

AUSGABE 02

[CHANGE]

Das Magazin von **BNP Paribas Real Estate Deutschland**



DEUTSCHE STÄDTE WERDEN GRÜN!

Green Buildings auf
dem Vormarsch

14
LOGISTIK

Es geht auch vertikal! Logistikimmobilien wachsen in die Höhe

18
BÜRO

Berlin Mediaspree: vom Newcomer zum Top-Büromarkt

30
HOTEL

Stecken etablierte Hotelbetreiber in der Klemme?

IN EINER WELT IM WANDEL
**ÄNDERN SICH DIE REGELN,
SOBALD SIE DAS SPIEL BEHERRSCHEN.**



© "3 man chess"

WIR KENNEN DIE SPIELREGELN

Egal, welche Anforderungen Sie haben, mit uns sind Sie bereits heute optimal auf die Immobilienwelt von morgen vorbereitet. Dank unserer Erfahrung der letzten 60 Jahre erkennen wir zukünftige Entwicklungen und handeln vorausschauend – zu Ihrem Vorteil.

www.realestate.bnpparibas.de



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**

Immobilienberatung
für eine Welt
im Wandel

EDITORIAL

[V] Verantwortung und Nachhaltigkeit sind zentrale Themen des 21. Jahrhunderts – auch in der Immobilienbranche. Aus diesem Grund widmen wir uns in der zweiten Ausgabe unseres Magazins [CHANGE] verstärkt diesem Thema. Neben inspirierenden Best Practices wie dem Cradle to Cradle-Projekt icon in Dortmund präsentieren wir Ihnen zum Beispiel, welchen Plan die DGNB für klimaneutrale Gebäude hat. In weiteren spannenden Beiträgen zeigen wir, wie Nachhaltigkeit auch in der Immobilienbranche ihren Platz findet: ob in Büro-, Logistik- oder Handelsimmobilien.

Doch auch andere wichtige Themen sollen selbstverständlich nicht zu kurz kommen. Die Immobilienwelt befindet sich im Wandel, und dabei ist jeder Bereich und jede Assetklasse mit ähnlichen und doch ganz unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert. Während der Hotelmarkt von einer Konsolidierungswelle betroffen ist, avanciert die Mediaspree in Berlin zum neuen Top-Büromarkt, und Eigentümer von bereits älteren Hochhäusern wie dem Frankfurter Messeturm lassen sich etwas einfallen, um mit neuen Leuchtturmprojekten Schritt zu halten.

Vielen Dank an alle Kolleginnen und Kollegen sowie Partner, die uns bei diesem Projekt unterstützt haben, indem sie uns mit Inhalten und Bildmaterial versorgt haben. Ohne Sie wäre [CHANGE] nicht das, was es ist: ein Einblick in die Immobilienwelt im Wandel.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre!




Andreas Völker
Managing Director,
BNP Paribas Real Estate Deutschland

„Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Flächenmangel: Die Immobilienwelt steht vor großen Herausforderungen.“



08

11



INHALT

06

TITEL: GREEN BUILDINGS

06 Deutsche Städte werden grün

08 icon – grüne Büros nach
Cradle to Cradle

10 DGNB: Der Weg zu klimapositiven
Gebäuden

11

BÜRO

Von Rekorden, Transparenz
und Wohlfühl-Atmosphäre

Der Frankfurter Messturm reloaded

14

LOGISTIK

Es geht auch vertikal!

Logistikimmobilien wachsen
in die Höhe

16

FACTS & FIGURES

Wissenswertes zum
Thema Sustainability

18

BÜRO

Berlin Mediaspree: vom Newcomer
zum Top-Büromarkt

20

EINZELHANDEL

Erleben Sie schon, oder kaufen
Sie noch?

22

WOHNEN

Es war einmal in Berlin ...

Die Dornröschen-Story in Lichtenberg

24

PERSPECTIVES

Bildstrecke: Immobilien in einer
Welt im Wandel

30

HOTEL

Stecken etablierte Hotel-
betreiber in der Klemme?

34

BÜRO

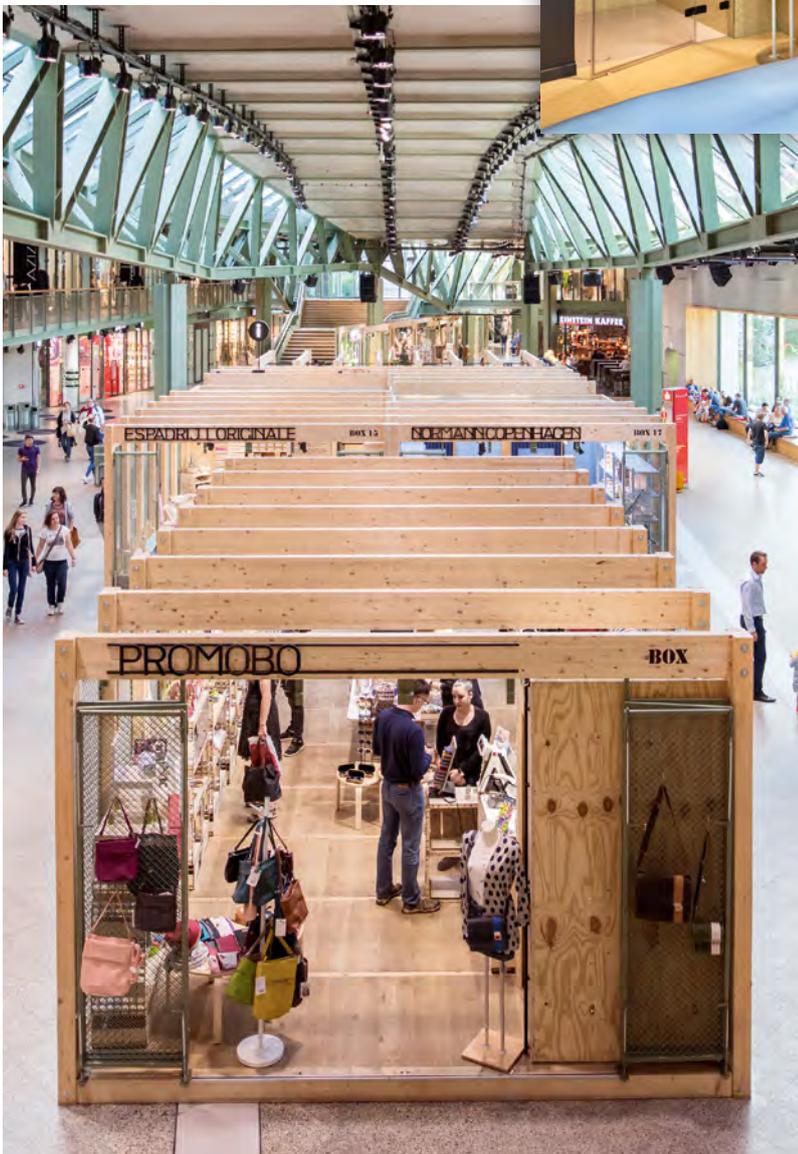
Die Zukunft ist jetzt

So schaffen Sie einen modernen
Arbeitsplatz

36

URBAN FARMING

Gärtnern auf dem Firmendach



20



30

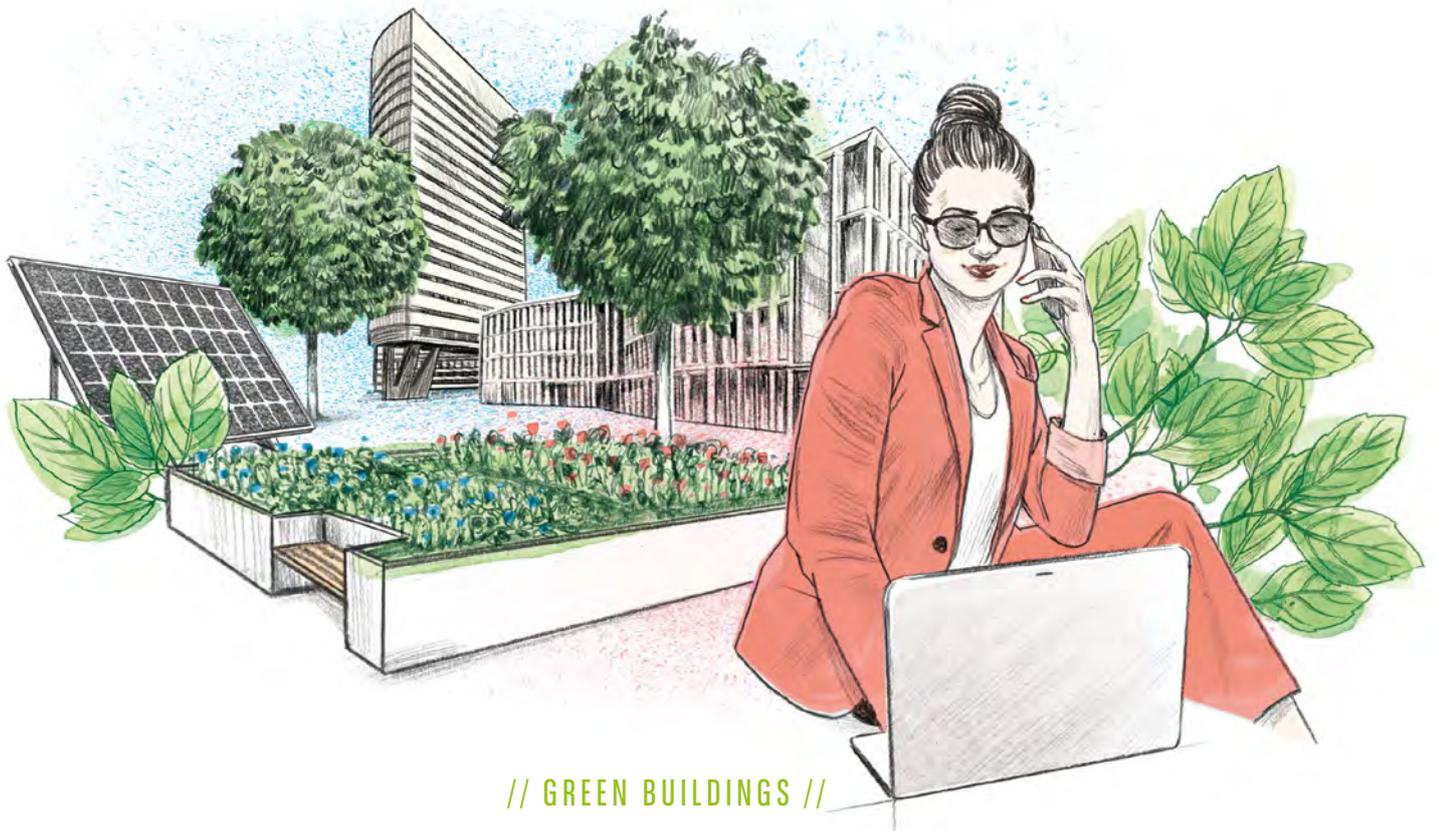
IMPRESSUM

Herausgeber, Copyright & Redaktion
BNP Paribas Real Estate Holding GmbH

Creative Direction & Design
KD1 Designagentur, Köln

Titel-Illustration
Anja Stiehler-Patschan/
Jutta Fricke Illustrators





// GREEN BUILDINGS //

DEUTSCHE STÄDTE WERDEN GRÜN

Green Buildings auf dem Vormarsch – ein Interview mit Hermann Horster, Head of Sustainability bei BNP Paribas Real Estate Deutschland, über Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft, verschiedene Zertifizierungen und die geheime Hauptstadt der Green Buildings

