

Signa wieder mit Yacht als Messestand Seite M 11

Mipim Awards: Die Immo-Oscars Seiten M 12 und M 13

derStandard.at/Mipim



Foto: Reed Midem / Image & Co. / Desjardins

Seit 1990 gibt es die Mipim in Cannes, seit damals findet sie im Palais des Festivals statt. Auf 19.000 Quadratmetern präsentieren sich dort knapp 2500 Unternehmen.

Keine Panik auf dem Raumschiff Mipim

Das internationale Immobilienbusiness feiert in Cannes wieder sein Hochamt, 250 Österreicher sind mit dabei. Das Thema lautet „Housing the world“, weshalb heuer Wohnimmobilien besonders im Fokus stehen werden.

Martin Putschögl

Wenn sich von 15. bis 18. März wieder das globale Immobilienbusiness auf dem „Marché international des professionnels de l'immobilier“ – kurz Mipim – in Cannes trifft, werden unter den heuer erwarteten rund 21.400 Messebesuchern auch 50 der weltgrößten institutionellen Immobilieninvestoren vertreten sein. Zusammen verwalten sie ein Vermögen von 500 Milliarden US-Dollar.

In zahlreichen Panel-Diskussionen und wohl auch in dem einen oder anderen nicht ganz so öffentlichen Gespräch werden sie Markttrends und -einschätzungen austauschen, Investmentziele und -strategien besprechen, und es wird auch wieder die eine oder andere Party geben – auch wenn manche Immobilienmärkte schon sehr „heiß“ sind.

„Die Party läuft noch, aber alle tanzen eher beim Ausgang“ – so umriss Philip La Pierre, Investmentleiter Europa beim deutschen Fondsriesen Union Investment, die Stimmung auf der Mipim des Vorjahres. Heuer werde man wohl noch vorsichtiger sein als 2015, so La Pierre, für den derzeit „jeder Markt eine Herausforderung ist“ (siehe auch S. M 8).

„Euphorische Stimmung“

Auch Peter Ulm vom österreichischen Wohnimmobilienentwickler 6B47 weist darauf hin, dass es im Vorjahr schon eine „sehr euphorische“ Stimmung gegeben habe, er erwartet sich aber zumindest für die diesjährige Mi-

pim nochmals eine Fortsetzung. „Institutionelle Investoren pumpen nämlich nach wie vor wahnsinnige Liquidität in den Markt.“

Das weiß auch Eugen Otto, geschäftsführender Gesellschafter des Wiener Maklerhauses Otto Immobilien. Von all der Krisenstimmung rundherum sei der Immobilienmarkt „abgekoppelt“ be-

ziehungsweise profitiere eben davon, denn „je größer die Unsicherheit, desto größer das Vertrauen in Immobilien“. Das spürt auch der österreichische Immobilieninvestmentmarkt: Ausländische Investoren, immer stärker auch aus Asien, haben die Alpenrepublik auf dem Radar – meist im Zuge von Investments in Deutschland.

„Wie auf der Titanic“

Für Projektentwickler sind das interessante Zeiten – „aber es heißt wachsam bleiben“, sagt 6B47-Chef Ulm. „Wir haben jetzt schon sechs bis sieben Jahre eine

so euphorische Stimmung.“ Zur oft heraufbeschworenen Zeit kurz vor dem Platzen der Blase im Jahr 2008 mit der Lehman-Pleite gebe es aber doch große Unterschiede. Die jetzige Generation habe „Lehman und alles, was danach kam“, erlebt, „das reine Spekulantentum ist mittlerweile einer Professionalität gewichen“. 2006 und 2007 sei die Stimmung auf der Mipim aber tatsächlich „wie auf der Titanic“ gewesen, „aber die Marktteilnehmer sind erwachsen und kritischer geworden. Außerdem ist das Business stärker eigenkapitalge-

Fortsetzung auf Seite M 2

No reason for panic aboard the starship Mipim

When the global real estate business convenes again at Mipim in Cannes from 15 to 18 March, 50 of the world's largest institutional real estate investors will also be represented amongst the 22,000 visitors at the trade fair. Between them they manage assets of 500 billion US dollars.

In the many panel discussions – and probably also in one or other private conversation as well – they will exchange market trends and appraisals, and there will also be one or the other party – even if some real estate markets are already very „hot“.

„The party is still going on, but everyone is dancing closer to the exit,“ is how Philip La Pierre, European Investment Manager with Union Investment, described the mood at Mipim last year. This year people will be even more careful than in 2015, according to La Pierre, for whom „every market is a challenge“ at the present time (see also p. M 8).

Peter Ulm from the Austrian residential real estate developer 6B47 points out there was „a very euphoric mood“ last year, a mood he expects to prevail again, at least at this year's Mipim.

As a residential real estate developer, Ulm will learn a great deal this year, because the central theme of the 2016 Mipim fair is „Housing the World“, and it will focus on residential building and urban policy. The reason given by the organizers is „the growing pressure on housing construction in big cities due to the migration of rural populations into urban agglomerations, the development of residential real estate as an asset class, and the need to review construction methods.“ (red)



Foto: Reed Midem / Image & Co. / Piridou

21.400 Immo-Profis werden an der Côte d'Azur erwartet.

AUS DEM INHALT

Wohnen: Umstrittene Mietpreisbremse Seite M 2

Student-Housing: Begehrte Assetklasse mit Partyraum Seite M 5

Hotels: Warum Investoren Amsterdam lieben Seite M 6

Interview: Franz Jurkowitsch, CEO der Warimpex Seite M 7

Shoppingmalls: Warum sie bombastische Namen haben Seite M 10

Mipim: Wie sich Österreich heuer in Cannes präsentiert Seite M 11

Awards: 44 Gebäude rittern um die „Immo-Oscars“ Seiten M 12 – M 13

www.erstegroup.com

Ihr Partner für erfolgreiche Immobilienfinanzierung in Zentraleuropa

Finanzierungslösungen für Gewerbeimmobilien wie Büros, Businessparks, Einkaufszentren, Hotels/Tourismuseinrichtungen und Logistikzentren in ganz Zentraleuropa zählen zu unserem Alltag – maßgeschneidert auf die Bedürfnisse spezialisierter Projektentwickler, Immobilieninvestoren und Unternehmer.



Park Postepu, Warschau



Enterprise Office Center, Prag



AFI Palace, Bukarest



Westend Gate, Bratislava

Gerne informieren wir Sie über unsere umfangreichen Immobilienfinanzierungs-Angebote am Stand R7.E2.

ERSTE
Group

Besuchen Sie
uns auf der
MIPIM, Cannes,
15.-18.03.2016
R7.E2

MIPIM 2016 RESIDENTIAL

MIPIM-TERMINE

■ Bei der Veranstaltung „New Generation of Residential Development“ werden am Dienstag, dem 15. März, aktuelle Wohnprojekte in den Niederlanden vorgestellt, im Anschluss werden demografische, soziale und technologische Umwälzungen diskutiert – und wie die Immobilienbranche darauf reagieren kann. (14–15 Uhr, Salon Croisette)

■ Die Frage „Metropolitan Cities: Are housing needs and demands aligned?“ wird am Mittwoch, dem 16. März, gestellt. Während der Wohnbedarf steigt, gibt es in Städten immer weniger leistbares Wohnen. Am Podium soll diskutiert werden, wie sich das auf die Attraktivität von Städten auswirkt und wie Städte helfen können, ungenutzte Fabriken und Bürogebäude in Wohnungen umzuwandeln. (17.30–18.30 Uhr, Blue Room)

■ In eine recht ähnliche Kerbe schlägt eine Podiumsdiskussion am Donnerstag, dem 17. März, mit dem Titel „Residential investment portfolio: The best is yet to come“. Mit Gästen am Podium und im Publikum soll diskutiert werden, wie Städte und Entwickler auf die Unterverversorgung mit Wohnungen reagieren – und welche höchst unterschiedlichen Lösungswege dabei von unterschiedlichen Städten beschritten werden. (16–17 Uhr, Orange Room)



Das Altstadtquartier Büchel im deutschen Aachen, geplant von Chapman Taylor, ist unter den zahlreichen städtebaulichen Projekten, die auf der Mipim ausgestellt werden. 2018 soll dort die Umsetzung beginnen.

Fortsetzung von Seite M 1

steuert, dadurch weniger krisenanfällig.“ Fazit: Ja, man feiere zwar noch die eingangs zitierte Party, „aber wir wissen: Es geht nicht ewig so weiter.“

Ulm wird als Wohnimmobilienentwickler auf der aktuellen Mipim besonders viel zu hören bekommen, denn das zentrale Messthemata lautet diesmal „Housing the World“. Im Mittelpunkt werden also Wohnbau und Stadtpolitik stehen, die Veranstalter begründeten das mit dem „steigenden Druck auf den Wohnungsbau in Großstädten, bedingt durch die Abwanderung der ländlichen Bevölkerung in die Ballungsräume, die Entwicklung von Wohnimmobilien als Anlageklasse und die Notwendigkeit, Baumethoden zu überdenken“. Und die aktuelle Flüchtlingskrise in Europa wird wohl auch Thema so mancher Unterhaltung sein.

„Auch in der Vergangenheit wurde in Wohnimmobilien investiert“, meint Mipim-Direktor Julien Sausset. „Aktuell steigt jedoch die wirtschaftliche, politische und soziale Bedeutung des Bereichs Wohnen durch die Bewegung und Konzentration der Bevölkerung, soziale Veränderungen, Entwicklungen im Umweltbereich und den Bedarf an nachhaltiger Stadtentwicklung. Dadurch rückt dieser Sektor ganz besonders in den Fokus der Investoren.“

Teilnehmer aus 89 Staaten ...

Ergänzend zum Konferenzprogramm werden viele Veranstaltungen das zentrale Thema „Housing the World“ aufgreifen, beispielsweise der „Mayor’s Think Tank“, auf dem Bürgermeister und andere Vertreter städtischer Regionen ihre Best Practices auf diesem Gebiet teilen und verglei-

chen. Außerdem bietet eine neue offene Networking-Veranstaltung zum Thema „Housing“ den Akteuren des Sektors „die Möglichkeit, ihr Netzwerk zu erweitern und Kontakte auf internationaler Ebene zu knüpfen“, wie es in einer Pressemitteilung der Messeveranstalter heißt.

... darunter 250 Österreicher

Unter den 21.400 angemeldeten Teilnehmern aus 89 Ländern sind auch zahlreiche ranghohe Politiker vertreten, darunter etwa die Vizebürgermeister von London, Paris und Rotterdam, sowie auch so mancher Minister aus Polen, Indonesien, Brasilien und Russland.

Österreich ist mit einer Abordnung von 250 Personen vertreten, viele davon sind Aussteller am „Austria“-Stand in der Riviera Hall neben dem Palais des Festivals (siehe auch Seite 11).

Mietpreisbremse zeigt Wirkung – oder auch nicht

Wohnimmobilien sind das große Thema auf der diesjährigen Mipim. Insbesondere die Entwicklungen in Deutschland, das vielen Investoren als „safe haven“ gilt, wird mit Argusaugen verfolgt.

Bekanntlich wurde dort im Vorjahr die „Mietpreisbremse“ eingeführt. Einer aktuellen Studie des Empirica-Instituts zufolge zeigte sie in den fünf größten Städten Deutschlands bisher aber „kaum eine nachhaltige Wirkung“. Anfangs seien die Neuvertragsmieten zwar gesunken, das wurde später aber wieder aufgeholt.

