

MAGAZIN

LEBENSWELTEN®

02 | 15





Editorial & Inhalt

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Architektur ist im Idealfall immer direkte Auseinandersetzung mit den Menschen,“ konstatierte der amerikanische Architekt Richard Meier. Dem ist unbedingt zuzustimmen. Ein Ort, ein Gebäude, ein Bauwerk bringt und hält die Menschen zusammen. Schafft Lebenswelten, die immer ganzheitlich auf die Ansprüche der Bewohner und Nutzer ausgerichtet sein sollten. Die Erschließung neuer Räume, die Nutzung von Konversionsflächen und eine optimierte Bebauung städtischer Kernzonen spielen deshalb eine zunehmend wichtige Rolle. In unserem Leitartikel auf den Seiten 3 bis 5 finden Sie mehr zu diesem Thema.

Wie man den Wohnraum in den Innenstädten stärken und den Handel beleben kann, erfahren Sie ab Seite 6. Gerade Mittelstädte mit überdurchschnittlich hoher Kaufkraft und Zentralität bieten überaus interessante Entwicklungspotentiale. Das Steckpferd der zur INTERBODEN Gruppe gehörenden Innovativen Gewerbelten® ist es, die dazu passenden Konzepte für kombiniertes Wohnen und Gewerbe zu entwickeln und zu realisieren. Dies ist auch das erklärte Ziel des neuen Bauvorhabens KASTELLUM – Wohnen mittendrin® in

Neuss: Die Verbindung von bedarfsgerechtem Wohnraum für eine breit gefächerte Zielgruppe mit einem attraktiven innerstädtischen Handelskonzept.

Wie stilvoll und inspirierend es sich im Eigenheim mitten in der Stadt lebt, zeigen wir Ihnen am Beispiel des neuen Muster-Townhouses in le flair, das in Zusammenarbeit mit dem Interior-Experten Patrick Treutlein Form, Farbe und Gestalt annahm und Ende Juni eröffnet wurde. Erfahren Sie die Details dazu ab Seite 8 – und, wenn Sie neugierig geworden sind – schauen Sie einfach mal auf der Marc-Chagall-Straße 136 in Düsseldorf vorbei. Es lohnt sich, Sie werden sehen...

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Dr. Reiner Götzen,
Geschäftsführender Gesellschafter der INTERBODEN Gruppe

3

Architektur und Mensch

In den vergangenen Jahren hat für die Öffentlichkeit die Wahrnehmung und Bedeutung von Architektur deutlich zugenommen. Ungezählt sind mittlerweile all die Zeitschriften, Fernsehsendungen und Internetauftritte, die sich mit dem Thema beschäftigen. Zielgruppe hierbei ist nicht nur das Fachpublikum, sondern zunehmend auch Otto Normalverbraucher.



6

Neuer Akzent für Neusser Innenstadt

Das Wohn- und Geschäftshaus KASTELLUM soll Refugium vielfältiger Lebensmodelle und Ansprüche werden: Erholsamer Rückzugsort für seine Bewohner inmitten der City. Architektonisch markantes Highlight für die belebte Fußgängerzone. Modernes Geschäftshaus, das den Einzelhandel in der Innenstadt stärkt.



8

ARCHITEKTUR TRIFFT LEBENSART

Interessierte, Kunden und Käufer können ihre zukünftige Wohn- und Lebenswelt in Düsseldorfs französischem Viertel jetzt mit allen Sinnen erleben. Im neuen le flair Muster-Townhouse erwarten die Besucher innovative Gestaltungsideen und Design-Impulse der Extraklasse.



Architektur und Mensch

In den vergangenen Jahren hat für die Öffentlichkeit die Wahrnehmung und Bedeutung von Architektur deutlich zugenommen. Ungezählt sind mittlerweile all die Zeitschriften, Fernsehsendungen und Internetauftritte, die sich mit dem Thema beschäftigen. Zielgruppe hierbei ist nicht nur das Fachpublikum, sondern zunehmend auch Otto Normalverbraucher. Je nach Vorliebe und Interesse liegt der individuelle Schwerpunkt mehr auf der äußeren Gestaltgebung oder auf der ausgefeilten Innenarchitektur, insbesondere in Küche, Bad und Wohnraum. Der Blick für eine ausgefallene Gestaltung und für das perfekte Detail ist somit geschärft. Architektur als sinnstiftender Identifikationsfaktor gewinnt zunehmend an Bedeutung und Verbreitung. ►►

le flair blanc;
Architekt: Tobias Nöfer

„Finden wir ein Gebäude nicht attraktiv, missfällt uns vielleicht bloß das Temperament des Geschöpfes oder des Menschen, den wir undeutlich in seinem Äußeren zu erkennen vermeinen – ebenso wie wir ein anderes Gebäude vielleicht nur deshalb schön nennen, weil wir die Gegenwart eine Persönlichkeit spüren, die uns gefiele, wenn sie menschliche Gestalt annähme. Was wir in einem Werk der Architektur suchen, unterscheidet sich letztlich also nicht sonderlich von dem, was wir in einem Freund suchen. Die Dinge, die wir schön nennen, sind Spielarten der Menschen, die wir lieben.“

- Vorbildliche, ausgefallene Architekturen hatten schon immer ihre Anhänger. Heutzutage, mit allgemein gestiegenem Wohlstand, findet sich eine breitere gesellschaftliche Interessenschicht. Dass die Suche nach neuen und alten Bau- und Gestaltungsstilen zunimmt, ist als Zeichen für den Stellenwert und die Bedeutung von Schönheit, Ästhetik, gebautem Wert zu verstehen, aber auch für den Wunsch nach Identifikation mit seiner Umgebung. Architektur ist ohne Zweifel ein Attraktivitäts- und Bindungsfaktor, im Wohnungsbau allerdings noch schwieriger zu realisieren als bei öffentlichen und gewerblichen Bauaufgaben wie Opernhäusern, Museen oder Verwaltungsbauten. Ausnahmen gibt es freilich. Dazu gehören unter anderem die mit staatlicher Förderung errichteten Wohnbauten von Friedensreich Hundertwasser in Wien.

Das einzelne Gebäude darf allerdings nicht isoliert betrachtet werden. Ob Wohnung, Reihenhauser oder frei stehende Villa – keines dieser Gebäude steht isoliert für sich, sondern ist eingebunden in räumliche und soziale Zusammenhänge, wie das Dorf auf dem Lande oder das Quartier in der Stadt. Der Architekt Christopher Alexander hat die Bedingungen formuliert, in der sich diese Zusammenhänge entwickeln: „Etwas zu bauen kann nicht bedeuten, bloß dieses abgetrennte Ding zu bauen; vielmehr muss auch die Welt rund um dieses Ding und innerhalb dieses Dings instand gesetzt werden, sodass die größere Welt an dieser einen Stelle zusammenhängender und mehr ein Ganzes wird und das Ding, das man macht, während seines Entstehens seinen Platz im Gewebe der Natur einnimmt“.

