

Farbe und Wirkung – Architektur

© Prof. M. Schlegel

Inhalt Farbe und Wirkung | 2



4.1 Farbzyklen4.2 Farbtrends

Farbergonomie

Farbe und Wirkung – Architektur

1	Grundlagen		
1.1	Einleitung	5	Farbe im Sozialbereich
1.2	Begriffsdefinitionen Farbe		
1.3	Materialien	5.1	Anwendungsbereiche
1.4	Strukturen, Oberflächen	5.2	Baustrukturanalyse
1.5	Farbsysteme		
		6	Fassadengestaltung
2	Farbpsychologie		
		6.1	Gebäudewertigkeit
2.1	Farbempfindungen	6.2	Wohngebäude
2.2	Farbwirkung	6.3	Raum – Ort Analyse
2.3	Farbphänomene	6.4	Baustrukturanalyse
2.4	Farbwirkung im Raum		
		7	Architektur und Farbe
3	Farbmanagement		als Marketingfaktor
3.1	Polaritätenprofile		
3.2	Moodboards	8	Schluss mit Schlicht
4	Farbforschung		

Grundlagen Farbe und Wirkung | 3

1 Grundlagen

1.1 Einleitung

Für alle Dinge, die wir beschreiben und differenzieren wollen, müssen Begriffe definiert werden. Soll über Farbe gesprochen werden, sind hierzu wesentliche Begriffe zu klären und zu verstehen. In der deutschen Sprache ist das Wort "Farbe" nicht eindeutig. Es ist nicht klar, ob das Material Farbe, das Farbmittel als Oberbegriff für farbgebende Stoffe und Anstrichmittel, oder die Empfindung von Farbe, also das, was wir sehen und wahrnehmen, gemeint ist. In der englischen Sprache wird mit den Begriffen Paint and Colour deutlich zwischen dem Werkstoff und der Empfindung unterschieden.

Die Bezeichnung einzelner Farbtöne oder Nuancen ist ebenso wie die Namen der Grundfarben Bestandteil jeder Sprache, da Farben wichtige Informationsträger für den Menschen sind. Die Anzahl verschiedener Farbtermini ist je nach Kulturraum unterschiedlich ausgeprägt. Bei den Eskimos existieren zum Beispiel für Schnee mehr als 20 Bezeichnungen für Weißnuancen. Überlebenswichtig sind derartig genaue Nuancenbezeichnungen einzelner Farbtöne bei uns nicht, dennoch beeinflusst ihre Auswahl Wohlbefinden, Orientierung und auch Ästhetik.

1.2 Begriffsdefinitionen Farbe

Chemisch betrachtet ist Farbe ein Farbmittel, ein farbgebender Stoff, bestehend aus dem Anwendungsmedium, das mit Pigmenten oder Farbstoffen versetzt ist. Pigmente sind im Anwendungsmedium unlösliche, anorganische oder organische, bunte oder unbunte Farbmittel. Farbstoffe sind lösliche organische Farbmittel.

Physikalisch betrachtet ist Farbe elektromagnetische Strahlung, die durch eine bestimmte Wellenlänge, Schwingungsfrequenz und Energie gekennzeichnet ist. Über das Auge ist nur ein kleiner Teilbereich des gesamten elektromagnetischen Strahlungsspektrums wahrnehmbar – der Bereich von 380 –720 nm.

Objektive Ursache eines farbigen Sinneseindrucks ist die Strahlungsquelle (Lichtquelle), die sichtbare Strahlung aussendet. Dringt diese direkt in unseren visuellen Wahrnehmungsapparat, so spricht man von "Lichtfarbe" (Prinzip der Emission) (Abb. 4.4.1). Wird sie von Körpern unserer physikalischen Außenwelt abgelenkt oder verändert, so spricht man von "Körperfarben" (Prinzip der Remission bzw. Transmission).

Farbmittel weisen je nach chemischer Strukturformel spezifische Absorptionsspektren auf und reflektieren oder absorbieren unterschiedlich elektromagnetische Strahlung. So erwärmen sich zum Beispiel schwarze Farbmittel stärker als weiße, da diese eintreffende Strahlung größtenteils absorbieren (Bohrs' Atommodell). "Farbe" als farbige Erscheinung ist die Sinnesempfindung, durch die allein zwei Oberflächen gleicher Größe, gleicher Form, gleicher Struktur und gleichen Glanzgrades unterschieden werden können (Abb. 4.4.2).

1.3 Materialien

Beschichtungsstoffe nach DIN 55945 sind flüssige bis pastenförmige, auch pulverförmige Stoffe, die aus Bindemitteln sowie aus Pigmenten oder anderen Farbmitteln, Füllstoffen, Lösemitteln und sonstigen Zusätzen bestehen. Im allgemeinen Sprachgebrauch werden sie auch Anstrich genannt.

Wenn wir Farbbeschichtungen als eigenständiges Material begreifen, so kann dieses ein anderes Material in Schichtdicken von ca. 30–600 µm überlagern. Zur Klassifizierung von Beschichtungsstoffen ergeben sich mehrere Möglichkeiten. In der Umgangssprache wird oft die Funktion oder das Bauteil genannt (Korrosionsschutzfarbe, Fensterlack). Auch die Einteilung in Deck- oder Grundbeschichtung und Lasuren ist eine Differen-



4.4.1: Die blaue Lichtfarbe weckte ein Gefühl von Sehnsucht, Ferne und Unendlichkeit, EXPO 2002 Yveverdon CH



4.4.2: Pink, Purpur und Limettengrün – Materialeigenfarbe- und applizierte Farbe in höchster Intensität, Wohnbau Darmstadt 2003, Gestaltung M. Schlegel

Grundlagen Farbe und Wirkung | 4



4.4.3: Auflösung der Grenzen zwischen Wand und Decke durch inszenierte Vielschichtigkeit mittels Oberflächenlasur, Wohnbau Darmstadt 2003, Gestaltung M. Schlegel



4.4.4: horizontal angelegter Streichputz mit mineralischer Lasur verleiht der Wand erfrischende Stofflichkeit

Bürobau Darmstadt 2004, Architekturbüro Ruby



4.4.5: Gewachsene Oberflächenstrukturen können Geschichten erzählen, Cogolin Südfrankreich 2004

zierung. Der vorhandene Untergrund, wie Holz, Stahl oder mineralische Baustoffe, ist ebenfalls ein klares Einteilungskriterium. Die sinnvollste Einteilung erfolgt nach den Bindemitteln (Alkydharzlack, Silikat- oder Dispersionsfarbe).
Farbbeschichtungen stellen sich heute meist als Systemaufbauten dar (Grund-, Zwischen- und Deckbeschichtung).
Die Triebfeder zur Entwicklung von Beschichtungssystemen war im Wesentlichen der Schutz und Werteerhalt von Architektur und Objekten. Dabei spielten im Laufe der Zeit Ästhetik und Marketing eine zunehmend bedeutendere Rolle.

So findet man heute wieder Beschichtungsstoffe, die nach traditioneller Art mit einer Vielzahl von hochwertigen Pigmenten versetzt werden. Die Oberflächenanmutung dieser Werkstoffe wirkt durch die hohe Pigmentierung samtig und stofflich.

Den Lasuren gilt unter den Beschichtungsstoffen ein besonderes Augenmerk, da diese in Wechselbeziehung zu dem jeweiligen Untergrund stehen. Sie sind semitransparent, schwach pigmentiert oder so eingestellt, dass sie sich nicht flächig auf dem Untergrund verteilen (Abb. 4.4.3).

Bei lasierenden Oberflächenveredelungen, zum Beispiel auf Beton oder Holz, ist der farbgebende Anteil des Anstrichmittels so gering, dass eine Symbiose aus Material und Beschichtung in Form einer nur geringen Tönung entsteht. Ein vielschichtiges Erscheinungsbild durch das Penetrieren in unterschiedlich dichte und strukturierte Materialoberflächen ist die Folge. Dies ist ein Musterbeispiel dafür, wie mit Material und Farbe ein ästhetisch gewinnbringendes Ergebnis erzielt werden kann.

Die schwach pigmentierte Beschichtung verdeckt das Trägermaterial nicht. Seine Textur wird respektiert und je nach Farbton sogar noch unterstützt. Diese Lasuren sollen nicht durch einen eigenen Duktus (Bürstenschlag) wirken.

Dekorative Lasuren unterscheiden sich

von Oberflächenveredelungen durch den sichtbaren Duktus. Das entstehende Oberflächenbild und die daraus resultierende Anmutung ist abhängig von der Untergrundbeschaffenheit, der Art des Duktus, der Bürstenqualität, des Bürstenschlags und der persönlichen Handschrift des Ausführenden.

Wandoberflächen, die durch Lasuren vielschichtig gewachsen oder gestaltet wirken, werden auch Amorphine genannt (Abb. 4.4.4). Lasuren sind auf mineralischer oder auf Dispersionsbasis zu erhalten.

1.4 Strukturen, Oberflächen

Strukturen sind laut Duden eine ordentliche Zusammenfügung gegliederter Aufbauten und Ordnungen. Oder anders beschrieben: Gefüge, die aus wechselseitig voneinander abhängen Teilen bestehen

Strukturen sind also Ordnungsprinzipien, die von zufällig frei und amorph bis hin zu streng organisiert und rechtwinklig sein können: All das, was wir an nicht einheitlichen Oberflächen wahrnehmen können.

Eine Oberfläche ist laut Duden die Gesamtheit der einen Körper (von außen) begrenzenden Fläche und kann glatt, rau oder auch strukturiert sein.

