Nr. 23 | November 2013

SPH newsletter

news

Neue Meldungen aus CEE/SEE
Seite 2

schwerpunkt

In wenigen Tagen öffnet die Mapic ihre Pforten, eine Veranstaltung, die dezidiert dem Handel und Handelsimmobilien gewidmet ist.
Seite 10

Der Handel ist heute vielseitiger denn je, ebenso sind es die Herausforderungen, denen sich der Handel und mit ihnen die Eigentümer von Handelsimmobilien gegenüber sehen.
Seite 12

hintergrund

Rückblick, Eindrücke, Kommentare zur Expo Real aus unterschiedlicher Perspektive:
Seite 16 und Seite 19

termine

Messen und Kongresse
Seite 23

literatur

Das Thema Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft seit 2006
Seite 24

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

über zwei Meldungen habe ich mich in diesen Tagen gefreut. „Am Montag nach der Expo Real wartet auf die Mitarbeiter von Aengevelt Immobilien, die auf der Messe mit dabei waren, ein kleines Präsent auf ihrem Schreibtisch: Ein Dankesschreiben für ihren Einsatz sowie zwei Weinflaschen vom dem Rheingauer Weingut des Gesellschafters Lutz Aengevelt." Das sei ein Zeichen der Wertschätzung, hieß es vor kurzem in der *Immobilien Zeitung*. Ich bin mir nicht sicher, ob in heutigen Zeiten der ebenfalls dort stehende Satz, „den Mitarbeitern nach einem Messeauftritt zu danken, gehört zum guten Ton", eigentlich noch selbstverständlich ist.

Wir berichten in dieser Ausgabe auch über die Expo Real. Dabei können wir nicht alles wiedergeben, denn auch der Platz im SPH Newsletter ist begrenzt. Viele Themen, die wir von der diesjährigen Expo Real mitgebracht haben, werden in den nächsten Ausgaben aufscheinen.

Die zweite Nachricht war spektakulärer, ging aber vor lauter Abhörskandalen auch etwas unter: Pünktlich zum 90. Jahrestag der Ausrufung der Republik Türkei wurde der Bahntunnel unter dem Bosporus eingeweiht. Damit erfüllte sich endlich ein lang gehegter Traum: die Verbindung von Europa und Asien durch einen Tunnel unter dem Bosporus. Die Türkei gilt als enormer Wachstumsmarkt – nicht nur, wenn es um den Handel und seine Immobilien geht. Doch exklusiv darum dreht sich alles im November auf der Mapic in Cannes.

Gutes Handeln wünscht

Ihr

Andreas Schiller

Mit der Eröffnung des dritten Bauabschnitts, des Promenada Shopping Centers, ist die Quartiersentwicklung Floreasca City Center der Raiffeisen evolution im Norden der rumänischen Hauptstadt Bukarest abgeschlossen.

RAIFFEISEN EVOLUTION ERÖFFNET PROMENADA MALL IN BUKAREST

Das Shopping- und Entertainment Center Promenada in Bukarest wurde eröffnet. Im November 2011 hatte Raiffeisen evolution den dritten Teil der urbanen Quartiersentwicklung „Floreasca City Center" in Bukarest in Angriff genommen und mit dem Bau des Promenada Shopping und Entertainment Center begonnen. Auf dem gut 40.000 Quadratmeter großen Grundstück im Norden der rumänischen Hauptstadt entstanden drei Projekte: der SkyTower, mit 137 Metern das höchste Gebäude Rumäniens, ein kleineres Blue Office Building (FCC Office) sowie das rund 35.000 Quadratmeter Mietfläche umfassende Promenada Shopping Center. Bereits 2011 waren SkyTower und FCC Office an die Raiffeisen Property Holding International AG (RPHI) verkauft worden. Über den Verkauf der Mall ist man seitens Raiffeisen evolution bereits im Gespräch mit potentiellen Investoren.

HB REAVIS EXPANDIERT IN DIE TÜRKEI

Der Projektentwickler HB Reavis expandiert in neue Märkte: „Derzeit sind wir in vier Ländern in CEE aktiv. Wir haben beschlossen, eine neue Niederlassung in Istanbul zu gründen. Unsere sich immer stärker ausweitenden Projektentwicklungsaktivitäten erfordern auch eine Änderung im Management der Gruppe", erläuterte Ivan Chrenko, Chairman des Boards of Directors der HB Reavis Group. Die Türkei tritt nun als fünfter Standort des Unternehmens neben die Slowakei, die Tschechische Republik, Polen und Ungarn.

Die internationale Expansion wird von Veränderungen im Management der Gruppe begleitet. Marcel Sedlák, der bislang für die Vorbereitung des strategischen Markteintritts in der Türkei verantwortlich war, wird künftig die Projektentwicklungsaktivitäten der HB Reavis Group in der Türkei und der Slowakei betreuen, aber auch weiterhin wie bisher für den polnischen Markt zuständig sein.

BLACKSTONE REAL ESTATE FUNDS SCHLIESST ERWERB VON MULTI AB

Blackstone gab bekannt, dass der Immobilienfonds des Unternehmens den Erwerb von Multi Corporation abgeschlossen hat. Multi ist Eigentümer, Betreiber und Entwickler von Einkaufszentren in ganz Europa. Als Eigentümer und/oder Betreiber hat Multi derzeit 56 Shopping Center im Portfolio. Das Unternehmen ist in 13 europäischen Ländern einschließlich der Türkei aktiv. In der Türkei ist Multi der größte Eigentümer und Betreiber von Einkaufszentren.

Dick van Well, bislang Vorsitzender des Aufsichtsrats von Multi, wird Chairman des Management Boards. Heino Vink und Mark van den Berg werden weiterhin dem Management Board des Unternehmens angehören. Jan Meines, der seit 2011 Mitglied des Aufsichtsrats ist, wurde zum Aussichtsratsvorsitzenden gewählt. Ihm zur Seite stehen als Aufsichtsratsmitglieder Jonathan Lurie, Managing Director des europäischen Immobilienarms von Blackstone, sowie Robert Welanetz, ehemaliger Head of Worldwide Retail bei Jones Lang LaSalle.

Das Dancing House in Prag ist heute eines der Wahrzeichen der Stadt. Jetzt will CBRE Global Investors das markante Gebäude am Moldau-Ufer verkaufen.

CBRE GLOBAL INVESTORS VERKAUFT DANCING HOUSE IN PRAG

Das Dancing House (Tancící dum, auch Ginger & Fred genannt) direkt am Prager Moldau-Ufer wird verkauft. Martin Sabelko, Managing Director von CBRE Global Investors CEE, hat das Capital Markets Team von Jones Lang LaSalle in Prag mit der Vermarktung des Bürogebäudes beauftragt. Tancící dum ist ein siebenstöckiges Bürogebäude, das von dem amerikanischen Architekten Frank Gehry und Vlado Milunic entworfen und 1996 fertig gestellt wurde. Das Gebäude mit einer Nutzfläche von 4.000 Quadratmetern umfasst Büros und ein französische Restaurant, das Celeste, das mit seiner Terrasse einen 270 Grad Blick über die Stadt, die Moldau und das Prager Burg bietet.

IMMOFINANZ STARTET NEUES RETAILPROJEKT IN POLEN

Die Immofinanz Group startet mit einem neuen Retailprojekt am polnischen Markt. In Stalowa Wola im Südosten des Landes entsteht ein Einkaufszentrum mit einer Mietfläche von rund 30.000 Quadratmetern. Die Gesamtinvestitionssumme beläuft sich voraussichtlich auf EUR 50 Millionen. Das neue Einkaufszentrum wird gemeinsam mit dem Developmentpartner Acteeum Group realisiert, der über umfassende Erfahrung im polnischen Retailmarkt verfügt (Aufteilung auf Gesellschafterebene: 86 Prozent Immofinanz Group, 14 Prozent Acteeum Group). Die Bauarbeiten sollen im ersten Halbjahr 2014 starten, die Fertigstellung wird für die erste Jahreshälfte 2015 erwartet.

UMNUTZUNG VON BÜROFLÄCHEN ZU EINEM HOSTEL

SEB Asset Management hat mit Maverick Hostel einen Zehn-Jahres-Mietvertrag über 1.370 Quadratmeter in einem bislang als Büro genutzten Gebäude in Budapest abgeschlossen. Die zu einem Komplex aus insgesamt vier Bürohäusern gehörende Immobilie wird für den neuen Mieter bis Ende 2013 in ein Hostel umgebaut. Das Objekt liegt zentral in der historischen Altstadt von Budapest.

MULTI DEVELOPMENT ERÖFFNET FORUM GAZIANTEP IN DER TÜRKEI

Multi hat seine elfte Mall in der Turkei eröffnet: Forum Gaziantep. Die Mall liegt in der Innenstadt von Gaziantep im Süden der Türkei. Geschäfte, gastronomische und Freizeiteinrichtungen erstrecken sich über drei Ebenen auf einer Fläche von insgesamt 44.000 Quadratmetern. Das Shopping Center bietet 120 Ladengeschäfte, einen Kino-Komplex, Entertainmentflächen, einen Supermarkt, Restaurants sowie ein Parkhaus mit 1.500 Stellplätzen. Forum Gaziantep, das von Multi Development Turkey entwickelt wurde, ist ein Investment des Forum Turkey Fund.

AFI Palace Ploiesti ist die erste moderne Shopping Mall in der rumänischen Stadt Ploiesti. Die Finanzierung des Projekts ermöglichte die Raiffeisen Bank International.

AFI PALACE PLOIESTI ERÖFFNET

AFI Palace Ploiesti, die erste und bislang einzige moderne Shopping Mall in der Innenstadt von Ploiesti, Rumänien, hat seine Türen für das Publikum geöffnet. Die Bauzeit betrug 16 Monate, das Investment liegt bei gut EUR 50 Millionen. Das Projekt, das von AFI Europe entwickelt wurde, umfasst eine Bruttomietfläche von 33.000 Quadratmetern über zwei Etagen. Die Shopping Mall bietet rund 100 Ladengeschäfte nationaler und internationaler Marken sowie 7.000 Quadratmeter Entertainmentfläche. Für Besucher der Mall stehen 1.000 Parkplätze zur Verfügung, davon 300 in einer Tiefgarage. Für die Finanzierung des Projekts hatte die Raiffeisen Bank International AG einen Kredit von über EUR 30 Millionen zur Verfügung gestellt.

