

EPM WORLD

Einfach Professionelle Immobilien-Manager

Ausgabe 2/2010

Dezember 2010

www.epm-world.com

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern ein schönes Weihnachtsfest sowie ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2011.

Ein optimistischer Blick nach vorn

Interview mit Barbara Knoflach, Vorstand (CEO) SEB Asset Management.



ben sich durch die Übernahme der SEB Filialen ab 2011 neue Absatzchancen für unsere Fonds. Kurzum: Der Vertrieb von SEB ImmoInvest ist gut aufgestellt!

Wann wird der SEB ImmoInvest wieder geöffnet?

Die Rücknahme der Anteilscheine wurde am 6. Mai für zunächst drei Monate ausgesetzt und am 5. August für bis zu weitere neun Monate verlängert. Diese gesetzliche Frist kann, muss aber nicht voll ausgeschöpft werden. Wir wollen unseren Fonds so schnell wie möglich wieder öffnen! Mit dem Kabinettsbeschluss wurde eine

wichtige Voraussetzung dafür bereits eingeleitet, nämlich stabile gesetzliche Rahmenbedingungen. Woran wir aktuell arbeiten, sind belastbare Aussagen unserer Vertriebspartner über die potenziellen Mittelabflüsse bei Wiederöffnung und die Steigerung der Liquidität durch Immobilienverkäufe.

Das Bundeskabinett hat am 22. September das Anlegerschutzgesetz verabschiedet. Bis Januar 2011 folgen die Lesungen im Bundestag. Wie reagieren Sie auf die Regulierung?

Wir sind froh, dass der neue gesetzliche Rahmen nun erkennbar ist, denn auf die konkrete Ausgestaltung des Anlegerschutzgesetzes haben wir

lange gewartet. Die Ansätze des Gesetzgebers weisen in die richtige Richtung. Sie stärken die offenen Im-

Durch die Verlängerung der Haltefristen haben offene Immobilienfonds für institutionelle Anleger deutlich

dass eine Trennung der Kundengruppen in Zukunft verstärkt über die Produktschiene erfolgt. In diese Richtung tendieren auch die Bemühungen des BVI, der die Brancheninteressen in Berlin vertritt.

Offene Immobilienfonds dürfen nach einer Entscheidung des Verwaltungsgerichts Frankfurt Ende September Auszahlpläne nicht bedienen, wenn ihr Vermögen eingefroren ist. Wie geht die SEB mit dieser Entscheidung um?

Wir bedienen die Auszahlpläne weiter, und zwar aus eigenen Mitteln. Wir sind der Auffassung, dass die verbindliche Vereinbarung einer monatlichen Auszahlung eines besonderen Schutzes bedarf. Dies gilt insbesondere, da wir wissen, dass die Mehrzahl der Auszahlpläne von Anlegern vereinbart wurden, die mit diesen Beträgen ihren Lebensunterhalt bestreiten – z.B. als Zusatzrente. Für uns ist es eine Frage der Integrität, diesem Vertrauen zu entsprechen.

Wie wollen Sie das Vertrauen der Anleger zurückgewinnen?

Ganz klar: mit der Qualität unseres Fonds! Stabilität und Ausgewogenheit im Sinne des magischen Dreiecks von Rendite, Risiko und Liquidität sind die Hauptmerkmale von SEB ImmoInvest. Mit dieser Anlagepolitik hat der Fonds seit Auflage 1989 stets positive Renditen erzielt. Auch für dieses Jahr erwarten wir eine stabile Performance zwischen zwei und drei Prozent, womit wir weiterhin zu den besten Immobilienfonds gehören.

Fortsetzung auf S. 3



Potsdamer Platz Arkaden: im Bestand der SEB ImmoInvest

Die Krise der offenen Immobilienfonds hat sich dramatisch zuspitzt. Es zeigt sich, dass insbesondere Fonds betroffen sind, die über kein starkes Vertriebsnetz in Deutschland verfügen. Besteht Gefahr für den SEB ImmoInvest?

Wir haben SEB ImmoInvest vor 21 Jahren mit dem klaren Fokus auf Retail-Kunden aufgelegt und unser Vertriebsnetz seitdem konsequent ausgebaut. Neben zahlreichen Online-Plattformen haben wir beispielsweise mit der DVAG und der Targobank starke Vertriebspartner. Mittlerweile ist das sogenannte Third-Party-Geschäft die tragende Säule von SEB ImmoInvest. Auch mit Banco Santander, einem langjährigen Geschäftspartner, erge-

mobilenfonds als solide und nachhaltige Anlageform für den Vermögensaufbau und die private Altersvorsorge. Die börsentägliche Ausgabe und Rücknahme von Anteilscheinen ist weiterhin grundsätzlich möglich. Gleichzeitig wurden die Schutzmechanismen weiterentwickelt, um Kurzparker auszuschließen. In Zukunft ist eine Mindesthaltedauer von zwei Jahren vorgesehen, wobei Privatanleger Anteile im Wert von bis zu 5.000 Euro pro Monat an die Fondsgesellschaft zurückgeben dürfen. Damit ist eine gewisse Flexibilität weiterhin gewährleistet.

an Attraktivität eingebüßt. Werden Sie den SEB ImmoInvest verstärkt auf Privatanleger ausrichten?

SEB ImmoInvest ist und bleibt in erster Linie ein Retail-Produkt. Allerdings haben in den letzten Jahren auch professionelle Anleger wie beispielsweise Dachfonds und Vermögensverwaltungen in unseren Fonds investiert. Vor diesem Hintergrund und im Vorgriff auf das neue Anlegerschutzgesetz haben wir Ende 2009 eine Anlageklasse für nicht-natürliche Personen eingeführt. Diese Differenzierung ist wichtig und dürfte sich in der Branche durchsetzen. Wir gehen davon aus,

Das Ziel heißt Reprivatisierung

Fragen an Dr. Bernhard Scholz, Vorstand Immobilienfinanzierung, Hypo Real Estate.



zurückzuführen. Der deutsche Immobilienmarkt ist daher aktuell weniger überhitzt. Wir rechnen damit, dass sich der deutsche Gewerbeimmobilienmarkt deshalb schneller als andere Märkte erholen wird.

Wo sehen Sie in den kommenden Monaten noch Risiken?

Spanien, Großbritannien und die USA gehören nach wie vor zu den sogenannten Hot-Spot-Märkten. Diese Märkte werden von uns regelmäßig analysiert und

gründlich überprüft.

Nach der existenzbedrohenden Krise im Herbst 2008 hat sich die HRE neu aufgestellt. Was sind Ihre Strategien und welche Ziele verfolgen Sie damit? Das Ziel ist es, die pbb Deutsche Pfandbriefbank als strategische Kernbank des HRE-Konzerns wieder nachhaltig an den Kredit- und Refinanzierungsmärkten zu etablieren und die Bank reprivatisierungsfähig zu machen. Hierfür verfolgt die pbb eine klare Strategie

als europäische Spezialbank für die Immobilien- und Staatsfinanzierung. Kunden und Immobilienklassen sind ebenso klar definiert wie die Grundsätze für das Risikomanagement. Zentrales Refinanzierungsinstrument ist dabei der Pfandbrief. Der Fokus liegt auf Investmentkrediten und hier auf Darlehen zwischen 20 Millionen und 100 Millionen Euro, die Beleihungsausläufe von 70 Prozent nicht überschreiten. Ausnahmen macht die Bank, wenn beispielsweise ein Bestandskunde eine kleinere Finanzierung benötigt oder bei Syndizierungsfinanzierungen. Projektfinanzierungen übernimmt die pbb nur bei Vorvermietungen und exzellenten Lagen. Spekulative Projektentwicklungen finanziert die Bank nicht.

Wie positioniert sich innerhalb der Holding die Deutsche Pfandbriefbank AG?

Die pbb ist die strategische Kernbank des Konzerns: Hier liegen die strategischen Assets, wird das Neugeschäft getätigt und läuft die gesamte Refinanzierung des Konzerns.

Welche Kunden betreut die Deutsche Pfandbriefbank und welche Kunden werden Sie in Zukunft bevorzugt finanzieren?

In der Immobilienfinanzierung richtet sich das Angebot an professionelle Immobilieninvestoren. Die Bank finanziert vor allem Bürogebäude, Einzelhandels- und Logistikimmobilien sowie wohnwirtschaftlich genutzte Immobilien. Im Bereich der Finanzierung des öffentlichen Sektors liegt der Fokus auf Gebietskörperschaften unterhalb der obersten staatlichen Ebene, die nur bedingt direkten Zugang zum Kapitalmarkt haben.

Mit welchen Produkten wollen Sie zukünftig erfolgreich sein?

Die pbb bietet Kunden aus den Bereichen Immobilienfinanzierung und dem öffentlichen Sektor maßgeschneiderte Finanzierungslösungen, die individuell auf die Anforderungen der Kunden abgestimmt sind.

In welchen Ländern werden Sie zukünftig Schwerpunkte setzen?

Der regionale Fokus der pbb liegt auf Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern. In diesen Märkten hat die pbb im vergangenen Jahr knapp die Hälfte des Neugeschäfts von 3,3 Milliarden Euro geschrieben. Der Schwerpunkt der Auslandstätigkeit liegt auf Großbritannien und Frankreich.

Auf welche Marktentwicklungen setzt die HRE?

Entscheidendes Kriterium wird in der Zukunft die Nachhaltigkeit einer Investition sein. Das Asset/Property Management – also die klassische Bewirtschaftung einer Immobilie – wird wieder eine wichtigere Rolle spielen.

Mit dem Aufbau einer Abwicklungsanstalt („Bad Bank“) stehen Sie vor einer besonders großen Herausforderung. Wie wollen Sie diese meistern?

Die bevorstehende Abspaltung nicht strategischer Geschäftsbereiche von der HRE auf die FMS Wertmanagement stellt einen weiteren wichtigen Schritt zur erfolgreichen Neuausrichtung der HRE dar. Diese Transaktion ist ihrer Art, Umfang und Komplexität bisher einmalig.

Wird es in Zukunft System haben, dass ganze Geschäftsfelder und giftige Wertpapiere in „Bad Banks“ ausgegliedert werden? Sehen Sie Alternativen zu diesem Modell?

Das Konzept der Abwicklungsanstalt erlaubt es, Kredite, die nicht mehr im strategischen Fokus der Kernbank stehen, im Interesse der Kunden wertvoll und weiterzuführen und abzu-

Fortsetzung auf S. 2

Das Transaktionsvolumen hat in diesem Jahr wieder angezogen. Ist die Krise damit beendet? Wie beurteilen Sie die Lage am deutschen Immobilienfinanzmarkt? Im Vergleich zu anderen europäischen Märkten ist der deutsche Gewerbeimmobilienmarkt auch während der Krise hinsichtlich der Miet- und Marktpreisveränderungen vergleichsweise stabil geblieben. Dies ist auf die moderate Immobilienpreisentwicklung in Deutschland in der Vergangenheit

Die Risikoneigung kehrt zurück

An den Immobilienmärkten stehen alle Zeichen auf Erholung.



Wohnungen im Luxussegment erfreuen sich großer Beliebtheit: das Wohnbauprojekt „Yoo Berlin“

Die schrittweise Erholung der Weltwirtschaft hebt die Investitionsbereitschaft und schlägt sich positiv auf den Immobiliensektor nieder. Nach den Krisenjahren setzt Deutschlands Konjunktur ihren Aufwärtstrend unerwartet stark fort.

Der weltweite Aufschwung der Immobilienbranche wird am starken Zuwachs des Transaktionsvolumens auf den Gewerbeimmobilienmärkten deutlich. Die globalen Transaktionsvolumina haben sich hier im zweiten Quartal 2010 gegenüber dem Vorjahresstand nahezu verdoppelt. Die Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) konnte im Jahresvergleich sogar einen Investitionszuwachs von 80 Prozent verzeichnen. Der deutsche Gewerbeimmobilienmarkt hatte sich in der Krise sehr robust gezeigt. Investoren mussten nur leichte Mietsenkungen verkraften. Notverkäufe und Insolvenzen blieben weitestgehend aus.