Herr Horster, was genau ist ein „Green Building“?

[Hermann Horster: Dieser Begriff, der aus dem angelsächsischen Raum stammt, ist zugegebenermaßen irreführend. Heute geht es nicht mehr nur um ökologische Themen wie die Energieeffizienz eines Bürogebäudes oder die verwendeten Materialien, sondern auch um soziale Aspekte wie beispielsweise, ob sich die Mitarbeitenden an ihren Arbeitsplätzen wohlfühlen. Und natürlich auch um die Verbindung von Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit. Besser als „grünes“ würde deshalb „nachhaltiges Gebäude“ passen.]

Und woran erkennt man solche nachhaltigen Gebäude?

[Hermann Horster: Das einfachste Erkennungszeichen ist eine entsprechende Zertifizierung. Es gibt derzeit drei anerkannte Zertifikate: DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V.) aus dem deutschsprachigen Raum, LEED oder BREEAM aus dem angelsächsischen Umfeld. Dabei hat die DGNB über 80 Prozent Marktanteil im Neubausegment, insgesamt (mit Bestand) liegt sie bei circa 64 Prozent. Auch die LEED-Zertifizierung wird schwerpunktmäßig im Neubausegment eingesetzt, wohingegen sich BREEAM

stärker auf Bestandsobjekte konzentriert. Aber um es klarzustellen: Das heißt im Umkehrschluss nicht, dass Gebäude ohne Zertifikat nicht nachhaltig sind. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen verzichten aus Kostengründen häufig auf eine Zertifizierung ihrer nachhaltig gestalteten Gebäude.]

Wie ist der aktuelle Stand in Sachen Green Building?

[Hermann Horster: Der Green-Building-Markt boomt: Während bis 2013 lediglich 550 Gebäude zertifiziert wurden, waren es 2018 bereits 1.800 – ein Wachstum von circa 250 Gebäuden im Jahr! Auch das Transaktionsvolumen kann sich sehen lassen: 10,1 Milliarden Euro wurden 2018 bei Single Deals mit nachhaltig zertifizierten Gebäuden erzielt. Damit wurde erstmals die 10-Milliarden-Euro-Marke überschritten. Es scheint, als komme man an einem Zertifikat wie DGNB, BREEAM oder LEED nicht mehr vorbei.]

Bei Gewerbeimmobilien wird noch gar nicht so lange auf das Thema Nachhaltigkeit geachtet. Was treibt diesen Markt an?

[Hermann Horster: Tatsächlich steht dieses Thema erst seit etwa zehn Jahren im Fokus – es kam zunächst im angelsächsischen Raum auf und dann zunehmend auch in Deutschland. Getrieben wird das Wachstum durch die Mieter. Für viele Unternehmen

ist ihr Firmensitz ein Differenzierungsmerkmal. Sie signalisieren damit, dass ihnen Themen wie Ökologie, soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit wichtig sind. Sie leisten dadurch ihren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Städte und zur Erreichung der Klimaziele.]

Für welche Städte ist das besonders relevant?

[Hermann Horster: Insbesondere in den Großstädten wächst die Nachfrage kontinuierlich. 2018 steuerten deutsche A-Standorte rund 94 Prozent zum Gesamtumsatz mit zertifizierten Gebäuden bei. Der Löwenanteil entfiel dabei mit 52 Prozent auf Frankfurt am Main; München folgt mit nur 12 Prozent auf Platz zwei.]

Und welche Rolle spielen die Vermieter?

[Hermann Horster: Die großen Investoren, beispielsweise offene Immobilienfonds und Versicherer, investieren bevorzugt in nachhaltige Gebäude – allein schon aus wirtschaftlichen Gründen. Bei zertifizierten Immobilien haben sie bessere Chancen, Mieter mit einer erstklassigen Bonität zu finden. Das ist auch der Grund dafür, dass es an attraktiven Bürostandorten wie Frankfurt kaum eine Gebäudesanierung gibt, in deren Rahmen nicht auch eine Nachhaltigkeitszertifizierung durchgeführt wird.]



„Frankfurt ist die inoffizielle Hauptstadt der Green Buildings.“

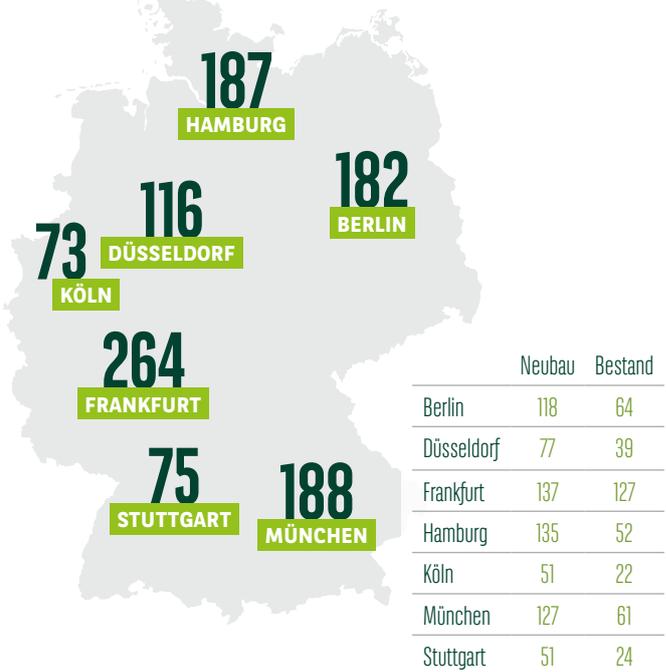


Illustration: Anja Stiehler

HERMANN HORSTER

weiß, vor allem in den Großstädten wächst die Nachfrage kontinuierlich.

GREEN-BUILDING-ZERTIFIZIERUNGEN IN DEN BIG 7



© BNP Paribas Real Estate GmbH, 31.12.2018

BEST PRACTICE: ICON – GRÜNE BÜROS NACH CRADLE TO CRADLE

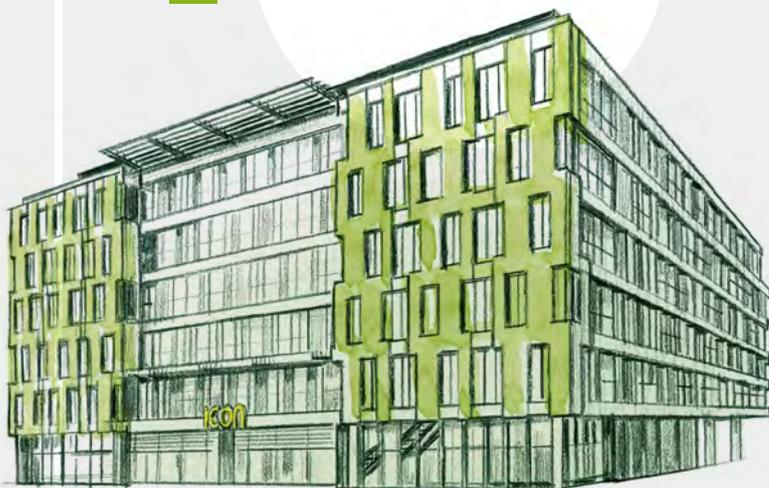
In Dortmund entsteht zurzeit ein einmaliges Projekt in Sachen Green Buildings: Das Bürogebäude „icon“ der niederländischen Delta Development Group wird nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip erbaut und gilt als Leuchtturm-Projekt des nachhaltigen Bauens. Delta Development beauftragte BNP Paribas Real Estate als Leadmakler mit der Vermarktung des Objekts.



DAS ATRIUM
des BSH-Hauptsitzes in
den Niederlanden dient als
Referenzprojekt.

Auf **15.100** m²

optimales Licht, gute Luft und
angenehmes Klima



„Über die Hälfte des Abfallaufkommens in Gewicht entsteht in Deutschland durch Bau- und Abbruchabfälle. Die Delta Development Group sieht sich deshalb in der Verantwortung und setzt bereits seit 2013 auf nachhaltiges Bauen nach den Prinzipien von Cradle to Cradle. In der Nähe des Amsterdamer Flughafens Schiphol ist so der Gewerbepark 20/20 entstanden. Die Erfahrungen aus jedem einzelnen Bauvorhaben fließen in neue Projekte mit ein. Besonders erwähnenswert ist hier das BSH als eine Art Referenzgebäude für unser Bauvorhaben in Dortmund. Der Mieter, ein Unternehmen der Bosch Gruppe, hat seit dem Einzug in das Gebäude 26 Prozent weniger E-Mail-Verkehr zwischen den Mitarbeitern und 165 Prozent mehr Initiativbewerbungen erhalten. Mit innovativen Entwürfen, bei denen der Mensch im Mittelpunkt steht, schaffen wir finanzielle, soziale und ökologische Nachhaltigkeit.“

EDWIN MEIJERINK, Geschäftsführer bei Delta Deutschland



Die Zukunft liegt nicht im „Mehr“, sondern im „Mehrwert“ durch Nachhaltigkeit.



