

LANDMARKEN

N° 29



Inhalt



Editorial	S. 03
Cluster Smart Logistik, Aachen	S. 04–06
O-Werk Campus, Bochum	S. 07–09
Labore by Landmarken	S. 10–11
Hutchinson, Aachen	S. 12–13



Landmarken macht Schule	S. 14–15
Interview Jens Kreiterling	S. 16–19
Ahoi: Henssler nach Bonn	S. 20–21
Neues Gesundheitshaus, Dortmund	S. 22–23
Augusta 33, Mannheim	S. 24–26

Bestandsobjekte, Bonn	S. 27
Zollhafen, Mainz	S. 28–29
LoftOffice, Leverkusen	S. 30–31
AlphaSpace, Aachen	S. 32–33
KiteLoft, Köln	S. 34–35



Stadtpalais, Aachen	S. 36–37
POHA am Theater, Aachen	S. 38–39
Waldmarke, Aachen	S. 40
ecoPARKS	S. 41
Landmarken intern	S. 42–47



Liebe Leserinnen und Leser, auf eine Delle, die bald überwunden sein würde, hoffte vor genau einem Jahr die Branche beim jährlichen Stimmungsbarometer unserer Immobilienwelt, der Messe Expo Real in München. Heute wissen wir: Die Delle wird von ausgehnter Dauer sein. Es gibt kein Zurück mehr zu den alten Zeiten, und schon jetzt sind einige Wettbewerber hart getroffen.

Mit den verschlechterten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Projekte müssen auch wir uns auseinandersetzen. Unser großer Vorteil ist, dass wir als Familienunternehmen mit guten Rücklagen stets drauf geachtet haben, klassisch mit Eigenkapital und erstrangiger Grundschuld zu finanzieren. Anders als manche Wettbewerber haben wir zudem in den vielen guten Jahren, die unsere Branche hatte, kaum Gewinne abgeschöpft, sondern diese immer wieder in die Firma investiert. Unser starkes Jahresergebnis aus 2022 weist einen prognostizierten Gewinn von mehr als 40 Millionen Euro nach Steuern aus. Zur weiteren Stärkung der Liquidität konnten wir eine Erhöhung der Kapitalrücklagen auf 100 Millionen Euro beschließen. Das zeigt: Das Familienunternehmen Landmarken AG verfügt über eine hervorragende bilanzielle Stärke.

Wir haben unser Geschäftsmodell stetig angepasst und immer frühzeitig den richtigen

Fokus gesetzt. Zum Beispiel auf Bestandsentwicklungen: Was gerade besonders gefragt ist, haben wir schon seit Jahren intensiviert. Hier profitieren wir vom großen Know-how, das wir in dieser Zeit aufgebaut haben. Gleiches gilt für den Fokus auf ESG, auf Quartiersentwicklungen und auf öffentliche Nutzer. Dank der erheblichen Kompetenz in unserem hochmotivierten Team sind wir in der Lage, auch unter den neuen Rahmenbedingungen unser Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Das alles gibt uns die Zuversicht, für die jetzige Marktlage hervorragend aufgestellt zu sein.

Deshalb sind auch 2023 Spatenstiche und Grundsteinlegungen feste Bestandteile des Jahreskalenders der Landmarken Familie. Unbeirrt entwickeln wir uns strategisch weiter mit dem Ziel, die Zukunft der Städte zu gestalten: durch Engagement im Schulbau, in der Quartiersentwicklung, in der Schaffung von Flächen für die Zukunft der Forschung, der Arbeit und des Wohnens. Das alles lesen Sie in dieser Ausgabe der Landmarke. Viel Spaß dabei!

Anke Tsitouras und Jens Kreiterling

Das smarteste Building für innovative Forschung



Einzigartige Nutzungsmöglichkeiten bietet die Weiterentwicklung unseres Erfolgsprojekts Cluster Smart Logistik auf dem RWTH Aachen Campus Melaten: Mit dem dritten Bauabschnitt schaffen wir ein intelligentes Gebäude, das hochmoderne Laborflächen mit Werkstattbereichen, Büros, Meetingräumen und Eventflächen kombiniert und mit dem Demonstrator einen deutschlandweit einzigartigen Inkubator bietet, um Smart-Building-Technologie voranzubringen.

Links: Eine Freitreppe, bodentiefe Verglasungen und die Wegeführung sind darauf ausgelegt, dass die Nutzer miteinander in Kontakt treten.



»Das Cluster Smart Logistik ist das erste Cluster auf dem Campus Melaten, dessen bauliche Entwicklung dank der anhaltenden und vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Landmarken nun abgeschlossen wird. Wir freuen uns auf das eindrucksvolle Gebäudeensemble in renommierter Lage auf dem Campus-Boulevard.«

Dr. Klaus Feuerborn / Geschäftsführer der RWTH Aachen Campus GmbH

Mietinformationen

- Mixed-Use-Immobilie mit Forschungsschwerpunkt, ca. 13.000 m² BGF
- Ca. 5.400 m² flexibel anmietbare Flächen noch verfügbar
- Ansprechpartner: Peter Marquardt, MRICS (pmarquardt@pro.landmarken-ag.de)

Spitzenarchitektur für Spitzenforschung: Das Motto unserer bisherigen Campus-Entwicklungen gilt auch diesmal. Die Konzeption des von agn entworfenen Gebäudes fördert die visuelle Kommunikation. Das Entree ins Gebäude erfolgt über ein helles Foyer. Kernelement des Erdgeschosses ist der mehr als 800 m² große Demonstrator, eine Multifunktionsfläche für die Anwendung und Testung digitaler Komponenten. Über die großzügige Sitztreppe erreicht man das Atrium im 1. OG, das als multifunktionale Begegnungs- und Ausstellungsfläche genutzt werden kann. Die Erschließung der flexiblen Büro- und Laborflächen in den Obergeschossen erfolgt über Galerien, die um das Atrium angeordnet sind.

Mit der RWTH Aachen University, dem forschenden Ladeinfrastruktur-Unternehmen Metropolitan Cities und dem Center Smart Commercial Building, das den Demonstrator als Kompetenz-Hub für die Prüfung und Präsentation neuer Smart-Building-Technologien betreiben wird, sind bereits hochkarätige Nutzer an Bord. Schon ab Sommer 2025 können diese und weitere passende Forschungspartner in das Smart Commercial Building einziehen. Nachdem Ende September auf dem Baufeld direkt neben dem ersten Bauabschnitt der Grundstein gelegt wurde, ist der Hochbau bereits gestartet. Mit Zech Bau haben wir dafür einen vertrauten Baupartner gefunden, mit dem wir bereits eine Reihe erfolgreicher Projekte realisiert haben.

Die Mieter werden von den vielseitigen Nutzungsmöglichkeiten des Gebäudes, das komplett in BIM geplant wurde, profitieren. Auf dem Weg zum digitalen Smart Building hat uns in der Planung Drees & Sommer unterstützt. Ein weiterer Vorteil: Der Campus ist eine von Deutschlands sechs 5G-Modellregionen. Koordiniert vom Fraunhofer-Institut für →



O-Werk | Campus: „Ein klares Statement für die Zukunft“

Vom Autowerk zum attraktivsten Innovationsquartier mit Flair: Der O-Werk | Campus ermöglicht perfekt vernetztes Arbeiten und Forschen mit vielen Angeboten für die Work-Life-Balance – einzigartig im Ruhrgebiet.

Produktionstechnologie werden hier unter Betrieb eines privaten 5G-Forschungsnetzes Lösungen für die vernetzte, adaptive Produktion entwickelt. Der 5G-Industry Campus Europe bietet eine hochmoderne Infrastruktur für die Forschung und alle produzierenden Unternehmen.

„Die Gebäudetypologie spiegelt die Kernidee des Campus wider“, sagt Projektleiter Peter Marquardt zum jüngsten Neubau. „Hier entstehen perfekte Voraussetzungen für die Verzahnung von Industrie, Wissenschaft und Forschung. Damit wird die Erfolgsgeschichte des ersten Bauabschnitts fortgeschrieben.“ Zahlreiche Forschungscenter von Connected Industry über Smart Services bis hin zu Smart Commercial Building sind hier zu Hause und machen die komplexen Zusammenhänge von Logistik, Produktion, Dienstleistung, Mobilität und Gebäuden erleb- und erforschbar. Hier werden die organisationalen Grundlagen für das digital vernetzte industrielle Unternehmen der Zukunft geschaffen.

Eine kleine Gastronomie im EG sorgt für Versorgung und Belegung auch über die normalen Arbeitszeiten hinaus. Foyer, Atrium und Demonstrator lassen sich für große Events zusammenschalten. Flexible Grundrisse sorgen für eine hohe Drittverwendungsfähigkeit. Neben einem großen Pkw-Parkhaus gehört

auch ein Fahrradparkhaus zum Mobilitätsangebot. Mit diesem wandelbaren Gebäude als finalem Bauabschnitt des Clusters Smart Logistik wird in der europaweit einzigartigen Forschungslandschaft des RWTH Aachen Campus das erste Cluster komplettiert.



Partner der Wissenschaft: Weiterer Beitrag zum Wissenschaftsquartier, entstanden in herausragender Partnerschaft zwischen Landmarken und RWTH Aachen Campus GmbH.

Nachhaltig & digital: Das Gebäude ist „IoT-ready“. Mit Strom wird das Gebäude, dessen Dach begrünt wird, durch die PV-Anlage auf dem Parkhausdach versorgt. Heizenergie kommt durch Fernwärme und Luftwärmepumpe.

Laborwelten: Labore in den Obergeschossen ergänzen die vielen weiteren Nutzungen und schaffen einen einzigartigen Mix.

Oben: Der Neubau führt die städtebauliche Geste des benachbarten ersten Bauabschnitts (rechts im Bild) fort, die Eingangsbereiche schauen sich praktisch an.

Kleines Bild: Hier wurde Ende September der Grundstein gelegt.



Für großes Interesse sorgt das Landmarken-Quartier auch am Kapitalmarkt. Nach der Fertigstellung des Ensembles „Ideenschmiede“ hat Landmarken im Sommer eines der drei Gebäude verkauft. Für die Erwerberin, die La Française Real Estate Managers Germany, ist die Ideenschmiede 3 mit einer Mietfläche von ca. 5.290 Quadratmetern ihr erstes Bürogebäude in Bochum.

„Der Verkauf beweist, welche Zugkraft diese Quartiersentwicklung hat“, sagt Landmarken-Transaktionsmanager Philipp Brinkmann und ergänzt: „Das ist ein wegweisendes Signal für unsere weiteren Projekte dort und für Bochum insgesamt.“ Tatsächlich übt der O-Werk | Campus eine enorme Anziehung auf allen Ebenen aus, auch auf interessierte Nutzer. „Was hier entsteht, ist ein klares Statement für die →

Linkes Bild: Hinter der Gastronomie am O-Werk entstehen die BrainLabs (links) und die BrainFactory (rechts), für die im September Richtfest gefeiert wurde (rechtes Bild). Die Ideenschmiede 3 (mittleres Bild) wurde verkauft.



Zukunft", sagt Frederike Krinn, Partnerin bei Landmarken, mit Blick auf das entstehende Innovationsquartier. Ein durchmischter Campus für Arbeit und Forschung, ein Quartier der kurzen Wege, aber auch des Wohlbefindens: „Wir schaffen hier Orte zum Zusammenkommen, zum Verweilen und zahlreiche Angebote, die für ein Quartier mit Arbeitscharakter nicht selbstverständlich sind.“

Man könnte auch sagen: Es entsteht ein einzigartiger Ort mit zahlreichen Angeboten, die den ehemaligen Opel-Standort zu einem zukunftsfähigen Innovationsquartier machen. Die Kita für den Nachwuchs von Mitarbeitenden im Quartier ist seit einem Jahr in Betrieb, das Restaurant vor dem O-Werk soll 2024 fertig werden. Gerade wurde der Service-Point in der Ideenschmiede frisch eingerichtet. Community Managerin Valeria Tagliafero von unserem Schwesterunternehmen Stadtmarken Business feilt bereits an Angeboten wie „Sport am Campus“. Als zentraler Anlaufpunkt des verbindenden Quartiers wird der Service-Point von Stadtmarken Business mit Liebe zum Detail betrieben – ganz nach dem erfolgreichen Konzept „Urban Village“ wird der Campus zum urbanen Dorf, das eine gut vernetzte Gemeinschaft entwickelt. Und das alles an einem Standort, an dem auf früheren Kohlegruben jahrzehntelang Autos gebaut wurden.

Das Innovationsquartier entsteht auf MARK 51°7, dem ehemaligen Opelwerksgelände in Bochum. Mit smarter Gebäudetechnik,

Services und erneuerbaren Energiekonzepten hat es sich schon jetzt zum attraktivsten Bürostandort in Bochum entwickelt – auch dank der Komplementärnutzungen wie Mobilitäts-Hubs, Gastronomie und Kinderbetreuung. Das umfassende Service-Konzept mit Quartiers-App bedient die alltäglichen Bedarfe der Quartiersnutzer. Der an ein starkes Glasfasernetz angeschlossene Campus ist hervorragend an den öffentlichen Nahverkehr angebunden.

Den Auftakt zu dieser herausragenden Landmarken-Entwicklung hatte übrigens kein Neubau gemacht: Im denkmalgeschützten O-Werk ist unter anderem die Worldfactory ansässig geworden, das Start-up-Center der

„Urban Village“: Attraktive Grünflächen, Kinderbetreuung, Restaurants und das sympathische Community Management von Stadtmarken Business mit zahlreichen Services sorgen für Wohlbefinden.

Nachhaltigkeit: Smarte Gebäudetechnik und erneuerbare Energien für den gesamten Campus. Wärmeversorgung teilweise mit Geothermie durch unterirdisches Grubenwasser.

Transformation: Der O-Werk | Campus ist der Motor des Wandels von der Industrie zur Wissensgesellschaft und ein Leuchtturm auf dem Weg zu neuen Arbeitswelten im Ruhrgebiet.



Ruhr-Universität Bochum. In dem ehemaligen Verwaltungsgebäude des Autowerks bietet es mit Co-Working-Spaces, Netzwerk-Plattformen und FabLabs ideale Bedingungen, damit aus Ideen erfolgreiche Firmen werden. Ein echter Leuchtturm der Transformation.



