. Das Wissen, welcher Einheiten es bedarf und in welcher Form diese kombiniert werden müssen, um eine bestimmte Bedeutung zu erzeugen, lässt sich im referentiellen Code zusammenfassen.

In Bezug auf die Untersuchung des Wohnverbundes S ergibt sich die Frage, welche einzelnen Komponenten notwendig sind, um den Wohnverbund als

³¹ Fischer, Günther: *Architektur und Sprache. Grundlagen des Architektonischen Ausdruckssystems*. Stuttgart: Karl Krämer Verlag 1991; S. 89-128

³² Fischer 1991; S. 89

behinderten-gerechtes Wohnheim zu identifizieren. Diese Frage hängt mit dem Ziel des Unternehmens S zusammen, die Klienten im Alltag zu unterstützen.

Rang

Unter Rang wird die subjektive Bewertung eines Objektes bzw. die Beurteilung der Wichtigkeit von Architektur verstanden. Architektur kann eine erkannte Referenz besitzen und für ein Subjekt dennoch bedeutungslos sein, da sie keinen persönlichen Wert besitzt.³³ So kann man ein Gebäude als Wohnhaus identifizieren und dennoch kein Interesse daran haben.

Ein Gebäude wird demnach nicht nur identifiziert. Es wird bewertet und so die Stellung innerhalb einer bestimmten Rangordnung identifiziert. Bewertung und Rangeinordnung resultiert aus dem Vergleich. Aus dem Vergleich eines Objektes mit einem Anderem wird eine Beziehung hergestellt. Ein Vergleich bzw. eine Beziehung eines Objektes mit einem Anderem wird nicht zufällig hergestellt. Es werden dabei mehrere Variablen herangezogen: Lage, Größe, Form, Material, Gliederung. Aus der Verknüpfung dieser Variablen mit bestimmten Rangbedeutungen lässt sich der Werte-Code ableiten. Der *Werte-Code* beschreibt verbindliche Regeln, nach denen es möglich ist, den Rang eines Gebäudes herzustellen bzw. zu ermitteln und diesen vom Betrachter entsprechend zu entschlüsseln.

Lage: Die Lage eines Gebäudes beeinflusst dessen Bedeutung: Ein Reihenhaus unterscheidet sich von der Funktion nicht mit einem Einfamilienhaus (beides sind Wohnhäuser). Dennoch schreiben wir beiden Gebäudearten aufgrund ihrer Lage eine unterschiedliche Bedeutung zu. Das Reihenhaus schließt direkt an einem anderen Gebäude an, während das Einfamilienhaus umgeben von Freiraum ist.

³³ Ebda.

Dasselbe gilt auch für den Innenbereich eines Gebäudes: Die Lage eines Raumes innerhalb ein Gebäudes beeinflusst dessen Wertigkeit.

Größe, Maßstab: Man kann vereinfacht den Einfluss der Größe eines Gebäudes auf dessen Rangbedeutung folgendermaßen zusammenfassen: „je größer, desto bedeutender.“³⁴ Kirchen, Schlösser und repräsentative Gebäude großer Konzerne dienen hierfür als Beispiele. Wohnhochhäuser widersprechen dieser Regel. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die verschiedenen Variablen des Werte-Codes niemals für sich alleine betrachtet werden. Sie wirken immer in Abhängigkeit voneinander. Lässt sich die Bedeutung eines Wohnhochhauses im Vergleich zu einem repräsentativen Gebäude eines Konzerns nicht durch die Größe unterscheiden, so doch durch die Lage, dessen Material oder Form.

Material: Hier gilt: Je teurer das benützte Material, desto bedeutender das Gebäude.

Die Bedeutung eines Materials ist kulturell und historisch bedingten Schwankungen unterlegen. Es muss jedoch nicht der Wert eines benützten Materials die Bedeutung bestimmen. Die Art des Materials kann dessen Funktionalität beeinflussen und so in weiterer Folge für unterschiedliche Bedeutungszuschreibungen sorgen. Die Verwendung von Metall kann aufgrund der längeren Lebenszeit gegenüber teurem Holz Vorteile bringen.

Form: Die Form architektonischer Element beeinflusst dessen räumliche Wirkung und dessen Funktion. Bezogen auf den Wohnverbund S kann beispielsweise die Form des Bodens für manche der Klienten von besonderer Bedeutung sein. Aus der ansteigenden Form des Bodens wird auf Stiegen verzichtet, wodurch Klienten mit Rollstühlen Bewegungsfreiheit innerhalb des Wohnverbundes ermöglicht wird.

Gliederung: Die Gliederung, Strukturierung und Verzierung der Oberflächenstruktur nimmt ebenso Einfluss auf die Bedeutung des Gebäudes.

³⁴ Fischer 1991, S. 105

Nach Fischer gewinnt ein Gebäude umso mehr an Bedeutung, je aufwändiger die Gliederung der Oberflächenstruktur ist. Hier lässt sich jedoch ersehen, dass Bedeutsamkeit höchst subjektiv ist. Denn eine simple und glatte Oberflächenstruktur kann auf Grund der einfacheren Reinigung von größerer Bedeutung sein als eine aufwändig gestaltete Oberfläche.

3.4 Proxemik

„Die Proxemik untersucht die menschliche Wahrnehmung und den Gebrauch des Raumes“³⁵

Edward Hall beschreibt durch vier Distanzbereiche, welche Entfernungen zwischen Interaktionspartnern in bestimmten Situationen zugelassen werden.³⁶

Intime Distanz

Enge Zone (0-15cm): Intime, sexuelle Kontakte und Zärtlichkeiten zwischen Kindern und ihren Bezugspersonen finden in dieser Distanz statt. Die Körperwärme ist fühlbar und man kann Andere riechen.

Entfernte Zone (15-45cm): Kopf und Becken sind nicht in Kontakt; Arme und Schultern können berührt werden.

Persönliche Distanz

Enge Zone (45-75cm): Der/Die Andere ist besser sichtbar als in der intimen Distanz. Gegenseitige Berührungen sind möglich. Kleine Details wie Gesichtshaare sind noch erkennbar.

³⁵ Lobinger/ Kroupa 2004, S. 41

³⁶ Nöth 2000, S.316f

Entfernte Zone (75-120cm): Berührungen sind nur mehr mit ausgestreckten Armen möglich. Geruch und Körperwärme sind nicht mehr wahrnehmbar. Details sind noch gut sichtbar. Themen des persönlichen Interesses werden in diesem Abstand diskutiert.

Soziale Distanz

Enge Zone (1,2-2,1m): Kopf und Oberkörper werden in normaler Größe gesehen. Details der Haut und Haare noch sind noch erkennbar. In dieser Distanz finden meist Geschäftsgespräche und Gruppenarbeiten statt.

Entfernte Zone (2,1-3,6m): Gespräche mit formalen Charakter. Es wird etwas lauter gesprochen.

Öffentliche Distanz

Enge Zone (3,6-7,5m): Um sich gegenseitig zu verstehen wird lauter gesprochen. Dabei wird das volle Volumen der Stimme aber nicht erreicht. Feinheiten des Gegenübers wie Haut und Haare sind nicht mehr erkennbar.

Entfernte Zone (über 7,5m): Die Augenfarbe ist gegenseitig nicht mehr identifizierbar.

Die beschriebenen Distanzen werden durch kulturspezifische Regeln gelernt und bezeichnen daher einen Code. Wir werden uns dieser Verhaltensregeln meist erst dann bewusst, wenn sie gebrochen werden. Durch die Möglichkeit des Menschen, sich im Raum frei zu bewegen und selbst Distanzen zwischen sich und anderen Personen oder Objekten zu wählen, bekommt dieser ein dynamisches Potential.³⁷

³⁷ Larsen, Svend Erik: „Et in Arcadia Ego: A Spatial and Visual Analysis of the Urban Middle Space“, In Sebeok, Thomas A./ Umiker-Sebeok, Jean (Hg.): *Advances in Visual Semiotics. The Semiotic Web 1992-93*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter 1994, S. 549

Die Architektur nimmt in diesem Sinne einen starken Einfluss auf das Empfinden und Verhalten von Menschen in einem Raum. Die Größe und Anordnung von Räumen beeinflusst die Distanzmöglichkeiten zwischen Interaktionspartnern und trägt somit zum Wohlbefinden des Menschen bei. So beeinflussen proxemische Codes die Bildung von Konnotationen von architektonischen Zeichen.

Jeder Raum hat somit neben dessen Funktion auch eine proxemische Bedeutung.

4. RAUMGESTALTUNG ALS PR – INSTRUMENT

Dieses Kapitel geht der Frage nach, welcher Zusammenhang zwischen dem Leitbild eines Unternehmens, der Gestaltung des Raumes und der Öffentlichkeitsarbeit besteht.

Die Frage nach diesem Zusammenhang ergibt sich aus der Tatsache, dass im Wohnverbund S nicht vorrangig ökonomische Ziele zu erreichen versucht werden. Denn das Unternehmen S wird vor allem aus Subventionen finanziert und ist somit weitgehend unabhängig von seinen Klienten.

Vielmehr sieht sich der Wohnverbund mit der Aufgabe konfrontiert, sich permanent mit den Erwartungen seiner Interessensgruppen auseinandersetzen zu müssen. Denn der Handlungsspielraum des Unternehmens, der Wohnverbund S, ist das zu Hause von den Klienten des Unternehmens. Handlungen des Unternehmens S im Wohnverbund S haben direkten Einfluss auf den Alltag der Klienten.

Das Leitbild des Unternehmens S bietet für seine Interessensgruppen eine Orientierungshilfe: Es zeigt auf welche Werte, Einstellungen und Ziele dem Unternehmen wichtig sind. Will das Unternehmen S glaubwürdig erscheinen und Akzeptanz auf Seiten seiner Interessensgruppen erreichen, muss es ein einheitliches Bild erzeugen und sein Leitbild gerade dort kommunizieren bzw. erkennbar machen, wo die Erfüllung dieser erwartet wird – im Wohnverbund S.

4.1 Public Relations (Begriffsklärung)

Zunächst werden einige Definitionen von Öffentlichkeitsarbeit³⁸ vorgestellt und über diese eine erste Annäherung an die Gestaltung des Raumes als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit hergestellt. Es wird dabei konkret auf den Gegenstand dieser Untersuchung Bezug genommen – den Wohnverbund S.

„Public relations is the management of communication between an organization and its publics.“³⁹

Diese Definition beschreibt die Funktion von Öffentlichkeitsarbeit auf einer organisationsbezogenen Ebene. Die Definition ist so allgemein, dass sie auch Werbung einschließt. Grunig sieht den Unterschied zwischen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit folgendermaßen: Werbung kommuniziert mit der Öffentlichkeit „Konsumenten“, während PR mit allen Öffentlichkeiten kommuniziert, die in Verbindung mit der Organisation stehen⁴⁰

Avenarius definiert Öffentlichkeitsarbeit als eine elementare Kommunikationsform. Dabei geht er von Watzlawicks erstem und zweitem Axiom aus.

Das erste Axiom besagt, dass man sich nicht nicht verhalten kann. Denn jedes zwischenmenschliche Verhalten hat Mitteilungscharakter. Watzlawick schließt daraus, dass es unmöglich ist, nicht zu kommunizieren.⁴¹ PR-Arbeit bleibt auf den ersten Blick oft unerkannt. Denn die Botschaft läuft häufig über einen Sinnvermittler. Als Beispiel eines solchen Mittlers führt Avenarius die Zigaretten

³⁸ Die Ausdrücke „Public Relations“ und „PR“ werden synonym für den Begriff „Öffentlichkeitsarbeit“ verwendet.

³⁹ Grunig, James E./ Todd Hunt: *Managing Public Relations*. New York: Holt Rinehart and Winston 1984, S.6

⁴⁰ Grunig James E/ Schneider-Grunig, Larissa: „Toward a Theory of the Public Relations Behavior of Orgnaizations: Review of a Program of Research“, In *Public relations research annual: a publication of the Public Relations Division*. Hillsdale, New Jersey: Association for Education in Journalism and Mass Communication, Volume 1, 1989

⁴¹ Watzlawick, Paul/ Beavin, Janet H./ Jackson, Don D.: *Menschliche Kommunikation. Formen Störungen Paradoxien*. Bern: Hans Huber 2007, S. 51

an, die zu Fackeln der Freiheit werden.⁴² So liegt eine Mitteilung meist einer zweiten zugrunde: *„Wir alle leben in einer Welt von symbolhaften Botschaften, und wir nutzen Symbole tagtäglich selbst.“*⁴³ In diesem Sinne kann auch der Raum als ein Sinnvermittler verstanden werden. Neben seiner denotativen Bedeutungsebene konnotiert er eine weitere Botschaft.

Das zweite Axiom weist darauf hin, dass eine Botschaft neben ihrem Inhaltsaspekt einen Beziehungsaspekt besitzt. Der Sender gibt immer auch Hinweis darauf, wie er die Botschaft vom Empfänger verstanden haben möchte. Er gibt einen Hinweis darauf, wie der Sender die Beziehung zwischen sich und dem Empfänger sieht.⁴⁴ Dieser Hinweis ist im Alltagsgespräch selten bewusst definiert. Soll Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich betrieben werden, muss dieser Aspekt genau definiert werden. Denn Öffentlichkeitsarbeit besitzt vor allem die Fähigkeit, Beziehungen zu schaffen.⁴⁵

*„Wenn grundsätzlich jede Kommunikation Beziehungen zwischen den Kommunizierenden schafft oder reflektiert, und wenn dies nicht nur für Individuen, sondern auch für Organisationen in ihrem gesellschaftlichen Umfeld [...] gilt, dann ist der Beziehungsaspekt die Grundlage gesellschaftlicher Kommunikation. Dieser Beziehungsaspekt wird durch PR bewusst gemacht und gefördert. PR ist die Grundform des gesellschaftlichen Kommunizierens. Ihr kann sich niemand entziehen; ihr kann auch keiner entraten.“*⁴⁶

Geht man von der Prämisse aus, dass die Elemente des Raumes Sinnvermittler und somit Träger von Bedeutung(en) sind, besitzen sie die Fähigkeit, Beziehungen zu schaffen und zu reflektieren.

⁴² Avenarius, Horst: *Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*. Darmstadt: Primus Verlag 2000, S. 2. Avenarius bezieht sich bei diesem Beispiel auf eine geplante PR-Aktion aus dem Jahre 1922 in New York. Auf der 5th Avenue sah man Zigaretten rauchende Frauen auf offener Straße gehen, was zu dem damaligen Zeitpunkt als Unerhörtheit galt. Diese Aktion löste eine Diskussion über die Emanzipation aus.

⁴³ Ebenda

⁴⁴ Watzlawick 2007, S. 53

⁴⁵ Avenarius 2000, S. 3

⁴⁶ a.a.O., 49f.

Auf das Unternehmen S übertragen bedeutet dies, dass über den Wohnverbund S das Verhältnis zwischen dem Unternehmen und seinen Klienten reflektiert wird. Es hat somit Ausdruckscharakter und beeinflusst das Erscheinungsbild des Unternehmens. Um ein vom Unternehmen erwünschtes „Image“ zu vermitteln, muss sich die Öffentlichkeitsarbeit der Ausdruckskraft des Raumes bewusst sein, entsprechend reagieren und darauf einwirken.

Verfolgt man den Ansatz von Avenarius weiter, dass PR Beziehungen schafft und Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation ist, erscheint das Verhältnis zwischen Marketing und PR in einem neuen Licht. Dies ist für die Verortung der Gestaltung vom Raum als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit, wie es in dieser Arbeit vorgestellt wird, von Bedeutung. Denn die Verkaufsraumgestaltung als Aktivität am Point of Sales als direkte, marktbezogene Strategie, um den Verkauf zu fördern, steht in einem offensichtlichen Näheverhältnis.

PR- und Marketingagenturen streiten sich, wer besser passende Kompetenzen besitzt. Nach Avenarius ist dieser Streit überflüssig, da *„die operativen Felder der geplanten Kommunikation beliebig sind. Einerseits ist Marketing eine konsequente marktbezogene Denk- und Handlungsweise, die sich die Öffentlichkeitsarbeiter für ihre eigenen Strategien zunutze machen sollten. Andererseits bietet PR bisweilen geeignete Methoden und Instrumente an, mit denen Marktstrategen ihre Produktziele besser verfolgen oder absichern können.“*⁴⁷

*„Public relations is the use of communication to adapt relationships between organizations and its public.“*⁴⁸

⁴⁷ Avenarius 2000, S. 5

⁴⁸ Botan, Carl: „Public Relations as a Science. Implications of Cultural Differences and International Events“ In Avenarius, Horst/ Wolfgang Armbrrecht (Hrsg.): *Ist PR eine Wissenschaft?* Opladen: Westdeutscher Verlag 1992, S. 20

In Botans Definition von Öffentlichkeitsarbeit spielt somit die Beziehung zwischen einem Unternehmen und dessen Öffentlichkeiten eine zentrale Rolle. Nach dieser Definition ist es die Aufgabe von PR, die Beziehung zwischen Organisation und dessen Teilöffentlichkeiten dem Gesellschaftswandel anzupassen. Beide stellen Ansprüche. Beide müssen sich aneinander anpassen. Es stellt sich die Frage, ob über die Gestaltung des Raumes der Eindruck vermittelt werden kann, dass das Unternehmen S auf die Ansprüche seiner Interessensgruppen eingeht?

