LANDMARKE

Das Firmenmagazin der Landmarken AG

Frühling / Sommer 2019

+ BESUCHEN SIE UNS AUF DER POLIS CONVENTION! 15. bis 16. Mai in Düsseldorf, Stand A.03.2 +

№ 21

Warum es uns gibt: Der Kern unseres Antriebs als Entwickler — Seite 04 – 05

Cover: Neuer Publikumsmagnet für Aachens Innenstadt — Seite 14 – 15

Düsseldorf: Top-Resonanz auf Wettbewerbsbeiträge — Seite 18 – 20

LANDMARKEN AG

Impulse setzen. Zukunft gestalten.

INHALT

INHALT · EDITORIAL	02 – 03
WARUM LANDMARKEN? UNSERE PRINZIPIEN	04 – 05
ERSTE LANDMARKE FÜR KÖLN: KITE	06 – 07
NEUE UNIT BONN-PFALZ	08
DESIGN-HOTEL FÜR BONN	09
SCHWERPUNKT BAU INTERVIEW · BAUSTELLE HANSATOR · NEUE UNIT-LEITUNG	10 – 13
INNENSTADTENTWICKLUNG AACHEN: PUBLIKUMSMAGNET UND BESTE BÜROWELTEN MOTEL ONE · BANKHAUS AM THEATER · WE PARTMENT	14 – 17
DOPPELTER AUFSCHLAG IN DÜSSELDORF: WETTBEWERB KAISTRASSE · WOHNVISION GOL:DECK	18 – 20
NEUE HÖFE BELEBEN HERNE	21
BOCHUM: NEUE BÜROWELTEN FÜR MARK51°7 · O-WERK	22 – 23
VILLA AMALIA, HINGUCKER IN WUPPERTAL	24
TEMPORÄRE NUTZUNGEN, HIN & WEG	25
SCHNELL UND EFFIZIENT: PICK-UP IM QUARTIER NORD, AACHEN	26
BÜRO UND GEWERBE FÜR AACHEN	27
LANDMARKEN AG INTERN: WECHSEL IN DER GESCHÄFTSLEITUNG · POLIS CONVENTION · FIABCI AWARD · RÜCKBLICK NEUJAHRSFEIER · DEVELOPER MEETING · NEUE KOLLEGEN	28 – 31

Das Team der Landmarken AG

Liebe Leserinnen und Leser,

sind wir einzigartig? Und wenn ja: Was macht uns so speziell? Als Landmarken AG sind wir stolz auf unsere Arbeit, auf unsere Projekte, unser Team und den besonderen #Landmarkenspirit. Aber was sind eigentlich unsere Stärken, unsere Eigenheiten, unsere typischen Herangehensweisen an Aufgaben und Herausforderungen? Was bringen unsere Mitarbeiter mit ein? Was zeichnet sie aus? Wir sind überzeugt davon, dass das, WAS wir machen, gut ist. Weil die Art und Weise, WIE wir es machen, gut ist. Aber wir wollten es genauer wissen. Wir wollten zum Kern unserer Motivation vordringen, zu der Frage, WARUM wir etwas machen. Woher ziehen wir unsere Motivation? Was treibt uns an? Was sind unsere Prinzipien? Alle diese Fragen haben wir uns gestellt – in einem mehrmonatigen Prozess, in den viele Kolleginnen und Kollegen eng eingebunden waren. Die Antworten waren so inspirierend, dass wir sie in fünf Prinzipien unseres Denkens und Handelns überführt haben, die wir Ihnen in dieser Landmarke vorstellen möchten. Sie sind der Kern unseres Handelns, der Grund, warum wir jeden Morgen voller Motivation an die Arbeit gehen.

Diese Motivation hat uns zu dem gemacht, was wir sind, einer der führenden Projektentwickler in Nordrhein-Westfalen. Unser aktuelles Bauvolumen von rund 200 Mio. Euro – weitere 500 Mio. sind in der Pipeline – unterstreicht dies. In der Region Münster und im Ruhrgebiet mittlerweile fest etabliert, haben wir mit dem kite in Köln einen bemerkenswert starken Pflock in die Rheinmetropole eingeschlagen und auch in Düsseldorf aufhorchen lassen. All dies können Sie auf den folgenden Seiten nachlesen. Mehr als erfolgreich war auch unser Start in Bonn, wo wir seit 2018 bereits drei Projekte akquirieren konnten, von denen eins bereits im Bau ist. Die Bundesstadt hat uns mit offenen Armen aufgenommen, hier wollen wir uns auch künftig stark engagieren. Zugleich geht von dort unser Blick nach Rheinland-Pfalz, wo wir unseren Fokus auf ausgewählte Städte wie Koblenz, Trier oder Mainz richten werden. Dazu wurde im Frühjahr die jüngste Landmarken-Unit Bonn-Pfalz gegründet. Wir wünschen Frederike Stark, die die Unit leiten wird, viel Erfolg und werden sie nach allen Kräften unterstützen.

In dieser Ausgabe der Landmarke werden Ihnen viele neue Gesichter begegnen. Anke Hermanns zum Beispiel, die seit Januar Mitglied unserer Geschäftsleitung ist, oder Hendrik Bettenworth, der ihr bald folgen wird. Mehr als 20 weitere neue Kolleginnen und Kollegen kommen hinzu, die sich in den vergangenen Wochen und Monaten der Landmarken AG angeschlossen haben und unsere verschiedensten Unternehmensbereiche verstärken. Mit ihren Fähigkeiten bringen sie sich ein in unser höchst kompetentes Team, von dem wir überzeugt sind, dass es jede anstehende Aufgabe hervorragend lösen wird. Mit diesen großartigen Menschen – ob neu dabei oder alte Hasen – wollen wir lebendige Landmarken erschaffen und die Menschen begeistern. Das gesammelte Wissen dieses interdisziplinären Teams wollen wir nutzbringend einsetzen. So wie wir sind, als Start-up mit 30 Jahren Erfahrung, agil und stabil zugleich. Lassen Sie uns gemeinsam mutig das Besondere erfinden!

Persönlich treffen können Sie uns und viele Kolleginnen und Kollegen der Landmarken AG auf der polis Convention in Düsseldorf, wo wir am Aachen-Stand im Mai gewohnt starke Präsenz zeigen werden. Über einen Besuch würden wir uns sehr freuen. Einen tollen Überblick über unsere Arbeit und unsere Kultur finden Sie aber auch in dieser Ausgabe der Landmarke, mit der wir Sie wieder über die Vielfalt unserer Projekte informieren möchten.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Norbert Hermanns, Jens Kreiterling und Dr. Oliver Bäumler

Warum es uns gibt

Wofür steht die Landmarken AG? Wir wollten es genau wissen und haben uns auf die Suche nach dem Kern unseres Handelns gemacht. Dabei ging es uns nicht so sehr darum, was wir machen. Schon eher, wie wir es machen. Vor allem aber: WARUM gibt es uns, was ist unser Antrieb? In einem mehrmonatigen Prozess haben wir gemeinsam mit dem Landmarken-Team herausgearbeitet, was unser Markenversprechen ist und was fehlen würde, wenn es uns nicht gäbe.

Diesen Kern unseres Antriebs haben wir in vier Prinzipien überführt. Sie sind der Nukleus unseres Handelns, der Grund, warum wir jeden Morgen voller Motivation an die Arbeit gehen. Dies ist unsere gemeinsame Vision.

Den Menschen begeistern

Mensch sein bedeutet für uns auch: menschlich sein. Empathisch, mitreißend, begeisternd. Nur wer sich zum Menschsein bekennt, weiß auch, was andere Menschen wollen, erkennt ihre individuellen Bedürfnisse und weiß, wie er sie befriedigen und sogar übertreffen kann. Städte und die vielschichtigen Erwartungen ihrer Bewohner verstehen – zum Wohle des Menschen –, das ist der #Landmarkenspirit, der den Menschen in den Mittelpunkt stellt. So können wir Einzigartiges bewirken und schaffen faktische wie emotionale Mehrwerte für eine Gesellschaft, in der wir gut und gerne leben – auch auf lange Sicht und im Umgang miteinander.

Mutig das Besondere erfinden

Standard war gestern, Individualität und Innovation zählen heute und morgen. Das bedeutet für jeden Einzelnen von uns, die Dinge zu hinterfragen. Sie anders zu betrachten. Sich zu trauen, das Unbekannte und Neue zu suchen, statt im Althergebrachten zu verharren. Querdenker zu sein. Und ja: den Mut haben zu probieren und aus Fehlern zu lernen, um gemeinsam daran zu wachsen. So entsteht das breite Wissen unseres interdisziplinären Teams. Hierfür fördern wir Talent und übertragen dem Einzelnen größtmögliche Verantwortung. Aus Ideen und Impulsen heraus entwickeln wir in unserer „Zukunftswerkstatt“ nachhaltige Vorhaben und führen sie zu konkreten Ergebnissen. Schließlich sind wir von Natur aus neugierig. Und wir sind überzeugt: Nur wer Neues vorantreibt, wird die Welt verbessern.

Gesellschaftlichen Nutzen schaffen

Gemeinsam treten wir an, Städte nachhaltig besser und lebenswerter zu machen. Gesellschaftlicher Nutzen entsteht nicht nur durch die Schaffung einzigartiger Architektur, sondern vor allem durch die Entwicklung vitaler Orte und die harmonische Einbindung der Menschen, die wir so dazu inspirieren und motivieren, ihre individuellen Ideen zu verwirklichen. Mit einem hohen Anspruch an Qualität ist es für uns die schönste Aufgabe, lebendige Landmarken zu erschaffen, die der Stadt und ihren Menschen bestmöglich dienen.

Stabil bleiben, agil handeln

Unsere größte Stärke sind eigentlich zwei Stärken. Denn wir begreifen uns als ein Start-up mit 30 Jahren Erfahrung. Unser Know-how und wirtschaftliches Fundament geben uns Stabilität. Unsere Freude an den Menschen, unser Entdeckergeist, unser Mut, andere Wege zu gehen, geben uns dazu die nötige Flexibilität, um in vielen innovativen Bereichen mitzuspielen. Hier begreift sich jeder Einzelne als Unternehmer, der selbstbestimmt und eigenverantwortlich die Dinge vorantreibt – zum Wohle des großen Ganzen. Dieses Wechselspiel aus Stabilität und Agilität eröffnet uns neue Räume, erweitert unsere Möglichkeiten und schafft die Chance für neue frische Ideen und zukunftsweisende Lösungen im Markt.

Norbert Hermanns, Vorstandsvorsitzender Landmarken AG:

„Schon der Name Landmarken AG zeigt unser besonderes Selbstverständnis, aus dem sich ein hoher Anspruch an uns selbst sowie die städtebauliche und architektonische Qualität unserer Projekte ableitet. Wir wollen Standorte besser und Städte lebenswerter machen – der gesellschaftliche Nutzen steht im Vordergrund. Das ist unsere Vision, an deren Umsetzung wir tagtäglich mit großer Kompetenz, Motivation und Freude arbeiten.“

kite: Mitarbeiter im Mittelpunkt «

Erste Landmarke für Köln: Sparkasse KölnBonn setzt auf modernste Bürowelten

Die Sparkasse KölnBonn setzt für ihre Mitarbeiter auf ideale Office-Lösungen der Landmarken AG und zieht ins kite am Butzweilerhof. In dem Smart Commercial Building neuester Generation wird sie mit einem eigenen Sparkassen-Campus auf 16.000 m² Fläche zwei der drei Gebäudeteile belegen. Neben modernsten Bürowelten für rund 750 Mitarbeiter entstehen dort ein Konferenz- und Bildungszentrum sowie ein Betriebsrestaurant. Der langfristige Mietvertrag über 25 Jahre ist nicht nur ein deutliches Signal für das aufstrebende Kölner Quartier, sondern auch ein echter Meilenstein für die Landmarken AG als Entwickler intelligenter und nachhaltiger Büroimmobilien.

„Im kite legen wir besonderen Wert auf Gesundheit und Komfort der Nutzer", sagt Nils Perpeet, Leiter der Landmarken-Unit Büro- und Spezialimmobilien. „Das Konzept zur Schaffung gesünderer Arbeitsumgebungen und zur Steigerung des Wohlbefindens umfasst architektonische Merkmale genauso wie die Licht- und Luftqualität, digitale Services und den hohen Innovationsgrad des Ensembles. So wird das kite zum Vorreiter einer neuen Generation intelligenter, gesunder und nachhaltiger Bürogebäude."

Das Konzept des kite mit seinen leistungsfähigen Arbeitsplätzen umfasst nach Wunsch einen Digitalen Concierge, der zahlreiche Services und Features bietet, die das produktive Arbeiten und das Wohlbefinden der Mitarbeiter fördern. Diese und weitere Zukunftsthemen werden derzeit zwischen der Sparkasse und Landmarken abgestimmt. Dazu hat man sich bei einem gemeinsamen Grill-Event schon näher kennengelernt. Die Baugenehmigung für den Komplex wird bereits in Kürze erwartet, sodass der Baustart schon im 4. Quartal dieses Jahres erfolgen kann. „Eine Fertigstellung des gesamten kite mit drei Gebäudeteilen plus Parkhaus wäre dann bereits Mitte 2021 möglich", sagt Sebastian Potz, technischer Projektleiter der Landmarken AG.