Mietinformationen

- Mixed-Use-Quartier (Büro, Forschung, Gastronomie, Kita, Dienstleistung, Gewerbe)
- Noch verfügbare Mietflächen: bis zu 40.000 m²
- Ansprechpartnerin: Constanze Justus (cjustus@landmarken.de)

BrainLabs und BrainFactory: smarte Räume für kluge Leute

Im Herzen der Metropole Ruhr ist der O-Werk | Campus das Hirn für modernes Forschen und Arbeiten. Mittendrin im Innovationsquartier wächst besonders smarter Nachwuchs: die BrainFactory, deren Rohbau bereits fertig ist, und der aus zwei Gebäuden bestehende fünfte Bauteil der Campus-Entwicklung. Als „BrainLabs“ konzipiert, wird dieses nächste Kapitel der Erfolgsstory in seinen beiden L-förmigen Baukörpern attraktive Bürowelten mit multifunktionalen Werk- und Laborflächen bieten.

Während die BrainFactory – das erste Spirit Office im Ruhrgebiet ist auch das erste, in dem moderne Labore entstehen – nur viereinhalb Monate nach der Grundsteinlegung bereits Richtfest feierte, befinden sich die BrainLabs

in der konkreten Planungsphase. Die beiden Baukörper werden so angelegt, dass sich in ihrer Mitte ein neuer, eigener Quartiersplatz bildet, der sich als Treffpunkt anbietet und mehr als nur ein gastronomisches Angebot vorhalten kann. Hier können auch Komplementärnutzungen entstehen, die die Vielfalt auf dem Campus ergänzen und den Alltag der Menschen im Quartier erleichtern. So bieten sich die Erdgeschosse für Nutzungen wie Fitnessstudio, kleine Läden, Praxen, Kreativwerkstätten, Showrooms, Service- oder Werkstattflächen an. Oder eben Laborflächen, aber die können auch in den Obergeschossen entstehen.

Beste Bedingungen: Landmarken-Labore



Forschung und Innovation legen die Basis für die künftige Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Dafür braucht es die passende Infrastruktur – nachgefragt sind vor allem geeignete Laborflächen. Wir Landmarken haben das erkannt und leisten unseren Beitrag – mit der Entwicklung einer neuer Assetklasse!

„BrainLabs“, „Spirit Labs“, „Labor+“: Das Landmarken-Team arbeitet intensiv an besseren Bedingungen für forschende Unternehmen und schafft mit ersten Immobilien im Bau bereits Fakten. Eine Produktidee, die genau zur richtigen Zeit kommt: Auf anderen Märkten – zum Beispiel in den USA – gelten Laborimmobilien schon als hochinteressante Anlageform für den Kapitalmarkt. Auch in Deutschland gibt es eine Nachfrage, die vor allem auf Nutzerseite enorm ist. „Mit unserem Angebot an erstklassigen Laborflächen treffen wir auf großes Interesse“, sagt Antje Scheffer, Leiterin unserer Unit Wissenschaft und Forschung.

Die Spirit-Idee wird erweitert Spirit Offices ist das erfolgreiche Büroprodukt von Landmarken, das bereits dreifach umgesetzt wird (siehe Seite 9 und Seiten 32 – 35). Da liegt es nahe, das erfolgreiche Konzept auch im Bereich Laborentwicklungen anzuwenden. Deshalb arbeitet das Team der Landmarken-Unit Wissenschaft und Forschung gerade am Produkt „Spirit Labs“, das ähnlich wie Spirit Offices hochwertiges Design mit den Themen Gebäudeintelligenz, Gesundheit und Wohlbefinden, Nachhaltigkeit und Gemeinschaft verbindet.

Spirit Labs kann zu einem eigenen Produkt werden mit vergleichbaren Ideen und ähnlichen Skalierungseffekten wie Spirit Offices, also replizierbaren Flächen, die dennoch individuell gestaltet werden können. Während beides eigenständige Marken bleiben, können Spirit Offices und Spirit Labs künftig auch gemeinsam in einem Gebäude entstehen.

Dieses kommt unter anderem von Hochschulen, Instituten und Start-ups, aber auch von Wirtschaftsförderungen und Maklern, die für ansiedlungswillige Unternehmen tätig sind. Vor dem Hintergrund unserer langjährigen Erfahrung, unter anderem mit maßgeblichen Entwicklungen auf dem RWTH Aachen Campus oder mit Flächen für die Ruhr-Universität Bochum, haben wir uns intensiv mit den Anforderungen an gute Laborimmobilien beschäftigt. Dafür arbeiten Experten der Units Bau, Wissenschaft und Forschung sowie Büro- und Spezialimmobilien eng zusammen.

Das erste Ergebnis ist bereits im Bau: Im Neubau des Clusters Smart Logistik (siehe Seiten 4 – 6) konnten wir auf Nachfrage des Mieters Amicare Laborflächen ins Bürogebäude in die Obergeschosse integrieren. Das Besondere hier: Die Prüfung, ob Laborflächen integrierbar sind, erfolgte, als die Planung für das Gebäude bereits weit fortgeschritten war – ein aufwendiger Prozess, der sich lohnte. Denn die Integration gelang!

„In konkreter Abstimmung mit dem Nutzer haben wir ein Pflichtenheft erstellt, um zu prüfen, ob das umsetzbar ist“, erklärt Sven van Rey, technischer Projektleiter von Landmarken. „In mehreren Workshops mit Carpus+Partner wurde dann erarbeitet, wie wir Labore integrieren können.“ Im Ergebnis entstehen nun im 4. und 5. OG insgesamt 800 m² Laborflächen, die exakt auf die Bedarfe des Nutzers zugeschnitten sind.

Ein Laborangebot entsteht auch am O-Werk | Campus in Bochum (siehe Seite 9). Zum einen in der BrainFactory, für die im Herbst bereits Richtfest gefeiert wurde, zum anderen im Bauteil 5 unserer Campus-Entwicklung, der als BrainLabs gerade in Planung ist. „Hier konnten wir von Anfang an Labore in die Gebäudeplanung einbinden“, sagt Antje Scheffer, die gerade konkrete Gespräche mit Mietinteressenten führt.

Zur Zielgruppe gehören forschende Unternehmen, Pharma- und Chemieunternehmen, unabhängige Institute und viele mehr. Weil auch im Bereich Logistik und Produktion die Nachfrage nach Laborflächen steigt, integriert unser Schwesterunternehmen ecoPARKS Laborflächen in ihren Hallenbauten und bietet damit produktionsnahen Entwicklungsraum, z. B. in modernen Gewerbeparks wie dem



»Nicht nur an Hochschulstandorten spüren wir eine hohe Nachfrage nach Laboren. Auch da, wo Logistik und Produktion zu Hause sind, werden Flächen für Forschung und Entwicklung gesucht.«

Antje Scheffer / Unitleitung Wissenschaft und Forschung der Landmarken AG

ecoPARK Leipzig-West (siehe S. 41). Für ein Entwicklungsgrundstück in Düsseldorf werden vom Landmarken-Team gerade auch Laborflächen direkt mitgedacht.

„Im Moment entwickeln wir ‚Büro+‘, also Büroimmobilien, die einen gewissen Anteil Laborflächen haben“, sagt Antje Scheffer, die eine enge Zusammenarbeit mit spezialisierten Laborplanern anstrebt. Die Idee: „Mit unseren Erfahrungen und der stark steigenden Nachfrage können wir bald auf ‚Labor+‘ gehen, also Laborgebäude mit einem kleineren Büroanteil.“

Die Drittverwendungsfähigkeit ist gesichert: Realisiert wird ein veredelter Rohbau, der Ausbau erfolgt durch die Mieter, die eine Rückbauverpflichtung haben. So sind solche Immobilien später auch anders nutzbar, z. B. als Bürogebäude.



Von Wohnen bis Produktion: der Weg zum urbanen Quartier



Mit der Partizipation von Anwohnern und fachkompetenter Beratung geht die Entwicklung des Hutchinson-Areals in Aachen in die nächste Runde. Das ehemalige Werksgelände wird von der Landmarken Familie zum Stadtquartier mit gemischten Nutzungen transformiert. Frühzeitig an diesem Prozess beteiligt werden sowohl Anwohner als auch ein Lenkungskreis, der dafür noch geschaffen wird. So kann auf dem industriell geprägten Gelände ein neues, lebenswertes Stück Stadt entstehen.

Erste Entwürfe hatte bereits ein Studierenden-Wettbewerb gebracht, an dem Teams von drei renommierten Hochschulen teilgenommen hatten. Die besten Ideen aus diesen Arbeiten, aus-

gezeichnet von einer erfahrenen Jury, wurden vom Büro des bekannten Kölner Architekten Pablo Molestina analysiert, das die Erkenntnisse in verschiedenen städtebaulichen Studien untersuchte und anschließend in einer Vorzugsvariante weiter vertiefte. Aus dieser hat Pablo Molestina einen ersten städtebaulichen Entwurf entwickelt, der in diesem Herbst der Politik vorgelegt wurde und nun zu einem Masterplan weiterentwickelt werden soll.

Nachdem die Verwaltung die Planungsidee des Vorhabens bereits begrüßt hatte, gab es im Spätsommer auch von der Politik bereits positive Signale für den weiteren Prozess. Und dieser verläuft auf eine besondere Art

und Weise: „Zusätzlich zu dem Entwurf haben wir ein Verfahren entwickelt, das neben gemeinsamen Workshops auch ein beratendes Kompetenzteam aus Politik und Planenden vorsieht“, erklärt Wilm Schwarzpaul, Geschäftsführer der ecoPARKS GmbH, die gemeinsam mit Landmarken einen Großteil der rund 30.000 m² Fläche entwickeln wird. Einen kleineren Teil wird die Stadtmarken GmbH voranbringen.

So wird zur Qualifizierung des städtebaulichen Entwurfes ein Lenkungskreis ins Leben gerufen, dem Experten aus Städteplanung und Landschaftsarchitektur sowie fachkundige Vertreter aus der Aachener Verwaltung angehören werden. Damit wird während des gesamten Verlaufs eine hohe planerische Qualität ohne Zeitverlust gewährleistet, die am Ende vor allem den künftigen Nutzern und Bewohnern des neuen Quartiers zugutekommen wird.

„Kreative Entwürfe, hohe städtebauliche Qualität und ein zukunftsfähiger Nutzungsmix mit positivem Impact für das ganze Quartier sind unser Anspruch, der durch

das besondere Verfahren in diesem partizipativen Prozess gewährleistet wird“, sagt Wilm Schwarzpaul. Am Ende wird ein Konzept stehen, das eine gewerbliche Nutzung auf dem Areal erhält, zugleich aber den Übergang zum Wohnen schafft und so ein lebendiges Quartier für den Stadtteil gestaltet.



»Die Umnutzung des Hutchinson-Areals wird ein Prozess sein, den nicht nur ein paar wenige, sondern sehr viele Menschen mitgestalten. Unterschiedliche Ideen und Ansichten kommen zusammen und werden am Ende ein zukunftsgerichtetes, innovatives Ganzes ergeben.«

Prof. Juan Pablo Molestina / Molestina Architekten + Stadtplaner

Ein ganz besonderer Quartiersmix

In Zusammenarbeit dreier Unternehmen der Landmarken Familie entsteht ein neues urbanes Quartier mit einem Mix aus Wohnen, Produktion und Gewerbe – auch für Unternehmen, die Hallenflächen und Werkstätten benötigen. Genau das, was Aachen braucht, und zwar mit hoher Aufenthaltsqualität. In einem gewachsenen, auch wohnwirtschaftlich geprägten Stadtteil bildet dieses Projekt die perfekte Überleitung zur großen Entwicklungszone nebenan: dem geschlossenen ehemaligen Continental-Werk.

Die **wan-del-bar** nimmt die Bürger mit Transformation braucht Beteiligung – deshalb

haben wir unsere **wan-del-bar** zum ersten Mal auf dem Hutchinson-Gelände zum Einsatz gebracht. Der ehemalige Seecontainer, den das Landmarken-Team zum mobilen Treffpunkt umgebaut hat, kann überall da eingesetzt werden, wo neue Projekte entstehen, als Dialog-Angebot für Anwohner, interessierte Bürger und Planende.

Auf Einladung von Landmarken und ecoPARKS trafen sich Nachbarn und interessierte Bürger, um sich zu informieren und eigene Anregungen zu platzieren. „Die Menschen vor Ort haben eine tiefe Kenntnis von ihrem Quartier und kennen die Bedarfe oft besser als wir“,

sagt Sebastiaan Gerards, Leiter Quartiersentwicklungen bei Landmarken. „Um mit ihnen in den Dialog zu treten, haben wir die **wan-del-bar** entwickelt und sind froh, sie jetzt regelmäßig einsetzen zu können.“



Neue Schulen: Die Bildung der Zukunft gehört aufs richtige Gleis

Das hatte Symbolcharakter: Workshops in Eisenbahnwaggons, und das bei einem der innovativsten Klassentreffen der Bildungsszene. Die Botschaft des EdTech Next Summits in Bielefeld: Der Investitionsstau, der Bahn und Bildung in Deutschland gleichermaßen trifft, muss weg – mit guten Konzepten, neuen Technologien und kreativen Ideen.

Um den Zug ins Rollen zu bringen, war auch Janine Jaensch mit dabei. Unsere Leiterin der Unternehmensentwicklung brennt für das Thema Bildung und leitete den Workshop „Schule der Zukunft, welche Weichen müssen wir heute stellen?“. Spannende Einblicke gab es unter anderem von Teilnehmern wie Bildungspolitiker Jonathan Grunwald (MdL), der Lehrerin und Unternehmerin Carolin Aschemeier, Milena Pflügl, Gründerin und Geschäftsführerin des digitalen Fortbildungsanbieters Schulflix, Gert Mengel, Schulleiter mit eigenem Podcast, und Julia Steger, COO beim Bildungsnetzwerk Eduvation.

„Wir schauen über den Tellerrand hinaus und nehmen solche Events wahr, um die Zukunft der Schule zu verstehen und unsere Gebäude dafür heute schon so flexibel zu denken, dass sie morgen noch perfekt passen“, sagt Janine Jaensch. „Als Projektentwickler, der von Kita bis Campus viel Erfahrung mit Bildungsimmobilien hat, investieren wir ganz bewusst und langfristig in die nachhaltige Infrastruktur unseres Landes – wohl wissend, dass Pionierarbeit nicht leicht ist.“ Doch wie baut man eine neue Assetklasse Schulen auf?