MEHR ALS EINE FARBE
Funktionales Grün nutzt Regen und bietet dem Nachbarn ein freundliches Gesicht.

„In Dortmund planen wir direkt gegenüber den Westfalenhallen das icon, ein Bürogebäude mit knapp 15.100 Quadratmetern Nutzfläche. Highlight soll ein großzügiges Atrium als Begegnungsfläche für die Nutzer sein. Die begrünten Fassaden im Atrium und an der Außenfassade werden mit Regenwasser bewässert, welches zuvor über die Dachflächen aufgefangen und gespeichert wurde. Im Sommer wird zudem mit Hilfe von adiabatischer Verdunstungskühlung der heißen Außenluft Wärmeenergie entzogen. Diese ausgeklügelte Gebäudetechnik kommt dem Mieter in Form von Ersparnissen bei den Nebenkosten entgegen. Das Gebäude ist zudem DGNB Gold vorzertifiziert.“

JULIAN HOTZE, Projektleiter bei Delta Deutschland

DER WEG ZU KLIMA-POSITIVEN GEBÄUDEN



Ein Interview mit Dr. Anna Braune zum Klimaschutzfahrplan der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen

Immer mehr Menschen sprechen vom klimaneutralen Bauen. Gleichzeitig gibt es nach wie vor noch keine Verbindlichkeit im Umgang mit dem Thema.

Frau Dr. Braune, warum ist das so?

[Dr. Anna Braune: Die Relevanz des Themas liegt auf der Hand, spätestens seit dem Pariser Klimaabkommen. Seither gibt es zahlreiche Bemühungen, an das Thema heranzugehen, ohne dass sich bislang eine verbindliche Herangehensweise etabliert hat. Die DGNB hat mit dem „Rahmenwerk für klimaneutrale Gebäude und Standorte“ einen aktiven Schritt nach vorne gewagt. In diesem sind Richtlinien enthalten mit dem Ziel, die geeigneten Maßnahmen für Bestandsbauten zu identifizieren, um auf eine ausgeglichene CO₂-Bilanz bis spätestens 2050 zu

kommen. Wir versprechen uns, mit dem Rahmenwerk zu mehr Verbindlichkeit in der Thematik beizutragen.]

Was genau heißt klimaneutral überhaupt bei Gebäuden?

[Dr. Anna Braune: Es geht darum, für ein Gebäude eine individuelle CO₂-Bilanz zu erfassen. Gemeint ist damit der Treibhausgasausstoß, der durch den gesamten Energieverbrauch eines Gebäudes entsteht, abzüglich der Effekte von selbst produzierter Energie. Es ist eine einfache Rechnung: „Ist der Emissionswert der importierten Energie kleiner oder gleich dem Wert der exportierten Energie, so ist ein Gebäude klimapositiv beziehungsweise klimaneutral. Dabei reicht es nach Meinung der DGNB nicht aus, etwas Schwammiges wie „nahezu klimaneutral“ mit erlaubten Restemissionen als Zielwert zu formulieren, wie es politisch aktuell passiert, oder ein bestimmtes Emissionsniveau als „2°C-fähig“ zu bezeichnen, da hierfür die wissenschaftliche Grundlage fehlt. Den Gebäudesektor als aktives Element der Energiewende zu verstehen heißt, eine Transformation vom Energiefresser zum produzierenden Element zu vollziehen. „Nahezu klimaneutral“ ist bei weitem nicht ambitioniert genug, um einen relevanten, positiven Einfluss beim Klimaschutz zu leisten.]



DR. ANNA BRAUNE

Abteilungsleiterin Forschung und Entwicklung bei der DGNB



Die DGNB ist mit rund 1.200 Mitgliedsorganisationen Europas größtes Netzwerk für nachhaltiges Bauen. Ziel des Vereins ist es, Nachhaltigkeit in der Bau- und Immobilienwirtschaft zu fördern und im Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit zu verankern.

Was sind wichtige Voraussetzungen, um den Weg in die Klimaneutralität zu schaffen?

[Dr. Anna Braune: Um klimaneutral zu werden, ist es unabdingbar, dass selbst auch Energie produziert wird – zur Deckung des eigenen Bedarfs und bestenfalls auch mehr, um sie in die Energienetze einzuspeisen. Passiert dies mit einer geringeren CO₂-Intensität als das Netz, haben Immobilien das Potenzial, einen wichtigen Beitrag zur Energiewende zu leisten. Einen positiven Effekt mit Blick auf eine gute CO₂-Bilanz liefert auch der Bezug von Ökostrom oder Biogas, denn dies sind Energieträger mit einer sehr geringen CO₂-Intensität.]

// BÜRO //



VON REKORDEN, TRANSPARENZ UND WOHLFÜHL-ATMOSPHÄRE

DER MESSE TURM RELOADED

Illustration: Anja Stiehler / Visualisierung: Cadman

[E] Egal, ob Sie sich per Auto, Zug oder Flugzeug der Frankfurter Skyline nähern – ein Gebäude sticht durch seine starke Präsenz meist heraus: der Messeturm. Der gut 256 Meter hohe Wolkenkratzer war bei seiner Fertigstellung 1990 das höchste Gebäude Europas und stand für Wohlstand, Innovationsgeist sowie Kreativität.

Fast 30 Jahre sind seitdem vergangen; heute ist der Messeturm lediglich das zweithöchste Gebäude der Mainmetropole – es ist Zeit für einen Reload. „Der Messe-

turm muss für die Anforderungen moderner Büronutzer gerüstet werden“, fasst Philipp von Merveldt, Senior Asset Manager bei Officefirst, zusammen. Weiter in die Höhe zu bauen, ist keine Option – die Asset-Management-Tochtergesellschaft des Eigentümers Blackstone plant jedoch zum 30-jährigen Jubiläum, einen neuen Rekord aufzustellen.

HOTEL-FLAIR IM BÜROTURM

Betreten Sie in Zukunft die Lobby des Messeturms, werden Sie sich wie in der Empfangshalle eines Top-Hotels fühlen:

Lichtdurchflutet, mit eigens für den Messeturm entworfenen Möbeln und zahlreichen Pflanzen sowie einer warmen, stimmungsvollen Beleuchtung werden Sie willkommen heißen. Vorbei sind die Zeiten, in denen aus Sicherheitsgründen nur ausgewählte Besucher Zutritt zum Messeturm hatten. Das neue Design wird sich von der Tiefgarage über die Lobby in die Aufzüge bis zu den Mietbereichen ziehen.

„Wir stellen die Menschen, also die Mieter und Besucher, in den Mittelpunkt“, sagt Star-Architekt Matteo Thun, der mit ▶

INSPIRIERENDE AUSZEIT

Viel Grün und eine dynamische Fountain Wall laden zum Verweilen ein.



- ▶ seinem Kollegen Helmut Jahn gemeinsam ein Architektur- und Interior-Design-Konzept für das Hochhaus erarbeitet hat – eine Premiere! Jahn war bereits vor 30 Jahren für die Gestaltung des Wolkenkratzers verantwortlich und zeigt sich immer noch begeistert von der Architektur des Frankfurter Wahrzeichens.

„Der Messeturm schafft die Synthese zwischen traditionellen Materialien und moderner Technik und zeigt ein innovatives Design.“

Helmut Jahn, Architekt

GLASELEMENTE SCHAFFEN LICHT UND WOHLFÜHL-ATMOSPHÄRE

Innovativ wird vor allem der Sockel des Büroturms. Während die postmoderne Fassade fast unverändert bleibt, soll der Turmsockel eine rekordreife Transformation erfahren. Dieser soll mehr nach außen rücken und aus 18 Meter hohen sowie drei Meter breiten Glaselementen bestehen. Es wird sogar geprüft, ob dies die größten verbauten Glaselemente der Welt werden.

Durch diese Glaskonstruktion wird mehr Raum, Licht und Transparenz in das Foyer des Messeturms gebracht. Aufenthaltsqualität ist dabei das entscheidende Stichwort: „Eine Lobby ist heute nicht mehr nur ein Durchgang, sondern ein zusätzlicher Aufenthaltsbereich“, betont Helmut Jahn.

DAS FOYER: ZU JEDER ZEIT DER IDEALE ORT MIT AUFENTHALTSQUALITÄT

Kreativität und Produktivität sind längst nicht mehr an den Schreibtisch gebunden: Ein Meeting im Café, konzentriertes Arbeiten in der Lounge oder Netzwerken im Restaurant sind heute gang und gäbe. Dieser Entwicklung möchte sich auch der Messeturm mit seinem Reload anpassen.

DIE NEUE LOBBY AUF EINEN BLICK**Café-Bar**

Der ideale Raum für Pausen und kommunikative Begegnungen – draußen und drinnen

**Restaurant**

Durch das Design von Matteo Thun wird das Restaurant im Untergeschoss zum kulinarischen Hotspot.

**Lounge**

Hier trifft Natur auf entspanntes Ambiente, das zum Arbeiten und Netzwerken einlädt.

**Event Space**

Ob Team Event oder Geburtstag: Hier wird jede Feier zum Erfolg.

„Das Ziel ist, einen Ort zu schaffen, der unterschiedliche Möglichkeiten bietet und der zu jeder Tageszeit die perfekte Aufenthaltsqualität liefert: zum Kaffee am Morgen, zum Coworking oder Lunch am Mittag oder zur Happy Hour am Abend“, fasst Philipp von Merveldt zusammen. „Bei der Revitalisierung des Messeturms wird viel Wert auf eine hohe Qualität, kreative Kommunikationsbereiche und eine ansprechende Gastronomie gelegt“, ergänzt Juliane Elaine Zirpins von BNP Paribas Real Estate, die Officefirst bei dem Vermietungsmanagement des Messeturms unterstützt, und fügt mit einem Augenzwinkern hinzu: „Der Reload kommt zu einem passenden Zeitpunkt. Die frei werdenden Flächen im oberen Turmbereich sind die höchsten verfügbaren Büroflächen in Frankfurt, und der Markt spielt uns in die Karten. Wir sprechen bereits mit potenziellen Mietern, die sich ihren Standort im Wahrzeichen Frankfurts langfristig sichern möchten.“

- ▶ Die Baugenehmigung wurde bereits erteilt, und die Umbauarbeiten begannen im April 2019. Passend zum 30-jährigen Jubiläum ist die Fertigstellung des Rekordprojekts für Mitte / Ende 2020 geplant.

