

# Die Wirtschaftlichkeit der Kooperation:

Dass eine möglichst weitgehende Zusammenarbeit aller Beteiligten bei der Planung von Bauvorhaben sinnvoll ist, liegt auf der Hand. Und doch hat sich, was in vielen anderen Ländern gängige Praxis ist, in Deutschland bislang kaum durchgesetzt: Planungs- oder Bauteams. Dabei bietet kooperatives Bauen erhebliche wirtschaftliche Vorteile.

## Teamarbeit beim Bauen

ist eine Strategie, die sich für alle Beteiligten lohnt. Zu allererst für den Bauherren: Wer kooperativ planen und bauen lässt, kann schneller und bei hoher Qualität günstiger bauen.

Der Grund: Während der gemeinsamen interdisziplinären Planung, an der idealerweise auch der Bauherr selbst teilnimmt, können oft Detaillösungen vereinfacht und häufig auch preisgünstigere Baulösungen gefunden werden. Die bessere Koordination der Abläufe im Team verringert Reibungsverluste zwischen den Planungspartnern, was sich positiv auf die Qualität und die Terminalsicherheit des Bauvorhabens auswirken kann. Vorteile, die den Bauherrn keinen Cent mehr kosten – denn die Kosten für Architekt und Fachingenieure fallen sowieso an, ob einzeln oder als

## Planungsteam.

Und wie wichtig auch branchenübergreifende Teamfähigkeit und kooperatives Bauen für die Wettbewerbsfähigkeit aller Beteiligten sind, bestätigte jüngst ein interdisziplinäres Forum der Architektenkammer Niedersachsen, die dazu neben ihren eigenen Mitgliedern insbesondere auch Unternehmer anderer Branchen eingeladen hatte.

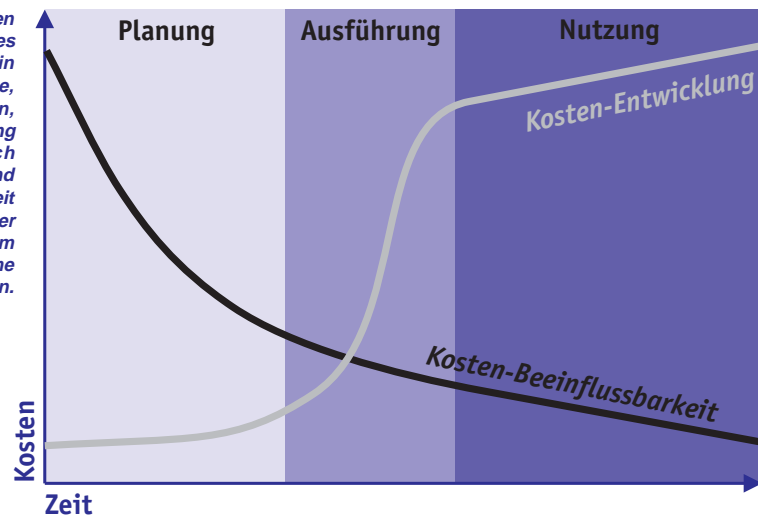
Entscheidend ist, mit der Teamarbeit bei der Bauplanung rechtzeitig zu beginnen. Der ideale Zeitpunkt ist der Moment der kaufmännischen Entscheidung zur Realisierung eines Bauprojektes. Ist der Immobilienprospekt erst einmal gedruckt oder die Baugenehmigung beantragt, sind kosteneinsparende Vorschläge oder innovative Varianten nicht mehr oder nur noch mit hohem Aufwand zu realisieren.

## Vom Planungsteam zum Bauteam

"Das Lösungswort für kostenoptimiertes und ausführungsgerechtes Bauen heißt: Bauteambildung von Planungsbeginn an."

(Dipl.-Ing. Helfried Naumann)

Die gegenläufigen Kurven machen es deutlich: Während in der Planungsphase, besonders zu Beginn, eine Beeinflussung der Baukosten noch leicht möglich ist, sind während der Bauzeit und erst recht in der Nutzungszeit kaum mehr Spielräume offen.



Von der kooperativen Bauplanung profitiert jedoch nicht nur der Bauherr – auch den am Planungsteam beteiligten Architekten und Fachingenieuren sowie den ausführenden Unternehmen nutzt die Teamarbeit auf vielfache Weise. Gegenseitiger Erfahrungsaustausch ermöglicht die Bündelung von Know-how und schafft wertvolle Synergien. Die positiven Effekte der Ressourcen-Konzentration und die verbesserten Chancen zur langfristigen Kundenbindung sind weitere wichtige Argumente für Planungsteams bzw. – unter zusätzlicher Beteiligung der ausführenden Firmen – für Bauteams.