Das englische Wort für Oberfläche ist "surface". In diesem Wort steckt im Gegensatz zur deutschen Sprache mehr Emotionalität und auch die Andeutung eines Charakterzugs, denn immerhin wird der Begriff von "face" (Gesicht) abgeleitet. Ein Gesicht hat eine eigene Geschichte, einen eigenen Charakter und vor allem einen emotionalen Ausdruck. "Farbige" Oberflächenstrukturen (Materialeigenfarbe oder applizierte Farbe) stellen in Kontrast zu monochromen Flächen ein schier unendliches Spektrum zur Gestaltung von Raumcharakteren dar (Abb. 4.4.5).

Grundlagen Farbe und Wirkung | 5

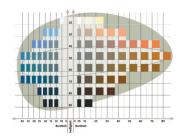
1.5 Farbsysteme

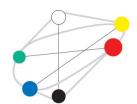
Farbnuancen werden meist über unpräzise Assoziativnamen (Maigrün, Zitronengelb, Betongrau) oder vage Nuancenbeschreibungen (Hellblau, Blauviolett) beschrieben.

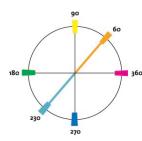
Farbordnungen und -codierungen sind

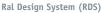
eine Voraussetzung zur präzisen und sachlichen Kommunikation und zur Planung mit Farbe. Es existieren dazu im Wesentlichen zwei grundsätzliche Varianten: Die empfindungsgemäße Betrachtung (physiologisch-phänomenologisches Ordnungsprinzip) und die metrische Betrachtung, bei der Farbtöne bei Normlicht und -winkel spektralphotometrisch eingemessen werden (physioloqisch-physikalisches Ordnungsprinzip). Farbordnungen beinhalten so z.B. farbmetrisch definierte Farbstandards (Mastersamples) als Referenzmuster für Anwendung, Herstellung und Verständigung. Die unterschiedlichen Farbordnungssysteme werden durch jeweils eine eigene Codierung gekennzeichnet. Mehrheitlich basieren zeitgemäße Farbsysteme auf einem durch drei Ordnungskriterien gekennzeichneten Farbraum. Farbton: (Hue), Helligkeit (Lightness) oder Schwarzanteil und Grad der Buntheit (Chroma). Unterschiede zwischen Farbsystemen bestehen hinsichtlich der Art der Ordnungskriterien (Form des Farbraums), der Anzahl und dem Ordnungsprinzip der dargestellten Farbnuancen im Farbenraum. Das Ordnungsprinzip der Farbtöne kann empfindungsgemäß oder mathematisch gleichabständig sein. Es kann sich aber auch nur am Prinzip der zunehmenden Helligkeit oder dem steigenden Buntanteil orientieren. Dies muss nicht zwingend stufenlos gleichabständig sein.

Für die bei der Architekturgestaltung relevanten Meta-Farbsysteme (herstellerunabhängige Farbsysteme) sind in Europa das RAL-Design und das NCS (Natural Colour System) zu nennen, die allerdings keinerlei Aussagen über Produktmachbarkeiten enthalten. Metasysteme sind als branchenübergreifende Farbordnungen





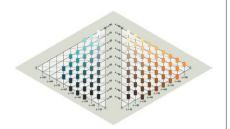




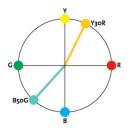
Der Farbraum des RAL-Design Systems ist nach drei Ordnungskriterien aufgebaut: Buntton, Helligkeit und Buntheit. Mittlere vertikale Achse ist Helligkeit. Sie ist in gleichabständigen Graustufen differenziert. Die Buntheit eines Farbtons nimmt von der Mittelachse (Graustufen) zum Umfang in gleichabständigen Stufen zu, d. h. von Grau zu vollem Buntton (100% reiner Buntton). Aufgrund der Eigenhelligkeit der Farbtöne (z. B. Gelb besitzt eine höhere Eigenhelligkeit als Blau) ergeben sich Deformationen der von Runge erstmals vorgestellten Farbkugel zu einem asymmetrischen Gebilde.

Kriterien:

- physiologisch-physikalisches Ordnungsprinzip
- Ausgangsbuntfarben: Gelb, Rot, Blau, Grün
- Unbuntfarben: Schwarz, Weiß
- Ordnungskriterien: Buntton (hue), Buntheit (chroma), Helligkeit (lightness)
- 1688 Farben aus 39 Bunttonebenen







Natural Color System (NCS)

Der Farbraum des NCS-systems ist nach drei Ordnungskriterien aufgebaut: Buntton, Schwarzanteil und Bunttonanteil. Mittlere vertikale Achse ist nicht wie bei RDS die Helligkeit, sondern hier werden die jeweiligen Bunttöne durch systematische Schwarzbeimischung gleichabständig (in 10% Stufen) abgedunkelt. Die Buntheit eines Farbtones nimmt von der Mittelachse zum Umfang in gleichabständigen Stufen zu, d. h. von Grau mit definiertem Schwarzanteil zu vollem Buntton (100% reiner Buntton). Durch Befolgung des Ordnungskriteriums Schwarzanteil ergibt sich ein symmetrischer Farbraum in Form eines Doppelkegels. Am horizontal liegenden "Buntton-Äquator" liegen die einzelnen Bunttöne. Die Helligkeitsachsen sind zusätzlich eingezeichnet.

Kriterien:

- physiologisch-phänomenologisches
 Ordnungsprinzip
- Ausgangsbuntfarben: Gelb, Rot, Blau, Grün
- Unbuntfarben: Schwarz, Weiß
- Ordnungskriterien: Buntton (hue), Bunttonanteil (C, chroma), Schwarzanteil (S) (Weißanteil ableitbar)
- 1750 Farben aus 40 Bunttonebenen



4.4.7: Monolithische Raumwirkung, sandig warm, weich und natürlich durch quarzhaltigen Feinputz, lasiert mit irisierenden Pigmenten Haar-Werkstatt Darmstadt 2003
Talledo Schlegel & Partner, L. Talledo



4.4.8: Rot steht für Feuer, Liebe, Blut ,Leidenschaft, Milieu und Erotik und wirkt hier im Raum provokativ anregend und zeitgleich entspannend. Colour Lounge EXPO 2002, Yveverdon CH

Der Bereich	reicht von	bis	Farben
1xxx Gelb	RAL 1000 Grünbeige	RAL 1034 Pastellgelb	27
2xxx Orange	RAL 2000 Gelborange	RAL 2012 Lachsorange	12
3xxx Rot	RAL 3000 Feuerrot	RAL 3031 Orientrot	22
4xxx Violett	RAL 4001 Rotlila	RAL 4010 Telemagenta	10
5xxx Blau	RAL 5000 Violettblau	RAL 5024 Pastellblau	23
6xxx Grün	RAL 6000 Patinagrün	RAL 6034 Pastelltürkis	32
7xxx Grau	RAL 7000 Fehgrau	RAL 7047 Telegrau 4	37
8xxx Braun	RAL 8000 Grünbraun	RAL 8028 Terrabraun	19
9xxx Weiß/Schwarz	RAL 9001 Crèmeweiß	RAL 9018 Papyrusweiß	12

RAL-CLASSIC

zur Gestaltgebung unentbehrlich (Abb. 4.4.6).

Für die Baugestaltung durch Farbbeschichtungen eignen sich so genannte Herstellersysteme, die sich vereinzelt der Nomenklatur der Meta-Farbsysteme unterordnen oder die mit eigenen Codierungen entwickelt wurden. Hier darf man, im Gegensatz zu Metasystemen, sicher davon ausgehen, dass die abgebildeten Farbtöne als Bautenfarben in differenzierten Bindemittelsystemen (z.B. mineralisch, dispersionsgebunden) rezeptierbar sind. Die Baufarbenkollektionen der namhaften Farbhersteller entsprechen weitgehend den typischen und für die Baugestaltung relevanten Architekturfarben. Hier sind die Farbtonbereiche von Rot bis zu grünlichem Gelb am feinsten nuanciert. Zudem finden sich in diesen Systemen eine Vielzahl von grauverhüllten und weißnahen hellen Farbtönen.

(Brillux Scala, Caparol 3D-System, Sikkens ACC, Sto-Color)

1.6 Farbsammlungen

Farbsammlungen sind subjektiv zusammengestellte Farbkollektionen, die sich meist an einem bestimmten Material und bestimmten Werkstoffbemusterungen orientieren. Sie können nach unterschiedlichen Ordnungsprinzipien, wie z.B. Farbkreis, Helligkeit, Pigmentbezeichnungen, Werkstoffe etc. sortiert sein (z.B. RAL-Classic, LC-Farben KT Color) (siehe Anhang).

2 Farbpsychologie

Während sich Physiker und Chemiker mit den objektiven Aspekten der Farbe beschäftigen, befassen sich Psychologen mit der subjektiven Seite der Farbe, der Bedeutung und den Wirkungen auf Bewusstsein und Verhalten des Menschen. Farbe erfahren wir als grundlegende Qualität der visuellen Wahrnehmung. Als Oberflächenfarbe beschreibt sie die sichtbare Haut der Umwelt in stetiger Wechselbeziehung oder Abhängigkeit von Oberfläche und Licht.

Die optische Oberflächenanmutung, die primär durch wertende intuitive oder emotionale Wahrnehmung entsteht, erschließt sich dem Auge als Gesamtbild von Textur und Farbe und fügt diese zur Objektqualität zusammen (Abb. 4.4.7).

2.1 Farbempfindungen

Farbeindrücke sind genereller Natur (hell, dunkel, bunt). Farbempfindungen sind dagegen eine Interpretation der Eindrücke (gelb gleich sonnig, warm), die gemeinsam zur Anmutung führen. Diese ist jeweils von einem gewachsenen Vorverständnis abhängig. Anmutung ist die Eigenschaft, die Wahrnehmungsobjekten - Räumen - zugeschrieben wird und beim Betrachter spontane, unreflektierte Gefühlsreaktionen bewirkt. Gefühle werden allgemein als komplexer psychischer Zustand aufgrund gesteigerter Wahrnehmung einer Situation oder eines Objektes bezeichnet (Zuneigung, Ablehnung, Angst und

Liebe). Gefühle sind teils bewusste, teils unbewusste Befindlichkeiten, die durch innere oder äußere Reize hervorgerufen werden. Es sind Empfindungen, die mit Erfahrungen und Vorerfahrungen gekoppelt werden.