EIN FRANKFURTER WAHRZEICHEN
mit ikonischer Form, in fantastischer Lage
und mit einer eigenen Postleitzahl



ES GEHT AUCH VERTIKAL!

LOGISTIKIMMOBILIEN WACHSEN IN DIE HÖHE

Der E-Commerce führt auch dazu, dass der Flächenmangel zum brennenden Thema des Logistikimmobilienmarkts wird. Vor allem in Metropolen fehlt immer häufiger Platz. Eine Lösung, die in anderen Ländern bereits genutzt wird, kommt nach Deutschland: mehrgeschossige Logistikgebäude. Noch gibt es wenige Referenzprojekte – das wird sich in Zukunft jedoch ändern!

VERTIKALE LÖSUNGEN IM ÜBERBLICK ...



1.



... mit **ebenerdiger Anfahrt** durch Lastenaufzüge oder Förderanlagen

2.



... mit einer **spindelförmigen, mehrstöckigen Anfahrt**

3.



... mit einer **mehrstöckigen Anfahrt** auf verschiedenen Ebenen

4.



... im Tiefbau mit **ebenerdiger Anfahrt und Lastenaufzügen**

[M] Mehrere Stockwerke stellen im Logistiksegment eigentlich keine Neuerung dar; Versandhändler wie Neckermann haben das bereits vor einigen Jahrzehnten eingeführt. Allerdings gab es ein Problem, dass die verschiedenen Ebenen lediglich über Lastenaufzüge zu erreichen waren. „Eine Nutzung der Immobilie für mehrere Parteien war damit undenkbar. Der Aufwand beim Waren-Handling war zu groß. Heute sind dagegen viele weitere Möglichkeiten realisierbar“, erläutert Bastian Hafner, Head of Industrial Letting von BNP Paribas Real Estate.

VORREITER ASIEN: LAGERFLÄCHEN AUF SECHS ODER SIEBEN ETAGEN

„In Asien sind vertikale Logistikanlagen bereits Standard. Da sind es nicht nur zwei oder drei Geschosse, sondern gerne mal sechs oder sieben“, berichtet Hafner. Die höchste Logistikimmobilie steht in Hongkong und kann stolze 200.000 Quadratmeter auf 24 Etagen verzeichnen. Alle Stockwerke sind dabei über eine spindelförmige Rampe einzeln zu erreichen. Aber auch unsere Nachbarn in den Niederlanden oder in Frankreich haben den Bedarf an innovativen Lösungen erkannt. „Im Pariser Vorort Gennevilliers wurde erst kürzlich eine zweigeschossige Immobilie für zwei verschiedene Nutzer errichtet“, sagt Hafner. „Paris Air2 Logistique“ wird dabei von Ikea und dem Baumarkt- und Garten-einzelhändler Leroy Merlin genutzt. Über eine Rampe können beide Etagen von 40-Tonnern gleichzeitig angefahren werden.

FOUR PARX „MACH2“
wird ganzjährig über zwei im
Winter beheizte Rampen befahren.



„Chapelle International“ ist ein weiteres Vorzeigebispiel aus Paris. Das Projekt des Immobilienentwicklers Sogaris ist ein modernes Quartier, das neben einem 45.000 Quadratmeter großen Multi-Level-Objekt Wohnungen, Büroflächen und sogar einen Bauernhof vorweist. Dabei liegen die Logistikflächen meist im Erdgeschoss, während sich Wohnungen, Kitas und Schulen auf den oberen Stockwerken befinden. Auch in London gibt es ähnliche Projekte. Nur in Deutschland sind sie noch Mangelware.

DEUTSCHLAND HAT NACHHOLBEDARF

Doch auch in der Bundesrepublik sollen vermehrt vertikale Lösungen auf den Markt kommen. So hatte der Entwickler FOUR PARX bereits auf der Expo Real 2018 angekündigt, drei mehrgeschossige Logistikhallen mit einer Gesamtfläche von 215.000 Quadratmetern zu entwickeln. „Bei steigenden Grundstückspreisen und kaum verfügbaren Flächen rechnet sich das inzwischen auch in Deutschland“, erklärt Franzisco J. Bähr, geschäftsführender Gesellschafter der FOUR PARX GmbH.

Die doppelstöckigen Gebäude mit der internen Produktbezeichnung „Mach2“ sind in den Logistikregionen Rhein-Main und im Großraum Hamburg geplant und sollen über zwei große Rampen für LKW verfügen. 45-Tonner können dann ins obere Geschoss fahren, um

auch dort Waren abzuladen. Zurzeit wartet Hamburg mit guten Nachrichten auf: Die Hansestadt möchte die Baugenehmigungsgebühren für mehrgeschossige Logistikimmobilien verringern.

MEHRGESCHOSSIGKEIT IN A-LAGEN WIRD WAHRSCHEINLICHER

„Neben FOUR PARX setzt auch SEGRO auf doppelgeschossige Lösungen“, berichtet Bastian Hafner. „Das Unternehmen hat bereits im Sommer 2017 in München eine Logistikimmobilie mit zwei Etagen an Amazon übergeben.“ Auch hier wurde auf eine Rampe gesetzt, über die LKW das 8.000 Quadratmeter große zweite Stockwerk anfahren können. Die Rampe verfügt über eine sechsprozentige Steigung und kann im Sommer wie im Winter problemlos angefahren werden, da sie beheizt werden kann.

„Solche Rampen sind kostenintensiv, daher lohnen sie sich nur in Lagen mit hohen Grundstückspreisen. In Mittel- und Ostdeutschland werden wir zweigeschossige Logistikanlagen daher vorerst eher nicht sehen. In Hotspots wie München, Hamburg oder dem Rhein-Main-Gebiet mit sehr begrenztem und teurem Grundstücksangebot sind sie aber bereits wirtschaftlich darstellbar“, fasst Bastian Hafner die Situation zusammen.

FACTS & FIGURES

// WISSENSWERTES //

SUSTAINABILITY



35 % der Deutschen bevorzugen nachhaltige Hotels

HOTEL

Auch im Urlaub legen immer mehr Menschen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Dies betrifft neben einer möglichst klimafreundlichen An- und Abreise insbesondere die Wahl eines geeigneten Hotels. Eine Vielzahl von nationalen wie internationalen Nachhaltigkeitszertifikaten können helfen, die Spreu vom Weizen zu trennen. Maßnahmen für eine nachhaltige Betriebsausrichtung beinhalten:

- Verzicht auf **Kleinplastik**
- Bereitstellung von **Fahrrädern** für Hotelgäste
- Nutzung **regionaler und saisonaler** Produkte in der Hotelgastronomie
- Incentivierung der Gäste zu **ressourcenschonendem Verhalten**

Quelle: Scandic Hotels Deutschland, September 2018

BÜRO

Die Holz-Hybrid-Bauweise

Holz als natürlicher, nachwachsender Baustoff erfüllt die ganzheitlichen Anforderungen an umweltverträgliches Bauen optimal und spart große Mengen an CO₂.

GEBAUT: H7 IN MÜNSTER

Rund 262 t CO₂ konnten durch den Einsatz des Holzes im Vergleich zu einem herkömmlichen Stahlbetonbau eingespart werden.

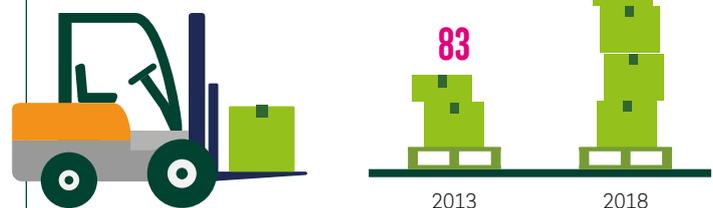
GEPLANT: VATENFALL ZENTRALE IN BERLIN

80 % CO₂ Emissionen pro Quadratmeter Nutzfläche können durch die Hybridbauweise gespart werden.

LOGISTIK

Logistikobjekte galten lange als leicht reproduzierbar, weshalb sie oft keinen langen Lebenszyklus durchliefen und eine maximale Kosteneffizienz im Vordergrund stand. In Zeiten zunehmender Flächenverknappung sowie wachsendem Umweltbewusstsein ändern sich die Anforderungen, auch Logistikobjekte stehen heute im Fokus einer effizienteren Ressourcennutzung.

Green-Building-Zertifikate in Deutschland



EINZELHANDEL

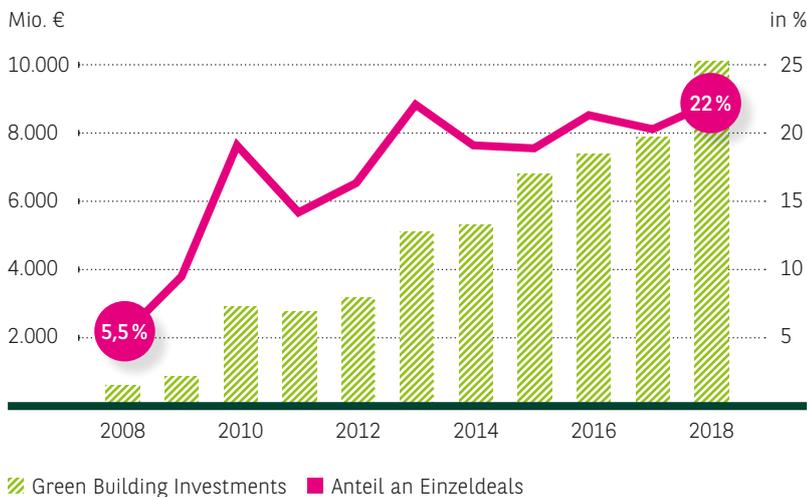
Swapfiets – mit Rückenwind in die Deutschland-Expansion

Seit 2018 gibt es das niederländische Start-Up Swapfiets, das sich auf die Vermietung von Fahrrädern spezialisiert hat, mehr als 20 mal auch in Deutschland. Gestartet ist das Konzept hierzulande in der Fahrrad-Hauptstadt Münster und macht bei der Anmietung neuer Shops auch vor Top-Citylagen und innerstädtischen Centern keinen Halt.

