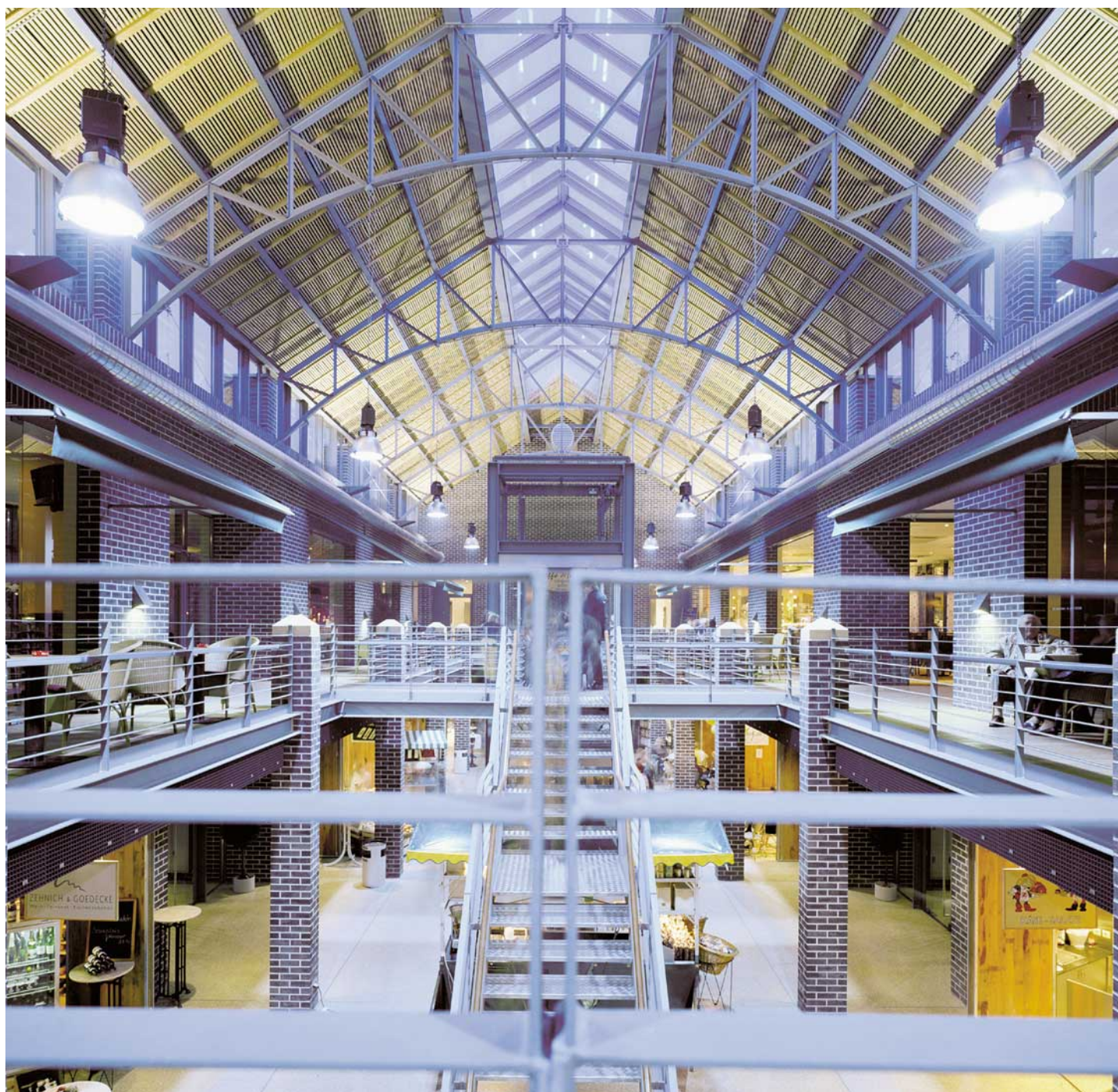


Architektur für Handel, Handwerk und Gewerbe



Architektur für Handel, Handwerk und Gewerbe

Inhalt

3/4 Vorwort

Hartmut Miksch

Präsident der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen

Hans Georg Crone-Erdmann

Hauptgeschäftsführer der Vereinigung der Industrie- und Handelskammern
Nordrhein-Westfalen

5 Einführung

„Architektur als Marketinginstrument“

Prof. Erich Kütke, Universität Köln

9 **Ihr Gebäude: Funktionsträger und Aushängeschild**

Ästhetische Qualität und Corporate Identity

11 **„Eine Symphonie aus Glas und Stahl“**

Interview mit Günter Jansen, Inhaber des BMW Autohauses Hammer + Co.
in Mönchengladbach

13 **Effiziente Arbeit durch bessere Arbeitsplätze**

Soziale Qualität und Arbeitsplatzgestaltung

15 **„Ich bin stolz auf das Gebäude“**

Interview mit Johannes van Dyk, Teamleiter Netze
bei den Technischen Werken Osning GmbH in Halle/Westfalen

17 **Bewährte Qualität und neue Wege in Konstruktion und Technik**

Technische Qualität und Innovation

19 **„Gute Planung zahlt sich aus“**

Interview mit Lothar Ortmann, Leiter der Abteilung Betriebsmittelplanung
bei der Ejot Verbindungstechnik GmbH & Co. KG, Bad Berleburg

21 **Neu nutzen statt neu bauen: Qualitäten in alten Gebäuden**

Gesellschaftliche Qualität und Bestandsarbeit

23 **„Diskussionsloses Einvernehmen“**

Interview mit Thomas Hoof, Inhaber der Versandhandelsfirma Manufactum,
ehemalige Zeche Waltrop bei Dortmund

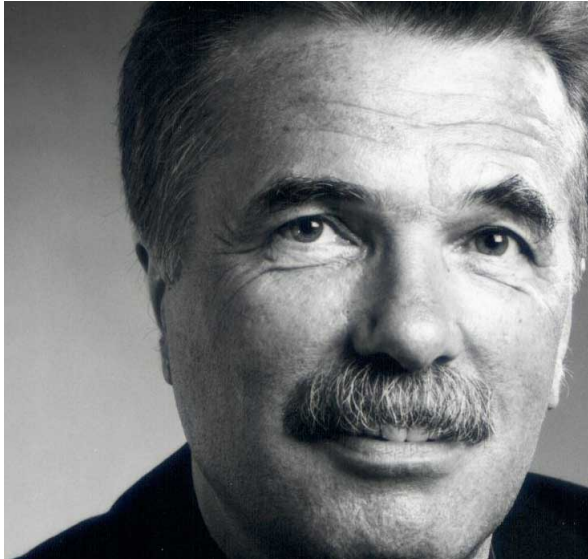
25 **Optimale Lösungen – wirtschaftlich realisiert**

Ökonomische Qualität und Wirtschaftlichkeit

27 **„Der Architekt ist der Fachmann“**

Interview mit Markus Dammwerth, Geschäftsführer der Tischlerei H. Dammwerth
GmbH & Co. KG in Münster

29 Anhang/Impressum



Bauten für Handel, Handwerk und Gewerbe haben in der Vergangenheit leider oft ein reines Zweckdasein gefristet. Als notwendige Gebäudehülle nach wirtschaftlichen Kriterien errichtet, wurde ein gestalterischer Anspruch nur selten erhoben. In der Konsequenz wurden diese Bauwerke von der Öffentlichkeit weitgehend ignoriert oder als notwendig hingenommen.

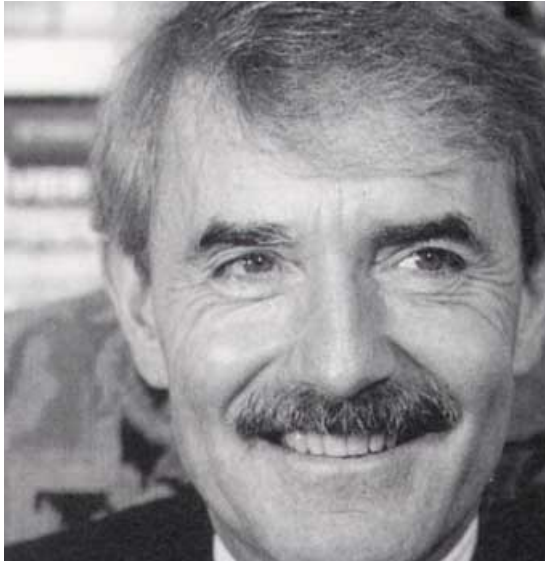
Das hat sich geändert! In den vergangenen Jahren sind in Nordrhein-Westfalen und anderswo eine Reihe neuer Gewerbebauten entstanden, die ein hohes Maß an gestalterischer und städtebaulicher Qualität aufweisen. Die Architektenkammer Nordrhein-Westfalen hat 1997 erstmals in Zusammenarbeit mit dem NRW-Ministerium für Stadtentwicklung Bauwerke aus Handel, Handwerk und Industrie öffentlich als „vorbildlich“ ausgezeichnet. Seither sind viele neue Objekte hinzugekommen. Sie alle zeigen: Anspruchsvolles Bauen ist auch in den Bereichen Handel, Handwerk und Gewerbe sowie Industrie möglich. Qualitätvolle Architektur und kostenbewusstes Bauen sind kein Widerspruch, ökologische Verträglichkeit und soziale Qualitäten sind auch für gewerbliche Bauten wichtige und richtige Anforderungen.