Entworfen wurden die drei Büroblöcke mit großem Freiraumangebot, die sich zu einem Boulevard hin öffnen, von HPP Architekten. Einer der drei u-förmigen Baukörper ist noch frei, hier sind rund 7.000 m² Bürofläche für interessierte Mieter verfügbar. Im zusätzlich geplanten Parkhaus entstehen ausreichend Stellplätze für alle Nutzer. Zum modernen Mobilitätskonzept gehören zudem 185 Fahrradstellplätze sowie 60 Stellplätze für E-Mobilität mit Ladestationen, darunter 45 für PKW und für 15 E-Bikes.

Das ehemalige Flughafengelände Butzweilerhof ist ein dynamisch wachsendes, lebendiges Quartier mit Handel, Büros, Freizeitmöglichkeiten und Wohnen. „Wir haben schon früh an den ‚Butz' als Wohn- und Gewerbequartier geglaubt und setzen mit unserem Projekt einen wichtigen Impuls für dessen zukünftige Attraktivität", sagt Jens Kreiterling, Vorstand der Landmarken AG, und ergänzt: „Die Entscheidung der Sparkasse KölnBonn für unser Bürokonzept kite zeigt, dass der Mitarbeiter und sein Wohlbefinden im Mittelpunkt stehen. Dies ist auch integraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Die Menschen verbringen den Großteil ihrer Lebenszeit in Gebäuden. Es ist unsere Aufgabe als Projektentwickler, die technischen Möglichkeiten der Digitalisierung dafür einzusetzen, bessere Gebäude zu entwickeln, die komfortabel, gesund und effizient sind."

Der zukünftige Sparkassen-Campus im kite

Die Teams von Sparkasse und Landmarken beim Kennenlern-Grillen

Nils Perpeet, Leiter der Unit Büro- und Spezialimmobilien, Landmarken AG:

„Mit dem kite bringen wir das Konzept für ein Smart Commercial Building an den Markt, das durch die Implementierung innovativer Technik erhebliche Mehrwerte für seine Nutzer generiert. Dank der Kommunikation aller technischen Installationen untereinander und durch intelligente Datenauswertung wird ein effizientes Gebäude geschaffen, das mit zusätzlichen Features wie dem Digital Concierge zahlreiche Services bietet."

KITE, BUTZWEILERHOF IN KÖLN

Art & Projektstatus	Neubau in der Entwicklung
Standort	Butzweilerhof-Allee / Rudi-Conin-Straße, Köln
Grundstücksfläche	ca. 16.000 m²
Flächen	Büro ca. 26.400 m² BGF, ca. 23.000 m² Mietfläche, davon 7.000 m² noch verfügbar Parken im oberirdischen Parkhaus mit rund 500 Stellplätzen
Nutzung & Mieter	Sparkasse KölnBonn, Büro / Verwaltung, Gastronomie
Besonderheit / Sonstiges	Digitaler Concierge, Herzstück der Gesamtentwicklung Butzweilerhof mit Wohnen, Arbeiten, Naherholung, Gastronomie, Freizeit, Hotel etc.; sehr gute Anbindung Richtung Düsseldorf / Ruhrgebiet; kurzfristige Realisierung möglich, starke Nutzerorientierung
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/butzweilerhof
Ansprechpartner	Jochen Hermanns T. +49 (0)241 1895-310 jhermanns@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	HPP Architekten, Düsseldorf (Architektur)

Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Neue Unit Bonn-Pfalz: Viel Potenzial für großartige Projekte

Nach einem mehr als erfolgreichen Start in Bonn, wo seit 2018 bereits drei Projekte akquiriert werden konnten, hat sich die Landmarken AG entschieden, künftig den Fokus noch stärker auf die Bundesstadt, aber auch auf ausgewählte Städte im angrenzenden Rheinland-Pfalz zu lenken. Dazu wurde zu Jahresbeginn die jüngste Landmarken-Unit Bonn-Pfalz gegründet, die von Frederike Stark geleitet wird.

„Wir investieren in einen Standort, an dem wir in einem stabilen Umfeld langfristig sichere Bedingungen für uns und für Investoren sehen", sagt Frederike Stark mit Blick auf die hohe Innovationskraft und den starken Mittelstand in Städten wie Bonn, Koblenz, Trier oder Mainz. Leerstandsquoten, die wie in der Bundesstadt unter zwei Prozent liegen, bringen enorme Potenziale für den Markt.

„Vor genau zwei Jahren haben wir Bonn zur Fokusstadt gemacht – ein Feld, das seitdem von Frederike Stark gezielt bearbeitet wurde", sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling.

Diese Bemühungen haben bereits zu drei Projekten geführt: Das Hotel am Erzbergerufer ist bereits im Bau (siehe rechte Seite), der Umbau des Bürogebäudes An der Küppe in Bonn-Beuel steht in den Startlöchern und für die Projektentwicklung im alten Regierungsviertel zwischen Dreizehnmorgenweg und Godesberger Allee läuft nach erfolgreichem Architektenwettbewerb die Vorbereitung der Offenlage im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens.

„Wir fühlen uns hier sehr wohl und gut angenommen", sagt Jens Kreiterling weiter. Ganz im Sinne der Landmarken-Philosophie will die Unit Bonn-Pfalz, wie auch die 2018 gegründete Unit Metropole Ruhr, in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Akteuren vor Ort – Politik, Unternehmen, Wirtschaftsförderer und Hochschulen – gemeinsam die Städte gestalten und aus den jeweiligen Standorten heraus die individuell besten Lösungen entwickeln.

Frederike Stark, Leitung der Unit Bonn-Pfalz, Landmarken AG:

„Der Standort Bonn und die aufstrebenden Städte in Rheinland-Pfalz passen sehr gut zur Landmarken AG. Hier können wir uns vorstellen, unterschiedliche Themen zu bespielen und Konzepte umzusetzen, zum Beispiel in der Hochschulentwicklung, mit intelligenten Bürogebäuden oder mit Projekten des Co-Working und Co-Living. Auch im Bereich des öffentlich geförderten Wohnraums können wir uns – zum Beispiel mit unserem Konzept ‚Guter Freund' – sehr gut engagieren."

Zweiter Platz beim polis Award: Das Hotelprojekt am Erzbergerufer, hier der Blick vom Hotelfoyer Richtung Rhein

Hotel am Erzbergerufer: Abbruch erfolgt, neuer Anziehungspunkt entsteht

Der Abriss des ehemaligen Wohnheims und eines Teils des Bunkers am Erzbergerufer ist abgeschlossen, rund 6.400 Kubikmeter Schutt wurden abgeräumt und zum großen Teil wieder recycelt. Mit der Entwicklung des neuen Bonner Hotels neben der Beethovenhalle, das sich auf die erhaltene Bunkersohle stützt, wird ein traumhaft schöner Zugang zum Rhein und ein echter Anziehungspunkt für alle Bonner und ihre Gäste geschaffen. Ein lange vernachlässigter, zentraler Standort der Stadt wird so auf attraktive Weise reaktiviert.

Die Herausforderung des Bunkerteilabrisses mit dem Abbruch schwerer Bauteile mitten in einem Umfeld von Wohnbebauungen, Schule, Büros und einer Gasübergabestation war immens, wurde aber hervorragend gemeistert. Nun wird die Baugenehmigung in Kürze erwartet, sagt Projektleiterin Frederike Stark und betont: „Wir haben die Stadt Bonn in diesem Verfahren als sehr konstruktiven Partner kennengelernt."

Das Projekt, dessen Konzept weit über die im Investorenwettbewerb 2018 geforderte Hotelnutzung hinausgeht, hat seinen ersten Erfolg bereits vor dem Baustart eingefahren: Den zweiten Platz gewann es beim renommierten polis Award 2019 in der Kategorie Reaktivierte Zentren, weil es einen attraktiven, innerstädtischen Zugang zum Rhein schafft und den zentralen Ort neben der Beethovenhalle in hoher architektonischer und soziokultureller Qualität belebt.

„Wir entwickeln einen Kulturstandort und Treffpunkt für alle, der durch die konzeptionelle Integration des Themas Musik Beethovens 250. Geburtstag im Jahr 2020 Tribut zollt", freut sich Frederike Stark auf den perfekten Dreiklang aus Hotel, Gastronomie und Veranstaltungskonzept. Es entsteht ein Treffpunkt zum Verweilen und Genießen, dessen Terrasse mit Rheinblick zur Stadtbühne wird und Raum für kulturelle Darbietungen wie Open-Air-Kino und Konzerte schafft. „In den Gesprächen mit Mietinteressenten für die Gastronomie merken wir, welche große Ausstrahlung dieser Ort hat." Hotelbetreiber prizeotel identifiziert sich bereits voll mit dem Landmarken-Konzept. Star-Designer Karim Rashid hat das Thema Musik sogar in das eigens von prizeotel für Bonn entwickelte 3-Sterne-Konzept einfließen lassen.

„Dass ein Budget-Hotelbetreiber eine Rooftop-Bar betreibt, ist an sich schon ungewöhnlich. Absolut außergewöhnlich ist jedoch, dass sich prizeotel auf 25 Jahre verpflichtet hat, unserem Konzept folgend diesen Ort als Kulturstandort zu etablieren", sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling.

ERZBERGERUFER, BONN

Art & Projektstatus	Zuschlag im Rahmen eines Investorenwettbewerbs, Neubau, im Bau
Standort	Erzbergerufer 15, Bonn
Grundstücksfläche	ca. 3.100 m²
Nutzung & Mieter	Hotel – prizeotel mit 214 Zimmern, Gastronomie, Bar
Fertigstellung	geplant 2020
Besonderheit / Sonstiges	Das Hotel macht die Nähe der Stadt zum Rhein sichtbar. Zwischen Hotelzimmer-Solitär (oben) und Landschaftsteppich (unten) entsteht eine verglaste „Panorama-Fuge" (Lobby und Restaurant), die Terrasse wird zur „Beletage" mit Rheinblick.
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

GESELLSCHAFTLICHEN NUTZEN SCHAFFEN:
Ein zuletzt vernachlässigter Standort wird durch gute Architektur und ein ganzheitliches Nutzungskonzept reaktiviert und für alle Bonner und ihre Gäste erlebbar gemacht.

Schwerpunktthema Bau – Interview «

Auf Vertrauen und Kompetenz wird gut gebaut

Effizient, flexibel, kundenorientiert – so baut man Vertrauen. Mit einem jährlichen Bauvolumen von aktuell rund 200 Mio. Euro – Tendenz steigend – steht die Unit Bau für das Besondere der Landmarken AG: Als Entwickler und Investor ein Projekt auch zu steuern, zu planen und gemeinsam mit den Baupartnern schlüsselfertig zu erstellen. Um aus jedem Objekt effizient und termintreu eine Spitzenimmobilie zu machen, braucht es verlässliche und erfahrene Partner im Bau – Generalunternehmer (GU) wie Köster, Goldbeck, Zechbau oder Freundlieb. Am Ort unserer größten gemeinsamen Baustelle, dem Hansator Münster, haben wir darüber mit Landmarken-Vorstand Oliver Bäumler und Nils Köster, Geschäftsführer Köster GmbH für den Bereich Hochbau West, gesprochen.

Oliver Bäumler, Die Landmarken AG baut aktuell 13 Projekte in ganz NRW, 15 weitere sind in Planung. Wie wichtig ist da eine gute Partnerschaft zwischen Auftraggeber und GU?
Oliver Bäumler: Unser Bauvolumen ist stark gestiegen, die Projekte sind viel anspruchsvoller als früher. Deshalb hat für uns die Nähe zu guten Bauunternehmen eine viel größere Bedeutung gewonnen. Es ist entscheidend, dass man vertrauensvolle Partner für das Bauen an seiner Seite hat. Wir sind zwar auch fähig selbst zu bauen, tun das aber nur selten. Deshalb brauchen wir Generalunternehmer, die wissen was sie tun und nicht durch Überlastung oder fehlendes Personal den Ansprüchen hinterherhinken. Wichtig ist auch Erfahrung mit modernen Bauformen.

Umgekehrt stellen kompetente Bauunternehmer auch Anforderungen an ihre Auftraggeber, Herr Köster.
Nils Köster: Natürlich. Zunächst müssen die gegenseitigen Erwartungen klar sein, dann muss man tun, was man sagt. Das schafft Vertrauen. Wir machen zu Beginn immer einen Kunden-Workshop, in dem wir gemeinsam abstimmen, welche Erwartungen man hat und wie man miteinander umgeht. Sie haben bei uns einen festen Ansprechpartner für das gesamte Projekt. Mit regelmäßigen Statusberichten sorgen wir beim Kunden für Transparenz. Wir stellen uns eine Zusammenarbeit mit unseren Kunden auf Augenhöhe als Team vor.

