

Viel mehr als bunte Bilder – MULTIMEDIAPLAN.AT

Hans EMRICH & Manfred SCHRENK

(Dipl.-Ing. Hans EMRICH, Zivilingenieur für Raumplanung und Raumordnung, Emrich Consulting & MULTIMEDIAPLAN.AT,

Kranzgasse 18, A-1150 Wien; email: emrich@multimediaplan.at; Web: <http://www.multimediaplan.at>;

Dipl.-Ing. Manfred SCHRENK, Institut für EDV-gestützte Methoden in Architektur und Raumplanung, TU Wien, Floragasse 7, A-1040 Wien und
MULTIMEDIAPLAN.AT, Kranzgasse 18, A-1150 Wien, email: schrenk@multimediaplan.at; <http://www.multimediaplan.at>)

1 MOTIVATION

Langjährige Tätigkeit und Erfahrung in Forschung und Lehre sowie in der Planungspraxis hat die Grenzen der klassischen Planungsdisziplinen erkennen lassen: Die Vermittlung komplexer Inhalte an ein im Regelfall nicht fachkundiges Publikum: Bevölkerung und Entscheidungsträger.

Die den Planern zur Verfügung stehenden Kommunikationsmedien, wie Pläne und Berichte, sind vornehmlich dazu gedacht, daß Fachleute untereinander Informationen weitergeben können. In diesen Medien wird ein sehr aufwendiger Code verwendet, der für Außenstehende, wenn überhaupt, nur mit enormem Aufwand zu lesen ist. Verwenden Planer trotzdem diese “de facto-Geheimsprache”, um damit ihre Ideen nach außen zu verkaufen, müssen sie mit drastischem Informationsverlust rechnen. Von Kommunikationsschwierigkeiten zu Problemen bei der Umsetzung, ja zum Scheitern ist es nicht weit.

Auch in anderen Bereichen wird mit komplexen Inhalten gearbeitet, die in Plan- und Schriftform nicht leicht verständlich zu machen sind. Es gilt also eine Kommunikationsmöglichkeit zu finden, die unmittelbar ist und einen geringen Abstraktionsgrad aufweist: Bilder, Eindrücke, Emotionen. Auf möglichst spielerischem Weg sollen Inhalte durch Wecken von Interesse und Neugier an den Mann bzw. die Frau gebracht werden.

Ideale Hilfsmittel dafür sind die sich geradezu explosionsartig entwickelnden Möglichkeiten elektronischer Medien. In der Breite dieses Angebotes finden sich für zahlreiche Aufgabenstellungen schon hervorragende Lösungen, und die Entwicklung schreitet mit atemberaubendem Tempo voran.

Mit dem Wissen darüber und der praktischen Erfahrung im Umgang mit komplexen Sachverhalten sollen hier einige Ideen für das Beschreiten neuer Wege in der Kommunikation zwischen Fachleuten und deren Zielgruppen vorgestellt werden.

2 KOMMUNIKATIONS-REVOLUTION

Kommunikation ist ein unabdingbarer Bestandteil des Planungsprozesses mit tendentiell noch steigender Bedeutung. Information und Kommunikation spielen aber nicht nur in der Raumplanung eine entscheidende Rolle sondern sind die Grundlage der gesamten „Informationsgesellschaft“.

Von den zahlreichen Beteiligten am planerischen Kommunikationsprozeß sind nur wenige Fachleute, die die “Geheimcodes” der Planer zu interpretieren wissen.

Kommunikationstechniken waren immer schon von entscheidender Bedeutung für Entwicklung gesamter Gesellschafts- und Wirtschaftssysteme. Wie groß diese Bedeutung ist, läßt sich z.B. daran erkennen, daß in der Geschichte die Trennung zwischen Historie und Prähistorie durch die Verwendung von Schrift definiert wird. Schrift ermöglichte erstmals die orts- und zeitversetzte Übermittlung komplexer Nachrichten – in moderner Ausdrucksweise also “asynchrone Telekommunikation”.

Die Erfindung der Druckerpresse durch Gutenberg leitete ebenfalls ein neues Zeitalter ein, und in den vergangenen Jahrhunderten war das geschriebene Wort das wichtigste Informations- und Kommunikationsmittel.

