LANDMARKE

Das Firmenmagazin der Landmarken AG

Herbst / Winter 2018

+ BESUCHEN SIE UNS AUF DER EXPO REAL! 08. bis 10. Oktober in München, Stand B1.311, B1.330, B2.242, B2.444 +

№ 20

„Landmarken impulse“ – wie Digitalisierung unsere Städte verändert
Seite 04 – 05

Cover: Bermuda3Eck – neue Landmarke für Bochum
Seite 08 – 09

Meilenstein – das Hansator verbindet Münster
Seite 20

LANDMARKEN AG

Impulse setzen. Zukunft gestalten.

INHALT

INHALT · EDITORIAL	02 – 03
„LANDMARKEN IMPULSE“ IN KÖLN	04 – 05
LANDMARKEN-ENGAGEMENT METROPOLE RUHR NEUE HÖFE HERNE · BERMUDA3ECK, BOCHUM · O-WERK, BOCHUM · GESUNDHEITSHAUS DORTMUND	06 – 11
ERZBERGERUFER, BONN	12
MODERNE BÜROFLÄCHEN, BONN	13
AACHENER INNENSTADTENTWICKLUNG MOTEL ONE · WE PARTMENT · BANKHAUS AM THEATER	14 – 15
LUISENHÖFE, AACHEN	16 – 17
QUARTIER „GUTER FREUND“, AACHEN	18 – 19
HANSATOR, MÜNSTER	20
PRONOVA BBK, LEVERKUSEN	21
QUARTIER NORD, AACHEN	22
FACHMÄRKTE KRANENBURG · TRIERER PLATZ	23
KÄUFE · VERKÄUFE	24
LANDMARKEN AG INTERN: POLIS AWARDS · NEUE KOLLEGEN · RÜCKBLICK SOMMERFEST · LANDMARKEN-BÜRO · START-UP-KULTUR	25 – 27

Unsere Geschäfts- und Unitleitung (v. l. n. r.): Christian Hehemann, Norbert Hermanns, Julia Hesse, Henrik Scholz, Nils Perpeet, Thomas Binsfeld, Sylvia Friederich, Dr. Oliver Bäumler, Herbert Dierke, Ralf H. Lohse, Andreas Zimmermann, Franka Kurbjuhn, Jens Kreiterling, Patrick Leenings

Liebe Leserinnen und Leser,

wenn wir über Städte reden, dann ist Wohnraum das dominierende Thema, denn Wohnen ist ein Menschenrecht. Es muss bezahlbar und attraktiv sein, zugleich muss gerade in den Städten die nötige Verdichtung maßvoll geschehen. Als Projektentwickler, die sich intensiv mit Stadtentwicklung auseinandersetzen und einen Beitrag dazu leisten wollen, Städte besser und lebenswerter zu machen, ist uns die Entwicklung von Wohnquartieren, in denen Menschen gerne leben, ein großes Anliegen. Gerade haben wir die letzten Wohnungen unseres Vorzeigequartiers „Guter Freund“ in Aachen übergeben, das sich mit 70 Prozent öffentlich gefördertem Wohnraum als Blaupause für viele andere Standorte eignet. Auch deshalb, weil es mehr als bezahlbares Wohnen bietet: Gemeinschaft, Betreuung für Jung und Alt, guten Service durch Hausmeister und Verwaltung sowie ein zukunftsorientiertes Mobilitätskonzept, das attraktive Angebote auch jenseits des eigenen Autos macht.

Ebenfalls in Aachen entsteht das Quartier Luisenhöfe mit einer Mischung aus Eigentums- und Mietwohnungen, aus frei finanziertem und öffentlich gefördertem Wohnraum. Um in diesem sensiblen, innerstädtischen Nachverdichtungsprojekt das beste Ergebnis zu erzielen, hat die Luisenhöfe GmbH, deren Joint-Venture-Partner wir sind, einen zweistufigen städtebaulichen Wettbewerb ausgelobt, dessen transparentes Format die Stadt Aachen künftig bei allen vergleichbaren Entwicklungen anwenden möchte, weil die Anwohner in hervorragender Weise beteiligt wurden. Die Ergebnisse aller fünf beteiligten Teams wurden von der Jury als hervorragend bewertet, dennoch konnten sich die Sieger am Ende über einen einstimmigen Beschluss freuen.

Wer in einer Stadt wohnt, möchte dort auch arbeiten, lernen und seine Freizeit gestalten. Neben Wohnraum muss deshalb auch Raum für Büros, Gewerbe, Forschung und Lehre, Gastronomie oder Übernachtung geschaffen werden. Weil wir Stadt ganzheitlich verstehen, leisten wir mit unseren Projekten wie dem kite in Köln, der Entwicklung am Bochumer Bermuda3Eck, dem Pick-up in Aachen oder unseren Bonner Projekten viele Beiträge zur ganzheitlichen Stadtentwicklung. Apropos Bonn: Nach unserem Hotel am Rhein und der Büroentwicklung im ehemaligen Regierungsviertel starten wir demnächst in Beuel unser drittes Projekt – ein echter Hattrick also in der Bundesstadt.

Auch im Ruhrgebiet möchten wir uns künftig noch intensiver einbringen und die Transformation von der Industrie- zur Dienstleistungs- und Wissensregion mitgestalten. Die Metropole Ruhr pulsiert, sie ist ein Gebiet mit vielen Ideen, tatkräftigen Menschen und einer – trotz aller Herausforderungen – positiven Aufbruchsstimmung. Mit dem kulturellen Angebot der Städte, einem dichten Netz an technischer und sozialer Infrastruktur, aber auch einer spannenden Hochschul- und Forschungslandschaft sehen wir das Ruhrgebiet als Standort, der sehr gut zu uns passt. Auf mehreren Seiten zeigen wir Ihnen in dieser Ausgabe unsere Aktivitäten in der Metropole Ruhr, die wir künftig gerne noch ausweiten möchten. In Städten wie Bochum, Dortmund oder Herne sind wir hervorragend aufgenommen worden, unsere Ideen kommen gut an und unsere Expertise wird gerne gehört. Wir freuen uns sehr über die offene und partnerschaftliche Zusammenarbeit, die wir mit den Akteuren vor Ort pflegen.

Stark beeinflussen werden uns die Auswirkungen der Digitalisierung – in Zukunft noch mehr als heute schon. Die Digitalisierung zu verstehen und sich selbst zum Wohle aller zunutze zu machen, ist eine Aufgabe, die unser Team mit großer Begeisterung annimmt. Wir nehmen nicht für uns in Anspruch, schon jetzt alles zu verstehen, aber wir arbeiten intensiv an den Themen der Digitalisierung, tauschen uns mit Experten aus und diskutieren, welche Auswirkungen zum Beispiel die Digitalisierung auf unser Thema Stadtentwicklung hat. Wie sieht die smarte Stadt der Zukunft aus? Welche Beiträge können wir leisten, um Wohnen, Arbeiten, Forschung oder Handel in Zukunft besser zu machen?

Einige dieser Beiträge präsentieren wir auf der EXPO REAL in München. Andere standen schon auf der polis Convention in Düsseldorf im April im Rampenlicht, als wir gleich mehrfach bei den polis Awards abräumen konnten. Solche Erfolge bestätigen uns immer wieder darin, auf dem richtigen Weg zu sein. Lesen Sie all das und mehr in dieser Jubiläumsausgabe der Landmarke – es ist die 20. –, mit der wir Ihnen wieder einen umfassenden Überblick über die Vielfalt unserer Projekte geben möchten. Auch künftig wollen wir weiterhin Impulse setzen und Zukunft gestalten – gerne gemeinsam mit Ihnen.

Nun wünschen wir Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Norbert Hermanns, Jens Kreiterling und Dr. Oliver Bäumler

Digitalisierung setzt viele Impulse für die Stadt der Zukunft

Wie verändern sich Städte im Zeitalter der Digitalisierung? Diese Fragen haben wir bei der dritten Auflage unserer Veranstaltungsreihe „Landmarken impulse“ gestellt, die erstmals in Köln stattfand. Und natürlich gab es für die rund 140 Gäste, die unserer Einladung in die frisch eröffnete Motorworld am Butzweilerhof gefolgt waren, fachkundige Antworten. Digitalisierung bedeutet vor allem Vernetzung! Vernetzung von Informationen und Menschen, aus der sich auch für die Stadtentwicklung viele Chancen ergeben.

„Wir haben eine sehr spannende Veranstaltung mit einem wirklich tollen, weil informativen und zugleich vergnüglichen Format erlebt“, sagte Landmarken-Vorstand Dr. Oliver Bäumler, nach dessen Begrüßung der renommierte Architekt Gerd Wittfeld, geschäftsführender Gesellschafter von kadawittfeldarchitektur, in seinem Impulsvortrag die „Stadt der Zukunft“ skizzierte, die smart ist, aber nicht nur technologiegetrieben, sondern den Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Schlag auf Schlag ging es weiter mit dem „Innovation Slam“. Kurz und kompakt, unterhaltsam, aber inhaltsstark präsentierten gleich drei Redner spannende Themen, für die sie nur jeweils sieben Minuten Zeit hatten: Wie die vernetzte Welt unsere Mobilität verändert, erklärte Thorsten Stuke in seinem Vortrag zur „E-Mobility in der Stadtentwicklung“. Stuke ist Gründer des

Hamburger Unternehmens m2m-Tailors, das sich mit urbanen Mobilitätskonzepten und der Verkehrssteuerung der Zukunft beschäftigt.

Bevor Christian Gülpen, Bereichsleiter Digitalisierung/Industrie 4.0 der RWTH Aachen, die Gäste auf eine kurze Reise durch Vision und Realität der digitalen Transformation in der Stadtentwicklung mitnahm, verdeutlichte Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling anhand von Projektentwicklungen der Landmarken AG, welche Impulse Digitalisierung für die Stadtentwicklung setzen kann. Das kite in Köln mit seiner Gebäude-App, die als digitaler Concierge zahlreiche Services bietet, die DIGITAL CHURCH als Co-Working-Space und Leuchtturm digitaler Entwicklung, aber auch das ehemalige „Lust for Life“ in Aachen mit seinen künftigen modernen Arbeitswelten vernetzen die Menschen miteinander und holen das Beste aus ihnen heraus.

Sein Thema, „Digitalisierung als Impuls für Stadtentwicklung“ war anschließend auch das Leitmotiv der Diskussionsrunde, in der sich Jens Kreiterlings Vorstandskollege Dr. Oliver Bäumler mit den drei anderen Rednern des Tages einig war, dass die Möglichkeiten der Digitalisierung viele Chancen für die Stadtentwicklung bieten, und zwar für Handel, Wohnen, Arbeiten und Mobilität gleichermaßen. Moderiert wurde die Runde vom Chefredakteur des immobilienmanagers, Christof Hardebusch.

Die „Landmarken impulse“ ist die seit 2017 etablierte Veranstaltungsreihe mit Netzwerkcharakter, mit der die Landmarken AG regelmäßig gesellschaftliche Themen und Trends beleuchtet. Neben fachkundigen Vorträgen im pfiffigen, kurzweiligen Format und spannenden Diskussionsrunden bietet die „Landmarken impulse“ viel Raum zum Netzwerken. Klar, dass bei den guten Unterhaltungen am Anfang und Ende der Veranstaltung der Genuss kulinarischer Spezialitäten nicht zu kurz kommen durfte!

LANDMARKEN
impulse

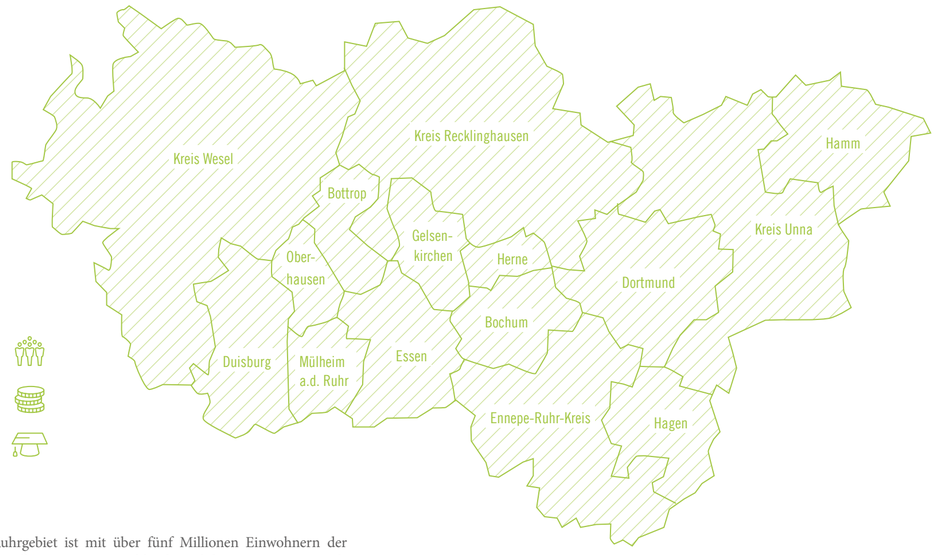
Die Location:

Wie auch bei früheren Ausgaben der „Landmarken impulse“ hat sich das Team wieder einen besonderen Veranstaltungsort ausgesucht: In Sichtweite der Projektentwicklung kite am Butzweilerhof, wo die Landmarken AG ein hochmodernes Büroensemble sowie ein Hotel realisieren wird, befindet sich die nagelneue Motorworld Köln-Rheinland, die erst drei Tage zuvor eröffnet hatte.

