Objekttyp: **AssociationNews**

Zeitschrift: **Tec21**

Band (Jahr): **136 (2010)**

Heft 12: **Bergbau**

PDF erstellt am: **19.03.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

WICHTIGE ÄNDERUNGEN IN DER VÖB

Am 1. Januar 2010 ist die neue Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (VöB) in Kraft getreten. Für Planer und Planerinnen bringt sie zum Teil positive Änderungen. Die Verbesserung der Vergabepraxis ist aber massgeblich davon abhängig, wie der neue Text angewendet wird.

Die neue VöB ist das Resultat eines langwierigen Versuchs der Bundesverwaltung, das Bundesgesetz und die Bundesverordnung über das öffentlichen Beschaffungswesen zu revidieren. Im Juni 2009 entschied der Bundesrat, die Gesamtrevision einzustellen und stattdessen etappenweise vorzugehen: Als Erstes wurde nun die Verordnung teilrevidiert, und in einer zweiten Phase wird das Bundesgesetzt neu überarbeitet werden.

Der SIA unterstützt die Grundziele der Teilrevision der VöB: das öffentliche Beschaffungswesen zu modernisieren und zu flexibilisieren und effiziente Rahmenbedingungen zu schaffen, damit die laufenden Konjunkturprogramme möglichst rasch greifen. Leider hat die Bundesverwaltung nur sehr wenige der praxisnahen Forderungen des SIA gemäss seiner Stellungnahme zur Revision BoeB vom November 2008 in die neue Verordnung einfliessen lassen (vgl. TEC21 49-50/2008). Die Umsetzung eines praxisgerechten Vergabewesens gehört zu den Topthemen 2010 des SIA. Damit seine Mitglieder dabei ebenfalls eine aktive Rolle spielen können, ist es für sie wichtig, die wesentlichen Änderungen der Revision zu kennen:

– Seit dem 1. Januar 2010 erfolgt die Veröffentlichung von sämtlichen Ausschreibungen (Wettbewerben, Studienaufträgen und Leistungsofferte) auf der Internetplattform für öffentliche Beschaffungen simap (Art. 8 Abs. 1 VöB). Neu kann die Auftraggeberin auch bei Planerleistungen die Einreichung von elektronischen Angeboten bzw. Projekten ermöglichen (Art. 20 VöB). Sobald die Eingaben bei der Auftraggeberin eingegangen sind, muss sie gewährleisten, dass die Daten unversehrt bleiben. Die Auftraggeberin hat zudem Mechanismen einzurichten, welche die Unversehrtheit der Eingaben der Anbieterinnen vor der Öffnung der Angebote gewährleisten und unter anderem die Eingangszeit der Daten aufzeichnen und unbefugte Zugriffe verhindern.

– Eine präzise Umschreibung der Leistungsanforderungen in den Ausschreibungsunterlagen ist die Pflicht der Auftraggeberin (Art. 16a Abs. 1 VöB). Von grösserer Bedeutung für die Planer ist die vorgesehene «funktionale» Ausschreibung (Art. 16a Abs. 2 VöB). Diese kann insbesondere zur Suche nach neuen Lösungen, Lösungswegen oder Vorgehensweisen oder bei anderen komplexen Beschaffungsvorhaben eingesetzt werden.

– Neu wird die Problematik der «Vorbefassung» geregelt. Gegenüber der kantonalen Lösung hat die Bundesverwaltung die Regelung präzisiert. Die Auftraggeberin schliesst Anbieter aus einem Verfahren aus, wenn diese an der Vorbereitung der Beschaffung beteiligt waren, der ihnen dadurch entstandene Wettbewerbsvorteil nicht mit geeigneten Mitteln ausgeglichen werden kann und dieser Ausschluss den wirksamen Wettbewerb unter den Anbietern und Anbieterinnen nicht gefährdet (art. 21a Abs. 1 VöB). Geeignete Mittel, um den Wettbewerbsvorteil auszugleichen, sind insbesondere die Weitergabe aller wesentlichen Angaben über die Vorarbeiten, die Bekanntgabe der an der Vorbereitung Beteiligten und die Verlängerung der Mindestfristen (Art. 21a Abs. 2 VöB).

