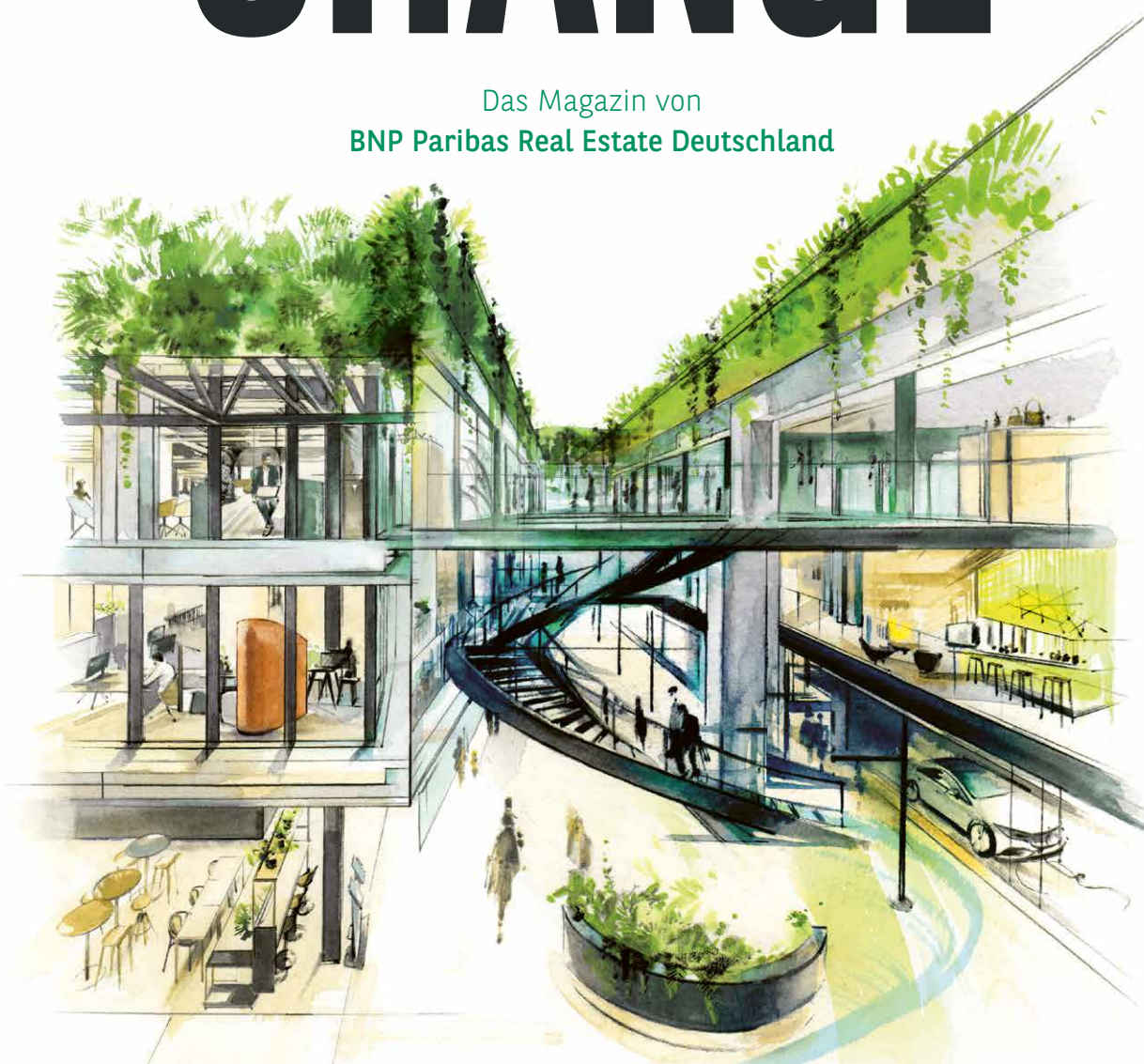


Ausgabe 05

CHANGE

Das Magazin von
BNP Paribas Real Estate Deutschland



IMMOBILIENKONZEPTE VON MORGEN

Über grüne Dynamik, visionäre
Arbeitsplätze und andere Zukunftstrends

06

BÜRO

Zu Gast im Workspace
der Zukunft

22

ESG

Grün, grün, grün
sind alle meine Farben

42

MIXED-USE

Métal 57 – von der Auto-Werkshalle
zum Bürogebäude der Zukunft

ZUKUNFT

IMMER IN BEWEGUNG



Er besucht mehr als 100 Unternehmen, Universitäten und Start-ups im Jahr – die Welt ist Raphael Gielgens Arbeitsplatz, die Zukunft sein Forschungsgebiet.

STETS AUF DER SUCHE



Neben Podcast und Blog führt unsere Kollegin Esther Speckter auch für das Magazin Interviews, recherchiert, schreibt Texte und findet immer wieder Themen, die Sie mit Sicherheit inspirieren.

AUCH IN DIESER AUSGABE DES CHANGE-MAGAZINS DISKUTIEREN WIR MIT EXPERT:INNEN, WIE SIE DIE IMMOBILIENWELT VON MORGEN SEHEN UND WIE SIE DIESE AKTIV MITGESTALTEN.

TIME FOR CHANGE



Nichts ist beständiger als der Wandel, und selten hat sich das Büro schneller verändert. Dieses Thema zu begleiten, gehört zu den Kernkompetenzen des Project Solutions-Teams von BNP Paribas Real Estate in Frankfurt.

WEG VOM UNIFORMEN



Dass wir unter Wohnen heute mehr verstehen, als nur ein Dach über dem Kopf zu haben, weiß Gerhard G. Feldmeyer, geschäftsführender Gesellschafter bei HPP. Für ihn ist es ein Stück Selbstverwirklichung.

VERANTWORTUNG ZEIGEN



Catherine Papillon, Global Head of Sustainability / CSR, weiß, die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR) ist ein strategischer Hebel zur Schaffung langfristiger Werte mit positivem Einfluss auf die Gesellschaft.

VON BERLIN BIS MÜNCHEN



Bundesweit suchen und finden wir mithilfe unserer Kolleg:innen spannende Trends auf dem Investment-, Büro-, Logistik-, Retail-, Hotel- und Wohnimmobilienmarkt.

EDITORIAL



MARCUS ZORN
CEO, BNP Paribas Real Estate Deutschland

„Wir brauchen lösungsorientierte Perspektiven, um die Immobilienwelt von morgen verantwortungsbewusst zu gestalten.“

In Zeiten geopolitischer und wirtschaftlicher Unsicherheiten sind individuelle sowie kollektive Zukunftsperspektiven essenziell, um Krisen verstehen und überwinden zu können. Durch eine lösungsorientierte Auseinandersetzung mit der Zukunft gelingt es oftmals, Unsicherheiten zu reduzieren, Zuversicht zu schaffen und einen Aufschwung des gesellschaftlichen Klimas zu bewirken – das gilt natürlich auch für die Immobilienwelt!

Aus diesem Grund befassen wir uns in der fünften Ausgabe unseres Magazins CHANGE verstärkt mit dem Thema Zukunftsvisionen und präsentieren Ihnen Trends, spannende Entwicklungen und Best Practices aus den verschiedenen Assetklassen der Immobilienwirtschaft.

Wenn es um das Thema Zukunft geht, steht selbstverständlich ESG an erster Stelle: Wir zeigen Ihnen, wie das Thema Nachhaltigkeit in der jeweiligen Assetklasse weiter vordringt und welche Neuigkeiten es im Hinblick auf ressourcenschonende Gebäudekonzepte gibt. Neben Trendthemen aus den Bereichen Hotel, Logistik, Retail und Wohnen erwarten Sie außerdem visionäre Bürokonzepte.

Blicken Sie mit uns anhand unterschiedlicher Projekte an verschiedenen Standorten Deutschlands in die Zukunft der Immobilienwelt.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre!

INHALT



06 BÜRO

Zu Gast im Workspace der Zukunft

10 HOTEL

Die Ferienhotellerie – vom Stapelstuhl zum Investment-Produkt

12 LOGISTIK

Magdeburg: Hidden Champion der Logistikbranche?

14 WOHNEN

Fast Forward in der Quartiersentwicklung

18 IMMOSPRECH (TEIL 1)

Veränderungen, Neuheiten und Zukunftskonzepte in der Immobiliensprache

20 EINZELHANDEL

Expansion in Zeiten der Pandemie – aktive Retailer in Citylagen

22 ESG

Grün, grün, grün sind alle meine Farben

24 BÜRO

Mobilität Next Level – der Hamburger Elbtower

27

HEALTHCARE

Gesundheitsimmobilien im Trend

30

PERSPECTIVES

Bildstrecke: Cities by night

35

WOHNEN

Die Wohnmaschine ist tot – ein Interview mit Gerhard G. Feldmeyer von HPP

38

LOGISTIK

Grüne Dynamik

40

IMMOSPRECH (TEIL 2)

Veränderungen, Neuheiten und Zukunftskonzepte in der Immobiliensprache

42

MIXED-USE

Métal 57 – von der Auto-Werkshalle zum Bürogebäude der Zukunft

44

KOLUMNE A. VÖLKER

Lockdown, Online-Handel, Kauffrust – was tun mit Shoppingcentern?





— BÜRO ZU GAST IM WORKSPACE DER ZUKUNFT

„New Work“, „das Büro von morgen“ oder „der Arbeitsplatz der Zukunft“ – Trendwörter, zu denen bereits alles gesagt wurde? Sabina Blaeser aus dem Project Solutions-Team von BNP Paribas Real Estate hat Raphael Gielgen, Trendscout Future of Work bei Vitra, zum Thema „Büro der Zukunft“ interviewt. Mit ihm betrachten wir die Assetklasse Büro dieses Mal aus einer ganz anderen Perspektive.

Raphael, wie würdest Du Deine Tätigkeit als Future of Work Trendscout bei Vitra beschreiben? Was genau ist Deine Rolle?

Das wesentliche Momentum meiner Aufgabe ist es, Firmen, Kund:innen, Partner:innen, aber auch der ein oder anderen Organisation dabei zu helfen, gedanklich in eine andere Zeit zu kommen: Strategie kann man nur über die Zukunft denken – nicht aus der Gegenwart heraus. Zum einen verlassen wir oft den zeitlichen Kontext nicht, zum anderen auch nicht die Kategorie, in der wir uns befinden; bei Euch wäre das zum Beispiel die Kategorie Immobilienunternehmen. Die Herausforderung an dieser Stelle ist es, Kontext und Kategorie für einen Moment zu verlassen, denn nur über das große Bild stößt man auf wirkliche Opportunities oder auf Probleme. Das ist meine tägliche Arbeit.

Ich glaube, wir haben alle gemerkt, dass sich im Büroalltag etwas verändert hat und dass zuvor vieles aus alter Gewohnheit einfach so weitergelaufen ist. Was bedeutet New Work für Dich?

Die persönliche Perspektive ist eigentlich sehr einfach. Als ich vor 36 Jahren meine Lehre als Schreiner angefangen hatte, hat mein Vater zu mir gesagt: „Raphael, Du kannst machen, was Du willst, Hauptsache, es bereitet Dir Freude! Wenn es Dir keine Freude bereitet, dann kannst Du es direkt sein lassen.“ Ich finde, das drückt schon einen Teil der New-Work-Philosophie aus, und dieser Gedanke ist mir bis heute geblieben. Jetzt beschäftige ich mich damit professionell. Die Zukunft der Arbeit baut nicht auf New Work auf – New Work ist eine Perspektive, die man vor Augen haben muss. Ich

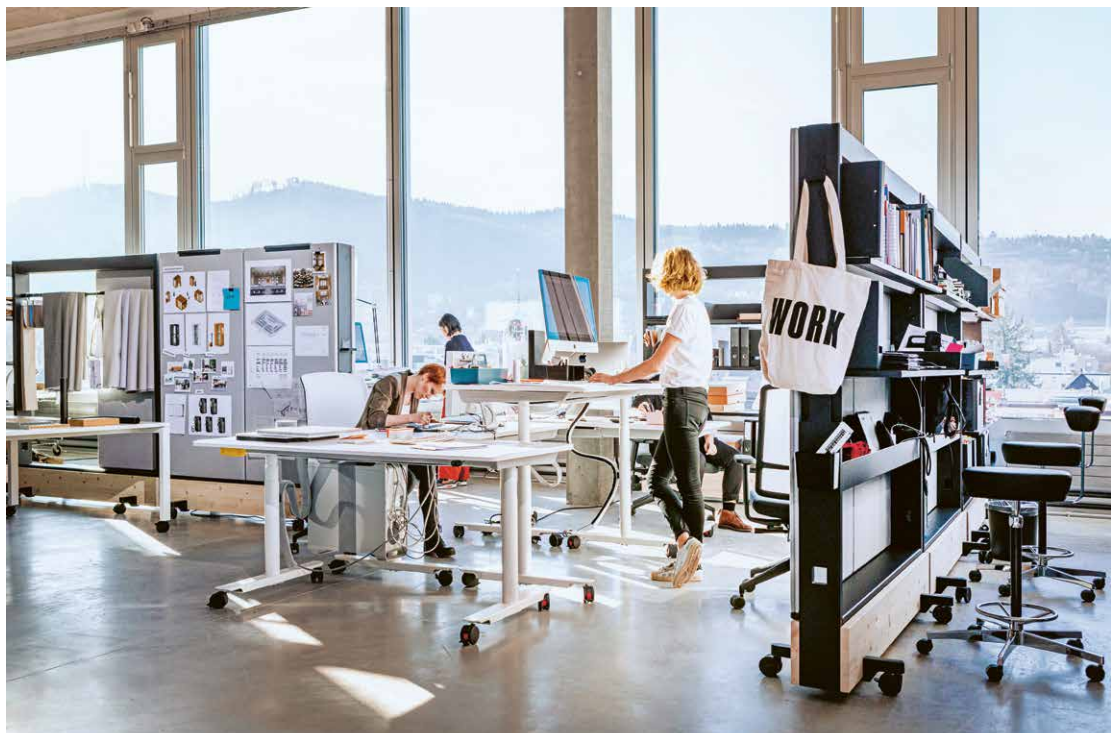
finde, der stärkste Punkt, der uns die nächsten Jahre beschäftigen wird, ist das Maß an Freiheit und Souveränität, welches Mitarbeitende für sich beanspruchen. Das hat es zuvor so noch nie gegeben.

Bei Airbnb zum Beispiel hat man irgendwann im April 2022 festgestellt, dass Buchungen von 25 bis 30 Tagen enorm zugenommen haben und die Leute in den jeweiligen Destinationen keinen Urlaub machten sondern Workation. Brian Chesky, CEO von Airbnb, hat daraufhin seinen eigenen Mitarbeitenden freigestellt, wann und wo sie arbeiten. Und was ist dann passiert? Nach dieser Ankündigung im Netz haben eine Million Menschen sein Jobportal besucht. Das zeigt, wie tief das in uns Menschen drinsteckt, wie eine Art Sehnsucht. Um das noch einmal mit den Worten von Richard David Precht auf den Punkt zu bringen: In einer Arbeitsgesellschaft keine Arbeit zu haben, ist das eine, aber in einer Sinngesellschaft keinen Sinn zu finden, ist eine Katastrophe. Ich würde sagen, auf der einen Seite gibt es das Thema Sinn und auf der anderen die Freiheit und Souveränität. Das ist nicht mehr wegzudenken – unabhängig von Nationalität, Alter und Geschlecht eines Menschen.

In einem Interview sagst Du in Bezug auf herkömmliche Büroformen: „Verschwinden wird erst einmal nichts.“ Was bedeutet das genau? Und ist New Work immer „new“?

Es gibt überall auf der Welt bestehende Mietverträge – die verschwinden nicht so einfach. Es gibt ein Gebäude, das hat seinen Standort und ist real. Das ist keine Software, die irgendwo herumliegt. Und dann gibt es Menschen, die irgendwann einmal einen Vertrag eingegangen sind und das Gebäude mit Leben gefüllt haben. Das verschwindet nicht über Nacht, die Schreibmaschine ist auch nicht über Nacht verschwunden. Aber man bemerkt natürlich Bewegung.

