

Überblick über den aktuellen Diskussionsstand. Insbesondere zeigt der Bericht, wie eng das Thema in der Baupolitik – der Bauplanung, ihren Verfahren, dem Städtebau – verankert ist, und welche Bedeutung es für unsere Gesellschaft hat.

Der Bericht kann über den Junius-Verlag bzw. Buchhandel sowie in begrenztem Umfang beim BMVBW, Referat Bürgerservice, Invalidenstr. 44, 10115 Berlin, Tel.: 030/2008-3060, E-Mail: buergerinfo@bmvbw.bund.de bezogen werden. □

Neuer ASIA-Tarifvertrag

Für die Angestellten, Auszubildenden und Praktikanten in Ingenieur-, Architektur- und Planungsbüros im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland ist zwischen dem Arbeitgeberverband selbständiger Ingenieure und Architekten ASIA und der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di zum 1. September ein neuer Tarifvertrag ausgehandelt worden.

In allen Gruppen der Mitarbeitervergütung wird das Gehalt nach Angaben von ASIA um 1,5 % reduziert.

Der Tarifvertrag kann für 22,80 Euro inkl. Versand und MwSt. bestellt werden bei Verlag „der ingenieur GmbH“, Tel.: 07243/39369, E-Mail: info@ingenieurverlag.de. □



Eine chinesische Wirtschaftsdelegation aus Shenzhen hat Ende Juli Berlin besucht und dabei auch in der VBI-Bundesgeschäftsstelle Halt gemacht. Klaus Rollenhagen (l.) hatte das Vergnügen, einige Präsente in Empfang zu nehmen und die Delegation dann zur Großbaustelle des neuen Berliner Hauptbahnhofes im Regierungsviertel zu begleiten.

Verkaufen sich Beratende Ingenieure unter Wert?

Ingenieure stehen oft im Schatten der Architekten. Wir kennen das alle: In Veröffentlichungen wird nur der Architekt genannt, in Eröffnungsreden kaum ein Wort über die anderen Planer und selbst auf Bauschildern fehlen oft die Leistungen der Ingenieure. Aber woran liegt das eigentlich und gibt es Möglichkeiten, die Leistung der Ingenieure stärker ins Rampenlicht zu rücken? Über das heikle Thema sprachen wir mit VBI-Mitglied Alexander Brachmann, Inhaber der PGB Planungsgruppe Brachmann in München.

VBI-N: Herr Brachmann, woran liegt es, dass Ingenieure sich „nicht trauen“, offensiv gegenüber Bauherren und Architekten aufzutreten und darauf zu bestehen, dass ihre Leistungen gleichberechtigt mit denen der Architekten öffentlich dargestellt werden?

Brachmann: Zunächst einmal ist das eine Frage des Selbstvertrauens und der Selbstachtung eines jeden einzelnen Ingenieurs. Und damit sitzt in erster Linie auch der Ansatzpunkt für den Wandel bei jedem selbst.

Es gibt ja auch positive Beispiele dafür, dass Ingenieure in der Öffentlichkeit hohe Anerkennung gewinnen. Mir fallen da Namen ein wie Stefan Polony, Jörg Schlaich oder Santiago Calatrava. Im Ausland ist das ohnehin etwas anderes. In der Schweiz oder in den skandinavischen Ländern genießt der Bauingenieur ein anderes Ansehen, wird seine Leistung in der Öffentlichkeit gewürdigt und geschätzt. Möglicherweise sind das „Gerangel“ zwischen Architekten und Ingenieuren oder die Profilierungsnöte Einzelner auch Ausdruck der fehlenden gesunden Wertschätzung für uns selbst, die wir hier in Deutschland seit Jahrzehnten vermissen. Das Problem war nur lange Zeit vom wirtschaftlichen Erfolg zugedeckt. Erst die Krise macht die Menschen wach.

Das Thema ist komplex. Ich sehe mehrere Ebenen, die zu dem Missverhältnis zwischen der Leistung und der Verantwortung des Ingenieurs einerseits und der mangelnden Anerkennung andererseits beitragen.

