

Architektur-Barometer 30 x10

Die Dialogreihe von GROHE 2020

*Pure Freude
an Wasser*



GROHE

30 Entscheidungsträger der Baubranche
im Gespräch zu jeweils 10 Fragen.

**IM GESPRÄCH MIT SUSANNE UND
LAURENT BRÜCKNER, GESCHÄFTSFÜHRERIN
UND GESCHÄFTSFÜHRER BRÜCKNER
ARCHITEKTEN GMBH**

DIGITAL

30 mal 10

INTERVIEW MIT SUSANNE UND LAURENT BRÜCKNER

BRÜCKNER ARCHITEKTEN GMBH, MÜNCHEN



GROHE: Sie verbinden Generalplanung mit Architektur und Innenarchitektur. Wie gelingt Ihnen dieser Ansatz?

Laurent Brückner: Wir haben im Laufe der Jahre viele Erfahrungen mit diversen Projekten und Auftraggebern gemacht und haben festgestellt, dass es immer unterschiedliche Herangehensweisen gibt. Vor zehn Jahren entschieden wir uns, selber Projekte zu entwickeln, Grundstücke zu kaufen und zu bauen. Die dabei entstehenden Gebäude haben eine besonders eigene Qualität, weil sie aus dem Fokus des Gestalters, des Konzeptionisten und des Planers entwickelt werden, jedoch nicht minder wirtschaftlich erfolgreich sind. Die gesamte Immobilienbranche ist sehr stark kaufmännisch geprägt, man sieht es auf der Expo-Real, wo viele Leute herumlaufen, die mit Planung und Gestaltung weniger zu tun haben, die aber unsere Immobilienwelt stark prägen. Uns ist es wichtig, dass auch die Planungskompetenz bei Projekten im Vordergrund steht. Wir erreichen mit den selbst entwickelten und selbst gebauten Projekten eine besonders hohe Qualität. Unsere Kunden, die zu uns als Architekten und Generalplaner kommen, finden unsere eigenen Projekte besonders gut. Gerade die Themen Nachhaltigkeit, hohe Energieeffizienz und niedrige Nebenkosten faszinieren auch kaufmännisch geprägte Unternehmen. Insofern haben wir mit unseren Eigenprojekten Schule gemacht, die uns sozusagen in den Mittelpunkt des gesamten Gebäudeplanungs- und

Bauprozesses stellen. Wir versuchen, unsere Planungskompetenz als Mehrwert für das gesamte Projekt zu verkaufen, was sich tatsächlich mittlerweile auszahlt. Schon mein Vater war als Architekt leidenschaftlicher Generalist und sah sich immer gesamtverantwortlich für das Projekt. Unsere Bauherren mussten immer nur drei Dinge tun: beauftragen, entscheiden und die Rechnungen freigeben. Alles andere haben wir gemacht. Diese Philosophie führen wir bei Brückner Architekten und Generalplaner fort, allerdings erweitert um die für die Gebäude so wichtige Innenarchitektur. Seitdem meine Frau die Innenarchitektur übernommen hat, haben die Projekte einen erheblichen Mehrwert erreicht. Insbesondere Büroprojekte wie zum Beispiel Kraft Foods in Zürich oder das Google-Headquarter in München profitieren von diesen großen Corporates, die Brückner Innenarchitekten gestaltet haben. Die dort von uns entwickelten modernen Büro- und Arbeitswelten befeuern sozusagen den Mehrwert der Architektur. Die Disziplinen Architektur, Innenarchitektur und die technische Gebäudeausrüstung fördern sich mehr oder weniger gegenseitig und lassen ein besseres Planungsprodukt entstehen.

Susanne Brückner: Wir steigen in unseren Planungen sehr tief in die Grundlagenentwicklung mit ein und gehen Hand in Hand mit der Architektur. Wir entwickeln tatsächlich ein Produkt und achten auf Vermietbarkeit. Früher schauten wir im Wesentlichen darauf, wie es dem Menschen in dem Raum geht. Mittlerweile ist es so, dass wir gezwungen sind, Raumgrößen und verschiedene Raumstrukturen abzubilden, die sich dann natürlich auch gestalterisch auf das Gesamtkonzept auswirken.