Gefragt sind nach wie vor Core-Immobilien mit langfristigen Mietverträgen,

guter Mieterbonität und -struktur. Das niedrige Zinsniveau hält zudem die Risiken für Investitionen in deutsche Büro- und Einzelhandelsimmobilien gering und sorgt für einen breiten Spread zwischen Rendite und Zins. Der Fokus der Investoren liegt nach wie vor in erster Linie auf sicheren Objekten mit stabiler Wertentwicklung.

Steigende Nachfrage in Nebenlagen

Dass das Vertrauen in die Immobilienmärkte und die Risikoneigung wieder zunehmen, zeigt die Tatsache, dass wieder umfangreiche, teils spektakuläre Projektentwicklungen begonnen werden und auch die Nachfrage nach Immobilien in Nebenlagen wieder ansteigt. Ein starkes Signal an die Immobilienmärkte ist auch die Ankündigung des Allianz-Konzerns, seine Immobilienquote von gegenwärtig 3,5 Prozent des Anlagevermögens auf 7 Prozent zu erhöhen. Dies entspricht einem Volu-

men von 25 bis 30 Milliarden Euro. Das Interesse von Investoren richtet sich in Deutschland neben Gewerbe- auch wieder vermehrt auf Wohnimmobilien. Zwar ist das Transaktionsvolumen für Wohnungsportfolios weiterhin auf einem niedrigen Niveau, doch es kündigt sich eine positive Entwicklung an. Im zweiten Quartal 2010 stiegen die Mieten deutschlandweit durchschnittlich um 3,5 Prozent, was einen jahrelang nicht mehr beobachteten Zuwachs darstellt. Städte wie Düsseldorf, Köln oder Berlin konnten im Einjahresvergleich sogar einen Mietzuwachs um 13 Prozent verzeichnen. Zurückzuführen ist dies vor allem darauf, dass sich hoher Beliebtheit erfreuende Städte immer mehr Einwohner gewinnen, die Zahl der Singlehaushalte weiter zunimmt und die Neubautätigkeit nach wie vor gering bleibt. Auch im Luxussegment gibt es gegenwärtig wieder positive Impulse. Beispielsweise konnte der Vertrieb des Berliner Projekts „Am Zirkus“, zu

dem ein Hotel mit 311 Zimmern, Büro- und Gewerbeflächen mit insgesamt 5.100 qm sowie das Wohnbauprojekt „Yoo Berlin“ mit 87 Wohneinheiten im Luxussegment gehören, bereits deutlichen Zuspruch verbuchen. In München und Hamburg waren bereits Yoo-Projekte realisiert und schon vor Fertigstellung komplett verkauft worden. Die Aussichten für eine positive Entwicklung bei Wohnimmobilien sind deshalb ausgesprochen gut.

Investoren in allen Marktsegmenten profitieren von der wieder besseren Verfügbarkeit von Fremdkapital, auch wenn die Banken bei der Kreditvergabe nach wie vor deutlich zurückhaltender sind als vor der Krise. Die Folgen der Basel-III-Beschlüsse auf die Immobilienmärkte sind noch nicht abzusehen. Strengere Eigenkapitalvorschriften stellen in jedem Fall erhöhte Anforderungen an die Banken bei Bewilligung von Krediten. Da die Verschärfungen aber moderater ausgefallen sind als befürchtet, bleibt abzuwarten, ob Investitionen durch mangelnde Verfügbarkeit von Fremdkapital tatsächlich erneut erschwert werden oder sich der positive Trend fortsetzt.

Zertifizierung als Wettbewerbsvorteil

Auf dem breiten Markt angekommen ist auch das Thema „Green Building“. Sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfrageseite ist das Interesse an nachhaltigen Gebäuden deutlich gewachsen. Internationale Gebäudezertifizierungen, wie LEED, BREEAM oder das der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen DGfB, haben sich etabliert und führen zu einer positiveren Bewertung von Immobilien. Zertifizierte Gebäude stellen deshalb einen klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber nicht zertifizierten Immobilien dar. Neben dem hohen Kostensparpotenzial spielt dabei auch der Aspekt der Corporate Social Responsibility eine

große Rolle. International agierende Großkonzerne werden sich zunehmend ihrer Verantwortung bewusst und rücken in unternehmensinternen Richtlinien nachhaltige Immobilien in den Fokus. Ein augenfälliges Beispiel ist das Vorzertifikat der DGNB für die rundum sanierten Doppeltürme der Deutschen Bank in Frankfurt. Diese Veränderungen werden zukünftige Investitionen maßgeblich begleiten und nachhaltiges Bauen zu einem unverzichtbaren Bestandteil des Immobiliensektors machen.

Bei der Vertragsgestaltung werden sich diese Trends verstärkt in Ausstiegsklauseln bei nicht gesicherter Finanzierung oder Nichterfüllung vereinbarter Nachhaltigkeitskriterien niederschlagen. Ob die auf dem Immobilienmarkt beobachteten positiven Zeichen halten, was sie versprechen, wird sich in den nächsten Monaten zeigen. Dass das Tal durchschritten ist, scheint jedoch sicher.



Dr. Thomas Kaiser-Stockmann
Rechtsanwalt und Notar, Partner
Mannheimer Swartling Advokat-
byrå, Deutschland

Fortsetzung von S. 1, Interview mit Dr. Bernhard Scholz

bauen. In diesem Zusammenhang ist es falsch, von einer Bad Bank zu sprechen. Ein großer Teil der Vermögenswerte, die wir übertragen, sind Assets guter Qualität oder Performing Loans. Die Übertragung erfolgt, weil diese Vermögenswerte nicht mehr zu unserer neuen Strategie passen.

HRE hat als einzige deutsche Bank den EU-weiten Stresstest nicht bestanden. Wie beurteilen Sie die Relevanz des Stresstests für Ihr Institut?

Die Ergebnisse des Stresstests im Sommer 2010 sind nur bedingt aussagekräftig. So berücksichtigt der Stresstest noch nicht die Auslagerung von Vermögenswerten von bis zu 210 Milliarden Euro in die FMS Wertmanagement.

Welchen Einfluss hat das Ergebnis auf die Sanierungsbemühungen des Instituts?

Der HRE-Konzern (HRE) hat den Verlust im zweiten Quartal 2010 trotz der angespannten Situation am Immobilienfinanzierungsmarkt gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich reduziert. Wir haben uns intern komplett neu aufgestellt und unsere Prozesse und Systeme überarbeitet – die Bank ist heute weniger komplex und damit leichter zu steuern. Im Ergebnis ist die Bank heute schlanker und fokussierter.

Welche Perspektiven sehen Sie im Hinblick auf Reprivatisierung?

Die pbb muss nachhaltig Geschäft in der Finanzierung des öffentlichen Sektors und der Immobilienfinanzierung tätigen und sich am Kapitalmarkt etablieren. Aus dem Marktumfeld resultieren vielfältige Chancen für Pfandbriefbanken im Allgemeinen und für die pbb Deutsche Pfandbriefbank im Besonderen. Denn der Bedarf nach Immobilienfinanzierung und der Finanzierung des öffentlichen Sektors in unseren Zielmärkten ist groß und nachhaltig.

Vielen Dank.

Sicherer Hafen in bewegten Zeiten

Deutschland im Fokus der Investoren.

Deutschland boomt! Wer hätte das nach dem Lehman-Zusammenbruch und der schärfsten Rezession seit Bestehen der Bundesrepublik erwartet? Lange Zeit als kranker Mann Europas tituliert präsentiert sich die deutsche Wirtschaft dank frühzeitig initiiert Reformen, staatlicher Konjunkturprogramme und einer vorausschauenden Geldpolitik der Europäischen Zentralbank wieder in seiner traditionellen Rolle als Wirtschaftsmotor innerhalb des weltweit größten Binnenmarktes. Der Wirtschaftsaufschwung hierzulande hat an Nachhaltigkeit und Breite gewonnen; der Exportweltmeister kann nun auch eine hohe Binnennachfrage aufweisen. Auf dem Arbeitsmarkt wurde im Oktober 2010 mit 7 Prozent die niedrigste Arbeitslosenrate seit fast zwei Jahrzehnten registriert. Und: Im Zeitalter der großen Schuldenkrisen wird die deutsche Tugend des Sparens international wieder beachtet, wenn nicht gar bewundert.

Diese positiven Rahmenbedingungen strahlen auch auf die Immobilienwirtschaft aus. An den Vermietungsmärkten ist die Trendwende seit Langem geschaff: Die Flächenumsätze bei Büroimmobilien werden per Jahresresultat gut 20 Prozent über den Vorjahreswerten liegen. Entsprechend verzeichnen wir auch bei den Mieten für erstklassige Büroflächen eine sich weiter stabilisierende, in einigen Märkten auch wieder eine leicht steigende Entwicklung. Vergleichbares gilt auch für den Markt für Einzelhandelsflächen: Unsere jüngste Untersuchung unter den weltweit führenden Einzelhändlern zu ihren Expansionsplänen in der Region EMEA ermittelte zum wiederholten Male Deutschland als das attraktivste Expansionsziel 2011 in dieser Region. So planen 41 Prozent der befragten Einzelhändler im kommenden Jahr eine Ausweitung ihrer

Geschäftsaktivitäten in Deutschland und werden somit die Nachfrage nach knapper werdenden Flächen in den Top-Einkaufslagen erhöhen. Zusammen mit der wieder erstarkten Exportwirtschaft sorgen die nationalen Handelsströme für eine Belebung auf dem Markt für Logistikimmobilien. Dabei richtet sich nachfrageseitig der Fokus überwiegend auf gute bis sehr gute und effiziente Flächen.

Investitionsumsätze in Gewerbeimmobilien mehr als verdoppelt

Positive Aussichten für den deutschen Immobilienmarkt, der unter nationalen wie internationalen Investoren zunehmend als sicherer Anlagehafen identifiziert wird. Das spiegelt sich auch in den Investmentumsätzen wider. In den ersten neun Monaten 2010 wurden deutschlandweit rund 12,3 Milliarden Euro in gewerblich genutzte Immobilien investiert – und damit mehr als das Doppelte als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Zwar hat sich im dritten Quartal 2010 die Investitionsdynamik gegenüber den beiden Vorquartalen etwas verlangsamt, jedoch ist dies weniger auf nachlassendes Investoreninteresse nach deutschen Gewerbeimmobilien als vielmehr auf eine stark limitierte Produktverfügbarkeit vor allem im Core-Segment zurückzuführen. Denn nach wie vor ist auch der gewerbliche Immobilieninvestmentmarkt von einer eher sicherheitsorientierten Anlagestrategie der Investoren geprägt.

Dementsprechend konzentrieren sich die Fondsinvestoren derzeit überwiegend auf Core- und Core-plus-Fonds mit Schwerpunkten in Deutschland und dem restlichen Europa, die stabile und auskömmliche Cashflows bieten. Gerade für institutionelle Investoren

ist eines der wichtigsten Investmentthemen Einzelhandelsimmobilien wie Fachmärkte und Shopping Center mit Fokus auf Deutschland. Hintergrund dieser Entwicklung ist die zunehmende Umschichtung der teilweise eher bürolastigen Portfolios dieser Investorengruppe. Dabei engagieren sich die institutionellen Investoren vermehrt über Spezialfonds-Vehikel wie die KAG-Gründungswelle neuer deutscher Spezialfonds-Anbieter derzeit eindrucksvoll zeigt. Daneben ist ein Interesse an Wohnimmobilien in Spezialfonds aufseiten der institutionellen Investoren weiterhin vorhanden, jedoch kann angesichts des limitierten Angebots an geeigneten Objekten nicht über einen generellen Trend gesprochen werden. Abzuwarten bleibt für 2011 dagegen, ob es zu einer Novellierung des REIT-Gesetzes kommen wird, von der der deutsche Markt für börsennotierte Anlagevehikel nur profitieren kann.

Interesse an geschlossenen Immobilienfonds auf weiterhin hohem Niveau

Daneben besteht weiterhin ein hohes Interesse an geschlossenen Immobilienfonds, wobei die Fondsinvestoren zunehmend auch den deutschen Markt für sich wiederentdecken. Nach jüngsten Erhebungen der Feri Euro Rating Services AG für das dritte Quartal liegt mit ca. 782 Millionen Euro das prospektierte Eigenkapital um etwa 26 Prozent über dem Wert des zweiten Quartals. Insgesamt wurden in den ersten drei Quartalen des Jahres 76 Fonds mit einem Eigenkapitalvolumen von mehr als 2,1 Milliarden Euro aufgelegt. Dabei haben Immobilienfonds mit knapp 45 Prozent den größten Anteil am prospektierten Eigenkapital aller geschlossenen Fonds.