TPG UND IVANHOÉ CAMBRIDGE ERWERBEN P3

TPG, ein weltweit operierendes Investmentunternehmen, hat zusammen mit Ivanhoé Cambridge von dem internationalen Investmentunternehmen Arcapita PointPark Properties (P3) erworben. Die beiden neuen Eigentümer des Unternehmens wollen zusätzliches Kapital für die Stärkung der Bilanz sowie für weiteres Wachstum von P3 zur Verfügung stellen. P3 ist als Investor, Projektentwickler und Asset Manager auf Lager- und Logistikimmobilien spezialisiert. Das Portfolio des Unternehmens besteht aus 48 Lager- und Logistikimmobilien (1,46 Millionen Quadratmeter) in ganz Europa sowie aus Grundstücken, die Potenzial für weitere gut 590.000 Quadratmeter Lager- und Logistikfläche bieten.

BULGARIAN PROPERTY ASSOCIATION TRITT EPF BEI

Die BPA Bulgarian Property Association, die Vertretung der bulgarischen Immobilienwirtschaft, ist der EPF European Property Federation beigetreten. Maria Batoeva, Präsidentin der BPA, erläuterte: „Die Bedeutung der EU für die bulgarische Immobilienwirtschaft ist offenkundig. Die finanzielle Unterstützung der EU und ihr Einfluss auf die Wirtschaft sind die besten Zukunftsgarantien für Investoren, Mieter und Vermieter, EU-Recht formt unsere Immobilienmärkte und erleichtert internationale Immobilieninvestments in Bulgarien, und europäisch sind auch unsere Vorschriften für mehr Nachhaltigkeit. Mit dem Beitritt zur EPF bekommt Bulgariens Immobilienwirtschaft eine Stimme bei der Gestaltung der Zukunft."

WOHNUNGSPROJEKT IN BUKAREST-TITAN FERTIGGESTELLT

Adama, Wohnprojektentwickler in Rumänien und Tochtergesellschaft der Immofinanz Gruppe, gab die Fertigstellung und Übergabe der Wohnungen des zweiten Bauabschnitts von Evocasa Optima im Stadtteil Titan in Bukarest bekannt. Die Bauarbeiten hatten im Oktober 2012 begonnen. Das Investment des zweiten Bauabschnitts, der aus einem elfgeschossigen Gebäude mit insgesamt 84 Wohneinheiten besteht, belief sich auf EUR 5,4 Millionen.

Nachdem der erste Bauabschnitt des A4 Business Park in Kattowitz vermietet ist, hat Echo Investment mit dem zweiten Bauabschnitt begonnen: ein zehngeschossiges Bürogebäude sowie ein Parkhaus.

START FÜR ZWEITEN ABSCHNITT DES A4 BUSINESS PARK IN KATTOWITZ

Echo Investment gab den Baubeginn für den zweiten Abschnitt des Büroprojekts A4 Business Park in Kattowitz bekannt. Der zweite Abschnitt umfasst ein zehngeschossiges Gebäude mit rund 9.000 Quadratmeter Bürofläche sowie ein Parkhaus mit 560 Plätzen. Das Bürogebäude soll im vierten Quartal 2014 fertiggestellt sein, das Parkhaus bereits im ersten Quartal. A4 Business Park besteht aus drei Gebäuden. Das erste Gebäude ist im Bau und nähert sich der Fertigstellung, die für das erste Quartal 2014 geplant ist. Das siebengeschossige Gebäude, das als erster Bauabschnitt entwickelt wurde, bietet 9.000 Quadratmeter Bürofläche und ist komplett an IBM vermietet.

POZNAN CITY CENTRE ERÖFFNET

Weniger als zwei Jahre nach dem ersten Spatenstich auf einem Areal, das zuvor als „Wolny Tory" (aufgelassene Bahngleise) bekannt war, hat das 58.000 Quadratmeter umfassende Poznan City Center seine Türen geöffnet. Das Einkaufs- und Freizeitangebot umfasst auf drei Ebenen 230 Ladengeschäfte und 35 Bars, Restaurants und Cafés sowie zwei große Food Courts. Das Projekt wurde von einen Joint Venture zwischen Europa Capital, TriGranit und der polnischen Eisenbahngesellschaft PKP entwickelt.

SELP ERHÄLT FINANZIERUNG VON PBB UND HELABA

pbb Deutsche Pfandbriefbank und Helaba stellen gemeinsam einen Kredit von EUR 188 Millionen mit einer Laufzeit von fünf Jahren für Segro European Logistics Partnership (SELP), ein Joint Venture zwischen Segro PLC und Public Sector Pension Investment Board (PSP), für den Erwerb von Logistikimmobilien in Polen und der Tschechischen Republik bereit. EUR 166 Millionen sollen für den Erwerb der Immobilien verwendet werden, EUR 22 Millionen stehen für die Refinanzierung von künftigen Objekten zur Verfügung. pbb und Helaba agieren gemeinsam als Lead Arranger, pbb ist zugleich Facility Agent und Security Agent. Bei den Objekten handelt es sich um zehn Logistikimmobilien aus dem Portfolio von Segro, neun in Polen und eine in der Tschechischen Republik. Das Portfolio umfasst in Polen außerdem 520.000 Quadratmeter angrenzendes Land für weitere Logistikprojekte.

WHITE STONE: FINANZIERUNG FÜR PROJEKT IN WARSCHAU GESICHERT

Der Projektentwickler White Stone Development und der Asset Manager MF Capital haben eine langfristige Finanzierung in Höhe von EUR 35 Millionen für den Bau eines Büroprojekts im Warschauer Bezirk Mokotów erhalten. Kreditgeber ist die Bank Pekao. Das siebengeschossige Bürogebäude ist bereits im Bau. Bei Fertigstellung im August 2015 wird der Bürokomplex rund 23.000 Quadratmeter Bruttomietfläche bieten. Die gesamte Fläche ist nach Aussage von Jan Schwarz, Geschäftsführer von MF Capital, langfristig an den polnischen Mobilfunkbetreiber Plus vermietet.

Die Prime Mall in der türkischen Stadt Gaziantep wurde eröffnet. Das Shopping Center wurde von Prime Development entwickelt.

PRIME MALL GAZIANTEP ERÖFFNET

Der auf die Türkei spezialisierte Shopping-Center-Entwickler und Centermanager Prime Development hat nach nur 15 Monaten Bauzeit die Prime Mall Gaziantep in Gaziantep im Südosten der Türkei eröffnet. Das Investitionsvolumen lag bei rund EUR 125 Millionen. Das Shopping Center verfügt über 169 Ladengeschäfte, die sich über vier Stockwerke und rund 54.100 Quadratmeter Mietfläche erstrecken, sowie über 1.518 Parkplätze.

INVESTEC GLL ERWIRBT BÜRO-GEBÄUDE GREEN DAY IN BRESLAU

Investec GLL Global Special Opportunities Real Estate Fund, ein gemeinsam von Investec Bank PLC und GLL Real Estate Partners GmbH aufgelegter Fonds, hat von Skanska das Bürogebäude Green Day in Breslau erworben. Das Investment beläuft sich auf EUR 43 Millionen.

Green Day ist nach den Green Towers und dem Grunwaldzki Center das dritte Büroprojekt, das Skanska in Breslau entwickelt hat. Die Gesamtmietfläche des Gebäudes beträgt rund 16.000 Quadratmeter und erstreckt sich über sieben Etagen plus zwei Tiefgeschosse. Die Büroflächen von Green Day sind komplett vermietet. Mit dem Bau wurde im dritten Quartal 2012 begonnen, die Fertigstellung ist für das erste Quartal 2014 geplant.

HELABA: FINANZIERUNG FÜR MOKOTÓW NOVA IN WARSCHAU

Die Helaba stellt als Arranger und Sole Lender einen Kredit in Höhe von EUR 75 Millionen mit einer Laufzeit von fünf Jahren für das Büroobjekt Mokotów Nova in Warschau bereit. Curzon Capital Partners III LP, ein von Tristan Capital Partners beratener Core Plus Immobilienfonds, hatte das Objekt kürzlich von dem Projektentwickler Ghelamco erworben. Mokotów Nova wurde 2012 fertiggestellt. Der Bürokomplex besteht aus zwei miteinander verbundenen Gebäuden und bietet 40.000 Quadratmeter Bürofläche sowie 1.000 Tiefgaragenplätze.

PBB: FINANZIERUNG FÜR GALERIA POMORSKA

pbb Deutsche Pfandbriefbank hat einen mittelfristigen Refinanzierungs- und Baukredit in Höhe von EUR 55,8 Millionen für einen von Resolution Property verwalteten Fonds bereitgestellt. Die Mittel sollen für die Refinanzierung des bestehenden Kredits für die Galeria Pomorska, ein Shopping Center in der polnischen Stadt Bydgoszcz, und für die Finanzierung einer beantragten Erweiterung verwendet werden. Der Resolution Real Estate Fund III hat das Shopping Center 2010 gekauft. Galeria Pomorska umfasst rund 30.000 Quadratmeter Bruttomietfläche und Resolution plant, es um weitere 9.500 Quadratmeter Bruttomietfläche zu erweitern.

CBRE Global Investors hat das Manhattan Business & Distribution Center in Warschau nahe dem internationalen Flughafen Frederic Chopin erworben.

CBRE GLOBAL INVESTORS ERWIRBT MANHATTAN CENTER IN WARSCHAU

CBRE Global Investors gab den Erwerb des Manhattan Business & Distribution Centers in Warschau zu einem Preis von EUR 30 Millionen bekannt. Die Logistikeinrichtung wurde durch Akron Investment Central Eastern Europe II unter der Leitung von Heitman International für den Pan European Core Fund (PEC Fund) gekauft. Das Objekt befindet sich in Warschaus Logistikregion „Zone 1 Süd" und verfügt über eine Lagerfläche von etwa 29.000 Quadratmetern sowie über insgesamt 11.500 Quadratmeter Bürofläche. Der Logistikpark befindet sich zwei Kilometer vom Warschauer Frederic Chopin International Airport entfernt. Es handelt sich nach dem Warsaw Distribution Centre um die zweite Akquisition des PEC Fund in Warschau.