Anmutungen erzeugen intuitive Deutungen von Emotionen wie heiter, traurig, aktiv oder passiv (Abb. 4.4.8).

Sinnvoll ist es, zwischen abstrakten Anmutungen (Anmutungscharakteren) und Einzelanmutungen zu unterscheiden und diese polar zu gliedern.

Anmutungscharaktere - Beispiele nach Küthe/Thun

sachlich	romantisch
konventionell	originell
klassisch	modisch
traditionell	avantgardistisch
tough	tender
rustikal	artifiziell
einfach	wertvoll

Beispiele für Einzelanmutungen

sachlich	romantisch
nüchtern	gefühlvoll
rational	sensitiv
überlegt	sinnlich
einfach	wertvoll
einfach sparsam	wertvoll verschwenderisch

2.2 **Farbassoziationen**

Assoziationen sind Bewusstseinsinhalte, die sich aus der Verknüpfung von Gefühlen und Ereignissen ergeben (raum zeitlicher Kontext, Dauer, Häufigkeit, Intensität etc.).

Farben können bei ihrer Betrachtung Erinnerungen auslösen und so genannte Assoziationsketten wachrufen. Bei Farbassoziationen sind Generalassoziationen durch Farbzusammenstellungen von Grundassoziationen der Elementarfarben zu trennen

Bei Generalassoziationen steigern mehrere Farben den Assoziationsgrad und können so zum Beispiel für einzelne Jahreszeiten, Kulturräume oder synästhetische Eindrücke (süß, sauer) stehen.

Grundassoziationen zu den vier elementaren Urfarben:

Urfarben sind Farben, die den reinen Farbton visuell beschreiben und in denen keine Tendenz in eine jeweilig andere Farbrichtung ablesbar ist: Zum Beispiel im Rot kein Gelbanteil oder im Grün kein Blauanteil.

Rot - Feuer, Blut, Liebe Gelb - Gefahr, Bedrohung Grün - Natur, Landschaft Blau - Himmel, Träume

Werden die jeweiligen Urfarben - Rot, Gelb, Grün und Blau - in der Farbtendenz in eine andere Farbrichtung verschoben, aufgehellt oder schwarzverhüllt, dann sind die oben genannten Grundassoziationen hinfällig und auch andere Nomenklaturen erforderlich:

Rot - Rose, Lachs, Rotbraun Gelb - Crema, Ocker, Oliv Grün - Reseda, Tannengrün Blau - Bleu, Ultramarin

Magenta - Pink

Orange - Apricot, Braun Violett Lila, Flieder

2.3 **Farbwirkung**

Farbe als grundlegendes Gestaltungselement gibt dem Betrachter vielfältige Informationen und beeinflusst nicht nur die optische Erscheinung eines Objekts, sondern auch dessen Bedeutung für den Betrachter.

Entsprechend den jeweiligen Farbpräferenzen und kulturell geprägten Farb- und Formbedeutungen der Betrachter führt die Bewertung des Objekts zu Aussagen wie "gefällt mir" oder "gefällt mir nicht". Ein ästhetisches Erscheinungsbild ist weitgehend zweckfrei und durch Farbkontraste, -verhältnisse und -quantitäten geprägt.

Farbe kann durch ihren indikativen Charakter auf den Nutzwert und die Funktion eines Objekts verweisen, indem sie



4.4.9: Symbolische, gelernte Farbwirkung die Assoziationen weckt. Ein Postauto?

Auskunft über dessen visuelle Wertigkeit (Signalwirkung), den Zustand (heiß, kalt) oder die materiellen Eigenschaften (Holz, Stein, Metall) gibt.

Als Symbol vermittelt Farbe imaginäre Objektqualitäten. Sie verweist auf immaterielle Werte oder besitzt eine willkürliche symbolische Bedeutung (z.B. Gelb steht für Post) (Abb. 4.4.9).

Farbe ist Teil eines komplexen Kommunikationssystems. Sie vermittelt uns je nach Kontext der formalen, ästhetischen, indikativen, symbolischen und inhaltlichen Bezüge Informationen. Diese werden abhängig von der Wahrnehmungsfähigkeit, dem Erfahrungshintergrund und der mentalen Disposition des Betrachters unterschiedlich gewertet. Wichtige Faktoren sind z.B. Kultur, Bildung, Alter und Herkunft der betrachtenden Personen. Bei größeren Nutzergruppen existieren daher keine kollektiv übergeordneten Bedeutungsmuster. Somit ist für den einzelnen Betrachter ein breites Spektrum möglicher Wirkungsweisen von Raumqualität zu erwarten. Das sollte bei der Gestaltgebung berücksichtigt werden. Eine Farb-, Material- und Oberflächenauswahl mit breiter Akzeptanz (siehe 4.3 Farbergonomie) ist daher bei den Hauptflächen anzustreben. Charaktervoller und individueller können die Farben im Akzentbereich oder in temporär genutzten Erschließungszonen und Sozialbereichen gewählt werden. Ausweichmöglichkeiten in unterschiedliche Anmutungswelten einzelner Räume können z.B. in den "persönlichen Bereichen" gegeben werden.

Matrix Bedeutungsmuster

Natur

- Lichtverhältnisse (jahres-, tageszeitlich, geographisch), klimatische Bedingungen (Niederschläge, Jahreszeiten)
- Geographische Lage (kontinentale Lage, Nord, Süd), Landschaftsbild (topographische, aquatische Verhältnisse
- Umwelt (Bodenbeschaffenheit, Gestein), Fauna, Flora (Vegetation, Tier- und Pflanzenwelt)

Gesellschaft

- Sozale Dynamik(z. B. soziale Gruppenbildung)
- Subkulturelle Gruppierungen (z. B. Diffenzierungen)
- Öffentliche Ereignisse (Krisen, Konflikte)
- Trendanstöße u. -entwicklungen (mediale Einflüsse, Impulse, Innovationen)

Individuum

- Physiologisch (Konstitution, organische Funktionsfähigkeit, Endokrinologie)
- Anthropogene Eigenschaften (Erbanlagen, IQ, Alter, Geschlecht, Mentalität, Körperpigmentierung, Lernfähigkeit)
- Psychologisch
 (Psychische Verfassung, Lebensgefühl,
 Stimmung, Laune, Intuition,
 Assoziation)

Kultur

- Ethnologie / Tradition
 (Völkergeschichte, Sitten und Gebräuche, rituale, Mentalität, Lebensrythmus)
- Religion(z. B. Liturgie)
- Geschichte
 (z. B. historisch gesellschaftliche Entwicklung)
- Politik / Wirtschaft / Kunst
 (Wissenschaft, Technologisierungs-,
 Zivilisationsgrad, Lebensstandard,
 Bildungssystem, Erziehung, Beruf)
- Gesellschaft
 (Norm- u. Wertesysteme, sozialer
 Status)
- Zeitgeist Epoche (geistige Bewegungen, Kunstströmungen, Baustile)
- Moden / Trends(z. B. Avantgarde)



4.4.10: erfrischendes Grün empfängt und begleitet durch das Treppenhaus.

Bürogebäude Darmstadt, Fritsch+ Ruby 2004

2.4 Farbphänomene

Temperatur

Küller und Mikelides stellten 1989 fest, dass ein allgemeiner Zusammenhang zwischen Raumfarben und klimatischem Wohlbefinden durch experimentelle Untersuchungen nicht bestätigt werden kann. Nach Mikelides entsprechen die Temperatureinschätzungen sowohl in einem rot gestrichenen als auch in einem blau gestrichenen Raum weitgehend der realen Temperatur.

Allgemein werden Farbtöne zwischen Gelb und Rot mit "Wärme" assoziiert, zwischen Blau und Grün mit "Kälte". Daraus wird oft geschlossen, dass die Farbe eines Raums unser Wärmeempfinden beeinflusst.

Warme und kalte Farben scheinen zwar unsere Bewertung von Innenräumen zu beeinflussen, haben aber keinen Einfluss auf das tatsächliche Wohlbefinden. Das psychische Wohlbefinden allerdings wird sehr wohl von den assoziierten Eigenschaften einer Raumfarbe beeinflusst, in dem wir optisch kalte Räume in kühlen Gegenden als eher abweisend empfinden und warm wirkende Räume als behaglich und angenehm. Dementsprechend sollten Räume mit Nordausrichtung oder geringer Lichtdurchflutung eher mit warmen Farbnuancen gestaltet werden.

Orientierung

Farbe kann durch Unterstützung oder auch durch Überlagerung der Form Orientierung und Ordnung schaffen. Dieses Phänomen kann im Falle einer gezielten Wegeführung (Orientierung) durch unterschiedliche Raumqualitäten und -dimensionen nützlich sein. Orientierung und Sicherheit sind ein wichtiges Anliegen (Abb.4.4.10). Gegebenfalls muss die ästhetische Funktion der Farbe zugunsten der indikativen vernachlässigt werden. Bei Formenvielfalt kann eine neue Raumordnung durch die farbliche Zusammenführung der Formen stattfinden.

gung (Tarnung) gestaltet wird, führt zu Irritationen.

Gewicht

Farbe beeinflusst den Gewichtseindruck eines Objekts. Nach Untersuchungen von Warren und Flynn (1929), schätzen Probanden das Gewicht eines Würfels, der unterschiedliche Farben aufweist, von 1,6 kg bei Gelb bis zu 2,6 kg bei Schwarz. Die Farbwahl bei Möbeln kann daher zum Erreichen einer bestimmten Raumwirkung entscheidend sein.