Um auf die Frage zurückzukommen, ob New Work immer „new“ ist. Mal angenommen, Arbeit hat vier Dimensionen: Den Ort der Arbeit, der physisch oder virtuell sein kann, mit wem ich zusammenarbeite und woran und wie – dann findet die stärkste Veränderung am Ort statt. Diesbezüglich ist jetzt viel „new“, was beispielsweise die Tools angeht. Die Kolleg:innen sind die gleichen geblieben, dahingehend hat sich nicht viel verändert. Es gibt also Kategorien, die sind sehr statisch – ich nenne sie „gravities“. Sie haben in der



SCHNELL UND EINFACH

lassen sich mit mobilen Wandelementen Büros für neue Bedürfnisse und Abläufe umgestalten.

Regel etwas mit den Menschen zu tun. Und dann gibt es Kategorien, die lösen sich komplett auf, wie zum Beispiel die Tools. Ich bin davon überzeugt, dass wir über Tools wie beispielsweise Microsoft Teams in drei oder vier Jahren müde lächeln werden.

Wie sieht der Arbeitsplatz der Zukunft aus?

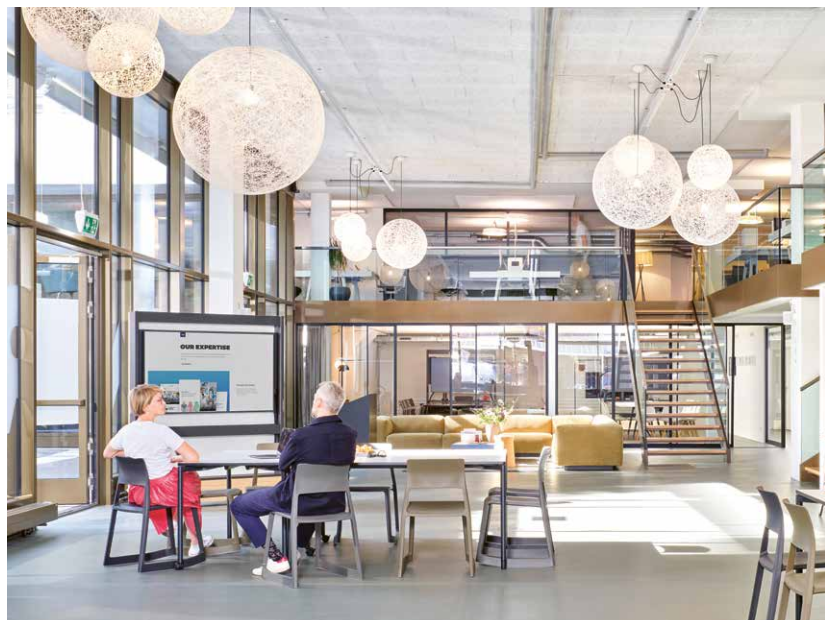
Kannst Du uns Beispiele aus Deiner Arbeit aufweisen?

Bei Vitra haben wir mit dem „Club Office“ letzten Sommer einen Ort geschaffen, der sich flexibel an Bedürfnisse anpasst und dem Team Wertschätzung signalisiert. Es ist ein Ort des Ankommens, der informellen Zusammenarbeit und des Miteinanders. Dieses Konzept setzen wir aktuell bei vielen Firmen um, die sich nach der Pandemie gefragt haben, wie bzw. für welche Arbeit sie ihre Mitarbeitenden wieder ins Büro zurückholen.

Dann fällt mir als Beispiel noch der Film „The Mandalorian“ ein. Für den Dreh gibt es einen Raum, dessen Durchmesser vielleicht 35 Meter beträgt und der aus LED-Panels besteht. Das Studio ist wie ein Kino, und die Wände lassen sich alle bespielen – mit einem Knopfdruck verändert sich die komplette Szenerie. Da fällt dir nichts mehr ein! Ich konnte mich gar nicht mehr sattsehen. Das ist für mich der Arbeitsplatz der Zukunft. Das soll nicht heißen, dass das ein Arbeitsplatz für uns alle ist, aber es ist auf jeden Fall einer der Zukunft. Ich glaube, demnächst werden große Firmen diese Art von Räumen haben, die auf Knopfdruck immersive Umgebungen schaffen können, die zu anderen Entscheidungen führen. Das wird passieren. Für diese Art von Film wurden keine neuen Technologien geschaffen, man hat aber Technologien neu kombiniert, und das ist Teil der Antwort, wie ein Arbeitsplatz der Zukunft aussieht: Die einzelnen Bestandteile sind etwas, was wir jetzt schon kennen, die bestimmte Kombination dieser Bestandteile ist am Ende jedoch etwas, das neu ist.

Wie nimmst Du das Zusammenspiel der einzelnen Marktteilnehmenden (also Makler:innen, Immobilien-Entwickler:innen, Architekt:innen, Fachingenieur:innen, Nutzer:innen) wahr?

Das Zusammenspiel kommt auf jeden Fall zu kurz. Ich möchte in diesem Zusammenhang gerne meinen Freund Dietmar Leyk zitieren. Er ist überzeugt von der sogenannten „Phase 0“, dem Teil der Projektentwicklung, in dem städtebauliche, organisatorische und finanziell nachhaltige Rahmenbedingungen gesteckt werden. Seine Theorie ist, dass die Phase 0, für die es oft kein Budget gibt, den Grundstein für alles legt: für die Verzinsung eines Gebäudes, für ein reduziertes Bauzeit-Fenster oder für die Integration des Gebäudes in der Welt. Ein „Zoom-out“ ist extrem wichtig, und wenn man es richtig macht, führt das dazu, dass unterschiedliche Akteur:innen in unterschiedlichen Intervallen miteinander zu tun haben oder überhaupt an Dingen zusammen arbeiten. Das würden sie ohne dieses Zoom-out vermutlich nie machen.



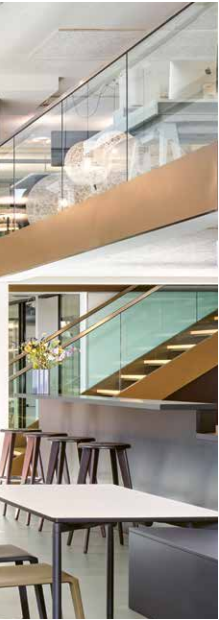
LANGLEBIGE BÜROMÖBEL

ermöglichen es, Arbeitsumgebungen und öffentliche Räume zu gestalten, die den unterschiedlichsten Anforderungen gerecht werden.

Wenn Du könntest, was würdest Du Immobilienunternehmen für die Zukunft an die Hand geben?

Ich bewundere wirklich, wie viele Sachen man gleichzeitig im Kopf haben muss, wenn man in der Immobilienwirtschaft arbeitet. Nimmt man nur einmal das „Pflichtenheft“, d.h.: TÜV, Gesetzeslage, ESG, Taxonomie etc. – da ist ja eigentlich gar kein Platz mehr für das kreative Moment vorhanden. Mein Ratschlag wäre daher, sich unbedingt in die Phase 0 zu begeben, ein Zoom-out zu machen, den Status quo zu verlassen. Ich würde sogar empfehlen, das einmal pro Jahr mit dem Management durchzuführen. Nach ein paar Jahren bekommt man damit ein besseres Gefühl, in welche Richtung ein Unternehmen geht. Ich würde sagen, die Phase 0 ist die Zauberwaffe – der Reisepass in eine neue Zeit. Natürlich kann ein Zoom-out auch weh tun: Produkte, die zuvor vielleicht angesagt waren, verlieren auf einmal ihre Bedeutung, müssen neu überdacht werden.

„Ich würde sagen, die Phase 0 ist die Zauberwaffe – der Reisepass in eine neue Zeit.“



Sind Deine Work Panoramas und die „WHAT IF (...)“-Fragen auf eine ähnliche Weise entstanden?

Ehrlicherweise war das Panorama ein Unfall. Vitra hat sich ja schon immer mit dem Thema „das Büro von morgen“ beschäftigt. Seit 1988 gibt es das Magazin „Workspirit“, das sozusagen ein Projekttagbuch zum Thema Arbeit ist. Das Panorama war zuerst eine Art Sammlung von ganz vielen Konfettis, quasi die Headlines von Artikeln, die wir einfach auf ein großes Papier geklebt haben. Da haben wir erst gemerkt, wie wichtig es ist, im großen Bild zu denken. Das Modell hat sehr schnell Zuspruch gefunden und sich etabliert.

Wir haben uns aus den „Was-wäre-wenn-Fragen“ drei Fragen herausgesucht, die uns als Immobilienunternehmen besonders interessieren und die wir Dir gerne heute stellen möchten:

- Was wäre, wenn Arbeitsplätze, die eine nachhaltige Lebensweise fördern, im Mittelpunkt des 21. Jahrhunderts stehen würden?

Angenommen, der Weg an diesen Ort der Arbeit und das, was dort stattfindet, würden Dich gesund machen. Angenommen, diese Orte der Arbeit wären „Super-Retreats“. Das wäre so, als ob Du an den Tegernsee oder nach Sylt fährst – also ich überzeichne das gerade, aber wie toll wäre das?

- Was wäre, wenn kognitive Gebäudelösungen die Möglichkeit böten, den Energieverbrauch besser zu verwalten, die Betriebskosten zu senken, die Raumnutzung zu optimieren und die Planung und Verwaltung von Immobilien zu vereinfachen?

Ich würde sagen, das ist eine „Was-wäre-wenn-Frage“, die jeder und jede unterschreibt. Es gibt bereits unterschiedliche Referenzpunkte, die die Vorstellungskraft in diesem Zusammenhang anreichern. Ich kann mir vorstellen, dass es zum Beispiel bei der Konzeption des EDGE in Berlin Gedanken gibt, die noch viel weiter darüber hinaus gehen, was wir bereits kennen. Ich gehe auch davon aus, dass Architekt:innen viel weiter sind, als wir denken – nur dass im Moment deren Vorstellungskraft die Umsetzbarkeit sprengt. Mir fallen dazu beispielsweise Unternehmen wie „nabr“ ein, die auf die Mitbestimmung des Einzelnen beim Bau nachhaltiger Wohnimmobilien setzen und nicht an das Prinzip One-size-fits-all glauben.

- Was wäre, wenn der Campus oder der Hauptsitz zu einem Gravitationszentrum für neue flexible, vielseitige und urbane Gemeinschaftsstrukturen würde?

Ja, das wäre toll. Dann hätten wir viel mehr lebensbejahende Arbeitsquartiere, die sehr wahrscheinlich auch über die Arbeitszeit hinaus ein echter Lockstoff für eine Nachbarschaft wären.



DIE DANCING WALL – ein multifunktionales Wandelement als Werkzeug für agiles Arbeiten

Eine Frage zum Abschluss: In einem Interview sagst Du: „Wir haben zwei Jahre lang ertragen, ausgehalten und angenommen. Jetzt ist es an der Zeit, die Zukunft zu gestalten“. Welche Zukunftsvisionen oder Trends kannst Du uns für den Office-Bereich bereits aufweisen?

Das ordnet sich alles dem Begriff Remote First unter: Die Unternehmen haben die Phasen Mobile First und später Cloud First erfolgreich etabliert. Sprich, die Geschäftsmodell-Transformation konnte nur stattfinden, weil man in dieser Art eines Ökosystems gedacht hat. Das Ökosystem Remote First bedeutet nicht, dass man kein Büro mehr hat, sondern, dass es für Deine Firma keine Rolle spielt, an welchem Ort die Kolleg:innen sind. Das dient dazu, dass Du in einer Zeit wie dieser als Unternehmen bestehen kannst.

Das Büro als Begrifflichkeit wird es nicht mehr geben, das löst sich auf. Die zentrale Frage dabei ist: Wie kann man das Büro neu denken, sodass es keine lineare Fortführung der alten Idee ist? Wie gesagt, das ist etwas, was nicht von heute auf morgen passiert – so stand in Unternehmen lange Zeit auch noch eine Schreibmaschine herum, an der noch dieses „eine Formular“ ausgefüllt werden musste.

— HOTEL

DIE FERIENHOTELLERIE

Vom Stapelstuhl zum Investment-Produkt



Der Begriff des „deutschen Ferienhotels“ katapultiert manch einen gedanklich in die Vergangenheit der 80er- und 90er-Jahre zurück: Von der Sonne verblichene Eiscreme-Werbeschilder und rudimentär instandgehaltene Betriebe mit Namen wie „Zum goldenen Anker“. Doch spätestens seit sich der deutsche Hotelmarkt aus der Corona-Krise herausbewegt hat, erleben Urlaubshotels einen Boom.

Wir begeben uns auf eine kurze Reise durch die Zeit und schauen uns das Phänomen des deutschen Ferienhotels und dessen Entwicklung genauer an.

BLICK IN DIE VERGANGENHEIT

„Die deutsche Ferienhotellerie war früher nahezu ausschließlich in der Hand von familiengeführten Betrieben – sie war oft wenig professionalisiert“, erklärt uns Alexander Trobitz, Head of Hotel Services bei BNP Paribas Real Estate. In Konsequenz bedeutete dies weniger Personal, kleinere Anlagen und Häuser sowie häufig ein saisongetriebenes Hotelkonzept. Selbstverständlich litt die Branche dadurch massiv unter der Konkurrenz des internationalen Massentourismus, der betrieblich komplett anders gestaltet war als die hiesige Privathotellerie. Hinzu kam das Problem des Generationenwechsels: Nachkommen in der Familie sahen, oft auch aufgrund schwieriger Destinationen der Hotels und langer Arbeitszeiten, wenig Anreiz, den Familienbetrieb zu übernehmen.

KEHRTWENDE UND NEUE TRENDS

Ab etwa 2010 fand nach und nach ein Umdenken statt: Der Urlaub im eigenen Land wurde spannender, die Saisonalität ließ – auch klimabedingt – nach. Man erkannte: Die Küste hat auch im Winter ihre schönen Seiten und die Berge eignen sich ebenfalls zum Wandern und nicht nur zum Skifahren. Urlauber:innen fingen an, sich Gedanken über ökologischere und damit kürzere Wege in ihre Feriendestinationen zu machen. „Gleichzeitig haben die Menschen, auch durch den Einfluss von Marketingmaßnahmen und insbesondere Social Media, ein hohes Qualitätsbewusstsein und einen gewissen Anspruch an das Ferienhotel und suchen das auch in Deutschland“, leitet Chantal Wahnschaffe, ebenfalls im Team Hotel Services tätig, zum Status quo über.

Nach und nach entstanden so immer mehr Projekte und Marken im Segment der Ferienhotellerie. Durch effizientere Abläufe und Konzepte erzielen die nun größeren Liegenschaften bessere Skaleneffekte. Zudem ermöglichen moderne Buchungssysteme und gezielte Marketingstrategien einen erfolgreichen Vertrieb. Ein konstantes Yield Management führt zu einer deutlichen Performancesteigerung in einem boomenden Marktumfeld für Ferienhotels.

„Die Lessons Learned aus der Stadthotellerie werden auf die Ferienhotellerie übertragen und die damit einhergehende, gesteigerte Profitabilität der Betriebe stellt aktuell mancherorts die Stadthotellerie in den Schatten, sodass entsprechend professionelle Betriebe auch für institutionelle Investoren spannende Investmentprodukte darstellen“, erklärt Chantal Wahnschaffe.

So trennte sich beispielsweise Alexander Winter, CEO Arcona Hotels & Resorts, von seinen Stadthotels: „Wir haben gemerkt, dass der Markt dort enger wird. Auch die Preisentwicklung verlief in Relation flacher als in unseren Leisure-Häusern. Das war für uns der Ausgangspunkt, die Strategie zu ändern und die Ferienhotellerie wieder verstärkt ins Portfolio zu nehmen.“

BOOM DER FERIENHOTELLERIE

Durch die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Reisebeschränkungen ins Ausland erfuhr die deutsche Ferienhotellerie den großen Aufschwung. Unlängst übertreffen die Übernachtungszahlen teilweise das Vorkrisenniveau. Auch auf dem Hotel-Investmentmarkt, versichert uns Alexander Trobitz, besteht große Nachfrage nach renommierten Urlaubshotels an Top-Destinationen – sowohl von deutschen und europäischen institutionellen Investoren als auch von Privatinvestor:innen und Family-Offices – und fügt hinzu, „die Ferienhotellerie ist eines der Teilsegmente, das am zügigsten aus dem Pandemie-Tief herauskam“.

