

Renaissance der alten Baumeister

Neue Chancen für Architekten

Kai Haeder

Der Markt für Aufträge ist eng geworden: Tendenz steigend. Wer heute erfolgreich im Geschäft bleiben will, muss sich unternehmerisch betrachten, strategisch orientieren. Lesen Sie im folgenden Beitrag welche Möglichkeiten hierbei Architekten nutzen sollten.

Einst widmete sich noch der Baumeister den Bauaufgaben – heute ist es der Architekt. Inzwischen wird das Fachgebiet jedoch längst nicht mehr allein von Architekten abgedeckt: Bauträger, Immobilienwirte und Fertighausanbieter, Energieberater, diverse Gutachter und Bauherrenvertreter sowie Baumanager, Projektentwickler, Projektsteuerer und Facility Manager tummeln sich ebenfalls auf diesem Markt. Selbst Fachleute für Architekturmarketing, Architekturjournalismus und Architekturdesign trifft man heute in der Planungsbranche an. Damit nicht genug: Jährlich strömen weitere rund 3000 Architekturabsolventen auf den deutschen Markt. Um an Aufträge zu kommen, bieten einige orientierungslose Architekten ihre Leistungen zu Dumpingpreisen an. Zusätzlich sinkt seit Jahren das Bauvolumen und die Honorargebühren sind stark unter Druck geraten. Die wirtschaftliche Situation in der Baubranche ist dadurch sehr angespannt und eine Verbesserung der Lage ist nicht in Sicht. Nach eigener Prognose werden in den nächsten fünf Jahren 20 % der klassischen Architekturbüros vom Markt verschwinden.

Neue Chancen

Mit der Kompetenz der Architekten können und müssen neue Aufgabengebiete erschlossen werden. Architekten dürfen sich nicht nur auf die Leistungsphasen 1 bis 9 der Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI) begrenzen. Erfolgreiche Veränderungen entstehen nur dann, wenn die persönlichen Zukunftschancen erkannt und positiv für sich gestaltet werden. Um neue Berufsaufgaben zu definieren und anbieten zu können, ist es notwendig, in die Randbereiche der Branche zu blicken und auch andere Wissenschaften zu integrieren. Gerade Grenzgebiete werden für neue Aufgaben sehr interessant sein. Um der Baubranche ein breiteres Wissensspektrum anbieten zu können, bedarf es für die Architekten einer zusätzlichen Aus- und Weiterbildung, die sich schneller den Gegebenheiten anpassen können muss. Der Architekt musste schon in seiner Ausbildung viele Anforderungen berücksichtigen und in seine Planung integrieren: Organisation und Abläufe, Verordnungen und technische Bestimmungen, Baukosten, Konstruktionen, verschiedene Gewerke, gesellschaftliche Bedürfnisse sowie Gestaltung. „Die Renaissance der alten Baumeister“ bedeutet, die Bauaufgabe nach heutigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu verstehen und Lösungen anzubieten. Nicht das Architekturgebäude darf

dabei im Mittelpunkt der Arbeit stehen, sondern die Architekturdienstleistung: als Dienst für den Auftraggeber und Nutzer. Der Architekt ist prädestiniert, als Manager zu fungieren – zu koordinieren, zu verbinden, zu integrieren, zu entscheiden – an wen sonst werden solche Anforderungen gestellt? Zu wenige Architekten trauen sich, über den Tellerrand der Leistungsphasen 1 bis 9 hinauszuschauen.

Trends für Architekten?