Der lebendige Treffpunkt für Autoliebhaber präsentiert auf rund 50.000 m² Fläche neben vielen automobilen Prunkstücken und Raritäten eine der weltweit bedeutendsten Sammlungen des Motorsports: die Original-Memorabilia von Formel-1-Legende Michael Schumacher, ein besonderes Highlight für alle Formel-1-Fans.

Landmarken impulse: „Stadtentwicklung im digitalen Zeitalter“«

Metropole Ruhr: Engagiert eine ganze Region gestalten



Mehr als 5 Mio. Menschen
200 Nationen

155.000 Unternehmen
353 Mrd. Euro Umsatz

30 Hochschulen
290.000 Studierende

Das Ruhrgebiet ist mit über fünf Millionen Einwohnern der größte Ballungsraum Deutschlands und für uns ein Raum voller Potenziale! Das vielfältige kulturelle Angebot, das dichte Netz an technischer und sozialer Infrastruktur, aber auch die dichte Hochschul- und Forschungslandschaft machen die Metropole Ruhr zu einem Standort, der sehr gut zur Landmarken AG passt.

Wir sind von den nachhaltigen Entwicklungsmöglichkeiten der Städte im Ruhrgebiet überzeugt und wollen den Transformationsprozess von der Industrie- zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft durch eigene Projekte aktiv begleiten und vorantreiben – so wie beim O-Werk Bochum, wo im Herzen der ehemaligen Autoindustrie ein Innovation-Campus neue Ideen und Geschäftsmodelle auf den Weg bringt.

Also verstärken wir unser Engagement und unsere lokale Präsenz in der Region. Um die Akquisition weiterer Projektentwicklungen voranzutreiben und durch Landmarken wichtige Impulse zu setzen, haben wir die Unit Metropole Ruhr gegründet, die von Tobias Fuchs geführt wird. Ziel ist es, in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Akteuren vor Ort die Region zu gestalten und, wie bereits jetzt in Dortmund, Herne oder Bochum, individuelle Lösungen aus den jeweiligen Standorten heraus zu entwickeln.

Ein eigenes Büro als ortsnahen Arbeitsplatz hat die Landmarken AG bereits für ihre Mitarbeiter, die im Ruhrgebiet aktiv sind, in Bochum angemietet. Landmarken-Vorstand Norbert Hermanns: „Gerade im Bereich der Hochschulentwicklung, aber auch mit innovativen Ideen für Innenstädte, für Co-Working, Co-Living und öffentlich geförderten Wohnraum können wir uns gut vorstellen, hier zukunftsorientierte und nachhaltige Konzepte umzusetzen.“

Tobias Fuchs, Leiter der Unit Metropole Ruhr, Landmarken AG:

„Wir sind als Landmarken AG vom Marktpotenzial des Ruhrgebiets überzeugt und wollen uns hier mit aller Kraft, guten Ideen und viel Know-how engagieren. Ich selbst komme aus Duisburg, habe in Dortmund studiert und war als Wirtschaftsförderer in Mülheim an der Ruhr tätig, ehe ich 2015 zur Landmarken AG wechselte. Deshalb freue ich mich jetzt umso mehr auf die spannende Aufgabe, die Region, in der ich aufgewachsen bin und ausgebildet wurde, mitgestalten zu dürfen.“

Startschuss für die „Neuen Höfe Herne“ mit gleich zwei frischen Mietverträgen

NEUE HÖFE
HERNE

Das bedeutende Stadtentwicklungsprojekt für die Innenstadt, die Realisierung der „Neuen Höfe Herne“, nimmt Gestalt an. Anfang August stellte die Landmarken AG die ersten beiden Mieter für die Obergeschosse in dem ehemaligen Kaufhaus vor. Mit der FläktGroup, einem führenden Unternehmen im Bereich Lufttechnik, und dem Anbieter flexibler Bürolösungen Regus werden im Jahr 2020 zwei renommierte und zugleich sehr innovative Unternehmen in die „Neuen Höfe“ ziehen.

Rund 4.600 m² Bürofläche wird die FläktGroup Deutschland GmbH im 3. und 4. OG und teilweise im 1. OG der „Neuen Höfe Herne“ beziehen. Damit ist bereits über die Hälfte aller verfügbaren Flächen im Gebäude vermietet, denn mit Regus übernimmt ein weiteres, hoch innovatives Unternehmen rund 1.800 m² Mietfläche im 2. OG. Europas führender Co-Working-Anbieter, der über seine weltweit verteilten Business Center flexible Bürolösungen anbietet, wird an dem zentralen Standort in der Herner Innenstadt ein modernes Co-Working-Space einrichten.

„Wir freuen uns, mit zwei so renommierten Mietern im Rücken den Startschuss für die Entwicklung der ‚Neuen Höfe‘ zu geben“, sagt Thomas Binsfeld, Mitglied der Geschäftsleitung der Landmarken AG, und ergänzt: „Für das Erdgeschoss und das Basement laufen konkrete Gespräche mit Einzelhändlern und Gastronomen, die durch die Vermietung der Büroflächen nun noch mal beflügelt werden.“ Damit diese und weitere Mieter im Jahr 2020 auch einziehen können, haben schon in diesem Herbst die Bauarbeiten mit den genehmigungsfreien Rückbauarbeiten im ehemaligen Kaufhaus begonnen.

Während neben der Schadstoffsanierung alle nichttragenden Einbauten und die gesamte technische Gebäudeausstattung zurückgebaut werden, bleibt das denkmalgeschützte Tragwerk von den Arbeiten unberührt. „Mit Abschluss der Entkernung, voraussichtlich im 1. Quartal 2019, wird das Gebäude auf den Rohbauzustand zurückgebaut sein“, sagt Projektleiterin Nadine Krotscheck.

Die danach folgenden Umbaumaßnahmen werden mit Rohbau- und Fassadenarbeiten beginnen. Von oben werden zwei Lichthöfe in das Bestandsgebäude geschnitten, die den „Neuen Höfen“ nicht nur ihren Namen geben, sondern auch einen attraktiven Zuschnitt und viel Tageslicht. In enger Abstimmung mit dem Denkmalschutz erfolgt die komplette Erneuerung der Fassade, wobei die charakteristischen Lamellen wie in den 1960er-Jahren wiederhergestellt werden, allerdings schmaler und weniger tief als heute. Im Anschluss können in Abstimmung mit den Mietern die Ausbauarbeiten beginnen.

Oberbürgermeister Herne, Dr. Frank Dudda:

„Wir arbeiten intensiv an einer Revitalisierung der Herner Innenstadt. Das Landmarken-Projekt mit seiner herausragenden Architektur leistet hier einen wesentlichen Beitrag.“

Mit ihrem Konzept „Neue Höfe Herne“ hatte die Landmarken AG gemeinsam mit HPP Architekten im Jahr 2016 den städtischen Wettbewerb zur Entwicklung des ehemaligen Hertie-Kaufhauses gewonnen. Das seit 2009 leerstehende Handelsgebäude wird in eine zukunftsfähige Immobilie mit verschiedenen Nutzungen verwandelt und damit den Robert-Brauner-Platz sowie die ganze Innenstadt beleben.

W Erfolgreicher Wettbewerb

Oberbürgermeister Dr. Frank Dudda (li.) und Thomas Binsfeld

NEUE HÖFE HERNE

Art & Projektstatus	Zuschlag im städtischen Wettbewerbsverfahren, Revitalisierung im Bestand mit Denkmalschutz, in der Entwicklung
Standort	Bahnhofstraße 65–71, Herne
Grundstücksfläche	ca. 4.995 m² (inkl. Außenflächen)
Flächen	in Planung sind insgesamt 8 Etagen, ca. 12.650 m² Mietfläche, ca. 16.250 m² BGF
Nutzung & Mieter	geplant: EZH, Gastronomie, Fitness, Büro, Dienstleistung
Freie Flächen	ca. 50 %
Baubeginn	3. Quartal 2018
Besonderheit / Sonstiges	denkmalgeschützte Fassaden und konstruktives Gerüst
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/neue-hoefe-herne/
Ansprechpartnerin	Nadine Krotscheck T. +49 (0)241 1895-148 nkrotscheck@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	HPP Architekten, Düsseldorf (Architektur)

Für Übernachtungsgäste und Kreative: eine Landmarke am Bermuda3Eck

Im Herzen der Stadt und einen Steinwurf vom Hauptbahnhof entfernt liegt das pulsierende, kulturelle Zentrum Bochums: Das Bermuda3Eck lockt mit dem Musikforum, dem Schauspielhaus und zwei Kinos, aber auch einer vielfältigen Café-, Kneipen- und Restaurantszene Besucher an. Und ein weiterer Anziehungspunkt kommt bald hinzu, denn in südwestlicher Lage, am sogenannten City-Tor Süd, ist noch Raum für Neues. Hier erwirbt die Landmarken AG eine ungenutzte Brachfläche von der Stadt und realisiert ein modernes Büro- und Hotelgebäude mit Design-Anspruch.

Geplant ist ein Economy-Design-Hotel, dessen Eingangsbereich sich mit einer repräsentativen, zweigeschossigen Glasfassade als Schaufenster zum Stadtraum in Richtung Bermuda3Eck positioniert. Von diesem zweigeschossigen Foyer aus werden die knapp 170 Hotelzimmer erschlossen. Im hinteren Riegel des vom Architekturbüro ZHAC entworfenen zwei- bis zehngeschossigen Baukörpers entstehen sowohl klassische, moderne Büroflächen als auch Co-Working-Spaces für kreative Start-ups und etablierte Unternehmen. Der Entwurf der Aachener Architekten entwickelt sich am Konrad-Adenauer-Platz mit einem straßenseitig vorgelagerten zweigeschossigen Sockel, der so gestaltet ist, als sei er aus dem Hauptvolumen herausgedreht.

Das durch eine architektonische Rahmung aus Vordach und Sockelstufe markant akzentuierte Hotelfoyer bildet den Startpunkt eines Kolonnadenganges, der sich als identitätsstiftendes Element in das neue Quartier hinein entwickelt und das Potenzial hat, auch die dahinter liegenden Baufelder anzubinden. Die Landmarken AG hat sich eine Teilfläche bereits gesichert, eine künftige Entwicklung weiterer Büro- und Co-Working-Flächen ist hier denkbar.

Christoph Helmus und Dirk Zweering, Zweering Helmus Architekten + Consulting:

„Die unterschiedlichen Strukturen von Hotel- und Büronutzung in einem Gebäude zusammenzubringen und gleichzeitig dem Standort ein neues Gesicht zu geben, ist eine spannende Herausforderung. Wir freuen uns darauf, dies gemeinsam mit dem Team der Landmarken AG umzusetzen.“

Als Pendant zum Hoteleingang richtet sich der Haupteingang des Bürogebäudes im Südwesten zur Straße und zum neuen Quartier aus. Über ein großzügiges, zweigeschossiges Foyer werden die einzelnen Büroeinheiten erschlossen, die sich um ein transparent überdachtes Atrium gruppieren und dadurch optimal belichtet werden. Wie hängende Gärten wirken die in eine begrünte Fuge im Baukörper eingehängten Außenterrassen, die gemeinsam mit der Dachbegrünung des zweigeschossigen Gebäudeteils für ein angenehmes Ambiente sorgen.