Martin Eberhardt, Geschäftsführer von Bouwfonds Investment Management, der Immo-Fondsgesellschaft der niederländischen Rabo Bank, will das aber nicht so recht glauben. Er geht davon aus, dass sich der Mietenanstieg in deutschen Ballungsräumen doch einbremsen wird – vor allem dann, wenn die deutsche Regierung ihre Verschärfungspläne umsetzt: Die in größeren deutschen Städten üblichen Mietenspiegel sollen dann nicht mehr nur die „ortsübliche Vergleichsmiete“ der letzten drei bis vier Jahre abbilden, sondern gleich zehn Jahre zurückblicken. „Wenn das kommt, hätte das in jedem Fall eine dämpfende Wirkung“, sagt Eberhardt zum STANDARD.

Investments in B-Städten

Die Auswirkungen auf den Miettenmarkt sind für ihn also vorgezeichnet. Nicht ganz so klar sind die Effekte auf den Wohnimmobilieninvestmentmarkt. Eberhardt verweist auf den anhaltend starken Zuzug samt entsprechender Nachfrage nach Wohnungen in den Ballungsräumen, wodurch sich in den deutschen „Big 7“-Städten, aber zunehmend auch in B-Städten wie Dortmund oder Erlangen gute Investmentchancen ergäben. Allerdings regiert zunehmend auch die Vorsicht. Die Preise seien schon sehr hoch, nach Abzug aller Kosten sei derzeit kaum eine Rendite von mehr als drei Prozent drin.

Bouwfonds hat vom gesamten aktuellen Investitionsvolumen in der Höhe von 6,2 Milliarden Euro rund 1,5 Milliarden Euro in Wohnhäuser gesteckt, und zwar in Deutschland, Frankreich, den Niederlanden, Dänemark, Schweden, Norwegen und Großbritannien. Schon 2007 baute man den ersten „paneuropäischen“ Wohnimmobilienfonds auf, „da waren wir die Pioniere“, sagt Eberhardt nicht ohne stolz. Demnächst werden vielleicht auch nach Spanien, Italien und Polen Anlegergelder fließen. „Diese Märkte prüfen wir derzeit.“

Auch Österreich sehe man sich „immer wieder an“, sagt Eberhardt, bisher hat er aber vor dem „komplexen Markt“, insbesondere vor der massiven Regulierung, zurückgeschreckt. „Die Renditen wären zu niedrig.“ Ausschließen will er aber nicht, auch in Österreich einmal zuzuschlagen. (mapu)

Germany’s rental price brake: effective, or not?

Controversial impact of new law

Residential real estate is the big issue at the this year’s Mipim. Germany introduced the “rental price brake” law last year. However, according to a study by the empirica research institute, so far it has “barely made a lasting impact” on Germany’s five largest cities. Although new contract rents fell initially, they subsequently caught up again. However, Martin Eberhardt, Managing Director of Bouwfonds Investment Management assumes that rent increases in German urban agglomerations will slow – particularly if the government implements plans to tighten the law.

It is not quite clear what effect this will have on the investment market. Eberhardt points out the continuing strong influx and demand for apartments in urban agglomerations, which is resulting in good investment opportunities in the “Big 7” German cities, and to a growing extent in secondary cities. Nevertheless, there was also an increasing need for caution. Prices are already high, and after deduction of costs it is barely possible to achieve returns of more than three percent at the present time.

With an investment volume currently totalling 6.2 billion euros, Bouwfonds has around 1.5 billion euros invested in residential properties in Germany, France, the Netherlands, Denmark, Sweden, Norway and the UK. These may soon be joined by Spain, Italy and Poland. Eberhardt said the company frequently took a look at Austria too, but had so far shied away from the “complexity of the market”, and in particular the high degree of regulation. (red)



Das Pariser Wohnprojekt „Bâtiment Home“ des Developers Bouygues ist für die Mipim Awards 2016 nominiert (siehe auch Seiten 12 und 13).



AIRPORTCITY VIENNA

FITNESS. CONFERENCE. HOTEL. SHOPPING. OFFICE.

MEHR WELT FÜR SIE: DIE AIRPORTCITY VIENNA BAUT AUS.
Und alles wird besser. Lassen Sie sich vom Nr.-1-Business-Standort in Wien überraschen. Mit einer Fülle neuer Ideen: Flächen zum Ausbauen. Büros zum Anmieten. Restaurants zum Genießen. Hotels zum Übernachten. Fitnesscenter, um fit zu bleiben. Infrastruktur zum Nutzen.

 +43 1 7007-7007, info@airport-city.at, www.airport-city.at

BESUCHEN SIE UNS AUF DER MIPIM IN CANNES, 15.–18.3.2016, RIVIERA HALL, STAND R7.E2

Österreichs 1. Standort mit einem DGNB-Zertifikat nach ÖGNI „Quartiersertifizierung“.



est. 1998

andromeda
-tower.at

ANDROMEDA TOWER

HWB 76 kWh/m²a



F.: Wirtschaftsagentur / David Bohmann

Der Wirtschaftsstandort Wien ist zum siebten Mal in Folge auf Platz 1 mit der höchsten Lebensqualität im weltweiten Mercer-Städteranking.

Made in Vienna: Urbane Produktion von Marmelade bis zum Sonnenkollektor

Bis zum letzten Drittel des 20. Jahrhunderts fand Produktion in Europa nur dort statt: in den wachsenden, pulsierenden Städten. Es wurde Tür an Tür produziert, gearbeitet und gewohnt. Fabriken mitten in der Stadt, handwerkliche Produktionsbetriebe in den Hinterhöfen der Wohnhäuser: im Wien des 19. Jahrhunderts ein alltägliches Bild. Neue, billige Wege für den Transport von Gütern, niedrigere Löhne und weniger ökologische wie soziale Standards brachten die Produktion vom Zentrum in die Peripherie – die Zeit urbaner Produktion schien vorbei.

Trendwende zeichnet sich ab

Produktion im urbanen Raum ist nicht länger ein Relikt aus alten Tagen. Die Gründe dafür sind divers. Produktion hat heute kaum mehr etwas mit schwarzen Rauchschwaden aus den Fabrikschloten von damals zu tun – gefragt sind viel mehr die rauchenden Köpfe. Produktion ist wieder städtetauglich – und für Betriebe bringt das handfeste ökonomische Vorteile. Die Wirtschaftswissenschaft spricht von einer (Re-)Urbanisierung der Wertschöpfungskette. Unternehmen profitieren vor allem von der städtischen Infrastruktur und haben Kooperationsvorteile betreffend Lieferung und Handel. Die räumliche Nähe zu KundInnen bringt mehr Flexibilität, und die Auswahl an gut ausgebildeten MitarbeiterInnen ist zumeist größer.

Außerdem gibt es seit vielen Jahren eine Entwicklung hin zum bewussten Konsum: Qualität, Nachhaltigkeit und Regionalität spielen in der Kaufentscheidung eine immer größere Rolle – lange Transportwege und der unwirtschaftliche Umgang mit Ressourcen wirken sich hier oft

Produktion mitten in der Stadt. Was im Zeitalter der Industrialisierung selbstverständlich war, wurde später zu einem seltenen Phänomen. Doch die städtische Produktion erlebt eine Renaissance: Urban Manufacturing lautet das Stichwort. Auch das Stadterweiterungsgebiet aspern Seestadt bietet dafür optimale Voraussetzungen.



Foto: 3F Solar

Urbane Produktion in der Seestadt: Herstellung eines thermischen Absorbers für Sonnenkollektoren.

negativ aus. Davon profitieren lokale ProduzentInnen – die Lieferkette ist kurz, ebenso die Wege für KundInnen und MitarbeiterInnen.

Technische Innovationen tragen dazu bei, dass es sich für produzierende Betriebe lohnt, sich in der Stadt anzusiedeln. Die durchgängige Digitalisierung und Vernetzung von Werkzeugmaschinen, Robotern und Produkten über das Internet – kurz Industrie 4.0 – bietet Möglichkeiten für neue Kooperations- und Produktionskonzepte. In der Seestadt werden die Zukunft der Industrie erforscht und neue Lösungen entwickelt. Hier hat sich die erste Pilotfabrik Österreichs angesiedelt, betrieben von der TU Wien in Zusammenarbeit mit 20 Unternehmen. In dieser Pilotfabrik wird Wissen für die Zukunft der Industrie produziert. Der Fokus ist klar: Produktion

in der Stadt soll immer leichter möglich werden.

Als wesentlicher Trend im Bereich Stadtentwicklung ist Urban Manufacturing heuer auch Thema auf der internationalen Immobilienmesse MIPIM in Cannes: Beim Messeauftritt der Wirtschaftsagentur Wien und von aspern Seestadt wird städtische Produktion als das Zukunftsthema für Wien diskutiert.

Wien produziert

Für Wien als Wirtschaftsstandort spielt Urban Manufacturing aber nicht erst seit neuestem eine große Rolle: Betriebe, die ihre Produktionsstätten in Wien angesiedelt haben, profitieren von den Vorzügen des urbanen Standorts – und das bereits seit vielen Generationen. Beispiele dafür sind Manner, iSi, EVVA, Henkel, Mühlbauer Hütte, Ludwig

Reiter Schuhe und viele mehr. Manner verlegt übrigens die gesamte Schnittenproduktion wieder komplett zurück in die Stadt. Möglich wurde das durch ein neues vertikales Produktionsverfahren, das Manner, unterstützt von der Wirtschaftsagentur Wien, gemeinsam mit der TU Wien entwickelt hat.

Urban-Manufacturing-Konzepte sind auch bei jungen Unternehmen gut verankert: Die Markerei betreibt einen Nachbarschaftsmarkt mit gastronomischem Mehrwert, feinedinge* hat sich der Arbeit am Material Porzellan verschrieben, all.we.create ist ein alternatives Vertriebskonzept für die „Kultivierung von Stadtressourcen“ durch Kreativschaffende. Auch im Bereich des zeitgenössischen Handwerks liegt Produktion in Wien voll im Trend: Unter anderem betreibt Viadukt eine Druckwerkstätte, Unique Skis produzieren und vertreiben handgefertigte Ski als Einzelstücke und in Kleinserien.

Um das Thema Urban Manufacturing am Wirtschaftsstandort Wien voranzutreiben, berät und fördert die Wirtschaftsagentur Wiener Start-ups und Unternehmen: Beim Ideenwettbewerb „Crafted in Vienna“ wurden beispielsweise Konzepte gesucht, die mit urbaner Produktion an den zentralen Punkten der Wertschöpfungskette ansetzen. Daraus resultierend, startet ab April 2016 dazu der passende Förderwettbewerb. In wachsenden Städten, wie Wien eine ist, können solche Geschäftsmodelle viele qualitativ hochwertige Arbeitsplätze schaffen, was den Arbeitsmarkt und den Wirtschaftsstandort nachhaltig stärkt.

Leben und Arbeiten kombinieren

Der Trend hin zum Urban Manufacturing wirkt sich nicht nur auf das Arbeiten selbst aus. Durch die örtliche Nähe und die gute Verbindung zwischen Arbeitsplatz und Wohnort kann die Lebensqualität gesteigert werden. Ein Ort in Wien, der die Verbindung zwischen Arbeiten und Leben und eine positive Work-Life-Balance zur höchsten Priorität moderner Stadtentwicklung erklärt, ist aspern Die Seestadt Wiens. Hier entstehen bis 2028 etwa 10.500 hochwertige Wohneinheiten für mehr als 20.000 Menschen und rund 20.000 Arbeits-

DEFINITION

Urban Manufacturing

Der Begriff bezeichnet ganz allgemein den Trend, dass Produktion aus gesellschaftlichen, ökonomischen und technologischen Gründen wieder verstärkt in den urbanen Raum (zurück)geholt wird. Durch die (Re-)Urbanisierung der Wertschöpfungskette profitieren Unternehmen von der städtischen Infrastruktur, haben Kooperationsvorteile durch Clustereffekte und sind näher an KundInnen und (potenziellen) MitarbeiterInnen. Gerade für den Arbeitsmarkt wachsender Städte stellt urbane Produktion eine große Chance dar: Mit der Ansiedlung produzierender Unternehmen können neue, qualitativ hochwertige Arbeitsplätze geschaffen werden.

plätze. Arbeiten und Leben soll also Tür an Tür erfolgen.