Investoren bemerken, dass das vermeintlich sichere Stadthotel vielleicht doch nicht immer so sicher ist und die Ferienhotellerie unter bestimmten Parametern wie einem guten Standort, solidem Betreiber und Konzept krisenresistent sein kann. Chantal Wahnschaffe schließt unseren Austausch zur Entwicklung der Ferienhotellerie mit den Worten: „Eigentlich lässt sich die Transformation dieses Segments treffend mit der Aussage ‚vom Stapelstuhl zum Investment-Produkt‘ beschreiben.“

2010

2020



SEHNSUCHTSORTE: Im Zuge der Neuausrichtung auf die Freizeit- und Ferienhotellerie fokussiert sich Arcona auf etablierte Urlaubsdestinationen wie Rügen, Sylt und Kitzbühel.



— LOGISTIK **MAGDEBURG: HIDDEN CHAMPION DER LOGISTIKBRANCHE?**

Top-Standorte wie Leipzig oder Berlin, die auf den Immobilienmärkten seit Jahren von Rekord zu Rekord eilen, bieten kaum mehr Flächen für Neuansiedlungen. Gerade in der Logistikbranche, die nicht zuletzt durch den E-Commerce einen sehr starken Schub erfahren hat und sich auch weiterhin im Aufwärtstrend befindet, ist die Nachfrage nach Flächen immens.

In der Podcastfolge „Der Logistik-Boom ist nicht mehr aufzuhalten“ spricht Christopher Raabe, Managing Director und Head of Logistics & Industrial bei BNP Paribas Real Estate, davon, dass anhand der Flächenumsätze eine deutliche Verschiebung hin zu Flächen außerhalb der Ballungszentren erkennbar ist: Standorte wie Hannover oder Nürnberg können auf dem Investorenmarkt ohne Probleme mit den bekannten „Big 7“ mithalten. Während Hannover und Nürnberg somit eigentlich schon zu den Top-Standorten gehören, stellen sich weitere Hidden Champions heraus: „Magdeburg hat sich zu einem ‚Place to be‘ entwickelt – es siedelt sich dort eine Vielzahl an großen, namhaften Nutzern an“, so Raabe im Podcast. Wir möchten wissen, warum das so ist und haben das Phänomen Magdeburg genauer unter die Lupe genommen.

1 Hervorragende Infrastruktur

Als geografischer Mittelpunkt Europas ist Magdeburg verkehrstechnisch optimal angebunden! Und das betrifft nicht nur die Bundesautobahnen (A2 und A14) – Magdeburg liegt zudem an einem Knotenpunkt im Schienennetz der Deutschen Bahn. Darüber hinaus verfügt die Stadt über einen der größten Binnenhäfen Deutschlands mit der längsten Schiffbrücke Europas. Besonders wichtig für Unternehmen ist auch das Luftfrachtdrehkreuz am Flughafen Leipzig/Halle. Die sehr gute Infrastruktur garantiert schnelle Lieferketten. Dies sind alles Faktoren, die die Landeshauptstadt als Logistikstandort trotz steigender Transportkosten an die Spitze stellen.

2 Verfügbare Flächen & Arbeitskräfte

Magdeburg hat etwas, was andere Städte wie Leipzig oder Berlin kaum noch haben: verfügbare, große und ebenerdige Flächen. Für Projektentwicklungen finden sich zahlreiche vergleichsweise preiswerte Grundstücke. Gerade für expandierende E-Commerce-Unternehmen, die kontinuierlich neue Logistikflächen benötigen, ist Magdeburg interessant.

Nicht zuletzt weist die Landeshauptstadt Sachsen-Anhalts ein großes Arbeitskräftepotenzial auf. Durch die Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg (mit ca. 14.000 Studierenden) und die Hochschule Magdeburg-Stendal (ca. 6.000 Studierende) ist zusätzlich ein Nachschub an Fachkräften, die direkt an den Standort gebunden werden können, garantiert. Darüber hinaus befinden sich in Magdeburg einige Forschungseinrichtungen wie z.B. die Helmholtz- und die Leibniz-Gemeinschaft sowie das Fraunhofer- und das Max-Planck-Institut.

3 Grünes Image

Auch in der Logistik-Immobilienbranche ist das Thema ESG nicht mehr wegzudenken. In diesem Zusammenhang trifft es sich für internationale Investoren gut, dass Magdeburg als Modellstadt für erneuerbare Energien steht. So stach Magdeburg mitbewerbende Städte aus Bayern um neue bedeutende Industrieprojekte aus: Der US-amerikanische Halbleiterhersteller Intel entschied sich im Jahr 2022, seine neue Giga-Fabrik dort anzusiedeln. Dabei handelt es sich um eine der größten Firmenansiedlungen der letzten Jahrzehnte in Deutschland; mit

ihr sollen rund 10.000 Arbeitsplätze entstehen. Der Baustart der Fabrik ist spätestens im Frühjahr 2023 anvisiert.



BRANCHENMIX – Der VGP Park Magdeburg-Sülzetal bietet sowohl kleine Einheiten ab 1.000 m² als auch maßgeschneiderte Lösungen für große Logistikbetriebe.

„Der VGP Park Magdeburg-Sülzetal, die Stadt Magdeburg und Sülzetal liegen uns sehr am Herzen. Durch die attraktive Lage zwischen Hannover, Berlin und Polen stellt der Park für unsere Kunden einen wichtigen Dreh- und Angelpunkt dar. Außerdem bietet die Stadt Magdeburg mit über 200.000 Einwohnern und zwei Universitäten hoch qualifizierte Arbeitskräfte.“

Darius Scheible, Geschäftsführer
der VGP Industriebau GmbH

Auch die VGP Industriebau GmbH sieht großes Potenzial im Standort Magdeburg-Sülzetal und hat 2020 mit der Entwicklung eines Gewerbeparks (Gebäudefläche ca. 291.900 m²) im Stadtteil Sülzetal begonnen. Die Logistikimmobilie befindet sich somit in bester Lage, in einem historisch industriell geprägten Gebiet im Südwesten Magdeburgs, der verkehrstechnisch bundesweit optimal angebunden ist. Der VGP Park Magdeburg-Sülzetal ist einer von 36 Parks der Gruppe in Deutschland.



Für mehr Informationen zu **Themen rund um die Immobilienwirtschaft** hören Sie auch den Podcast von BNPPRE.



— WOHNEN **FAST FORWARD IN DER QUARTIERS- ENTWICKLUNG**

Wie wandeln sich Quartiersentwicklungen? Welche Trends treiben die Wohnwelt im Fast-Forward-Modus voran? Und welche sind in aller Munde und trotzdem überbewertet? Ein Gespräch mit Luca Bauernfeind, geschäftsführender Gesellschafter der KAURI CAB Development.



Herr Bauernfeind, halten Sie die Immobilienbranche in Sachen Digitalisierung für gut positioniert? Oder stehen wir eher hintenan?

Luca Bauernfeind: Ich rate zu mehr Augenmaß. Denn meiner Meinung nach wird die Digitalisierung im Wohnimmobiliensektor überbewertet. Beim Thema Verbrauchsdaten, Stichwort Smart Metering, stehen deutsche Anbieter sicherlich noch hintenan, gerade im internationalen Vergleich. Wir haben uns große Wohnimmobilien-Investments in den USA, z. B. von unserem damaligen Partner Blackstone, angesehen. Von deren Datenerhebung sind wir weit entfernt. Wichtig wäre für die Zukunft eine Datenaufbereitung in allen Bereichen: auf Mietenden-, Asset- und Portfolio-Ebene. Durch diese optimierte Datenlage beziehungsweise -transparenz hoffen wir zu verstehen, was die Mieter:innen bewegt – oder was planerisch optimiert werden könnte. Davon profitieren alle Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette, von der Produktentwicklung über das Asset Management bis hin zur Investorensseite. Wenn alle Beteiligten die entscheidungsrelevanten Informationen aus einer Datenquelle erhielten, wäre das ein Meilenstein. Deshalb investieren wir heute verstärkt in PropTechs.



VERNETZTE LEBENSWELTEN, GANZHEITLICHES QUARTIER –

das neue Stadtquartier soll eine Verbindung zwischen der Uferpromenade und der Spandauer Altstadt herstellen.

Versteht man unter Digitalisierung Smart-Home-Anwendungen, dann bin ich eher skeptisch. Es gibt zu viele Apps, unterschiedliche Wartungssysteme und Service-Kontakte. Das ist nicht benutzer:innenfreundlich. Digitalisierung um des Digitalisierens willen nützt niemandem. Folgerichtig setzen wir uns als Unternehmen stark mit dem Thema Lowtech auseinander. Was braucht man tatsächlich? Was ist leicht bedienbar? Was stiftet echten Mehrwert? Im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit stellt sich auch die Frage, ob wartungsintensive Technik verbaut werden sollte, wenn sie kaum benötigt wird.

Können Sie uns einen Einblick ins Unternehmen geben: Was ist derzeit Ihr spannendstes Projekt?

Bauernfeind: Bei einem unserer größten Wohnprojekte, dem Havelufer Quartier in Berlin-Spandau, werden 1.800 Einheiten entwickelt. Dabei legen wir einen besonderen Fokus auf die Außenanlagen, denn auch in der Berlin-City wollen die Bewohner:innen vom naturverbundenen Wohnen profitieren. Deshalb sieht unser Konzept eine 5-km-Joggingstrecke, Callanetics-Anlagen, Baumhäuser, Grillstellen, Kanu-Stationen und Spielplätze vor. Das Quartier wird

auch außerhalb der Wohnung positiv aufgeladen. Zukünftig werden wir mehr über eine Community nachdenken müssen, die sich in besonderer Art und Weise um die Gemeinschaftsflächen kümmert. Im Spandauer Beispiel reden wir von einem Anteil von 3 bis 5 %, das heißt 3.000 bis 5.000 m² Community-Flächen, auf denen wir Trends nachspüren und Angebote u. a. für Sportler:innen, Gamer:innen, Tierliebhaber:innen, Köch:innen und Musiker:innen schaffen.

Community ist sicherlich einer der großen Trends im Quartiersbau. Welche Trends sehen Sie außerdem und was sind langfristige Auswirkungen – z. B. in Bezug auf Wohnformen?

Bauernfeind: Ich glaube, dass eine gewisse Dichte notwendig ist, um interessante Quartiere zu entwickeln. Ab einer bestimmten Größe müssen wir tatsächlich eine Stadt im Miniaturformat abbilden. Warum heißen unsere Lieblingsorte eher Venedig als Europaviertel Frankfurt? Öffentliche Flächen werden meist deutlich stärker frequentiert. Aber verstehen Sie mich richtig, es geht mir nicht um Verdichtung im städtebaulichen Sinn, sondern um das Gemeinschaftsgefühl.

Der zweite große Trend ist die Individualisierung. Zukünftig werden wir uns fragen müssen: Was ist der Bedarf? Es greift zu kurz, nur von Alleinstehenden, Paaren, Familien und Senior:innen auszugehen. Die Frage lautet vielmehr: Was ist die Leidenschaft der neuen Quartiersbewohner:innen? Was sind Überzeugungen und Ideale? Im Havelufer Quartier beantworten wir die Frage mit: „Wir vermieten an Enthusiast:innen“. Das können Sportler:innen, Foodies, Gamer:innen oder Musizierende sein. Man kann an viele Themen anknüpfen.



URBAN FARMING IM HAVELUFER QUARTIER:

Die autofreien Gartenhöfe bieten sich für den Eigenanbau von Gemüse und Kräutern an.

Um diesen neuen Weg zu beschreiten, haben wir uns mit dem Meinungsforschungsinstitut Forsa zusammengesetzt und eine Umfrage unter 1.500 Teilnehmenden durchgeführt. Diese Ergebnisse haben wir in unser Konzept für das Havelufer Quartier einfließen lassen und so die umfassenden Gemeinschaftsflächen entwickelt.

Der dritte Trend ist die Mobilitätswende. Ganz konkret das autonome Fahren, das vieles verändern wird – hinsichtlich der Lage, der Wohnungsgrößen und der Grundrisse. Es wird auch das Stadtbild wandeln – ich denke etwa daran, dass ein Großteil der innerstädtischen Parkplätze nicht mehr benötigt werden wird.

Worin bestehen die größten Herausforderungen, wenn Sie diesen Trends folgen?

Bauernfeind: Herausfordernd ist es zum Beispiel, einen größeren Projektanteil als Gemeinschaftsfläche zu deklarieren – bei der Bank, den Partnern oder Ausführenden. Dafür benötigt man ein starkes Business Development. Denn jede einzelne dieser Flächen muss individuell ausgestattet und später betrieben werden. Für die optimale Planung haben wir deshalb eine Performance-Marketing-Einheit aufgebaut, die besagte Enthusiast:innen identifizieren kann. Ob sich ein lebendiges Stadtquartier mit diesem Anspruch entwickelt, steht und fällt mit dem Mieter:innen-Mix – viel stärker als bei der herkömmlichen Herangehensweise. Um Menschen zusammenzubringen, wollen wir auch bestehende Quartiers-Apps weiterdenken. Die neue Community will und soll sich vernetzen, damit ein guter Kiez entsteht.

„Wir vermieten an Enthusiast:innen. Das können Sportler:innen, Foodies, Gamer:innen oder Musizierende sein.“

Und wo mussten Sie besonders mutig sein, um neue Ideen umzusetzen?

Bauernfeind: Ein Konzept, das sich an den Leidenschaften einzelner Bewohnendengruppen orientiert, führt zu einer deutlich individuelleren Bauweise als ein Standardkomplex für die breite Masse. Hier stellt sich im Besonderen die Frage nach der Zweitverwertung. Zugegeben, das Development ist zunächst kostenintensiver. Später zahlt es sich allerdings aus, weil es andere Zielgruppen mit einer anderen Zahlungsbereitschaft erschließt. Trotzdem ergab sich aus der traditionellen Herangehensweise in der Finanzierung und dem neuen Projektgedanken zunächst ein Mismatch.

Wie profitieren zukünftige Mieter:innen und Eigentümer:innen?

Bauernfeind: Durch das individuelle Konzept entsteht eine höhere Zufriedenheit bei Mieter:innen, die zwangsläufig mit weniger Fluktuation und einer höheren Zahlungsbereitschaft einhergeht. Das ist aber nicht der einzige Vorteil für den/die Eigentümer:in: Wer mehr Zeit im Quartier verbringt, wird dort tendenziell mehr Geld für Serviceleistungen ausgeben. Dadurch erhöht sich der Wallet Share.

Für welche Services werden Mieter:innen beispielsweise bereit sein, künftig zu bezahlen?

Bauernfeind: Die Zahlungsbereitschaft für ein smartes Quartier ist gering. Ich glaube, dass die Spanne zwischen herkömmlichem und smartem Wohnbau zunehmend geringer wird. Schon in einigen Jahren wird „smart“ der neue Standard sein. Aber Mieter:innen werden durchaus bereit sein, mehr für ein gutes Sozialkonzept zu zahlen. Wenn das Apartment mit Werkbank, Yoga-Raum oder Superküche meine Leidenschaft bedient, wird das den Ausschlag geben. Wir erwarten eine erhöhte Zahlungsbereitschaft, die nachhaltig um 10 % über einer Vergleichsmiete liegt.

Welche digitalen Themen halten Sie tatsächlich für nachhaltig oder auch notwendig? Und welche bleiben unterhaltsame Gadgets?

