

Party-Time



ZWISCHENNUTZER ■ Szene-Clubs und Immobilienunternehmen haben meist nur wenige Berührungspunkte. Profitieren können beide dennoch voneinander. Erfolgreiche Beispiele gibt es genug.

Von **Julien von Reitzenstein**



Man denke sich eine leer stehende Immobilie mit mehr als 2.000 Quadratmetern Fläche, Instandhaltungsrückstau, veralteter Technik, schlechter Lage, teilweise Hallenstruktur und keinerlei Aussicht auf einen Mieter: ein Horrorszenario für den Eigentümer. Um Mieterinteressenten zu gewinnen, müsste massiv investiert werden. Aber da noch unklar ist, welche Anforderungen ein Mieter hat, kann nicht investiert werden. Ein Teufelskreis, der Fabrikhallen und andere ältere Gewerbeimmobilien nicht nur in sozialen Brennpunkten betrifft.

Gewiss, die Immobilienbranche sucht das einfache Geschäft. Einen Generalmieter, der die Sanierung selbst in die Hand nimmt. Einen starken Ankermieter und Mietgarantien Dritter. Aber der Immobilienmarkt des 21. Jahrhunderts ist kein Wunschkonzert. Die bequemen Geschäfte werden immer seltener, die Problemimmobilien zahlreicher. Hier heißt das Zauberwort für viele: Portfoliobereinigung. Doch so wird das Problem unter Verlust von Werten nur verlagert. Die Gesetze der Ökonomie lehren, dass aufmerksame Anleger und wachsender Leidensdruck zu einem verblüffenden Phänomen führen. Es wird attraktiv, in Nischen Geschäfte zu entwickeln, selbst wenn sie andere Erfordernisse als das Tagesgeschäft haben. So schwinden auch eventuelle Berührungspunkte zu eher unüblichen Kunden wie Kulturschaffenden oder Clubbetreibern.

Beispiele gibt es genug: 1990 war der Potsdamer Platz in Berlin größtenteils eine Brachfläche. An der Südseite der an-

schließenden Leipziger Straße stand das ehemalige Palais von Moses Mendelsohn-Bartholdy, heutiger Sitz des Bundesrates. Nebenan befindet sich das Reichsluftfahrtministerium, damals vom Haus der Ministerien der DDR gerade zum Sitz der Treuhand avanciert. Sonst war da nichts auf dem geplanten Gelände, auf dem früher einmal eines der größten Kaufhäuser der Welt, Wertheim, stand. Durch Zufall stieß Dimitri Hegemann auf den vergessenen Kaufhaustresorraum unter der Erde. Zu dieser Zeit schwappte die Technowelle nach Deutschland und Berlin wurde die Hauptstadt dieser Musik- und Lifestyle-Bewegung. Hegemann mietete den Tresor und schuf eine Club-Legende mit Weltruhm. Die Miete für den wertlosen Keller und später für die benachbarte Baracke betrug anfangs wenige hundert Deutsche Mark. Als der Tresor 2005 schloss, waren tausende Fans aus aller Welt angereist, viele inzwischen ergraut und mit Tränen in den Augen. Als die ABM Generali den strukturellen Leerstand übernahm und den Tresor einschließlich der Schließfächer aus dem Boden holte, waren laut Hegemann rund 540.000 Euro Miete an das Bundesvermögensamt und die nachfolgenden Eigentümer geflossen. Aufgrund dieses Erfolges tat sich Dr. Achim Grube von der Vattenfall Europe AG auch nicht schwer, Hegemann einen modulierten Mietvertrag für das stillgelegte Heizkraftwerk Berlin-Mitte anzubieten.

Auch der angeblich beste Club der Welt steht in Berlin. Das ehemalige Abspann-

werk der BEWAG, heute Vattenfall Europe AG, liegt unweit des Ostbahnhofs, einer Gegend, die Kreative anzieht. Das erkannte auch die Vattenfall AG, der nach Prüfung des Clubkonzeptes eine individuelle Mietlösung gelang. Mit viel Eigenleistung machte die Ostgut GmbH daraus den Club der Clubs. Dort wird ab drei Uhr morgens das metropole Treibgut hineingeschwemmt: die Mächtigen der Nacht und die Übernächtigen der Macht.