Angesichts des nachhaltigen und breiten Aufschwungs der deutschen Wirtschaft ist damit zu rechnen, dass sich der Aktionsradius der Investoren wieder über das gesamte Rendite-Risiko-Spektrum ausweiten wird. So gehen mehr als die Hälfte der 2010 aufgelegten Fonds laut INREV-Datenbank mit einer Value-added- oder opportunistischen Anlagestrategie an den Markt, wenngleich das Pricing auf Objektenebene hier noch sein Marktgleichgewicht sucht. Ein Jahr zuvor wurden dagegen ausschließlich Core-Funds aufgelegt. Ein Indiz, dass sich der Immobilieninvestmentmarkt nach dem Lehman-Schock wieder mehr in Richtung Normalität bewegt.



Dr. Jan Linsin
Head of Research Germany
CB Richard Ellis

Wer rechnen kann, ist im Vorteil

Transparenz in der Mietvertragsgestaltung.

Im Rahmen unserer Assessments für Consultants im Bereich Office konfrontieren wir Bewerber, darunter meist erfahrene Spezialisten, gern mit einer finanzmathematischen Mietvertragsanalyse. Aufgabe ist es, zwei unterschiedliche Mietangebote im Hinblick auf ihre wirtschaftlichen Auswirkungen zu untersuchen. Die Mietangebote unterscheiden sich nicht nur in Bezug auf Miethöhe, Mietanpassungen und Laufzeitoptionen, sondern auch hinsichtlich notwendiger Umbau- und Rückbauinvestitionen, Flächengestaltungen, Parklösungen und Nebenkosten.

Die Ergebnisse sind erwartungsgemäß sehr unterschiedlich und in den seltensten Fällen wirklich begeisternd. Während die meisten Teilnehmer noch in der Lage sind, den Großteil der Aufwendungen/Erträge zu erfassen und aufzusummieren, gelingt es doch den wenigsten, daraus einen Cashflow zu modellieren und diesen über Instrumente der klassischen Finanzmathematik zu analysieren. Dass man Verlängerungsoptionen im Hinblick auf eine prognostizierte Marktentwicklung bewerten muss, wird regelmäßig übersehen. Auch die Annahme über den passenden Vergleichszeitraum variiert beträchtlich. Kennziffern einer Effizienzbetrachtung im Hinblick auf die tatsächlichen Aufwendungen pro Arbeitsplatz als relevante Vergleichsgröße für Mieter werden schon gar nicht entwickelt.

Orientierung am wirtschaftlichen Gesamtnutzen

Die immer noch in unserer Branche zu verzeichnende geringe Sensibilität für die tatsächlichen wirtschaftlichen Auswirkungen von Mietkonditionen ist erstaunlich. In vielen Fällen wer-

den Mietverträge durch die beteiligten Parteien immer noch allein am Kriterium Miethöhe und Laufzeit bewertet. Dies gilt prinzipiell für Mieter, aber häufig auch für Vermieter.

Andererseits können Vermieter häufig nur mit Vergleichsangeboten konkurrieren, wenn sie Mietvertragsangebote schaffen, die sich von der Quadratmetermiete lösen und vielmehr

In Vertragsverhandlungen erfolgt regelmäßig die Feinjustierung der jeweiligen Konditionen. Da werden Incentives aus der Schublade gezogen, Umbaukosten gegen Mieten getauscht,

durchaus sinnvoll, die wirtschaftlichen Auswirkungen veränderter Konditionsszenarien unmittelbar für beide Seiten sichtbar zu machen. Das schafft Transparenz und Vertrauen.



Einerseits ist es z.B. für einen Mietinteressenten kaum möglich, zwei unterschiedliche Mietangebote allein anhand der erwarteten Mietsumme sinnvoll zu vergleichen. In der Regel differieren nicht nur Incentives, Mietanpassungsvereinbarungen und Investitionsanforderungen, sondern auch nebenkostenbeeinflussende Ausstattungsqualitäten und Flächeneffizienzen. 1.000 qm sind eben nicht nur 1.000 qm, sondern möglicherweise 40 oder 65 Arbeitsplätze. Das kann sowohl von der Grundrissflexibilität als auch sogar vom Rastermaß abhängen.

am wirtschaftlichen Gesamtnutzen des potenziellen Mietinteressenten orientieren. Dabei können unter Umständen auch Bedingungen bewertet werden, die nicht ohne Weiteres auf der Hand liegen. Beispielsweise kann ein besonderer Standort dazu führen, dass eingesparte Reise- und Logistikaufwendungen des Mietinteressenten das Mietangebot vorteilhaft gestalten. Um solche Faktoren allerdings vernünftig bewerten zu können, ist es notwendig, mit einem Mietinteressenten über mehr zu sprechen als nur über die Miethöhe.

Optionen und Indexierungen ins Feld geführt. Am Ende liegen drei Varianten auf dem Tisch, die kaum ein Teilnehmer noch sauber bewerten kann. Regelmäßig wird ein neuer Termin vereinbart, nachdem beide Seiten „mal gerechnet haben“.

Transparenz und Vertrauen schaffen

Erfahrungsgemäß kommen immer dann die besten Geschäfte zustande, wenn beide Seiten das Gefühl des Vorteils haben. Insofern erscheint es

Unterschiedliche Mietangebote wirtschaftlich zu analysieren, ist Teil der Beratungsleistung unseres Hauses. Wir nutzen dafür ein speziell entwickeltes Tool, welches verschiedenste Parameter finanzmathematisch analysiert. Nicht nur Finanzvorstände sind darüber regelmäßig erfreut. Am Ende werden zwar nicht alle Entscheidungen im Sinne der wirtschaftlichsten Alternative getroffen, aber sie basieren immer auf einer wirtschaftlich transparenten Grundlage.



Morten Hahn
Geschäftsführender Gesellschafter
Dr. Lübke

Für ein besseres Zusammenspiel

Erwartungsmanagement im Asset und Property Management.

Fortsetzung von S. 1, Interview mit Barbara Knoflach

Sind offene Immobilienfonds ein Geschäftsmodell für die Zukunft?

Ja, denn die Assetklasse hat ihre Stärke über die Jahre bewiesen. Im Schnitt lag die Rendite der offenen Immobilienfonds in den letzten zwanzig Jahren bei 4,8 Prozent. Es ist genau diese Wertstabilität, die die Investoren schätzen. Außerdem sollten Probleme einzelner Fonds nicht auf die gesamte Branche übertragen werden. Auf eine solche Idee würden Anleger, Analysten und Journalisten auch bei Aktien- oder Rentenfonds nicht kommen.

Welche Alternativen, z.B. Spezialfonds, werden Sie institutionellen Anlegern anbieten?

Wir bauen unser institutionelles Immobilienfondsgeschäft schon seit Jahren aus. Beispiele aus unserer Fondspalette für diese Kundengruppe sind SEB ImmoPortfolio Target Return Fund, SEB Europe REI und SEB Asian Property.

Was sollte Ihrer Meinung nach getan werden, damit in Zukunft nicht alle Anleger gleichzeitig aussteigen wollen?

Aufräumen müssen wir mit dem Irrglauben, wonach sich offene Immobilienfonds als Ersatz für Tagesgeldkonten eignen. Eine Immobilie ist eine Immobilie und bleibt eine Immobilie – und damit ein langfristiges Investment. Die geplanten Haltefristen werden dafür sorgen, dass die kurzfristig orientierten Anleger umdenken.

Der Gesetzgeber sieht jetzt monatliche Bewertungen vor (statt wie bisher einmal im Jahr). Wie

beurteilen Sie dies? Werden Bewertungen dadurch zuverlässiger?

Bislang wurden die Gutachten einmal im Jahr erstellt. Mit dem neuen Rhythmus werden die Bewertungen zeitnaher. Von Vorteil ist außerdem, dass Sonderbewertungen, wie wir sie bei einigen Fonds gesehen haben, wegfallen. Einen monatlichen Rhythmus halten wir allerdings für überzogen, weil der Assetklasse schlichtweg nicht angemessen. Immobilien sind, im wahrsten Sinne des Wortes, immobile Vermögenswerte. Diese Charakteristik sollte berücksichtigt werden und wir halten daher einen viertel- oder halbjährlichen Bewertungsrhythmus für angemessen.

Wo sehen Sie Marktchancen? Wo investieren Sie bevorzugt?

Wir blicken sehr optimistisch nach vorn. Die Talsohle der Immobilienmärkte ist durchschritten. Dafür spricht nicht nur die Konjunktur, sondern auch das aktuelle Zinsumfeld. (Langlaufende Staatsanleihen höchster Bonität rentierten kürzlich bei nur knapp über 2 Prozent.) Für 2011 erwarten wir einen deutlichen Anstieg der Transaktionsvolumina, insbesondere in den großen Metropolen. Wir schauen uns beispielsweise in Großbritannien und Frankreich um, aber natürlich auch in Deutschland, dem aus unserer Sicht wertstabilsten Immobilienmarkt.

Vielen Dank.

Der Anspruch an die Verwaltung gewerblich genutzter Immobilien ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Eine Entwicklung, die teilweise im Widerspruch zu dem über Jahrzehnte gewachsenen Verständnis ihrer Kernleistungen steht. Zunehmend wird der Dienstleister nicht nur mit einfachen Verwaltungsaufgaben betraut, sondern er übernimmt die treuhänderische Verantwortung für den gesamten wirtschaftlichen Erfolg eines Objekts. Das relativ junge Property Management hat sich – wie kaum ein anderer Bereich in der Immobilienwirtschaft – von einem leistungs- zu einem stark performance- und ergebnisorientierten Geschäftsmodell entwickelt.

Der Wettbewerb im Property Management lässt sich schon lange nicht mehr ausschließlich über die Qualität der Kernleistung differenzieren, sondern vielmehr über die Vielzahl zusätzlicher Angebote, die von den Kunden angesichts der Herausforderungen auf den lokalen Immobilienmärkten nachgefragt wurden – was wiederum zu einer höheren Anspruchshaltung führte. Im optionalen Angebotskatalog der Dienstleister werden die klassischen Regelleistungen zunehmend durch eine Vielzahl ausgewählter Produkte aus dem Bereich Asset Management ergänzt. Doch damit ist auch die Erwartung gestiegen, innerhalb kurzer Zeiträume eine Kosten- und Qualitätsoptimierung zu erwirken. Auftraggeber ebenso wie Auftragnehmer müssen ihr Handeln zunehmend kapitalmarktorientiert ausrichten und die Immobilie als Anlageprodukt begreifen. Gleichzeitig werden die Versprechungen der Dienstleister immer häufiger Ratings unterworfen und müssen diesen standhalten – ein ehrgeiziges Unterfangen.

Erwiesenermaßen hängt bis heute dennoch der langfristige Erfolg von Dienstleistungsanbietern im Wesentlichen davon ab, dass nachhaltiges Vertrauen in die Leistungsbereitschaft entwickelt wurde und der Auftraggeber

bereit ist, auch für diese eingeforderte überdurchschnittliche Leistung einen angemessenen Marktpreis zu zahlen. Letzteres ist die wesentliche Grundlage für eine nachhaltige qualifizierte Ausrichtung des Personals in die Zukunft.

Die Befriedigung der heterogenen individuellen Kundenerwartungen und die Gewährleistung einer gleichbleibend hohen Dienstleistungsqualität sind der beidseitige Wunsch der Vertragsparteien und stellen die zentrale Aufgabe zwischen Immobilieneigentümer und Property Manager dar. Beide Parteien sollten dabei nicht nur an der Optimierung von Prozessen und Qualitäten arbeiten, sondern auf der Einführung eines Erwartungsmanagements bestehen, bei dem frühzeitige Konfliktprävention und proaktives Handeln an oberster Stelle stehen. Denn nachhaltig erfolgreich werden nur jene Partnerschaften sein, bei denen beide Seiten das Erreichen des Ziels gemeinsam als oberste Maxime sehen, notwendige Veränderungsprozesse bedingungslos unterstützen und jederzeit offen für Kritik sind. Dass Führungskräfte wie Mitarbeiter gehalten sind, diesen Schritt mitzugehen, steht außer Frage.

