

**PROGRAMMATISCH.** Maik Neuner und Marlene Löttsch vom Büro Mostlikely gestalteten eine von mehreren „Plauderecken“ in Wien. Auch als Modell für ihre Auseinandersetzung mit „Common Spaces“.



# Sprich- wörtlich

Beim Reden kommen die Leut' zusammen, sagt man. Und dabei helfen die Gestalter und Designerinnen gern ein wenig nach. Mit ihren Ideen. Von der Straße über das Büro bis in die Hotellobby.

Text: Norbert Philipp Fotos: Christine Pichler

A man with glasses, wearing a blue turtleneck and jeans, sits in a brown leather armchair. The room is filled with modern furniture: a bright red armchair, a black stool, a small round table with a water bottle, and a colorful geometric rug. The background shows a raised platform with a white table and blue mats.

**FREIRAUM.** Gerd Zehetner von Archiguards gestaltete (mit Laura Karasinski, Florian Kollenz und Christian Lainer) die „Superbude“ beim Prater. Ein sozialer Knotenpunkt für Grätzler und Weltenbummler zugleich.

**A**uch das Metaverse wird einer sein: ein Kommunikationsraum. Nur eben: ganz ohne Raum. Und ohne Luft, die die Wörter brauchen, damit sie vom Mund des einen in das Ohr des anderen gelangen. Für gute Gespräche können auch manche Orte selbst das ideale Medium sein. Wo einen die Möbel schon komfortabel einrichten, um entspannt zuzuhören. Oder wo die Gespräche der anderen die Kulisse für das eigene sind. Wo das Design den Raum von digital stumm auf physisch laut dreht: Zumindest wenn es ein Wörtchen mitreden soll dabei, wie gut und wie intensiv Menschen ins Gespräch geraten. Und womöglich in Zustände von „Flow“, die man von digitalen WhatsApp-Dialogen gar nicht gewohnt ist. Das Design wird zum Beziehungsmanager. Es bahnt Kontakte an und steuert mit, wie die Begegnung schließlich ausgeht. Im Kaffeehaus, in der Hotellobby oder im Büro. Oder auch im größten Rederaum von allen: dem öffentlichen Raum.

## DAS BÜRO ZUM REDEN.

Yvonne Meindl-Cavar und ihr Studio Schönstil machten aus dem, was früher Arbeitsplatz geheißen hätte, eine Kommunikationswohlgefühlzone. Hier in der Zentrale der Zurich Versicherung in Wien.



- Im „Office“ haben nicht nur die Mitarbeiter Aufgaben. Auch die Räume. Die Konzentration zu fördern war ehemals eine davon. Doch den Platz für die fokussierte Einzelarbeit, den hat inzwischen eher das „Home-Office“ übernommen. Ins Büro kommt man meist aus anderen Gründen. Etwa: Kooperation und Kommunikation. Und gerade für diese hat auch die Designerin Yvonne Meindl-Cavar mit ihrem Studio Schönstil schon einige Settings ausgestaltet. Wie auch im Headquarter der Zurich Versicherung in Wien. Dort hat allerdings das Unternehmen selbst die erste Designintervention durchgeführt, es war eine kommunikative: Alle sind per Du. Und so sollte auch das Design gleichsam „per Du“ mit allen sein. Kein Schreibtisch erhebt den einen über den anderen. Alle sind gleich. Ein Büro als großer runder Tisch, an dem alle teilhaben können. Für die Begegnung und das soziale Andocken hat Meindl-Cavar einige Kontaktstellen ins Büro-Layout gestreut. Alle möglichen Formen von Gesprächen und sozialer Interaktion finden passende Umgebungen und Möbel, die sie erleichtern. Etwa auch das spontane Gespräch, in das man am Hochtisch geschwind hineinschlüpft und auch rasch wieder heraus. An anderer Stelle lässt man sich tiefer in Themen und auf die Lounge-Chairs fallen. Auch das Licht hat Meindl-Cavar dort, wo Meinungen, Menschen und Ideen aufeinandertreffen sollen, eine Spur „wärmer“ gedreht als in Büros sonst üblich. Verschiedene Prozesse brauchen verschiedene Räume. Davon hatte einst schon Walt Disney gesprochen. Und heute reden auch die Büro-Consulting-Firmen wie Moo-



**GESPRÄCHSSTOFF.** Jonathan Lutter und Christian Knapp vom Büro KLK codierten das Café Bellaria zwischen Volksgarten und Museumsquartier gestalterisch gleich mehrfach: nach einer gastronomischen, historischen und auch kommunikativen Logik.