Dem Klischee entsprechend treffen wir auf einen Architekten, der spürt, dass er viele



Alexander Brachmann
Foto: Meinen Fotografie München

Dinge des Bauens nicht mehr beherrscht, viele Disziplinen abgegeben und sich so vom Idealbild des mittelalterlichen Baumeisters (z.B. Brunelleschi mit seinem Dom in Florenz) immer mehr entfernt hat. Diese Unsicherheit wirkt aus dem Verborgenen und führt häufig zu Überheblichkeit, die andererseits auf einen „rechteckig“ und wenig kreativ denkenden Ingenieur trifft. Dass dabei selten Gutes entsteht, erklärt sich von selbst.

Weiterhin besteht zwischen Architekt und Bauingenieur auch Konkurrenz und das schafft Angst. Ich musste mir von Architektenkollegen schon sagen lassen: „Sie sind zwar gut, aber wir möchten nicht mit Ihrem Büro zusammenarbeiten, weil Sie auch Objektplanung machen.“ Das muss um so mehr erstaunen, als von einem solchen Büro überdurchschnittliches Verständnis für die Belange von Architekt und Gestaltung erwartet werden kann.

Die Lösung kann deshalb nur bei den Ingenieuren selbst liegen:

Wir Ingenieure schätzen unsere Arbeit, unsere Leistung und unseren tatsächlichen Stellenwert selbst zu gering ein. Wie ist es sonst zu erklären, dass immer wieder Kollegen, ja selbst Inhaber renommierter Büros, Leistungen unter den Sätzen der HOAI anbieten? Ich spreche nicht von Mindestsatzunterschreitung. Es geht darum, für eine gute Leistung ein angemessenes Honorar durchzusetzen, das auskömmlich ist und einen angemessenen Gewinn einschließt. Wie kann ich sonst stolz auf meine Leistung sein? Wenn sich alle Ingenieure diesen Zusammenhang bewusst machen, und Verträge aushandeln, die ihre Leistung und das hohe Maß an Verantwortung wür-

digen, werden wir hier einen großen Schritt vorankommen. Noch nie hat jemand an Selbstwert gewonnen, indem er Aufträge über „Billigangebote“ hereingeht hat.

Ein weiterer Grund für die „Zurückhaltung“ der Ingenieure liegt darin, dass wir uns häufig auf unsere technische Sicht zurückziehen und vergessen, dass Bauen etwas Ganzheitliches ist. Wir haben durch unser „Verliebtsein“ in Strukturen und Logik, in der reinen Dienstleistung unserer Nachweise und in dem Drang nach immer mehr Perfektion vergessen, dass es notwendig ist, über den Tellerrand hinauszuschauen und zu sehen, in welche Richtung sich die Gesamtheit entwickelt. Schon die Natur entspricht in so vielen Belangen nicht unserer Logik. Das sollte uns eigentlich zu denken geben.

Unser Unterbewusstsein weiß das, und wir fühlen uns unvollständig, die Folge davon ist schmerzhaftes Zurückhaltung. Ein öffentlich anerkannter Ingenieur hat selten ein mangelhaftes Selbstbewusstsein. Dies sind aber meist Kollegen, die ein umfassendes Verständnis ihres Berufes verkörpern und damit dem eigentlichen Begriff des „Ingenieur“ gerecht werden.

Kurz: Wir sollten nicht warten, bis unsere Bauherren oder unsere Architekten erkennen, wie wertvoll wir sind. Es ist schon unsere Aufgabe, diese Überzeugung im Inneren zu bilden, zu festigen und dann nach außen zu tragen, ruhig aber bestimmt.

VBI-N: Haben Sie eine besondere Strategie, wie Sie bei Ihren Projekten die „Übermacht“ der Architekten in der öffentlichen Wahrnehmung ausgleichen?