P3 BAUT ZWEITES LOGISTIKZENTRUM FÜR DHL EXPRESS

PointPark Properties (P3) hat mit dem Bau eines 3.492 Quadratmeter großen Logistikzentrums für DHL Express im PointPark Prague D8 begonnen – nur wenige Wochen, nachdem P3 ein ähnlich großes Verteilzentrum für DHL Express am Flughafen von Bratislava in der Slowakei übergeben hat. Das Logistikzentrum im PointPark Prague D8 soll das zentrale Verteilzentrum von DHL Express für den Prager Markt werden. Es umfasst 2.704 Quadratmeter Lager- und Logistikfläche sowie 788 Quadratmeter Bürofläche. Von PointPark Prague D8 besteht eine gute Verbindung nach Leipzig, wo DHL Express sein Drehkreuz für Zentraleuropa hat. Das Projekt wird voraussichtlich im April 2014 fertiggestellt sein.

links oben: Liad Barzilai
rechts oben: Paul Blackman
links unten: James Chapman

PERSONALIEN

Liad Barzilai, Head of Acquisitions bei Atrium European Real Estate, wurde in das Executive Management Team der Gruppe berufen. Liad Barzilai war im September 2011 zum Head of Acquisitions von Atrium ernannt worden. Er ist seit August 2008 bei Atrium.

Paul Blackman, International Director bei Colliers International, wird ein neues Team aufstellen und leiten, das Colliers Aktivitäten im Outsourcing-Sektor in Osteuropa koordinieren soll. Paul Blackman verfügt über 17 Jahre Berufserfahrung mit Unternehmen als Büronutzer, davon hat er 13 Jahre in Osteuropa verbracht.

James Chapman wurde mit der Leitung des Teams Capital Markets Zentraleuropa (Polen, Tschechische Republik, Ungarn und Slowakei) bei Cushman & Wakefield betraut. James Chapman, der zuvor Head of Capital Markets in der Tschechischen Republik war, übernimmt die Aufgabe von Charles Taylor, der im Juli 2013 zum Managing Partner der polnischen Niederlassung von C&W ernannt worden war. James Chapman arbeitet seit 2001 im Prager Büro von C&W und hat in den vergangenen sieben Jahren das Team Capital Markets für die Tschechische Republik und die Slowakei geleitet.

links: Alan Colquhoun
rechts: Jérémy Convert

links: Patrick Delcol
rechts: Laurent Jacquemin

links: Renata Kusznierska
rechts: Otis Spencer

Pavel Trenka

Alan Colquhoun ist neuer Head of Central & Eastern Europe bei DTZ. Alan Colquhoun, der im April dieses Jahres zu DTZ Poland zurückgekehrt war, hatte von 1999 bis 2009 die polnischen Geschäfte von DTZ geleitet und war ab 2006 auch für Zentraleuropa verantwortlich.

Jérémy Convert wurde zum Director des Investmentteams von AEW Europe ernannt. Er wird seinen Sitz in Paris haben und an Laurent Babelon, Co-Head of Investments, berichten. Jérémy Convert kam zu AEW Europe von der Crédit Suisse Gruppe, wo er als Head of Investment Banking für das Immobiliengeschäft in Frankreich und Benelux zuständig war. Jérémy Convert hatte zuvor unterschiedliche Positionen bei Lehman Brothers, der Société Générale und der ArchonGroup France inne.

Patrick Delcol wurde zum CEO für Mittel- und Osteuropa von BNP Paribas Real Estate ernannt. Patrick Delcol verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung im Immobiliengeschäft und hatte in seiner beruflichen Laufbahn zahlreiche leitende Positionen bei international bekannten Immobilienberatern, Projektentwicklern und Bauträgern inne. Er war rund 18 Jahre lang in Polen tätig, wo er 2002 zum CEO von Centrum Development & Investment (ehemals DTC Real Estate) ernannt wurde. Diesen Posten bekleidete er sechs Jahre lang, bevor er als Development Director und Vorstandsmitglied zu ING Real Estate wechselte und anschließend Geschäftsführer Polen bei DTZ wurde. Patrick Delcol ist außerdem Gründungsmitglied und Präsident des Polish Council of Shopping Centers.

Laurent Jacquemin, vormals Global Head of Corporate Finance mit 14 Jahren Erfahrung im Immobiliengeschäft, löst Riccardo Dallolio als Head of European Transactions bei AXA Real Estate Investment Managers ab. Riccardo Dallolio, der als Head of European Transactions 2011 zu AXA Real Estate kam, wurde zum Sector Head of Alternatives ernannt und wird den Geschäftsbereich Alternatives bei AXA Real Estate verantwortlich betreuen.

Renata Kusznierska kehrt als Head of Retail, Central & Eastern Europe zu DTZ zurück. Sie verfügt über mehr als 13 Jahre Erfahrung im Bereich Handelsimmobilien, neun davon verbrachte sie bei DTZ Poland, wo sie bis 2009 das Retail Agency Team leitete. Zwischen 2009 und 2012 hatte sie leitende Positionen bei Carrefour Poland inne und war unter anderem Director of Property und Director of Asset and Expansion. Zuletzt leitete sie den Bereich Retail Agency und Property Management bei Savills in Polen.

Otis Spencer wird künftig das in Polen angesiedelte Fondsmanagement von Peakside Capital in Zentral- und Osteuropa leiten. Er wurde zum Managing Director und President von Peakside Polonia Management (PPM) ernannt. Otis Spencer verfügt in den Segmenten Büro, Einzelhandel und Logistik über Erfahrung in neun CEE-Ländern. Er kommt zu Peakside von KSP Real Estate Investment Management, wo er Co-Head/Managing Director war. Vor KSP REIM war Otis Spencer sieben Jahre lang Managing Director/Co-Head of Europe und Mitglied des Investment Committee bei Heitman International.

Pavel Trenka wurde zum neuen CEO der HB Reavis Group ernannt. Er folgt in dieser Position Ivan Chrenko, dem Mehrheitseigner der HB Reavis Group und bisherigem CEO, der jetzt die Aufgabe des Chairman of the Board of Directors bei HB Reavis übernahm. Pavel Trenka gehört dem Unternehmen seit 2007 an und war in die strategischen Entscheidungen der Gruppe einschließlich des Wandels in ein internationales Unternehmen eingebunden.

Ein Erfolgskonzept

Leistung zahlt sich aus: Unsere Handelspartner haben abgestimmt und uns zum besten Shopping-Center-Betreiber Deutschlands gewählt. Die von der Immobilienzeitung und dem Standortgutachter ecostra durchgeführte Umfrage umfasste 75 Unternehmen und 400 Einkaufszentren. Wir sind stolz auf unseren ersten Platz und freuen uns, dass es auch die MEC METRO-ECE Centermanagement auf das Podium geschafft hat. Ausgezeichnete Lage, attraktiver Mietermix, anspruchsvolle Architektur, professionelles Centermanagement und individuelle Mieterbetreuung – all dies gehört bei unseren Projekten zum Standard. Fünf unserer Center sind bereits in den Top Ten. Für uns jedoch kein Grund, uns auszuruhen. Schließlich gibt es immer Raum für Verbesserungen – selbst wenn man ganz oben auf dem Treppchen steht.

Shopping | Office | Traffic | Industries

ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
Heegbarg 30, 22391 Hamburg
Telefon: (040) 60606-0, Fax: (040) 60606-6230
www.ece.de, info@ece.de

ECE

MAPIC – RUND UM DEN HANDEL

Vom 13. bis 15. November 2013 treffen sich in Cannes wieder alle, die mit Handel und Handelsimmobilien zu tun haben.

Vom 13. bis 15. November 2013 dreht sich in Cannes wieder alles um den Handel und um Handelsimmobilien. Das gilt sowohl für die Ausstellung im Palais des Festivals als auch für das Konferenzprogramm der Mapic.

Im vergangenen Jahr waren nach Angaben von Reed Midem, Organisator der Mapic, 730 Unternehmen und Körperschaften aus 69 Ländern als Aussteller in Cannes präsent. Insgesamt versammelten sich gut 8.200 Teilnehmer und waren 2.430 Händler sowie Vertreter von 335 Investmentunternehmen auf der Messe zugegen.

Dieses Jahr sind bisher (1. November 2013) 620 Aussteller registriert, und 2.470 Unternehmen und Körperschaften des öffentlichen Rechts haben sich bislang als Besucher angemeldet. Betrachtet man die Branchen, aus denen ausstellende und besuchende Unternehmen kommen, so sind Retailer (1.144) die stärkste Gruppe, gefolgt von Projektentwicklern (566), Unternehmensdienstleistern (468), Dienstleistungsanbietern und Lieferanten (355) sowie Investoren (314).

Von den insgesamt 620 Ausstellern kommen 569 aus Europa und hier 155 aus CEE/SEE. Die stärkste Gruppe sind die Aussteller aus Russland (75), in deutlichem Abstand gefolgt von Polen (19), der Türkei (15) sowie der Tschechischen Republik und der Ukraine (jeweils 10).

Von den 2.470 Unternehmen, die sich als Besucher angemeldet haben, kommen 2.295 aus Europa. CEE/SEE ist mit 485 Unternehmen und Körperschaften verteten, wobei auch hier die stärkste Gruppe aus Russland (219) kommt. Polen mit 97 und die Türkei mit 84 besuchenden Unternehmen haben sich den zweiten und dritten Platz gesichert.

Russland, Polen und die Türkei zählen auch zu den Top 10 Countries der diesjährigen Mapic – ebenso wie Frankreich, Belgien, Deutschland, Großbritannien, Italien, die Niederlande und Spanien. Russland gehört zudem zusammen mit Brasilien, China und Indien auch zu den „Retail Rising Stars" der Mapic, zu jenen Ländern, die für die Expansion des Handels die größten Chancen bieten. Allen diesen Ländern widmet die Mapic ebenso besondere Aufmerksamkeit wie der Frage, wie die Zukunft von Handelsimmobilien wohl aussehen wird.