Als Wirtschaftsstandort präsentiert sich die Seestadt vielfältig: Ein Mix aus verschiedenen Unternehmen aus diversen Branchen – von innovativen Start-ups über technologieorientierte Forschungsbetriebe, gemeinnützige Unternehmen bis hin zu großen produzierenden Betrieben – hat sich bereits hier angesiedelt. Neben Nahversorgung, Dienstleistung, Forschungs- und Entwicklungsarbeit ist auch die urbane Produktion ein wichtiges Thema.

Einige zeigen jetzt schon, wie ein Produktionsbetrieb alle Vorteile der Stadt nutzen kann und dabei nachhaltig wirtschaftet. Beispiele für Seestädter Urban-Manufacturing-Pioniere sind das gemeinnützige Unternehmen Wien Work, das 2015 eine große Werkshalle eröffnet hat oder 3F Solar, die Hybridkollektoren herstellen und vertreiben. Ab Juni 2016 produziert der Technologiekonzern Hoerbiger in der Seestadt: Mit über 500 Beschäftigten in den Bereichen Kompressortechnik, Antriebstechnik und Hydraulik ist Hoerbiger ein Paradebeispiel dafür, wie urbane Produktion aussehen kann.

Solarkollektoren aus der Seestadt

Das Unternehmen 3F Solar ist das beste Beispiel dafür, dass Produktion im urbanen Raum möglich ist. Die Fertigung und der Vertrieb des hochinnovativen Hybridkollektors Solar One, der sowohl Strom als auch Wärme produziert, sind in der Seestadt beheimatet. Dadurch ergeben sich für das innovative Seestädter Unternehmen strukturelle Vorteile: Im Technologiezentrum aspern IQ der Wirtschaftsagentur Wien konnte 3F Solar Produktion, Büro, Forschungswerkstatt und Ausstellungsraum vereinen. Der Standort Seestadt bringt noch weitere Pluspunkte mit sich: Durch ein lebendiges, vielfältiges Arbeitsumfeld und die gute Anbindung kann der Innovationsbetrieb seinen MitarbeiterInnen und KundInnen echten Mehrwert bieten.

FACTBOX

aspern Die Seestadt Wiens

- eines der größten Stadtentwicklungsprojekte Europas – Lage im Nordosten Wiens – mit Anbindung an die Bahnhöfe, Flughäfen und Stadtzentren der Twin-Cities Wien und Bratislava
- neuer, multifunktionaler Stadtteil mit hochwertigen Wohnungen und großzügigen Flächen für Büros, Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, Wissenschaft, Forschung und Bildung
- Gesamtfläche: 240 Hektar, das entspricht der Größe von 340 Fußballfeldern oder des 7. und 8. Wiener Gemeindebezirks zusammen.
- Neubauten mit einer geplanten Bruttogeschoßfläche von mehr als 2,6 Mio. m² und einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 5 Mrd. Euro
- Vollausbau bis 2028: mehr als 20.000 SeestädterInnen und 20.000 Arbeitsplätze
- Status quo 2016: rund 2.600 Wohneinheiten für mehr als 6.000 Menschen und 2.000 Arbeitsplätze
- 9.000 m² Fläche für Geschäfte, Lokale und Kleingewerbe in der ersten Einkaufsstraße mit zentralem Management



In der Seestadt herrscht ein buntes Miteinander von Wohnen und Arbeiten.

Foto: Wien 3420 / Schedl / Riederich

Studentenheime: Assetklasse mit Partyraum

Studentenwohnen boomt – bei Studenten, aber ganz besonders auch bei Investoren. In Österreich sehen Experten noch viel Potenzial für hochwertige Projekte. Und auch zur Nachnutzung nach dem großen Boom gibt es Pläne.

Franziska Zoidl

Bis vor kurzem war das Thema Studentenwohnen lediglich ein Nischenprodukt. Mittlerweile ist es auf den großen Podien der Messen angekommen – auch auf der Mipim. „Die Nachfrage von Investorenseite ist in den letzten drei Jahren dramatisch gestiegen“, sagt Sascha Wilhelm, CEO der Corestate Capital Group, die seit sechs Jahren Heime in Deutschland und Österreich entwickelt.

Denn in „traditionellen“ Investmentklassen gebe es teilweise „Preisüberbietungen“, weshalb das Suchprofil ausgeweitet wurde. Institutionelle Investoren würden zudem immer erst investieren, „wenn es belegbare Zahlen gibt“. Die gebe es nun. Und besonders in Deutschland werde der Druck auf den Wohnungsmarkt größer, wovon auch Studentenheime profitieren. Das bestätigt Bernhard Wippaunig, Geschäftsführer von Milestone, das derzeit ein Heim in Wien und in Graz betreibt: „Das Studentenheim ist ideal, um jungen Menschen einen Einstieg in eine neue Stadt zu ermöglichen.“

Als wichtigste kontinentaleuropäische Märkte gelten Deutschland und die Niederlande. Aber auch in Österreich sehen Experten noch viel Potenzial. Beim Praterstern soll ab Sommer das bisher größte Studentenheim Österreichs mit 700 Mikroapartments von der S + B Gruppe gemeinsam mit der Investa Immobiliengruppe errichtet werden.

Student hostels: asset class with party room

Until recently, student hostels were only regarded as a niche product. However, in the meantime they have arrived on the major trade fair platforms. “Demand from investors has risen dramatically in the last three years,” says Sascha Wilhelm, CEO of the Corestate Capital Group.

This is attributable to the “excessive prices” often encountered in the “traditional” investment classes. Furthermore, institutional investors are always ready to invest only “when verifiable figures are available.” Pressure on the housing market is increasing, especially in Germany, and student hostels stand to benefit from this. This is confirmed by Bernhard Wippaunig, Managing Director of Milestone, which currently operates hostels in Vienna and Graz. Experts still see a lot of potential in Austria, where Milestone is building its second complex in the federal capital. CORESTATE capital, which opened a 589-room hostel in Vienna only last autumn, is also looking at “two or three” plots of land.

Starting in the summer, Milestone will be building a 408-room hostel in Budapest. In the Netherlands too the company is negotiating “at full pressure”. On the other hand, Corestate Capital intends to realize “at least one project” in Madrid this year. (red)



Erst vor wenigen Wochen erwarb Corestate ein Grundstück in Berlin-Mitte, wo ein Studentenheim mit 160 Wohneinheiten entstehen soll.

Visualisierung: Corestate Capital Group

Milestone baut an seinem zweiten Objekt in der Bundeshauptstadt. Auch Corestate Capital, das erst im Herbst ein 589-Zimmer-Heim in Wien eröffnet hat, schaut sich „zwei bis drei“ Grundstücke in Wien an. In Salzburg und Innsbruck befindet sich Milestone auf der Suche nach Grundstücken.

Den Kremser und den Leobener Markt untersuche man derzeit, so Wippaunig. Auch Klagenfurt sei „nicht uninteressant“.

Ab Sommer soll in Budapest, unweit der Semmelweis-Universität, an einem 408-Zimmer-Heim gebaut werden. Über den ungarischen Markt schweigen sich inter-

nationale Marktberichte zu Studentenheimen weitgehend aus. „Wir sind selbst darüber gestolpert“, sagt Wippaunig. Aber der Markt habe Wachstumspotenzial, weil viele Ausländer hier studieren.

Auch in den Niederlanden – in Den Haag und Leiden – verhandle man derzeit „mit Hochdruck: Wir hoffen, dass wir Ende April wissen, wann wir starten können“, so Wippaunig. In Deutschland gebe es noch keine konkreten Projekte, grundsätzlich sei dort aber „jede große Unistadt“ interessant. Der Markt sei aber sehr dynamisch, daher sei es schwierig, ein Grundstück zu finden.

Corestate Capital wiederum will noch heuer „mindestens ein Projekt“ in Madrid verwirklichen. 1:1 lasse sich ein Produkt, das in Deutschland und Österreich funktioniert, aber nicht importieren: „Dort kennt man eher das amerikanische Modell, wo man sich ein Zimmer teilt.“ Dafür müsse man auch mehr Service bieten – Vollverpflegung und Wäscheservice

werden beispielsweise vorausgesetzt.

Und falls der Boom irgendwann vorbei ist: Auch die Frage der Nachnutzung – wichtiger Aspekt für Investoren – lässt sich bei Studentenheimen beantworten. Der „nächste große Trend“ ist laut Wilhelm nämlich „Golden Age Living“: Wohnen für Senioren, die fit sind und zurück in die Stadt wollen, nachdem die Kinder aus dem Haus sind. Das werde schon heute immer wieder nachgefragt.

Senioren statt Studenten

Die Räume, in denen heute Studenten wohnen, seien für eine solche Nutzung bereits ausgelegt: Zwei Zimmer mit Nasszellen könnten zusammengelegt werden. Noch gebe es zwar keine Pläne, solche Projekte auch abseits des Studentenheim-Sektors zu entwickeln. „Aber das ist eine Idee, die wir weiterverfolgen werden“, kündigt Wilhelm an. „In der Hoffnung, dass wir damit irgendwann mal genauso früh dran sind wie mit den Studentenheimen.“

UBM Development AG Erfolgreiche Hotelinvestments in ganz Europa



Hyatt Regency Amsterdam



Holiday Inn Express Berlin Alexanderplatz



Holiday Inn Warschau City Centre

BESUCHEN SIE
UNS AUF DER
MIPIM 2016 am
Österreich-Stand
R7. E2

UBM Development AG plant, errichtet, betreibt und verkauft Hotelimmobilien. Mit einer Entwicklungsleistung von 43 Hotels mit knapp 9.000 Zimmern in den letzten 20 Jahren zählt das österreichische Unternehmen zu den führenden Hotelentwicklern in Europa. Zurzeit umfasst die Projektpipeline 12 weitere Hotels in Amsterdam, Berlin, Danzig, Frankfurt, Hamburg, Mainz, München, Warschau und Wien. Die 1873 gegründete UBM steht für nachhaltige Immobilienentwicklungen und zeichnet sich bei Neubau, Umnutzung oder Refurbishment durch Architekturqualität und hochwertiges Bauhandwerk aus. www.ubm.at

MIPIM 2016 HOTELIMMOBILIEN

MIPIM-TERMINE

■ Zu „Student housing: a niche with growth potential“ werden am Dienstag, dem 15. März, internationale Experten auf dem Podium diskutieren. Dabei werden unterschiedliche Märkte fürs Studentenwohnen beleuchtet und unter anderem wird den Fragen nachgegangen, wie man kulturellen Präferenzen in puncto Miete vs. Eigentum in dem Segment und der wachsenden Nachfrage begegnet. (14.30–15.30 Uhr, Orange Room)

■ Der etwas sperrig klingenden Frage „How can major hotel companies maintain their fast pace of growth in an increasingly competitive market with new offensive players?“ widmet man sich am Mittwoch, dem 16. März, auf dem Podium. Dort werden auch die Herausforderungen an die Hotellerie durch die „Sharing Economy“ – Stichwort Airbnb – Thema sein. (10–11 Uhr, Orange Room)

■ Zum Thema „Rise of lifestyle hotels & retailtainment in the hospitality industry. What's in hotels for the client experience?“ wird am Donnerstag, dem 17. März, mit Vertretern von Accorhotels sowie Hyatt International auf dem Podium diskutiert. Ein Aspekt der Diskussion werden auch neue F&B-Konzepte und Innendesign der Zukunft sein. (10–11.30 Uhr, Orange Room)

„Ausländische Investoren lieben Amsterdam“

Amsterdam zählt zu den Top-Hotelmärkten Europas. Im Stadtzentrum darf aber kaum mehr gebaut werden. Der österreichische Entwickler UBM baut auf einem der letzten Grundstücke nun ein Hyatt Regency.

