

Neue Perspektiven am Bersarinplatz. Wie aus maroden Plattenbauten ein innovatives Wohnprojekt wurde.

Zu DDR-Zeiten war es ein Prestige-Objekt, nach der Wende entwickelte es sich zum Sanierungsfall: Das fünfteilige, 1987 errichtete Plattenbau-Ensemble am Ostberliner Bersarinplatz. 2005 wurden die Miethäuser an eine neue Eigentümerin, die Bersarinplatz GmbH, verkauft. Seitdem hat sich an dem Platz in unmittelbarer Nähe zur Karl Marx Allee viel getan.

Rolf L. Nordström schaut sich zufrieden um. Sein Blick fällt auf frisch renovierte Fassaden, Bauaktivität überall. Der Bersarinplatz hat sein Gesicht verändert. Was noch vor einem Jahr einen heruntergekommenen Eindruck machte, präsentiert sich heute als eine frische Wohnanlage. „Etappenziel 1 erreicht!“, kommentiert der Immobilienexperte aus London.

Als die Gebäude vor eineinhalb Jahren in den Besitz der Bersarinplatz GmbH übergingen, waren sie in einem maroden Zustand: Die Fassaden abgeblättert, die Außenanlagen und ein großer Teil der Wohnungen reif für eine Komplettsanierung. Entsprechend hoch war der Leerstand: Von den 361 Wohnungen standen über zwanzig Prozent leer – Tendenz steigend. „Es war klar, dass etwas passieren musste!“, resümiert Nordström. „Es sollte allerdings etwas Besonderes sein.“

Denn dass Plattenbauten auf der Hitliste beliebter Immobilien nicht ganz oben stehen, machte die Sache nicht gerade einfacher. „Ein Konzept musste her“, so Nordström, „denn trotz guter Lage“ – der Bersarinplatz liegt in direkter Anbindung nur wenige S-Bahn-Minuten vom Alexander Platz, vom Hackeschen Markt und vom Prenzlauer Berg entfernt – „stehen in Berlin zu viele Wohnungen leer, um einfach nur 0-8-15 anzubieten.“

Nordström wandte sich an Experten. Er beauftragte die in Berlin und Nürnberg ansässigen Immobilienentwickler der Firma Centacon GmbH mit einem Konzept, nicht nur den Wohnstandard auf dem Areal zu verbessern sondern langfristig auch neue Mieter zu generieren.

Zunächst wurde eine Komplettsanierung der Fassaden und Außenanlagen durchgeführt. Der vormals marode Gesamteindruck des Areals wurde damit ausgelöscht. Darüber hinaus schlugen die Experten der Centacon GmbH ein innovatives Wohnkonzept vor, um das Objekt im heiß umkämpften Berliner Mietmarkt völlig neu zu positionieren.

Grundlage dieser Produktkonzeption bildete eine differenzierte Zielgruppenanalyse, die vor allem die Lage des Objekts in Augenschein nahm. In zentraler Lage zwischen Prenzlauer Berg und Friedrichshain, so das Ergebnis der Analyse, liegen die fünf Gebäude am Bersarinplatz in einem Umfeld, das mehrheitlich junge Leute mit innovativem Wohnbedürfnissen und überschaubarem Geldbeutel anzieht.

Diese Klientel, in der weiterführenden Expertise der Centacon GmbH als „Starter“ bezeichnet, weist spezifische Eigenschaften auf, die sie von anderen Mietergruppen unterscheidet. „Junge Leute zwischen dem 18. und 33. Lebensjahr“, erläutert Centacon-Geschäftsführer Michael O. Schmutzer, „stehen in der Ausbildung, steigen in das Berufsleben ein oder studieren. In der Regel haben sie völlig

andere Bedürfnisse als jemand, der eine Familie gründen will. Dies brachte uns zu dem Schluss, mit den Gebäuden am Bersarinplatz eine optimale Adresse für ein „junges“, innovatives Wohnprojekt gefunden zu haben.“