„Hier werden mit Parties Millionen generiert“

An der Bar steht der Chef vom Dienst eines Springerblattes neben dem Vizepräsidenten eines internationalen Musikkonzerns beim Jägermeister, während nebenan die schönsten Friseurinnen von Mitte mit Jungdesignern flirten. Hier wird keine Elektrizität mehr transformiert, stattdessen werden mit den Parties Millionenumsätze generiert. Die Miete für die Immobilie ist dabei nur eine der geringeren Ausgaben. Die Reihe der Beispiele ließe sich beliebig verlängern. Ebenso lang wäre die Liste der gescheiterten Betreiber, die ihrem Vermieter hohe Mietschulden hinterließen. Wie lassen sich also gute Club-Konzepte von schlechten unterscheiden? Wie können Immobilienmanager erkennen, mit welchem Mieter sie so gutes Geld verdienen, dass es sich lohnt, sogar voll ausgestattete Immobilien zu vermieten? Wie können sie ausschließen, bei einem



FOTO: PHOTOCASE

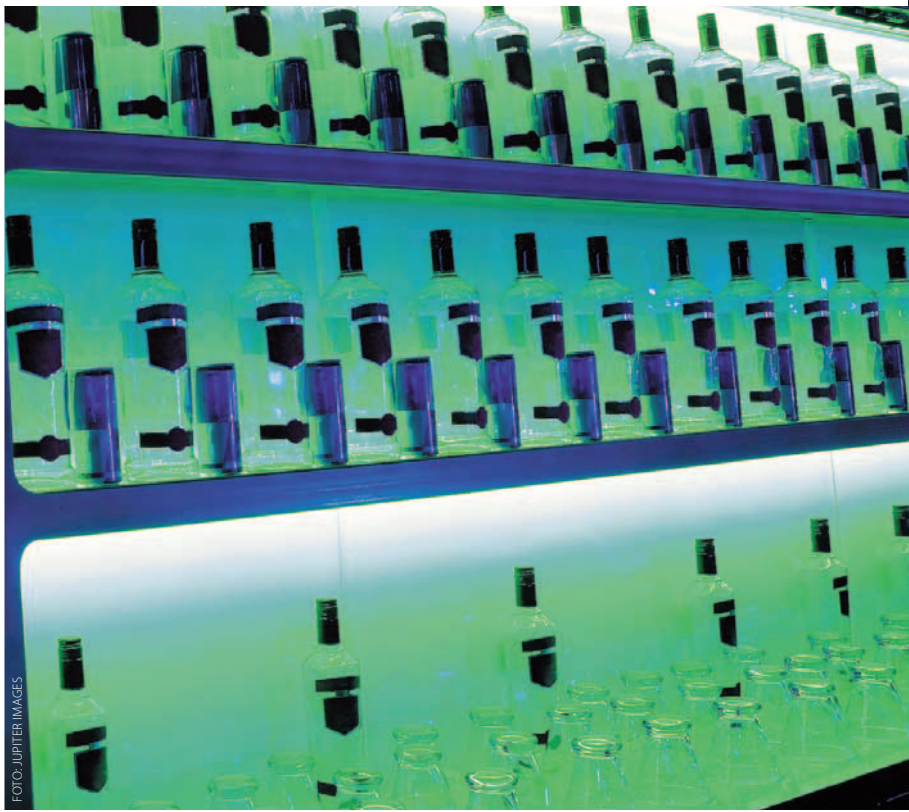


FOTO: JUPITER IMAGES

erfolgslosen Mieter draufzahlen? Nicht einfach zu beantworten. Von Vorteil ist es sicherlich, auch Kreative zu beschäftigen oder einfach Menschen, die am Puls der Zeit leben, ganz normale Immobiliennutzer eben. Denn Erfolg hat man damit nicht nur in Berlin. Als Eric Ludwig und seine

beiden Partner 1994 eine leere Industriehalle in Neuss mieteten und einen Club ins Leben rufen wollten, hatten sie ein gutes Konzept und 100.000,00 Deutsche Mark. Heute gehört das Tribehouse in Neuss zu den ersten Adressen der europäischen Clublandschaft und wurde mehrfach für

sein Konzept prämiert. Wo früher die Chefs auf den Leitern standen, um interessante Dekorationen zu schaffen, wird heute von den besten Designern eingekauft. Geld ist vorhanden, denn mit einem guten Konzept kann man gut verdienen. Und auch pünktlich Miete zahlen. **IT**