Bereits im vergangenen Jahr hatten sich Themen oder Trends herauskristallisiert, die künftig von den Händlern sowie von den Verantwortlichen für Handelimmobilien gemeinsam in die Planungen einbezogen werden sollten und die auch in diesem Jahr viele Diskussionen beherrschen werden. Es ist vor allem der wachsende Internethandel, der hohen Innovationsdruck ausübt. Denn weder Schwarzsehen noch ein Ignorieren der Veränderungen, die das digitale Zeitalter mit sich bringt, sind Lösungen. Vielmehr geht es darum, das Service-Angebot für Kunden auf höchstes

Niveau zu bringen, und zwar sowohl on- als auch offline. Zudem können überraschende Handelskonzepte und Angebote an bislang eher ungewöhnlichen Orten Möglichkeiten eröffnen, potenzielle Kunden auf sich aufmerksam zu machen. Immer häufiger trifft man auch auf die Verbindung von Handel mit kulturellen und anderen Events, um das Shoppen wieder zu einem Erlebnis zu machen, das weit über das reine Einkaufen hinausgeht.

Den Einkaufsbummel als Erlebnis, als unterhaltsame und angenehme Freizeitbeschäftigung kann das Internet nicht ersetzen. Allerdings müssen die Einkaufsmeilen und Konsumtempel dann mehr bieten als das Internet und auch mehr als das, was man überall findet. Warum ist eine Stadt wie Barcelona geradezu ein Shopping-Paradies und genießen es vor allem auch Touristen, hier ausgiebig zu bummeln und einzukaufen? Weil sie hier nicht nur die nahezu überall vertretenen Ketten finden, sondern auch eine Vielzahl individueller Händler und Angebote, die es weder im Internet noch anderswo gibt. Da macht es Spaß, Neues zu entdecken, und ist der Anreiz zum Kaufen sehr hoch. Ein bisschen ist die Branche daher selbst schuld, dass mancher lieber am heimischen Computer shoppen geht, denn immer öfter findet man auf den Einkaufsmeilen, in Shopping Malls und Einkaufzentren der Städte ein mehr oder weniger identisches Angebot. Da gibt es keine Überraschungen, wenig zu entdecken und wenig Anreiz zu bummeln und Geld auszugeben. Andererseits sind es auch und gerade die großen internationalen Ketten, die an diesen Standorten oftmals die Mieten in Höhen treiben, die sich ein individueller Händler oder Dienstleister nicht mehr leisten kann. Hier wieder einen gesunden Mix zu finden, bemühen sich inzwischen viele Städte, doch eine einmal zerstörte Struktur wieder aufzubauen ist sehr schwierig. Auf die Diskussionen um diese Themen und Trends zwischen allen Beteiligten während der Mapic darf man gespannt sein.

Seit 1995 findet die Mapic jährlich statt, und seit 1996 werden auch jedes Jahr die Mapic Awards vergeben. 2013 wurden mehr als 100 Projekte, Konzepte und Ideen aus 24 Ländern eingereicht – das sind mehr denn je. Inzwischen hat eine Jury eine Shortlist von 27 Finalisten ausgewählt, die insgesamt acht Kategorien zugeordnet sind. Gesondert wählte die Jury auch vier herausragende Projektentwicklungen der „Retail Rising Stars" aus, die auf der diesjährigen Mapic mit einem Sonderpreis ausgezeichnet werden. | Marianne Schulze

CONGRESS REISEN FRÖHLICH

Messe/Fair Stadt/Town Datum/Date

MIPIM 2014 CANNES 11.03.-14.03.2014

T +49 69 29 78 287 +++ info@congress-reisen.de +++ www.congress-reisen.de

VIELFÄLTIGE VERKNÜPFUNGEN

Handel findet in vielen sehr unterschiedlichen Formen und Immobilien statt, und auch der Erfolg ist von vielen Faktoren abhängig.

Auf der Expo Real war der „Retail Dialogue" gut besucht, und auf der Mapic dreht sich gleich alles um den Handel und seine Immobilien. Deshalb gibt es hier eine Tour d'Horizon zu den zahlreichen Themen dieses Marktsegments – und über deren Verknüpfungen.

Schon seit geraumer Zeit nimmt das Interesse institutioneller und privater Investoren an Handelsimmobilien spürbar zu. „Allein in Deutschland wurden bis zum Ende des dritten Quartals 2013 gut EUR 5,6 Milliarden in Handelsimmobilien investiert", lässt Colliers International verlauten und fügt stolz hinzu: Das seien 54 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Laut einer Studie von Jones Lang LaSalle beliefen sich im ersten Halbjahr 2013 Investitionen allein in Fachmärkte in Deutschland auf bereits EUR 1,3 Milliarden; 86,5 Prozent dieser Summe stammen von nationalen Investoren, also mutmaßlich von Kennern des Marktes. Steigender Attraktivität erfreuen sich Handelsimmobilien bei Investoren aber auch in anderen Ländern. Prompt erweitert sich fast überall der so genannte Research, kommt eine Markt- und Standortanalyse nach der nächsten auf den Markt und vergrößern Vermittler ihre Retail Teams. Andere gehen noch einen Schritt weiter: Corpus Sireo gründete in diesem Jahr die Corpus Sireo Asset Management Retail GmbH neu, und vermeldete auf der diesjährigen Expo Real, dass bereits erste Mandate von Treveria für Portfolien mit insgesamt rund 230 Objekten in den Auftragsbüchern der neuen Geschäftssparte stehen.

Ist in der Immobilienwirtschaft eine neue Euphorie für den Handel ausgebrochen? Wird der Boom anhalten? Statt jetzt euphorisch „Ja, ja, ja" auszurufen, erscheint es sicherer, ein paar Begrifflichkeiten zu klären und die vielen einzelnen Aktivitäten in einen größeren Zusammenhang zu stellen. Dabei geht es hier nicht um Marktberichte und die entsprechenden Zahlen – die findet man schnell und überall –, sondern um Eindrücke und Fakten sowie deren Zusammenhänge.

„Aus Sicherheitsgründen" und um nicht nur dem Zeitgeist Referenz zu erweisen, hilft es zunächst, sich daran zu erinnern, dass Handel schon in Immobilien stattfand, bevor die ersten Maklerfirmen überhaupt gegründet wurden. Gebäude für den Handel sind uralt – egal, ob man an die Trajansmärkte in Rom, an den bereits im 15. Jahrhundert angelegten Großen Basar im damaligen Konstantinopel und heutigen Istanbul oder später dann im 19. Jahrhundert zum Beispiel an Bauwerke wie die Galleria Vittorio Emanuele II in Mailand, das Warenhaus GUM in Moskau oder die Große Markthalle in Budapest denkt.

Doch während Immobilien noch immer ein eher langfristiges Gut sind, wandeln sich die Konzepte des Handels heute schneller denn je. Funktioniert ein Konzept nicht (mehr), ist es rasch verschwunden oder wird ausgetauscht.

So ist es zwar löblich, wenn Stefan Brendgen, Sprecher der Geschäftsführung der Allianz Real Estate Germany, die in diesem Jahr unter anderem massiv in das Handelszentrum Silesia City Center im polnischen Kattowitz investiert hat, dafür plädiert, noch stärker „auf die Mieter zu hören und auf die Mieter zu achten". Doch das ist beim Handel gar nicht so einfach. Denn „DEN Handel" und damit „DEN Mieter" gibt es nicht. Stefan Brendgens Plural „die Mieter" hingegen trifft es genau. Viele verschiedene Branchen stellen entsprechend unterschiedliche Anforderungen an ihre Handelsflächen, Expansionen hängen von individuellen Strategien und weniger von der jeweiligen Branche ab, und zum einen gibt es bei den Händlern klare konzeptionelle Vorstellungen, zum anderen eine hohe Flexibilität, wenn denn nur der Standort makro- und mikroökonomisch stimmt.

Doch schon bei dem Stichwort „Standort" stellen sich die ersten Fragen: Jede Standortwahl setzt Entscheidungskriterien voraus. Viele Händler nennen dabei immer wieder die Kaufkraft. Aber lässt sich Kaufkraft allein aus Statistiken ableiten? Vor allem in einigen Ländern Zentral-, Ost- und Südosteuropas können offizielle Statistiken auch nur offiziell registrierte Einwohner sowie offiziell verdientes Geld zugrunde legen. Ob das immer so stimmt, sei dahingestellt. Vielleicht ist eher jenem Händler zu folgen, der zur Einschätzung der lokalen Kaufkraft den Preis für einen Hamburger oder ein ähnliches Produkt internationaler Fast-Food-Ketten zugrunde legt. Denn dank der Globalisierung seien die Zutaten überall nahezu gleich, die Preise aber unterschiedlich. Das sage eine Menge über die jeweilige Kaufkraft aus.

Zur Kaufkraft kommt aber ein weiterer Aspekt, der sehr subjektiv bestimmt ist: die Kaufentscheidung und noch davor die Motivation zum Kauf. Beides sind schwierige Themen. Klar, das Produkt muss stimmen, doch das ist es nicht allein. Immer mehr sei kompetentes Personal wichtig, heißt es recht übereinstimmend. Doch in der Praxis hapert es da leider noch allzu oft – und das nicht nur quantitativ: Nimmt man schon Wartezeiten oder in größeren Läden auch Suchaktionen nach dem Personal in Kauf, treten danach leider viel zu oft aufgesetzte Freundlichkeit, antrainierte Sprüche und schnell vermittelte Ahnungslosigkeit zu Tage. Die logische Schlussfolgerung des Kunden daraus: Da kann man künftig auch gleich online bestellen.

Kompetentes Verkaufspersonal ist ein Vorteil gegenüber dem Internethandel.