→ con davon, die für das Büro-Layout zuständig waren. Nur dass sie es heute „Activity Based Working“ nennen. Und weil die Face-to-Face-Kommunikation die Hauptaktivität im Büro sein soll, dürfen auch gestalterische Anmutungen einsickern, die man sonst woanders vermutet hätte: in der Hotellobby etwa. Oder überhaupt zuhause im Wohnzimmer. Und von dort holt Meindl-Cavar die Mitarbeiter mit ein paar behaglichen Gründen zurück in den Büroschoß der Versicherung. „Die Anforderungen haben sich geändert. Das muss sich auch in der Gestaltung der Büros äußern“, sagt Meindl-Cavar. Doch die Grundanforderung bleibt überall dieselbe: Man muss sich wohlfühlen, sonst zünden auch die Ideen und Gespräche nicht. Und diese wie das Leben um eines kreisen, räumlich und thematisch: um die Nahrungsaufnahme. Oder besser: die Kaffeeaufnahme. Die Plätze dafür hat Meindl-Cavar auch extra als kommunikative Knotenpunkte ausgelegt. Inhaltlich ist es von den Büros heute gar nicht mehr so weit zu den gestalterischen Codes eines Kaffeehauses. Für die Neugestaltung des Café Bellaria in der Wiener Bellariastraße hat sich das Architekturbüro KLK erst einmal, wie so oft, in alle möglichen Kontexte hinein-

**LINIEN.** Die Kuppel: Allein akustisch eine Herausforderung im Café Bellaria.



gesteigert. Die stadträumlichen sowieso, aber auch in die historischen. Die Codes, die man da entschlüsselt hat, hat KLK im Café dann gestalterisch neu arrangiert. Zwischen den Zeilen des Interieurs kann man sie herauslesen, wenn man will. „Die Auseinandersetzung mit dem Ort ist ja eine der Grundaufgaben“, sagt Christian Knapp, „es gehört zu unserer Rolle als Gestalter, als soziokulturelles Gelenk zu agieren.“ Und dieses Selbstverständnis brachte das Büro gleich zur ersten Designintervention. Denn was ein Kommunikationsort sein soll, muss sich auch „aufgeschlossenen“ zeigen: „Das Café musste sich öffnen, die Fenster waren ja früher zugeklebt, da ist man daran wie auf einer Rennstrecke vorbeigerauscht“, sagt Knapp. Und den Bezug zum Außen herzustellen, das nennt er einen der „größten Momente“. Vorher: introvertierte „Speak-Easy“-Atmosphäre. Danach: lebendig-extrovertiert. Eine Einladung, doch einmal hineinzuschauen, ausgesprochen von der Architektur. Das war schon mal die erste Geste. Die nächste kam direkt von den Betreibern: Sie definierten Zugänglichkeit und Zielgruppe. Nicht nur über das Interieur, sondern auch - über die Preisgestaltung. Und nun mischt sich im Inneren einiges. Das Publikum von früher mit jenem von heute. Und: gängige Kaffeehaus-Muster mit überraschenden Abzweigungen davon.