Viele Ihrer Kollegen beklagen die enorme Lücke zwischen dem ersten konzeptiven Plan auf städtebaulicher Ebene und der tatsächlichen Umsetzung der Architektur. Die Konzepte und Programme, die schlussendlich herauskommen und den Architekten zur Umsetzung vorgesetzt werden, seien zu wenig weitblickend, zu wenig durchdacht und zu wenig flexibel. Können Sie dem zustimmen?

Laurent Brückner: Ja, das stellen wir auch ganz oft fest. Das hat etwas mit den Kräften in den mitwirkenden Interessensgruppen zu tun. Es gibt kaufmännische

Interessen, die gerne einmal die Konzeptideen negieren und allein das Optimieren des wirtschaftlichen Erfolgs im Fokus haben. Man darf allerdings nicht vergessen, dass ein gutes Konzept die Seele jedes Projektes ist. Uns geht es darum, extrem starke Konzepte zu entwickeln, die so stark sind, dass sie sich durch das ganze Projekt tragen. Denn nur starke Konzepte tragen das Projekt. Wir haben es kürzlich bei "Hoch der Isar" erlebt, bei dem Brückner Innenarchitekten ein extrem überzeugendes Konzept entwickelte, was sich in der gesamten Kommunikation inhaltlich bis in die Ausführung bewährte. Es gab also keine Diskussion, ob dieses Konzept so realisiert wird oder nicht. Wenn Konzepte um des Gestaltungswillens entwickelt werden, ohne von einem guten Grund getragen zu sein, besteht die Gefahr, dass diese Konzepte während des Projektes aussterben und zum Schluss nur eine Gebäudehülle übrigbleibt. Deshalb gibt es für uns nur zwei Rezepte: das eine ist, selbst Bauherr zu sein, da man dann die Kräfte steuern und die kaufmännischen und die gestalterischen Interessen im Gleichgewicht halten und dafür sorgen kann, dass das Projekt auch wirklich mit dem Anspruch, mit dem es begonnen wurde, fertiggestellt wird. Das zweite Rezept ist die Manifestierung extrem starker Konzepte; sie müssen Standbeine des Projektes sein, sodass im Falle des Verlassens dieses Ansatzes das Projekt extrem darunter leiden würde. Mit entsprechend gut argumentierten und starken Konzepten gelingt es immer, ans Ziel zu kommen, denn sie haben immer einen Mehrwert für das Projekt. Hier sind wir natürlich als Architekten gefragt und müssen uns durchsetzen, immer unter Wahrung aller Interessen, denn sonst nimmt man uns nicht ernst. Bei unserem letzten Projekt, bei dem wir in München einen Wohnungsbau mit den zweihundert teuersten Wohnungen von der Grundrissgestaltung vollständig umgekrempelt haben, lautete die Aussage des Vertriebs, dass alleine der Mehrwert im Erlös durch unsere Planung zwischen 5 und 15 Prozent liegt. Wenn ich als Planer diesen Mehrwert generieren kann, dann brauche ich nicht mehr darüber zu diskutieren, ob das Konzept in Frage gestellt oder gespart wird, denn der durch die Planung entstehende Mehrwert ist so hoch, dass die Kosten, die nahezu die gleichen sind, nicht mehr eingespart werden müssen. Es reicht allerdings nicht, irgendwo etwas Schönes zu gestalten, sondern man muss sein Konzept extrem gut verargumentieren können, warum es so aussieht, warum es genauso in diesem Projekt verankert ist und verankert bleiben muss. Dann gelingt es auch, ein Konzept bis ans Ziel zu bringen.

Sie sind schwerpunktmäßig im Bereich Büro- und Arbeitswelten tätig. Wie sieht das Büro der Zukunft aus?

Susanne Brückner: Wir beschäftigen uns intensiv mit der Antwort auf diese Frage, denn sie wird uns fast täglich gestellt. Wie miete ich meine Räume jetzt richtig?