Die Qualitätsbeurteilung von Property Management aus Sicht des Asset Managers begründet sich nicht nur im Leistungserstellungsprozess und dem erzielten Ergebnis. Im Wesentlichen ist sie auch geprägt durch die persönliche Erwartungshaltung zwischen jedem einzelnen Asset- und Property Manager, die selten eindimensional, sondern höchst komplex ist und eine Vielzahl von Kriterien einbezieht. Insbesondere im Rahmen der Betreuung großer Portfolios ist eine strukturierte Erfassung und anschließende ganzheitliche Bewertung sicherzustellen.

Ein proaktiver Asset- wie Property Manager muss die Fähigkeit besitzen, beidseitige Erwartungen auf der bestehenden Vertragsgrundlage frühzeitig zu erkennen, anzusprechen und

abzugleichen. Erwartungen sind einseitig und bleiben verborgen, wenn sie nicht formuliert werden. Diese Früherkennung, die sicherlich die wirksamste Form der Prävention von Konflikten darstellt, entlastet daher nicht nur das Zusammenspiel zwischen Asset- und Property Management, sondern verbessert ganz entscheidend die Effizienz der Zusammenarbeit insgesamt. Sie hilft in vorhandenen Regelprozessen ökonomisch mit der vorhandenen Zeit unter gesetzten Terminen umzugehen. Diplomatische Verkläusulierungen, auf Eigentümer- wie Dienstleistungsebene weit verbreitet, trüben häufig das Verhältnis der Partner zueinander. Der Schlüssel zum Erfolg ist der aktive, verbindliche Umgang mit kritischen Erfolgsfaktoren in einer bestehenden Vertragspartnerschaft. Frühzeitige Klarheit von Leistungserwartungen beugt späteren Enttäuschungen und Eskalationen vor.

Im Sinne einer erfolgreichen und transparenten Zusammenarbeit scheint diese Einsicht auf den ersten Blick selbstverständlich, in der Praxis setzt sie häufig ein Umdenken in der Unternehmenskultur voraus.



Dipl.-Kfm. Carsten Boell
Leiter Region West
EPM Büro

Liebe Skeptiker: zweifelt weiter!

Ein Plädoyer für die Internetvermarktung im Gewerbeesegment.

An der Internetvermarktung von Wohnimmobilien führt kein Weg mehr vorbei – diese Realität wird heute von praktisch allen Anbietern akzeptiert, und kaum noch jemand mag sich erinnern, dass der Start der ersten Vermarktungsplattformen für Immobilien Mitte bis Ende der 1990er Jahre von vielen entweder misstrauisch beäugt oder zum ewigen Randthema erklärt worden war. Doch bereits 2006 lag Online deutlich vor Print: Der Anteil der Vertragsabschlüsse mit Kunden, die über eine Online-Anzeige gewonnen wurden, erreichte je nach Immobilienart 37 bis 41 Prozent, während die Abschlussquote in Tageszeitungen nur bei 25 bis 27 Prozent lag. Im Mai 2008 verbuchte der Marktführer ImmobilienScout24 zum ersten Mal über eine Million Unique User pro Monat. Seitdem konnte das Unternehmen seine Position noch weiter ausbauen und erreichte im August 2010 den Rekordwert von 5,2 Millionen Nutzern. Angebot und Nachfrage finden also auf dem Gebiet der Wohnimmobilien im Internet geradezu ideal zueinander.

Funktioniert die Online-Revolution auf dem Feld der Gewerbeimmobilien nicht ganz so überzeugend? Oder kommt sie einfach nur etwas später?

Vieles spricht dafür, dass die Unterschiede vor allem in der Spezifik der Gewerbeimmobilien wurzeln und weniger in der Online-Vermarktbarkeit an sich. Die Anbieter von Gewerbeimmobilien scheinen sich derzeit in zwei Gruppen zu teilen: die der Skeptiker, die den Vermarktungserfolg eher gering einschätzen, und die der Praktiker, die überzeugt sind, dass sich auch hier das Internet durchsetzt.

„Es kommt darauf an, die unterschiedlichen Zielgruppen genau anzusprechen.“

Angesichts der Entwicklung muss man feststellen: Je mehr Leute zweifeln, desto besser für die Praktiker, denn die Onlinevermarktung von Gewerbeimmobilien ist den Kinderschuhen längst entwachsen und produziert handfeste Erfolge. Wer sich als Anbieter von Gewerbeobjekten im Internet also zurückhält, schenkt der Konkurrenz Marktanteile! Warum ist das so? Erstens, weil sich durch das Internet auch im Gewerbebereich ein ähnlicher Prozess vollzieht wie vorher bei Wohnobjekten. Das neue Medium schafft eine Transparenz, die es vorher so auf diesem Markt nicht gab. Es bündelt Werbung, Informationen und einen

Austausch unter Eigentümern, Maklern und Interessenten. Zweitens, weil sich die online Suchenden auf die offerierten Flächen verteilen und somit bei weniger Anbietern der Einzelne mehr vom Kuchen abbekommt.

Seit Mitte der Nullerjahre bietet ImmobilienScout24 Gewerbeimmobilien an und bewies sich auch auf diesem Feld als Pionier, indem er Gewerbeobjekte

mit spezifischen Vor-Ort-Informationen verknüpfte, etwa über die Arbeitslosenquote oder die Kaufkraft. Bei der Vermarktung von Gewerbeobjekten befinden sich die Börsen allerdings noch deutlich in der Lernkurve, und selbst für den Marktführer gilt: Größe schützt vor Fehlern nicht. Denn wäre es anders zu erklären, dass bei ImmobilienScout24 seit Kurzem Gewerbeflächen eines Objektes unabhängig davon, ob sie zweihundert oder mehrere Tausend Quadratmeter messen, in der Ergebnisliste nicht länger einzeln präsentiert, sondern zusammengefasst werden. Den Anbietern ist damit ein wichtiges Instrument der Differen-

zierung genommen, das gerade bei Gewerbeimmobilien von großer Bedeutung ist. Genau das ist nach wie vor das Handicap der Onlineportale: Sie bilden noch längst nicht die enorme Bandbreite und Individualität ab, die vom als GreenBuilding zertifizierten Bürokomplex in der City bis zur umgenutzten Fabrik am Stadtrand reicht.

Umso wichtiger ist es, nicht nur auf die Weiterentwicklung bei den Onlineportalen zu warten, sondern unabhängig davon selbst aktiv zu werden. Die eigene Projektwebseite sollte dabei genauso zum Standardrepertoire gehören wie die Onlinewerbung bei Suchmaschinen. Es kommt insbesondere darauf an, die unterschiedlichen Zielgruppen genau anzusprechen. Das Internet ist eine Differenzierungsmaschine. Mit seiner Hilfe ist es möglich, etwa durch gesteuerten Traffic in Suchmaschinen genau die passenden Zielgruppen auf die eigene Website zu lenken. Wenn alle Aktivitäten aus der Online- und Offlinewelt miteinander verzahnt und konsequent auf die Interessenten ausgerichtet werden, lässt sich der Vermarktungserfolg fast immer steigern.

Immo Media Consult konnte so bereits eine Vielzahl von Projekten zum Er-

folg führen. Das Spektrum reicht von der Vermarktung von größeren Gewerbekomplexen und Wohnanlagen über einzelne Logistik- und Büroimmobilien bis hin zur Standortvermarktung für die Wirtschaftsförderung. Die Skeptiker sollen deshalb ruhig weiter zweifeln.



Oliver Obermann
Inhaber und Geschäftsführer
Immo Media Consult

Einfach kann jeder!

Die Übernahme von Gewerbeobjekten gestaltet sich oft schwierig.

Institutionelle Investoren haben höchst komplexe und professionelle Anforderungen an die Verwaltung von Gewerbeimmobilien. Insbesondere seit verstärkt internationale Investoren in den deutschen Markt drängen, sind die Ansprüche gestiegen, stehen der Werterhalt und damit verbunden der Gedanke an eine höhere Rendite der Objekte im Vordergrund der Betrachtung.

Was Investoren dagegen oftmals vorfinden, wenn sie eine Liegenschaft übernehmen, entspricht bei Weitem nicht der Qualität, die sie erwartet haben. Im Gegenteil: Gerade ältere Gewerbeobjekte sind häufig von Instandhaltungstau und Leerstand geprägt. Besonders desolat aber sind die Zustände, wenn gesetzliche Vorgaben nicht eingehalten werden oder sich der Verwalter illoyal gegenüber seinen Auftraggebern verhält.

So geschehen, als die EPM Gewerbe und Logistik im Juli 2008 den Verwaltungsauftrag für eine Gewerbeobjekt in Paderborn (vermietbare Fläche 62.000 qm) erhielt, ein halbes Jahr früher als geplant, da akuter Handlungsbedarf bestand und der bisherige Property Manager umgehend ausgetauscht werden sollte. Als Voreigentümer der Liegenschaft hatte dieser Verwalter versucht, die vorhandenen Mieter mit einem günstigeren Angebot in eigene Bestandsobjekte zu locken – Grund genug also für eine fristlose Kündigung.

Typische Mängel

Bei der Übernahme traten weitere Missstände zutage: Unter anderem befand sich die Dokumentation, üblicherweise bestehend aus Mieterakten, Revisionsunterlagen, Wartungsverträgen und -nachweisen, Versorgungsverträgen, Liegenschafts- und Grundrissplänen, in einem unvollständigen und mangelhaften Zustand. In der Folge mussten zahlreiche Unterlagen bei den Versorgungsunternehmen sowie den örtlichen Bau- und Liegenschaftsämtern neu beschafft werden. Auch stellte sich schnell heraus, dass sich der Vorverwalter bzw. Voreigentümer nicht an geltende Rechtsprechung und Richtlinien gehalten hatte. So waren beispielsweise Büroflächen als Wohnappartements vermietet, obwohl keine Nutzungsgenehmigung hierfür vorlag. Zudem wurden Betriebskosten falsch abgerechnet und Zähler nach Ablauf der

Eichfrist nicht ordnungsgemäß ausgetauscht. Und schließlich bestand für alle technischen Gewerke ein großer Instandhaltungstau.

Nach detaillierter Bestandsaufnahme und Erstellung eines Budgets für zwingend notwendige Maßnahmen konnte die Abarbeitung der dringenden Maßnahmen eingeleitet und umgesetzt werden. Nach dem erneuten Verkauf der Liegenschaft, diesmal an ein in England börsennotiertes Immobilieninvestmentunternehmen, wurde der Instandhaltungstau mit frischem Geld inzwischen vollständig behoben. Die Hauptaufgabe der Verwaltung liegt nun bei der Aufarbeitung der Mietrückstände (die Mietbuchhaltung gehört erst seit Übernahme durch den neuen Investor zum Leistungsumfang der EPM) sowie der aktiven Vermietung der Leerstände in den insgesamt 190 Mieteinheiten. Hatten die früheren Eigentümer kein Gehör für Verschönerungsmaßnahmen, gehören nun auch regelmäßige Sanierungsarbeiten an Fassaden und Leerstandsflächen zum Pflichtprogramm der Property Manager. Die Erfolge bei der Vermietung zeigen deutlich, dass „vorzeigbare“ Flächen wesentlich besser zu vermieten sind und für eine höhere Rendite sorgen.

Die EPM Gewerbe & Logistik GmbH mit Hauptsitz in Düsseldorf betreut zurzeit deutschlandweit 156 Liegenschaften mit einer Gesamtfläche von ca. 1,7 Millionen qm.



Frank Drexhage
Leiter Region Mitte
EPM Gewerbe & Logistik GmbH

Mehrwert mit Zertifizierung

EPM wird offizieller Green-Building-Unterstützer.

„Green Building“ – viele reden darüber, aber nur wenige wissen um die Chancen für die Immobilienbewirtschaftung. In den vergangenen Monaten wurde das Thema zunehmend durch den überstrapazierten Begriff Nachhaltigkeit belastet, wenn nicht gar verschliffen. Nur den wenigsten Anlegern ist bewusst, welche Ertragschancen der bewusste Umgang mit Ressourcen mit sich bringt.