Erst in unserem Jahrhundert bekamen die Printmedien Konkurrenz durch Rundfunk und v.a. durch Fernsehen, und Fernsehen wiederum ist das erste wirklich multimediale Kommunikationsmedium. Inzwischen verfügen wir auch über andere Multimedia-Kommunikationsmöglichkeiten, die sämtliche Sender-Empfänger-Relationen abdecken, nämlich

?? Synchron und asynchron

?? 1:1, 1:wenige, 1:vielen, wenige:wenige, viele:vielen

Die diesbezügliche Technik ist nach wie vor in rasanter Entwicklung.

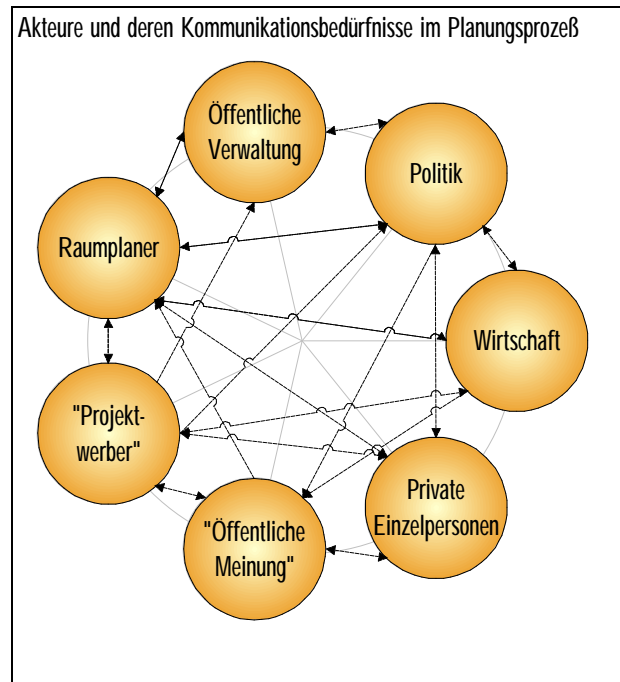


Abb. 1: Hauptakteure im planerischen Kommunikationsprozeß

3 MULTIMEDIALE KOMMUNIKATION

Worin liegen die Vorteile multimedialer gegenüber rein schriftlicher Kommunikation?

Um komplexe Sachverhalte in all ihren Ausprägungen in Wort und Schrift darzustellen, ist eine enorme Abstraktionsleistung beim "Beschreiber" der Situation nötig, der "Leser" hat einen ebenso komplexen "Rückübersetzungsprozeß" zu vollziehen – reale Situation, beschriebenes Abbild und aufgrund der Beschreibung imaginierte Situation können große Differenzen aufweisen.

Um diese Differenzen so klein wie möglich zu halten, wurden Fachsprachen und Code-Systeme entwickelt, die innerhalb von Disziplinen die Verständigung über fachliche Inhalte erleichtern, für Außenstehende aber meist unverständlich bleiben.

Gelingt es nun, reale Situationen für die Beschreibung weniger abstrahieren zu müssen, besteht die Chance, daß beim Empfänger ein "realistischerer" Eindruck entsteht. Beispiel: Auch wenn es schwer fallen dürfte, jemandem, der noch nie Schnee gesehen und gespürt hat, einen vollkommen realistischen Eindruck von Schilaufr zu vermitteln, wird die Präsentation mittels Photos, Tönen und Video im Regelfall eher eine realitätsnahe Vorstellung hervorrufen können als schwarze Buchstaben auf weißem Papier.

Es geht hier nicht um die völlige Ablöse von Papier durch elektronische Medien, es ist kein Wettstreit um DIE beste Lösung. Die Kunst liegt vielmehr darin, für unterschiedliche Aufgabenstellungen das jeweils beste Maßnahmenbündel zu finden. Der Transport der Inhalte möglichst ohne Verlust steht dabei im Mittelpunkt. Elektronische Medien sind höchst hilfreich, gewohnte herkömmliche Medien erfüllen genauso wichtige Aufgaben, oft ergänzen alte und neue Techniken einander hervorragend.

Erst im direkten Gespräch mit den jeweiligen Fachleuten, die Inhalte transportieren wollen, kann der passende "Medien-Mix" zusammengestellt werden. Durch die Möglichkeit aus unterschiedlichsten Technologien auswählen zu können, ergeben sich oft verblüffend einfache und auch kostengünstige Lösungen. Hohe Effizienz ist ein weiterer Vorteil eines solch "niedrigschwelligen" Zugangs.