Brauche ich mehr oder weniger Fläche? Wir sind fest davon überzeugt, dass es das Büro auch weiterhin geben wird, schon allein als Markenbotschafter. Allerdings wird sich die Art und Weise verändern, wie man sich in ihm trifft, um sich mehr auszutauschen. Das Büro der Zukunft wird also mehr zur Begegnungsstätte werden, in dem man verschiedene Arten der Kommunikation und verschiedene Begegnungsmöglichkeiten einführt.

Laurent Brückner: Wie meine Frau schon sagte, wird es – unabhängig davon, wie sich Corona entwickelt – auch weiterhin Büros geben und wir werden auch nicht wesentlich weniger Fläche benötigen als bisher. Wir stellen zwar gerade fest, dass wir unsere Arbeit digital sehr gut vom Homeoffice abwickeln können. Aber die Betonung liegt auf abwickeln. Der spontane zwischenmenschliche Austausch geht im Moment tatsächlich verloren. Ich kenne auch kein Rezept, wie man ihn durch digitale Instrumente künstlich herbeiführen könnte. Der zwischenmenschliche Kontakt ist einfach unschlagbar. Wenn man beispielsweise jemanden in der Teeküche trifft, um mit ihm gemeinsam einen Espresso zu trinken, findet ein Austausch statt, der wertvoll und wichtig für ein Unternehmen ist. Wir müssen uns als Planer in Zukunft darauf konzentrieren, dass wir in unseren Arbeitswelten genau diesen Austausch fördern und beibehalten. Wir werden wahrscheinlich nie mehr zu einer Arbeitswelt zurückkehren, die zu hundert Prozent im Büro stattfindet. Wir haben es alle gemerkt, dass es nicht mehr notwendig ist, sogar eher nachteilig, weil wir alle ständig mit irgendwelchen CO2 produzierenden Verkehrsmitteln durch die Gegend fahren. Das Homeoffice hat also viele Vorteile, man gewinnt Zeit, ist bei seiner Familie und kann konzentrierter arbeiten. In Zukunft werden wir also eine Mischung aus Homeoffice und Büroanwesenheit haben. Vielleicht mit mehr Abstand im Büro, vielleicht mit mehr Möglichkeiten, den Austausch kreativer zu gestalten, vielleicht mit neuen Formen der Kollaborationswelten. Gerade in unseren kreativen Berufen ist das Büro definitiv unabdingbar, in dem man sich persönlich austauscht und die spontanen Kontakte pflegt.

Wie kann Architektur und Innenarchitektur zu mehr „Wir-Gefühl“ beitragen und zu einer Atmosphäre, die Freude und Spaß am Wandel hat?

Susanne Brückner: Ich denke, dass uns das Büro als Corporate-Identity und als Markenbotschafter für das Unternehmen erst einmal noch wichtiger ist. Natürlich muss man den Spirit und die Philosophie des Unternehmens mehr denn je in dem Gebäude spüren. Darauf haben wir schon immer ganz großen Wert gelegt. Es ist wichtig, dass man bei Eintritt in das Büro die Philosophie des Unternehmens wahrnehmen kann. Weiterhin ist es unabdingbar, dass man diese Orte der kurzen Begegnung forciert, man hat in jedem Quadrat-

meter des Grundrisses die Möglichkeit zu einem Spontanaustausch. Der Wandel ist schon im vollen Gange, wir haben derzeit sehr viele Anfragen, Bürobestandsflächen umzustrukturieren, neue Wegeführungen, neue Arbeitsplatzwelten und neue Besprechungsmöglichkeiten zu schaffen. Bei allen Planungen versuchen wir, den Menschen zu verstehen, was er gerne im Raum haben möchte oder was er meint zu brauchen. Entscheidend ist, zuzuhören und dann zu übersetzen. Es ist tatsächlich wie eine Fremdsprache: Jemand spricht mit uns und anschließend ist es für uns die Aufgabe, zu analysieren, was tatsächlich benötigt wird. Unabdingbar ist, sich in den Menschen hineinzusetzen, ihn in den Mittelpunkt zu stellen und zu überlegen, was Sinn und Zweck seines Gebäudes, seines Unternehmens oder grundsätzlich seiner Immobilie sein soll. Es entstehen komplett neue Ansätze, die auch unsere Kunden immer wieder überraschen, weil wir tatsächlich anders denken. Jeder Raum wirkt auf uns und löst bei uns Emotionen aus. Wenn wir wissen, welche Emotionen vom Kunden gewünscht sind, sei es Sicherheit, Geborgenheit, et cetera, dann können wir darauf reagieren und auch unkonventionelle Lösungen verwirklichen. Unsere Gestaltungen sind also niemals beliebig, sondern verfolgen einer Intension und einem Leitgedanken.