Die Herausforderungen sind groß: Weil es an klaren Strukturen und Projektablaufen fehlt,



»Wir suchen den Austausch mit Vordenkern für gute Bildung, um in unseren Gebäuden beste Rahmenbedingungen für die Zukunft schaffen zu können.«

Janine Jaensch / Leitung Unternehmensentwicklung, Landmarken AG

die bei etablierten Assetklassen gut einstudiert sind, sind neue Wege gefragt. Schule und Bildung sind als öffentliche Aufgaben gesellschaftlich höchst relevant, zugleich auch sehr emotional. Hier gilt es, Vertrauen zu schaffen, belastbare Netzwerke auf- und gedankliche Barrieren abzubauen. „Wir sind sicher, dass man gemeinsam gute Rahmenbedingungen schaffen kann“, sagt Kristian Stöcklein aus dem Schulentwicklungsteam der Landmarken, und Janine Jaensch ist überzeugt: „Als verlässlicher Partner der Städte können wir mit vielen Kommunen auf gemeinsame, erfolgreiche Projekte zurückblicken. Das hilft, sich gemeinsam auch an etwas ganz Neues heranzutrauen.“



Das wachsende Schulentwicklungsteam der Landmarken ist gerade dabei, sich intensiv mit Akteuren zu vernetzen, auch über die Projektentwicklung hinaus: Neben Vertretern von Kommunen spricht das Team auch mit Planern, der Politik, Investoren und Innovatoren. So wie jenen beim EdTech Next Summit. „Wir müssen verstehen, wie Lehre in der Zukunft funktionieren muss, damit die Hülle sich anpassen und im besten Falle unterstützen kann. Das Gebäude als unterstützender Pädagoge ist nicht zu unterschätzen“, sagt Janine Jaensch.

Während 20 Jahre Handy-Entwicklung an jedem Gerät deutlich abzulesen sind, unterscheiden sich neuere Schulgebäude in Raumplanung und technischer Ausstattung kaum von jenen, die zwei Jahrzehnte älter sind.



Dabei müssen auch Schulgebäude in der Lage sein, sich immer wieder an veränderte Anforderungen anzupassen – genau wie das Bildungssystem selbst. Hier liegt der Ansatz für die Landmarken-Expertise.

Und mehr noch: Im Sinne aller Nutzer und der Kommunen denken wir als Entwickler von Mixed-Use-Immobilien und Quartieren Schulgebäude flexibel und multifunktional. Monofunktionale Schulgebäude sind eine Verschwendung von Ressourcen. Wir werden Schule und Quartier miteinander vernetzen. Genutzt von 8 bis 16 Uhr? Das Schulgebäude der Zukunft muss und kann mehr anbieten: Kultur am Abend, Vernetzung der Generationen und Verbindung von Lehre und Praxis. Deshalb denken wir Bildungsgebäude von Beginn an im Multi-Use, um sie auch abseits des Lehrbetriebs mit Leben zu füllen.

Die Zukunftsfähigkeit unseres Landes hängt maßgeblich von herausragender Bildung ab. Dafür braucht es inspirierende Orte. Um die Symbolik des EdTech Next Summits aufzugreifen: Es ist an der Zeit, die Bildung der Zukunft aufs richtige Gleis zu setzen.

So kann Schule aussehen: Entwurf von Henning Larsen. Was Schulgebäude leisten müssen, diskutierten die Workshopteilnehmer im Waggon (kleines Bild unten).

„Gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen ist unser Anspruch“



Jens Kreiterling, Architekt und Ökonom, führt die Landmarken AG seit 2015 als Vorstand – zunächst sechs Jahre an der Seite von Norbert Hermanns, heute gemeinsam mit Anke Tsitouras. Der Vater zweier Töchter möchte wirtschaftlich attraktive Projekte entwickeln, die einen hohen Anspruch an gute Architektur haben und gesellschaftliche Mehrwerte schaffen – sozial wie ökologisch. Über dieses Selbstverständnis haben wir mit dem Landmarken-Vorstand gesprochen.

Die Landmarken AG fasst Projektentwicklung als Beitrag zur Stadtentwicklung auf. Kannst Du das etwas genauer erklären?

Wir sehen uns nicht als Unternehmen, das

solitäre Projekte entwickelt, sondern als „Partner der Städte“. Und das schon seit vielen Jahren. Durch diese frühe Ausrichtung auf die Menschen vor Ort und die verschiedenen Akteure in der Stadtentwicklung haben wir automatisch gelernt, dass wir noch ganz andere Kriterien in unseren Projekten erfüllen sollten als hochwertige Gestaltung, Mieterzufriedenheit und hohe Rendite. Und das wollten wir auch!

Inwiefern?

Wir haben uns auf eine größer gefasste Zielgruppe ausgerichtet als „nur“ Nutzer und Käufer. Dann ist man schnell bei einem guten Miteinander von Architektur, Städtebau und

Aufenthaltsqualität im Gebäude, aber auch um das Gebäude herum. Wir haben uns schnell dafür entschieden, dass unsere Gebäude positive Impulse ausstrahlen müssen.

Was heißt das?

Es reicht nicht, einen Stadtbaustein hinzupflanzen, mit dem wir glücklich sind und die Nutzer auch. Idealerweise reihen sich weitere Entwicklungen an, die das Umfeld aufwerten. So wie am Theaterplatz in Aachen, wo sich als Konsequenz aus dem Impuls, den unser Projekt gesetzt hat, zahlreiche neue Entwicklungen ergeben, bis hin zur Neugestaltung des ganzen Platzes durch die Stadt.

Du meinst das dort umgesetzte Ensemble aus Bankhaus, Hotel, Gastronomie und Studierendenwohnen, wo vorher größtenteils leerstehende Nachkriegsbauten das Bild prägten.

Ja. Wir wollen mit unseren Projekten ein wichtiger Teil einer Stadtentwicklung werden. Wir wollen als Impulsgeber fungieren, als Sparringspartner für die Städte und als wichtiger Akteur, der die Kommunen beim Erreichen ihrer städtebaulichen Entwicklungsziele unterstützt.

Welche weiteren Aspekte sind noch wichtig, um gesellschaftlichen Mehrwert zu erzielen?

Wir haben uns schon früh für Nachhaltigkeitsaspekte stark gemacht. Dabei geht es nicht nur um Zertifizierungen. Es geht darum, wie man Energie spart, welche Materialien sinnvoll sind, wie man ein gesundheitsförderndes Umfeld und viel Grünraum schafft – all diese Themen haben wir früh in unserer Unternehmensphilosophie verankert.

Es gibt Projekte der Landmarken-Familie in Köln, Düsseldorf oder Frankfurt. Die meisten Entwicklungen finden jedoch in den sogenannten B- und C-Städten statt. Woran liegt das?

Wir sind ja mit den Akteuren der Zielgruppe Stadt aktiv in den Dialog gegangen und haben schnell gespürt, dass die A-Städte weniger Bedarf haben. Mit Städten wie Wuppertal, Bochum oder Dortmund gab es eine ganz andere Qualität des Austauschs. Die Akteure dort kannten ihre Herausforderungen genau, sind sehr aktiv und froh über jeden Austausch mit Partnern, die ihnen dabei helfen, ihre Stadtentwicklungsziele zu erreichen. Als Projektentwickler aus Aachen wissen wir natürlich auch, wie man in B- und C-Städten ganz konkret Wirkung erzielen kann.

Du hast gerade Aachen erwähnt. Kannst du Beispiele von dort nennen?

Nehmen wir das Wohnquartier „Guter Freund“ oder die „Digital Church“, beide realisiert mit der Unternehmerfamilie Hermanns, die die Objekte im Eigentum behält: Hier hatten wir gute Rahmenbedingungen, um den jeweiligen Standort sinnvoll zu entwickeln und Mehrwerte zu schaffen. Also auf der einen Seite das mit Kita, Seniorentagespflege und zahlreichen Gemeinschaftsangeboten ausgestattete Quartier mit 70 Prozent geförderten Wohnungen, auf der anderen Seite die denkmalgeschützte, profanierte Kirche, die als Inkubator für Start-ups und Veranstaltungsort ein beliebter Treffpunkt ist, der aufs ganze Quartier ausstrahlt. Auch beim schon genannten Theaterplatz hat uns sicher die lokale Expertise geholfen.

Und wie sieht es in anderen Städten aus?

In den A-Städten ist der Markt sehr transparent. In B- und C-Städten muss man sich mit den Gegebenheiten und Akteuren vor Ort vertraut machen, um ein Konzept aus dem jeweiligen Ort heraus zu entwickeln. Diese Anstrengung nehmen wir gerne auf uns, um für den Ort genau das Richtige zu tun. Es geht darum, den „Spiritus Loci“, den Geist des Ortes herauszufiltern, um einen wichtigen Stadtbaustein zu schaffen. Dann wird es auch finanzierbar sein und wird es einen Käufer geben. Vor allem aber wird durch die hohe Akzeptanz eine dauerhafte Werthaltigkeit entstehen.

Am ehemaligen Opelwerk in Bochum gehörten wir zu den Ersten, die die Initiative ergriffen haben. Der O-Werk | Campus, den wir dort entwickeln, ist ein weit über die Grenzen des Ruhrgebiets hinaus beachtetes, schon jetzt sehr erfolgreiches Innovationsquartier. In Münster waren wir neu, als wir mit dem Hansator eine städtebauliche Wunde am Bahnhof schließen konnten. In Wuppertal war das Büro- und Geschäftshaus am Wall, unsere erste Entwicklung eines ehemaligen Kaufhauses, ein wichtiger Baustein der Innenstadtentwicklung.

Was diese und andere Städte eint, ist, dass es nicht bei einem Projekt geblieben ist.

Wir sind in viele B- und C-Städte mit dem Anspruch gegangen, zu „kommen, um zu bleiben“. Ziel war es immer, wenn möglich auch ein zweites und drittes Projekt anzugehen und mit hoher Professionalität Stadtentwicklung zu betreiben. Diesen Ansatz eines Projekt- →

„Wir wollen der sympathischste Projektentwickler sein. Die Zusammenarbeit mit uns soll sich gut anfühlen.“

entwicklers, sich so auf einen Ort einzulassen, gab es damals noch nicht. In Bonn, meiner Heimat, haben wir mittlerweile vier Projekte, auch in Dortmund oder Leverkusen bleibt es nicht bei einem.

Nimmt Landmarken auch deshalb gerne an Investoren- und Architektenauswahlverfahren von Kommunen teil?

Darauf haben wir früh und gerne gesetzt, weil es zu uns als „Partner der Städte“ passt. Unser Geheimrezept ist: Wir wollen die Anforderungen immer übertreffen und mehr für den Standort liefern, als gefordert ist. Das macht Landmarken aus und macht übrigens auch viel Spaß. Es ist auch ein Grund, warum unsere Projekte immer wieder mit Preisen ausgezeichnet werden.

Wie entwickelt man eigentlich für den und aus dem Ort heraus?

Wirkungsorientiertes Handeln schafft man am besten im offenen Dialog. Partizipation ist für uns ein Erfolgsfaktor, um identitätsstiftende Orte zu schaffen. Gerade bei der Entwicklung von Quartieren ist es uns wichtig, alle Akteure miteinander zu vernetzen, um Zielkonflikte zu vermeiden und im Prozess Lösungen und Ideen zu entwickeln, die schließlich auch wirtschaftlich umgesetzt werden können. Dafür haben wir unsere wandelbar entwickelt, um Beteiligungsformate möglichst früh in unsere Projektentwicklungsprozesse einbauen zu können (siehe S. 13).

Du sprichst den Prozess der Entwicklung an. Wie stellt man die soziale Wirkung auch nach der Fertigstellung sicher?

Eine Immobilie oder ein Quartier wird über 50 oder 100 Jahre das Stadtbild prägen. Da ist es wirklich ein USP von Landmarken, ein Projekt so zu gestalten und betreuen, dass es nachhaltig ins Quartier hineinwirkt. Das machen wir mit den Konzepten der Unit Quartiersentwicklungen, aber auch zum Beispiel mit dem Service-Point für die Nutzer im O-Werk | Campus durch unseren Partner Stadtmarken

Business, oder eben beim Wohnquartier „Guter Freund“, wo sich das Verwaltungsteam um die Belange der Mieter bis hin zur Hausaufgabenbetreuung kümmert und ein für diese Aufgabe gecasteter Hausmeister die gute Seele vor Ort ist. Das ist der sympathische Aspekt unseres Landmarken-Versprechens, dass wir, selbst wenn wir uns von einem Projekt trennen, trotzdem seinen guten Betrieb weiter verantworten möchten.

Nach vielen guten Jahren haben sich nun aber die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verschlechtert.

Ja, damit haben auch unsere Projekte zu kämpfen. Unser Vorteil ist, dass wir als Familienunternehmen mit guten Rücklagen stets drauf geachtet haben, klassisch mit Eigenkapital und erstrangiger Grundschuld zu finanzieren. Somit sind wir nicht so stark dem allgemeinen Druck ausgesetzt, den Wettbewerber verspüren. Zudem setzen wir solide auf Quartiersentwicklungen und sind in Märkten unterwegs, in denen die Kapitaldienstfähigkeit leichter zu erreichen ist.

Wie wird denn – auch in künftigen Projekten – gesellschaftlicher Mehrwert sichergestellt?

Unsere Projektleitenden müssen nicht nur wirtschaftliche Ziele erreichen, sondern eben auch aufzeigen, wie ihre Projekte unsere anderen Zielvorgaben erfüllen. Dafür müssen sie drei Fragen beantworten: Was tut dein Projekt für die Gesellschaft? Was tut es für den Planeten? Was tut es für Landmarken? Wir sind angetreten zu beweisen, dass man auch mit diesem Dreiklang wirtschaftlich sehr erfolgreich sein kann.

Worum geht es bei den drei Fragen?

Bei der ersten geht es um die soziale Wirkung, um Community, Identitätsstiftung, Lebensqualität, Nahversorgung und einfach alles, was die Zufriedenheit der Menschen vor Ort erhöht und ihre Lebenssituation verbessert. Die zweite dreht sich um Themen wie Ressourcenschonung, Energieeffizienz, grüne

Außenraumplanung oder Artenschutz. Bei der dritten Frage geht es neben der Wirtschaftlichkeit auch um Innovation und Weiterentwicklung. Dazu gehört zum Beispiel, Dinge auszuprobieren und dabei Erfahrungen zu machen, von denen andere Projekte profitieren können. Die Gewährleistung dessen muss in der Balance Scorecard nachgewiesen werden.

Bitte erkläre einmal die Balance Scorecard.

Für jede Projektentwicklung wird am Anfang ein Konzept aufgestellt, das dann Teil eines vierteljährlichen Reportings ist. Mit der Balance Scorecard visualisieren wir die strategischen Ziele und Kennzahlen eines jeden Projekts. Wird von diesen abgewichen, ist das gut zu begründen, eventuell muss nachjustiert werden.