Kathedrale von Brasília;
Architekt: Oscar Niemeyer

Anknüpfungspunkte

Architektur gewinnt ihren Wert also nicht allein durch das Gebilde an sich, sondern durch ihren Kontext und durch ihre Ingebrauchnahme. Sei es durch die Rezeption ihrer Ästhetik oder durch das tatsächliche Leben in, neben und mit ihr. Sie ist nicht nur ästhetischer Selbstzweck der Architekten, sondern entfaltet ihre nachhaltige Wirkung erst mit der individuellen Aneignung ihrer Nutzer und Bewohner. Nicht Perfektion macht einen Ort lebenswert, sondern Authentizität. Dies gilt für Innen und Außen, für Räume, Bauten, Plätze sowie ganze Städte. Was eine Metropole ausmacht, lässt sich weder plangemäß umsetzen noch entsteht es einfach über Nacht.

Als vor etwas mehr als fünfzig Jahren Brasília, die neue Hauptstadt Brasiliens, auf dem Reißbrett entstand, ins isolierte Landesinnere verlegt und neu gebaut wurde, sollte sie Sinnbild der damaligen Aufbruchstimmung und Modernität des Landes werden. Der Stadtplaner und Architekt Lúcio Costa gab Brasília die Form eines Flugzeuges. Oscar Niemeyer, damals Chef der staatlichen Baubehörde, schuf architektonisch faszinierende Gebäude aus Stahlbeton. Wohl nie zuvor strahlte dieses Material so viel Leichtigkeit, Anmut und Eleganz aus. Bei der Planung dieses Architektur-Experimentes wurde allerdings auf die alltäglichen Bedürfnisse der Menschen wenig Rücksicht genommen, ihnen wurden keine Orte zur Verfügung gestellt. Der Mensch hatte in dieser Stadt funktionale Aufgaben, emotionale, soziale und gemeinschaftliche Räume und sinnstiftende Orte



Alain de Botton: „Glück und Architektur.
Von der Kunst, daheim zu Hause zu sein“,
S. Fischer Verlag, Frankfurt a. M. 2008,
S.89.

gehörten nicht zum Konzept. So haftete viele Jahrzehnte das Image einer seelenlosen Betonstadt für Staatsdiener, Politik, Militär und staatliche Verwaltungen an ihr. Heute ist die Stadt wegen ihrer hohen Lebensqualität und gerade auch wegen ihrer Provinzialität beliebt – dafür ist aber ein halbes Jahrhundert ins Land gegangen.

Denkt man wiederum an Städte wie London, Wien, Amsterdam, Istanbul, Prag, Riga oder Berlin, ist es der einmalige und oftmals über Jahrhunderte gereifte Charakter, der ihren Reiz ausmacht. Sie bieten Lebensspuren und Identifikation – Anknüpfungspunkte für die Fortsetzung ihrer Geschichte in gebauter und gelebter Form. Historische Bauten, ethnische Vielfalt, die Spannung zwischen Tradition und Moderne – all diese Faktoren prägen das urbane Lebensgefühl. Freilich sind diese faszinierenden Metropolen aber auch nicht völlig planlos entstanden. Die Rede vom Großstadtdschungel suggeriert zwar einen naturhaften Wuchs des urbanen Raums – als käme das Dickicht der Städte durch unablässige Wucherung ganz von selbst zustande. Aber auch über Jahrhunderte hinweg gewachsenen Städten ist ein planender Geist immanent. Es sind mit der Stadtplanung betraute Fachleute, die sich mit der Entwicklung der Stadt, ihren räumlichen und sozialen Strukturen beschäftigen. Sie erkennen Potenziale, zeigen Gelegenheiten auf, haben dabei im besten Falle auch schon zukünftige Entwicklungen und Anforderungen im Blick. Planer, Bauherren, Architekten und Projektentwickler schaffen Orte, gestalten und verwandeln sie.

Die Wechselwirkungen zwischen dem Menschen und seiner gebauten Umwelt – also die Wirkung von Gebäuden, Innen- und Außenräumen auf den Menschen in kognitiver, emotionaler und sozialer Hinsicht – ist ein spannendes Feld mit hoher gesellschaftlicher Relevanz. Denn die Wirkung einer Wohnumwelt auf das menschliche Verhalten, Fühlen, Denken, Handeln und auf die psychische Gesundheit des Individuums sind wichtige Faktoren für das Planen und Bauen menschengerechter Wohnumwelten.

Raumwahrnehmung

Raum und Gefühl – diese Verbindung liegt nahe. Aber welche Auswirkungen hat die Architektur auf den Menschen? Wie Räume wirken liegt zu einem guten Teil an der Anschauungsform des wahrnehmenden Subjekts. Das heißt, Raumwahrnehmung ist immer subjektiv geprägt. Betritt man eine Raum, werden die sensorischen Informationen, die Sinnesempfindungen, weitestgehend unbewusst, individuell gedeutet, eingeordnet, gespeichert und mit früheren Erfahrungen abgeglichen. Menschen formen zwar Räume, aber letztere haben ebenfalls Einfluss auf den Menschen und formen ihn. So sind wir beispielsweise alle von den räumlichen Erfahrungen des Elternhauses geprägt. Diese Prägung beeinflusst unsere Gefühle, die wir für bestimmte Architektur respektive in bestimmten Räumen haben. Das alles hat viel zu tun mit der Beziehung des Einzelnen zu seiner gebauten Umwelt, mit den verwendeten Materialien, mit der Raumdimension, mit dem Licht (dem künstlichen und natürlichen), mit den



Hundertwasserhaus
in Wien, Architekt:
Friedensreich
Hundertwasser

Farben, mit den Fenstern, Türen, Schwellen und deren Position und Anordnung, mit der Form und der Gestalt. Die individuelle Prägung des Einzelnen führt schließlich dazu, dass die Räume subjektiv wahrgenommen werden und sich unterschiedliche Geschmäcker ausgebildet haben. Wir wissen, dass sich Wahrnehmungen je nach Erinnerungen, Ereignissen und Spuren, die einem Raum zugehörig sind, drastisch ändern können. Dabei kann der Erfahrungsschatz des Einzelnen durch vielfältige Einflüsse geprägt sein, wie etwa durch evolutionäre Grundmuster, individuelle Lebenserfahrung und sozialer Hintergrund oder auch den vorherrschenden „Zeitgeschmack“. Wir suchen und schaffen uns Räume, in denen wir uns wohl fühlen. Und wir meiden weitestgehend solche, die uns Unbehagen bereiten.

