



Aus dem Inhalt:

- [Das Auge kauft mit – Lebensmittelmarkt mal anders >](#)
- [Fachmarktentwicklung in Deutschland >](#)
- [Praktikum bei der List Bau GmbH >](#)
- [„Jantje“ erweckt Wasserstadt zum Leben >](#)

Ausg. 03|09 | Kundenzeitung der Unternehmen **LIST ■ BAU** und **LIST ■ WILBERS**

Wir können auch anders

Damals, als angehende Bauingenieure, sind wir unseren Kommilitonen von der Architektur oft mit leiser Gering-schätzung begegnet – „die Künstler“. Wir „Rechenknechte“ haben uns im Übrigen auch nicht eines besonderen Ansehens bei den Architekten erfreut. Selbst heute noch fällt mir gelegentlich dieses eigentümliche „Fremdeln“ zwischen den Fraktionen auf. Nun aber drängt es mich, liebe Kollegen der Fachrichtung Architektur, Euch gegenüber endlich Abbitte zu leisten: Längst bin ich zu einem aufrichtigen Bewunderer Eurer Profession geworden. Wenig befriedigt mich beruflich mehr, als in professioneller Zusammenarbeit mit Architekten Gebäude zu errichten, die überzeugend Form und Funktion zusammenführen. Gute Architektur macht uns klüger, reicher an Erfahrung, üppiger im Lebensgenuss und „bietet immer mehr als verlangt wird“*. Verstärkt finden diese Werte auch Eingang in die Gestaltung von Handelsimmobilien. Ein Beispiel stellen wir Ihnen auf den nächsten Seiten vor.

Herzlichst, Ihr ...
Gerhard List

* Kristin Feireiss, Gründerin
Architekturgalerie Aedes, Berlin



Das Auge kauft mit – Lebensmittelmarkt mal anders

Interview mit Architekt Frank Degener

Im Sommer dieses Jahres hat die **LIST BAU GmbH** als Generalunternehmen den Auftrag zur Erstellung eines Edeka-Marktes in Dortmund-Huckarde erhalten.

Das Büro DEGENER Architekten aus Dortmund hat den außergewöhnlichen Markt entworfen. Das Bauvolumen hat ein Volumen von ca. 3 Mio. Euro wird im Frühjahr 2010 fertig gestellt.

Dieser Edeka-Markt hat anstatt des üblichen kantigen Baukörpers eine ovale Form. Neben der Gebäudeform sind architektonisch noch weitere Gebäudeteile hervorzuheben. Beispielsweise erhält der komplette Eingangsbereich eine Glasfassade und ein zwischen sechs und sieben Metern auskragendes, ca. 200 m²

großes Flugdach. Neben dem Eingangsbereich wird auf ca. 330 m² eine goldfarbene Schindelfassade erstellt. Diese edle Oberfläche führt mit dem Flugdach zu einem eindrucksvollen Erscheinungsbild des Gebäudes.

Zu Hintergründen des Entwurfs für diesen unkonventionellen Lebensmittelmarkt haben wir den Architekten Frank Degener befragt.

Herr Degener, uns interessiert, mit welcher Art von Projekten Ihr Büro schwerpunktmäßig beschäftigt ist. Wir sind bewusst nicht schwerpunktmäßig aufgestellt. Jede Bauaufgabe ist für mich eine besondere Herausforderung. So konnte ich in den letzten 14 Jahren meiner Selbständigkeit



als Architekt Projekte in unterschiedlichsten Themenbereichen realisieren, die teilweise auch mit Architekturpreisen ausgezeichnet wurden.

Auf welchen grundlegenden Überlegungen ist Ihr Entwurf für den Edeka-Markt entstanden?

Die Grundstücksstruktur mit Schwerpunkt im rückwärtigen Bereich, aber auch andere einzelhandels-typische Parameter führten dazu, dass die Stellplatzanlage „vorne“ an der Straße, das Gebäude selbst aber im „Hinterland“ platziert werden musste, ohne Vorgaben durch bspw. vor-

handene städtebauliche Strukturen. Entstanden ist eine prägnante, quasi maßgeschneiderte architektonische Figur, die richtungsneutral den neuen Ort mit harmonischen Raumkanten definiert und den unterschiedlichen „Stimmungen“ des Grundstückes gerecht werden kann. Das schwebende Flugdach akzentuiert den Baukörper und markiert den vitalsten Fassadenbereich. Die metallische, goldfarbene Schindelfassade und weitere Details veredeln das Objekt, verlängern den bestehenden Stadtraum und generieren so einen neuen, spezifischen Ort.