– Eine wichtige Neuerung für die Planer ist die Kodifizierung der Beschaffungsform «Studienauftrag» (in der Verordnung wird diese Beschaffungsform als «Dialog» bezeichnet; Art. 26 VöB), insbesondere die Möglichkeit von Studienaufträgen mit Folgeaufträgen (gemäss der neuen Litera l des Art. 13 Abs. 1 VöB). Unabhängig von der Legalität dieses «Moduls Dialog» (genügt Art. 20 Abs. 2 BoeB als gesetzliche Grundlage?), ist es zu bedauern, dass Art. 26 VöB keinen Verweis auf die einschlägigen Bestimmungen von Fachverbänden, wie der entsprechende Art. 41 VöB (Planungswettbewerbe), enthält. Umso unverständlicher ist dies angesichts der Tatsache, dass die Anwendung der Ende Oktober 2009 veröffentlichten SIA 143 *Ordnung für Architektur- und Ingenieurstudienaufträge* von der Koordinationskonferenz der Bau- und Liegenschaftsorgane der öffentlichen Bauherren (KBOB) empfohlen wird.

– Im Bereich Planungswettbewerb ist die Regel betreffend das Bewertungssystem (Art. 27 Abs. 1 VöB) eine erfreuliche Neuerung. Das Grundprinzip will, dass die Auftraggeberin die Reihenfolge aller Zuschlagskriterien bekannt gibt und diese gewichtet. In Ausnahmefällen, bei denen Lösungen, Lösungswege oder Vorgehensweisen als Gegenstand der Beschaffung gefragt sind, kann der Veranstalter eines Projektwettbewerbs oder eines Studienauftrages auf die Gewichtung verzichten. Dazu ist die Präzisierung in Art. 51 Abs. 1 VöB zu erwähnen. Das Preisgericht wird neu aufgefordert, die Beurteilung auf nachvollziehbare Weise zu dokumentieren. Leider wurden die vom SIA vorgeschlagenen, praxisnahen Verbesserungen bezüglich Planungswettbewerb nicht berücksichtigt.

– In der Vernehmlassung haben verschiedene Berufsverbände die Erhöhung der Schwellenwerte gefordert. In den vom internationalen Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen GPA gegebenen Rahmen hat die Bundesverwaltung den Schwellenwert zur Abgrenzung von Einladungs- und freihändigem Verfahren bei Dienstleistungsbeschaffungen von 50000 Fr. auf 150000 Fr. erhöht (Art. 36 Abs. 2 lit. b VöB).

– Die letzte wichtige Änderung für Planer und Planerinnen ist die Verkürzung der Zahlungsfrist auf in der Regel 30 Tage (Art. 29a VöB). Das eidgenössische Finanzdepartement hat schon spezifische Weisungen zur Regelung der Zahlungsfristen erlassen (www.bbl.admin.ch/kbob > Publikationen). Indem das Entgelt für erbrachte Leistungen den Planern möglichst rasch zufliesst und so zu deren Liquidität beiträgt, soll diese Massnahme sich günstig auf die Konjunktur auswirken. Gegen die daran gekoppelte Verkürzung der Prüffristen hatte sich der SIA in einer Stellungnahme vom September 2009 aber leider erfolglos ausgesprochen (vgl. TEC21 3-4/2010).

Zusammengefasst könnten die erwähnten Änderungen positive Auswirkungen für die Planer haben. Entscheidend wird die Anwendung der Verordnung im konkreten Fall sein. Auftraggeberinnen und ihre Berater sind aufgefordert, den von der VöB gegebenen Spielraum vernünftig zu nutzen, um eine faire Vergabepraxis zu entwickeln.

Daniele Graber, SIA Recht, daniele.graber@sia.ch

MARKETING PLANERISCHER LEISTUNGEN

Anders als beim Produktmarketing muss der Planer den Auftraggeber von einer noch zu erbringenden Leistung überzeugen. Da also kein fertiges Produkt für sich sprechen kann und der Auftraggeber überdies massgeblich am Resultat beteiligt ist, sind Kommunikationsstrategie und Kundenpflege für ein erfolgreiches Marketing planerischer Leistungen umso wichtiger.

Entgegen der weit verbreiteten Meinung sind Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung keinesfalls bedeutungsgleich. Der Begriff «Marketing» soll im Folgenden als Ausrichtung sämtlicher Unternehmensaktivitäten auf den Markt beziehungsweise auf die Kunden verstanden werden. Diese weit gefasste Definition zeigt, wie breit das Marketing innerhalb der Führung eines Unternehmens verankert sein kann.