Erfahrung und Kompetenz wurden eben auch schon angesprochen, wie steht es darum, Herr Köster?
Nils Köster: Ein Bauvorhaben wird dann erfolgreich, wenn wir den Bauablauf standardisieren können. Das ist unsere Art zu bauen. Dafür haben wir unser Köster-Prozess-System entwickelt, mit dem wir den gesamten Planungs- und Ausführungsablauf steuern. Ganz konkret: Es gibt ein digitales Abbild aller Baustellenabläufe, unseren Masterplan, in dem alle Bauabläufe dezidiert geplant und gesteuert werden können. So stellen wir sicher, dass wir die Erfahrung aus ca. 250 Bauvorhaben im Jahr nachhalten und in ein Projekt wie das Hansator in Münster einfließen lassen können. Dieses Prozess-System entwickeln wir ständig weiter.

Dafür braucht man gute Leute.
Nils Köster: Der beste Plan funktioniert nur mit kompetenten und erfahrenen Mitarbeitern. Das sieht man bei Landmarken sicher genauso und da ergänzen wir uns gut mit unseren Teams.

Wie wird sich der Markt künftig entwickeln, Stichwort: Steigende Baupreise?
Oliver Bäumler: Als Projektentwickler konnten wir steigende Baukosten bisher ganz gut verkraften, weil sich auch die Marktpreise für Projekte weiterentwickelt haben. Das wird nun anders werden. Die Projekte sind natürlich auch anspruchsvoller geworden und wir haben Druck von außen, z.B. durch erhöhte EnEv-Anforderungen. Es gibt also auch noch andere baupreissteigernde Themen als die auf der Marktseite.

Nils Köster: Die Bauwirtschaft wird dieses Jahr wieder um 5–6 % wachsen und auch nächstes Jahr wird es Preissteigerungen geben. Das wird sich durch die gesamtwirtschaftliche Entwicklung mittelfristig aber abflachen. Wir stellen eine generelle Segmentierung in der Baubranche fest, zum Beispiel im Logistik-, im Sozialimmobilien- oder im Wohnungsbau. Wir als Unternehmensgruppe wollen uns da konzentrieren und spezialisieren, um in den einzelnen Segmenten sehr stark zu sein. Zusammen mit einer engeren Verzahnung zwischen Planung und Ausführung, können wir so mehr Kostensicherheit garantieren.

Ist denn auch eine Kostenreduzierung möglich?
Nils Köster: Ja, wenn wir als ausführendes Unternehmen möglichst früh in der Planungsphase involviert sind. Wir wollen nach wie vor architektonisch tolle Entwürfe umsetzen, aber es macht Sinn, schon möglichst früh zusammenzuarbeiten, gegebenenfalls bei der Bedarfsermittlung. Wir haben uns eine hohe TGA-Kompetenz aufgebaut. Unsere rund 80 Ingenieure in diesem Bereich können im Budgetprozess Alternativen aufzeigen, die zu Kostensicherheit, und auch zu Kostenreduzierungen führen.

Oliver Bäumler: Wir haben Erfahrung in Einzelvergabe wie mit GU-Verfahren. Ich stelle bei beidem gerade in der Haustechnik die größten Kostenanstiege fest. Ich habe den Eindruck, dass auch die GUs da die größten Unsicherheiten sehen und deshalb bei sich die größten Sicherheiten einrechnen.

Köster-Gruppe

Die Köster-Gruppe ist deutschlandweit ein führender Anbieter der Bauindustrie im Hoch- und Tiefbau sowie im Tunnelbau. Das Leistungsspektrum reicht von der individuellen Planung bis zur schlüsselfertigen Erstellung. Partnerschaftlich, kompetent und lösungsorientiert werden maßgeschneidert Bauvorhaben über ein Netz von bundesweit 22 Niederlassungen und sechs Kompetenz-Centern mit mehr als 1.800 Mitarbeiter/innen realisiert.

Nils Köster

Nils Köster leitet seit 2019 als Geschäftsführer den Geschäftsbereich Hochbau West der Köster GmbH. Als Mitglied der dritten Inhabergeneration unterstreicht er die Positionierung der Köster-Gruppe als Familienunternehmen. Der Diplom-Bauingenieur (RWTH Aachen) und Immobilien-Ökonom verantwortete zuvor bereits verschiedene Bauvorhaben als Bau- und Projektleiter.

Kann es sein, dass dies die Haustechnik-Preise zusätzlich noch beschwert hat?
Nils Köster: Das kann ich nicht bestätigen. Als GU operierten wir in den letzten zwei Jahren eher als Puffer dazwischen und federten die Kostensteigerungen ab. Natürlich müssen auch wir solide wirtschaften.

Welche Kostentreiber gibt es denn noch?
Nils Köster: Faktoren wie steigende Löhne und Baustoffkosten müssen in den Kalkulationen berücksichtigt werden. Kostentreiber in der Umsetzung sind nach wie vor Änderungen, die sich erst im Verlauf ergeben. Je früher wir einbezogen sind und die Bauaufgabe klar ist, desto eher können wir das Risiko späterer Kostensteigerungen aufdecken und an dieser Stelle optimieren.

Gibt es denn auch Modelle, die künftig helfen können, Kosten oder Ressourcen zu sparen? Können wir effizienter werden, zum Beispiel mithilfe der Digitalisierung?
Nils Köster: Die digitale Transformation in der Bauindustrie hat gerade erst begonnen. Wir sehen da großes Potenzial, vor allem beim Thema Building Information Modelling (BIM). Wir haben bei uns ein Digitalisierungsressort gegründet, das unter anderem das modellbasierte Arbeiten vorantreibt. Die Grundlage der digitalen Transformation ist es, erst einmal analoge Prozesse zu digitalisieren und dabei die Potenziale besser auszuschöpfen. Da sehen wir zahlreiche Möglichkeiten, das Bauen effizienter zu machen. Wir nutzen zum Beispiel digitale Werkzeuge wie ein Mängelmanagement per App, das wir auch beim Bauvorhaben Hansator einsetzen werden. Darüber hinaus würde ich mich sehr konzentrieren auf die Verzahnung zwischen Planung und Ausführung. Durch modulare Bauweise und Vorfertigung, wie wir das jetzt beim Hansator mit den modularen Badzellen machen, ergeben sich zum einen Produktivitätsgewinne, zum anderen werden Ressourcen geschont.

Das Bauen der Zukunft wird sich stark verändern. Gilt das auch für die Partnerschaft zwischen Projektentwicklern und GUs, Stichwort: Partnering?
Oliver Bäumler: Wir beschäftigen uns gerade mit Formen der Zusammenarbeit, die über das klassische GU-Verhältnis hinaus geht. Diese führen auch dazu, dass man, wie Herr Köster bereits sagte, viel früher eine Verzahnung hinbekommt. Auch Joint Ventures sind möglich. Baupartner in eine Projektgesellschaft mit hinein zu nehmen ist eine Idee, über die wir tatsächlich nachdenken. Andererseits gibt es manchmal Gewerke, bei denen sich Preise zu einem früheren Zeitpunkt noch nicht fixieren lassen. An der Stelle fallen mir dann Modelle wie Cost+Fee ein, um nicht zu früh Preise festlegen und zu hoch ansetzen zu müssen. Das sind denkbare Sonderformen der Zusammenarbeit.

Haben Sie mit solchen Modellen schon Erfahrungen gesammelt, Herr Köster?
Nils Köster: Ja. Modelle wie GMP (garantierter Maximalpreis, die Red.) oder Cost+Fee sind natürlich sinnvoll, wenn man die Grundlagen des Bauvorhabens noch nicht komplett definiert hat oder flexibel bleiben muss. Solche Vertragsformen sind jedoch immer nur so gut, wie die Parteien miteinander umgehen. Die Konzentration sollte auf der Zusammenarbeit liegen und nicht auf einer zu komplizierten Vertragsgestaltung. Denkbar für die Zukunft sind z.B. Pre-Construction-Vereinbarungen.

Wie funktionieren die?
Nils Köster: Im Sinne einer frühen Zusammenarbeit wird die Bauunternehmung bereits in die Planung eingebunden und für die Pre-Construction-Phase ein Budget festgelegt, bei dessen Einhaltung automatisch ein GU-Auftrag erfolgt. Beide Seiten haben dann ein Interesse, dass das Budget eingehalten wird.

Nun haben wir über mögliche künftige Partnerschaftsmodelle gesprochen, aber wie sieht es aus beim Thema Technik der Zukunft?
Oliver Bäumler: Das ist natürlich extrem wichtig, aber noch sehr schwierig. Das Thema BIM zum Beispiel ist noch sehr unreif. Wir probieren es dennoch, denn wenn man es einmal trainiert hat, sehe ich Produktivitätsgewinne sofort, genauso wie Qualitätsgewinne.

Nils Köster: Das kann ich bestätigen. Wir setzen BIM-Manager ein, um einzelne Modelle zu koordinieren. Noch gibt es da aus meiner Sicht keine Produktivitätsgewinne, aber es ist ein Lernprozess, der Nutzen steigt.

Die Landmarken AG hat sich ja selbst auch Smart Commercial Buildings auf die Fahne geschrieben.
Oliver Bäumler: Es gibt einige Bauvorhaben, die sehr digital aufgesetzt werden. Unser kite in Köln wird ein Smart Commercial Building, mit dem wir eine hohe Digitalisierungsstufe aus Nutzersicht anbieten können. In Aachen werden wir mit der Hochschule als Forschungsträger ein sehr smartes digitales Gebäude auf dem RWTH Aachen Campus bauen und dort quasi trainieren, was „state of the art" machbar ist. Wir beschäftigen uns mit vielen Ideen, die in den verschiedenen Märkten unterwegs sind.

Nils Köster: Wir arbeiten auch mit jungen Unternehmen zusammen und testen verschiedene Konzepte aus. Das ist ein spannender Prozess, denn es gibt schon viele gute Lösungen.

Etwas, was es schon länger gibt, ist Lean Construction. Das hat weniger mit Digitalisierung, aber ganz viel mit Prozessoptimierung zu tun. Nutzen Sie das?
Nils Köster: Das ist Kernbestandteil unserer Art zu Bauen. Die Lean Production, die ja von Toyota kommt, haben wir bereits vor 15 Jahren in die Bauindustrie übersetzt und permanent weiterentwickelt. Daher kommt unser Köster-Prozess-System, mit dem wir Qualität, Zeit und Kosten sichern und Bauvorhaben optimieren. Das erreichen wir durch standardisierte Bauprozesse. Der architektonische Anspruch eines Gebäudes darf hoch sein, aber der Bauprozess, der dahintersteht, muss standardisiert sein.

Oliver Bäumler: Das höre ich gern, denn das ist Landmarken-Stil. Wir wollen überhaupt keine Standardgebäude entwickeln, alles was wir machen, ist höchst individuell. Die Prozesse sollen maximal standardisiert und digitalisiert sein, aber die Produkte dahinter müssen maximal individuell sein können.

Nils Köster: Individuelle Konzepte und standardisierte Prozesse, das ist auch unser Weg. Darin sind wir uns absolut einig.

Vielen Dank für das Gespräch!

Man trifft sich auf der Baustelle: Nils Köster (links) und Oliver Bäumler. Das jährliche Bauvolumen von Landmarken beträgt 200 Mio. Euro.

Bahnhof ganz neu gedacht: Münsters prominenteste Baustelle hat überregionale Bedeutung

HANSATOR
MÜNSTER

MUTIG DAS BESONDERE ERFINDEN:
Bahnhof ganz neu gedacht: Mit der Konzeption als urbanes Stadtquartier macht das Hansator den Bahnhof zum lebendigen Teil der Stadt mit allen Funktionen.

Die Entwicklung der Ostseite des Hauptbahnhofs Münster hat eine Bedeutung weit über die Westfalenmetropole hinaus, das wurde schon beim Spatenstich Ende November deutlich: Während sich nur wenige Meter entfernt der sogenannte Mäkler, eine Riesenfräse der niederländischen Spezialfirma Winmix, durch den Boden grub, griff unter anderem Ina Scharrenbach beherzt zum Werkzeug. Assistiert wurde die NRW-Bauministerin, die extra zum Spatenstich nach Münster gereist war, u.a. von Oberbürgermeister Markus Lewe, dem Konzernbevollmächtigten der Deutschen Bahn, Werner Lübberink, Architekt Gerd Wittfeld und Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling.

Seitdem ist bereits einiges passiert auf der prominent gelegenen Baustelle. Der Verbau zur Absicherung der Grube ist eingesetzt, aktuell werden zu diesem Zweck entlang der Baustellenkante die Anker gesetzt. Voraussichtlich im Juni kann im südlichen Teil der Baustelle mit dem Rohbau begonnen werden.

