

Kampagne SEHEN LERNEN: Entwurf für SEHSTATION ermittelt

Gelsenkirchen, den 23. Januar 2008

Nach den Entwürfen des Augsburger Architekten Andy Brauneis werden ab Mitte dieses Jahres mobile SEHSTATIONEN in ausgewählten Städten Nordrhein-Westfalens errichtet. Als temporäre Architekturen helfen sie den Menschen, den Blick auf Gelungenes und Misslungenes in der gebauten Umwelt zu richten. Über die Stationen wird erlebbar, wie und warum wir uns an manchen Orten wohl fühlen und an manchen nicht, warum wir bestimmte Orte aufsuchen und wiederum andere meiden. Die SEHSTATIONEN sind Teil der Kampagne SEHEN LERNEN, die im Rahmen der Landesinitiative Stadtbaukultur entwickelt wurde. Das Projekt wird gefördert vom Ministerium für Bauen und Verkehr NRW.

SEHEN LERNEN: Kampagne und Zukunftsaufgabe

Den Stadtraum bewusst wahrnehmen und lernen, was gute Baukultur für ein positives Lebensgefühl in einer Stadt bedeutet - das ist Ziel der Kampagne SEHEN LERNEN in Nordrhein-Westfalen. Die SEHSTATIONEN sind ein wichtiger Baustein in der Kampagne. Andy Brauneis, der bereits die Kulturpalette auf dem Augsburger Rathausplatz zur Kulturhauptstadt-Bewerbung entwickelte, wird mit seiner begehbaren SEHSTATION eine neue Begegnung mit dem Stadtraum provozieren. Der Blick wird auf spezifische Orte fokussiert, diese werden aus ihrer Alltäglichkeit herausgehoben. Sie werden zu einem Motiv, das bewusst wahrgenommen und interpretiert wird.

Kontakt:

Anette Kolkau
Europäisches Haus der Stadtkultur e.V.
Leithestr. 33
45886 Gelsenkirchen
Tel.: 0209/319 81-22
Fax: 0209/319 81-11
presse@stadtbaukultur.nrw.de
www.stadtbaukultur.nrw.de

Der Siegerentwurf

15 Meter lang ist die begehbare Raumsulptur, die Andy Brauneis entwickelt hat. Der Architekt greift in seiner Arbeit die Form eines antiken Fotoapparates auf: Am einen Ende gelangt der Besucher durch die 8 mal 8 Meter große Öffnung in das Innere und erreicht über 15 Stufen die andere, kleine Öffnung. Diese befindet sich in luftiger Höhe und bietet Aus- und Aufblicke. Zusammengesetzt ist der Korpus aus Leimholzrahmen, deren Farbe von Stufe zu Stufe wechselt: Der Besucher durchschreitet ein freundlich helles Farbspektrum. Die Skulptur hat Signetcharakter für die Kampagne SEHEN LERNEN. In ihrer Offenheit bietet sie Platz für die Vermittlung von Stadtgestalt und -qualität. Im Vorfeld tauchen einzelne Rahmen, die der Skulptur entnommen scheinen, im Stadtbild auf und lenken Blicke auf besondere Situationen.

Das Verfahren

Interdisziplinär besetzte Teams aus Architekten, Designern und Künstlern waren 2007 zu diesem öffentlich ausgeschriebenen Ideenwettbewerb aufgerufen, Entwürfe für mobile SEHSTATIONEN zu liefern. 46 Büros bewarben sich, insgesamt wurden sechs ausgewählt.

Auf einem gemeinsamen Kolloquium im August 2007 wurden die Ziele der Kampagne vorgestellt und die Vermittlungs- und Gestaltungsaufgaben intensiv diskutiert. Folgende fünf Teilnehmer-Teams haben sich schließlich an der Ideenwerkstatt beteiligt:

- osa_office for subversive architecture | Wien, Darmstadt
- realities:united | Berlin
- Andy Brauneis | Augsburg mit Christian Schüller | Gersthofen und Nicolette Baumeister
- Andreas Kaiser mit Andreas Fritzen | Köln

Die Jury:

- Prof. Christa Reicher, Universität Dortmund (Vorsitz)
- Prof. Dr. Christoph Brockhaus, Stiftung Wilhelm Lehmbruck Museum Duisburg
- Achim Dahlheimer, Ministerium für Bauen und Verkehr NRW, Düsseldorf
- Lutz Fritsch, Künstler, Köln
- Dr. Gregor Jansen, Zentrum für Kunst und Medientechnologie
- Hartmut Miksch, Architektenkammer Nordrhein-Westfalen
- Michael von der Mühlen, Stadtdirektor der Stadt Gelsenkirchen
- Ulrike Rose, Europäisches Haus der Stadtkultur
- Rainer Sachse, scape Landschaftsarchitekten

Nach einer ersten Jurysitzung im November 2007 wurden zwei Büros mit einer Nachbearbeitung des Entwurfes beauftragt: osa_office for subversive architecture und Andy Brauneis. Letztere Arbeit überzeugte in der zweiten Jurysitzung am 21. Januar 2008.

Die nächsten Schritte

Die ersten SEHSTATIONEN werden im kommenden Sommer mit dem Jahres-Schwerpunkt „Städtische Plätze des Alltags“ in Münster und Aachen errichtet. Weitere Schwerpunkte werden in den Folgejahren u.a. Parks, Verkehrsinfrastruktur und die Qualität von Gebäuden sein. Dabei bietet sich eine Auseinandersetzung mit den jeweiligen akuten städtebaulichen Fragestellungen an.

Zum Hintergrund: Die Kampagne SEHEN LERNEN

Das Bewusstsein für die gebaute Umwelt ist in Deutschland nicht besonders stark ausgeprägt. Die Straßen und Brücken, Plätze und Häuser der Städte werden von ihren Nutzern als gegeben angesehen – die vorhandenen bzw. nicht vorhandenen Qualitäten nur unbewusst wahrgenommen, aber nicht erkannt.

Die Kampagne SEHEN LERNEN will die Öffentlichkeit für ihre gebaute Umwelt sensibilisieren, einen inhaltlichen Austausch anregen und einige Parameter hinsichtlich guter Gestaltung und Funktion für die Stadtbewohner auf den Punkt bringen. Mit SEHEN LERNEN rückt die Landesinitiative StadtBauKultur NRW ganz nah an den Bürger heran und bietet auf ganz direktem Wege Wahrnehmungshilfen im städtischen Raum.

Die Kampagne ist mehrjährig angelegt und besteht aus vier Bausteinen:

- dem digitalen BAUKULTUR ABC: Diese Internetplattform visualisiert wie ein fotografischer Bilderbogen die gestaltete Umwelt und wird im Februar freigeschaltet.
- den SEHSTATIONEN in den Städten des Landes NRW
- Broschüren und Faltpblättern für interessierte Bewohner, Kinder und Jugendliche
- einer begleitenden Plakatkampagne

Landesinitiative StadtBauKultur NRW

Die Kampagne SEHEN LERNEN ist ein Projekt im Rahmen der Landesinitiative StadtBauKultur NRW. Sie will mit ihren Aktionen ein Bewusstsein für die gebaute Umwelt schaffen mit der Zielsetzung, die Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen lebens- und liebenswert zu gestalten.