Wurden in den letzten Jahren insbesondere verbrauchsorientierte Kosten als voll umlagefähig angesehen und im Fokus der Ertragspotenziale außer Acht gelassen, so führen zunehmende, beim Eigentümer verbleibende Kosten, bei gleichzeitig höheren Equityanteilen in den Projekten zu einer intensiveren Untersuchung aller Wertschöpfungspotenziale in Immobilien.

Schwerpunkt Energieeffizienz

So bietet beispielsweise das GreenBuilding-Zertifikat der Europäischen Union ein großes Wertschöpfungspotenzial. Im Unterschied zu anderen GreenBuilding-Zertifikaten wie z.B. LEED, BREEAM oder DGNB liegt der Schwerpunkt auf dem Thema Energieeffizienz. Das Zertifikat der Europäischen Union wird nur dann verliehen, wenn nachweislich mehr als 25 Prozent der Primärenergie durch entsprechende Maßnahmen eingespart werden. Neben dem Wert als Marketingfaktor geht also auch eine monetäre Wertschöpfung für Nutzer und Eigentümer einher.

Die EPM hat über den Bereich FM- & Energie Consulting in den vergangenen Jahren sehr gezielt in das Thema Energieberatung investiert. Hierdurch konnten wir unseren Kunden neben der Optimierung der Bezugskonditionen für Energie bereits vor Einführung der Energiestandards der Regierung Lösungen zur Erreichung der vorgegebenen Ziele bieten. So wurden allein in den vergangenen zweieinhalb Jahren fast 400 bedarfsorientierte Energieausweise ausschließlich durch eigene Mitarbeiter des Bereichs erstellt.

Mithilfe der hierbei gesammelten Daten werden unseren Kunden, über die eigentlichen Anforderungen der ursprünglichen Beauftragungen hinaus, Portfolioauswertungen mit Verbesserungspotenzialen unterbreitet, deren Umsetzung gleichzeitig sichergestellt wird. In vielen Fällen konnten die von der EU geforderten 25 Prozent und mehr erzielt und somit die Kriterien für eine erfolgreiche Zertifizierung erfüllt werden.



Das unter Beteiligung der EPM zertifizierte „Sign!“ im Düsseldorfer Medienhafen ist ein Projekt der FRANKONIA Eurobau AG

Aufgrund der Vielzahl optimierter Objekte und der gelieferten Qualität wurde dem Bereich FM- & Energie Consulting der Titel „Green Building Unterstützer“ verliehen. Für unsere Consultingmandanten und Property Management-Kunden bedeutet dies, dass sie neben der Beratungsleistung eine Komplettleistung über die Umsetzung bis hin zur Erfolgsüberprüfung aus unserem Haus erhalten. Neben den nachweisbaren Energieeinsparungen wird die Qualität unserer Aktivitäten somit durch ein unabhängiges Zertifikat dokumentiert.

Mehrwerte für Investoren

„Wo Ertrag kommen soll, da sind auch Investitionen notwendig“ lautet ein Grundprinzip. Interessant wird es dann, wenn die Investitionen so gering sind, dass Amortisationen bereits im laufenden Jahr erfolgen oder z.B. aufgrund vorzunehmender Modernisierungen ohnehin anfallen. In beiden Fällen ist es sinnvoll, genauer hinzuschauen und mithilfe eines Audits zu überprüfen, mit welcher Investition die höchsten Renditen erzielbar sind. Sind Marketingfaktoren leider oft nur im Bereich der „Vertriebsversprechen“ anzusiedeln, so lassen sich die monetären Einsparungseffekte im Energieverbrauch aufgrund einheitlicher Berechnungsstandards sehr seriös ermitteln und anhand vorliegender Energieverbräuche verifizieren.

Der Energieausweis war eine den ersten, wenn auch umstritten Mittel, eine Vergleichbarkeit im Energieverbrauch von Immobilien herzustellen. Nicht allein der Ausweis, sondern die darüber hinaus gehenden Auswertungen, der in Verbindung mit der Ausweiserstellung gesammelten Informatio-

nen haben einen wirklichen Mehrwert für unsere Mandanten gebracht und nachfolgend energieeinsparende Maßnahmen ausgelöst. Hierauf aufbauend erfolgt nun die sukzessive kontinuierliche Überwachung der Verbräuche mit dem Ziel, neben einer Erfolgskontrolle zusätzliche Einsparungen zu erzielen. Die Schwerpunkte liegen in der weiteren Kostenoptimierung. Dies wird zu einem direkt durch Verbrauchsreduzierung, aber auch indirekt durch Lastgangoptimierungen und damit verbundene Verbesserung der Bezugskonditionen erreicht.

Fazit: „Green Building“ hat sich bei der EPM vom Schlagwort zum echten Mehrwertfaktor für unsere Kunden entwickelt und wird durch unser Unternehmen zum Nutzen unserer Kunden aktiv forciert.



Norbert B. Löffler
Leiter FM- & Energie Consulting
EPM

Wirtschaftsboom am Bosphorus

Wachsende Marktchancen für Property Management.



EKZ Khan Shatyr, Astana (Kasachstan)

Die Türkei, Brückenland zwischen Europa und Asien, ist mit 779.452 qm Gesamtfläche eines der größten Länder Europas. Die Einwohnerzahl liegt bei 73 Millionen, mit einer jährlichen Zuwachsrate von 1,4 Prozent und einem Durchschnittsalter von 28,5 Jahren. Rund 4,7 Millionen Einwohner leben in der Hauptstadt Ankara. Mittelpunkt der Wirtschaft ist Istanbul, mit offiziell über 13 Millionen Einwohnern und einem jährlichen Bevölkerungswachstum von ca. 3,3 Prozent. Andere große Städte sind Izmir mit 3,4 Millionen und Adana mit 1,9 Millionen Einwohnern. Im Jahr 2009 betrug die wirtschaftliche Wachstumsrate in der Türkei 6,5 Prozent.

In der Türkei sind mehr als 250 Shopping Center in Betrieb, davon 80 Prozent allein in Istanbul und Ankara. Das entspricht einem Wachstum von 44,3 Prozent innerhalb der letzten Jahre! Auch die Nachfrage nach Büroflächen ist enorm groß, mit steigender Tendenz. Nicht zuletzt macht sich vor allem in Istanbul ein Trend zu mehr Wohnungen im Luxussegment bemerkbar, für die mittlerweile Preise zwischen 200.000 bis 1 Million Euro gehandelt werden.

Erst seit vier bis fünf Jahren wird Property Management in der Türkei professionell betrieben und türkische Unternehmen haben es geschafft, sich im internationalen Markt zu platzieren. Für viele globale Investoren ist die Türkei ein attraktiver Standort geworden. In der Türkei sind mehr als 60 Prozent der Auftragnehmer ansässige bzw. inländische Unternehmen, bevorzugt werden jedoch ausländische Investoren und Auftragnehmer, da diese in der Regel jahrelange Erfahrung und ein entsprechend hohes Know-how mitbringen.

Da das Anforderungspotenzial gestiegen ist und zunehmend qualitativ höherwertige Leistungen nachgefragt sind, haben Unternehmen wie die EPM gute Marktchancen. Mittlerweile setzt sich auch in der Türkei die Erkenntnis durch, dass Property Management Arbeitsplätze schafft. Durch eine Verbesserung der Arbeits- und Arbeitnehmergesetzgebung sowie eine Verpflichtung zur Einhaltung gewisser Standards bei Wartungs- und Managementleistungen ließe sich das Po-

tenzial in diesem Bereich noch weiter verbessern – zum Wohl der Anlagen, der Inhaber, der Nutzer und der Wirtschaft.

EPM Türkiye: ehrgeizige Ziele

EPM Türkiye wurde im Oktober 2008 als Gesellschaft mit beschränkter Haftung gegründet. Das Unternehmen mit Sitz im Zentrum Istanbul betreibt eine Fläche von knapp 500.000 qm. Innerhalb von zwei Jahren hat sich EPM Türkiye zu einer bedeutenden Marke auf dem türkischen Markt entwickelt. Durch den Aufbau eines stark motivierten Teams mit qualifizierten Mitarbeitern und der Implementierung von europäischen Standards und vorhandenem Know-how ist die Gesellschaft einer der wenigen internationalen Dienstleister, die alle Leistungen rund um die Immobilie als Komplettpaket anbieten können. Die Einbindung der HSG Zander Türkei führte zur Erweiterung des Dienstleistungsportfolios und erhöht die Chancen der EPM Türkiye im Sektor Einkaufszentren, Büros und Wohnungsbau. Die Wachstumsziele sind ehrgeizig, aber realistisch: Innerhalb der kommenden Jahre will die Gesellschaft eine jährliche Wachstumsrate von 25 Prozent erreichen und im Center sowie Property Management Marktführer in der Türkei werden.



Leyla Özulucak
Geschäftsführerin
EPM Türkiye

EPM Türkiye: Projekte auf einen Blick

Khan Shatyr, Astana (Kasachstan). Das 150 m hohe, vom britischen Stararchitekten Norman Foster gestaltete Bauwerk besteht aus sonnendurchlässigem Kunststoff (ETFE) und gilt als größtes Zelt der Welt. Auf einer Gesamtfläche von 200.000 qm verteilen sich rund 200 Geschäfte, Kinos, Sportcenter, Sandstrand, Swimmingpools, Spas und Wellnesscenter. Jährlich werden etwa 3 bis 3,5 Millionen Besucher erwartet. Auch für EPM Türkiye ist das Khan Shatyr ein Prestigeprojekt der Superlative. Zum umfangreichen Aufgabenbereich gehören: Property Management, Center Management, Vermietungsmanagement und Facility Management.

EKZ Airport, Istanbul, eines der ersten Projekte von EPM Türkiye. Auf

einer Gesamtfläche von 80.000 qm befinden sich 125 Geschäfte, Kinos und eine 350 qm große Eislaufbahn. EPM Türkiye betreut hauptsächlich das Center Management und Vermietungsmanagement.

Buyaka, auf der asiatischen Seite Istanbul. Auf einer Grundstücksfläche von 42.687 qm und einer Bruttogrundfläche von 215.000 qm entstehen Büros, Einzelhandelsflächen und luxuriöse Wohnimmobilien. EPM Türkiye ist für das Property Management, Center Management und Vermietungsmanagement zuständig.

EKZ Mozaik, seit Juli 2010 im Portfolio von EPM Türkiye. Zu den dringlichsten Aufgaben gehörte die Revitalisierung des Centers. EPM

Türkiye entwickelte ein konkurrenzfähiges Konzept mit einem verbesserten Branchenmix inklusive Go-Kart-Bahn, Bowling Center, Kinos und Theaterbühnen. Erwartet werden jährlich über 3 Millionen Besucher.

EKZ Atapark, Trabzon, eröffnete im Oktober 2010. Eigentümer ist der bekannte Bauunternehmer und Investor VARYAP. Auf einer gesamten Baufläche von 55.000 qm und einer zu vermietenden Fläche von 25.000 qm entstanden 110 Geschäfte, Kinos, ein Bowling Center und ein Vergnügungszentrum für Kinder. EPM Türkiye ist für das Center Management und Vermietungsmanagement verantwortlich.

Nur Fliegen ist schöner

Internationale Flughäfen und ihr Wandel zu Shopping Centern.

Fliegen gehört in unserer globalisierten Welt zum Alltag. Der weltweite Flugverkehr ist zwar in den letzten Jahren durch die Terroranschläge vom 11. September 2001 und erst kürzlich wieder durch die Finanz- und Wirtschaftskrise eingebrochen, doch waren die dadurch verursachten Rückgänge nur von kurzer Dauer. Laut Global Aviation Monitor 2010 des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) sind seit Anfang dieses Jahres sowohl national als auch international wieder Zuwächse im Luftverkehr zu verzeichnen.

