

Was kostet eine Idee?

Ivo Christow

Oft werde ich bei einem Umbau oder Neubauprojekten, im Erstgespräch mit einem Gastronomen, Hotelier oder Investor gefragt: «Was kostet die Planung oder zuerst einmal nur ein Konzept?» Diese Frage suggeriert schon, welche Bedeutung letzterem gegeben wird. «Nur» ein Konzept, klingt nach schnell mal ein paar Ideen haben. Doch so leicht heruntergebrochen ist es leider nicht. Darum ist die Frage genauso einfach wie schwierig zu beantworten.

Am einfachsten kann man: «Was kostet die gesamte Planung?» beantworten, in dem man je nach Schwierigkeitsgrad und Anforderungen ca. 15 Prozent der Bausumme rechnet. Kommt die ganze Bauorganisation dazu, werden es schnell bis 25 Prozent. Dies klingt erstmal nach sehr viel und ist sehr einfach gerechnet, aber nach unseren Erfahrungswerten kommt dies in den meisten Fällen in etwa hin. Wie gross der Anteil für die Konzeption ist, lässt sich aus solchen Angaben nicht erschliessen. Diese wird dann meistens in einem Gespräch über die gewünschten Leistungen erarbeitet.

Während dem einen eine Grundriss-Skizze reicht, benötigt der andere Moodboards und der nächste kann sich etwas nur in dreidimensionalen Zeichnungen vorstellen. Doch das sind lediglich die Darstellungsformen, die eigentliche Arbeit besteht in der Ideenfindung und Konzeption. Dies erfordert Rechercharbeiten, Analysen, Studien, Abklärungen und vor allem Storytelling zum Erstellen eines erzählerischen roten Fadens.

Ein «normalerer» Weg, die Kosten zu berechnen, zeigt eine Formel der SIA. Es gibt hierfür eigene Rechenprogramme, in die man die zur Verfügung stehende Bausumme eingibt, einige Häkchen anklickt, die den Schwierigkeitsgrad sowie andere Faktoren berücksichtigen und schon ergeben sich Prozentzahlen für die jeweiligen Bauphasen. Dabei ergibt sich meistens ein sehr kleiner Prozentsatz für die Phase der Konzeption. Warum eigentlich wird das Konzept so geringfügig gewertet? Ich kenne Kollegen, die ein Konzept sogar «scheinbar» gratis anbieten. Aber ist es

denn nicht das gute Konzept, das am Ende den Erfolg ausmacht? Sollte nicht dieser Teil am besten zu Ende gedacht sein? Ich glaube schon.

Während die ausführende Planung ein erlernbares Handwerk ist, kommt bei der Konzeption Kreativität und Ideenreichtum hinzu. Eine gute Idee für ein Konzept kann man nicht planen. Kein noch so kreativer Kopf hat in seinem Kalender stehen: «Mittwoch, zwischen 08.00 und 12.00 Uhr, gute Idee für Projekt XY erstellen». Wenn doch, ist es eher unwahrscheinlich, dass diese eintrifft. Viele gute Ideen entstanden zu ungewöhnlichen Zeiten an ungewöhnlichen Orten.

Ausserdem erlebe ich, dass viele Bauherren ein grosses Geheimnis um ihr zur Verfügung stehendes Budget machen. Wieso wollen viele nicht über ihre Bausumme sprechen? In der Hoffnung das unsere Schätzung günstiger ist als ihr Budget? Ich glaube, dass viele Auftraggeber vergessen, dass wir Planer auf ihrer Seite sind. Unser Ziel ist es nicht maximal hohe Kosten zu generieren, sondern das beste Ergebnis, mit ihrem Budget, zu erreichen. Dabei ist es essentiell, dass die Kommunikation offen und ehrlich ist. Eine ausführliche Bedürfnisanalyse und das Abholen der Wünsche ist genauso wichtig, wie das Abstecken der Möglichkeiten mit den zur Verfügung stehenden Mitteln. Anderenfalls planen wir doppelt: Zuerst für die Wünsche und danach für das Budget. Das führt zu unnötigen Zusatzkosten.

Ziehen wir also an einem gemeinsamen Strang, denn eine gute Idee ist sowieso unbezahlbar.



Ivo Christow,
Head of Design
krucker-partner.ch.