Megatrends, auf die alle aufspringen können, wird es nicht mehr geben. Aus Entwicklungen und Veränderungen der Bereiche Technik, Wirtschaft, Ökologie, Gesellschaft und Politik ergeben sich ständig neue Trends – auch für Architekten. Abgesehen von den Möglichkeiten, die Marktnischen bieten, sind nur noch zeitlich, thematisch oder regional begrenzte Trends im Kommen und Gehen: Trends wie Stadtsanierungen, altengerechtes Wohnen oder sozialer Wohnungsbau. In einigen Ballungsgebieten boomt der Einfamilienwohnungsbau, in anderen Regionen dagegen stehen vermehrt alte Wohnhäuser leer. Einerseits sind luxuriöse Stadtwohnungen stark gefragt, andererseits werden Geschosswohnungsbauten zurück gebaut. Ebenso haben viele Architekturbüros zu wenig Arbeit andere dagegen viel zu viel. Es reicht heutzutage nicht mehr aus, auf den fahrenden Zug zu springen – weil dieser gleich wieder zum Stillstand kommt. Um von den Veränderungen profitieren zu können, benötigt jeder Architekt seine individuelle Trendanalyse. Die lautet: Zuerst schauen, wo morgen die Sonne scheinen wird, sich dort platzieren, um dann die Sonnenstrahlen zu genießen. Es entstehen keine Veränderungen, wenn Klageschriften verfasst oder nur Ursachen diskutiert werden. Erfolgreiche Veränderungen entstehen nur, wenn man seine persönlichen Zukunftschancen erkennt und diese für sich positiv gestaltet. Um seinen eigenen Trend zu erkennen, ist es wichtig, sich frühzeitig mit Veränderungen auseinander zu setzen. Eigentlich brauchen Architekten nur die Zeitungen aufzuschlagen, aufmerksam die Nachrichten zu verfolgen und die Ohren offen zu halten – oder aber sie brauchen einen guten Berater.

Themenfelder und Leistungen

Mit dem Umzug der Bundesregierung von Bonn nach Berlin wurde viel in Regierungsbauten und Botschaften investiert. Zusätzlich ergaben sich Synergieeffekte im

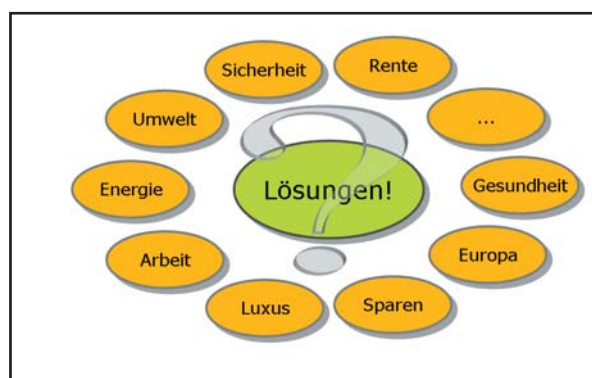
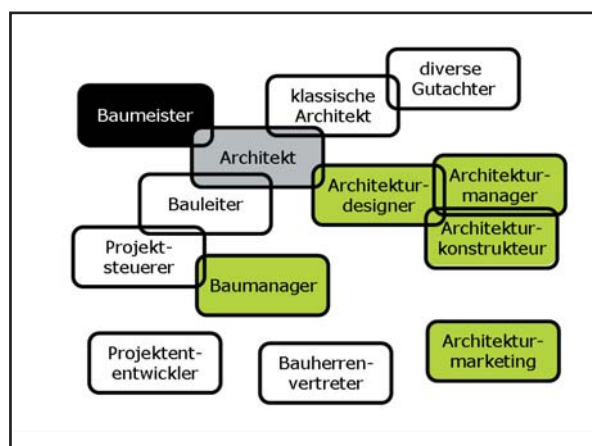
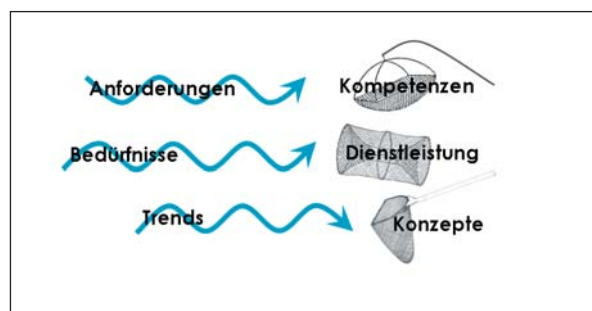
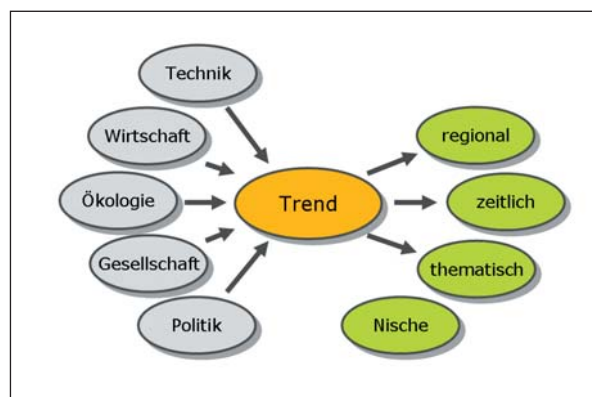
Wohnungs-, Handels- und Verwaltungsbau. Sogar ein Großteil der Medienunternehmen und Institutionen zog mit. Dass nach rund zehn Jahren auf dieser großen Baustelle Ruhe einkehren würde, war schon damals allen klar. Auch die Professionalisierung des Fußballsports hatte zur Folge, dass Stadien attraktiver und wirtschaftlich lukrativer werden mussten. Viele Stadien wurden deshalb neu gebaut. Zusätzlich bekam dies Auftrieb durch die geplante Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Aber auch dieser Bauboom wird in den nächsten Jahren wieder vorüber sein. Die Themenfelder, in denen sich Architekten bewegen können, sind vielseitig: Steigende Energiepreise benötigen alternative Heizsysteme und verbesserten Wärmeschutz; Ganztagsbetreuung in Kindergärten und Schulen erfordert andere Nutzungskonzepte.

