

Catella-News

Stuttgart: Die **Catella Real Estate AG** hat eine Büroimmobilie in der Wiener Straße 42-46 erworben. Das Objekt ist das mittlerweile fünfte Objekt für das Sondervermögen „**IWS II – Wirtschaftsregion Süd-deutschland**“ (IWS II). Das in Stuttgart-Feuerbach gelegene Gebäude verfügt über eine Bürofläche von ca. 10.600 qm. Hauptmieter ist die **Robert Bosch GmbH**, Verkäufer die **German Property AS** mit Sitz im norwegischen Oslo. Bei der Transaktion waren **Cushman & Wakefield LLP** und **Colliers International** beratend tätig.

München: Die **Catella Real Estate AG** hat für den Offenen Immobilien Publikums-AIF „**Catella BAVARIA**“ die gemischt genutzte Immobilie „**Moosach Center**“ im Stadtteil Moosach erworben. Das im Jahr 2010 direkt am Bahnhof Moosach fertiggestellte Objekt verfügt über ca. 7.100 qm Mietfläche und ist vollständig an 22 Mieter vermietet. Hauptmieter ist die aufstrebende Hotelgruppe **Leto Motel** mit insgesamt 99 Zimmern. Das Objekt entstand 2010 auf einem knapp 2.800 qm großen Grundstück in der Bunzlauer Straße in direkter Nachbarschaft zum Bahnhof Moosach. Im Untergeschoss befindet sich eine hauseigene Tiefgarage mit 49 PKW-Stellplätzen. **BNPPRE** vermittelte die Transaktion. **Catella** wurde bei beiden Ankäufen rechtlich von **DLA Piper UK LLP** sowie technisch von **Arcadis Germany GmbH** beraten.

Mischnutzung.Nutzungsmischung.Mixed Use. Hype und Hoffnung für Entwickler und Nutzer?

Winfried D.E. Völcker

Unter dem Namen „Mixed Use“ rauscht die Hoffnung der Immobilienexperten durch den noch dünnen Blätterwald. Investoren, Architekten, Banker und sogar Bürgermeister mit ihren Stadtplanern hören genau hin und sehen vor ihrem geistigen Auge bereits ganz neue, zukunftsweisende Quartiere entstehen. Aber es ist schwierig geworden in begehrten Lagen große Bauentwicklungen wirtschaftlich interessant, mit maximaler Flächeneffizienz und funktionaler Relevanz, zum Nutzen aller Beteiligten zu realisieren. Ob nun aus der Not geboren, z. B. wegen des oft hausgemachten Flächenmangels, oder als Ergebnis innovativer und kreativer Nutzungsmischung und Mischnutzungen, der Gedanke greift Platz: Zukunft hat man nicht, man muss sie sich schaffen, denn der Länderfinanzausgleich wird bequeme Unterlassungen nicht für immer unterstützen...

Die Hospitality Branche, zweitältestes Gewerbe der Welt, brilliert mit wohltuender Gastlichkeit, der Kunst des Kochens, toller Weinkultur, der Kunst zu unterhalten und Menschen dabei privat wie geschäftlich zusammen zu führen. Urbaner Lebensstil ist gefragt. Gäste kaufen nämlich keinen Preis, sondern Befriedigung für sich selbst, und genau das leisten Hotellerie und Gastronomie. Sie sind Infrastruktur-Aufbereiter, optimale Partner für Mischnutzungen und Nutzungsmischung - egal, ob gemischt, geschüttelt oder gerührt...

Mit Gastronomie und Veranstaltungen belebt man Hotels. Mit den richtigen Hotels ganze Quartiere. Wer daraus nun den Schluss zieht, mit „Bed & Breakfast-Herbergen“ gute Bauflächen zuzubauen, der hat definitiv gar nichts verstanden. Nichts gegen „Bed & Breakfast“, nur urbanes Leben im Quartier sieht anders aus!

Deswegen hat die Branche „Nutzungsmischung und Mischnutzung“ mit Fug und Recht für sich selbst neu definiert.

Wie könnte das aussehen? Es beginnt immer wieder ganz einfach mit den Wünschen, Bedürfnissen, Geschmäckern, Gelüsten und den kleinen Sehnsüchten der Kundschaft in spé.

Wem das schon zu banal ist, der sollte genau hier aufhören.

Allein auf dem Zimmer hocken war gestern. Nichts ist langweiliger als ein Rendezvous mit sich selbst. Menschen wollen andere Menschen sehen und kennen lernen aber auch gerne mal allein sein unter anderen. Privates und Berufliches verschmelzen mehrmals täglich. Essen & Trinken läuft heutzutage den ganzen Tag: „Wann ich will, wo ich will, wie ich will...“

Also werden Hotelgemeinschaftsflächen wiederentdeckt. Klassische Funktionsbereiche werden aufgebrochen, Wände zwischen Restaurants, Bar, Küche und Halle eingearbeitet. Der Empfangstresen fällt der Axt zum Opfer...

Die „Hotel-Halle“ wird zur „Markt-Halle“, zum „Lebens.Mittel.Punkt.“ des Hotels, z. B. mit professioneller Veranstaltungskultur. Mit nordischem Bistro. Weinkontor & Weinbar.

Starbucks Kaffee-Bar. Bierbar mit eigener Schnapsbrennerei und dem U.S. Grill Imperial - NYC Steakhaukultur vom Veinsten: Veinkost Völcker's Vood & Vun Gastronomie, für Hotelgäste und Menschen aus dem Quartier, ein kleines Bermuda Dreieck des Vergnügens.

Das sind relevante Charakteristika, echte USP's. So sieht „Marketing für ein volles Haus“ aus: Pull-Marketing mit Prestigegegewinn und starken Synergien. Digitale Vermarktung auf der Höhe der Zeit versteht sich von selbst. Noch Fragen? □



Winfried D. E. Völcker, Hotelier
www.voelcker-hospitality.de

...auf ein Wort bitte:

VÖLCKER HOSPITALTY (www.voelcker-hospitality.de) entwickelt derzeit solch ein spannendes Vood & Vun Konzept mit drei Hotelkategorien und unterschiedlichen Hoteltypen plus Apartmenthotel unter einem Dach. Investitionsvolumen für das Bestandshotel mit Renovierung und Modernisierungskosten rund €15.0 Mio.

Vielleicht haben Sie Interesse für sich und Ihre Kinder in die Zukunftsbranche des 21. Jahrhunderts zu investieren. Zwei Millionen Euro stehen für Beteiligungen ab € 50.000,00 zur Verfügung. Bitte kontaktieren Sie mich ggf. direkt unter voelcker@voelcker-hospitality.de

tagesaktuell. kostenlos. informativ.

www.rohmert-medien.de