*„Public relations is the distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, acceptance and cooperation between an organization and its publics; involves the management of problems or issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinion; defines and emphasizes the responsibility of management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communication techniques as its principal tools.“*⁴⁹

Bei dieser Definition fällt auf, dass sie ihren Schwerpunkt auf die organisationsinterne Anerkennung legt.

*„Unter Public Relations wird die planmäßige, systematische und wirtschaftlich sinnvolle Gestaltung der Beziehungen zwischen den Unternehmungen und einer nach Gruppen gegliederten Öffentlichkeit verstanden. Ihr Ziel ist es, bei diesen Teilöffentlichkeiten Vertrauen und Verständnis für das unternehmerische Handeln zu gewinnen bzw. auszubauen.“*⁵⁰

Meffert beschreibt eine eher nach außen orientierte Öffentlichkeitsarbeit. Er ist der Auffassung, es sei Aufgabe der PR, die Beziehungen nach außen und nach

⁴⁹ Harlow, Rex: *Building a public relations definition*. In Public Relations Review, 2. Jahrgang 1976

⁵⁰ Meffert, Heribert: *Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik*. Wiesbaden: Gabler 1991, S. 36

innen herzustellen und zu pflegen. Öffentlichkeitsarbeit muss geplant sein und hat systematisch zu erfolgen. Sie muss im Zusammenhang mit anderen Bekundungen und Handlungen der Organisation stehen. Im Sinne eines Kosten-Nutzen-Prinzips muss sie wirtschaftlich sein. Ziel von Öffentlichkeitsarbeit ist nicht Verkaufsförderung, sondern die Herstellung von Vertrauen und Verständnis. Vermittelt das Unternehmen S über die Gestaltung des Wohnverbundes S den Eindruck, dass auf die Erwartungen und Ansprüche seiner Klienten eingegangen wird?

4.2 Die Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit

Aus den vorgestellten Definitionen von Öffentlichkeitsarbeit (siehe Kapitel 4, S. 27ff.) ließen sich bereits einige ihrer Aufgaben ableiten. In diesem Kapitel sollen die Aufgaben der PR vervollständigt und detaillierter beschrieben werden. Dabei werden Überlegungen angestellt, wie das Instrumentarium „Raumgestaltung“ zur Erfüllung dieser Aufgaben beitragen kann.

Aus betriebswirtschaftlicher Perspektive ist ein Unternehmen bestrebt, maximalen Profit zu erwirtschaften. Das bedeutet, die eigenen Ressourcen bündeln und die eigenen Stärken heraus zu arbeiten. Die Organisation stellt Ziele auf und sucht sie planmäßig umzusetzen. Es liegt nahe, *„Erfolgsfaktoren im direkten Kontext der Organisationsaufgaben zu suchen.“*⁵¹ Doch es entstehen Zweifel, ob diese Sichtweise ausreicht. Die Wichtigkeit, sich mit gesellschaftlichen Belangen, mit den Interessen von anderen Gruppen auseinanderzusetzen, wird immer stärker. So beschreibt das Unternehmen S in seinem Leitbild das Anliegen, sich für die Integration von Menschen mit Behinderung und/oder psychischen Erkrankungen einzusetzen.

⁵¹ Avenarius 2000, S. 19

Dies geschieht keineswegs aus altruistischen Motiven. Es entsteht das Bewusstsein, dass die ökonomische Effizienz einer Organisation „auch von ihrem Bemühen abhängt, sich gegenüber gesellschaftlichen Gruppierungen zu legitimieren.“⁵² Dies bedeutet, sich verschiedenen Interessensgruppen gegenüber zu öffnen, es schließt mit ein, Kritik anzuerkennen und verständnisvoll damit umzugehen. Einer solchen „PR-Kultur“ folgend, beschreibt Avenarius die Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit: Es werden jene Aufgaben genannt, bei denen ein Zusammenhang zur Raumgestaltung hergestellt werden kann.⁵³

Ganz im Sinne von Bogner werden zunächst Aufgaben der internen Public Relations angeführt, ganz nach dem Motto „Gute Öffentlichkeitsarbeit beginnt im eigenen Haus“.⁵⁴ Dieser Ausspruch hat bezüglich der Gestaltung des Wohnverbundes S eine besondere Bedeutung. Denn das Verhalten des Unternehmens S steht unter den permanenten Blicken seiner Klienten, die im Wohnverbund S ihr zu Hause haben.

1. Das Unternehmen soll sich bewusst werden, was die Umwelt denkt und erwartet. Es soll Außenkritik und Außenbeurteilungen konstruktiv und kreativ in die eigene Organisation hineintragen. Die Interne PR kann dabei als *Frühwarnsystem* fungieren: Ihr kommt die Aufgabe zu, stetig das Problem- und Verantwortungsbewusstsein des Unternehmens bzw. der Organisation gegenüber seiner Umwelt zu kultivieren. In diesem Sinne ist beispielsweise ein Zettel, der an einer Pinnwand am Gang des Erdgeschoßes des Wohnverbundes S hängt, zu verstehen: Auf dem Zettel steht: „Man hilft den Menschen nicht, wenn man etwas für sie tut, was sie selber tun könnten. (Abraham Lincoln)“ Das Aufhängen eines solchen Zettels stellt ein klares Gestaltungsmerkmal des Wohnverbundes S dar. Er regt zur Reflektion über das Verhalten

⁵² a.a.O., S. 19

⁵³ a.a.O., S. 20ff.

⁵⁴ Bogner, Franz M.: *Das neue PR-Denken: Strategien, Konzepte, Aktivitäten*. Wien: Ueberreuter, 1999

zwischen Klient und Betreuer an und trägt auf diese Weise zur Kultivierung des Verantwortungsbewusstseins auf beiden Seiten bei.

2. *Aktive Auseinandersetzung mit den Erwartungen* und Forderungen der Umwelt. Die Interne PR kann auf Bedarf von Kurskorrekturen hinweisen und zu deren Berücksichtigung auffordern. Über den gestalteten Raum kann vermittelt werden, dass sich das Unternehmen S der Erwartungen und Forderungen der Interessensgruppen bewusst ist und diese vor Ort lebt.
3. *Dialogbereitschaft üben*: Die Standpunkte/Anliegen anderer sind zu akzeptieren und ernst zu nehmen. Die Interne PR kann Brücken bauen. Ihr kommt die Aufgabe zu, eine Gesprächsbasis für die Organisation und dessen Öffentlichkeiten zu schaffen. Der Wohnverbund ist Handlungsfeld für Mitarbeiter des Unternehmens und manche seiner Interessensgruppen gleichzeitig. Zur Gestaltung des Raumes zählt die Gliederung, Organisation, Strukturierung und Aufteilung desselben. Daraus entstehen die notwendigen Rahmenbedingungen, um den Dialog zu fördern und Dialogbereitschaft zu signalisieren. So wurde das Büro des Leiters des Wohnverbundes S nicht in die Zentrale des Unternehmens S „ausgelagert“, sondern direkt im Wohnverbund S eingerichtet. Dadurch ist eine Kommunikation zwischen dem Unternehmen S und dessen Interessensgruppe direkt vor Ort möglich.
4. *Rechtfertigung der eigenen Ziele*. In diesem Zusammenhang ist es Aufgabe der Internen Öffentlichkeitsarbeit, eine Unternehmensphilosophie bzw. ein Leitbild des Unternehmens zu erstellen und diese sowohl nach innen als auch nach außen zu transportieren. Die interne Öffentlichkeitsarbeit ist somit entscheidend dafür, wie das Unternehmen nach außen wirkt. Um sich selbst darstellen zu können, muss sich das Unternehmen seiner eigenen Identität bewusst werden und sich dementsprechend positionieren. Dies dient der

Präsentation der eigenen Philosophie einerseits sowie der Herstellung von Zustimmung andererseits. Hier wird die Bedeutung des Zusammenhanges zwischen dem Leitbild des Unternehmens S und der Frage, wie dieses über den Raum vermittelt wird, erkennbar.

5. *Legitimation, Anerkennung und Akzeptanz auf Seiten der Öffentlichkeiten herstellen und veröffentlichen.* Externe PR beinhaltet die Konzeption von Strategien, um diese Ziele zu erreichen. Legitimation kann erzeugt werden, indem durch die Gestaltung des Wohnverbundes der Eindruck entsteht, dass auf die Klienten individuell eingegangen wird. Unterschiedliche Meinungen sind natürlich. Überall gibt es unterschiedliche Einstellungen und Interessen. Eine Organisation kann und muss nicht allen Anforderungen entsprechen. Aufgabe der PR ist es, eigene Interessen im bestehenden Wertesystem darzustellen und zu verteidigen. Die wesentliche Aufgabe der externen PR besteht darin, *die eigenen Interessen zu formulieren und für diese zu werben.*

4.3 Die vier PR-Modelle nach Grunig

Die vier PR-Modelle beschreiben, welche Beziehung ein Unternehmen bzw. eine Organisation mit dessen Teilöffentlichkeiten eingehen kann und somit, mit welchen Kommunikationsprozessen sie sich befasst. Es lassen sich daraus die Ziele eines Unternehmens identifizieren und wie diese umzusetzen versucht werden. Daraus lässt sich wiederum die Public Relations Kultur eines Unternehmens ableiten.

Grunig weist bei der Beschreibung seiner vier Modelle darauf hin, dass sie selten in dieser Form angewandt werden. Meist werden die einzelnen Modelle

kombiniert, weshalb er sie in weiterer Folge als „mixed-motive models“⁵⁵ bezeichnet. Im Folgenden werden Grunigs PR-Modelle vorgestellt.

4.3.1 Publicity

Charakteristik: Propagieren

Ziel: Anschlusshandlungen

Kommunikationsmodell: Sender→Empfänger (Stimulus-Response)

Anwender: Parteien, Veranstalter, Verkaufsförderer

Die Publicity stellt Grunigs einfachstes Modell dar. Es beschreibt eine Einweg-Kommunikation, die darauf abzielt, eine baldige Reaktion in Form von Kauf- oder Wahlakten auszulösen. Es werden stark vereinfachte, einseitige Teil-Informationen vermittelt.

Medien dafür sind vor allem Werbemittel. Die „klassische“ Verkaufsraumgestaltung als verkaufsfördernde Maßnahme am Point of Sales kann der Publicity zugeordnet werden. In Bezug auf die Gestaltung des Wohnverbund S lässt sich keine Verbindung herstellen: Wie bereits beschrieben besteht für das Unternehmen S nicht der Bedarf, seine Dienstleistung zu verkaufen.

4.3.2 Informationstätigkeit

Charakteristik: Mitteilen und Verlautbaren

Ziel: Aufklärung

Art der Kommunikation: Einweg-Kommunikation, umfassende Mitteilungen

⁵⁵ Grunig, James E/ Grunig, Larissa A/ Dozier, David M.: „Das situative Modell exzellenter Public Relations. Schlussfolgerungen aus einer internationalen Studie“ In Bentele, Günther/ Steinmann, Horst/ Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation*. Berlin: Vistas-Verlag 1996, S. 201ff.

Kommunikationsmodell: Sender → Empfänger

Anwender: Behörden, Unternehmen

Über Informationstätigkeiten wird nicht versucht, eine Reaktion beim Empfänger auszulösen. Vielmehr möchte sie diesen über einen bestimmten Sachverhalt zu informieren.

Informieren bedeutet in diesem Zusammenhang auch, negative Informationen weiterzugeben. Nur so kann ein Sachverhalt beurteilt werden. Dabei sind langfristig gesehen negative Informationen für eine Organisation nicht von Nachteil. *„Nur dadurch ist zu erreichen, dass auch der Standpunkt des Unternehmens zu einem Problem einigermaßen fair wiedergegeben wird.“*⁵⁶ Der Raum wurde in dieser Arbeit als Bedeutungsträger identifiziert. Er vermittelt somit Information.

4.3.3 Überzeugungsarbeit

Charakteristik: Argumentieren

Ziel: Erziehung

Art der Kommunikation: Asymmetrische Zwei-Wege-Kommunikation, Berücksichtigung des Feedbacks

Kommunikationsmodell: Sender → Empfänger

Anwender: Unternehmen, Verbände

Überzeugungsarbeit leisten bedeutet, Information über Fakten zu geben, Vorurteile abbauen und zu überzeugen versuchen. Dabei ist es wichtig, zwischen „überreden“ und „überzeugen“ zu unterscheiden. Nach Merten ist die Überzeugungsarbeit eine langfristig angelegte, auf das Bewusstsein gerichtete Kommunikation. Unter „Überreden“ versteht er hingegen einen singulären Akt.

⁵⁶ Avenarius 2000, S. 88

Die Gunst der Stunde wird genutzt.⁵⁷ Um ein Publikum überzeugen zu können, muss man es kennen und sich auf ebendieses einstellen. Dadurch entsteht ein wechselseitiger Prozess zwischen Sender und Rezipient.

Häufig wird der Anspruch formuliert, dass PR auf das Wohl und die Interessen der Öffentlichkeit bedacht sein solle. Doch meist wird das Wohl der Öffentlichkeit mit den Wünschen eines Unternehmens in Einklang zu bringen versucht: Was könnte der Öffentlichkeit an einem Unternehmen gefallen? Dieser eine Punkt wird als der einzige dargestellt. Wertvorstellungen und Verhaltensweisen einer Teil-Öffentlichkeit sollen entdeckt und das betreffende Unternehmen in diesem Sinne dargestellt werden.

Die Überzeugungsarbeit stellt somit eine *Gradwanderung zwischen Argumentation und Manipulation* dar. Um Vertrauen, Akzeptanz und Rechtfertigung zu erlangen, muss das Unternehmen S selbstverständlich bemüht sein, seine Interessensgruppen davon zu überzeugen, dass sie ihre Aufgaben ernst nimmt und auf die Bedürfnisse und Erwartungen der entsprechenden Interessensgruppen eingeht. Der Raum kann als Bedeutungsträger dazu beitragen.

4.3.4 Dialog

Charakteristik: Sich austauschen

Ziel: Konsens

Art der Kommunikation: Symmetrische Zwei-Wege-Kommunikation, Mediation

Kommunikationsmodell: Gruppe → Gruppe (Konvergenzmodell)

Anwender: Unternehmen, PR-Agenturen

⁵⁷ Merten, Klaus: *Struktur und Funktion von Propaganda*. Naumburg: Vortragsmanuskript DGPuK-Sektion PR 1999, S. 11 In Avenarius 2000, S. 89

Der Dialog beschreibt eine tatsächliche Zwei-Wege-Kommunikation: Sie ist symmetrisch. Beeinflussungen sind somit in beide Richtungen möglich. Das schreckt viele PR-Praktiker ab. Denn die Zielvorstellungen eines Unternehmens können sich von denen der Interessensgruppen widersprechen. Die Existenz eines Unternehmens kann so in Frage gestellt werden. In der Praxis wird eher eine abgeschwächte Version zu finden sein. Ein Unternehmen bemüht sich um ein dialogorientiertes Verhalten.

Über die Gestaltung des Wohnverbundes S kann der Eindruck geschaffen werden, dass sich das Unternehmen um ein dialogorientiertes Verhalten bemüht. Die Gestaltung des Wohnverbundes kann als direkte Reaktion auf die Erwartungen und Wünsche von Seiten der Interessensgruppen interpretiert werden.

4.4 Die öffentliche Meinungsbildung und deren Bestandteile

Ist ein Unternehmen bemüht, Akzeptanz auf Seiten seiner Interessensgruppen herzustellen, muss sie sich mit der öffentlichen Meinung auseinandersetzen, die über sie besteht. Will man einen nachhaltigen und ganzheitlichen Eindruck bei den für das Interesse und die Zielvorgaben der Organisation relevanten Teilöffentlichkeiten erreichen, so ist es erforderlich, eine langfristige Strategie zu entwickeln. Eine solche Strategie ist der Aufbau eines Images:

Es hält für die Teilöffentlichkeiten einen Fundus an Wissen und Vorstellungen über das Unternehmen bereit. Der Kontakt zwischen der Organisation und dessen Teilöffentlichkeiten wird somit erleichtert, da auf bereits mehr oder weniger umfangreiche Wissensbestände aufgebaut werden kann. Meist geht es dem Unternehmen mit dem Aufbau eines Images nicht nur um die Herstellung von Wissensbeständen. Es soll ein positives Erscheinungsbild erzeugt werden und so die Meinung der Teilöffentlichkeiten über das Unternehmen beeinflusst werden.