Die wachsenden Passagierzahlen sind nicht nur für die Airlines und Flughafenbetreiber erfreulich – auch die Einzelhändler an den Flughäfen weltweit dürfen auf gute Geschäfte hoffen. Denn mit der wachsenden Zahl attraktiver Urlaubsziele in fernen Ländern, steigt auch die Zahl an Langstreckenflügen und Fluggästen. Die Häufigkeit, mit der Passagiere heute internationale Drehkreuze passieren, hat sich innerhalb von wenigen Jahren rasant erhöht. Dadurch ändert sich auch der Charakter der großen Flughäfen: Sie werden zu eigenen kleinen Städten und bieten Kunden eine unverwechselbare, authentische Erlebniswelt mit vielfältigen Shopping-Möglichkeiten.

Der internationale Flugverkehr wächst

Das Airports Council International (ACI), ein Verband, dem weltweit mehr als 1.650 Flughäfen in 177 Ländern angehören, beobachtet jährlich das Fluggastaufkommen an internationalen Flughäfen. Von den dreißig größten Flughäfen der Welt liegen derzeit 14 in Nordamerika. Mit 88 Millionen Passagieren in 2009 ist der Flughafen Atlanta darunter der größte Flughafen der Welt. Asiatische und europäische Flughäfen holen aber beachtlich auf: so verzeichnete der Flughafen Peking im Jahresvergleich 2009 zu 2008 ein Wachstum an Fluggästen von 17 Prozent, gefolgt von Guangzhou/China (+15 Prozent), Dubai (+10 Prozent), Amsterdam (+8 Prozent), Tokio (+7 Prozent) sowie Frankfurt am Main und Paris (+5 Prozent).

Die Einzelhandelsflächen an Flughäfen werden ausgebaut

Der Ausbau der Verkehrsknotenpunkte der Luftfahrt zu multifunktionalen Airports mit Erlebniswelten, Shopping Centern, Hotels und Veranstaltungszentren ist zu einem weltweiten Trend geworden. Allein das Beispiel Frankfurt Airport zeigt, wie sehr sich der Charakter der Flughäfen verändert hat. In den vergangenen fünf Jahren ist die Einzelhandelsfläche von circa

16.000 auf 20.000 qm angestiegen – Tendenz weiter steigend.

Deutliche Unterschiede zeigen sich in der Struktur des Einzelhandels je nachdem, ob das Geschäft landside (öffentlich zugänglich) oder airside (also hinter der Sicherheitskontrolle, nicht öffentlich zugänglich) liegt.

Landside richtet sich das Angebot vor allem an Reisende, Flughafenbeschäftigte, Umlandbewohner, Besucher sowie Angehörige von Reisenden. Entsprechend vielfältig ist das Angebot an Produkten des täglichen Bedarfs, an Bekleidung sowie an Gastronomie. Durch die im Vergleich zu Innenstädten längeren Öffnungszeiten bei ähnlicher Angebotsstruktur zu den Stadtzentren wird das Einkaufen in Flughafenlage für immer mehr Kunden sehr attraktiv.

Airside prägen hochwertige Modemarken, Duty-free-Shops und Gastronomie das Bild des angesiedelten Einzelhandels. Fluggäste auf dieser Seite der Sicherheitskontrollen kaufen unter anderen Voraussetzungen ein: Geschenke für die Daheimgebliebenen, die Ersparnis bei einem Kauf im Duty-free-Shop oder der Reiz der Luxusartikel beeinflussen hier das Einkaufsverhalten.

Wegen des oft begrenzten Zeitfensters der Reisenden fällt die Kaufentscheidung hier deutlich schneller als im normalen Einzelhandel. Die Flächenproduktivität im Bereich Airside erreicht an vielen Flughäfen einen deutlich höheren Wert als Landside.

Wachstumsmöglichkeiten für den Handel

Angesichts der dynamischen Wachstumsaussichten im nationalen und internationalen Flugverkehr bieten sich Einzelhändlern im Bereich des Airport-Retailings gute Perspektiven.

Wie sehr bereits Flughafenplaner auf Shopping-Konzepte setzen, zeigen beispielsweise aktuelle Planungen des neuen Flughafens Berlin Brandenburg. Planmäßig wird der neue Flughafen der Hauptstadt im Juni 2012 eröffneten – das Konzept sieht einen modernen



Flughafen mit kurzen Wegen vor, der im Jahr seiner Inbetriebnahme auf die Abfertigung von 27 Millionen Passagieren ausgerichtet ist. Neben den Flugverbindungen wird auch ein breites Non-Aviation-Angebot auf die Passagiere warten.

Angesichts der eingeschränkten Wachstumspotenziale im klassischen stationären Handel ist der Bereich Airport-Retailing ein attraktives Feld für den Einzelhandel.



Gerd Bovensiepen
Partner und Retail & Consumer
Leader Germany and Europe
PricewaterhouseCoopers

Im Sog der Demografie?

Demografischer Wandel und seine Folgen für die Immobilienwirtschaft.

Auf den ersten Blick scheint es keine neue Diskussion zu sein. Schließlich werden der demografische Wandel der bundesdeutschen Bevölkerung und die damit verbundenen Probleme bereits seit Jahren intensiv diskutiert. Auf den zweiten Blick wird allerdings deutlich: Die Diskussion fokussiert vor allem auf die Folgen für die Sozialversicherungssysteme. Dass der demografische Wandel darüber hin-

aus auch weitreichende Folgen für die Immobilienmärkte hat, wird erst seit vergleichsweise kurzer Zeit thematisiert.

Eine Folge der sinkenden Bevölkerungszahl und der immer älter werdenden Menschen: Die Immobiliennachfrage wird mit wenigen Ausnahmen langfristig sinken. Hiervon sind grundsätzlich alle Nutzungsarten be-

troffen – nicht nur Wohnimmobilien, die meist primär mit dem demografischen Wandel in Verbindung gebracht werden, sondern beispielsweise auch Freizeitimmobilien, Universitäten, Schulen und Büros. Der Vergleich zwischen den Segmenten Wohnen und Büros zeigt, dass Büroimmobilien sogar insgesamt stärker und vor allem früher vom demografischen Wandel betroffen sein werden als Wohn-

immobilien. Denn: Altert eine Gesellschaft, dann sinkt damit automatisch auch die Zahl der Erwerbstätigen. Dieser Prozess vollzieht sich schneller, als die Gesamtbevölkerung sinkt. Oder anders ausgedrückt: die Menschen hören früher auf zu arbeiten, als sie aufhören zu leben.

Außerdem gilt: Obwohl die Bevölkerungsentwicklung in Deutschland insgesamt negativ ist, handelt es sich keineswegs um ein flächendeckendes Schrumpfungsphänomen. Sowohl in den neuen als auch in den alten Bundesländern gibt es Regionen, für die langfristig – bis 2050 und darüber hinaus – eine steigende Bevölkerungszahl erwartet wird. Häufig zählen die Ballungsräume und großen Städte zu den Gewinnerregionen. Allerdings zeigen sich auch hier deutlich unterschiedliche Entwicklungen in den Segmenten Wohnen und Büro.

Eindrucksvolle Zahlen liefert hierzu das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW). Während nur in sechs der 20 größten Städte Deutschlands die Nachfrage nach Büros bis 2025 im Vergleich zu 2006 zu nehmen wird, sind es im Wohnsegment 16 der 20 größten Städte, die eine zunehmende Nachfrage verzeichnen werden.

Die Gewinnerregionen je Segment werden künftig verstärkt im Fokus von Bauherren, Projektentwicklern sowie privaten und institutionellen Investoren stehen. Die entsprechende Nachfrage dürfte dazu führen, dass die erforderlichen strukturellen Umwälzungen auf den Märkten – beispielsweise mehr seniorengerechte Wohnungen und insgesamt barrierearme Immobilien – durch die Märkte selbst geregelt werden. Die Nachfrage dürfte sich mehr in Richtung zukunftssichere Projekte verschieben. Dem künftigen Bedarf beispielsweise an Wohn- und Büroraum wird in den Gewinnerregionen also voraussichtlich ein adäquates Angebot gegenüberstehen.

Gute förderpolitische Ansätze

Anders dürfte sich dies in den demografischen Verliererregionen gestalten. Hier ist der Eingriff des Staats erforderlich, um die negativen Folgen des demografischen Wandels für Eigentümer und die betroffenen Kommunen abzumildern. Förderpolitisch sind hier bereits gute Ansätze erkennbar – Beispiele sind die Städtebauförderprogramme oder die Abrissförderung von nicht mehr benötigten Wohnungen. Vor dem Hintergrund knapper öffentlicher Kassen wird sich die staatliche Unterstützung jedoch künftig neu ausrichten müssen.

So soll beispielsweise die Städtebauförderung gekürzt werden. Entsprechend

müssen Lösungen gefunden werden, wie trotz knapper Kassen konstruktiv mit den Kürzungen umgegangen werden kann. Der ZIA fordert, Förderprogramme mit inhaltlich ähnlichen Schwerpunkten zu bündeln. Antragstellung, Abrechnung und Evaluierung würden vereinfacht, unnötige Bürokratie abgebaut. Weitere Möglichkeiten sehen wir in der verstärkten Zusammenarbeit mit Privaten. Die private Immobilienwirtschaft leistet bereits einen wesentlichen Beitrag zur Weiterentwicklung der Städte. Werden die verbleibenden Städtebaufördermittel in ein Gesamtkonzept zur Effizienzsteigerung der Verantwortungsgemeinschaft zwischen Bund, Ländern, Kommunen und Privaten eingebettet, könnten die Folgen des Bevölkerungsrückgangs abgemildert werden.

Wohnraum: Begehrtes München

Um so viel Prozent verändert sich von 2006 bis 2025 die Nachfrage nach Wohnraum in den 20 größten deutschen Städten

München	13,0
Dresden	9,5
Mainz	9,1
Köln	7,7
Bonn	7,4
Nürnberg	7,3
Hamburg	5,8
Wiesbaden	5,6
Leipzig	4,6
Stuttgart	4,3
Bremen	3,7
Berlin	3,1
Düsseldorf	3,1
Frankfurt am Main	3,1
Hannover	1,6
Erfurt	0,2
Dortmund	-0,4
Essen	-2,6
Duisburg	-5,0
Magdeburg	-6,2

Büroflächen: Nachfrage geht zurück

Um so viel Prozent verändert sich von 2005 bis 2025 die Nachfrage nach Büroflächen in den 20 größten deutschen Städten

München	7,2
Köln	2,7
Hamburg	1,9
Mainz	1,4
Nürnberg	1,2
Bonn	1,1
Stuttgart	-0,3
Düsseldorf	-0,7
Dresden	-0,8
Wiesbaden	-1,0
Bremen	-1,7
Hannover	-2,4
Frankfurt am Main	-2,6
Leipzig	-5,0
Dortmund	-5,9
Berlin	-6,5
Essen	-8,0
Duisburg	-9,8
Erfurt	-15,4
Magdeburg	-20,4

Quelle: IW Köln

Die Nachfrage nach Büroraum und Wohnraum bis 2025 unterscheidet sich zum Teil erheblich. Erfurt beispielsweise verzeichnet eine leicht steigende Nachfrage nach Wohnraum, zählt aber bei der Büroflächennachfrage zu den klaren Verlierern.



Andreas Mattner
Präsident des ZIA
Zentraler Immobilien Ausschuss

Welche Standorte braucht der Handel zukünftig?

Strategische Konsequenzen als Folge der demografischen Entwicklung.

Der demografische Wandel ist in einen gesellschaftlichen, kulturellen, ökologischen und ökonomischen Wandel verwoben, zugleich als sein Motor und sein Resultat. Die Zukunft der Städte und Gemeinden erfordert neue Standortstrategien des Einzelhandels. Der Betriebsformenwandel und veränderte Standortanforderungen des Einzelhandels verändern die Städte und Gemeinden. Es ist ein Märchen, dass der Einzelhandel immer den Menschen folge, dass neue Standortstrategien immer die Antwort auf veränderte Kundenbedürfnisse seien. Richtig ist, dass immer schon andere Parameter, wie die Verfügbarkeit von Grundstücken, die Bodenpreise, die Baukosten oder etwa die Verkehrsinfrastruktur die Standortwahl des Einzelhandels massiv beeinflusst haben und die Menschen am Ende dem Angebot gefolgt sind.