Franziska Zoidl aus Amsterdam

Amsterdam ist ein gutes Pflaster für die Hotellerie. 2015 wurden 12,5 Millionen Nächtigungen verzeichnet, heuer sollen es noch mehr Touristen werden. „Amsterdam ist sicher einer der Top-Hotelmärkte in Europa“, sagt Martin Schaffer vom Beratungsunternehmen MRP Hotels.

Das Verhältnis zwischen Leisure- und Businessgästen sei fast ausgewogen. Zudem profitiere Amsterdam von seiner Lage in Europa, seiner Krisenresistenz und seiner Sicherheit: „Ausländische Investoren lieben Amsterdam.“

An dem Kuchen wollen auch Österreicher mitnaschen: Die UBM Development AG etwa baut mit dem lokalen Entwickler Ae-

des Real Estate an einem Hyatt Regency mit 211 Zimmern auf einem der letzten großen Grundstücke in der Innenstadt. Bis Ende des Jahres sollen die Bauarbeiten abgeschlossen werden. Die Fassade des einstigen Kinderspitals musste erhalten bleiben, so lautete die Auflage der Stadt.

Die Barrieren für Entwickler sind im historischen Stadtzentrum allgemein hoch, wie ein Hotelmarktbericht vom Beratungsunternehmen HVS aus dem Vorjahr bestätigt: In den letzten acht Jahren wurden demnach nur fünf Hotel-Neuentwicklungen in der Innenstadt genehmigt. Mittelfristig werde es zudem wohl auch keine weiteren Genehmigungen geben.

Leerstehende Bürogebäude

Während so im Stadtzentrum eher hochpreisige Hotels entstehen, würden sich Neuentwicklungen von preiswerten Hotels eher auf Gegenden außerhalb des Stadtzentrums konzentrieren, so Schaffer. Dort werden beispielsweise oft leerstehende Bürogebäude umgenutzt.

Das wiederum ruft laut HVS-Marktbericht Kritiker auf den Plan, die befürchten, dass außerhalb des Zentrums, in Gegenden die Touristen nicht interessieren,

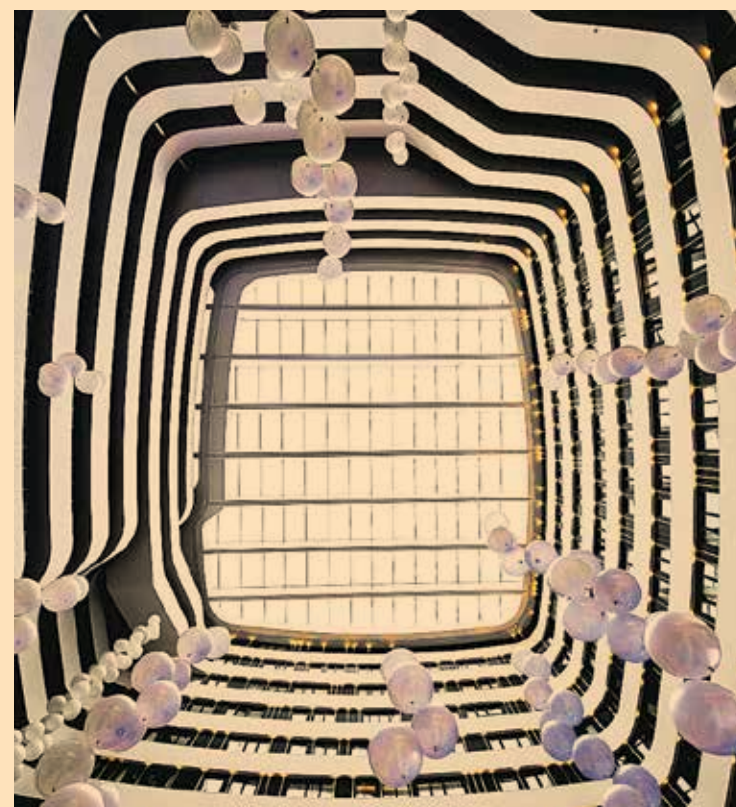


Foto: AFP / ANP / Koen van Weel

Erst vor wenigen Wochen wurde ein neues Hilton-Hotel am Flughafen Schiphol mit 433 Zimmern eröffnet. Das alte wird nun abgerissen.

viel zu viele Hotelzimmer entstehen.

In zentraler Lage, wenn auch nur für eine überaus zahlungskräftige Klientel, entsteht in den nächsten drei Jahren ein Luxus-hotel im ehemaligen Justizpalast. Die Luxus-Kette Rosewood Hotels hat den 20.000 Quadratmeter großen Bau in bester Lage an der Prinsengracht vergangenen Herbst um 61,3 Millionen Euro gekauft. 140 Zimmer sollen hier entstehen.

Das Hyatt Regency soll in den nächsten Monaten verkauft werden. Mit „sechs bis sieben“ Interessenten sei man bereits im Ge-

spräch, so UBM-Vorstandschef Karl Bier: „Wir rechnen mit einem interessanten Verkaufspreis.“

Auch weil das Hotel über 38 Garagenplätze verfügen wird – eine Seltenheit in Amsterdam. Seit vergangenem Sommer seien die Verkaufspreise im Hotelsegment zudem noch einmal um zehn Prozent gestiegen, schätzt Bier. Und derzeit sei kein Ende des Positivtrends abzusehen. Die UBM schaue sich derzeit auch außerhalb des Hotelsektors in Amsterdam um. Fix sei aber noch nichts. Die Reise nach Amsterdam erfolgte auf Einladung der UBM.

“Foreign investors love Amsterdam”

The city is one of Europe's top hotel markets

Amsterdam is a great patch for the hospitality industry. With 12.5 million overnights recorded in 2015, this year should see even more tourists. “Amsterdam is one of Europe's top hotel markets”, says Martin Schaffer of the consultancy firm MRP Hotels: “Foreign investors love Amsterdam.”

Austrians would also like a share of the cake. UBM Development AG, for example, is building a Hyatt Regency with 211 rooms in the city centre in collaboration with local developer Aedes Real Estate: construction should be completed by the end of the year. The façade of the former children's hospital will be left intact, as stipulated by the city government of Amsterdam.

The barriers for developers in the historic city centre are generally high, as substantiated by a hotel market report published last year by the consulting firm HVS. According to this report, only five hotel developments in the inner city have been approved in the last eight years.

Whereas it tends to be expensive hotels that are erected in the city centre, new developments of low-budget hotels are more likely to be concentrated in areas outside the city centre, according to Schaffer. The Hyatt Regency is expected to be sold in the next few months. Talks are already being held with “six or seven” interested parties, explains Bier: “And we are expecting to achieve a very interesting purchase price.” (red)



Visualisierung: UBM

The Hyatt Regency in the city centre is expected to be sold in the next few months.



Der richtige Standort zählt ...



Büros
Wohnungen
Geschäftslokale
Hausverwaltung

Wir informieren
und beraten Sie gerne:



01-535 01 01

www.generalirealestate.at

KURZ GEMELDET

Auch der Hamburger Hotelmarkt boomt

Der Hamburger Hotelmarkt gilt als einer der spannendsten Märkte Deutschlands: 12,6 Millionen Nächtigungen verzeichnete die Stadt 2015, das war ein Plus von 5,3 Prozent. „Hamburg boomt im Leisure-Tourismus“, sagt Martin Schaffer von MRP Hotels. Die Stadt hole derzeit „unheimlich auf“, die Zimmerauslastung sei hier überdurchschnittlich hoch. Gleichzeitig kämen viele neue Projekte auf den Markt, denn viele Betreiber wollten nun nach Hamburg. 27 Neubauprojekte befinden sich derzeit in Bau, allein 2016 sollen 2000 Betten auf dem Hotelmarkt dazukommen, darunter das bereits vor kurzem eröffnete 25hours-Hotel Altes Hafenamt. Mit dem Grand Hotel „The Fontenay“ soll außerdem ein Luxushotel eröffnen, das das „beste Hotels Deutschlands“ werden will. Der Supermarkt-Discounter Lidl baut in Hamburg außerdem an seinem ersten Hotel. (red)

Moxy-Hotels: 40 Standorte in Europa fix geplant

Erst vor kurzem fand der Spatenstich für das erste Moxy-Hotel Österreichs am Flughafen Wien statt (der STANDARD berichtete). Derzeit ist zwar erst ein Moxy-Hotel – die neue Lifestyle-Marke von Marriott – in Mailand in Betrieb. „Aber die Welle wird kommen“, kündigte Markus Lehnert von Marriott International an. Die Verträge für europaweit 40 weitere Hotels seien schon geschlossen – etwa in Tiflis, Venedig und Aberdeen. Die Hotels würden sich in Stadtzentren und Flughafennähe befinden, so Lehnert. Sieben Hotels würden heuer noch eröffnen. Nach weiteren Standorten für Moxy-Hotels soll nun auch in Wien und den Landeshauptstädten Ausschau gehalten werden. (red)

MIPIM 2016 INTERVIEW

„Hotels sind immer Thermometer des Marktes“

Franz Jurkowitsch, CEO des Hotel- und Gewerbeimmobilienentwicklers Warimpex, glaubt weiter an Russland und setzt stark auf Sekundärstädte in Polen. Diese seien für die Trends am Büromarkt bestens aufgestellt.

INTERVIEW: *Martin Putschögl*

STANDARD: In Cannes wird Sie heuer wohl vor allem interessieren, was über Russland diskutiert wird?
Jurkowitsch: Ja, denn wir haben in Russland 2015 bekanntlich einen gewaltigen Bewertungsverlust eingefahren. Ein Teil davon war ein Währungsverlust. Ich sehe dort aber auch wieder Potenzial.

STANDARD: Welches?

Jurkowitsch: Der überwiegende Grund für die Währungsschwäche ist sicher der niedrige Ölpreis. Als Folge davon kam es zu einer Verlangsamung der russischen Wirtschaft. Wenn wir in eine Phase kommen, wo der Ölpreis wieder zulegt, wird sich das mit einer Zeitverzögerung von maximal einem Jahr auch wieder in ein Wachstum in den sonstigen Wirtschaftsbereichen niederschlagen.

STANDARD: Das heißt, Sie warten dort vorerst einmal ab?

Jurkowitsch: Wir machen einstweilen die notwendigen Planungen für Baugenehmigungen, um dann, wenn sich der Markt wieder stabilisiert, bereit zu sein.

STANDARD: Die Airport City St. Petersburg entwickeln Sie gemeinsam mit UBM und CA Immo. Wie geht es dort weiter?

Jurkowitsch: Wir können dort noch 150.000 m² an Büroflächen entwickeln. Aktuell haben wir 40.000 Quadratmeter in der Planung, und die werden wir umsetzen, sobald wir Mietverträge und eine Finanzierung haben. Außerdem bauen wir gerade an einem ziemlich großen Parkhaus mit 20.000 m², das schon voll vermietet ist, an die Mieter der ersten beiden Türme.

STANDARD: Gutes Stichwort: Im Vorjahr konnten Sie die Jupiter-Bürotürme nur mit größter Mühe verkaufen. Steht auch der 2015 fertiggestellte „Zeppelin“ aktuell zum Verkauf?

Jurkowitsch: Der Zeppelin ist voll vermietet, wir sind mit diesem Projekt sehr zufrieden. Das Umfeld eines Verkaufs wird sich ergeben, aber das muss nicht unbedingt morgen oder übermorgen sein.

STANDARD: Wie sieht es in Russland mit Finanzierungen aus?

Jurkowitsch: Schwierig. Finanzierbar sind solche Projekte nur a) unter Einsatz hoher Eigenmittel und b) mit lokalen Banken. Auslandsfinanzierungen würde ich im Moment als nicht sehr realistisch sehen.

STANDARD: Was erwarten Sie heuer von der Mipim?

