

Alte Schönhauser Straße 42

Ein Wohn- und Geschäftshaus in Berlin

Architekten:

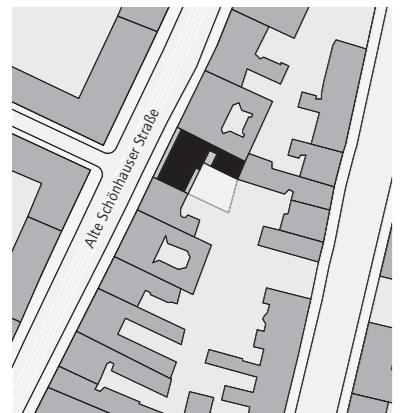
Angelis + Partner Architekten,
Oldenburg/Berlin

Projektteam: Alexis Angelis, Gregor
Angelis, Manfred Delor, Joachim
Finke, Horst Gumprecht, Claus
Nannen, Linn Voss, Kathrin Bockholt;

Peter Haslinger, Carolin Bornhorst
Tragwerk:

Jürgen Hellmann GmbH, Oldenburg
Haustechnik:

Donker & Dammann, Oldenburg



Betonrahmen gliedern unaufgeregt die Vorderfassade, deren Schiebefenster mit perforierten Metallgittern geschlossen werden können.

Lageplan im Maßstab 1:250,
Grundrisse im Maßstab 1:333
Rendering: Architekten

Keine Massenware für den anonymen Markt, sondern ein klar definiertes Produkt für eine kaufkräftige Klientel. Alexis Angelis spekulierte von Anfang an darauf, dass diese Strategie in seiner Nachbarschaft in Berlin-Mitte erfolgreich sein würde. Bei der Suche nach einer Baulücke traf er auf seinen Bauherren, mit dem er seither das Risiko teilt. Konzept, Entwicklung, Finanzierung, Planung, Vermarktung – ein Architekt lernt Schritt für Schritt, sein Produkt zu verkaufen.

Die Baulücke Alte Schönhauser Straße 42 wurde zuletzt als provisorischer Biergarten einer Bar im Nachbarhaus genutzt – eine der typischen Berliner Improvisationen, die besonders im „Scheunenviertel“ immer seltener werden. Wie sind Sie auf das Grundstück aufmerksam geworden?

Ich habe zu Beginn meiner Selbstständigkeit die Lücke gesucht, im direkten wie im übertragenen Sinn. Ich wusste, dass ich frei arbeiten wollte, es war mir aber auch klar, dass ich selber etwas anschließen musste, um einen Auftrag zu bekommen. Ich bin dann mehr oder weniger systematisch daran gegangen, das Terrain, in dem ich mich auskannte –

meine Nachbarschaft Berlin-Mitte – nach einem attraktiven Grundstück abzusuchen, auf dem ich für eine bestimmte Klientel, die ich kannte, ein Haus bauen wollte. Die Alte Schönhauser Straße 42 war dabei eines der ersten Grundstücke, das mir ins Auge fiel. Ich habe die Eigentümer recherchiert und in einem Vorentwurf getestet, was man aus der Fläche machen konnte.

Ich glaube, dass sowohl die „Lücke“ an sich typisch für Berlin ist, als auch das „Suchen der Lücke“ für eine ganze Generation von jungen Architekten, die über den klassischen Berufsweg keine Perspektive mehr für sich sieht. Geraade die letzten Jahre der Stagnation haben dabei zu einer Reihe von Antworten im kleinen Maßstab geführt.

Wieso war das Baugrundstück überhaupt noch zu haben? Ringsumher war zu diesem Zeitpunkt, im Frühjahr 2002, ja schon fast alles neu bebaut oder „aufgehübscht“...