Du selbst prägst jetzt schon seit 17 Jahren die Philosophie bei Landmarken mit. Was ist deine persönliche Motivation, was treibt dich an?

Ich habe ja Architektur studiert und für mich entschieden, ästhetische und gut gedachte Gebäude- und Stadtkonzepte umsetzen zu wollen. Zugleich geht es mir darum, wie man gute Konzepte finanziert bekommt und sie auch an Standorten umsetzen kann, die größere Herausforderungen mit sich bringen. Schließlich und endlich ist immer das Ziel, etwas zu schaffen, auf das man stolz sein kann, für das man gutes Feedback kriegt. Das ist meine persönliche Triebfeder als Architekt.

Welche Rolle spielt es, dass Landmarken ein Familienunternehmen ist?

Ich glaube, dass wir ein sehr gutes Umfeld haben, weil es in der Unternehmerfamilie diese hohe Motivation gibt. Die Unternehmerfamilie, das ist der „Gute Freund“ in Aachen, das ist die Digital Church, das ist das Gesundheitshaus Dortmund und das ist das O-Werk, die ehemalige Opelverwaltung, die nun Ankerpunkt unserer Campus-Entwicklung in Bochum ist. Diese haben sich nur so entwickeln können, weil auch die Unternehmerfamilie, der Unternehmer Norbert Hermanns die Chance in diesen Standorten gesehen hat. Die Familie ist ein Grund, warum wir schon sehr früh die ESG-Themen verfolgen konnten, als es den Begriff ESG noch gar nicht gab.

Spürt man das auch in der Branche?

Wir sind froh, dass es immer mehr Unternehmen gibt, die eine ähnliche intrinsische Motivation in sich tragen wie wir. Ich merke, dass

diejenigen, die mit uns solche Themen nach vorne treiben, ganz oft inhabergeführte Unternehmen sind. Die Familienunternehmen in der Branche, dazu zählen wir halt auch, sind für mich Vorreiter von Themen der Ökologie, der sozialen Wirkung und der guten Unternehmensführung in der Branche.

Zum Abschluss: Was ist dein Lieblingsprojekt und warum?

Ich habe viele, aber Bonn ist meine Heimat, deshalb nenne ich das Hotel am Erzbergerufer, weil es genau das Übererfüllungsziel erreicht hat, das ich eben beim Thema Wettbewerbe ansprach. War in der Ausschreibung ein Hotel gefordert, so ist dort nun weit mehr, nämlich Gastronomie, Stadtbühne, Kulturort, eine tolle Architektur und ein Hotelkonzept, das sogar das Bonner Thema Musik aufgenommen hat. So viel kann sich an einem Ort vereinen, wo „nur“ ein Hotel erwartet war.

Dies ist eine Kurzfassung. Die Langfassung des Interviews lesen Sie hier:



Engagement über das eigene Unternehmen hinaus

Gemeinsam mit vielen Mitstreitern engagiert sich Jens Kreiterling in wichtigen Brancheninstitutionen. 2022 wurde er ins Executive Committee des ULI DACH gewählt, also der für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständigen Gliederung des weltweit aktiven Urban Land Institute (ULI). Als Chair leitet er das Product Council „Urban Developments“ des ULI, das auf Topexperten-Level an der Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Immobilienwirtschaft und Kommunen arbeitet. Im Institut für Corporate Governance in der deutschen Immobilienwirtschaft (ICG) leitet Jens Kreiterling den Round Table „Städte und Kommunen“, der untersucht, wie u. a. theoretische Erkenntnisse zum Thema Social Impact in die Zusammenarbeit mit Städten und Kommunen einfließen können.



„Ahoi“: Steffen Henssler eröffnet Restaurant in Bonn



Hier kommt Frische auf den Tisch: Nach der Fertigstellung des Hotels am Erzbergerufer und der Eröffnung durch prizeotel im vergangenen Jahr freut sich Landmarken über den kulinarischen Schlusstein des besonderen Bonner Projekts. Auch die Gastronomie im Erdgeschoss ist nun langfristig vermietet. In diesem Herbst wird die Restaurantkette Ahoi des bekannten TV-Kochs Steffen Henssler ihre Pforten auf 770 m² Fläche öffnen und auch die Außenterrasse des architektonisch herausragenden Neubaus bespielen, der weit mehr ist als nur ein Hotel.

Bei Ahoi ist der Name Programm. Denn die typische Henssler-Küche ist nah am Wasser gebaut, was zur Lage am Bonner Rheinufer hervorragend passt. Die Lokale des bekannten Fernsehkochs und Kochbuchautors setzen unter anderem auf leckere Fish 'n' Chips, Burger, Steaks und bunte Bowls im klassischen „Henssler-Style“. „Mit der Neueröffnung des Restaurants in Bonn freuen wir uns, neben dem Standort in Köln, nun doppelt in NRW vertreten zu sein und mit der Landmarken AG einen starken Ankerplatz für das Ahoi gefunden zu haben“, sagt Steffen Henssler.

Das Besondere: Neben dem Angebot an Speisen und Getränken wird Ahoi auch das Landmarken-Konzept des Gebäudes als Kulturstandort umsetzen und gemeinsam mit dem Hotelbetreiber prizeotel den Außenbereich, der sich zum Rhein hin öffnet, als Stadtbühne bespielen. Hier werden – wie auch innen im Hotelfoyer – regelmäßige Kulturveranstaltungen wie Open-Air-Kino, Lesungen oder Konzerte ausgerichtet.

Ein wichtiger Baustein im speziellen Landmarken-Konzept des Projekts, das von Anfang an mehr als ein Hotel beinhaltet. „Mit der Vermietung der Gastronomie vervollständigen wir das Projekt nicht nur konzeptionell, sondern erwecken das Ufer zum Leben“, sagt Frederike Krinn, Projektleiterin und Leiterin der Landmarken-Niederlassung Rhein-Main. „Mit Ahoi haben wir einen Mieter gefunden, der, wie prizeotel, zur Philosophie passt, aus dem Standort einen Ort für Bonner wie Gäste zu schaffen und diesen mit schönen Veranstaltungen zu bespielen.“

Hervorgegangen war das Projekt aus einem überwältigenden Wettbewerbserfolg der Landmarken in einem städtischen Investoren-

wettbewerb für das 3.100 Quadratmeter große Grundstück. Entstanden ist ein Neubau mit knapp 10.000 Quadratmetern BGF, der neben 214 Hotelzimmern und der Ahoi-Gastronomie über eine Rooftop-Bar und einen Innenhof verfügt. Ein Highlight – nicht nur für Restaurantgäste – ist die zum Rhein hin ausgerichtete Außenanlage. Durch deren terrassenförmige Gestaltung sowie durch geschickte Laufwegführung im und um das Gebäude wird der Höhenunterschied von rund fünf Metern elegant überwunden. So wird die Stadt an den Rhein geführt und erhält einen Zugang zum Fluss, den es so im Bonner Zentrum noch nicht gab. Auch dafür hatte das Projekt bereits den polis Award in Silber in der Kategorie Reaktivierte Zentren erhalten. Zuletzt wurde es mit dem Brownfield-Award in Bronze ausgezeichnet.

Das von kadawittfeldarchitektur entworfene Gebäude ist mit DGNB-Gold für besondere Nachhaltigkeit zertifiziert worden. Ausschlaggebend dafür ist nicht nur die Energieeffizienz mit Fernwärme, Wassersparkonzept und Beleuchtungssteuerung. Durch die Gründung des Gebäudes auf einem bestehenden Bunker konnte auch das verwendete Baustoffvolumen reduziert werden. Die vorgehängte Ziegellochfassade ermöglicht eine recycelbare Konstruktionsart und den Einsatz von natürlichen Materialien, das Gründach kühlt und fördert die Biodiversität.

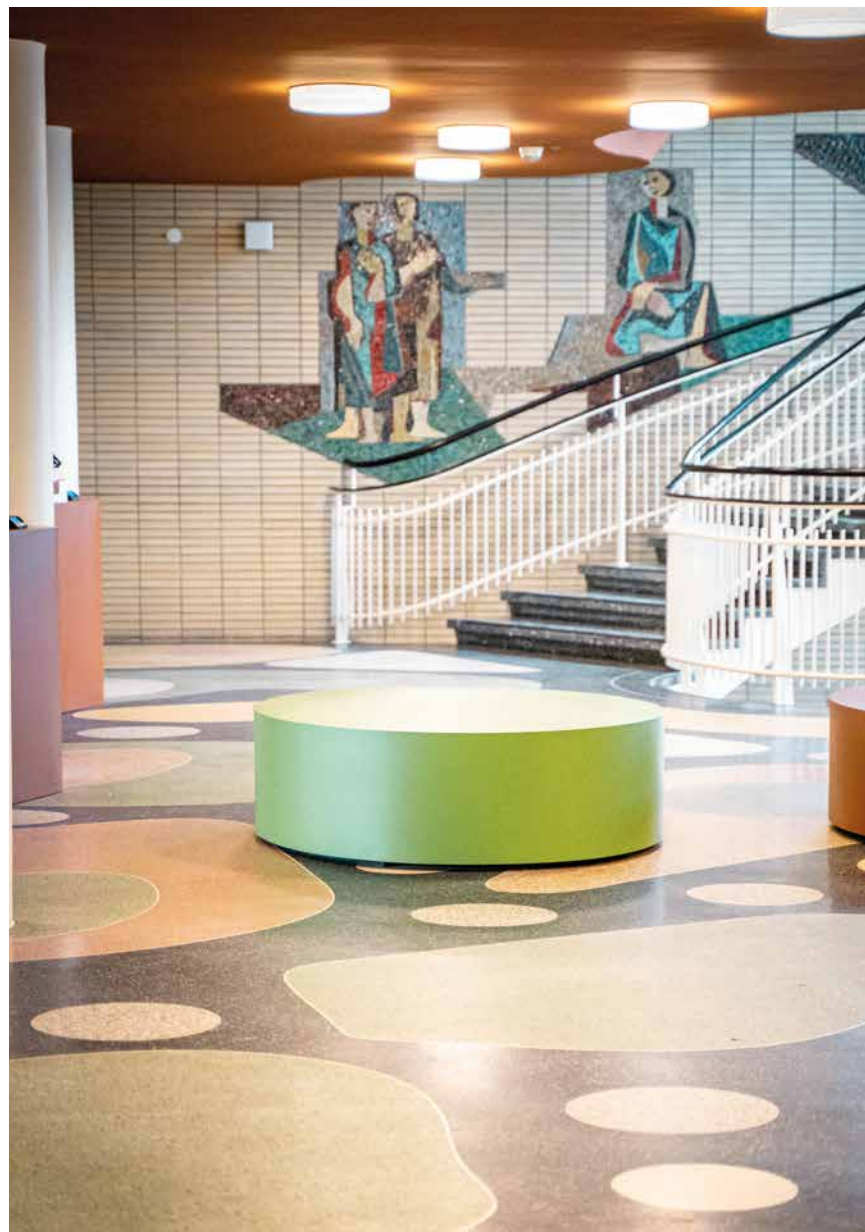
Ein rundum gelungenes Konzept, prall gefüllt mit Leben für diesen Standort.

Anforderung übererfüllt: Im städtischen Wettbewerb war nur ein Hotel gefordert. Entstanden ist ein besonderes Haus, das zum Anziehungspunkt für Bonner und Gäste wird.

Kultur-Konzept: Absolut außergewöhnlich ist ein Hotelbetreiber, der sich verpflichtet, gemeinsam mit dem Gastronomen das für den Ort entwickelte Landmarken-Konzept mit regelmäßigen Events umzusetzen.

Ressourcen geschont: Das von kadawittfeldarchitektur entworfene Gebäude setzt auf einem alten Weltkriegsbunker auf, dessen Gemäuer teilweise genutzt wird – dies nur ein Baustein des umfassenden Nachhaltigkeitskonzepts.

Ikonisches Denkmal als Stadtquartier: Gesundheitshaus vor dem Ziel



Nachhaltigkeit: Ein Behördenhaus wird zum neuen Stadtquartier, ganz ohne Ressourcenverschwendung und Versiegelung – im Gegenteil: Ein Teil des Grundstücks (Innenhof) wird sogar entsiegelt.

Innenstadtbelebung: Ein früher behördlich genutztes, teilweise leerstehendes Ensemble wird mit einem bunten Nutzungsmix rund um die Uhr belebt – unter den Auflagen des Denkmalschutzes eine Topleistung!

Besonderes Denkmal: In liebevoller Detailarbeit und enger Abstimmung mit dem Denkmalschutz wurde eine Ikone erhalten und für Besucher geöffnet, sodass sie zur Pilgerstätte für Architekturfans werden kann.



Eine Architektur-Ikone ist zurück: Das Gesundheitshaus Dortmund, einer der bedeutendsten Zeitzeugen der 1950er-Jahre, blickt der Fertigstellung seines Umbaus entgegen. Der größte seiner insgesamt sechs Bauteile ist bereits eröffnet, hier hat das prizeotel Ende August einen stimmungsvollen Auftakt gefeiert. Kurz zuvor war bereits die Kita Villa Luna in Betrieb gegangen, die mit ihrem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Konzept eine echte Bereicherung für die Betreuungslandschaft in Dortmund ist.

Der Gegensatz könnte größer kaum sein: Eine Behörde wird abgelöst durch ein rund um die Uhr belebtes Quartier mit einem Nutzungsmix aus Wohnen, Büros, Kita und einem bunten Designhotel als Hauptnutzer. Und das passt, denn Design und Funktionalität werden bei Karim Rashid, dem New Yorker Star-Designer von prizeotel, harmonisch miteinander vereint – ganz im Geiste des Gesundheitshaus-Architekten Will Schwarz. Das bestehende Farbkonzept wird aufgegriffen und in ein neues, individuelles Design überführt, das die Besucher inspiriert. Mit seiner Offenheit – sowohl die Lobby des Hotels als auch die geniale Rooftop-Bar mit Blick über die Stadt sind für Besucher zugänglich – wird das „Neue Gesundheitshaus“ zur Pilgerstätte für die Architektur der 1950er-Jahre und zu einem neuen Hotspot der Innenstadt.

Schon vor Auszug des jahrzehntelang dort beheimateten städtischen Gesundheitsamtes 2019 standen Teile des Ensembles leer. „Ziel war eine Nachnutzung, die den Charakter des Gebäudes unter den Auflagen des Denkmalschutzes erhält, zugleich aber mit der Wiederbelebung dieser zentralen Innenstadtlage einen Mehrwert schafft“, sagt Sylvia Friederich, Mitglied der Landmarken-Geschäftsleitung. „Dafür steht unser Multi-Use-Konzept – ein wichtiger Beitrag zur zukunftsorientierten Stadtentwicklung!“ Nachhaltig ist dabei nicht nur der Erhalt der Bausubstanz, sondern auch die Rekultivierung des Innenhofs von einem Parkplatz zur Grünfläche – ganz so, wie es der Architekt Will Schwarz ursprünglich im Sinn hatte.