Aufgrund der universelleren Einsatzmöglichkeiten ist es z.B. nicht mehr notwendig, sich zwischen dünnem Image-Folder mit bunten Bildern und der dicken Schwarte mit detaillierten Daten entscheiden zu müssen. Alle Benutzer kommen bei den neuen Präsentationsmedien in den Genuß der eindrucksvollen Bilder und virtuellen Räume **und** den dahinter befindlichen Daten: Beeindrucken **und** informieren ist die Devise.

4 ANWENDUNGSFELDER IN DER RAUMPLANUNG

Multimedia-Anwendungen gibt es inzwischen viele, eine Besonderheit, die Planer jedoch bieten können, ist die Herangehensweise an Aufgababestellungen über den räumlichen Bezug, mit geografischem und raumplanerischen Hintergrund.

Klassische Webdesigner bzw. Hersteller von Präsentationsmedien sind mit der Komplexität der eigenen Medien vollauf beschäftigt. Sie versuchen die Komplexität des Inhalts zu reduzieren um die Aufgabenstellung lösen zu können, da sie mit den räumlichen Zusammenhängen nicht vertraut sind. Fachplanerisches Wissen und langjährige Erfahrung im Umgang mit komplexen und vernetzten Aufgabenstellungen sind die Grundlage, Präsentationen ohne Informationsverlust zu schaffen, genau abgestimmt auf die Bedürfnisse des Auftraggebers und dessen Zielgruppen.

Besonders naheliegend ist der Einsatz raumbezogener Orientierungs- und Kommunikationssysteme neben den Kernbereichen der Raumplanung natürlich auch in den Branchen Tourismus, Immobilienwirtschaft und Standortmarketing.

An denkbaren Techniken, die jeweils optimal kombiniert werden müssen, sind z.B. zu nennen:

- ?? Web-Präsentationen mit Implementierung von GIS-Funktionalität
- ?? Anbindung externer Datenbanken über GIS-Schnittstelle
- ?? Durchwanderbare VRML-Szenen von realen und geplanten Bereichen
- ?? Navigierbare Panoramaszenen, verknüpfbar für virtuelle Spaziergänge in aktuell fotografierten Bereichen
- ?? Produktpräsentationen in virtuellen Räumen
- ?? Immobilienpräsentationen, mit Möglichkeit des Durchwanderns der Immobilie bzw. des Erkundens der Umgebung



Abb. 2: Beispiel für die Kombination von Text, Kartenmaterial, Fotos und navigierbaren Panoramaszenen

5 ARBEITEN IM NETZWERK

Der Einsatz neuer Medien bedingt oft auch neue Arbeitsstrukturen, um optimale Ergebnisse liefern zu können. Ein Netzwerk hochkompetenter Partner, die im Bedarfsfall zum Gelingen des Gesamtproduktes beitragen, ist gefragt, mit Experten aus allen erdenklichen Fachrichtungen sowie regionale Experten, die ihre Gebietskenntnisse einbringen

Auch die Kommunikation im Team erfolgt in der Regel zu einem guten Teil über elektronische Netze, von einfacher email bis zur verteilten Arbeit an Dokumenten.

Beratung, Schulung und Betreuung im Umgang mit neuen Medien müssen neben der unmittelbaren Arbeit mit den verschiedenen Techniken integrierter Bestandteil von Projekten sein, ein breiter Erfahrungsaustausch, um bestmögliche Lösungen zu erhalten. Um ständig mit den aktuellen Entwicklungen Schritt halten zu können, sind Nähe und gute Kontakte zu Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie Software-Entwicklern und damit die Möglichkeit des Zugriffs auf neueste Technologien unabdinglich.

6 MULTIMEDIAPLAN.AT

Oben dargestellte Überlegungen eröffnen aus Sicht der Verfasser neue Möglichkeiten für Raumplaner, und diese Gedanken hatten inzwischen die Gründung einer Firma zur Folge.

MULTIMEDIAPLAN.AT ist ein junges, dynamisches Unternehmen, das sich auf die Unterstützung von Informations- und Kommunikationsprozessen zu raumrelevanten Fragestellungen mit den optimalen technischen Hilfsmitteln spezialisiert hat.

Ein Team von Raumplanern und EDV-Experten vereint solides Fachwissen mit dem perfekten technischen Know-How zur zeitgemäßen Umsetzung dieses Wissens. Ob Architektur, Raumplanung, Tourismus, Landschaftsplanung oder virtuelle Welten – das Ziel von MULTIMEDIAPLAN.AT ist die optimale Unterstützung bei der Kommunikation raumbezogener Aussagen.