„Unsere geplante Entwicklung ist ein Best-Practice-Beispiel für urbanes Flächenrecycling“, sagt Tobias Fuchs, Leiter der Landmarken-Unit Metropole Ruhr, mit Blick auf das ungenutzte ehemalige Bahngelände, das künftig Raum für Kreative und Übernachtungsgäste bieten wird. „Das Büro- und Hotelgebäude wird die städtische Struktur um das Bermuda3Eck prima ergänzen und bildet den eindrucksvollen Auftakt für die weitere Entwicklung des neuen Quartiers.“

Pressekonferenz zur Vorstellung des Büro- und Hotelprojekts:
Tobias Fuchs, Unitleiter Metropole Ruhr, Landmarken-Vorstand Norbert Hermanns,
Bochums Oberbürgermeister Thomas Eiskirch und Bernd Steinbrecher von der ISG Bermuda3Eck (v. l. n. r.)

CITY-TOR SÜD, BOCHUM

Art & Projektstatus	Neubau, in der Entwicklung
Standort	Bermuda3Eck Konrad-Adenauer-Platz, Bochum
Grundstücksfläche	ca. 5.000 m²
Flächen	2 bis 10 Etagen, ca. 5.450 m² BGF Hotel, ca. 170 Zimmer , ca. 11.950 m² BGF Büro, insgesamt ca. 17.400 m² BGF
Nutzung & Mieter	Büro, Hotel, Co-Working
Baubeginn & Fertigstellung	Ende 2019, in 2021
Besonderheiten / Sonstiges	urbanes Flächenrecycling auf ehemaligem Bahngelände
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/city-tor-sued/
Ansprechpartner	Tobias Fuchs T. +49 (0)241 1895-198 tfuchs@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	ZHAC Zweering Helmus Architektur + Consulting, Aachen

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Das Kreativquartier Bermuda3Eck:

In direkter Nachbarschaft zu renommierten Kultureinrichtungen hat sich eine vielfältige freie Szene mit Kinos und Musikbetrieben, Gastronomie, Einzelhandel und Kreativwirtschaft entwickelt. Das Bermuda3Eck bietet mehr als 7.000 Plätze in der Gastronomie, 3.000 Freisitzplätze und zählt über 3 Millionen Gäste pro Jahr. Im Sommer lockt das viertägige Festival Bochum Total bis zu 250.000 Menschen täglich. Die beteiligten Betriebe und Immobilienbesitzer haben sich in der ISG Bermuda3Eck Bochum organisiert, die mit großem Engagement für die Belange des Szeneviertels eintritt.

Unsere Projektkriterien

MEHRWERTSCHAFFEND

Das Büro- und Hotelgebäude ist eine identitätsstiftende Entwicklung, die das Szeneviertel Bermuda3Eck mit seinen vielfältigen Kultureinrichtungen in hervorragender Weise ergänzt und einen wichtigen Beitrag zum Tourismus- und Wirtschaftsstandort Bochum leistet. Es schafft stylische Übernachtungsmöglichkeiten für Gäste der vielen Gastronomie- und Kultureinrichtungen und bietet mit seinen Co-Working-Spaces der kreativen Szene ausgezeichnete Möglichkeiten, sich zu entfalten.

ARCHITEKTONISCH ANSPRUCHSVOLL

Mit dem spektakulären Hotelfoyer, dessen Glasfassade sich zum Bermuda3Eck hin öffnet, sowie dem zweigeschossigen Sockel, von dem aus sich die bis zehngeschossigen Baukörper erschließen, ist den Architekten ein hervorragender Entwurf gelungen. Nach außen werden Foyer und Hoteleingang durch eine architektonische Rahmung aus Vordach und Sockelstufe markant akzentuiert und bilden auf diese Weise den Startpunkt des Kolonnadenganges, der sich als identitätsstiftendes Element in das neue Quartier hinein entwickelt und das Potenzial besitzt, auch die weiteren Baufelder anzubinden.

IDEENREICH

Entwickelt wurde eine Nutzung, die genau zum Standort passt. Die vertikale „grüne“ Fuge im Baukörper, die die verschiedenen Geschossigkeiten der Büro- und Hotelnutzung in Einklang bringt, ermöglicht einen visuellen Bezug zum städtischen Außenraum. Die Co-Working-Spaces bieten flexiblen Erweiterungsraum für die Büronutzer. Die offene Hotellobby bietet dem Quartier ein Schaufenster.

NACHHALTIG

Das Projekt stärkt den Wirtschaftsstandort Bochum sowie die Quartiersentwicklung des Bermuda3Ecks nachhaltig und ist ein hervorragendes Beispiel für urbanes Flächenrecycling. Durch die Verwendung eines ungenutzten ehemaligen Bahngeländes kann eine Entwicklung realisiert werden, ohne dafür wertvolle Grünflächen zu verbrauchen. Eine Zertifizierung nach DGNB-Gold ist angestrebt.

NUTZERORIENTIERT

Verkehrlich gut angebunden bietet das Objekt mit seiner flexiblen Grundrissgestaltung allen Nutzergruppen vom kleinen Start-up bis hin zum etablierten Unternehmen passende, moderne Räumlichkeiten in integrierter innerstädtischer Lage. Die über ein zweigeschossiges Foyer erschlossenen Büroeinheiten werden durch die großzügig verglaste Fassade des hellen Atriums optimal belichtet. Das Hotel bietet preiswerte Zimmer in trendigem Design für Geschäftsreisende genauso wie für die Besucher des quirligen Szeneviertels Bermuda3Eck.

Vollvermietet: O-Werk Bochum wird zum Symbol des Aufbruchs

„HOW LOVE COULD BE“ prangt in großen, roten Lettern vom Dach der ehemaligen Opel-Verwaltung in Bochum. Die Textzeile aus dem Motown-Song „Bad Girl“ von The Miracles (1959) ist Teil des Kunstprojekts „This is not Detroit“ und steht für die Weiterentwicklung und Zukunft der Stadt, die nach dem Wegbrechen von Bergbau, Stahl- und Autoindustrie erfolgreich ihren Wandel gestaltet.

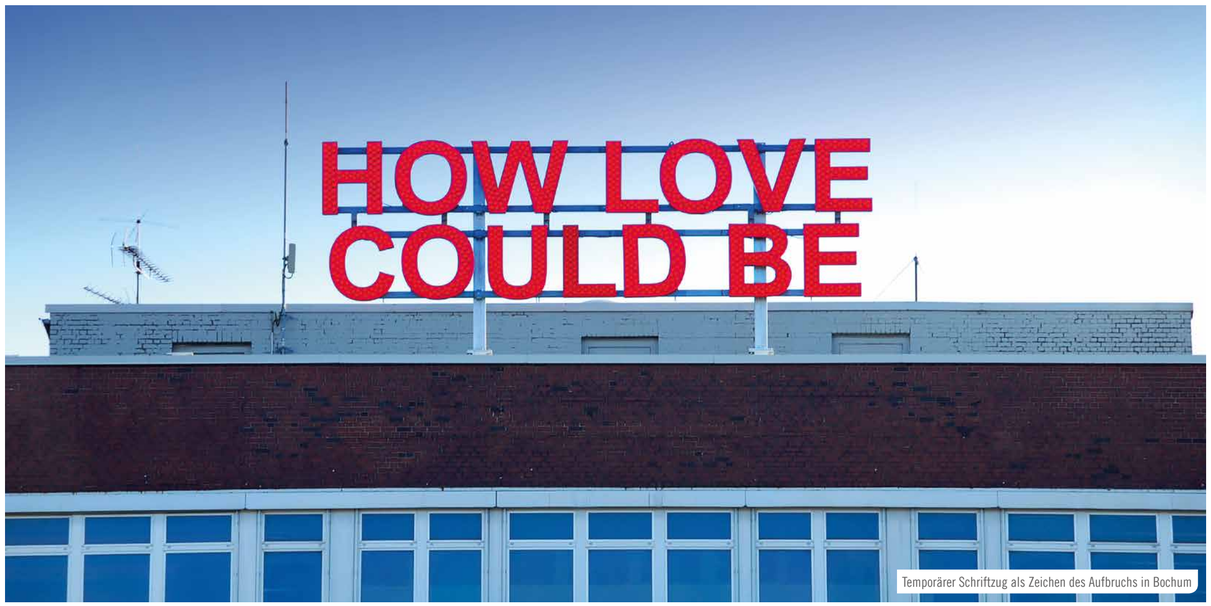
Kaum ein Ort könnte dafür wohl besser stehen als das O-Werk, das die Landmarken AG im Auftrag der O-Werk Bochum Verwaltung GmbH und Co. KG zu einem Innovation-Campus umwandelt. Als weithin sichtbare Landmarke repräsentiert das O-Werk nicht nur die Vergangenheit, sondern vor allem die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Bochum als Symbol einer gelungenen Transformation von der Industrie- zur Wissensgesellschaft.

Entkernte Etage im Gebäude

O-WERK
INNOVATION-CAMPUS BOCHUM

Wo früher klassische Büroflure dominierten, werden moderne Büro- und Kommunikationsflächen mit Maker Spaces für kreatives und flexibles Arbeiten entstehen. Und was anfangs kaum jemand glaubte, ist heute Realität: Noch während die Entkernung des denkmalgeschützten Gebäudes läuft, ist das O-Werk bereits vollvermietet. Jeweils rund die Hälfte der Flächen werden die Ruhr-Universität Bochum und ein großes Start-up belegen, das im September den Mietvertrag unterzeichnet hat.

„Es gehörte sicher eine Portion Mut dazu, in diesem Ort, der von vielen mit Skepsis betrachtet wurde, einen Standort für Wachstum und Aufbruch zu sehen“, sagt Landmarken-Vorstand Norbert Hermanns. „Doch unsere Idee, an diesem Ort der Tradition Raum für Kreativität und Innovation entstehen zu lassen, hat sich als genau richtig erwiesen.“ Der gemeinsam mit RKW Architektur + aus Düsseldorf geplante Innovation-Campus erfreut sich einer großen Anziehungskraft. „Wir hatten so viele Mietinteressenten, dass wir bereits weitere Grundstücke reserviert haben“, so Landmarken-Projektleiterin Nadine Krotscheck.



Temporärer Schriftzug als Zeichen des Aufbruchs in Bochum

Das denkmalgeschützte O-Werk wird zum Innovation-Campus

Bei Nummer I soll es nicht bleiben – O-Werk II und III in Planung

Tatsächlich ist die Nachfrage für das O-Werk so groß, dass die Landmarken AG schon frühzeitig in Gespräche über eine Erweiterung mit der Stadt und der Bochum Perspektive 2022 eingestiegen ist, die das ehemalige Opel-Werksgelände als Gewerbe- und Industriegebiet Mark 51°7 vermarktet. Benachbarte Flächen mit einer Gesamtgröße von etwa 20.000 m² hat die Landmarken AG nun bereits reserviert, sie liegen unmittelbar nördlich und westlich vom denkmalgeschützten O-Werk.

Denkbar sind hier moderne Büroneubauten mit Mietflächen ab 1.000 m² aufwärts, die maßgeschneidert in kleineren oder größeren Gebäuden entwickelt werden können. Insgesamt können so bis zu 40.000 m² Mietfläche für die Wirtschaft der Region entstehen. Die zukunftsorientierten Bürogebäude, die individuell und ganz nach Mieterwünschen gestaltet werden können, sind sowohl für Multi als auch für Single Tenants interessant. Konkrete Studien zur Bebauung der Erweiterungsflächen für ein O-Werk II und III hat die Landmarken AG bereits in Auftrag gegeben. Eine Fertigstellung kann ab 2020 möglich sein.

Die ehemalige Opel-Verwaltung wird somit zum O-Werk I. Der Schriftzug „HOW LOVE COULD BE“, der zuvor unter anderem schon am Bergbaumuseum und auf dem Campus der Ruhr-Uni zu sehen war, wird irgendwann weiterziehen. Das O-Werk selbst aber wird bleiben und die Zukunft gestalten: als anerkannter Campus für Innovationen im Ruhrgebiet.