Auf der rund 8.200 m² großen Brachfläche entwickelt die Landmarken AG ein urbanes Stadtquartier mit Flächen für Wohnen, Gastronomie und Handel sowie ein von prizeotel betriebenes Economy-Design-Hotel. Der gemeinsam mit kadawittfeldarchitektur eingereichte Entwurf dreier Baukörper, die über ein Sockel-Erdgeschoss miteinander verbunden sind, war einstimmig als Sieger aus einem von Stadt und Bahn ausgerufenen Investorenauswahlverfahren hervorgegangen.

„Mit dem Hansator haben wir das Thema Bahnhof ganz neu gedacht", sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling. „Unser multifunktionales Konzept versteht den Bahnhof als Teil des Quartiers und soll einen Mehrwert für die ganze Umgebung schaffen. Nun lösen wir unser Versprechen ein, das Hansaviertel attraktiv mit dem Zentrum zu verbinden."

Das freut auch Oberbürgermeister Markus Lewe, der beim Spatenstich die Bedeutung für Münster und seine Bürger hervorhob: „Ich freue mich schon heute, wenn als abschließender Schritt die Ostseite des Hauptbahnhofs bebaut sein wird. Dann hat der Hauptbahnhof endlich zwei Schmuckseiten. Alles wird sich zu einem großartigen ganzheitlichen Erscheinungsbild zusammenfügen und der Hauptbahnhof wird neben der Verkehrsfunktion ein zentrales Verbindungselement zwischen Altstadt, Ostviertel und Hafenquartier sein."

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

W Erfolgreicher Wettbewerb

Spatenstich mit Ministerin: Bei so einem renommierten Projekt packen alle gerne mit an

HENDRIK BETTENWORTH
Leitung Baumanagement Süd, Aachen
hbettenworth@landmarken-ag.de

JOCHEN WISMANN
Leitung Baumanagement Nord, Münster
jwismann@landmarken-ag.de

Neue Gesichter, hohe Kompetenz

Schlank in der Struktur, aber mit breitem Leistungsspektrum und hoher technischer Kompetenz: Das Team der Unit Bau gibt den Landmarken-Entwicklungen ein Gesicht. Und in der Leitung des motivierten, leistungsbereiten und hochqualifizierten Teams findet man seit April sogar zwei Gesichter: Hendrik Bettenworth leitet das Baumanagement Süd von Aachen aus, Jochen Wismann ist in Münster für den Bereich Nord zuständig. „Damit werden wir unserem Wachstum gerecht und können unsere Aktivitäten, die sich auf ganz NRW und darüber hinaus ausdehnen, regional steuern", sagt Oliver Bäumler. Wir stellen die beiden vor:

Hendrik Bettenworth, MRICS, Leitung Baumanagement Aachen:

Der gebürtige Recklinghäuser (linkes Foto), der seit 2014 auch einen Lehrauftrag für Projektmanagement im Masterstudium Architektur der TH Köln bekleidet, wechselte im April zur Landmarken AG. Erfahrungen sammelte er zuvor u. a. als Projektleiter, Account Manager für internationale Großkunden und Abteilungsleiter für ca. 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Projektmanagement von Arcadis an den Standorten Hamburg, Hannover, Düsseldorf und Köln. Der Bauingenieur (RWTH Aachen) und Immobilienökonom (IRE|BS) freut sich „auf spannende neue Aufgaben und darauf, ein Teil des Landmarken-Teams in Aachen zu sein".

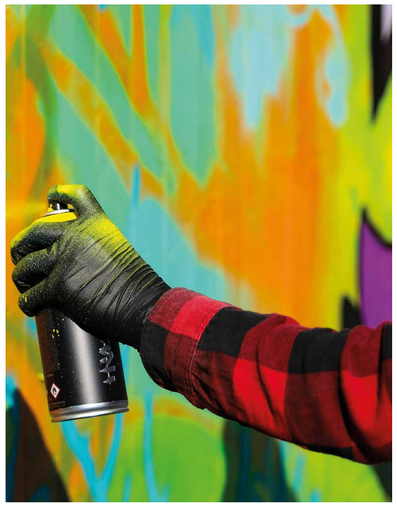
Jochen Wismann, Leitung Baumanagement Münster:

Jochen Wismann, der mit seiner Familie im südlichen Münsterland lebt, leitet seit 2018 das Baumanagement der Niederlassung in Münster und der Metropole Ruhr. Nach seinem Bauingenieur-Studium an der FH Münster sammelte er Erfahrungen als Bauleiter bei den Generalunternehmen Oevermann und Köster, ehe er zu HOCHTIEF Projektentwicklung in Osnabrück wechselte. Vor seinem Einstieg bei der Landmarken AG verantwortete der Immobilienökonom (IRE|BS) als Regionalleiter das Immobilienmanagement von TÜV NORD in Essen. Seine Passion ist das Umsetzen anspruchsvoller Bauprojekte mit der Entwicklung technisch hochwertiger Lösungen.

Bestens aufgestellt geht die Unit Bau in die Zukunft. Dafür stehen auch diese Neuzugänge, die das Team hervorragend verstärken: Hartwig Hildmann, Marcus Hohlstein, Julian Budde, Abdel Mouin Sibai (siehe auch S. 30).

Bunt und kreativ: Schüler nehmen sich den Bauzaun vor

In der zweiten Aprilwoche haben Schülerinnen und Schüler der Montessori-Schule Münster zur Spraydose gegriffen und sich den Bauzaun am Hansator vorgenommen – und das mit ausdrücklicher Erlaubnis. Die Graffiti-Kunstaktion war Teil der Projektwoche der Schule, zu der die Landmarke gerne ihr Okay gegeben hat. Das Ergebnis ist bunt, schrill und kann sich sehen lassen. Danke für Eure Kreativität!



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 (Architektur)

Attraktiver Handel und beste Büros für „New Work“: Neuer Publikumsmagnet für die Aachener City

Ein zukunftsorientiertes Modehaus und modernste Arbeitswelten als tolles Signal für die Innenstadt: Das Bekleidungshaus „das macht SiNN“ vergrößert sich deutlich und zieht in das ehemalige Horten-Haus der Landmarken AG, das in eine offene und moderne Mixed-Use-Immobilie umgewandelt wird. Über den drei Etagen mit einem wegweisenden SiNN-Flagshipstore entstehen attraktive und smarte Büros, in die die Landmarken AG selbst einziehen wird, sowie moderne Co-Working-Flächen, die angemietet werden können.

„Aachen ist für uns einer der wichtigsten Standorte. Wir wollen ein deutliches Zeichen setzen und unseren Kunden auf einer größeren, schöneren und komfortableren Fläche im Zentrum unser breit gefächertes Sortiment anbieten“, sagt Friedrich-Wilhelm Göbel, Generalbevollmächtigter der SiNN GmbH.

„Wenn ein Aachener Traditionsunternehmen an uns herantritt ist klar, dass wir unsere Unterstützung anbieten“, sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling, der sich auf ein wertvolles Stück Aachener Einzelhandelstradition freut, das als Publikumsmagnet mit einem zukunftsorientierten Konzept Kundenströme an den Holzgraben und Dahmengraben bringen wird.

Für Belebung sorgt auch das Landmarken-Team selbst, das direkt an der Planung für die über dem Modehaus liegenden Büros beteiligt ist. „Wir sind gerade mitten in einem spannenden Entstehungsprozess, da wir beste und modernste Bürowelten schaffen wollen und unsere Mitarbeiter mit verschiedenen Workshops eng in die Entwicklung dieser Ideenschmiede einbeziehen“, sagt Jens Kreiterling. Jochen Hermanns, Projektleiter für die Büroentwicklung, ergänzt: „Wir werden alle Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, um die Handhabung, Bedienung und Unterhaltung des Gebäudes für jedermann zu vereinfachen.“ Auch der Einsatz künstlicher Intelligenz, durch die das Gebäude lernt, die Haustechnik effizient zu nutzen, ist möglich.

„Inspiriert von den Ideen einer neuen Generation junger Arbeitnehmer, gestalten wir Arbeitsplätze heute nicht mehr als statischen Ort, sondern digital, mobil und vielseitig. Kreativität und Selbstständigkeit werden gefördert, Arbeit und Freizeit fließen ineinander“, so Jens Kreiterling weiter. Das ist das Konzept von „New Work“, nach dessen Kriterien sich das Büro der Zukunft gestaltet. Entscheidend ist der Mensch, deshalb steht der Nutzer mit seinen Bedürfnissen im Mittelpunkt. Rund um die Immobilie sind dabei viele Services angedacht, damit die Nutzer den Fokus auf die Arbeit erhöhen können und zugleich das Ziel einer guten Work Life Balance erreichen.

Jens Kreiterling, Vorstand der Landmarken AG:

„Das Bürogebäude der Zukunft ist ein Smart Commercial Building, flexibel und multifunktional, nachhaltig und identitätsstiftend. Es ist urban, aber auch digital und unterstützt Arbeiten von überall. Es ermöglicht alleiniges Arbeiten genauso wie Teamwork, Bildung und Geselligkeit. Als Landmarken AG wollen wir da Vorreiter in der Entwicklung sein.“

Aktuell läuft die Entkernung des Gebäudes aus den 1960er Jahren, das bis auf den Rohbau zurückgebaut wird. Es entsteht eine offene, von kadawittfeldarchitektur entworfene Architektur mit einer ganz neuen Fassadengestaltung, die die bisherige Verschlossenheit des Hauses aufbricht. „Das Gebäude wird ein dringend benötigter Impuls für den Stadtraum sein. Es wird komplett geöffnet und erhält eine neue Fassade“, sagt Architekt Gerd Wittfeld. So wird das Haus aus seiner doch eher abweisenden Schale befreit und im Stadtraum erlebbar gemacht.

Nach außen hin deutlicher sichtbar wird die Veränderung schon Ende Mai, Anfang Juni, wenn die graue, ehemalige Hortenfassade fällt. Für die zweite Jahreshälfte 2019 ist der Start der Rohbauarbeiten geplant, ehe voraussichtlich ab Anfang 2020 die neue Fassadengestaltung Formen annehmen wird. Mehr Offenheit und natürliches Licht wird es auch innen geben, dafür wird ein großer Lichthof in die dritte und vierte Etage eingeschnitten. Die unter dem Gebäude liegende heiße Rosenquelle soll in den Heizkreislauf des Hauses eingebunden werden. Der Einzug des Modehauses, das dann über rund 10.000 m² Verkaufsfläche verfügt, ist für das zweite Halbjahr 2020 geplant. Mit dem ebenfalls für diesen Zeitraum geplanten Einzug des Landmarken-Teams ist das Haus dann vollvermietet.

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

DEN MENSCHEN BEGEISTERN: Ein vormals abweisendes Haus öffnet sich der Stadt und den Menschen. Ein neuer Publikumsmagnet entsteht.

Notiz

Ausstieg aus der Büchel-Entwicklung

Lange Zeit hat sich die Landmarken AG im Auftrag der Büchel Immobilien GmbH in der geplanten Entwicklung des Altstadtquartiers Büchel engagiert. Schließlich war dieses anspruchsvolle Vorhaben jedoch mit einer Vielzahl von Erwartungen und Anforderungen verbunden, die eine wirtschaftlich tragfähige Lösung für private Bauherren faktisch ausgeschlossen haben. Deshalb hat die Büchel Immobilien GmbH im Frühjahr entschieden, das Projekt nicht weiter zu verfolgen.

Um der Entwicklung dieses für Aachens Zukunft so wichtigen Quartiers nicht im Wege zu stehen, hat sie der Stadt Aachen ihre sämtlichen Grundstücke zum Selbstkostenpreis angeboten, damit die Stadt das Projekt selbst stemmen und nach eigenen Vorstellungen gestalten kann.

Freundlich, offen und am Puls der Zeit: Der neue Anziehungspunkt an der Komphausbadstraße wird die Innenstadt beleben.

EHEMALIGES LUST FOR LIFE

Art & Projektstatus	Teilrückbau und Revitalisierung – im Umbau
Standort	Komphausbadstraße 10, 52062 Aachen
Grundstücksfläche	ca. 3.210 m²
Flächen	5 oberirdische Geschosse, 1 Untergeschoss, aktuell ca. 18.500 m² Nutzfläche
Nutzung & Mieter	Mixed-Use-Konzept: Bekleidungshaus SiNN, neue Bürowelten Landmarken AG
Baubeginn & Fertigstellung	1. Quartal 2019 (Teilrückbau) Fertigstellung 2020
Besonderheit / Sonstiges	Revitalisierung eines ehemaligen Horten-Kaufhauses, strategischer Standort in der Aachener Innenstadt, Rosenquelle unter dem Gebäude
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/galeria-kaufhof-haus-lust-for-life/
Ansprechpartner	Jochen Hermanns T. +49 (0)241 1895-310 jhermanns@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	kadawittfeldarchitektur (Architektur, Ausarbeitung Nutzungskonzepte)

Aachener Innenstadtentwicklung «

Blick von oben auf die Baustelle des Ensembles aus drei Projekten in zentraler Innenstadtlage

Grundstein gelegt: Am Theaterplatz entsteht ein neues Stück Aachen

Der Grundstein ist gelegt für das größte Stück Innenstadtentwicklung in Aachen: Wo früher trister Nachkriegs-Charme mit viel Leerstand dominierte, entwickelt sich ein lebendiges neues Stadtquartier mit einer Mischung aus moderner und historischer Architektur.