Immer mehr Unternehmer und Unternehmen nutzen auch die Möglichkeiten zur Selbstdarstellung, die ihnen ihr Firmensitz, ihre Werkshalle oder ihr Gebäude bietet. Mithilfe von Architektinnen und Architekten können Sie Ihr Bauwerk zum Ausdruck Ihrer Firmenphilosophie machen. Ihr Gebäude kann Ereignis oder Werbeträger sein, es kann Seriosität und Transparenz vermitteln, eine Marke symbolisieren oder zur Kommunikation einladen.

In dieser Broschüre wollen wir Ihnen einige aktuelle Beispiele für gelungene Gewerbebauten in Nordrhein-Westfalen zeigen und Bauherren zu Wort kommen lassen. Dabei wird deutlich, dass ein anspruchsvolles Gebäude immer in zwei Richtungen wirkt: nach innen und nach außen. Es motiviert Mitarbeiter und schafft Arbeitszufriedenheit, und es vermittelt dem Betrachter die Botschaft: Wir nehmen unsere Aufgaben und unsere Kunden ernst!

Hartmut Miksch

Präsident der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen



„Ein Land, das baut, lebt.“ Dieser Satz von Le Corbusier stimmt in abgewandeltem Sinn auch für Nordrhein-Westfalen. In allen Regionen unseres Landes wird sichtbar, dass Unternehmer und Unternehmen die Architektur nicht nur als ein nützliches und notwendiges Instrument betrachten, den Funktionen des Wirtschaftens eine Behausung zu geben. Ihre Formsprache wird als Ausdruck gewählt für das eigene Selbstverständnis, als Wegweiser auf den Inhalt des jeweiligen wirtschaftlichen Tuns. Damit wird Architektur zur Manifestation von gestalteter Sachlichkeit.

Bauen zeigt aber auch Mut zum Leben, zu Aufbruch und Neubeginn. Hierauf müssen wir heute mehr denn je die Blicke lenken. Die Menschen unserer Zeit brauchen positive Signale, sie brauchen Zitate für die Wahrheit, dass Wandel Chance ist. Worin kann dies besser ausgedrückt werden als in Architektur. Sie ist der ständige Versuch, Bedürfnisse der Menschen materiell Gestalt werden zu lassen.

So ist es nur konsequent, wenn wir heute den Verzicht auf Stadtkultur in industriegeprägten Regionen dadurch ausgleichen, dass wir gewerbliche Bauten zu kulturellen Denkmälern umwidmen und dadurch städtebauliche Wunden der Vergangenheit schließen. Neues steht neben wieder nutzbar gemachter Bausubstanz aus dem Beginn der Industrialisierung, technische Funktionalität wird harmonisch verbunden mit Wohnumgebung. Der strukturelle Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft wird so sichtbar.

Die in der vorliegenden Broschüre dokumentierte Architektur für Handel, Handwerk und Gewerbe vermittelt in anschaulicher Weise diesen Wandel in Nordrhein-Westfalen. Die dargestellten Gewerbebauten sind vorbildlich und richtungweisend. Aus ihrem Beispiel sollte Nachahmung folgen.

Hans Georg Crone-Erdmann

Hauptgeschäftsführer der Vereinigung der Industrie- und Handelskammern
in Nordrhein-Westfalen

Architektur als Marketinginstrument

Prof. Erich Kütke

Architekturfunktionen

Sie können fragen, wen Sie wollen – Qualität, Funktionalität und Schönheit wird naiv eingefordert, wenn es um Architekturbewertung geht. Da hat sich scheinbar seit 2000 Jahren nichts geändert, denn schon Vitruv, der Architekturtheoretiker der Antike, forderte dasselbe: firmitas (Festigkeit, also Qualität), utilitas (Zweckmäßigkeit, also Funktionalität) und venustas (Anmut, also Schönheit). Für die moderne Industriearchitektur, für Bauten des Handels und Handwerks sind diese traditionellen Bewertungskriterien jedoch zu theoretisch.

Gestaltfaktoren

Seit 30 Jahren nutzt das Marketing nun bewusst die Architektur als Mittel zur Erreichung von ökonomischen Unternehmenszielen. Interessant hierbei: Qualität und Funktionalität werden als technische Funktion der Architektur vorausgesetzt und ausgeklammert. Gezielt wird nur die ästhetische Funktion der Schönheit thematisiert. Die Berater der Großindustrie definieren die Schönheit analog zur Kundenwahrnehmung zuerst als emotionale und assoziative Kategorien. Man verlangt von einer Architektur, dass sie die der Firma entsprechenden Gefühle wie Einfachheit, Leichtigkeit, Flexibilität, Technizität usw. vermittelt. Auch komplexe Vorstellungsbilder (Assoziationen) wie Repräsentativität (Luxus), Sicherheit, Kommunikation (Offenheit), Tradition (bewahrend) sollen durch die Architektur verkörpert werden. So wurden die Architekturteams immer mehr zu Gestaltgebern – nicht einer allgemeinen Schönheit verpflichtet, sondern auf der Suche nach firmenimmanenten Architekturempfindungen und -eindrücken. Die Gestalt des Bauwerks soll also eine Anmutung transportieren, die, losgelöst von tradierten ästhetischen Normen, Emotionen auslöst.

Architektur der Großindustrie

Man kann heute eine deutliche Funktionstrennung der Architektur bei Großbetrieben und der mittelständischen Wirtschaft erkennen. Bei Großbetrieben gibt es einen Trend zu Event- und Markenarchitektur.

Event- und Marketingarchitektur

Das so genannte Event-Management ist zu einem zentralen Instrument im Business-Geschäft und im hochrangigen Marketing geworden. Auch Produkteinführungen (z. B. Schulungen, Unterweisungen usw.) sind ohne besondere Veranstaltungen, neudeutsch Events, fast nicht mehr denkbar. Im Mittelpunkt der Events steht die „location“ als gebauter Ort, an dem diese Veranstaltungen stattfinden. Immer mehr Firmen gehen dazu über, keine anonymen Hotels, sondern ihr eigenes Unternehmen als prägnanten Ort in den Mittelpunkt zu stellen. Die Autohersteller sind ein herausragendes Beispiel dafür. Man setzt auf Architektur! In Dresden ist eine Montageanlage entstanden, die mehr Manufaktur- als Industriecharakter hat. Die so genannte Gläserne Fabrik ist eher ein Ort der Begegnung denn ein Ort der Arbeit, mehr Galerie und Studio mit dem alleinigen Ziel, dem Käufer ein faszinierendes Erlebnis zu bieten. Transparenz-Architektur als Mittel der Image-Bildung!



Marke und Architektur

Wir erleben heute eine Renaissance der Marke. In überbesetzten Märkten verspricht nur noch eine „psychologische Monopolstellung“ der Produkte Erlöse und Margen. Die Zeiten, als man Marke und Image gleichsetzte, sind vorbei. Heute wird eine Marke mit Persönlichkeitsmerkmalen definiert und in einem so genannten Markenportal zusammengefasst. Um eine Marke visuell allen Markenbeteiligten (intern wie extern) verständlich zu dokumentieren, benötigt man eine einheitliche, sich selbst erklärende Sprache. Man greift hier besonders auf die Architektur zurück, weil diese mit den gleichen ästhetischen, symbolischen und funktionalen Eigenschaften wie eine Marke ausgestattet werden kann. Im gewählten Architekturstil drückt sich also die Markenpersönlichkeit aus.

