

# Farbexplosion

**MENSCH + OBJEKT** ■ Erst teuer saniert, dann größtenteils leer: Das Hamburger Brahms-Kontor hat nach einem schwierigen Start wieder genug Mieter gefunden. Dabei geholfen hat die Kölner Marketing-Fachfrau Petra Hermann.

Von Roswitha Loibl

**H**olz kann ein Hindernis sein. Wenn die Vertäfelung über Wände und Decken reicht und dann auch noch unter Denkmalschutz steht, ist das Bohren von Löchern verboten. Wohin mit der Beleuchtung und all der anderen technischen Ausstattung, die Büros heute brauchen? „Wer soll denn diese Büros mieten?“, lautete daher die rhetorische Frage, die Petra Hermann dem Immobilienchef der Eigentümergesellschaft stellte. So entstand eine Idee: die Umwandlung in eine Konferenzetage.

Das Eichenholz verleiht der zweiten Etage des Hamburger Brahms-Kontors das Ambiente eines würdigen Herrensalons und lässt den Blick verweilen auf den Flächen, deren wilde Wolken- und Knotenmuster im Holz gar nichts gemein haben mit der regelmäßigen Maserung, die man sonst von Eichenmöbeln kennt. Vier große Räume bieten diese Ausstattung – und die sollte man nun aus der Büovermietung herausnehmen? Es wurden letztlich sogar noch mehr, als die Konferenzzone auf knapp 550 Quadratmeter anwuchs und dann auch moderne Räume einschloss.

Petra Hermann, Inhaberin der Kölner Agentur KGGK, übernahm Ende 2010 das Marketing für das Brahms-Kontor, als dessen 24.000 Quadratmeter Bürofläche zu 50 Prozent leer standen. Heute, dreieinhalb Jahre später, suchen nur noch zehn Prozent der Flächen einen Mieter, und bis zum Jahresende soll alles voll sein. „Die Konferenzetage hat der Vermietung einen Schub gegeben“, sagt die 49-jährige, die viel zwischen ihrem Unternehmenssitz in Köln und ihren Projektorten wie Hamburg unterwegs ist. „Wir sehen sie als Mittel zur Mieterbindung.“

Ein Ankermieter verlängerte in der Folge seinen Vertrag und vergrößerte seine Flächen. Denn die Mieter dürfen die repräsentativen Räume zu einem reduzierten Preis für Besprechungen und Videokonferenzen nutzen. Auch Externe können sie buchen. Das hat sich mittlerweile

sogar bis nach Hollywood herumgesprochen. Sogenannte Location Scouts haben das Kontorhaus als Drehort entdeckt. Der letzte Film mit dem verstorbenen Schauspieler Philip Seymour Hoffmann wurde hier gedreht: „A Most Wanted Man“. Er kommt am 11. September in die Kinos.

FOTO: PRIVAT



Petra Hermann und die Hofansicht des Brahms-Kontors.

Für das holzbedingte Technikproblem fand sich schließlich auch eine Lösung: Klitzekleine Löcher durften doch in die Decke gebohrt werden, durch die sich al-

FOTO: GRUNDSTÜCKSGESELLSCHAFT-KARL-MUCK-PLATZ

◀ Der Haupteingang des Brahms-Kontors schwelgt in Farben.

lerdings nur für sehr leichte, speziell angefertigte Beleuchtungskörper aufhängen lassen. Das meiste Licht kommt von Stehlampen, und die Stromkabel wurden unter den Bodendielen verlegt.

Das Brahms-Kontor liegt am Holstenwall und kontrastiert in seiner dunklen Backsteinstraße mit den Nachbarn: mit der klassizistisch-verspielten Laeiszehle, dem nüchternen Emporio-Hochhaus und dem teils nostalgischen, teils verkehrlosen Gängeviertel. Sein erster Bauteil am Holstenwall stammt aus dem Jahr 1904; 1931 kam die Erweiterung am heutigen Johannes-Brahms-Platz hinzu und stellte zwei Rekorde auf: Sie war Europas höchstes Stahlskelett-Gebäude und Hamburgs höchster Profanbau. Kontinuität gibt es bei den Eigentümern: Erbauen ließ es der gewerkschaftsähnliche Deutschnationale Handelshilfen-Verband, heute gehört es einer Gesellschaft, hinter der die Gewerkschaft Verdi steht.

## Gewerkschaft zog aus

Im Jahr 2005 zog der letzte gewerkschaftliche Nutzer, die Deutsche Angestellten Gewerkschaft DAG, aus. Damit fiel der Startschuss für eine Restaurierung, bei der vom ursprünglichen Gebäude nur noch das Skelett und die Fassaden übrig geblieben sind. Markante Teile der Innenausstattung wurden zwischengelagert und später originalgetreu ergänzt. 40 Millionen Euro investierte Verdi angeblich in das Projekt, eine Zahl, die auch heute nicht offiziell bestätigt wird. Der Bauteil am Johannes-Brahms-Platz entstand in ähnlicher Form wieder mit Kacheln an den Wänden, auf denen sich wahre Farbexplosionen abspielen: feuerrot im Haupteingang, gelb, blau-grün und rot-schwarz in Nebenaufgängen und Treppenhäusern. Vom älteren Bauteil dagegen blieb außer der Fassade kaum noch etwas übrig, sodass sich hinter ihr heute ein modernes Bürogebäude verbirgt.