O-WERK (I), BOCHUM

Art & Projektstatus	Revitalisierung und Neubau, in der Entwicklung
Standort	Opelring 1, Bochum
Grundstücksfläche	ca. 23.000 m²
Flächen	Bestand: 6 oberirdische Geschosse, ca. 16.000 m² BGF // 2 Neubauten: 2 Geschosse, ca. 2.600 m² BGF
Nutzung	geplant: Büro, Co-Working, Werkstatt , Ausstellung, Gastronomie, Kita
Baubeginn & Fertigstellung	2018, 2019
Besonderheiten / Sonstiges	Projektentwicklung in Kooperation mit Bochum Perspektive 2022 GmbH, Teil der Gesamtentwicklung Mark 51°7 (ehem. Opel-Werk I) mit ca. 700.000 m² Grundstücksfläche, 1. Bauabschnitt: ca. 237.000 m²
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/o-werk
Ansprechpartnerin	Nadine Krotscheck T. +49 (0)241 1895-148 nkrotscheck@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	RKW Architektur +, Düsseldorf (Architektur)
Bauherr	O-Werk Bochum Verwaltung GmbH und Co. KG

Notiz

Fortschritte beim Gesundheitshaus Dortmund

Nachdem die Landmarken AG gemeinsam mit der Das Neue Gesundheitshaus GmbH und Co. KG das Investorenauswahlverfahren der Stadt Dortmund für das von Will Schwarz entworfene Gesundheitshaus aus den 1950er-Jahren gewonnen hat, geht es hier mit großen Schritten voran: Während die Kaufvertragsgespräche mit der Stadt auf die Zielgerade einbiegen, sind auch die Gespräche mit einem Betreiber für das Hotel schon weit gediehen. Besonders groß ist die Nachfrage von Kita-Betreibern in Dortmund für den im Gesundheitshaus geplanten Standort einer Kindertagesstätte.

„Dieses Gebäude ist etwas Besonderes“, sagt Projektleiter Peter Marquardt von der Landmarken AG. „Wir werden mit dem Erbe des Architekten Will Schwarz angemessen umgehen und es behutsam in eine neue Nutzung führen.“ Das denkmalgeschützte Ensemble in der Innenstadt wird zu einer lebendigen Mixed-Use-Immobilie mit Hotel, Mikroapartments, Kita und Büros.

Visualisierung: Blick vom Rhein

Abriss hat begonnen: Bonn bekommt sein „schönstes Hotel“

Am Erzbergerufer in Bonn sind die Bagger angerückt. Direkt am Rhein und fußläufig zur Innenstadt gelegen, entwickelt die Landmarken AG das schönste Hotel für Bonn, das nicht nur Übernachtungsgäste, sondern auch die Bonner selbst begeistern soll. Mit einer Architektur, die die Barriere zwischen Stadt und Fluss auflöst, und mit einem gastronomischen und kulturellen Angebot, das jeden einlädt, diesen schönen Flecken am Rhein zu erleben.

Gemeinsam mit Bonns Oberbürgermeister Ashok Sridharan hatte die Landmarken AG Ende August die wichtigsten Weichenstellungen für das neue Vorzeigehaus bekanntgegeben: die Unterzeichnung des Kaufvertrags mit der Stadt für das rund 3.100 m² große Grundstück sowie den Mietvertrag mit dem Betreiber prizeotel. Dieser wird erstmalig ein individuell auf den Standort bezogenes Drei-Sterne-Konzept entwickeln, das zudem die Inhalte des Landmarken-Wettbewerbsentwurfs aufnimmt.

„Gemeinsam mit kadawittfeldarchitektur werden wir ein ganz speziell auf Bonn ausgerichtetes Konzept verwirklichen“, sagt Jens Kreiterling. „Mit prizeotel können wir zudem sicherstellen, dass unsere Idee, neben einem coolen Design-Hotel für Besucher auch einen spannenden Ort für die Bonner zu schaffen, umgesetzt wird“, so der Landmarken-Vorstand.

Nachdem Mitte August die Abrissgenehmigung eingetroffen war, konnte im September die Baustelle direkt neben der Beethovenhalle eingerichtet werden. Der Abbruch des auf dem Grundstück befindlichen Studentenwohnheims, das mit seinen sechs Stockwerken dem flacheren Neubau weichen wird, wird den Winter über andauern. Der darunter liegende Weltkriegsbunker wird nur zum Teil abgebrochen – er bildet das Fundament für den Neubau und dient diesem zugleich als Tiefgarage. Nachbarn und Anwohner waren vorab in einer sehr harmonischen Versammlung bereits informiert worden.

Für den Frühling ist dann der Baustart geplant. Der Bauantrag wird voraussichtlich im November eingereicht, sagt Projektleiterin Frederike Stark von der Landmarken AG: „Wir sind da schon in intensiven Gesprächen mit der Verwaltung, um das schönste Hotel der Stadt noch im Beethovenjahr 2020 fertigstellen zu können.

Dem Projekt vorausgegangen war eine Entscheidung des Bonner Stadtrats, auf dem Gelände direkt neben der ehrwürdigen Beethovenhalle am Rheinufer ein neues Hotel errichten zu lassen. Beim anschließend ausgerufenen städtebaulichen Wettbewerb hatte das gemeinsam mit kadawittfeldarchitektur eingereichte Landmarken-Konzept die Jury voll überzeugen können.

Ashok Sridharan, Bonner Oberbürgermeister:

„Wir haben mit der Landmarken AG einen starken Partner gefunden, der sich gegen 13 Mitbewerber durchgesetzt hat. Und wir können uns auf einen architektonisch attraktiven Mosaikstein an unserem Rheinufer freuen.“

Pressetermin mit OB Ashok Sridharan, Frederike Stark und Jens Kreiterling

ERZBERGERUFER, BONN

Art & Projektstatus	Zuschlag im Rahmen eines Investorenwettbewerbs, Neubau, in der Entwicklung
Standort	Erzbergerufer 15, Bonn
Grundstücksfläche	ca. 3.100 m²
Nutzung & Mieter	Hotel, Gastronomie, Bar
Fertigstellung	geplant 2020
Besonderheit / Sonstiges	Das neue Hotel macht die Nähe der Stadt Bonn zum Rhein sichtbar. Zwischen Hotelzimmer-Solitär (oben) und Landschaftsteppich (unten) entsteht eine verglaste „Panorama-Fuge“ (Lobby und Restaurant), die die Rheinterrasse in eine Art „Beletage“ mit Rheinblick verwandelt.
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/erzbergerufer
Ansprechpartnerin	Frederike Stark T. +49 (0)241 1895-188 fstark@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	kadawittfeldarchitektur, Aachen (Architektur, Wettbewerb), RMP Stephan Lenzen Landschaftsarchitekten (Landschaftsarchitektur)

Erfolgreicher Wettbewerb

Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Wettbewerb: neuer Impuls fürs alte Regierungsviertel

Frederike Stark, Projektleitung Landmarken AG:

„Als Landmarken AG machen wir uns stark für eine anspruchsvolle Architektur. Zudem sind wir uns der Verantwortung bewusst, heute schon Potenziale für zukünftige Entwicklungen und Konzepte zu heben.“

Nicht nur am Rhein, auch nahe dem ehemaligen Regierungsviertel wird eine neue Landmarke für Bonn entstehen. Für das Grundstück zwischen Godesberger Allee und Dreizehnmorgenweg, das die Landmarken AG 2017 erworben hat, ging in diesem Sommer ein Hochbauwettbewerb mit hervorragenden Ergebnissen zu Ende. Hier können rund 17.500 m² modernste Büroflächen entstehen. „Stadtentwicklung bedeutet für uns auch, die bestmögliche Architektur zu finden. Dafür eignen sich solche Wettbewerbe, weil sie eine tolle Bandbreite unterschiedlicher Herangehensweisen an einen Standort hervorbringen“, sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling.

In enger Abstimmung mit der Stadt waren acht Architekturbüros eingeladen, ihre Entwürfe einzureichen. Drei vom Preisgericht ausgewählte Gewinner können als Grundlage für das anstehende Bebauungsplanverfahren dienen, besonders empfohlen hat die Architektenjury unter Vorsitz von Prof. Rolf-Egon Westerheide den Siegerentwurf von Meyer Schmitz-Morkramer aus Köln. Wichtig war der Landmarken AG, nicht nur eine herausragende Architektur und Innenarchitektur zu generieren, „sondern auch ergänzende Angebote zur Work-Life-Balance, zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf und zur urbanen Mobilität der künftigen Nutzer“, so Jens Kreiterling.

Der Siegerentwurf überzeugt durch das gelungene Zusammenspiel zwischen innen und außen, das durch das Gegenüberstellen zweier miteinander kommunizierender Baukörper gelingt. Zentrales Gestaltungselement ist der diagonale „Canyon“, den die terrassierten und begrünten Fassaden der beiden dreieckigen Baukörper im Quartiersinneren bilden. Platz zwei ging an kadawittfeldarchitektur (Aachen), Dritter wurde HPP aus Düsseldorf.

„Uns war es im Wettbewerbsverfahren besonders wichtig, Rahmenbedingungen zu schaffen, die zukunftsorientierte, flexible Bürokonzepte möglich machen“, sagt Projektleiterin Frederike Stark und ergänzt: „Mit der Stadt Bonn ist ein Akteur im Boot, der den Blick auf zukunftsorientierte Konzepte mit uns teilt.“

Um eine abschließend beste Entscheidung treffen zu können, finden aktuell intensive Workshops mit den Architekten und der Stadt statt. Da eine Projektentwicklung aufgrund laufender Mietverträge in den Bestandsgebäuden erst ab 2022 möglich sein wird, kann die Zeit nun für das Bebauungsplanverfahren genutzt werden.

Siegerentwurf für moderne Büroentwicklung: der „Canyon“ von Meyer Schmitz-Morkramer

Fassade des Bankhauses, rechts anschließend das Motel One

Baustart am Theaterplatz: Besonders das Bankhaus sorgt für Interesse

Die großen Kräne geben das unübersehbare Signal: Die Hochbauarbeiten auf dem derzeit prominentesten Baugrundstück Aachens sind gestartet. Aktuell wird das Fundament für das Hotel „Motel One“ mit seinen knapp 260 Zimmern geschaffen, das von den insgesamt drei Projekten dieser innerstädtischen Aufwertung als erstes angegangen wird. Es folgen das Boarding- und Apartmenthaus „WE PARTMENT – Leben am Elisengarten“ sowie die Entwicklung „Bankhaus am Theater“, dessen Vermietung bereits gestartet ist. Die bauliche Umsetzung liegt in den Händen des Generalunternehmens Köster Bau.

„Wir freuen uns sehr über den Start der Arbeiten, denn mit diesem hochwertigen Ensemble, das mit verschiedenen Nutzungen den Standort aufwertet, setzen wir einen echten Impuls für den Theaterplatz und seine Umgebung“, sagt Nils Perpeet, der als Unitleiter Büro- und Spezialimmobilien der Landmarken AG auch die Projektleitung inne hat. Noch in diesem Jahr soll die Grundsteinlegung stattfinden, die Fertigstellung aller Projekte ist für 2020 geplant.

Das große Stadtentwicklungsprojekt zwischen Kapuzinergraben und Elisabethstraße dient der Aufwertung des gesamten Quartiers rund um das Theater. Während das Hotel von der Design-Budget-Kette Motel One betrieben werden wird, hat die RWTH International Academy das moderne Boarding- und Apartmenthaus mit rund 85 Wohneinheiten für internationale Studenten und Postgraduate-Studenten angemietet.

Besonderes Herzstück ist das historische Bankhaus am Theater, das mit einem daran angesetzten Neubau zu einem modernen Büroensemble mit Flächen für Gastronomie oder Handel verschmelzen wird. Aktuell laufen konkrete Vermietungsgespräche für die von kadawittfeldarchitektur gestalteten Flächen. Zahlreiche Interessenten sind bereits von der besonderen Atmosphäre des hochwertigen Ensembles aus Denkmal und Moderne angetan. Infos unter: www.bankhaus-am-theater.de

Das Welterbe Aachener Dom vor dem Fenster

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Archäologisches Grabungsfeld

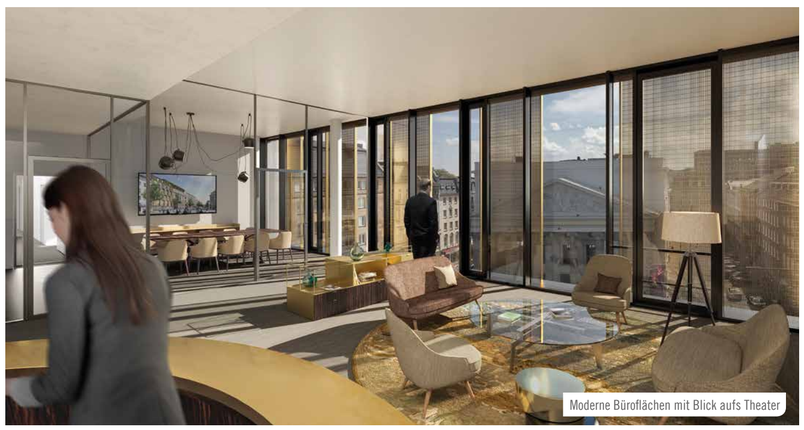
Fund einer mittelalterlichen Figur

Historisches und neues Aachen – alles an einem Fleck

Dass am Theaterplatz mit den Bauarbeiten begonnen werden kann, liegt auch an der weitgehenden Fertigstellung der archäologischen Untersuchungen. Denn das Baugrundstück der Landmarken AG war zwischenzeitlich zu einem Eldorado für all jene geworden, die sich für Aachens Stadtgeschichte interessieren. Vor allem links neben dem Denkmal hat sich auf einer Fläche von etwa 15 mal 30 Metern eine wahre Schatzgrube aufgetan. Während die Funde eines Stücks der Barbarossamauer und eines vollständigen Teils der Befestigungsanlage aus dem 12. Jahrhundert noch fast in die Kategorie „zu erwarten“ fielen, so hielt der Untergrund für die Archäologen und Denkmalpfleger der Stadt noch eine echte Überraschung bereit: Überreste eines römischen Wohnhauses aus dem 2. Jahrhundert. Und das in einem Bereich, den die Experten bislang noch nicht zum römischen Siedlungsgebiet gezählt hatten. „Damit ist unser bebautes römisches Aachen größer geworden“, sagte Stadtarchäologe Andreas Schaub, der die Grenze bisher am benachbarten Elisengarten gezogen hatte.