In diesem Zusammenhang ist auch die Bedeutung der Farbe für die Statik zu nennen.

Helle, pastellfarbene Töne wirken zum Beispiel für Stützkonstruktionen, Unterzüge oder auch tragende Wände weniger stabil als dunkle gesättigte bis schwere Farbtöne.

Haptik

Synästhetische Farbphänomene bestehen aus addierten Anekdoten unseres Farbgedächtnisses. So können auch Überlagerungen oder Parallelitätsinduktionen von Tastsinn und Farberfahrung entstehen. Eine glänzende hellgraue Fläche suggeriert einen harten, kühlen, fast metallischen Griff, wobei eine beigefarbene matte Fläche an eine sandige, weichere und warme Oberfläche erinnert. Dieses Phänomen ist sowohl für Tischoberflächen wie auch für Wand- und Bodenbeläge von Bedeutung. Gezielt eingesetzt steigern diese gewohnten Erfahrungen das Wohlbefinden im Raum. Soll bewusst Unerwartetes begegnen, zum Beispiel eine thermoplastische Wand, so würde man diese nicht in kühler hochglänzender Oberflächenanmutung erwarten. Umso größer ist der Effekt, wenn die Wand weich und warm ist.

4.4.11: Kompakt wirkender Farb- Raumbegehbare Farbzone –Planungsgruppe Michel, Foto M. Duckek



4.4.12: Zeitorientierte Farbnuancen mit jeweils unterschiedlicher Eigenhelligkeit. Wohnhaus in Darmstadt 2003, Gestaltung M. Schlegel

2.5 Farbwirkung im Raum

Für die Farbwirkung im Raum gibt es keine allgemeingültigen Regeln. Der jeweilige Raum ist zu beurteilen. Wie ist das Verhältnis von Mauer zu Maueröffnung? Ist eine gleichmäßige, großzügige oder eher reduzierte Tageslichtmenge vorhanden? Wie sind die Raumproportionen, das heißt das Verhältnis von Höhe zu Breite und Länge? Der Raum kann als hoch, eng oder weit empfunden werden. Diese Empfindungen sind wiederum von unserer Statur selbst abhängig. So empfindet ein Kind einen Raum selbstverständlich anders als ein Erwachsener. Körpergröße, Gewohnheiten und der zeitliche Kontext prägen das individuelle Raumgefühl.

Wand

Nach Frieling (1974) ist die Wand primär für das Fühlen von besonderer Bedeutung. Eine Wand kann den Raum enger oder weiter, kühler oder wärmer erscheinen lassen. Hier ist die Farbwirkung der Grundfarben wie Rot, Gelb, Grün und Blau zu berücksichtigen (Abb. 4.4.11). Nach seiner Theorie (Farbperspektive) treten warme Farben und Farben hoher bis mittlerer Eigenhelligkeit von Weiß, Gelb, Gelborange bis

ligkeit von Weiß, Gelb, Gelborange bis Rot und Gelbgrün in den Vordergrund. Grünblau, Blau, Violett bis Schwarz öffnen den Raum und treten in den Hintergrund. Statische Farben wie Grau, Grün und Purpur verhalten sich "entfernungsneutral".

Aufgehellte oder graugetrübte Farben, die nicht durch die Eigenhelligkeit der Ursprungsfarbe beurteilt werden, zeigen sich deutlich nach der faktischen Oberflächenhelligkeit. So würde ein helles Oliv (Gelb graugetrübt) farbperspektivisch "vor" einem dunkleren Braun stehen.

Die Eigenhelligkeit der Farben, verantwortlich für "Licht und Finsternis", beeinflusst auch die Wirkung der Farbperspektive. So ist Orangerot und Grünblau die Schwelle für dunkel wirkende Farben im Raum. Sie können im Helligkeitswert mit einem mittleren Grau verglichen werden, wirken aber selbstverständlich anders (Abb. 4.4.12).

Prinzipiell ist die Farbperspektive nur im direkten Vergleich zu anderen Farbnuancen gültig. Das bedeutet, dass Blau z. B. farbperspektivisch nur im Vergleich zu Orange weiter entfernt wirkt. Die Vergleichswerte können über Wände, aber auch über Figuren oder Objekte geschaffen werden. Weiter ist die Farbperspektive im direkten Vergleich nur ablesbar bei Räumen gleicher Dimension (Abb. 4.4.12).

Wichtig sind die Kenntnisse der Farbperspektive zur Regulierung ungünstiger Raumproportionen. Hier kann gezielt einem Raum Höhe genommen oder auch gegeben werden. Bei nachträglich durch Trockenbau eingezogenen Wänden, die ursprünglich gut proportionierte Räume nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten teilen, kann der bewusste Einsatz der richtigen Farbnuance regulierend wirken.

Boden

Ähnlich vielschichtig wie bei der Wand verhält sich die Farbwirkung des Bodens. Hier ist die Materialwahl allerdings noch deutlich entscheidender als die Farbwahl. Da wir den Boden mit unseren Füßen betreten, sollte dieser ein Gefühl der Sicherheit auslösen. Eine weiße hochglänzend lackierte Bodenfläche verunsichert. Der Eindruck von Rutschgefahr kombiniert mit der Frage, ob der Boden beschmutzt oder verkratzt werden darf, tritt auf. Ein weißer matter Steinboden hingegen wirkt edel und zugleich trittsicher.

Starke Farbträger wie Rot oder Blau sind in ihrer Wirkung materialabhängig. Sie signalisieren eine außergewöhnliche Situation. Rote Hartbeläge oder Hochglanzbeschichtungen zum Beispiel wirken zuerst irritierend, wobei der "Rote Teppich" eine akzeptierte Größe ist.

Natürliche Materialien und Farben für den Fußboden sind zu empfehlen, da diese über gelernte und gewohnte Erfahrungen Sicherheit und somit Wohlbefinden Farbmanagement Farbe und Wirkung | 11

auslösen. Bei Bodenbelägen ist neben der Material- und Farbwahl auch das Muster von großer Bedeutung. So kann die Richtung des Laufens geführt oder gehemmt werden. Quer zur Laufrichtung angeordnete Streifen (z.B. Zebrastreifen) hemmen und verkürzen den Raum (Abb. 4.4.13 und 4.4.14).

Decke

Deckenfarben können drückend oder erweiternd wirken. Leicht und schwer sind hier geeignete Begriffe. Die Decke wirkt gegenüber der Wandfarbe leichter durch das Auftragen einer im Vergleich zur Wandfarbe helleren Tönung derselben oder einer anderen Farbnuance. Die Farbe der höchsten Eigenhelligkeit Gelb erscheint allerdings in reiner Form meist dominant und aufdringlich. Es ist auch zu berücksichtigen, dass die Decke in der Regel nicht oder nur gering natürlich belichtet wird. Die eigentlich gewählten Farbnuancen wirken in der Verschattung dunkler. So kann aus einem lichten Gelb schnell ein graugetrübtes Gelbgrün entstehen.

Ein helles leichtes Blau "öffnet" den Raum am stärksten. Dies wird durch die Assoziation mit dem Himmelserlebnis bewirkt. Grautöne erinnern an Gewitter und "drücken" den Raum. Grundsätzlich sind diese groben Faustregeln immer in Bezug auf die Raumhöhe und die Raumgröße zu betrachten.

Tabelle 4.4.1 zeigt Faustregeln zur Wirkung von Farben im Raum

3 Farbmanagement

Von Farbmanagement spricht man, wenn für einen Raum z. B. eine Modernisierung angestrebt und dafür etwas Neues inszeniert werden soll, um die formulierten Bedürfnisse durch gezielte Farbgestaltung zu erfüllen. Bei der Neuplanung werden Anforderungen gestellt, die von bewusst nutzerneutral bis hin zu prestigeorientiert ausfallen können.

Funktionales Farbmanagement spielt in allen Gestaltgebungsphasen eine Rolle und bedeutet, eine definierte Aufgabe durch Farb- und Materialauswahl zu erfüllen. Farbentscheidungen sind an Gestaltungsprinzipien gebunden, die uns erlauben, Farben – passend zu den Materialien – aus einem bestimmten Fundus auszuwählen.

Bei der Farbauswahl ist folgendes zu beachten (genauere Ausführung siehe Baustrukturanalyse 5.2):

- Funktion und Bedeutung des Raums,
 Zuordnung der Farbe zum Raum
- Wie ist das Verhältnis von Farbfunktion zu Farbbedeutung?
- Zuordnung der Farbe zur Form, Einfluss auf die Gestaltwirkung
- Farb-Material-Bezug, Einfluss der Farbe auf die Materialanmutung

Raumweiten und größer erscheinen lassen	– helle, leichte und durchsichtig wirkende Farbigkeit
Raum kleiner und kompakter erscheinen lassen	– dunkle, satte,warme Farben oder Strukturen
Raum höher erscheinen lassen	– helle und / oder glänzend-spiegelnde Oberflächen
Raum niedrig erscheinen lassen	– Decke dunkler halten als die Wände und den Boden
– Decke herunterziehen	
Wand ferner wirken lassen	– kühem Farbtöne mittlerer bis heller Farbigkeit
Wand näher wirken lassen	– laut, aktiven Farbigkeiten

Tabelle 4.4.1



4.4.13: Materialkontraste: Wand: Metallisch, hart, kalt und reflektierend in Horizontal- und Vertikalgliederung versus Boden: warm und weich wirkendes Holz. Richtungsweisende Gestaltelemente in Wand und Decke.