## virtual constructing

Gegen immer höhere Transaktionskosten helfen moderne Kommunikationsmittel und anwendungsreife Softwarelösungen, die interdisziplinäre Planungsteams an einen gemeinsamen, virtuellen Tisch bringen. Dank digitaler Vernetzung ist der Austausch planungsrelevanter Daten jederzeit möglich. Über virtuelle Projekträume im Internet können sich die Projektpartner per Mausklick über Ideen und Arbeitsfortschritte informieren und untereinander abstimmen.

Auch für den Baubereich existieren bereits hochentwickelte Technologien, die sich bei der industriellen Produktentwicklung wie der Automobilindustrie bewährt und zu Zeit- und Kostenoptimierungen geführt haben. Im Bereich der Architekturplanung ist Star-Architekt Frank O. Gehry hier Vorreiter, der gemeinsam mit einem Softwareunternehmen ein 3D-Simulationsprogramm entwickelt, das weit über eine CAD-Software hinausgeht und insbesondere die kooperative Zusammenarbeit in der Planungsphase erleichtern soll.

4D-Simulationen erlauben die virtuelle Konstruktion von Gebäuden und ermöglichen sogar, ihren kompletten Lebenszyklus – von der Planung über die Nutzung bis zum Rückbau – zu simulieren. Zugegeben lohnt sich der Einsatz solcher Instrumente zurzeit oft nur bei Großprojekten.

Mit einfachen Mitteln, aber eindrucksvoll präsentierte das Duale System Deutschland auf der Expo 2000 den Bau seines Pavillons: Besucher konnten am Bildschirm nicht nur die Erstellung des "CyberBowling" im Zeitraffer verfolgen, sondern auch den Rückbau bis zur Wiederherstellung der freien Fläche.

Für den Bauherren bietet die virtuelle Planung einen interessanten Nebeneffekt: Bevor gar nicht mehr oder nur aufwändig rückgängig zu machende Baumaßnahmen in der realen Welt vorgenommen werden, kann er die Auswirkungen seiner Wünsche bereits vorab begutachten, sogar schon vor der eigentlichen Auftragsvergabe. Das zusätzliche Honorar für eine solche Simulation ist bei komplexen Projekten insbesondere zur Ideenfindung gut angelegt.

Als **Generalplaner** bündeln Architekt und Fachingenieur ihre Kompetenzen zum optimalen Nutzen für ihre Bauherren.

Der Architekt setzt die Aufgabenstellung des Bauherrn in einen gestalterischen und funktionalen Entwurf um. Er entwickelt den Rahmenplan, koordiniert die Durchführung und kontrolliert Termine und Kosten.

Die Fachingenieure sorgen dafür, dass der Entwurf des Architekten bautechnisch und wirtschaftlich realisiert werden kann.

(\* neben dem Tragwerksplaner je nach Bauaufgabe z.B. für Vermessung, Stadtplanung, Landschaftsplanung, Bodengutachten, Bauphysik, Brandschutz, Haustechnik – jeder von ihnen bringt seine besondere Fachkompetenz in den Bauprozess ein)

Quellen: Architektenkammer und Ingenieurkammer Bau Nordrhein-Westfalen (Broschüre "Planungsteam", [www.betonmarketing.de](http://www.betonmarketing.de))

## Bauen im Team

### Anlässe für Kooperationen

können sowohl bei der Bauplanung als auch für Unternehmen insgesamt sehr unterschiedlich sein (siehe Kasten).

Wichtig für das Funktionieren von Kooperationen sind neben dem gegenseitigen Vertrauen und dem Willen zur Zusammenarbeit auch absolute Offenheit, um die jeweiligen Stärken nutzen und eventuelle Schwächen ausgleichen zu können.

Und wenn es trotz aller guten Absicht zwischen den Beteiligten doch mal kracht, hilft meist ein klärender Dialog und die Besinnung auf das gemeinsame Ziel: eine Wertschöpfungspartnerschaft von Dauer.

### Über den Tellerrand schauen

Auch für Bauplaner haben sich mittlerweile Erfahrungsaustausch-Kreise etabliert, die sich nicht nur mit fachspezifischen Fragen der erfolgreichen Projektabwicklung austauschen, sondern auch über Unternehmensführung oder Marketing.

Zunehmend stehen dabei auch branchenübergreifende Themen auf dem Programm: Innovative Unternehmen schauen über den eigenen Tellerrand und interessieren sich auch für interdisziplinäres Benchmarking und Best-Practice-Beispiele anderer Branchen. Warum sollte man nicht zum Beispiel

Der Gesetzgeber verbietet wettbewerbsbehindernde Absprachen. Erlaubt sind aber unternehmerische Zusammenschlüsse, die folgende Zwecke verfolgen:

- Forschung und Entwicklung
- Güteüberwachung
- Aus- und Fortbildung
- Kalkulation
- Einkauf
- Kundendienst
- Transportmittel
- Marktforschung
- Inkasso
- Werbung
- Vertrieb

einmal darüber nachdenken, warum Apotheken seit Jahren regelmäßig die höchsten Werte beim Kundenzufriedenheits-Index erhalten? Oder: Wie ist es Auto-Hersteller Porsche gelungen, eine Kombination aus zielgerichteter Produktpolitik und ein Höchstmaß an emotionaler Faszination aufzubauen und bis heute zu halten?