„Meinungen stellen Werturteile dar. Wir wollen sie daher methodisch von den Images trennen, denn ein vielleicht identisches Vorstellungsbild von einer Organisation kann bei zwei konträren Publika zu konträren Bewertungen ihres Sinns und ihrer Existenzberechtigung führen“⁵⁸

Das von einem Unternehmen erstellte Image beeinflusst die Meinungsbildung über dieses Unternehmen. Doch wenn ein Image ein in sich geschlossenes Bild entwirft, so wird es dennoch von unterschiedlichen Rezipienten unterschiedlich interpretiert und schließlich unterschiedlich bewertet werden. Es kommt daher zur Bildung unterschiedlicher Meinungen. Aus diesem Grund erscheint es sinnvoll, *jene Bestandteile zu identifizieren, die auf die Meinungsbildung Einfluss nehmen*. Avenarius benennt folgende Bestandteile der öffentlichen Meinung.⁵⁹

Wahrnehmungen und Wissensbestände

Unter Wahrnehmungen werden abfragbare Erinnerungen verstanden, die sich auf Ereignisse oder Botschaften beziehen. Unsere Wahrnehmung unterliegt einem Auswahlverfahren:

- *Selektive Zuwendung*: Man wählt Informationen aus der Umwelt bewusst oder unbewusst aus.
- *Selektive Wahrnehmung*: Nicht alle Informationen finden Aufmerksamkeit. Auch werden nur sehr selektiv Informationen erinnert.
- *Vereinfachung der Sachverhalte*: Um Informationen verständlich zu machen und um sie in den eigenen Wissensbestand integrieren zu können. Vereinfachte Wissensbestände können als Stereotype bezeichnet werden: Sie beeinflussen nicht nur, wie wir sehen, sondern auch, was wir sehen.

⁵⁸ Avenarius 2000, S. 137

⁵⁹ Avenarius 2000, S. 143

Vorstellungen

Vorstellungen sind mehr als eine bloß vermutete Verbindung zwischen einem Objekt, Gegenstand oder Sachverhalt mit gewissen Eigenschaften. Eine Vorstellung von etwas zu haben bzw. sich eine Vorstellung über etwas zu machen ist ein Vergegenwärtigungsprozess, bei dem eine Reihe von Assoziationen stattfinden. Diese Assoziationen fügen sich zu einem mehr oder weniger geschlossenen Ganzen – einem Bild.

Wird ein Objekt/Subjekt/Sachverhalt (mehr oder weniger) kohärent mit den eigenen Vorstellungen und Wissensbeständen verbunden, spricht man von Schemata. Ein Schema erleichtert den Umgang mit neuen Informationen. Es erleichtert sowohl die Interpretation als auch die Einordnung dieser Informationen in bereits bestehende Wissensbestände. Schemata sind „organisierte Vorstellungskomplexe“⁶⁰ mit offenem/dynamischem Charakter. Das bedeutet, sie sind einem ständigem Wandel unterzogen.

Klaus Merten nennt vier Funktionen von Schemata:⁶¹

- Wirken als Filter für die aufzunehmenden Informationen genauso wie für die Verarbeitung und den Abruf von Informationen
- Organisieren die Wahrnehmung neuer Informationen in bereits vorhandene Informationsbestände (Wissen, Erfahrung)
- Liefern durch Assoziation mit bereits vorhandenen Erfahrungen eine Interpretationsstruktur, die eine Bewertung neuer Information ermöglicht
- Erleichtern aufgrund ihrer Stimmigkeit und des zugrunde liegenden Erfahrungsbestandes die Bewältigung neuer Situationen

⁶⁰ Avenarius 2000, S. 147

⁶¹ Merten, Klaus: „Begriff und Funktion von Public Relations“ In *PR-Magazin* 11/1992. Vgl. auch Avenarius 2000, S. 147f.

Will sich das Unternehmen S gegenüber seinen Interessensgruppen legitimieren, muss es sich um eine ganzheitliche Darstellung seiner Identität und seiner Ziele bemühen.

Wissensbestände auf Seiten der Interessensgruppen gegenüber dem Unternehmen müssen daher aufgebaut werden, um Stereotype abzubauen. Wird der Wohnverbund S dermaßen gestaltet, dass er die Ziele und das Leitbild des Unternehmens S vermittelt, wird eine ganzheitliche Sicht, eine Vorstellung über das Unternehmen im erhofften Sinne ermöglicht. Damit genau die Informationen, die dem Unternehmen wichtig sind, auch von den Interessensgruppen wahrgenommen werden, müssen diese auf ihre Interessensgruppen abgestimmt werden.

Urteile, Einstellungen und Lebensauffassungen

Bewertungen und Einstellungen werden durch kollektiv vermittelte Grundhaltungen, Weltanschauungen und Werte geprägt.

Gerade im sozial-sensiblen Bereich muss ein Unternehmen bemüht sein, sich sensibel gegenüber seinen Interessensgruppen zu verhalten und als verbindlich geltende Werte einhalten. Im Sinne einer ganzheitlichen Darstellung des Unternehmens S muss dies besonders im Wohnverbund S vermittelt werden.

5. FORSCHUNGSMETHODE

Wie zuvor in Kapitel 2.3 erwähnt, wird der Raum über alle Sinne wahrgenommen. Um die Komplexität des Raumes systematisch analysierbar zu machen, entwickelten Lobinger und Kroupa eine Forschungsmethode, welche auf der planaren Semiotik der Gruppe μ basiert. Die ursprünglich für den zweidimensionalen Text entwickelte Methode der Gruppe μ wird auf den dreidimensionalen Raum übertragen. Dabei werden bereits bestehende Analysekatégorien modifiziert und weitere hinzugefügt.⁶²

Basis dieser Untersuchung stellen dabei Grundlagen der Architekturtheorie aus dem Kapitel 2 sowie Grundlagen der Semiotik aus dem Kapitel 3 dar.

Diese werden mit den wichtigsten Elementen der Forschungsmethode von Lobinger und Kroupa zusammengefasst und gemäß meinem Forschungsinteresse interpretiert.⁶³

Der Raum wird als visuelles Zeichen mit ikonischem Charakter betrachtet. So kann der Raum in eine plastische und eine figurative Ebene unterteilt werden.

In der folgenden Untersuchung des Wohnverbundes S werde ich mich an folgende Einteilung halten:

5.1 Plastische Ebene

Auf der plastischen Ebene wird der Raum im Hinblick auf seine gestalterischen Kriterien untersucht. Dabei lassen sich folgende Kategorien definieren.

⁶² Lobinger, Katharina/ Kroupa, Verena: *Diesel – For successful advertising? Ein semiotischer Vergleich der Printsujets und des Point of Sale zur Zeit der Nature Lover-Kampagne*. Diplomarbeit. Eingereicht an der Universität Wien 2004, S. 113f.

⁶³ Lobinger S. 106-118

5.1.1 Topologische Kategorie: Dimension

Die topologische Kategorie gliedert, organisiert und strukturiert den Raum in einzelne Teile. Das Verhältnis der Räume zueinander in Hinblick auf Größe und Zusammenspiel (rechts/links, oben/unten, peripher/zentral) wird über diese Kategorie analysiert. Da das proxemische Verhalten von der Größe der Räume abhängt, werde ich es in dieser Kategorie behandeln.

5.1.2 Eidetische Kategorie: Formen

Die Formen der Elemente des Raumes können Akzente setzen und beeinflussen die Komposition des Raumes.

5.1.3 Chromatische Kategorien: Farbe und Beleuchtung

Die chromatische Kategorie eignet sich zur Identifizierung und Integration von verschiedenen Teilen eines Bildes. Auf den Raum übertragen, können Bereiche des Raumes über die Wahl von Farben und Beleuchtung als zusammengehörig oder als eigenständig identifiziert werden. Des Weiteren triggern Farben bzw. eine Beleuchtungsform Gefühle, welche die Wahrnehmung des Raumes beeinflussen.⁶⁴

5.1.4 Taktile Kategorie: Material

Ob wir uns in einem Raum wohl fühlen, wird von der Wahl der Materialien beeinflusst. Beispielsweise wirkt Metall hart und kalt, Holz dagegen warm. Die Wahl von Materialien beeinflusst die Oberflächenstruktur.

⁶⁴ Lobinger/ Kroupa 2004, S. 109f.

6. DER WOHNVERBUND S

Die Beschreibung des Textträgers stellt nicht nur eine Einleitung in die Untersuchung dar. Es ist der erste Schritt der Analyse. Den Wohnverbund in all seinen kleinsten Details zu beschreiben, würde Hunderte von Seiten beanspruchen und doch nicht ausreichen. Die folgende Beschreibung unterliegt bereits einer Fokussierung auf forschungsrelevante Hauptmotive.⁶⁵

6.1 Beschreibung der Außenseite

Der Wohnverbund befindet sich in den ersten drei Stockwerken eines Altbauhauses. Die Fassade ist in einem hellen rosa-bräunlichem Farbton gehalten. Die Fenster und der Eingangsbereich sind mit weißer Farbe umrahmt. Die Fassade wirkt sauber und gepflegt. Dies fällt vor allem im Vergleich zum Haus links daneben auf, dessen Fassade grau und verschmutzt ist.

Ungefähr in der Mitte des Hauses (oberhalb des mittleren Fensters des 1.Stockes) befindet sich folgende Aufschrift in römischen Lettern: „Caritas Caritati Ludovicus Donin Senex Senibus Pauperibusque A.D. MDCCCLXXXV.“ Frei übersetzt bedeutet dies: „Nächstenliebe für die Alten und Bedürftigen. Im Jahr des Herrn 1885.“ Die Schrift ist klein gehalten und gerade lesbar. Sie fügt sich dezent in den Altbau ein.

Die Eingangstür ist etwa einen Meter in der Wand versetzt. Es bleibt somit genügend Platz vor der Tür, um Schutz vor unangenehmen Witterungsverhältnissen zu finden. Die Türe besteht aus zwei großen Flügeln aus Glas, die in einem Metallrahmen eingefasst sind. Über die gesamte Höhe des rechten Türflügels befindet sich eine metallene Griffstange. Obwohl die Türe überwiegend aus Glas besteht, wirkt sie aufgrund des dunkel gefärbten

⁶⁵ Lobinger/ Kroupa 2004, S.108

Metallrahmens und der Größe massiv und sicher. Der kühle und moderne Stil der Türe bildet einen Kontrast zur Altbaufassade.

Rechts neben der Eingangstür befindet sich die Freisprechanlage. Darauf sind die Namen sämtlicher Bewohner des Erdgeschoßes, die Bezeichnungen „WG 1. Stock“ und „WG 2.Stock“ sowie „Büro“ aufgelistet. Rechts oberhalb der Freisprechanlage befindet sich ein kleines Schild mit dem Logo des Unternehmens.⁶⁶

6.1.1 Plastische Ebene

Topologische Kategorie: Dimension

Das Haus, in dem sich der Wohnverbund befindet, fügt sich im Hinblick auf seine Größe in das Gesamtbild der Straße ein: Alle Häuser sind ungefähr gleich hoch. Der Eingangsbereich ist für ein Wohnhaus großzügig gestaltet. Dies bezieht sich sowohl auf die Türe selbst, als auch auf die Fläche vor der Tür. Sie bietet viel Raum zum Schutz vor unangenehmen Wettereinflüssen.

Eidetische Kategorie: Formen

Es dominieren Geraden und klare, eckige Formen: Die Fenster, die Umrahmungen der Fenster sowie die Tür sind eckig. Demgegenüber steht einzig ein Rundbogen über der Tür.

Chromatische Kategorien: Farbe und Beleuchtung

Die gesamte Fassade ist in einem rosa-bräunlichem Farbton gehalten, die Umrahmungen der Fenster sind weiß. Beide Farben sind sehr hell und freundlich.

⁶⁶ Da das Unternehmen anonym bleiben möchte, vermeide ich, auf das Logo näher einzugehen.

Taktile Kategorie: Material

Es werden für einen Altbau übliche Materialien verwendet. Lediglich die Türe sticht durch den Einsatz von Metall und Glas heraus. Sie macht einen modernen Eindruck, der im Gegensatz zum Altbau steht.

6.1.2 Synthese der plastischen Ebene

Dimension, Form und Material der Fassade entsprechen einem typischen Altbau und wirken unauffällig. Einzig durch die Farbe fällt sie auf: Die Fassade wirkt sehr gepflegt und freundlich.

6.1.3 Figurative Ebene

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Fassade	Äußere Grenze des Raumes "Wohnverbund"	Gepflegtes, freundliches Erscheinungsbild;	Ein Zuhause schaffen, in dem man sich wohl fühlt
Eingangstüre	Verbindung zwischen Innenraum und Außenraum	Die Glaselemente der Türe vermitteln Offenheit und Transparenz; Freundliche Atmosphäre im Innenraum durch natürliche Beleuchtung; automatischer Öffnungsmechanismus ermöglicht problemlosen Zutritt (für Menschen mit körperlichen Behinderungen) zum Wohnverbund S;	Hilfestellung im Alltag/Unterstützung nach individuellen Bedarf durch automatischen Öffnungsmechanismus

		auch die große Griffstange an der Türe erleichtert den Zutritt	
Aufschrift auf Fassade: "Caritas Caritati..."	Orientierung; Identifikation; "Für einander dasein"	Hinweis auf Funktion des Gebäudes	„Nächstenliebe“ und „Hilfestellung“ sprechen Ziel nach Unterstützung im Alltag an
Schild mit Logo des Unternehmens und der Bezeichnung des Wohnverbundes	Repräsentation des Unternehmens und dessen "Räumlichkeit"	Identifikation	Mit Logo sollen die im Leitbild definierten Ziele und Werte vermittelt werden
Gegensprechanlage Namentliche Auflistung der Bewohner des Erdgeschoßes, der Bezeichnung "Büro", "WG 1. Stock" sowie "WG 2. Stock"	Möglichkeit, Zugang zum Wohnverbund zu erhalten; Gibt Aufschluss darüber, wer im Wohnverbund wohnt	Information über unterschiedliche Wohnformen: Auflistung von Namen: autonome Wohnbereiche; "WG 1. Stock" und "WG 2. Stock": Mehrere Personen, die sich einen Wohnbereich teilen.	Eingehen auf individuelle Bedürfnisse der Klienten → subjektive Lebensqualität

6.1.4 Synthese der figurativen Ebene

Von der Außenseite ist nicht erkennbar, dass es sich bei diesem Gebäude um ein betreutes Wohnheim handelt. Lediglich die Aufschrift auf der Fassade lässt erahnen, dass im Gebäude Menschen mit erhöhtem Hilfebedarf wohnen.

Das Logo des Unternehmens ist sehr klein und dezent angebracht. Es gibt keinerlei Aufschluss über dessen Tätigkeit. Diese Tatsache kann als Erfüllung der Forderung nach Integration von Menschen mit Behinderungen interpretiert werden: Behinderung ist ein Teilbereich des Lebens von Menschen und nicht deren Identität.

Für Interessensgruppen, die wissen um welche Einrichtung es sich handelt, lassen sich bereits über die Außenseite des Wohnverbundes S Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens erkennen.

Die Beschriftung der Gegensprechanlage lässt erkennen, dass es im Wohnverbund S verschiedene Wohnformen gibt: Einzelwohnungen und Wohngemeinschaften. Es wird somit auf das unterschiedlich stark ausgeprägte Bedürfnis der Klienten nach Autonomie eingegangen.

6.1.5 Synthese der plastischen und figurativen Ebene

Die Außenseite des Wohnverbundes S erzeugt den Eindruck eines „gewöhnlichen“ Wohnhauses. Es wirkt sehr gepflegt und scheint ein Zuhause mit freundlicher Atmosphäre zu bieten. Es wird nicht der Bedarf an Betreuung durch Behinderung, sondern das Bedürfnis nach Lebensqualität angesprochen.

Der Eingangsbereich ist so gestaltet, dass er Menschen mit Behinderung einen schrankenlosen Zutritt zum Gebäude ermöglicht. Die Glaselemente der Türe verstärken diesen Eindruck.

6.2 Beschreibung des Erdgeschoßes

Um die Räumlichkeiten des Erdgeschoßes möglichst übersichtlich darzustellen, werde ich zunächst gesondert den Gang beschreiben. Über ihn gelangt man in die Garçonniere sowie die Zweier-WG des Erdgeschoßes. Der Gang trägt daher entscheidend zur Strukturierung des Erdgeschoßes bei und dient im Wohnraum als Orientierungshilfe.

Um die folgenden Ausführungen leichter lesbar zu machen, werde ich den verschiedenen Abschnitten des Ganges Bezeichnungen geben. Bei der Analyse des Ganges werden die verschieden benannten Teile des Ganges als zusammengehörig betrachtet.

Als zweiten Schritt werden die drei Garçonniere und die Zweier-WG beschrieben. Zur besseren Nachvollziehbarkeit wird jedem Zimmer eine Nummer zugeordnet.