Architektur in mittelständischen Unternehmen

Natürlich können auch mittelständische Unternehmen die bei Großunternehmen praktizierten Architekturfunktionen übernehmen. In der Regel wird man jedoch weder die emotionale noch die assoziative Leistung von Architektur einsetzen, weil damit keine unmittelbaren Markterfolge zu erzielen sind. Auch die Event- und Markenbezüge spielen bei mittleren Unternehmen keine dominante Rolle. Trotzdem gibt es gute Gründe, der Architektur von Industrie, von Verwaltungs- oder Dienstleistungszentren wie auch von Handwerksbetrieben eine von Architekten definierte Gestalt zu geben. Die Gründe liegen in den Erfordernissen des instrumentellen bzw. des interaktiven Marketings.

Architektur und instrumentelles Marketing

Preispolitik, Servicepolitik, Werbung usw. sind die traditionellen Marketinginstrumente. „Architektur“ ist in diese Aufzählung ohne Abstriche aufzunehmen, weil mit diesem Instrument die gleichen merkantilen Ziele erreicht werden können. Im Folgenden wollen wir an Instrumentalfaktoren zeigen, dass Architektur ein essentielles, nicht mehr wegzudenkendes Marketinginstrument ist.

Identitätsformung

Jedes moderne Unternehmen hat eine Firmenphilosophie, einen Plan, der Vision, Mission, Ziele usw. festlegt. Die zentrale Stellung nimmt hier die Frage der Identität ein. Was macht die Eigenheit, die Einzigartigkeit unseres Unternehmens aus? Traditionellerweise wird die Firmenphilosophie im Rahmen des Corporate Design gelöst (gestalterische Maßnahmen als Kommunikation). Diskreter und vor allem nachhaltiger lässt sich jedoch die Unternehmensidentität in Architekturen einlösen. Mehrdimensionale, begehbare, erfahrbare Räume schaffen eine schnelle, präzise und unverwechselbare Charakteristik des Unternehmens. In diesem Sinne ist Architektur das Instrument der Identitätsformung.



Wettbewerbsdifferenzierung

Bei Messeauftritten, dem Fuhrpark usw. hat man stark auf Unterscheidbarkeit geachtet. Die Differenzierung als Instrument der Außenwahrnehmung ist stark beachtet worden. Dass auch die Firmenarchitektur hier unterstützend wirkt, wurde lange vergessen. Während die Identität als unverwechselbare Grundlage dient, schafft die Differenzierung die Abhebung im Markt, zur Konkurrenz und zu den sich abzeichnenden Trends. Eine überlegte Firmenarchitektur ist das ökonomische Instrument zur Differenzierung.

Identitätsstiftung

Die Architektur lässt sich auch aktiv öffentlichkeitswirksam einsetzen, um die emotionalen Kräfte des Umfelds auf das Unternehmen zu richten. Über zeitgemäße Firmenarchitektur wird in Zeitungen innerhalb des redaktionellen Teils gerne umfassend berichtet – dabei ist der Announcement-Effekt (Ankündigung oder Berichtsleistung) größer als bei jeder Werbe- oder PR-Anstrengung. Im Rahmen dieser Berichterstattung wird die Architektur zum Identitätsfaktor, zu einer gebauten Orientierungshilfe für Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und der interessierten Öffentlichkeit.

Profilierung

Amerikanische Forschungen haben uns bewiesen, dass ein Unternehmen ohne Alleinstellung am Markt nicht bestehen kann. Neben der Kostenführerschaft wird die Leistungsführerschaft hervorgehoben. Worin bestehen jedoch die komplexen Leistungen? Sind es technische, ästhetische, soziale, emotionale Kompetenzen? In den Produkten, der Werbung, der Marke kann man die Profilierungsanstrengungen verdeutlichen. Sensibler und vor allem visuell einprägsamer lassen aber Architekturen die gewählte Strategie der Profilierung deutlich werden. Wir wollen hier mit den instrumentellen Vorteilen einer überlegten Firmenarchitektur schließen, obwohl noch über andere Kriterien (z. B. Prägnanz, Ikonographie etc.) zu berichten wäre.

Architektur und interaktives Marketing

Beim instrumentellen Marketing wird – wie dargestellt – eine ökonomische Metagröße (Identität, Differenzierung usw.) mit Marktvariablen kommuniziert. Beim interaktiven Marketing geht es darum, durch soziale Austauschprozesse den Kunden zu begeistern. Man kann auch sagen, wir stellen den Kunden nicht passiv zufrieden, indem wir auf seine Wünsche und Ansprüche eingehen, sondern wir aktivieren ihn als guten Freund der Unternehmung.

Es geht darum, dem Käufer Vergnügen, Freude, Lust usw. zu bereiten – die ökonomischen Ansprüche sind ja ohnehin alle erfüllt. Diesen Wandel der Betrachtung instrumentelles versus interaktives Marketing gilt es auch bei der Architekturdiskussion in Zukunft zu beachten. Nur so

viel zu dieser psychologischen Betrachtung des Marketings: Architektur wird sich dann bewähren, wenn sie es schafft, Beziehungsgefüge herzustellen oder Gemeinschaftsgeflechte aufzubauen. Das geht mit neuen Instrumenten wie z. B. Faszination, Déjà-vu-Effekten, Nostalgie-Schemata. Architektur muss berühren, nicht gefallen. Architektur muss motivieren, nicht ästhetisieren. Architektur wird dann zu einer Schlüsselgröße des interaktiven Marketings. In Zusammenarbeit mit dem Management wird der „moderne Architekt“ genau die Architektur entwickeln, die für ein zeitgemäßes „Interaktionsmarketing“ bedeutsam ist. Die Frage nach Funktion und Ästhetik tritt zurück; es geht um Fragen der Faszination, des Hedonismus, des Involvements, des Commitments und der Erlebnisse. Nur der Architekt ist in der Lage abzuschätzen, welche Architekturinstrumente herangezogen werden müssen, um gezielt ausgewählte Motive, Emotionen und Anmutungen anzusprechen. Die Vermittlung zwischen Interaktionsfaktoren (z. B. Faszination) und den Gefühlsdeterminanten sowie die Übertragung in gebaute Wirklichkeit beherrscht nur der erfahrene Architekt.

Vielleicht sind diese psychosozialen und marketingorientierten Termini zu verquast – man kann es auch einfacher sagen:

Es geht heute bei der Industriearchitektur nicht mehr darum, zwischen Qualität, Zweckmäßigkeit und Schönheit zu vermitteln oder den Vorstellungen des Bauherrn und den Wünschen der Abteilungen Rechnung zu tragen. Es geht darum, die Architektur als gebaute Interaktion zu begreifen.

Da leuchtet es ein, dass die traditionellen Geschmacksmuster der Architekturstile nicht mehr ausreichen. Der Architekt wird Ihnen raten, ob crossover, sampling, styling usw. für Sie als industrieller Bauherr die richtige Architekturstrategie darstellen. In diesem Sinne ist die „Gläserne Fabrik“ nicht nur eine Architektur, sondern eine Metapher für Interaktion.

Prof. Dr. Erich Küthe
Dozent für Marketing
Universität Köln



LOOK UP, Gelsenkirchen

Architekten:
Anin-Jeromin-Fitilidis & Partner, Düsseldorf
Mitarbeiter: Dipl.-Ing. Peter Maerten
(Foto: Holger Knauf, Düsseldorf)

Ihr Gebäude: Funktionsträger und Aushängeschild

Ästhetische Qualität und Corporate Identity



RS+Yellow Möbel, Münster
Neubau eines Möbelfachmarktes
Architekten:
Bolles+Wilson, Münster
(Foto: Christian Richters, Münster)

Die zunehmende Konkurrenz, in der sich viele Unternehmen heute befinden, macht ein sorgfältig überlegtes Auftreten einer Firma unumgänglich. Die Mittel der gezielten öffentlichen Kommunikation, von PR und Werbung, haben Einzug gehalten in alle Bereiche des Geschäftslebens.

Dabei spielt nicht nur eine zeitgemäße Präsentation der Waren und des Leistungsangebots eine wichtige Rolle, sondern auch das bauliche Erscheinungsbild, mit dem sich eine Firma nach außen zeigt. Prägnante Gestaltungselemente, Farbigkeit, Material: Standardlösungen, die für alle Betriebe und ihre jeweiligen Ansprüche Gültigkeit besäßen, gibt es nicht. Denn nicht nur die Art des Unternehmens und seines Angebots, auch der Standort und die dort herrschenden Bedingungen beeinflussen die Konzeption Ihres Gebäudes, der gebauten Corporate Identity.