Auch vor und nach den klassischen Leistungsphasen gibt es in der Wertschöpfungskette von Bauprojekten immer etwas für Dienstleister zu tun. Leider beschäftigen sich Architekten vornehmlich mit der Planung und Realisierung nach der HOAI. Wer hat denn gesagt, dass nur HOAI-gerechte Tätigkeiten erbracht werden dürfen?! In diesem Punkt blockiert die HOAI sogar häufig die Architekten in der Ausgestaltung ihres Leistungsprofils. Es gibt eine Vielzahl von Leistungen, die erbracht werden könnten, wenn man sie nur erkennen würde und die Kompetenz besäße, diese umzusetzen. Denn: Wer außer einem Architekten hat bessere Kenntnisse über Anforderungen und Zusammenhänge eines Bauvorhabens als der Architekt selbst?

Persönliche Marktchancen entdecken

Leider geben in der Baubranche heute zum größten Teil Projektentwickler, Bauträger, Investoren und Projektsteuerer den Ton an – der Architekt wird dabei immer mehr zu deren „Handlanger“. Neue Chancen für Architekten bedeuten, eine zukunftsorientierte Unternehmensplanung zu betreiben und rechtzeitig unternehmerisch zu handeln. Die Unwissenheit, ein Architekturbüro als Unternehmen sowie die Architektur als ein Produktbestandteil zu verstehen, veranlassen Architekten immer noch, nach dem alten Ideal zu handeln. Personal Management, Office Management, strategisches Marketing, Controlling, PR und Öffentlichkeitsarbeit sowie professionelles Corporate Design werden in vielen Planungsbüros halbherzig oder ohne wirkliche Fachkenntnisse abgehandelt. „Die Renaissance der alten Baumeister“ besteht für den Architekten darin, sein individuelles, personenbezogenes Unternehmen zu profilieren und gezielt zu positionieren. Durch die ständigen Veränderungen gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten. Nur über den Tellerrand muss jeder Architekt selbst schauen.

Kai Haeder ist Management-Berater speziell für Architekten und als Seminar- und Beratungsreferent verschiedener Architektorkammern tätig.
www.archima.de



- ↑ Die Trends müssen frühzeitig erkannt werden, um davon profitieren zu können.
- ↑ Die Veränderungen erfordern vom Architekten neue Lösungen.
- ↑ „Die Renaissance der alten Baumeister“ steht nicht still.
- ↑ Zu den Problemen können auch bauliche Lösungen angeboten werden.