

Wolfgang Bachmann

## BAU-BAU-a-loo-BAU-a-dom-dang-dom

Aussteller und Besucher sind nach den Mammutmessen wie der BAU, zu der man sich vergangene Woche, vom 19. bis 24. Januar, in München traf, schlichtweg erschöpft. Es ist aufwändig, als Hersteller einem gewieften Praxisfuchs etwas vorzumachen. Es ist mühsam, als leidgeprüfter Architekt das zu finden, was einem am Bau wirklich – also: wirklich fehlt. Und was widerfährt einem rückblickenden Chefredakteur, der vom Fachwissensvermittler zum Bauherren geworden ist?



Vor einigen Jahrzehnten, als Redakteur bei der in Berlin erscheinenden Fachzeitschrift, war das ein Kinderspiel. Firmenkontakte interessierten uns nicht. Wir waren Redakteure. Ums Anzeigengeschäft sollten sich die dafür Zuständigen kümmern. Ein Kollege hatte mir deshalb geraten: Fahr ruhig mal zur BAU.

# Wir geben Zukunft Raum.

Du musst mit niemandem sprechen. Bei den Ständen stehen große Glasvasen, da wirfst du deine Visitenkarte rein. Dann sehen die, dass wir da waren und schicken uns später einen Prospekt. Der kommt in den Rundordner.

Ich habe jedoch als Reiseausbeute noch eine Glosse geschrieben. Daraufhin hat mich der Verlagsleiter besucht und gesagt, das sei ein netter Text gewesen, aber ich solle in Zukunft meine Ironie vorsichtiger platzieren. Manche Firmen könnten so was missverstehen. So ging das – früher. Heute würde man unweigerlich eine Abmahnung erhalten.



## Märkte ...

Das liegt nun lange zurück. Bei einer in München erscheinenden Zeitschrift musste ich lernen: Es gibt einen Lesermarkt und einen Anzeigenmarkt. Als Chefredakteur ist man für beide verantwortlich. Messebesuche gehörten zur Pflicht.

Ich bin also zu kleinen alternativen Firmen getapert, über deren Produkte ich gerne berichtet hätte. Unnötig, sagte der Anzeigenleiter, die haben doch gar kein Geld für Anzeigen. Ich habe auch große Firmen besucht, deren Namen mir geläufig waren. Kann man vergessen, sagte der Anzeigenleiter, die gehen nur in auflagenstarke Publikumsblätter. Ich bin dann zu Firmen gelaufen, die sehr gut designte Produkte herstellen. Das bringt nichts, sagte der Anzeigenleiter, die haben keine Werbung nötig, die kennt doch jeder Architekt.



## ... und Vermittler

Deshalb wurde entschieden, den dummen Redakteur an die Hand zu nehmen. Eine Strategie musste her. Nun begleitete mich ein Kollege aus der Anzeigenabteilung. Ich sollte den Herstellern von Teppichfliesen, Bauklebern und Schwerlastankern meine Zeitschrift vorstellen. Was daran besonders sei, anders als bei der Konkurrenz, welches Alleinstellungsmerkmal sie besitze. Das wird Ihnen mein Kollege erzählen, sagte mein Kollege.



Also: Wir bringen professionelle Fotos und Originalpläne zu allen Bauten! sagte ich.

Interessant.

Wir sind aktuell!

Aha.

Wir sind kritisch!

Soso.

Und emotional!

Haha.

Wir wissen, wie Architekten ticken!

Nit möglich.

Es war eine Qual. Zwei Leute, die sich nichts zu sagen hatten, zu einem Gespräch verurteilt, ein Anzeigenfuzzy als Besitzer. Die Architekturferne lähmte mich geradezu.

## Lob der Praxis

Dabei hätte es endlos Produkte gegeben, die begeistern konnten. Man wusste doch, wer die besten Heizkörper, Türdrücker, Armaturen, Fliesen und Beschläge herstellte. Über die man gerne mehr erfahren hätte. Als Studenten hatten wir uns fingierte Bürostempel machen lassen, um Prospekte von den Firmen zu bekommen. Aus denen haben wir Detaillösungen abgemalt, weil Anfang der 1970er Jahre hauptsächlich Seminare zu gesellschaftskritischen Themen angeboten wurden. Wer sich für Bautechnik interessierte, galt als reaktionär.





## Und heute auf der BAU?

Am ersten Tag noch immer diese Volksfeststimmung, vierschrötige Zimmerleute in Kluft, die den schwarzbestrumpften Hostessen auf den zerbrechlichen Stöckeln nachsehen. Einer hat eine Wasserwaage gewonnen, länger als er selbst. Um elf versammeln sich die Rohbauer schon beim Bier, die in den dunklen Anzügen eilen noch herum, navigieren mit ihren Smartphones.

Ich bin diesmal freiwillig hier. Als Bauherr! Eine ganz neue Rolle. Ich lasse mir die Einbautiefe von Hausbriefkästen erklären, die Möglichkeit, vorhandenes Glasfasergebe mit einem Gipsputz zu spachteln. Ich vergleiche die Angebote von Stahlaußentreppe, Rauchmeldern und Lamellenfenstern. Erstaunlich, viele Leute können sich an mich erinnern, wissen meinen Namen noch. Sie sind hilfsbereit, unwahrscheinlich nett. Vielleicht, weil ich sie nicht wegen einer Anzeige umschleiche, keine Medienpartnerschaft anbiete oder ihnen meine unerreichte Kompetenz für ihr Content Marketing vorgaukle. Es gibt überall Häppchen und Getränke, ich greife zu bei belegten Semmeln, Butterbrezen, Pralinen, Bier, Rüblitorte, Cappuccino, Landjägern, Keksen, Limo. Ich vertrag das.



Alle Fotografien:  
Wolfgang Bachmann

Was so was in Edelstahl kosten würde, und das da unsichtbar verschraubt, mit schlankem Profil? frag ich. Ach, geben Sie mir Ihre Karte, für Sie machen wir ein Angebot, da kann Ihr Schlosser nicht mithalten. Sie haben doch immer so nett über uns geschrieben, Herr Bachmann.

Wie gut, dass ich so fleißig auf Baumessen gegangen bin.