**Lebendig.** Das Büro KLK schmeckte die „Codes“ aus ihrer Forschung geschickt ab. Etwa auch mit Josef-Hoffmann-inspirierten Mustern, die sich dreidimensional von der Wand in den Raum profilieren. Und die Thonet-leicht, wendig und gleichzeitig traditionell sind. Schon in den Kaffeehäusern des 19. Jahrhunderts haben sie die Kommunikation begünstigt. Architektur überhaupt, vermutet Jonathan Lutter vom Büro KLK, sei „ursprünglich für die sozialen Orte zuständig gewesen. Und das waren Orte, an denen auch Kultur entstanden ist.“ Das war an den Feuerstellen in den eher archaischen Tagen genauso wie in den Kaffeehäusern des 19. Jahrhunderts. Und heute ist es nicht anders: „Wir schaffen gern Orte, an denen sich auch die Köpfe öffnen“, sagt Lutter. Und im Café Bellaria entstand der Ort dafür fast ganz natürlich: „Einfach aus der Überlagerung von Geschichte, Erzählungen und Funktionen“, wie Knapp erklärt. Das liefert Gesprächsstoff an den Tischen. Und der Stoff auf den Bänken zieht sich auch konsequenter den Wänden und Nischen entlang, sie müssen ja nicht nur das Gewicht der Gäste abfedern, sondern auch den Geräuschpegel. Doch ein völlig ruhiges Lokal sollte das Café Bellaria nie werden. „Es sollte akustisch trotzdem lebendig bleiben“, sagt Lutter. Denn allein das triggert ganz andere Gesprächsformate und Zustände, die einmal ausgelassener geraten dürfen. Lebendig bleibt das Lokal auch visuell. „Den Eindruck verstärkt, dass die Tische auch einmal vor uns zurück in die Nischen springen“, sagt Knapp, „und den Betreiber

→ war es wichtig, dass sich auch verschiedene Stimmungen und Gruppengrößen im Layout abbilden lassen.“ Von der Familie bis zum Einzelgänger, der aus den großen Rundbogenfenstern ins Freie schaut.

Doch Rederäume muss man nicht erst mühsam mit Dächern überspannen. Sie liegen zwischen den Häusern genauso. Für das Studio Mostlikely ist der öffentliche Raum nicht das, was übrig bleibt, sondern eher das, woraus Städte noch viel schöpfen können. Die erste Designaufgabe dabei wäre: das Tempo auf den Straßen drosseln. Gestalterisch. Vielleicht sogar auf den Zustand, der lang gar nicht vorgesehen war: Aufenthalt. Gleichzeitig will Mostlikely ein wenig in die Zukunft vorspulen: Denn dort ist die Stadt in der Vorstellung der Architekten und Architektinnen voller sozialer Kommunikationsknotenpunkte. Das können Marktplätze sein. Oder auch Werkstätten. Und in dieser Zukunft ist die Stadt wieder „öffentlicher“, als sie es heute ist. Wenn sich die Wohnflächen für die

Einzelnen reduzieren, muss die Stadt den Ausgleich für alle schaffen, meint Mark Neuner von Mostlikely.

Das könnte über „Common Spaces“ funktionieren, wie er glaubt, die sich wie selbstverständlich in die Stadtmorphologie integrieren. Das Studio forscht schon länger daran. „Unsere Leidenschaft ist der öffentliche Raum“, sagt Neuner. Und: „Die Transformation der Stadt, bei der sie ein sozialer und nachhaltiger Ort der lokalen Produktion wird.“ Die Technologien dafür, die digitalen vor allem, seien längst da, meint Neuner. Fehlen nur noch die Orte. „Wir möchten die Stadt als gemeinschaftliche Ressource denken, die jeder nutzen kann.“ Ein Beispiel fällt Neuner dabei schon ein: die robust gebauten „Grillstationen“, mit denen sich jeder ein Stück Donauinsel kurzfristig aneignen kann.

**Treffpunkt.** Bei ihren Recherchen sind Mostlikely auch auf die lokale Werkstatt von „Precious Plastic“ gestoßen. Und diese hatte, gemeinsam mit der Metallwerkstätte von Wolfgang Ure, auch die recycelte Materialgrundlage geliefert für das Möbelstück, auf dem die Wiener wieder ins Gespräch kommen sollen: die „Plauderecke“. Denn ein Modell dafür lieferte Mostlikely. „Wir wollten ein farbenfrohes, auffälliges Möbel“, sagt Marlene Lötsch.