Gang

Ein Teil des Ganges im Erdgeschoß ist bereits durch die gläserne Haustür sichtbar. Durchschreitet man die Haustüre und folgt dem Gang geradeaus, so gelangt man zu einer weiteren Tür, die der Haustüre gleicht. Sie führt in den Garten. Dieser Teil des Ganges, der gerade zwischen Haustür und Gartentür verläuft, wird in den folgenden Ausführungen als „Hauptgang“ bezeichnet.

Der Hauptgang zweigt zwischen der Haustür und der Tür zum Garten zuerst nach links und kurz darauf nach rechts ab. Nach der rechten Abzweigung lässt sich der Hauptgang durch einen Vorhang trennen. Dieser Bereich hebt sich architektonisch durch eine höher gelegene Decke vom restlichen Gang ab. Im Bereich zwischen dem Vorhang und der Gartentür befinden sich an der linken

Wand ein Kästchen sowie mehrere Regale. Gegenüber steht eine Couch. Vor der Tür zum Garten stehen zwei Pflanzen.

Folgt man, von der Haustüre aus gesehen, der linken Abzweigung des Hauptganges, gelangt man zu drei Türen. Durch die mittlere Türe gelangt man zu einer kleinen Waschküche. Links davon befinden sich die Eingangstür zur Garçonniere 1. Rechts von der Waschküche gelangt man durch eine weitere Türe in die Küche der Zweier-WG. Die linke Abzweigung des Hauptganges erhält die Bezeichnung „Linker Gang“.

Folgt man von der Haustüre aus gesehen der rechten Abzweigung des Hauptganges, die als „Rechter Gang“ bezeichnet wird, befindet sich gleich rechts ein schmaler Stiegenaufgang zu den oberen Stockwerken. Daneben befindet sich eine versperrte Türe mit der Aufschrift „Keller“.

Geht man den rechten Gang weiter geradeaus (am Stiegenaufgang vorbei), gelangt man links zur Garçonniere 4 und rechts zur Garçonniere 5. An den Garçonniere 4 und 5 vorbei führt der rechte Gang gerade weiter zu einem Lift, einer großen Waschküche für den 1. und 2. Stock, und zum Fluchtweg. Der rechte Gang ist durch eine Schiebe-Brandschutztür vom Hauptgang trennbar. Obwohl die Brandschutztüre sehr massiv ist, wirkt sie durch ihre Positionierung (direkt an der rechten Wand des Hauptganges verlaufend) nicht Raum trennend. Dieser Bereich des rechten Ganges ist durch eine Türe trennbar.

Der Boden des Ganges besteht aus großen hellgrauen Fliesen und verläuft von der Haustür bis zur Tür zum Garten leicht ansteigend.

Die Decke besteht aus weißen Rigips-Platten, welche mit dünnen Metallplatten verstärkt sind. An den Seitenwänden des gesamten Ganges verlaufen parallel zum Boden zwei in verschiedenen Höhen positionierte runde, hölzerne Griffstützen. An den Wänden des Hauptganges hängen mehrere von den Bewohnern des Erdgeschoßes gemalte Gemälde.

Im linken Gang hängt an der linken Wand eine Pinwand, an der unter anderem folgende Zettel angebracht sind:

- Eine Hausordnung, an die sich sämtliche Bewohner, Mitarbeiter und Besucher des Wohnverbundes zu halten haben.
- Eine Liste, die anzeigt welcher Bewohner des Erdgeschoßes an welchem Wochentag für Wäsche und Einkauf zuständig ist.
- Eine Dienstliste der Betreuer des Erdgeschoßes. Sie gibt an, welcher Betreuer an welchem Wochentag im Erdgeschoße Dienst hat.
- Ein A4-Zettel mit der folgenden Aufschrift: „Man hilft den Menschen nicht, wenn man etwas für sie tut, was sie selber tun könnten. (Abraham Lincoln)“

An der gegenüberliegenden Wand hängt ein großes Plakat mit dem nueva Profil⁶⁷ des Erdgeschoßes. Durch eine Skala illustriert wird gezeigt, wie die Bewohner des Erdgeschoßes ihre Wohnungsrealität in Hinblick auf folgende Bereiche wahrnehmen:

- Selbstbestimmung: Der Grad an subjektiv empfundener Selbstständigkeit der Bewohner
- Sicherheit: Zeigt das erkennen von Gefahren an
- Privatsphäre: Gibt an, ob Bewohner alleine sein wollen oder mehr in der Gruppe unternehmen wollen
- Förderung: Grad der Lernbereitschaft
- Betreuung: Wie viel können die Bewohner selbst regeln und wie viel Hilfe nehmen sie in Anspruch

Neben dem nueva Profil hängt ein A4-Zettel mit folgender Aufschrift:

⁶⁷ Nueva ist eine Einrichtung zur Evaluation von Dienstleistungen im sozialen Bereich. Nueva veröffentlicht auf dessen Homepage die Profile von Wohnangeboten für Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen. Die Wahl einer individuell passenden Wohnungsform soll so erleichtert werden. Für nähere Informationen zu Nueva und dessen Evaluationsmethoden siehe dessen Homepage <http://www.atempo.at/nueva/app/>

„Erklärung der Auswertung von Atempo Nueva: Die BewohnerInnen der Garconnieren Wohnungen genießen ein hohes Maß an Selbständigkeit. Dennoch wird ihnen auf Wunsch ausreichend Unterstützung gewährleistet und auch gerne in Anspruch genommen. Alles in allem sind wir super!“

Im rechten Gang, an der Wand gegenüber dem Stiegenaufgang, hängt ein Zettel, der darauf hinweist, dass sich das Büro im 1. Stock befindet.

In allen Bereichen des Ganges sind immer wieder an den Wänden Informationszettel angebracht, die Aufschluss darüber geben, wie man sich im Brandfall zu verhalten habe. Jeweils an den Enden des Hauptganges, des linken sowie des rechten Ganges befinden sich Feuerlöscher.

Garçonnerien und Zweier-WG

Bei allen Garçonnerien sowie der Zweier-WG ist die Eingangstüre (d.h. jene Tür, die den Gang und die Zimmer verbindet) gleich. Sie ist relativ massiv und in schlichtem weiß gehalten. Die Tür kann vom Gang aus nur mit dem passenden Schlüssel geöffnet werden. Vom Inneren des Zimmers kann die Tür mit einem Griff geöffnet werden.

Alle Eingangstüren sind mit zwei in unterschiedlichen Höhen positionierten Spionen ausgestattet. Somit wird auch Rollstuhlfahrern die Möglichkeit gegeben, vom Inneren der Garçonnière zu beobachten, wer sich vor der Tür befindet. Die Innenseite der Eingangstüren ist mit einer metallenen Griffstange versehen.

Die Badezimmer der Garçonnerien und der Zweier-WG sind alle sehr ähnlich aufgebaut: In Größe und Einrichtung unterscheiden sie sich nur minimal, weshalb ich alle Badezimmer zusammenfassend beschreiben werde:

Die Wände sind bis ungefähr zweieinhalb Metern vom Boden verfließt. An allen Wänden befinden sich mehrere metallene Griffstangen.

In allen Badezimmern befinden sich ein Waschbecken, eine Dusche sowie ein Klo. Bei der Dusche steht entweder ein Dusch-Rollstuhl oder ein an der Wand montierter Dusch-Klappstuhl. Der Boden besteht aus grauen Kacheln und ist zu einem Abfluss hin leicht geneigt.

Neben dem Waschbecken ist an der Wand eine Griffstange befestigt, die man in den Raum hinein klappen kann. Über dem Waschbecken hängt ein Spiegel. Außerdem befinden sich in den Badezimmern ein Kästchen und ein Mistkübel.

Garçonniere 1

Die Garçonniere 1 setzt sich aus zwei Räumen zusammen. Durch die Eingangstür gelangt man in einen großen Raum mit drei Fenstern an der Längsfront.

An der linken Seite steht ein Bett, welches per Knopfdruck an der Kopf- und Fußseite in der Höhe verstellbar ist. Das Bettgestell besteht aus Metallrohren und lässt sich durch Rollen im Raum verschieben. Es lässt sich ein Metallgitter in die Höhe verschieben, was das Herunterfallen vom Bett verhindert. Direkt beim Bett befinden sich an der Wand eine Griffstütze sowie ein Notrufknopf. Neben dem Bett steht eine Gehhilfe.

Im rechten Bereich des Zimmers befindet sich eine große Wohnküche.

An den Wänden stehen mehrere Kästen sowie ein Schreibtisch mit einem Stuhl. Jene Kästen, in denen Kleidung aufbewahrt wird, sind an den Kastentüren mit dem jeweiligen Inhalt beschriftet.

Des Weiteren befinden sich an den Wänden folgende Objekte:

- Mehrere Bilder
- Eine Uhr
- Ein Spiegel
- Eine Pinwand, an der mehrere Zettel hängen. Sie geben darüber Auskunft, an welchem Wochentag welcher Betreuer Dienst hat, sowie welche Übungstätigkeiten die Bewohnerin des Zimmers zu welchem Zeitpunkt absolvieren sollte.

Im zweiten Raum der Garçonniere befindet sich das Bad.

Garçonniere 2

Die Garçonniere 2 besteht aus zwei Räumen.

Im ersten Zimmer befinden sich links unter anderem ein Kasten, eine kleine, blaue Couch, ein kleiner Couchtisch und ein Fernsehkästchen. An der Wand gegenüber der Couch befindet sich eine minimalistisch ausgestattete Kochstelle. Davor findet noch ein runder Esstisch mit einem Stuhl Platz. Die Wände sind mit mehreren Plakaten und Photos behangen.

Es gibt keine Fenster. Gegenüber der Eingangstür befindet sich jedoch eine Tür mit zwei Flügeln aus Glas, durch die Sonnenlicht gelangt. Die Türe führt auf eine Terrasse, welche durch Bambusstöcke vom Garten getrennt ist. Rechts von der Eingangstür der Garçonniere 4 befindet sich das Badezimmer.

Garçonniere 3

Öffnet man die Eingangstür der Garçonniere 3, gelangt man in ein kleines Vorzimmer. Links geht es ins Badezimmer. Dieses erreicht man durch eine Schiebetür.

Geradeaus kommt man in ein großes Zimmer. Gegenüber dem Eingang befindet sich die Längsseite des Zimmers mit drei Fenstern. Im linken Bereich des Zimmers befindet sich eine große Wohnküche, in der eine Waschmaschine integriert ist. Im rechten Teil befinden sich das Bett sowie ein Kleiderkasten. An der Längsfront mit den drei Fenstern befindet sich rechts in der Ecke ein Arbeitsbereich, der aus drei u-förmig aneinander gestellten Schreibtischen besteht. In der Mitte des Raumes befindet sich ein Esstisch mit drei Stühlen. Die Wände sind, bis auf ein selbst gemaltes Bild und einer Uhr, kaum dekoriert.

Zweier-WG

Durchschreitet man vom Gang die Tür in die Zweier-WG, gelangt man in einen Raum, in dem sich rechts eine Küche sowie ein Esstisch befinden. An den Wänden hängen mehrere Bilder. Von diesem Raum gelangt man in das Badezimmer sowie in das Privatzimmer 1 und das Privatzimmer 2.

Privatzimmer 1

An der Innenseite der Eingangstür hängt eine Hausordnung für Besucher der Bewohnerin des Privatzimmers 1.

Rechts stehen eine Couch und ein Couchtisch. Links befindet sich das Bett. Es hat ein Holzgestell und lässt sich in der Höhe verstellen. Beim Bett befinden sich an der Wand eine Griffstange sowie ein Auslöser des Notrufes. Neben dem Bett stehen ein Kleiderkasten, ein Gerät zur Stärkung der Muskulatur sowie ein mobiler Lift, der es ermöglicht, Personen zu heben.

Am Kleiderkasten hängt eine Liste die Trainingsübungen beschreibt. An den Wänden hängen viele Dekorationsgegenstände, unter anderem mehrere Tücher und Bilder. An der Wand gegenüber dem Eingang befindet sich eine Glastüre mit zwei Flügeln, die in den Garten führt.

Privatzimmer 2

Im Zimmer stehen ein Bett mit Metallgestell, zwei große Kleiderkästen, eine Kommode, ein Kühlschrank, ein kleiner Tisch und ein Sessel. Kein einziges Dekorationselement hängt an der Wand. Wie im Privatzimmer 1 befindet sich gegenüber der Eingangstür eine Glastür mit zwei Flügeln, die in den Garten führt.

6.2.1 Plastische Ebene

Topologische Kategorie: Dimension

Gang (Erdgeschoß)

Der Gang ist der erste Raum, in den man beim Betreten des Wohnverbundes S gelangt. Beinahe alle Räume des Erdgeschoßes sowie die Zugänge zu den oberen Stockwerken sind um den Gang herum angeordnet und über diesen erreichbar. Dem Gang kommt somit eine zentrale Rolle zu. Er wirkt sehr schmal und bietet in der Breite nur wenig Platz.

Garçonnerien und Zweier-WG

Die Garçonnerien und die Zweier-WG sind jeweils über den Gang erreichbar. Sie befinden sich alle ungefähr gleich weit vom Hauseingang entfernt.

Die Garçonnerien und die Zweier-WG unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Größe beträchtlich. Während Garçonnerien 1 und 3 sehr geräumig sind, hat man in der Garçonniere 2 und in der Zweier-WG weit weniger Platz. Sowohl in den Garçonnerien als auch in der Zweier-WG ist das Badezimmer groß. Dies fällt vor allem in der Garçonniere 2 auf, wo das Bad ebenso groß ist wie der zweite Raum.

Garçonniere 2 und die Privatzimmer der Zweier-WG haben direkten Zugang zum Garten.

Eidetische Kategorie: Formen

Gang (Erdgeschoß)

Am Gang dominieren eckige, harte Formen. Der Boden besteht aus quadratischen Kacheln. An der Decke finden sich durch die quadratisch angeordneten Metallverstärkungen ebenfalls eckige Formen. Die Seitenwände haben ebene Flächen und klare Ecken im rechten Winkel. Die untere Hälfte der Seitenwände ist andersfärbig als die obere Hälfte. Dort, wo sich die Farben treffen, entsteht eine exakte, harte Linie, die sich den ganzen Gang entlang zieht. Vom Boden weg sind die Seitenwände ungefähr einen halben Meter mit rechteckigen Kiefer-Holzplatten verstärkt.

Die Griffstangen bilden aufgrund ihrer runden Form einen Kontrast zu den eckigen Formen.

Die klaren, langgezogenen Linien, die sich aus den Fugen der Kacheln und der Anordnung der Metallverstärkungen an der Decke ergeben, sowie die Griffstangen und Holzplattenverstärkungen an den Seitenwänden, die über den gesamten Gang parallel zum Boden verlaufen, verstärken visuell die langgezogene Form des Ganges und lassen ihn in Relation zu der Länge sehr schmal wirken.

Nach dem Eingang ist im Boden ein rechteckiger Fußabstreifer eingefasst. Danach folgt ein rechteckiger Teppich. Der Boden verläuft leicht steigend und hat durchgehend eine ebene Fläche. Es gibt keine Stufen.

Die an den Wänden hängenden Bilder haben allesamt eckige Keilrahmen. Bei den Zeichnungen selbst dominieren hingegen runde Formen. Das Kästchen und die Regale haben harte Kanten. Auch die Couch hat nur leicht abgerundete Ecken.

Garçonnerien und Zweier-WG

Bei den architektonischen Elementen Wand, Boden, Decke, Türe und Fenster überwiegen die Geraden. Die Einrichtungselemente weisen dagegen sowohl runde als auch gerade Formen auf. Im Gesamteindruck dominiert in keinem Raum irgendeine Form eine andere.

Eine Ausnahme dazu bilden die Badezimmer. Hier dominieren gerade Linien und harte Kanten. Dieser Eindruck entsteht vor allem durch die Kacheln am Boden sowie durch die Fliesen an den Wänden.

Chromatische Kategorie: Farbe und Beleuchtung

Gang (Erdgeschoß)

Die untere Hälfte der Seitenwände des Ganges ist in einem blassen bräunlichen Farbton gestrichen, die obere Hälfte ist weiß bemalt. Beide Farben wirken kalt. Die Bodenkacheln und auch der Teppich nach dem Hauseingang sind grau, die Deckenplatten weiß. Sie wirken ebenfalls kalt.

Die Bilder an den Seitenwänden sind hingegen in bunten Farben, die Vorhänge im Hauptgang in einem warmen Gelb gehalten.

Da sowohl die Eingangstür als auch die Tür zum Garten Glaselemente besitzt, kommt viel Sonnenlicht in den Hauptgang. Der Gang ist mit nur wenigen Leuchtmitteln ausgestattet. Der linke und der rechte Gang wirken dunkel.