Bauernfeind: Als notwendig erachte ich ein intelligentes Heizungssystem. Lichtsteuerung übers Handy empfinde ich als Spielerei. Wer hier eine komfortable Lösung sucht, installiert einfach mehr Lichtschalter. Als Entwickler denken wir bislang bis zu der Schnittstelle, an der sich User:innen selbst einloggen. Der intelligente Kühlschrank und der smarte Toaster gehören definitiv nicht dazu.

Was brauchen wir unbedingt, was es in Deutschland noch gar nicht gibt?

Bauernfeind: Interessant finde ich ein Quartier in Manhattan, das mit seinen 11.000 Wohneinheiten viel stärker in Richtung Hotel gedacht wurde. Allein 250 Quartiersmanager:innen kümmern sich um alle Belange. Es gibt eine eigene Quartierszeitung und gemeinschaftliche Pools. In diesem Zusammenhang spreche ich nicht über eine Super-Luxusanlage. Die Bewohner:innen verstehen sich als starke Community, mit funktionierendem Sozialleben. Sie organisieren Events, die vom eigenen Fotografen dokumentiert und sogar in die Zeitung gebracht wurden. Wie eine lokale Berichterstattung in der Kleinstadt. Bemerkenswert!

Wie sehen Sie Wohnen in der Zukunft?

Bauernfeind: Ich erwarte, dass das Tempo der Urbanisierung über die sich ändernde Mobilität gedrosselt wird. Zusätzlich beobachte ich persönlich mit Sorge, welchen großen, negativen Einfluss Augmented Reality auf das Miteinander hat. Wenn sich mehr Men-

schen in digitale Realitäten flüchten, wird das soziale Beisammensein abnehmen.

Zu guter Letzt: Für welches Wohnimmobilienthema würden Sie persönlich gerne eine digitale Lösung entwickeln? Auch wenn das noch Zukunftsmusik ist.

Bauernfeind: In der Zukunft würde ich gerne auf Fondsebene eine Art Airbnb etablieren. Eine ähnliche Mietendenklientel, deren Einkommensverhältnisse hinterlegt sind, soll in einer Gemeinschaft Wohnungen tauschen können. Angenommen, wir verfügen über zwei Handvoll Entwicklungen über den Globus verteilt, dann könnten Bewohner:innen aus Manhattan ihr Apartment mit denen aus Spandau tauschen. Im Rahmen der bestehenden Vertragsverhältnisse könnte man beispielsweise über ein Punktesystem ein Budget für Urlaub in der fremden Wohnung ansparen. Eine Wohnung in Berlin bringt dann vielleicht einen Punkt pro Woche, die in New York zehn. Das ist noch keine bis ins letzte Detail durchdachte Idee, aber ein Gedanke, wie man Mehrwert schaffen kann.

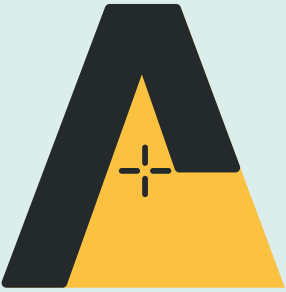
ESG

Zukünftig werden wir verstärkt über Dekarbonisierung im Quartiersbau nachdenken müssen. Nachhaltige Materialien und ressourcenschonendes Bauen allein reichen nicht. Der verbleibende CO₂-Anteil eines Quartiers muss anderweitig ausgeglichen werden. Dazu können nachhaltige Projekte unterstützt werden. KAURI CAB hilft, einen Wald mit Fauna und Flora als Ökosystem zu erhalten. Außerdem denken wir über das S von ESG hinaus: Soziale Aspekte beziehen sich nicht nur auf die Schaffung einer neuen Community, sondern auf den Mehrwert für die Menschen, die im Umfeld leben. Den Governance-Aspekt lebt man im Vertragswesen: Bei unseren Integrated-Project-Delivery-Verträgen stehen alle Beteiligten von der Planung über das Architekturbüro bis zum Bauunternehmen für den anderen ein.



IMMOSPRECH

In einer sich stetig wandelnden Gesellschaft passt sich auch unsere Sprache immer wieder neuen Entwicklungen und Bedürfnissen an: Es entstehen Neologismen, die unabdingbar werden, um Veränderungen, Neuheiten und Zukunftskonzepte zu beschreiben. Wir zeigen Ihnen, welche Trendwörter die Immobilienwelt beschäftigen.



AGILITÄT

Agiles Arbeiten beschreibt in erster Linie die schnelle Anpassungsfähigkeit an sich ändernde Marktbedingungen. Teams eines Unternehmens sind dadurch befähigt, kurzfristig zu agieren und somit langfristig erfolgreich zu arbeiten. Anstatt am Ausarbeiten von komplexen langwierigen Projekten festzuhalten und damit an neuen Entwicklungen vorbei zu planen, bleiben Unternehmen dadurch handlungs- und wettbewerbsfähig. Um agiles Arbeiten im Unternehmen zu ermöglichen, gilt es, starre Strukturen zu durchbrechen und lange bürokratische Prozesse zu vereinfachen, indem man sie in einzelne Schritte mit neuen Impulsen aufteilt.



BIG BOX

Unter Big Boxes versteht man großzügige Logistikansiedlungen ab einer Fläche von ca. 10.000 m². Neben nachhaltigen und energieeffizienten Gebäudekomplexen weisen Big Boxes teilweise intelligente Innenarchitekturen auf. So können diese sich flexibel an unterschiedliche Nutzer anpassen und weisen damit eine höhere Drittverwendungsfähigkeit auf.

BROWNFIELD

Ein Brownfield ist eine brachliegende Fläche, die ehemals industriellen oder gewerblichen Zwecken diente. Oftmals finden sich durch die bisherige Nutzung noch diverse Altlasten. In Brownfield-Flächen stecken dennoch echte Chancen: Durch die Sanierung bzw. Revitalisierung kann oft auf vorhandene Infrastrukturen zurückgegriffen werden. Das ist zum einen ressourcenschonend, zum anderen wirkt es dem Flächenmangel entgegen.



E-MOBILITY

In Zeiten nachhaltiger und klimaschonender Verkehrssysteme beschreibt E-Mobility einen zentralen Begriff. Gerade vor dem Hintergrund der fossilen Energiekrise ist das Thema der Verkehrswende aktueller denn je: Sämtliche E-Mobility-Anbieter drängen auf die Märkte, um ihre Produkte in Citylagen der Großstädte zu präsentieren.



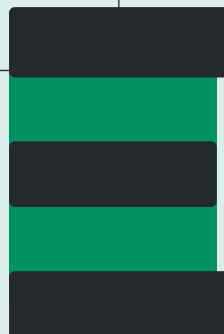
GRAMMABLE

Das Adjektiv „grammable“ beschreibt sinngemäß, ob ein Foto interessant oder ansprechend genug ist, um es in den sozialen Netzwerken zu posten. Gerade neu eingeführte Food-Konzepte, aber natürlich auch neue Retail Brands nutzen die sozialen Netzwerke, um schnell auf sich aufmerksam zu machen und neue Zielgruppen zu erschließen. Eine Neueröffnung ohne Social-Media-Strategie ist heute (fast) nicht mehr vorstellbar.



ESG

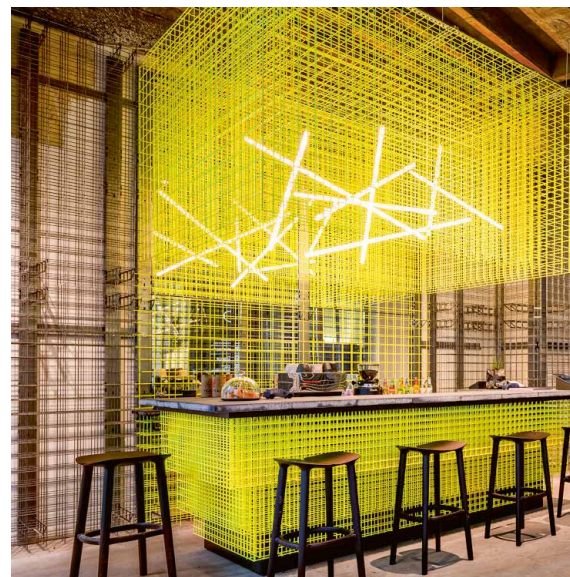
Das „E“ steht für Environmental (Umwelt) und betrifft unter anderem die Faktoren Klima, Ressourcen und Artenvielfalt. Das „S“ steht für Social (Soziales) und umfasst Punkte wie Mitarbeitende, Nutzungskomfort, Sicherheit und Gesundheit. Das „G“ steht für Governance (Unternehmensführung) und beleuchtet Themenbereiche wie Risiko- und Reputationsmanagement, Aufsichtsstrukturen, Compliance und Korruption.



KEEP ON TALKING → S. 40/41

— RETAIL EXPANSION IN ZEITEN DER PANDEMIE

Aktive Retailer in
Citylagen



Retail-Flächen während der Corona-Pandemie anmieten? Das klingt zunächst nach einem Widerspruch. Allerdings zeigt die Expansionsanalyse aktiver Retailer in Citylagen von BNPPRE einen positiven Flächenumsatz in der zweiten Jahreshälfte 2021 und im Frühjahr 2022: Insgesamt lag das Vermietungsvolumen 2021 rund 12 % über dem Vorjahreswert und auch im ersten Halbjahr 2022 wurden rund 200.000 m² Einzelhandelsfläche in Citylagen neu vergeben oder eröffnet.

Expansionen, Übernahmen, Fusionierungen oder Neupositionierungen liefern vielfältige Gründe für Anmietungsentscheidungen in der Pandemie. Wir möchten von Akteur:innen der Branche mehr darüber wissen und haben einige Unternehmen zu ihren Gründen für die Anmietung von Retail-Flächen seit 2020 befragt.

• EXPANSION

Anhand aktueller Vermietungsabschlüsse lassen sich unterschiedliche Motivationen hinter den Expansionsplanungen aktiver Retailer erkennen. Globetrotter (Händler für Outdoor-Artikel) gehört genau wie Dr. Martens (Schuhe) und JD Sports (Sportartikel) mit sieben registrierten Abschlüssen zu den aktivsten Retailern außerhalb der vier Top-Bereiche Gastronomie (anteilig 24 %), Textil (anteilig 23 %), Lebensmittel (anteilig 11 %) und Körperpflege (anteilig 10 %).

„Der stationäre Einzelhandel wird auch künftig eine große Bedeutung haben, wenn er seine Stärken richtig spielt. Da unser Konzept nicht auf einen kurzfristigen Erfolg ausgerichtet ist, haben antizyklische Standortentscheidungen somit eine hohe Attraktivität.“



ANDREAS BARTMANN

Geschäftsführer Globetrotter Ausrüstung GmbH



GEAR UP MIT LYNK & CO –

die Clubs sind ein Weg, sich mit der Community zu vernetzen.

Die verbesserten Corona-Aussichten im Zusammenspiel mit einem deutlich vergrößerten Flächenangebot in Citylagen setzten seit dem zweiten Halbjahr 2021 die Rahmenbedingungen für das spürbar beschleunigte Vermietungsgeschehen. „In Zeiten, in denen Expansionsentscheidungen vor dem Hintergrund der sich fortsetzenden geopolitischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten getroffen werden müssen, bieten die Top-Märkte zumindest bei der Standortwahl das höchste Maß an Sicherheit“, fasst Christopher Wunderlich, Head of Retail Advisory bei BNP Paribas Real Estate, zusammen. Auch Retailer aus dem Bereich E-Mobilität nutzen die Citylagen als Plattform. Zu der Kategorie der Labels, die erst seit Kurzem in der deutschen Einzelhandelslandschaft anzutreffen sind, zählen beispielsweise die beiden internationalen E-Automarken Polestar und Lynk & Co. Zusammen mit den zahlreichen Abschlüssen verschiedener Fahrrad-Brands stehen sie als Beispiel für die aufstrebende (E-) Mobilitäts-Branche, die inzwischen eine wichtige Nachfragegruppe auf dem Retail-Vermietungsmarkt darstellt.

„Lynk & Co hatte schon fast zwei Jahre eine europäische Onlinepräsenz, weshalb unsere Produkte und Dienstleistungen bereits vor Ausbruch der Pandemie verfügbar waren. Die Entscheidung, unser Club-Netzwerk aufzubauen, haben wir getroffen, um sicherzustellen, dass wir sofort loslegen können, sobald sich die Lage wieder normalisieren würde. Jetzt, da sich die Pandemie beruhigt hat, sind wir bestens darauf vorbereitet, unsere Kund:innen persönlich zu empfangen. Die Anmietung während der Pandemie hat uns somit einen gewissen Vorsprung verschafft,“ kommentiert Lynk & Co von offizieller Seite.

• ÜBERNAHMEN UND FUSIONEN

Neben der Expansion gehören auch Restrukturierungen, Übernahmen und Fusionen zu den Gründen für Anmietungen während der von der Pandemie geprägten Jahre. Der Bekleidungshersteller und Handelskettenbetreiber s.Oliver weist beispielsweise seit Jahresmitte 2021 vier Deal-Abschlüsse in den größten Shoppingmetropolen vor. Zudem entscheidet sich das Unternehmen für die Rückkehr seiner Filialen in Top-Lagen wie z.B. die Mönckebergstraße in Hamburg, die Frankfurter Zeil oder die Neuhauser Straße in München.

Nicht zuletzt spiegelt sich die beschriebene Vermietungsdynamik auf dem Retailmarkt auch in den Nachfrageimpulsen aus dem Ausland wider: Mit einem Beitrag von über 26 % stellt sich das Vermietungsgeschehen nach einer Analyse von BNPPRE (Stand Jahresmitte 2022) so international dar wie zuletzt 2018, wo 30 % der Abschlüsse auf Labels entfielen, die ihren Hauptsitz außerhalb von Deutschland haben. Vor allem in den A-Städten lässt sich beobachten, dass internationale Marken bei ihrer Ausweitung des Filialnetzes auf den deutschen Einzelhandel setzen: Mit über 52 % der verzeichneten Vermietungen und Eröffnungen entfällt hier mehr als jeder zweite Deal auf Retailer aus dem Ausland.

Christoph Scharf, Geschäftsführer der BNP Paribas Real Estate GmbH und Head of Retail Services, gibt abschließend noch seine Einschätzung zur Vermietungsdynamik auf dem Retailmarkt ab: „Der erste Schritt für eine spürbare Wiederbelebung des Vermietungsmarkts ist demnach gemacht. Noch bleibt abzuwarten, ob und wie lange der Aufschwung anhalten wird – dies dürfte sich im zweiten Halbjahr 2022 zeigen. Für den Moment freuen wir uns aber, dass er da ist!“



WARUM ESG „PLÖTZLICH“ auch in der Immobilienbranche in aller Munde ist, erläutert der Nachhaltigkeits-Experte regelmäßig in unterschiedlichen Foren.

— ESG

GRÜN, GRÜN, GRÜN SIND ALLE MEINE FARBEN

Ob ESG-konforme Portfolio-Ausrichtungen, Klimapfade und Green-Building-Zertifizierungen für einzelne Assets, marktgerechte, nachhaltige Nutzungskonzepte für einen Neubau oder die Begleitung eines Investors bei der Objektakquisition – in Hermann Horsters Arbeitsalltag dreht sich alles um das Thema Nachhaltigkeit. Wir erwischen den Head of Sustainability von BNPPRE auf dem Weg zu seinem nächsten Vortrag und erhalten von ihm einen Einblick in seine tägliche Arbeit.

ESG: VOM TREND ZUM MUST-HAVE

So viele grüne Gebäude sind innerhalb eines Jahres noch nie an- und verkauft worden“, betont Hermann Horster gleich zu Beginn unseres Gesprächs. Er erklärt uns, dass das Thema ESG aus der Immobilienwirtschaft nicht mehr wegzudenken sei und sich spätestens mit dem Inkrafttreten der Taxonomie- und Offenlegungsverordnung von einem Trend zu einem Must-have entwickelt habe.

