

# DER IMMOBILIEN

FAKTEN ■ MEINUNGEN ■ TENDENZEN

## Brief

NR. 320 | 15. KW | 11.04.2014 | ISSN 1860-6369 | KOSTENLOS PER E-MAIL

### Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
JLL Immobilienuhr - erfreulicher Jahresauftakt	2
E&V - Multiplikator-Spanne in Deutschland	4
OIF - Cash-Burn-Rate zeigt frustrierende Ergebnisse	9
Gewerbeinvestments - 2007er Boom in Sicht	12
Büromietverträglich - aktuell vermietetfreundlich	15
Düsseldorf - Büromarkt kommt gut vom Startblock	16
Wohnen HH - Preisanstieg gestoppt (Richter)	18
London - Europas Shopping-Metropole	20
EBZ - Energiewende und der Faktor Mensch (Leuchtmann)	21
2014 - Optimisten vs. Pessimisten (Beyerle)	22
Hospitality Management - 4. Gebot: Du bist die Marke (Völcker)	24
Immobilien-Blue Chips - Die Kapitalmarktprofiteure	26
Gymnicher Gespräche - Institutionelle laufen Publikum den Rang ab	27
Energiespargesetz - Alte Heizungen müssen raus	28
Gif gibt Nachschlagewerk rund um Einzelhandelsimmobilien heraus	29
Immobilienbrief Berlin	31
Impressum	30

**Partner und Sponsoren der heutigen Ausgabe:** aurelis Real Estate, Bouwfonds Investment Management, Catella Real Estate AG KAG, Deka Immobilien Investment, E&P Real Estate GmbH & Co. KG, fairvesta, Garbe Group, publicity AG, RWE Energiedienstleitung GmbH, RA Klumpe, Schröder & Partner und sontowski & partner gmbh.

### Sehr geehrte Damen und Herren,

manchmal hat man Glücksgefühle – sogar beim Lesen der Immobilien Zeitung. Meist fühle ich mich schulterzuckend wie der Mahner in der Wüste. Das war bei der Neue Bundesländer-Euphorie genau so wie bei der „Offene Fonds-Mahnung“ vor 10 Jahren oder der bescheuerten Reit-Euphorie 2005 oder im letzten OPM-Boom mit Non Recourse Vollfinanzierung oder heute bei der preislich schmerzfreien, Renditedifferenz getunten, „sicherheitsorientierten“ Core-Fixierung. Der „Wüsten-Vergleich“ ist natürlich eher sprichwörtlich zu verstehen. Er ist nicht als Vergleich mit dem visionären Potenzial der Immobilienwirtschaft, weiter als drei Backsteine voraus zu denken, anzusehen. Wer kann zudem schon verlangen, den ertragreichen Deal von heute, der alle Entscheidungsträger absichert, auch noch auf seine strukturelle Zukunftstauglichkeit unter Anlegerrisikogesichtspunkten zu würdigen. Das tut allerdings Dr. Gernot Archner, GF des Bewerterverbandes BIIS und anerkannter Brancheninsider, der in der Immobilien Zeitung auf die kurzfristige Schönrechnerei von Zinsdifferenz-Immobilien verweist.

Mit „Der Markt belügt sich selbst“ kritisiert Gernot Archner das Abstellen von Investitionsrechnungen ausschließlich auf die Nettoankaufsrendite. Er hält das für reine Schönrechnerei (IZ 10/2014, S. 2, [www.immobiliengzeitung.de/125513/markt-beluegt-sich-selbst](http://www.immobiliengzeitung.de/125513/markt-beluegt-sich-selbst)). Aus einem derzeit in Maklerberichten propagierten Renditeaufschlag von Core-Objekten gegenüber Deutschen Staatsanleihen von historisch einmaligen 250 Basispunkten überschlägt Archner bei Berücksichtigung strukturell verfestigter niedrigerer effektiver Erträge nur noch eine Zinsdifferenz von vielleicht noch 20 Basispunkten. Er fragt, ob so aus einer angeblich unterbewerteten Assetklasse Core-Immobilien nicht längst eine überbewertete Assetklasse geworden ist. Indiz sei die Diskrepanz zwischen den in Marktberichten ausgewiesenen Büromarktrenditen und der sogar im Boom negativen Wertänderungsrendite des Bestandsindex DIX für professionelle gemanagte, deutsche institutionelle Portfolios. Archner verweist darauf, dass in heute saturierten Flächenmärkten nicht mehr nur zyklisch, sondern bereits strukturell Aufwendungen für neue Mietverträge für mietfreie Zeiten, Zuschüsse zu Mieter-Ausbaukosten, Fresh-up des Empfangsbereich und der Büroflächen schon bei (fast) neuwertigen Objekten zu kalkulieren sind.