Zuerst gilt es zu klären, wofür und für wen gebaut werden soll. Es macht einen großen Unterschied, ob ein Gebäude für eine Büronutzung oder einen Dienstleistungsbetrieb, für Handel oder Handwerk errichtet wird.

Ein Gebäude kann sowohl das Produkt einer Firma als auch deren Philosophie symbolisch verkörpern. Es ist in der Lage, Qualitäten und Werte zu vermitteln, die für eine Firma wichtig und beispielhaft sind. Transparenz, Offenheit, ein einladendes, freundliches Gebäude, aber auch Qualität, Wertigkeit oder Exklusivität sind mögliche Aspekte einer Corporate Identity, die sich möglicherweise im Bauwerk spiegelt. In der Form und Gestaltung eines Gebäudes können sich Firmenlogo oder Produkt wiederfinden, bei Handwerksbetrieben bietet sich die Verwendung von Materialien an, die für den Betrieb typisch sind.

Je nach Art des Unternehmens spielt es eine große Rolle, ob die Wirkung eines Firmensitzes in erster Linie nach außen oder nach innen gerichtet ist. Als Mittel der Werbung und damit der punktuellen Akquisition muss das Gebäude durch sein Auftreten Aufmerksamkeit hervorrufen und neugierig machen. Soll eine feste Kundschaft dauerhaft an ein Unternehmen gebunden werden, so gilt es, mit Qualität zu überzeugen.

Auch nach innen muss ein gut geplantes und bewusst konzipiertes Gebäude eine große Wirkung entfalten. Ziel ist es, ein positives Erscheinungsbild und eine Arbeitsumgebung zu schaffen, die nicht nur zeitgemäßen Standards genügen, sondern darüber hinaus Charakter besitzen.



**Autohaus BMW Hammer GmbH & Co. KG,
Mönchengladbach**
Architekten/Planer:
H. A. Hetschold/R. Sunder/H. - G. Goltz, Witten
(Fotos: Ralf Krieger, Krefeld)

Auf diese Weise wird die Identifikation der Mitarbeiter mit ihrem Arbeitsplatz gefördert und ein wichtiger Beitrag zur Unternehmenskultur geleistet. Die Bindung qualifizierter und motivierter Arbeitskräfte an ein Unternehmen erhöht sich hierdurch.

Schon die Wahl eines Standorts ist eine bewusste Entscheidung für ein Unternehmen, die Anwesenheit an einem bestimmten Ort kann ein Impuls für neue Entwicklungen sein. Hierbei spielen Handel, Handwerk und Gewerbe eine führende Rolle. Durch die Aufwertung eines Standorts hat jeder der dort angesiedelten Betriebe seine individuellen Vorteile. Je größer und je besser aufeinander abgestimmt das Angebot ist, desto höher ist die Besucherfrequenz. Dadurch entstehen Synergieeffekte, wovon die einzelnen Betriebe profitieren.

Mithilfe von Standortanalysen und der Klärung der baurechtlichen Rahmenbedingungen unterstützt der Architekt den Bauherrn bei der Suche nach dem optimalen Grundstück. Gegebenenfalls zieht er einen Stadtplaner oder eine Stadtplanerin hinzu, um Planungsrecht zu schaffen oder zu ändern.

Dabei werden unter den verschiedenen Bedingungen die unterschiedlichsten Anforderungen an ein Gebäude gestellt. Ein neu erschlossenes Gewerbegebiet etwa verlangt nach anderen architektonischen Ausdrucksmitteln als ein innerstädtisches Mischgebiet. Wie ein Gebäude durch den Betrachter wahrgenommen wird, hängt entscheidend davon ab, in welcher baulichen und geografischen Umgebung es sich befindet. Steht das Gebäude in einem Gewerbegebiet, wird es in erster Linie mit dem Pkw angesteuert und aus der Perspektive des Fahrers erlebt. Stehen dort noch viele andere ähnliche Objekte, kann bewusste Auffälligkeit oder aber gezielte Zurückhaltung in der Gestaltung ein effektives Mittel sein, um eine Identität innerhalb gleichförmiger Bebauung zu schaffen.

In der Stadt gilt es dagegen, auch den Blickwinkel des Fußgängers zu beachten. Das Tempo ist niedriger, Aufenthalts- und Verweilqualität spielen hier eine wichtigere Rolle, Angebote werden auch im Vorbeigehen wahrgenommen. An einem städtischen Standort finden andere Kriterien Anwendung, gilt es hier doch, sich in einen städtebaulichen Kontext einzuordnen und gewachsene Strukturen zu respektieren. Die Synthese aus standortrelevanten Faktoren, den baurechtlichen und ökonomischen Möglichkeiten und der Firmenphilosophie zu finden, ist eine der grundlegenden Aufgaben des Architekten zu Beginn eines jeden Bauvorhabens.

„Eine Symphonie aus Glas und Stahl“

Interview mit Günter Jansen, Inhaber des BMW Autohauses Hammer + Co. in Mönchengladbach



Viele Unternehmen entscheiden sich wegen der Corporate Identity, also des einheitlichen Firmenauftritts, für das Bauen mit einem Architekten. Gilt das auch für Sie?

Ja, die individuelle Lösung war ein ganz wichtiger Grund. Theoretisch hätte ich natürlich auf einen Fertigbau zurückgreifen können – es gibt tatsächlich vorgefertigte Autohäuser, deren Bauzeit vielleicht kürzer ist als die eines individuellen Gebäudes. Aber dafür zahlt man einen hohen Preis: Man verzichtet auf eine Vision! Und ich verkaufe nicht nur Autos, sondern ein Lebensgefühl.

Hat es der Architekt verstanden, die Vision, die Sie im Kopf hatten, planerisch umzusetzen?

Ich habe dem Architekten vor Planungsbeginn meine Vorstellungen mitgeteilt. Ich habe gesagt, ich will eine Symphonie aus Glas und Stahl. Der Bau soll transparent sein – wir haben nichts zu verstecken, auch nicht den Werkstattbereich. Ich will Großzügigkeit, einen Erlebnisraum. Es gab dann noch Vorgaben von der Konzernzentrale, beispielsweise was die Farben anging. Das war also keine leichte Aufgabe, zumal auch noch komplizierte technische Abläufe zu berücksichtigen waren. Aber der Architekt hat das alles unter einen Hut gekriegt. Und die Mönchengladbacher sagen heute: Das Autohaus von BMW ist das schönste in ganz Europa.



Manche Bauherren befürchten, dass sie mit dem Architekten lange Auseinandersetzungen über die Gestaltung des Gebäudes haben. Ihre Erfahrung?

Ich kann nur sagen, der Architekt war engagiert, fähig und in der Lage, meine Wünsche umzusetzen. Ich habe zum Beispiel gesagt, ich will viel Glas, und er hat eine entsprechende Fassade vorgeschlagen. Ich habe gesagt, die Neuwagen sollen vorne stehen und die Gebrauchtwagen hinten, und er hat die Flächen so geplant. Ich war mit der Zusammenarbeit sehr zufrieden.

Wie ist die Reaktion der Kunden auf das Gebäude?

Viele schwärmen für den Bau und kommen einfach mal auf eine Tasse Kaffee vorbei, weil sie sich hier wohl fühlen. Für Stammkunden sind wir fast schon ein Ausflugsziel, an manchen Sonntagen zählen wir 300 Besucher. Außerdem habe ich – und das ist für ein Autohaus absolut ungewöhnlich – Laufkundschaft bekommen: Leute, die sagen, ich fahre so oft an diesem Gebäude vorbei, jedes Mal fällt es mir auf, jetzt gucke ich endlich mal rein.

Zahlt sich das auch wirtschaftlich aus?

Und ob. In den letzten vier Jahren hat sich der Umsatz verdoppelt. Einer unserer Hauptkonkurrenten sah sich zwischenzeitlich veranlasst, selbst neu zu bauen. Das sagt alles, finden Sie nicht?

Effiziente Arbeit durch bessere Arbeitsplätze

Soziale Qualität und Arbeitsplatzgestaltung



Das Firmengebäude ist nicht nur ein Aushängeschild und ein Mittel des Auftritts eines Unternehmens, sondern bildet selbstverständlich auch die Arbeitsumgebung für die Beschäftigten.

Der Arbeitsplatz ist nach wie vor ein Ort, an dem wir einen Großteil unserer Zeit verbringen. Moderne Fertigungs- und Kommunikationstechnologien und der Einzug des Computers hat unsere Arbeitswelt in allen Bereichen nachhaltig verändert. Dabei sind die Ansprüche, die heute an zeitgemäße Arbeitsbedingungen gestellt werden, deutlich gestiegen.