Garçonnerien und Zweier-WG

Alle Böden der Zimmer, in denen sich unter anderem das Bett befindet, haben blaue Böden, weiße Wände und eine weiße Decke. Die Einrichtungselemente weisen verschiedenste Farben auf.

In den Badezimmern kommen vor allem kalte Farben (weiß, grau) zum Einsatz: Alle Badezimmer haben die gleichen grauen Kacheln am Boden und die gleichen weißen Fliesen an den Wänden. Die Griffstangen sind entweder weiß oder graumetallic.

Taktile Kategorie: Material

Gang Erdgeschoß

Der Boden besteht aus glatten Kacheln, die Decke aus Rigips-Platten. Die Seitenwände sind sehr massiv.

Es finden sich mehrere Elemente aus Metall: Die meisten Ecken an den Wänden sind mit Metall verstärkt. Die Stützen der Griffstangen sind ebenfalls aus Metall. Die Griffstangen selbst sind aus Holz.

Die Verstärkungen am untersten Teil der Wände sind ebenfalls aus Holz. Bis auf die wenigen Stoffelemente wie Bilder, Vorhang und Teppich sind die Oberflächen glatt.

Trotz der Bilder an den Wänden wirkt der Gang aufgrund der kalt wirkenden Materialien und der glatten Oberflächen steril.

Olfaktorische Kategorie: Gerüche

Gang

Es lassen sich keine „auffälligen“ Gerüche feststellen.

Garçonnerien und Zweier-WG

Es lassen sich keine „auffälligen“ Gerüche feststellen.

Proxemik

Gang

Durch die geringe Breite des Ganges kann zwischen zwei Personen nur über die Längsseite des Ganges die persönliche Zone gewahrt werden. Kommen sich zwei Personen am Gang entgegen, wird die persönliche Distanz gebrochen.

Garçonnerien und Zweier-WG

In allen Badezimmern sowie in allen Bereichen der Garçonnerie 1 und 3 kann die persönliche Distanz gewahrt werden. In der Garçonnerie 2 sowie in den Privatzimmern der Zweier-WG kann die persönliche Distanz nicht in allen Bereichen gewahrt werden.

6.2.2 Synthese der plastischen Ebene

Durch die zentrale Lage des Ganges innerhalb des Erdgeschoßes kommt ihm große Bedeutung zu. Über ihn gelangt man in alle weiteren Zimmer des Erdgeschoßes sowie zu den höher gelegenen Stockwerken.

Durch die Verwendung von vorwiegend kalten Farben, harten, eckigen Formen und kalt wirkenden Materialien mit glatten Oberflächen wirkt der Gang steril. Vor allem die architektonischen Elemente Wände, Boden und Decke tragen zu diesem Eindruck bei.

Einen Kontrast dazu erzeugen die Einrichtungselemente: Die Verwendung von Holz und das Vorhandensein von mehreren bunten Bildern lassen den Raum wärmer und freundlicher erscheinen. Dennoch dominieren kalt wirkende Elemente.

Die Badezimmer vermitteln wie der Gang einen harten, sterilen Eindruck. Dies ergibt sich vor allem aus den verwendeten Materialien und den Farben.

Die restlichen Zimmer der Garçonniere und der Zweier-WG unterscheiden sich von einander in allen Belangen. Die Größe der Zimmer divergiert und vor allem die Art der Einrichtung ist sehr individuell gestaltet. Ausnahme dazu bilden der Boden und die Wände. Sie gleichen einander in Material und Farbe.

6.2.3 Figurative Ebene

Gang

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Fußboden (mit Steigung bzw. Verzicht auf Treppen)	Begrenzung nach unten	Gehbehinderten Menschen wird durch den Verzicht von Stufen der Zugang zum Wohnverbund ermöglicht.	Hilfestellung im Alltag/Unterstützung nach individuellen Bedarf
Kacheln (Fußboden)	Begrenzung nach unten	Leicht zu reinigen → Hygiene, Sauberkeit; → Erleichtert Betreuern Begleitung der Klienten im Alltag	Begleitung im Alltag
Wände	Begrenzung nach rechts und links; Trennt den Gang von den Garçonnièren	Unterteilt und gliedert das Erdgeschoß in mehrere Räumlichkeiten: Entstehung von unterschiedlich stark ausgeprägten Intimsphären	Ein Zuhause schaffen Respekt vor Intimsphäre
Decke	Begrenzung nach oben Trennt das Erdgeschoß vom ersten Stock	Unterteilt und gliedert das Erdgeschoß in mehrere Räumlichkeiten: Entstehung von unterschiedlich stark ausgeprägten Intimsphären	Ein Zuhause schaffen Respekt vor Intimsphäre
Eingangstüren zu Garçonnièren, welche von Außen aufgrund eines unbeweglichen Türgriffes nur mit einem Schlüssel zu öffnen ist)	Verbindung zwischen Gang und Garçonnièren	Trennung zwischen Gang und privaten Räumen der Klienten	Respekt vor Privatsphäre der Klienten
Fußabstreifer und Teppich am Boden des Ganges	Schuhabtreter: Reinigung der Schuhe	Hygiene; Sauberkeit	Hilfestellung im Alltag
Metallverstärkung an Wandkanten;	Schutz der Wände	Schutz vor Abnützung; Hygiene; Sauberkeit → trägt zur Instandhaltung des Wohnverbundes bei	Ein zu Hause schaffen in dem man sich wohl fühlt → Lebensqualität

Holzplatten an der Wand	Schutz der Wände	Schutz vor Abnützung; Hygiene; Sauberkeit →trägt zur Instandhaltung des Wohnverbundes bei	Ein zu Hause schaffen in dem man sich wohl fühlt→Lebensqualität
Feuerwehrpläne sowie Informationsblätter zum Verhalten im Brandfall	Geben darüber Auskunft, wie man sich im Brandfall zu verhalten hat.	Information dient der Sicherheit aller im Haus befindlichen Personen; Gesetzlichen Auflagen in Bezug auf Sicherheit wird entsprochen	Die Sicherheit unserer Klienten ist uns wichtig. Schaffung eines sicheren Zuhauses
Feuerlöscher	Zum löschen von Feuer	Sicherheit	Die Sicherheit unserer Klienten ist uns wichtig. Schaffung eines sicheren Zuhauses; Herstellung von Vertrauen
Kästchen zum Auslösen des Hausalarms	Auslösen des Hausalarms	Sicherheit	Die Sicherheit unserer Klienten ist uns wichtig. Schaffung eines sicheren Zuhauses; Herstellung von Vertrauen
Schilder, die auf den Verlauf des Fluchtweges hinweisen	Hinweis, wie man im Brandfall das Haus zu verlassen hat	Sicherheit	Die Sicherheit unserer Klienten ist uns wichtig. Schaffung eines sicheren Zuhauses; Herstellung von Vertrauen
Erste-Hilfe-Kasten	Um bei Verletzungen helfen zu können	Man sorgt sich um die Klienten	Herstellung von Vertrauen
Von Bewohnern gemalte Gemälde	Dekoration	Persönliche Ausdrucksmöglichkeit	Aktive Mitgestaltung des Wohnraumes. Schafft ein zu Hause.
Griffstangen	Anhaltemöglichkeit/ Stütze	Unterstützt Klienten in ihrer Bewegungsfreiheit	Unterstützung der Bewohner im Alltag
Nueva-Plakat Erdgeschoß	Information zur Wohnungsform	Selbstdarstellung des Wohnverbundes	Eingehen auf individuelle Bedürfnisse der Klienten

Erklärung der Auswertung von Atempo Nueva	Information zur Wohnungsform	Selbstdarstellung des Wohnverbundes	Eingehen auf individuelle Bedürfnisse der Klienten
Hausordnung	Verhaltensregeln	Ordnung; Sicherheit	Orientierung durch Regeln; Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens
Liste die angibt, welcher Bewohner des Erdgeschoßes an welchem Wochentag für die Wäsche und den Einkauf zuständig ist	Erinnerung	Organisation von Tätigkeiten des täglichen Lebens	Begleitung im Alltag; Förderung bei Aktivitäten des täglichen Lebens
Dienstliste der Betreuer des Erdgeschoßes	Information, wann welcher Betreuer dienst hat	Organisation der Betreuung der Klienten	Begleitung im Alltag
A4-Zettel mit Aufschrift: „Man hilft den Menschen nicht, wenn man etwas für sie tut, was sie selber tun könnten. (Abraham Lincoln)“	Zitat eines Amerikanischen Präsidenten	Regt zur Reflektion des Verhaltens zwischen Klient und Betreuer an	Förderung der Selbstständigkeit /Weiterentwicklung /Selbsthilfetraining Dient der Integration
Zettel "Büro 1. Stock" gegenüber des Stiegenaufganges	Hinweis, wo sich das Büro befindet	Orientierungshilfe; Hinweis auf Ansprechpartner	Begleitung im Alltag;
Von den Klienten gemahlte Bilder	Dekoration	Kreative Selbstentfaltung	Ein Zuhause schaffen
Zettel auf Kästen, die Hinweis auf Inhalt geben	Hinweis, wo sich was befindet	Orientierungshilfe für Klient und Betreuer	Begleitung im Alltag

Garçonnerien und Zweier-WG

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Eingangstür zu Garçonnerien die von Außen aufgrund eines unbeweglichen Türgriffes nur mit einem Schlüssel zu öffnen ist	Verbindung zwischen Gang und Garçonnerien bzw. Zweier-WG	Möglichkeit, Zugang von Personen ins Privatzimmer zu ge- oder verwehren.	Schaffung von Privatsphäre/Intimsphäre, mit Möglichkeit Eindringen von Personen zu verhindern - Vermittelt Autonomie
Garçonniere; Zweier-WG	Kleine Wohnungen	Alles was man im Alltag braucht vorhanden: Schlafplatz; Kochmöglichkeit, Bad...	Ein Zuhause schaffen; Autonomie; Privatsphäre
Wände	Begrenzung nach rechts und links Trennt Räume voneinander	Unterteilt und gliedert den Wohnverbund in mehrere Räumlichkeiten: Entstehung von unterschiedlich stark ausgeprägten Intimsphären	Schafft Intimsphäre für die Bewohner des Wohnverbundes S
Decke	Begrenzung nach oben	Unterteilt und gliedert den Wohnverbund in mehrere Räumlichkeiten: Entstehung von unterschiedlich stark ausgeprägten Intimsphären	Schafft Intimsphäre
Fußboden (in allen Garçonnerien und der Zweier-WG gleich)	Begrenzung nach unten	Unterteilt und gliedert den Wohnverbund in mehrere Räumlichkeiten:	Ein Zuhause schaffen
Griffstangen	Anhaltemöglichkeit/ Stütze	Unterstützt Klienten in ihrer Bewegungsfreiheit	Unterstützung der Bewohner im Alltag; Selbstständiges Leben
Zettel an Tür von Privatzimmer 1 mit Hausordnung für Besucher der Bewohnerin des Privatzimmers 1	Verhaltensregeln	Ordnung, Sicherheit	Orientierung durch Regeln Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens

Behinderten gerechte Objekte wie: Kloschüssel, Duschstuhl, Bett	Bett: zum schlafen; Duschstuhl: zum hinsetzen während des Duschens ...	Erleichtert alltägliche Tätigkeiten	Unterstützung der Bewohner im Alltag; Selbstständiges Leben /Selbsthilfetraining
Mobiler Lift	Zum heben von Personen	Erleichtert Betreuern Hilfestellungen	Begleitung im Alltag
Gehilfe	Erleichtert gehen	Training	Selbstständigkeit durch therapeutisches Selbsthilfetraining
Liste mit Trainingsübungen	Trainingsübungen werden aufgelistet	Erinnerung und Erläuterung von Trainingsübungen	Selbstständigkeit durch therapeutisches Selbsthilfetraining
Kacheln (Fußboden) in Bädern	Begrenzung nach unten	Leicht zu reinigen → Hygiene, Sauberkeit; → Erleichtert Betreuern Begleitung der Klienten im Alltag	Begleitung im Alltag
Fließen an Wänden der Bäder	Begrenzung nach rechts und links	Leicht zu reinigen → Hygiene, Sauberkeit; → Erleichtert Betreuern Begleitung der Klienten im Alltag	Begleitung im Alltag
Plakate, Bilder. Photos und unterschiedliche Möbelstücke in den Garçonnières	Plakate, Bilder, Photos: Dekoration; Unterschiedliche Möbelstücke: Aufbewahrung,...	Ausdruck von Individualität	Ein Zuhause schaffen Persönlichkeitsentfaltung; Steigerung der subjektiv empfundene Lebensqualität
Zettel auf Kästen, die Hinweis auf Inhalt geben	Hinweis, wo sich was befindet	Orientierungshilfe für Klient und Betreuer	Begleitung im Alltag
Notrufanlagen in Badezimmern und an Betten	Zur Betätigung des Notrufes	Bietet bei Bedarf Hilfestellung; Vermittelt Gefühl von Sicherheit	Begleitung im Alltag

6.2.4 Synthese der figurativen Ebene

Der Gang ist visuell geprägt durch Elemente, die einen möglichst langen Erhalt der architektonischen Elemente garantieren bzw. welche die Pflege dieser erleichtern: Der Boden ist leicht zu reinigen und die Verstärkungen der Wände in Fußhöhe sowie an Kanten und Ecken schützen „gefährdete“ Stellen.

Die Bäder der Garçonniere sowie der Zweier-WG bestätigen den Eindruck, dass großer Wert auf Hygiene und Sauberkeit gelegt wird: Der Kachelboden ist leicht zu reinigen, die leicht zu reinigenden Fliesen gehen bis hoch an die Wand. So wird ein Zuhause geschaffen, dass großen Beanspruchungen standhält.

Die Griffstangen, die sich über die gesamte Länge des Ganges erstrecken, unterstützen die Bewohner in ihrer Mobilität. Ein selbstbestimmtes Wohnen wird erleichtert. Der flach verlaufende Boden und somit der Verzicht auf Stiegen im gesamten Erdgeschoß tragen weiters dazu bei.

Die von den Klienten gemalten Gemälde lassen den Gang persönlich wirken. Die Bewohner des Erdgeschoßes tragen aktiv zur kreativen Gestaltung des Wohnverbundes bei.

Der Gang wird genutzt für die Selbstdarstellung des Wohnverbundes. Das Nueva-Profil gibt Auskunft über die Wohnform im Erdgeschoß. Es liefert einen Überblick bzw. eine Orientierung, wie sich das Leben im Erdgeschoß gestaltet: Die Bewohner des Erdgeschoßes legen hohen Wert auf ein selbstständiges, autonom geführtes Leben.

Am Gang befindet sich der Zettel mit dem Ausspruch: „Man hilft den Menschen nicht, wenn man etwas für sie tut, was sie selber tun könnten.“ Er regt zur Reflektion über das Verhalten zwischen den Bewohnern und den Betreuern an. Die Begleitung der Bewohner im Alltag durch Betreuer wird angesprochen. Das

Unternehmen und die Ziele von Bewohnern und Betreuern werden indirekt angesprochen.

Auch über den Dienstplan macht sich das Unternehmen bemerkbar. Die Betreuung der Bewohner wird organisiert und liefert für die Bewohner Orientierung und die Gewissheit, dass sie auf Unterstützung im Alltag zählen können.

Der Gang wird auch genutzt, um die Bewohner an die Pflichten des Alltags zu erinnern: Ein Plan, der angibt, welcher Bewohner an welchem Tag zuständig für Wäsche und Einkauf ist, hängt in unmittelbarer Nähe zum Zettel mit dem Zitat von Abraham Lincoln. Es werden Regeln zur Bewältigung des Alltags aufgestellt.

Die Türen, welche den Gang mit den Garçonnerien und der Zweier-WG verbinden, entsprechen dem Bedürfnis der Bewohner des Erdgeschoßes nach einem autonomen Leben: Sie sind vom Gang aus nur mit einem Schlüssel betretbar. Die Garçonnerien und die Zweier-WG grenzen sich somit klar ab und schaffen Intimsphäre.

Der Aufbau der Garçonnerien und der Zweier WG ermöglichen ein autonomes, selbstbestimmtes Leben: Alles, was man für die Bewältigung des Alltages braucht, ist vorhanden. Es wird die Möglichkeit zum Kochen, Schlafen, Austreten,... gegeben. – alles in einem abgegrenzten Bereich.

Die Garçonnerien und die Zweier-WG bieten Raum für individuelle Lebensgestaltung. Jeder Bewohner schafft sich seine „eigenen vier Wände“: Die Wohnungen werden individuell gestaltet.

Griffstangen, behindertengerechte Betten und weitere Elemente unterstützen die Bewohner in ihrer Selbstständigkeit. Verschiedenste Gerätschaften dienen dem Training der Bewohner und fördern selbstständiges Leben.

6.2.5 Synthese der plastischen und figurativen Ebene

Durch die zentrale Lage des Ganges innerhalb des Erdgeschoßes kommt ihm große Bedeutung zu. Er strukturiert das Erdgeschoß und ermöglicht den Zugang in die Garçonniere und der Zweier-WG sowie in die höher gelegenen Stockwerke.

