

Ehrenkodex



Der Platz vor dem Jean-Nouvel-Hochhaus in Köln ist groß. Mit den vorgelagerten Wasserflächen wird daraus eine zugige Abstandsfläche samt Sicherheitsgraben zwischen Turm und Stadt. Nur die besonders entschlossenen Besucher schaffen es an diesem stürmischen Tag bis in einen der winzigen Eingänge.

Hier treffen sich Projektentwickler aus allen Teilen der Bundesrepublik zur Lagebesprechung. Die Themen wogen hin und her. Baubeschleunigung, Share Deals, Grundstücksknappheit, Mietendeckel. Ganz zum Schluss geht es auch um das Image der Branche. Warum nur wird die „Königsdisziplin der Immobilienwirtschaft“ von außen oft so „missverstanden“ und „negativ wahrgenommen“? Sollte man da nicht mal eine Werbeagentur mit einer knackigen Imagekampagne beauftragen und die Vorurteile ausräumen? Besonders die Vertreter der Wohnungsunternehmen, die gerade häufig als „Miethaie“ und „Heuschrecken“ bezeichnet werden, finden das gut. Andreas Schulten von bulwiengesa würde gern mal zeigen, was ein guter Projektentwickler leistet, wie viel Mut er benötigt, welche Risiken er eingeht und welche nahezu unlösbaren Herausforderungen er zu bewältigen hat. Allgemeines Kopfnicken.

Er fragt weiter, ob sich die Branche nicht einen Ehrenkodex geben sollte, der die schwarzen Schafe aussortiert? Wieder gibt es allgemeine Zustimmung. Klar, ein Ehrenkodex könnte das Image aufpolieren! Ohne Zweifel. Auf geht's! Und dann schiebt sich der Vorschlag in die Runde, der die beschwingte Stimmung kippen

lässt: Um Vertrauen aufzubauen und mit der für jeden Ehrenkodex erforderlichen Transparenz zu beginnen, könnte man ja mal die Gewinnkalkulationen offenlegen! Schweigen. Pause. Schweigen. Wie? Was? Aufschreiben, wie viel wir verdienen?! Kurz und knapp wird festgestellt, dass ein Ehrenkodex dann doch zu weit ginge. Man einigt sich auf eine Imagekampagne. Das muss reichen. Wow. Was für eine kalte Dusche! Ich rate von einer Imagekampagne ab. Die Branche hat dafür einfach zu wenig Humor.

Auf dem Weg zurück wird mir der zugige Platz vor dem Kölnturm zum Symbol für die Distanz zwischen Stadtbewohnern und Stadtproduzenten. Die Immobilienwirtschaft ist weit weg von den Menschen, für die sie eigentlich da sein sollte. Es kommt einfach zu wenig von denen, die in dieser Gesellschaft besonders profitieren, aber ihrer Verantwortung nicht gerecht werden.

Mein Eindruck deckt sich mit den Ergebnissen einer Studie von Christian Kolb, der Corporate Governance bei deutschen Immobiliengesellschaften untersucht hat. Die weist eine katastrophale Bilanz aus. Über 90 Prozent der Projektentwickler verstehen Corporate Governance nur als zusätzliche Arbeitsbelastung, die nichts bringt. Informationen bekommt man und nutzt sie entschieden zum eigenen Vorteil. „Hit and run“ oder „Kick and rush“ heißt das auch. Transparenz und Immobilienwirtschaft geht heute nicht zusammen. Eine Einzelkämpferstrategie, vielleicht aus den 50er Jahren, die in einer so intensiv kooperierenden Gesellschaft wie der heutigen nicht mehr aufgehen kann. Und richtig, der Ton

ZUR PERSON Eike Becker leitet seit Dezember 1999 zusammen mit Helge Schmidt das Büro Eike Becker_Architekten in Berlin. Internationale Projekte und Preise bestätigen seitdem den Rang unter den erfolgreichen Architekturbüros in Europa. Eike Becker_Architekten arbeiten an den Schnittstellen von Architektur und Stadtplanung mit innovativen Materialien und sozialer Verantwortung.

wird rauer. Die Politik erkennt ihre eigenen Versäumnisse und den Egoismus der Immobilienwirtschaft. Die hat nämlich, außer sich über Gesetze zu beschweren, nicht viel zur Lösung der gesellschaftlichen Probleme beigetragen. (Bitte hier widersprechen! Ich würde mich freuen.)