Auch an anderer Stelle auf dem Grundstück wurden Holzreste einer Bewehrung der Barbarossamauer sowie Teile einer Kontermauer gefunden. Um die Funde später visuell darstellen zu können, wurde die ganze Ausgrabungsstätte in 3D dokumentiert. Und auch die Landmarken AG wird nun Ideen entwickeln, wie behutsam mit den Bodendenkmälern umgegangen werden kann. Nils Perpeet: „Ich finde es beeindruckend. Wir entwickeln ein neues Kapitel Stadtgeschichte auf den Wurzeln der historischen Stadt.“

BANKHAUS
AM THEATER


Moderne Büroflächen mit Blick aufs Theater

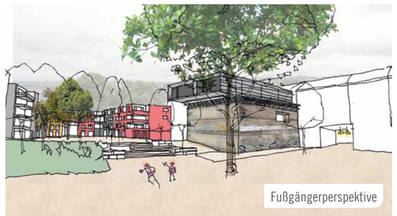
PROJEKTENTWICKLUNGEN AM THEATERPLATZ, AACHEN

Art & Projektstatus	Rück- und Neubau, Revitalisierung und Erweiterung Denkmal, Rückbau abgeschlossen
Standort	Kapuzinergraben 6 – 16 und Elisabethstraße 7 – 15, Aachen
Grundstücksfläche	Gesamt: ca. 3.070 m²
Flächen	Motel One: 259 Zimmer, ca. 8.800 m² BGF (ohne UG) Bankhaus am Theater: ca. 5.800 m² Mietfläche, ca. 6.280 m² BGF WE PARTMENT – Leben am Elisengarten: ca. 2.150 m² BGF, 82 Apartments
Nutzung & Mieter	Hotel, Motel One, Büro, Handel (EG), Mikroapartments und Boarding-House für nationale und internationale Studenten, RWTH International Academy gGmbH
Baubeginn & Fertigstellung	2.Quartal 2018, 1. Quartal 2020
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/motel-one www.landmarken-ag.de/projekte/bankhaus-am-theater www.landmarken-ag.de/projekte/we-partment-leben-am-elisengarten
Ansprechpartner	Nils Perpeet T. +49 (0)241 1895-179 nperpeet@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	Motel One: Werrens & Hansen Architekten, Aachen (Entwurfs- und Genehmigungsplanung), Gatermann + Schossig Architekten, Köln (Fassade) Bankhaus am Theater: kadawittfeldarchitektur, Aachen (Architektur) WE PARTMENT – Leben am Elisengarten: Werrens & Hansen, Aachen (Architektur)
Bauherr	Theaterplatz Vermögensverwaltungs GbR

Luisenhöfe: einstimmige Entscheidung für gelungenen Entwurf

„Ein überzeugender Entwurf, der eine konsequente und dem Ort angepasste Lösung bietet“: Das sagt die Jury über das städtebauliche Konzept vom Architekturbüro Hector3 und GTL Landschaftsarchitektur, das den Wettbewerb für das Wohnquartier Luisenhöfe gewonnen hat. Einstimmig sprach sich das Preisgericht, dem neben ausgewiesenen Fachjuroren auch Vertreter von Politik und Verwaltung, des Luisenhospitals und der Anwohnerinitiative Luisenhöfe angehörten, für den Wettbewerbsbeitrag aus, der nun als Grundlage für die weitere Entwicklung des Plangebietes dienen wird.

Mit dem Entwurf, der von allen eingereichten Konzepten die größte Geschossfläche und alle erforderlichen Parkplätze unterbringt, sei den siegreichen Architekten eine städtebauliche Antwort mit offensichtlicher Leichtigkeit gelungen, die den komplexen Anforderungen an den Standort gerecht werde, so die Erklärung des Preisgerichts unter Vorsitz von Prof. Rolf-Egon Westerheide. Die bei den Anwohnern beliebte, „Boxpark“ genannte verwilderte Fläche bleibt nicht nur erhalten, sondern wird als sich selbst überlassener Regenerationsraum für Mensch und Tier sogar noch erweitert. Als gelungen wertet das Preisgericht neben den fußläufigen Wegeverbindungen zum Boxgraben auch die Höhenstaffelung, die der quartierstypischen Maßstäblichkeit folgt. Die Bebauung ist drei- bis viergeschossig mit einem sechsgeschossigen Hochpunkt für Studentenwohnen geplant, der die bisher freistehende Giebelwand des Parkhauses abdecken wird.


Fußgängerperspektive

Einig war sich das Preisgericht, dass das städtebauliche Konzept des Siegerteams eine sehr gute Basis bildet, um einen für Aachen typischen und zum Ort passenden Wohnungsbau zu etablieren. Zudem folgt der Siegerentwurf dem Ziel, das Quartier frei vom motorisierten Individualverkehr zu halten. Die Planung sieht vor, das bestehende Parkhaus an der Nordostseite um 90 Stellplätze und ein Treppenhaus zu erweitern. Weitere Stellplätze sollen in Tiefgaragen entstehen, die Zufahrt ist ebenfalls über das Parkhaus geplant.

Vorangegangen war ein Prozess, in den die benachbarten Anwohner mit zwei Veranstaltungen im April und im Juli umfassend eingebunden wurden. Die an beiden Abenden aufgenommenen Anregungen waren in die Wettbewerbsausschreibung bzw. in die weitere Konzeptentwicklung der Architekten eingeflossen.

Die siegreichen Architekten werden nun das Konzept weiterentwickeln und auf Empfehlung des Preisgerichts einige Punkte weiter ausarbeiten. Derweil wird die Öffentlichkeit im Rahmen der Bürgerbeteiligung zum Bebauungsplan weiterhin in das Verfahren einbezogen. Zudem waren die Entwürfe aller beteiligten Architekten im September öffentlich ausgestellt worden.

Prof. Rolf-Egon Westerheide, Lehrstuhl und Institut für Städtebau und Landesplanung i. R., Jury-Vorsitzender:

„Das hier ausgerufene zweistufige Wettbewerbsverfahren eignet sich hervorragend für die Entwicklung sensibler Nachverdichtungsprojekte. Wir konnten zwischen fünf einzigartigen und ausgezeichneten Entwürfen entscheiden.“

Planung der Wettbewerbssieger für die Luisenhöfe

Anwohnerbeteiligung im Wettbewerb

Städtebaulicher Wettbewerb, Teilnehmer:

Architekturbüro Hector3, Düsseldorf, und GTL Landschaftsarchitektur, Kassel (Sieger)
Konrath und Wennemar, Düsseldorf, mit LAND Germany GmbH, Düsseldorf (Platzierung)
KSG Kister Scheithauer Groß, Köln/Leipzig, mit A24 Landschaft, Berlin (Platzierung)
Wienstroer Architekten, Neuss, mit fswla Landschaftsarchitekur, Düsseldorf
HPP Architekten, Düsseldorf, mit +grün Landschaftsarchitektur, Düsseldorf

Ein „Guter Freund“ für alle Generationen: „Wir leben gerne hier!“

Nordrhein-Westfalens größtes privat realisiertes Projekt für bezahlbaren Wohnraum ist fertiggestellt: Im September wurden die letzten der 248 Wohnungen im Quartier „Guter Freund“ übergeben. Doch die Landmarken AG denkt schon einen Schritt weiter, denn der Andrang war riesig: „Wir hätten die zehnfache Menge an Wohnungen vergeben können, so groß war die Nachfrage“, sagt Vorstand Norbert Hermanns. „Das Konzept ‚Guter Freund‘ eignet sich definitiv auch für andere Standorte, wenn man dem Mangel an bezahlbarem Wohnraum mit Angeboten von guter Qualität begegnen will.“

QUARTIER GUTER FREUND

Eine Qualität, die Familie Glar im Aachener Stadtteil Forst sehr schätzt. „Wir leben gerne hier“, sagt Agatha Glar. Für sie, ihren Mann und die drei Kinder ist das Wohnquartier „Guter Freund“ mehr als nur ein Wohnort, es ist schon Heimat geworden. Seit Dezember 2017 wohnt die junge Familie in ihrer 100-m²-Wohnung mit 4 Zimmern und hat sich hervorragend eingelebt. „Guter Freund“, das ist für die fünf Glars mehr als ein passender Name, er ist Programm. „Es wohnen viele nette Nachbarn hier, unsere Kinder haben sich super eingelebt und schnell Freunde gefunden.“ Da beide Eltern berufstätig sind, ist die Betreuung der Kinder sehr wichtig. „Eine Kita direkt im Quartier zu haben ist wirklich ein Segen“, sagt Agatha Glar, die halbtags in einem Krankenhaus arbeitet.

Während des Sommers konnten die Eltern vom Balkon aus nicht nur beobachten, wie die Außenanlagen Konturen annahmen. „Wir können unseren Kindern sogar beim Spielen zusehen“, sagt Agatha Glar mit Blick auf das schöne Holzklettergerüst im grünen Innenhof. „Ich finde den Community-Gedanken des Quartiers super“, schwärmt ihr Mann Christian von dem Online-Portal, das den Kontakt der Nachbarn untereinander ermöglicht. Auch Hausmeister und Verwaltung seien spitze: „Wir fühlen uns super aufgehoben.“

