

industriebAU

architektur
technik
management



Handelsbauten

Bauen mit Beton

Industrieböden

Aus- und Weiterbildung im Industriebau

INTERVIEW

Der Handelsbau der Zukunft: Reale Tür zur virtuellen Welt?

Zum einen müssen sich Shoppingcenter neu aufstellen, um den Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, zum anderen geht der Trend immer mehr Richtung Online-Shopping. Wie der Spagat zu überwinden und das Thema aktuell zu bewerten ist, erklärt **Univ.-Prof. Christoph M. Achammer**, Vorstandsvorsitzender von ATP Architekten Ingenieure und Professor am Lehrstuhl für Industriebau und interdisziplinäre Bauplanung, Institut für interdisziplinäres Bauprozessmanagement an der TU Wien.

Herr Prof. Achammer, bei der Bauaufgabe Handelsbau verstärkt sich derzeit der Eindruck, dass gerade in Deutschland der Anteil an Revitalisierungen höher ist als der an Neubauten. Stimmt das?

Ja, das stimmt. Die Gründe dafür sind vielfältig. Zum einen ist die Bedarfsdeckung für Handelsflächen in ganz Europa mehr oder weniger abgeschlossen, zum anderen setzen die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Schaffung von neuem Baurecht enge Grenzen. Hinzu kommt, dass 70 Prozent der Einkaufszentren in Deutschland vor dem Jahr 2000 eröffnet haben und davon ist zwischenzeitlich nur ein Bruchteil renoviert.

Gleichzeitig verkürzen sich die Erneuerungszyklen für Handelsflächen angesichts der härter werdenden Konkurrenz untereinander und der stetig steigenden Marktanteile des Internet-Handels. Handelsflächen, die sich nicht mindestens alle zehn Jahre deutlich erneuern, werden es schwer haben, die notwendige Attraktivität für ihre Kunden – Mieter und Konsumenten – bereitzustellen.

Wie sehen Sie diese Entwicklung in der Schweiz und in Österreich?

In Österreich sind die Handelsflächen etwas jünger. Nur 30 Prozent haben vor 2000 eröffnet und das Durchschnittsalter liegt bei elf Jahren. Trotzdem besteht auch in Österreich massiver Renovierungsdruck. Neue Entwicklungen sind hier aus Raumordnungsgründen so gut wie nicht mehr möglich.

Die Schweiz ist ein Sonderfall. Das Durchschnittsalter der Einkaufszentren liegt bei 23 Jahren und davon sind 40 Prozent noch im Original erhalten. Dies liegt zweifellos einerseits an der enormen Kaufkraft und andererseits an dem doch etwas geschützten Markt.

Was ist das Besondere an Sanierungs- und Umbau-Projekten?

Die große Herausforderung bei allen grundlegenden Renovierungen ist die Aufrechterhaltung des laufenden Betriebs. Insgesamt zeigen viele Renovierungen in der Strategiephase des Projektes kaum deutlich höhere Mieterträge, die große Investitionen sofort rechtfertigen würden. Allerdings sind diese Investitionen Voraussetzung dafür, dass die Handelsflächen nicht in kurzer Zeit komplett an Attraktivität und somit auch an Mietern verlieren. Und eine Dead Mall wieder zum Leben zu erwecken, wäre dann deutlich schwieriger und vor allem kostspieliger.

Ist jedoch die strategische Entscheidung positiv gefallen, beginnt in vielen Fällen die „Projektarchäologie“. Hier hilft uns heute zusehends die kostengünstige Ist-Datenaufnahme mit modernen fotogrammetrischen Methoden, um ein virtuelles „As Is“-Modell mangels aktueller Planunterlagen aufbauen zu können. Trotzdem erleben wir nicht selten auch noch während der Bauausführung Überraschungen.

Um neben allen Anforderungen aufbauend auf die Substanz ein attraktives neues Handelsambiente zu schaffen, müssen wir planerisch die Möglichkeit abschnittsweiser Bautaktung, die einen unterbrechungsfreien Betrieb zumindest des Großteils der Flächen gewährleistet, berücksichtigen.

Welche Bedeutung haben für Sie Erlebnischarakter und soziale Kontakte in der architektonischen Ausgestaltung?

Wenn wir heute über die vielfältigen Möglichkeiten des Internet-handels sprechen, so können wir diesen unter dem Titel „überraschungsfreie Perfektion“ zusammenfassen. Dem muss in der physischen Verkaufswelt ein alternativer Mehrwert entgegengesetzt



Christoph M. Achammer, Univ.-Prof., CEO ATP Architekten Ingenieure.