Es gibt keinen vergleichbaren, komplett unveränderten Schatz aus dieser Zeit, dessen Qualitäten nach sieben Jahrzehnten behördlicher Nutzung nun freigelegt wurden und werden. Das Gebäude wird zum kleinen Quartier – mit großer Strahlkraft in die Umgebung



und weit darüber hinaus. Zur Revitalisierung dieses ikonischen Denkmals, das als eines der wenigen seit der Erbauung unverändert blieb, gehörten besondere Herausforderungen. Die größte: nicht nur eine, sondern gleich vier verschiedene, attraktive Neunutzungen in das denkmalgeschützte Raumkonzept zu integrieren. Aus Büros wurden moderne Hotelzimmer, aus ehemaligen Labors werden Büros und kundenorientierte Kommunikationsflächen – unter der Maßgabe, innen und außen wenig verändern zu können. Dafür wurden unter anderem Klinker der zum Teil gefährlich maroden Fassade originalgetreu wiederhergestellt, alte Fenster saniert und Türen ertüchtigt.

„Wichtig war uns, neben dem Erhalt der denkmalgeschützten Bereiche, auch die Geschichte des Hauses ins neue Konzept zu integrieren“, sagt Sylvia Friederich, Mitglied der Landmarken-Geschäftsleitung. So zieht Ende des Jahres die AOK NordWest als eine der bundesweit größten gesetzlichen Krankenkassen ins Gesundheitshaus und richtet dort ein modernes Kundencenter mit gesundheitsfördernden Angeboten ein. Ein wichtiger Baustein der Neuausrichtung ist auch das fünfzügige Betreuungsangebot der Villa Luna, die besonderen Wert auf Gesundheitserziehung legt – zum Beispiel beim Essen. Witziges Detail: Der Zugang zur Kita liegt an der Kuhstraße – genau da, wo früher Mütter die Kinderwagen abstellen konnten, wenn sie ihre Kinder zum Impfen brachten.

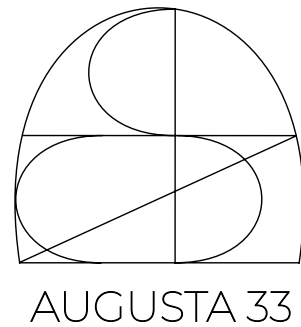
Mietinformationen

- Mixed-Use-Ensemble in zentraler Lage
- Noch verfügbare Fläche: ca. 1.000 m² Büro und ca. 800 m² möbliertes Wohnen
- Ansprechpartnerin: Sylvia Friederich (sfriederich@pro.landmarken.de)

Oben: Volles Haus bei der prizeotel-Eröffnungsfeier.

Bilder links: Lobby des Hotels und Außenansicht des Gesundheitshauses, das Landmarken für einen privaten Investor umwandelt.

Bestandsentwicklungen: Augusta 33 wird zum „Urban Village“



Die Landmarken AG hat ihr erstes Projekt in Baden-Württemberg erworben und damit einen weiteren Schritt im Rahmen ihrer Expansionsstrategie vollzogen. Das bekannte Büroensemble liegt in prominenter Lage an der Augustaanlage 33 in Mannheim und wird als Vorzeigebispiel für nachhaltige Bestandsentwicklung zu einer inspirierenden, zukunftsfähigen Landmarke transformiert.

Veräußert wurde das aus drei Gebäudeteilen bestehende Augusta 33, so der neue Name, von der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW), die zunächst weiter Mieter in der Immobilie bleibt. Sie sitzt im weithin sichtbaren Schmuckstück des Ensembles, dem denkmalgeschützten Altbau von 1905, dessen rote Sandsteinfassade zu den prägenden Elementen des Mannheimer Prachtboulevards gehört. „Dieses Objekt ist ein absolutes Highlight“, freut sich Projektleiterin Christine Rumpf, die gemeinsam mit Frederike Krinn die Landmarken-Niederlassung Rhein-Main leitet. „Hier können wir unser ganzes Know-how in der Entwicklung zukunftsfähiger Bestandsimmobilien einbringen.“ Die Landmarken Familie wird das Objekt in →

Mietinformationen

- 28.800 m² große Büroimmobilie mit Gastronomie
- Aktuell verfügbare Fläche: ca. 8.200 m², mehr ab 2024
- Ansprechpartner: Sebastian Thomas (stthomas@landmarken.de)

Mensch im Fokus: Vom sympathischen Community Management nach dem erfolgreichen Urban-Village-Konzept der Stadtmarken Business profitieren die Mieter, aber auch das Umfeld des Objekts.

Nachhaltige Bestandsentwicklung: KI-gestützte Erneuerung des Energiedesigns, Investitionen in die digitale Konnektivität und weitere Maßnahmen unseres Teams steigern die Attraktivität dieser schönen Immobilie.

Exzellente Lage: Die prominente Augustaanlage in Mannheim, ein wunderschön gestalteter grüner Boulevard, überzeugt mit ihrer Nähe zur Innenstadt und bester verkehrlicher Anbindung.

hervorragender innerstädtischer Lage mit frischem Wind und nutzerorientierten Konzepten neu beleben.

Nach dem Erfassen aller wichtigen Daten der Bauphysik und der bestehenden Anlagentechnik im Gebäude wird aktuell mit Simulationsmodellen – auch gestützt durch künstliche Intelligenz – ein individuell auf das Augusta 33 abgestimmtes Energiedesign erstellt mit dem Ziel, optimale Maßnahmen für die energetische Sanierung sowie die Integration digitaler Technologien abzuleiten. Schon jetzt steht fest: Die Ausstattung für Büronutzer wird keine Wünsche offen lassen. Das garantiert die bereits erworbene WiredScore Zertifizierung in Gold. Auch eine BREEAM-Zertifizierung für ökologische und soziokulturelle Nachhaltigkeit wird angestrebt.

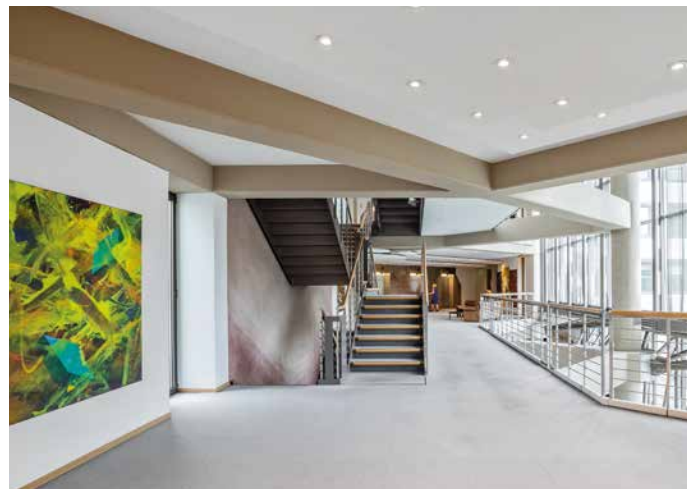
Das Wohlbefinden der Nutzer wird sichergestellt durch unsere Schwestergesellschaft Stadtmarken Business, die als Betreiberin des Augusta 33 ihr erfolgreiches Urban-Village-Konzept umsetzt. Community Managerin Fabia Le Bars ist bereits für die Mieter und ihre Mitarbeitenden im Einsatz. Im Rahmen des Konzepts, das in anderen Objekten bereits nachhaltig etabliert wurde, werden die Mieter

zur Community und die Immobilie zum urbanen Dorf, in dem eine Gemeinschaft entsteht, die von zahlreichen Services, Alltagserleichterungen und Veranstaltungen profitiert. Und weil eine echte Landmarke auch im Umfeld Wirkung erzielen soll, werden einige der Angebote auch für die Nachbarschaft gelten.

Für alle, die Teil der Urban-Village-Community werden und von den vielen Angeboten profitieren möchten, sind sowohl kleinteilige als auch großflächige Anmietungen möglich. Neu hinzu kommen auch ein Conferencing- und ein Flex-Office Bereich. Das Mietinteresse ist bereits jetzt sehr groß.

Ursprünglich erbaut vom Badischen Sparkassenverband im Jahr 1905, wurde der vordere Teil der Anlage in den 1950er-Jahren überarbeitet und 1984 vom renommierten Mannheimer Architekten Prof. Helmut Striffler erweitert. Ein weiterer Anbau erfolgte 1997. Dieser ist langfristig von der Stadt Mannheim angemietet.

Schon jetzt ist das Augusta 33 ein echtes Schatzkästchen an einem der attraktivsten Standorte Mannheims. Nun wird es zur inspirierenden Landmarke.



Bestandsentwicklungen: Im Fokus sind die Nutzer und die Energiewende

Neben dem Augusta 33 in Mannheim gibt es in Bonn zwei weitere Modellprojekte für nachhaltige Bestandsentwicklungen im Landmarken-Stil. Bei beiden kommt unser Konzept zum Einsatz, das unter Bezug auf die ESG-Kriterien und die EU-Taxonomie das Energiedesign optimiert, Effizienz und Komfort durch Digitalisierung steigert und mit Fokus auf die Nutzer die Arbeitswelten transformiert.

Im Zuge dieser Modernisierung werden die Kreuzer Höfe im Stadtteil Endenich zum „Urban Village“: Der Service-Point unserer Schwester Stadtmarken Business ist bereits eingerichtet, Community Managerin Vivian Arndt regelmäßig vor Ort. Für den Flex-Office-Bereich, den unser Schwesterunternehmen dort betreiben wird, gibt es bereits erste Mieter. Und für die Gemeinschaft der Nutzer ist noch mehr geplant: Unter anderem wird eine DHL-Station in den Höfen eingerichtet, für gastronomische Abwechslung sorgen regelmäßige Besuche von Food Trucks.

Auf dem Weg der Dekarbonisierung schreiten beide Objekte im Gleichschritt voran: Während die Kreuzer Höfe gerade von Gas auf Fernwärme umgestellt werden – Strom kommt bereits von einer PV-Anlage auf den Dächern –, wird auch beim Lindeblock (Foto) die Abschaltung der Gaskessel vorbereitet. Diese sollen durch Luft-Wärmetauscher ersetzt werden. Zur Stromversorgung des Gebäudekomplexes in



Bad Godesberg wird künftig ebenfalls eine PV-Anlage beitragen, die auf dem Dach installiert werden soll.

Eine gute Energieversorgung also für eine gute Mietergemeinschaft: Neben Büroflächen und Wohnungen ist auch die Städtische Bezirksbibliothek im Lindeblock angesiedelt. Eine Postfiliale und verschiedene Einzelhandelsflächen, darunter ein Fahrradladen, runden den Nutzungsmix ab.

Beste Wasserlage für eine echte Landmarke



An der Nordmole des Mainzer Zollhafens liegt das Grundstück Rheinwiesen I in erster Wasserlage – ein idealer Standort für eine attraktive Landmarke und zugleich der nördliche Auftakt des neuen Stadtquartiers Zollhafen, das sich gerade zum urbanen, pulsierenden Wohn- und Arbeitsquartier der Zukunft entwickelt.

Nach dem Erwerb der Fläche im vergangenen Jahr wurde nun ein Architektenwettbewerb für das Filetgrundstück ausgerichtet, der die beteiligten Büros vor eine durchaus komplexe Aufgabe stellte: Unter Beachtung von Hochwasser- und Denkmalschutz galt es, bei optimierter Grundstücksausnutzung in einer klimaangepassten Architektur den richtigen Nutzungsmix unterzubringen. „In Bezug auf die Komplexität und die Nutzungsaufteilung hat der Wettbewerb vielfältige und interessante Lösungsentwürfe gebracht“, beschreibt Projektleiterin Christine Rumpf die Ergebnisse.

Mit den drei Entwürfen, die bei der Fachjury am besten abschnitten, kann nun weitergearbeitet werden. Angesichts der aktuellen Rahmenbedingungen ist das Projekt so zu gestalten, dass es bei hoher Qualität wirtschaftlich realisiert werden kann. „Dabei betrachten wir verschie-

dene Varianten zur Entwurfsoptimierung mit dem Ziel, das Projekt optimal an die veränderten Marktgegebenheiten anzupassen“, so Christine Rumpf. Mit der Zollhafen Mainz GmbH & Co. KG, die die Gesamtentwicklung des Zollhafens koordiniert, ist das Landmarken-Team im engen Austausch, ebenso geht man in den Dialog mit der Stadt Mainz.

Das Potenzial der Entwicklung ist jedenfalls groß. Die herrliche Wasserlage – nur eine neugestaltete Grünfläche wird das Gebäude vom Ufer trennen – und die perfekte Anbindung sind echte Highlights. Per Rad geht’s direkt über die Kaiserbrücke und den Rhein bis nach Wiesbaden. Von dort kommend, wird die neue Landmarke den Auftakt ins Viertel bilden. Entsprechend ist die Nachfrage möglicher Nutzer: Vor allem Hotel- und Long-Stay-Anbieter bekunden großes Interesse. Auch für Büro- und Laborentwicklungen ist der Standort, der von einem niedrigen Gewerbesteuer-Hebesatz profitiert, sehr beliebt.

„Wir sehen in der Belebung der Nordmole ein enormes Potenzial, den Quartierscharakter des gesamten Zollhafens zu stärken“, sagt Christine Rumpf. Denn das Landmarken-Grundstück

wird offen bleiben für die Öffentlichkeit – zunächst mit Zwischennutzungen, nach Fertigstellung auch durch die Nutzungen im Projekt. Dann sollen eine Gastronomie, Co-Working- und Co-Living-Angebote sowie eine einladende Durchwegung und öffentliche Räume das Projekt ins Quartiersleben integrieren. Während der Planungs- und Entwicklungsphase sind Kooperationen mit der freien Kunst- und Gastroszene oder Institutionen wie der im Zollhafen angesiedelten Kunsthalle in Vorbereitung. Nun gilt es, das Projekt gemeinsam mit

der Zollhafen Mainz GmbH & Co. KG und der Stadt optimal auf die neuen Marktgegebenheiten abzustimmen.