Der Internethandel als neue Konkurrenz des stationären Handels ist hinlänglich diskutiert, zahlreiche Studien zum Thema „bricks and clicks" gibt es mittlerweile auch, und das gefühlt 147. Podium hierzu ist wahrscheinlich auch völlig überflüssig. Doch ignorieren lässt sich der neue Vertriebsweg keinesfalls. Allerdings sei daran erinnert, dass es „DAS Internet" genauso wenig wie „DEN Handel" gibt. Auch im Netz hängt alles von der Art des Auftritts und den Bedienfunktionen ab. Ein weiterer Vorteil der Online-Bestellung neben der Bequemlichkeit, der zeitlichen und räumlichen Unabhängigkeit sowie der Lieferung direkt nach Hause: Niemand muss inkompetentes oder hilfloses Personal ertragen. Denn hier fehlt es gleich ganz. Doch genau das kann im Umkehrschluss der elektronischen Welt auch zum Nachteil gereichen: Denn kompetente und individuelle Beratung findet hier niemand. Zu einigen Themen lässt sich zwar manches in Blogs oder Foren finden, aber letztlich weiß man nicht, wer sich hinter „Salatgurke", „Nutziputzi" oder „Knallcharge" wirklich verbirgt. Doch zurück zum Zusammenhang von Internet und Immobilie beim Handel: Zum einen kristallisieren sich immer mehr Modelle heraus, die Internetaktivitäten mit konkreten Immobilien wie zum Beispiel Einkaufs- oder auch Fachmarktzentren und den darin angebotenen Sortimenten ganz direkt verbinden, zum anderen ist ein Boom in der Logistikbranche zu verzeichnen, die durch den neuen Vertriebsweg Internet zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Auf den Punkt gebracht: Logistik ist der Gewinner bei den Veränderungen im Handel. Wiewohl auch die Logistik unterschiedliche Ausformungen, Reichweiten

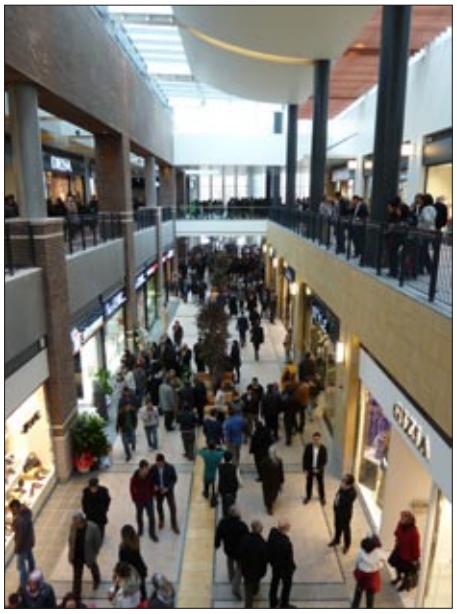
Im Trend: Verkehrseinrichtungen wie Bahnhöfe und Flughäfen als Shopping Mall

und damit verschiedene Ansprüche an ihre jeweiligen Immobilien kennt, ist der grundlegende Zusammenhang evident. Das belegt sehr anschaulich eine der jüngsten Publikationen aus dem Research der IVG für den deutschen Markt. „Doppelstudie zu Retail und Logistik 2025" lautet der Titel. „In einer durch zunehmende Globalisierung vernetzten Welt steigt die Bedeutung des Transportes von Gütern enorm an. Doch auch im heimischen Segment verändert sich der Markt dramatisch. Allgegenwärtig spürbare Veränderungen der deutschen Einzelhandelslandschaft mit starken Verlagerungen hin zu E-Commerce-Bestellungen haben signifikante Auswirkungen auf den hiesigen Logistikmarkt", schreibt Thomas Beyerle, Leiter Research bei der IVG Immobilien AG, im Vorwort.

Doch werden die Güter ja nicht nur nach Hause, sondern in großem Umfang auch nach wie vor in die Geschäfte gebracht. Diese befinden sich zunehmend in Shopping Centern. Aber so wichtig diese Einkaufszentren sind, so sehr besteht der Markt für Handelsimmobilien nicht nur daraus. Klassische Straßenlagen – egal, ob „High Street", B- oder C-Lage –, Hypermärkte und Factory Outlet Center sowie Nahversorgungs- und Fachmarktzentren kommt eine ebenso große und vielleicht sogar wachsende Bedeutung zu. Aber auch bei Hyper- und Fachmärkten ist zu differenzieren. Da gibt es sehr speziell aufgestellte Anbieter wie zum Beispiel Heimwerkermärkte, jedoch auch umfangreichere Angebote wie die von Ikea oder Sortimente, die ausschließlich Unternehmen oder Wiederverkäufern vorbehalten sind – Metro ist ein Beispiel dafür. Letztlich ist das Spektrum der Handelsimmobilien zwar nicht ganz so vielfältig wie der Handel selbst, aber ebenfalls recht unterschiedlich aufgestellt. Hier gilt es zu wissen, wer welche Standorte sucht, welche Lagen und Flächengrößen von wem gefragt sind.

Verlagerungen historisch gewachsener Funktionen tragen ein Übriges bei: So wie Tankstellen immer häufiger zu mehr oder weniger umfangreichen Supermärkten mutiert sind, die zudem oftmals rund um die Uhr geöffnet haben, so sehr sind inzwischen auch Bahnhöfe und Flughäfen Einkaufsparadiese. Mancherorts entsteht der Eindruck, es handele sich um Shopping Center mit Gleisanschluss beziehungsweise. Start- und Landebahnen. Und als Nächstes, prophezeien Branchenkenner, werden sich Fachmärkte verändern. Denn oftmals wirken sie noch wie „große Schuhkartons mit Heizung", so ein Insider, aber deren Glanzzeiten könnten bald vorbei sein. Erste Indikatoren sind Konzepte für den Fachmarkt als Mall sowie Überlegungen zu einer höheren Attraktivität durch neue und auch kleinere Angebote im Umfeld wie Gastronomie und Dienstleistungen. Die gibt es zwar auch heute schon häufig in Verkaufscontainern, aber ein gebautes und geordnetes Arrangement würde für ein attraktiveres Umfeld sorgen.

Als attraktives Umfeld galt lange Zeit die klassische Innenstadt, die sich jedoch auch zunehmend verändert – um nicht gleich zu sagen: sie verödet und verblödet. Kritiker machen oftmals neue Shopping Center als Ursache des Übels aus, ein häufig fragwürdiger Mieterbesatz kommt hinzu: vorwiegend Mobiltelefongeschäfte oder Ein-Euro-Läden, kombiniert mit einer Vielzahl sonstiger Filialisten. Als Folge sinkt die Aufenthaltsqualität. Verlässt man die eigene Stadt, stellt man zudem erschreckend fest: Überall ähnelt sich der Mieterbesatz. Jene Konturen, die sich unter dem Stichwort „lokale Identität" subsumieren lassen, werden weniger oder verschwinden ganz. Statt alteingesessener Buchhandlungen gibt es bestenfalls Filialen von Ketten, bei Bäckereien sieht es nicht anders aus, von Textilgeschäften ganz zu schweigen. Parallel dazu befindet sich die Systemgastronomie auf dem Vormarsch, und auch hier wird trotz unterschiedlichster Charakteristika der Orte das Angebot immer uniformer. Eigentlich ein Verlust. Warum, frage ich mich, gibt es zum Beispiel auf dem Flughafen Rhein-Main keine einzige gastronomische Einrichtung, wo der an- oder abreisende Fluggast einen Äppelwoi und einen Handkäs mit Musik genießen könnte? Das wäre ein ganz individuelles und nur in Frankfurt authentisch mögliches Angebot, während es Donuts und Burgers, Pizza und Pasta letztlich überall gibt. Oder nehmen wir Wien: In der Stadt der Kaffeehäuser brauche zumindest ich nicht wirklich einen



Revitalisierung und Umgestaltung statt Neubau – hier liegt das Potenzial der Zukunft.

Starbucks. Eine mögliche Ursache schwindender lokaler Identität mag in der Höhe der Mieten liegen. Oftmals sind örtliche Einzelkämpfer nicht in der Lage, Mieten zu zahlen, wie sie internationale Ketten, auch wenn sie als Franchisegeber agieren, aufbringen. Eine mögliche Lösung dafür könnte – trotz aller politischen und verwaltungstechnischen Hürden – eine Art Mietsubvention sein. Würde der Vermieter die Differenz zur Miete durch Ketten von anderer Seite erhalten, wäre es durchaus möglich, individuelle und durch diese Unverwechselbarkeit attraktive Strukturen der Innenstadt zu behalten beziehungsweise an vielen Orten wiederherzustellen. Auch Aktivitäten des Stadtmarketings und der Wirtschaftsförderung könnten hier eine Hilfe sein.

Manchmal kommt der Anstoß zur Wiederherstellung, Erhaltung und Neubelebung jedoch auch genau von denen, die in der öffentlichen Meinung oftmals verteufelt werden: den Entwicklern, Investoren und Betreibern von Shopping Centern. Denn auch ihnen muss daran gelegen sein, dass ihre Immobilien effizient „arbeiten", das heißt, möglichst voll vermietet sind und möglichst hohe Frequenz haben. Als Ergebnis formuliert: Akzeptanz innerhalb des Centers und Akzeptanz des Centers außerhalb. Hier ist mittlerweile eine Strategie en vogue, die viele Jahre trotz theoretischer Bekenntnisse ein Schattendasein führte: Revitalisierung vorhandener Bausubstanz. Denn Revitalisierungen gelten nicht nur für historische Architektur, auch in die Jahre gekommene Shopping Center können durch Facelifting wieder gewinnen. Das war vor kurzem Thema einer Konferenz von Bouwfonds Investment Management in Hamburg. Knappes Fazit der Veranstaltung, die passend zum Thema im ebenfalls revitalisierten Millerntor-Stadion in St. Pauli stattfand: Behutsam erneuerte Shopping Center bewahren und beleben nicht nur das vorhandene Stadtbild wieder, sondern können durch die entsprechende Aufwertung auch höhere Renditen generieren. Damit müssten die notwendigen Investitionen zwar zu Beginn eines solchen Prozesses dem Anlagesegment „value-add" zugeordnet werden, können aber nach erfolgreichem Abschluss der Revitalisierung und der daraus resultierenden höheren Attraktivität – je nach Größe und Standort – als „Core"-Investment gelten. Bei der inzwischen zunehmenden „core no more"-Einsicht erscheint das nicht als der schlechteste Weg.