Er wird dementsprechend stark benützt. Der Gang wird dadurch von Elementen dominiert, die den Erhalt der architektonischen Elemente garantieren. Diese zeichnen sich weitgehend durch harte Formen, glatte Oberflächen und kalten Farben aus. Dies führt dazu, dass der Gang relativ steril wirkt.

Die selbst gemalten Bilder vermindern diesen Eindruck. Sie vermitteln darüber hinaus mit einigen weiteren Elementen, die bereits genannt wurden, dass Wert auf Selbstentfaltung gelegt wird. Dies zeigt sich vor allem in den Garçonniere und der Zweier-WG: Das Unternehmen sorgt für die Rahmenbedingungen individueller Lebensgestaltung: Die Verwendung von gleichen, blauen Böden weist auf eine ganzheitliche Planung des Wohnverbundes S hin.

Die Einrichtung dagegen wird den Bewohnern überlassen. Unterschiedliche Dekorations- und Einrichtungselemente weisen auf eine individuelle Gestaltung hin. Den Bewohnern wird ermöglicht, ein Zuhause zu schaffen, in dem sie sich wohl fühlen können. Intimsphäre wird den Bewohnern durch die klare Trennung zwischen Gang und den „eigenen vier Wänden“ zugesprochen. Autonomie über den Aufbau der Garçonniere und der Zweier-WG.

Unterstützung der Bewohner im Alltag wird über Elemente garantiert, die die Bewältigung alltäglicher Verrichtungen erleichtern, so zum Beispiel Griffstangen und unterschiedliche Betten. Therapeutisches Selbsthilfetraining wird durch spezielle Gerätschaften ermöglicht.

6.3 Beschreibung des Ersten Stockes

Der erste Stock ist ebenso wie der zweite Stock über den Lift, einen schmalen Stiegenaufgang, oder über ein (zum Fluchtweg gehöriges) großes Stiegenhaus erreichbar.

Um eine genaue Vergleichbarkeit des Erdgeschoßes und der ersten Etage zu gewährleisten, beginne ich mit der Beschreibung des ersten Stockes wie bei der Beschreibung des Erdgeschoßes mit dem Gang.

Unter der Bezeichnung Zimmer verstehe ich in den folgenden Ausführungen den privaten Bereich der KlientInnen des ersten Stockes. Es ist der Ort, an dem sie sich zurückziehen und schlafen können.

Weiters werden die Badezimmer, das Büro, der Gemeinschaftsraum mit Küche sowie das Zimmer des Betreuers bzw. der Betreuerin beschrieben. Alle Räumlichkeiten des ersten Stockes erhalten zur besseren Nachvollziehbarkeit und Orientierung eine Bezeichnung.

Gang

Beim Verlassen des Liftes befindet sich rechts eine massive weiße Tür. An der linken Wand neben der Tür befindet sich ein Schalter, der bei Betätigung die Tür öffnet. Der Schalter ist mit der Aufschrift „Tür auf“ gekennzeichnet. Alternativ kann man mit einem Schlüssel die Tür öffnen.

Öffnet man die Tür, verzweigt sich der Gang nach nur wenigen Schritten. Man kann dem Gang geradeaus folgen („Gang 1“), nach rechts („Gang 2“) oder nach links („Gang 3“) abbiegen.

Folgt man der linken Abbiegung geradeaus, gelangt man in den Gemeinschaftsraum.

Vor dem Gemeinschaftsraum befindet sich links ein Bad, welches mit „Bad 1“ bezeichnet wird. Links vom Eingang hängt an der Wand ein kleines Gemälde. Gegenüber dem Eingang des Badeszimmers 1 steht an der Wand ein großer, metallener, blauer Kasten. Links davon hängen ein Brandschutzplan für das erste Stockwerk sowie ein Informationsblatt mit Verhaltensregeln im Brandfall und ein Erste-Hilfe-Kasten. Außerdem gibt es eine Pinwand, an der Photos von Bewohnern aller drei Stockwerke und ein Zettel mit der Aufschrift „Faschingsfest 2007“ befestigt sind.

Im Gang 2 befindet sich links die Eingangstür zum Büro; geradeaus die Eingangstür zum Balkon; rechts die Eingangstür zum Personal-WC. Diese drei Türen befinden sich in unmittelbarer Nähe zueinander und stoßen bei Öffnung aneinander.

Links neben der Eingangstür zum Büro hängen nebeneinander in ungefähr eineinhalb Metern Höhe zwei Pinwände in Metall-Optik, in denen die Dienstpläne aller Betreuer des gesamten Wohnverbundes stecken. Unterhalb der rechten Pinwand hängt ein durch eine Klarsichtfolie geschützter A4-Zettel mit der Aufschrift: „An den Nachtdienst: Garconniere-Schlüsselbund bitte mitnehmen, da der Generalschlüssel dran hängt! 7h bitte Fr. S die Schlüssel geben. (Wochenende)“ Unter dieser Aufschrift befindet sich eine Unterschrift.

Unterhalb der linken Pinwand hängt ebenfalls ein A4-Zettel mit folgender Aufschrift: „Liebe Wochenend-Nachtdienste! 7:00 Uhr: Bitte Frau S. die Schlüssel geben! 8:00 Uhr: Bitte E. ihre Tabletten geben! Danke!“

Gang 1 führt mehrere Meter geradeaus. Er wird bereits nach wenigen Schritten durch das Stiegenhaus unterbrochen. Durch die Trennbarkeit des Stiegenhauses vom Gang 1 durch eine Tür vor und eine Tür nach dem

Stiegenaufgang und der unterschiedlichen Beschaffenheit des Bodens wird dieser Bereich als *eigenständig* wahrgenommen.

Trotz der Unterbrechung des Ganges 1 durch das Stiegenhaus, wird der Bereich des Ganges 1 vor dem Stiegenhaus und der Bereich des Ganges 1 nach dem Stiegenhaus als *zusammengehörig* wahrgenommen. Denn die Türen, die das Stiegenhaus und den Gang 1 trennbar machen, bleiben während der Tageszeit stets geöffnet. Auch die Gestaltung der Wände, des Bodens und der Decke sind gleich, was den Eindruck der einheitlichen Form unterstützt.

Nach dem Stiegenhaus befindet sich auf der rechten Seite des Ganges 1 das „Zimmer 1“. Neben dem Zimmer 1 befindet sich „Zimmer 2“, auf welches das „Zimmer 3“ folgt. Sowohl Zimmer 2 als auch Zimmer 3 sind ebenfalls über den Gang 1 erreichbar. Dem Zimmer 1 und Zimmer 2 gegenüber stehen an der linken Wand des Ganges 1 drei große Wandschränke aus hellem Kieferholz. Die Türen und Laden der Kästen sind mit kleinen Kennzeichnungen wie „Bettzeug“ und „Handtücher“ versehen.

Zwischen Zimmer 2 und Zimmer 3 gabelt sich der Gang. Folgt man dem Gang 1 geradeaus, befindet sich neben dem Zimmer 3 ein Eingang zum „Bad 2“. Über die linke Abzweigung des Ganges 1, gelangt man zum zweiten Eingang vom Bad 2. Gegenüber von Bad 2 befindet sich „Bad 3“. Nach den beiden Bädern verengt sich Gang 1. Hinter der Verengung befindet sich links der Eingang zu Zimmer 4, rechts der Eingang zu Zimmer 5.

Der gesamte Boden des Ganges besteht aus einem gräulich-gefleckten Hartplastik-ähnlichem Bodenbelag. Eine Ausnahme bildet der Bereich beim Stiegenaufgang. Dort besteht der Boden aus denselben grauen Kacheln wie der Gang des Erdgeschoßes sowie den Stiegen des Stiegenaufganges. In Fußhöhe sind die Wände des Ganges mit Holzplatten verstärkt.

Die Wände des Ganges des Stockwerkes sind gleich bemalt wie die Wände des Ganges vom Erdgeschoß: Die untere Hälfte ist in einem blassen bräunlichen Farbton, die obere Hälfte in weiß gehalten.

Die Decke besteht wie die des Ganges des Erdgeschoßes aus weißen Rigips-Platten, welche mit dünnen Metallplatten verstärkt sind.

Privatzimmer

Allen Privatzimmern gemeinsam sind die Eingangstüren: Die Holztüren sind in einem schlichten Weiß gehalten. Sie sind nicht mit Spionen versehen. An der Innen- und Außenseite sind sie im unteren Bereich mit einer Metallplatte verstärkt. An der Innenseite befindet sich in Sitzhöhe über die gesamte Breitseite eine Griffstange aus Metall. Öffnen kann man die Türen sowohl von der Innen- als auch von der Außenseite per Türgriff. Mit dem Schlüssel sind sie von beiden Seiten sperrbar.

Alle Privatzimmer haben ebenso wie die Garconnieren und die Zweier-WG einen blauen Hart-Plastik-Boden. Die Wände und die Decke sind weiß.

Privatzimmer 1

An der Tür hängt auf der Außenseite ein eingerahmtes Photo der Bewohnerin mit der Aufschrift: „Hier wohnt S.“ Betritt man das Zimmer, befindet sich an der linken Wand ein Regal aus Kieferholz, ein CD-Ständer, eine Kommode aus Metall, dessen vier Türen in hellblau und dunkelblau gehalten sind. Auch ein Schreibtisch aus Kiefernholz und ein Drehstuhl befinden sich in diesem Zimmer.

An der rechten Wand steht ein Bett aus Kieferholz mit einem dazu passenden Nachtkästchen. Daneben finden zwei Couchstühle in der Farbe grau/blau mit

einem Tisch mit einer runden Tischplatte in Marmor-Optik Platz. In der Ecke zwischen den Couchstühlen und dem Eingang steht ein Kleiderkasten aus Kiefer.

Jede Lade und jede Tür des Kastens ist mit einem kleinen Etikett versehen, das Aufschluss darüber gibt, was sich im Inneren befindet. Schließlich hängen am Kasten zwei Poster und ein großes Bild von der Bewohnerin des Zimmers.

Privatzimmer 2

An der Außenseite der Eingangstür befindet sich ein Namensschild das den Bewohner des Privatzimmers identifiziert. Auf der rechten Seite befinden sich ein großer Wandschrank sowie ein Schreibtisch mit einem Stuhl. Links stehen ein Bett mit Holzgestell, eine Kommode und ein runder Holztisch mit zwei Stühlen. Über der Kommode hängt ein großes buntes Bild.

Am Kasten hängen folgende Elemente:

- selbst gemalte Bilder
- Beschriftungen der einzelnen Laden
- Zwei A4-Zettel, die angeben, worauf man bei der Unterstützung des Bewohners achten sollte
- Mehrere Zettel mit kindlicher Schrift die nur schwer bis nicht verständliche Texte wiedergeben

Das Zimmer ist sehr klein, wodurch die Einrichtungselemente nur Platz finden, indem sie sehr nahe aneinander gereiht sind.

Privatzimmer 3

An der Außenseite des Privatzimmers 3 hängt ebenfalls ein Zettel mit dem Namen des Bewohners des Zimmers. Links befindet sich ein Bett mit Holzgestell. Es ist in der Höhe verstellbar. Des Weiteren kann man ein Gitter in die Höhe verschieben, wodurch verhindert wird, dass die Person aus dem Bett fällt. An der Wand beim Bett befindet sich ein Notruf-Knopf. Neben dem Bett befinden sich Fußstützen. Im Zimmer befinden sich noch weitere Möbelstücke, die sehr eng aneinander gestellt sind.

Privatzimmer 4

Das Privatzimmer 4 ist klein und eng. Es finden lediglich einige wenige Einrichtungsgegenstände, wie zwei Kommoden und ein kleiner Tisch sowie ein Bett mit Metallgestell Platz.

An der Wand beim Bett hängen vier kleine Bilder.

Privatzimmer 5

Fast über die gesamte rechte Seite erstrecken sich zwei große Wandschränke. Auf dem Wandschrank hängen mehrere Zettel, die therapeutische Übungen beschreiben, sowie Richtlinien, wie sich der Bewohner ernähren sollte. Außerdem wird auf einem Zettel daran erinnert, was der Bewohner des Privatzimmers zum Schwimmen mitnehmen soll. Drei Bilder zieren die Wände.

Im Raum befinden sich mehrere Gerätschaften zur Übung der Mobilität.

Das Bett ist in der Höhe verstellbar und besitzt ein Gitter, welches zum Schutz in die Höhe geklappt werden kann.

Privatzimmer 6

Dieser Raum ist nicht über den Gang, sondern über den Gemeinschaftsraum zu erreichen. In dem sehr kleinen Zimmer finden ein Bett mit Holzgestell, ein wuchtiger Wandschrank sowie ein Regal platz. An den Wänden hängen mehrere Poster.

Privatzimmer 7

Das Privatzimmer 7 ist über das Betreuer-Zimmer erreichbar. Es ist das einzige Zimmer im ersten Stock, an dem direkt ein Badezimmer anschließt. Neben einem Bett finden ein Kleiderkasten, ein Schreibtisch sowie eine Kommode platz

Gemeinschaftsraum

Der Gemeinschaftsraum ist der größte Raum des ersten Stockes.

An der Wand gegenüber des Einganges befinden sich drei Fenster. Weiße Vorhänge können den Fenstern vorgeschoben werden. Eine Couch sowie eine weitere Sitzgelegenheit stehen unterhalb der Fenster an die Wand gelehnt.

Links befindet sich eine große Wohnküche die U-förmig angelegt ist sowie ein kleiner Tisch mit zwei Stühlen. Die Kästen und Regale der Küche sind in einem kräftigen blau, die Arbeitsflächen in grau gehalten. Oberhalb der Regale hängt ein rotes Plakat mit der Aufschrift „Tommy’s Coffee“

Rechts an den Wänden befinden sich mehrere große Kästen mit Regalelementen, Stühle die ineinander gestapelt an der Wand stehen, ein Klavier sowie ein Einkaufswagen.

In den Regalen befinden sich unter anderem Gesellschaftsspiele. Auf einer Kastentür hängt ein A4-Zettel in Klarsichtfolie. Darauf werden mehrere „wichtige Telefonnummern“ aufgelistet.

In der Mitte des Raumes stehen zwei große, aneinander gestellte Tische aus Kieferholz mit mehreren Stühlen.

An den Wänden hängen folgende Elemente:

- eine Pinnwand an der mehrere kleine, beschriftete, bunte Zettel angebracht sind. Sie geben darüber Auskunft, welcher Bewohner an welchem Wochentag zuständig für den Einkauf und die Wäsche ist und welche Freizeitaktivitäten es gibt.
- Mehrere selbst gemahlte Bilder
- Ein großer Kalender an dem die Geburtstage der Bewohner eingetragen sind
- Das Nueva-Profil vom ersten Stock

Das Nueva-Profil zeigt, dass die Bewohner des ersten Stockes tendenziell weniger Bedürfnis nach Autonomie haben und mehr Hilfestellung bedürfen.

Der Boden ist derselbe wie im Gang: Es wird ein gräulicher, Hart-Plastik ähnlicher Belag verwendet.

Die Wände, welche in Fußhöhe mit Holzplatten verstärkt sind, und die Decke sind durchgehend weiß bemalen.

Betreuer-Zimmer

Das Betreuer-Zimmer schließt direkt an den Gemeinschaftsraum an. Die beiden Räume sind durch keine Türe getrennt. Ein Fenster erhellt den sehr kleinen Raum.

An den Wänden stehen zwei Kästen aus Holz, ein Spinnrad aus Metall drei Sitzgelegenheiten sowie ein Fernseher auf einem Fernsehtisch. Die Wände sind mit mehreren Bildern, Postern und einem Tuch dekoriert.

Badezimmer

Wie im Erdgeschoß werde ich die fünf Badezimmer des ersten Stockes gemeinsam beschreiben. Auch wenn sie sich in ihrer Größe unterscheiden, so sind sie doch sehr ähnlich aufgebaut:

Allen Badezimmern gemein ist die Verwendung der gleichen Bodenkacheln und der gleichen Wandfliesen. Es handelt sich um die gleiche Art, die auch im Erdgeschoß verwendet werden: Die Bodenkacheln sind grau und verlaufen zu einem Abfluss hin leicht abschüssig. Die Kacheln sind weiß und verlaufen bis hoch an die Wand.

In allen Badezimmern befinden sich eine Waschmuschel, viele Griffstangen sowie ein Klo. Direkt beim Klo befindet sich ein Notruf. Im Bad 2 und Bad 3 befindet sich zusätzlich jeweils eine Badewanne. Das Bad 2 ist das größte Badezimmer und über zwei Eingänge begehbar. Die behindertengerechte Badewanne nimmt die Hälfte des Bades in Anspruch. Sie besitzt einen Lift, der die Klienten in die Badewanne heben kann. Bad 3 ist wesentlich kleiner. Die Badewanne kann hochgeklappt werden um mehr Platz zu erhalten.

