

Trendiges Outfit für den WHHTG 18

Wie die IRE die „Kreative Klasse“ fürs Wohnen im Hochhaus gewinnt

In unmittelbarer Nähe des Berliner Ostbahnhofs ragt ein Hochhaus in Silbergrau und Pink 18 Stockwerke in den Himmel. In seinem Innern läuft noch der zweite „Relaunch“ des Hauses nach der Wende. Als der britische Investor IRE – International Real Estate PLC das Objekt 2006 erwarb, waren trotz Teilsanierung in den 90er Jahren nur noch drei von 136 Wohnungen bewohnt und das Gebäude in einem verfallenen Zustand. Für seine zielgruppenorientierte Neugestaltung des Hochhauses zum „Silver Tower“ für Kreative sprach die Jury der IRE eine „Besondere Erwähnung“ beim DW-Zukunftswettbewerb 2007 aus.



Besondere Erwähnung

„Wir haben zunächst überlegt, für welche Zielgruppe der Standort und die Immobilie interessant sein könnte“, berichtet IRE-Geschäftsführer Andreas Schmidt. „Berlin erlebt aktuell einen sehr starken Zuzug von Angehörigen der so genannten ‚Kreativen Klasse‘. Viele dieser Menschen ziehen nach Friedrichshain. Genau für sie schaffen wir ein Produkt, das zu ihrer Lebensweise passt.“

Zur Zielgruppe: viele unter 40-Jährige, Singles oder Paare. Sie sind sehr mobil, arbeiten oft projektorientiert, legen Wert auf individuelle Lebensgestaltung und gehören dem mittleren Einkommenssegment an. Sie sind beruflich sehr engagiert, schätzen Dienstleistungen und Service, wollen Komfort und ein städtisches Umfeld. Viele arbeiten in den Bereichen Medien, Wissenschaft, Design und Technik.

In der Präsentation des „Silver Towers“ heißt es zum Standort: „Der ‚IRE-Silver-Tower‘ liegt im Zentrum des zwischen Jannowitzbrücke und Treptower Park liegenden Areal ‚mediaspree‘, in dem sich immer mehr Firmen aus den Bereichen Medien, Werbung, Design und Architektur ansiedeln. Bereits ansässig sind die ‚Universal Studios‘ sowie die Niederlassungen von Viva und MTV. In absehbarer Zukunft wird auch die ‚O3-Arena‘ errichtet werden.“ Das Hochhaus aus dem Baujahr 1972 hat Grundrisse, die gut zu den Bedürfnissen dieser Zielgruppe passen: Die WE sind

zwischen 30 und 80 Quadratmeter groß, mit großem Wohnzimmer und darin integrierter Küche sowie eher effizient geschnittenen Funktionsräumen. Der Ausblick aus den Wohnungen auf die Stadt ist attraktiv, die Lage in unmittelbarer Nähe zum Ostbahnhof ideal für Pendler.

Das Konzept für die Neupositionierung des Projekts entwickelte die Centacom GmbH im Auftrag von IRE. Für die Innenraumgestaltung gestalteten die in Berlin und Nürnberg ansässigen Immobilienentwickler vier Gestaltungslinien, alle mit gehobenem Mindeststandard. Die Wohnungen unterscheiden sich in Bodenbelägen, Badezimmern, Türbeschlägen und anderen Details. Vier Musterwohnungen geben Anregungen für die Einrichtung. Schmidt: „Wir wollten ein Produkt schaffen, das zum Lebensgefühl passt.“

Neben der trendigen Ausstattung der Wohnungen bietet der „Silver Tower“ seinen



Badausstattung Harmony



Badausstattung Life



Badausstattung Minimal

Bewohnern einen rezeptionsartigen, dezent edel gestylten Eingangsbereich. Dort ist ein Concierge-Service angesiedelt, der den Mietern sieben Stunden täglich vor Ort und per Telefon verschiedene Dienstleistungen anbietet bzw. vermittelt, vom Reinigungsservice über die Paketannahme bis hin zur Reiseorganisation. Der oder die Concierge ist darüber hinaus an den Umgang mit einem internationalen Publikum gewöhnt und spricht Englisch – ein Muss angesichts der Zielgruppe.

Andreas Schmidt sieht für das Branding, wie es z. B. in der Automobilindustrie schon lange üblich ist, in der Immobilienwirtschaft durchaus Potenziale. „Es wird aber sicher nicht die ganze Branche erfassen.“ Bereits jetzt realisiert das Unternehmen an verschiedenen Standorten in Berlin andere zielgruppenorientierte Projekte.