Schon länger spürte das wohl die ebenfalls mit ihrer Unternehmenszentrale in Hamburg ansässige ECE. Bereits im Jahr 2011 rief sie den European Prime Shopping Centre Fund ins Leben, der vorrangig „bestehende Einkaufszentren mit Wertschöpfungspotenzial" erwirbt. Zum Portfolio des Fonds gehören inzwischen das Center Megalo in Chieti in Italien, das Haid Center im österreichischen Linz sowie das Rosengårdcentret in Odense in Dänemark und das Center Olympia im tschechischen Brünn. Modernisierung und Revitalisierung heißen auch hier die Stichworte. In unserer Gegenwart, in der über die Notwendigkeit, möglichst wenig Flächen neu zu versiegeln, Einigkeit besteht, können solche zunächst der Vergangenheit zugewandten Aktivitäten langfristig die Zukunft bedeuten. Oder zumindest zu deren Gelingen beitragen. | **Andreas Schiller**

SONNENSCHEIN TROTZ REGEN ÜBER DER EXPO REAL

In den vergangenen Jahren ließ der Wettergott fast immer die Sonne über der Expo Real scheinen. Nicht so in diesem Jahr – es war eher kühl und nass. Trotzdem war die Stimmung in den sechs Hallen an allen drei Tagen durchweg gut.

Drei heiße Tage: Die Expo Real 2013 verzeichnete rund 36.000 Teilnehmer.

Als am späten Nachmittag des 9. Oktobers die Expo Real 2013 vorüber war, dürfte so mancher der rund 36.000 Teilnehmer rechtschaffen müde gewesen sein. Denn die drei Tage waren für alle gefüllt mit Gesprächen und Informationen, und nicht zuletzt das räumliche Ausmaß der Messe bedeutete eine Herausforderung für sich. Die Zahl der Teilnehmer entsprach in etwa der des Vorjahres, doch der Eindruck, dass die Messehallen in diesem Jahr voller denn je waren, stimmte durchaus: Diesmal war das Wetter draußen wenig einladend, so dass sich das Atrium und die so genannten Beschickungshöfe zwischen den Hallen als Aufenthaltsorte nicht wirklich anboten. Doch im Gegensatz zum Wetter war die Stimmung auf der Messe durchweg gut, es ging wieder um „Realitäten", um die grundlegenden Dinge des Immobilien- und Investmentgeschäfts und nicht um mehr oder weniger unrealistische „Traumprojekte" wie oftmals in der Vergangenheit.

Doch zunächst ein bisschen Statistik: Von den insgesamt 36.000 Teilnehmern der Expo Real entfiel gut die Hälfte auf Fachbesucher, die andere Hälfte auf die Repräsentanten der ausstellenden Unternehmen. Insgesamt 1.657 Aussteller kamen aus 34 Ländern, wobei nach Deutschland die zahlenmäßig stärksten Gruppen Österreicher (75 Aussteller), Niederländer (44 Aussteller), Schweizer (32 Aussteller), Russen (31 Aussteller) und Briten (25 Aussteller) waren. Bei den Besuchern registrierte die Messe 68 Herkunftsländer, wobei die größten Besuchergruppen – nach Deutschland und in dieser Reihenfolge – aus Großbritannien, Österreich, Niederlande, Schweiz, Frankreich, Russland, Polen, Tschechische Republik, USA und Luxemburg den Weg nach München fanden.

Die russische Präsenz, auf der Expo Real traditionell stark, war diesmal noch ausgeprägter denn je. Allerdings fragt man sich bei manchem Aussteller, ob diese Präsenz nur eine Prestigefrage ist oder ob man hier wirklich Nutzen aus der Messe ziehen will. Von manchen Ständen schlug einem sichtbares Desinteresse entgegen, an anderen waren deutsche Messehostessen postiert, die zwar die ausgestellten Projekte erläutern, aber leider sonst nicht viel über Land, Leute und Gepflogenheiten sagen konnten, ein wirklich kompetenter Ansprechpartner war am Stand meist nicht anzutreffen.

Professioneller war der Auftritt jener, die schon Expo-Real-erfahren sind wie Moskau und Sankt Petersburg oder die RHDF Russian Housing Development Foundation. Sie „bespielten" ihre Stände auch über die offizielle Eröffnung hinaus, allerdings ohne vorherige Ankündigung, so dass sich die Zuhörer letztlich aus den eigenen Leuten und allenfalls aus zufällig Vorbeikommenden rekrutierten. Das ist immer wieder etwas frustrierend.

Dass durchaus ein Interesse an Russland besteht, zeigten die drei Diskussionsrunden im Investment Locations Forum: So zogen die „Internationalen Investoren in Russland" immerhin 60 Zuhörer an. Internationale Investoren wie Timothy Fenwick, Managing Director von Quantum Potes, Andrew Kazanli, CIO von Norman Asset Management, Andreas Thamm, Head of Commercial Development der Immofinanz, sowie Lee Timmins, Senior Vice President und Managing Diretor von Hines Russia, bestätigten zwar, dass Russland kein einfacher Markt sei, dieser Markt aber sehr gute Chancen biete. Diese Chancen nutzt beispielsweise die Immofinanz derzeit durch die Entwicklung von Shopping Centern in Moskau, aber – wie Andreas Thamm einräumte – man schaut sich auch in anderen Segmenten um. Es war

Russlands Präsenz auf der Messe war kaum zu übersehen, wobei nach wie vor Moskau das größte Interesse auf sich zog.

Lee Timmins von Hines Russia, der darauf hinwies, dass gerade in jüngster Zeit verstärkt auch internationale Investoren wieder nach Russland zurückkehren, darunter auch eher konservative Investoren wie der amerikanische Pensionsfonds CalPERS.

Weniger Interesse riefen die Regionen hervor, bei Moskau und Sankt Petersburg sowie den dazugehörigen Regionen wiederum stieg das Interesse erneut an. Teilweise bestätigte die Diskussion manche bereits bekannten Argumente: So hob Michael Stanton, CIO von O1 Properties, ebenfalls das steigende Interesse internationaler Investoren am russischen Markt hervor, wies aber auch darauf hin, dass die Voraussetzung erstklassige Produkte seien. Ein Thema war auch die Wirtschaftsentwicklung in Russland – das BIP-Wachstum hat sich von rund vier Prozent 2012 auf 1,5 Prozent in diesem Jahr verlangsamt. Vor allem Michael Semenov, Vice President von Kortros, sah die makroökonomische Entwicklung kritisch: Russland verliere seine Vormachtstellung als Energielieferant und damit in jenem Bereich, der in der Vergangenheit wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg beigetragen hat. Hinzu komme eine unausgeglichene Handelsbilanz, die früher oder später zu Austerity-Maßnahmen führen könnte, die das Wirtschaftswachstum weiter schwächen würden. In der Tat ist die hohe Abhängigkeit Russlands von Energie- und Rohstoffexporten eines der großen strukturellen Probleme der russischen Wirtschaft, ebenso wie Korruption, Bürokratie und Rechtsunsicherheit, die drei „bösen Schwestern", die zwar niemand auf den Panels ansprach, die aber im Publikum von manchem mitgedacht wurden.

Polen war in vielerlei Hinsicht der Star der Messe – sowohl was das Interesse an Veranstaltungen als auch an den Ausstellern aus Polen betrifft. Wieviel schwerer haben es dagegen andere CEE/SEE–Länder wie Kroatien, Rumänien und Bulgarien – alle drei Mitglieder der EU – und erst recht jene von jenseits der EU-Grenzen wie Serbien, Montenegro oder gar Bosnien und Herzegowina. Auch wenn die Stände hier oftmals deutlich kleiner und bescheidener waren, das Engagement, die Messe bestmöglich zu nutzen, war wesentlich größer als bei manchen russischen Ausstellern. Ein Beispiel dafür war der von der FIPA Bosnia and Herzegovina organisierte Stand, der auch am letzten Messetag noch besetzt war – was sich wahrlich nicht von allen Ständen sagen lässt. Das kleine Land war schon im vergangenen Jahr auf der Expo Real präsent gewesen und hatte dabei sehr genau hingeschaut, worum es auf dieser Messe geht. Ganz gezielt war Bosnien und Herzegowina in diesem Jahr mit zwei Flughafenprojekten in Trebinje und Banja Luka sowie Tourismusprojekten – ein Kurhotel und Thermalbad in Ljesljani, ein Spa in Visegrad sowie Sport- und Wellnesshotels im Wintersportgebiet der Jahorina – nach München gereist.

Großes Interesse rief vor allem die Türkei-Veranstaltung im Investment Locations Forum hervor. Obwohl auch nicht gerade ein einfaches Land, war die Zahl der Zuhörer hier deutlich höher als bei Russland, und das trotz der in jüngster Zeit eher negativen politischen Schlagzeilen. Verständlich, dass nicht nur das enorme Potenzial des Landes zur Sprache kam, sondern auch das Stichwort Gezi Park in der Diskussion fiel. Wolf-Ruthart Born, ehemaliger deutscher Diplomat, der im Laufe seines beruflichen Lebens immer wieder mit der Türkei befasst und dort 2003 – 2006 Botschafter war und heute Senior Advisor von ISPAT, der Investmentagentur der Türkei, ist, rückte das Ganze ein wenig zurecht, indem er die Unruhen in Istanbul und anderen türkischen Städten mit den Studentenunruhen 1968 in Deutschland verglich und der türkischen Regierung zwar weiteren Widerstand von Seiten gerade jüngerer Leute voraussagte, aber auch betonte, dass derartige Phänomene in einer reifenden Demokratie nicht ungewöhnlich, sondern eher normal sind. Und ungeachtet der eher politischen Diskussionen zeigten sich die beiden türkischen Aussteller der Expo Real, Amplio Real Estate Investments und Agaoglu, mit der Aufmerksamkeit, die sie während der drei Tage in München erfuhren, sehr zufrieden. | **Marianne Schulze**

Connecting Global Competence

Messe München International

don't forget

EXPO REAL 2014
October 6–8 !