List Bau erstellt IMO-Waschstraße in Luxemburg

Mit ca. 350 Waschstraßen ist die IMO Autopflege GmbH hierzulande Marktführer. Auch im europäischen Ausland expandiert die IMO Carwash Group mit Sitz in England mit ihren nationalen Tochterfirmen im Bereich der Waschstraßen.

Die LIST BAU GmbH arbeitet seit über 30 Jahren eng mit der IMO zusammen. Neben den Waschstraßen im Bundesgebiet wurden in den letzten Jahren auch Projekte in Österreich, Belgien und den Niederlanden realisiert. Eine neue Waschstraße wurde vor kurzem in Luxemburg übergeben. Neben den zu meisternden bautechnischen Abläufen kommen im Ausland sprachliche, steuerrechtliche und manchmal auch kulturelle Herausforderungen hinzu – die oftmals eine schöne Abwechslung zum nationalen Geschäft darstellen.

Wie haben Ihre Auftraggeber auf den Entwurf reagiert?

Der Entwurf hat aufgrund der individuellen Prägnanz und Stimmigkeit mit Blick auf die vorgegebenen Rahmenbedingungen des Ortes sofort überzeugt.

Und wie hat die Betreiberin der Immobilie reagiert?

Begeistert darüber, dass hier in Dortmund ein weiteres Unikat entstehen wird, das neben der Marke EDEKA als zusätzlicher Baustein zum Gelingen des Gesamten beitragen wird.

Sicherlich wird Ihnen oft von der Investorensseite die Kosten-Nutzen-Frage einer anspruchsvolleren Architektur gestellt.

Wie beantworten Sie diese?

In jüngster Zeit trifft man als Architekt zunehmend auf Bauherren, die den Vorteil anspruchsvoller Architektur schnell erkennen; wenn Sie nicht ohnehin darauf von vornherein Wert legen. Trotzdem besteht die

Herausforderung in der Regel darin, „anspruchsvoll“ nicht mit „teuer“ gleichzusetzen. Wie groß die Kosten hierfür sein dürfen ist je nach Projekt und Rahmenbedingungen im Hinblick auf die Realisierung einer auch langfristig erfolgreichen Immobilie durchaus sehr unterschiedlich.

Welchen Stellenwert, denken Sie, wird die Gestaltung/Architektur von Einzelhandelsimmobilien zukünftig einnehmen?

Hier muss man differenzieren. Discounter z. B. – nicht nur im Lebensmittelbereich – verkörpern nach außen i. d. R. eine Architektur, die in den meisten Fällen gleiche Strukturen aufweist. Die durch die Konzerne gewünschte Corporate Identity führt zur Uniformität der Immobilie. Im Bereich der Vollsortimenter, wie EDEKA, wird sich auch zukünftig der Trend zur anspruchsvollen Immobilie mit der entsprechenden Signalwirkung an den Kunden und die Umwelt durchsetzen. Ein Unikat, wie das in Dortmund, wird auch im Inneren der Immobilie atmosphärisch anspruchsvoll gestaltet und macht den Lebensmitteleinkauf zum Erlebnis.

Das Thema Energieverbrauch und CO2-Bilanz von Gebäuden rückt immer mehr in den Mittelpunkt der Beurteilung von Immobilien. Welche planerischen Überlegungen im Hinblick auf die energetische Qualität des Gebäudes wurden berücksichtigt?

Energetisch optimierte Gebäude sind die Zukunft. Allein Gebäude generieren in Europa 40 % des gesamten Energiebedarfes. Schon einfache Maßnahmen können enorme Einsparpotentiale erzeugen – und das bei stetig steigenden Energiekosten. Dies wird in der Zukunft ein eklatanter Wettbewerbsvorteil sein. Der EDEKA-Markt in Huckarde z. B. wird nach Umsetzung die Vorgaben der aktuellen Energieeinsparverordnung im Hinblick auf den Primärenergiebedarf um 25 % unterschreiten.

Herr Degener, wir danken für das Interview.

Fachmarktentwicklung in Deutschland

In den letzten 10 Jahren haben die Fachmärkte im deutschen Einzelhandel neben den Lebensmitteldiscountern weiter an Bedeutung und Umsatzanteilen gewonnen. Traditionelle Fachgeschäfte und Supermärkte haben dagegen Anteile eingebüßt.

Was macht die Handelsform Fachmarkt so stark?