Jurkowitsch: Es wird interessant, denn es gibt zwei oder drei Entwicklungen, die sich für Immobilien positiv niederschlagen werden. Zum einen die wieder abgesagte Zinserhöhung. Manche Leute haben ja gehofft, dass sie vielleicht Mitte 2016 schon wieder in sichere und liquidere Investments wie amerikanische Staatsanleihen zu akzeptablen Renditen wechseln können. Das wird aber offensichtlich nicht stattfinden. Da die



Im polnischen Krakau baut die Warimpex das „Chopin Office“. Visualisierung: Warimpex

Zinsen wieder fallen, ist die sichere Investition eindeutig die Immobilie.

STANDARD: Was das Development angeht, sind Sie derzeit aber ausgerechnet in Ihrem angestammten Segment, den Hotels, nicht sehr aktiv. Täuscht der Eindruck?

Jurkowitsch: In Białystok in Polen machen wir ein gemischt genutztes Objekt: Büros, Shopping und ein Hotel mit 150 Zimmern. Und in Budapest haben wir ein Grundstück, das wir nun für eine Hotelentwicklung vorbereiten. Hotels werden immer interessanter. Denn wir sehen zwar eine große Veränderung unserer Lebensformen, aber die Leute eines jungen Start-ups wollen genauso übernachten und frühstücken wie die Mitarbeiter eines etablierten Unternehmens. Ein Hotel geht also immer; in schwierigen Zeiten holt man sich Billigstgruppen he-

rein, die man jederzeit wieder loswerden kann. Die Flexibilität hat aber auch eine Kehrseite: Im Jahr eins vor Lehman war man mit einem Hotel schlechter dran. Wer damals einen fünfjährigen Mietvertrag für seine Büroflächen bekommen hat, war besser dran. Die Nachfrage ist beim Hotel zeitnah, insofern sind Hotels immer Thermometer des Marktes.

STANDARD: Bei Ihrem Kurhotel im tschechischen Karlsbad bleiben derzeit die Russen fern. Ist da Besetzung in Sicht?

Jurkowitsch: Ja, eben mit anderen Zielgruppen, die aber weniger bezahlen. Dazu kommt: Der russische Gast kam im Schnitt für zwei bis drei Wochen. Deutsche oder Österreicher kommen für ein Wochenende auf Kur. Man muss das Produkt also vier- oder fünfmal verkaufen, um auf dieselbe Auslastung zu kommen. Allerdings

war gerade dieses Hotel gemeinsam mit unseren beiden Häusern im Eurodisney jenes, das in den Jahren nach Lehman fast keine Einbrüche hatte. Diversifikation ist also gut, weil man andere Zyklen mit anderen Cashflows hat.

STANDARD: Büros bauen Sie derzeit in den polnischen Sekundärstädten Łódź und Krakau. Warum gerade dort?

Jurkowitsch: Zum einen ist Warschau schon sehr „heiß“. Zum anderen hat Polen eine ähnliche Struktur wie Deutschland, mit eben sehr starken Sekundärstädten. Krakau ist hier die Nummer eins, eine Stadt mit über 700.000 Einwohnern, sehr aktivem Flughafen und guten Hochschulen. Da gibt es auch ein Hinterland, das ein historischer Kulturraum ist mit einer gewissen Eigenständigkeit. Ein weiterer Grund sind aktuelle Entwicklungen wie der star-

ke Trend zur Verlagerung von Shared-Service-Centern – etwa von Banken und Versicherungen –, aber auch das sogenannte BPO, Business Process Outsourcing. Da werden komplette Planungen – etwa einer Raffinerie – ausgelagert. Davon profitieren Sekundärstädte mit guten Verkehrsanbindungen und guten Hochschulen. In Krakau und Kattowitz gibt es sehr gut ausgebildete Leute, die vielleicht nach Deutschland oder England ausgewandert wären, nun aber dort zu natürlich immer noch niedrigeren Gehältern, aber auch niedrigen lokalen Preisen eine größere Kaufkraft erhalten können. Das nutzen wiederum die Firmen, die aber natürlich nur in Städte mit guten Flugverbindungen gehen. Denn das schönste Shared-Service-Center funktioniert nur in Zusammenarbeit und Steuerung mit dem Mutterkonzern. Trotz Videokonferenzen ist der persönliche Kontakt wichtig.

STANDARD: Das hört sich so an, als hätten Sie Ihre neuen Büroflächen in Krakau schon gut vorvermietet.

Jurkowitsch: Über Vermietungen möchte ich nichts sagen. Die Projekte in Krakau sind erst in der Genehmigungsphase. Für definitive Vermietungen braucht man natürlich die Baugenehmigung, dieser Prozess ist derzeit am Laufen. Sobald die Genehmigung da ist, kann man relativ gut sagen, wann eröffnet wird, und das ist das, was der Mieter wissen will.

FRANZ JURKOWITSCH (67) ist CEO und Miteigentümer der Warimpex AG.

“Hotels are thermometers of the market”

Warimpex focuses on Polish secondary towns

Franz Jurkowitsch, CEO of the Austrian hotel developer Warimpex, is mainly interested in Russian themes at this year's Mipim. Warimpex experienced a “gigantic” valuation loss there in 2015, but in the meantime he now sees potential there again. “When the price of oil gains ground again, this will also be reflected in growth in the other sectors of the economy with a time lag of a year at most.” In the meantime they are planning new projects, such as the expansion of Airport City St. Petersburg in a joint venture with UBM and CA Immo. “We can still develop a total of 150,000 m² of office space there,” says Jurkowitsch. 40,000 m² are currently at the planning stage, a 20,000 m² multi-storey car park under construction has already been fully let.

Last year, after months of nail biting, Warimpex was finally able to conclude the sale of the Jupiter office towers at Airport City; an office tower by the name of “Zeppelin” has also been completed and handed over to the owner. “The Zeppelin has been fully let, and we are very satisfied with this project. The details of the sale have yet to be finalized, but this does not necessarily have to be tomorrow or the next day.”

In the Polish city of Białystok, Warimpex is planning a mixed-use complex with offices, shopping mall and a hotel with 150 rooms, and in Budapest a plot of land is being prepared for a hotel development. According to Jurkowitsch, the hotel segment “is becoming increasingly interesting, because, although we are seeing big changes in our life styles, the people of young start-ups need to overnight and eat breakfast just like the employees of established companies.” Unlike office real estate, in difficult times you can fill a hotel simply by means of “low-budget groups”. However, this flexibility also has a flip side: “Anyone who got a five-year rental agreement for his office property in year 1 before Lehman was better off.” The demand for hotels is also very real-time, so “to this extent, hotels are always thermometers of the market”.

Warimpex is currently also developing office space in Łódź and Cracow. These Polish secondary towns are expected to benefit enormously from current developments such as the trend toward the relocation of shared service centres, and also so-called BPO, or business process outsourcing. (red)

Büro & Lager

im Süden Wiens

NEUE Baustufe 7
ab sofort bezugsfertig

Variable
Mieteinheiten
Büro & Lagerflächen

Eigene
Autobahnabfahrt
A2/I/2 NÖ-Süd

61 TOP-
Unternehmen
als Nachbarn

Gratis-
Parkplätze
direkt vor Ihrer Tür

Ihr Firmenstandort zum Wohlfühlen

AT-2355 Wiener Neudorf • Tel.: 02236 4020-0 • www.walter-business-park.com

MIPIM 2016 INVESTMENTS

MIPIM-TERMINE

22 Konferenzen widmen sich heuer auf der Mipim dem Thema Investment; viele davon mit Fokus auf ein bestimmtes Land wie Deutschland, Japan, Russland, Schweden, China, die USA, die Türkei, Brasilien oder auf Afrika als Kontinent.

■ Zu den besten Investitionsmöglichkeiten in Asien und den dabei aussichtsreichsten Assetklassen gibt es am Dienstag, dem 15. März, eine Veranstaltung. (10.30–11.30 Uhr, Blue Room)

■ Etwas spezifischer wird es am Dienstag, dem 15. März, gleich im Anschluss bei „China Investment Outlook“. Dort wird es darum gehen, worauf Investoren in China in den nächsten Jahren achten müssen, was der neue Fünf-Jahres-Plan auch für chinesische Investoren, die im In- und Ausland investieren wollen, bedeutet und welche Assetklassen wo in China besonders spannend werden. (11.30–12.30 Uhr, Blue Room)

■ Der polnische Vizepremier und Entwicklungsminister Mateusz Morawiecki spricht am Mittwoch, dem 16. März, auf der Konferenz zu „Poland and CEE today – how to understand the new investment environment“ und geht dabei auch auf aktuelle Fragen zur politischen Situation in Polen ein. (11–12.30 Uhr, Blue Room)

■ Gesundheitsimmobilien sind derzeit in aller Munde – der demografische Wandel und das Bevölkerungswachstum scheinen klar für diese Assetklasse zu sprechen. Der Frage „Why should investors consider healthcare real estate“ gehen daher am Mittwoch, dem 16. März, die Diskutanten auf dem Podium nach. (10.30–11.30 Uhr, Blue Room)

■ Ein Nischenthema wird am Donnerstag, dem 17. März, behandelt: Bei „High return on creative investment: coworking 2.0“, dem Siegerprojekt der „Crowdsourced Session“, für das online abgestimmt werden konnte, wird die Beziehung zwischen Künstlern, Creative Industries und der Immobilienbranche beleuchtet und der Frage nachgegangen, wie das ideale Arbeitsumfeld für Co-Worker aussieht. (16–17 Uhr, Blue Room)

Zwei auch in Österreich sehr aktive Investoren, Union Investment und Allianz Real Estate, sehen am Wiener Büromarkt viel Luft nach oben, wollen aber in Österreich weiter Objekte ankaufen. Die Mipim in Cannes nützen sie, um Deals anzubahnen und Märkte zu „screenen“.

Martin Putschögl

Auch wenn die Preis-Hausse nun schon seit zwei Jahren anhält: „Das vorherrschende Niedrigzinsumfeld spricht weiterhin für Immobilien“, sagt Philip La Pierre. Er ist Investmentleiter Europa bei Union Investment, dem Fondshaus der deutschen DZ-Bankengruppe mit Sitz in Frankfurt. La Pierre plant für die UI-Fonds heuer Ankäufe in Höhe von 2,6 Milliarden Euro ein. 2015 waren es 3,5 Milliarden. Verkauft wurden im Vorjahr Objekte um 1,5 Milliarden, heuer sollten es etwa 900 Millionen werden. „Wir haben die letzten Jahre zur Portfolioberreinigung genutzt“, so La Pierre.

Union Investment ist immer wieder in Österreich aktiv, im Vorjahr etwa beim Kauf des Wiener Büroobjekts „Green Worx“. Im Dezember wurde man auch anderswo aktiv: UI übernahm die Kapitalgesellschaften der Volksbanken-Gruppe mehrheitlich, und damit auch die Immo KAG (siehe Artikel rechts). Dass die selbst einen Immobilienfonds mit österreichischen und deutschen Objekten managt und man damit sozusagen „im selben Teich“ fischt, ist laut La Pierre kein großes Thema: „In einem kleinen Bereich wird's sicher eine Kannibalisierung geben, aber im Großen und Ganzen ist das eine gute Ergänzung.“ Die Immo KAG sucht für den Immofonds 1 nur Objekte bis zu einer Größenordnung von maximal 50 Millionen, sagt deren Geschäftsführer Kurt Rossmüller. Für die UI-Fonds beginnt es da erst, interessant zu werden.

Wohnen eher kein Thema

Neun österreichische Objekte befinden sich in den UI-Portfolios, man hält weiter Ausschau. Gesucht werden hauptsächlich Büro- und Einzelhandel. Auch der Factory-Outlet- sowie der Logistik-Markt werden „gescreent“. Wohnimmobilien sind eher kein Thema. „Wir diskutieren das zwar jedes Jahr und haben 2015 in Düs-

seldorf auch ein Wohnobjekt für einen deutschen Fonds angekauft. Für Wohnobjekte braucht es aber die entsprechende Verwaltungsmannschaft vor Ort“, so La Pierre.

