



ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de

Die Absurdität des Vergleichens Teil 2: Was haben Kunden eigentlich von (unbezahlten) Vorleistungen und Ausschreibungen?

Betrachtet man die weitverbreitete und vogelwilde Praxis von Angebotseinholungen, Wettbewerben/Pitches, Ausschreibungen und »LVs«, bietet es sich an, zumindest zwischen Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern zu differenzieren. Bei ersteren, sollte man annehmen, ist Zeit und Geld rar. Doch darauf wird nur bei sich selbst geachtet ...

Oft wird die mangelnde Zeit gerade beim Briefing eingespart – vielleicht denken die Gestalter ja die Aufgabenstellung gleich selbst noch zu Ende oder schlagen Verbesserungen inhaltlicher oder strategischer Art vor. Die Organisation und Begleitung geschieht ohnehin meist in den zweiten und dritten Reihen der Firmen: Hier wird »sondiert« und der Kalender der Geschäftsführung entlastet. Man kann schon von Glück sprechen, wenigstens bei der Präsentation einen Entscheider im Raum zu haben. Auch so spart man gerne und scheinbar Zeit, nur eben nicht die der Gestalter.

Den Eindruck, daß Unternehmer davon ausgehen, auch bei ihrem Gegenüber müßte Leistung und Gegenleistung in einem vernünftigen Verhältnis stehen, hat man nicht immer. Entweder ist es Arroganz und Machtspiel (»es muß ja keiner!«), naiv (so eine Skizze ist ja schnell gemacht) oder es zeugt von einem weitreichenden Unverständnis von Gestaltung und ihrer (potentiellen) Dimension. Investitionsentscheidungen in der Produktion werden vermutlich anders getroffen. Augenhöhe wird auf diese Weise nicht leicht erreicht, dabei kennt man doch viele Beispiele, wie eine vertrauensvolle Zusammenarbeit für alle Beteiligten höchst erfolgreich funktioniert.

Freilich, bei öffentlichen Stellen, bei Ämtern, Städten und Kommunen wie auch bei öffentlich geförderten Projekten erwartet man schon ein wenig »Objektivität«. Wer hat sich nicht schon über den so harmlos klingenden »Filz« gewundert und geärgert. Ein Problem ist natürlich die relativ schlechte Vergleichbarkeit – noch dazu bei selten kompetenten Auswählenden. Transparenz, ein gern und oft verwendeter Begriff, hilft dabei auch nur sehr bedingt, zumal bei fehlender Kompetenz. Überhaupt, das vergißt man gerne, ist Transparenz weder ein Wert an sich noch die Garantie für bessere (günstigere, ästhetischere, fairere ...) Lösungen und Entscheidungen, sie ist vielmehr nur Ersatz für fehlendes Vertrauen. Und das ist ein weit größeres Problem, vielleicht sogar eines der zentralen in unseren Demokratien.

Es nützt halt nichts, wie kürzlich selbst erlebt, wenn eine Stadt für ein historisch heikles Problem eine zwar löbliche Umgangsweise findet und zur inhaltlichen Bearbeitung ein Expertengremium bildet, in dem aber dann kein Gestalter sitzt, der für eine Empfehlung fachlich in der Lage wäre. Dieses ewige Irgendwo im Nirgendwo des Designs!

Was Transparenz angeht, erlebt man in umgekehrter Richtung mitunter auch Bemerkenswertes – und Ärgerliches. Zum Beispiel die Ausschreibung eines Landkreises, bei der unvergütete Vorentwürfe gewünscht waren, kein auch nur halbwegs mit dem Projekt vertrauter Ansprechpartner zu erreichen war und nur vollkommen abstruse Unterlagen vorlagen. Es ging um die grafischen Arbeiten für ein Museum, eines, bei dem die Möblierung bereits festgelegt war (alleine das ist schon fragwürdig). Für »Regieleistungen« (ein Begriff aus der Baubranche) sollten ein Stundensatz und eine Pauschale pro Quadratmeter Ausstellungsfläche angegeben werden – wählt der Kunde dann die günstigere Version für sich aus? Der Wahnsinn ging aber noch weiter, neben den mehrseitigen »Verfahrensrichtlinien«, »Allgemeinen Bestimmungen«, »Allgemeinen Informationen« und »Rahmenbedingungen« sollte eine »Firmenauskunft« ausgefüllt werden (weil ja so viele Büros während ei-