Fachmarktstandorte sind in aller Regel „Autostandorte“. Sie zeichnen sich also durch gute Erreichbarkeit und kostenloses Parken aus. Zum anderen locken attraktive Preise und ein großes Angebot. Für den Handel ist die Möglichkeit der Konzentration auf bestimmte Zielgruppen und eine flexible Anpassung des Angebotes an die Kundenwünsche sehr attraktiv. In Bezug auf die Flächenumsätze bestehen Kostenvorteile gegenüber anderen Konzepten (Personalkosten, Kosten für Anlieferung, Lagerhaltung

etc.) und die größeren Verkaufsflächen gestatten eine hohe Flexibilität bei der Warenpräsentation. Nicht zuletzt trägt zum erfolgreichen Wachstum auch das Interesse der Investoren bei, die in dieser Marktform eine attraktive Kapitalanlage und ein sicheres Investment sehen. Solitärstandorte geraten bezüglich Ihrer Attraktivität gegenüber Fachmarkttagglomerationen bzw. -zentren zunehmend in den Hintergrund. Die Marktchancen für eine weiterhin positive Entwicklung dieser Handelsform liegen standortseitig sicherlich in der zunehmenden Fokussierung auf innerstädtische Lagen. Dieser Trend wird schon alleine vor dem Hintergrund der rigiden örtlichen Genehmigungspraxis für nicht integrierte Standorte immer mehr an Bedeutung gewinnen. Der Konzentrations- und Ausleseprozess wird sich marktseitig fortsetzen und wird dadurch eine weitere Ausdif-

ferenzierung der Konzepte erleben. Hierbei hat sich die Erlangung der notwendigen Trennschärfe gegenüber dem Wettbewerb für den Erfolg beim Kunden als wichtiges Element erwiesen.

Im Wettbewerb der Fachmarktstandorte untereinander gewinnen die gelungene städtebauliche Einbindung und eine attraktive Architektur zunehmend an Bedeutung. Hier gilt es, sich ebenfalls vom Wettbewerb abzuheben und eine attraktive „Adresse“ zu schaffen. Viele Beispiele zeigen mittlerweile national und international, wie dies – auch unter Beachtung der Wirtschaftlichkeit – gelingen kann.



Praktikum bei der List Bau GmbH

Imke Alexy

Mein Name ist Imke Alexy. Ich habe an der FH Bielefeld Projektmanagement Bau studiert. Neben traditionellen Bauфächern wie Baukonstruktion, Bauphysik oder Tragwerkslehre liegt ein Schwerpunkt des Studienschwerpunktes auf dem Kosten-, Termin- und Qualitätsmanagement. Im August '09 habe ich mein Studium als Bachelor of Engineering erfolgreich abgeschlossen. Bestandteil des Studiums war ein 3-monatiges Praktikum, das ich bei der **LIST BAU GmbH** absolviert habe. Zu meiner Aufgabe im Praktikum zählte u. a. die Unterstützung der Projektleiter. Konkret habe ich am Projektmanagement eines Verbrauchermarktes in Lünen und eines Geschäftszentrums in Dort-

mund mitgewirkt. Beim Projekt in Lünen durfte ich das Leistungsverzeichnis für die Ausschreibung der einzelnen Gewerke erstellen, im Anschluss an die Ausschreibung die Angebote auswerten und an den Vergabeverhandlungen teilnehmen. Beim Projekt in Dortmund, das sich in der Ausbauphase befand, habe ich gelernt, wie wichtig es ist, dass alle Gewerke miteinander harmonisieren, um Zeitverluste zu vermeiden.

Wenn ich auf die 3 Monate zurückblicke, bin ich sehr froh, mich für die **LIST BAU GmbH** entschieden zu haben. Ich konnte viel lernen, oft selbstständig arbeiten und erste Erfahrungen bereits bei meinem Berufsstart in Frankfurt a. M. erfolg-

reich anwenden.

Im Anschluss an das Praktikum bei der **LIST BAU GmbH** habe ich meine Bachelorarbeit zum Thema „Der Garantierte Maximalpreis GMP als Wettbewerbs- und Vertragsform in der Bauwirtschaft“ geschrieben. Auch hier haben mich die Nordhorer mit ihrer Praxiserfahrung sehr unterstützt. So wurde mir z. B. ein praxiserprobter Mustervertrag zur Verfügung gestellt und Geschäftsführer Hans Ströcker stand für ein Interview über seine Erfahrungen mit GMP Rede und Antwort.

An dieser Stelle nochmals meinen Dank für die Unterstützung und das mir entgegengebrachte Vertrauen.



„Jantje“ erweckt Wasserstadt zum Leben

Historischer Frachtsegler wird zum lebendigen Symbol der „Wasserstadt Nordhorn“

Am 3. November war es endlich soweit: die „Jantje“ wurde zu ihrem künftigen Liegeplatz „eingeflogen“.

