

Architekten verschenken Chancen

Von Kirsten Schiekiera

DIE WELT 5. April 2008

Der Arbeitsmarkt für Baumeister ist überlaufen.

Wer sich durchsetzen will, sollte etwas Besonders anbieten.

Im Grunde genommen, meint Christoph Kohl, sei Berlin durchaus die richtige Stadt, um ein Architekturbüro zu betreiben. Die Lage in Europa ist zentral, die Flugverbindungen sind großartig und außerdem verknüpfen Auftraggeber Geschäftstermine sehr gerne mit Berlin-Trips. Nur eins stört gewaltig: "In der Stadt kann man nicht bauen." Als Christoph Kohl nach der Wende gemeinsam mit seinem Schwiegervater Rob Krier das Architekturbüro Krier & Kohl eröffnete, hatte er sich einiges anders vorgestellt. "In all den Jahren wurde lediglich ein deutsches Bauvorhaben von uns in der Nähe von Potsdam realisiert", sagt der Architekt, der im Schnitt zwei oder dreimal in der Woche nach Holland fliegt, wo nach seinen Entwürfen Miets- und Geschäftshäuser entstehen." Durch die Globalisierung ist die Welt klein geworden. Ich hätte nie gedacht, dass ich fast nur im Ausland bauen würde."

Architekten sind eine Berufsgruppe, die stärker und nachhaltiger als andere von Krisen geschüttelt wird. In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Zahl der Beschäftigten im Baugewerbe in Deutschland nahezu halbiert, während die Zahl der Architekten kontinuierlich gestiegen ist. Die Bundesarchitektenkammer gibt die Zahl der Mitglieder mit rund 118 000 an. Knapp 87 Prozent der Mitglieder sind im Hochbau tätig. Zu den Kammermitgliedern gehören rund sechs Prozent Landschaftsarchitekten, fünf Prozent Innenarchitekten und drei Prozent Stadtplaner.

"Das typische Architektendenken sieht so aus: Der Baubranche geht es schlecht, deshalb geht es auch mir schlecht", sagt Volker Eich, der mit 20 eigenen Berufsjahren als Architekt seinen ehemaligen Kollegen seit zehn Jahren als Strategieberater für Architekten beratend zur Seite steht. "Das ist falsch, denn eine Chance auf dem Markt hat jeder, der nach den richtigen Regeln spielt.

Ich kenne einige Architektenbüros, denen es wirtschaftlich sehr gut geht." Das seien Büros, die sich beispielsweise auf die Errichtung von Holzhäusern oder den Bau von Fahrrad-Großhandlungen verlegt haben. "Ein Grundübel ist, dass sich Architekten von ihrem Selbstbild her als Generalisten sehen, während der Markt eine Spezialisierung verlangt", erläutert Volker Eich. In vergangenen Zeiten erstellten Architekten den Entwurf und die Statik und waren zudem auch noch für die Überwachung des Bauablaufs zuständig. Das Selbstbild hat durchaus Tradition, ist mittlerweile aber veraltet.

Eine hohes Maß an Spezialisierung würde heute allerdings nicht reichen, um erfolgreich zu sein, meint Eich: "Ein gesättigter Markt verlangt danach, dass man bei der Positionierung zielgruppenorientiert vorgeht." Wichtig sei es, potenzielle Auftraggeber auszumachen und diese planmäßig zu umwerben. "So ist bei Einfamilienhäusern und Stadtvillen beispielsweise das Premium-Segment noch immer ein Bereich, in dem man sein Arbeitsfeld finden kann", sagt der Berater. "Dazu muss ich allerdings wissen: Was sind das für Menschen, die sich ein Eigenheim für 500 000 Euro und mehr leisten können? Was sind ihre Bedürfnisse? Und: Wie kann ich mit Ihnen in Kontakt treten?"

Zudem sollten Architekten genau analysieren, wo die eigenen Stärken und Fähigkeiten liegen. "Eine herausragende Architektursprache haben nur die wenigsten", sagt Eich. "Auch Hobbys und ausgeprägte Neigungen oder gute Kontakte zu einer potenziellen Zielgruppe können helfen, Geschäftsfelder zu erschließen. Man muss nur bereit sein, neue Wege zu gehen." ...