Räume können aber auch eine ganz eigene, ihnen innewohnende Atmosphäre besitzen. Dies kann eine eher zufällig gewachsene Aura sein; etwa wenn Räume etwas von den Gefühlen und Stimmungen absorbieren, die in ihnen gelebt worden sind. Diese Stimmungen, diese Geschichten scheinen konserviert und weiterhin erlebbar. Die Räume lassen sie uns spüren. Warum nehmen wir etwa in alten Fachwerkhäusern trotz geringer Deckenhöhe diese behagliche Wohlfühlatmosphäre wahr? Im Gegensatz dazu ist mancher Neubau trotz neuester Technik oftmals ohne Leben und ohne Geist.

Räume werden bereits im Prozess ihrer Planung und Gestaltung strategisch mit Gefühlsqualitäten ausgestattet. Architektur, Innenarchitektur und Interior-Design haben die Aufgabe Objekte und Räume mit atmosphärischem Potential auszustatten. Und so prägt uns die Architektur, mit der wir groß werden, ein Leben lang. ■

Neuer Akzent für Neusser Innenstadt: KASTELLUM – Wohnen mittendrin®

Das Wohn- und Geschäftshaus KASTELLUM soll Refugium vielfältiger Lebensmodelle und Ansprüche werden: Erholsamer Rückzugsort für seine Bewohner inmitten der City. Architektonisch markantes Highlight für die belebte Fußgängerzone. Modernes Geschäftshaus, das den Einzelhandel in der Innenstadt stärkt.

Die Projektbetreuer Alissa Kluckow (l.) und Klaus Hermann (r.)



KASTELLUM Entwurfsansicht



Neues aus Neuss

Im Spätsommer startet mit KASTELLUM erstmalig seit vielen Jahren ein neues Bauvorhaben in der Neusser Fußgängerzone. Die Stadt am Niederrhein ist eine der ältesten Städte und zugleich die größte Kreisstadt Deutschlands. Der Name KASTELLUM erinnert an die römische Vergangenheit der Stadt (lat. Castellum, dt. Festung, der Rückzugsort), die einst ‚Castrum Novaesium‘ hieß und den Römern als Legionslager diente. Auch die unmittelbare Lage des Wohn- und Geschäftshauses an der Kastellstraße trug zur Namensgebung bei. „Zudem soll KASTELLUM seinen zukünftigen Bewohnern ein Zufluchtsort in der Innenstadt sein, ihre Festung, ihr Lebensmittelpunkt, von wo aus sie zugleich alle Dinge des täglichen Bedarfs in unmittelbarer Umgebung erreichen können“, erklärt Vanja Schneider, Geschäftsführer der INTERBODEN Innovative Gewerbewelten® GmbH und Co.KG. „Die erfolgreiche Symbiose aus Gewerbe und Wohnen unter einem Dach haben wir bereits vielerorts, etwa in Bonn, Siegburg oder Köln, realisiert.“

Auch in Neuss soll das Erfolgskonzept von bedarfsgerechtem, demografiefestem Wohnraum in Verbindung mit modernen, anspruchsvollen Handelskonzepten mit hoher Qualität umgesetzt werden. „Die mit insgesamt über 1.000 Quadratmeter marktfähige Größe der Ladenlokale stieß früh auf breites Interesse. Ein Ankermieter für die attraktive Handelsfläche im Erdgeschoss war schnell gefunden.“

Neben Vanja Schneider betreut auch Alissa Kluckow das Neubauvorhaben. Seit einem Jahr ist die ausgebildete Immobilienkauffrau und Hochschulabsolventin (B.A. Real Estate) bei den Gewerbewelten als Junior-Projektentwicklerin tätig. „Als INTERBODEN im Dezember 2014 das Grundstück erwarb, gab es zunächst Überlegungen, den Baubestand zu erhalten und zu sanieren. Dies stellte sich als nicht realistisch heraus.“ Für die Zusammenarbeit konnte das renommierte Kölner Architekturbüro römer partner architektur gewonnen werden.

Geplant ist ein architektonisch ansprechendes Gebäude, das durch seine moderne Architektur aus dem Umfeld aus großflächigen Handelshäusern und solitären, gemischt genutzten Einzelhäusern herausragt und sich zugleich harmonisch ins örtliche Erscheinungsbild einfügt. Die Architektur des viergeschossigen Neubaus besteht aus fünf ablesbaren Einzelhäusern. „Mit Baubeginn im Spätsommer 2015 beginnen die aufwendigen Abbrucharbeiten, die aufgrund der Platzverhältnisse nur Schritt für Schritt gemacht werden können“, erläutert Klaus Hermann, technischer Projektleiter und Prokurist der Gewerbewelten. „Wir operieren sozusagen am offenen Herzen. Bis Ende des Jahres sollen dann die Baugrubenarbeiten abgeschlossen sein.“ ■

Zahlen und Fakten:

- Niederstraße 36-38, Neuss
- circa 3.245 Quadratmeter Gesamtmietfläche
- 32 Mietwohnungen von 55 bis 90 Quadratmeter Wohnfläche
- Penthäuser mit bis zu 120 Quadratmeter Wohnfläche
- barrierearme Grundrisse für individuelle Ansprüche
- begrünter Dachinnenhof zur freien Nutzung der Bewohner
- circa 36 Tiefgaragen-Stellplätze
- teilmöbliert mit Einbauküche
- je Wohnung mindestens 2 Fahrradstellplätze im Keller mit Elektroaufladestation für E-Bikes
- Bei Bedarf: Ambulanter Service
- Bezugfertig voraussichtlich Frühjahr 2017



Stephan Kögeler und Bernd Römer, Inhaber des Kölner Architekturbüros römer partner architektur, zum Projekt KASTELLUM:

An welchen Parametern haben Sie sich in der Planungsphase orientiert und was waren Ihre Entwurfsphilosophien?

Die Vorgaben waren das vorhandene Baurecht in Form eines rechtskräftigen Bebauungsplanes und der von INTERBODEN Innovative Gewerbewelten® entwickelte Nutzungsmix aus Handel und Wohnen. Städtebaulich und architektonisch haben wir uns am Maßstab und der Körnung der Neusser Innenstadt gebunden. Das Grundstück mit seiner kompakten Antrittsfläche an der Niederstraße und seiner ausgedehnten Fassade entlang der gesamten Kastellstraße musste aus unserer Sicht strukturiert werden – so entstand, gemeinsam mit dem Bauherrn die nun präsentierte Architektur.

Mit welchen Fragen haben Sie sich besonders beschäftigt?

Besonders beschäftigt haben uns das Zusammenwirken aus Raster und freiem Fassadenspiel und der Ecke zur Niederstraße. Die Neusser Innenstadt ist sehr heterogen. Wir haben uns daher für eine Struktur aus Einzelhäusern mit Fassaden in einem freien Raster auf einer stabilen Basis aus wiederkehrenden Formaten entschieden. Auch ist die Betonung der Ecke zur Niederstraße zu betrachten. Wir haben uns hier für eine besonders texturierte „Adressbox“ aus bedruckten Aluminiumtafeln und einem beweglichen Sichtschutz aus Holzlamellen entschieden. Diese bewegte Box wird das neue Gebäude adressbildend in der Innenstadt verankern.