Direkt am Markt war früher der Nordhorner Stadthafen. Dort steht nun der 20 Meter lange Frachtsegler. Mit Hilfe eines 200-Tonnen-Krans wurde die 90 Jahre alte „Jantje“ in die Vechte gehoben. Sie soll bis Anfang Juni 2010 vollständig restauriert werden und dann der „Wasserstadt Nordhorn“ als Museumsschiff und

lebendiges Zeugnis für ihre traditionsreiche Schifffahrtsgeschichte dienen. Aus der ursprünglichen Idee, ein Restaurantschiff auf Nordhorns Kanälen schwimmen zu lassen, ist mittlerweile vom Verein „Graf Ship“ und dem Stadtmarketing Nordhorns ein umfangreiches Konzept erarbeitet worden, das Interessierten das frühere Leben auf und an den Kanälen erlebbar machen will.

Getragen wird das ehrgeizige Projekt in Kooperation privater Geldgeber aus Wirtschaft und Handel und der Stadt Nordhorn. Mit einer insgesamt sechsstelligen Summe hat die private Sponsorengruppe den alten Frachtkahn in den Niederlanden gekauft und sorgt nun dafür, dass „Jantje“ in altem Glanz

zum neuen Aushängeschild Nordhorns wird. Die Stadt Nordhorn wird mit einer ähnlich hohen Summe „Jantje“ einen neuen Heimathafen am Vechteufer gegenüber der Alten Kirche am Markt schaffen.

„Mit dem Schiff wird die Wasserstadt endlich zum Anfassen“, so Gerhard List und Volksbank-Vorstand Jürgen Timmermann, die Sprecher der Investorengruppe. Wenn es nach den Wünschen der Projektgruppe geht, wird der alte Frachtsegler eines Tages sogar ablegen und die Kanäle der „Wasserstadt Nordhorn“ wieder zu neuem Leben erwecken.

Spätestens Anfang Juni 2010, zum „Fest der Kanäle“, soll der genietete Frachtkahn so weit restauriert sein, dass er besichtigt werden kann.

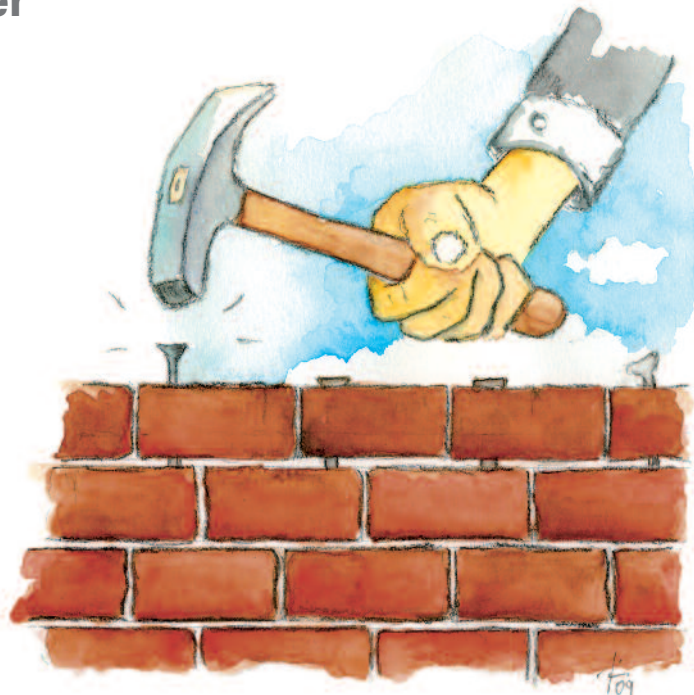
„Jantje Ahoi!“



Der Maurerhammer

Das ist der Hammer, sagt man gern und meint damit des Pudels Kern, den man zentral getroffen hat. Doch steht auf einem andern Blatt, was sich daraus entpuppen tut: Vielleicht ein Teufelchen. – Nun gut, wir meinen hier den Maurerhammer. Man nutzt ihn nicht in stiller Kammer, man braucht ihn draußen auf dem Bau. Trifft er den Finger, sagt der „Au!“ Man teilt mit ihm den Stein in Stücke, damit er passt in eine Lücke, die es noch auszufüllen gilt, auf dass der Polier lächle mild. Sein Kopf besteht aus Bahn und Finne. Er ist beteiligt am Gewinne, doch ebenso auch am Verlust. Doch dann gibt's Frust.

Illustration: Hannes Hiller / Text: Bernd Durstewitz



BAU
Art

Impressum

LIST BAU GmbH, Hauptstraße 52–56, 48529 Nordhorn
Telefon (059 21) 88 40-0, Telefax (059 21) 88 40-40, kontakt@listbau.de, www.listbau.de