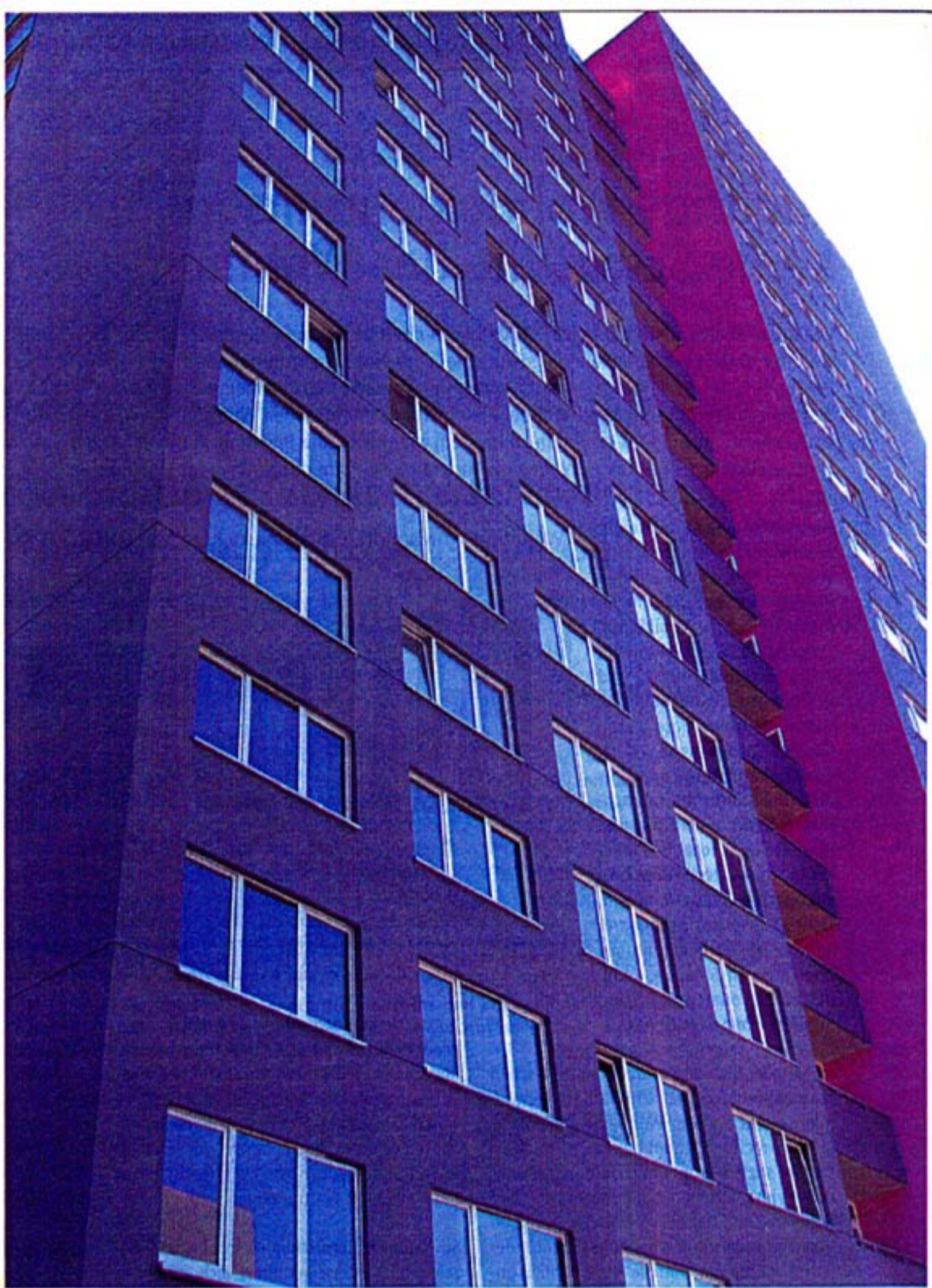
Insgesamt acht Millionen Euro investiert die IRE in das Hochhaus am Ostbahnhof, davon rund die Hälfte für den Kauf, und vier Millionen für die Komplettsanierung. Zum 1. Juni 2007 sollen die ersten Mieter einziehen, bereits im Mai waren rund 50 Prozent der Wohnungen vermietet. Die Sanierung wird jedoch erst im August oder September 2007 komplett durchgeführt sein. Schmidt: „Die britischen Investoren denken stark Cashfloworientiert. Wenn das Haus einen Vermietungszeitraum von 12 bis 14 Monaten nach Fertigstellung hätte, dann kostete das eine unwahrscheinlich hohe Eigenkapitalrendite. Deshalb muss der Kapitalrückfluss durch die Mieter möglichst früh beginnen.“

Bei der Vermietung setzte die IRE neben dem Immobilienscout auch auf ein großformatiges Transparent mit Telefonnummer, das an der Fassade direkt an der ICE-Strecke aufgehängt ist, und auf ungewöhnliche Gimmicks für die ersten Unterzeichner von Mietverträgen, wie z. B. einen USB-Stick, auf

dem eine Präsentation des „Silver Towers“ gespeichert ist.

Das Kalkül scheint zu funktionieren. Die Mund-zu-Mund-Propaganda in der Szene läuft und die bisher gewonnenen Mieter gehören allesamt zur angepeilten Zielgruppe.

Anke Pieper



IRE – International Real Estate PLC

Börsennotiert in London seit 1987
Wohnungen: rund 4.000
in Deutschland
Durchschnittsmiete: 6,72 Euro/qm
Anteil preisgebundener Wohnraum:
18 Wohnungen
Leerstandsquote: 3,4 Prozent
Mitarbeiter/-innen:
12 (in Deutschland)