

#4 Konkurrencer i et forretningsudviklingsperspektiv/ En kommentar til DARKs Branche-strategi 2014-2017, vedr. konkurrenceinstitutionen:

En strategi må tage udgangspunkt i en analyse af

den politiske
den økonomiske
den kulturelle virkelighed

vi som arkitekter driver virksomhed i.

Den analyse DARK har baseret sin branchestrategi på, er naturligvis ikke udtryk for en global sandhed, altså at verden "er" sådan, og kan derfor heller ikke være dækkende for alle DARKS medlemmer. Den er udtryk for en lokal sandhed, skabt af de tegnestuer/mennesker, vi nu har sat til at lave strategien. På samme måde er mit oplæg – og min analyse – i højeste grad en lokal sandhed, som står for egen regning og ikke nødvendigvis dækkende for den tegnestue jeg kommer fra – ligesom den på flere punkter afviger fra DARKs analyse.

DEN POLITISKE VIRKELIGHED – er, at vi lever i en **konkurrencestat**, med alle de implikationer det har af praktiske og etiske dilemmaer. Disse er præcist beskrevet i Ove K. Pedersen bog, som Bjarne Corydon holdt frem på Bornholmermødet for et par år siden og som nyder bred opbakning fra alle sider i Folketingsalen. Den foreskriver en ændret politisk praksis. Tidligere, under velfærdstaten, så staten det som sin opgave at beskytte borgerne mod konkurrencen fra udlandet mens den nu, under konkurrencestaten, ser det som sin opgave at ruste civilsamfundet til den globale "alles-kamp-mod-alle". Politikernes redskaber, for at gøres os mere effektive og konkurrencedygtige, er evige reformer og konstant konkurrenceudsættelse.

For arkitektbranchen betyder det, at det monopol vi havde indtil for 22 år siden, hvor TYD kom på banen, definitivt er brudt. Indtil da var konkurrencer lig med arkitektkonkurrencer – det vil sige arkitekt mod arkitekt, i konkurrence om arkitektur – og aldrig om pris, proces, organisation m.v.. Aldrig i konkurrence mod ingeniører eller entreprenører – og altid med arkitektfagdommere som garanter for, at monopolen blev håndhævet. Honorarerne var i hine tider, knap til forhandling, styret som de var af honorarreglerne.

Den politiske virkelighed er, at endnu mere skal konkurrenceudsættes for at vi kan blive mere effektive og innovative – og at de virksomheder/brancher og for den sags skyld borgere, der ikke kan klare kampen, må forsvinde ud af markedet.

DEN ØKONOMISKE VIRKELIGHED – de samme politikere, der er enige om konkurrencestaten som grundvilkår, er også enige om konkurrencestaten som præmis for at vi kan fastholde vores velfærd. Denne kobling har umiddelbart tre overordnede implikationer: For det første betyder det, at vi som branche har mistet vores monopol og nu skal konkurrere mod de der før var vores samarbejdspartnere: ingeniørerne og entreprenørerne. For det andet medfører det, at det der tidligere var én samlet ydelse nu er deles op i mange delydelser, som så hver især kan konkurrenceudsættes. Og for det tredje, at vi først og fremmest skal konkurrere på pris.

Den økonomiske virkelighed er, at konkurrenceudsættelse i sig selv er godt – og at det er en kvalitet i sig selv, at en ydelse er billig

Det hænger sammen med DEN KULTURELLE VIRKELIGHED – hvor der ikke bliver talt særlig meget om **kvalitet** men derimod rigtig meget om **kvantitet** - om alt der kan måles, vejes og prissættes. Det betyder, at vi som samfund ikke længere kan skelne mellem hvad der er godt og hvad der er skidt, når vi taler om

kunst og kultur. Det gælder alle kunstarterne, at et flertal i befolkningen ikke ønsker eliten eller eksperter til at fortælle os hvad vi skal mene. Nu er det **salgstallene**, der i et letforståeligt sprog afgør, om en forfatter/ instruktør/ kunstmaler/ arkitekt/ m.v. er god eller dårlig. Inden for arkitekturen drejer det sig for beslutningstagerne, ikke mindst de politiske, om smag og behag.

Den kulturelle virkelighed er, at når al kunst er lige god – om man vil lige gyldigt – giver det hverken mening eller skaber værdi, for andre end kunstnerne at skabe kunst.

Hermed bliver arkitektrådgivningen – forstået som formgivningskunst – en marginaliseret ydelse i dagens byggeri. Arkitektur er noget arkitekter gå og pusler med for egen fornøjelses skyld – og noget andre forventer at få med gratis.

Men hvis virkeligheden så "er" som jeg tolker den, betyder det jo ingenlunde at handlingsrummet er lukket eller at vi ikke kan drive arkitektvirksomhed. Det betyder blot, at rummet er et andet og at vores forretningsmodeller og dermed vores strategier skal ændres – i hvert fald indtil verden igen bliver som i gamle dage.

Hvis man kun har en hammer i værktøjskassen, ser man alle problemer som søm. Derfor må vi først og fremmest arbejde med vores selvforståelse som arkitekter, og diskutere om formgivningen er fagets - om ikke eneste - så dog suveræne kompetence? Ønsker vi større markedsandele må vi nødvendigvis enten arbejde med globale strategier og/eller skaffe os flere kompetencer. Både for at blive indbudt til flere konkurrencer; for at kunne besvare udbuddenes krav og ikke mindst blive i stand kunne løse en større del af de ydelser, der bliver konkurrenceudsat. Vi må spørge os selv om de, der tidligere var vores værste konkurrenter nemlig andre arkitekter, ikke snarere er vores vigtigste samarbejdspartnere? Og endelig skal vi måske tale mere om hvad vi som stand kan bidrage med end hvad vi kan få?

ahj/ 20. nov 2015