Und das ist längst nicht alles: Der Bedeutungszuwachs der ESG-Faktoren in der Immobilienwirtschaft schlägt sich auch deutlich sichtbar in den Zahlen nieder. So hat das Investmentvolumen in zertifizierte Green Buildings in Deutschland 2021 mit circa 12,4 Mrd. € ein absolutes Rekordniveau erreicht. Auch der relative Anteil am Gesamtvolumen der Single Asset Deals bricht mit 25,7 % alle Rekorde – jeder vierte Euro, der in Deutschland in Gewerbeimmobilien investiert wurde, floss also in nachhaltig zertifizierte Gebäude. Besonders institutionelle Core-Anleger waren wieder sehr aktiv – Versicherungen sowie offene und geschlossene Fonds investierten jeweils mehr als die Hälfte ihres Anlagevolumens in zertifizierte Green Buildings. Wir beobachten dabei einen differenzierten Markt: Große institutionelle Anleger, die der Taxonomie unterliegen, sind sehr gut informiert und haben anstelle eines/einer einzelnen ESG-Verantwortlichen mittlerweile ganze Teams gebildet, die sich den Nachhaltigkeitsthemen widmen. Bei Family Offices und Privatinvestor:innen, die immerhin 90 % der Marktteilnehmenden ausmachen, steht zum Thema ESG oft noch ein Fragezeichen. „Dennoch besteht auch bei ihnen der Wille, sich in das Thema ESG einzuarbeiten, auch wenn sie von der Taxonomie nur mittelbar betroffen sind“, berichtet uns Horster aus seiner täglichen Arbeit.

Büroobjekte waren auch 2021 wieder die wichtigste Assetklasse auf dem Green-Building-Investmentmarkt (über 81 %), was unter anderem auf das große Interesse der Mieter an zertifizierten Büroflächen zurückzuführen ist. Trotz der durch COVID-19 deutlich verstärkten Debatte über mögliche Auswirkungen von Homeoffice auf die Ent-



CANYON FRANKFURT CBD –
neben einer grünen Fassade und großflächigen Dachgärten werden im CANYON zahlreiche weitere ESG-Maßnahmen implementiert.

wicklung der Büroflächen zeigt die konkrete Nachfrage nach zertifizierten Flächen sich hiervon weitgehend unbeeindruckt. Im Gegenteil: ESG spielt bei Anmietungen immer häufiger eine Rolle, weiß Hermann Horster aus der Praxis. Bei größeren Corporates ist es inzwischen Standard, nach Gebäudezertifikaten, CO₂ je Quadratmeter oder erneuerbaren Energien im Objekt zu fragen. Und auch soziale Aspekte wie das ‚Well-being‘ der Nutzer:innen mit Luftqualität, Licht, Akustik und Wärmeregulierung oder nachhaltiger Mobilität (ÖPNV-Anbindung, überdachte Fahrradstellplätze, Wallboxen für E-PKWs) sind gemäß Horsters Erfahrung von hoher Relevanz bei der Auswahl einer Mietfläche.

Auch 2021 hat das Nachhaltigkeits-Team von BNPPRE einen deutlichen Anstieg von Zertifizierungen festgestellt. Mittlerweile sind rund 2.600 Gebäude in Deutschland zertifiziert. Die Vergabe von Green Building-Zertifikaten entwickelt sich analog zu den aktuellen Markttrends, sodass vor allem die Bedeutung der Logistikobjekte zugenommen hat, wohingegen sie im Einzelhandel rückläufig ist. COVID-19 hat auch im Bereich der Nachhaltigkeit wie ein Katalysator auf den ohnehin bestehenden Trend zum Internet-Shopping zugunsten der Logistikdienstleister und zulasten des stationären Einzelhandels gewirkt. Deutlicher Marktführer im Bereich der Green-Building-Zertifikate bleibt weiterhin die DGNB vor BREEAM und LEED.

TREND THEMEN IN DER NACHHALTIGEN PROJEKTENTWICKLUNG

Anfang 2020 steckten Nachhaltigkeitsthemen wie Holzhybrid oder Cradle to Cradle in der Immobilienwelt noch überwiegend in den Kinderschuhen – es gab bundesweit nur sehr wenige Projektentwicklungen. Mittlerweile lässt sich diesbezüglich aber eine große Nachfrage von Investoren erkennen, der jedoch nach wie vor ein sehr begrenztes Angebot gegenübersteht. Gerade die Holz-Hybrid-Bauweisen sind in der Immobilienwirtschaft recht begehrt.

Zugleich gibt es spannende Entwicklungen in Richtung einer CO₂-ärmeren Betonproduktion. Dabei stellt sich aber unter anderem die Frage, ob der Neubau an sich überhaupt noch zeitgemäß ist. Insbesondere, wenn ein Bestandsgebäude abgerissen und dann konventionell mit ungefähr gleicher Nutzung und Fläche neu errichtet wird, ist dies aus Sicht der Klimakrise ein schwieriges Thema. Eine Bestandsanierung als Alternative würde weniger als die Hälfte der CO₂-Emissionen des Neubaus verursachen. Gesamtheitlich betrachtet „benötigen diese Prozesse jedoch noch Zeit. Größere Vorhaben, ob Sanierung oder Neubau, brauchen von der ersten Projektidee bis zur Fertigstellung mehrere Jahre. Projektentwicklungen, die also jetzt vermietet und veräußert werden, wurden vor vielen Jahren geplant und reflektieren überwiegend noch nicht die jüngsten Entwicklungen. So etwas geht leider nicht von heute auf morgen“, schließt Horster unser Gespräch ab.

DIE TOP-ETAGEN
des Elbtowers bieten einen für
Hamburg ungewöhnlich luftigen
Überblick über die Stadt.

— STÄDTE
IM WANDEL —

MOBILITÄT NEXT LEVEL — DER HAMBURGER ELBTOWER



HEIKO FISCHER
Managing Director /
Regional Director Hamburg
bei BNPPRE



TIMOTHEUS WERNER
Associate Director
Office Advisory bei BNPPRE



TORBEN VOGELGESANG
Niederlassungsleiter bei
SIGNA Real Estate Hamburg

Bereits in der vierten Ausgabe unseres CHANGE-Magazins haben wir über Trends im Hinblick auf Immobilien und die Mobilitätswende berichtet und schnell gemerkt, dass das eine ohne das andere nicht funktionieren kann. Sei es Logistik, Büro oder Wohnen – in allen Bereichen der Immobilienwelt wird beim Thema Ladeinfrastrukturen, Elektro-Ladestationen, Parkflächen etc. umstrukturiert und aufgerüstet.

Wir möchten wissen, wie Immobilien und Mobilität in der Praxis ineinandergreifen und haben uns mit Torben Vogelgesang von SIGNA Real Estate Hamburg sowie Timotheus Werner und Heiko Fischer von BNPPRE zum Projekt Elbtower in der HafenCity ausgetauscht.

Herr Werner und Herr Fischer, eine allgemeine Frage zu Beginn unseres Gesprächs: Durch Einschränkungen des PKW-Verkehrs und den Umstieg auf ÖPNV und andere Verkehrsträger verändert sich die Erreichbarkeit von Lagen oder Immobilien. Wie verändert sich damit der Wert der Immobilie in der City?

Timotheus Werner: In der Hamburger Innenstadt laufen alle ÖPNV-Verbindungen zusammen, weshalb die Erreichbarkeit hier für größere Unternehmen ideal ist. Ein zentraler und attraktiver Firmenstandort wird immer wichtiger, denn gerade durch flexible Arbeitszeitmodelle ist es die große Herausforderung, den Arbeitnehmenden Anreize zu schaffen, um die Büros auch am Wochenanfang und -ende zu füllen und einen identitätsstiftenden Ort zu schaffen.

Heiko Fischer: Die Flächennachfrage übersteigt derzeit deutlich das Angebot in der Innenstadt und der HafenCity. Vor allem zentrale Standorte werden sicher weiterhin an Wert gewinnen. Mietsteigerungen – nicht nur verursacht durch die Baukosten und Finanzierungskosten – werden von den Mietern akzeptiert.

Herr Vogelgesang, wie sehen Sie das? Welchen Einfluss hat die Mobilitätswende auf die Immobilienwelt?

Torben Vogelgesang: Die Menschen in Hamburg haben ein anderes Bewusstsein dafür entwickelt, wie sie unterwegs sein wollen. Wo früher der Tiefgaragenstellplatz die Norm war, steigen heute vermehrt Mitarbeitende auf das Rad oder den öffentlichen Nahverkehr um. Wir erleben beispielsweise, dass der Dienstwagen immer uninteressanter wird und neue Mobilitätsformen zum neuen Standard werden. Damit ändern sich die Anforderungen an Gebäude: Flächen und deren Nutzung müssen flexibel bleiben und sich an den Entwicklungsstand und die Bedürfnisse der Nutzer:innen über die Zeit anpassen lassen.

Der Elbtower soll zu einem Knotenpunkt in Hamburgs Verkehrssystemen werden – wie soll das genau aussehen? Von welchen Mobilitätskonzepten sprechen wir?

Vogelgesang: Konkret geht es darum, verschiedene Angebote zu machen. Der Elbtower ist beispielsweise Teil des ambitionierten Smart-Mobility-Konzepts der östlichen HafenCity. Ziel dieses Projekts sind nachhaltige Mobilitätsstrukturen und -optionen. So ist der Elbtower direkt an die Autobahnnetze und das öffentliche Verkehrsnetz angebunden. U- und S-Bahn-Station liegen ebenfalls direkt vor der Tür. Darüber hinaus bietet das Gebäude ein großzügiges, modernes Parkhaus, nicht nur für Autos, sondern vor allem auch für Fahrräder, und ist ausgestattet mit Ladestationen für E-Bikes und einer Pick-up-Zone fürs Bike-Sharing.

Herr Fischer, Sie haben ja schon eine Vielzahl an Projekten begleitet – wie unterscheidet sich die Betreuung des Elbtowers von anderen Mandaten?

Fischer: Der Elbtower ist aktuell das spektakulärste Bauvorhaben Hamburgs und setzt in vielerlei Hinsicht neue Maßstäbe. Wir dürfen hier Flächen in Höhen vermieten, die ansonsten in Hamburg undenkbar sind. Im östlichen Bereich der HafenCity entsteht ein völlig neues Quartier, dass die Hamburger:innen sich noch gar

nicht vorstellen können und welches man ihnen zunächst auf dem Papier erklären muss. Teil dieser neuen städtebaulichen Entwicklung zu sein, ist eine große Herausforderung, die wir mit viel Freude angehen. Die zahlreichen Mietvertragsabschlüsse, die bereits weit vor Baufertigstellung geschlossen wurden, zeigen, welche Anziehungskraft das Gebäude mit sich bringt.

Werner: Ich möchte ergänzen, dass die Vielseitigkeit des Gebäudekonzepts sicher einzigartig ist für Hamburg. Der Elbtower schafft für seine Nutzer:innen einen Ort, an dem für alles gesorgt ist und gleichzeitig ist das Gebäude auch für die Öffentlichkeit und alle Hamburger:innen zugänglich und durchlässig. Diese Kombination ist einmalig für Hamburg!

Herr Vogelgesang, eine Frage zum Schluss: Der Elbtower weist als spektakulärste Projektentwicklung Hamburgs viele herausragende Eigenschaften auf. Welches Merkmal begeistert Sie persönlich am meisten?

Vogelgesang: Da gibt es in der Tat viele: Die Chipperfield-Architektur, die Dachterrasse, die einen sensationellen Ausblick auf Hamburg erlaubt, oder die Nutzungsvielfalt. Besonders stolz bin ich aber darauf, dass der Elbtower durch sein intelligentes Energiekonzept CO₂-neutral betrieben werden kann. ———

MOBILITÄT ALS SERVICE – der Elbtower ist eng eingebunden in das Mobilitätskonzept der HafenCity, das vor allem den klassischen Autoverkehr reduzieren will.



— HEALTHCARE **GESUNDHEITSIMMOBILIEN** **IM TREND**

Der Hype um Gesundheitsimmobilien startete nicht erst mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie; bereits zuvor galt diese Assetklasse als sicherer Hafen mit Renditepotenzial. Das Jahr 2020 verschärfte den Boom: Mit knapp 4 Mrd. € Investmentvolumen wurde das Vorjahr 2019 um 68 % übertroffen. Die fulminanten Marktzahlen des ersten Halbjahres 2022 mit über 2 Mrd. € zeigen, dass sich die Assetklasse fortwährend etabliert und die Nachfrage von Investoren stetig wächst.

Warum das Interesse an Gesundheitsimmobilien so groß ist? Wir stellen Ihnen fünf Punkte vor, die den Healthcare-Immobilienmarkt beschäftigen und vorantreiben und geben einen Ausblick auf künftige Herausforderungen des Segments.



MARLON SCHRAMM
Consultant Healthcare Services
BNP Paribas Real Estate

„Der Healthcare-Investmentmarkt vermeldet auch in diesem Halbjahr weitere Top-Werte und trotz der Corona-Krise nun auch dem sich verändernden Zinsumfeld. Die steigende Nachfrage auf den Nutzermärkten dürfte auch in Zukunft für gut laufende Investmentmärkte sorgen und die Dynamik auf hohem Niveau aufrecht halten. Zudem gibt es ein immer größeres Investoreninteresse an der Assetklasse, das nicht zuletzt durch das Thema ESG weiter an Wichtigkeit gewinnt.“

BETREUTES WOHNEN ETABLIERT SICH

Der Markt für betreutes Wohnen hat sich fest etabliert und ist aus den Kinderschuhen herausgewachsen. Anfänglich war diese Wohnform für gut situierte Senior:innen mit hohen Renten und Vermögen vorgesehen. Die Entwicklung von neuen betreuten Wohnkonzepten berücksichtigt immer öfter den Bedarf nach bezahlbarem Wohnraum. Konzepte neuer Betreibergesellschaften orientieren sich an den regional verfügbaren Renten und passen ihr Leistungsangebot an. Zudem arbeiten sie daran, die Gesamtkosten für ein umfangreiches Service-Angebot inklusive der Miete weiter zu reduzieren. Kostenvorteile hinsichtlich der Konzeption, Baukosten und Service-Partner der Immobilie sollen zur Preisführerschaft im Healthcare-Bereich beitragen.

• DEMOGRAFISCHE ENTWICKLUNG

Die Zahl der Pflegebedürftigen hat seit 2020 jährlich um rund 300.000 Personen zugenommen – das macht ein Plus von 6,6 %. Diese pflegebedürftigen Menschen leben in circa 12 Mio. Senior:innen-Haushalten, wovon lediglich 1 Mio. Wohnungen als weitestgehend barrierefrei bzw. altersgerecht einzustufen sind. Für die deutliche Mehrheit älterer Menschen bedeutet dies, dass aktuell die Voraussetzungen für ein selbstständiges und selbstbestimmtes Leben im vertrauten Wohnumfeld, unter dem Aspekt der Barrierefreiheit, nicht gegeben sind. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, sind altersgerechte Wohnformen zunehmend im Fokus von Projektentwicklern und Investoren.



Von den rund 12 Mio. Haushalten für Senior:innen verfügen nur ca. 1,0 Mio. bzw. 8 % über eine weitestgehend barrierefreie Wohnung (altersgerecht).

Quelle der Grafik: BFW-Research aus der KDA-Studie

• WEITERENTWICKLUNG DER WOHNKONZEPTE

Konzepte für betreutes Wohnen werden immer vielfältiger. Längst sind Senior:innen-Einrichtungen nicht mehr nur am Stadtrand zu finden. Viele Senior:innen möchten in lebendigen Quartieren einen autarken Lebensstil führen können, so lange es möglich ist. Je nach Betreuungsbedarf gibt es eine ideale Versorgungsform. Im betreuten Wohnen hat sich die Kombination mit einer Tagespflege und/oder einer Pflege-Wohngemeinschaft bewährt. Für spezielle Krankheitsbilder werden beispielsweise Demenz-Wohngemeinschaften oder Einrichtungen mit Tagespflege angeboten, für Beatmungspatient:innen Intensivpflege-Wohngemeinschaften betrieben.