Laut einer Erhebung der Bertelsmann-Stiftung wünschen sich aber 88 Prozent der Menschen in Deutschland eine „neue Wirtschaftsordnung“. Das hört sich nach Umsturz an. Christian Felber formuliert es so: „Unser jetziges Wirtschaftssystem steht auf dem Kopf. Das Geld ist zum Selbstzweck geworden, statt ein Mittel zu sein für das, was wirklich zählt: ein gutes Leben für alle.“ Krass. Felber entwirft seit 2010 die Vision von einer Wirtschaft, die menschlicher, sozialer, verteilungsgerechter, nachhaltiger und demokratischer ist. Eine Wirtschaft, die am Gemeinwohl orientiert ist. Das klingt in unserem heutigen mathematisierten, auf Geldwerte, Rendite, Profite und BIP fokussierten Umfeld absurd. Ja, geradezu naiv und sentimental.

Ist denn jetzt schon Weihnachten? Bin ich Kommunist geworden? Solche Utopien hat's ja mal im Osten gegeben! Und das Elend ist bekannt. Trotzdem: Wie würde eine Immobilienwirtschaft aussehen, wenn sie sozial, ökologisch, nachhaltig, human, fair, gerecht, kreativ, demokratisch oder – in einem Wort – ethisch wäre? Wenn sie mehr wollte, als Geld verdienen und reich werden? Wenn sie ihre Aufgabe für die Gesellschaft in vorbildlicher Weise annähme?

Zunächst kann jeder für sich einfache Fragen beantworten: Wie sinnvoll und gemeinwohlorientiert ist mein Unternehmen? Oder der Neubau, an dem ich gerade arbeite? Oder die Leistung, die ich anbiete? Wie ökologisch produziere, baue, plane, berate, verkaufe oder entsorge ich? Woher kommen die Baustoffe, die wir verwenden? Wie human sind die Arbeitsbedingungen auf den Baustellen, in den Fabriken, in den Steinbrüchen oder Bergwerken, aus denen unsere Rohstoffe kommen? Werden Frauen und Männer gleich behandelt und bezahlt? Wie gerecht werden die Erträge verteilt? Wie viel mehr verdient der Eigentümer, Vorstand, Geschäftsführer? Wem gehört das Unternehmen? Und wie lange noch? Wer trifft bei uns die Entscheidungen? Wie kooperativ

und transparent verhält sich mein Unternehmen nach innen und nach außen? Wie solidarisch und gerecht sind wir mit unseren Vertragspartnern, den Lieferanten, Handwerkern, Planern, Mietern, Käufern? Wie sozial und ökologisch gehen wir mit unseren Geldmitteln um? Was sind eigentlich die Aufgaben der Banken? Und was nicht? Was ist unser Beitrag zum Gemeinwesen? In der Gemeinwohl-Ökonomie erstellt jedes beteiligte Unternehmen, jede Gruppe oder Behörde neben ihrer finanziellen Bilanz alle zwei Jahre eine extern auditierte Gemeinwohl-Bilanz. So können sich die Unternehmen im Vergleich mit anderen messen und verbessern.

Je besser die Bilanz eines Unternehmens, desto mehr rechtliche Vorteile erhält es. Zum Beispiel durch niedrigere Steuern und Zinsen, öffentliche Förderungen oder Vorrang bei der Nutzung von Grund und Boden oder die Vergabe von öffentlichen Aufträgen. Mithilfe dieser Anreize werden die Mechanismen des Marktes mit den Werten der Gesellschaft verbunden. Wer ethisch und nachhaltig produziert, bekommt also entgegen heutigen Gepflogenheiten auch einen ökonomischen Vorteil. Die Gemeinwohl-Ökonomie versteht sich als ethische und liberale Marktwirtschaft, weil sie allen gleiche Rechte, Freiheiten und Chancen bietet. Ihre Grundlagen werden demokratisch erarbeitet und weiterentwickelt. Das könnte auch Politikverdrossenheit in aktive Mitgestaltung wandeln.

Die Wirtschaft dient dem Gemeinwohl. Ungleichheiten bei Einkommen, Vermögen und Macht halten sich in maßvollen Grenzen. Der Umweltverbrauch bleibt innerhalb der Regenerationsfähigkeit natürlicher Ökosysteme. Gegenwärtige und zukünftige Generationen genießen gleiche Lebenschancen. So einfach ist das. Ich wünsche mir dazu offene Diskussionen in allen Verbänden, Ausschüssen, Unternehmen, Kammern, Institutionen, auf regionalen Konferenzen und Workshops, branchenübergreifend, unter Beteiligung aller gesellschaftlichen Kräfte. Mit dem Ziel, die Stadtproduktion auf bessere ethische Grundlagen zu stellen.

Unglaublich! Dazu braucht es nur neue soziale und ökonomische Techniken, keine neuen Technologien. Und die Imagekampagne mit Plakaten vor den Rathäusern schon gar nicht. «

Die Politik erkennt ihre eigenen Versäumnisse und den Egoismus der Immobilienwirtschaft. Diese hat, außer sich über Gesetze zu beschweren, nicht viel zur Lösung der gesellschaftlichen Probleme beigetragen.