WICHTIGE BEGRIFFE IM DIENSTLEISTUNGSMARKETING

Für den Begriff der Dienstleistung existiert in der Fachliteratur keine einheitliche Definition, jedoch lässt sich eine Abgrenzung der Dienstleistung von der Sachleistung über die beiden Dienstleistungsmerkmale «Immaterialität» und «Integrativität» durchführen. Eine Dienstleistung ist demnach nicht stofflich, also im Gegensatz zu Produkten auch nicht lager- und übertragbar, und von externen Faktoren abhängig, die in den Leistungserstellungsprozess eingebunden werden müssen. Darunter werden beispielsweise Informationen verstanden (zum Beispiel bezüglich der Anforderungen an ein Einfamilienhaus), die der Auftraggeber dem Planer gibt, damit Letzterer die Leistung überhaupt erbringen kann. Die Integration externer Faktoren ist also neben der Immaterialität konstituierendes Merkmal einer Dienstleistung.

Bei Dienstleistungen wie der Erbringung von Bauplanungsleistungen, die von hoher (Prozess-)Komplexität gekennzeichnet sind, hat sich im allgemeinen Sprachgebrauch durchgesetzt, von «intellektuellen Dienstleistungen» (IDL) zu sprechen. Eine mögliche Definition könnte lauten: «Eine IDL ist eine Dienstleistung, die sich nicht im Voraus vollständig definieren lässt, die einen markanten intellektuellen Charakter aufweist, von den Dienstleistenden eine hohe Qualifikation sowie Unabhängigkeit verlangt und einen regen Dialog mit dem Auftraggeber erfordert.» Die beiden Merkmale einer Dienstleistung – Immaterialität und Integration externer Faktoren – haben Auswirkungen auf das Marketing von Planungsleistungen.

MARKETINGMASSNAHMEN

Aus der Immaterialität ergibt sich die Ausgangslage, dass der Planer dem Auftraggeber letztlich nur ein Leistungsversprechen «verkauft», über deren Einhalten der Auftraggeber zum Zeitpunkt der Beauftragung im Ungewissen ist. Das für Dienstleistungen grundsätzliche Problem der Unsicherheit des Leistungsempfängers kann der Planer durch verschiedene Massnahmen mildern. Zunächst einmal ist sein Ruf entscheidend, wenn es darum geht, das Vertrauen eines potenziellen Auftraggebers in seine Leistungsfähigkeit zu gewinnen. Ist der Planer bekannt dafür, dass er termin- und kostengerecht arbeitet und eine qualitativ hochwertige Leistung erbringt, so wird die potenzielle Bauherrschaft eher auf die Kompetenz und Sorgfalt des Planers vertrauen. Für das Marketing von Planungsbüros bedeutet dies, dass es die eigene Kompetenz konsequent zu kommunizieren gilt, um so den Aufbau einer positiven Reputation zu fördern. Dies kann zum Beispiel über ein sogenanntes Testimonial geschehen, in welchem ein ehemaliger Auftraggeber als Nutzer der Dienstleistungen positiv über die Abwicklung des Auftrags mit dem Planer berichtet. Bei der Erstellung von Marketingmitteln darf nicht vergessen gehen, dass der potenzielle Auftraggeber nicht nur Sicherheit über die Qualität des Endproduktes, sondern auch über die Qualität der Abwicklung des Auftrages gewinnen möchte, bevor er den Planer beauftragt.

Grundsätzlich gilt, dass die Unsicherheit des potenziellen Kunden umso geringer ist, je mehr positive Erfahrungen er mit den Leistungen des Planers gemacht hat. Daher sind die Kundenpflege, und dabei vor allem die Bindung bestehender Kunden, für Planungsbüros von grosser Bedeutung.

DIE BAUHERRSCHAFT ALS CO-PRODUZENTIN

Da der Auftraggeber externe Faktoren in den Planungsprozess einbringen muss, bestimmt er die Qualität des Planungsergebnisses letztlich mit. Es ist also Aufgabe des Planers insbesondere bereits in der Phase der Auftragsanbahnung, für den Auftraggeber und sich selbst Sicherheit hinsichtlich der von beiden Seiten zu erbringenden Leistungsbestandteile zu verschaffen, wann er welche Informationen in welcher Form benötigt, um die gewünschte Planungsleistung kundengerecht zu erbringen. Die Kommunikationspolitik des Planers, die ein wichtiger Bestandteil seines Marketings ist, sollte in dieser Phase darauf ausgerichtet sein, den Auftraggeber – falls dies notwendig ist – zu befähigen (sogenanntes Enablement), seine Rolle als Co-Produzent des Planungsprozesses zu erkennen und wahrzunehmen.