Glück und Zufall gehören dazu. In diesem Fall waren die Eigentümer, eine kleine Baugesellschaft, die in Norddeutschland eher ländliche Projekte verwirklicht, in den goldenen neunziger Jahren mehr oder weniger zufällig, aber völlig überteuert an das Grundstück gekommen. Sie hatten dann selbst eine Planung gemacht und dafür auch eine Baugenehmigung erlangt. Danach wurden die Zeiten schwieriger. Das Projekt ließ sich nicht vermarkten und das Grundstück mit seiner laufenden Fi-

nanzierung wurde zum Geldfresser. Verkaufen stand immer mal im Raum, allerdings ließ sich auf dem Markt nicht mehr der zum Abdecken der Verluste gewünschte Preis erzielen. Als wir dann mit einem anderen Investor als Kaufinteressenten auftraten, war die Zeit wohl reif. Als es dann aber an dem zu hohen Preis scheiterte, schlugen die Eigentümer vor, unser Konzept doch gemeinsam zu verwirklichen.

Ließ sich Ihre Planung besser vermarkten oder hatten die Bauherren die Renditeerwartung heruntergeschaubt?

Das ursprünglich geplante Projekt der Bauherren war sicherlich das Kind einer anderen Zeit und passte nicht wirklich nach Berlin-Mitte. Wir haben unser Projekt von vornherein als hochwertigen Wohnungsbau konzipiert, der sich über seine Qualitäten und sein Angebot verkauft: hohe Räume, große Wohnungen, gute und flexible Wohnungsschnitte, ausgewählte Materialien. Diese Strategie, also passend zu der Umgebung für eine genau definierte Zielgruppe ein Produkt zu entwickeln, das sich auf einem schwierigen Markt gerade wegen seiner Qualitäten gegen andere, billigere Angebote durchsetzt, ist aufgegangen. Wir haben schon zu Beginn des Projektes durch Mundpropaganda und Passanten sehr viel Nachfrage bekommen und sicherlich eine deutlich bessere Rendite erzielt, als es das vorher geplante Projekt getan hätte. Im-

merhin haben wir die Verkaufsauflagen der Bank erfüllen können – was heute schon schwer genug ist –, das Haus gebaut und fast alle Einheiten verkauft.

Die Bauherren haben Ihnen also nicht nur entwurflich freie Hand gelassen, sondern haben Sie auch in die Bankgeschäfte mit einbezogen. Gab es Aufgaben, mit denen Sie als Architekt zuvor nichts zu tun hatten?