Mehr als
130.000
Kunden im Juli 2019



Investitionsvolumen



INVESTMENT

Green Buildings auf Rekordkurs

Der Aufwärtstrend bei Green Building Investments setzt sich unvermindert fort. Gerade für institutionelle Core-Investoren sind zertifizierte, nachhaltige Gebäude ein Muss. Hier spielt der Risiko-Aspekt eine wichtige Rolle. Viele internationale Unternehmen bevorzugen als Mieter Green Buildings. Will man diese bonitätsstarken Mieter gewinnen, sollte das Gebäude nachhaltig zertifiziert sein.

WOHNEN

Die Dämmung des Daches und der Obergeschossdecke ist das Mittel der Wahl bei der nachträglichen Wärmeschutz-Modernisierung von Mehrfamilienhäusern. Zudem gibt es regionale Unterschiede zu beobachten: In den neuen Bundesländern ist der Modernisierungsstand bei allen drei Bauteilen höher als in den alten.

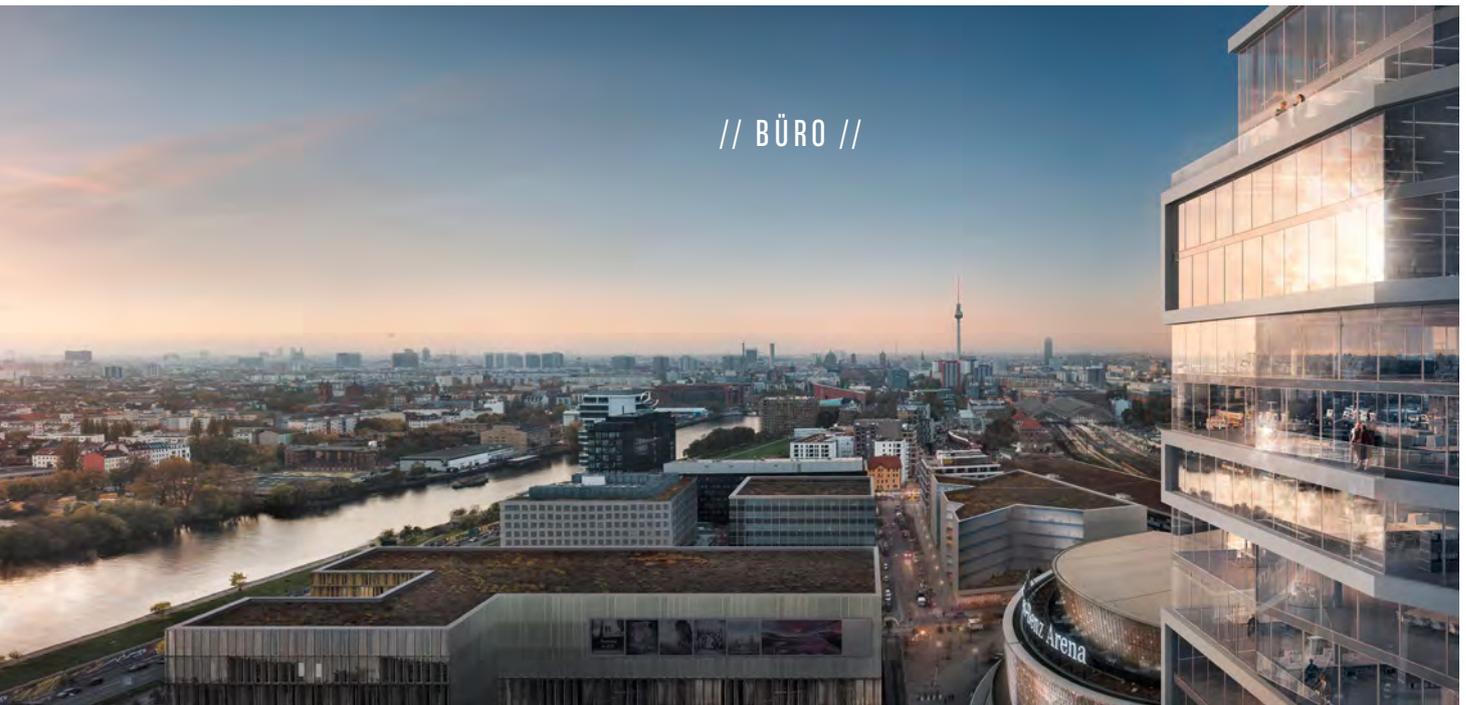
Anteil Mehrfamilienhäuser mit nachträglicher Wärmedämmung nach Bauteilfläche, Gebäude bis Baujahr 1978

62 %
Dach / Obergeschossdecke

37 %
Außenwand

19 %
Fußboden / Kellerdecke

Quelle: IWU (2018): Datenherhebung Wohngebäudebestand 2016



MEDIASPREE

VOM NEWCOMER ZUM TOP-BÜROMARKT

Bereits in den 1990er Jahren entstanden Pläne, dem Spree-Ufer zwischen dem ehemaligen West- und Ost-Berlin neues Leben einzuhauchen. Diese Pläne wurden aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen Anfang der 2000er jedoch nur teilweise umgesetzt. Heute ist die Mediaspree zu einem Top-Büromarkt avanciert, der neben der Büromarktzone am Berliner Hauptbahnhof mit Abstand den niedrigsten Leerstand aufweist.

[B] Berlin boomt und gilt als die Gründerhauptstadt Deutschlands – wenn nicht gar Europas. Wenn Start-ups danach gefragt werden, wo sie am liebsten gründen, dann lautet die Antwort zu 40 Prozent Berlin. Nur London ist bei Gründern noch beliebter. Und auch die Investoren lieben Berlin: 227 Start-ups wurden 2018 finanziert. Vor allem Berlin-Mitte und Friedrichshain-Kreuzberg sind die Start-up-Hochburgen unter den 12 Berliner Bezirken. Dies sind die Szeneviertel der Bundeshauptstadt – zum Leben und auch zum Arbeiten. Kein Wunder also, dass sich genau hier ein Top-Büromarkt etabliert hat: die Mediaspree. Ein 3,7 Kilometer langes und 180 Hektar gro-

ßes Gebiet, das bereits zahlreiche Unternehmen sogar mit deren Headquartern angezogen hat. Und die Entwicklungen in diesem Quartier gehen weiter.

Projekte wie das STREAM und junge Mieter wie Zalando verleihen der Mediaspree ihre individuelle Prägung. Denn noch wirkt das sehr schnell gewachsene Gebiet etwas steril. Doch schon jetzt ist sicher: Die Mediaspree ist ein Top-Büromarkt, der aus Berlin nicht mehr wegzudenken ist. Durch die Fertigstellung des Anschutz-Entertainment-Districts sowie einiger Wohnprojekte wird die Mediaspree zukünftig weiter belebt und sich so zu einem der wichtigsten Quartiere Berlins entwickeln.

Zahlreiche Projekte sind in der Planung oder Realisierung. Eines davon ist das STREAM von SIGNA. Wir haben mit Timo Herzberg, Vorstand SIGNA, darüber gesprochen, was die Mediaspree und sein Projekt so besonders macht.

Herr Herzberg, was ist für Sie das Besondere am Standort Mediaspree?

[Timo Herzberg: An der Mediaspree grenzen die Bezirke Mitte, Friedrichshain und Kreuzberg aneinander, die als Mekka der Start-up- und Kreativ-Szene Berlins gelten. Diese dynamische Atmosphäre ist hier zu spüren und zieht viele internationale Unternehmen an, die hier auch ihre Mitarbeitenden finden.]

Wie würden Sie die Entwicklung an diesem Berliner Standort beschreiben?

[Timo Herzberg: Die Mediaspree steht wie kein zweites Quartier für die positive wirtschaftliche Entwicklung, die Berlin in den vergangenen Jahren genommen hat. Es gilt heute als einer der gefragtesten Büro-

standorte Berlins in der Technologie-, Medien- und Telekommunikationsbranche mit prominenten Mietern wie Zalando, Mercedes Benz, Coca-Cola oder Universal Music.]

Können Sie Ihr Projekt in der Mediaspree für uns in zwei Sätzen zusammenfassen?

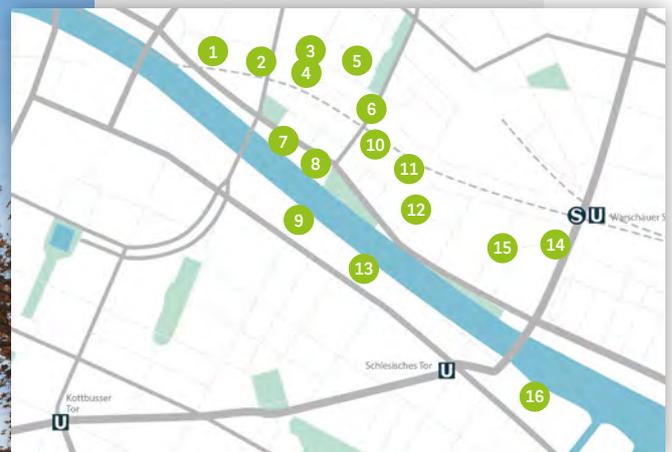
[Timo Herzberg: Das STREAM wird eines der Highlights in der Mediaspree. Mit einer modernen und markanten Architektur mit viel Glas und Stahl realisieren wir hier ein modernes Office Building mit rund 90 Metern Höhe und 24 Ober- und zwei Untergeschossen. Auf 50.000 Quadratmetern Geschossfläche werden hier nach Fertigstellung circa 2.500 Zalando-Mitarbeiter arbeiten.]

ABWECHSLUNGSREICH

Das STREAM entsteht als eine lebhafteste, städtebauliche Skulptur.