Wo die Fäden zusammenlaufen

17. Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen

6. – 8. Oktober 2014 | Messe München

www.exporeal.net

Jetzt informieren
und vernetzen:
blog.exporeal.net

expo real
Building networks

IN DER RUHE LAG DIE KRAFT

Ob Foren, Standevents, Einzelgespräche – der Informationsbedarf auf der Expo Real war hoch und überall herrschte Andrang.

Unaufgeregt verlief die 16. Expo Real, die vom 7. bis zum 9. Oktober in München stattfand. Doch genau dieses Charakteristikum bestimmt den Erfolg der herbstlichen Fachmesse für Immobilien und Investment.

Weder hochtrabende einzelne Projekte noch ein beherrschendes Thema kennzeichneten die diesjährige Expo Real. Vielmehr war es die Spannbreite der gesamten Immobilienwirtschaft, die sich mit ihren zahlreichen Facetten auf dem großen Herbstreffen der Branche in sechs Hallen präsentierte – in großer thematischer und geographischer Vielfalt. Denn statt um kurzfristige Hypes geht es in München um die solide Abbildung und Darstellung des Marktes. Die eingespielte und gute Organisation der Messe spiegelt exakt die Solidität des Immobilienstandorts Deutschland wider, war von mehreren internationalen Ausstellern und Besuchern immer wieder zu hören.

So voll die Terminkalender der Teilnehmer, so vielfältig das Angebot an Veranstaltungen in den fünf Foren des umfangreichen Konferenzprogramms sowie an den Ständen und in den Konferenzräumen war, so sehr kam ab etwa 16 Uhr dennoch das Entspannen und Feiern nicht zu kurz. Spätestens dann verstärkte sich der Eindruck, auf einer „Food & Beverage"-Veranstaltung zu sein, bei der es nur noch im Gespräch um Immobilien und Investitionen ging. Am Abend war das dann endgültig der Fall – nicht nur in den Messehallen, sondern auch auf den zahlreichen Veranstaltungen in der Münchner Innenstadt. Doch auch das ist ein typisches Qualitätsmerkmal der Expo Real. Denn letztlich lebt die Branche und das Geschäft von Begegnungen und Gesprächen, in denen

Links die Unterzeichnung eines „Memorandum of Understanding" zwischen RHDF und RUTID, rechts die Diskussion um Family Offices.

man bisherige Erfahrungen Revue passieren lässt und bei denen neue Ideen entstehen – warum dann nicht auch in einem eher komfortablen und/oder entspannenden Rahmen? Man muss sich ja nicht wie jener in teuren Zwirn gewandete Besucher verhalten, der an einem Stand nahe des Eingangs sein einziges Interesse mit Nachdruck auf die drei Worte „Einen Kaffee, bitte!" beschränkte. Vielleicht hat er die Theke am Stand aber auch nur mit einem Bistro verwechselt.

Zielführender waren da schon die vielen sachlichen Begegnungen und Gespräche. Dabei zeigte sich: Die Übertreibungen der Jahre vor dem Beginn der Krise sind lange vorbei und kommen hoffentlich auch nicht wieder. Oder um es in den Worten eines Teilnehmers zu sagen: Die „Laptopschwinger ohne Ahnung" sind verschwunden, nur einige ihrer Non-performing Loans sind zurückgeblieben. Ebenso ist das Jammern und die Unsicherheit der zurückliegenden Jahre durch einen normalen Arbeitsmodus abgelöst worden. Gut abzulesen war das in diesem Jahr an den eher zurückhaltend wirkenden Auftritten vieler Städte und Regionen, aber auch am Fehlen häufig protzig wirkender Modelle. Der Journalist Wojciech Czaja fragte für die österreichische Tageszeitung *Der Standard* denn auch bei einigen Ausstellern nach, wo die Modelle denn geblieben wären. Die Antworten, die er erhielt, sprechen für sich: Wir müssen „den Nutzungsmix noch überarbeiten", „das Projekt noch adaptieren" oder „die Struktur noch bereinigen". Angesichts solcher Formulierungen sprach ein Teilnehmer der diesjährigen Expo Real treffend von der „Präzision des Ungefähren". Freundlich gedeutet bedeutet das aber: Übertreibungen und Schaumschlägerei sind wohl endgültig vorbei. Vielmehr lässt sich die Stimmung mit „work in progress" beschreiben– das allerdings im Bewusstsein, dass „real estate" das Adjektiv „real" beinhaltet und somit durchaus mit der Realität zusammenhängt.

Zu dieser Realität gehört heute mehr denn je die Frage nach den Möglichkeiten der Finanzierung. Finanzierungen bekommen Projektentwickler – zumindest in den Ländern der Europäischen Union – nicht mehr so einfach. Denn Banken agieren bei der Kreditvergabe zwangsweise zurückhaltend. Versicherungen und andere Marktteilnehmer haben diese neue Lücke entdeckt und signalisieren Bereitschaft, beim Finanzierungsbedarf einzuspringen. „Schattenbanken im Aufwind?" hieß denn auch eine Diskussionsrunde im Expo Real Forum – und sie zog viele Zuhörer an. Gleichwohl sind Immobilien bei Anlegern, ob institutionelle oder private, sehr stark gefragt. Denn gegenüber reinen Finanzanlageprodukten steht hinter Investments in Immobilien immer noch ein Sachwert, der – vernünftig kalkuliert und gemanagt – eine durchaus verlässliche Rendite abwerfen kann. Bei einer anderen Diskussion im Expo Real Forum über und vor allem mit „Family Offices und Stiftungen", also klassischen Endinvestoren, war das Auditorium derart gut gefüllt, dass zeitweise nur noch Stehplätze zur Verfügung standen.

Schon traditionell sind Aussteller aus Zentral-, Ost- und Südosteuropa sowie Russland auf der Expo Real stark vertreten. In diesem Jahr legte besonders Russland zu. Ergänzend zu der durch die reine Größe der Ausstellungsfläche optisch beeindruckenden Anwesenheit der Stadt Moskau am Eingang der Halle B1 waren dieses Jahr erstmals viele Regionen auf einem großen Gemeinschaftsstand in Halle A1 vertreten. Zur Standeröffnung war der Minister für Regionale Entwicklung in der Russischen Föderation Igor Slyunyayev eigens zur Expo Real angereist. Weitere individuelle Stände wie etwa der Region Moskau und der Region Vladimir, der Stadt Sankt Petersburg sowie der Russian Housing Development Foundation RHDF rundeten das Angebot ab. Doch waren es vor allem gezielt an Russland interessierte Teilnehmer, die dieses Angebot annahmen. Auf die Breite gesehen spiegelte sich eher die spürbare Zurückhaltung internationaler Investoren beim Thema Russland auch auf der diesjährigen Expo Real

wider. Um diese zu überwinden, wäre stellenweise auch mehr von russischer Seite zu tun. Besonders bei den Regionen wären offenere Strukturen hilfreich gewesen. Zudem hätte es allen Ausstellern geholfen, die eine oder andere interessante Konferenz oder Veranstaltung etwas eher zu planen und anzukündigen, um so ein größeres Publikum anzuziehen. Zum Beispiel bot die RHDF eine hochkarätig besetzte Diskussionsrunde über den Wohnungsmarkt in Russland sowie über die eigene Rolle bei der Unterstützung internationalen Engagements. Leider ließ die Zahl der deutschsprachigen Besucher, wie bei anderen Diskussionsrunden beispielsweise zur Region Leningrad, zu wünschen übrig. Stattdessen waren zumindest bei der RHDF-Veranstaltung türkische Teilnehmer zugegen, nicht zuletzt, weil die RHDF ihre schon traditionelle Konferenz auf der Expo Real dieses Jahr für die Unterzeichnung eines „Memorandums of Understanding" mit der Russian-Turkish Business Association RUTID ausgewählt hatte.

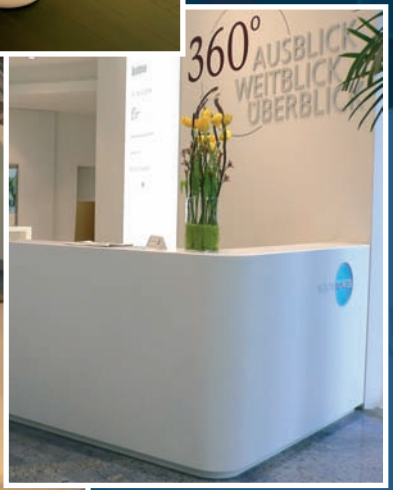
Mit den beiden Ständen der Immobilienentwickler und -investoren Agaoglu und Amplio zeigte sich zwar eine sehr überschaubare Präsenz türkischer Aussteller, doch täuscht hier die nach Herkunftsländern gegliederte Messestatistik. Denn einige andere internationale Aussteller wie zum Beispiel ECE, Metro Properties, Multi Development und Union Investment Real Estate sind schon seit langem in der Türkei aktiv und behalten das Land auch weiterhin auf dem Schirm. Nur einige Tage vor der Expo Real, am 3. Oktober, eröffnete Multi Development das 44.000 Quadratmeter Fläche umfassende Shopping Center „Forum Gaziantep" in der gleichnamigen türkischen Stadt – und damit die inzwischen elfte Projektentwicklung in der Türkei. Wenige Wochen zuvor, genau genommen Mitte September, eröffnete ebenfalls in Gaziantep Prime Development das Handelszentrum „Prime Mall Gaziantep", das ein Investitionsvolumen von rund 125 Millionen Euro umfasst. Beide Engagements spiegeln wider, dass die Türkei nicht nur aus Istanbul besteht, sondern neben der Hauptstadt Ankara auch noch einige weitere Millionenstädte wie eben unter anderen Gaziantep umfasst. Gleichzeitig belegt dieses Engagement der Projektentwickler, dass sich in Städten weit entfernt von der Metropole am Bosporus Handelsimmobilien durchaus und aufgrund der überschaubaren Anzahl vielleicht sogar noch besser als in Istanbul rechnen können.