6.3.1 Plastische Ebene

Topologische Kategorie: Dimension

Gang

Über den Gang gelangt man bis auf zwei Privatzimmer in sämtliche Räume des Ersten Stockes. Damit sind beinahe alle Zimmer um ihn herum angeordnet. Wie im Erdgeschoß strukturiert er somit das Stockwerk wodurch ihm eine besondere Bedeutung zukommt. Der Gang ist sehr lang, relativ verzweigt und sehr schmal. Alle paar Meter befinden sich am Gang Türen zu den einzelnen Räumen. Teilweise stoßen sie bei Öffnung aneinander.

Privatzimmer

Die meisten Privatzimmer sind relativ klein. Es fällt auf, dass alle Zimmer im Verhältnis zur Raumgröße sehr viele Einrichtungsgegenstände unterbringen. Sie wirken dadurch sehr eng.

Gemeinschaftsraum

Der Gemeinschaftsraum ist der größte Raum des ersten Stockes. Er befindet sich in unmittelbarer Nähe des Liftes und des Stiegenaufganges.

Betreuer-Zimmer

Das Betreuer-Zimmer ist sehr klein. Dies fällt besonders im Verhältnis zum Gemeinschaftsraum auf, der sich gleich nebenan befindet. Im Verhältnis zur Raumgröße wirken die Kästen sehr groß. Die vielen Einrichtungselemente wirken aneinander gedrängt.

Badezimmer

Bis auf Badezimmer 2 sind alle ungefähr gleich groß. In allen Badezimmern ist viel Platz.

Proxemik

Gang

Über die Länge des Ganges wird die private Zone gewahrt. Wollen zwei Personen aneinander vorbei gehen, wird sie verletzt.

Privatzimmer

In den meisten Privatzimmern kann persönliche Distanz nicht gewahrt werden.

Gemeinschaftsraum

In den meisten Bereichen des Gemeinschaftsraumes kann die private Zone gewahrt werden. Zwischen dem Esstisch und der Couch sowie zwischen dem Esstisch und den Kästen kann sie nicht gewahrt werden.

Betreuer-Zimmer

Die persönliche Zone kann nicht gewahrt werden.

Badezimmer

In allen Badezimmern kann die private Zone gewahrt werden.

Eidetische Kategorie: Formen

Gang

Im Gang dominieren gerade Linien. Dort, wo sich die beiden Farben der Wände treffen, entsteht den Gang entlang eine gerade Linie. Die Wandverstärkungen auf Fußhöhe sowie an den Kanten/Ecken tragen zu diesem Eindruck bei. Die Couch, das Klavier und die Vorhänge bringen runde Formen in den Raum.

Privatzimmer

Viele Gegenstände mit unterschiedlichen Formen werden nahe aneinander gestellt. Runde und Gerade Flächen und Ecken halten sich die Waage.

Gemeinschaftsraum

Klare und weiche Linien halten sich ungefähr die Waage: Die Kanten der Wohnküche sowie des Esstisches und der Stühle sind leicht abgerundet. Die meisten Dekorationselemente sind eckig. Die Couch und die Vorhänge haben sehr weiche Formen.

Betreuer-Zimmer

Der Spinnst fällt durch seine harten Kanten und Ecken auf. Die Holzmöbel weisen teils runde, teils harte Ecken vor. Die Bilder und das Poster haben gerade Linien, das Tuch an der Wand sowie die Sitzmöglichkeiten haben runde Formen.

Badezimmer

In den Badezimmern dominieren durch die Fliesen und Kacheln eckige, harte Formen.

Chromatische Kategorie: Farbe und Beleuchtung

Gang

Der Boden ist grau, die Wände in blassen Farben gehalten. Die Rigipsplatten sind weiß. Die Holzplatten-Verstärkungen an der Wand wirken warm und freundlich. Am Gang befinden sich ein blauer Kasten sowie drei Kästen aus Kieferholz. Im Gesamteindruck werden keine Farbakzente gesetzt

Bis auf einen kleinen Teil des Ganges, der durch die Glastür zum Balkon durch Sonnenlicht erhellt ist, ist der Gang dunkel. Für die Länge des Ganges gibt es verhältnismäßig wenige Leuchtmittel.

Privatzimmer

Die Böden der Privatzimmer entsprechen den Böden der Garçonnières: Sie sind blau. In allen anderen Belangen kommen die unterschiedlichsten Farben zum Einsatz. Alle Zimmer sind durch ein oder mehrere Fenster sehr hell.

Gemeinschaftsraum

Die Wände und die Decke sind weiß, der Boden ist grau. Durch die Einrichtungselemente wirkt der Raum bunt: Die Küche ist in intensiven blau, die Couch in intensivem rot gehalten. Die vielen Holzelemente wie der Tisch, Kästen und Holzplatten-Verstärkungen an der Wand erzeugen eine warme Atmosphäre. Mehrere bunte Dekorationselemente setzen weitere Farbakzente.

Durch die drei Fenster gelangt viel Sonnenlicht in den Raum. Durch mehrere Leuchtmittel kann der Raum optional hell beleuchtet werden.

Betreuer-Zimmer

Die Wände und die Decke sind weiß. Der Boden ist derselbe wie im Gemeinschaftsraum und dem Gang: Er ist grau.

Durch das Fenster kommt genug Licht, um den kleinen Raum zu erhellen.

Badezimmer

Es kommen fast ausschließlich kalte Farben zum Einsatz: Weiß und Grau bestimmen den Raum.

Es befinden sich keine Fenster in den Badezimmern, wodurch man ausschließlich auf künstliche Lichtquellen angewiesen ist. Mehrere Lampen sorgen für einen hellen Raum.

Taktile Kategorie: Material

Gang

Die Wände entsprechen typischen, massiven Altbau-Wänden. Der Boden besteht aus einem Hart-plastik-ähnlichem Material. Die Decke setzt sich aus Rigips-Platten zusammen. Die Wände sind mit Holz- und Metallelementen verstärkt. Ein großer Wandkasten besteht aus Metall, drei weitere aus Kieferholz.

Privatzimmer

Der Bodenbelag besteht aus Hart-Plastik. In den Zimmern kommt viel Holz in Einsatz. Es werden jedoch mehrere verschiedene Materialien benutzt. Sowohl in bei den Möbelstücken, als auch bei den Dekorationselementen.

Gemeinschaftsraum

Der Boden besteht aus einem Hart-Plastik ähnlichem Material, die Wände entsprechen typischen Altbau-Wänden. Im Gemeinschaftsraum finden sich einige Einrichtungselemente aus Holz: Der Esstisch, die Stühle, Kästen, Wandverstärkungen sowie das Klavier. Die Vorhänge sowie die Couch sind Elemente aus Stoff.

Betreuer-Zimmer

Die drei Stühle und das Tuch an der Wand sind aus Stoff, zwei Kästen sowie der Fernsehtisch sind aus Holz. Der Spinnständer besteht aus Metall.

Badezimmer

Es kommen ausschließlich kalte Materialien mit glatter Oberfläche zum Einsatz.

Olfaktorische Kategorie: Gerüche

Gang, Privatzimmer, Betreuer-Zimmer, Badezimmer

Es lassen sich keine „auffälligen“ Gerüche feststellen.

6.3.2 Synthese der plastischen Ebene

Dem Gang kommt aufgrund seiner zentralen Lage große Bedeutung zu, visuell gestaltet er sich allerdings sehr unauffällig und dunkel. Weder durch Farbe, noch durch Material werden Akzente gesetzt. Die einzige Ausnahme bilden die Wandverstärkungen aus Holz sowie die Kieferholz-Kästen.

Die wenigen Dekorationselemente, die an den Wänden des Ganges hängen, wirken im Verhältnis zu der Länge des Ganges unauffällig.

Der Gemeinschaftsraum präsentiert sich sehr freundlich. Es finden sich viele verschiedene, teils kräftige Farben: Während die architektonischen Elemente eher kühl wirken, sind die meisten Einrichtungselemente sehr farbenfroh. Viele Holzelemente, die Couch mit ihren runden Formen sowie weiße Vorhänge erzeugen eine warme Atmosphäre.

Die Privatzimmer gestalten sich trotz gleicher Wände, Decken und Böden sehr unterschiedlich. Dies zeigt sich vor allem durch den unterschiedlichen Einsatz von Farbe und Material. Allen gemeinsam ist, dass sie etwas „überfrachtet“ wirken. Viele Einrichtungsgegenstände werden dicht aneinander gestellt.

Die intime Zone kann meist nicht gewahrt werden.

Das Betreuer-Zimmer ist sehr klein. Viele Einrichtungselemente sind gedrängt aneinander gereiht. Es dominieren weiche Formen und warme Materialien. Der Spinnstuhl steht im harten Kontrast zu dem Gesamteindruck des Zimmers. Er wirkt hart und kalt.

Bei den Badezimmern fällt auf, dass sie sehr groß dimensioniert sind. Das Bad 2 ist größer als manch ein Privatzimmer. Die fünf Badezimmer sind relativ gleichmäßig über den 1. Stock verteilt. Der Weg von den Privatzimmern ins Bad wird dadurch möglichst kurz gehalten.

6.3.3 Figurative Ebene

Gang

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Wände	Begrenzung nach rechts und links; Trennt den Gang von den anliegenden Räumen	Unterteilt und gliedert den ersten Stock in mehrere Räumlichkeiten: Entstehung von unterschiedlich stark ausgeprägten Intimsphären	Ein Zuhause schaffen Respekt vor Intimsphäre
Feuerwehrpläne sowie Informationsblätter zum Verhalten im Brandfall	Geben Auskunft, wie man sich im Brandfall zu verhalten hat.	Information dient der Sicherheit aller im Haus befindlichen Personen. Gesetzlichen Auflagen in Bezug auf Sicherheit wird entsprochen.	Schaffung eines sicheren Zuhauses Herstellung von Vertrauen
Feuerlöscher	Zum Löschen von Feuer	Sicherheit	Schaffung eines sicheren Zuhauses Herstellung von Vertrauen
Kästchen zum Auslösen des Hausalarmes	Auslösen des Hausalarmes	Sicherheit	Schaffung eines sicheren Zuhauses Herstellung von Vertrauen
Schilder, die auf den Verlauf des Fluchtweges hinweisen	Hinweis, wie man im Brandfall das Haus zu verlassen hat	Sicherheit	Schaffung eines sicheren Zuhauses; Herstellung von Vertrauen
Erste-Hilfe-Kasten	Um bei Verletzungen helfen zu können	Man sorgt sich um die Klienten	Herstellung von Vertrauen
Von Bewohnern gemalte Gemälde	Dekoration	Persönliche Ausdrucksmöglichkeit	Aktive Mitgestaltung des Wohnraumes. Schafft ein Zuhause.
Dienstliste der Betreuer aller drei Stockwerke	Information, wann welcher Betreuer dienst hat	Organisation der Betreuung der Klienten	Begleitung im Alltag Herstellung von Vertrauen Orientierung
Zettel auf Kästen, die Hinweis auf Inhalt geben	Hinweis, wo sich was befindet	Orientierungshilfe für Klient und Betreuer	Begleitung im Alltag

Gemälde	Dekoration	Freundliche Gestaltung des Raumes	Ausdruck von individueller Lebensgestaltung
Pinwand, an der Photos von Bewohnern aller drei Stockwerke und ein Zettel mit der Aufschrift „Faschingsfest 2007“ befestigt sind	Dekoration	Ausdruck von Lebensfreude	Raum für Spaß bieten; Ein Zuhause schaffen
A4-Zettel auf dem Informationen gegeben werden, worauf man im Nachtdienst zu achten hat	Information	Unterstützung	Begleitung im Alltag; Unterstützung nach individuellen Bedarf;
Schild „Büro“	Hinweis, wo sich das Büro befindet	Orientierungshilfe; Hinweis auf Ansprechpartner	Begleitung im Alltag; Schaffung von Vertrauen
Schild „Personal-WC“	Hinweis, wo sich das Personal-WC befindet	Orientierungshilfe	Hinweis auf Einschränkung der Benutzung → Schaffung von Regeln → Orientierung
Holzplatten-Verstärkung an den Wänden	Schutz der Wände	Schutz vor Abnutzung; Hygiene; Sauberkeit → trägt zur Instandhaltung des Wohnverbundes bei	Ein zu Hause schaffen in dem man sich wohl fühlt → Lebensqualität

Gemeinschaftsraum

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Gemeinschaftsraum mit Wohnküche	Zum Kochen	Einzige Küche im Stock; Jeder Mensch muss essen → fixer Treffpunkt für Klienten	Gemeinschaftliche Organisation des Haushaltes und des Zusammenlebens
Tür zwischen Gang und Gemeinschaftsraum welche von beiden Seiten durch Betätigung des Türgriffes zu öffnen ist	Verbindung zwischen Gang und Gemeinschaftsraum	Offener Zugang → Einladung zu gemeinsamen Tätigkeiten	Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens Ergänzung zu vorhandenen gesellschaftlichen

			Ressourcen; Ein Zuhause schaffen; Raum für Spaß
Boden (gleicher wie am Gang)	Begrenzung nach unten	Weiterführung des Ganges → Einladung zu gemeinsamen Tätigkeiten	Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens
Couch	Sitzmöglichkeit	Entspannung, Gemütlichkeit, Geselligkeit → fördert Zusammenkunft	Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens
Gesellschaftsspiele	Zum Spielen	Gemeinsame Aktivität; Spaß	Raum für Spaß
A4-Zettel „wichtige Telefonnummern“	Aufzählung von Telefonnummern	Information, wer in einem Notfall zu verständigen ist → „Für alle Fälle bereit sein“	Gegenseitiges Vertrauen; Begleitung/Unterstützung im Alltag
Zwei große, aneinander gestellte Tische	Schafft Platz zum Essen	Bietet genügend Platz damit sich alle Bewohner an einen Tisch setzen können → Schaffung eines Zusammengehörigkeitsgefühls	Gemeinschaftliche Organisation des Haushaltes und des Zusammenlebens
Einsparungen im Tisch	Zum Anhalten	Unterstützung der Beweglichkeit	Selbsthilfetraining; Weiterentwicklung
Pinnwand die Informationen gibt, wann wer für den Einkauf und die Wäsche zuständig ist, sowie Informationen, wann wer welche Freizeitaktivitäten hat	Erinnerung	Organisation von Tätigkeiten des täglichen Lebens	Begleitung im Alltag; Förderung bei Aktivitäten des täglichen Lebens
Selbst gemahlte Bilder	Dekoration	Persönliche Ausdrucksmöglichkeit	Aktive Mitgestaltung des Wohnraumes. Schafft ein Zuhause.
Nueva-Profil vom ersten Stock	Information zur Wohnungsform	Selbstdarstellung des Wohnverbundes	Eingehen auf individuelle Bedürfnisse der Klienten; Ein Zuhause schaffen
Wandverstärkungen	Schutz der Wände	Schutz vor Abnutzung; Hygiene; Sauberkeit → trägt zur Instandhaltung des Wohnverbundes bei	Ein zu Hause schaffen in dem man sich wohl fühlt → Lebensqualität

Betreuer-Zimmer

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Keine Tür zwischen Gemeinschaftsraum und Betreuer-Zimmer	Verbindung zwischen Gemeinschaftsraum und Betreuer-Zimmer	Zimmer werden als Zusammengehörig wahrgenommen; Offener Zugang → Einladung zu gemeinsamen Tätigkeiten	Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens Ergänzung zu vorhandenen gesellschaftlichen Ressourcen
Boden (gleicher wie im Gemeinschaftsraum)	Begrenzung nach unten	Zimmer werden als Zusammengehörig wahrgenommen; Offener Zugang → Einladung zu gemeinsamen Tätigkeiten	Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens Ergänzung zu vorhandenen gesellschaftlichen Ressourcen
Fernseher mit Sitzgelegenheiten	Fernsehen	Zusammensitzen → gemeinsame Aktivität	Gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens
Dekorationen an den Wänden: Plakate; Tücher; Bilder	Dekoration	Gestaltung des Wohnverbundes	Individuelle Lebensgestaltung; Ein Zuhause schaffen

Privatzimmer

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Tür (Möglichkeit von beiden Seiten per Türgriff zu öffnen)	Verbindung zwischen zwei Räumen	Begrenzte Möglichkeit Zugang zu ge- oder verwehren	Schaffung von Intimsphäre
Zettel auf Kästen, die Hinweis auf Inhalt geben	Hinweis, wo sich was befindet	Orientierungshilfe für Klient und Betreuer	Begleitung im Alltag