Und geworden ist es ein Entwurf, in dem auch einige „der größeren Ideen zur Stadt und zum öffentlichen Raum verarbeitet sind“. Aber physisch vor allem auch: alte Kühlschränke und Shampoo-Verschlüsse - für die Farbeinsprengsel - als Material-Resource. „Manche wissen gar nicht, wie sie den öffentlichen Raum nutzen sollen. Dabei können wir helfen, indem wir ihn gestalterisch aktivieren“, sagt



**PATCHWORK.** Die „Superbude“ ist Hostel und Hotel. Will aber auch ein sozialer Treffpunkt fürs Grätzl nächst Prater sein.

**PLAUDERECKE.** Eine robuste Kommunikationsplattform aus recyceltem Plastik für den öffentlichen Raum.



Lötsch. Um ins Gespräch zu kommen, können dann manchmal ein paar Kreise genügen, die sich zu einer gemeinschaftlichen Möbeltopografie überschneiden. Zwei Sitzplätze sind schon leicht zueinander gedreht. Das macht das Einander-Zuwenden noch einfacher. Zwischen den Sitzflächen sind Tischchen: „Und auf denen haben wir auch schon Jugendliche gesehen, die Karten gespielt haben“, erzählt Neuner.

**Große, kleine Welt.** In Wien, gleich beim Prater, ist auch ein Hotelkonzept gelandet, zu dem es gehört, Konzepte nicht allzu dogmatisch zu nehmen: die „Superbude“. Das bedeutet: 178 private Zimmer. Und im Erdgeschoß ziemlich viel Raum, der allen gehört. Nicht nur den Gästen, auch den Wienerern. „Früher war hier ein Busparkplatz, allzu viel Geschichte zum Anknüpfen hatten wir also nicht“, erzählt Gerd Zehetner vom Büro Archiguards. Er war einer im Team der Gestalter, zu dem auch die Designerin

Laura Karasinski zählte sowie die zwei Betreiber selbst, Florian Kollenz und Christian Lainer.

Ein bisschen historischen Kontext ließ man trotzdem gestalterisch anklängen: Vor allem den Herrn Johann Georg Stüwer, der hier einst Ballons fliegen und Feuerwerk krachen ließ. Zumindest als zarte Design-„Storyline“, wie Zehetner sagt. Ansonsten ist gestalterisch einfach auch einiges „passiert“, stilistische Stringenz hat man hier jedenfalls nicht angesteuert. Aber man hat ja auch die Zielgruppen nicht zu eng definiert. „Hier sollen sich unterschiedlichste Milieus wohlfühlen“, sagt Zehetner. Das war ja zumindest ein Ziel. Der Gestaltungsprozess dorthin war dabei selbst eine lange Abfolge von Gesprächen, auch digitalen. Allein die nächtlichen WhatsApp-Dialoqe im Ideen-Pingpong würden Bände füllen.

In der Lobby der „Superbude“ vermengt sich Altes, aber „Ehrliches“, wie Zehetner betont, mit Noch-nie-Gesehenem. Und dazwischen sollen sich nicht nur Gespräche aufbauen, sondern auch Communities. Gestalterische Anhaltspunkte dafür haben die Architekten und Designerinnen genügend gesetzt. Allein einen Kamin, den man in der Gruppe umkreisen kann wie beim letzten Pfadfinderlager das Feuer. Das Merkmal „sozialer Treffpunkt“ war jedenfalls von Anfang an mitangelegt. Und so ist die Lobby schon auch zur Bühne für Veranstaltungen geraten oder zum Kurzzeit-Vereinslokal, für Gruppen, die manchmal nur für einen Liedervormittag vorbeikommen. „Wir haben uns viel Zeit genommen für den Gestaltungsprozess“, erklärt Zehetner. Die Inputs aus vier Köpfen fügten sich zu einem stilistischen Patchwork zusammen, das wie selbstverständlich hingewürfelt daliegt, als hätte es trotzdem ganz genau so kommen müssen. ✕