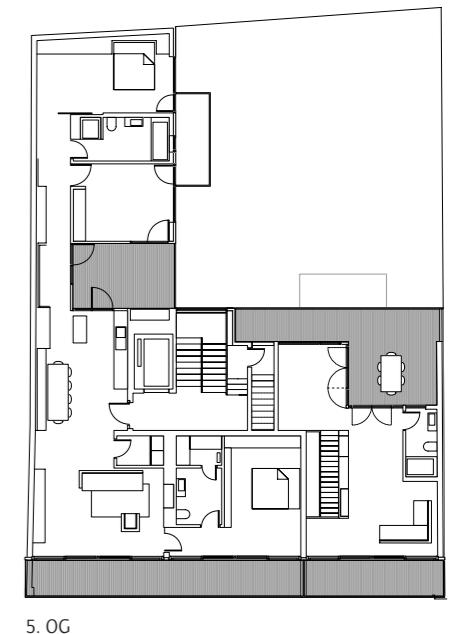
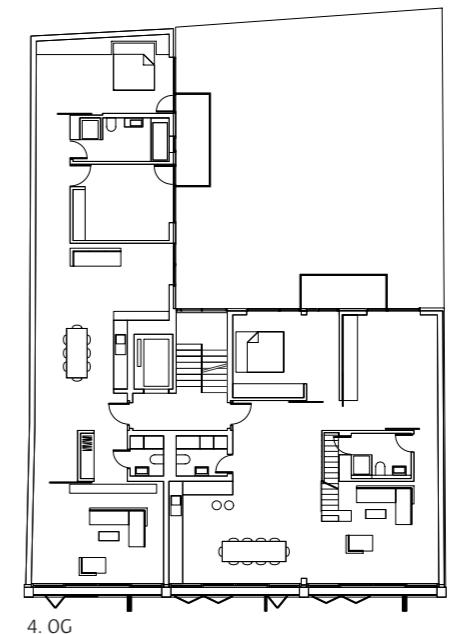
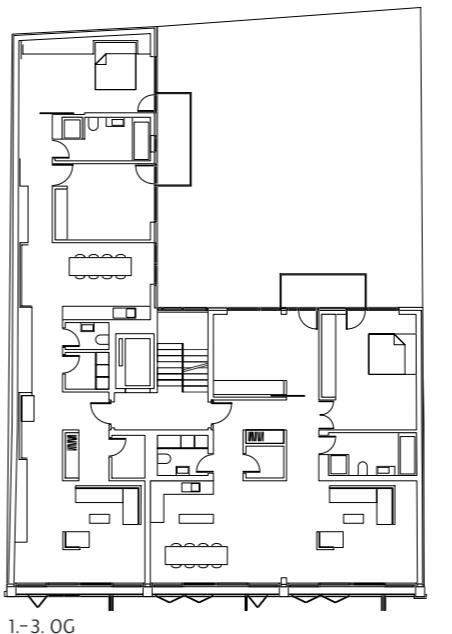
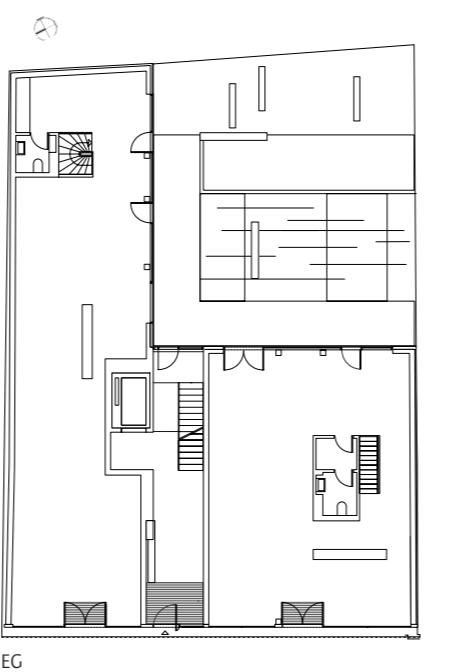
Für uns war in diesem Prozess vieles neu. Wir haben im Prinzip als „Totaldienstleister“ gewirkt, d.h., das Paket des Projektverwirklichens vom Konzept bis zu Vermarktung betreut. Ich habe es immer mit dem Bergsteigen verglichen: Immer wenn man meint, man sei oben, erscheint am Horizont ein weiterer Gipfel. Wir waren in der guten Position, dass wir von Anfang an den entscheidenden Schritt voraus waren: Wir hatten das Projekt schon präzise entwickelt und es bildhaft dargestellt. Ich habe das als Vorteil für die Arbeit des Architekten empfunden, weil bestimmte Diskussionen um Form oder Gestalt gar nicht erst auftreten, wenn bereits ein „Produkt“ da ist, das in sich stimmig und marktgerecht ist. Man kann eine Konzeption konsequenter verfolgen, ohne zu früh von tradierten Vorstellungen und Ängsten gebremst zu werden. Hier gehörte weder die Bauaufgabe noch der Ort zu dem Erfahrungsbereich des Bauherren, sodass wir eindeutig die „Fachleute“ waren. Wir haben immer klar gemacht, dass das Projekt