Die Qualität einer Arbeitsplatzgestaltung ist abhängig von einer Vielzahl von Faktoren. Sie ist nicht nur eine Frage der unmittelbaren Umgebung, sondern auch optimaler Produktionsabläufe und der Abstimmung der Gebäudestruktur auf die funktionalen Anforderungen eines Betriebs. Wie bei kaum einer anderen Bauaufgabe ist bei Projekten für Handel, Handwerk und Gewerbe die Abhängigkeit von Vorgaben aus dem Betrieb außergewöhnlich groß. Die Überprüfung dieser Vorgaben und die Suche nach Verbesserungsmöglichkeiten ist wichtiger Bestandteil der Entwurfsarbeit des Architekten.

Verschiedene Arten der Büroorganisation, vom Einzel- über Kombi- bis zum Großraumbüro, können beispielsweise die Form und interne Organisation eines Gebäudes erheblich beeinflussen. Ebenso wichtig ist der betriebliche Ablauf einer Firma, das Verhältnis von Produktions- zu Verwaltungsflächen und die jeweiligen Zuordnungen einzelner Bereiche innerhalb eines Gebäudes. Eine Schreinerei stellt hierbei andere Anforderungen als ein Dienstleistungsunternehmen mit einer komplexen Daten- und Kommunikationstechnik.

Durch grundlegende Entscheidungen bereits zu Beginn können so Lösungen entwickelt werden, die auf die individuellen Bedürfnisse und Anforderungen des jeweiligen Betriebs abgestimmt sind.

Für den Bauherrn birgt die Verbesserung von internen Abläufen im Zuge einer solchen Recherche auch ein erhebliches ökonomisches Einsparungspotenzial, es rechnet sich für ihn. Im analytischen Dialog zwischen Bauherrin oder Bauherrn und Architekt können eventuelle spätere Veränderungen der Nutzungsanforderungen bereits mitbedacht und entsprechend berücksichtigt werden. So können Mehrkosten und Zeitverluste bei späteren Baumaßnahmen vermieden werden.



Stadtwerke, Halle/Westfalen

Architekten:
Heitmann Architekten, Gütersloh
Landschaftsarchitekt Ernst Herbstreit, Bochum
(Fotos: Lukas Roth, Köln)

Eine Planung von Arbeitsplätzen, die neue Erkenntnisse berücksichtigt, kann die Motivation der Mitarbeiter steigern. Die Verwendung von Farbe, Material und Licht, die funktionale Organisation und Einrichtung der Arbeitsplätze sowie die Zuordnung von Gemeinschafts- und Kommunikationsräumen üben erheblichen Einfluss auf das Wohlbefinden, die Kommunikationsfreude und die Produktivität der Beschäftigten aus.

Unter Einbeziehung der spezifischen Wünsche des Bauherrn schlagen Innenarchitektin oder Innenarchitekt im Bereich der Innenraumgestaltung Konzepte für Farbgestaltung und Ausbaumaterialien vor. Der Einsatz von Farbe und unterschiedlichen Materialien trägt zu einer besseren Orientierung und klaren Zuordnung des eigenen Arbeitsplatzes bei. Eine funktionale und den Bedürfnissen der Mitarbeiter angepasste Lichtplanung und ein gesundes Raumklima in allen Betriebsbereichen schaffen nicht nur verbesserte Arbeitsbedingungen, sondern können auch eine erhöhte Betriebssicherheit bedeuten. Der Architekt berücksichtigt dabei die technischen Belange ebenso wie die Vorschriften des Arbeits- und Gesundheitsschutzes sowie die Arbeitsstättenrichtlinie.

Außen- und Freianlagen sind ein wichtiger, oft unterschätzter Bestandteil der Gesamtplanung. Zahlreiche Beispiele zeigen, dass gerade der sorgfältigen Gestaltung dieser Bereiche eine große Bedeutung bei der Bewertung der Arbeitsplatzqualität zukommt. Darüber hinaus können damit auch Maßnahmen im Bereich des ökologischen Ausgleichs zum Beispiel durch die Schaffung von Ersatzgrün für versiegelte Flächen verbunden werden. Das Anlegen von Wasserflächen etwa als Regenwasserrückhaltung und die Bepflanzung von Parkplätzen sorgen für eine Verbesserung des Mikroklimas in der unmittelbaren Umgebung eines Betriebs und können Emissionen kompensieren. Hier ist der Landschaftsarchitekt fachkundiger Ansprechpartner.

Für die Mitarbeiter eines Betriebs bedeutet ein Firmengebäude eine Umwelt, in der sie viele Tage ihres Lebens verbringen. Nach außen ist das Haus Bestandteil unserer gebauten Umwelt und leistet einen Beitrag dazu, unsere Städte und Gemeinden lebenswert zu machen.

„Ich bin stolz auf das Gebäude“

Interview mit Johannes van Dyk, Teamleiter Netze bei den Technischen Werken Osning GmbH in Halle/Westfalen



Bei der Planung des Verwaltungsgebäudes hat sich der Architekt auch bemüht, die Interessen der Mitarbeiter zu berücksichtigen. Mal ehrlich: Was ist für Sie am wichtigsten?

Dass ich die Fenster aufmachen kann. Ich bin wirklich froh, dass der Architekt das Gebäude so angelegt hat, dass wir keine Klimaanlage brauchen.

Und sonst?

Ach, mir gefällt vieles. Zum Beispiel, dass es keine dunklen Flure gibt. Durch Fenster und Oberlichter kommt überall Tageslicht durch – man geht gern durch das Gebäude. Ich finde es auch gut, dass viele natürliche Materialien verwendet wurden. Sogar die Fensterbänke sind aus Holz. Das strahlt Wärme aus. Die Atmosphäre ist nicht so steril wie in vielen anderen Bürogebäuden.

Als Mitarbeiter spielt für Sie freilich nicht nur die Gestaltung, sondern auch die Funktionalität der Räume eine Rolle.

Ich bin Teamleiter, für mich ist zum Beispiel wichtig, dass mein Zimmer eine Besprechungsecke hat. Außerdem hat der Architekt ausreichend Konferenzräume eingeplant, so dass es kein Problem ist, größere Besprechungen abzuhalten. In unserem früheren Firmengebäude mussten solche Gespräche zwischen Tür und Angel stattfinden, das war für alle Beteiligten unbequem und unbefriedigend.



Gibt's ausreichend Gemeinschaftsräume?

Ja. Wir haben zum Beispiel eine große Kantine und außerdem, damit man nicht für jede Tasse Kaffee weite Wege gehen muss, eine kleine Teeküche auf dem Flur. Gut finde ich auch, dass es für Kopierer und andere technische Geräte extra Räume gibt, die nach Norden ausgerichtet sind. So bleibt es da einigermaßen kühl, auch im Sommer.

Hat der Architekt berücksichtigt, dass gerade in einem Verwaltungstrakt häufig Abteilungen umziehen oder mehr Platz brauchen?

Ja, das hat er. Die Raumteilungen sind schalldicht, aber flexibel, so dass die Zimmer mit wenig Aufwand dem aktuellen Bedarf angepasst werden können. Wir hatten gerade den Fall, dass die Geschäftsführung ins Erdgeschoss zog, und das ging ziemlich flott. Das ist für die Mitarbeiter eine große Erleichterung.

Hat man im Arbeitsalltag überhaupt Zeit, solche Dinge zu würdigen?

Wir stehen nicht dauernd am Fenster, wenn Sie das meinen. Aber wir haben alle unsere Schreibtische so hingestellt, dass die Aussicht besonders schön ist. Jeder guckt doch zwischendurch mal von seiner Arbeit auf, und dann sieht man lieber auf den Wald als auf die Wand.

Alles in allem: Fühlen Sie sich wohl an Ihrem Arbeitsplatz?

Auf jeden Fall! Ich gehe gern zur Arbeit. Und wenn Besucher dann noch sagen, Mensch, das Gebäude ist aber schön, dann bin ich richtig stolz.