Laurent Brückner: Wir sehen das Büro tatsächlich als eine mögliche Performancesteigerung für Unternehmen. Es gab ja schon die ersten Fraunhofer-Studien vor mehr als zehn Jahren, die festgestellt haben, dass ein besonders gut gestaltetes Büro bis zu 36 Prozent mehr Performance aus seinen Mitarbeitern generiert. Wenn Unternehmen zukünftig auf Ihre Büros verzichten, verzichten sie auch automatisch auf diese Performancesteigerung. Ein Unternehmen ist im Wesentlichen mit hohen Personalkosten konfrontiert. Wenn man aus diesem Personal einen zweistelligen Prozentbetrag mehr Performance gewinnt, dann ist die eingesparte Büromiete lächerlich dagegen. Als gutes Unternehmen muss ich also versuchen, mit meinem Büro die teuersten Posten meiner Bilanz – die Mitarbeiter – möglichst effizient zu nutzen. Den Mitarbeitern muss es ganz besonders gut gehen, sie brauchen Abwechslung und die Möglichkeit zum spontanen Austausch. In die von uns gestalteten Bürowelten gehen sie hinein und spüren sofort die Philosophie des Unternehmens. Bei unserem eigenen Bürogebäude im Alpenwerk ist zum Beispiel GN-Audio-Jabra, Weltmarktführer für Headsets, mit seinem Deutschland-Headquarter eingezogen. Wenn man das Gebäude betritt, weiß man sofort, was GN-Audio bedeutet. Es ist ein Hightech-Unternehmen mit 150 Jahren Historie, man spürt es sofort mit jeder Faser seines Körpers. Und dieses Gefühl schafft man nur über ein wirklich tolles Büro, das die Philosophie des Unternehmens spricht. Das sind die Büros, die wir brauchen. Noch sind viele Unternehmen nicht auf diesem Stand. Aber es gibt Branchen, die haben es zu hundert Prozent verstanden, insbesondere die IT-Branche, die im War-of-Talents die

größten Kämpfe ausfechtet. München, als eine der wichtigsten Städte in Bezug auf Technologie, kämpft um diese Talente. Um sie zu gewinnen, müssen Unternehmen die allerallerbesten Büros mit allen Möglichkeiten bieten.

Nachhaltiges Bauen bestimmt die Entwicklung der ganzen Branche. Allerdings klaffen die Erwartungen und die Realität oft auseinander. Gebäude in Deutschland werden zum Abbild eines wirtschaftlich rentablen Konzeptes, anstatt eines Aushängeschildes für Qualität in der Bauwirtschaft. Wie beurteilen Sie die Situation?