ATP/Becker

werden. Dieser kann sich vielleicht an der Vision „imperfekte Überraschung“ orientieren. Bis dato ist es der digitalen Kommunikation noch nicht gelungen, menschliche Begegnung und architektonisches Ambiente zu ersetzen. Den Schwerpunkt auf diese beiden Aufgaben zu konzentrieren, ist zumindest für die kommenden Jahre die Aufgabe moderner Handelsarchitektur.

Werden gebaute Shoppingcenter künftig nur noch dazu dienen, sich einen Überblick über die Waren zu verschaffen, um diese dann im Internet zu bestellen?

Sicherlich werden jene Handelsformen aussterben, die sich heute als großflächige Lagerstandorte an Prime Locations darstellen. Markantestes Beispiel dürften die Großvertriebsformen des Elektro- und Elektronikhandels sein. Hier sehe ich erste Ansätze, Waren zukünftig in attraktiven Showrooms mit intensiver Beratung auszustellen, die dann über das Internet geordert werden können.

Was ist Ihre bauliche Vision für die Zukunft?

Letztlich geht es darum, den jeweiligen Kernprozess unserer Bauherren im Detail zu verstehen. Bezogen auf die Handelsflächen denke ich, müssen wir erkennen, dass Handel ein ganz vitaler Bestandteil unserer Städte ist und bleiben wird. Vor dem Hintergrund, dass der Verstädterungsgrad weltweit steigt, werden die Handelsimmobilien diese vitale Funktion erhalten. Zweifellos wird ein Gutteil der traditionellen Handelsflächen mehr und mehr zu Begegnungsorten in den Städten. Ein Hinweis dafür ist der rasant steigende Anteil an Restaurants in Einzelhandelskonfigurationen. Bewegte sich deren Anteil noch bis vor Kurzem zwischen fünf und sieben

Prozent, so gibt es heute Einkaufszentren mit bis zu 30 Prozent Restaurantflächenanteil.

Darüber hinaus stellen wir fest, dass man mehr und mehr zu multifunktionalen Immobilien zurückkehrt, welche ihre Handels- und Begegnungsaktivitäten stark auf die Erdgeschossenebene konzentrieren. Einkaufszentren werden entweder vitale Spieler mitten in den Städten, denen abverlangt werden wird, auch konsumfreien öffentlichen Raum zur Verfügung zu stellen, oder aber artifizielle Großprojekte jenseits der 70.000 m² Mietfläche, die im Gegensatz zu früher auch perfekt mit öffentlichem Verkehr erschlossen werden.

Außerdem kann ich mir vorstellen, dass heute heruntergekommene Bezirkszentren bzw. Stadtteilquartiere in neuen Betreiberkonstellationen im Eigentum oder langfristigen Mietverhältnissen zusammengefasst werden und analog Einkaufszentren betrieben werden. Ich weiß von Dutzenden deutschen und österreichischen Klein- und Mittelstädten oder auch B-Lagen in Großstädten, die über derartige Konzepte mit neuem Leben erfüllt werden könnten. Gleiches gilt für Stadterweiterungs- und Revitalisierungsprojekte. Erste Beispiele lassen sich in der neuen Seestadt Aspern in Wien oder unter besonderen Voraussetzungen in der Factory-Outlet-Stadt Bad Münstereifel besichtigen. ■

[INTERVIEW: MELANIE MEINIG]



Barkow Leibinger/Stefan Müller

Produktionsgebäude

Ein Masterplan regelt die Neuordnung des traditionsreichen Standortes von Trumpf im sächsischen Neukirch. Erst jüngst konnten die Architekten Barkow Leibinger dort die Erweiterung einer Produktions- und Montagehalle abschließen. Insgesamt verfügt die Halle mit dem Kopfbau nun über 16.000 m². Ein Stahlrost, der die produktionsbedingt notwendige Spannweite von 25 m gewährleistet, überspannt die Halle. Die Besonderheiten des Projektes stellen wir in der nächsten Ausgabe vor.