TIMO HERZBERG
Vorstand SIGNA



Projektentwicklungen

- 1 Pintsch Brache | 2 Pintsch-Haus | 3 360° | 4 Easton House
- 5 Up! | 6 Centrum | 7 STP | 8 Stralauer Platz 35
- 9 Viktoriaspeicher | 10 RLS Neubau | 11 Spreeturm
- 12 Upside Berlin | 13 Zapf Areal | 14 East Side Tower
- 15 Stream | 16 Cuvry-Gelände

Visualisierungen: bloomimages

// EINZELHANDEL //

ERLEBEN SIE SCHON, ODER KAUFEN SIE NOCH?

[I] Immer mehr Geschäfte in Innenstädten schließen, das Aussterben des Einzelhandels wird proklamiert. Doch Retail ist nicht tot – wir konsumieren heute mehr als je zuvor. Der Unterschied ist, dass der Einkauf auf verschiedensten Kanälen stattfindet. Der Laden vor Ort ist schon lange nicht mehr die erste Wahl beim Einkaufen. Beispielsweise nahm

Alibaba an einem einzigen Tag, dem Single Day am 11. November 2018, etwa 20 Milliarden Euro ein – dies entspricht ungefähr dem Jahresumsatz von H&M. Der Handel muss aus diesem Grund umdenken und sich neu aufstellen. Wir haben mit den Retail-Experten Christoph Scharf und Denizer Ibrahim von BNP Paribas Real Estate über die Zukunft des Handels und internationale Vorbilder gesprochen.

MIT 4 METHODEN WIRD IHR LADEN ZUM PLACE-TO-BE:



RUND 70.000 BÜCHER
füllen die 13 Meter hohen Regale.

01.

EINZIGARTIGKEIT

Moderne Geschäfte und Einkaufszentren sind einzigartig und versuchen, der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Sie schaffen einen Raum, der unabhängig vom Einkaufen ein Erlebnis schafft, sodass Einheimische und Touristen gerne verweilen. Die COEX Mall in Seoul hat eine faszinierende und 2.800 Quadratmeter große Bibliothek in das Einkaufszentrum integriert. Boxpark in London ist hingegen die erste Pop-up-Mall, welche die Konzepte des modernen Street Foods vereint und lokale und globale Marken nebeneinanderstellt, um eine einzigartige Einkaufs- und Essdestination zu schaffen.

FLEXIBILITÄT

Gerade Shoppingcenter müssen über eine Vielzahl von Raumtypen verfügen und flexibel sein, damit sich die Flächen je nach Bedarf vergrößern oder verkleinern lassen. Doch nicht nur die Räume müssen flexibel sein, sondern auch die Denkweise der Retailer. Leere Räume bedeuten heutzutage nicht mehr, dass verzweifelt nach dem nächsten „großen Ding“ gesucht werden muss. Stattdessen können Pop-up-Stores und temporäre Einzelhandelsangebote das Einkaufserlebnis noch verstärken. Das Bikini Berlin beispielsweise hat bereits die modularen Pop-up-Boxen in sein Shopping-Mall-Konzept integriert. Die Boxen können temporär angemietet werden, sodass bekannte Marken ein neues Produkt oder junge Designer erstmals ihre Kreationen der Öffentlichkeit präsentieren können.



FASHION ODER GASTRO –
das minimalistische Design passt sich jedem Mieter an.

02.

03.



HERZSTÜCK DES STORES:
die Listening Rooms in unterschiedlichen Designs

KREATIVITÄT

Seien Sie kreativ, und schauen Sie über den Tellerrand hinaus: Welche Vorteile können Sie außerhalb des Einkaufens bieten? Welche Bedürfnisse haben die Einwohner an Ihrem Standort? Eines der größten Probleme ist sicherlich der Wohnraummangel. Das hat auch das amerikanische Unternehmen Starwood erkannt und B- und C-Malls aufgekauft, um auf den weitläufigen Parkhäusern Wohnhochhäuser zu errichten und diese mit Grünflächen und Bibliotheken zu versehen. Sonos in Berlin legte eine andere Art der Kreativität

an den Tag: Auf 185 Quadratmetern konnten Besucher ganz in die Welt des Klangs eintauchen, ob im Listening Room oder in einem Konzert: „Wir entwerfen einen Store nicht nur, um Speaker zu verkaufen“, erklärt Sonos Art Director Julia Jeanguenat. „Natürlich spielt auch das eine Rolle, unser Ziel ist es aber, Raum für Events und Austausch untereinander zu schaffen und Menschen zusammenzubringen. Wer den Store besucht, soll Inspiration finden und erleben, was es bedeutet, wirklich hinzuhören“.



Einfach QR-Code scannen und mehr über das nachhaltigste Shoppingcenter der Welt erfahren.

AUFENTHALTSFLÄCHEN

04.

Die gleichen Eigenschaften, die einen guten öffentlichen Park ausmachen, können auch auf ein gutes Einkaufszentrum zutreffen: ein Gefühl der Ruhe, bewegliche Tische und Stühle und natürlich Natur, an die man sich tatsächlich herantasten kann – etwa ein Baum, auf den man sich setzen und anlehnen kann, oder ein Jasminbusch, bei dem man anhalten muss, um den Duft einzusatmen. Noch in diesem Jahr soll im australischen Melbourne das weltweit nachhaltigste Shoppingcenter eröffnen. Die 12.700 Quadratmeter große Mall soll in üppiges Laub gehüllt und von 2,5 Hektar Parklandschaft umgeben sein. Laut Bauherr Frasers Property Australia wird das „biophile Design“ des Gebäudes „eine Fülle von Grün, natürlichem Tageslicht und frischer Luft im gesamten Zentrum über ein Dach im Sägezahnstil ermöglichen, um den Wunsch der Besucher nach einer Verbindung zur Natur zu erfüllen und eine Umgebung zu schaffen, die zu längeren Verweilzeiten und zum Wiederkehren anregt“.

// WOHNEN //



„Das Quartier wird vielen Berlinern Platz zum Leben und Wohnen bieten.“

ES WAR EINMAL IN BERLIN ...

DIE DORNRÖSCHEN-STORY IN LICHTENBERG

Es gibt zahlreiche Projekte, welche die Lage eines Gebiets oder gar einer ganzen Stadt verändern können. Durch den Umzug der EZB in Frankfurt am Main erfuhr beispielsweise das Ostend eine deutliche Aufwertung als Wohn- und Bürostandort. In Berlin-Lichtenberg könnte bald ein ähnlicher Effekt erzielt werden. Mit dem Quartier Gehrenseestraße/Wollenberger Straße soll ein seit Jahrzehnten vernachlässigtes Gebiet aus dem Dornröschenschlaf geweckt werden.

[N] Noch vor mehr als 30 Jahren lebten im Berliner Arbeiterwohnheim im Bereich der Gehrenseestraße/Wollenberger Straße Vertragsarbeiter aus Vietnam. Mit der Wende wurde das Wohnheim, das sich im Ostteil des damals geteilten Berlin befand, sukzessive freigegeben. Seitdem überwucherten Pflanzen das Gelände, und die Gebäude waren dem Verfall preisgegeben – eine moderne Ruine entstand. 2018 konnte endlich ein neues Kapitel aufgeschlagen werden: Die Accentro Real Estate AG verkaufte das rund 41.590 Quadratmeter große Grundstück an die Belle Époque Gruppe. Anschließend wurde die Entwicklung eines neuen stadt- bildprägenden Wohnviertels im Stadtteil Hohenschönhausen angeschoben und das verschlafene Gebiet wachgeküsst.

MEHR PLATZ IN BERLIN

Das Quartier Gehrenseestraße/Wollenberger Straße wird vielen Berlinern Platz zum Leben und Wohnen bieten. Die infrastrukturelle Erschließung ist bereits

weit vorangeschritten und die Umgebung historisch als Wohn- und Gewerbestandort etabliert. „Eine Revitalisierung beziehungsweise Neuentwicklung des Areals in dieser innerstädtischen Lage ist längst überfällig“, sagt Karsten Bischoff von BNP Paribas Real Estate.

„Das Gebiet schreit regelrecht nach einer städtebaulichen Neuordnung“, ergänzt Belle Époque-Geschäftsführer Torsten Nehls. „Es ist ein Bindeglied zwischen einer historisch gewachsenen und einer durch die ehemalige DDR geprägten Bebauungsstruktur. Dieser städtebaulichen Herausforderung wollen wir uns stellen und ein tragbares, nachhaltiges und zukunftsfähiges Konzept für das seit über 20 Jahren brach liegende Grundstück entwickeln.“

NEUE WOHNHOCHHÄUSER FÜR BERLIN

„Das ist eine große Chance für das Viertel und die künftigen Mieter, gerade zum aktuellen Zeitpunkt, wo Wohnraumknappheit sowie sozialverträgliche Mieten in Berlin ein großes Thema sind“, fügt Bischoff hinzu. Angesichts der zunehmenden Wohnungsverknappung ist auch das Land Berlin über die Howoge Wohnungsbau-Gesellschaft mbH als kommunaler Joint-Venture-Partner mit ihrem südlich gelegenen, kleineren Entwicklungsgrundstück dieser zukunftsorientierten Projektentwicklung beigetreten. Aus den Ruinen soll in wenigen Jahren ein lebendiges, urbanes Quartier entstehen – mit rund 2.500 Wohnungen und Serviced

Apartements für Studenten bis Senioren, einer Grundschule, zwei Kitas, einem öffentlichen Spielplatz und vielem mehr. Es soll zudem genügend Raum für Ladengeschäfte sowie für soziale und medizinische Einrichtungen geben. Die Howoge wird dabei die Hälfte ihrer Wohnungen zu günstigen Mieten anbieten, Belle Époque zu 30 Prozent.