Worin besteht für Sie der Reiz und die Herausforderung bei diesem Projekt?

Innerstädtische Grundstücke sind immer ein großer Reiz, da die Innenstadt die Visitenkarte jeder Stadt ist – es gibt also einen besonderen Fokus der Öffentlichkeit auf diese Projekte. Dieser Reiz ist dann zugleich die Herausforderung, aber auch die Verantwortung an die Investoren und Architekten, qualitätvolle und vor allem nachhaltige Konzepte zu entwickeln.

Was ist die Handschrift von römer partner architektur?

Wir versuchen, mit „Liebe“ an die Projekte heranzugehen. Unser Credo lautete schon immer: „Schlechte Qualität ist der Feind des Erfolges“, und das leben wir. Jedes Projekt, jeder Bauherr ist anders und darauf muss man sich immer wieder einlassen, um die jeweils richtige Lösung zu finden. Architektur muss für den Betrachter und insbesondere für den Nutzer einleuchtend beziehungsweise nachvollziehbar sein. Wenn man Architektur seitenweise erklären muss, kann sie nicht wirklich gut sein. Diesen Ansatz wird man auch bei diesem Projekt spüren.

www.roemerpартner.com ■

Architektur trifft Lebensart

Bienvenue et voilà – Interessierte, Kunden und Käufer können ihre zukünftige Wohn- und Lebenswelt in Düsseldorfs französischem Viertel jetzt mit allen Sinnen erleben. Le flair, das ist das Viertel voller Leben, ein funktionierendes, infrastrukturell optimal eingebundenes Stadtquartier, realisiert in einem Joint Venture von INTERBODEN Innovative Lebenswelten® und Hochtief Projektentwicklung. Im neuen le flair Muster-Townhouse erwarten die Besucher innovative Gestaltungsideen und Design-Impulse der Extraklasse.

Bei der Eröffnung des Muster-Townhouses am 27. und 28. Juni herrschte während der Rundgänge pure Begeisterung unter den zahlreichen Besuchern. Gute Stimmung, köstliche Snacks und erfrischende Getränke machten das Event zu einem vollen Erfolg.

In Zusammenarbeit mit dem renommierten Interior-Experten Patrick Treutlein entstand in den vergangenen Monaten auf der Marc-Chagall-Straße das le flair Muster-Townhouse. „Unser Ziel bei der Gestaltung war“, erläutert Uta Zanetti, zuständig für integriertes Marketing und Interior-Design bei INTERBODEN, „eine urbane Wohnwelt zu kreieren, die begeistert und den Ansprüchen und Wünschen unserer Kunden in Bezug auf trendbewusstes und designorientiertes Wohnen mehr als gerecht wird. Das Lebensgefühl in den le flair Townhouses anfassbar und erlebbar zu machen, aktuelle Wohntrends aufzugreifen und umzusetzen. Hochwertiges Wohn-Design, repräsentativ und wohnlich zugleich, das ist unser Anspruch.“ Offene, familienfreundliche Grundrisse sind die Basis für ein lebendiges Zu-

house, das den Lebensbedürfnissen der Bewohner entspricht. Ein sorgfältig arrangierter Materialmix sowie exklusive Lichtquellen ergänzen das Gesamtkonzept. „Wir haben uns für ein aktuelles Farbkonzept in Greige entschieden, warme Grau- und Beigetöne, die sich in allen Etagen wiederfinden und sorgfältig aufeinander abgestimmt sind“, so Uta Zanetti.

Außergewöhnliche Lichtelemente, etwa von Foscarini und erlesenes Mobiliar mit Design Klassikern lassen das Townhouse hell, wohnlich, leicht und unbeschwert wirken. Bei so viel Exklusivität kommt die Gemütlichkeit trotzdem nicht zu kurz, das war den Einrichtungsexperten wichtig. Die Black-Edition des Lounge-Chairs von Eames im Wohnzimmer-Bereich dient als spannungsgebendes Element und harmonisiert hervorragend mit den eleganten, modularen Vitrinenelementen. Der Blick durch die bodentiefen Fenster auf die Terrasse und den Garten ist Erholung pur. Innen und außen verschmelzen zu einem harmonischen Gesamtbild. Ein Wohntrend der sich auch im „kalten“



Deutschland immer mehr durchsetzt. Die Themen Arbeiten und Entspannen werden in der Wohnarchitektur der ersten Etage gleichsam stilvoll umgesetzt. Der sparsame Einsatz von Schwarz und Weiß in Verbindung mit Chromelementen und Metalleffekten kreiert auch auf dieser Etage einen modernen Look mit einer Prise klassischer Eleganz. Vielfältige Rückzugsmöglichkeiten bieten die lichtdurchfluteten Wohnräume mit Blick in den Garten, die behagliche Lesecke sowie das Home-Office.

In der obersten Etage präsentiert das Townhouse einen großzügigen Master-Bedroom mit En-Suite-Bad und, eines der vielen Highlights, einen phantastischen Blick auf die weiträumige Terrasse. Das Ankleidezimmer mit bequemen Sitzgelegenheiten macht aus der täglichen Kleiderwahl eine genussvolle Kleiderwahl. Glänzender Chrom, exquisite Stoffe und intelligent geplante Einbauelemente in Kombination mit warmen Erdtönen verleihen auch dieser Etage Leichtigkeit und Wertigkeit.

Ein weiterer Bestandteil des gestalterischen Gesamtkonzeptes sind die großzügigen Kellerräume mit direktem Zugang zur Tiefgarage. Geräumige Einbauschränke mit viel Stauraum für Straßenschuhe, Jacken, Spielsachen oder Winterbekleidung sowie zahlreiche Lichtquellen sorgen für Übersichtbarkeit und Ordnung.

Mit dem Gesamtergebnis zeigt sich Uta Zanetti zufrieden. „Wohnlich, modern, klassisch sollte das Muster-Townhouse werden. Unser Konzept aus hochwertigem Interior-Design mit ausgewählten Accessoires kommt sehr gut an und wir freuen uns auf viele weitere interessierte Besucher im neuen le flair Muster-Townhouse.“ ■



Vereinbaren Sie gerne einen persönlichen
Besichtigungstermin mit unserem Vertriebsteam!
Marc-Chagall-Straße 142
Telefon: 0211 - 20 96 03 54
Telefax: 0211 - 20 96 03 56
E-Mail: vertrieb@flair-duesseldorf.de

Kundenzufriedenheit bei INTERBODEN

Von April bis Juni dieses Jahres führte INTERBODEN in drei Neubauprojekten in Aachen und Bonn Kundenbefragungen durch. Die Ergebnisse liegen nun vor: 77 Prozent der Befragten würden INTERBODEN ihren Freunden und Verwandten weiterempfehlen.