Tatsächlich weist das Objekt am Bersarinplatz eine Struktur auf, die aus Sicht der Projektentwickler der Centacon GmbH optimal für ein flexibles Wohnangebot für junge Leute genutzt werden kann. Neben den klassischen 1- und 2-Zimmer- Apartments gibt es auch Wohnungen mit bis zu sechs Zimmern, die auf Grundlage des Centacon-Konzepts zurzeit einen WG-geeigneten Zuschnitt erhalten. Ehemalige Küchen machen Platz für ein zweites Bad, frühere Wohnzimmer erhalten eine Küchenzeile, vereinzelt können sogar zusätzliche Gästetoiletten eingerichtet werden. Ähnlich praxisorientiert sind die Lösungsansätze für die früheren 3 Raum – Wohnungen: Ihr Grundriss wird so verändert, dass die Küche fortan von zwei Seiten aus begehbar ist. „Für eine 2er – WG eine optimale Lösung“, weiß Schmutzer aus eigener Erfahrung zu berichten. Ein besonderes Angebot gibt es auch für Alleinstehende „auf Durchreise“. Für sie sieht das Konzept der Centacon GmbH die Einrichtung möblierter 1-Zimmer-Apartments vor. „Gerade in Berlin leben viele nur auf Zeit und sind froh, wenn sie in guter Lage zu erschwinglichen Preisen ein attraktives Wohnangebot finden. Für sie sind die eingerichteten Apartments, die mit 11,- € pro Quadratmeter veranschlagt werden, wie maßgeschneidert“, erläutert Schmutzer.

Doch nicht nur mit dem innovativen Wohnangebot soll die junge Zielgruppe angesprochen werden. Auch die Gestaltung der Fassaden und der Gemeinschaftsflächen innerhalb der Gebäude soll klar signalisieren, dass am Bersarinplatz neue Zeiten angebrochen sind: Um die „Verjüngung“ des Areals auch nach außen hin kenntlich zu machen, wurde das Gebäudeensemble mit dem charmant anmutenden Namen „Geckohaus“ versehen – entsprechende Embleme schmücken weit sichtbar in grellen, bunten Farben die Fassaden der fünf Häuser und finden sich auch in der Innenausstattung zum Beispiel der Fahrstühle wieder. „Durch die Wahl des Geckos soll eine bessere Zielgruppenansprache erfolgen“, erklärt Schmutzer. Aus diesem Grund findet sich der Gecko auch auf allen Kommunikations- und Verkaufsmitteln des Projekts wieder, die ebenfalls den Nerv der neuen Mieter treffen soll. Im Look erinnern sie an die Gestaltung trendiger Plattenlabels und transportieren damit via Internet und Flyer unzweifelhaft die Botschaft, dass aus einem tristen Plattenbau ein spannendes Wohnprojekt werden kann.

Die von der Centacon GmbH erstellte Produktkonzeption scheint aufzugehen: Vermietungsstart der frei stehenden Wohnungen war im November 2006. Die ersten Wohnungen sind bereits bewohnt, das Interesse bei der Zielgruppe der unter Dreißigjährigen ist groß. Damit fühlen sich die Immobilienentwickler, die auf der Expo Real 2006 für das Geckohaus-Konzept bereits den „FlowFact-Award“ als innovativster Immobilienvermarkter erhalten haben, in ihrer Vorgehensweise bestätigt: „Mit dem Angebot im Geckohaus besetzen wir ein Segment, das in dieser Form vom Anbietermarkt noch nicht abgedeckt worden ist“, resümiert Schmutzer. „Das Thema „Junges Wohnen“ ist zwar ein Nischenthema, aber in einer Stadt wie Berlin mit hohen Zuzugsraten gerade junger Menschen, haben Modelle wie das Geckohaus große Chancen, vom Markt gut angenommen zu werden.“ Der Weg der

Zielgruppenaffinität soll daher im neuen Jahr noch konsequenter beschritten werden. So werden die noch frei stehenden Wohnungen in drei Ausstattungslinien ausgestaltet, die für die angestrebte Klientel ermittelt wurden und die den teilweise recht unterschiedlichen materiellen Möglichkeiten der Zielgruppe Rechnung tragen. Entsprechend variieren die Quadratmeterpreise von € 5,50 bis 7,20. „Damit“, so Schmutzer, „erhöhen wir die Attraktivität des Objekts zusätzlich und bieten das erste Mietobjekt Berlins an, das konsequent auf die individuellen Bedürfnisse junger Mieter zugeschnitten ist.“

Mehr Information unter: www.geckohaus.de