Wie genau sich die Wohn- und Freiräume des Quartiers gestalten, wurde in einem städtebaulichen Werkstattverfahren ermittelt. Dort gewannen das Rotterdamer Büro MLA+ Architecture zusammen mit Loidl Landschaftsarchitekten. Ihr Siegerentwurf sieht größtenteils siebengeschossige Wohnhäuser vor, aber auch insgesamt fünf Zwanzig-Geschosser. Das Berliner Bezirksamt Lichtenberg hat begonnen, einen Bebauungsplan für die Projekte zu initiieren. Das Verfahren dauert voraussichtlich zwei Jahre, sodass der Bau 2021 beginnen könnte. Auch die Infrastruktur soll überarbeitet werden – unter anderem ist eine neue Tram-Haltestelle mit größeren modernen Zügen in Planung.

Das Fazit von Torsten Nehls: „Der Mix aus Wohnen, Arbeiten und Leben mit der dazugehörigen Infrastruktur wird dem Areal nach jahrzehntelangem Dornröschenschlaf wieder neues Leben einhauchen und damit die komplette Umgebung nachhaltig beeinflussen und in seinen Bann ziehen.“

The End



TORSTEN NEHLS

weiß um die dynamische Entwicklung und die steigende Attraktivität Lichtenbergs.

// PERSPECTIVES //





ISBJERGET, AARHUS

Eine einzigartige architektonische Perle: Der Wohnkomplex ist so gestaltet, dass man einen optimalen Blick auf das Meer hat. Außerdem ist das Gebäude kreuz und quer „aufgebrochen“ und erinnert so an schwimmende Eisberge.

 **MARCO STAHL** Head of Investor & Asset Advisory, Hamburg

WESTHAFEN TOWER, FRANKFURT

Minimalistisch aber mit einem starken Wiedererkennungswert – das Gerippe besticht für mich durch eine starke Formensprache, besonders mit der dahinter liegenden Frankfurter Botschaft.

 **GERD WECKENMANN** Consultant,
Frankfurt

UPPER WEST, BERLIN

Ein faszinierender Blick in den Himmel über Berlin – in all dem Großstadtlärm! Ich mag moderne Architektur: klare Linien, schlichte Formen, ganz ohne viele Spielereien.

 **MARJA SCHEKAUSKI** PA to the Regional Director, Berlin



KRANHÄUSER, KÖLN

Sie prägen das Stadtbild des Rheinauhafens wie kein anderes Gebäude. Die Lage, die Architektur und der Ausblick bilden das gewisse Etwas.

📷 **DAVID KLABISCH** IT Support Spezialist, Düsseldorf



ALLESANDERSPLATZ, BERLIN

Ein rundum passender Name: Das verlassene Haus der Statistik am Alexanderplatz soll durch einen Verbund aus Kunst und Kultur-initiativen neu belebt werden.

📷 **MANUEL WESTPHAL** Head of Valuation Services, Berlin

SEDE DE OSAKIDETZA, BILBAO

Die futuristischen Reflexionen im Glas lassen das baskische Gesundheitsministerium wie eine Collage aus Neu und Alt aussehen.

 **ANDRÉ GERKE** Associate Director Retail Investment, Düsseldorf

// HOTEL //

STECKEN ETABLIERTE HOTEL- BETREIBER IN DER KLEMME?

Ein Gespräch mit den Hotel-Experten Chantal Eckel
und Alexander Trobitz von BNP Paribas Real Estate über
Konsolidierungen auf dem Hotelmarkt und die innovativen
Start-ups der Hotellerie



**„2018 war das
Rekordjahr der Hotel-
Konsolidierungen!“**



DURCHGESTYLT VON
KARIM RASCHID – das
prizeotel in der Hamburg-City



Frau Eckel, werfen Sie mit uns zusammen einen Blick auf die aktuelle Situation des Hotelmarkts ...

[Chantal Eckel: Der Wettbewerb auf dem deutschen Hotelmarkt wird immer größer, gerade auf die etablierten Hotelgesellschaften wächst der Druck. Hotelgäste haben neue Bedürfnisse, hoch im Kurs stehen Häuser mit jungen, individuellen und ausgefallenen Konzepten. Gleichzeitig drängen seit einigen Jahren Start-ups auf den Hotelmarkt, die genau diese Nische mit innovativen Konzepten bedienen und die Gästebewegungen umlenken.]

Welche innovativen Hotels würden Ihnen da einfallen, Herr Trobitz?

[Alexander Trobitz: Ein bekanntes Beispiel ist die 25hours Hotel Company. Ihre Boutique-Hotels sind individuell gestaltet, kein Haus gleicht dem anderen. Jeder Besuch in einem dieser Häuser ist einzigartig, manchmal sogar mit einer Badewanne auf dem Balkon. Das Economy-Design-Hotel prizeotel ist mit seiner Strategie ebenfalls sehr erfolgreich. Durch das ausgefallene Design des Star-Designers Karim Rashid und vor allem auch wegen zahlreicher Digitalisierungsmaßnahmen wie dem Einchecken per Smartphone setzt sich die Hotelmarke von den traditionellen Playern ab.]

Was können etablierte Hotelgesellschaften dagegen unternehmen?

[Alexander Trobitz: Den „Großen“ fällt es oft schwer, schnell und aus eigener Kraft auf die veränderten Bedürfnisse der Hotelgäste zu reagieren und so weiter zu expandieren. Etablierte Hotelgesellschaften

haben jedoch erkannt, dass sie jetzt agieren müssen. Zwei Lösungen haben sich da herauskristallisiert: einerseits der Aufbau eigener neuer Nischenmarken, wie etwa die InterContinental Hotels Group mit der Gründung ihrer neuen Marken voco und avid. Andererseits stehen Konsolidierungen hoch im Kurs. So sollen neue Gästegruppen für die eigenen Marken erschlossen und das eigene Hotelangebot weiter ausgebaut werden.]

[Chantal Eckel: Dass sich etablierte Hotelgesellschaften Marken einverleiben, ist keine neue Entwicklung. Übernahmen zwischen Hotelgesellschaften waren 2018 aber so stark ausgeprägt, dass wir ein Rekordjahr der Hotel-Konsolidierungen verbuchen konnten – um die 20.000 Hotelzimmer wechselten (anteilig) den Betreiber.]

Können Sie uns die Gründe für die Konsolidierungen näher erläutern, Frau Eckel?

[Chantal Eckel: Eine starke Marke, die auf dem Hotelmarkt bereits gut funktioniert, ist ein wichtiger Treiber für Übernahmen. Vor allem, wenn die Marke eine Nische bedient, die im Portfolio der übernehmenden Hotelgesellschaft noch fehlt. Hierbei können Hotelketten vom guten Image der „Kleineren“ profitieren und behalten den Markennamen der Übernommenen bei.



- ▶ Beispiele sind hierfür die bereits erwähnten 25hours Hotels oder prizeotel. 2016 sicherte sich Accor 30 Prozent der 25hours Hotel Company und plant aktuell die Aufstockung seiner Anteile, während Radisson prizeotel an sich binden konnte. Wobei letztere das Lizenz-Abkommen mit der Radisson Hotel Group mittlerweile beendet haben, weil Radisson selbst von der chinesischen Hotelgruppe Jin Jiang übernommen wurde und die Design-Budget-Marke deshalb mit Wettbewerbern in einem Portfolio gelistet werden würde.]

Gibt es weitere Gründe?

[**Alexander Trobitz:** Der Hotelmarkt ist an vielen Standorten grundsätzlich nahezu gesättigt, das Errichten neuer Hotelimmobilien ist teuer, braucht Zeit und ist mit Risiken verbunden. Eine Konsolidierung ist hingegen ein relativ sicherer, schneller und kosteneffizienter Schritt, um die Reichweite zu vergrößern. Markenimage spielt in diesem Fall keine Rolle, deshalb werden die übernommenen Betreiber oft in das Portfolio der neuen Betreiber integriert. Wie zum Beispiel die von Whitbread übernommenen Holiday Inn Express Hotels, die als Premier Inn neu gelaunched werden. Über 3.000 Zimmer können von Premier Inn auf diese Weise auf dem deutschen Markt etabliert werden.

Neben dem Markenaspekt und der Reichweite sind aber auch finanzgetriebene Investments ein entscheidender Treiber für Übernahmen. Goldman Sachs will beispielsweise noch in diesem Jahr B&B Hotels erwerben.]



VON DER DIENSTKAMMER ZUM ADELSGEMACH:

Im 25hours München
schläft man royal.



DIE MISCHUNG MACHT'S

Französisches Café und
Fahrradshop im 25hours
in Düsseldorf

„Es gibt noch
zahlreiche Nischen,
die bedient
werden können.“



**Wie nachhaltig ist diese Entwicklung? Und ist ein
Markenschwund zu befürchten?**

[Chantal Eckel: Der Aufwind bei den Konsolidierungen hält auch 2019 an, und der Markt ist weiterhin stark umkämpft. Einige Fusionen und Käufe wie die Vienna-House-Übernahme der Stadthotels von Arcona konnten bereits verbucht werden, weitere bahnen sich momentan an. Wir sehen zahlreiche Betreiber und Marken, die potenzielle Übernahmekandidaten sind und teilweise schon zum Verkauf stehen. Ein Markenschwund ist aber nicht zu befürchten. Im Gegenteil: Wir gehen davon aus, dass es in Zukunft mehr Hotelmarken, aber immer weniger Hotelgesellschaften geben wird. Wegen der sich kontinuierlich verändernden Gästeanforderungen werden auch weiterhin Nischen bestehen, die mittels neuer Hotelkonzepte und -marken bedient werden können. Vor allem im Bereich Serviced Apartments werden verschiedene Konzepte erarbeitet, die in Zukunft die Markenportfolios der großen Hotelgesellschaften ergänzen könnten.]