„Hier entsteht ein wichtiger Baustein der gesamten Zentrumsentwicklung“, sagte Landmarken-Vorstand Norbert Hermanns bei der Grundsteinlegung im März. „Wir haben diesen Standort von Anfang an ganzheitlich gesehen und wollen durch die Nutzungsmischung aus Hotel, Gastronomie, Arbeiten und Wohnen eine urbane Lebendigkeit schaffen. Das macht das Ensemble zu einem bedeutenden städtebaulichen Aufwertungsprojekt.“ Das Investitionsvolumen beträgt rund 60 Millionen Euro. Oberbürgermeister Marcel Philipp dankte der Familie Hermanns und der Landmarken AG für das Engagement in Aachen und freut sich über „einen wichtigen Impuls für den Wirtschafts- und Tourismusstandort Aachen“.

Auf rund 3.000 m² Fläche entstehen gleich drei Projekte, die gemeinsam ein modernes, innerstädtisches Ensemble bilden. Neben einem Hotel der Design-Budget-Kette Motel One mit rund 260 Zimmern wird das Boarding- und Apartmenthaus „WE PARTMENT – Leben am Elisengarten“ mit rund 85 Wohneinheiten realisiert, das die RWTH International Academy für internationale Studenten und Post Graduate Students betreiben wird. In einer Mischung aus alter und moderner Architektur von kadawittfeldarchitektur verschmilzt das historische Bankgebäude der früheren Dresdner Bank mit einem daran angesetzten Neubau zum Büroensemble Bankhaus am Theater.

Für das Motel One wird aktuell das Untergeschoss errichtet, beim Boarding- und Apartmenthaus beginnen die Arbeiten an der Bodenplatte. Auf der Fläche des Neubaus werden die Arbeiten weiter von Archäologen begleitet. Im Sommer sollen die Untergeschosse aller drei Neubauten fertiggestellt werden, um dann zügig die aufgehenden Bauteile errichten zu können.

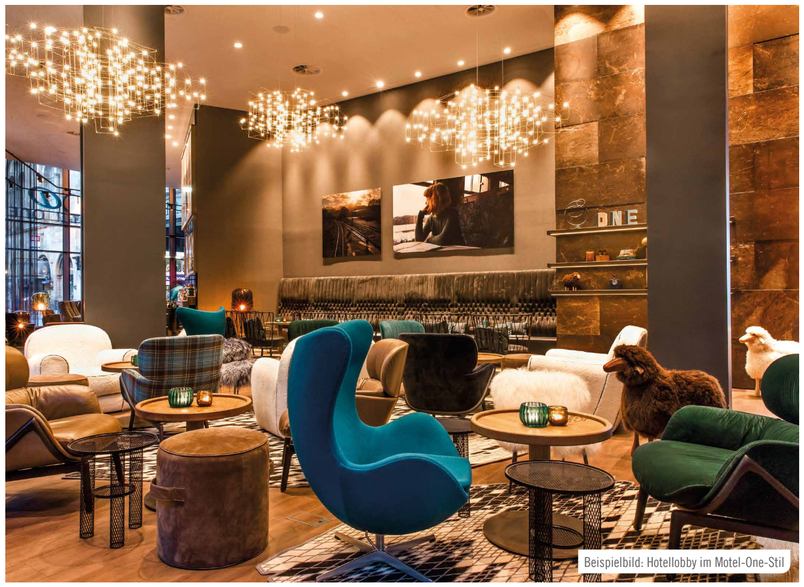
Das große Stadtentwicklungsprojekt zwischen Kapuzinergraben und Elisabethstraße dient der Aufwertung des gesamten Quartiers rund um das Theater und erfreut sich großer Anziehungskraft: Nachdem das Ensemble 2018 den zweiten Platz beim polis Award in der Kategorie „Reaktivierte Zentren“ erobern konnte, ist nun bis auf die Gastronomie im Erdgeschoss des Bankhauses, für die bereits konkrete Gespräche laufen, bereits alles vollvermietet. „Der enorme Run auf die Mietflächen zeigt, dass wir mit der Entscheidung für den Nutzungsmix in hochwertiger Architektur an diesem Standort absolut richtig liegen“, sagt Nils Perpeet, Leiter Büro und Spezialimmobilien der Landmarken AG. Wo früher teils jahrelanger Leerstand dominierte, wird also künftig lebhafte Betriebsamkeit herrschen.

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

MOTEL ONE

WE PART MENT

BANKHAUS AM THEATER



Beispielbild: Hotellobby im Motel-One-Stil

Nachbarn feiern mit:

Zahlreiche Gäste waren am 5. März dabei, als der Grundstein für das Ensemble gelegt wurde. Einen Tag nach Rosenmontag erfreuten sich neben OB Marcel Philipp und Vertretern aus Politik und Verwaltung auch viele Nachbarn an Grünkohl mit Mettwurst statt Kamelle. Die Armen-Schwestern vom hl. Franziskus steuerten einen Rosenkranz zum Grundstein bei, der die Arbeiter auf der Baustelle beschützen möge, und Theater-Intendant Michael Schmitz-Aufterbeck nutzte die Gelegenheit, die Vertreter der Stadt daran zu erinnern, dass nun der perfekte Zeitpunkt sei, die Umgestaltung des Theaterplatzes anzugehen. Eine Initiative, der sich die Landmarken AG gerne anschließt.

PROJEKTENTWICKLUNGEN AM THEATERPLATZ, AACHEN

Art & Projektstatus	Rück- und Neubau, Revitalisierung und Erweiterung Denkmal, im Bau
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

Düsseldorf / Wettbewerb Kaistraße «

Duftmarke in Düsseldorf: Landmarken-Konzept hinterlässt nachhaltig Eindruck

Mit einer fantastischen Konzeptstudie hat die Landmarken AG in einem Investorenauswahlverfahren der Stadt Düsseldorf aufhorchen lassen. Unter 51 eingereichten Angeboten landete der gemeinsam mit kadawittfeldarchitektur und Drees & Sommer vorgelegte Wettbewerbsbeitrag für ein Baugrundstück im Medienhafen in einer hauchdünnen Entscheidung auf Platz zwei. Das urbane Ensemble aus einem Hochhaus und einem flacheren Gebäude überzeugte vor allem mit hochwertiger Architektur und dem Nutzungskonzept aus Hotel, Gastronomien, neuen Handelskonzepten, Co-Working und neuen Bürowelten.

„Im ersten Moment gibt es nichts Ärgerlicheres, als einen zweiten Platz. Auf diesen aber sind wir zurecht sehr stolz“, sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling, denn mit ihrer ersten Wettbewerbsteilnahme überhaupt in der NRW-Landeshauptstadt hat die Landmarken AG eine vielbeachtete Duftmarke in Düsseldorf gesetzt – und das bei einem Projekt mit herausragender Bedeutung für die Stadt. Besonderes Lob gab es für die architektonische Gestaltung, den Nutzungsmix, das energetische und ökologische Konzept, die hochwertigen Freiräume und die Beziehungen der beiden Baukörper untereinander sowie zum städtebaulichen Kontext.

Vorgestellt wurde ein Nutzungskonzept, das zukunftsfähige Büroflächen, ein Design-Budget-Hotel, Co-Working und eine hochwertige Gastronomie mit Blick auf die Skyline des Medienhafens miteinander verbindet. Dazu Flächen für wechselnde Kulturangebote und eine urbane Markthalle mit regionalen Angeboten und hoher Aufenthaltsqualität. „Unser Ziel war es, das Quartier nachhaltig zu beleben und neue, attraktive öffentliche Angebote zu schaffen“, sagt Nils Perpeet, Leiter der Landmarken-Unit Büro- und Spezialimmobilien. Dazu gehört auch die Entwicklung einer Quartiers-App, die ansässigen Unternehmen und der Öffentlichkeit Zugang zu mehrwertschaffenden Möglichkeiten aus der Digitalisierung bietet. Eventmarketing, aktives Parkraummanagement, Dienstleistungs- und Serviceangebote sowie unternehmerische Vernetzung werden darin ebenfalls ermöglicht wie die komfortable Buchung von Sharing-Angeboten aus dem Mobilitätskonzept mit E-Bikes und E-Cars.

Ganz neu ist das vorgestellte Handelskonzept der Zukunft, das ohne Kassen auskommt, da Waren mit Sensoren erfasst und mobil abgerechnet werden können. Eine Abholstation für per App bestellte Frischwaren und Lieferung per E-Mobility ergänzen das Angebot. Bei Eröffnung wäre dies das innovativste Einzelhandelskonzept in Deutschland gewesen.

Durch hohe Flexibilität überzeugt vor allem das Bürokonzept: Im Mittelpunkt steht die Möglichkeit einer hochvernetzten, räumlich und zeitlich flexiblen Arbeitsorganisation, die sich an den individuellen Lebenskontexten orientiert und sämtliche Organisationsformen anbietet: Open Space Offices genauso wie Single- und Double Offices oder Mixed Office Space. „Egal ob für kleinere Unternehmen oder große Konzerne, mit unserer Vision von Arbeitswelten 4.0 sind wir ein echter Pionier für die Zukunft der Arbeit“, so Nils Perpeet.

MUTIG DAS BESONDERE ERFINDEN:
Unser Weg, einen innovativen Nutzungsmix mit einem ganz neuen Handelskonzept zu kombinieren, findet beachtliche Resonanz.

Cornelia Zuschke, Bau- und Planungsdezernentin der Landeshauptstadt Düsseldorf:

„Der architektonische Entwurf der Landmarken AG mit seinem zukunftsweisenden Nutzungskonzept und der Gestaltung des öffentlichen Raums war ein hervorragender Beitrag und absolut auf Augenhöhe mit dem Siegerentwurf, sodass es eine knappe Entscheidung war. Landmarken-Konzepte stehen immer für Qualität und kompetente Herangehensweise an komplexe Aufgaben. Wir sind froh, dass solch engagierte Entwickler sich für Stadtentwicklung in Düsseldorf interessieren.“

Smart und Service-orientiert: Ein Leuchtturm der Digitalisierung

Als Smart Commercial Building – ausgestattet mit einer Künstlichen Intelligenz – sah der Landmarken-Entwurf große Mehrwerte für Mieter und Nutzer, aber auch für die Stadt vor. In Partnerschaft mit Drees & Sommer wurde ein Konzept entwickelt, das die technischen Anlagensysteme miteinander verknüpft und die Bedienung des Gebäudekomplexes mit dem Smartphone und einer Quartiers-App, dem Digital Concierge, ermöglicht. Dieser versteht den Mitarbeiter als Gast, dem er den Aufenthalt so angenehm wie möglich macht – bis hin zu Community-Chat-Funktionen, die Menschen aller Mieteinheiten zusammenbringen, sei es zum fachlichen Austausch oder zum Sport in der Pause. Das Digitalisierungskonzept ließe sich sogar über die Gebäude hinaus auf das gesamte Quartier ausweiten, sodass das der Landmarken-Entwurf zur Keimzelle für eine digitalisierte und vernetzte Stadt Düsseldorf hätte werden können.

Gol:deck wirft Glanz auf Düsseldorfer In-Viertel

Auch in einem anderen Wettbewerb in Düsseldorf setzt die Landmarken AG gerade ein Ausrufezeichen: Bei der Ausschreibung einer Fläche im angesagten Stadtteil Niederkassel durch die Stadt liegt der gemeinsam mit konrath und wennemar architekten und ingenieure eingereichte Entwurf nun unter den letzten zwei von insgesamt über 30 Wettbewerbsbeiträgen.

„Eine grüne Oase mitten in der Stadt“, so lässt sich das architektonische Konzept des Wettbewerbsbeitrags beschreiben, das vier Baukörper mit vier bis acht oberirdischen Geschossen vorsieht, die sich harmonisch in die Umgebung einordnen und viel Platz für grünen Freiraum lassen. Besonders gut kam bei der Stadt auch der geplante Nutzungsmix an: Unterschiedliche Wohnungszuschnitte und Wohnkonzepte für Familien, Singles und Auszubildende mit einem hohen Anteil an preisgebundenem Wohnraum werden ergänzt durch eine Kindertagespflege und ein gastronomisches Angebot.

„Es war wirklich ein tolles Teamwork aller Projektbeteiligten“, lobt Landmarken-Projektleiter Arthur Kochel die partnerschaftliche Zusammenarbeit in der gesamten Wettbewerbsphase: „Ein überragendes Team, das zurecht ein super Ergebnis erzielt hat mit einem Entwurfskonzept, das sich sehen lassen kann.“ Freianlagen, das integrierte Infrastruktur-Konzept und die geplante Quartiers-App wurden gemeinsam mit RMP Stephan Lentzen Landschaftsarchitekten, inno2grid und Animus erarbeitet.

Mit Ghorban wurde bereits ein Gastronomiepartner gefunden, der morgens, mittags und abends für die Bewohner und Besucher des Quartiers da ist und vom Tasting bis zum Hochzeitsempfang viele Eventmöglichkeiten anbietet.

