

EIN VORTEIL FÜR ALLE: NEUER WOHNRAUM ÜBER DISCOUNTERN.

LUFT NACH OBEN.

In Zeiten von Wohnungsknappheit stellen eingeschossige Handelsimmobilien in verdichteten Quartieren per se Fremdkörper dar. Beste Lagen mit ungesättigten Wohnungsmärkten verlangen nach Nachverdichtung. Und das Potenzial für neuen Wohnraum ist ähnlich groß wie sein Mangel: Zwischen 2,3 und 2,7 Millionen neue Wohnungen könnten laut einer Studie der TU Darmstadt und des Pestel Instituts von 2019 in Deutschland entstehen. Als eine der größten Ressourcen für Neubau identifiziert sie Flächen über den Discountern.

Diese tragen aktuell durch ihre Lieferzonen, geringe Gestaltungsqualität und dem hohen Verkehrsaufkommen auf Kundenparkplätzen nicht zur Attraktivität der Quartiere bei. Doch in einer städtebaulichen Weiterentwicklung könnten diese Nachteile nicht nur minimiert, sondern teilweise sogar ins Positive verwandelt werden: Indem die eingeschossigen Einheiten durch zeitgemäße, multifunktionale Gebäude ersetzt werden, die Einkaufen und Wohnen zum Vorteil aller miteinander vereinen. Das bedeutet allerdings abreißen und neu bauen – denn zur Aufstockung sind die eingeschossigen Bauten meist nicht geeignet.



Kurz vor Fertigstellung: Oben wohnen, unten einkaufen – bei knappem Wohnraum stellt nicht nur Verdichtung eine Lösung dar.

Wie sieht das konkret aus?

Im Schnitt nimmt ein eingeschossiger Lebensmittelmarkt inklusive Stellplätze eine Fläche von 2.500 bis 6.000 Quadratmetern ein. Allein durch das Verlagern der Stellplätze ins Untergeschoss entsteht ein enormer Flächengewinn – Raum für Wohnungen. Genau wie in den drei bis vier oder mehr neuen Etagen über dem Markt. So lassen sich je nach Standort 50 bis ca. 250 Wohneinheiten realisieren. Selbst wenn in Einzelfällen eine Verdichtung mit Wohnraum nicht infrage kommt, bieten sich diese Flächen für soziale Infrastruktur wie Praxen, Kitas etc. an. Doch bei allem Ideenreichtum gilt es, planungsrechtliche und baurechtliche Aspekte zu beachten. Hier ist nicht zuletzt die Politik gefragt, die Rahmenbedingungen für das Bauen zu ändern und weiterzuentwickeln, um die rechtliche Situation den Gegebenheiten anzupassen. Am besten zeitnah. Denn allmählich erlangt die neue Denke Systemreife: Lidl hat sogenannte „Metropolfilialen“ konzipiert, bei denen nicht nur durch effizienter geplante Verkaufsfläche Platz gespart wird – auch die Parkplätze verschwinden allesamt unter der Erde. Parallel werden über dem Markt je nach Bedarf Geschosse für Wohnungen gebaut. In Frankfurt am Main werden die ersten Filialen bereits umgesetzt. Und der Plan kann deutschlandweit aufgehen. Allein in Berlin könnten an rund 330 städtebaulich integrierten Standorten von eingeschossigen Lebensmittelmärkten zwischen 20.000 und 36.000 Wohneinheiten realisiert werden. Oben wohnen, unten einkaufen – ein Szenario, von dem im besten Fall alle profitieren.