Die Jury-Auswahl des Architektenwettbewerbs

Der Entwurf von **kadawittfeldarchitektur** (Aachen, linkes Bild) überzeugt mit der städtebaulichen Geste einer deutlichen Öffnung ins Quartier und zum Rhein hin. Der als Sieger gekürte Beitrag stelle eine Lösung dar, die dem Ort durch eine starke städtebauliche Figur eine unverwechselbare Prägung gebe, so die Jury. Als elegante Lösung für die komplexe Aufgabenstellung besonders gewürdigt wurden auch die Integration der Infanteriemauer und die hohe Flächeneffizienz der Grundrisse.

Als städtebaulich gelungener, prägnanter Beitrag zum Wettbewerb wird auch der Entwurf des Frankfurter Büros **Meixner Schlüter Wendt** (Mitte) eingeschätzt. Die Jury hob die städtebauliche Wirkung des Gebäudekomplexes mit dem Auftakt im Südosten und dem markanten Abschluss im

Begehrte Lage: In erster Wasserlage, direkt an der grünen Nordmole, die von der Stadt neugestaltet wird, macht das Projekt ein exzellentes Angebot für verschiedene Nutzungen.

Vielseitiger Nutzungsmix: Multifunktionale Büronutzungen, Labor, Gastronomie, Co-Working-Flächen und Möglichkeiten für gewerbliche Wohnangebote – interessante Optionen mit flexibler Flächengestaltung.

Soziale Wirkung: Die Planung sieht zahlreiche Angebote vor, die sich über die Nutzer hinaus an das ganze Quartier und sein Umfeld richten. So wird eine Wirkung erzielt, von der auch benachbarte Stadtteile profitieren.

Mietinformationen

- Mixed-Use-Entwicklung mit Büro, Co-Spaces, gewerblichem Wohnen, Gastronomie, ca. 19.000 m² BGF
- Flexibel anmietbare Flächen auf allen Ebenen noch verfügbar
- Ansprechpartnerin: Christine Rumpf (crumpf@landmarken.de)

Nordwesten als kraftvoll und eigenständig hervor, auch die Funktionszuordnungen innerhalb des Gebäudekonzepts seien sinnvoll gewählt.

Sehr gut und flexibel nutzbare Flächen sah die Jury in den Obergeschossen des Entwurfs von **O&O Baukunst** aus Köln (rechts). Gelobt wurden die hohe Flächeneffizienz und die gute Vermietbarkeit der Grundrisse sowie die in Bezug auf ihre Proportionen grundsätzlich angenehm ruhig wirkenden Fassaden des Beitrags.



Im Dialog zum besten Konzept: das LoftOffice Leverkusen

Diese Entwicklung ist ein perfektes Beispiel dafür, warum wir uns als Partner der Städte verstehen: Das LoftOffice Leverkusen ist nicht nur ein vielseitig verwendbares Bürogebäude mit zahlreichen weiteren Nutzungsmöglichkeiten. Es ist auch ein Haus, dessen Konzeptionierung im engen Austausch mit der Stadt Leverkusen und der Wirtschaftsförderung entsteht.

„Bei der Konzeptentwicklung aus dem Ort heraus denken wir an ein ‚Haus der Wirtschaft‘, das den Dialog und die Zusammenarbeit zwischen Hochschulen, dem Chempark vor Ort und lokalen Unternehmen fördern kann“, sagt Nils Perpeet, Leiter der Landmarken-Unit Büro- und Spezialunternehmen. „Das alles unter dem Betrieb und der Moderation von Landmarken.“ Im Blick hat der Partner und Prokurist der Landmarken ein Cluster-Modell, ähnlich den erfolgreichen Entwicklungen am RWTH Aachen Campus, wo Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung unter einem Dach ein-

ander befruchten. Konferenzräume, Co-Working und sogar Labore sind hier möglich – ein interessantes Angebot vor allem für mögliche Nutzer aus dem Chempark, der direkt südlich der Peschstraße ans LoftOffice angrenzt.

Während die Fassade in Kooperation mit Matthias Hollwich entworfen wurde, stammt die Architektur der Arbeitswelten des LoftOffices von pbs architekten. Sie überzeugt mit flexibler Flächenaufteilung auf sechs Geschossen und attraktiven Multifunktionsräumen, die sowohl von Mietern als auch von Externen angemietet werden können – Mieter können dadurch ihre eigenen Büroflächen optimieren und zum Beispiel Konferenzräume nur bei Bedarf hinzubuchen. Absolutes Highlight ist die großzügige Dachterrasse mit spektakulärem Blick, ein besonders anziehender Treffpunkt für alle Nutzer.

Das klar strukturierte Gebäude mit hohem Vorfertigungsgrad wird rund 8.100 m² Raum für Entfaltung bieten. Dank Geothermie, Wärmepumpen, mechanischer Be- und Entlüftung sowie Ökostrom, der zum Teil direkt von der Solaranlage auf dem begrünten Dach kommt, kann der Bau CO₂-neutral betrieben werden. Ein Fahrradraum mit Werkstatt und Duschen für Mitarbeitende sowie vorgerüstete Stellplätze für E-Ladesäulen ermöglichen klimaschonende Mobilität – und das alles an einem Standort, dessen zentrale Lage den

Bahnhof, die Innenstadt und viele Geschäfte des täglichen Bedarfs fußläufig erreichbar macht. Das LoftOffice ist – nach der direkt benachbarten, 2018 fertiggestellten Unternehmenszentrale der Pronova BKK – bereits das zweite Landmarken-Projekt in Leverkusen. Der Bauantrag ist gestellt, der Baustart ist für das erste Halbjahr 2024 geplant.

Mietinformationen

- Büroimmobilie mit multifunktionalen Nutzungsmöglichkeiten, ca. 8.100 m² BGF
- Flexibel anmietbare Flächen auf allen Ebenen noch verfügbar
- Ansprechpartner: Peter Marquardt, MRICS (pmarquardt@pro.landmarken.de)

Partner der Städte: Enge Abstimmung mit Stadt und Wirtschaftsförderung mit dem Ziel, das beste Nutzungskonzept für den Standort zu entwickeln.

Vielseitiger Mix: Flexibel anmietbare Büroflächen, intern und extern buchbare Konferenz- und Meetingräume, Co-Working-Flächen und mehr unter einem grünen Dach.

Gebäude-Spirit: Das LoftOffice Leverkusen bietet attraktive Gemeinschaftsflächen und gesunde Materialien.

Passt zu Aachen: AlphaSpace komplettiert das Quartier Nord

In Kürze rollen die Bagger an: Sobald die für diesen Herbst erwartete Baugenehmigung für unser drittes Spirit Office eingegangen ist, wird der Baustart durch unseren Partner Goldbeck erfolgen. Mitte 2025 wird das AlphaSpace Aachen – finaler Baustein unseres Quartiers Nord – dann an die Mieter übergeben.



Rund zwei Drittel der Fläche in Aachens erstem Spirit Office sind bereits vergeben. „Das Spirit-Office-Konzept gehört einfach hierhin“, sagt Landmarken-Projektleiter Jan Hilgier. „Der innovative Technologiestandort Aachen und ein smartes Büro für smarte Unternehmen – das passt!“

Bereits feststehende Mieter für das vom Aachener Büro pbs architekten entworfene Gebäude sind Utimaco, ein Experte für Cybersecurity-Lösungen, sowie die Firma Cognex, die sozusagen mit Landmarken gewachsen ist. Der global agierende Entwickler und Hersteller von Bildverarbeitungsprodukten vergrößert sich am Standort: Im benachbarten Pick-up, ebenfalls eine Landmarken-Entwicklung, belegt Cognex bereits rund drei Viertel der dortigen ca. 5.000 Quadratmeter Fläche. Der jetzige Mietvertrag für das AlphaSpace ist bereits der fünfte, den das Unternehmen mit Landmarken abschließt.

Im Inneren des Gebäudes wird auf rund 10.000 m² Büro- und Kommunikationsflächen das gemeinsam mit dem New Yorker Architekten Matthias Hollwich entwickelte Spirit-Office-Konzept gelebt. Zwei coole Lobbys prägen die beiden Haupteingänge im Norden und Süden des Gebäudes, zum lockeren Austausch laden zwei Dachterrassen sowie Loggien in allen Geschossen und der komplett begrünte Innenhof ein.

Das energieeffiziente Gebäude, das voraussichtlich nach dem BEG-40-NH-Standard entsteht, wird mit nachhaltiger Gebäudeautomation ausgestattet.

Parkplätze mit E-Ladesäulen und ein Fahrradparkhaus mit 100 Stellplätzen und Gründach gehören zum Mobilitätskonzept. Die Grundsteinlegung wird noch in diesem Jahr gefeiert. Mit dabei sind dann vielleicht schon weitere Mieter, denn mit Interessenten für die restlichen Flächen werden bereits Gespräche geführt.

Mietinformationen

- Büroimmobilie mit bester Anbindung
- Noch verfügbare Fläche: ca. 3.000 m²
- Ansprechpartner: Jan Hilgier (jhilgier@landmarken.de)

Quartiersintegration: Das AlphaSpace Aachen komplettiert das Quartier Nord, das mit einem gewerblichen Nutzungsmix und gastronomischen Angeboten zum attraktiven Entree zur Stadt wird.

Übergreifende Nachhaltigkeit: Die große Solaranlage mit hohem Wirkungsgrad wird nicht nur auf dem Gründach des AlphaSpace installiert, sondern auch noch auf das Dach des benachbarten Trösler-Gebäudes erweitert.

Office-Spirit: Im ersten Spirit Office in Aachen werden die vier Säulen des Konzepts perfekt umgesetzt: Gebäudeintelligenz, Gesundheit und Wohlbefinden, Nachhaltigkeit und Gemeinschaft.

KiteLoft: klimaneutrale Bürowelten für Köln

Ein Meilenstein auf dem Weg zur Klimaneutralität: Unser erstes Gebäude, das ganz ohne fossile Energien betrieben werden kann, ist fertig! Das KiteLoft in Köln, letzter Baustein unseres kite-Quartiers im aufstrebenden Kölner Stadtteil Butzweilerhof, kann noch in diesem Jahr bezogen werden.

Die architektonisch hochwertige Entwicklung – die Fassade des KiteLofts stammt, wie das benachbarte kite, aus der Feder des renommierten Büros HPP – wurde spätestens in diesem Sommer zum echten Hingucker im Viertel, da in dieser Zeit auch die Außenanlagen mit sehr viel Grün fertig wurden. In diesem Herbst soll das Gebäude durch LIST Bau übergeben werden.



Während sich die intelligente Modulbauweise der Fassade schon beim Bau ressourcenschonend ausgewirkt hat, wird im Betrieb Energie nachhaltig durch Geothermie erzeugt. Dafür wurde schon in der Planung ein Energiedesign erstellt. Dank thermischer Gebäudesimulation mithilfe eines digitalen Zwillings konnten die Gerätschaften geringer ausgelegt werden. Bei einer Versorgung mit Ökostrom und dank einer optimalen Justierung der Immobilie durch Gebäudeautomation mit digitalen Mess- und Steuerungskomponenten von MyGekko kann das KiteLoft klimaneutral betrieben werden.

Das Gebäude ist zugleich auch das erste Spirit Office von Landmarken. Der gemeinsam mit dem für das Interior Design verantwortlichen



New Yorker Architekten Matthias Hollwich entwickelte innovative Bürostandard macht das KiteLoft zum digitalen Haus, das mitdenkt und die Gesundheit durch Sportmöglichkeiten und den Einsatz von gesunden Materialien fördert. Viele Services und inspirierende Gemeinschaftsflächen – darunter die Dachterrasse für alle Mieter mit spektakulärem Blick über die Domstadt – stärken das Wir-Gefühl.

Entsprechend groß ist das Interesse an den Wohlfühlbüroflächen: Aktuell läuft die Vermietung einzelner Etagen, wo unter anderem ein Softwareentwickler und weitere innovative Unternehmen einziehen werden. Zum Mittagstisch müssen die Mitarbeitenden ihr Spirit-Gebäude dann nicht verlassen: Dieser wird frisch und abwechslungsreich vom voraussichtlichen Mieter der rund 700 m² großen Gastronomiefläche im Erdgeschoss angeboten – wovon wiederum der ganze Butzweilerhof profitieren kann. Einige Büroflächen sind noch verfügbar – um sich den Office-Spirit für eine neue Generation hochqualifizierter Mitarbeitender zu sichern.

Nachhaltigkeit: Geplant nach dem Energieeffizienzstandard BEG 40 EE, kann das digitalisierte Bürogebäude als erstes Landmarken-Projekt komplett klimaneutral betrieben werden.

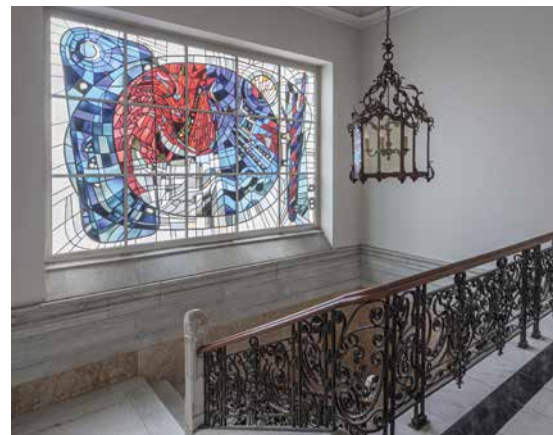
Office-Spirit: Gemeinschaft, Nachhaltigkeit, Gesundheit und Intelligenz: Ein Bürogebäude mit urbanem und weltoffenem Design, attraktiven Gemeinschaftsflächen und digitalen Dienstleistungen.

Lage: Das Quartier auf dem ehemaligen Flughafengelände im Kölner Norden entwickelt sich zum Hotspot mit hervorragender Infrastruktur und exzellenter Anbindung.

Mietinformationen

- Büroimmobilie mit Gastronomiefläche
- Ab sofort verfügbare Fläche: 4.600 m²
- Ansprechpartner: Jan Keweloh (jkeweloh@landmarken.de)

Stadtpalais am Theater: Wiedergeburt eines Schmuckstücks



Ein Dornröschen wird wachgeküsst: Unsere Schwester Stadtmarken GmbH entwickelt den Gebäudekomplex an der Theaterstraße 9 in Aachen für das Family Office der Familie Hermanns. Das Büroensemble, dessen bekanntester Bauteil das repräsentative Bankhaus Suermond aus dem Jahr 1900 ist, verfügt über eine Gesamtfläche von ca. 12.000 Quadratmetern. Das Grundstück ist ca. 2.700 Quadratmeter groß. Nach langem Leerstand wird es nun als „Stadtpalais am Theater“ wiederbelebt.