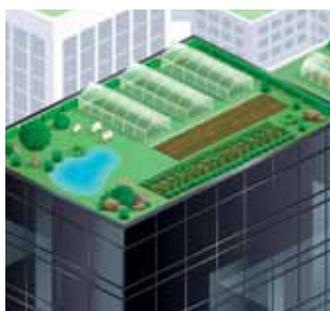


Hachob/Fotolia.com

Industrietore

Industrietore müssen den unterschiedlichsten Anforderungen gerecht werden. Dabei spielt nicht nur das Thema Energie, sondern auch die Sicherheit eine große Rolle. Aber auch die Ausführungsarten der Tore sind vielfältig. Ob Sektion-, Roll-, Schiebe- oder Schnellauf- oder -fahr-, wir geben einen Überblick in **industrieBAU**.

Dachentwässerung und Dachbegrünung



Densik11/Fotolia.com

Gerade bei den großen Dachflächen von Industrie- und Gewerbebauten spielen die Dachentwässerung und -begrünung eine entscheidende Rolle. Welche Möglichkeiten zur Entwässerung und Begrünung es gibt und was es dabei zu berücksichtigen gilt, erklären wir in **industrieBAU**.

- ▶ Anzeigenschluss: 10. Juli 2017
- ▶ Erscheinungstermin: 2. August 2017

Impressum

- Herausgeber und Verlag:** FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Mandichostr. 18, 86504 Merching
Tel.: 08233/381-361, Fax: 08233/381-212
E-Mail: service@forum-zeitschriften.de
www.industriebau-online.de
www.facility-manager.de
www.hotelbau.de
www.forum-zeitschriften.de
- Geschäftsführer:** Rosina Jennissen
- Objektleitung:** Robert Altmannshofer, M.A., Tel.: 08233/381-129
robert.altmannshofer@forum-zeitschriften.de
- Chefredakteurin:** Dipl.-Ing. (Arch.) Melanie Meinig (verantwortl.),
Tel.: 08233/381-155
melanie.meinig@forum-zeitschriften.de
- Redaktion:** Karin Kronthaler, Tel.: 08233/381-536
karin.kronthaler@forum-zeitschriften.de
Dipl.-Phys. Martin Gräber, Tel.: 08233/381-120
martin.graeber@forum-zeitschriften.de
Detlef Hinderer, staatl. gepr. te. FW, Tel.: 08233/381-549
detlef.hinderer@forum-zeitschriften.de
- Anzeigen:** Andrea Wollny, Tel.: 08233/381-201
andrea.wollny@forum-zeitschriften.de
- Anzeigenverwaltung:** Karin Meier, Tel.: 08233/381-247
karin.meier@forum-zeitschriften.de
- Leserservice:** Andrea Siegmann-Kowsky, Tel.: 08233/381-361
andrea.siegmann@forum-zeitschriften.de
- Gestaltung:** Engel & Wachs, Augsburg
- Druck:** Silber Druck oHG, Niestetal
- Anzeigenpreisliste:** 54/2017 (gültig seit 1. Januar 2017)
- ISSN:** 0935-2023
- Bezugspreise der Zeitschrift:** Jahresabonnement EUR 129,- (inkl. MwSt.)
Studentenabonnement EUR 75,- (inkl. MwSt.)
zzgl. Versandkosten EUR 9,00 (Inland)/EUR 18,- (Ausland)
Für Mitglieder der AGI e.V., Bensheim, ist der Zeitschriftenbezug im Mitgliedsbeitrag enthalten.
- Erscheinungsweise:** 6 x jährlich
Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr; es verlängert sich automatisch mit Rechnungsstellung und ist jederzeit zum Ablauf des Bezugsjahres kündbar. Bei Nichtbelieferung durch höhere Gewalt besteht kein Anspruch auf Ersatz.

industrieBAU ist eine Publikation der Sparte Bau- und Immobilienzeitschriften der FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH. Dazu gehören auch:



www.facility-manager.de



www.hotelbau.de

Manuskripte werden gerne von der Redaktion angenommen. Sie müssen frei sein von Rechten Dritter. Sollten sie auch an anderer Stelle zur Veröffentlichung oder gewerblichen Nutzung angeboten sein, ist dies anzugeben. Zum Abdruck angenommene Beiträge und Abbildungen gehen im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen in das Veröffentlichungs- und Verbreitungsrecht des Verlages über. Überarbeitungen und Kürzungen liegen im Ermessen des Verlages. Für unaufgefordert eingesandte Beiträge übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Namentlich ausgewiesene Beiträge liegen in der Verantwortung des Autors. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

- Gerichtsstand und Erfüllungsort:** Augsburg
- Copyright:** FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
- Mitgliedschaften:**