Laurent Brückner: Es ist für uns erschreckend, wie viele Verantwortliche sich in der Immobilienwelt zwar gerne das Label Nachhaltigkeit umhängen wollen, aber eigentlich nicht bereit sind, Risiken oder Investments dafür einzugehen. Ich kann Ihnen ein Beispiel nennen, bei dem wir auch selbst Projektentwickler sind. Es ist unser Bürogebäude Alpenwerk in Rosenheim, das ich soeben bereits erwähnte. Wir starteten die Vermietung in 2010. Es war uns bewusst, dass wir in Rosenheim keine zu München vergleichbar hohen Büromieten generieren können. Schließlich entschieden wir uns zu der Investition eines siebenstelligen Betrages in das Gebäude, um dort ein besonders nachhaltiges Energiekonzept mit eigener Geothermie, Umkehrwärmepumpen für Heizen und Kühlen und Photovoltaik für die Stromerzeugung zu etablieren. Dadurch konnten wir Mieter gewinnen, die einen deutlich höheren Mietpreis zu bezahlen bereit waren, weil wir ihnen versprochen haben, dass wir die Nebenkosten für Heizen und Kühlen unter einem Euro pro Quadratmeter und Monat halten werden. Zwei Punkte waren für die Unternehmer überzeugend: Bei wesentlich geringeren Nebenkosten ist ein Mehr an Miete akzeptabel. Die Miete bleibt konstant, die Nebenkosten ändern sich mit den Energiekosten, sie sind sozusagen sehr volatil. Der zweite Aspekt war der, dass für die Unternehmen die Miete keine so gravierende Rolle in der Gesamtkalkulation spielt und dass sie bereit sind, für ein besonders nachhaltiges Gebäude mehr Miete auszugeben. Unser Plan ist letztlich voll aufgegangen: Wir lagen in Rosenheim bei 12,80 Euro Anfangsmiete und haben jetzt zum Schluss die letzte Einheit für 13,90 Euro vermietet. Wir liegen mit unseren Nebenkosten ganz erheblich unter den Erwartungen, sie belaufen sich für Heizen und Kühlen bei unglaublich niedrigen neun Cent pro Quadratmeter und Monat. Wir werden sie sogar durch weitere Maßnahmen noch weiter senken. Jetzt kommen einige unserer Kunden auf uns zu und möchten auch so ein Bürogebäude. Sie haben sich allerdings erst dafür entschieden, nachdem sie gesehen haben, dass unser Ansatz funktioniert und sein Mehrwert nachweisbar und nachvollziehbar ist. Es ist tatsächlich schwierig: je größer die unternehmerischen Strukturen bei den Projektentwicklern sind, desto schwieriger ist es, diese

echten Nachhaltigkeitskonzepte umzusetzen. Ein Bauherr, der uns mit einem ganz normalen Gebäude beauftragen möchte, ist für uns heute eigentlich uninteressant. Uns interessieren nur noch Konzepte, die besonders nachhaltig sind. Wir sitzen hier während des Interviews in einem Gebäude, das 30 Prozent mehr Energie pro Jahr produziert als es verbraucht, und das die Planungsdisziplinen Architektur, Innenarchitektur und technische Gebäudeausrüstung in einem Projekt vereint. Das Projekt ist vollständig digital geplant und die Baustelle komplett papierlos abgewickelt worden. Dieses Gebäude hat mittlerweile einige Auszeichnungen erhalten, was belegt, dass sich Design und Nachhaltigkeit nicht ausschließen müssen.

Nachhaltigkeit impliziert nicht nur Ressourcensparung, sondern auch eine Effizienzsteigerung der Arbeitsabläufe. Wie ist eine Effizienzsteigerung des Büros der Zukunft zu messen?

Laurent Brückner: Das ist eine meiner Lieblingsfragen. Es gibt ja tatsächlich vom Fraunhofer Institut Aussagen zu Effizienzsteigerungen. Wenn wir Unternehmen einrichten, stellen wir ihnen einige Monate später die Frage danach. Bei Mondelez beispielsweise entgegnete uns die Human Ressource Abteilung, dass die Krankmeldungen seit Gestaltung der neuen Büro- und Arbeitswelten deutlich abgenommen haben. Es ist für uns natürlich ein tolles Lob, zu wissen, dass unsere Gestaltung nachweislich dazu beiträgt, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerne zu Arbeit gehen und sich in den Büroräumen wohlfühlen. Letztlich ist das eine der Grundvoraussetzungen für gute Leistung.

Sie arbeiten bei Brückner Architekten mit dem Building Information Modeling (BIM) und sind damit weit vorne. Worin liegt der Mehrwert? Bietet BIM eventuell auch eine Chance, die nach wie vor kompetitiv ausgerichtete Baubranche aufzubrechen?