Brachmann: Zunächst einmal ist diese Übermacht in der öffentlichen Wahrnehmung vorhanden und daran kann auch ich in kurzer Zeit nichts Grundlegendes ändern. Das liegt auch daran, dass das öffentliche Bild vom Beruf des Architekten verklärt und romantisiert ist. Man hängt immer noch an der Illusion des genialen, gutbezahlten Entwerfers, der von seinen Bauherren hofiert wird und sich in seinen Arbeiten verwirklicht. Das mag bei einigen spektakulären Objekten auch so sein. Die Öffentlichkeit nimmt jedoch nicht wahr, dass sich Objektplanung vornehmlich in den arbeitsintensiven Leistungsphasen Ausführungsplanung, Ausschreibung und Bauüberwachung abspielt, in denen kaum kostendeckend gearbeitet werden kann.

Ich denke aber, dass die öffentliche Meinung sich den Wirklichkeiten anpassen und der idealisierte Traumberuf Architekt an Ansehen verlieren wird. Das heißt nicht, dass das Ansehen des Ingenieurs wächst.

Ich verlasse mich auf eine unserer Grundtugenden, die Qualität. Damit stelle ich meine Auftraggeber zufrieden und auch die anderen an Planung und Bau Beteiligten, werde aber noch nicht öffentlich. Die beste Möglichkeit dafür bietet heute das Internet. Wenn die Öffentlichkeit nicht zu mir kommt, muss ich zur Öffentlichkeit gehen:

- Ich Sorge dafür, dass wir in ansprechender Form auf der Bautafel dargestellt werden.
- Wir haben eine aussagekräftige Homepage, die natürlich regelmäßig gepflegt werden muss. Weiterhin muss man den Menschen sagen, dass es die Homepage gibt und besucht werden will.
- Wir versuchen nicht nur die Berufskollegen auf unsere Arbeit aufmerksam zu machen, sondern informieren auch interessierte Nichtfachleute über unsere Projekte.

Vor knapp 3 Jahren haben wir unser 30-jähriges Firmenjubiläum in einem Abbruchhaus mit einem ungewöhnlichen Fest als „Zeitreise“ gefeiert (VBI hat darüber berichtet) und unsere wesentlichen Projekte von 1973-2002 ausgestellt. Zu dieser Feier haben wir dann nicht nur Geschäftspartner, sondern auch die Anwohner aus allen anliegenden Häusern eingeladen. Das dadurch erzielte Verständnis hat uns dann bei der Durchführung der schwierigen Neubaumaßnahme sehr geholfen.

- Wir wenden uns an Fachzeitschriften, wenn wir glauben, etwas Interessantes darstellen zu können. Um auf sich aufmerksam zu machen und damit dem Ansehen des Ingenieurs auch allgemein zu dienen, ist es natürlich wichtig, auch an Organe heranzutreten, die nicht nur von unseren Berufskollegen gelesen werden.
- Wir werden in der kommenden Saison als Sponsoren der Jugendfußballmannschaft meines Sohnes auftreten. Da steht dann „PGB – pgrabrachmann.de“ auf den Trikots. Das hilft den Vereinen und tut uns gut. So etwas war vor nicht zu langer Zeit gar nicht vorstellbar für einen „Freischaffenden“. Die Zeiten ändern sich und es ist gut, wenn wir mitgehen.

Also, wenn wir gehört werden wollen, müssen wir uns rühren und auf uns aufmerksam machen, und das nicht gegen die Architekten, sondern neben ihnen.

VBI-N: Bei der Errichtung des Erweiterungsbaus der Akademie der Bildenden Künste in München haben Sie den avantgardistischen Entwurf der Architektengruppe Coop Himmelb(l)au zum „Tragen“ gebracht. Wie haben Sie es geschafft, als Planer neben einem Stararchitekten noch in Erscheinung zu treten?

Brachmann: Auch hier gilt zunächst einmal: durch Qualität.