Vertriebs- u. Servicezentrum Diezingen, Barkow-Leibinger 2003



4.4.14: Der Rote Teppich ist "wegweisend" und symbolisch behaftet Sparkasse Münsterland, Live 22 USM 2003

Farbe und Wirkung | 12

- Umfeldvorgaben, Material, Landschaft, historischer und stilistischer Bezug
- Zuordnung der Farbe zur Epoche,
 Farbzyklen und Farbtrends
- Milieuspezifische Faktoren, gruppenspezifische Farbpräferenzen und -bedeutungen
- Kulturelle Faktoren im Hinblick auf die Farbbedeutung
- Psychologische Zuordnungen, individuelle Präferenzen, persönlicher
 Bezug zur Farbe
- Zuordnung der Farbe zu Assoziationsreihen

Semantisches Farbmanagement gewinnt in Zeiten der Definition von firmenspezifischen CI's und CD's immer mehr an Bedeutung. Die Farbe dient als Träger einer Botschaft, die allerdings zuvor gelernt und erkannt werden muss. Wenn das durch das zugehörige Marketing geschehen ist, schafft Farbe Identität und Unverwechselbarkeit. Diese festgelegte firmenspezifische Farbcodierung kann dann mehr oder weniger konsequent in den Raum übertragen werden.

3.1 Polaritätenprofile

Durch semantische Differentiale (Polaritätenprofile) lassen sich Bedürfnisse der Menschen, Anmutungen oder Gefühle etc. polar gegeneinander auftragen. So kann vor der Entwurfsarbeit als erster Schritt in einem "Fragebogen" die gewünschte Raumanforderung oder Wirkung ermittelt werden ohne dabei konkret über Farbe, Material oder Form zu sprechen. Ein Abfragen nach dieser Methode zwingt zum Nachdenken. Eine "zufällige" Aussage zur Gestaltung oder ein "zufälliges" Ergebnis der Gestaltung ist damit unwahrscheinlich. Es ist darauf zu achten, dass positive Begriffe verwendet werden. Über

diese Methode ist eine Einschränkung und Steuerung der Gestaltungsrichtungen möglich.

Polaritätenprofil zu Grundbedürfnissen der Menschen (Raumfunktion)

Alleinsein, selbständig - Geborgenheit, Gemeinschaft

Ruhe, Konstanz - Bewegung, Veränderung

Sicherheit, Freiheit, Fremdes

Polaritätenprofil zu Anmutungen

Leicht – schwer
Heiter – ernst
Weich – hart
Zufällig – geordnet
Traditionell – innovativ

3.2 Moodboards

Durch instrumentelle Farbentscheidungen versucht man zuerst, Eindrücke oder erwünschte Wirkungen über z.B. Polaritätenprofile zu definieren, um diese dann mit den entsprechenden Farben zu erfüllen. Es werden dazu so genannte "Moodboards" erstellt, die die gewünschte Raumanmutung / Wirkung visualisieren. Moodboards sind in der Entscheidungsphase zur Gestaltungsrichtung von hoher Bedeutung. Da Auftraggeber selten ihre Vorstellung der entgültigen Gestaltgebung oder Raumanmutung (falls eine existiert) in Worte fassen oder anders kommunizieren können, sind Entwerfer gut beraten vor der endgültigen Entwurfsplanung über Bildwelten Ideen oder Gestaltungsrichtungen zu präsentieren. Frei zusammengestellten Bildwelten (Moodboards) können in Verbindung mit Materialcollagen erste grobe Entscheidungen erleichtern. Sie können konkrete Hinweise auf Form, Farbe und Material enthalten. Trifft die collagenartige

Visualisierung den erwarteten Nutzertyp oder die angestrebte Anmutung, kann die Übersetzung in Raumentwurf, Material und Farbe beginnen.

Um die vorgegebenen Ziele der Raumwirkung zu erreichen, ist neben der klassischen Kontrastlehre und den funktionsorientierten Farbentscheidungen die Farbpsycholoie – mit deren Aussagen zu Farbwirkung – oder die Farbforschung – mit Aussagen zu Farbtrend, Farbzyklen und Farbpräferenzen – ausschlaggebend. Farbentscheidungen können immer nur im Rahmen des Gesamtsystems "Mensch – soziale Bindung – räumlich-materielle Umwelt" sinnvoll beurteilt werden.

4 Farbforschung

4.1 Farbzyklen

Über die Erfassung von Farbstimmungen, die Dokumentation einzelner Material- und Farbtypologien, die aus Trends hervorgingen und sich in den jeweiligen Epochen differenziert darstellen, lassen sich Farbzyklen nachweisen. Diese setzen sich in der Regel aus einem Farbspektrum, Oberflächen, Strukturen und gegebenenfalls auch Formsprachen innerhalb einer Phase zusammen. Jeder Zyklus besteht aus unterschiedlichen Gestaltphasen. Bis vor wenigen Jahren waren diese nur (sub)kulturell angelegt und es wurde lange Zeit zwischen Architekturund Modefarben differenziert. Heute sind Farbzyklen für Architekturfarbgebungen, Wohnwelten und Modefarben dokumentiert. Jeder Farbzyklus hat eine bestimmte Dauer und innerhalb einer Periode einen genormten Ablauf. Die Laufzeit einer Phase oder eines Zykluses ist themenabhängig. So liegen die Lebenszeiten für Modefarben und Schminktöne bei ca. 6 Monaten. Dekostoffe verlieren nach ca. 2 Jahren ihre Attraktivität. Die Laufzeiten von Küchen, Möbeln und Interiorwelten sind mit ca. 5 - 8 Jahre zu prognostizieren und Architekturstile währen ca. 15 Jahre. Modefarben entwickeln sich mittlerweile

Farbe und Wirkung | 13

- bis auf wenige tradierte regionale Farbentwicklungen – global und im Gleichschritt (Farbtrends). Sie werden beeinflusst durch Print- und Nonprintmedien. Durch Architektur- und Materialglobalisierung sehen wir dieses Phänomen zunehmend auch im Bereich der Farbgebung in Architektur- und Wohnwelt. Der Wandel kollektiver (sub)kultureller Farbpräferenzen macht deutlich, dass das Verhältnis zwischen Farbe und psychischem Wohlbefinden im zeitlichen Kontext zu bewerten ist. Das Wissen um Farb- und Materialtendenzen kann entscheidende

Vorteile bei der Gestaltgebung liefern.

schließlich Farbtrends unterworfen ist,

aber aktuelle Farben und Materialien sind

entscheidend für eine zeitgemäße Raumin-

Nicht dass Büroraumgestaltung aus-

Farbzyklen bzw. Farb- und Materialtrends für die Interiorwelten werden in Zukunft wesentlich schneller und mehrspuriger ablesbar sein.

4.2 Farbtrends

terpretation.

Begriffsklärung:

Die etymologische Bedeutung des englischen Wortes Trend bedeutet Verlauf, Tendenz, Richtung einer Bewegung oder Entwicklung. Zu dem Begriff Trend existieren heute zwei grundsätzliche Auffassungen: die klassische und moderne Wortinterpretation.

Nach der klassischen Auffassung werden Trends als individuelle und gesellschaftliche Entwicklungstendenzen beschrieben, von denen wir früher oder später direkt oder indirekt betroffen sind. Trends dürfen nach der klassischen Auffassung nicht mit Modewellen oder Zeitgeistströmungen verwechselt werden. Trends werden hier nicht als schnelllebig, sondern als zähflüssig definiert. Diese Definition ist gleichbedeutend mit der etymologischen Sichtweise und findet so auch Verwendung in der Statistik.

Entsprechend lautet die Schlussfolgerung

nach Naisbitts Buch "Megatrends": "Trends sind große weltumspannende sozio-ökonomische oder strukturelle Prozesse, die wir als Individuen weder beeinflussen noch ändern können."

Im umgangssprachlichen Gebrauch wird eher die moderne Trendauffassung angesprochen. Hier darf man von einer Wertepyramide (nach Horx) ausgehen, an deren Spitze ein Trend, eine Begebenheit von mittelfristiger bis kurzfristiger Lebensdauer auszumachen ist. Trends sind Werteverschiebungen mit hoher Eigendynamik. Sie sind in vielen Bereichen greif- und lokalisierbar. Als Trends werden auch Verknüpfungen elementarer Bezugsobjekte bezeichnet. Es handelt sich hierbei zum Beispiel um assoziative Neuverknüpfungen, die unter anderem von der Industrie geschaffen werden können. Das aber nur unter der Voraussetzung, dass diese sich in bereits vorhandene Wahrnehmungsmuster des Verbrauchers einfügen lassen.

Trends bauen also immer auf vorhandene (Trends) auf. Sie sind als Weiterentwicklung, als kreative Protestbewegung gegen das Status Quo zu bezeichnen. Trends wollen nicht unbedingt eine Wahrheit vermitteln, sondern vielmehr eine Zukunftsidee, eine Vision.

Das spezifische Thema der Farbe oder der Farbgebung ist hierbei nur ein Parameter, der aber eine nicht zu unterschätzende Wirkung besitzt. Farbe kann somit als ein Ausdrucksmittel von Trendorientierung verstanden werden. Abwechslung und Veränderung sind ein menschliches Grundbedürfnis und so sind Trendfarben das Ergebnis eines kollektiven Farbwechselwunsches. Trendfarben sind zeichenhafter Ausdruck unterschiedlicher vorherrschender "Orientierungen", die in erster Linie dazu dienen, Zugehörigkeit zu einer idealisierten Benutzergruppe zu demonstrieren, die den Zeitgeist repräsentiert. Diese Orientierungen werden nicht selten über (die) Medien geprägt. Farbtrends, die immer als Farbkombinationen auftreten, stehen in enger Wechselbeziehung zu Oberfläche, Struktur und Form.