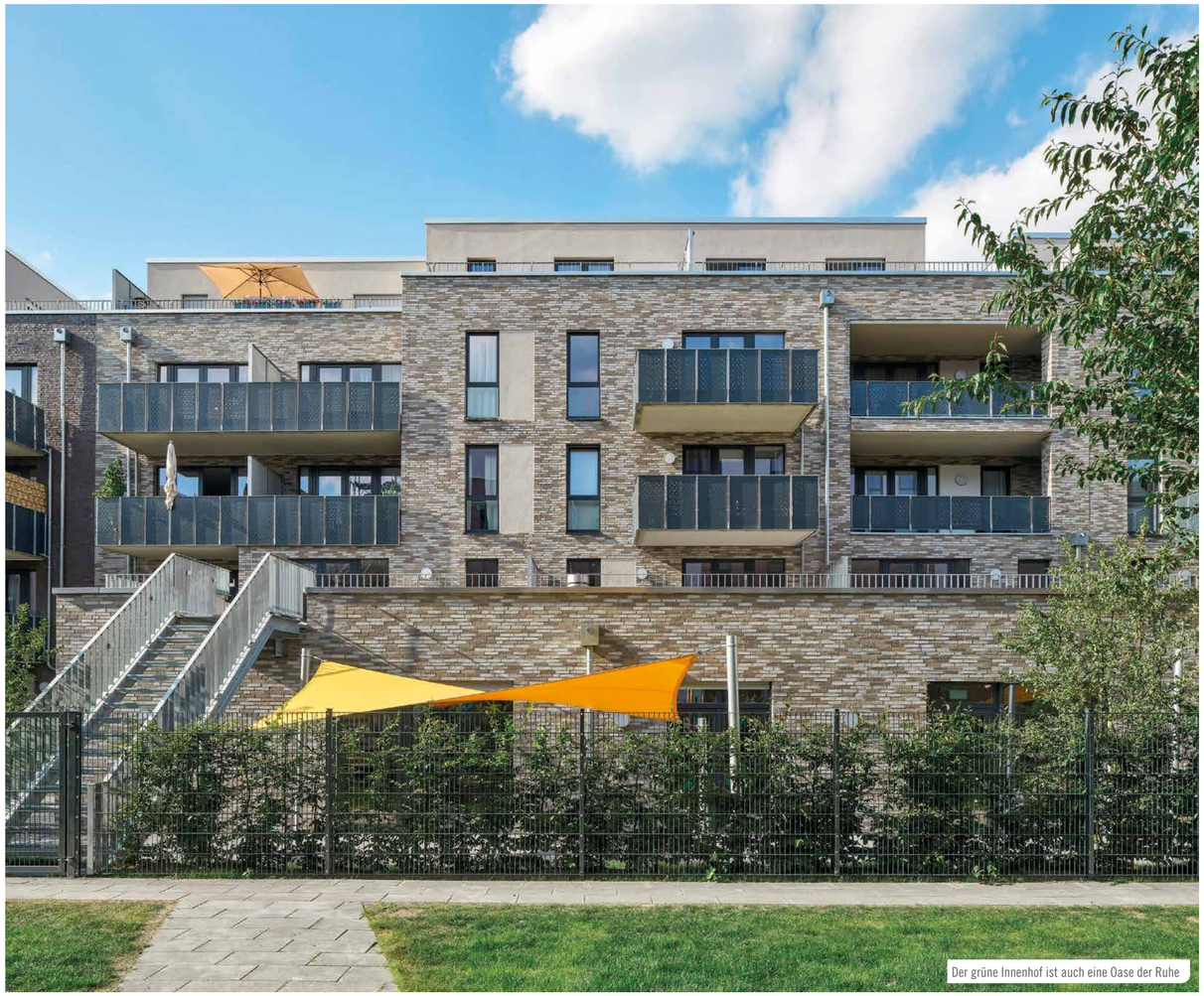
Mit 183 öffentlich geförderten Wohnungen für verschiedene Generationen, einer gesunden Durchmischung von Einkommensgruppen, einer Kita und einer Seniorentagespflege ist das Quartier bundesweit als Best-Practice-Beispiel für soziale Quartiersentwicklung geachtet. Die Realisierung auf einer alten Militärbrache hat der Landmarken AG bereits 2016 den polis Award für urbanes Flächenrecycling eingebracht, und auch das zukunftsorientierte Mobilitätskonzept kann sich sehen lassen: Fahrradstellplätze, eine E-Bike-Verleihstation von Velocity, dazu ab 2019 Carsharing, unter anderem mit zwei e.GOs, Elektroautos made in Aachen – schon lange, bevor in Aachen über Dieselfahrverbote diskutiert wurde, hat die Landmarken AG Mobilität zu einem Kernthema des Wohnquartiers gemacht, das außerdem hervorragend an den ÖPNV angebunden ist.

„Wenn man sich mit Stadtentwicklung beschäftigt, muss man die Themen Wohnraum und Mobilität gemeinsam denken“, sagt Sylvia Friederich, Mitglied der Geschäftsleitung der Landmarken AG. „Es ist wichtig, dass wir zentrumsnah bezahlbaren Wohnraum schaffen für die Menschen, die in der Stadt arbeiten und dort auch leben wollen. Und da wollen wir Angebote schaffen, die über das eigene Auto hinausgehen.“

Die gute Anbindung schätzt auch Agatha Glar: „Einkaufen kann man um die Ecke und der Bus hält fast direkt vor der Tür.“ Für weitere Fahrten steht das Auto der Familie in der Tiefgarage des Neubaus, den die Glars sehr schätzen: „Mit drei Kindern eine geeignete Wohnung zu finden, ist nicht einfach. Wir sind froh, diesen schönen und bezahlbaren Ort hier gefunden zu haben.“

Die E-Bike-Leihstation von Velocity liegt direkt vor der Tür

Fertiggestellt: Die letzten der 248 Wohnungen sind übergeben worden


Der grüne Innenhof ist auch eine Oase der Ruhe

Glückliche Mieter im Quartier: Während der einjährige Emil schläft, genießen Agatha und Christian Glar mit Amelie (6) und Maxim (2) die Ruhe auf ihrem Balkon

GUTER FREUND, AACHEN

Art & Projektstatus	Neubau, fertiggestellt
Standort	Freunder Weg, Eisenbahnweg, An der Birk, Aachen-Forst
Grundstücksfläche	ca. 15.500 m²
Flächen	5 oberirdische Geschosse, Tiefgarage, Gesamtmietfläche ca. 19.230 m², davon geförderter und freier Wohnungsbau ca. 18.100 m², Kita ca. 870 m², Tagespflege mit 12 Betreuungsplätzen ca. 220 m²
Anzahl Wohnungen	248 Wohnungen, davon 183 gefördert
Nutzung & Mieter	Wohnen, Kindertagesstätte, Tagespflegeeinrichtung für Senioren
Baubeginn & Fertigstellung	2. Quartal 2016, ab 4. Quartal 2017 (1. Bauabschnitt)
Besonderheit / Sonstiges	eines der größten öffentlich geförderten Wohnungsbauprojekte in NRW
Informationen	www.landmarken-ag.de/guter-freund
Ansprechpartnerin	Sylvia Friederich T. +49 (0)241 1895-145 sfriederich@pro.landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	pbs architekten, Aachen (Architektur) 3PLUS FREIRAUMPLANER, Aachen (Freiraumgestaltung)
Bauherr	Guter Freund Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG

Meilensteine gesetzt: Das Hansator setzt Impulse in Münster

Am Hauptbahnhof in Münster wird künftig das Hansator Impulse setzen. Denn so lautet der passende Name für das große Landmarken-Projekt, das nicht nur ein Tor zu den Gleisen und vielen urbanen Nutzungen öffnet, sondern auch eine attraktive Verbindung des trendigen Hansaviertels mit der Innenstadt herstellt. Dabei ist der neue Name nicht der einzige Meilenstein für das große Stadtentwicklungsprojekt in Münster, das die Ostseite des Hauptbahnhofs zu einer neuen, zweiten Vorderseite macht. Der Kaufvertrag für das Grundstück ist abgeschlossen, und auf einer Pressekonferenz mit der Bahn wurden im September öffentlichkeitswirksam die Baugenehmigung und die Entwidmung des Grundstücks für Bahnzwecke präsentiert. Dem Projektstart steht nun fast nichts mehr im Wege.

Die bauvorbereitenden Maßnahmen haben auf der schon eingerichteten Baustelle begonnen und der Verkehr am Bremer Platz wird bereits über eine parallel zur Bremer Straße verlaufende Interimsstraße umgeleitet, die den Verkehr bis zur Fertigstellung des Neubaus aufnehmen wird. Kampfmittelsondierungen in Form von Bohrungen haben auf dem zu bebauenden Grundstück bereits stattgefunden. Sobald aus diesen Sondierungen positive Ergebnisse vorliegen, kann mit den Bauarbeiten für das Ensemble begonnen werden. Der Spatenstich ist bereits für diesen Herbst geplant.

Auf dem rund 8.200 m² großen Grundstück direkt am Bremer Platz entwickelt die Landmarken AG ein urbanes Stadtquartier mit Flächen für Wohnen, Gastronomie und Handel sowie ein von prizeotel betriebenes Economy-Design-Hotel. Mit dem von kadawittfeldarchitektur entworfenen Ensemble – es vereint drei Baukörper, die über ein gemeinsames Erdgeschoss miteinander verbunden sind – war die Landmarken AG einstimmig als Sieger aus einem Investorenauswahlverfahren hervorgegangen. Das neue Bahnhofsentree wird eine Klammer mit dem ebenfalls noch recht neuen Empfangsgebäude der Deutschen Bahn auf der Westseite bilden und eine unkomplizierte Unterquerung der Gleise ermöglichen.

HANSATOR MÜNSTER

Art & Projektstatus	Neubau, im Bau
Standort	Münster Hbf – Ostseite am Bremer Platz
Grundstücksfläche	ca. 8.200 m²
Flächen	ca. 28.000 m² BGF in 6 Geschossen und einem Tiefgaragengeschoss
Nutzung & Mieter	Wohnen, Hotel – prizeotel mit 195 Zimmern, Handel, öffentliche Fahrradgarage, Tiefgarage und DB-Wertstoffhof
Baubeginn	3 . Quartal 2018
Besonderheit / Sonstiges	Zweite Vorderseite des Hauptbahnhofs als Verbindung zwischen Altstadt und Hansaviertel, Fahrradstation mit über 2.000 Stellplätzen, drei in der Nutzung flexible Baukörper
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/hansator/
Ansprechpartner	Christian Hehemann MRICS T. +49 (0)251 208353-11 chehemann@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	kadawittfeldarchitektur, Aachen

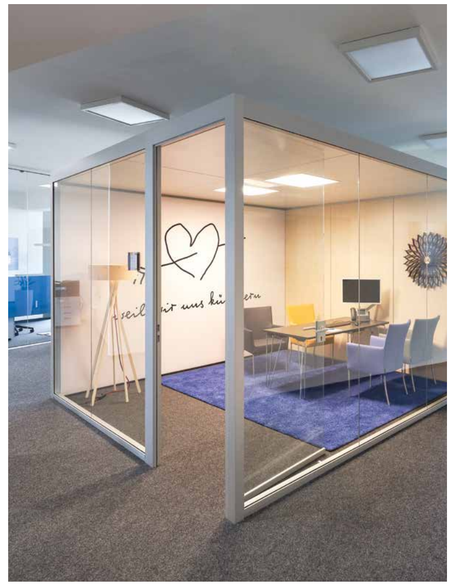
DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Erfolgreicher Wettbewerb

Impressionen von der Pressekonferenz (s. auch Bild oben)

Nach der Fertigstellung wird die Ostseite des Hauptbahnhofs als zweite Vorderseite zum urbanen Stadtquartier

Gelungene Unternehmensimmobilie in Leverkusen



Spitzenbeispiel partnerschaftlicher Entwicklung von Unternehmensimmobilien: BKK-Zentrale verkauft

Es ist der erfolgreiche Abschluss eines exzellenten Projekts: Nach dem feierlichen Einzug der pronova BKK in ihre neue Unternehmenszentrale in Leverkusen hat der Vorzeigeneubau den Eigentümer gewechselt. Verkauft hat die Landmarken AG das moderne, vollvermietete Bürogebäude an die DIC Asset AG, die den Neubau für ihr Bestandsportfolio im Rahmen eines Share Deals erworben hat. Das Gebäude am Horst-Henning-Platz war im März fertiggestellt und von der pronova BKK, einer der größten Betriebskrankenkassen Deutschlands, als Mieter bezogen worden.

Vor allem aber ist der zeitgemäße und freundliche Firmensitz ein Spitzenbeispiel für die partnerschaftlich-effektive Entwicklung von Unternehmensimmobilien in enger Abstimmung mit dem Nutzer. Wie gut die Zusammenarbeit zwischen Entwicklern, Architekten, Ausführenden und Mietern während der gesamten Planungs- und Bauphase bis hin zur frühzeitigen Objektübergabe funktionierte, wurde bei einem fröhlichen gemeinsamen Abschlussabend aller Beteiligten noch einmal ausgiebig thematisiert.

Nun hat die Landmarken AG mit der DIC Asset AG einen hervorragenden Käufer gefunden, „von dem wir nach sehr offenen und vertrauensvollen Gesprächen sicher sind, dass er für den Mieter künftig ein verlässlicher Partner sein wird", sagt Henrik Scholz, Mitglied der Geschäftsleitung der Landmarken AG. „Leverkusen ist eine Stadt mit wirtschaftlichem Potenzial und passt deshalb sehr gut in die strategische Ausrichtung unseres Eigenbestands", sagt Sonja Wärntges, Vorstandsvorsitzende der DIC Asset AG, und ergänzt: „Mit der Landmarken AG hatten wir eine sehr gute und konstruktive Zusammenarbeit in den Verhandlungen."

Rund 640 Mitarbeiter hat die pronova BKK an ihrem neuen Standort in Leverkusen zusammengezogen, wo sie über 13.000 m² Fläche belegt. Der von pbs architekten entworfene Neubau bietet ein freundliches und helles Ambiente, barrierefreien Zugang und kleine Büroeinheiten für die individuelle Beratung. Die Landmarken AG hatte den Zuschlag für diese Projektentwicklung unter mehreren Anbietern im Rahmen eines europaweiten Wettbewerbsverfahrens erhalten.