Der Schwierigkeitsgrad des Bauvorhabens, die teilweise außergewöhnlichen Konstruktionen haben zwar diesbezüglich auch nichts anderes erlaubt. Aber wir haben unseren Anspruch an eine solide und vorbildliche Leistung durchgezogen, ohne uns von dem internen Kostendruck beeinträchtigen zu lassen. Man muss das aussitzen, denn am Ende ist es immer die Qualität, die sich durchsetzt. Das ist zwar im Moment des Erlebens nicht immer erkennbar, aber die Erfahrung über Jahre hinweg zeigt, dass es so ist.

Schon während des Entwurfs 1993/94 haben wir in Planungsbesprechungen und Diskussionen die Konstruktion mitgestaltet und auch Grenzen gesetzt. Wir haben unsere Materialkenntnisse in die Teile des Entwurfs, die von der Konstruktion bestimmt werden, nachhaltig eingebracht. Das war ein sehr fruchtbares Miteinander.

In der Zeit der Bauausführung haben wir immer wieder Baustellenführungen angeboten. Bei dem Interesse, das dieses Bauvorhaben auch bei Nichtfachleuten geweckt hat, wurde dieses Angebot gerne angenommen. An den Führungen haben bis zu hundert Interessierte teilgenommen, denen wir vermitteln konnten, was es bedeutet, wenn sich die Tragwerksplanung zur Dienstleistung der Architektur macht; was es heißt und welcher Aufwand notwendig ist, um den Architekten in seinem Ausdruckswunsch zu unterstützen und damit die Vision, die er hat, gemeinsam zu verwirklichen. Meine Freude über dies fertiggestellte Bauwerk bestimmt sich zum einen dadurch, dass wir die Schwierigkeiten in der Tragwerksplanung bewältigt haben. Einen großen Anteil daran hat aber auch das Bewusstsein, mit unserem Engagement und unserem Einfühlungsvermögen diese Vision von Architektur ermöglicht zu ha-

ben. Auch wenn ich an dieser Stelle einräumen möchte, dass ich viele Aspekte des Entwurfs erst richtig verstanden habe, als sie dann fertig waren.

Dieses Bewusstsein strahlt natürlich aus und selbst wenn es bei den Baustellenbegehungen zu der Architektursprache auch sehr kritische Stimmen gab, war das Lob über die Tragwerksplanung einhellig. Wir haben Präsentationen erstellt, verschickt und Vorträge gehalten. Und all diese Bausteine zusammen führen letztlich dazu, dass die Öffentlichkeit auch auf den Ingenieur einer solchen Baumaßnahme aufmerksam wird und das Ansehen unserer Leistung wächst.

Wir haben nicht darauf gewartet, dass irgend jemand uns auffordert, zu erläutern oder zu präsentieren, wir haben es einfach gemacht.

VBI-N: Das zeigt, dass Themen wie Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und PR auch für kleine und mittlere Planungsbüros wichtig und machbar sind.

Brachmann: Vor einiger Zeit habe ich einen Satz gehört, der mich sehr beeindruckt hat:

„Wir müssen unsere nicht kopierbaren Werte in den Vordergrund stellen. Unsere einzige Chance gegen Billiganbieter ist Innovation“.

Damit ist etwas ausgedrückt, was wir zwar schon verfolgt, aber noch nicht so klar fokussiert hatten. Wir haben dies zu einem Grundsatz unserer Geschäftsphilosophie gemacht. Über unser zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem haben wir dafür gesorgt, dass diese Auffassung auch von den Mitarbeitern gelebt wird und unsere Auftraggeber davon Kenntnis erhalten.

Auch ein kleines Planungsbüro kann neben den mittleren oder den großen bestehen, wenn es seine unverwechselbaren Qualitäten deutlich macht. Und wenn es nur das hohe Maß an Flexibilität und die kurzen Entscheidungswege sind oder eben ein außergewöhnliches Wissen auf einem Spezialgebiet.

Es ist viel effizienter, Werbemittel beispielsweise in einen Workshop zu investieren, bei dem ich dann vor geladenen Gästen über meine Projekte berichten kann, als an Weihnachten überbeuerte Präsentkörbe zu verteilen.