Gerade als im Jahr 2008 alles fertig war, versetzte die Finanzkrise die Wirtschaft in eine Schockstarre. Zudem tauchte ein scharfer Wettbewerber auf: die Hafencity. „Wir haben sie zunächst als Bedrohung empfunden“, sagt Petra Hermann. So galt

es damals schon als Erfolg, dass 6.200 der insgesamt 24.000 Quadratmetern vermietet waren. Die Marketing-Expertin schüttelt heute den Kopf darüber und freut sich, dass die wirtschaftliche Durststrecke überstanden ist. Sie ist überzeugt, dass nicht nur der gesamtwirtschaftliche Aufschwung seinen Teil dazu beitrug. „Wir haben in allen Marketingdisziplinen gespielt“, erzählt sie und lobt das „tolle Team“, mit dem sie auf der Eigentümerseite zusammenarbeitete.

Für die Kölnerin war der Auftrag eine Premiere, denn mit der Immobilienbranche hatte sie bis dahin nichts zu tun gehabt. Zu ihren Kunden zählten Bildungsanbieter ebenso wie Finanzinstitute oder die Juwelierkette Christ. „Ich konnte Erfahrungen aus allen Branchen einfließen lassen“, resümiert sie heute. Beim Hamburger Projekt waren ihre kommunikative Fähigkeiten besonders gefragt, denn sie musste als Mittlerin zwischen vielen handelnden Personen agieren.

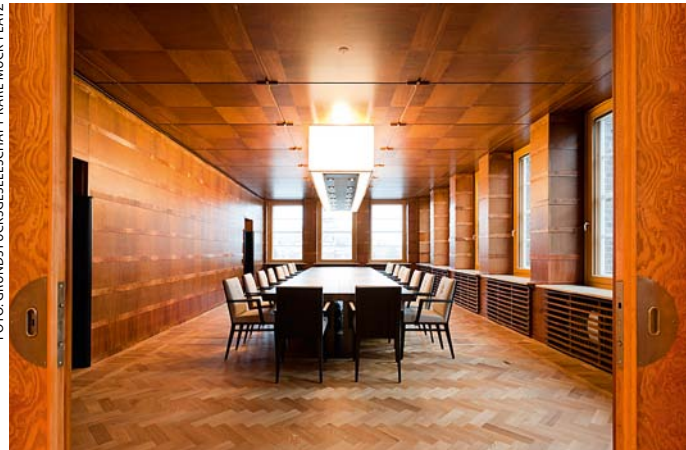
„Dass ich den Auftrag bekam, hatte sicherlich etwas damit zu tun, dass ich auch ausgebildete Mediatorin bin“, sagt die Diplom-Kauffrau, die ihr Betriebswirtschafts-Studium an der Universität zu Köln absolvierte. Auch ihr wichtiges Hobby ist vermutlich kein Nachteil: „Mein Hobby sind andere Menschen.“ Und damit meint sie nicht nur ihre zahlreichen Freunde und Verwandte. Dass sie auch gerne liest, Sport macht und nach Frankreich fährt, sieht sie eher als sekundär an. „Mein Beruf ist so vielseitig, da brauche ich keine aufregenden Freizeitbeschäftigungen.“

Wo erkennt sie nun in der Immobilienwelt spezifische Defizite? „Das Denken vom Nutzer her kommt zu kurz, man ist oft zu technikorientiert und sieht in erster Linie den Preis.“ Das kann fatale Auswirkungen haben. Preisnachlässe führen zu einer Abwärtsspirale und enden leicht in der Insolvenz, so ihre Erfahrung. Ihr Konzept für das Brahms-Kontor schloss daher einen Punkt kategorisch aus: dass die Mieten gesenkt werden. 13 bis 18 Euro kostet der Quadratmeter Bürofläche, was für die Lage und die Ausstattung marktgerecht ist.

Auch bei der Markenbildung hinkt die Immobilienbranche noch hinterher.

Auf der Klaviatur des Marketings schlug Petra Hermann daher auch diese Taste an. Um den Namen Brahms-Kontor in den Köpfen der Hamburger fest zu verankern, nimmt das Gebäude nun schon zum dritten Mal am Tag des Offenen Denkmals teil, der in diesem Jahr unter dem Thema „Farbe“ steht – eine Steilvorlage. Für Mieter gibt es ein extra Bonbon:

FOTO: GRUNDSTÜCKSGESELLSCHAFT-KARL-MUCK-PLATZ



Historisches Holz: In diesem Konferenzraum tagte während der Sturmflut 1962 der Krisenstab um Innensenator Helmut Schmidt.

Sie können an diesem Tag Führungen exklusiv für ihre Kunden buchen.

Die Mieterpflege ist eine der wichtigsten Aufgaben. Daher installierte die Eigentümergesellschaft einen Concierge-Service, dessen Kosten nicht auf die Miete umgelegt werden. Ein Objektbetreuer ist als Ansprechpartner präsent, und die Event-Etage wird von einer fest angestellten Veranstaltungskoordinatorin betreut. Bei öffentlichen Veranstaltungen – wie Ausstellungen, Lesungen oder Konzerten – haben die Mieter Vorrang. Was los ist, erfahren sie über den regelmäßigen, auf Papier gedruckten Newsletter und können auch selbst ihre Vorschläge einbringen. Wie bei den momentan noch leer stehenden Ladenflächen im Erdgeschoss. Die Mieter wurden gefragt, was sie dort gerne hätten. Auf den Fenstern der beiden Läden ist nun das Ergebnis zu lesen: „Kita“, „Wein“, „Feinkost“, „Yoga-Studio“ und manches mehr.

## im.digital

Wie es im Brahms-Kontor aussieht, zeigen die Fotos, die Sie an dieser Stelle in der App und dem eMagazine finden können.