Um Prognosen zu Farbtrends festzuschreiben (zu entwickeln), ist eine ganzheitliche Betrachtung von Farbzyklen und vom Wandel kollektiver Farbpräferenzen unumgänglich. Der Focus auf die Vergangenheit, weil hier bestimmte Entwicklungen zur Überdrusshaltung geführt haben, ist genauso wichtig wie der Focus auf die Gegenwart, weil in dieser Trends existieren. Diese wiederum werden die Trends von morgen beeinflussen. In der Gegenwart findet dann das sogenannte Trendscouting statt. Das Institute International Trendscouting (IIT) - Farbe an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) in Hildesheim beschäftigt sich mit diesen Themen. Hier werden internationale Farbtrends in Bezug auf Mode, Objekt und Architektur beobachtet, identifiziert und dokumentiert. Aus diesen Erkenntnissen heraus werden dann für Handel und Industrie neue Farb- und Materialtrends entwickelt.

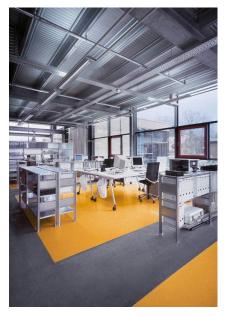


Bild 4.4.15: Die Art der Bodengestaltung kann Räume zonieren. Naturkautschuk Nora, Büro 3Plan

Farbe im Sozialbereich Farbe und Wirkung | 14

Trends oder sich daraus entwickelnde Megatrends sind weitgehend branchenund produktübergreifend und besitzen eine bestimmte Lebensdauer (Phase innerhalb eines Zykluses). Innerhalb dieser Lebensdauer unterliegen Trends im Wesentlichen folgender Dynamik: Nach einer Animationsphase, in der sich ein Trend am Markt durchsetzt, tritt die Plateauphase ein. Hier steigt die Verbreitung und Akzeptanz bis zum Höhepunkt / Wendepunkt, an dem die Akzeptanz bereits wieder abnimmt. In der Abflachungsphase entsteht bereits ein neuer Ansatz.

Farben, Materialien und Strukturen sind voneinander abhängig und ergeben erst in der Wechselbeziehung eine schlüssige Identität.

Mit zunehmender Häufigkeit ist zu beobachten, wie Farbstimmungen der schnelllebigen Mode- und Werbeindustrie in den Bereich des Innenraum-Designs übernommen werden. Dieses Phänomen ist primär in Bars, Lounges, Boutiquen oder Agenturräumen der Medienindustrie zu beobachten (Abb.4.4.15).

4.3 Farbergonomie

Ergonomie ist die Wissenschaft von der Anpassung der Arbeitsbedingungen an den Menschen. Im Zusammenhang mit Farbe und Oberfläche geht es darum visuelle Belastungen zu vermeiden. Visuelle Überbeanspruchung kann zur Einschränkung der Konzentrationsfähigkeit führen.

Die Farb-Erregungs-Hypothese (Kühner 1979) sagt, dass intensive, starkbunte Farben – unabhängig vom Farbton – sowie hohe formale und farbliche visuelle Komplexität generell physiologisch anregend wirken. Ist die Komplexität oder Kontrastinterpretation zu stark, kann dies nach einiger Zeit zur Ermüdung führen. Vergleicht man die Wirkung unterschiedlicher Farbtöne gleicher Intensität, zeigt sich, dass Rot stärker aktiviert als Blau. Schwachbunte Farbtöne wie Grau haben

eine gegensätzliche Wirkung. In einem Raum, in dem mit höchster Konzentration gearbeitet wird, sollten Blicke gezielt und diszipliniert geführt und auch über Wandöffnungen nicht zuviel Ablenkung geboten werden. Material und Farboberflächen sind hierbei ein wesentlicher Faktor, um diese Anforderungen zu erfüllen.

Blendreflexe der Tisch- und Wandoberflächen müssen vermieden werden. Ihr Glanzgrad darf höchstens halbmatt bis seidenmatt sein. Der Reflexionsgrad der Fläche muss zwischen 15 und 75 % liegen, wobei Werte in einer Größenordnung von 20 bis 50 % von der "EU-Richtlinie für Bildschirmarbeitsplätze" empfohlen werden. Für die Bestimmung der Reflexion der Oberflächen gilt DIN 5036 Teil 3. Diese Norm ist zu erfüllen, wenn sich die Möbeloberflächen im Hauptarbeitsbereich und somit im Gesichtsfeld des Benutzers befinden.

Tischplatten sollten in mittlerer Grauoder Holz-Helligkeit gewählt werden. Hier ist der Kontrast zu weißem Papier ausreichend stark. Dunklere Tischplatten lassen das Auge aufgrund des starken hell-dunkel Kontrastes schneller ermüden.

Ergonomische Farben z. B. sind mittelwertige Farben mit großer Nachfarbenneutralität (Sukzessivkontrast).

Ergonomische Farbkonzepte gehen auch auf die Humanfaktoren und die natürlichen Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Menschen ein.

Die Farbergonomie entwickelt – basierend auf farbphysiologischen, -psychologischen und -ästhetischen Gesichtspunkten – emotionale Kriterien und schließt somit die Lücke zwischen Funktion und Emotion.

Bei der Bürogestaltgebung sind Farbtöne mit großer Kollektivakzeptanz zu wählen. Diese entsprechen meist der traditionellen Wertvorstellung von Behaglichkeit und Beständigkeit. Hierzu sind vor allem Farbnuancen um Hellbraun, Beige und Gelbtönungen zu nennen. Diese werden kombiniert mit zeitgemäßen Materialien sowie Farbnuancen oder Farbtönen mit hoher Individualakzeptanz. Dies sind im Wesentlichen die emotionsbestimmten Kriterien der Farbergonomie.

Die Farben sollten die haptischen Eigenschaften des jeweiligen Materials

unterstreichen.

So wird jeweils für unterschiedliche Anwendungsbereiche ein Farb- und Materialspektrum entwickelt, indem die ergonomischen Farben einen Kern und somit die Hauptfarben bilden. Diese eignen sich im Raum für die Gestaltgebung von Arbeitsflächen oder großflächigen Elementen. Um diesen Kern der "mittelwertigen Farbigkeit" addieren sich eine Gruppe von Akzentfarben wie auch eine Gruppe von weißnahen Flächenfarben.

5 Farbe (Sozialbereich)

5.1 Anwendungsbereiche

Am Beispiel Farbe – Sozialbereich sollen spezifische Eckdaten zur Innenraumgestaltung angesprochen werden. In diesem Anwendungsgebiet wird mit höchster Sensibilität gestaltet, daher steht dieser Themenkomplex an der Stelle vertretend für nahezu alle Anwendungen der Farbgebung für Innenräume. Der Begriff "sozial" stammt aus dem lateinischen und bedeutet laut Duden:

- Die menschliche Gesellschaft, Gemeinschaft betreffend, gesellschaftlich oder gemeinnützig
- Das Gemeinwohl betreffend, der Allgemeinheit nutzend
- Auf das Wohl der Allgemeinheit bedacht, menschlich, wohltätig
- Gesellig lebend (von Tieren...)

Im wesentlichen sind sämtliche von Menschen zum Leben und Arbeiten genutzten Innenräume unter dem Focus "sozialer Farbe im Sozialbereich Farbe und Wirkung | 15

Räume zu betrachten. Spezifische Bauten des Sozialbereiches sind:

- Bauten des Bildungswesens
- Bauten des Gesundheitswesens
- Bauten des Alters

Betrachtung der Nutzergruppen:
Es handelt sich bei den o.g. Nutzergruppen um schutz- oder unterstützungsbedürftige Menschen, die "temporär" in diesen Bauten leben. Sie stehen im Mittelpunkt der Betrachtung, da der bewusste Einsatz von Farbigkeit den Entwicklungs- oder Genesungsprozess beschleunigen kann. Weitere Nutzer dieser Bauten sind Besucher und Personal. Den Besuchern ist, wie den Hauptnutzern selbst, ein Maximum an Wohlbefinden und Sicherheit zu gewährleisten, zum Beispiel durch gute Orientierungshilfen.

Für die Betrachtung des Personals könnte eine Einteilung zum Thema Farbe am Arbeitsplatz stattfinden. Das Personal ist die Nutzergruppe die sich unter anderen Vorzeichen in diesen Gebäuden aufhält.

5.2 Baustrukturanalyse

Zur individuellen Bau- und Raumgestaltung ist eine intensive Auseinandersetzung mit Raumnutzer, deren körperlicher Verfassung, der Körpergröße und ihrem Alter unumgänglich. Weitere Fragen zur angestrebten Wirkung oder zur Funktion der Räume (Farbmanagement, Farbergonomie) müssen im Vorfeld besprochen werden. Neben der Tatsache, dass die präzise Hinterfragung mit verantwortungsbewusstem und professionellem Gestalten zu tun hat, klären sich viele gestalterische

Möglichkeiten vorab. Eine Beliebigkeit der Gestaltung und persönliche Präferenzen des Gestaltgebers werden somit weitgehend ausgeschlossen.