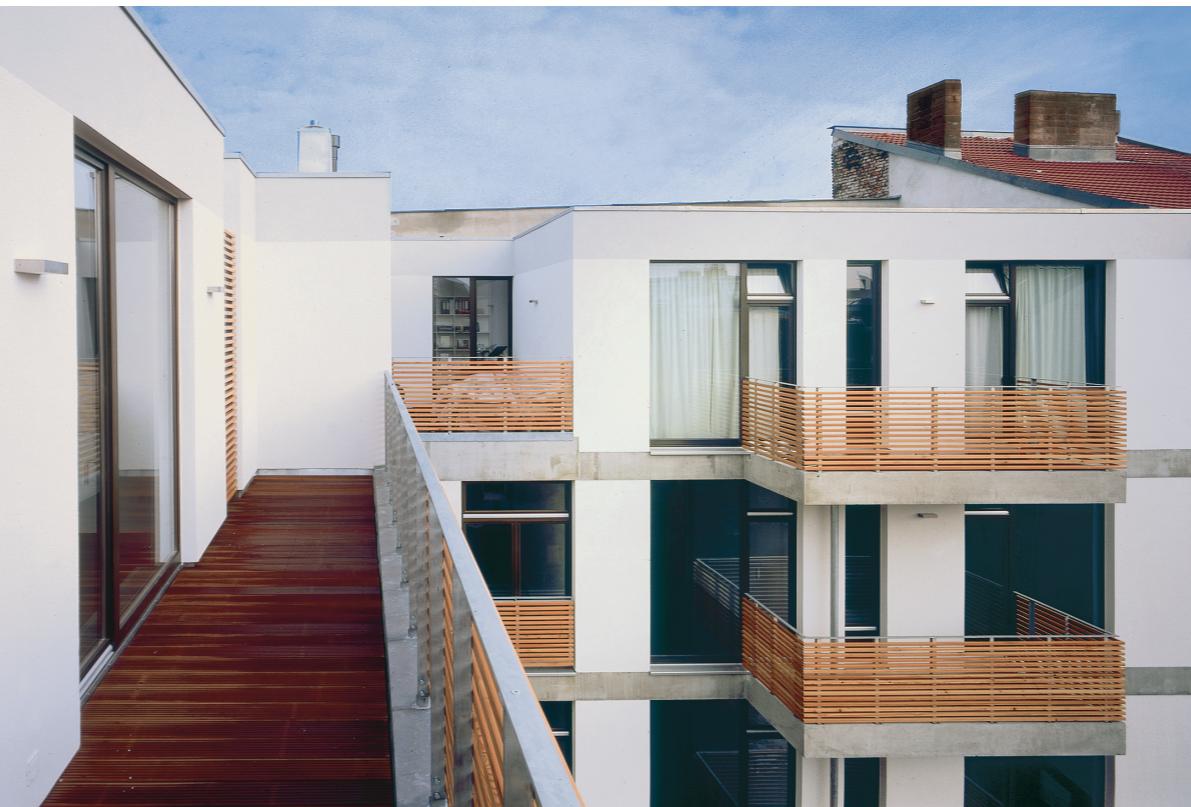
eigenständig sein und die angesprochenen Qualitäten einschließlich einer guten und präzisen Gestaltung haben musste, um überhaupt auf dem Markt Erfolg zu haben. Die Bauherren haben uns vertraut und uns dementsprechend so gut wie alle Entscheidungen überlassen. Wir haben die vorbereitenden Bankgespräche bis zur endgültigen Finanzierung geführt und die Vermarktung im Namen des Bauherren selber betrieben. Dabei haben wir viel gelernt, besonders, wie schwierig es ist, ein Projekt – wie gut es auch sein mag – über die Schwelle zu hieven, die die Finanzierungsauflagen der Bank darstellen. Interessant an diesem Prozess ist, dass man ein direktes Feedback zu seinem Produkt bekommt.

Welches Risiko sind Sie persönlich eingegangen?

Der Schritt, ein Projekt auf eigene Initiative und auf eigene Rechnung zu entwickeln, erfordert, dass man vorab ein gutes Stück Arbeit investiert und bringt dementsprechend immer ein gewisses Risiko mit sich. Um ein Projekt überhaupt ins Gespräch zu bringen, ist eine aussagefähige Planung mit Angaben zu Flächen und Kosten und einer bildhaften Darstellung notwendig. Nur so können mögliche Käufer, Investoren oder Banken überzeugt werden.