Laurent Brückner: Wir haben das BIM-Thema mit einem ganz anderen Hintergrund in Angriff genommen, als viele andere es wegen Verwaltungsvorteilen tun. Wir machen BIM, da wir festgestellt haben, dass ein konsequenter 3D-Planungsprozess mit den beteiligten Architekten, dem Haustechniker, dem Tragwerksplaner und allen anderen Planern zu fehlerfreien Prozessen führen. Klassische Planungsfehler, die dann auf der Baustelle ausgebadet werden, gehören damit der Vergangenheit an. Das ist im Übrigen nichts Neues. Mein Vater hatte bereits Anfang der 80er Jahre seine ersten zwei CAD-Arbeitsplätze, die damals noch 250.000 D-Mark pro Arbeitsplatz kosteten. Sie waren also auch schon 3D unterwegs. Irgendwie hat die Produktentwicklung der CAD-Branche den Architekten eher als 2D-Liebhaber gesehen und hat in den letzten 20 Jahren nur sehr langsam zu dem 3D Thema

gefunden. Die 3D Planung gleicht also einem Paradigmenwechsel, den viele Architekten ablehnen, zumindest bisher. Sie impliziert allerdings den leichtesten, schnellsten und fehlerfreiesten Weg zum Ziel, also durch einen digitalen Prozess über Tablets, die die Gebäude sozusagen papierlos realisieren. Ich bin erst dann am Ziel, wenn ich diesen digitalen Prozess zu hundert Prozent konsequent auf die Baustelle transportiere. Wir nennen es bewusst 3D Planung und nicht BIM, weil BIM für uns ein Begriff ist, der von ganz vielen Personen mit unterschiedlichen Bedeutungen besetzt wird. Viele Architekten sehen in der 3D Planung einen Mehraufwand, da die gesamten Daten ins Modell eingepflegt werden müssen. Das bereitet keinen Spaß, schließlich möchte man ja entwerfen. Also der Mehrwert, den wir Architekten selbst haben, wird nicht gesehen. Bei uns wird konsequent 3D geplant, ganz egal, was der Bauherr beauftragt. Wir machen es für uns, weil wir glauben, dass es der bessere Weg ist. Wenn der Bauherr dann zusätzlich BIM-Informationen im Modell haben will, kann er das als Add-On bekommen. Viele Planer verlangen für eine 3D Planung sofort mehr Geld, was dazu führt, dass sie nicht eingeführt wird, da der Bauherr sich nicht im Klaren ist, ob sich diese Mehrinvestition am Ende für ihn auszahlt. Es gibt viele Gründe, warum es im Bauwesen so langsam vorangeht, schließlich arbeiten wir in der Baubranche nach wie vor wie vor hundert Jahren. Die Flugzeugindustrie hat schon vor dreißig Jahren angefangen, jedes Flugzeug konsequent in 3D zu planen. Man denke an die Firma Airbus, die das Kontinent-übergreifend ganz selbstverständlich machte und das bis heute. Die Bauteile werden auf der ganzen Welt konstruiert, werden modelliert, werden gefertigt und dann an einem Ort zusammengefügt. Das ist ein Modell, von dem sich die Baubranche viel abschauen könnte. Es kommt aber in unserer Branche nicht zu dem Punkt, da sie von dieser Ineffizienz extrem gut profitiert. Für alle Beteiligten im Bauwesen sind die Ineffizienzen sehr lukrativ, sowohl für die Bau- als auch für die Planungsfirmen. Das heißt, Intransparenzen werden dafür genutzt, um Zusatzumsätze zu generieren. Darüber hinaus kommt die Reduktion der Fehler auf der Baustelle – bedingt durch die 3D Planung – der Nachhaltigkeit zugute. Oder im Umkehrschluss: Fehler auf den Baustellen bringen die Nachhaltigkeitsbilanz wieder ins Wanken. Wir denken bei Brückner Architekten natürlich anders als viele andere, weil wir oft Bauherrn und an effizienten Prozessen interessiert sind und beabsichtigen, die Projekte so schnell wie möglich zum Ergebnis zu bringen. Wir haben eine Tochterfirma namens Cora, die ausschließlich digitales Bauen macht. Sie hat beispielsweise die teuerste Wohnung in Deutschland in der Elbphilharmonie ausgebaut. Dort durften wir nicht bauen, sondern nur montieren. Das heißt, die gesamte Planung wurde 3D aufgesetzt. Es wurde alles vorgefertigt, vor Ort durch einen Aufzug transportiert und dann montiert. So muss es eigentlich sein. Es war allerdings ein extrem harter Weg zum Ziel,