SCHLUSSFOLGERUNG

Planungsleistungen sind intellektuelle Dienstleistungen. Aufgrund ihrer Immaterialität und Komplexität sowie der Notwendigkeit zur Integration externer Faktoren benötigen sie ein spezifisches Dienstleistungsmarketing, welches deren Besonderheiten berücksichtigt. Dem Bauherrn ist darzulegen, welche Bedeutung er für den Planungsprozess hat. Nur ein Auftraggeber, der seine Rolle kennt, kann aktiv seine Pflichten wahrnehmen und die benötigten Informationen in die Planung einbringen. Ohne die Einbindung des Bauherrn ist eine Leistungserbringung, welche die Anliegen aller Beteiligten berücksichtigt, nicht möglich.

Mike Siering, Leiter Dienstleistungen und Weiterbildung SIA, mike.siering@siaservice.ch

SIA-FORM-KURS: «MARKETING FÜR PLANER»

Anhand von Fachinputs und Übungen vermittelt das Seminar Architekten und Ingenieuren die Chancen und Methoden einer marktorientierten Unternehmensführung sowie der zielgerichteten Unternehmenskommunikation und Akquisition.
Ort und Zeit: Zürich, 14./15.4.2010, jeweils 8.30 – 16.30h
Preis: Firmen-Mitglieder 900 Fr., Persönliche Mitglieder 1100 Fr., Nicht-Mitglieder 1300 Fr.
Kurs-Code: MK01-10
Infos und weitere Kurse: www.sia.ch/form (vgl. auch S. 40)
Kontakt: form@sia.ch, Tel. 044 283 15 58

PUBLIKATION ZUM THEMA

«Marketing für Architekten und Ingenieure», Ordner A4, 100 Seiten, farbig, 125 Fr. (FM) / 145 Fr. (PM) / 165 Fr. (NM), Bestellungen: Tel. 044 283 63 63, contact@siaservice.ch

43. ZNO-SITZUNG

Die Zentralkommission für Normen und Ordnungen (ZNO) hat ihre erste Sitzung 2010 unter der Leitung des neuen Präsidenten Adrian Altenburger abgehalten. Dabei wurden die Norm SIA 382/2 *Klimatisierte Gebäude – Leistungs- und Energiebedarf* und das zugehörige Merkblatt M2044 *Klimatisierte Gebäude – Standard-Berechnungsverfahren für den Leistungs- und Energiebedarf* freigegeben. Die beiden Normen wurden auf Wunsch der ZNO stark gestrafft und neu gegliedert. Die Rekursfrist gegen die Veröffentlichung läuft bis zum 12. April 2010.

Die ZNO ermächtigte das Generalsekretariat zudem, die europäische Norm SN EN 13670 *Ausführung von Tragwerken aus Beton* ins Abonnement zu geben. Ein entsprechendes nationales Vorwort wird durch die zuständige Betonkommission (NK 262) erarbeitet, in eine beschränkte Vernehmlassung geschickt und durch die KTN freigegeben.

Zwei Revisionen und ein neues Projekte wurden formell gestartet. Sowohl die Revision der SIA V242/1 und SIA V242/2 *Verputz- und Gipserarbeiten* als auch die Revision der SIA 382/1 *Lüftungs- und Klimaanlagen* sind vor allem durch die Anpassung an eine grössere Anzahl neuer europäischer Normen erforderlich. Zudem wird die V242/2 der neuen Form der allgemeinen Bedingungen Bau (ABB) angepasst. Ein neues Merkblatt SIA 2041 *Ziel- und Projektdefinition im Hochbau* ist seit längerer Zeit im Gespräch. Den klar definierten, meist phasengebundenen und statisch vereinbarten Nutzungsbedingungen im Ingenieurbau soll ein Modell für den Hochbau zur Seite gestellt werden, das besser auf dessen dynamischeren Dialog abgestimmt ist.

Da sich bei der Bearbeitung des neuen Merkblatts SIA 2039 *Mobilität – Energieverbrauch in Abhängigkeit vom Gebäudestandort* laufend neue Fragestellungen und Klärungsbedürfnisse ergeben, hat die ZNO den ursprünglich genehmigten Budgetbetrag erhöht. Die ZNO ist der Überzeugung, dass sich die Energiefrage zunehmend auf die Mobilität konzentrieren wird und eine frühzeitige und gründliche Auseinandersetzung mit dieser Thematik auch im Normierungsbereich sinnvoll ist.

Formell konnten zahlreiche Normenprojekte aus der Projektverfolgung gestrichen werden, teilweise weil die Normen bereits sei zwei Jahren publiziert sind (und die Projektrechnung damit geschlossen werden kann), teilweise weil sie aus verschiedenen Gründen nie richtig gestartet wurden. Einen Sonderfall nimmt darunter die SIA 382/8 *Lüftungs- und Klimaanlagen in Spitälern* ein. Trotz erheblichen Vorarbeiten konnte über längere Zeit kein Konsens zu einem Vernehmlassungspapier erzielt werden. Da mittlerweile auch das CEN die Arbeit an einem entsprechenden Papier aufgenommen hat (und damit nationale Projekte gestoppt werden sollten), wurde von der ZNO der von der zuständigen sektoriellen Kommission KHE gestellte Antrag auf Projektabbruch angenommen.

Markus Gehri, Leiter Normen und Ordnungen SIA

VERANSTALTUNGEN UND SOMMERSCHULE

SEEBACH ODER SEEFELD – WER SOLL WO WOHNEN?

Der Zuzug zahlungskräftiger Einwohner in die Stadt Zürich führt zu einem Verdrängungswettbewerb auf dem Wohnungsmarkt. Innerstädtische Quartiere und Liegenschaften werden aufgewertet, Immobilienpreise und Mieten steigen. Weniger zahlungskräftige Einwohner müssen in peripherere Quartiere ziehen, der Ruf nach Lenkungsmassnahmen für den Mietwohnungsmarkt wird lauter. Was aber können Lenkungsmassnahmen bewirken, und machen diese überhaupt Sinn? Unter der Leitung von Michael Hauser diskutieren in der Reihe 18.15-Uhr am 25. März in Zürich Kaspar Fierz, Bauökonom, Andreas Hofer, Architekt und Vorstand des Dachverbandes der Wohnbaugenossenschaften Zürich, sowie Christina Schumacher, Dozentin für Soziologie an der ETHZ.

Anmeldungen und weitere Informationen unter: www.fmb-ssg.ch

AKTUELLE SIA-FORM-KURSE

– *Führungsmodelle und Verantwortung in Planungsbüros (13.4., Zürich)*

Je nachdem wie Planungsbüros organisiert sind, werden die verschiedenen Führungsebenen und -aufgaben unterschiedlich wahrgenommen. So entstehen Unsicherheiten und Missverständnisse zwischen den Verantwortlichen. Der SIA-Form-Kurs vermittelt einen Überblick über die wichtigsten Inhalte und Zusammenhänge, die Unternehmen für eine erfolgreiche und kontinuierliche Führung berücksichtigen müssen.

– *Gründung von Planungsbüros (22.4., Bern)*

Wie läuft eine Gründung ab? Welche Verträge müssen abgeschlossen werden? Welche Versicherungen sind notwendig? Braucht es einen Businessplan? Welche Rechtsform eignet sich für welches Geschäftsmodell? Zu diesen und weiteren Fragen um das Thema Büro-Gründung bietet der Kurs Antworten.

Anmeldung und weitere Kurse (vgl. auch S. 38): www.sia.ch/form

URBAN OUTCAST

Anlässlich des internationalen Tags der Architektur (vgl. TEC21 44/2009) knüpfte der SIA letzten Oktober auch engere Kontakte mit der Technischen Universität Riga. Unter dem Titel «Urban Outcast» lädt die TU Riga nun Studierende der Architektur, Stadtplanung, Landschaftsarchitektur und anderer Disziplinen zu einer internationalen Sommerschule im August 2010 ein. Themen sind Urbanisierung und Un-Orte, soziale und wirtschaftliche Fragestellungen, öffentlicher Raum und Aspekte der Identität am Beispiel von Bolderaja nahe Riga. In Vorlesungen und Gesprächen, Workshops und Besichtigungen werden mögliche strategische Interventionen untersucht. Die Teilnahme kostet 635 € einschliesslich Unterkunft und Verpflegung. Eine begrenzte Zahl von Teilstipendien steht zur Verfügung. Bewerbungen sind bis zum 31. Mai 2010 einzureichen.

Informationen und Bewerbung unter: www.summerschool.rtu.lv