Raphaelhöfe Soers,
Aachen

Kundenzufriedenheit bei INTERBODEN Von April bis Juni dieses Jahres führte INTERBODEN in drei Neubauprojekten in Aachen und Bonn Kundenbefragungen durch. Die Ergebnisse liegen nun vor: 77 Prozent der Befragten würden INTERBODEN ihren Freunden und Verwandten weiterempfehlen.

Um die Kundenwünsche besser in Erfahrung bringen zu können, hat INTERBODEN im Frühjahr dieses Jahres eine Kundenbefragung in insgesamt drei Neubauprojekten durchgeführt, bei der von den Bewohnern erfragt wurde, wie zufrieden sie mit ihrer Wohnung und INTERBODEN Dienstleistungen sind: In Aachen waren es Raphaelhöfe Soers und Redarius Quartier sowie Rhein Entrée in Bonn. Auch die Ergebnisse der diesjährigen Befragung werden zur ständigen Verbesserung der Kundenorientierung beitragen.

Erfreulich viele Kunden nutzten diese Möglichkeit, ihre Bewertungen, Lob, Kritik und Anregungen mitzuteilen. Insgesamt nahmen 40 Prozent der angeschriebenen Kunden an der Befragung teil. „Wir freuen uns über die ehrlichen Bewertungen, das Lob und die guten Ideen“, erläutert Ann Laprell, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Institut für Lebenswelten (ILW) und verantwortlich für die Durchführung der Kundenbefragung. „Aber genauso wichtig sind für uns auch die konstruktive Kritik und die Anregungen. Wir werden all dies

nutzen, um unsere Stärken zu festigen und in anderen Punkten weiter an uns zu arbeiten. Wir geben ehrliche Auswertungen hier weiter, weil wir noch auf weitere Aussagen unsere Leser auch aus anderen Projekten hoffen. Neben konstruktiver Kritik freuen wir uns natürlich auch über Anerkennung für Gelungenes und Besonderes.“

Der erste Teil der Befragung beschäftigte sich mit der Informationsbeschaffung: Um in Zukunft eine gezielte Kundenansprache zu erreichen, wurden sie gefragt, über welche Medien sie sich generell über Immobilien informieren und wie sie auf das Unternehmen INTERBODEN, bzw. das spezifische Projekt aufmerksam geworden sind. Die Befragung ergab, dass allgemeine Themen rund um die Materie Immobilie hauptsächlich über das Internet in Erfahrung gebracht und recherchiert werden. Wenn es jedoch um den Kauf der eigenen Immobilien geht, gewinnt die Empfehlung von Bekannten und Verwandten an Bedeutung. Immerhin sind 28 Prozent der Befragten auf das spezifische Projekt durch eine persönliche Empfehlung aufmerksam geworden. Im Gegenzug dazu erfuhr nur jeder Fünfte durch das Internet oder einen Zeitungsbericht davon. Im Internet sind es vor allem die eigene Projekthomepage und das Immobilienportal „ImmobilienScout24“, über die sich informiert wurde. Interessant ist, dass sich die Kunden bei Immobilien zwar generell über die Zeitung informierten, ausgewiesene Immobilienanzeigen allerdings nur zu 11 Prozent als Grund nannten, durch die sie auf das Bauprojekt aufmerksam wurden. Auch im Bereich Internet und Social Media ist INTERBODEN seit geraumer Zeit aktiv. Neben der klassischen Projekthomepage und Unternehmenshomepage ist INTERBODEN auch auf Facebook und Xing zu finden. Die Werbe- und Marketing-Materialien von INTERBODEN erhielten durchweg eine gute bis sehr gute Bewertung. Vor allem die Projekt-Exposés und das Firmenmagazin LEBENSWELTEN gefallen den Befragten.

Der zweite Teil der Befragung beschäftigte sich mit der Zufriedenheit mit dem Wohnprojekt. Schaut man sich zunächst einmal die Gründe an, die zu einer Kaufentscheidung führten, war der mit Abstand am häufigsten genannte Grund (91 Prozent) das angebotene Produkt selbst. Der Hauptgrund und das kaufentscheidende Argument, weshalb gerade jenes Produkt gewählt wurde, war – wie von Maklern schon seit vielen Jahren immer wieder gepredigt – vor allem die Lage. Nicht zu vergessen natürlich auch Grundriss und Architektur des Projektes. Der Gesamtpreis war hingegen nicht ausschlaggebend. Das Preis-Leistungsverhältnis spielte eine wichtige Rolle, aber bei weitem nicht die wichtigste. INTERBODENS Strategie gut gelegene Grundstücke mit einem durchdachten Konzept zu bebauen entspricht somit den Wünschen der Kunden.



Innenhof Redarius
Quartier, Aachen (li.),
Rhein Entrée, Bonn (re.)

Insgesamt gaben die Kunden eine hohe Zufriedenheit mit ihrer Immobilie an. Für 70 Prozent der Befragten entsprach die Immobilie ohne Einschränkungen ihrer Wunschimmobilie. Vor allem im Redarius Quartier in Aachen kam die Immobilie den Wünschen der Bewohner besonders nahe. Hier gaben 82 Prozent der Befragten an, dass die Immobilie ihrer Wunschvorstellung entspricht. Besonders positiv wurden bei der Ausstattung der Wohnung die Fliesen und die Sanitär-Ausstattung bewertet. Mehr als 90 Prozent der Befragten nannten die Qualität gut oder sehr gut. Ebenfalls sehr zufrieden waren die Befragten mit der Qualität der Fenster und Türen. Anlass zu Kritik bot hingegen die Qualität des Parketts und der Elektroinstallation. Für ein Drittel der Befragten entsprach bei diesen beiden Punkten die Qualität nicht dem erwarteten Standard. Ein neu eingeführtes Lieferantenmanagement System bei INTERBODEN wird in Zukunft für gute Qualitätsausführungen der Firmen sorgen. Vor allem die Anforderungen bei der Elektroinstallation steigen ständig. Hier sind es im Besonderen die digitale Ausstattung als auch Smart Home Elemente, die den Kunden ansprechen. Vorwiegend für die Kunden interessant sind Smart Home Systeme die der Sicherheit dienen: Bewegungsmelder, Beleuchtungssysteme und ferngesteuerte Rollläden/Jalousien. Allerdings möchten nur 50 Prozent der Befragten für diese Zusatzleistungen bezahlen.