da alle Beteiligten dazu gebracht werden mussten, nach unseren Regeln zu spielen. Wir glauben, dass es noch mehrere Jahrzehnte dauern wird, bis die Baubranche ähnlich wie die Autoindustrie arbeitet, die allerdings auch lange Elektroautos ignoriert hat und versuchte, weiter mit Verbrennungsmotoren zu arbeiten. Dadurch hat sich die ehemals führende Autoindustrie Deutschland jetzt weltweit weit nach hinten bewegt, weil neue Entwicklungen zu lange negiert wurden. In der Bauindustrie wird uns genau das Gleiche passieren. Irgendwann kommt irgendeiner mit perfekten, digitalen Konzepten mit Vorfertigung, mit digitalen Bau-Prozessen um die Ecke, und dann sind wir nicht mehr konkurrenzfähig.

Die Innenarchitektur hat einen entscheidenden Einfluss darauf, wie die Leute sich in den Gebäuden fühlen. Welche Trends zeichnen sich in Bezug auf Materialien und die Möblierung in Büros ab?

Susanne Brückner: Der Trend geht immer mehr in Richtung Naturprodukte. Wir verfolgen schon seit mehr als zehn Jahren den Herstellungsprozess der von uns eingesetzten Möbel und schauen, ob die dafür verwendeten Materialien nachhaltig und für die Gesundheit verträglich sind. Dass Teppichböden zum Beispiel keine ständigen Geruchsbelästigungen ausstoßen oder ungesunde Kleber oder ungesunde Wandfarben verwendet werden. Wir haben es uns auf die Fahne geschrieben, ausschließlich mit gesunden Materialien zu arbeiten. Wir haben eine große Bibliothek bei uns im Büro, die wir Healthy-Materials nennen, in der wir Materialien listen, die wir bereits nach Verträglichkeit, nach ihren Herstellungsprozessen und ihrer Ressourceneinsparung getestet haben: Somit haben wir dann ein gutes Gefühl, diese Produkte einzusetzen. Damit überraschen wir viele unserer Kunden, da wir uns Gedanken machen zu Dingen, die nicht unbedingt gefordert sind, jedenfalls momentan noch nicht!

Laurent Brückner: Es ist tatsächlich so, dass das Thema Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit einem Vorurteil unterliegt. Ganz viele Kaufleute hören sich an, was wir da machen und sagen: „Naja, aber das rechnet sich doch alles nicht!“ Wir fragen uns in erster Linie nicht, ob es sich rechnet, sondern wir sind überzeugt, dass wir es machen müssen. Im Nachhinein haben wir es dann ausgerechnet. In dem Gebäude, in dem wir uns jetzt befinden, hat die Energieerzeugung allein betrachtet in der Energiespeicherung für sich eine Vorsteuerrendite von 15 Prozent. Das schaffe ich mit keiner Immobilie, diesbezüglich können sich alle auf der Expo-Real mit ihren Immobilien verstecken. Da bewegt sich die beste Rendite irgendwo bei acht Prozent, und wenn allein die Energieerzeugung bei 15 Prozent liegt, dann rechnet sich das. Man muss also so handeln, auch aus wirtschaftlichen Gründen.

Hat Corona bei Ihnen als Unternehmer ein Umdenken ausgelöst? Und wenn ja, welche Auswirkungen hat es auf Ihre Planungsprozesse, sowohl in der Architektur als auch Innenarchitektur?