Bewährte Qualität und neue Wege in Konstruktion und Technik

Technische Qualität und Innovation



Buersche Markthalle, Gelsenkirchen

Architekten:
Allgemeine Planungs- und Ingenieur GmbH,
Michael Becker, Gelsenkirchen
(Foto: Dirk Krüll, Düsseldorf)

Durch einen maßgeschneiderten Entwurf werden auch im Bereich der Baukonstruktion Lösungen gefunden, die die Anforderungen des Bauherrn optimal umsetzen. Der Architekt erstellt eine genaue Analyse der Bedürfnisse und der funktionalen Zusammenhänge eines Betriebs und entwickelt auf dieser Grundlage ein Gebäudekonzept. Erst aus diesem Konzept ergibt sich die Konstruktionsweise und die Wahl der Materialien. Massiv- oder Leichtbau, Holz oder Stahl: Die Bandbreite der zur Verfügung stehenden Mittel ist groß.

Elemente und Materialien aus dem Industriebau, wie etwa Stahl und Metall, aber auch Holz oder Industrieglas haben auch in kleinere gewerbliche Bauvorhaben und den privaten Baubereich Einzug gehalten. Damit einhergegangen ist eine allgemeine Aufwertung dieser „profanen“ Architektur, die einfache Prinzipien selbstbewusst und detailliert präsentiert.

Durch den Einsatz innovativer Technologien und Konstruktionen werden auch ungewöhnliche Lösungen realisierbar. In diesem Bereich hat es eine Vielzahl von Entwicklungen gegeben: Der Einsatz von Systembau und Vorfertigung ermöglicht heute wirtschaftliche Baukonstruktionen, die weit über die herkömmlichen Standards hinausgehen.

Die Formgebung eines Gebäudes im Bereich des Handels, Handwerks und Gewerbes wird durch Betriebsabläufe, Größe und Gewicht von Maschinen und ähnliche Faktoren mitbestimmt. Dabei stehen Form und Konstruktion in einem engen Abhängigkeitsverhältnis zueinander. Der materialgerechte Einsatz von Werkstoffen führt zu einer ökonomisch sinnvollen und sicheren Baukonstruktion. Durch eine fundierte Planung werden Flexibilität, Erweiterbarkeit und Nachnutzung im Vorhinein mitbedacht.



Firmenkomplex Ejet
Verbindungstechnik GmbH & Co. KG,
Bad Berleburg
Architekten:
Pahl + Weber-Pahl, Darmstadt
(Fotos: Eicker)

Darüber hinaus koordinieren Architektin oder Architekt die Fachingenieure bei der Planung und Umsetzung der technischen Gebäudeausrüstung. Eine frühzeitige Abstimmung und Berücksichtigung der notwendigen Vorarbeiten in der Werkplanung senkt die Kosten und vereinfacht den späteren Einbau.

Ein Thema von wachsender Bedeutung für Architekten und Bauherren sind die Fragen des ressourcenschonenden Umgangs mit Rohstoffen und Baumaterialien. Das Thema „Ökologisches Bauen“ ist mehr als ein Schlagwort und hat sich für Verbraucher und Kunden zum Entscheidungskriterium entwickelt. Im Sinne einer umweltverträglichen, nachhaltigen Bauweise ist der vorsichtige Verbrauch von Boden und Materialien ein Anspruch, der auch an Gewerbebauten gestellt wird. Schon durch die Struktur und Ausrichtung eines Gebäudes können Energie- und Materialeinsparungen erzielt werden.

Der Einsatz erneuerbarer Energiequellen, zum Beispiel der Solarenergie, ist längst zu einer wirtschaftlichen Alternative geworden, Förderprogramme des Bundes und der Länder unterstützen dies.

Spezielle Anforderungen an den Emissionsschutz müssen ebenso berücksichtigt werden wie Brandschutz und andere Sicherheitsaspekte. Häufig stellen diese besonderen Probleme bei solchen Projekten eine Herausforderung an die Kreativität dar, die letztendlich zu ausgefeilten und für den Bauherrn zufriedenstellenden Lösungen führt.

Hierbei ist der Architekt durch seine Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Fachingenieuren ein kompetenter Berater, der auch Erkenntnisse aus anderen Projekten mit einbringen kann.

„Gute Planung zahlt sich aus“

Interview mit Lothar Ortmann, Leiter der Abteilung Betriebsmittelplanung bei der Ejot Verbindungstechnik GmbH & Co. KG, Bad Berleburg



Sie haben bei der Neuordnung des Firmengeländes von Ejot die Bauherrenseite vertreten. Was war der Anlass für die Maßnahme?

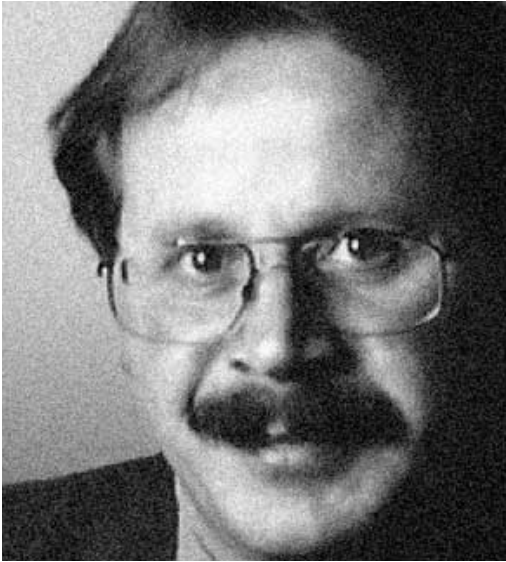
Ausgangspunkt war der Neubau eines Kommissionierungslagers. Unabhängig davon standen der Bau einer neuen Entsorgungshalle und eine Büroerweiterung an. Wir haben dann beschlossen, dass es nicht sinnvoll ist, die Maßnahmen isoliert zu betrachten, und einen Architekten mit der Erstellung eines Gesamtkonzepts beauftragt.

Was stand dabei im Vordergrund?

Das Wichtigste war eine vernünftige Flächenplanung. Wir haben unseren Bedarf definiert, und der Architekt hat daraufhin ein Raumprogramm entwickelt. Es wurde dabei auch berücksichtigt, wie sich der Bedarf voraussichtlich in den nächsten Jahren entwickelt, damit man nicht dauernd umplanen muss.

Flächenplanung, Raumprogramm – das klingt alles so abstrakt. Konnten Sie sich das Konzept überhaupt vorstellen?

Das war deshalb kein Problem, weil der Architekt zusätzlich zu seinen Entwürfen einige Modelle gebaut hatte, die sehr aussagefähig waren und dem Inhaber sowie der Geschäftsleitung schon vor Beginn der Baumaßnahme einen optischen Eindruck vermittelten.



Inwieweit spielten bei der Planung logistische Gesichtspunkte eine Rolle?

Das war ein herausragender Aspekt. Früher war zum Beispiel die Zufahrtsstraße häufig verstopft, wenn mehrere Lkw zu gleicher Zeit laden wollten. Heute passiert das nicht mehr, weil der Architekt ausreichend Wende- und Pufferflächen eingeplant hat. Für uns hat das auch den Vorteil, dass die Abläufe insgesamt straffer geworden sind.

Ihre Erfahrung ist also, dass sich gute Planung bezahlt macht?

Ganz bestimmt. Auch bei den baulichen Maßnahmen wurden sehr elegante Lösungen gefunden. Zum Beispiel wurde ein Gelände mit Hanglage unterkellert und als Lager für teure Werkzeuge ausgebaut. Dadurch haben sich teure Brandschutz-Auflagen erübrigt.

Ihr Betriebsgelände liegt in einem idyllischen Tal. Mussten Auflagen beachtet werden?

Ja, es gab Schallschutz-Auflagen und Auflagen für die Bepflanzung. Und wenn wir den neuen Parkplatz asphaltiert hätten, wäre eine horrende Versiegelungsabgabe fällig geworden. Deshalb hat der Architekt vorgeschlagen, Rasengittersteine zu verwenden, die den Boden nicht versiegeln und den Fahrzeugen trotzdem ausreichend festen Untergrund bieten. Das ist praktisch und fügt sich auch optisch gut in die Umgebung ein.

Fazit also: Gesamtkonzept gelungen?

Ja. Wir sind sehr zufrieden und haben den Architekten jetzt beauftragt, auch Konzepte für unsere anderen Unternehmensstandorte zu entwickeln.