Baubeginn auf dem 4.880 m² großen Grundstück war im Juli 2016. Nur rund 20 Monate später wurde das Gebäude mit hochwertiger Klinkerfassade, sechs oberirdischen Geschossen und einer Tiefgarage fertiggestellt.

PRONOVA BKK, LEVERKUSEN

Art & Projektstatus	Zuschlag im Rahmen eines europaweiten Wettbewerbsverfahrens, Neubau, fertiggestellt, verkauft
Standort	Horst-Henning-Platz 1, Leverkusen
Grundstücksfläche	ca. 4.880 m²
Flächen	ca. 12.900 m² Mietflächen zzgl. 500 m² Keller
Nutzung & Mieter	Büro- und Verwaltungsgebäude samt Tiefgarage: pronova BKK, ein Zusammenschluss großer Betriebskrankenkassen
Vermietungsstand	100 %
Baubeginn & Fertigstellung	2. Quartal 2016, 1. Quartal 2018
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/pronova-bkk
Ansprechpartner	Peter Marquardt MRICS T. +49 (0)241 1895-144 pmarquardt@pro.landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	pbs architekten, Aachen (Architektur) 3PLUS FREIRAUMPLANER, Aachen (Freiraumgestaltung)

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Erfolgreicher Wettbewerb

Fröhlicher Projektabschluss der Beteiligten

Der neue Pick-up im Quartier Nord

Pick-up wird das Eingangstor zur Stadt sichtbar prägen

QUARTIER **NORD**

Das Quartier Nord bekommt ein weiteres architektonisches Ausrufezeichen: Der Bau des Pick-ups an der Krefelder Straße steht kurz bevor. Das sechsgeschossige Geschäftshaus mit einer sehenswerten Fassade, die von der Landmarken AG gemeinsam mit der Goldbeck West GmbH entwickelt wurde, wird sich zur Straße hin vor das Jobcenter der StädteRegion schieben und damit weithin sichtbar das Stadtbild prägen.

Neben Burger King im Erdgeschoss steht nun auch der größte Mieter fest. Die Cognex Germany Aachen GmbH, deutsches Tochterunternehmen des weltweit führenden Anbieters von Vision-Systemen, Vision-Software, Vision-Sensoren und industriellen Barcodes, wird 3.700 m² der insgesamt rund 4.900 m² Fläche im Pick-up belegen. Somit bleiben im obersten Geschoss, der 5. Etage, noch rund 620 m² frei teilbare Fläche für interessierte Büronutzer.

Nachdem auch der Generalunternehmer-Vertrag mit der Bauunternehmung Goldbeck unterzeichnet werden konnte, ist für Anfang Oktober der Baustart geplant. Dann werden an der Krefelder Straße die Bagger anrücken, die Eröffnung könnte Anfang 2020 gefeiert werden.

Der Pick-up wird ein weiterer Meilenstein für den qualitätsvollen Büro-, Handels- und Gewerbestandort Quartier Nord, der mit vielseitigen Angeboten, ansprechend gestalteten Außenanlagen und einer optimalen Erreichbarkeit mittels PKW, ÖPNV, Fahrrad und zu Fuß ein hochwertiges Eingangstor zur Stadt bildet.

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

PICK-UP, AACHEN

Art & Projektstatus	Neubau, in der Entwicklung
Standort	Krefelder Straße 218, Aachen
Grundstücksfläche	ca. 2.730 m²
Flächen	EG, 1.– 5. OG, insgesamt ca. 4.900 m² MF, davon Gastronomie: ca. 550 m², Büro / Praxis: ca. 4.320 m²
Nutzung & Mieter	Handel, Büro, Praxis, Gastronomie
Baubeginn & Fertigstellung	4. Quartal 2018, 1. Quartal 2020
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/pick-up-quartier-nord/
Ansprechpartner	Peter Marquardt MRICS T. +49 (0)241 1895-144 pmarquardt@pro.landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	Goldbeck, Frechen

Notiz

Noch 4.100 m² zur Verfügung

Die Gut-Dämme Straße 1 liegt in direkter Nachbarschaft zum Quartier Nord. Wo früher ein großes Lager der Möbelhauskette POCO sowie ein Fitnessstudio und eine Soccerhalle standen, wird künftig gearbeitet und in modernem Ambiente gespeist. Die Arbeiten für die Restaurants „L´Osteria“ und „The Ash“ auf der an zwei Systemgastronomen verkauften Teilfläche sind im vollen Gange. Nach dem Verkauf einer weiteren Teilfläche des ehemals 20.000 m² großen Grundstücks sind nun noch ca. 4.100 m² für eine attraktive Ansiedlung von Systemgastromie, Büro oder Gewerbe verfügbar.

Hochwertige Nahversorgung mit Konzept und Mehrwert

Fachmarktzentren sind oft Lebensadern für Stadtteile, kleinere Städte oder Ortschaften. Sie sichern die Nahversorgung, sind Treffpunkt und Aufenthaltsort. Für Projektentwickler sind Fachmarktzentren oft Standardprojekte, „Brot- und Butter-Geschäft“ nennt man das dann salopp. Nicht aber für das Handelsteam der Landmarken AG. „Wir sind uns der wichtigen Funktion, die solche Zentren erfüllen, bewusst und gehen deren Entwicklung dementsprechend an“, sagt Thomas Binsfeld, Unitleiter Handel und Mitglied der Geschäftsleitung der Landmarken AG.

Beispiel Trierer Platz in Aachen: „Wir wollen die Nahversorgung sichern, zugleich aber eine städtebauliche Qualität generieren.“ So sehen die Pläne neben Discounter, Gastronomie, Drogeriemarkt und evtl. einer Apotheke auch attraktiven Raum zum Verweilen vor, zum Beispiel durch die Ansiedlung einer Außengastronomie. Die sichtbaren Parkplätze könnten Lastenrädern, E-Bikes, Carsharing und Mutter-Kind-Fahrten vorbehalten sein. Weiterer Parkraum würde dann versteckt unter einem der mit begrünten Dächern ausgestatteten Gebäude positioniert werden.

Aktuell werden die Pläne mit der Verwaltung abgestimmt, anschließend sollen die Ideen der Politik vorgestellt werden. „Hier kann ein Nahversorgungszentrum entstehen, das auch eine fußläufige Wegeverbindung ins benachbarte Forster Wohngebiet erhält“, so Thomas Binsfeld.

Thomas Binsfeld, Mitglied der Geschäftsleitung, Landmarken AG:

„Wir glauben, dass beim Wandel im Bereich Einzelhandel der Lebensmittelhandel eine wichtige Stütze ist. Deshalb machen wir es uns zur Aufgabe, auch die Nahversorgung für die Bürger attraktiv zu gestalten.“

Wie groß das Landmarken-Engagement bei der Stadtraumgestaltung ist, zeigt das Beispiel Kranenburg am Niederrhein, wo mit k+ sogar eine renommierte Düsseldorfer Agentur ins Boot geholt wurde, um das Fachmarktzentrum attraktiv mit dem Stadtkern zu verbinden. „Diese Weiterentwicklung gehen wir städtebaulich an, dafür haben wir bewusst einen Masterplan entwickelt“, sagt Thomas Binsfeld mit Blick auf das Fachmarktzentrum, das nun weiter in Richtung Innenstadt wächst. „Wir wollen eine fußläufige Erreichbarkeit und eine attraktive Radwegverbindung schaffen und haben die Pläne für eine Themenroute zur Geschichte Kranenburgs bereits der Stadt vorgestellt.“ Zwei Vorschläge von k+ zur Wegeführung wie auch zum Stadtmobiliar, zu Bodenbelägen und Lichtelementen sind bei der Gemeinde gut angekommen. Thomas Binsfeld: „Dieses Thema werden wir im Laufe des Jahres weiterverfolgen.“

Die Erweiterung der Einkaufsarena Kranenburg und Ideen für Wege in die Stadt

Neuzugänge im Portfolio

Siebeck-Areal in Ratingen

Die Landmarken AG hat ein 28.500 m² großes Areal in Ratingen-West erworben. Das Betriebsgelände der Siebeck GmbH, die als Verkäufer dort noch bis Sommer 2019 Büros mit rund 1.000 m² Fläche sowie 4.000 m² Lager betreiben wird, eignet sich für eine künftige Quartiersentwicklung.

„Wir freuen uns darauf, uns am Standort Ratingen zu engagieren“, sagt Dr. Oliver Bäumler, Vorstandsmitglied der Landmarken AG. Mittelfristiges Ziel ist ein gemeinsamer Entwicklungsprozess mit Stadt und Bürgern, um für den innenstadtnahen Standort Planungsrecht für ein neues Quartier zu schaffen.

„Ratingen ist ein hervorragender Standort für unsere Expansionsstrategie“, sagt Patrick Leenings, Leiter Immobilienankauf der Landmarken AG. „Die Stadt ist attraktiv für Bürger und Wirtschaftsunternehmen.“ Bis zur Umsetzung des neuen Quartierskonzeptes ist eine attraktive Zwischennutzung angedacht.

Wohnungsportfolio in Hürth

Ein Wohnungsportfolio im Pflegesektor hat die Landmarken AG in Hürth erworben. Die 45 Wohneinheiten, die von der Janus Klinik GmbH betrieben werden, sind im Rahmen eines Share Deals von einem Privateigentümer an die Landmarken AG gegangen. Das Gebäudeensemble von 1999 mit rund 3.300 m² Mietfläche soll langfristig im Bestand gehalten werden.

„Für uns ist das eine optimale Ergänzung unseres Bestandsportfolios“, erklärt Patrick Leenings. Ein neuer Mietvertrag mit der Janus-Klinik wurde auf 15 Jahre abgeschlossen. Der Kaufvertrag wurde Anfang Juli unterschrieben.

Büros in Bonn-Beuel, An der Küppe 2

Bonn bleibt ein wichtiger Zielmarkt für die Expansionsstrategie der Landmarken AG: Im Stadtteil Beuel konnte ein Bürokomplex mit ca. 8.050 m² Mietfläche erworben werden. Der Komplex aus zwei Teilgebäuden von 1982 und 1990 liegt in Nachbarschaft verschiedener Bundesimmobilien und hat eine schnelle Anbindung an die Autobahn A 59.

Mieter ist noch bis August 2019 das Informationstechnikzentrum des Bundes. Nach dessen Auszug ist die komplette Entkernung und anschließende Revitalisierung des Gebäudes vorgesehen. „Dort werden coole, moderne Büroflächen entstehen, die vor allem für einen Single Tenant gut geeignet sind“, so Patrick Leenings.

Verkäufe

Gut-Dämme-Straße 1: Weiteres Teilstück für Büroflächen verkauft

Ein weiteres Teilstück des ehemaligen POCO-Geländes an der Gut-Dämme-Straße in Aachen hat die Landmarken AG veräußert. Der Käufer wird auf dem 8.400 m² großen Grundstück Büroflächen realisieren, ein Hauptmieter ist bereits gefunden. Innerhalb von weniger als einem Jahr konnten damit drei Viertel der insgesamt knapp 20.000 m² großen Fläche vermarktet werden (siehe auch S. 22).

Pascalstraße 51: Expansion im Aachener „Silicon Valley“ möglich gemacht

Der Aachener IT-Spezialist Inform ist Marktführer für intelligente Software zur optimierten Planung und Disposition. Um im Aachener „Silicon Valley“, wie die Pascalstraße auch genannt wird, expandieren zu können, hat Inform nun das Bürogebäude P51 erworben und damit die ideale Erweiterungsmöglichkeit gefunden, um sein erfolgreiches Wachstum fortsetzen zu können.

De-Gasperi-Straße 3 geht an Family Office

Im Gewerbegebiet Aachener Kreuz in Würselen hat die Landmarken AG das Geschäftshaus De-Gasperi-Straße 3 an ein israelisches Family Office verkauft. Hauptmieter ist das Fashion-Outlet Robert Ley. „Wir freuen uns, dass wir für diese Immobilie einen Käufer gefunden haben, der den bonitätsstarken Mietern ein guter Ansprechpartner sein wird“, sagt Henrik Scholz, Unitleiter Investments und Mitglied der Geschäftsleitung der Landmarken AG.