Namensschild an Eingangstür	Kennzeichnung, wer in dem Zimmer wohnt	Orientierungshilfe für Klient und Betreuer; Zuschreibung eines eigenen Bereiches	Schaffung eines Zuhauses; Individuelle Lebensgestaltung
Photo der BewohnerIn eines Zimmers auf Eingangstür	Kennzeichnung, wer in dem Zimmer wohnt	Orientierungshilfe für Klient und Betreuer; Zuschreibung eines eigenen Bereiches	Schaffung eines Zuhauses; Individuelle Lebensgestaltung
Bilder, Poster, Plakate, Pflanzen	Dekoration	Ausdruck von Individualität	Persönlichkeitsentfaltung; Individuelle Lebensgestaltung
An Kästen Infos worauf man bei Unterstützung des Klienten achten soll	Information	Unterstützung	Begleitung im Alltag; Unterstützung nach individuellen Bedarf;
Am Kasten Zettel mit schwer bis nicht lesbarer Schrift	Versuch sich Auszudrücken	Übung	Persönlichkeitsentfaltung; Selbsthilfetraining
Behinderten gerechtes Bett: Gitter; Höhen-verstellbar	Schlafplatz/-möglichkeit	Auf die eingeschränkte Mobilität des Klienten eingehen	Unterstützung im Alltag nach individuellen Bedarf
Notruf beim Bett	Zur Betätigung des Notrufes	Bietet bei Bedarf Hilfestellung; Vermittelt Gefühl von Sicherheit	Begleitung im Alltag
Sprossenwand; Trainingsgeräte	Zum Trainieren	Hilfestellung bei individuellen Schwächen	Selbsthilfetraining Unterstützung nach individuellen Bedarf
Informationen worauf bei Ernährung geachtet werden soll	Information	Eingehen auf individuelle Problemstellungen	Hilfestellung im Alltag
Erinnerung, was zum Schwimmen gehen mitgenommen werden sollte	Erinnerung	Förderung der Selbstständigkeit	Unterstützung im Alltag

Badezimmer

Gegenständliche Zeichen	Denotation	Konnotation	Aspekte des Leitbildes und Ziele des Unternehmens
Griffstangen	Anhaltemöglichkeit /Stütze	Unterstützt Klienten in ihrer Bewegungsfreiheit	Unterstützung der Bewohner im Alltag Selbstständiges Leben
Lift	Zum heben von Personen	Erleichtert Betreuern Hilfestellung	Begleitung im Alltag
Kacheln am Fußboden	Begrenzung nach unten	Leicht zu reinigen → Hygiene, Sauberkeit →Erleichtert Klienten das selbstständige Reinigen	Selbsthilfetraining

6.3.4 Synthese der plastischen und figurativen Ebene

Als vorrangiges Ziel des ersten Stockwerkes wird die gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens vermittelt. Dies zeigt sich vor allem über den Gemeinschaftsraum: Er ist der zentrale Raum des ersten Stockes.

Über ihn sind nicht alle Zimmer begehbar, er bringt jedoch die Bewohner des Stockwerkes zusammen: Er lädt ein zu einem gemeinschaftlichen Zusammenleben durch einen großen Tisch an dem alle Bewohner Platz finden. Eine Couch sowie Gesellschaftsspiele sind Anreize um zusammen zu kommen. Im Gemeinschaftsraum befindet sich die einzige Küche im Stockwerk, wodurch die Bewohner täglich in diesem Raum zusammen kommen.

Das Nueva-Plakat im Gemeinschaftsraum erstellt vom Unternehmen ein Profil das den Klienten Orientierung schafft und ihnen ein Zuhause gibt nach ihren individuellen Bedürfnissen.

Informationsblätter auf einer Pinnwand erinnern die Bewohner an Pflichten des Alltags und schaffen Regeln.

Die Privatzimmer der Bewohner vermitteln den Eindruck, dass individuell auf sie eingegangen wird. Trainingspläne und spezielle Geräte sollen die Klienten in ihrem Selbsthilfetraining unterstützen.

Die unterschiedliche Gestaltung der Privatzimmer durch die Bewohner zeugt davon, dass ihnen Raum zur Selbstentfaltung gegeben wird.

Die Bäder sind dermaßen gestaltet, dass es den Bewohnern ermöglicht wird so selbstständig wie möglich zu agieren: Griffstützen bieten Hilfestellungen.

Bei keinem Hilfebedarf kann jederzeit wieder die intime Zone gewahrt werden.

Die zahlreichen Informationen zum richtigen Verhalten im Brandfall und mehrere Feuerlöscher schaffen das Vertrauen auf ein sicheres zu Hause.

6.4 Beantwortung der Forschungsfragen

FF 1: Wie wird das Leitbild des Unternehmens über die Gestaltung des Wohnverbundes S vermittelt?

Die Zimmer des Wohnverbundes S sind unterschiedlich gestaltet was Ausdruck für Individualität ist.

Durch selbstgemalte Bilder tragen die Bewohner aktiv zur Gestaltung des Wohnverbundes S bei. So wird ihnen Raum zur Persönlichkeitsentfaltung gegeben.

Den Bewohnern wird durch den Abbau von Grenzen, wie zum Beispiel durch den Verzicht auf Stufen, die Aktivitäten des täglichen Lebens erleichtert. Selbsthilfetraining wird durch Bereitstellung von Elementen wie Griffstangen ermöglicht: Dadurch wird der Versuch gefördert, alltägliche Aufgaben alleine zu bewältigen.

Am Gang des Erdgeschoßes hängt eine Hausordnung die für Regeln sorgt.

Dienstpläne konnotieren die Gewissheit, dass jederzeit jemand da ist. Dadurch wird Vertrauen geschaffen.

Der Gemeinschaftsraum des ersten Stockes dient vor allem der gemeinschaftlichen Organisation des Zusammenlebens. Somit wird Raum zur Interaktion geschaffen. Gemeinsam kann von einander gelernt werden.

FF 2: Wie wird die Zielsetzung „Respekt vor Privatsphäre der Bewohner“ des Unternehmens S über die Gestaltung des Wohnverbundes S vermittelt?

Den Bewohnern des Wohnverbundes S wird Raum gegeben, in dem sie sich zurückziehen können. Jeder hat ein eigenes Zimmer, das er individuell gestalten kann. Dies zeigt sich vor allem im Vergleich mit den Zimmern untereinander: Das Zimmer ist Ausdruck von Individualität: Keines gleicht dem Anderen.

Die meisten Privatzimmer kann man ungestört direkt vom Gang erreichen, somit trägt die Strukturierung des Wohnverbundes S ebenfalls zur Zielsetzung „Respekt vor Privatsphäre der Bewohner“ bei. Dies wird im Erdgeschoß stärker erfüllt.

Manche Türen sind nur mit einem Schlüssel zu öffnen, wodurch stärkere Kontrollmöglichkeit über den Zugang ins Zimmer gegeben wird.

Durch Hausordnungen und Regeln für Besucher wird Orientierung geschaffen: Man weiß wie man sich selber gegenüber Anderen zu verhalten hat und kann davon ausgehen, dass sich das Gegenüber ebenfalls an diese Regeln hält.

FF 3: Wie wird die Zielsetzung „Förderung der Selbstständigkeit der Klienten und dessen Begleitung im Alltag“ des Unternehmens S über die Gestaltung des Wohnverbundes S vermittelt?

Über die Gestaltung des Raumes werden den Bewohnern Rahmenbedingungen geschaffen, die es ihnen erleichtert, weitgehend selbstständig den Alltag zu bewältigen.

Bereits bei Eintritt in den Wohnverbund S wird durch den Verzicht auf Stufen den Bewohnern in ihrer Mobilität geholfen. Zahlreiche Griffstangen im gesamten Gebäude bieten ebenfalls Unterstützung.

Gerätschaften wie zum Beispiel ein Lift bieten zusätzliche Unterstützung.

Der Zettel mit der Aufschrift: „Man hilft den Menschen nicht, wenn man etwas für sie tut, was sie selber tun könnten.“ regt zur Reflexion über das Verhalten zwischen Klient und Betreuer an. Es ist ein klarer Aufruf zur Selbstständigkeit.

Mehrere Listen erläutern Trainingsprogramme und geben an, wann Übungen zu machen sind. Zur Unterstützung stehen mehrere Geräte bereit.

An vielen Kästen befinden sich Beschriftungen, die angeben, wo sich was befindet. Sie dienen der Erinnerung bzw. Orientierung für die Klienten und als Hilfestellung für die Betreuer.

Erste-Hilfe-Kästen geben Sicherheit im Alltag. Falls etwas passieren sollte, kann ihnen sofort geholfen werden.

Die geräumigen Badezimmer bieten genug Platz, damit den Klienten bei ihrer Körperpflege geholfen werden kann. Möchte man mehr Abstand, kann die intime Zone gewahrt werden.

FF 4: Widersprechen sich die Vermittlung der Zielsetzungen „Respekt vor Privatsphäre der Bewohner“ und „Förderung der Selbstständigkeit der Klienten und dessen Begleitung im Alltag“ über die Gestaltung des Wohnverbundes S oder ergänzen sie einander?

Über die Gestaltung des Raumes entsteht der Eindruck, dass sich die beiden Zielsetzungen ergänzen. Die Garconnieren und Privatzimmer sind individuell

gestaltet. Viele persönliche Elemente kommen zum Einsatz. Es wird somit Privatsphäre gegeben bzw. geschaffen. Gleichzeitig unterstützen zum Beispiel Griffstangen die Mobilität der Klienten, ohne dessen Privatsphäre zu stören.

Ein weiteres Beispiel wären die zahlreichen Griffstangen im Bad, die selbstständiges Handeln erleichtern. Sollte doch weitere Hilfe benötigt werden, gibt es bei den meisten Betten und Toiletten einen Notruf.

FF 5: Werden die ersten zwei Stockwerke aufgrund der unterschiedlichen Bedürfnisse und Zielsetzungen der Bewohner unterschiedlich gestaltet?

Nach den Ausführungen des Leiters des Wohnverbundes S besteht ein Unterschied zwischen den Bewohnern des Erdgeschoßes und denen des ersten Ganges in Bezug auf den unterschiedlich stark ausgeprägten Wunsch nach autonomer Lebensführung.

In Bezug auf diesen Aspekt unterscheiden sich die beiden Stockwerke in einigen Belangen:

Die Aufteilung der Räume in den jeweiligen Stockwerken führen zu unterschiedlichen Wohnformen bzw. Wohnmöglichkeiten:

Im gesamten ersten Stockwerk gibt es lediglich eine Küche. Sie ist somit Treffpunkt der Bewohner. Der Gemeinschaftsraum konnotiert eine gemeinschaftliche Organisation des Zusammenlebens.

Im Erdgeschoß hingegen gibt es „größere Wohneinheiten“. Alle Tätigkeiten des täglichen Lebens können autonom in den eigenen „Vier Wänden“ erledigt werden. Die Garconnieren und die Zweier-WG sind von der Außenseite nur mit einem Schlüssel zu öffnen. Sie grenzen sich dadurch eindeutig vom Gang ab.

7. QUELLENVERZEICHNIS

Ackermann, Carole: *Konzepte der Ladengestaltung. Beitrag zur Profilierung und Rationalisierung im Einzelhandel*. Lohmar: Josef Eul Verlag, 1997.

Avenarius, Horst: *Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*. Darmstadt: Primus Verlag, 2000.

Badura, Bernahard: „Mathematische und soziologische Theorie der Kommunikation“ In Burkart, Roland/Hömler, Walter (Hg.): *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Bd. 8. Wien: Braumüller, 1992.

Bogner, Franz M.: *Das neue PR-Denken: Strategien, Konzepte, Aktivitäten*. Wien: Ueberreuter, 1999.

Botan, Carl: "Public Relations as a Science. Implications of Cultural Differences and International Events" In Avenarius, Horst/ Wolfgang Armbricht (Hrsg.): *Ist PR eine Wissenschaft?* Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992.

Danbauer, Diana: *Zeitgenössische Architektur als politisches Kommunikationsmittel in Europa. Ein semiotischer Vergleich der neuen politischen Gebäude in Berlin und Brüssel*. Diplomarbeit. Eingereicht an der Universität Wien 2006.

Dunne, Patrick/ Lush, Robert/ Gable, Myron: *Retailing*. Cincinnati: South-Western Publishing Co, 1995.

Eco Umberto: *Einführung in die Semiotik*. München: Fink, 2002.

Eco, Umberto: *Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1977.

Fischer, Günther: *Architektur und Sprache. Grundlagen des Architektonischen Ausdruckssystems*. Stuttgart: Karl Krämer Verlag, 1991.

Goyer, Nadja Margarita: *Geschäftsarchitektur als Element der Corporate Identity*. Diplomarbeit. Eingereicht an der Universität Wien 2001.

Grunig, James E./Todd Hunt: *Managing Public Relations*. New York: Holt Rinehart and Winston, 1984.

Grunig, James E./Schneider-Grunig, Larissa: "Toward a Theory of the Public Relations Behavior of Organizations: Review of a Program of Research" In *Public relations research annual: A publication of the Public Relations Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication*. Volume 1. New Jersey: Hillsdale, 1989.

Grunig, James E./ Grunig, Larissa A./ Dozier, David M.: „Das situative Modell exzellenter Public Relations. Schlussfolgerungen aus einer internationalen Studie“ In Bentele, Günther/ Steinmann, Horst/ Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation*. Berlin: Vistas, 1996.

Gruppe µ: "Iconism" In Sebeok, Thomas A./ Umiker-Sebeok, Jean (Hrsg.): *Advances in Visual Semiotics. The Semiotic Web 1992-93*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1994.

Grütter, Jörg Kurt: *Ästhetik der Architektur. Grundlagen der Architektur-Wahrnehmung*. Stuttgart: Kohlhammer, 1987.

Harlow, Rex: "Building a public relations definition" In *Public Relations Review*, 2. Jahrgang, 1976.

Kreft, Wilhelm: *Ladenplanung, Merchandising-Architektur, Strategie für Verkaufsräume*. Leinfelden-Echterdingen: Koch Verlag, 1993.

Larsen, Svend Erik: „Et in Arcadia Ego: A Spatial and Visual Analysis of the Urban Middle Space“. In Sebeok, Thomas A./ Umiker-Sebeok, Jean (Hg.): *Advances in Visual Semiotics. The Semiotic Web 1992-93*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1994.

Lobinger, Katharina/ Kroupa, Verena: *Diesel – For successful advertising? Ein semiotischer Vergleich der Printsujets und des Point of Sale zur Zeit der Nature Lover-Kampagne*. Diplomarbeit. Eingereicht an der Universität Wien 2004.

Meffert, Heribert: *Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik*. Wiesbaden: Gabler, 1991.

Merten, Klaus: *Struktur und Funktion von Propaganda*. Vortragsmanuskript DGPuK-Sektion PR. Naumburg 1999.

Merten, Klaus: „Begriff und Funktion von Public Relations“ In *PR-Magazin* 11/1992.

Morris, Charles W.: *Grundlagen der Zeichentheorie. Ästhetik und Zeichentheorie*. München: Hanser, 1972.

Muck, Herbert: *Der Raum. Baugefüge, Bild und Lebenswelt*. Wien: Architektur und Baufachverlag, 1986.

Nöth, Winfried: *Handbuch der Semiotik*. Stuttgart, Weimar: Metzler, 2000.

Peirce, Charles S.: *Semiotische Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1986.

Radunovi, Filip: *Semiotik & Rezeption. Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung von TV-Werbespots und ihre Bedeutung für die Evaluation werbesemiotischer Ansätze*. Dissertation. Eingereicht an der Universität Wien 2006.

Scheuch, Michael: *Verkaufsraumgestaltung und Ladenatmosphäre im Handel*. Wien: Service Fachverlag, 2001.

Watzlawick, Paul/ Beavin, Janet H./ Jackson, Don D.: *Menschliche Kommunikation. Formen Störungen Paradoxien*. Bern: Hans Huber, 2007.

Weber, Olaf: *Die Funktion der Form. Architektur und Design im Wandel*. Hamburg: Dr. Kova, 1994.

Wegenstein, Bernadette: *Semiotik der Werbung. Eine Fallstudie aus der internationalen Pasta-Werbung*. Diplomarbeit. Eingereicht an der Universität Wien 1992.

<http://www.springerlink.com/content/m2j7501751220156/>

<http://www.atempo.at/nueva/app>

Abstract

Die vorliegende Arbeit folgt der Frage, wie es ein Unternehmen schafft, über die Gestaltung des Raumes, den ein Unternehmen bzw. eine Organisation für dessen Organisation und/oder Ausübung ihrer jeweiligen Aufgaben bzw. Tätigkeiten bedarf, dessen Leitbild und Ziele zu vermitteln.

Das genannte Forschungsinteresse wird an Hand einer semiotischen Analyse eines Wohnverbundes für Menschen mit Behinderungen untersucht.

Lebenslauf

20.06. 1981	Geboren in Wien
1987-1992	Besuch der öffentlichen Volksschule Pfeilgasse 42b
1992-2001	Besuch des Bundesgymnasium und Bundesrealgymnasium Wien
2002	Beginn des Studiums Publizistik und Kommunikationswissenschaft