• ESG IST DREH- UND ANGELPUNKT

Für Investoren ist der Aufbau von ESG-konformen Immobilienbeständen inzwischen essenziell. Mit nachprüfbareren Kriterien in den Bereichen Umwelt (Environment), Soziales (Social) und verantwortungsvoller Unternehmensführung (Governance) ist das Leitbild für zukünftige Investitionen definiert. Pflege und Wohnen sind die Grundpfeiler in einer sozialen Gesellschaft, daher gehören Senior:innen-Wohnimmobilien, Immobilien mit Tagespflege oder ähnliche Konzepte zu der Kategorie „Immobilien mit gesellschaftlichem Nutzen“. Der „Run“ auf ESG-konforme Immobilien ist daher auch in dieser Assetklasse besonders groß und führt in Bieterverfahren zu Höchstpreisen. Die Spitzenrenditen sind im ersten Halbjahr 2022 trotz Zinsanhebung stabil geblieben.



ISABELLA CHACÓN TROIDL

Geschäftsführerin, CIO
BNP Paribas Real Estate Investment Management
Germany GmbH

„Gestützt durch solide fundamentale demografische Trends, welche die Nachfrage strukturell stärken, erwarten wir, dass der Healthcare-Sektor andere Anlageklassen weiter outperformt. Dabei wird in Zukunft mehr und mehr auch die Ausrichtung hin zu Mixed-use-Objekten und -Quartieren gehen, welche hinsichtlich urbaner Annehmlichkeiten und Well-Being die Bedürfnisse der Bewohner:innen stärker bedienen können. Gleichzeitig sehen wir eine erhebliche Notwendigkeit für Investitionen in den Immobilienbestand, um ein würdiges Älterwerden zu ermöglichen und gleichzeitig unserer Verantwortung in Bezug auf die Nachhaltigkeit der Immobilien gerecht zu werden.“

• PERSONALMANGEL IN DER PFLEGE

Für die Erbringung von Pflege- und Serviceleistungen in Pflegeheimen und betreuten Wohnanlagen wird entsprechendes Personal benötigt. Laut Statistischem Bundesamt waren im Jahr 2019 insgesamt 796.489 Personen in vollstationären Pflegeheimen beschäftigt und ca. 421.550 Personen in ambulanten Pflegediensten. Das hierfür benötigte Personal in ausreichender Quantität und Qualität zu akquirieren, erweist sich als große Herausforderung für die Betreibenden. Die Gründe liegen zum einen in den Lagen der Immobilien – in ländlichen Gebieten ist die Verfügbarkeit von Personal geringer als in Städten –, zum anderen ist die Überalterung der Pflegekräfte selbst so hoch, dass rund 10 % des Personals in den nächsten drei Jahren in Rente gehen und dem Arbeitsmarkt nicht mehr zur Verfügung stehen werden.

Der steigende Bedarf an Pflegekräften wird neben Ausbildungsreformen besonders durch ausländisches Personal gedeckt. Die fehlende Verfügbarkeit von Pflegekräften ist für einige Betreibenden ein Hemmnis in der Expansion und beim Ausbau weiterer Versorgungsangebote. Bei den Betreibenden lässt sich erkennen, dass diese sich zu immer größeren Gesellschaften konsolidieren und ihre Dienstleistungen weiter professionalisieren. Dies könnte für Angestellte positive Nebeneffekte mit sich bringen, da Effizienzgewinne oftmals höhere Gehälter bzw. bessere Arbeitsbedingungen hervorgerufen.



DIE LANDESHAUPTSTADT DÜSSELDORF wies im Rahmen eines Investorenauswahlverfahrens ein Erbbaugrundstück aus, das für ältere Nutzer:innen sowie Menschen mit Beeinträchtigung konzipiert werden soll.

— PERSPECTIVES

CITIES BY NIGHT



Kevin Ruppert

FRANKFURT

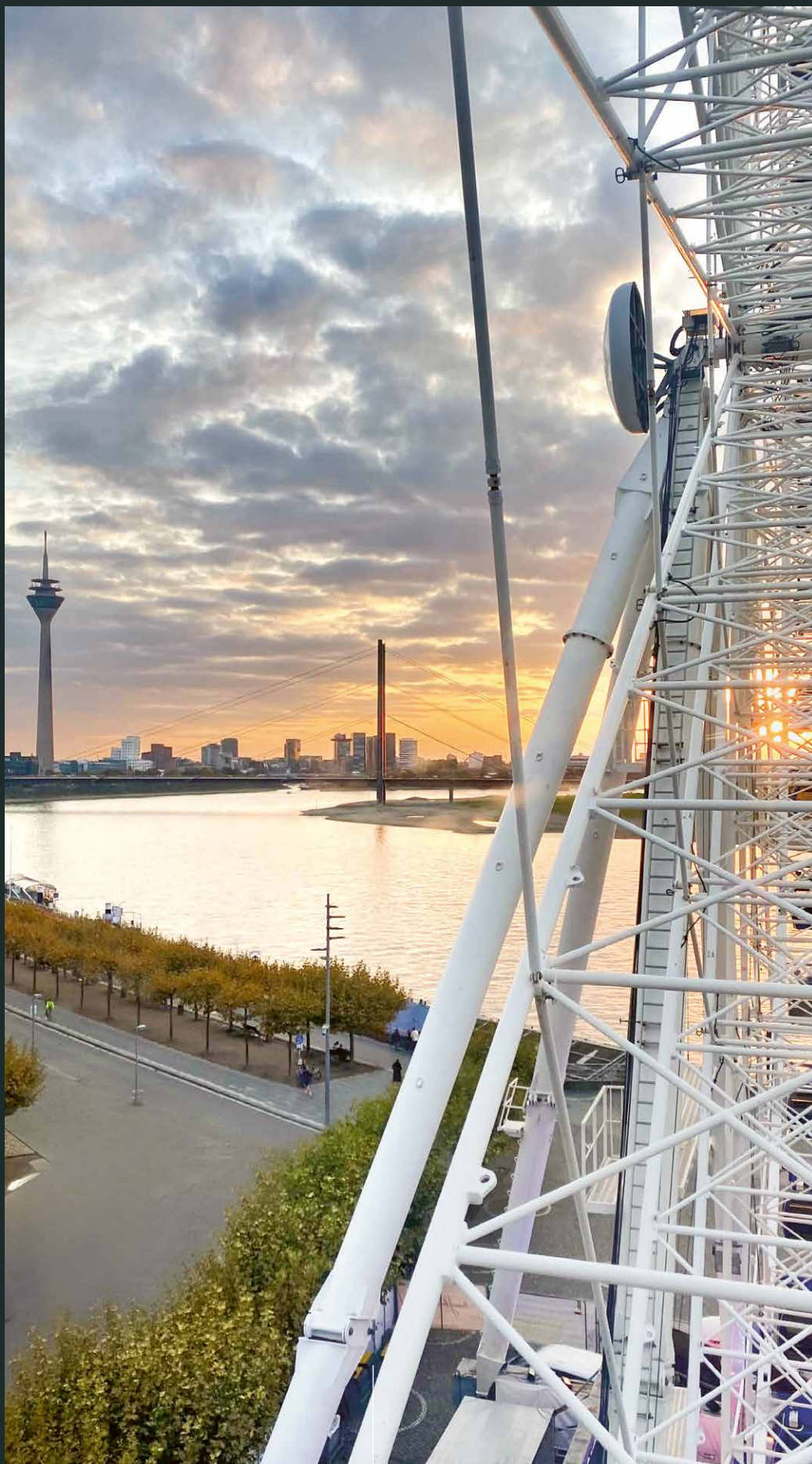


Larissa Lühr



Stephanie Heinrichs

DÜSSELDORF



Laura Lösche



Anna Kleinstück

LEIPZIG





KÖLN

David Klabisch

HAMBURG

— WOHNEN

DIE WOHNMASCHINE IST TOT

Im Gespräch mit
Gerhard G. Feldmeyer von HPP



„Sie glauben nicht, wie viele Wohnungen mit unnötig schlechten Grundrissen ich in meiner Karriere gesehen habe.“



QUARTIER MAXFREI IN DÜSSELDORF

Mehr als 33 Jahre deutscher Wohnarchitektur und viele internationale Projekte ändern den Blickwinkel: Man besinnt sich auf Bewährtes. Denkt Neues. Und lässt so einiges. Ein inspirierendes Gespräch mit dem Architekten Gerhard G. Feldmeyer, geschäftsführender Gesellschafter bei HPP, über Wohnmaschinen, Wohlgefühl und neue Wohnkonzepte.

Herr Feldmeyer, Sie verfügen wie kaum ein anderer über eine langjährige Erfahrung im deutschen wie internationalen Markt. Die Assetklasse Wohnen galt lange als langweilig. Die Architektur als funktional. Wie schätzen Sie persönlich die Situation heute ein?

Gerhard G. Feldmeyer: Wir verstehen unter Wohnen heute mehr, als nur ein Dach über dem Kopf zu haben. Es ist ein Stück Selbstverwirklichung. Die mo-

notone Wohnmaschine nach Le Corbusiers Unité d'Habitation ist tot. Diese großmaßstäblichen 60er- und 70er-Jahre-Bauten sind problematisch. Im aktuellen Neubau herrscht oft der Wunsch nach Kleinteiligkeit. Selbst im Geschosswohnungsbau, wo mehrere Häuser einen Block bilden, will trotzdem jede:r identifizieren können, wo er oder sie wohnt. Das kann eine bestimmte Balkonausbildung, ein Erker oder eine Loggia sein.



LEBENDIGES WOHNGEFÜHL DIREKT AM WASSER –
auf zwei Hafeninseln im Zollhafen Mainz entsteht nach Plänen von HPP Architekten ein vielfältiges, grünes Wohnquartier.

Es geht darum, wahrnehmbar zu bleiben. Natürlich gibt es noch Architekt:innen, die die Wohnmaschine propagieren, weil sie vermeintlich modern ist. Ich will das nicht verteufeln, es ist letztlich immer eine Frage der Qualität. Ein Wohnblock, der sensibel und kreativ gestaltet ist, hat durchaus seine Berechtigung. Für diesbezüglich gelungen halte ich den von HPP geplanten Wohnblock im Quartier maxfrei in Düsseldorf. Die in der Umgebung vorhandene Ziegelbauweise wurde aufgegriffen und vielfältig interpretiert. Ich bevorzuge eine dezente Individualität, ohne dass es gewollt wirkt.

Was ändert sich außerdem? Was macht Wohnen noch spannend?

Feldmeyer: Andere Länder, anderer Wohnbau: In der Türkei entstehen beispielsweise Wohnungen, die rechts und links von einem Mittelflur abgehen. Das wäre in Deutschland undenkbar. Viele befürchten, in der Anonymität zu versinken. Das Streben nach Gemeinschaft, neudeutsch Community, ist ein deutlich spürbarer Trend. Mit der Folge, dass mehr Räume für Begegnung geplant werden. Diese lassen sich gut ins Erdgeschoss integrieren. Der Einzelhandel als großer innerstädtischer Ertragsbringer der Vergangenheit ist auf dem Rückzug. Flächen mit kultureller oder sozialer Widmung gewinnen an Bedeutung. Zudem beobachten wir häufiger Multifunktionalität mit Büro, Wohnen und Gastronomie in der Quartiersentwicklung. Investoren forderten lange Zeit die strikte Trennung der Nutzungen. Inzwischen haben viele den Vorteil der Risikostreuung erkannt. Insofern ist Wohnen singulär immer weniger die Lösung für aktuelle und zukünftige Anforderungen; es bedarf der

Kreativität von Architekt:innen und Stadtplaner:innen, und es kann spannend werden, wenn andere Nutzungen hinzukommen.

Wichtig finde ich, gefördertes Wohnen aus der „schlechten“ Ecke herauszuholen. Durch steigende Baukosten wird der Mix zwischen freifinanzierten und geförderten Wohnungen zunehmend zur Herausforderung. Es darf nicht dazu kommen, dass sozialer Wohnbau tendenziell als Belastung empfunden wird. Denn es drängt die Menschen aus der Mitte der Gesellschaft an den Rand. Um den sozialen Aspekt der ESG-Kriterien zu bemühen: Man sollte diesbezüglich nicht in Schubladen denken. Eine Familie aus der Krankenpflege sollte durchaus neben der Anwaltsfamilie leben können.

Im Wohnen sehen viele Akteure wenig Risiko für disruptive Veränderungen. Sehen Sie das ähnlich oder steht uns in der Assetklasse Wohnen ebenfalls ein großer Umbruch bevor?

Feldmeyer: Disruptiv oder nicht, ich sehe große Chancen in der Multifunktionalität und der Reversibilität und kann mir sogar vorstellen, dass Wohnbau zukünftig als Skelettbau konzipiert wird und damit viel anpassungsfähiger wäre. Wichtig ist mir dabei das Wohngefühl, das man nach der Fertigstellung wahrnimmt. Eine kleine Wohnung kann großzügig wirken und umgekehrt. Deshalb besuche ich gerne Projekte im Bau. Ich bin neugierig, ob z. B. Modulbau im Geschosswohnungsbau innenräumlich verträglich ist. Spürt man beispielsweise, dass sich immer gleiche Elemente wiederholen? Tendenziell sehen wir auch beim Wohnen eine Entwicklung zu variablen Wänden. Jede:r kommt im Leben mal an den

Feldmeyer begeistert sich für die Idee schwimmender Städte

Eine Nutzung der Wasserflächen, dort, wo Land knapp wird! Floating-Projekte mit schwimmenden Häusern gibt es zum Beispiel in den Niederlanden. Er denkt dabei aber in größeren Dimensionen, das heißt in Quartieren. Was wiederum bedeutet, dass deren Einfluss auf das bestehende Ökosystem berücksichtigt werden muss. Die Idee stammt aus Japan aus dem Metabolismus, wurde aber nie realisiert. Das Konzept geht über die rein architektonische Gestaltung hinaus. Es ist kulturell und philosophisch. Denn was passiert, wenn einem Grund und Boden nicht mehr gehören?

Punkt, an dem er oder sie eine Wand versetzen möchte. Aber man sollte sie dafür nicht mit dem Presslufthammer einreißen müssen. Viel praktischer wäre z.B. ein offenes Konzept mit Wandelementen auf einem Schienensystem. Beispielsweise Raumteiler, die sich als Regal oder Sekretär eignen. Oder eine Küche, die nach Bedarf zugefahren werden kann. Konzepte hierfür gibt es von UNStudio, Amsterdam. Das offene Konzept eignet sich natürlich eher für Einzelpersonen oder Paare. Ich verstehe aber, dass man Türen schließen will und muss, wenn beispielsweise Kinder im Haushalt leben.

Welche Konzepte haben Sie gesehen, die zukünftig auch für Deutschland spannend sein könnten?

Feldmeyer: Einer der großen internationalen Trends ist die rapide zunehmende Digitalisierung: Smart Buildings und Smart City werden die großen Konglomerate dramatisch verändern. China ist da Vorreiter. Neben den Schattenseiten der Überwachung sind aber auch viele positive Aspekte zu finden. Beispielsweise wenn eine entsprechende Sensorik die Müllabfuhr steuert oder Smart-Home-Anwendungen per Sensorik Heizung und Licht regulieren. Das schafft nicht nur ein angenehmes Raumklima, sondern schont Ressourcen und den Geldbeutel. Ob Wohnen im asiatischen Raum vorbildhaft ist? In Tokio kommen Menschen mit der Hälfte dessen aus, was wir hierzulande als notwendigen Wohnraum betrachten. Aber auch in Deutschland beobachten wir den Trend einer Wohnflächenverkleinerung in den Ballungsräumen. Auch wenn die 3-Zimmer-Wohnung nicht totzukriegen ist, werden sich die durchschnittlichen 80 m² kostenbedingt Richtung 70 m² reduzieren. Es ist immanent, über intelligente Grundrisse nachzudenken. Zum Beispiel im Badezimmer ist die Badewanne längst out.