Ein ebenfalls differenziertes Bild ergibt sich bei der Zufriedenheit der Kunden mit der Firma INTERBODEN und den einzelnen Unternehmensbereichen. Besonders mit der Betreuung durch die Kundenberater im Vertrieb, in der Planung und in der Sonderwunschabwicklung waren die Befragten äußerst zufrieden (80 Prozent). Fast 95 Prozent fanden durch die qualifizierte Beratung und/oder einen persönlichen Besuch in den INTERBODEN Musterwelten am Europaring die gewünschten Materialien und Ausführungen ohne sich diese bei den einzelnen Firmen vor Ort anschauen zu müssen. Dies ersparte den Kunden lange Anfahrtswege und oftmals doch recht mühsame und zeitintensive Verkaufsgespräche. Auch mit der Bauleitung zeigten sich die Befragten in den Quartieren Rhein Entrée und Redarius äußerst zufrieden. Im Projekt Raphaelhöfe hingegen war die Zufriedenheit mit der Bauleitung im Verhältnis jedoch gering. Dies ist vor allem auf die wechselnde Bauleitung in dem Projekt zurückzuführen. Eine Konstanz in den Ansprechpartnern wird von den Befragten allgemein hoch geschätzt.

Nachholbedarf gibt es bei den drei Projekten vor allem bei der zeitlichen Umsetzung. Aufgrund von Verzögerungen im Bauablauf konnten die Immobilien erst verspätet an die neuen Besitzer übergeben werden. Dies führte in diesem Punkt bei knapp der Hälfte der Befragten zu einer Unzufriedenheit. Durch die Einführung der neuen Baumethode Lean Construction (siehe LEBENSWELTEN Magazin, Ausgabe 2/2013) konnte INTERBODEN bei denen sich zurzeit in Bau befindenden Projekten jedoch eine deutliche Verbesserung erreichen. Lean Construction beruht auf den Produktionsprinzipien der Automobilindustrie und verschlankt die Bauabwicklung und macht sie so termingerechter.

Ein guter Indikator für die allgemeine Zufriedenheit mit dem Unternehmen ist die Bereitschaft der Kunden zur Weiterempfehlung. Mehr als Dreiviertel aller Befragten würden INTERBODEN als Bauträger an Bekannte und Verwandte weiterempfehlen. Besonders hervorzuheben ist diese Bereitschaft im Redarius Quartier, dort würden 100 Prozent der Befragten INTERBODEN weiter empfehlen.

Generell lässt sich festhalten, dass die Zufriedenheit vor allem im Rhein Entrée und im Redarius Quartier überdurchschnittlich hoch ist, während die Zufriedenheit in den Raphaelhöfen aufgrund einer problematischen Ausgangssituation (Auflagen Denkmalschutz, Naturschutz, externe unbekannte Partner etc.) lediglich durchschnittlich ist. Ein Wert, mit dem man sich bei INTERBODEN natürlich nicht gerne zufrieden gibt. „Wir werden aus der Befragung unsere Rückschlüsse und Konsequenzen ziehen, und die Erkenntnisse sowohl in zukünftigen Projekten als auch in der Kundenansprache bei bestehenden Projekten umsetzen“, verspricht Dr. Reiner Götzen. „Fassen wir zusammen: Bei 77 Prozent Weiterempfehlungsbereitschaft bleibt noch viel zu tun – aber wir haben schon viel Grundlegendes in den letzten Jahren umgesetzt und deutliche Verbesserungen erreichen können. Wir werden den Weg weiter konsequent verfolgen. Jetzt geht es an die vielen Kleinigkeiten und an das Besondere, das Ausgefällene, was den Unterschied ausmacht.“

Machen Sie mit! Ihre Meinung ist uns wichtig.
Auf www.lebenswelten-online.de können auch Sie über Ihre Erfahrungen mit INTERBODEN berichten.



Innovative Arbeitswelten – Bürokonzepte der Zukunft

Das Planen und Bauen von Bürogebäuden steht vor tiefgreifenden Veränderungen. Schließlich haben die Wissensarbeiter von morgen ganz neue Ansprüche an ihr Arbeitsumfeld. Wer den Wettbewerb um diese Arbeitskräfte und potentielle Mieter gewinnen will, muss neu denken.

Simple Großraumbüros sind genauso passé wie die Einzelzelle. Aber auch die Folgen des demografischen Wandels sind zu berücksichtigen. Wo liegen die Bürostandorte der Zukunft? Wie lassen sich 60- bis 67-Jährige in die Bürowelten der Zukunft integrieren, wenn wir länger arbeiten wollen und auch müssen? Auch die Frage der ökologischen Nachhaltigkeit von Gebäuden dürfte die Märkte in der nach-fossilen Ära stärker bewegen als derzeit. Bürogebäude, die in Teilen ihre eigene Energie erzeugen, sind längst keine Zukunftsvision mehr.

Der Wettbewerb um die Wissensmitarbeiter der Zukunft hat längst begonnen. Arbeitsmarktforscher wissen, dass die Arbeitsleistung bis zu 35 Prozent gesteigert werden kann, wenn das Umfeld und die Rahmenbedingungen auf die arbeitenden Menschen zugeschnitten sind und diese in ihrem Workflow unterstützen. In einer Welt, die

immer stressiger, lauter, verdichteter ist, sehnt sich der arbeitende Mensch nach Entschleunigung, nach einem Arbeitsplatz mit Wohlfühlatmosphäre, die ihm hilft, neue Kraft und Motivation zu finden. Viele international tätige Firmen haben bereits neue Bürokonzepte mit einer lernförderlichen Atmosphäre entwickelt und umgesetzt. Das Gros der bestehenden Büroimmobilien muss in den nächsten Jahrzehnten dafür umgerüstet werden.

Ecomotional Offices®

Um diesen wachsenden Anforderungen gerecht zu werden, hat die INTERBODEN Gruppe das Bürokonzept Ecomotional Offices® entwickelt. Ökonomische Faktoren verschmelzen hier mit emotionalen Bausteinen – so entstehen Arbeitswelten mit großem emotionalem Mehrwert und von hoher Werthaltigkeit. „Wir wollen mit unserem Projektansatz eine Alternative zum klassisch-modernen Büro bieten“, erläutert der geschäftsführende Gesellschafter der INTERBODEN Gruppe Dr. Reiner Götzen, „eine andere Denke in den Markt bringen, etwas kreieren, was vom Normalen abweicht: nicht allein Farbe, intelligente Raumzuschnitte und schicke Büromöbel. Wir suchen und finden individuelle Lösungen bezogen auf die jeweilige Aufgabenstellung“. Dr. Götzen betont weiterhin die Notwendigkeit, gewerbliche Immobilien nicht nur hinsichtlich ihrer architektonischen Gestaltung zu bewerten, sondern in der Planung frühzeitig auch Forschungsergebnisse aus den Bereichen Ökologie, Arbeitsorganisation und -psychologie sowie weiteren zugehörigen Bereichen einzubringen.