Wien sei mit Hamburg gut vergleichbar. In einem aber nicht: „Bei der Büro-Vermietungsleistung hat Hamburg mit ca. 400.000 bis 500.000 m² pro Jahr klar die Nase vorn.“ Wien habe mit rund der Hälfte ein schwaches 2015 gehabt, „und das lag nicht nur am fehlenden Angebot, da fehlt es auch an der Nachfrage“.

Allianz hat Wien im Fokus

Ganz ähnlich sieht man das auch bei einem anderen zuletzt in Österreich sehr aktiven deutschen Investor, der Allianz Real Estate mit Sitz in München. Der Wiener Büromarkt sei „in der Tat im Augenblick mehr durch Stabilität

denn durch Dynamik geprägt“, sagt Annette Kröger, Chief Executive Officer der Allianz Real Estate Germany (verantwortlich für Deutschland, Österreich, CEE und Skandinavien), sehr diplomatisch zum STANDARD. „Wir konzentrieren uns deshalb auf Objekte in guten, etablierten Bürolagen in Wien, für die eine entsprechende Nachfrage vorhanden ist.“ Weil hier die Renditen für Top-Objekte mittlerweile bei 4,2 Prozent liegen, „handeln wir entsprechend selektiv“.

Im Vorjahr hat die Allianz das „Haus an der Wien“ von der Signa Holding erworben. Im Retail-Segment wurde kürzlich knapp die Hälfte am erweiterten Shoppingcenter Fischapark im Rahmen eines Joint-Ventures übernommen. Solche Kooperationen seien insbesondere bei Einzelhandelsobjekten auch weitermöglich, sagt Kröger. Man betätigt sich dabei ausschließlich als Investor, das Center-Management bleibt beim Partner, im Fall des Fischaparks bei der SES. Gemeinsam mit



UI-Mann Philip La Pierre sucht Objekte ab 50 Millionen Euro.

Foto: Union Investment



Annette Kröger, Allianz Real Estate, setzt auf Joint-Ventures.

Foto: Allianz Real Estate



Foto: SES/Mazohl

Beim kürzlich erweiterten Fischapark in Wiener Neustadt stieg die Allianz Real Estate als Investor ein, Mehrheitseigentümer bleibt SES.

dieser ist die Allianz außerdem in Zentren in Wien (Q19), Innsbruck (Sillpark) und Villach (Atrio) investiert. Weitere solche Investments sind für Kröger „denkbar“.

In Osteuropa hat die Allianz zuletzt Büroimmobilien in Budapest und Warschau akquiriert, im Retail-Segment Objekte in Budapest, Katowice, Bratislava und Slowenien erworben. „In den CEE Ländern sind wir weiterhin an dem Erwerb dominanter Shopping-Center interessiert.“

Mipim als Barometer

Die Mipim ist sowohl für Kröger als auch La Pierre eine sehr wichtige Messe. Union Investment versammelt sämtliche Investment-Einheiten in Cannes. „Die schwirren da aus, machen viele Termine, screenen Märkte, bahnen Geschäfte an“, sagt La Pierre. Kröger sieht in der Messe „ein wichtiges Stimmungsbarometer für das laufende Jahr“. Sie erwartet eine positive Stimmung, „wenngleich die Identifikation neuer Investments aufgrund der hohen Nachfrage schwieriger wird“. Auch für La Pierre ist derzeit „jeder Markt eine Herausforderung“. In so einem „schwierigen Umfeld“ laute die Devise schlicht: „Nur minimale Fehler machen.“

UI und Immo KAG: Asset-Management wird aufgeteilt

Die Übernahme der Immo KAG durch Union Investment hat dort in den vergangenen Monaten für starke Umstrukturierungen gesorgt: 50 Mitarbeiter bezogen Anfang Februar neue Büros in der Alten Börse, eine neue Vertriebsmannschaft wurde aufgebaut. Bevorzugter Vertriebspartner bleiben zwar die Volksbanken, „wir wollen aber auch in Drittbanken verankert sein“, sagt Geschäftsführer Kurt Rossmüller. Der Name Immo-KAG bleibt „zumindest vorerst“, wie es heißt. Neu aufgestellt wurde das Asset-Management, Rossmüllers Mannschaft verwaltet nun auch die derzeit neun österreichischen Objekte der UI-Fonds. Umgekehrt werden die deutschen Objekte des Immofonds1 künftig von UI betreut. Rossmüller plant für den Immofonds1 heuer Zukäufe um rund 140 Millionen Euro, etwa 60 davon in Österreich. Insbesondere die Landeshauptstädte seien „interessante Märkte, die wir noch nicht so umkämpft sehen“. „Ideal“ wäre etwa ein 15-Millionen-Objekt in Linz, sagt der Immo-KAG-Geschäftsführer. (mapu)

„Each market is a challenge“

Union Investment and Allianz are screening markets

“The prevailing low interest rate situation still speaks for real estate,” explains Philip La Pierre, European Investment Manager with Union Investment. His company acquired a Vienna office complex last year and in December took over the capital companies of the Volksbank Group, which also included Immo KAG.

The UI portfolio contains nine Austrian projects, and the company is still on the lookout for office and retail projects. Many of the key indicators in his home city of Hamburg are quite comparable to Vienna, says La Pierre.

They differ in one respect, however: “Hamburg is clearly ahead of the game, with an office letting performance of about 400-500,000 m² per year.” 2015 was a weak year for Vienna, “and this was not only due to the lack of supply, but also because there was a shortage of demand.”

Annette Kröger, CEO of Allianz Real Estate Germany, takes a similar view, saying that the Vienna office market “is in fact characterized more by stability than by dynamic development at the moment.” Last year Allianz acquired “Haus an der Wien” from Signa Holding. In the retail segment, almost half of the enlarged Fischapark shopping centre was acquired as part of a joint venture with SES. Such ventures continue to be possible, particularly in the case of retail projects, explains Kröger.

Mipim is an important indicator of mood for both experts; Kröger anticipates a positive mood, “although identifying new investments is becoming harder due to the heavy demand.” At the present time La Pierre also regards “each market as a challenge”. In such a “difficult environment” the maxim is quite simply: “Minimize your mistakes!” (red)

st. pölten

Viel Raum in die Tiefe

Zug aufs Tor

Spielfeldrand mit Lebensqualität

Coachingzone mit exzellenter Logistik

St. Pölten Als Standort spielen wir dort, wo mittlerweile auch unser Fußball spielt: Europa League. Als Tor in die Metropolregion Wien. Direkt an der Achse München - Budapest. Zum erstklassigen Preis-Lage-Verhältnis.

Für Ihren Spielaufbau:
Wirtschaftsservice ecopoint
www.st-poelten.gv.at
ecopoint@st-poelten.gv.at

unternehmen zukunft **stp 2020.at**

Immer mehr internationale Investoren

In österreichische Gewerbeimmobilien flossen 2015 mehr als drei Milliarden Euro, heuer dürfte es in dieser Tonart weitergehen. Der Wiener Büromarkt erlebt 2016 hingegen ein Rekordtief bei den Fertigstellungen, was die Marktmacht vom Mieter zum Vermieter verschiebt.

Martin Putschögl

3,1 Milliarden Euro flossen im Vorjahr laut Zählung von Otto Immobilien in österreichische Gewerbeimmobilien – so viele wie noch nie zuvor, darin sind sich Otto und die restlichen großen Wiener Maklerhäuser einig. Fast schon traditionellerweise gibt es bei den Zahlen immer kleinere bis größere Unterschiede. Dass Otto im Vergleich mit EHL (3,45 Mrd.), BAR (3,52 Mrd.) und CBRE (3,75 Mrd.) noch auf die niedrigste Zahl von allen kam, liegt laut Otto-Investmentmarktanalystin Martina Cerny unter anderem daran, dass man keine Wohnimmobilien und auch keine Grundstückstransaktionen in die Statistik aufnimmt.

Flucht in Immobilien

Das internationale Interesse an österreichischen Gewerbeimmobilien wird jedenfalls nicht abflauen, eher im Gegenteil, erwartet Cerny auch mit Blick auf die Mipim. Große Fonds hätten Österreich „auf der Einkaufsliste – das war nicht immer so“, sagt die Analystin. Firmenchef Eugen Otto ergänzt: „Die Angst und die Unsicherheit an den Börsen treiben die Investoren in Immobilien. Je größer diese Unsicherheit, desto größer das Vertrauen in Immobilien.“

60 Prozent der Investitionen des Vorjahres stammten aus Österreich, internationale Investoren waren vor allem für Großdeals jenseits der 100 Millionen Euro verantwortlich. Von diesen gab es im Vorjahr gleich acht. Vereinzelt spielen aber auch Österreicher in dieser Liga noch mit, wie etwa der Kauf des „Bergkristalls“ am Wiener Franz-Josefs-Bahnhof durch 6B47 um 115 Millionen Euro.

In erster Linie ist diese Größenordnung aber für internationale Fonds ein Thema – immer mehr auch aus Asien. Martin Weinbrenner, Bereichsleiter Gewerbeimmobilien bei Otto, weist darauf hin, dass internationale Investoren wie Corpus Sireo, Amundi Real Estate oder Dream Global 2015 erstmals in Österreich aktiv wurden. Auch aus diesem Grund sinken in Wien die Renditen, aktuell sind mit Top-Büroobjekten nur noch 4,40 Prozent an Verzinsung drinnen. Laut Cerny betrug die Preissteigerung in Wien seit 2010 rund 20 Prozent.

Rekordtief am Büromarkt

Bei Otto Immobilien rechnet man aber jedenfalls damit, dass bei den Investitionen auch heuer die drei Milliarden erreicht werden. Ein Rekordtief hat hingegen der Wiener Büromarkt zu ver-

zeichnen, mit heuer nur 48.000 Quadratmetern an Neuflächen. Nur ein einziges Projekt – „Telegraph 7“ – wurde für Drittnutzer errichtet, alle anderen 2016 zu beziehenden Flächen wurden für Eigennutzer gebaut. Auch die 5700 m² des „Telegraph 7“, die im Mai übergeben werden, sind mittlerweile voll vermietet.

Erst für 2017 ist die Projektpipeline gut gefüllt. Von den für heuer erwarteten 200.000 m² an Vermietungen (2015: 190.000 m²) dürfte deshalb „ein nicht unbedeutender Teil in Vorvermietungen gehen, die 2017 und 2018 fertiggestellt werden“, sagt Otto-Büromarktexperte Alexander Fenzl. Er beob-

achtet eine starke Nachfrage nach Flächen insbesondere in der Inneren Stadt, der Leopoldstadt und der Donau-City im 22. Bezirk.

Alexander Bosak, Leiter der Otto-Analyseabteilung, sieht wegen der geringen Fertigstellungen ein „Verschieben der Verhandlungsmacht vom Mieter zum Vermieter“. Er erwartet deshalb einen leichten Anstieg der Mieten. Zweitteuerster Wiener Bürostandort (hinter der City) ist mittlerweile der Hauptbahnhof, wo Neuflächen ab 14,50 Euro/m² im Monat kosten. Die Spitzenmieten für Top-Objekte in Top-Lagen („Best of the Best“ dürften heuer 25,75 Euro pro Quadratmeter erreichen.



Foto: AFP / Joe Klamar

Das Wiener Hotel Imperial wurde kürzlich um rund 70 Millionen Euro von Starwood an die Al-Habtoor-Gruppe aus Dubai verkauft.