Blicken wir nach Westen, haben wir unwillkürlich die extrem schlanken und bis zu 400 m hohen Wohnhochhäuser New Yorks vor Augen. Diese bieten einer kaufkraftstarken Klientel tolle Alleinstellungsmerkmale, werden allerdings selten bewohnt und taugen deshalb nicht zum Vorbild. Allgemein bin ich kein Verfechter von Wohnhochhäusern in Deutschland. Sie verstärken die Anonymität, verhindern den Bezug zum Straßen- oder Platzraum und sind eher ein Thema für Megacities mit hohem Nachverdichtungsdruck.

Was würden Sie gerne außerdem von Ihrem Heimatmarkt fernhalten?

Feldmeyer: Die Uniformität. Zwanzig identische Hochhäuser bilden kein lebenswertes Quartier. Bei einem Wettbewerb in Kasachstan haben wir erlebt, dass ein chinesischer Anbieter, der ein und denselben Haustyp zwanzig Mal kopierte, den Zuschlag für das halbe Honorar erhielt. Er variierte lediglich Material und Farbe. Das ist schlimm und entwertet das Quartier sowie die Arbeit der Architekt:innen.

Eine Frage zu guter Letzt: Nach mehr als drei Dekaden in einem großen Architekturbüro, preisgekrönten Entwürfen und spannenden Projekten. Welchen Wohnraum haben Sie für sich selbst entworfen?

Feldmeyer: Nicht entworfen, aber bezogen. Aus suburbanem Kontext bin ich mit meiner Familie mitten in die Stadt gezogen. In eine moderne Geschosswohnung, die viele Kriterien erfüllt, die für mich ein perfektes Wohnkonzept ausmachen. Ich habe für mich zehn Kriterien definiert: Unser Zuhause sollte erstens klimagerecht und nachhaltig, zweitens grün, drittens autoreduziert, viertens lebendig und urban, fünftens zu Fuß erreichbar, sechstens gemeinwohlorientiert, siebtens sozial und kulturell geprägt, achtens digital, neuntens barrierefrei und zehntens kleinteilig sein. Es muss nicht spektakulär sein, wohl aber meinen Anspruch an einen intelligenten, wandelbaren Grundriss erfüllen. Dazu gehören Raumhöhen. Ab drei Metern fühle ich mich erst richtig wohl. Die Designerbrille habe ich weggelegt. Sie werden weder schwarze Wände noch eine Überzahl an Design-Objekten finden. Vielmehr drückt sich meine Idealvorstellung von Wohnen in einer entspannten Selbstverständlichkeit aus.

NACH DEM LEITGEDANKEN

„Vielfalt und Einheit“ entsteht im Düsseldorfer Quartier maxfrei ein identitätsstiftendes Gebäudeensemble mit insgesamt rund 550 Wohneinheiten.





DIE DACHBEGRÜNUNG trägt zur Verbesserung des Mikroklimas bei, und die Photovoltaikanlage liefert grünen Strom.

— LOGISTIK

GRÜNE DYNAMIK

Dass im Markt für Logistikflächen Leerstand kaum vorhanden ist, ist längst keine Neuigkeit mehr. Die Nachfrage sucht händierend nach Flächen, doch Bauland ist knapp. Während vor einigen Jahren hierbei noch Greenfields im Fokus standen, bieten heutzutage Brownfields die Chance, Brachflächen nachhaltig zu revitalisieren, ohne einen zusätzlichen Flächenverbrauch zu verursachen. Das Thema ESG dringt auch im Logistikbereich immer weiter vor: So stellen Logistikobjekte – nach Bürogebäuden – 2021 den zweithöchsten Anteil auf dem Green Building-Investmentmarkt dar.

Nachhaltige Logistik- und Industrieimmobilien sind zunehmend gefragt; Zertifizierungen haben sich zwischenzeitlich als wichtiges Kriterium für die Auswahl geeigneter Objekte etabliert. „Nachhaltigkeit, Klimaschutz und CO₂-Neutralität spielen im Bestand und im Neubau eine immer wichtigere Rolle. Gerade bei der Neubauentwicklung kann man innerhalb der Planungsphase ESG-Richtlinien sehr gut berücksichtigen“, weiß auch Bastian Hafner, Head of Logistics & Industrial Advisory bei BNP Paribas Real Estate.

Frasers Property Industrial entwickelt einen zukunftsfähigen Industrie- und Gewerbepark: Mit „the tube“ entsteht auf ca. 140.000 m² in Düsseldorf-Reisholz auf einem ehemaligen Industriegelände in zentraler Lage eine multifunktionale Immobilie (ca. 74.000 m²). Im Fokus der Projektentwicklung stehen die Schonung von Ressourcen und der Erhalt vorhandener Industriekultur. Hafner beschreibt the tube als „aktuell spektakulärste und größte Entwicklung in der Region“.



Wir möchten mehr erfahren und haben von **Alexander Heubes, Managing Director Europe bei Frasers Property Industrial**, konkrete Einblicke in the tube erhalten:

VORREITER IN SACHEN RÜCKBAU

the tube entsteht in unmittelbarer Nähe zur Düsseldorfer Innenstadt. Ein großes Augenmerk legen wir daher auf den möglichst schonenden Rückbau der bestehenden Gebäudestrukturen, für den gesamten Abbruchprozess streben wir eine DGNB-Zertifizierung an. Damit betreten wir Neuland für uns, aber auch für die gesamte Immobilienbranche, denn wir zählen zu den ersten Akteuren in Deutschland, die den Rückbau einer Industrieimmobilie zertifizieren lassen, noch dazu in dieser Größenordnung. Durch die sortenreine Trennung der Materialien können wir dafür sorgen, dass sie im Verwertungszyklus bleiben und wir dadurch der Kreislaufwirtschaft ein Stück näherkommen.

FLEXIBILITÄT UND MOBILITÄT IM FOKUS

Um ein breites Nutzerspektrum anzusprechen, entstehen auf dem ehemaligen Vallourec-Areal flexible Einheiten mit Größen zwischen 1.800 und 10.000 m². Ca. zwei Drittel der Fläche richten wir auf die Anforderungen von Industrie- bzw. Light-Industrial-Kunden aus, die verbleibenden Flächen sind für mittlere bis kleine Unternehmen geeignet. Im Industrial-Abschnitt ist eine Gefahrstofflagerung entsprechend den WGK-2-Richtlinien (Wassergefährdungsklasse) möglich. Am Standort kann zudem der Warenumschlag im Rahmen des Cross-Docking-Prinzips umgesetzt werden, womit wir insbesondere Bereiche mit schnell drehenden Artikeln, z.B. Pharma- oder E-Commerce, ansprechen. Für diese Nutzer sind die flexiblen Transportanbindungen durch den Gleisanschluss besonders attraktiv, neben der hervorragenden infrastrukturellen Verbindung zu Autobahnen und Flughäfen.

GREEN BUILDING-BESTREBUNGEN VON INNEN UND AUSSEN

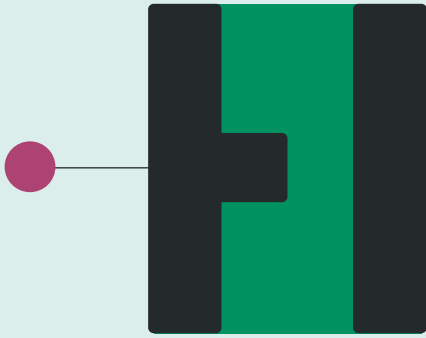
Auf den ersten Blick ist es vor allem das äußere Erscheinungsbild, das den Gewerbepark auszeichnet und abhebt: das Ensemble aus modernen Gebäuden, die sich harmonisch in das vorhandene Gefüge historischer Industrie-baulemente einbetten. Im Inneren des Geländes wird hochmoderne Gebäudetechnik verbaut und auf höchste Energieeffizienz geachtet. Fossile Energieträger kommen dabei zukünftig nicht zum Einsatz. Der Strom, der durch die Photovoltaikanlage produziert wird, kann vor Ort verwendet werden, um zusätzlich CO₂-Emissionen zu reduzieren. Damit forcieren wir gleichzeitig die Unabhängigkeit von Gas und einen CO₂-neutralen Betrieb.



ABGERUNDET WIRD DIE PROJEKTENTWICKLUNG durch großzügige Erholungsflächen im Außenbereich.

NEBEN NACHHALTIG AUCH MULTIFUNKTIONAL

Bei einer Projektentwicklung dieses Ausmaßes, mit einer großen Bandbreite an potenziellen Zielkunden und -branchen, streben wir eine möglichst vielfältige und langfristige Nutzungsdauer an. Deshalb gehört ein Glasfaseranschluss für das gesamte Gelände zu den Grundvoraussetzungen, um den zunehmend digitalisierten Prozessen unserer modernen Geschäftswelt zu entsprechen. Die Multifunktionalität von the tube geht einher mit multimodaler Transportanbindung: Der bestehende Gleisanschluss mit direkter Verbindung zum Bahnhof Reisholz bleibt erhalten und begünstigt umweltfreundliche Transporte auf der Schiene.



HYBRIDVERTRAG

Als Hybridvertrag wird eine Pacht- bzw. Mietvertragsform mit fixen sowie variablen Bestandteilen bezeichnet. Die Ausgestaltung erfolgt individuell und kann vielfältig sein. Zumeist wird diese Form der Vereinbarung gewählt, um eine gewünschte Risikoallokation zwischen den Vertragsparteien (z. B. im Falle eines Hotelmietvertrags zwischen dem Hotelbetreiber und dem Immobilieneigentümer) vorzunehmen, welche das Mietzahlungsrisiko des Mieters gegenüber einem fixen Mietvertrag verringert und im Gegenzug den Immobilieneigentümer am Erfolg des Betriebs teilhaben lässt.



NEW NORMAL

New Normal beschreibt in der Arbeits- und Bürowelt die teilweise wiedergewonnene, aber zugleich maßgeblich veränderte Normalität nach den mit der Corona-Pandemie einhergehenden Homeoffice-Phasen. Es umfasst neben flexiblen und individuell angepassten Arbeitsweisen hybride Büroformen, wie zum Beispiel Desk-Sharing-Konzepte oder digitale Kollaborations-Tools und Austauschplattformen. New Normal befindet sich weiterhin in einem stetigen Wandel – ein allgemeingültiges Konzept gibt es nicht.



Q-COMMERCE

Während E-Commerce für seine überaus breite Produktauswahl bekannt ist, unterscheidet sich Q-Commerce als Entwicklung aus dem Online-Handel durch ein differenziertes Lieferkonzept: Neben einer eingeschränkteren Produktauswahl wird hier auf Schnelligkeit bei der Lieferzeit gesetzt. Somit erklärt sich auch der Anfangsbuchstabe „Q“, hinter dem das englische Wort „quick“ steckt.



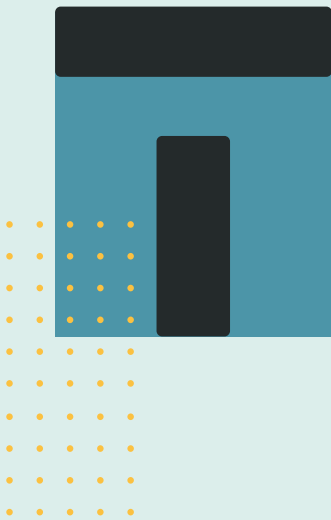
RESILIENTES WOHNEN

Die viel zitierte Resilienz der Assetklasse Wohnen hat sich in den vergangenen Jahren mehrfach bewiesen. Resilienz geht auf das lateinische Wort „resilire“ zurück (übersetzt: zurückspringen oder abprallen) und bedeutet in diesem Zusammenhang so viel wie Widerstandsfähigkeit oder Robustheit.



SPACE AS A SERVICE

Anstatt einen Raum zu kaufen oder zu mieten, bietet das Konzept „Space as a service“ die Möglichkeit, einen Raum auf Anfrage zu buchen. Das bedeutet, dass der Raum nur bezahlt werden muss, wenn er auch genutzt wird. Dies bietet die Flexibilität, in gemeinsam genutzten Räumen zu leben oder auch zu arbeiten, ohne sich an eine Miete oder an ein Eigentum binden zu müssen.



TSA FEE

Das Technical Service Agreement (TSA) regelt die Bauphase eines Entwicklungsprojekts und enthält die Pläne und Spezifikationen für ein neues Hotel oder Hotelkonzept. Dieser technische Dienstleistungsvertrag wird dem Betreiber vom Eigentümer zur Genehmigung vorgelegt und bestimmt die Fristen für die Meilensteine des Baus. Für die durch den Betreiber während dieser Phase zur Verfügung gestellten Planungs- und Unterstützungsleistungen erhält der Betreiber ein Honorar – die sogenannte TSA Fee.



WORK CAFÉ

Mit dem Work Café wird für Mitarbeitende eine Möglichkeit geschaffen, sich informell und in angenehmer Atmosphäre im Büro zusammenzufinden und auszutauschen. Bedingt durch den teilweise hohen Anteil an mobilem Arbeiten außerhalb des Büros, gehören Work Cafés mittlerweile in vielen Unternehmen zu einem multifunktionellen Treffpunkt, an dem man sich vernetzt, gemeinsam isst oder auch fokussiert zusammenarbeitet.



— MIXED-USE MÉTAL 57

Von der Auto-Werkshalle zum Bürogebäude der Zukunft

DER MENSCH IM MITTELPUNKT

Métal 57 überzeugt mit nachhaltigen und lebenswerten urbanen Räumen und optimalen Nutzungserlebnissen durch Innovation.



Oft assoziieren wir mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“ eine Wirkung, die über einen längeren Zeitraum anhält, also auch für folgende Generationen Bestand hat. In der Immobilienbranche findet sich das Thema in Green Buildings bzw. in nachhaltigen oder ESG-konformen Gebäuden wieder. Doch Nachhaltigkeit bedeutet nicht nur, dass wir uns beim Bauen neuer Immobilien auf Energieeffizienz oder ökologische Materialien konzentrieren – auch die Revitalisierung brachliegender Objekte leistet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit und schont Ressourcen.

Gerade im Logistik- und Industriebereich lassen sich innovative Beispiele für die Revitalisierung alter Bestandsimmobilien finden. Und das heißt nicht, dass Industriegebäude auch Industriegebäude bleiben müssen: So wurde unlängst die Projektentwicklung des Bürokomplexes „Métal 57“ in Boulogne-Billancourt (südwestlich von Paris) fertiggestellt. Diese fußt auf einer Umgestaltung und Erweiterung der ehemaligen prestigeträchtigen Renault-Werkshalle „57 Métal“.

Sie merken, es geht nach Frankreich! Wir nehmen Sie mit hinter die Kulissen und schauen uns an, was genau hinter dem Revitalisierungsprojekt von BNP Paribas Real Estate International steckt.

GEBÄUDEREVITALISIERUNG: AUS ALT MACH FAST NEU

Dass die Revitalisierung eines Gebäudes nicht mit reinen Sanierungsmaßnahmen gleichzusetzen ist, lässt sich daran erkennen, dass der Denkmalschutz oft eine große Rolle spielt. Die Gebäude müssen bei einer Umgestaltung ihre charakteristischen, historischen Merkmale beibehalten. So wurden auch beim ehemaligen Industriegebäude Métal 57 rund 50 % des ursprünglichen



Gebäudes renoviert und ein Erweiterungsbaubau hinzugefügt. Um den industriellen Charakter zu erhalten, blieben die originalen Betonpfeiler erhalten; die Metallkonstruktion wurde unverändert wiederhergestellt. Dabei geht es bei einer Revitalisierung oft nicht nur um das Gebäude an sich, sondern auch um die Reintegration in das jeweilige Areal beziehungsweise eine Anpassung an gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Oft spielt hierbei auch ein vielseitiges und offenes Nutzungskonzept eine Rolle – Métal 57 als flexibles Gebäudeensemble ist ein perfektes Beispiel dafür. Ein wesentliches Ziel war die Einbindung des ehemaligen Industriegebäudes in den Stadtteil Trapèze, dessen Nutzungs- und Bevölkerungsstruktur sich tiefgreifend gewandelt hat.