Bei der Entwicklung des Ecomotional Offices® Bürokonzeptes konnte man auf fast 60 Jahre Erfahrung im Wohnungsbau zurückgreifen. Im Laufe der Firmengeschichte hat INTERBODEN für den Wohnungsbau das Lebenswelten® Konzept entwickelt und stetig verfeinert, das sich abgewandelt auch auf Büroimmobilien übertragen lässt. Lebenswelten definieren sich hier als Arbeitswelten, die für die Menschen, die in ihnen arbeiten, ein motivierendes Umfeld schaffen. Um Kreativität und Leistung im Arbeitsalltag zu fördern, sind durchdachte Arbeitswelten einzigartig und auf die Bedürfnisse des Kunden individuell zugeschnitten. Mit dem Denkansatz von Ecomotional Offices® werden die Erkenntnisse aus der Arbeitsmarktforschung und der Immobiliennutzung sinnvoll vereint. Die Umsetzung dieses Konzeptes erfolgt durch die im Jahr 2004 gegründete INTERBODEN Innovative Gewerbewelten® GmbH & Co. KG.

„Selbst bei bestehenden Gebäudestrukturen lässt sich mit Hilfe kreativer Stellschrauben ein Identität stiftendes Umfeld schaffen, das die





Kreativität, Motivation und Kommunikation anregt“, erklärt der Geschäftsführer der Gewerbellöten® Vanja Schneider. Architektur, integrativer Städtebau und energiesparende Bauweise seien die eine Seite nachhaltiger Projektentwicklung. Die andere Seite, die sogenannten soft skills wie Grünkonzept Kunst, Licht, Service, Sicherheit etc. spielen als zukunftsorientierte Ergänzungsbausteine eine ebenso wichtige Rolle. Aber nicht nur die Ausstattung und die Funktionalität des Gebäudes und der Räume sind bei der Wahl der richtigen Büroimmobilie entscheidend, sondern auch die Nähe zum Vermieter. Dieser ist dann bei Wünschen und Fragen schnell zur Stelle und kann entsprechend prompt reagieren. Bei INTERBODEN ist dies nicht nur durch die räumliche Nähe gewährleistet, sondern auch deshalb, weil hier alles aus einer Hand angeboten wird.

INTERBODEN Firmenzentrale

Ein Beispiel für die Umsetzung des Ecomotional® Office-Konzeptes ist die Revitalisierung des INTERBODEN Bürogebäudes in Ratingen. Mit der firmeneigenen Büroimmobilie ist der Sprung zum Kreativhaus gelungen. Gebaut 1991, wurde das INTERBODEN Haus im Jahr 2007 gemäß der Philosophie von Ecomotional Offices® neu positioniert und gemeinsam mit dem Innenarchitekten Bert Haller, Spezialist für Hotelimmobilien, umgestaltet. Hier vereinen sich ökologische Kriterien mit emotionalen Komponenten. Beispielsweise ein einladender Empfang, bequeme Designmöbel, ein ausgetüfteltes Lichtkonzept, attraktiv gestaltete Außenanlagen und ein Büroserviceangebot. Heute ist der Europaring 60 ein Ort der Kreativität und des Wohlfühlens. Denn INTERBODEN gestaltet hier auf sieben Etagen innovative Erlebnis- und Arbeitswelten.

Natürliche Farben und Materialien vermitteln ein naturverbundenes Ambiente. Bänke aus Holz laden zum Verweilen ein, Bambuspflanzen beruhigen das Auge und ein Wasserspiel sorgt für eine entspannende Atmosphäre.

Auf dem Weg zum Haupteingang durchquert man einen kleinen, geschützten Platz. Von dort aus gelangt man in den offenen, großzügig gestalteten Empfangsbereich. Eine Symbiose aus Natürlichkeit und Modernität empfängt die Besucher und Mitarbeiter des Hauses. Auch die Elemente der Natur finden sich hier wieder, etwa in der natürlich bewachsenen Pflanzenwand, dem weichen Boden und den Wassergeräuschen. Der Empfang sorgt dafür, dass Besucher sich hier jederzeit willkommen fühlen und dass niemand im Haus ungebetenen Besuch bekommt. Sicherheit und Wohlfühlatmosphäre werden harmonisch miteinander verbunden.

Ein Teil des Gebäudes wird durch die INTERBODEN Gruppe selbst genutzt; der Rest ist fremdvermietet. Eine bewusst geschaffene heterogene Mieterstruktur arbeitet in einem Klima der gegenseitigen Wertschöpfung. Die ausführliche Beratung potenzieller Mieter hat dazu beigetragen, den unverwechselbaren Charakter der ansässigen Unternehmen in geeignete Büroflächen und Arbeitsatmosphären umzumünzen. ■

Fakten:

Nutzung: Büroimmobilie
 Standort: Ratingen
 Gesamtfläche: 8.050 m², 6 Vollgeschosse und 1 Staffelgeschoss
 Tiefgaragenplätze: 120
 Baujahr: 1991
 Revitalisierung: 2007
 Planung: Dr. Reiner Götzen Creatives Planen, Ratingen
 Innenarchitektur: Bert Haller Innenarchitekten, Mönchengladbach

PERFEKTER SITZ!

IN UNSEREN ARBEITSWELTEN IST NOCH PLATZ.

Exklusive Büros mieten
 Individuelle Größen
 Provisionsfrei

INTERBODEN

02102.91 94 158



Haben auch Sie Interesse an einer Bürofläche im INTERBODEN Haus?
 Im Europaring 60 können Sie zwischen unterschiedlichen Miet- und Ausrüstungsstandards wählen. Für ein individuelles Angebot wenden Sie sich bitte an Frau Alissa Kluckow, Telefon: 02102 - 91 94 158; E-Mail: a.kluckow@interboden.de



Es liegt was in der Luft

80 Prozent der Deutschen grillen laut eigener Aussage gerne. Worin liegt der Reiz dieses duften Outdoor-Events? Sind die Deutschen wirklich Grillweltmeister und welche Köstlichkeiten landen eigentlich rund um den Globus auf dem Rost?

Glühende Leidenschaft

Jetzt sind sie wieder überall. Manchmal riecht man sie auch nur. Hungerige Horden quer durch die Bevölkerung scharen sich um den Grill. Am liebsten unter freiem Himmel im eigenen Garten, auf dem Balkon oder an öffentlichen Plätzen. In den vergangenen Jahren hat das Grillen das spießige Aroma, das ihm lange Zeit nachhing, in ein lässiges Raucharoma verwandelt und ist immer mehr zum Lifestyle-Phänomen geworden. Gegrillt wird heute quer durch alle Gesellschaftsschichten und in jedem Alter. Tradition und Moderne finden am Rost zusammen.

In den Sommermonaten bringt jeder dritte Deutsche regelmäßig den Grill zum Glühen. 13 Prozent grillen sogar das ganze Jahr über. Hobbybruzzler, Auftragsgriller, Fernsehköche, Grillbuch-Autoren, ja sogar Wissenschaftler widmen sich dem der Deutschen zweitliebsten Nationalsport mit gezückter Profi-Grillzange und ganzer Leidenschaft. Trotz Alternativen wie Elektro- oder Gasgrills möchten viele deutsche Grillfans auf das typische Raucharoma des Holzkohlegrills nicht verzichten. Rund 120.000 Tonnen Holzkohle und -briketts werden dazu jährlich verwendet.