Die Standortnetze des Einzelhandels folgen einerseits siedlungsplanerischen und raumordnerischen Leitideen wie dem Zentrale-Orte-Konzept, andererseits winkt denjenigen eine „Prämie“, die es schaffen, das System zu umgehen oder außer Kraft zu setzen. Häufig sind Projekte, die jenseits der Vernunftgrenzen des öffentlich-rechtlichen Planungskonsenses etabliert werden können, besonders profitabel. Und regelmäßig ist der Versuch zu beobachten, eine „allerletzte“ Ausnahme vom Regelwerk mit beliebigen Ausnahmetatbeständen zu begründen und durchzusetzen und danach möglichst die Standortentwicklung einzufrieren und die Marktanteile zu zementieren. Ich muss kaum betonen, dass dieses Verhalten aus der Sicht von Investoren ökonomisch rational und legitim ist.

Die zukünftigen Standorte des Handels, wie sie sich unter dem Einfluss des demografischen Wandels entwickeln, sind also nicht nur rationaler Ausdruck der veränderten Parameter

hinsichtlich Alter, Ethnien, Mobilität und Konsumpräferenzen, sondern auch das Resultat des Wettstreites, wer sich im Spiel der Kräfte am erfolgreichsten im Einzelfall über Regeln hinwegsetzt, ohne dadurch die gesellschaftliche Akzeptanz zu verlieren, die künftig für den Unternehmenserfolg immer wichtiger wird.

Die Hauptstränge der demografischen Entwicklung („älter, weniger, bunter“) und ihre aufregend asymmetrische regionale Verteilung (prosperierende Regionen wie Darmstadt, Heidelberg, Stuttgart, Freiburg auf



der einen und schrumpfende, alternde Großstädte wie Gera oder Chemnitz auf der anderen Seite) sind weitgehend bekannt und erfordern klare strategische Konsequenzen:

- Die Nahversorgung muss kleinteiliger organisiert werden, damit sie dichter an die Menschen heranrücken kann. Die üppige Versorgung mobiler Bevölkerungsteile darf nicht die Unterversorgung der anderen bedingen. Dorfläden, mobiler Handel und Zustelldienste müssen stationäre Handelsnetze ergänzen, zur Not – das ist meine ganz persönliche Meinung – auch staatlich oder kommunal alimentiert.

- Der aperiodische Einzelhandel mit höherwertigen Gütern muss in urbanen Zentren (Innenstadt und Stadtteilzentren) konzentriert werden, um diese (auch) als soziale und gesellschaftliche „Mitte“ zu stabilisieren. Die Neuorganisation von Gemeinwesen (neue städtische Verantwortungsgesellschaft) wird von der stadträumlichen Mitte ausgehen bzw. sich dort manifestieren. Handelsimmobilien bzw. deren Betreiber müssen lernen, wie man sich als sozialer Ort verhält und etabliert.

- Der Kampf für und wider periphere Standorte wird sich verschärfen. Je stringenter die Präferenz für integrierte Handelsstandorte durchgesetzt wird, desto höher wird die Prämie für denjenigen, der die Regeln – mit Duldung oder Unterstützung der Politik – zu umgehen vermag, sei es durch geschickte Überzeugungsarbeit, politische Seilschaften oder Kopplungsgeschäfte (z.B. Sporthallen). Neu entstehende periphere Standorte (wie DOC oder die sich anbahnende neue Generation von Shopping Centern an Möbelhäusern) werden selten, aber überaus erfolgreich sein.

Weniger präsent und in Strategiekonzepten übersetzt sind andere Einflüsse auf Handelsimmobilien und ihre Standorte, die die rein quantitativen demografischen Effekte überlagern bzw. sich mit ihnen vermischen:

- Die ökologische Performance einer Handelsimmobilie wird zum Faktor ihrer gesellschaftlichen Akzeptanz und öffentlich-rechtlichen Genehmigungsfähigkeit (Baustoffe, Primärenergieverbrauch, CO₂-Bilanz, transparentes und umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement).
- Die Durchsetzung neuer Verkehrskonzepte (z.B. Stadtbahn Hamburg) wird eine stärkere Bindung der Nahversorgungstandorte an das öffentliche Verkehrsnetz bedingen.
- Das Wohlstandsgefälle und die Arm-reich-Polarisierung werden Standortagglomerationen begünstigen, deren gemeinsamer Nenner das Kaufkraftniveau der Kunden ist. Nicht nur Wohlhabende, auch Menschen mit sehr schmalen Budget suchen ein homogenes Angebot in ihrem bevorzugten oder durch Lebensverhältnisse bedingten Genre.
- Die gesellschaftlichen und ethischen Anforderungen an Betreiber/ Einzelhändler, z.B. hinsichtlich der Produktionsbedingungen bei Lieferanten, steigen. Lokale Produktionen sind transparenter und werden preislich wieder wettbewerbsfähig, weil sich der Kunde sein gutes Gewissen etwas kosten lässt. Dadurch rücken Standorte und Immobilien in den Fokus, an denen Produktion und Einzelhandel verbunden werden können.
- Der Standortfaktor „Toleranz“ wird wichtiger, vor allem hinsichtlich des muslimischen Teils der Bevölkerung. Es werden sich auch in Klein-

und Mittelstädten zwei städtische Standorttypen herausbilden, die heute in den Metropolen längst abzulesen sind: monokulturelle „Ghettos“ und tolerante, durchmischte Geschäftsstraßen oder Viertel. Heute stehen viele Immobilienstandorte noch an der Wegegabelung (z.B. Hamburg, Wandbeker Chaussee, oder München, Landwehrstraße), bei anderen ist der Weg schon eingeschlagen (z.B. einige Straßenzüge in Berlin-Neukölln).

Fazit: Der Einfluss des demografischen Wandels wird derzeit verkürzt auf quantitative Faktoren („älter, weniger, bunter“) diskutiert und bewertet. Er steht aber in Wechselwirkung mit einem ökologischen, ökonomischen und sozialen Wandel, der ihn teilweise überlagert. Teile der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandels müssen noch die „urbane Intelligenz“ entwickeln, um die daraus resultierenden Chancen auszuschöpfen.



Mario S. Mensing
Geschäftsführer und Partner
CIMA Beratung + Management

Mit den Fehlern der Vergangenheit aufräumen

Das Saarbrücker Großprojekt Stadtmitte am Fluss setzt wichtige Impulse.



Die neue „Stadtmitte am Fluss“ ist ein wesentliches Projekt der Zukunftsentwicklung Saarbrückens, des Saarlandes und der grenzüberschreitenden Großregion. Die neue Stadtmitte kann Saarbrücken als dynamische Landeshauptstadt, als attraktiven Lebensraum, als interessanten Investitionsstandort überregional positionieren. Wir brauchen eine starke Landeshauptstadt als Motor der Großregion, die wichtige Impulse für Innovation, Bildung, Forschung, Kultur sowie nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung setzt. Von einem starken Saarbrücken profitieren auch die Kommunen im Umland.

Die heutige Situation in der Stadtmitte von Saarbrücken ist geprägt durch das lärmende Asphaltband der mit rund 95.000 Fahrzeugen pro Tag belasteten Stadtautobahn (BAB 620). Das Zentrum Saarbrückens als Visitenkarte der Landeshauptstadt ist geprägt von einer städtebaulichen Sünde der Nachkriegszeit.

Der Aufenthalt an beiden Seiten der Saar wird vom Verkehrslärm beeinträchtigt. Durch die Autobahn sind Fluss, Straße und Uferbereich zu einem unwirtlichen Freiraum geworden, der zudem die Stadtteile Alt-Saarbrücken und St. Johann voneinander trennt.

Für die Stadt und die Region ist damit der Bereich mit dem wichtigsten Entwicklungs- und Identifikationspotential durch die Autobahn stark geschwächt.

Zentraler Ansatzpunkt des 370-Millionen-Projektes „Stadtmitte am Fluss“ ist, die rund 1,5 km lange, innerstädtische Teilstrecke der Stadtautobahn in einen hochwassersicheren Tunnel zu verschieben. Der Tunnel würde es ermöglichen, die bisherige Autobahntrasse für die Entwicklung hochwertiger innerstädtischer Frei- und Entwicklungsflächen zu nutzen und im Herzen Saarbrückens das neue unverwechselbare Zentrum der Region zu präsentieren. Wir können am Saarufer ein urbanes Zentrum zurückgewinnen, Grünflächen und Plätze sowie Raum für Wohnen und Gewerbe schaffen und dazu die Stadtteile wieder besser miteinander verbinden. Die Lärmbelastung sinkt, die Aufenthaltsqualität steigt. Die Attraktivität der Innenstadt für Handel und Dienstleister wird weiter erhöht.

Neben der Rückgewinnung urbaner Räume durch den Tunnelbau ist die Revitalisierung der Berliner Promenade auf der gegenüberliegenden Seite der Saar ein weiteres, zeitlich vorgelagertes Teilprojekt der Stadtmitte am Fluss. Die vorhandene Promenade von 1959 war einst eine beliebte Flanier-



meile, der „Balkon“ zur Saar. Nach der Umgestaltung der Bahnhofstraße in den 1990er Jahren zu einer Fußgängerzone verlor die parallel verlaufende Promenade nach und nach an Attraktivität – auch aufgrund schlechter Verbindungen zwischen Promenade und Bahnhofstraße. Leerstand und deutlicher Modernisierungs- und Instandsetzungsbedarf waren die Folge.

Während wir derzeit mit dem Saarland als unserem Projektpartner noch offene Finanzierungsfragen für das Gesamtvorhaben „Stadtmitte am Fluss“ klären müssen und unter anderem auf die Entscheidung der EU zu einem Großprojekttantrag warten, laufen die Arbeiten zur Neugestaltung der Berliner Promenade bereits seit August 2009. Im Zentrum der Stadt entsteht für knapp 25 Millionen Euro eine belebte Flaniermeile am Fluss mit urbanem Charakter und verbesserter Anbindung an die Bahnhofstraße. Auf einer Gesamtlänge von mehr als 300 m werden die Berliner Promenade und die Freifläche an der Saar umgestaltet und an die Bedürfnisse der Gewerbetreibenden, Besucher und Bewohner angepasst. Neben dem Promenadensteig auf der oberen Ebene mit den Verbindungen zur Bahnhofstraße wird auch die Uferzone zu einer attraktiven Fläche neu gestaltet.

Wie alle Städte und Gemeinden stellen uns Strukturwandel, demografischer Wandel, aber auch Globalisierung vor neue Herausforderungen. Städte und Regionen werden verstärkt um Investitionen und um gut ausgebildete Fachkräfte konkurrieren. Deshalb werden wir uns künftig noch stärker

mit anderen Städten und Regionen messen müssen. Um in diesem Wettbewerb zu bestehen, müssen wir die Landeshauptstadt in ihrer Gesamtheit voranbringen. Auf dem Weg zu diesem Ziel ist die Innenstadtentwicklung von zentraler Bedeutung.

Bundesweit findet das Vorhaben „Stadtmitte am Fluss“ Aufmerksamkeit und Anerkennung: Das Projekt wurde ausgezeichnet mit einem „Nationalen Preis für Stadtentwicklung und Baukultur“ und wird in Expertengremien als beispielgebendes Pilotprojekt für den exemplarischen Umgang mit den Fehlern einer autistischen Verkehrspolitik der Vergangenheit diskutiert.



Charlotte Britz
Oberbürgermeisterin
Landeshauptstadt Saarbrücken

Interdisziplinäres Curriculum

Der Masterstudiengang Real Estate Management an der TU Berlin.