Doch den entscheidenden Fehler begehen viele Planungsbüros, wenn sie unter dem allgemeinen wirtschaftlichen Druck ihre Leistung unter Wert anbieten. Wir haben eine für alle verbindliche Gebührenordnung, mit der wir auskömmliche Honorare durchsetzen können. Wie können wir auf eine nachhaltige Wertschätzung bei Bauherren, Architektenkollegen und in der Öffentlichkeit hoffen, wenn wir uns durch gegenseitiges Unterbieten und Preiskämpfe selbst disqualifizieren?

Auch wenn unser Land heute weitgehend „gebaut“ ist, gibt es noch genug zu tun. Wir müssen uns nur unserer eigentlichen Aufgaben erinnern. Der „in genius“ sollte dort Lösungen finden, wo sie gebraucht werden und die liegen nun mal nicht mehr vornehmlich im Neubaubereich. Sparen heißt sich auf das Wesentliche beschränken, z. B. wenn man in der Bestandserhaltung und -sanierung, im Gebäude-Management oder in dem vielfältigen Bereich der Umwelttechnik wirtschaftlich intelligente und innovative Lösungen entwickelt. Hier wäre natürlich wünschenswert, dass die HOAI die Bezugsgröße der Baukosten aufgibt und solche Entwicklungen, bei denen die hohe Qualität und Einzigartigkeit der geistigen Leistung im Vordergrund stehen, auch entsprechend honoriert. Wenn wir das nicht schaffen, wird die HOAI immer ein veraltetes Preisrecht und damit angreifbar bleiben.

Eine Krise ist immer der Nährboden für einen Neubeginn. Bevor etwas Neues entstehen kann, muss das Alte, Überholte sterben. Gerade hier sind kleine und mittlere Planungsbüros flexibler.

Wir sollten die Zeichen der Zeit erkennen und uns auf unsere eigentlichen Aufgaben besinnen, uns unseres Wertes innerhalb der Gesellschaft bewusst werden, mit unserem weit gefächerten Wissen innovative Denkprozesse unterstützen und diese Leistung nach außen tragen. Dann wird uns auch die Öffentlichkeit anders wahrnehmen als das bisher der Fall ist.

VBI-N: Vielen Dank für das Gespräch.

Stimmen Sie Alexander Brachmann zu oder wie ist Ihre Meinung zum Thema? Senden Sie Ihr Statement an E-Mail: zappe@vbi.de.

Mitglieder ▶
werben ▶
Mitglieder ▶

Gewinnen Sie mit dem VBI

Rund 53.000 Ingenieurbüros gibt es in Deutschland. Der Großteil davon ist noch nicht im VBI organisiert. Mit vielen von diesen Büros haben Sie täglich Kontakt. Was halten Sie davon, Ihre Projektpartner für den gemeinsamen Berufsverband zu gewinnen?

Für jede Neuwerbung eines Mitgliedes schreibt Ihnen der VBI 360 Euro für Ihr Beitragskonto gut. So sparen Sie Ihre Mitgliedsbeiträge und stärken zudem Ihren Verband: Ein doppelter Gewinn!

Und so geht's: Sie nehmen Kontakt mit einem potenziellen Neumitglied auf und überreichen ihm Informationsunterlagen, die Sie beim VBI anfordern können.

Beantragt der Aufnahmekandidat die Mitgliedschaft, durchläuft er das normale VBI-Aufnahmeverfahren und gibt auf einem gesonderten Bogen gleichzeitig an, wer ihn geworben hat. Erfüllt der Kandidat die Aufnahmekriterien, erfolgt die Aufnahme und 360 Euro werden Ihrem Beitragskonto für jedes neue Mitgliedsunternehmen gutgeschrieben.

Weitere Informationen zur Aktion „Mitglieder werben Mitglieder“ erhalten Sie bei Antje Gräser, Tel.: 030/26062-204, E-Mail: graeser@vbi.de. Sie schickt Ihnen auch Antragsunterlagen zu.

Sie können über den Informationsabruf auf Seite 39 auch ein Informationsblatt bestellen.