Neu nutzen statt neu bauen: Qualitäten in alten Gebäuden

Gesellschaftliche Qualität und Bestandsarbeit



Juwelier Nonhoff, Münster
Architekten: Igel Architekten BDA, Münster
(Foto: Christian Richters, Münster)

Die Verfügbarkeit alter industrieller Bausubstanz und die damit verbundene Reaktivierung großer, oftmals innerstädtisch gelegener Areale ist in den letzten Jahren zu einem wichtigen Thema der Stadtentwicklung geworden. Gerade in zentralen Lagen wird eine stärkere Nutzungsmischung angestrebt, wodurch sich die Anforderungen an die Architektur von gewerblich genutzten Objekten stark verändern. Die Einbeziehung alter Bausubstanz durch Umnutzung oder Erweiterung bietet gute Voraussetzungen, eine solche Integration zu bewerkstelligen. Die einzigartigen Qualitäten, die solche

Gebäude aufweisen können, sind ablesbar an ihrer wachsenden Popularität. Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park hat im Ruhrgebiet eine Vielzahl guter Beispiele für die Umnutzung bestehender Altbauten geliefert.

Die Sanierung und Revitalisierung alter Gebäude ist eines der wichtigsten Kompetenzfelder von Innenarchitektinnen und Innenarchitekten. Neben ihrer Qualifikation in der Gestaltung von Innenräumen sind sie bei einem Umbau auch berechtigt, alle notwendigen konstruktiven und baulichen Maßnahmen durchzuführen.

Bereits bei der Suche nach einem geeigneten Objekt können Architekten und Innenarchitekten zu Rate gezogen werden. Ihre Kenntnisse und ihr Hintergrundwissen sind eine große Hilfe, wenn es um die Entscheidung geht, ein altes Gebäude umzubauen und neu zu nutzen. Fragen des Baurechts können im Vorfeld geklärt werden, und auch die Recherche nach dem Eigentümer eines Grundstücks und Gebäudes übernimmt der Innenarchitekt oder Architekt. Um die Möglichkeiten einer Um- oder Weiternutzung ausloten zu können, müssen frühere Nutzungen geklärt werden.

Nur die Aufnahme und Analyse der alten Bausubstanz erlaubt eine fachgerechte Beurteilung des vorgefundenen Bauwerks. Durch seine fundierte Ausbildung, seine Berufspraxis und Kenntnis historischer Konstruktionsmethoden ist der Architekt dazu qualifiziert, alle Möglichkeiten auszuschöpfen, um dem Bauherrn eine wirtschaftlich vernünftige und qualitativ anspruchsvolle Lösung anbieten zu können.

Kommt es zur Umnutzung und dem Umbau eines bestehenden Gebäudes, ist die Abstimmung des neuen Erscheinungsbilds mit der Substanz eine der vorrangigsten Aufgaben. Bei denkmalgeschützten Objekten sollten die zuständigen Behörden von Beginn an mit einbezogen werden. Der Architekt sorgt für die notwendigen Kontakte und ermittelt, welche Fördermöglichkeiten gegebenenfalls bestehen.

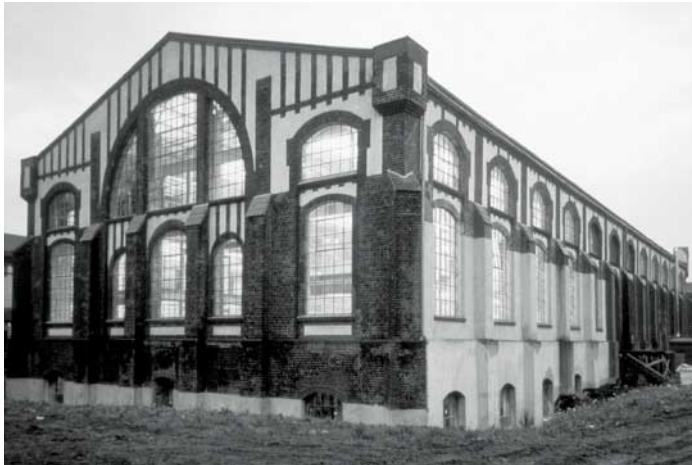
Gerade bei solchen Objekten gilt es, neben dem deutlich sichtbaren Zeichen der Erneuerung der Geschichte und der Gestaltung der vorhandenen Architektur Rechnung zu tragen. Gestalterische Sensibilität und eine fundierte Kenntnis der Baugeschichte sind besonders notwendige Qualifikationen, die der Architekt dabei einbringt.

Zeche, Waltrop
Architekten:
Prof. Klaus-Dieter Luckmann,
Dipl.-Ing. Architekt BDA Bau, Coesfeld
(Fotos: Holger Wenz, Dortmund)



„Diskussionsloses Einvernehmen“

Interview mit Thomas Hoof, Inhaber der Versandhandelsfirma Manufactum, ehemalige Zeche Waltrop bei Dortmund



Bei einem Versandhandel könnte man denken, dass es eigentlich egal ist, wie das Gebäude aussieht, denn die meisten Kunden bekommen es ja doch nie zu Gesicht. Für Sie ist das offenbar kein Argument – weshalb nicht?

Ich bin der Meinung, dass ökonomisches Handeln dann erfolgreich ist, wenn ihm mehr als rein ökonomische Motive zu Grunde liegen. Es würde mir nicht einfallen, irgendeinen Kubus auf irgendeine grüne Wiese zu setzen. Das stünde in eklatantem Widerspruch zu unserer Firmenphilosophie und würde übrigens auch von den Kunden bemerkt, die uns in großer Zahl besuchen, seit wir im vergangenen Jahr unsere Verkaufsausstellung in Waltrop eröffnet haben.

Manufactum hat sich entschieden, drei Hallen der ehemaligen Zeche Waltrop zu nutzen, zum Beispiel dient die frühere Zentrale Maschinenhalle heute als Verwaltungsgebäude. Wie wurde das Problem gelöst, die historischen Gebäude für eine neue Nutzung tauglich zu machen?

Bleiben wir beim Beispiel der Zentralen Maschinenhalle. Wir fanden es wichtig, dass die Dimension des Gebäudes erfahrbar bleibt. Um die Maschinenhalle aber als Verwaltungstrakt nutzen zu können, mussten kleinere Einheiten geschaffen werden – Büros, Besprechungsräume. Die Lösung war, das Gebäude als „Zweispänner“ mit Belichtungsgassen zu erschließen und die Nutzflächen als „Haus im Haus“ anzulegen. Die Büroeinbauten stehen also frei in der Halle. Durch ihre Stahl-Glas-Fassaden sind sie offen für das Licht, das durch die großen Fenster der alten Halle einfällt.



Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit dem Architekten erlebt?

Architekt und Bauherr haben in diesem Fall in einem Verhältnis diskussionslosen Einvernehmens gestanden. Der Architekt hat es ausgezeichnet verstanden, die historische Substanz und die Bedürfnisse der modernen Arbeitswelt in Einklang zu bringen.

Als Unternehmen steht Manufactum für hohe Qualität und Achtung vor der Tradition. Inwieweit kamen diese Grundsätze auch bei der Modernisierung zum Ausdruck?

Unsere Corporate Identity ist kein in Werbelaboren gezüchtetes Kunstgeschöpf, sondern gewachsene Firmenphilosophie, die selbstverständlich auch bei unseren Bauvorhaben zum Tragen kommt. Der Respekt vor der Tradition drückt sich in dem Erhalt des Charakters der Gebäude aus, aber auch in vielen Details. Wir haben zum Beispiel beschlossen, in einer der Hallen eine denkmalgeschützte Fördermaschine stehen zu lassen. Oder nehmen Sie die Zentrale Maschinenhalle: Dort haben wir bei der „Haus im Haus“-Konstruktion Massivholz-Deckenelemente als Tragwerk verwendet anstatt des üblichen Betons.

Wie sind die Reaktionen von Kunden und Zulieferern?

Positiv bis enthusiastisch.

Optimale Lösungen – wirtschaftlich realisiert

Ökonomische Qualität und Wirtschaftlichkeit



**Tischlerei H. Dammwerth
GmbH & Co. KG in Münster**
Architekt: Dipl.-Ing. Walter Gellenbeck, Münster

Gerade bei Bauten für Handel, Handwerk und Gewerbe spielen wirtschaftliche Überlegungen eine wichtige Rolle. Die Zusammenarbeit mit einem Architekten bei der Realisierung eines Neu- oder Umbaus bringt dem Bauherrn nicht nur ein qualitativ hochwertiges Gebäude, sie bringt auch wirtschaftliche Vorteile.

Der Architekt ist fachkundiger Partner des Bauherrn. Durch die gemeinsame Klärung der Rahmenbedingungen werden Alternativen entwickelt, auf deren Grundlage der Bauherr seine Entscheidungen treffen kann.

