

IMMOBILIEN

Oldies in Glasboxen

Leerstände und purzelnde Preise prägen das Geschäft mit Verkaufs- und Bürogebäuden. Der Ausweg: Konzept-Immobilien wie das „Meilenwerk“ in Berlin.

Wenn Martin Halder mit seinem nachtschwarzen Jaguar XK Roadster, Baujahr 1954, durch deutsche Lande fuhr, kam er gelegentlich ins Grübeln.

Warum, fragte er sich dann, wird dieses Land mit Büroblöcken und kaum genutzten Gewerbegebieten zugeklotzt? Und: „Welche Gebäude braucht die Gesellschaft wirklich?“ Zumindest auf die zweite Fra-

Berliner Beussel-Kiez in Moabit, der gern als eindrucksvolle Kulisse für die Verslumungstendenzen in der Hauptstadt herhalten muss. Der Schwabe Halder hat die denkmalgeschützten Wiebehallen, einst Europas größtes Straßenbahndepot, das eigentlich abbruchreif schien, für elf Millionen Euro zum „Forum für Fahrkultur“ umbauen lassen.

Auf 16 000 Quadratmetern laborieren nun Spezialisten an seltenen Vehikeln herum. Autopfleger polieren ermattete Lacke, Sattler arbeiten speckiges Leder auf, Kfz-Elektriker, Versicherer, Oldtimer-Vermieter und Händler kümmern sich um die gut zahlende Kundschaft. Sogar ein spezieller Automobilfotograf hat hier sein Studio eingerichtet, um hübsche Porträts von üppig geformtem Blech zu schießen.

Besucher können den Oldie-Spezialisten durch die großen Glasflächen an den Stirnseiten der 122 Meter langen Hallenschiffe aus Backstein bei der Arbeit zusehen. „Wir sind kein Museum und keine reine Werkstatt, sondern eine Erlebnisplattform

Getreidelager und Eierkühlhaus, in dem zu DDR-Zeiten 60 Millionen Hühnereier wohl temperiert auf Auslieferung warteten: Die Berliner Immobilien-Experten-AG hat daraus ein „Zentrum für kreatives Arbeiten“ gemacht.

Im Eierhaus ist nun der Musikkonzern Universal zu Hause, und im Nachbargebäude tummeln sich Vertreter aus den so genannten TIME-Branchen (Telekommunikation, Informationstechnik, Medien und Entertainment), unter anderem der Musiksender MTV. „Mit einem stinknormalen Bürogebäude wäre diese Klientel nie angesprochen worden“, bemerkt Rolf Lechner, Vorstand der Immobilien-Experten-AG. Er propagiert seit Jahren „thematisierte Nutzerkonzepte“, die eine klar definierte Zielgruppe im Blick haben.

So wie Meilenwerk: Laut Kraftfahrt-Bundesamt sind in Deutschland 724 000 angemeldete Autos älter als 20 Jahre. Neuerdings haben auch Spekulan- ten die automobilen Veteranen entdeckt. „Es gibt immer mehr Kunden, die einen Teil ihres



Konzept-Immobilie „Meilenwerk“, Oldtimer-Werkstatt: Erlebnisplattform mit 30 gewerblichen Unternehmen

ge hat der Immobilienökonom und Wirtschaftsingenieur die Antwort gefunden: eine Immobilie, die sich nicht an allen denkbaren Nutzern orientiert, sondern auf eine einzige, sehr spezielle Zielgruppe zugeschnitten ist.

Heute ist Halder, 35, geschäftsführender Gesellschafter des „Meilenwerks“, einer exklusiven Immobilie rund um Oldies. Deren Liebhaber können hier nicht nur ihre Veteranen reparieren und wiern lassen, sie wohl temperiert in Glasboxen parken, sondern auch im Gourmetrestaurant „Parc Fermé“ Scampi-Carpaccio mit Limonenöl und confierter Zitrone schlemmen, um danach an Geschäften und Showrooms vorbeizuflaniern.

Die Flächen sind restlos vermietet, die Besucher strömen: 400 000 waren es im ersten Jahr nach der Eröffnung. Keinem der Pächter mangelt es an Kundschaft.

Wie eine Fata Morgana erhebt sich das aufwendig sanierte Gebäude aus dem

mit 30 gewerblichen Unternehmen, die jeden erdenklichen Service bietet“, stellt Halder klar.

Meilenwerk ist das schillerndste Beispiel für jene so genannten Konzept-Immobilien, von denen sich die dar- bende Branche steigende Renditen verspricht. Leerstände und bröckelnde Preise prägen das Geschäft mit Verkaufs- und Bürogebäuden. Da ist Kreativität gefragt. Investiert wird deshalb zunehmend in Designerkaufhäuser à la „Stilwerk“ und Erlebniswelten, die neudeutsch „Urban Entertainment Center“ heißen.

Auch Bürogebäude müssen heute Außergewöhnliches für eine spezielle Klientel bieten. Wie die Spreespeicher am Berliner Osthafen, ein denkmalgeschütztes Industrieensemble, bestehend aus einem



Unternehmer Halder „Kulissen des Glücks“

Vermögens in Oldtimern anlegen. So haben sie die Kontrolle darüber und sind nicht hilflos kugelnden Vorstands- und Aufsichtsratsvorsitzenden ausgeliefert“, sagt der Hamburger Oldie-Händler Eberhard Thiesen. Viele Vehikel seien innerhalb der vergangenen zehn Jahre um 7,5 Prozent per anno im Wert gestiegen.

Halder sieht für sein Konzept jedenfalls noch viel Potenzial, er will alle ein bis an-

derthalb Jahre neue Meilenwerke eröffnen. Das nächste wird es im Ruhrgebiet geben. Weitere sollen in Hamburg, München, Frankfurt am Main, Wien und Zürich folgen.

„Wir wollen“, sagt Halder, ganz Marketing-Mann, „Oldtimer-Fahrern und Auto-enthusiasten Kulissen des Glücks besche- ren.“

CHRIS LÖWER