Für die meisten Deutschen steht beim Grillen weniger die Nahrungsaufnahme im Vordergrund sondern eher das soziale Miteinander, das gesellige Beisammensein. Anders als in anderen Ländern trifft man

sich hierzulande bevorzugt zu Hause, am liebsten gemütlich im Garten.

Grill around the world – Internationale Rauchzeichen

Wer bislang dachte in der Grilldisziplin wären die Deutschen Weltmeister, der sollte einmal einen globalen Blick am Steak vorbei und über den Tellerrand hinaus werfen. Leidenschaftlich gegrillt wird überall auf der Welt. Was in anderen Ländern auf dem Grill landet, ist oft typisch für die jeweilige Region. Springbock, Strauß oder Antilope in afrikanischen Ländern, Fisch, Meeresfrüchte und viel Geflügel im mediterranen Raum oder in Asien. Auch die Würzung ist sehr unterschiedlich. Statt auf Holzkohle wird in vielen anderen Ländern das jeweilige Grillgut lieber direkt über dem offenen Feuer gegart.

- Bei dem klassischen Grillvergnügen in **Südamerika**, Asado genannt, müssen Vegetarier sehr tapfer sein. Hier werden ganze Tiere über Holz oder Kohle, mitunter inklusive Haut und Fell, vertikal gegart. Ziegen, Schafe, Lamas und Geflügel werden dort in „Asado con cuero“, übersetzt „im ganzen Fell“ gegrillt.

- Plancha heißt die bis zu 300 Grad heiße Steinplatte, die auf einem Gasgrill positioniert wird und auf dem in **Frankreich, Spanien** und

Italien traditionell Schwein, Rind, Huhn und je nach Region auch Fisch zubereitet wird. Die starke Hitze sorgt dafür, dass das Grillgut außen kross und innen saftig wird. Auch Beilagen, Salate, Soßen und Brot gehören bei unseren europäischen Nachbarn zum geselligen Bruzzeln dazu.

- In den **USA**, den Erfindern des abwechslungsreichen Barbecues, findet das sanfte Garen größerer Fleischstücke im heißen Rauch, beispielsweise im Smoker, bei etwa 100 Grad statt. Ein typisches BBQ dauert nicht selten den ganzen Tag lang und auch die indirekte Garmethode dauert etwas länger als das klassische Grillen. Heraus kommen dabei Köstlichkeiten wie Pulled Pork, Burger oder Spare Ribs.

- Das gesellschaftliche Grillvergnügen, Braai genannt, findet in **Südafrika** in großer Runde am offenen Feuer statt. Scharfe Soßen, oft mit viel Knoblauch und Kümmel, sorgen für ordentliche Würze. Auf den Grill kommen Wurstschnecken, Straußenfleisch, Antilope, Fisch oder andere regionale Fleisch- und Fischarten.

- Yakitori werden die typischen Grillleckereien in **Japan** genannt. Die Holzspieße mit Fleisch, Fisch, Gemüse und einer würzigen Marinade oder pur mit Salz kann man zu jeder Tageszeit an offenen Grillküchen genießen. Da private Wohnungen und Gärten in Asien oftmals eher klein sind, kommen Gas- oder Elektrogrills zum Einsatz. Sie erzeugen wenig Rauch und damit wenig nachbarschaftliche Störung. Allgemein ist das Grillen ein leckerer Grund, um sich in geselliger Runde im Freien aufzuhalten.



- Saté kommt ursprünglich aus **Indonesien**. Diese in Streifen geschnittenen, marinierten Köstlichkeiten aus Fleisch, Fisch oder Geflügel, die direkt über dem Feuer auf aromatischen Holzchips gegrillt werden, sind auch auf den **Philippinen, Singapur** oder **Thailand** beliebt.

- In **Australien** hat das Grillen eine lange Tradition mit besonderem Stellenwert. Sollte man unterwegs Grillappetit verspüren und es nicht mehr bis nach Hause schaffen – no problem! In Down Under gibt es in Parks oder an der Küste öffentliche Münzgrillstellen, auf denen hungrige große Mengen an Würsten, sehr gerne auch Garnelen und andere Meeresfrüchte, meist ganz ohne Beilagen, zubereiten.

- Hängi nennen die Bewohner **Neuseelands** ihre Grillvariante. Traditionell wird in einer Erdgrube auf Steinen und Feuer das Grillgut platziert, mit Erde bedeckt und über Stunden gegart.

Regeln beim Volkssport Nummer Zwei

Generell gilt: Wild grillen – ja. Wildgrillen – nein! Wildgrillen schadet Fauna und Flora und es versteht sich von selbst, nach dem Grillspaß an öffentlichen Plätzen Einweggrills, Geschirr und Besteck zu entsorgen. Noch besser ist es natürlich, möglichst ganz auf Plastikbesteck, -becher oder -teller zu verzichten und stattdessen Geschirr und Besteck von zu Hause mitzunehmen.

Dem guten Nachbarschaftsverhältnis zuliebe sollte man auch während der Grillmonate Rücksicht auf seine Umwelt nehmen. Vermeiden Sie unbedingt starke Rauchentwicklung, achten Sie auf eine angemessene Lautstärke und machen Sie zwischendurch eine Grillpause. Noch besser: Laden Sie Ihre Nachbarn doch einfach mal zum Grillen ein. Balkonbesitzern in NRW steht übrigens gesetzlich festgelegt (bei 48 Stunden Vorankündigung) 1 Grillpartie pro Monat zu, da darf der Grill sogar bis 24 Uhr brutzeln.

Ein Blick in den Mietvertrag lohnt sich auch bei diesem Thema. Vermietern ist es gestattet, das Grillen auf Terrasse oder Balkon vertraglich zu untersagen. Was beim Grillen geht und was nicht ist übrigens Ländersache. ■



*„Unser Alltag wird zu einem wesentlichen Teil durch
die Architektur bestimmt, die uns Tag für Tag umgibt.“*

– JÜRGEN TIETZ (Architekturkritiker & Publizist) –

 **INTERBODEN**
INNOVATIVE LEBENSWELTEN®

Impressum:

Ausgabe 2 | 2015

Herausgeber:

INTERBODEN Innovative Lebenswelten®
Europaring 60, 40878 Ratingen
Telefon: 02102 - 91 94-0
www.interboden.de
V.i.S.d.P. Dr. Reiner Götzen

Konzeption/Redaktion:

INTERBODEN Innovative Lebenswelten®

Gestaltung:

EPS Agentur für Kommunikation GmbH,
Ratingen

Druck:

Woeste Druck, Essen

Fragen, Anregungen, Kritik:

Ansprechpartner: Dr. Reiner Götzen
E-Mail: lebenswelten@interboden.de