

Imagekampagne für eine gestärkte Wirtschaftskraft

SEHLHOFF initiiert eine Imagekampagne

Das Image des Bauwesens ist angekratzt und die Nützlichkeit der Branche hat im gesellschaftlichen Ansehen an Bedeutung verloren. Gleichzeitig können hohe Bauinvestitionen nicht getätigt werden, weil freie Kapazitäten bei Planern wie Ausführenden fehlen. Beides lässt sich nur zufriedenstellend lösen, wenn sich die Planungs- und Baubranche grundlegend erneuert. So die Auffassung von Axel und Karsten Sehlhoff, die jetzt mit einer Reihe weiterer Mitstreiter eine proaktive Imagekampagne ins Leben gerufen haben.

Der Blick in die Baugeschichte belegt: Bauwerke wie die Pyramiden oder das Colosseum, der Kölner Dom oder der Eiffelturm prägten Kulturen über Jahrhunderte. Als identitätsstiftende Denkmäler beeinflussten sie Gesellschaften über Generationen hinweg. „Die Baumeister früherer Meisterwerke werden bis heute für ihr Können und ihre Leistungen hoch gelobt und bewundert“, bemerkt Geschäftsführer Axel Sehlhoff, „leider findet man diese Haltung heute gegenüber der Planungs- und Baubranche eher selten.“

Gesellschaftlicher Imageverlust

Das schlechte Image der heutigen Branche hat zum Teil nachvollziehbare Ursachen, weil spektakuläre Skandale rund um große Bauprojekte wie Berlins neuem Flughafen oder Stuttgart 21 über Jahre für Negativschlagzeilen sorgen. Dennoch schafft die Planungs- und Bauwirtschaft damals wie heute Grundlagen für die wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Entwicklung eines Ortes, einer Region oder eines Landes. Wohnungsbau, Gewerbe- und Industriegebäude, Ingenieurbauwerke für Wasser- und Energieversorgung oder Abfallentsorgung, Verkehrsinfrastruktur von der Straße über die Schiene bis hin zum Flughafen sowie der aktuelle Breitbandausbau: Die Funktionalität

aller Lebensbereiche hängt von einem guten und verlässlichen Planungs- und Bauwesen ab.

„Tag für Tag arbeiten Planer, Architekten und Bauingenieure beständig und zielstrebig für diese Bauwerke und Infrastrukturprojekte“, erklärt Karsten Sehlhoff. „Doch diese Leistungen werden in der breiten Öffentlichkeit kaum bis gar nicht wahrgenommen. Deshalb ist den meisten Bürgern auch nicht bewusst, welche Wirtschaftskraft und welches Entwicklungspotenzial durch die vielfältigen Leistungen unserer Branche erst möglich werden. Und wie schnell eine Region in die Bedeutungslosigkeit zurückfällt, wenn die baulichen und infrastrukturellen Voraussetzungen nicht mehr gegeben sind oder den Anforderungen unserer modernen Gesellschaft nicht mehr entsprechen.“

Die fehlende Wertschätzung für die Leistungen hat dramatische Konsequenzen. „Die verschobene Wahrnehmung durch das verbreitete öffentliche Meinungsbild schädigt nicht nur das Image einer ganzen Branche, sie motiviert zudem immer weniger junge Menschen, einen der so vielseitigen, spannenden und anspruchsvollen Berufe im Planungs- und Bauwesens zu ergreifen“, stellt Axel Sehlhoff fest. „Das ist fatal, denn wir könnten bei der Sanierung unserer Straßen, Abwasserkanälen oder energiesparenden Neubauten deutlich schneller sein. Es besteht die Gefahr, dass wir als Industriestandort Deutschland zurück fallen, weil bauliche Maßnahmen nicht bzw. nur verzögert umgesetzt werden. Zudem geht in den nächsten Jahren die Generation der Babyboomer in den wohlverdienten Ruhestand, ohne dass genügend Nachwuchs in den Startlöchern steht.“

Positiv gestimmt in die Zukunft

„Folglich liegt es in unserem Interesse, das Bewusstsein der Bürger für eine realistische Einschätzung unserer Leistungen zu schärfen und damit das Ansehen der Branche deutlich zu verbessern“, resümiert Karsten Sehlhoff. „In diesem Zuge arbeiten wir intensiv daran, Interesse für unsere so interessante Branche zu wecken. Unsere Überlegungen haben uns dahin

geführt, dass wir aktuell eine Imagekampagne starten. Einige Mitstreiter und Unterstützer dieser Idee haben wir bereits ins Boot geholt, und der konzeptionelle Ansatz für die Kampagne steht. Weitere Partner sind uns jederzeit willkommen.“

Als geschäftsführende Gesellschafter der SEHLHOFF GMBH INGENIEURE UND ARCHITEKTEN setzen die Brüder Axel und Karsten Sehlhoff häufig zukunftsweisende Impulse, wenn es um die Themen Nachhaltigkeit und Innovation geht. Mit gutem Beispiel werden im eigenen Unternehmen sowie im gesellschaftlichen Umfeld unkonventionelle Aktionen geplant und zielstrebig umgesetzt.

Die renommierte Planungs- und Beratungsgesellschaft mit über 10 Standorten und rund 300 Mitarbeitern ist in den Geschäftsbereichen Hoch- und Industriebau, Infrastruktur, Umwelt sowie Technische Ausrüstung aktiv und übernimmt bei vielen Projekten als Generalplaner Verantwortung. Frühzeitig beschäftigte man sich bei SEHLHOFF mit Themen wie Digitalisierung und BIM. 2016 widmete man das 50-jährige Betriebsjubiläum mit vielfältigen Aktionen der Nachhaltigkeit, die bis heute konsequent weiterverfolgt werden. Für das Familienunternehmen ist Wertschätzung seit Langem ein Thema mit hohem Stellenwert in unterschiedlichsten Facetten - sowohl intern als auch gegenüber Kunden, Partnern und der Gesellschaft.

„Wir werden unsere Kampagne noch in diesem Jahr mit hohem Aufmerksamkeitspotenzial starten“, verrät Axel Sehlhoff über die Imageoffensive. „Unter der Domain www.BauwerkMacher.de sind alle Informationen zur Kampagne zu finden.“

„Wir streben die Wiederherstellung eines positiven, wertschätzenden Images der Branche und damit auch der dazu gehörigen Berufe an“, schließt Karsten Sehlhoff. „Die Imagekampagne hat sich aus unserer gelebten Kultur entwickelt und soll mithilfe unserer Partner der gesamten Branche zugutekommen.“