International investors are gaining ground

According to the figures produced by Otto Immobilien, 3.1 billion euros were invested in Austrian commercial real estate last year – more than ever before, Otto and other major Viennese estate brokers agree. Traditionally there are almost always minor, and sometimes even major discrepancies in the figures. According to Otto investment market analyst Martina Cerny, one of the reasons that Otto came up with the lowest figure compared to EHL (3.45 billion), BAR (3.52 billion) and CBRE (3.75 billion) was because the statistics did not include either residential real estate or land transactions. The three billion euro mark should be reached again this year, because more and more international investors have Austria “on their shopping lists”. Corpus Sireo, Amundi Real Estate and Dream Global commenced operations in Austria for the first time in 2015. Yields are falling, so that it is currently possible to achieve returns of only 4.4 percent with top office buildings.

The Vienna office market is at an all-time low, with just 48,000 square metres of new space this year. The project pipeline is well filled only for 2017. For this reason, of the 200,000 m² of lettings anticipated for this year “a not insignificant proportion will be accounted for by pre-lettings due to be completed in 2017 and 2018,” says Otto’s office market expert Alexander Fenzl. He expects a slight increase in rents. (red)



Am Otterweg – Wohnen im Grünen
Otterweg 15, 1220 Wien



Southgate – Tor zum Wohnglück
Sagedergasse 21, 1120 Wien



Töllergasse t(h)ree – Wohnen mit Wald
Töllergasse 3, 1210 Wien



Skytower
Gerhard-Bronner-Straße 1, 1100 Wien

Als führender österreichischer Komplettanbieter im Wohnimmobilienbereich und eine der wichtigsten Adressen auf dem deutschen Immobilienmarkt haben wir nur ein Ziel: Wir wollen, dass Sie jeden Tag gern nach Hause kommen. Unser Erfolgsrezept sorgt dafür – denn mit all unseren Wohnprojekten bringen wir moderne, zukunftsorientierte und nachhaltige Wohnqualität in die beliebtesten Viertel der Stadt. Und Sie in die schöne Lage, dass Sie einfach jeden Tag glücklich wohnen.

GLÜCKLICH
WOHNEN



BUWOG
group

www.buwog.com

MIPIM 2016 RETAILIMMOBILIEN

Einkaufsstraßen Europas erleben eine Renaissance

Für Europas Luxusmeilen war 2015 erneut ein starkes Jahr, wie die aktuelle Studie „Highstreet Renaissance in Europe“ von Cushman & Wakefield zeigt. Demnach verzeichnete die Mailänder Via Montenapoleone innerhalb von zwölf Monaten einen Anstieg der Mieten von 41,2 Prozent und repräsentiert damit das stärkste Mietpreiswachstum des Vorjahres in Europa. Es folgen Roms Via Condotti (plus 37,5 Prozent) und die Avinguda Diagonal in Barcelona (33,3 Prozent). Kleiner fielen die Steigerungen in Paris, London, Dublin, Venedig, Lissabon und Madrid aus.

Dank dieses Wachstums ist der Einzelhandel auf den Luxuseinkaufsstraßen laut Studienautoren der einzige gewerbliche Immobiliensektor, in dem die Spitzenmieten so hoch sind wie nie zuvor. Zeitgleich unterschreiten die Renditen aufgrund der Kaufpreisentwicklung und der niedrigen Zinsen aber die Werte vor der Rezession. Der starke Fokus auf den innerstädtischen Einzelhandel spiegle den urbanen Lifestyle wider, der unter anderem auch auf der demografischen Entwicklung und dem wachsenden Städtetourismus fuße.

Smarte Stadtplanung nötig

„Der Trend zur Reurbanisierung führt zu einer stärkeren Verdichtung auf dem Markt“, erklärt Monika Sujkowska von C & W, „aber auch zu einer großen Nachfrage nach smarter Stadtplanung und effektiven Transportwegen.“

Für den Einzelhandel erbege sich der ideale Standortmix aus zentral gelegenen Shops in direkter Nähe von kulturellen Angeboten, Arbeitswelt, Bildungseinrichtungen, Restaurants und Touristenmagneten. In Deutschland blieb das Mietwachstum im Jahr 2015 trotz einer hohen Nachfrage und einer guten Wirtschaftslage verhalten, Österreich wurde nicht gesondert analysiert.

Von einer „Renaissance der Innenstädte“ war auch bei der Präsentation des „City Retail Österreich“-Berichts vom Beratungsunternehmen Standort + Markt vor kurzem die Rede. Shoppingcenter würden ihre Klientel durch zu hohe Mieten verärgern. Zudem sei die Aufenthaltsqualität in Innenstädten besser. (red)

Mega-Malls im Ausland protzen mit bombastischen Namen wie „Mall of Arabia“ oder „Mall of Berlin“. In Österreich geben sich Einkaufszentren bescheidener. Bei der Namensgebung wird auf Lokalkolorit gesetzt.

Franziska Zoidl

Nicht nur Architektur, Shopmix und Lage entscheiden über den Erfolg eines Shoppingcenters. Auch ein weiterer Faktor wird wichtiger: Während es nämlich zunehmend schwierig wird, sich von der Shopping-Konkurrenz mittels Mietermix abzuheben, wird der Name des Centers ein immer wichtigeres Unterscheidungsmerkmal, sagt Reinhard Winiwarter von der Standort Marketing Agentur: „Das war vor einigen Jahren noch völlig nebensächlich.“

Auch bei der Namensgebung wird gewissen Trends gefolgt: „Es gab eine Zeit, in der es zwingend notwendig war, das Wort Center im Namen zu haben“, sagt Winiwarter. Später seien Abkürzungen en vogue gewesen. Der Grund dafür liegt auf der Hand: „Der Name eines Einkaufszentrums sollte eine schnelle Kommunikation ermöglichen und unverwechselbar sein“, sagt Hannes Lindner vom Beratungsunternehmen Standort + Markt.

Heute wiederum werde häufig versucht, einen lokalen Konnex herzustellen, auf die Vergangenheit des Standorts Bezug zu nehmen und so eine Geschichte zu erzählen, sagt Winiwarter. Ein Beispiel: die von der SES gemanagte Weberzeile in Ried, die daran erinnert, dass die Stadt ein Zentrum der Leinenweberzunft war. Das Einkaufszentrum hat nun einen Fokus auf Mode, auch eine „Weber.Galerie“ gibt es im Zentrum. „Die ganz große Kunst“, so Winiwarter, sei jedenfalls, wenn Name, Architektur und Corporate Design ein großes Ganzes ergeben.

Mitunter wird laut Lindner aber weitaus pragmatischer gedacht und einfach ein Magnetmieter bei der Namensgebung in den Vordergrund gestellt – etwa bei der Merkurgity Bad Vöslau. Sehr „öster-

When the „centre“ becomes superfluous

Whereas mega malls abroad flaunt bombastic names, Austria relies more on local colour

The success of a shopping centre is not determined merely by architecture, shop mix and location. There is yet another factor: whereas it is becoming increasingly difficult to differentiate oneself from the shopping competition by means of tenant mix, the name of a centre is of growing importance as a differentiator, says Reinhard Winiwarter of SMA Standort Marketing Agentur: „Just a few years ago that was irrelevant.“

Certain trends are also apparent in naming malls: „There was a time when it was absolutely essential to have the word centre in your name“, explains Winiwarter. Abbreviations came into fashion some time later. The reason for this is obvious: „The name of a shopping centre should facilitate rapid communication and be unmistakable“, says Hannes Lindner from the consulting firm Standort + Markt.

„On the other hand, today they often attempt to establish a local

connection, establishing a reference with the history of the site, and thus telling a story“, says Winiwarter. At all events, according to Winiwarter „the fine art“ lies in creating a unified whole using your name, architecture and corporate design.

In some instances, according to Lindner, a more pragmatic approach is taken, simply focusing on an anchor tenant in the name – as in the case of Merkurgity Bad Vöslau. Artificial names – such as EO Oberwart, for example – are very „Austria-specific“.

On the other hand, Austria does not have any „bombastic names“, such as Mall of Arabia or Mall of Berlin. „You choose such a name if you want to cause a stir at trade fairs“, says Lindner. And Austrian shopping centres are generally not suited for this purpose.

But there is yet another reason for the comparatively modest naming of Austrian centres: most of them have not sprung up out of

the desert as in Dubai, but have developed more or less historically. „A shopping centre like SCS would be well advised to avoid rebranding itself“, says Lindner. One should do this only if one intends to „hit the reset button really hard“.

One example of renaming at the present time are the Ringstrasse Galleries, currently undergoing a



The Weberzeile, located in the centre of Ried, opened last year.

Foto: Karin Lohberger/Photography



Foto: Unibail Rodamco - Bau

Die Mall of Scandinavia in Stockholm wurde 2015 eröffnet. Die selbstbewusste Namensgebung dürfte sich ausgezahlt haben: Das Center ist als „Best Shopping Centre“ für einen Mipim Award nominiert.

reichspezifisch“ seien Kunstnamen, beispielsweise das EO Oberwart.

„Bombastische Namen“ wie die Mall of Arabia oder die Mall of Berlin gibt es in Österreich dafür nicht. „Mit solchen Namen will man auf Messen Aufsehen erregen“, sagt Lindner. Und österreichische Einkaufszentren würden sich allein aufgrund ihrer meist weitaus kleineren Dimensionen dafür nicht eignen.

Rebranding nur mit Grund

Ein weiterer Grund für die vergleichsweise bescheidene Namensgebung von österreichischen Zentren: Sie werden meist nicht wie in Dubai aus dem Wüstenboden gestampft, sondern sind mehr oder weniger historisch gewachsen: „Ein Einkaufszentrum wie die SCS wird sich tunlichst davor hüten, sich ein Rebranding anzutun“, sagt Lindner. Das mache man nur, wenn man „die Reset-Taste stärker drücken will“.

Aktuelles Beispiel für eine Umbenennung sind die Wiener Ringstraßen-Galerien, die bis 2020 einem Facelift unterzogen werden. Ihr aktueller Projektname: „Opera Mall Vienna“. Winiwarter ist für das Projektmanagement zuständig: „Im Zuge des Refurbishments wollten wir mit dem Namen

Ringstraßen-Galerien nicht mehr auftreten“, sagt er.

Besonders für internationale Händler sei die Strahlkraft der nahen Oper wichtig. Ist das neue Konzept auf Schiene, dann soll ein Branding-Prozess gestartet werden. Anleihen an die Oper werde es in der Architektur geben – und vielleicht auch im künftigen Namen. Auch das Generali Center auf der Mariahilfer Straße wird nach einem Umbau bei seiner Wiedereröffnung 2017 einen neuen Namen haben. Details dazu sind noch keine bekannt.

Nach Komplettabriss und Wiederaufbau modifizierte auch das Huma Shopping im elften Bezirk seinen Namen geringfügig: Seit seiner Neueröffnung vor wenigen Tagen heißt es Huma Eleven, um stärker auf den elften Bezirk Bezug zu nehmen.

Am Beginn eines Namensfindungsprozesses werde bei der SES in der Regel durch Marktforschung oder persönlich geführte Gespräche und Beobachtungen „in die Region hineingehört“ und möglichst viele Ideen von möglichst vielen Menschen gesammelt, erklärt Geschäftsführer Marcus Wild. Dann würden die Vorschläge evaluiert und gefiltert, ein kleines Team entscheide letztendlich.

Aber wie wichtig ist der Name denn wirklich? Dass sich Kunden nicht nur aufgrund eines guten bzw. schlechten Namens für oder gegen ein Center entscheiden, ist klar. Ein Nice-to-have ist ein guter Name für Ingo Hödl von der Werbe- und Marketingagentur Hödl & Partner: „Der Name spielt aber eine große Rolle im Business-to-Business-Bereich.“

Simple Namen

Er findet Fantasienamen, aus denen nicht klar hervorgeht, dass es sich um ein Shoppingcenter handelt, nicht gut. Mit dem Begriff „Mall“ könnten Kunden in Österreich derzeit noch sehr wenig anfangen, „Einkaufscenter“ klinge dafür wiederum ein wenig „fad“. „Es muss aber kein Nachteil sein, es simpel zu halten“, so Hödl.

