

Ist die Baukultur noch zu retten? fragt Hans Jürgen Krolkiewicz

Baukultur entsteht täglich in den Städten und Gemeinden und prägt wesentlich das Gesicht einer Nation. Sie ist Markenzeichen und Standortfaktor. Deshalb muss das Bewusstsein für Baukultur gestärkt werden. Ist die Baukultur noch zu retten? fragt Hans Jürgen Krolkiewicz im Kommentar.



Baukultur muss sich im Blickfeld der Öffentlichkeit etablieren und zum gemeinsamen Anliegen gemacht werden. Auch international müssen baukulturelle Leistungen aus Deutschland stärker in die Wahrnehmung gebracht werden“, so das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Städtebau. Soweit das Wunschdenken der Bundesregierung und der Bauindustrie. Doch letztere lässt keine Möglichkeit aus, um in der Öffentlichkeit das Gegenteil zu beweisen. Trotz einer Kampagne „Leitbild Bau“ wird die Bauindustrie mitt-

Hans Jürgen Krolkiewicz

lerweile von vielen Bürgern als kriminell und unseriös wahrgenommen. Das Debakel beim Kölner und Düsseldorfer U-Bahnbau, angebliche Unregelmäßigkeiten an der ICE-Trasse, unerklärbare Schäden bei Erweiterung der Autobahn in Norddeutschland, sind nur einige „Highlights“, die mit besonderer Aufmerksamkeit auch im Ausland wahrgenommen werden.

Das Ansehen ganzer Berufsstände – Architekt, Bauingenieur, Bauleiter, Baupolier und Bauhandwerker – haben nicht nur am Image Schaden genommen, es droht ein Debakel, wenn es der Bauindustrie nicht gelingt, gegen solche Machenschaften in den eigenen Reihen vorbehaltlos vorzugehen. Die in Köln beteiligten Bauunternehmer sorgen intensiv dafür, das in den Köpfen künftiger Auftraggeber das Bild vom angeblich unseriösen und nur Pfusch liefernden Bauunternehmer bestärkt wird.

Bis jetzt gibt es nur Lippenbekenntnisse mit Verweisung auf „die laufenden Ermittlungen des Staatsanwaltes“. In Köln trifft das auf den Bauherren, die Bauaufsicht und die Bauunternehmer zu. Nicht dringend notwendige Ehrlichkeit gegenüber der Öffentlichkeit wird praktiziert, sondern nur Vertuschung. Auch wenn sich Verbände und seriöse Bauunternehmer von solchen Vorgehensweisen öffentlich distanzieren, Schwere und Ausmaß des praktizierten Pfuschs in Köln ist noch immer nicht annähernd bekannt. Fest steht bis heute nur der Einsturz des Stadtarchivs, der Tod zweier unbeteiligter Bürger und die berechtigte Angst vieler Anlieger, was noch passieren kann. Um das verlorene Vertrauen in den Bau wieder herzustellen, sollten alle am Bau Beteiligten gemeinsam dafür sorgen, dass jeder „normale Bauherr“ davon überzeugt wird, wieder auf die gewünschte und erbrachte Leistung vertrauen zu können. Dazu gehört auch, dass Bauherren und Bauunternehmen Leistung nicht allein an den Kosten messen, sondern wieder verstärkt auf Qualität achten. Solche Qualität kann aber nur durch gut ausgebildete Fachkräfte

erbracht werden und nicht, wie heute auf deutschen Baustellen leider üblich, durch Billiglohnkräfte und Schwarzarbeit. Besonders Bauunternehmen sollten daran arbeiten, das Bild der deutschen Bauwirtschaft durch seriöses und qualitativ hochwertiges Handeln positiv zu beeinflussen. Das augenblickliche Desaster trägt dazu sicherlich nicht bei.

Wenn, wie das BMVBS schreibt, deutsche Baukultur auch international wieder positiv wahrgenommen werden soll, müssen vom Lehrling über den Meister bis zum Verbandsvertreter alle am Bau Beteiligten endlich offen und nachhaltig gegen „schwarze Schafe“ in den eigenen Reihen vorgehen. Der Kölner Bauskandal weist auf offensichtliche Laxheit im Umgang mit dem Auftraggeber, der Baustellenkontrolle und der Leistungsqualität hin. Aus Geldgier oder Geringschätzung des Auftraggebers, das können nur alle dort Beteiligten beantworten. Augenblicklich unternehmen sie alles, um genau die Vorurteile zu bestätigen. Und die Baukultur leidet weiter.

Hans Jürgen Krolkiewicz

STOLPUNDFRIENDS seit 1989

• Marketinglösungen für die Wohnungswirtschaft



Gute Kundenbindung beginnt mit Abschluss des Mietvertrags!

Stolp und Friends ist eine der führenden Marketing-Gesellschaften in der Wohnungswirtschaft. Wir bieten Ihnen zahlreiche praxisbewährte Kundenbindungsinstrumente, mit denen Sie Ihre Mieter begeistern werden – getreu dem Motto: „Der Kunde ist König“.

Interesse? Rufen Sie an unter **0541 800493-0**, oder schicken Sie eine E-Mail an **info@stolpundfriends.de**. Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.

www.stolpundfriends.de