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Modul 1 - Management			Modul 8 - Master-Arbeit und begl. Colloquium
Modul 2 - Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen der Standort- und Projektentwicklung			
Modul 3 - Stadtökonomie / Stadtsoziologie			
Modul 4 - Immobilienwirtschaft			
Modul 5 - Öffentlich-rechtliche Grundlagen der Standort- und Projektentwicklung			
	Modul 6 - Privatrechtliche Grundlagen der Standort- und Projektentwicklung		
Modul 7 - Praxisnahe Transferübungen (3 Praxisprojekte)			

Studienverlauf des weiterbildenden Zusatzstudiums Real Estate Management

Die Strukturkrise der Bau- und Immobilienwirtschaft erfordert Produkte und Strategien der Standort- und Projektentwicklung, die sich stärker nach Wirtschaftlichkeitskriterien richten. Angesichts der zunehmenden Internationalisierung und Globalisierung dieser Branche ist ein nach diesen Kriterien geschulter Nachwuchs gefragt. Zugleich hat sich die Wissenschaft stärker der Analyse von Planungs-, Entwicklungs-, Bau- und Betriebsprozessen zugewandt. Das thematische Spektrum des Master-Programms Real Estate Management orientiert sich am Lebenszyklus baulich-räumlicher Projekte und geht von der Standortplanung über

die Projektentwicklung bis an die Grenze des Facility Managements. Interdisziplinarität, integraler Ansatz und Umsetzungsorientierung kennzeichnen das Curriculum. Architektur, Städtebau, Ökonomie, Recht, Ökologie und Soziologie werden zu nachhaltigen Problemlösungen zusammengeführt. Real Estate Management leistet damit einen Beitrag zur Realisierung der Agenda 21 in der Stadtentwicklung.

Projektorientiert

Einen zentralen Stellenwert haben die Semester-Projekte als Rückgrat

des Studiums: Auf der Basis realer Fälle werden in Kooperation mit Unternehmen in interdisziplinär zusammengesetzten Teams Problemlösungen erarbeitet. Bei den Praxispartnern handelt es sich um namhafte Unternehmen der deutschen Real Estate Industry, die den Studiengang mit initiieren und unterstützen.

Als Teilzeit-Studium dauert Real Estate Management zwei Jahre und gliedert sich in vier Semester, die Master-Thesis inbegriffen. Das Programm ist in Modulen gegliedert. Die Abfolge der Lehrveranstaltungen orientiert sich am zyklischen Projektentwicklungsprozess. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Studiums wird der akademische Grad Master of Science (MSc) in Real Estate Management erworben.

Zugangsvoraussetzung ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss der Fächer Architektur, Stadt- und Regionalplanung bzw. Raumplanung, Bauingenieurwesen, Rechtswissenschaft, Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsingenieurwesen oder Geografie. Darüber hinaus sind mindestens zwei Jahre Berufserfahrung erforderlich.

Praxisnah

Spezialisten in den Feldern Planen, Bauen, Finanzieren und Betreiben von Immobilien bietet das Master-Studium Real Estate Management die Möglichkeit, berufsbegleitend zu studieren. Die Qualifikationsziele verbinden die Entwicklung theoretisch-analytischer Fähigkeiten, die aktive Teilnahme an Forschungsaufgaben und die Weiterqualifikation in PhD-Programmen mit dem Erwerb spezialisierten Anwendungswissens. Es wird eine interdisziplinäre Zusammensetzung der Jahrgänge angestrebt.

Recherchen der Alumniorganisation REM Club Berlin e. V. zeigen, dass den Absolventen nach Abschluss des Master-Studiengangs Real Estate Management ein Ein- oder Aufstieg in der Immobilienbranche gelingt. Sie können Führungsaufgaben im Bereich Entwicklung, Realisierung oder Vertrieb von Immobilien wahrnehmen. Zudem besteht in der traditionell eher theoriefernen Branche ein großer Bedarf an Forschung und Wissenschaft-Praxis-Transfer.

International

Zum Thema Real Estate Finance werden in Zusammenarbeit mit dem Schack Institute für Real Estate der

New York University (USA) und der University of Amsterdam zwei einwöchige Workshops als Blockveranstaltungen durchgeführt, von denen eine in Berlin und eine in New York stattfindet. Der Studiengang Real Estate Management hat die Akkreditierung der Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS).



Prof. Dr. Rudolf Schäfer
Studiendekan Real Estate
Management
TU Berlin

Blick in die Zukunft

EPM Shopping Retail-Event 2010 in der Zeche Zollverein.



Am 2. September 2010 feierte der Bereich EPM Shopping seinen ersten Retail-Kundenevent. Als Location für den Branchentreff war anlässlich des Kulturhauptstadtjahres „RUHR.2010“ die beeindruckende Kulisse des Weltkulturerbes Zeche Zollverein in Essen ausgewählt worden.

Zu Beginn erhielten die rund 100 geladenen Gäste während einer Führung über das ehemalige Zechenareal Ein-

blicke in den Arbeitsalltag des einst schönsten und modernsten Steinkohlenbergwerks Europas. Außerdem erfuhren die Immobilien- und Einzelhandelsprofis interessante Details über die aufwendige Umgestaltung der Zeche Zollverein zu dem heute lebendigen Kulturstandort.

Beim anschließenden Sektempfang bot sich dann die Gelegenheit für erste anregende Gespräche, die nach der offiziellen Begrüßung durch den Vorsitzenden der Geschäftsführung Aydin Karaduman und dem abwechslungsreichen Abendprogramm beim gemeinsamen Dinner fortgesetzt wurden.

Mit ihren anschaulichen Vorträgen bildeten die eingeladenen Referenten weitere Highlights des unterhaltsamen Abends. Thomas Franke, Baudezernent der Stadt Essen, stellte dem interessierten Fachpublikum in seinem Vortrag zur „Perspektive Innenstadt“ den angestrebten Entwicklungsprozess der Innenstadt Essens bis zum Jahr 2015 vor. Er präsentierte außerdem architektonische Glanzpunkte wie den durch Sir Norman Foster entworfenen Neubau für das Essener Folkwang-Museum.

Dr. Martina Kühne, Referentin des renommierten Gottlieb Duttweiler Instituts in Zürich, richtete den Blick

noch ein Stück weiter in die Zukunft: Die Expertin für Zukunftsforschung entwarf in ihrer hochaktuellen Studie „The Un-Storing of Retail“ ein spannendes Szenario der zukünftigen Entwicklungen und Trends im Einzelhandel.

Für den stimmungsvollen Rahmen des Abends sorgten die Sängerin Susanna Keye mit Band sowie der Schnellzeichner Roberto Freire, dessen Porträts unsere Gäste auf Wunsch auch mal als Prinzessin oder „Easy Rider“ zeigten.

Auch zu späterer Stunde wurde noch an vielen Tischen in gemütlicher Atmosphäre lebhaft diskutiert, neue Geschäftskontakte geschlossen oder die bestehenden gefestigt. Die Porträtzeichnungen von Roberto Freire wurden miteinander verglichen und sorgten für viel Heiterkeit bei den Gästen.

Wie die zahlreichen positiven Rückmeldungen des eingeladenen Publikums zeigen, war der Retail-Event ein voller Erfolg, der bereits während des Veranstaltungsabends seitens der Gäste den Wunsch nach einer Wiederholung laut werden ließ. Somit freut sich EPM Shopping sehr darauf, den Event im nächsten Jahr als Veranstaltungsreihe an neuem Ort mit spannenden Inhalten fortzusetzen.

Keep it simple!

Das neue Leitbild der EPM heißt „Simplifying“, was für einfache und transparente Lösungen im komplexen Markt für Immobiliendienstleistungen steht. Aber nicht nur da. Simplifying ist generell ein Thema mit großer Zukunftskraft in der gesamten Gesellschaft. So wünschen sich Menschen grundsätzlich mehr Einfachheit und den Abbau anstrengender und komplexer Sachverhalte in ihrem täglichen Leben. In dieser Rubrik möchten wir Ihnen regelmäßig Trends, Tipps und Hinweise zeigen, wie auch Sie Ihr Leben ein wenig vereinfachen können.

Einfach mal stressfrei

Simplifying rund um Weihnachten.



Das Fest rückt langsam näher und mit ihm eigentlich die Zeit der Besinnung und der inneren Einkehr. Leider fühlen sich viele Menschen durch eine ständig zunehmende Kommerzialisierung überfordert, die z.B. dazu

fordert, die Lieben mit Geschenken zu überhäufen – was nach Weihnachten dann meist in einen Umtauschmarathon mündet. Als Gegenbewegung

gibt es in immer mehr Familien das Bestreben, das Weihnachtsfest wieder zu dem zu machen, was es ursprünglich einmal war: ein Fest der Freude! Geschenke sind schön – aber umso schöner, wenn sie einzeln noch wahrnehmbar sind und man sich nicht gegenseitig mit „Kram“ überschüttet. So gibt es in vielen Fällen sogar ein Beschenungsverbot, das den Heiligen Abend (wieder) zu einem sehr beschaulichen und besinnlichen Erlebnis werden lässt. Ältere Menschen erinnern sich daran, als die einfachen Dinge zu Weihnachten Kinderherzen höher schlagen ließen. Ähnlich beim Festessen: Viele Familien wollen sich nicht noch mehr Stress aussetzen und so gibt es statt eines zeitraubenden 5-Gänge-Menüs einfach Bockwurst und Kartoffelsalat am Tannenbaum. So bleibt mehr Zeit für die Familie oder Freunde und alle zusammen können sich mehr auf das wirklich Wichtige konzentrieren: das Fest für die Familie. Einfach und stressfrei.

Intuitiv

Technik.

Wie eine Marktforschungs-Studie der EPM ergeben hat, wünschen sich die meisten Kunden Vereinfachungen. Auch bei den Konsumgütern hat der Trend zur Einfachheit Einzug gehalten. So liefert z.B. die Unterhaltungsindustrie eine ganze Palette an Produkten, die nicht nur unterhalten können, sondern deren Bedienung auch kinderleicht ist. Vorbei die Zeiten, in denen man sich noch durch zentnerschwere Bedienungsanleitungen kämpfen musste, bis man den „Play“-Knopf oder die Senderspeichertaste fand. Allen voran das neue iPad. Es ist ein Synonym für diesen Trend. Ein Bildschirm, ein Kopf zum Ein- und Ausschalten, mehr gibt es nicht. Die neuen Smartphones haben zwar eine Vielzahl an



Funktionen, sind aber dank einfacher Menüführung fast schon intuitiv zu bedienen und begeistern immer mehr Nutzer. Nicht die einzige Gemeinsamkeit mit der EPM. „Das absolut Schöne“, erkannte schon im 15. Jahrhundert der florentinische Humanist Marsilio Ficino, „ist das absolut Einfache!“ Dem ist nichts hinzuzufügen.

Effizient

Auto.



Moderne Autos sollen alles in einem bieten: Sportlichkeit, Komfort, Sparsamkeit, Agilität, Wendigkeit, Dynamik etc. Da viele dieser Eigenschaften miteinander unvereinbar sind, ist das Endergebnis häufig nivelliertes Mittelmaß. Der Automobilzulieferer Continental will dies zukünftig ändern. In der Division Interior Design wird ein System entwickelt, mit dem sich ein Auto in unterschiedliche Modi versetzen lässt. So stellen sich alle relevanten Komponenten im Komfort-Modus auf maximale Behaglichkeit ein. Im Sport-Modus wechselt die Cockpitfarbe auf Rot, der Drehzahlmesser wird vergrößert dargestellt, die Motorsteuerung ruft Maximalleistung ab, das Fahrwerk wird straffer, die Lenkung direkter. Im Eco-Modus hingegen stehen die Zeichen auf maximale Sparsamkeit. Die Cockpitfarbe wechselt auf Grün. Neben der Justierung der relevanten Motorenkomponenten kann der Fahrer grüne Punkte als Anreiz für einen möglichst effizienten Fahrstil sammeln. So lassen sich nicht nur Kosten sparen, sondern man hat auch alles einfach und übersichtlich im Blick.

Quelle: Conti-online.com „Simplify your drive – einfach besser fahren“

Impressum

Herausgeber:
EPM Assetis GmbH
Aydin Karaduman (Vorsitzender)
Volkhard Fröhlich
Jürgen F. Heublein

Public Relations:
EPM Assetis GmbH
Andre Zahlten
Olof-Palme-Straße 17
60439 Frankfurt am Main
Fon: +49 (69) 45 00 10-111
Fax: +49 (69) 45 00 10-4111
a.zahlten@epm-world.com

Redaktion:
logos
Kommunikation und Gestaltung,
Wuppertal
Fon: +49 (202) 248 37-0
Fax: +49 (202) 248 37-10
logos@logos-kommunikation.com
www.logos-kommunikation.com

Gestaltung und Herstellung:
logos
Kommunikation und Gestaltung,
Wuppertal

Produktion:
Staudt Lithographie