Interessante Nachrichten erreichten die Expo Real auch aus Polen: Am Montag wurden in Warschau die Verträge für den Bau von drei Logistikzentren für den Versandhändler Amazon in Posen, Krakau und Breslau unterzeichnet. „Deutschland war in diesem Moment für Amazon weit weg", hieß es dazu am Mittwoch in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*. Umgekehrt ist Polen für Deutschland längst nicht mehr weit weg, wie sich – zeitlich parallel – an den drei Messetagen in München zeigte. Sowohl die Stände der polnischen Aussteller als auch die Veranstaltungen zu Polen verzeichneten großen Zulauf. Längst geht es auf der Expo Real nur noch in den seltensten Fällen um ein neues Kennenlernen, sondern – anders als bei Amazon – vor allem um das Anknüpfen an bestehende Geschäfte, oder direkter formuliert: um die Fortsetzung bereits bestehender Investitionen. Dabei spielt selbstverständlich die Hauptstadt Warschau eine große Rolle. Doch mehr und mehr treten auch andere Standorte hinzu.

In dieses Bild passt es, dass am Montagabend die Stadt Lodz mit dem John Jacob Astor Award ausgezeichnet wurde, und zwar für die Sanierung und Umnutzung der aus dem 19. Jahrhundert stammenden Textilfabrik Ludwik Grohmann. Die insgesamt 38 internationalen Bewerbungen um den von der Messe München als Organisatorin der Expo Real verliehenen Award für die beste Projektentwicklung waren im Expo Real Blog vorgestellt worden. Dort hatte die Expo Real Community dieses Redevelopment als das beste Projekt gekürt. Vielleicht wird Lodz schon bald nicht mehr nur mit „Manufaktura", sondern auch mit der rundherum erneuerten und damit wiederbelebten Textilfabrik Grohmann internationale Aufmerksamkeit auf sich ziehen. | **Andreas Schiller**

Das Interesse an Polen richtete sich nicht nur auf Warschau, sondern auch auf andere Städte und Regionen. Lodz zog noch besondere Aufmerksamkeit auf sich, da es den diesjährigen John Jacob Astor Award gewonnen hat.

Your Full-Service-Partner for Real Estate Exhibitions



Stand Design & Stand Construction

Interior Design & Production, 3D-Renderings,

Graphic-Design, Video-Productions

spacewood GmbH
Intzestrasse12
60314 Frankfurt

Fon +49(0)69/943186-0
Fax +49(0)69/943186-20
mail: info@spacewood.de
www.spacewood.de

® spacewood gmbh

WAS DAS RESTLICHE JAHR NOCH BIETET

13. – 15. November 2013
MAPIC – The international retail property market
Was: Bereits seit 1995 findet diese alljährliche Messe für alle jene statt, die mit Handel und Handelsimmobilien befasst sind. Russland, im vergangenen Jahr „Country of Honour" der Mapic, ist in diesem Jahr gemeinsam mit Brasilien, China und Indien zum „Retail Rising Star" gekürt worden. Doch auch andere Länder prägen das Bild der Mapic. Wer als Retailer international unterwegs ist und wer in welcher Form auch immer mit Handelsimmobilien befasst ist, wird um diesen Termin nicht herumkommen.
Wo: Palais des Festivals, Cannes, Frankreich
Information und Anmeldung:
www.mapic.com

18. – 22. November 2013
Frankfurt Euro Finance Week
Was: Die 16. Euro Finance Week steht unter der Schirmherrschaft von Dr. Wolfgang Schäuble, Bundesminister der Finanzen, und Volker Bouffier, Ministerpräsident des Landes Hessen. Mit über 500 Sprechern und 10.000 Besuchern aus 60 Ländern ist die Euro Finance Week das größte Branchentreffen der Finanz- und Versicherungsindustrie in Europa. Immer geht dabei auch ein Blick auf ein Land oder eine Region: Diesmal steht am 21. November 2013 CEE im Mittelpunkt und die Auswirkungen der Eurokrise.
Wo: Congress Center Messe Frankfurt, Ludwig-Erhard-Anlage 1, Frankfurt am Main, Deutschland
Information und Anmeldung:
www.malekigroup.com

28. – 29. November 2013
ICSC Retail Strategy & Trends Forum
Was: Zum ersten Mal bringt der International Council of Shopping Centres ICSC Europe Experten aus dem Bereich Asset Management und Research zusammen, mit dem Ziel, „Driving Value in an Evolving Retail World", wie der Untertitel der Veranstaltung lautet. Im Mittelpunkt stehen die sich verändernden Marktbedingungen im Bereich Handel und Handelsimmobilien sowie praktische Lösungsbeispiele aus Einkaufszentren in ganz Europa. Abgerundet wird die Konferenz durch eine Exkursion zu den Einkaufszentren Prags.
Wo: Andel's Hotel, Prag, Tschechische Republik
Information und Anmeldung:
www.icsc.org/europe

DER STEILE AUFSTIEG DER NACHHALTIGKEIT

Das von Union Investment Real Estate herausgegebene Buch *Nachhaltigkeit – wie ein Trend die europäische Immobilienwirtschaft bewegt* ist nicht nur „Eine Zwischenbilanz im Spiegel des Prime Property Award 2007–2012", sondern auch eine Zwischenbilanz der Entwicklung, die das Thema Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft seit 2006 durchlaufen hat, seit dem Jahr, in dem Union Investment Real Estate erstmals den Prime Property Award ausgelobt hat. Der Prime Property Award wird alle zwei Jahre für nachhaltige Immobilienprojekte ausgelobt, wobei nicht nur die ökologische, sondern auch die wirtschaftliche Nachhaltigkeit ein entscheidendes Kriterium ist.

2006 trat das Thema Nachhaltigkeit erst langsam in das Bewusstsein der Immobilienwirtschaft, heute ist es fest verankert, auch wenn sicher noch manche Herausforderungen zu bewältigen sind. Das Buch gibt zunächst einen Überblick über die grundlegenden Trends und Entwicklungen in Großbritannien, Deutschland und Frankreich sowie einen Ausblick auf Skandinavien und Zentral- und Osteuropa, zwei Regionen, die im nachfolgenden „Spotlight on Regions" noch etwas genauer betrachtet werden. Das ist insofern interessant, als man in Skandinavien schon sehr viel länger (und ohne Zertifizierung) großes Gewicht auf Nachhaltigkeit legt, in Zentral- und Osteuropa dieses Thema jedoch erst in den letzten Jahren an Bedeutung gewann.

Ein zweites Schlaglicht wird auf einzelne Nutzungsarten geworfen – Shopping Center, öffentliche Gebäude sowie die Hauptsitze europäischer Unternehmen. Ein weiteres Kapitel befasst sich mit „Nachhaltigen Refurbishments – Mehrwert oder nur mehr Kosten?", einer der größten Herausforderungen, denn über den Bestand, nicht über neue Projekte wird sich entscheiden, ob und wie weit unsere Städte die Anforderungen an Nachhaltigkeit erfüllen werden. Dr. Frank Billand, Geschäftsführer der Union Investment Real Estate GmbH, bezeichnet daher zu Recht „das Bauen im Bestand … (als) die Zukunftsdisziplin der Immobilienwirtschaft par excellence".

In einer Retrospektive stellt das Buch die Projekte vor, die den Prime Property Award in den Jahren 2008, 2010 und 2012 gewonnen haben, und die Jury, die darüber entscheidet, wer die Auszeichnung verdient. Zum Abschluss gibt es noch Zahlen und Fakten zum Prime Property Award – von der Anzahl der eingereichten Projekte über die geographische Verteilung bis hin zu den jeweiligen Nutzungsarten – sowie eine Auflistung der Anforderungen, die an ein Projekt gestellt werden, um zum Wettbewerb zugelassen zu werden.

Union Investment Real Estate GmbH (Herausgeber)
Nachhaltigkeit – wie ein Trend die europäische Immobilienwirtschaft bewegt
Eine Zwischenbilanz im Spiegel des Prime Property Award 2007–2012
112 Seiten plus CD-Rom zum Prime Property Award 2012
ISBN 978-3-00-042712-1
Kann als pdf abgerufen werden unter: http://institutional.union-investment.de/docme/nachhaltige-investments/news/index.html

impressum

Redaktion: Andreas Schiller (V.i.S.d.P.), Marianne Schulze

Layout: Silvia Hogl, www.boenisch.co.at

Erscheinungsweise: 8-mal jährlich

Verlag: Schiller Publishing House Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) Buchmühlenstr. 21, D-51465 Bergisch Gladbach

Geschäftsführer: Andreas Schiller

Handelsregister: Amtsgericht Köln, HR: B 68026
UID: DE270670378

T: +49 22 02 989 10 80, **F:** +49 22 02 989 10 81
E: office@schillerpublishing.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt die der Redaktion wieder.

Der SPH Newsletter darf zu Informationszwecken kostenlos ausgedruckt, elektronisch verteilt und auf die eigene Homepage gestellt werden.

Bei Verwendung einzelner Artikel oder Auszüge auf der Homepage oder im Pressespiegel ist stets die Quelle zu nennen. Der Verlag behält sich das Recht vor, in Einzelfällen diese generelle Erlaubnis zu versagen.

Der Nachdruck und besonders jedwede andere gewerbliche Verwendung des SPH Newsletters sind – auch nur in Auszügen – außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts untersagt. Jeglicher Nachdruck oder eine andere gewerbliche Verwendung bedarf der schriftlichen Genehmigung des Verlages.

Fotos: Argus – Fotolia.de (S. 1), Reed Midem/Mapic (S. 10), Wikimedia Commons, Andreas Poeschek, fotografikus.hu (S. 12 links), Is Gyo (S. 12 Mitte), Wikipedia Commons, Tbachner/Galerie (S. 12 rechts), SES Spar European Shopping Centers (S. 13), Promenaden Hauptbahnhof Leipzig (S. 14), Union Investment Real Estate (S. 15 oben und unten rechts), ECE (S. 15 unten links), Lukas Barth / Messe München (S. 16, S. 19 links, S. 20 rechts), Lennart Preiss / Messe München (S. 17 links), Alex Schelbert / Messe München GmbH (S. 17 rechts, S. 19 Mitte und rechts, S. 21 oben und unten), Margarethe Wichert / Messe München GmbH (S. 19 oben, S. 21 Mitte), RHDF (S. 20 links)