Folgende Gestaltungsansätze sind zu prüfen auf:

- Grundsätze der Formalästhetik in Bezug auf Mensch und Umwelt
- Material-, Farb-, Formkontraste -Harmonie
- Farbperspektive, -wirkung,-psychologie
- Farbergonomie, -management,-marketing
- Farbzyklen, -trend

ANALYSE 1_

Erster Eindruck	- Äußerung spontaner subjektiver Empfindung, Wirkung und Reaktion	
Baudaten, Baustil	– Architekt, Bezeichnung des Baus	
	- Stilepoche, Bauzeit	
	– Art und Zweck des Baus, Besitzer	
Bauweise	– Skelettbau (Holz, Stahl, Stahlbeton, Stein)	
	- Massivbau (Natur- oder Kunststein)	
Wegeführung Raum, Wirkung	- Raumerschließung	
	– Art der Wegeführung, geordnet, logisch etc.	
	- Bewegt, dynamisch, ruhend, statisch etc.	
	– Dominierende Richtungen, Beziehungen	
	- Raumkontinuum, Raumverbindungen	
Formaler architektonischer	- Räumliche Ausrichtung, Süden, Osten etc. (einrücken)	
Bestand,	– Raumgröße, -form, -proportion, -wirkung	
Raumanalyse	– Raumverbindung	
(nach Raumabfolge)	– Wand – Rangordnung, Abfolge	
	- Raumstilistik	
Funktionale Analyse Raum	– Raumfunktion, -inhalt, -anforderungen	
	- Nutzergruppen - mögliche Hierarchieangaben	
Architektonische Elemente,	– Baumaterialien (Holz, Stein, Metall, Putz etc.)	
Gegebene Materialien,	- Bauelemente (konstruktiv, dekorativ, funktional) Wand, Stütze, Dach, Tür, Fenster, Treppe	
Zu gestaltende Flächen	– Boden, Heizkörper, Einbauten	
	– Raumakustik, -luft	
Wandgliederung	– Symmetrisch, gereiht, horizontal, flächig etc.	
	- Räumlich, mehrschichtig (Loggien, Arkaden)	
Wandöffnungen, Licht	– Verhältnis Mauer zu Maueröffnung	
	- Raumbelichtung, -beleuchtung	
Zusammenwirken der	- Dominierende Richtungen	
Gestaltmittel	- Ordnungsstrukturen (Reihung, Streuung, freier Rhythmus etc.)	

Farsadengestaltung Farbe und Wirkung | 16

6 Fassadengestaltung

6.1 Gebäude - Wertigkeit

Ein Wert kann in Zahlen oder Zeichen ausgedrückt werden und ist das Ergebnis einer Messung oder Untersuchung. Steht der ermittelte Zahlenwert in Zusammenhang mit finanziellen Themen, so ist ein Geldwert gemeint. Dieser gibt in einem bestimmten Kulturraum die Dimension des finanziellen (Markt-)Wertes des untersuchten Objektes an. Neben finanziellen Kriterien kann einem Objekt eine an einem ethischen Maßstab gemessene Wichtigkeit zugeordnet werden. "Werte" sind also Dinge von hohem materiellen, ideellen oder künstlerischen Wert. Eine "Bewertung" bedeutet, diese materiellen, ideellen oder künstlerischen Werte nach Qualität und Wichtigkeit einzuschätzen. Das setzt voraus, dass diejenigen, die eine Bewertung abgeben von vergleichbaren "Wertvorstellungen" ausgehen.

Doch eben diese Wertvorstellung, die für eine vergleichbare Bewertung der Wahrnehmungsobjekte so wichtig wäre, ist bei Menschen unterschiedlich gelagert. Die Bewertungsschlüssel sind nicht einheitlich. Bei der Entwicklung von Bedeutungsmustern, die für spätere Bewertungen ausschlaggebend sind, handelt es sich um Lern- und Erfahrungsvorgänge, u.a. im Sinne der Konditionierung (Ausbildung bedingter Reaktionen). Menschen empfinden Wahrnehmungsobjekte je nach Individuum, soziokulturellen und geospezifischen Einflüssen unterschiedlich. So sind (zum Glück) keine kollektiv übergeordneten Farb-, Material- und Formwirkungen nachzuweisen. Das hat zur Folge, dass Gestaltgebungen immer nur bei einem Teil der Betrachter deren "Geschmackspräferenz" trifft.

6.2 Wohn-Gebäude

Wohn-Gebäude sind funktional betrachtet Bauwerke, die aus einer Außenhaut (Fassade) und einem Innenraum bestehen.
Sie sind zum Wohnen bestimmt. Wohnen heißt laut Duden: "seinen ständigen
Aufenthalt haben". Doch dieser Begriff passt heute nicht mehr ganz. Die gesellschaftlichen Veränderungen beeinflussen Funktion und Qualität der Wohnwelten in unserem Kulturraum. Der Begriff "ständig" ist heute temporär beschränkt. Im Durchschnitt wechselt heute ein Erwerbstätiger bis zu seinem

50. Lebensjahr 3 mal seinen Wohnsitz. Die Qualität des Wohnortes gewinnt dabei in den letzten Jahren weiter an Bedeutung und ist mit ausschlaggebend für eine positive Entscheidung zur Wohnortwahl. "Qualität" ist abhängig vom Standort und von der Wirkung eines Bauwerks. Die Wirkung des Bauwerks wiederum ist von Form, Material und Farbe der Fassade sowie des Innenraumes abhängig. Eine "optische Aufwertung" zu erreichen, muss ein Ziel sein.

Diese Tendenz ist mit dem Klassizismus vergleichbar. Damals hatte man aus der Referenz zu antiken Vorbildern kein Geheimnis gemacht. Durch bildhafte Assoziationen wurde versucht, Fassaden und Innenräume der Gebäude aufzuwerten. Anleihen aus einem fremden kulturellen Umfeld schienen kein Problem zu sein. Zwischenzeitlich hat sich allerdings - orientiert an Adolf Loos Aussage: "Ornament als Verbrechen" - eine schlichte und rein funktionsorientierte Architektur durchgesetzt. Bis zum Überdruss werden wir visuell "vergewaltigt" durch weiße nichts sagende Siedlungsbauten. Nichtfarbe und Materialglobalisierung führen schlussendlich zu visueller Umweltverschmutzung. Wenn Farbe allerdings im Übermaß und beliebig eingesetzt wird, geschieht dies allerdings ebenso.

Schmucklose Fassaden als Maß aller Dinge sollen, zumindest für eine Gestaltungsepoche, der Vergangenheit angehören. Wohnwert- und Architekturqualitätssteigerung durch gezielte und bewusste Gestaltgebung und durch eine vielschichtige Material- und Oberflächengestaltung werden angestrebt.

6.3 Fassade

Eine Fassade ist die Grenze zwischen zwei physischen Räumen. Sie ist die Außenhaut eines Innenraumes und zeitgleich raumdefinierende Oberfläche eines Außenraumes

Eine Oberfläche ist laut Duden die Gesamtheit der einen Körper (von außen) begrenzenden Fläche und kann somit glatt, rau oder auch strukturiert sein. Übersetzt ins Englische bedeutet Oberfläche surface. Das Wort impliziert im Gegensatz zur deutschen Sprache mehr Emotionalität und nimmt auch Bezug auf einen Charakterzug, denn immerhin wird mit dem Begriff des Gesichtes gearbeitet. Ein Gesicht hat eine eigene Geschichte, einen eigenen Charakter und vor allem einen emotionalen Ausdruck. Die Fassade ist das Gesicht eines Gebäudes mit eigenem Charakter und damit das Abbild einer bewussten oder unbewussten Mitteilungsabsicht.

"Farbige" Oberflächenstrukturen (Materialeigenfarbe oder applizierte Farbe) stellen in Kontrast zu monochromen Flächen ein schier unendliches Spektrum zur Gestaltung von Raumcharakteren dar.

6.5 Raum- Ort Analyse 1

Raum entsteht durch die Begrenzung gebauter Hüllen. "Hüllen" mit raumdefinierenden Oberflächen gestalten und prägen durch ihre Qualität (Form, Farbe, Material) Orte.

Der Ort ist ein definierter bestimmter Raum. Orte kennzeichnen sich durch ihre spezifische Identität. Diese entsteht durch ein Wechselspiel von Farbe, Oberfläche und Licht. Ort und Ortsidentität sind für den Mensch wesentlich mit der entsprechenden Material-Farbigkeit verbunden. Die Verwendung von in der Region typischer Materialien (Stein, Erde, Putz etc.) wirkt gewachsen und natürlich. Dadurch wird eine Ortsidentität und ein

Farsadengestaltung Farbe und Wirkung | 17

Ortscharakter geschaffen. Prinzipiell ist vor jeder Gestaltgebung eine Analyse des städtebaulichen Kontextes und der städtebaulichen Baustruktur durchzuführen.

ANALYSE 1

Ort, Typ, Charakter	– Name, Größe, Geschichte
	– Lage, Topographie
Baulich-räumlicher Zusammenhang	– Analyse der Gesamtarchitektur
	– Achsen, Plätze, Zentren
	– Erschließung
Straßen- und Platzcharakter	– Verlauf, Bebauungsdichte, Gruppenbildung
	– Dimension der Baukörper, Proportionen
	– Straßenbild, Orientierungspunkte etc.
	– Platzsituation, Versammlungsmöglichkeiten
Verkehr	– Öffentlich, individuell, Fußgänger
Architektur	- Baustile
	– Material und Farbe
Vegetation	– Grünanlagen
	– Bäume
Licht, Orientierung	- Beleuchtung
	– Informationsträger

6.6 Baustrukturanalyse

Sind die wesentlichen städtebaulichen Eckdaten erfasst, kann man sich dem Bau selbst widmen. Auch hier findet zuerst eine analytische Bestandsaufnahme statt. Dabei wird auch geprüft in welchem Zusammenhang das zu gestaltende Gebäude zum städtebaulichen Kontext steht. Das Ziel der Gebäudegestaltung, die Erwartungen der Bauherren oder besser noch der Nutzer (sofern diese bekannt sind), sind rechtzeitig zu berücksichtigen. Aber was erwartet die Gesellschaft von zeitgemäßer Architekturinterpretation? Der umbaute Raum dient als Multiplikator der Sinneswahrnehmung, als Träger von Botschaften und als Dienstleister. Architektur wird verstanden als Kommunikation zwischen gebauter Umwelt und Mensch. Für Gestaltgeber ist dementsprechend zwischen städtebaulichen Gesichtspunkten, strategischen Marketingüberlegungen, Material- und Farbtrends und formalästhetischen Gesetzgebungen zu vermitteln.