Der neue Name passt: Das ehemalige Bankhaus mit seiner kunstvollen Fassade und rund 3.100 Quadratmetern Bruttogeschossfläche auf vier Etagen ist ein echtes Schmuckstück, das es verdient, bald wieder in Nut-

zung gebracht zu werden. Hierfür wird es zurzeit aufbereitet. Das monumentale, neobarocke Gebäude, das teilweise unter Denkmalschutz steht, verfügt über zwei Eingänge mit herrlichen Rundbögen, ein repräsentatives Foyer sowie großzügige, funktionale Büro- und Meetingräume mit gehobener Ausstattung. Zahlreiche künstlerische Details und Rokoko-Leuchter an den bis zu vier Meter hohen Decken sorgen für eine wunderbare Atmosphäre.

Auch die hinteren Verwaltungsanbauten, die sich zur Borngasse und zur Wirichsbongardstraße hin ausrichten, werden auf den neuesten Stand gebracht. Die Flächen auf fünf Etagen stammen aus der Zeit zwischen 1960 und 1970. „Wir freuen uns darauf, diese Fläche nach 13 Jahren Leerstand nun wiederzubeleben und der Stadtgesellschaft zurückzugeben“, sagt Stadtmarken-Geschäftsführer Jochen Hermanns, der bereits mit verschiedenen Interessenten im Gespräch ist. „Wir sehen eine hohe Nachfrage nach Büroflächen in Aachen. Dabei ist es uns wichtig, die bestmögliche Lösung für diesen zentralen Standort zu finden, um diesem eine echte Aufwertung zukommen zu lassen.“

Das Stadtmarken-Engagement knüpft an das nur einen Steinwurf entfernte Engagement



der Landmarken Familie rund um das Theater Aachen an. Hier konnte bereits das Bankhaus am Theater revitalisiert und nach langem Leerstand wieder in Vollvermietung gebracht werden. Teil dieser Projektentwicklung waren auch das Motel One und Studierendenwohnen, die alle einen Impuls zur Aufwertung und Neugestaltung des Theaterplatzes beigetragen haben – wie auch das neue POHA House, doch dazu mehr auf der nächsten Doppelseite.

Mietinformationen

- Repräsentative Büroimmobilie in zentraler Lage
- Verfügbare Fläche: ca. 9.500 m², davon ca. 2.150 m² im ehemaligen Bankhaus
- Ansprechpartner: Jochen Hermanns (jhermanns@stadtmarken.de)

Weiterer Neuzugang im Portfolio

Die Stadtmarken GmbH hat ihr Betreiber-Portfolio mit einer weiteren attraktiven Büroimmobilie in Aachen verstärkt. Erbaut als Sitz für den Vorstand der AachenMünchener Versicherung AG, befindet sich das vom Family Office der Familie Hermanns erworbene Gebäude in Innenstadtnähe direkt am Kaiser-Friedrich-Park, einem grünen Kleinod mit Weiher und gastronomischen Angeboten. In der zurzeit vermieteten Büroimmobilie können auch Veranstaltungen stattfinden. Erweiterungspotenzial auf dem Grundstück ist vorhanden.



POHA House in Aachen – Wohnen in Gemeinschaft und mit Domblick



„Wir schaffen eine sympathische internationale Community mitten in Aachen mit modernen Wohnungen, Co-Working und Community-Flächen – und das mit Blick auf die Altstadt und den Dom“, sagt Lea Mishra, Mitgründerin und Chief Product Officer (CPO) von POHA House. Und das ist nur der Auftakt für eine echte Trilogie in Aachen: Im Herbst öffnet das nahe gelegene POHA House am Dahmengraben, ebenfalls in zentraler Innenstadtlage mit Domblick, als Boarding-House, und auch für das POHA House Aachen-Preuswald – dieses mit etwas anderem Konzept – können bereits Wohnungen und WG-Zimmer gemietet werden (siehe nächste Seite).

Zusammen leben und arbeiten mit atemberaubendem Domblick – das bietet das erste POHA House in Aachen. Ein ganz besonderes Wohnenerlebnis, das unglaublich gut ankommt: Die Ende Juli eröffneten 43 Apartments sind komplett vermietet. Hinzu kommen drei Short-Stay-Apartments, die für kürzere Besuche gemietet werden können, attraktive Gemeinschaftsflächen und ein Office-Space, die das POHA House am Theaterplatz zum ersten echten – und einzigartigen – Cospace in Aachen machen.

POHA House ist mehr als nur Wohnen, es ist eine Gemeinschaft. Hier zieht man vielleicht alleine hin – aber man bleibt nicht allein. „POHA House setzt eine Vision um, wie wir nicht nur den Ort, an dem wir leben, sondern auch die Art und Weise, wie wir leben, verbessern können“, sagt Yianni Tsitouras. Der Mitgründer und CEO ergänzt: „Es ist ein Zuhause, das eine neue Lebensweise bietet, indem es unsere Gemeinschaft miteinander und mit der Stadt verbindet. Hier muss sich niemand mehr alleine fühlen.“

Das innovative Wohnkonzept von POHA House richtet sich an die Sharing Economy, die immer häufiger Leben, Arbeiten und Gemeinschaft unter einem Dach vereint. Die Wohnungen sind voll möbliert und mit schnellem Internet ausgestattet. Sie sind ein Angebot für junge Berufstätige und Expats, die neu in die Stadt ziehen und schnell Anschluss suchen. Auch Universitätsmitarbeitende und Studierende sind angesprochen. Die Kombination von Wohnen, Arbeiten und Gemeinschaftserlebnissen unter einem Dach erleichtert den Menschen den Start in einer neuen Stadt.

Mit diesen drei unterschiedlich ausgerichteten Objekten kann POHA House eine große Breite an Wohngesuchen abdecken: von Kurzzeit bis zu sechs Monaten im Dahmengraben über Langzeit in der Innenstadt am Theater bis hin zu Langzeit auch für ältere Generationen und Familien im Grünen im Preuswald.

Übrigens: Auch das erste POHA House in Münster – im Landmarken-Projekt Hansator befinden sich 313 Apartments plus Gemeinschaftsflächen – ist komplett vollvermietet. Und wie in Münster ist auch das POHA House am Theaterplatz in Aachen ein echtes Produkt der Landmarken Familie: Den Umbau des historischen Gebäudes am Theaterplatz hatte nämlich die Stadtmarken GmbH verantwortet.

Nachhaltig und digital

Das Wohnen im POHA House Aachen ist vollständig digitalisiert: Mietverträge werden unbürokratisch online abgeschlossen, über die POHA-App können Bewohner alle Community-Spaces und Events einsehen und buchen, Services vereinbaren und die Mietzahlungen im Blick behalten. Der Ein- und Auszug wird genauso per App organisiert wie die Verabredung zum Sport oder Kochen mit anderen Bewohnern.

Nachhaltig ist POHA House nicht nur dadurch, dass durch das Sharing der individuelle Flächenverbrauch deutlich geringer ist als bei anderen Wohnformen. Auch bei der Auswahl der Materialien für Möbel und Reinigung sowie bei der Gestaltung der Events, Food- und Kulturangebote – alle mit lokalen Partnern – spielt der ökologische Fußabdruck eine wichtige Rolle.

Waldmarke Aachen: Revitalisiert für die neue Art des Wohnens

unter anderem ein neues Dach, rund 8.500 m² neue Fassade mit über 500 neuen Fenstern, eine neue Elektroinstallation und neue Aufzüge erhalten“, sagt Boris Krott, Teamleiter der Bau- und Projektmanagementabteilung von Stadtmarken.

Heizung, Sanitär und Lüftung wurden ebenfalls ausgetauscht und auf den aktuellen Stand der Technik gebracht. Dabei waren höchste Anforderungen umzusetzen, vor allem im Bereich des Brandschutzes. Weitgehend bestehen blieben die Grundrisse der Wohneinheiten: Vom Single-Apartment bis zur Familienwohnung ist auf jeder Etage alles dabei.

Eine besondere Immobilie, die ein erstklassiges Konzept verdient. Hierfür steht unsere Schwester POHA House bereit. „Im Preuswald eröffnen wir nicht nur unseren ersten Standort in der Natur, sondern auch unser erstes Haus, wo absolut alle, inklusive Familien mit Kindern, langfristig ein Zuhause finden“, sagt Mitgründerin Lea Mishra. Das Konzept, das speziell für den Preuswald entwickelt wurde, weicht von dem anderer Standorte ab.

Wohnungen zwischen 70 und 95 Quadratmetern können ebenso wie WG-Zimmer über die Seite pohahouse.com gemietet werden – möbliert oder unmöbliert. Ein Bonbon für die Mieter der Waldmarke, aber auch für andere Bewohner im Quartier ist die Entwicklung im Anbau des Hochhauses. Auf der Fläche eines stillgelegten Schwimmbads entsteht ein Gemeinschaftsbereich, der ab April 2024 auf 500 m² Raum zum Arbeiten, Entspannen, Kochen und Veranstalten bieten wird.

Co-Working-, Büro- und Besprechungsräume, eine coole Bar und Lounge, eine Fahrradwerkstatt, eine per App steuerbare Waschküche und mehr gibt es innen, während der Außenbereich mit Pergola, Hängesesseln, Freiluftkino und Grillplatz sowie einer praktischen Hunde-Waschstraße aufwarten wird, die nach dem Spaziergang im Wald allen Hundebesitzern im Quartier zugutekommt.

Die Waldmarke erstrahlt in neuem Glanz: Im Sommer wurde die Sanierung des Hochhauses im Aachener Preuswald abgeschlossen, die ersten Mieter sind schon eingezogen. Das 14-stöckige Bauwerk aus den 1970er-Jahren, dem man sein Alter zuletzt doch arg ansehen konnte, wurde von einem Team aus Landmarken und Stadtmarken wieder zu dem gemacht, was es vor 50 Jahren schon einmal war: ein Wohnraum mit Weitblick ins Grüne und bis in das angrenzende Nachbarland Belgien.

Die baulichen Herausforderungen waren enorm. Nicht umsonst gab es vom Voreigentümer und anderen Kaufinteressenten Pläne, das Gebäude abzureißen. Doch die Landmarken Familie hatte sich bewusst für den nachhaltigsten Weg entschieden: bestehenden Wohnraum durch eine umfangreiche Sanierung zu retten. Die rund 5.600 m² Wohnfläche wurden in einer enormen Kraftanstrengung revitalisiert, mit insgesamt 84 neuwertigen Wohnungen ist sogar eine mehr entstanden als zuvor. „Dafür wurde das Hochhaus in Teilen bis auf den Rohbau zurückgebaut und hat



ecoPARKS: Urban Production und nachhaltige Logistik



Links: In der Abendsonne erstrahlt der Star Park in Halle mit dem ecoPARKS-Grundstück im Vordergrund.

Wie in Halle liegt auch der ecoPARK Leipzig-West bestens angebunden in Innenstadtnähe. Hier kann bereits im November ein Großteil der Flächen an Skeleton Technologies übergeben werden, die auch Labore integrieren. Das estnische Unternehmen baut im ecoPARK die größte Superkondensatoren-Produktion Europas auf. Auch weitere Mieter könnten sehr schnell einziehen. Rund 20.000 Quadratmeter sind im Westen der Boomtown Leipzig, deren Altstadt mit dem Fahrrad erreichbar ist, noch verfügbar. Großzügige Flächen mit hoher Effizienz, die im urbanen Kontext aber auch kleinteilig vermietet werden können: Was für Leipzig und Halle gilt, wird gerade auch tief im Westen realisiert. Für den ecoPARK Gelsenkirchen fand im Juni der Spatenstich statt. Der besonders nachhaltige Business- und Multi-User-Gewerbestandort wird auf rund 12.000 m² Fläche neue Hallen und Büroräume bieten, die nach Mieterwünschen angepasst werden können.

ecoPARKS

Urbane Produktion und Logistik im städtischen Umfeld – das bieten die ecoPARKs unserer gleichnamigen Schwester. Mit seinem erfahrenen Team entwickelt das jüngste Unternehmen unserer Landmarken Familie modernste Business-Parks in ganz Deutschland. Neuester Standort: der Star Park in Halle an der Saale. Rund 24.000 m² Bruttogeschossfläche wird ecoPARKS auf dem 47.000 m² großen Grundstück entwickeln, die ab Herbst 2024 bezogen werden können. Spannend für alle, die nicht nur eine exzellente Anbindung schätzen, sondern auch gute Nachbarschaft. Das Grundstück befindet sich in bester Lage: Direkte Anschlüsse an die Autobahn A14 und das Schienennetz sowie der nahe Interkontinentalflughafen Leipzig/Halle mit Luftfrachtdrehkreuz sorgen für eine Anbindung an alle europäischen Wirtschaftsmärkte. Porsche, Fiege, home24, Flaconi oder Amazon – sie alle haben sich für den zukunftsorientierten Standort entschieden. Genau die richtige Umgebung für einen ecoPARK.

Unten: Auf dem Weg der Fertigstellung ist der ecoPARK Leipzig-West, dessen Dach begrünt und mit Photovoltaik ausgestattet wird.



Mit städtebaulichem Gespür entwickelt ecoPARKS Quartiere und Gewerbeansiedlungen, die dank Photovoltaik und Wärmepumpen im Betrieb vollständig auf fossile Energieträger verzichten können. Tragwerke in Holzbauweise, recycelte Baustoffe sowie Dach- und Fassadenbegrünungen runden das Nachhaltigkeitspaket ab. „Unser Angebot für Urban Production kommt sehr gut an“, sagt Jörg Kunz, gemeinsam mit Wilm Schwarzpaul geschäftsführender Gesellschafter von ecoPARKS. „Die Städte wollen diese hochwertig in ihre Gewerbegebiete integrieren und die Nutzer zeigen großes Interesse am städtischen Umfeld.“

Wir sind HoffungsBAUer!

Jeder hat ein Zuhause verdient. Ein Zuhause ist mehr als nur ein Dach über dem Kopf – es ist ein Ort, an dem wir unsere tiefsten Emotionen teilen und uns entfalten. Leider haben rund 1,6 Milliarden Menschen weltweit kein sicheres Zuhause, leben ohne Zugang zu sauberem Wasser und sanitären Einrichtungen. Deshalb unterstützen wir Landmarken seit April die HoffungsBAUer, eine Initiative von Habitat for Humanity. Die Organisation setzt sich weltweit für das Recht auf ein würdevolles, sicheres Zuhause und hilft so Menschen in Not in über 70 Ländern.