Planen und Optimieren sind elementare Leistungen des Architekten; sein Fachwissen beantwortet viele Fragen des Bauherrn schnell und unkompliziert. Als Interessenvertreter des Bauherrn schreibt der Architekt die Leistungen der Gewerke firmenneutral aus und nutzt so die Vorteile des freien Wettbewerbs. Aufgrund seiner Erfahrung kann er die Kompetenz und Zuverlässigkeit von anbietenden Firmen einschätzen und sie entsprechend der Bauaufgabe dem Bauherrn zur Auswahl vorschlagen.

Durch eine Bauleitung vor Ort wird die Koordination der ausführenden Firmen und ein ungestörter, sicherer Bauablauf gewährleistet. Die Überwachung der erbrachten Leistungen und der Umsetzung auch im Detail schaffen Termin- und Kostensicherheit. Die Überwachung des gesamten Bauprozesses durch den Architekten entlastet den Bauherrn, er spart Zeit und Nerven.



Die Leistungen des Architekten sind über ein Gesetz in der Honorarregelung für Architekten und Ingenieure (HOAI) geregelt und für den Bauherrn nachvollziehbar. Dass der Architekt gesetzlich dazu verpflichtet ist, über alle erbrachten Leistungen eine Haftpflichtversicherung abzuschließen, stellt für den Bauherrn eine weitere Sicherheit dar.

Bei der Planung und Realisierung Ihres Projektes steht Ihnen, individuell auf Ihre Situation und Bedürfnisse angepasst, mit dem Architekten, dem Innenarchitekten, dem Landschaftsarchitekten und dem Stadtplaner ein ganzes Team von Fachleuten zur Seite, deren Kompetenz Ihnen hilft, Ihre Ziele und Vorstellungen umzusetzen. Und auch nach Abschluss der eigentlichen Baumaßnahme steht Ihnen Ihr Architekt als Partner zur Verfügung: Bei späteren Anpassungen Ihres Gebäudes, bei Umbaumaßnahmen oder Erweiterungsbauten haben Sie einen Ansprechpartner, der Ihr Gebäude und Ihre Ansprüche kennt und sich gerne daran messen lässt.

„Der Architekt ist der Fachmann“

Interview mit Markus Dammwerth, Geschäftsführer der Tischlerei H. Dammwerth GmbH & Co. KG in Münster



Bei einem Handwerks- und Produktionsbetrieb wie dem Ihren sind funktionale Aspekte mindestens ebenso wichtig wie gestalterische. Wie kompetent haben Sie den Architekten auf diesem Gebiet erlebt?

Der Architekt hatte Erfahrung im Industriebau und wusste, worauf es ankommt. Ihm war klar, dass er ein Gebäude um eine Produktion herum baut und dass die betrieblichen Abläufe Priorität besitzen. Darauf hat er seine Flächenplanung abgestimmt.

Wobei der Architekt die Betriebsabläufe erst mal nicht kennt.

Natürlich nicht, die haben wir ihm aufgezeichnet und erklärt. Wir haben diese Planung im Dialog sehr positiv empfunden, denn sie eröffnete uns die Chance, Abläufe neu zu strukturieren und effizienter zu gestalten.

Beim Bau eines Produktionsbetriebs sind allerhand gesetzliche Vorschriften zu berücksichtigen. Hat der Architekt das zu Ihrer Zufriedenheit gelöst?

Ja. Bei uns war die Situation besonders schwierig, weil auf der gegenüberliegenden Straßenseite Wohnhäuser stehen. Der Architekt hat deshalb zu dieser Seite die Büro- und Verkaufsflächen angesiedelt, sozusagen als Lärmriegel, und erst dahinter die Produktion. Es waren auch noch Sondervorschriften zu beachten, zum Beispiel fallen wir wegen der Lagerung von Lacken unter die Gefahrgut-Verordnung. Ich muss aber sagen, um den ganzen Bereich des Baurechts haben wir als Bauherren uns wenig gekümmert. Dazu hat man ja den Architekten.



Wie viel freie Hand haben Sie dem Architekten gelassen?

Wir sind gut damit gefahren, relativ abstrakte Vorgaben zu machen und dem Architekten die konkrete Umsetzung zu überlassen. Zum Beispiel wollten wir keine räumliche Trennung zwischen der Maschinenarbeit und der Arbeit an Werkbänken und brauchten deshalb in der Fertigungshalle eine hohe Schallabsorption. Der Architekt hat sich dazu eine Lösung einfallen lassen. Oder die Vorgabe einer autarken Energieversorgung – bei uns fallen ja viele Holzabfälle an, die verbrannt werden können. Der Architekt hat die Details geplant und hatte unter anderem die tolle Idee, das Späne-Silo außerhalb des Gebäudes zu errichten. Das hat die Brandschutz-Auflagen erheblich reduziert.

Woher kommt Ihr Vertrauen in die Kompetenz des Architekten?

Wir verstehen ja etwas vom Bau und wissen, dass der Architekt der Fachmann ist. Er hat sein Metier gelernt, und wir sind gut damit gefahren, uns auf sein Know-how zu verlassen. Übrigens nicht nur, was den technischen Bereich angeht, sondern auch im Hinblick auf die Gestaltung: Durch Befragungen wissen wir, dass rund ein Drittel unserer Neukunden auf Grund des Gebäudes auf uns aufmerksam wird.

ANHANG

Wenn Sie weitere Fragen zum Bauen mit Architekten haben, wenden Sie sich bitte an die

Architektenkammer Nordrhein-Westfalen

Zollhof 1

40221 Düsseldorf

Telefon (0211) 49 67 - 0

Telefax (0211) 49 67 - 99

eMail: info@aknw.de

Informationen und Anregungen sowie zahlreiche Objekt-Beispiele aus Nordrhein-Westfalen finden Sie im Internet unter **www.aknw.de**.

Grundlegende Informationen zum Bauen und Planen sowie zur Partnerschaft von Architekt und Bauherrn bietet das **„Bauherrenhandbuch“** der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen, das Sie bei der Kammer bestellen können.

Die Architektenkammer NRW empfiehlt die Durchführung von Architektenwettbewerben, um für die Bauaufgabe das beste Ergebnis zu erzielen. Die Regeln für die Auslobung von Wettbewerben (RAW 2004) hat die AKNW in einer handlichen Broschüre zusammengefasst. Anschauliche Beispiele für Wettbewerbsverfahren in Nordrhein-Westfalen liefert die Broschüre „3 Jahre RAW“. Beide Publikationen können kostenlos bei der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen bestellt werden.

Wenn Sie einen Architekten in Ihrer Nähe suchen, hilft Ihnen das Online-Architektenverzeichnis der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen unter www.aknw.de. Die Datenbank bietet Ihnen die Möglichkeit, Architektinnen oder Architekten sowie Architekturbüros nach bestimmten Regionen und ausgewählten Tätigkeitsschwerpunkten zu selektieren.

IMPRESSUM

Herausgeber	Architektenkammer Nordrhein-Westfalen © 2001, 2. aktualisierte Auflage 2005
Autoren	Dipl.-Ing. Ansgar Strunk, freier Journalist Prof. Dr. Erich Kütke, Universität Köln Dipl.-Volkswirtin Christine Mattauch, freie Journalistin
Redaktion	Arbeitskreis Publikationen der AKNW Dipl.-Ing. Alfred Grontzki Dipl.-Ing. Michael Reder Dipl.-Ing. Heinz Rölfing Günther Schreiber Dipl.-Ing. Christoph Usener Dipl.-Journ. Christof Rose, Pressesprecher AKNW
Graphic Design	Studio Joachim Mildner, Düsseldorf

Fotos: Alle abgebildeten Objekte wurden durch unabhängige Jurys als „vorbildliche Bauwerke“ eingestuft und von der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen öffentlich ausgezeichnet (Auszeichnung vorbildlicher Gewerbebauten in NRW 1997, Auszeichnung vorbildlicher Bauten in NRW 2000, Preis für vorbildliche Handelsarchitektur in NRW 2004).

Titelobjekt: Buersche Markthalle, Gelsenkirchen. Architekt: Allgemeine Planungs- und Ingenieur GmbH, Michael Becker, Gelsenkirchen. (Foto: Dirk Krüll, Düsseldorf)

Hinweis: Zu Gunsten eines besseren Leseflusses wird in dieser Broschüre bei der Benennung der Berufsbezeichnungen nicht durchgängig jeweils die männliche und weibliche Form verwandt. Gemeint sind jeweils Architektinnen und Architekten, Innenarchitektinnen und Innenarchitekten, Landschaftsarchitektinnen und Landschaftsarchitekten sowie Stadtplanerinnen und Stadtplaner.