"Architekturdesign" ist vielleicht eine treffende Beschreibung zukünftiger Aufgaben für Gestaltgeber. Fakt ist, dass zunehmend eine Architektur auftaucht, deren formale Qualität für eine breite Öffentlichkeit diskutabel erscheint und das,

ANALYSE 2_

Erster Eindruck	– Äußerung spontaner subjektiver Empfindung,
	Wirkung und Reaktion
Baudaten, Baustil	– Architekt, Bezeichnung des Baus
	– Stilepoche, Bauzeit
	– Art und Zweck des Baus
Bauweise	– Skelettbau (Holz, Stahl, Stahlbeton, Stein)
	– Massivbau (Natur- oder Kunststein)
Baukörper, Wirkung	– Art des Baukörpers
	– Bewegt, dynamisch, ruhend, statisch
	– Groß, klein, offen, geschlossen etc.
Formaler architektonischer	– Ausdehnung, Proportion, Körpergrenzen
Bestand	– Material, Oberfläche, Farbe
	– Körperausrichtung
	– Beziehung zur Umgebung
Architektonischen Elemente	– Baumaterialien (Holz, Stein, Metall, Putz, Glas, etc.)
	– Bauelemente (konstruktiv, dekorativ, funktional)
	Wand, Stütze, Dach, Tür, Fenster, Treppe
Wandgliederung	– Symmetrisch, gereiht, horizontal, flächig etc.
	– Räumlich, mehrschichtig (Loggien, Arkaden)
Wandöffnungen	– Verhältnis Mauer zu Maueröffnung
Zusammenwirken der Gestaltmittel	– Dominierende Richtungen
	– Ordnungsstrukturen
	(Reihung, Streuung, freier Rhythmus etc.)



4.4.16: Dynamisch steuerbare Lichtfarben und entsprechende Wandreflektionen erzeugen Farb-Raum Stimmungen. Farb-Licht Installation, Full Scale Modelling DAM-Frankfurt 2003, L.Oberascher + M. Schlegel



4.4.17: Corporate Identity als Idendifikationsstifter für Architektur und Unternehmen. Festo 2003

ohne dass eklatante Missverständnisse gegenüber der Fachwelt entstehen. Stellt sich die Frage: Was ist im Vergleich zu früher anders, was lässt die Gebäudeentwürfe populär werden? Die neuen Gestaltungsansätze und "richtungsweisenden Entwürfe" (z.B. von Herzog & de Meuron) schaffen den Brückenschlag zwischen Fachwelt und dem/der Mann/Frau auf der Straße, weil sie nicht nur Konstruktionen sind und haben - sie sind Design.

7 Architektur und Farbe als Marketingfaktor

Ein Büro zum Beispiel kann als Multiplikator der Sinneswahrnehmung fungieren und somit auch Träger von Botschaften sein. Die Gestaltgebung wird sich auf die Flexibilisierung einstellen müssen und Teil eines kreativen Kommunikationskonzeptes sein. Die logische Konsequenz ist, dass die Bürogestaltung der Zukunft nicht mehr einfach durch technische Funktionsansprüche geprägt sein darf.

Zum Beispiel könnten temporär genutzte Zonen oder Sozialbereiche im Hinblick auf durch intelligente Steuerungssysteme individuell, dynamisch oder situationsbezogen gestaltet werden. So würden Lichtfarben und darauf abgestimmt reflektierende oder stark absorbierende Oberflächen einen unerwarteten, sich immer wieder verändernden Raumeindruck erzeugen. Dies könnte über ein einfaches Bus-Steuerungssystem eines allen Mitarbeitern zugänglichen Terminals erreicht werden. Dadurch würden Mitarbeiter zum aktiven Handeln aufgefordert. Flächenlautsprecher, die unsichtbar in

die Wand eingearbeitet sind, lassen die Nutzer von Raum zu Raum miteinander kommunizieren. Kommunikation und Identifikation entstehen durch bewusste und aktive Gestaltgebung des Raums durch den Nutzer. (Abb. 4.4.16)

Wird Architektur mit Farbe als Marketingfaktor begriffen, stellt sich den Planern die Frage, ob und wie stark der Raum der Bauzeit, des Baustils oder dem Inhalt entsprechend interpretiert werden soll. Farb- und Materialzyklen, die ein Zeitzeichen darstellen und somit einen Anmutungscharakter prägen, stehen im Gegensatz zu einer weitgehend zeitlosen neutralen Fassung. Dass durch eine bewusste und dabei stimmige Gestaltgebung Image, Kommunikation, Wohlbefinden und Identifikation der Mitarbeiter gesteigert werden kann, ist unbestritten. Voraussetzung dazu ist eine bestmögliche Koexistenz innerer und äußerer Form- und Materialsprache. Die Berücksichtigung farbergonomischer, -psychologischer und -physiologischer Gesichtspunkte (Kollektiv- und Individualpräferenzen) ist wichtiq. Firmenspezifische Farbigkeiten und zeitorientierte Form-, Farb- und Materialtendenzen fließen meist bei der Büroplanung mit ein. Wenn alle diese Faktoren subtil und gekonnt im zu planenden Bau kombiniert werden, wirkt sich dies direkt auf die Produktivleistung und Marktwahrnehmung des jeweiligen Betriebes aus. Zum Erreichen dieses Ziels kann Farbe als Dienstleister verstanden werden.

Als Identifikationsstifter eignet sich Farbe und Material für folgende Bereiche: (Abb. 4.4.17)

- Böden
- Möbel
- Schrankwände
- Flure
- Sozialbereiche etc.

Als Kommunikationselemente dienen Farbe und Material in:

- dynamischen Bereichen
- modularen Bereichen
- temporäre genutzten Zonen
- Sozialbereichen

Individualpräferenzen bei der Farbwahl lassen sich umsetzen bei:

- Biirostiihlen
- Pinnwänden
- Akzentelementen
- Bildgraphiken

Schluss mit Schlicht Farbe und Wirkung | 19

8 Schluss mit Schlicht

Nach einer Studie des Institute International Trendscouting (IIT) Hildesheim zum Thema Entwicklung von Interior-Anmutungswelten werden opulent-prunkvolle Dessins spartanisch schlichte Elemente verdrängen. Der strenge und teils kalte Minimalismus, der noch zu Beginn des Jahrtausends Wohn- und Arbeitswelten prägte, wird zunehmend von üppigen floralen Dessins und Ornamenten als Intarsien im Boden oder an der Wand verdrängt werden.

Hier werden sich voraussichtlich in den Jahren 2006 und 2007 im Rahmen der Material-, Farb- und Formenzyklen Veränderungen einstellen. Unter Stichworten wie Laptopisierung (Home Office) oder Nesting, in dem das Zuhause zum Mini-Büro wird und hier die physische und virtuelle Realität miteinander verschmilzt, verliert die Technik an Objektcharakter. Sie wird sich der Revitalisierung von traditionellen Dekoren, Leuchten und Klunker im Sinne der Wohnbühne unterordnen müssen.

Die Informations- und Dienstleistungsgesellschaft befindet sich laut der Studie "Office 21" gewaltig auf dem Vormarsch. Bereits 1999 befanden sich nur 32 % der Erwerbstätigen (Mittelwert) am eigenen Arbeitsplatz. Sowohl das Home Office wie auch die Meetingpoints und Sozialbereiche der Arbeitswelten werden an Bedeutung gewinnen. Die Aspekte "Behaglichkeit" und "Wohnlichkeit" sind unausweichliche Gestaltungsparameter der zukünftigen Bürowelten (Abb. 4.4.18). Erzeugt und inspiriert werden diese (laut Studie des IIT-Hildesheim) durch z. B. plüschiges Design des 19. Jahrhunderts, orientalische Ornamentik vergangener Zeiten und asiatische Einflüsse. Gestaltparameter unterschiedlicher Kulturen werden im Kontrast zu DIN-genormten funktionalen Arbeitszonen stehen. Die durch Form und Farbe unterstützten eigenständigen Denk- und Kommunikationszonen werden



4.4.18: Wohnlichkeit interpretiert durch zeitorientieretes Design und raumhohe Vorhänge stehen in Kontrast zu sachlichen Büromöbeln. Ein kreatives Spannungsfeld entsteht.

Sparkasse Münsterland Live 22 USM 2004

bewusst betreten und verlassen werden. Sie sind mehr oder weniger stark ausgeprägt und gestaltet.

Diese Bereiche werden die Keimzellen der kreativen Ideen und der konstruktiven Gespräche werden. Das Wohlfühlen und Sichgeborgenfühlen schafft Vertrauen und fördert somit die Kommunikation.

Nach dem Prinzip "Schluss mit Schlicht" wird anfangs eine überbordende Expressivität durch Farben und Formen anzutreffen sein. Bald wird aber den Gestaltern der Spagat zwischen Minimalismus und neuer Ornamentik gelingen, der durch Farb-, Licht-, Material- und Oberflächenerlebnisse erzeugt wird.

Auch diese Epoche wird später ein Bestandteil der Dokumentation von Farb- und Materialzyklen sein. Beeinflusst durch Medien, Mode, Globalisierung und einen Stilmix vergangener Zeiten und Kulturen prägt der aktuelle Zeitabschnitt Design und Raumgestaltung. Vergleichbar zur Musikszene wird durch eine Verflechtung unterschiedlicher ethnischer Einflüsse mit klassischen Rhythmen eine Weiter- und Gegenentwicklung des Status

Quo zu einem neuen Klangspiel festgeschrieben.

Einen so strengen, beinahe kalten Minimalismus wie in den 1990er Jahren wird es wohl länger nicht mehr geben.