// BÜRO //

DIE ZUKUNFT IST JETZT

SO SCHAFFEN SIE EINEN MODERNEN ARBEITSPLATZ



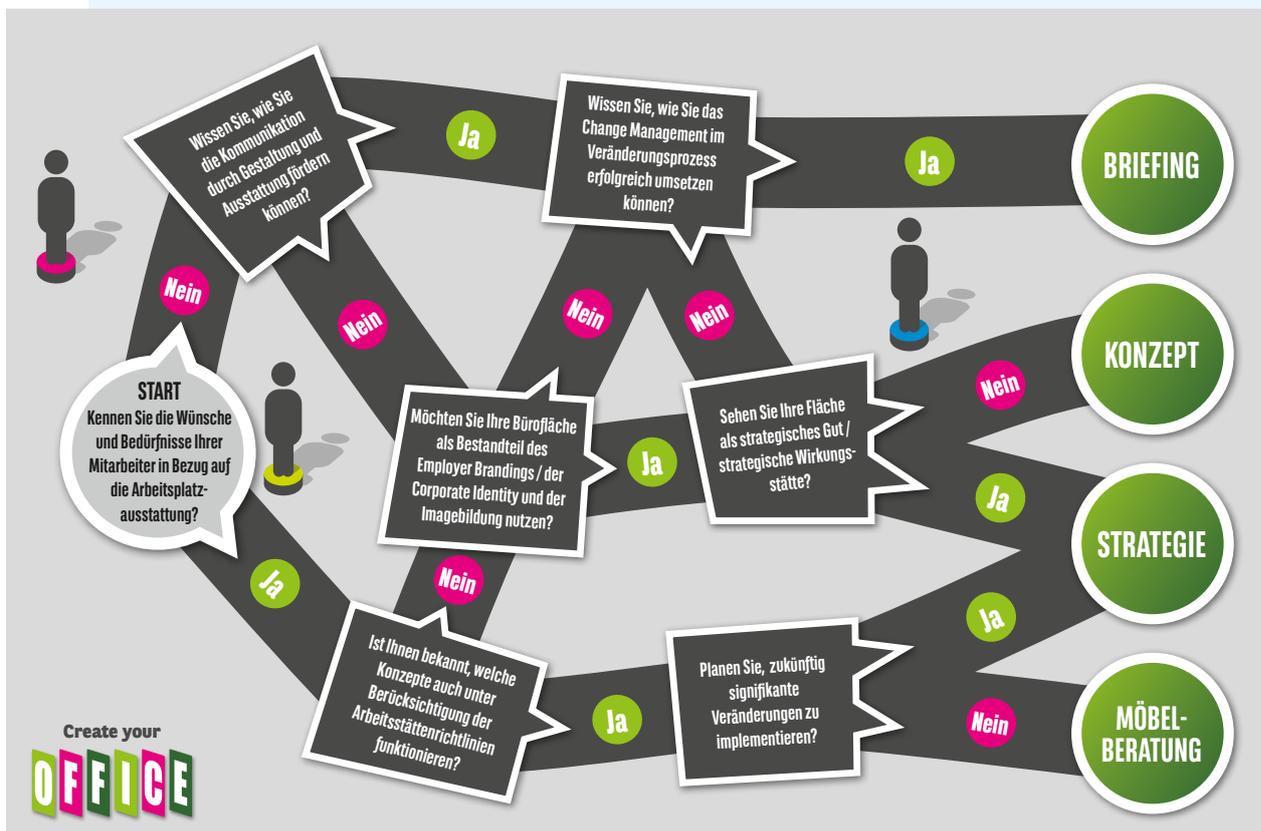
NATASCHA NINIC

Director Project Solutions

[A] Alle diskutieren über Büros der Zukunft, aber die Zukunft ist bereits da. Die Arbeitsgewohnheiten haben sich in den letzten Jahren stark gewandelt: beschreibbare Wände für Prozessvisualisierungen, informelle Räume zur Unterstützung des Wissenstransfers, Orte für Online-Schulungen sowie ruhige Räume, die bibliotheksähnliche Arbeitsbedingungen bieten – das sind die Prioritäten von heute. Daher heißt es in vielen Unternehmen gerade:

„Wir brauchen moderne Arbeitswelten“. Natascha Ninic vom Project Solutions-Team bei BNP Paribas Real Estate weiß: Büroflächen und Arbeitsplatzkonzepte sind ein Prozess, kein Endprodukt. Die Arbeitsplatzgestaltung bedeutet eine ständige Optimierung und Anpassung an neue Bedürfnisse, Anforderungen und Arbeitsabläufe. Aber wie sehen moderne Arbeitswelten aus, und welches Konzept ist das richtige für Ihr Unternehmen?

TESTEN SIE JETZT, IN WELCHEM STADIUM DES WORKPLACE DEVELOPMENT SIE SICH BEFINDEN!





BEST PRACTICE

Für Roquette in Frankfurt entwickelten Natascha Ninic und ihr Team ein maßgeschneidertes Konzept. Für rund 37 Mitarbeiter auf 742 m² wurden die Mieterplanung und das Umzugsmanagement koordiniert sowie eine Möbelberatung und Farb- und Wandgestaltung durchgeführt.



„Wir sind mit unserer neuen Einrichtung sehr zufrieden – sowohl, was die Qualität als auch die Optik betrifft. Wenn ich zurückblicke, muss ich sagen, dass ich viel Spaß hatte, obwohl das Projekt Umzug im Vorfeld eine Horrorgeschichte für mich war.“

Dagmar Klein, Assistenz der Geschäftsführung, Roquette

BRIEFING

Die Erstellung einer Arbeitsplatzbeschreibung reicht von der Definition der Unternehmensziele über die Analyse der Arbeitsstile einzelner Organisationseinheiten bis zur Identifizierung der optimalen Nachbarstandorte. Die Gestaltungsrichtlinien werden auf dieser Grundlage erstellt.

STRATEGIE

Eine Arbeitsplatzstrategie umfasst alle Maßnahmen, die von der Flächensuche bis zum Ablauf der Mietdauer ergriffen werden: von der Definition der Anforderungen über die Planung bis zum Change Management. Dies stellt einen integrierten Ansatz für das Management von Unternehmensflächen dar, der sowohl strategische Ziele als auch funktionale und ästhetische Annahmen umfasst.

KONZEPT

Bei der Erstellung eines Arbeitsplatzkonzepts kommen weitere Instrumente wie beispielsweise Feedbackberichte, Intranet oder Newsletter zum Einsatz, um die interne und externe Kommunikation vorzubereiten und den Change-Management-Prozess zu planen.

MÖBELBERATUNG

Unterstützung bei der Auswahl und optimalen Konfiguration von Möbeln



ENTSPANNUNG UND ZUSAMMENARBEIT

Das Urban Farming trägt zum Wohlbefinden der Mitarbeiter bei und fördert den Teamgeist.



GÄRTNERN AUF DEM FIRMENDACH

Immer mehr Menschen wohnen im urbanen Raum, wollen aber nicht auf ökologische Produkte und auf Gartenarbeit verzichten. Aus diesem Grund gewinnt das Urban Farming an Bedeutung – auch für Unternehmen.

[D] Das Urban Farming bezeichnet die Landwirtschaft im städtischen Bereich. Hierbei werden Gemüse-, Obst-, Blumen- oder Kräutergärten angelegt, um auch auf kommerzieller Basis Produkte für die gesamte Bevölkerung zu liefern.

GUT FÜR STADT, BEWOHNER UND UMWELT

Die Städte und auch ihre Bewohner profitieren gleichermaßen von dieser Entwicklung. Bewohner erhalten so die Chance, einen Teil ihrer Stadt mitzugestalten und können beim Gärtnern neue Kontakte knüpfen. Durch den eigenen Anbau wissen die Konsumenten Lebensmittel außerdem wieder mehr zu schätzen. Natürlich profitiert auch die Umwelt von der städtischen Pflanzenzucht. Urban Farming sorgt unter anderem für kürzere und damit umweltfreundlichere

Transportwege und für den Schutz der Artenvielfalt. Denn wenn die ganze Stadt in verschiedenen Farben blüht, haben auch Insekten wieder mehr Nahrung.

URBAN FARMING BEI BNP PARIBAS REAL ESTATE

All diese Vorteile hat das Headquarter von BNP Paribas Real Estate in Paris erkannt und sich dazu entschlossen, seine Dächer in ein Gärtner-Paradies zu verwandeln: Auf 640 Quadratmetern können Mitarbeiter in Teams drei Quadratmeter mit 71 verschiedenen Früchten, Gemüsesorten und Kräutern bepflanzen und erhalten dabei einen Ertrag von bis zu 25 Kilogramm im Jahr! Damit die Erzeugnisse auch erfolgreich geerntet werden können, unterstützt ein Community-Gärtner. Dieser gibt zudem Koch-Workshops, um zu zeigen, wie die eigenen Produkte weiterverarbeitet werden können.

Ein Teil des urbanen Gartens wird auch für Forschungszwecke genutzt. Gemeinsam mit dem Urban-Farming-Spezialisten Mugo und dem AgroParisTech-Institut wird untersucht, welche Pflanzen am besten in Metropolen wie Paris wachsen. Die Kantine vor Ort profitiert ebenfalls von der urbanen Farm, da sie die Erzeugnisse für ihre Gerichte verwendet.

Und auch die neue BNPPRE-Niederlassung in Hamburg wird aktiv: Im Laufe des kommenden Jahres entsteht eine Blumenwiese auf dem Dach in den Hohen Bleichen. Darüber freuen sich sicher auch die 15.000 Bienen, die seit Sommer 2019 „Untermieter“ im Büro in der Hansestadt sind.



ORTE FÜR URBAN FARMING:

- auf Brachflächen
- auf Grünflächen
- auf Hausdächern
- an Hauswänden
- in Hochhäusern

IN EINER WELT IM WANDEL
**BRINGEN SIE IHRE NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG VORAN.**



WIR BRINGEN INVESTOREN UND GESCHÄFTSIDEEN
ZUSAMMEN, UM NACHHALTIGES WACHSTUM ZU
BESCHLEUNIGEN
www.bnpparibas.de



BNP PARIBAS

Die Bank
für eine Welt
im Wandel

[CHANGE]

Das Magazin von
BNP Paribas Real Estate Deutschland



#BEYONDBUILDINGS

www.realestate.bnpparibas.de

Diese Broschüre ist einschließlich aller ihrer Teile urheberrechtlich geschützt. Eine Verwertung ist im Einzelfall mit schriftlicher Zustimmung der BNP Paribas Real Estate Holding GmbH möglich. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. BNP Paribas Real Estate übernimmt keine Gewähr und keine Haftung für die enthaltenen Informationen und getroffenen Aussagen.

Stand: September 2019 Auflage: 1.800