Sicherlich ist Archner ebenso wie ich ein Anhänger der Immobilienkapitalanlage. Dem widerspricht aber eben nicht, auf Kalkulationsmängel und mehr als ausgereizte Preise zu verweisen. Es ist richtig zu fragen, ob Core-Investitionen die langfristigen Anlagerisiken in ihren Renditen nur noch dann spiegeln, wenn der interne Risikoausgleich großer Portfolios, professionelles zukunftsorientiertes Immobilien- und Risikomanagement und jederzeit verfügbare Liquidität für Nachinvestitionen vorhanden sind. Profis haben ihre Chancen in Wertschöpfungsphasen der Entwicklung im Neubau oder im Bestand und in der kalkulierten Übernahme von Risiken in Vermietung und Zyklus – nicht im Kauf von Mietverträgen nach Abschluss der Wertschöpfungsphasen durch andere. Auf die Wertschöpfungsphasen folgen Wertverbrauchsphasen. Lesen Sie einfach einmal die Archner-Meinung in der Immobilien Zeitung und denken Sie zusätzlich über die Verkürzung von Lebenszyklen mit Sanierungsnotwendigkeiten auf Neubau-Kostenniveau, geringeren Zweitvermietungs-mieten in der zweiten Hälfte des Lebenszyklus, hohen Image- und Instandhaltungsaufwendungen, unvermeidbaren Teilleerständen, nicht in der Nettorendite ausgewiesenen Erwerbsneben- und Gutachterkosten und auch bei undynamischer Mietentwicklung steigenden, nicht umlagefähigen Nebenkosten nach. Dann können wir noch philosophieren, ob mindestens 15 oder sogar 20 sichere Mietvertragsjahre notwendig sind, einen „Nach mir die Sintflut“-Fatalismus mit Blick auf einen späteren Boom-Verkaufszeitpunkt zu rechtfertigen.



Werner Rohmert, Herausgeber

*Werner Rohmert*

## Deals Deals Deals

**Düsseldorf:** Die Allianz Real Estate erwirbt die „Kö-Galerie“ für rd. 300 Mio. Euro von Fonds, die von der US-amerikanischen Investmentgesellschaft **Blackstone** gemanagt werden, und dem Shoppingcenter-Betreiber **ECE**. Das Shopping- und Büro-Center in zentraler Innenstadtlage ist an zahlreiche internationale Markenunternehmen vermietet. Der Einkaufsbereich umfasst rund 20.000 qm, die sich auf 90 Geschäfte über drei Etagen verteilen. Der Bürobereich erstreckt sich auf rund 30.000 qm auf sieben Etagen über dem Shopping-Center. Um in der Vermarktung der Büroflächen eine klare Differenzierung vom Einkaufsbereich der Kö-Galerie zu erreichen, wurden sie kürzlich in „Kö Höfe“ umbenannt. Nicht zuletzt gehören zu dem Gesamtobjekt 1.000 Tiefgaragen-Parkplätze. Das Center- und Property-Management übernimmt weiterhin die ECE.

**Amsterdam:** Union Investment erwirbt für ihren Offenen Immobilienfonds **Unilmo: Europa** das rund 51.980 qm Büro- und Einzelhandelsflächen umfassende Ensemble ITO + SOM im Geschäftsviertel für rd. 244 Mio. Euro von der **Commerz Real**. Das Entwicklungsprojekt im Zentrum von Amsterdam ist derzeit zu 97% vermietet.

## 12 Gebote zum Hospitality Management- ...und der Erfolg ist nicht zu verhindern.

### 4. Gebot: Du bist die Marke.

Winfried D. E. Völcker,

Geschäftsführender Gesellschafter VHC Völcker Hospitality Company GmbH

Große Theater stimmen ein, mit berauscher Architektur. Bühnenbilder faszinieren. Auf dem Spielplan steht hohe Kunst. Entscheidend für den Erfolg sind aber die Menschen auf und hinter der Bühne: Das Ensemble macht das Stück erfolgreich – oder auch nicht.

**These No. 26: "It 's all about people." (Bill Marriotts Lebensphilosophie.)**

Mr. Bill Marriott, glänzendes Synonym für internationale Hospitality, verstand den Menschen immer als Angelpunkt für Erfolg: Mitarbeiter wie Gast.



Es ist wissenschaftlich bewiesen, Hotel- und Gastronomiegäste sind bereit, bis zu 40 Prozent mehr Euro auszugeben als eingangs beabsichtigt, wenn ihre Bedürfnisse und ihre Sehnsüchte auf den Bühnen der Hoteltheaterwelt befriedigt werden.

Winfried D. E. Völcker hat rund ein Dutzend internationale Großhotels, teils mit großen Veranstaltungszentren, und zusammen mehr als fünfzig Restaurants & Bars eröffnet, geführt, restrukturiert oder saniert. Völcker pachtet und betreibt Hotels. Völcker berät, plant und entwickelt Hotels – von der Idee bis zur Eröffnung. [www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)

Darauf zu fokussieren lohnt:

**These No. 27: Der Gast ist die wichtigste Person im Hospitality Business.**

**These No. 28: Der Gast ist nicht von uns abhängig, sondern wir von ihm.**

**These No. 29: Der Gast ist der einzige Grund für unser Tun.**

**These No. 30: Der Gast ist kein Außenstehender sondern Teil davon.**

**These No. 31: Indem wir ihm seine Wünsche, Bedürfnisse, Geschmäcker und Sehnsüchte erfüllen, tun wir ihm keinen Gefallen, sondern er tut uns einen Gefallen, indem er uns die Chance dazu gibt.**

(Thesen 27 bis 31, ursprünglich von Gandhi, angepasst an die Hospitality Branche von Völcker)

Hotelkönig Conrad Hilton besaß 92 Hotels als er 91jährig starb. Seine Lebensphilosophie lautete: „You 've got to dream. The sky is the limit.“

Man muss nicht träumen, um zu erfahren, was Gäste sich in Hotellerie und Gastronomie wünschen. Man muss nur mit ihnen reden, ihnen zuhören und sie ernst nehmen.

**These No. 32: Gäste wollen sich rundum wohl, sicher und gut aufgehoben fühlen.**

**These No. 33: Gäste wollen während ihres Besuches keine Probleme, sie wollen „hazzle free“ unterhalten werden.**

**These No. 34: Gäste wollen durchaus über das Konzept einer Unternehmung etwas**