Nachhaltigkeit und Klimaschutz spielen eine besondere Rolle: Mit intelligenten Wärmenetzen, Quartiersstrom im Micro Smart Grid und einem Quartiers-Energiemanagementsystem erweist sich das energetische und ökologische Konzept als besonders effizient und ressourcenschonend. Auch die Flexibilität des Nutzungskonzepts überzeugte die Stadt Düsseldorf: Die für eine Großtagespflege für Kinder vorgesehene Fläche kann künftig ebenso in eine Familienwohnung umgewandelt werden wie die Flächen, die für Auszubildenden-WGs vorbehalten sind.

Der Name Gol:deck leitet sich ab aus den Begriffen Grüne Oase Lütticher Straße Düsseldorf. Ausgerichtet als digitales Quartier mit eigener App zur Bereitstellung von Mieterdiensten und Services verfügt das Gol:deck auch über ein intermodales Mobilitätskonzept mit guter ÖPNV-Anbindung und klimafreundlichen Sharing-Angeboten.

Janina Lambertus, Projektentwicklerin, Landmarken AG:

„Der Name Gol:deck ist für uns eine Verpflichtung. Wir haben von Anfang an Wert auf eine Quartiersentwicklung gelegt, die den Standort auch über das Grundstück hinaus deutlich stärkt.“

Nächste Meilensteine für „Neue Höfe Herne“

„Ein weiterer wichtiger Schritt auf dem Weg zur Revitalisierung unserer Innenstadt“, sagt Oberbürgermeister Dr. Frank Dudda und ergänzt: „Das Landmarken-Projekt hat eine solche Strahlkraft, dass es überregionale Beachtung finden wird.“ Gleich drei Meilensteine gab es zuletzt für die „Neuen Höfe Herne“ zu feiern: erste Teilbaugenehmigung für den Umbau, die Verpflichtung der Freundlieb Bauunternehmung als Generalunternehmer und die Vorstellung eines weiteren Mieters. Auf rund 2.300 m² im Untergeschoss wird die RSG-Group ein großzügiges, modernes Fitnessstudio einrichten. Für seine Studiokette McFIT hat das Fitness- und Lifestyle-Unternehmen einen langfristigen Mietvertrag unterzeichnet.

GESELLSCHAFTLICHEN NUTZEN SCHAFFEN:
Eine historische Landmarke wird wiederbelebt und erstrahlt in neuem Glanz.

„Dieses Signal bringt zusätzlichen Schwung in die weiteren Verhandlungen mit Mietinteressenten“, ist sich Thomas Binsfeld, Mitglied der Geschäftsleitung der Landmarken AG, sicher. Nach der Einigung mit McFIT sind genau zwei Drittel der rund 13.500 m² Fläche des ehemaligen Hertie-Kaufhauses vermietet. Rund 4.600 m² Bürofläche wird die FläktGroup Deutschland beziehen, auf rund 1.800 m² wird Regus einen modernen Co-Working-Space anbieten. Für das restliche Drittel – es sind noch 1.300 m² Bürofläche sowie rund 2.500 m² für Gastronomie und Einzelhandel verfügbar – laufen derzeit Gespräche mit interessierten Mietern.

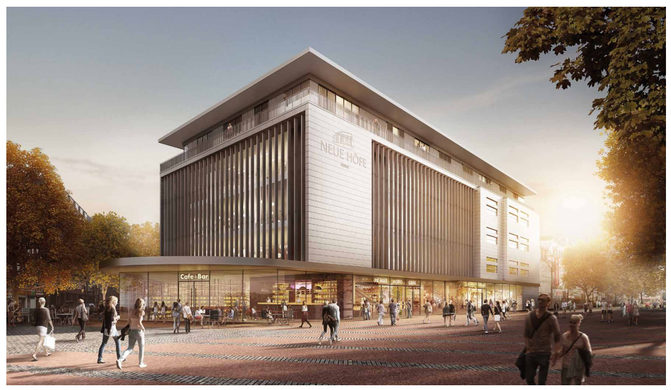
Die Bauarbeiten haben bereits begonnen. „Für dieses besondere Projekt war es uns wichtig, mit einem erfahrenen Partner am Bau zusammen zu arbeiten, der die Region sehr gut kennt“, sagt Landmarken-Projektleiterin Nadine Krotscheck, und Freundlieb-Prokurist Oliver Knüfermann spielt das Lob zurück: „Wir freuen uns auf eine spannende Bauaufgabe mit einem kompetenten Partner und darauf, zur Aufwertung der Herner Innenstadt beitragen zu können.“

Mit dem 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 leer stehende Handelsgebäude wird in eine zukunftsfähige Immobilie mit verschiedenen Nutzungen verwandelt und damit den Robert-Brauner-Platz sowie die ganze Innenstadt beleben. Dazu hatte die Landmarken AG bereits zu Jahresbeginn das benachbarte Parkhaus am Verweilplatz erworben, um einen Teil der 520 Stellplätze den künftigen Mietern und Nutzern anbieten zu können. Landmarken-Vorstand Dr. Oliver Bäumler: „Das Tempo, mit dem dieses Leuchtturmprojekt für Herne Gestalt annimmt, steigt. Wir wollen immer das beste Haus am Platz schaffen und hier entsteht das beste Haus am Platz.“

NEUE HÖFE HERNE

Art & Projektstatus	Zuschlag im städtischen Wettbewerbsverfahren, Revitalisierung im Bestand mit Denkmalschutz, im Bau
Standort	Bahnhofstraße 65–71, Herne
Grundstücksfläche	ca. 4.995 m² (inkl. Außenflächen)
Flächen	in Planung sind insgesamt 8 Etagen, ca. 13.500 m² Mietfläche, ca. 16.250 m² BGF
Nutzung & Mieter	Regus, FläktGroup, McFIT, weiter geplant: EZH, Gastronomie, Büro
Freie Flächen	ein Drittel
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)234 415665-02 nkrotscheck@landmarken-ag.de
Ansprechpartner Vermietung	Christian Lothmann T.+49(0)241 1895-253 clothmann@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	HPP Architekten, Düsseldorf (Architektur)

Erfolgreicher Wettbewerb



Engagement an der Ruhr: Viel Rückenwind für attraktive Büroflächen

Während im O-Werk Bochum die Umbauten im vollen Gange sind, die aus der ehemaligen Opel-Hauptverwaltung einen Innovation Campus machen (siehe unten), wird nebenan gerade der Bebauungsplan für die nächste Landmarke angepasst. Am Opelring entwickelt die Landmarken AG, die Ende 2018 dafür etwa 20.000 m² Flächen erworben hat, bis zu 50.000 m² modernste Büroflächen mit passenden Angeboten für Single und Multi Tenants. Die Planung ist in ihrer Struktur so flexibel, dass verschiedenste Bürokonzepte und Größenordnungen abgebildet werden können. Damit etabliert sich die Landmarken AG nicht nur als exzellenter Partner für zukunftsorientierten Strukturwandel, sondern immer mehr auch als führender Büroflächenanbieter in NRW.

In einem ersten Schritt sollen vis-á-vis zum O-Werk mehrere neue Baukörper entstehen. Einer davon könnte bis zu 16 Geschosse haben – ein Hochpunkt, der als echte Landmarke mit der historischen Landmarke O-Werk korreliert. Ohnehin steht bei der Entwicklung der Quartiersgedanke im Fokus: „Wir planen einen weiteren Beitrag zur Quartiersentwicklung, der mit der alten Opel-Hauptverwaltung und weiteren Projekten, die dort entstehen, interagiert“, sagt Christian Hehemann, der das Projekt aktuell von Münster aus leitet. Am O-Werk sind auch eine Kita und die Ansiedlung eines gastronomischen Angebots vorgesehen.

Auch der hohe architektonische Anspruch – sichergestellt durch die Zusammenarbeit mit HPP Architekten aus Düsseldorf – stößt bei der Stadt Bochum auf Zuspruch: Im Gestaltungsbeirat wurde die Landmarken-Vision bereits im März vorgestellt und die Verwaltung wird die erforderliche Anpassung des Bebauungsplans zügig auf den Weg bringen. „Der Rückenwind, den wir von der Stadt Bochum und der Bochum Perspektive 2022 bekommen, tut uns sehr gut“, sagt Christian Hehemann. „Wir sind zuversichtlich, dass sich dieser Standort in den nächsten drei Jahren hervorragend entwickelt und zu neuer Blüte findet. Es macht uns stolz, dass wir ein Teil davon sind.“

Christian Hehemann, Niederlassungsleitung Münster, Landmarken AG:

„Wir verstehen unsere Entwicklung moderner Arbeitswelten an diesem besonderen Standort als Beitrag zur Quartiersentwicklung. Für uns ist es eine wichtige Aufgabe und große Freude zugleich, Teil dieser zukunftsweisenden Entwicklung auf MARK 51°7 zu sein.“

Schon bald könnte es in dem attraktiven Umfeld von MARK 51°7, dem ehemaligen Opel-Werksgelände, deutlich mehr Arbeitsplätze geben, als zu Zeiten der Autoherstellung an diesem Standort. Die Erschließung jedenfalls schreitet voran, zahlreiche große und kleine Firmen haben sich bereits für eine Ansiedlung entschieden oder planen diese. Ein S-Bahnanschluss für die gute Erreichbarkeit wird noch gelegt, die Bushaltestelle gegenüber wird O-Werk heißen. Zudem ist die Anbindung an die Autobahn ganz hervorragend. Beste Bedingungen also für ein attraktives, zukunftsweisendes Quartier.

Aktuell laufen bereits sehr konkrete Gespräche mit Mietinteressenten. Für die Landmarken AG ein weiterer Baustein ihres Engagements im Ruhrgebiet, sagt Tobias Fuchs: „Die Stadt Bochum hat mit vielfältigen Aktivitäten den Transformationsprozess von der Industrie- zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft eingeleitet. Diesen Prozess werden wir durch eigene Projekte wie diese aktiv begleiten und vorantreiben“, so der Leiter der Landmarken-Unit Metropole Ruhr.

Eingerüstet: Beim O-Werk geht es jetzt an den Fensterausbau.

O-Werk: Umbau jetzt auch äußerlich sichtbar

Das Gerüst steht und der Austausch der Fenster kann beginnen: Auch von außen sieht man jetzt deutlich, dass sich das O-Werk mitten in der heißen Ausbauphase befindet. Für den Umbau wurde jetzt auch die Bauunternehmung Goldbeck beauftragt, die bereits die Entkernung der ehemaligen Opel-Verwaltung verantwortete.

Die Mieter dieses Innovation Campus stehen bereits fest: Jeweils rund die Hälfte der Flächen werden die Ruhr-Universität Bochum und das Online-Unternehmen babymarkt.de belegen. Sie freuen sich auf moderne Büro- und Kommunikationsflächen sowie Maker Spaces für die Uni, in denen kreativ und flexibel gearbeitet werden kann. Bauherr ist ein Family Office.

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Projektstudie: So könnte die zweite Landmarke des Quartiers auf MARK 51°7 künftig aussehen. Die Pläne der Architekten von HPP wurden dem Gestaltungsbeirat vorgestellt.

NEUBAUPROJEKT OPELRING, BOCHUM

Art & Projektstatus	Neubau, in Planung
Standort	Opelring, Bochum (auf MARK 51°7)
Grundstücksfläche	ca. 19.180 m²
Flächen	Mehrere Baukörper einschließlich eines Hochpunkts mit bis zu 60 Metern Höhe, 50.000 m² BGF möglich
Nutzung & Mieter	Büro, flexibel planbar, verschiedene Bürokonzepte möglich, evtl. ergänzende Gastronomie und Dienstleistung
Baubeginn & Fertigstellung	Baubeginn Mitte 2020, Fertigstellung Ende 2021 möglich
Besonderheiten / Sonstiges	Urbanes Flächenrecycling auf ehemaligem Opel-Werksgelände
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/opelring-bochum/
Ansprechpartner	Tobias Fuchs T. +49 (0)234 415665-01 tfuchs@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	HPP Architekten (Architektur)

Villa Amalia: Babylon Berlin spielt in Wuppertal – Projektentwicklung geht voran

Fernseher an und genau hingeschaut! Noch in diesem Jahr wird die dritte Staffel von Babylon Berlin auf Sky ausgestrahlt, im Herbst 2020 dann in der ARD. Einer der Drehorte der international erfolgreichen Krimiserie: die Villa Amalia in Wuppertal. Drei Tage lang war das Filmteam um Starregisseur Tom Tykwer vor Ort, um die Villa mit besonderer Atmosphäre als Kulisse für eine Reihe von Szenen zu nutzen.

„Die Villa ist als Drehort sehr beliebt“, sagt Projektleiter Arthur Kochel. Auch Modeshootings haben dort schon stattgefunden, zuletzt durch einen großen Modekonzern. RTL hat ebenfalls schon dort gedreht.

