

A propos

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **NIKE-Bulletin**

Band (Jahr): **16 (2001)**

Heft 4: **Bulletin**

PDF erstellt am: **14.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Apropos JEP 2001

Als sich vor ungefähr zwei Jahren ein kleiner Arbeitskreis Gedanken zu möglichen Themen für zukünftige JEP's oder ETD's machte, glaubte ein mir bekannter Kollege, eine besonders zündende Idee zu haben und etwas besonders Attraktives vorzuschlagen: die Nutzung und ihre allfälligen Einschränkungen für die Bewohner eines Baudenkmal sollte aufgegriffen werden. Die Idee löste tatsächlich ein Feuer aus, denn die NIKE nahm sie auf und verbrannte sich in der Folge nicht nur die Finger, sondern gleich die ganzen Hände. Sie erklärte vorerst den unverfänglichen Titel «Wohnen im Baudenkmal» zum Thema des Tages für das Jahr 2001. Männiglich war, wenn nicht durchwegs begeistert, so doch einverstanden, liess sich damit ein unmittelbarer Bezug zu einem Grundthema der Denkmalpflege herstellen: Ansprüche der Eigentümer und Benutzer mit denjenigen der Kulturgüterhalter unter einen Hut zu bringen. So weit so gut.

Die NIKE machte sich also mit grossem Enthusiasmus an die Arbeit und erinnerte sich an die verschiedensten Weiterbildungsanlässe unterschiedlicher Anbieter in jüngerer Zeit. Da waren die grössten Koryphäen der Medien- und Kommunikationswelt – vom Kulturchef des Fernsehens bis hin zu den bedeutendsten PR-Beratern – in farbigsten Schilderungen bemüht, uns Banausen beizubringen, wie die Mechanismen der Medien und der Kommunikation funktionieren. Der Tenor lautete durchwegs: Geschichten und Konflikte sind gefragt, Personen müssen her. Sonntagszeitung und Sonntagsblick, Coop-Zeitung und der Brückenbauer, Fernsehen und Radio sind die Medien, die etwas bewirken. Die Sonntagspresse muss motiviert werden... Wo kommen wir da hin mit unseren hehren Anliegen, unseren Daten und Zahlen, unseren Problemen mit glastrennenden Fenstersprossen, mineralischem Verputz und nicht haftenden Kalkanstrichen...

Das hat sich die NIKE anscheinend zu Herzen genommen und sich für die Vermittlung des diesjährigen Themas der JEP einen Kommunikationsfachmann angeschallt. Aber oha lätz. Da formuliert doch dieser Experte unser schönes Thema zu einem reisserischen Slogan um: der biedere Titel «Wohnen im Baudenkmal» wird schnurstracks zu «Wer wohnt denn da?» umformuliert. Ganz im Sinn von dem, was uns in all den Weiterbildungsveranstaltungen beigebracht worden ist. Aber oha lätz.

Da hat der Kommunikationsbeauftragte der NIKE die Rechnung ohne den Wirt gemacht. An der offiziellen Informationsveranstaltung, an der sich die eigentlich Verantwortlichen fast durchwegs vertreten liessen, hielten sich die Reaktionen in Grenzen. Um so heftiger wurden anschliessend aus der ganzen Schweiz brennende Pfeile gegen den Breitenrain in Bern geschossen. Die Botschaft war klar: Der seichte Slogan stelle eine nicht erwünschte Personifizierung des Themas dar und sei der Sache abträglich. Es reisse die edlen Absichten der Denkmalpflege, der es ausschliesslich um das Bauwerk geht, in die Niederungen des minderen Tagesjournalismus, Voyeurismus sei dies, die Besitzer und Besitzerinnen von Baudenkmalern seien vor den Kopf gestossen und wollten nicht mehr mitmachen... Kleinlaut blies die NIKE den Rückmarsch an.

Nach dem Thema «Wohnen im Baudenkmal» könnte ich mir auch einen Tag des Denkmals zur Problematik des Erhalts originaler Substanz eines Baudenkmalers unter dem Titel «Erhalt unserer Baudenkmalere» vorstellen. Von einem Kommunikationsexperten in die Sprache der wirkungsvollen Sonntagspresse und des Fernsehens übersetzt, würden wir dann wohl mit dem Motto konfrontiert «Wer pflegt denn da?». Mit welchem Pfeilregen hätte die NIKE in diesem Fall wohl zu rechnen?

Apropos Kommunikation: Medienarbeit scheint mir ähnlich wie Weihnachten oder Geburtstag zu sein. Unter dem Tannenbaum oder auf dem Geburtstagstisch sticht doch das Päckli mit dem besonders bunten Papier, dem kunstreich geschnürten Bündeli und der angesteckten Blume oder Feder ins Auge. Es weckt unser besonderes Interesse. Was ist wohl drin? Wer bekommt es wohl? Der Empfänger oder die Empfängerin sind gespannt, öffnen es vorsichtig und mit besonderer Sorgfalt. Der Inhalt wird aus dem Papier geschält, das Geheimnis ist gelüftet: was zum Vorschein kommt gefällt, oder es gefällt auch nicht, es wird herumgereicht, bestaunt, begutachtet, besprochen... Und das Papier und das Bündeli? Im besten Fall werden sie zusammengelegt und aufgerollt, beiseite gelegt, um irgendwo zwischengelagert zu werden, bevor sie schliesslich doch im Altpapier oder im Abfalleimer enden. Beide haben ihre Pflicht erfüllt, ihre Wirkung gezeitigt und sind dann rasch in Vergessenheit geraten. Geblieben ist hofentlich der Inhalt. Und apropos Geschenkpackli und Bündeli: Wenn ich als junger Student mein Feriengeld in einer

Buchhandlung verdiente, stellte ich an der Kasse jeweils die stereotype Frage «git's es Gschänk?» Mancheine und mancheiner schauten mich dann eher skeptisch an und fragten sich wohl, ob denn der junge Mann fähig dazu sei, einem gewichtigen oder weniger gewichtigen Inhalt ein ansprechendes äusseres Erscheinungsbild zu geben. Die Kunden waren dann oft erstaunt, als es mir nicht selten und immer besser gelang, ein Buch in ein Papier einzuwickeln, ohne dieses zu zerknittern, und das Bündeli erst noch mit einem schönen Lätsch zu versehen.

Nur gut, dass ich keine Teddybären einpacken musste; dies ist wesentlich komplizierter als Bücher und von wegen – Baudenkmalern.

der Pflegi