MÉTAL 57 – AMBITIONEN ZUM GREEN BUILDING

Métal 57 hat eine Vorreiterrolle hinsichtlich nachhaltiger Bauweisen und strebt Zertifizierungen wie BREEAM Excellent, WiredScore Platinum, HQE Exceptionnel (Neubau) und Excellent (renovierter Gebäudeteil) an. So wurden im Rahmen der Revitalisierung der alten Werkshalle biobasierte Materialien aus dem ursprünglichen Gebäude wie-

derverwendet. Neben hochmodernen technischen Kontrollsystemen für die Arbeitsplätze, die zur Minimierung des Energieverbrauchs beitragen, verfügt das Objekt über eine begrünte Dachterrasse mit einer Fläche von 3.500 m². Diese trägt unter anderem zum Erhalt von Lebensräumen sowie Artenvielfalt bei und beinhaltet einen gemeinschaftlich angelegten Gemüsegarten.

Unter das „Well-Being“-Prinzip als wesentlicher Bestandteil eines Green Buildings fallen unter anderem ausgedehnte Coworking-Bereiche, kleinere Kreativflächen, Work-Cafés sowie eine ausgezeichnete Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr und die Bereitstellung nachhaltiger Mobilitätskonzepte.

Darüber hinaus steht den Mitarbeitenden von BNPPRE das Customer Experience Center (CSC) zur Verfügung. Dieses dient zur Unterstützung von Anpassungs- und Veränderungsprozessen innerhalb sowie außerhalb des Unternehmens. Gemeinsam mit Kunden, kommunalen Behörden, Unternehmenspartnern und Start-ups wird dort gemeinsam an Ideen und Konzepten für die Stadt der Zukunft gearbeitet. Ökologische und soziale Aspekte sind somit im Gebäudekonzept fest verankert und stellen die CSR-Strategie in den Mittelpunkt. —



Kurz nachgefragt

Frau Papillion, als Global Head of Sustainability/CSR, was ist das Besondere am Métal 57 mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit?

„Métal 57 wurde als Vorzeigebauwerk für unser CSR-Engagement konzipiert: Unser Ziel war es, zu zeigen, wie die Bürogebäude der Zukunft einen positiven Einfluss auf ihre Umgebung haben können, und zwar nicht nur in Bezug auf die Umweltverträglichkeit, sondern auch in Bezug auf die soziale Eingliederung und die Offenheit gegenüber der Stadt.“

Was ist Ihr Lieblings-Feature an dem neuen Gebäude?

„Beim Bau von Métal 57 wurde die komplexe Herausforderung gemeistert, Alt und Neu zu vereinen. Ich finde es toll, dass das historische Erbe des Gebäudes bewahrt wurde, indem die typische Industriearchitektur erhalten wurde, die das Gebäude zu einem Wahrzeichen von Boulogne-Billancourt macht. Gleichzeitig werden uns modernste Arbeitsformen ermöglicht.“

VON ANDREAS VÖLKER



— KOLUMNE

LOCKDOWN, ONLINE-HANDEL, KAUFFRUST — WAS TUN MIT SHOPPINGCENTERN?

Shoppingcenter im Wandel

In Deutschland werden heute knapp 500 Shoppingcenter gezählt – Ergebnis einer bemerkenswerten Bauentwicklung, die in den 1970er-Jahren einsetzte und erst 2010 in ihrer Dynamik zum Erliegen kam. Es herrscht Vollversorgung quasi, mitunter sogar Überversorgung mit Verkaufsfläche, wenn man sich zum Beispiel das Ruhrgebiet oder Berlin ansieht, wo neben der Konkurrenz zu den High-street-Lagen die Center untereinander um Kund:innen und Umsätze kämpfen. Die Zeiten des Wachstums sind jedoch vorbei, die Umsätze im stationären Einzelhandel gehen real zurück. Seit 2010 sind daher nur wenige neue Objekte hinzugekommen. Nur selten

werden neue Standorte realisiert, wie etwa das Überseequartier Süd in der Hamburger HafenCity. Umso bedeutender werden seitdem Investitionen in den Bestand, um die Verkaufsmaschinen fit für die Zukunft zu machen.

Der Handel im Wandel

Die Corona-Pandemie, die forcierte Umsatzverlagerung ins Internet, außerdem jüngst eine hohe Inflation, massive Preissteigerungen und eine ausgeprägte Konsumzurückhaltung – der Einzelhandel steht unter Druck und ist dabei seit Jahren in vielerlei Hinsicht im Umbruch, nicht erst seit der Pandemie. Diese hat den Strukturwandel jedoch be-

feuert und verschiedene Entwicklungen beschleunigt, allen voran die Veränderung im Konsumverhalten durch die Zunahme des Online-Shoppings. Geschäftsmodelle sind infrage gestellt worden, überkommene Vertriebsstrategien haben sich als nicht nachhaltig erwiesen, und manch schwächelndes Unternehmen hat es nicht geschafft, die durch die Bewältigung der Pandemie ausgelösten Belastungen zu verkraften – trotz vieler Unterstützungsmaßnahmen von Vermietenden oder dem Staat. Eine ganze Reihe von Unternehmen hat sich infolgedessen vom deutschen Markt zurückgezogen oder das Filialnetz reduziert, die Flächen- und Standortanforderungen der Retailer haben

sich verändert. Die Nachfrage ist zurückgegangen, mehrgeschossige, große Stores sind inzwischen weniger gefragt als kompaktere Einheiten auf einer Ebene.

Auf dem Markt für Einzelhandelsflächen führt dies zu einer völlig neuen Nachfragesituation, denn die Retail-Unternehmen haben ihre Anforderungen angepasst, und diese können nicht überall erfüllt werden. Die Folgen sind zunehmende Leerstände – selbst in Bestlagen –, erschwerte Vertragsverhandlungen und längere Vermietungszeiträume sowie nicht zuletzt Druck auf die Mietpreise. Es ist ein ausgeprägter Mietermarkt entstanden. Immerhin registrieren wir in den letzten Quartalen einen signifikanten Anstieg der Vermietungsleistungen, vor allem in den A-Städten! Auch internationale Brands und Konzepte drängen wieder auf den deutschen Markt.

Die aktuellen Herausforderungen wirken sich jedoch sehr unterschiedlich auf die einzelnen Center aus. Die Bewältigungsstrategien und Lösungsansätze, die Eigentümer, Investoren und Centermanager nun entwickeln, um die Perspektiven für die Zukunft zu verbessern, müssen zwingend auf die spezifischen Bedingungen vor Ort reflektieren.

Da sind zum einen die oft in Stadtteil-Lagen oder auch am Stadtrand befindlichen Center mit ausgeprägtem Nahversorgungscharakter, die im Vergleich weniger stark von Frequenz- und Umsatzeinbrüchen betroffen sind als zum Beispiel Center mit einem Fashion-Schwerpunkt im Branchenmix. So litten vor allem Center in Citylagen stärker unter den Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung als wohnortnahe Versorger. Inzwischen holen sie aber wieder auf, die Frequenzen haben deutlich zugenommen, die Umsätze liegen aber im Bundesdurchschnitt zum Teil immer noch mehr als 10 % unterhalb der Werte vor der Krise.

Nicht alles kann man den Lockdowns anlasten, die Probleme sind zum Teil hausgemacht und haben sich über viele Jahre aufgestaut. Eine zu starke Ausweitung der Verkaufsfläche in vielen Städten und Regionen hat generell zu einem verschärften Wettbewerb der Flächenanbieter und Standorte geführt. Die Kaufkraft ist nicht so schnell gestiegen, wie die Verkaufsfläche zugenommen hat. Und die Verlagerung der Umsätze ins Internet erreicht in einigen Sortimenten bereits Anteile von mehr als 50 %, was natürlich einen negativen Einfluss auf die Flächenproduktivität der entsprechenden Läden im stationären Einzelhandel hat.

Manche Betreiber haben diesen Wandel unterschätzt oder schlicht verschlafen und keine geeigneten Antworten dazu entwickelt.

Sind Gastronomie-Konzepte die Rettung?

Was also tun in dieser Situation, um die Erosionsprozesse aufzuhalten und die Center



DAS FOODTOPIA – ist einer von zwei großen Bausteinen einer umfassenden Modernisierung und Neupositionierung des MyZeil als moderner Shopping-, Lifestyle- und Entertainment-Komplex.

fit für die Zukunft zu machen? Eine häufig verfolgte Strategie ist es, den Anteil von Nahversorgung und Gastronomie im Branchenmix der Shoppingcenter zu erhöhen – aktuell beträgt dieser oft nur weniger als 10 % der Fläche. Angestrebt werden jetzt – je nach Lage und Center-Konzept – teilweise Anteile von bis zu 20 % und mehr. Die Europa Passage in Hamburg mit ihrem „Food Sky“ oder ähnlich das MyZeil in Frankfurt mit dem „Foodtopia“ haben diese Strategie vor allem für ihr schwächeres 2. bzw. 4. Obergeschoss umgesetzt und moderne, vielfältige Gastronomie-Konzepte integriert. Im Vergleich zu modernen Centern in UK oder in Südeuropa ist Deutschland hier jedoch sicher noch Entwicklungsland und hat Potenzial.

Die Strategie „mehr Gastro“ ist aber oft mit hohen Kosten für den Umbau und die Ausstattung verbunden. Gleichzeitig ist der Mietertrag häufig geringer als das, was man von Fashion-Mietern oder anderen Branchen in der Vergangenheit gewohnt war. Insgesamt stagnierende oder sinkende Erträge

bei zusätzlichem Investitionsbedarf begrenzen den Pfad der Wirtschaftlichkeit oft. Allerdings sind die langfristigen Perspektiven meist nicht gerade rosig. Untätigkeit kann hier zu fortschreitenden Problemen führen: Verschlechterung der Marktposition, weiter sinkende Frequenzen und Umsätze, Anstieg des Leerstands, auch durch Auszug noch funktionierender Konzepte. Einen solchen Trend umzukehren wird dann mit der Zeit immer schwieriger. Deshalb kann „mehr Gastro“ einen grundsätzlich stabilisierenden Effekt haben.

Erdgeschoss in, Obergeschoss out

Die großen Fashion-Konzepte haben ihre Standardgesuche deutlich verkleinert und können heute mit einem geringeren Sortiment, aber gleichzeitig mit einer maximal erweiterten Warenverfügbarkeit über den Online-Shop auf kleinerer Fläche (und oftmals mit weniger Personal) ihre Umsatzziele realisieren. Weniger Konzepte denn je können zwei oder mehr Verkaufsebenen bespielen. Das bedroht den Besatz und die Vermietungschancen vor allem in den Obergeschossen, und den Centern kommen damit auch die Anker abhanden. Auch die Kund:innen bevorzugen ebenerdige Flächen und meiden Treppen oder Aufzüge. Während das Untergeschoss gern für eine Ausweitung bzw. Ansiedlung der Nahversorgung (Lebensmittel, Drogerie, Dienstleistungen etc.) genutzt wird, finden sich immer weni-

ger Retail-Konzepte für die Obergeschosse. Vor diesem Hintergrund sind Ideen und Lösungen gerade für diese Verkaufsflächen gefordert, und sie werden mehr und mehr auch jenseits vom Einzelhandel gefunden. In Betracht zu ziehende alternative Nutzungen sollten idealerweise für eine Stärkung der Frequenz im Center sorgen und zur Attraktivitätssteigerung beitragen, etwa durch eine besondere Außenwirkung oder Anziehungskraft. Dies kann ein Service- oder Unterhaltungsangebot, wie zum Beispiel Bücherhallen, Ärztezentren, Bürgerbüros, Vereine, Sportangebote oder auch Education- und Entertainment-Konzepte für die ganze Familie, sein. Als weitere ungewöhnliche Non-Retail-Alternative sollte auch über Coworking und sogar Boxhotels nachgedacht werden. Die Potsdamer Platz Arkaden konzentrieren sich beispielsweise nach einem umfassenden Umbau auf das Erd- und das Untergeschoss. Das erste Obergeschoss als Mall entfällt in Zukunft, dafür werden neue Food-Konzepte integriert und mit dem ersten Mattel Family Entertainment Center in Deutschland auf 4.000 m² Mietfläche ein besonderer Akzent gesetzt. Neuer Name des Centers: „Playce“.

Wichtig ist ein „Leitmotiv“ oder eine konzeptionelle Idee, um die der zukünftige Branchenmix gestaltet und optimiert werden kann. Diese Ideen können zum Beispiel in Richtung Community Center/Marktplatz/Stadtteilzentrum gehen oder aber

auch Schwerpunkte im Hinblick auf Family Entertainment, Education, Sport, Wellness und Well-Being legen. Die Ausrichtung muss jeweils vor Ort auf Basis von Standort, Markt, Einzugsgebiet, Kaufkraft, Wettbewerb und Nachfragepotenzialen ermittelt werden und sollte so weit wie möglich glaubhaft, nachhaltig und einzigartig sein.

Die Umsetzung ist nicht leicht, da mit der Nutzungsänderung meist umfangreiche bauliche Veränderungen verbunden sind: Fassadenöffnung, Veränderung der Grundrisse, neue Erschließung usw. Dies hat Auswirkungen auf Technik, Be- und Entlüftung, Brandschutz und Entfluchtung, auch die Genehmigungsfähigkeit ist zu prüfen. Darüber hinaus erschweren vorhandene Mietverträge die Maßnahmen. Center, die mehr oder weniger introvertiert organisiert sind, von außen daher weniger einladend wirken und sich nur bedingt mit nachbarschaftlichen Nutzungen verflechten, stellen eine besondere Herausforderung dar. Oft sind diese Objekte über die Fassaden kaum natürlich belichtet und verfügen über hohe Raumtiefen, was verschiedene Nutzungen ausschließt, oder aber erhebliche Eingriffe in die Fassade und die Grundstruktur erforderlich machen. Umgekehrt verfügen offene, bereits gemischt strukturierte Center häufig über günstigere Ausgangsbedingungen.

Patentrezepte gibt es nicht

Im Hinblick auf geeignete Nach- undumnutzungen sind also eine Vielzahl von Parametern zu prüfen. Jedes Objekt benötigt eine individuelle Lösung. Repositionierungsstrategien erfordern in ihrer Entwicklung und Umsetzung immer auch einen interdisziplinären Ansatz, um die Kompetenzen von Markt, Technik, Bau, Wirtschaftlichkeit und Finanzierung zusammenbringen zu können. Dann kann es im Rahmen der Wirtschaftlichkeit gelingen, eine nachhaltige Zukunft für Shoppingcenter zu gewährleisten und im besten Fall interessante neue Investmentprodukte zu schaffen. Vielleicht könnten sich Shoppingcenter auf diese Weise auch als Vorreiter des „New Retail“ behaupten – auch wenn das Thema „Shopping“ nicht mehr allein im Vordergrund steht.



DAS INNOVATIVE FOOD-HUB-KONZEPT – vereint lokale Gastro-Unternehmen und Kunsthandwerk sowie von Michelin empfohlene Köch:innen an einem Ort.

IMPRESSUM**Herausgeber, Copyright & Redaktion**

BNP Paribas Real Estate Holding GmbH

Creative Direction & Design

KD1 Designagentur, Köln

Titel-Illustration

Petra Dufkova /

Die Illustratoren Corinna Hein GmbH

Portrait-Zeichnung Kolumne

Vladislav Perju

www.blauer-engel.de/uz195Dieses Druckerzeugnis ist mit dem
Blauen Engel ausgezeichnet.**RECYCLED**
Papier aus Recyclingmaterial
Paper made from recycled material
FSC® C003425**klimaneutral**
natureOffice.com | DE-077-367729
gedruckt

Vielfalt ist für uns als Unternehmen entscheidend. Wir setzen uns daher auch für den Gebrauch einer inklusiven, wertschätzenden Sprache ein. Für Themen aus dem B2B-Bereich haben wir allerdings entschieden, Begriffe wie Kunde, Partner, Investor nicht bezogen auf Einzelpersonen, sondern neutral auf Firmen, Institutionen oder andere Organisationen zu verwenden.



#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 2022; **Auflage:** 1.000