Vornehmlich kümmert sich Arthur Kochel natürlich um die Projektentwicklung im Auftrag eines Family Offices, und auch die geht voran. Geplant sind Wohnen und evtl. Gewerbe im ehemaligen Kutscherhaus, eine Neubauentwicklung „Wohnen am Briller Schlösschen“ sowie eine neue Nutzung der Villa selbst. Hier könnten Büros oder Praxen einziehen, aber auch eine Kita-Nutzung wird zurzeit konkret geprüft. Aktuell wird die Grundstücksteilung für die drei Projektentwicklungen finalisiert.

In der Villa im Stadtteil Brill, die auch Briller Schlösschen genannt wird, wurde die Aufzugsanlage bereits komplett erneuert, das Dachgeschoss ist entkernt und die zur früheren Altenheimnutzung eingebauten Bäder wurden wieder ausgebaut. Wer sich selbst ein Bild machen möchte, muss dafür nun nicht extra nach Wuppertal fahren. Babylon Berlin schauen genügt. Und die nächste Anfrage einer internationalen Kinoproduktion liegt bereits auf dem Tisch (siehe rechte Seite).

VILLA AMALIA, WUPPERTAL

Art & Projektstatus	Revitalisierung / Denkmal, Entwicklung Neubau
Standort	Briller Str. 117/117 a, Wuppertal
Grundstücksfläche	ca. 9.250 m² (zum Teil Landschaftspark)
Flächen	Villa Amalia: UG, EG, 1. OG, DG, ca. 1.250 m² Kutscherhaus: EG und 1. OG, ca. 250 m²
Nutzung & Mieter	Villa Amalia: zukünftig Büro / Praxis / Kita zur Vermietung Kutscherhaus: zukünftig Wohnen oder Büro Neubau: „Wohnen am Briller Schlösschen“
Baubeginn & Fertigstellung	Abbrucharbeiten ab 4. Quartal 2015, Baubeginn voraussichtlich 4. Quartal 2019
Informationen	www.landmarken-ag.de/villa-amalia-wuppertal
Ansprechpartnerin	Sylvia Friederich T. +49 (0)241 1895-141 sfriederich@pro.landmarken-ag.de

Hin & Weg: Wie die Nutzung auf Zeit Mehrwerte schafft

Nicht immer kann eine Immobilie sofort für eine dauerhafte Nutzung zur Verfügung stehen. Zum Beispiel, wenn nach dem Abschied eines Mieters eine neue Nutzungsidee geplant und entwickelt werden muss, oder wenn ein leerstehendes Gebäude erworben wird und für die neue Nutzung ein Bebauungsplan- oder Genehmigungsverfahren abzuwarten ist.

Aber auch dann muss ein längerer Leerstand nicht immer sein. So wie beim Kaufhaus Lust for Life in Aachen, das während der Zeit zwischen dem Auszug des bisherigen Mieters und dem Umbaubeginn im März (siehe S. 14 – 15) gleich für mehrere Zwischennutzungen genutzt werden konnte: Eine Ausstellungs- und Vortragsreihe des Bunds Deutscher Architekten (BDA) und das geförderte Projekt Shopping Lab Aachen mit dem Café Total der umtriebigen Designerinnen Patricia Graf, Julia Claire Graf und Anke Didier hatten beide die Entwicklung der Innenstadt im Visier. Während sich der BDA mit verschiedenen Aspekten der Stadtentwicklung beschäftigte, gab das Shopping Lab Einblicke ins Thema „Digitalisierung im Aachener Einzelhandel“. Entspannen und Kontakte knüpfen konnten im Anschluss junge Mütter und Väter beim ersten „Babykino Aachen“, das drei Tage lang im Café Total die Pforten öffnete.

Um Ideen für die Innenstadt ging es auch am benachbarten Dahmengraben. Um diesen zu beleben wurden in Kooperation mit dem Lehr- und Forschungsgebiet Immobilienprojektentwicklung der RWTH Aachen Ideen entwickelt. Dazu haben Architekturstudierende ein Ladenlokal der Landmarken AG zum Pop-up-Store umgestaltet, in dem junge Aachener Entwickler, Designer und weitere Kreative ihre Produkte anbieten konnten. Zugleich konnten Besucher ihre Vorstellungen für die Aachener Innenstadtentwicklung auf einer großen Wand hinterlassen.

„Wichtig ist uns der Mehrwert, den wir schaffen können, indem wir Leerstände auch als Chance begreifen, neue Ideen und innovative Projekte umzusetzen“, sagt Sabine Dinger. Sie leitet Hin & Weg, eine neue Betreibermarke der Landmarken-Unternehmensfamilie. Ziel von Hin & Weg ist es, temporäre Projekte strukturiert umzusetzen und Immobilien für Zwischennutzungen auszustatten und bereitzustellen. Im Fokus stehen die Themen Living, Store, Location, Events und Office.

Im Bereich Living ist dies zum Beispiel das Angebot von möbliertem Wohnen auf Zeit am Theaterplatz 1 in Aachen. Hier können z. B. Geschäftsreisende temporär Apartments anmieten, ehe der Umbau des Gebäudes beginnt, durch den insgesamt mehr Wohnraum geschaffen wird. Und wie groß die Nachfrage z. B. nach Locations für ein Modeshooting, einen Filmdreh oder ein Musikvideo ist, sieht man nicht zuletzt an der Villa Amalia (siehe linke Seite). Vor Anfragen jedenfalls kann sich Sabine Dinger derzeit kaum retten.

Sabine Dinger, Leiterin Zwischennutzungen:

„Temporäre Konzepte sind am Puls der Zeit. Durch kurzfristige Zwischennutzungen können wir einen Mehrwert generieren, der kreative und spannende Projekte ermöglicht.“

Zügig vorankommen dank Modulbauweise: Der Rohbau geht bereits in die dritte Etage.

Schnell und effizient: Pick-up in Sieben-Meilen-Stiefeln

QUARTIER NORD

Architektonisch anspruchsvoll, effizient und schnell: Gemeinsam mit dem Baupartner Goldbeck entwickelt die Landmarken AG für ein Family Office den nächsten Meilenstein für das Quartier Nord in Sieben-Meilen-Stiefeln. Nur fünf Monate nach dem Spatenstich im Dezember zieht Goldbeck gerade den Rohbau hoch und wird dank ausgeklügelter Modulbauweise bereits Mitte Juni damit fertig sein. Weil dann auch schon der Innenausbau beginnen kann, ist die Übergabe an die Mieter bereits für das erste Quartal 2020 geplant.

Außenwand-, Wand- und Deckenelemente wurden im Goldbeck-Werk in Hamm fertig produziert, per LKW nach Aachen transportiert und werden nun vom Kran positioniert. Die Module entstanden in Stahlskelettbauweise und wurden im Werk mit Beton gefüllt, Fenster mit Sonnenschutz sind direkt mit eingebaut. „Bei einem Besuch im Februar konnten wir uns selbst von den besten Bedingungen im Werk überzeugen, als gerade die Außenwandelemente für unseren Bau hergestellt wurden", sagt Landmarken-Projektleiterin Susanne Gellert.

„Der Pick-up wird ein weiterer Meilenstein für das Quartier Nord, das als qualitätsvoller Büro-, Handels- und Gewerbestandort immer mehr zum hochwertigen Eingangstor zur Stadt wird", sagt Landmarken-Vorstand Jens Kreiterling. „Vor allem aber schaffen wir hier an der Krefelder Straße dringend benötigte Gewerbeflächen für Aachen, die es ermöglichen, dass Unternehmen sich hier ansiedeln bzw. in Aachen bleiben und wachsen können."

Das Schöne: In der 5. Etage, sozusagen dem Panorama-Geschoss, sind noch 640 m² Premium-Bürofläche verfügbar, teilbar ab 310 m². Feststehende Mieter sind bereits die Cognex Germany Aachen GmbH, die mit 100 bis 120 Mitarbeitern 3.700 m² der insgesamt rund 4.900 m² Fläche im Pick-up belegen wird. Im Erdgeschoss wird der bisherige Nachbar Burger King auf knapp 600 m² seine Schnellgerichte anbieten.

Mit seiner besonderen Form – hinten zwei, vorne sechs Stockwerke – ist der Neubau einem Pick-up nachempfunden und wird mit einer sehenswerten Fassade zur Krefelder Straße hin weithin sichtbar das Stadtbild prägen.

PICK-UP, AACHEN

Art & Projektstatus	Neubau, im Bau
Standort	Krefelder Straße 218, Aachen
Grundstücksfläche	ca. 2.730 m²
Flächen	EG, 1.– 5. OG, insgesamt ca. 4.900 m² MF, davon Gastronomie: ca. 600 m², Büro / Praxis: ca. 4.320 m², davon freie Flächen: ca. 640 m²
Nutzung & Mieter	Cognex Germany Aachen GmbH, Burger King, Büro, Praxis, Gastronomie
Baubeginn & Fertigstellung	4. Quartal 2018, 1. Quartal 2020
Informationen	www.landmarken-ag.de/projekte/pick-up-quartier-nord/
Ansprechpartnerin	Susanne Gellert T. +49 (0)241 1895-142 sgellert@landmarken-ag.de
Projektbeteiligte	Goldbeck, Frechen (Generalunternehmer)

Werksbesuch in Hamm, v.l.n.r.: Sarah Weiß, Severin Scheib, Oliver Classen und Torsten Heinemann (Goldbeck) zeigten Susanne Gellert und Jochen Wismann (Landmarken AG) die Produktion der Außenwandelemente für den Pick-up.

DGNB Angestrebte Zertifizierung: DGNB Gold

Attraktive Büros und viel Grün: Neubauprojekt am Eisenbahnweg

Voller Einsatz für Büro und Gewerbe in Aachen

Mit ihrem Engagement an verschiedenen Standorten in Aachen unterstützt die Landmarken AG ganz massiv die Bemühungen der Stadt, den Mangel an Büro- und Gewerbeflächen zu beheben. Besonders hervorzuheben sind neben weiteren Projekten und Standorten das Quartier Nord (siehe linke Seite), die Gut-Dämme-Straße oder die Entwicklung am Eisenbahnweg in Aachen-Forst.

Dort entsteht im Auftrag eines privaten Bauherren in Kürze ein modernes Büroensemble mit großzügigen Grünanlagen in direkter Nachbarschaft zum Wohnquartier Guter Freund. Der von pbs architekten entworfene Komplex aus zwei Bauteilen stellt dem Aachener Büromarkt insgesamt rund 12.100 m² Mietfläche zur Verfügung. Eine Fertigstellung ist bereits im 4. Quartal 2020 möglich, zurzeit laufen schon konkrete Gespräche mit Mietinteressenten. Besonderer Wert wird dabei auf attraktive Grünflachen gelegt: So verfügt der größere Bauteil mit seinen 9.800 m² Mietfläche über einen begrünten Innenhof, der zum Ruhen und Verweilen einlädt, während auf dem Dach des kleineren Bauteils ein Rooftop Garden angelegt wird. Neben 200 PKW-Stellplätzen verfügt das Projekt auch über 210 gesicherte Fahrradstellplätze.

An der Gut-Dämme-Straße, wo die neuen Restaurants L´Osteria und The Ash bereits einen vielseitigen Mittagstisch bieten, werden weitere Büro- und Gewerbenutzungen ermöglicht. Auf 4.100 m² Fläche forciert die Landmarken AG dort selbst die Ansiedlung von Büro oder Gewerbe. Die Planungen laufen auf Hochtouren. Gebaut wird schon auf dem Nachbargrundstück, das die Landmarken AG an einen Investor veräußert hat, der dort Büroflächen realisiert, für die es bereits einen Mieter gibt.

Während sich der Pick-up im Quartier Nord mehr und mehr in die Höhe schraubt, plant die Landmarken AG schon weitere Gewerbeprojekte am Standort, so zum Beispiel ein Bürogebäude direkt neben dem Pick-up. Bisherige Meilensteine des Quartiers waren die Revitalisierung des Fachmarktzentrums an der Krefelder Straße 216, der Neubau für den Massivmöbel-Hersteller rs-Möbel und das Jobcenter der Städteregion, das 2015 nur zweieinhalb Jahre nach dem Zuschlag für die Landmarken AG im Investorenwettbewerb übergeben werden konnte.

Notiz

Müller kommt nach Kranenburg

Nächster Meilenstein für die Entwicklung des Fachmarktzentrums in Kranenburg: Für die Erweiterung der Einkaufsarena konnte nach REWE und Penny nun auch der Drogeriemarkt Müller gewonnen werden. Damit wurde erneut ein wichtiger Mietvertrag abgeschlossen, der das Shopping-Angebot erweitert und nur noch eine kleine freie Fläche übrig lässt. Das Landmarken-Team plant aktuell eine fußläufige Erreichbarkeit und eine attraktive Radwegverbindung zur Innenstadt. Pläne für eine Themenroute zur Geschichte Kranenburgs, die die Einkaufsarena mit dem Zentrum verbindet, wurden der Stadt bereits vorgestellt.