### Virtuelle Kooperation

Ein gutes Beispiel für eine erfolgreiche Kooperation mittelständischer Unternehmen ist die Visio-metal Nord AG: Im Internet treten fünf kleinere Metallbau-Betriebe gemeinsam auf. Marketing, Kalkulation, Bauzeichnungen, Dokumentenaustausch, Termin- und Arbeitspläne sowie ein Diskussionsforum finden sich passwortgeschützt in der virtuellen Schaltzentrale des Firmenverbundes. Aus den übers ganze Land verstreuten Kleinbetrieben wird so ein potenter mittelständischer Anbieter mit 150 Beschäftigten.

Im "Kleinen" kann auch eine virtuelle Kooperation durch gegenseitige Verlinkung der jeweiligen Firmen-Homepages ein erster Schritt sein. Besuchern wird dadurch ein positives partnerschaftliches Verhalten vermittelt. Und ganz nebenbei erhöhen solche "qualifizierte Links" auch die Wichtung aller Partnerseiten bei den Suchmaschinen.

### Mit vereinten Kräften werben

**Ob als Projektteam auf Zeit, als Partnerschaftsgesellschaft oder als Generalplaner: Immer spielt die Einsicht in die wirtschaftlichen Vorteile von Kooperationen eine wesentliche Rolle.**

#### Das Planungsteam:

Bauherr,  
Architekt und  
Fachingenieur



#### Der Bauherr

hat als Entscheidungs- und Kostenträger eine besondere Rolle. Seine Vorstellungen und sein Budget bestimmen den Projektrahmen. Seine Teilnahme an den wesentlichen Planungs- und Teamgesprächen hat sich bewährt.



#### Das Bauamt

sollte so früh wie möglich mit eingeschaltet werden, um Baubestimmungen und öffentliche Bebauungspläne zu berücksichtigen – Auslegungsfehler können teuer werden.



#### Die ausführenden Firmen

sollten so früh wie möglich mit am Tisch sitzen, denn die Berücksichtigung von material- und systembezogener Planung sowie der Logistik spart viel Geld.

#### Das Bauteam:

Planungsteam  
plus ausführende Firmen

### "Endlich zu Hause"



Das Kölner InformationsZentrum Beton hat nach der erfolgreichen Kampagne "Hoffentlich ist es Beton" mit der Aktion "Endlich zu Hause (Wo ein Zuhause ist, ist auch Beton)" dem Baustoff den Weg in den Wohnungsbau geebnet und das Image der Baubranche insgesamt verbessert.

Wer im Team erfolgreich arbeitet, der kann auch nach außen gemeinsam werben. Statt nur mal beim Richtfest vereint aufzutreten, können Planungs- und Bauteams z.B. mit ihren Bauherren auch bei Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsame Sache machen.

Prädestiniert für gemeinschaftliche Werbung sind auch die unterschiedlichen Verbände, deren Aufgabe unter anderem die Imageförderung (Beispiel: Kasten "Endlich zu Hause") und der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit ihrer Mitglieder ist – und deren Angebote man prüfen und nutzen sollte.



### "Wir bauen Sie auf"

Beispiel für erfolgreiches Co-Branding war vor einigen Jahren die Kooperation der Bausparkasse Schwäbisch-Hall und des Lebensmittel-Produzenten Kraft Jacobs Suchard. Gemeinsam bewarb man die Kaffee-Marke "Jacobs Meisterröstung" und das Bausparen, symbolisiert durch den Bauspar-Fuchs. Die Kooperation mit dem Slogan "Wir bauen Sie auf" war möglich, weil beide Partner ähnliche Werte (bodenständig, ehrlich, menschlich) vermitteln und eine hohe Image-Übereinstimmung (Mode unabhängig + zeitlos) vorlag.

Auch Konzepte wie Franchising, Kundenclubs oder das Co-Branding (das gemeinsame Auftreten mehrerer "Marken" mit gleichen Marktzielen; Beispiel: Kasten "Wir bauen Sie auf") ermöglichen auch kleinen Unternehmen in Punkto Werbung den Aufstieg in die "Profiliga" – und das bei kleinem Werbebudget.

Unter einem gemeinsamen "Label" geben auch verschiedene Ingenieurbüros aus dem Bereich der Tragwerksplanung eine Kundenzeitung heraus. Durch die kooperative Erstellung unter Leitung eines marketing-erfahrenen Bauingenieurs sparen die beteiligten Büros Aufwand und Geld. Und das Ergebnis halten Sie, lieber Leser, gerade in den Händen: