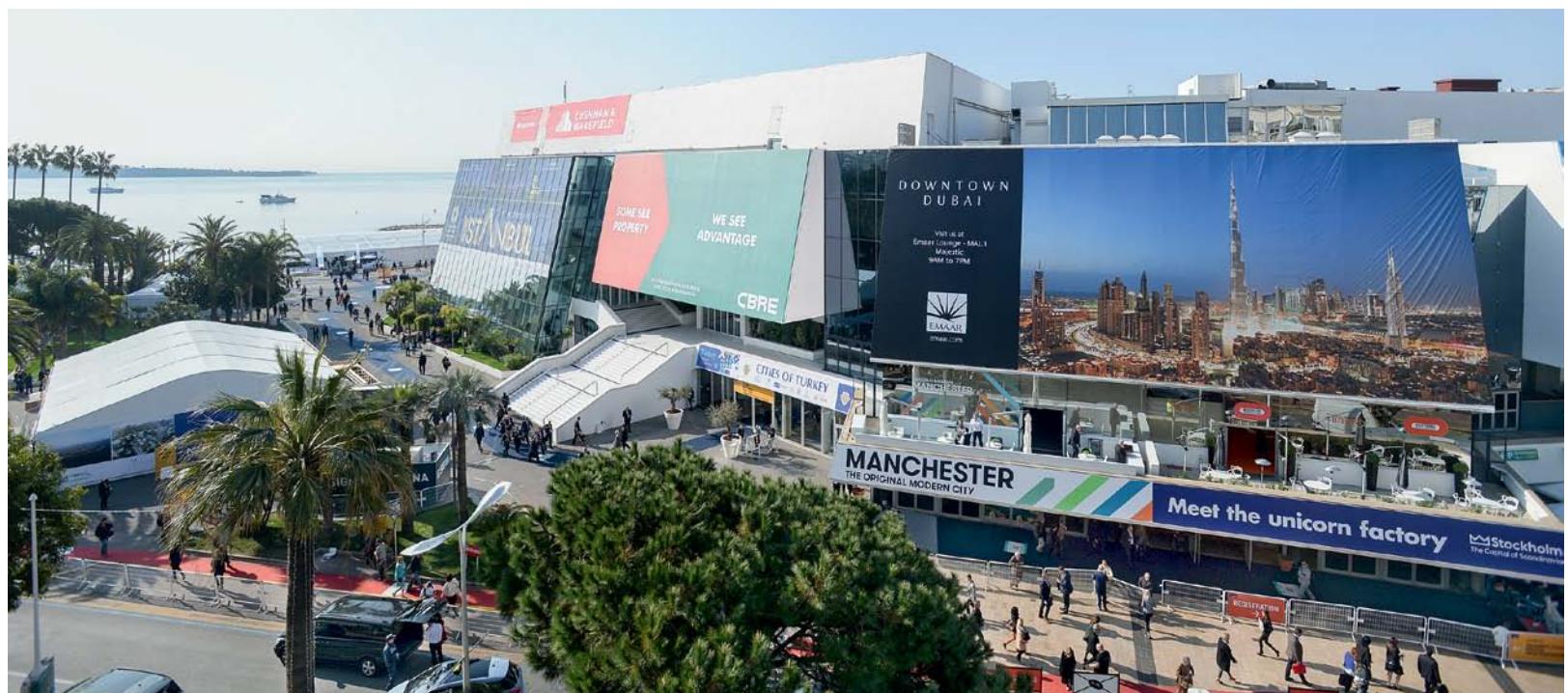


Sozio-ökonomischer Hedonismus

Text Christian Brensing

Networking bei Weißwurst und Bier am Münchenstand? Oder doch besser an Bord der Jacht eines saudischen Milliardärs? Was für Leute man auf der MIPIM trifft, und warum deutsche Architekten mit der Szenerie etwas fremdeln. Ein Vademekum für Cannes im März



Was treibt die Menschen auf die MIPIM? Was bewegt sie dazu, alljährlich Mitte März an die Côte d' Azur zu pilgern? Ein buntes Spektrum von Interessenten am Immobilienkarussell nimmt seit 1990 teil. Glaubt man den Mythen um die Entstehung des „Marché Internationale des Professionnels d'Immobiliers“, dann ging er aus dem Wunsch einiger Immobilienspekulanten hervor, sich alljährlich im kleinen Kreis an einem in jeder Hinsicht angenehmen Ort unter Gleichgesinnten zu treffen. Von dieser Exklusivität eines elitären Zirkels ist heute nichts mehr zu spüren. Die Dynamik des Markts stellte die Weichen in eine andere Richtung. Mit jährlich über 20.000 Besuchern hat sich die MIPIM in Cannes zu einer der weltgrößten Immobilienmessen entwickelt, in Europa ist nur die Münchner Expo Real vergleich-

bar. Geschäftstüchtig gesteuert und verwaltet von der Pariser Agentur Reed Midem, wandelte sich die MIPIM in ein vielseitig einsetzbares internationales Produkt, das unter gleichem Namen auch als MIPIM UK, Asia und Japan auftritt. Heute steht die Marke für die Interaktion einer international und global agierenden Immobilienwirtschaft.

Über Einblick aus deutscher Perspektive in die Entstehungszeit der MIPIM verfügt Bernd Heuer, MIPIM-Gründungsmitglied, der damals als Berater von der Reed Midem eingeladen worden war. Laut Heuer „entdeckte das Ausland Anfang der 90er Jahre Deutschland als Investitionsstandort für Gewerbeimmobilien. Aus dem klassischen Wohnimmobilienmarkt wurde in kürzester Zeit der interessanteste europäische Wachstumsmarkt

für Gewerbeimmobilien“. Die Strategie der Reed Midem und ihrer nationalen Partner, in den Ländern West-Europas Aussteller zu gewinnen, ging schnell auf. Können doch etwa die Londoner Immobilienmakler im März für einige Tage Nebel und Kälte entfliehen und in Südfrankreich die ersten Sonnenstrahlen kosten. Ähnliches gilt für ihre Kollegen aus Paris und anderen europäischen Immobilien-Hotspots.

Nur der deutsche Markt zeigte im ersten Jahrzehnt wenig Verständnis für ein Konzept, das Geschäftstätigkeiten in einen mondänen Urlaubsort an die Côte d' Azur verlagerte. Zudem findet die Messe im verwinkelten Palais des Festivals der Filmfestspiele von Cannes statt, einem Haus, das bis heute nicht alle Teilnehmer als geeigneten Ort für eine Immobilienmesse ansehen. Viel-



Der Veranstaltungsort der MIPIM, das „Palais des Festivals“, trägt entscheidend zur Beliebtheit der Messe bei – weniger vielleicht das unübersichtliche Innere des Konferenzzentrums als seine Lage an der Promenade de la Croisette.

Fotos: S.d'Halloy/Image & Co (linke Seite); F. Bukajlo/Image & Co (links); Christian Brensing (unten)

leicht liegt die skeptisch-kritische Grundhaltung der deutschen Teilnehmer aber an dem völlig anderen Marketing-Verständnis, das auf der Messe zum Tragen kommt? Ein Marketing, das über die reinen Sachverhalte hinaus in sozio-ökonomisch-hedonistische Bereiche vordringt, bei dem beständiges Netzwerken zum selbstverständlichen Handwerk zählt – und sei es in Cannes. Vielleicht ist das der Grund, warum immer noch wesentlich mehr Teilnehmer aus Großbritannien und Frankreich kommen als aus Deutschland.

Mit den MIPIM Awards verlieh die Reed Midem der Marke weitere Attraktivität. Eine international besetzte Jury aus Immobilienfachleuten wählt zunächst aus einer Longlist, dann einer Shortlist, die besten Gewerbeimmobilien gemäß ihrer Art und Nutzung. Während der viertägigen Messe werden die Teilnehmer gebeten, in den fünf Kategorien für ihre Favoriten zu stimmen. Inzwischen gelten die MIPIM Awards als hoch gehandelte Auszeichnung, wie der mehrmalige Gewinner, der Hamburger Architekt Hadi Teherani, bestätigt: „Mir war es schon immer wichtiger, mit meinen Entwürfen das große Publikum zu gewinnen. Darauf ist meine Arbeit an Architektur und Design doch zugeschnitten. Insofern bin ich stolz, dass schon vier meiner zentralen Projekte ganz unterschiedlicher Thematik mit dem MIPIM

Award ausgezeichnet worden sind: Hochhäuser und Stadtreparaturen bis hin zur Überbauung eines Kanals für Wohnungen, Hotels, Bürogebäuden, Läden und Restaurants.“

Das Gipfelfest der total kommerzialisierten Architektur

Die Geschichte der architektonischen Moderne und ihrer Mutationen – über den Internationalismus, die Post-Moderne, den Dekonstruktivismus, die Zweite Moderne bis hin zur gegenwärtigen Anklängen einer post-faktischen Gesellschaft – offenbart in regelmäßigen Abständen dialektische Umkehrschübe. Schon in Adornos „Dialektik der Aufklärung“ (1944) zeichnet sich deren Muster ab: „...die rastlose Selbstzerstörung der Aufklärung zwingt das Denken dazu, die letzte Arglosigkeit gegenüber den Gewohnheiten und Richtungen des Zeitgeists zu verbieten. Wenn die Öffentlichkeit einen Zustand erreicht hat, in dem unentrinnbar der Gedanke zur Ware und die Sprache zu deren Anpreisung wird, so muss der Versuch, solcher Depravation auf die Spur zu kommen, der sprachlichen und gedanklichen Anforderungen Gefolgschaft versagen...“

In diesem Sinn könnte man die MIPIM als das alljährliche Gipfelfest einer total kommerzialisierten Architektur bezeichnen, dem nur eine kritisch-reflektive Haltung Paroli bieten kann. Für die Verfechter einer „reinen“ Auffassung von Architektur gehören Begriffe wie „Marketing“ oder „Business Development“ nicht in den Architektenalltag. Wie man als Architekt – im Sinne Adornos – der MIPIM gegenüber eine wachssame Haltung kultiviert, verdeutlicht der Berliner Architekt Rainer Hascher. Die sich seiner Meinung nach (siehe Interview auf Seite 26) rapide und radikal verändernden Bedingungen auf dem Markt für Architekten nötigen ihm und seinem Büro Hascher

Jehle eine zunehmend pro-aktive Handlungsweise ab, die über die Teilnahme an öffentlichen Wettbewerben hinausgeht. Laut Hascher trifft man gerade auf Immobilienmessen wie der MIPIM oder der Expo Real den Bauherrn der Zukunft, auf den es für ein wirtschaftliches Überleben von Architekturbüros mehr und mehr ankommt. Hascher steht den Entwicklungen, die er beschreibt, kritisch gegenüber, aber aufgrund der Marktentwicklung sieht er keine andere Chance, als sich dieser neuen Art von Wettbewerb zu stellen.

Architekturprojekte treten auf Immobilienmessen im Gewand des Zeitgeists und der Modelle auf. Nur vereinzelt blitzt unter der Kruste des Kommerziellen Architektur auf. Wesentlich dabei ist, dass das Projekt Aufsehen erregt. Modelle, Renderings und Animationen preisen Architektur wie einen Fetisch an. Der beständige Verfall der Halbwertzeit der Dinge unserer Welt macht vor der Architektur nicht Halt. Architektur als Ware reflektiert die Entwicklungen auf den Immobilienmärkten. Nirgendwo kann man diese Prozesse besser beobachten als auf der MIPIM. Was nicht heißen muss, dass die Architektur oder Architekten eine untergeordnete Rolle spielen. Betrachtet man die letzten zehn Jahre aus der architektonischen Perspektive könnte man fast geneigt sein, das Gegenteil anzunehmen: Einige international gefeierte Architekten halten auf der MIPIM regelrecht Hof. Und die Zahl deutscher Architekturbüros, die den Weg an die Côte d' Azur finden, steigt von Jahr zu Jahr.

2006 eröffnete zum ersten Mal der vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte „German Pavilion“ auf der MIPIM – ein Angebot, das zunächst nur sieben Architekten wahrnahmen. „2017 nehmen 27 Aussteller am German Pavilion teil, 23 davon werden Architekturbüros sein. Inzwischen gibt es Wartelisten, und nicht jeder hat





Unter dem Titel „Housing the World – a Place for Everyone“ hatte beim Pechakucha auf der MIPIM 2016 nicht nur ein Kurzvortrag zu Flüchtlingswohnen aus Deutschland Platz, sondern auch einer über High-End-Luxus-Wohnimmobilien von Andrew Hay, Chef des einschlägigen Entwicklers „Knight Frank Residential“.

Foto: V. Desjardins/Image & Co

das Glück einen Platz zu ergattern“, sagt Inga Stein-Barthelmes, Ansprechpartnerin der Bundesarchitektenkammer für das Netzwerk Architekturexport (NAX). Ihre Kollegin Claudia Sanders präzisiert die Aufgaben des 211 Quadratmeter großen Messegeländes: „Der gemeinsame Weg für deutsche Architekten ins Ausland, sozusagen über den innerdeutschen Konkurrenzgedanken hinweg, diese Möglichkeit steht hinter der Idee des German Pavilion. Doch noch ein anderer Gedanke verbindet sich damit, nämlich dass deutsche Architekten sich erfolgreich im Ausland präsentieren und akquirieren können. Deutsche Architekturbüros sind im internationalen Vergleich eher klein, weshalb sie im und vom Ausland nicht adäquat wahrgenommen werden.“

Vorurteile und Ressentiments unter Architekten gegenüber den beiden in Europa maßgeblichen Immobilienmessen lösen sich allmählich auf. Die Zeiten sind vorbei, als die MIPIM in Architektenkreisen zuvorst als Ansammlung von Architekturfeinden wahrgenommen wurde.

Inga Stein-Barthelmes sieht die Messe als Riesenchance für deutsche Architekten: „Wir merken, dass Architekten ein zunehmend anderes Marketingverständnis erlangen. Viele haben erkannt: Nur abwartend am Stand des German Pavilion zu stehen, bringt nichts. Man muss schon proaktiv Akquise betreiben. Architekten sind Dienstleister und müssen sich um Kontakte bemühen. Die Kundenpflege kann auf der MIPIM nachweislich verbessert werden.“

AFEX, die französische Architektenvertretung, hat inzwischen das deutsche Konzept übernommen bzw. sich ihm angeschlossen. 2016 lag der AFEX-Stand in derselben Halle schräg gegenüber vom German Pavilion. Zu einer nennenswerten Kooperation von NAX und AFEX ist es bisher aber nicht gekommen. Doch hat sich auf der Messe herumgesprochen, dass der deutsche Stand

Die Zeiten scheinen vorbei, als Architekten die MIPIM zuvorerst als Gipfeltreffen der Architekturfeinde wahrnahmen

eine hervorragende Netzwerkadresse ist. Was nicht heißen soll, dass die Wahrnehmung des German Pavilion nicht weiter gesteigert werden könnte, wie Claudia Sanders einräumt: „Über politische Begleitung des German Pavilion könnten wir uns inzwischen nicht beklagen. Staatsekretär Gunther Adler wird, wie die Jahre zuvor, auch auf der kommenden MIPIM unseren Stand eröffnen. Allerdings hat acht Jahre lang, außer in den Besuchen von Bürgermeistern, nicht eine einzige hochkarätige Person aus der Bundespolitik von uns Notiz genommen. Gerne würden wir einen Minister oder eine Ministerin begrüßen, vielleicht sogar aus dem Bundeswirtschaftsministerium, denn die zahlen für den Stand.“

Marktbewertung aus Architektsicht

Naturgemäß standen und stehen die Heerscharen von Beratern und sonstigen Akteuren, die die MIPIM bevölkern, dem Messetreiben weniger reserviert gegenüber als die Architekten. Gaben Ende der neunziger Jahre noch die Banken und Fondsgesellschaften mit ihren großen Ständen und riesigen Bannern an den Fassaden des Palais des Festivals als Aussteller den Ton an, so war es spätestens mit der Finanzkrise damit vorbei. Die MIPIM-Ausgaben der Jahre 2008 und 2009 hätten unterschiedlicher nicht sein können. Der Champagner-Laune folgte ein Jahr des Katzenjammers, in dem die Teilnehmerzahlen von Rekordbeteiligung auf das Minimum abstürzten.

Und ausgerechnet 2009 war der 20. Geburtstag der MIPIM. Dem Veranstalter Reed Midem fiel dazu nichts Besseres ein, als sich vom Vizeadmiral einer in der Bucht von Cannes vor Anker gegangenen französischen Fregatte Glückwünsche überbringen zu lassen (Bauwelt 13.2009).

Mit dem langsamen Wiederaufstieg nach 2009 begann die bis heute anhaltende Phase der Städte, Kommunen und Regionen, die an mehr oder weniger ausladenden Ständen um Investoren buhlen. Bombastisch feierten sich nach dem Zuschlag für die Olympischen Spiele Sotschi und London. Die Vereinigten Arabischen Emirate und Istanbul legten nach, was fast immer mit der Präsentation eines gigantischen Stadtmodells einherging und -geht.

Wesentlich moderater und zweckgebundener sind die Stände der deutschen Städte und Regionen: Berlin, Hamburg, München (mit seiner längst legendären Weißwurst-und-Weißbier-Terrasse), Frankfurt am Main, Düsseldorf, die Metropolregion Ruhr. In der Regel bestehen diese Stadtstände aus einem Cluster vernetzter Interessensverbände, dem u.a. Projektentwickler, Investoren oder Rechtsanwaltskanzleien angehlossen sind.

Juristen spielen auf der MIPIM zwar eine Nebenrolle, jedoch sind sie auch wieder derart präsent, dass man sie vermisste, würden sie nicht teilnehmen. Jan Kehrberg von der auf Immobilien spezialisierten Anwaltskanzlei GSK Stockmann + Partner ist langjähriger MIPIM-Besucher und definiert die Rolle eines Beraters so: „Vernünftig beraten kann nur, wer den Lebenssachverhalt versteht. Die MIPIM ist eine Chance, wahrzunehmen, wie sich der Markt entwickelt, wer was von wem haben will und aus welchen Gründen.“ Und der Blick eines Juristen auf die Zusammenhänge beim Planen und Bauen kann durchaus hellend sein: „Ein Gebäude ist heute zunehmend

auch eine Maschine, oder besser noch: eine technische Anlage. Dabei müssen künstlerische und gestalterische Fähigkeiten mit dem Wissen und den Erfahrungen, eine technische Anlage zu planen und zu steuern, zusammengeführt werden. Diese Integration scheint mir aber im heutigen Bauwesen eine immer noch nicht vollständig beherrschbare Herausforderung zu sein.“

Die Dynamik einer Immobilienmesse würde leiden, würden dort nicht Immobilienmakler der zum Teil international agierenden Maklerhäuser die kommerzielle Nachfrage verkörpern und steuern. Der Makler ist oftmals der Kitt, durch den Projektentwickler, Grundstückseigentümer und -verkäufer sowie Investoren unterschiedlichster Art, von Pensionsfonds bis zu privaten Kapitalsammelstellen, erst zusammenkommen.

Deutschland gilt in diesen Kreisen insbesondere seit der Finanzkrise als Musterknabe, wo inzwischen alle großen Investoren tätig sind. Robert-Christian Gierth, Managing Partner der Berliner Niederlassung von Colliers International, umschreibt sein Anliegen auf der MIPIM so: „Eine Strategie, die wir verfolgen, ist, das Wissen über Städte und Märkte mit dem über Assetklassen, also Büro-, Einkaufs-, Mixed-use-, Industrie-, Logistik- oder Wohnimmobilien, zu verbinden. Auf der MIPIM bringen wir alle an einen Tisch, was ein riesiger logistischer Vorteil ist.“ Dass der Architekt dabei nicht unbedingt am Katzentisch sitzen muss, ist eine Erkenntnis, die sich im letzten Jahrzehnt durchgesetzt hat, wie Gierth weiter

erläutert: „Architekten sind zunehmend auf Immobilienmessen vertreten, allerdings dreht es sich dort meistens nicht um einen konkreten Entwurf, sondern um Marktbewertungen aus Architektsicht.“

Cannes oder München?

Zum Schluss die Gretchenfrage: MIPIM oder Expo Real? Ist die Münchner „Arbeitsmesse“ im direkten Anschluss an das Oktoberfest einträglicher oder das Frühjahrstreffen der internationalen Immobilienelite im mondänen französischen Seebad? Oder muss man eigentlich beide besuchen, um mit Schwung durchs Immobilien-Jahr zu kommen? An dieser Frage scheiden sich die Geister. Über eines scheint aber branchenübergreifend eine einhellige Meinung zu herrschen: Immobilienmessen haben inzwischen ihre volle Daseinsberechtigung. Auch aus der Sicht vieler Architekten.



Modell für Luxuswohnen auf Luxusjacht. In Cannes kann man sich an manchem erfüllten Klischee erfreuen. Unten: die „Arbeitsmesse“? Eröffnung der Expo Real 2016 in München.
Fotos: Christian Brening (oben); Lukas Barth/Messe München GmbH (unten)

MIPIM 2017

Palais des Festivals, Cannes

14. bis 17. März

Expo Real 2017

Messe München

4. bis 6. Oktober