nes Auftrags in Insolvenz gehen!); neben Fragen zu Umsatz und Haftpflichtversicherung, Berufsgenossenschaft und ähnlichem war eine »Kalkulation des Stundenpreises (tatsächliche betriebliche Zahlung)« vorzulegen, nebst unterschriebener Vereinbarung der Anlage EVM ErgAngTarif NU 251.2. Also: »Grundlohn zzgl. Lohnnebenkosten zzgl. Wagnis/Gewinn = dem Angebot zu Grunde liegender Stundensatz«. Wenn Transparenz so aussieht, dann doch lieber keine oder dort, wo sie Sinn macht (Nebeneinkünfte von Abgeordneten oder die Herkunft von Parteispenden).

Bei einer anderen Anfrage sollte eine Info-Wand entworfen und als »Anlage« zum Angebot mit abgegeben werden – so, als entstünde die automatisch mit der Kalkulation. Daß diese im Kontext zu Architektur, weiteren Anwendungen und vielen anderen Aspekten steht, wurde wohlwollend ignoriert. Unklar war auch, was denn jetzt die Entscheidungsgrundlage sein soll: die Qualität der Arbeit (also des Beispiels, die Referenzen reichten ja offensichtlich nicht) oder der Preis. Was, wenn beides relevant ist? Man merkt einfach in jeder Zeile, auf jedem Blatt – das Thema Gestaltung fügt sich in keines der bewährten Schemata. In einer Stadt, bei der es um das Erscheinungsbild und die Gestaltung der Kommunikation einer Großveranstaltung ging, wurde der Anfrage die Anlage Komm (D) A, Komm (D) BB, Komm (D/SKR) ErklNachunt, Komm (L/D/SKR) BVB plus deren besondere Vertragsbedingungen, Komm (L/D/SKR) ZVB sowie Ergänzende Vertragsbedingungen beigelegt und noch um die Komm (ÖT) TB, Komm (ÖT) Antrag und KFB (L/D) Bieter ergänzt. Karl Valentin hätte seine wahre Freude gehabt. Da die Stadt ihre eigenen Termine nicht einhalten konnten, mußte dreimal eine Zuschlagsfristverlängerung unterschrieben und zurückgeschickt werden.

Wie schon in Teil 1 erwähnt: Einer verliert immer bei solchen Merkwürdigkeiten. Sei es – bei nicht oder eher symbolisch bezahlten Präsentationen – der Auftraggeber, der drei, vier oder fünf Büros »entlohnt«, von denen er aber keine wirklich zu Ende gedachten Gestaltungslösungen bekommen kann. Und/oder die Büros, die praktisch umsonst gearbeitet haben, gegebenenfalls auch noch all die verwaltungstechnischen Ungetüme im Zaum halten oder wenigstens zur Kenntnis nehmen müssen.

Den Auftraggeber kostet all das Zeit, die entweder woanders besser eingebracht oder dem Steuerzahler erspart geblieben wäre. Jedenfalls fließt die Energie selten in ein Briefing und die gemeinsame (bezahlte) Lösungsentwicklung. Warum also nehmen sich die Auftraggeber – hier sind explizit auch die der Wirtschaft gemeint – nicht die Zeit vorher, für die präzise Beschreibung der Problematik und der Hintergründe, für Vorgespräche (mit den verantwortlichen und entscheidenden Personen!) mit bereits vorab recherchierten und als stimmig empfundenen Gestaltern? Und treffen dann eine Wahl oder veranstalten eine angemessen vergütete Wettbewerbspräsentation im kleinsten Kreis? Dann würde die Zeit schließlich dort zur Verfügung stehen, wo sie allen etwas bringt.

Vor einiger Zeit bot sich mir ein kleiner Abstecher in die schöne Stadt Heidelberg an – und in das nicht weniger reizvolle Kurpfälzische Museum, in dem eine wunderbare Arbeit von Tilman Riemenschneider zu sehen ist. Auf dem Objekt-Blatt liest man zum Zwölfboten-Altar von 1509: »Eine Kreideaufschrift [...] berichtet von einer weiteren Bemalung 1671 durch Daniel Schulz«, der schrieb, »Moler und Bürger zu Windsheim hot diesen Altar gemolt und nur 70 R Gulden gehobt er wolt sunst noch besser gemacht haben.« Tja, manches hat sich auch in 350 Jahren nicht wirklich geändert!