Müller

Wechsel in der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung der Landmarken AG stellt sich neu auf. Neuestes Mitglied wird zeitnah Hendrik Bettenworth (siehe S. 13) werden, der in der Führungsriege den Bereich Bau abdecken und Andreas Zimmermann ersetzen wird, der zum Jahresende 2018 aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Dort trifft er auf Anke Hermanns, die bereits seit ihrem Einstieg ins Unternehmen zum Jahresbeginn die Geschäftsleitung verstärkt. Die älteste Tochter von Firmengründer Norbert Hermanns, die über einen Bachelor in International Finance und einen Master in Real Estate Investment verfügt, hat unter anderem die Verantwortung für die strategische Unternehmensplanung übernommen und wird neue Geschäftsmodelle mit vorantreiben. Sie kam von der Royal Bank of Scotland, für die sie in London im Bereich Immobilienfinanzierung, Entwicklung und Investments tätig war. Zuvor hatte sie beim Immobilienberatungs-Unternehmen

ANKE HERMANNS
Mitglied der Geschäftsleitung
ahermanns@landmarken-ag.de

Matthews & Goodman Erfahrungen im Immobiliengeschäft gesammelt. Als zentrale Ansprechpartnerin für alle strategischen Themen gestaltet Anke Hermanns die ökonomischen, sachlichen und gesellschaftlichen Ziele des Unternehmens sowie die Projektauswahl mit und übernimmt auch Verantwortung für das strategische Controlling.

Nicht mehr Teil der Geschäftsleitung ist Herbert Dierke, der mit Erreichen des Rentenalters im März etwas kürzer tritt, seine enorme Erfahrung und Kompetenz aber weiterhin als Leiter der Unit Quartiersentwicklungen in den Dienst der Landmarken AG stellt.

Notiz

Treffen Sie uns auf der polis Convention!

polis CONVENTION

Wir sind wieder auf der polis Convention, die am 15. und 16. Mai zum dritten Mal in Düsseldorf stattfindet. Bei der Messe für Stadt- und Projektentwicklung sind wir am Gemeinschaftsstand A.03.2 der Stadt Aachen zu finden. Wir freuen uns auf einen persönlichen Austausch mit Ihnen!

Vereinbaren Sie gerne vorab einen Termin mit uns:
T. +49 (0)241 1895-100 oder info@landmarken-ag.de.

Mehr Informationen zur Messe unter
www.polis-convention.com

Bronze bei den „Oscars der Immobilienwelt“

FIABCI PRIX D'EXCELLENCE GERMANY

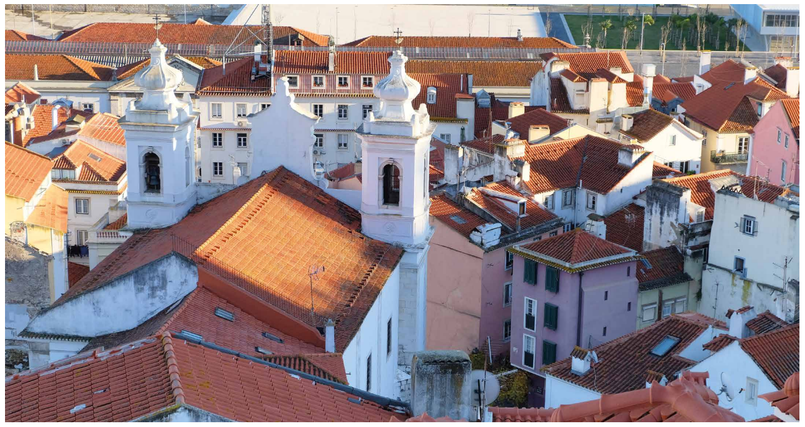
Die DIGITAL CHURCH in Aachen gehört nun ganz offiziell zu Deutschlands herausragenden Projektentwicklungen. Bei der Verleihung des FIABCI Prix d´Excellence Germany 2018, den „Oscars der Immobilienbranche“, errang die Landmarken AG für die Umgestaltung der ehemaligen Kirche St. Elisabeth den Bronze-Award im Bereich Gewerbe hinter den beiden Berliner Entwicklungen „Upper West“ und „A Bit Mo´“.

Schon allein die Nominierung in den Kreis namhafter Konkurrenz war ein Erfolg. „Der Wettbewerb spiegelt das hohe Niveau, ja die Weltklasse der deutschen Projektentwicklung wider“, sagte Michael Heming, Präsident von FIABCI Deutschland und Mitglied der Jury, mit Blick auf die hohe Qualität der ausgezeichneten Projekte. Norbert Hermanns, Vorstand der Landmarken AG, freute sich sehr: „Dieser Erfolg gegen starke Konkurrenz zeigt, dass wir gemeinsam mit dem digitalHUB Aachen die richtigen Ideen für diese in Deutschland einzigartige Kirchenumnutzung hatten. Damit wird Aachen weit über die Stadtgrenzen hinaus wahrgenommen.“

Der Preis des globalen Dachverbands immobilienwirtschaftlicher Berufe gilt als eine der wichtigsten Auszeichnungen der Branche. Die Landmarken AG war hier schon zweimal erfolgreich: Für die Clustergebäude Photonik und Logistik auf dem RWTH Aachen Campus gab es in den vergangenen Jahren bereits Silber und Bronze.

Impressionen von der Neujahrsfeier

Wer arbeiten kann, darf auch feiern. Oder war es anders herum? Nun ja, weil der Dezember-Kalender im Jahresendspurt traditionell pickepackevoll ist, wurde die Landmarken-Weihnachtsfeier erstmals in den Januar des Folgejahrs gelegt. Ein Test mit Folgen, denn die Neujahrspartypremiere 2019 kam so gut an, dass sich in einer firmeninternen Umfrage die große Mehrheit der Kolleginnen und Kollegen für die Beibehaltung dieses Termins ausgesprochen hat. „Wird gemacht“, dachte sich die Geschäftsleitung und setzt den Auftrag des Teams umgehend in die Tat um. Der Termin fürs nächste Jahr steht schon: Bitte keine Mails und Anrufe mehr nach 18 Uhr am Freitag, 17. Januar 2020 – wir sind dann mal wieder im Justus K!



Developer Meeting: Erhellende Momente in der Stadt des Lichts

Warum Lissabon sich selbst „Stadt des Lichts“ nennt, wurde der 44-köpfigen Reisegruppe aus dem trübkalten NRW schnell klar: Ende Januar bei Schnee in die portugiesische Hauptstadt gestartet, erwarteten das Landmarken-Team fantastische Ausblicke über rot leuchtende Dächer in mild strahlendem Sonnenschein. Die frühlingshafte Anmutung war aber durchaus zweideutig zu verstehen, denn Lissabon selbst erlebt nach einer langen, depressiven Phase der Krise auch wirtschaftlich gerade einen neuen Frühling. Grund genug, sich den Aufbruch in dieser Stadt einmal genauer anzuschauen, die laut Jeremy Bamberg, Mitbegründer des Co-Working-Anbieters Factory, zu den vibrierenden Hot Spots für neue Entwicklungen in Europa zählt.

Mit Jeremy, dessen Factory aus Berlin noch in diesem Jahr einen Ableger in Lissabon eröffnen wird, konnte das Landmarken-Team in einen spannenden Dialog über künftige Büroimmobilien- und Servicekonzepte treten – einer von vielen Schwerpunkten der viertägigen Reise. Neben einer Stadtführung und dem Besuch einer ehemaligen Fabrik für Garne und Stoffe, in der sich Ateliers, Concept-Stores, Cafés und Restaurants sowie in einem großen Co-Working-Space zahlreiche Start-ups angesiedelt haben, stand auch viel Arbeit an: Workshops über künftige Marktchancen, die Rolle von Projektleitern, Herausforderungen und Lösungen bei einzelnen Projekten bis hin zu Marketing- und Personalthemen sorgten bei allen Beteiligten für viele erhellende Momente. Und wer zum ersten Mal dabei war, durfte den berühmten #Landmarkenspirit hautnah erleben: jede Menge Teamgeist und viel Spaß beim gemeinsamen Erkunden der Stadt, ihrer kulinarischen Highlights und Party-Treffpunkte. So brachten alle Teilnehmer neben großen Erkenntnisgewinnen und einem kleinen bisschen portugiesischer Wärme auch jede Menge positiver Energie mit ins kalte NRW.

Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seit Oktober 2018

ABDEL MOUIN SIBAI
Baumanagement
amsibai@landmarken-ag.de

ANDREA BACKES
Controlling
abackes@landmarken-ag.de

ANDREAS SUDHOFF
Projektentwicklung
asudhoff@landmarken-ag.de

ANKE MOON
Vorstandsassistenz
amoon@landmarken-ag.de

BARUTHAS SIVARAJAH
Systemunterstützung Controlling
bsivarajah@landmarken-ag.de

BETTINA MÜNSTERMANN
Buchhaltung
bmuenstermann@landmarken-ag.de

FELIX TERBORG
Immobilienmanagement
fterborg@landmarken-ag.de

GIZEM YURTBAZ
Assistenz Planung
gyurtbaz@landmarken-ag.de

HARTWIG HILDMANN
Technische Projektleitung
hhildmann@landmarken-ag.de

JOHANNA FLÖTOTTO
Controlling
jfloetotto@landmarken-ag.de

JULIA KLINKENBERG
Unternehmensassistenz
jklinkenberg@landmarken-ag.de

JULIAN BUDDE
Baumanagement
jbudde@landmarken-ag.de

JULIAN SCHAIN
Vorstandsreferent
jschain@landmarken-ag.de

KAI KRAATZ
Vorstandsreferent
kkraatz@landmarken-ag.de

MARCUS HOHLSTEIN
Technische Projektleitung
mhohlstein@landmarken-ag.de

MARIE-LOUIS MERSCH
Teamassistenz
mlmersch@landmarken-ag.de

MATTHIAS SDRZALEK
Leitung Rechnungswesen
msdrzalek@landmarken-ag.de

PHILIPP LEHNERT
Transaktionsmanagement
plehnert@landmarken-ag.de

RITA STRASSER
Projektleitung
rstrasser@landmarken-ag.de

SANDRA SCHMIDT
Projektentwicklung
sschmidt@landmarken-ag.de

SHIRLEY GOLTSCHE
Teamassistenz
sgoltsche@landmarken-ag.de

Ehemaliges Kaufhaus “Lust for Life”, Aachen

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. 15: Architektur, Entwurf, Visualisierung: kadawittfeldarchitektur / Loomilux // S. 03 Gruppenfoto: Landmarken AG // S. 04 Foto: Matthias Sandmann, newspot GmbH // S. 06 – 07 Foto Nils Perpeet: Carl Brunn, Foto Veranstaltung: Landmarken AG, Architektur, Entwurf, Visualisierung: HPP Architekten // S. 08 Foto: Carl Brunn // S. 09 Visualisierung: kadawittfeldarchitektur / rendertaxi, Fotos: Landmarken AG // S. 10 – 11 Fotos: Landmarken AG // S. 12 – 13 Visualisierung: kadawittfeldarchitektur / rendertaxi, Fotos Mitarbeiter: Carl Brunn, weitere Fotos: Landmarken AG // S. 14 Foto: Carl Brunn // S. 16 – 17 Baustellenfoto: Landmarken AG, Foto Grundsteinlegung: Manfred Kistermann, Foto Hotel: Motel One // S. 18 – 19 Architektur, Entwurf, Visualisierungen: kadawittfeldarchitektur / rendertaxi, Foto Cornelia Zuschke: Andreas Henk, Henk Fotografie // S. 20 Architektur, Entwurf, Visualisierungen: konrath und wennemar architekten und ingenieure, Mitarbeiterfoto: Carl Brunn // S. 21 Foto Landmarken AG, Visualisierung: HPP Architekten // S. 22 Mitarbeiterfoto: Carl Brunn, Foto O-Werk: Landmarken AG // S. 23 Architektur, Entwurf, Visualisierungen: HPP Architekten // S. 24 Fotos: Landmarken AG, Logo-Visualisierung: X Filme Creative Pool GmbH // S. 25 Foto Mitarbeiterinnen: Michael Jaspers, Medienhaus Aachen (Aachener Zeitung, Aachener Nachrichten), Mitarbeiterfoto unten: Carl Brunn, Fotos: Landmarken AG // S. 26 Foto oben: Landmarken AG, Foto unten sowie Visualisierung: Goldbeck // S. 27 Architektur, Entwurf, Visualisierungen: pbs architekten / rendertaxi // S. 28 Mitarbeiterfoto: Carl Brunn, Messefoto: Landmarken AG // S. 29 Foto oben: Matthias Moll, Feinskript, Fotos unten: Landmarken AG // S. 30 Fotos: Landmarken AG // S. 31 Mitarbeiterfotos: Carl Brunn

klimaneutral gedruckt
www.klima-druck.de
ID-Nr. 1979689
bvdm.

MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C022094

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

MITGLIED IM FÖRDERVEREIN BUNDESSTIFTUNG baukultur

LANDMARKEN AG
Impulse setzen. Zukunft gestalten.