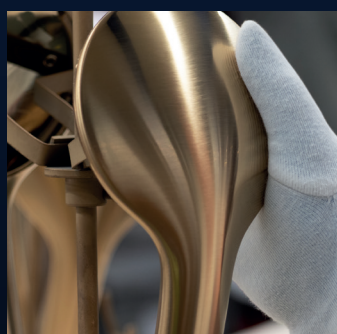
Susanne Brückner: Mein Mann und ich haben es uns schon immer gewünscht, dass die Welt ein wenig digitaler wird und man sich in Bezug auf manche Themen intensiver digital austauscht. Wir haben in unserem Unternehmen schon immer Homeoffice angeboten, was meistens nur von Müttern angenommen wurde. Das heißt, das Potenzial wurde nie wirklich ausgeschöpft. Ausgelöst durch Corona arbeiten jetzt alle mit Selbstverständlichkeit digital, was wir für eine sehr gute Wendung halten. Wir hoffen, dass diese Selbstverständlichkeit des digitalen Austausches beibehalten werden wird, dass man nicht mehr wegen einer halben Stunde Termin quer durch Deutschland jagen muss.

Laurent Brückner: Wir haben jetzt endlich die Berechtigung gefunden, nicht jeden Termin persönlich stattfinden zu lassen. Das finden wir extrem wertvoll. Wir haben teilweise festgestellt, dass wir vom Homeoffice arbeitend mehr Kontakte mit Mitarbeitern haben, als wenn wir ins Büro fahren. Eine Spontankommunikation funktioniert neben festen Terminen also auch vom Homeoffice aus. Viele Kunden bestanden bislang auf persönliche Termine, was sich auch bei ihnen ändern wird. Wenn man sich einmal persönlich kennengelernt hat, kann man sich auch weitere Male digital austauschen. Auch digital kann man zu Superergebnissen kommen, wenn man die Tools der Digitalisierung beherrscht.

Wie schätzen Sie die Konsequenzen der Pandemie auf die mittel- und langfristige Baubranche ein?

Laurent Brückner: Wir glauben, es gibt nach wie vor einen klaren Drang der Investitionen in Immobilien, sowohl im privaten als auch im inländischen, institutionellen Investoren-Bereich. Die Leute werden auch mehr Geld für eine Refinanzierung ihrer Immobilien ausgeben. Auch für ausländische Investoren sind deutsche Immobilien nach wie vor hochattraktiv. Von daher sehen wir keinen Grund, warum die Bauindustrie nachhaltig leiden sollte. Das Geld ist vorhanden, die Zinsen sind niedrig und bleiben es langfristig. Es bleibt also langfristig extrem attraktiv, in Immobilien zu investieren, von daher glauben wir nicht an einen nachhaltigen Einbruch in der Baubranche in den nächsten Jahren.

Folgen Sie uns



QUALITÄT

„Die Marke, die in der Sanitärbranche das höchste Kundenvertrauen genießt“ –

Wirtschaftswoche, 2017



TECHNOLOGIE

*„Eines der **Top 50**-Unternehmen, die die Welt verändern“ –*

Fortune Magazine, 2017



DESIGN

*Gewinner von über **400 Designpreisen** seit 2003*



NACHHALTIGKEIT

***Preisträger des CSR-Preises** der Bundesregierung, 2017*

GROHE Deutschland
Vertriebs GmbH
Zur Porta 9
D-32457 Porta Westfalica
Postfach 1353
D-32439 Porta Westfalica
Tel. +49 (0) 571 39 89 333
Fax +49 (0) 571 39 89 999
www.grohe.de

GROHE Gesellschaft m.b.H
Wienerbergstraße 11/A7
A-1100 Wien
Tel. +43 (0) 1 680 60
Fax +43 (0) 1 688 45 35
www.grohe.at

GROHE Switzerland SA
Bauarena Volketswil
Industriestrasse 18
CH-8604 Volketswil
Tel. +41 (0) 44 877 73 00
Fax +41 (0) 44 877 73 20
www.grohe.ch

200202