Landmarken-Projekte räumen bei polis Awards ab

So sehen Sieger aus: Erfolgreiche Landmarken-Projekte bei den polis Awards geehrt

Gleich dreimal durfte das Landmarken-Team bei der Verleihung der polis Awards im Rahmen der polis Convention in Düsseldorf jubeln. Die Entwicklung des Hansators in Münster hat den begehrten Award in der Kategorie „Urbanes Flächenrecycling“ gewonnen, zwei weitere Projekte landeten auf Spitzenplätzen. Die Landmarken AG wurde damit zum strahlenden Sieger am ersten Abend der Stadtentwicklungsmesse, nachdem alle drei eingereichten Projekte die Jury überzeugen konnten. Über 120 Bewerbungen hatte es insgesamt in den fünf Kategorien gegeben.

Als Musterbeispiel eines urbanen Flächenrecyclings wurde die Entwicklung des Hansators ausgezeichnet, das aus einer vernachlässigten Brachfläche entsteht, die als Bahnhofsrückseite keiner geregelten Nutzung diente. Ohne Verbrauch wertvoller Grünflächen entsteht hier ein neues, urbanes Quartier (siehe auch S. 20). Den zweiten Platz in der Kategorie „Reaktivierte Zentren“ erlangte das Landmarken-Projekt am Theaterplatz in Aachen, wo an einem durch Leerstände geprägten Standort ein attraktiver Nutzungsmix inklusive Denkmalschutz entsteht (siehe auch S. 14).

Abgerundet wurde der durchschlagende Landmarken-Erfolg durch das bereits abgeschlossene Projekt DIGITAL CHURCH, das in der Kategorie „Soziale Quartiersentwicklung“ den vierten Rang belegen konnte. Die ehemalige Kirche St. Elisabeth war vom Landmarken-Team in Deutschlands erstes Co-Working-Space in einem Kirchenschiff umgewandelt worden und beherbergt heute das Digitalisierungszentrum digitalHUB Aachen. Mitten in einem Stadtteil mit besonderem Erneuerungsbedarf hat die DIGITAL CHURCH den Startschuss für neue Entwicklungschancen, z. B. durch weitere Unternehmensansiedlungen gesetzt.

„Dieser Erfolg ist wirklich etwas Besonderes“, sagte Landmarken-Vorstand Norbert Hermanns. „Dass wir mit allen drei Einreichungen so weit vorne lagen, ist das schönste Lob für die tolle Arbeit unseres ganzen Teams!“

Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

JANA SCHENDEKEHL
Projektentwicklung / Assistenz Münster
jschendekehl@landmarken-ag.de

JANINA LAMBERTUS
Projektentwicklung
jlambertus@landmarken-ag.de

KOLJA LINDEN
Leitung Unternehmenskommunikation
klinden@landmarken-ag.de

MAX DEUTZ
Unternehmensassistenz
mdeutz@landmarken-ag.de

MICHAEL LEHNEN
Gewährleistungsmanagement
mlehnen@amwprojekte.de

MONA NELLESSEN
Auszubildende
mnellessen@landmarken-ag.de

SEBASTIAN POTZ
Technische Projektleitung
spotz@landmarken-ag.de

STEPHAN WEITZ
Vorstandsreferent
sweitz@landmarken-ag.de

Beste Stimmung beim Sommerfest

Spanferkel vom Grill und Musik vom „Lagerfeuer“ – so jedenfalls hieß das Trio, das dem Landmarken-Team, seinen Familien, Freunden und Partnern so richtig einheizte. Beim alljährlichen Sommerfest in Haus Ficht am 28. August herrschte mal wieder beste Stimmung!

Die gemeinsame Party, fester Bestandteil im Unternehmenskalender, wird immer mehr zum Familienfest. So viel Nachwuchs wie in diesem Jahr war rund um Hüpfburg, Sandkasten und Kinderschminken selten gesehen. Klar, dass es gerne noch mehr werden dürfen!

Wer Lust hatte, konnte vor dem Dunkelwerden noch seine Geschicklichkeit beim Bogenschießen austesten – schnell wurde jedoch klar, dass Präzision am Bau und Präzision am Pfeil zwei verschiedene Paar Schuhe sind. Gute Gespräche und leckeres Essen erwiesen sich da für manchen Teilnehmer eindeutig als die bessere Wahl.

Gefeiert wurde anschließend bis spät in die Nacht, mit Cocktailbar und DJ waren beste Voraussetzungen für einen gelungenen Tanzabend geschaffen. Unbestätigten Gerüchten zufolge sind die letzten Partygäste erst kurz vor Eintritt der Morgendämmerung nach Hause gekommen. Durchhaltevermögen ist eben auch so eine Landmarken-Stärke.

Notiz

Laufende Landmarken bei B2Run

Starkes Team: Beim Firmenlauf B2Run im Aachener Sportpark Soers sind 15 laufende Landmarken gestartet und haben ihr Team würdig vertreten. Auch wenn sich die sportlichen Leistungen sehen lassen konnten – es ging um den Spaß und nicht ums Podium. Spitzenplätze belegen wir weiterhin lieber bei Wettbewerben in der Projektentwicklung!

Wir sehen uns auf der EXPO REAL 2018 in München

Als Partner der Städte werden wir diesmal gleich vierfach vertreten sein: Sie finden uns vom 8. bis 10. Oktober an den Ständen von Aachen (B1.311), Bonn (B2.444), Münster (B2.242) und erstmals auch Bochum (B1.330).

Wir freuen uns auf Sie! Vereinbaren Sie gerne einen Termin mit unseren Kolleginnen und Kollegen unter:
T. +49 (0)241 1895-100 oder info@landmarken-ag.de.

Workshop: Das beste Büro der Welt wird von denen mitgestaltet, die es nutzen werden

Das beste Büro der Welt ist das Ziel

Die Landmarken AG wächst und braucht bald neue Räume. „Wir wollen dafür das beste Büro der Welt entwickeln“, sagt Landmarken-Vorstand Norbert Hermanns. Urban, schick, klar strukturiert und mit optimal ausgestatteten Bereichen für alle unterschiedlichen Arten zu arbeiten: ob einzeln oder zu zweit, ob in der Gruppe, am Telefon, per Video oder im großen Meeting. Digital und vernetzt, mit Kommunikations- und Rückzugsräumen. Das eigene Büro als Blaupause für künftige Projektentwicklungen. Um dafür das beste Ergebnis zu entwickeln, hat eine interne Arbeitsgruppe der Landmarken AG einen Prozess angestoßen, in den das gesamte Team in mehreren Workshops eingebunden ist. Begleitet wird dieser Prozess von den Experten der Firma „if5 anders arbeiten“.

Den Auftakt machte ein „World Café“ in großer Runde im ehemaligen „Lust for Life“ in Aachen. Nach einer Einleitung von Landmarken-Vorstand Dr. Oliver Bäumler diskutierten in diesem Workshop-Format drei Gruppen an wechselnden Tischen Ideen und Konzepte, die anschließend gemeinsam priorisiert wurden.

So ist der erste Schritt hin zu attraktiven und inspirierenden Arbeitsräumen gemacht. Mit daran angebundenen Dienstleistungen und Angeboten für die perfekte Work-Life-Balance sind Arbeitgeber künftig gut gerüstet für den „War for Talents“, den Kampf um die besten Fachkräfte. Und sie gewinnen zufriedene, motivierte und kreative Mitarbeiter.

Start-up Culture Club

Die Landmarken AG hat den „Start-up Culture Club“ ins Leben gerufen. Ziel dieses neuen internen Programms ist es, die Start-up-Kultur der Landmarken AG in ein strukturiertes Format zu bringen, um aus Impulsen und Ideen heraus nachhaltige Vorhaben zu entwickeln und zu einem konkreten Ergebnis zu führen. „Wir wollen Themen definieren, die für unsere Projekte, unsere Kunden und unsere Unternehmensentwicklung Mehrwerte bringen können“, sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling und führt weiter aus: „Daraus entstandene Ideen wollen wir gezielt in einen konkreten Wertbeitrag umwandeln.“

Im „Start-up Culture Club“ sind einzelne Arbeitsgruppen entstanden, kleine Teams, die in kurzen Sprints an Projekten arbeiten. Jedes Team wird von einem Projektverantwortlichen geleitet, dem sogenannten Owner. In regelmäßigen Reviews präsentieren die Owner alle sechs bis acht Wochen die Zwischenergebnisse – immer mit dem Ziel vor Augen, am Ende ein umsetzbares Ergebnis vorzustellen. Die Einführung einer neuen Software für interne Prozesse kann dabei genauso ein Thema sein wie die Entwicklung neuer Produkte oder des neuen Büros der Landmarken AG. „Wichtig ist die Fokussierung auf Vorhaben, die Erfolg versprechen. Dabei wird empirisch und nutzerorientiert gearbeitet“, sagt Andreas Diehl, der die Landmarken AG als Coach bei ihrer digitalen und agilen Unternehmensentwicklung berät.

In der DIGITAL CHURCH entsteht die Zukunft

Der passende Ort für den ersten Review-Termin war schnell gefunden: die DIGITAL CHURCH, die mit ihrer spirituellen Atmosphäre Kreativität und Ideenreichtum fördert.

Impressum: Landmarken AG / Karmeliterhöfe, Karmeliterstraße 10, 52064 Aachen // T. +49 (0)241 1895-100, info@landmarken-ag.de, www.landmarken-ag.de //
Vorstand: Norbert Hermanns / Jens Kreiterling / Dr. Oliver Bäumler //
Redaktionsleitung: Kolja Linden // Gestaltung: Anne Bissels – Büro für Gestaltung / www.annebissels.de

Cover, Rückseite und S. 09: Architektur, Entwurf, Visualisierung: ZHAC Zweering Helmus Architektur + Consulting // S. 03 Gruppenfoto: Carl Brunn // S. 04 – 05 Fotos: Matthias Sandmann, newspot GmbH // S. 06 Foto Tobias Fuchs: Carl Brunn // S. 07 Foto Dr. Dudda: Thomas Schmidt, Stadt Herne, Foto Veranstaltung: Nina-Maria Haupt, Stadt Herne, Architektur, Entwurf, Visualisierung: HPP Architekten // S. 08 Foto Architekten: ZHAC Zweering Helmus Architektur + Consulting, Foto Pressekonferenz: Landmarken AG // S. 10 – 11 Fotos O-Werk: Landmarken AG, Visualisierung O-Werk: RKW Architektur +, Architektur, Entwurf, Visualisierung Gesundheitshaus: pinkarchitektur / Virtuell Format Korczowski // S. 12 Architektur, Entwurf, Visualisierung Hotel: kadawittfeldarchitektur / rendertaxi, Foto Pressekonferenz: Landmarken AG, Foto Ashok Sridharan: Regina Spitz/Bundesstadt Bonn // S. 13 Architektur, Entwurf, Visualisierung: Meyer Schmitz-Morkramer, Foto Frederike Stark: Carl Brunn // S. 14 – 15 Architektur, Entwurf, Visualisierungen Bankhaus: kadawittfeldarchitektur, Fotos Baustelle und Archäologie: Landmarken AG // S. 16 – 17 Entwürfe, Skizzen, Visualierungen: Architekturbüro Hector3 und GTL Landschaftsarchitektur, Portraitfoto: Prof. Westerheide, Veranstaltungsfoto: ISR Innovative Stadt- und Raumplanung GmbH // S. 18 – 19 Fotos Gebäude: Andreas Horsky, Fotos Velocity, Familie Glar: Landmarken AG // S. 20 Architektur, Entwurf, Visualisierung: kadawittfeldarchitektur, Fotos: Landmarken AG // S. 21 Fotos Gebäude: Andreas Horsky, Gruppenfoto: Landmarken AG, Andrea Czaika // S. 22 Architektur, Entwurf, Visualisierung: Goldbeck, Foto: Landmarken AG // S. 23 Architektur, Visualisierung: Reppco GmbH / rendertaxi, Wegeverbindung, Visualisierung: k+, Foto Thomas Binsfeld: Carl Brunn // S. 24 Fotos: Landmarken AG // S. 25 Foto polis Awards: NEOVISION, Tim Schumacher, Mitarbeiterfotos: Carl Brunn // S. 26 – 27 Fotos Veranstaltungen: Landmarken AG, Foto DIGITAL CHURCH: Matthias Moll, feinskript GmbH

klimaneutral gedruckt
www.klima-druck.de
ID-Nr. 1875015
bvdm.

MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C022094
www.fsc.org

Mitglied der DGNB
Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen
German Sustainable Building Council

MITGLIED IM FÖRDERVEREIN BUNDESSTIFTUNG baukultur

LANDMARKEN AG
Impulse setzen. Zukunft gestalten.