Wir sind also ein gutes Stück in Vorleistung gegangen, bevor wir überhaupt mit dem Investor zusammengekommen sind. Später haben





Projektbeginn:

April 2002

Baubeginn:

November 2004

Fertigstellung:

Februar 2006

Finanzierungsmodell:

Der Bauherr hatte zur vollen Finanzierung die Auflagen der Bank

(Vorvermarktung von 50 Prozent und 15 Prozent Eigenkapital) zu erfüllen.

Wohnheiten:

9 + 2 Ladengeschäfte

Gesamte Baukosten:

2.350.000 Euro

Reine Baukosten pro m²:

1370 Euro

GFZ:

3,88

Grundstücksgröße:

469 m²

Grundstückspreis pro m²:

1385 Euro

wir dann einen Vertrag abgeschlossen, der uns aneinander gebunden und die Bezahlung unserer Leistungen mit dem Zustandekommen der Finanzierung geregelt hat.

Sie sind also ein weiteres Mal in Vorleistung gegangen, indem Sie Ihr Honorar vom erfolgreichen Verkauf der Wohnungen abhängig gemacht haben?

In diesem Sinne ja, da wir weitere Aufgaben übernommen haben. Wäre das Projekt an der Finanzierung gescheitert, hätten wir einen erheblichen Schaden in Höhe unserer Planungsleistung gehabt. Auf der anderen Seite sind wir durch den Vertrag und die Vorgehensweise mit in die Entwickler- bzw. Investorenrolle geschlüpft und konnten den Prozess intensiver steuern. Wir waren also nicht Abhängige in einer Warteposition, sondern gleichberechtigte Partner. Der Vertrag schloss neben allen Leistungsphasen nach HOAI auch ein Vermarktungs- und ein Projektentwicklungshonorar ein.

Sie haben selbst eine Wohnung im Haus erworben. War das von Anfang an geplant?

Ich habe im gleichen Viertel gewohnt. Bei der Wahl des Ortes und der Entwicklung des Kon-

zeptes bin ich stark von meinen eigenen Wohnvorstellungen ausgegangen. Als das Projekt dann konkret wurde, lag es nahe, an bester Stelle in Berlin in einem hochwertigen Haus, das man selber geplant hat, zu kaufen. Dass war übrigens für andere Käufer durchaus eine vertrauensbildende Maßnahme.

Überschaubares Bauvolumen, klar definiertes Nutzerprofil, Eigenbedarf – neben diesen Faktoren scheint die präzise Ortskenntnis, die projektentwickelnde Architekten mitbringen, unerlässlich zu sein. Lässt sich diese Strategie überhaupt auf andere Orte übertragen?

Das Ergebnis natürlich nicht, die Vorgehensweise schon. Die Strategie ist, jede Aufgabe individuell anzugehen, statt Architektur von der Stange zu produzieren, die niemals richtig passt. Nischenlösungen werden gerade in Städten immer wichtiger und Qualität zum Kaufentscheidenden Faktor. Trotzdem will ich nicht verhehlen, dass es für „Projektentwicklungsanfänger“ wie uns von Vorteil war, in heimischem Gewässer zu fischen.

Vorderhaus und Seitenflügel sind über ein zentrales Treppenhaus verbunden, vom dem aus eine, zwei oder drei Wohnungen erschlossen werden können – je nach Aufteilung der Fläche auf einer Etage.

Über der Maisonettewohnung im 4. und 5. OG (großes Foto rechts) liegt eine gemeinschaftliche Dachterrasse.

Die Innenräume sind so geplant, dass sie typische Altbauqualitäten (drei Meter hohe, mit Schiebetüren verbundene Räume und Holzparkett) mit der Flexibilität des Neubaus (zwei Installationsschächte, eingestellte Bäder) zu verbinden suchen.

Fotos: Werner Huthmacher, Berlin