Als Teil der HoffungsBAUer-Initiative sorgen wir nicht nur für finanzielle Unterstützung, sondern auch für praktische Hilfe vor Ort – durch unser Team. So wie Peter Hempel und

Ralf Meyer. Eine Woche lang waren unsere beiden Mitarbeiter in Warschau, um gemeinsam mit Menschen vor Ort neue Wohnungen für Geflüchtete aus der Ukraine zu errichten, die in großer Zahl in unserem Nachbarland Polen Zuflucht gesucht haben. Danke für euren Einsatz!



Das Team der HoffungsBAUer mit Ralf Meyer (links) und Peter Hempel (stehend, 2. v. r.)



Die 1-Million-Marke ist geknackt!

1.000 Tonnen Müll, das sind eine Million Kilo. Warum aus dieser Zahl eine gute Nachricht werden kann? Weil unser Partner everwave diese Marke jetzt geknackt hat und damit einen riesigen Meilenstein im Kampf gegen die Umweltverschmutzung erreichen konnte. Seit drei Jahren setzt sich das Team von everwave unermüdlich für den Schutz unserer Gewässer ein, vor allem der Meere. Weltweit reinigen die Müllsammelboote, flankiert von Einsätzen an den Ufern, besonders verschmutzte Flüsse vom Plastikmüll – damit dieser gar nicht erst in die Meere gelangt. Die bislang elf verschiedenen Clean-up-Missionen in acht Ländern haben nun dieses beeindruckende Zwischenergebnis erzielt. Mit drei

Müllsammelbooten und speziellen Clean-up-Technologien – zum Beispiel Drohnenbilder zur Sammlung von Daten am Einsatzort, die von künstlicher Intelligenz ausgewertet werden – wurden 1.000.000 kg Plastik und weiterer Müll aus den wunderschönen Landschaften des Balkans, den breiten Flüssen Kambodschas und Thailands sowie vielen anderen Orten entfernt.

Als einer der ersten Partner von everwave ist Landmarken seit fast drei Jahren mit an Bord: Unser erstes gemeinsames Projekt begann nach intensiver Planung mit dem Einsatz eines Müllsammelboots auf der Donau in Serbien. Aktuell ist unser jetziges Boot in Kambodscha im Einsatz, wo das Team nicht nur den Mekong und seine Nebenflüsse reinigt, sondern durch Umweltbildung versucht, einen anderen Umgang mit Müll zu bewirken, sodass dieser gar nicht erst in der Natur landet.

Gemeinsames Engagement und gute Zusammenarbeit können unglaubliche Ergebnisse erzielen. Wir sind stolz, ein Teil dieses starken Projekts zu sein und werden weiterhin unser Bestes geben, um unsere Umwelt zu schützen. Für den unermüdlichen Einsatz in den vergangenen Jahren möchten wir dem Team von everwave und seinen Partnern ganz herzlich danken. In diesem Sinne: Auf die nächste Million – in der Hoffnung, dass die Sammlungen irgendwann nicht mehr nötig sein werden!

Die beste Marke der Immobilienwelt!

Riesenjubiläum bei der Gala des Deutschen Immobilienpreises: Die Landmarken AG ist als beste Marke der Immobilienwirtschaft ausgezeichnet worden. Eine unabhängige Jury aus Industrie, Verbänden und Fachpresse hatte das Unternehmen auf Platz 1 in der Kategorie Best Brand beim Deutschen Immobilienpreis gewählt, der Ende Mai in Hamburg vergeben wurde. TV-Moderatorin Laura Wontorra überreichte die Auszeichnung an Simon Platz, Carolin Lange, Sven Niemann und Jochen Hermanns aus dem Landmarken-Team.

„Eine gute Marke im Jahr 2023 sollte unbedingt eine klare Vision und Mission verkörpern sowie die Frage nach dem eigenen ‚Warum‘ beantworten können. Sie braucht echte Werte, die die Zielgruppe emotional abholt“, sagte Jurymitglied und Laudatorin Larissa Lapschies. Die Landmarken AG schaffe es beispielhaft für die Branche, genau das umzusetzen. Damit sei eine hohe Messlatte gelegt und sie hoffe, dass viele weitere Unternehmen der Branche dem positiven Beispiel folgen würden, so die Geschäftsführerin der Immobilienjunioren weiter.

Gleicher Tag, anderer Ort: In Hannover durften zur gleichen Zeit Jens Kreiterling und Frederike Krinn auf die Bühne des Brownfield24-Awards. Der Grund: das für uns schönste Hotel Bonns. Das 2022 eröffnete prizeotel Bonn-City

am Erzbergerufer glänzt nicht nur durch die herausragende Architektur von kadawittfeld-architektur, sondern auch durch ein außergewöhnliches Kulturkonzept und eine nachhaltige Bauweise auf einem Grundstück mit lange leerstehenden Bestandsgebäuden. Das hat auch die Jury des Awards anerkannt, die unser Projekt mit dem Bronze-Preis in der Kategorie Brownfields unter 10.000 m² auszeichnete. Es ist bereits die zweite Auszeichnung für das mit DGNB-Gold zertifizierte Gebäude. 2019 hatte es den polis Award in Silber erhalten. Und die nächste gute Nachricht ist schon da: Das Hotel wurde für den nagelneuen BIWRD nominiert!

Weil aller guten Dinge drei sind, durften wir nur kurze Zeit später wieder jubeln. Beim Anfang Juni in Berlin verliehenen European Real Estate Brand Award überzeugte Landmarken doppelt: In der Kategorie „Klimaneutralität“ erreichte das Unternehmen den ersten Platz, gemeinsam mit Art-Invest Real Estate. In der Kategorie „Developer Office“ sicherte sich Landmarken den zweiten Platz. So hatten Jochen Hermanns und Simon Platz am Ende einer interessanten Gala beide etwas zum Mitnehmen in der Hand – und jede Menge gute Gründe fürs ganze Landmarken-Team, sich über höchste Anerkennung zu freuen.



Die Landmarken-Zukunftswerkstatt



Bereits im Bau: Das Rechenzentrum der Finanzverwaltung des Landes Nordrhein-Westfalen feiert im Oktober Grundsteinlegung.

Um kreativ und ideenreich zu sein, braucht es eigentlich keinen besonderen Anlass. Für Innovationen ist immer die richtige Zeit. Aber gerade jetzt, in einer längeren Phase der allgemeinen Zurückhaltung auf dem Immobilienmarkt, ist es umso wichtiger, die Zeit für Optimierungen und Innovations-sprünge zu nutzen. In Eigeninitiative haben Kolleginnen und Kollegen schon immer Themen besetzt und Ansatzpunkte für Innovationen gefunden, die uns nach vorne bringen. Wir stellen einige davon vor:

Standardisierter Wohnungsbau: Der Wohnungsbau ist in der Krise. Wir wollen mit optimierten, förderfähigen Wohnungsgrundrissen gegenhalten, die flexibel in verschiedenen Wohnungsgrößen kombiniert werden können. Durch die Standardisierung von Grundrissen und die Möglichkeit, auch Komplementärnutzungen wie Co-Working oder Kita zu integrieren, versprechen wir uns schnellere Planungszeiten, weniger Schnittstellen und Kosteneinsparungen. Weil unsere Innovationsteams übergreifend arbeiten, wird auch ein Konzept in Holz- und Holz-Hybrid-Bauweise erstellt. Auch das Thema TGA wird in verschiedenen Varianten angedacht.

Holz- und Holz-Hybrid-Bau: Ziel des Teams ist es, den Holz- und Holz-Hybrid-Bau als gleichwertige Konstruktionsform zur Massivbauweise für unsere Projekte bei Landmarken zu etablieren. Warum wir das tun? Weil wir überzeugt sind, dass dies ein guter Weg ist, unserer Mitverantwortung für nachhaltige und zukunftsorientierte Projektentwicklungen gerecht zu werden. Wir wollen den Prozess aktiv mitgestalten, den Holz- und Holz-Hybrid-Bau aus seinem Nischendasein zu holen, und damit auch auf die Nachhaltigkeitsziele von Landmarken einzahlen.

Projekt „Lighthouse“: Die Vision dieses internen Projekts ist es, technologische Insellösungen abzuschaffen und komplizierte Prozesse durch bessere Alternativen zu ersetzen. Hierzu werden verschiedene Softwarelösungen eingeführt und deren Zusammenspiel harmonisiert. In einer Pilotphase werden derzeit erste Projekte und Objekte in den jeweiligen Systemen abgebildet. Um alle Mitarbeitenden „auf die Reise mitzunehmen“, plant das „Lighthouse“-Team diverse Kommunikations- und Informationsformate.

Rechenzentren: Als Assetklasse sind Rechenzentren längst kein Nischenprodukt mehr. Der Datenverkehr nimmt zu und der Bedarf an Rechenzentren steigt exponentiell an. Als Land-

marken realisieren wir bereits das Rechenzentrum der Finanzverwaltung des Landes Nordrhein-Westfalen, ein wichtiges Infrastrukturprojekt. Wir wären nicht Landmarken, wenn wir uns nicht intensiv mit den neuesten Trends und Technologien rund um die Entwicklung von Rechenzentren beschäftigen würden – vor allem auch jenen, die Nachhaltigkeit betreffen: effiziente Kühltechnologien zum Beispiel oder die Einbindung regenerativer Stromquellen.

Building Information Modelling (BIM): In einem der wichtigsten Themen unserer Branche legt unser Team strategisch fest, in welchen Prozessen BIM vorteilhaft eingesetzt werden kann. Darunter fallen vor allem die Abfrage von Informationen und die Einsicht in Planungsfortschritte und Problemstellungen, aber auch die gezielte Qualitätsüberwachung am Bau. In diesen laufenden Prozess sind bereits drei Pilotprojekte eingebunden.

Das und mehr ist die „Landmarken-Zukunftswerkstatt“: Ideenreichtum und die Agilität eines Start-ups gehörten schon immer zur Landmarken-DNA. Aus Ideen und Impulsen heraus entwickeln wir nachhaltige Vorhaben und führen sie zu konkreten Ergebnissen.

Wir sind überzeugt: Nur wer Neues vorantreibt, wird die Welt ökologischer, sozialer und besser machen.



Impressionen vom Sommerfest



EIN SOMMERFEST MIT SOMMERWETTER – DAS GEHT AUCH IM SEPTEMBER! Gefeierte wurde im „Forckenbeck“ am RWTH Aachen Campus Melaten, einem Ort, an dem die Zukunft entwickelt wird. Besser hätte es kaum sein können als auf dieser wunderschönen Terrasse, nur einen Steinwurf von unseren bisherigen Campus-Projekten und der Baustelle des Clusters Smart Logistik entfernt, auf der gerade der 3. Bauabschnitt entsteht (siehe S. 4 – 6).

Neu im Team



Landmarken-Neuzugänge bis einschließlich September 2023, von links oben: Alexander Utecht, Referent der kaufmännischen Leitung / André Ganziuc, Leitung Digitale Transformation / Daniel Babinsky, Senior Vermietungsmanager / Dennis Irriger, Projekt- und Asset-Manager Nachhaltige Bestandsentwicklung / Julia Mathée, Auszubildende / Kathrin Toporowski, Projektassistenz Baumanagement und Büroorganisation / Kevin Königs, Buchhaltung / Samantha Müller, Bilanzbuchhaltung



FÜR ATTRAKTIVE MIETMODELLE UND BESSERE BÜROS

Breit gefächert sind die Arbeitsgebiete unserer Unit Büro- und Spezialimmobilien. Das Team um Unitleiter Nils Perpeet beschäftigt sich neben klassischen Büroimmobilien und den neuen Spirit-Office-Projekten intensiv mit Mixed-Use und weiteren Assetklassen sowie mit aktuellen Fragestellungen, zum Beispiel, wie wir unsere Mietmodelle attraktiver gestalten können. Gemeinsam mit dem Team der Unit Bau wurde auch die Taskforce Baukosten gegründet, um Entwicklung und Bau enger zusammenarbeiten zu lassen. Dazu hat es auch bereits eine gemeinsame Veranstaltung unserer internen Office Academy gegeben.



In der letzten Office Academy ging es unter anderem um das Thema New Work. Dafür traf sich das Team auf dem O-Werk | Campus in Bochum und lauschte im Service-Point von Stadtmarken Business, dem „Urban Village“, einem Vortrag von Jonas Kubon, Geschäftsleitungsmitglied von pro m². Praktische Einblicke gab es anschließend in den von Landmarken entwickelten Flächen der VIActiv in der Ideenschmiede, bei deren Gestaltung und Einrichtung die Krankenkasse von pro m² beraten wurde.



Impressum:

Landmarken AG
Karmeliterhöfe
Karmeliterstraße 10
52064 Aachen

T. +49 (0)241 1895-100
info@landmarken.de
landmarken.de

Vorstand: Anke Tsitouras, Jens Kreiterling
Redaktionsleitung: Kolja Linden
Lektorat: Ines Trilken
Gestaltung: Anne Bissels – Büro für Gestaltung
annebissels.de

Bildquellen: Cover und Rückseite: Offenblende – Agentur für Fotografie // S. 3: Carl Brunn // S. 4: rendertaxi // S. 5: RWTH Aachen Campus GmbH // S. 6: Visualisierung: rendertaxi, Foto: Landmarken // S. 7–8: Visualisierungen: HH Vision // S. 9: Marvin Hillebrand, Landmarken // S. 10–11: Visualisierungen: forntool Anton Kolev, Foto: Landmarken // S. 12–13: Molestina Architekten + Stadtplaner (2), Landmarken (2) // S. 14: privat // S. 15: Visualisierung: Henning Larsen, Foto: Landmarken // S. 16: Niklas Coen // S. 19: Landmarken // S. 20: Jens Kirchner, Ahoi Franchise GmbH (2) // S. 21: HH Vision (?) // S. 22–23: Siegersbusch Film (2), Landmarken // S. 24: Offenblende // S. 25–26: Stefan Streit // S. 27: Landmarken // S. 28–29: kadawittfeldarchitektur, Meixner Schlüter Wendt, O&O Baukunst // S. 30–31: HH Vision // S. 32: Eve Images // S. 33: Entwurf / Visualisierung: pbs Architekten / Silence Visual // S. 34–35: Landmarken // S. 36: Jonas Hellmann // S. 37: Landmarken // S. 38–39: HEJM Foto // S. 40: Marcus Schwier // S. 41: ecoPARKS GmbH // S. 42: Habitat for Humanity, everwave // S. 43: Malte Dibbern, Brownfield 24 GmbH // S. 44: Entwurf / Visualisierung: agn / HH Vision // S. 45: Peter Eichler // S. 46: Daniel Babinsky (5), Andreas Kuchem (2) // S. 47: Andreas Kuchem (8), Landmarken (2).