Eines darf man auch nicht vergessen: Der Lernprozess bei Konsumenten ist laut Hödl ein langsamer. Und manchmal entwickelt sich auch, abseits von Marketing-Sprech, ein einfacherer Name für das Zentrum: „Kaum jemand redet vom Designer Outlet Parnsdorf“, sagt Hödl beispielsweise. Am Ende sei der Name egal, solange Kunden kommen: „Es gibt eine Reihe von lokalen Centern, die keinen sexy Namen haben“, sagt Hödl. Sie funktionieren trotzdem.

MIPIM-TERMINE

■ Innovativen Lösungen wird bei „Digital innovation in real estate: Focus on retail and office“ am Dienstag, dem 15. März, nachgegangen. Dabei wird unter anderem darüber diskutiert, wie digitale Entwicklungen die Immobilienbranche beeinflussen und wie besondere Innovationen im Bereich der Einzelhandelsimmobilien die Beziehungen von Händlern und Kunden nachhaltig verändern werden. (17–18.30 Uhr, Green Room)

■ Über das spannende Thema „Using retail and leisure to unlock waterfront regeneration“ werden am Mittwoch, dem 16. März, internationale Experten auf dem Podium diskutieren: Dabei soll der Frage nachgegangen werden, wie Handel, Tourismus und Freizeit zur Belebung von Entwicklungen am Wasser beitragen können – und auch, wie solche Entwicklungen nachhaltiger gestaltet werden können. (16–17 Uhr, Blue Room)

MIPIM 2016 ÖSTERREICHER AUF DER MESSE

Signa hat statt Messestand wieder eine Yacht

René Benko kommt mit 14 Mitarbeitern nach Cannes

Signa schickt die stärkste Mannschaft aller heimischen Firmen zur Mipim: 15 Leute sind angemeldet, aufgeteilt auf „Signa“ und „Signa Communications“. Platz zwei belegt Warimpex mit zwölf, gefolgt von UBM mit elf und Otto Immobilien mit acht Vertretern. Immofinanz, s Immo, S + B und EHL haben jeweils sieben Mitarbeiter angemeldet, die CA Immo kommt hingegen nur zu dritt – dafür wird der neue CEO Frank Nickel in Cannes seinen ersten öffentlichen Auftritt absolvieren. Zurück zur Signa: Deren Yacht, die auch heuer wieder im Alten Hafen vor Anker liegen wird, sorgt regelmäßig für Gesprächsstoff. Laut Sprecher Robert Leingruber nützt man sie „quasi als Messestand“, René Benko „und das komplette Management“ sind an Bord und treffen potenzielle Investoren. Wie viel die Yacht kostet, will Leingruber nicht verraten. Nur so viel: Sie ist „selbstverständlich“ gemietet. (mapu)



Foto: Putschögl

Die große Signa-Yacht wird auch heuer wieder Blicke auf sich ziehen.

Immofinanz kommt nur noch als Besucher

Die Abordnung aus Österreich auf der Mipim 2016 ist etwa so groß wie im Vorjahr, auch am Gemeinschaftsstand ändert sich nicht viel. Die UBM ist neu dabei, die Immofinanz bleibt heuer als Aussteller fern.

Martin Putschögl

Rund 250 Vertreterinnen und Vertreter österreichischer Unternehmen reisen heuer zur Mipim an, das sind ungefähr so viele wie im vergangenen Jahr. Sie gehören insgesamt 85 rot-weiß-roten Firmen an, wobei die meisten als „Visitor“ registriert sind. Als Aussteller leisten sich nur wenige heimische Unternehmen einen eigenen Stand auf der Mipim, beispielsweise die Warimpex AG oder die Falkensteiner Hotels & Residences. Manche heimischen Maklerhäuser und Beratungsunternehmen sind an den Ständen ihrer internationalen Partner vertreten, so etwa CBRE, Colliers, PwC und

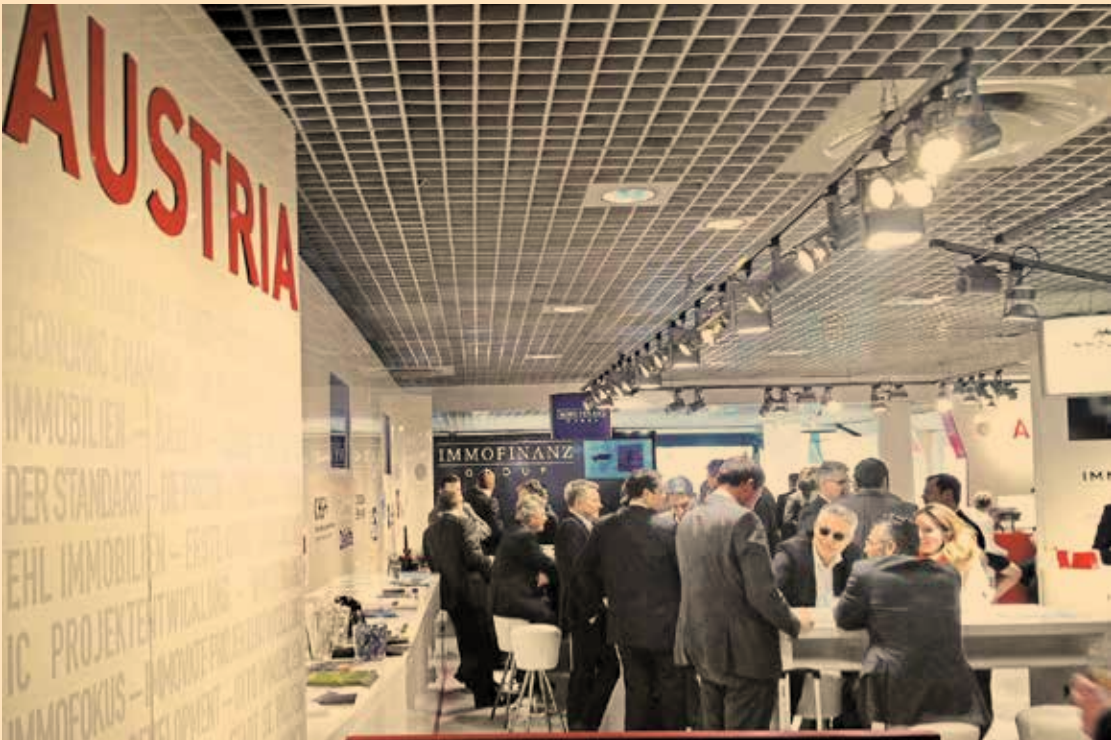


Foto: Putschögl

Im Vorjahr hatte die Immofinanz noch einen prominenten Platz innerhalb des „Austria“-Standes auf der Mipim. Diese Flächen wird heuer die UBM übernehmen.

EY. Die Apcoa Parking Austria GmbH ist am Stand des französischen Mutterkonzerns dabei.

„Austria“ mit 25 Ausstellern

Die meisten heimischen Unternehmen sind aber als Partneraussteller am großen „Austria“-Stand vertreten, den wie schon in den vergangenen Jahren die Agentur Pia.Pink organisiert. Genau 25 Firmen werden hier heuer dabei sein, unter anderem die Makler Boreal, Otto und EHL, die Developer S + B, IC und Immovate, die Wirtschaftsagentur Wien, die Wien 3420 Aspern Development AG, der Flughafen Wien und die Stadt St. Pölten. Von dort kommt auch wieder Bürgermeister Matthias Stadler als einziger österreichischer Politiker nach Cannes, er

lässt sich die Mipim trotz des Wahlkampfs in seiner Stadt nicht entgehen.

Gegenüber dem Vorjahr habe sich am Österreich-Stand also nicht viel verändert, auch nicht die Anzahl der Aussteller, berichtet Organisatorin Gerda Zauner dem STANDARD. Eine relativ bedeutende Änderung gibt es aber schon: Die Immofinanz wird heuer nicht mehr dabei sein, was laut Sprecherin Bettina Schragl daran liegt, dass man sich auf die Expo Real in München sowie auf die Mapic, die jeden November in Cannes stattfindende Retail-Immobilienmesse, konzentrieren will. Schragl beeilt sich aber hinzuzufügen, dass die Immofinanz selbstredend mit „zahlreichen Kollegen“ auf der Mipim vertreten

sein wird (siehe Artikel links), aber eben nur als Messebesucher, nicht als Aussteller. Die UBM springt in die Bresche und wird die Flächen der Immofinanz übernehmen. Bisher hatte die UBM stets einen gemeinsamen Stand mit der Warimpex, will sich nach den Umstrukturierungen des vergangenen Jahres aber nun größer präsentieren.

Cocktail am Mittwoch

Die UBM wird heuer übrigens auch den traditionellen „Networking Cocktail“ der Außenwirtschaft Österreich am Austria-Stand ganz offiziell mitveranstalten (Mittwoch, 17 Uhr). Wie schon in den vergangenen Jahren ist auch der österreichische Handelsdelegierte in Frankreich, Herbert Preclik, als Gastgeber mit dabei.

Immofinanz attending only as a visitor

Company wishes to focus on Expo Real in Munich and Mapic

A total of 250 Austrians will be travelling to Mipim in Cannes this year, exactly the same number as last year. They come from 85 Austrian companies in all, most of which have registered only as “visitors”. Only a few Austrian companies have taken their own booths as exhibitors at this year’s Mipim, as the majority are represented as partner exhibitors on the large “Austria” stand, organized by the Pia.Pink agency as in previous years. Precisely 25 companies will be represented on the

Austrian stand this year, and here, too, not much has changed compared to the previous year, as organizer Gerda Zauner reported. However, there is one relatively significant change: According to spokesperson Bettina Schragl, Immofinanz will no longer be participating this year, as the company wishes to focus on Expo Real in Munich and Mapic. But Schragl is quick to add that Immofinanz will of course be represented at Mipim by “a number of colleagues” – but only as visitors. UBM will step into

the breach, taking over the space on the Austria stand previously occupied by Immofinanz. So far UBM has always shared a stand with Warimpex, but wishes to have a larger presence following last year’s restructuring. Incidentally this year UBM will be co-hosting the already traditional Austrian Trade “networking cocktail” on the Austria stand (Wednesday, 5 p.m.). As in previous years, Herbert Preclik, the Austrian trade delegate in France, will also be one of the hosts. (red)

SAVE THE DATE!
30 & 31 May 2016

GLOBAL REAL ESTATE
& ECONOMY TALKS

Palais Niederösterreich
Herrengasse 13
1010 Vienna

 **GREET**
VIENNA

www.greetvienna.com


**S+B
GRUPPE**

Investor
Project developer
General contractor


Immo-Center - Vienna - 34,000 sqm


Danube Flats - Vienna - 500 apartments


Deco-Element - Prague - 26,000 sqm


Kro LEW-ka - Warsaw - 6,000 sqm

Meet us at the MIPIM 2016
Stand number: Austria R7.E2

We set
new standards!

From an idea
to the final
property!

S+B GRUPPE AG
www.sb-gruppe.at

Mipim Awards 2016: Die Oscars der Immobilien-



Visualisierung: Philippe van Gelooven

Le Toison d'Or in Brüssel, von UN Studio / Jaspers-Eyers Architects entworfen und von ProWinko entwickelt, ist in der Kategorie „Best Residential Development“ nominiert. Das neunstöckige Gebäude enthält Handelsflächen, eine Kinderkrippe, hochwertiges Wohnen und Sozialwohnungen.

Die schon traditionelle Verleihung der Mipim Awards am letzten Abend der Mipim holt wieder die besten Bauten in heuer gleich elf Kategorien vor den Vorhang. Zusätzlich gibt's auch heuer wieder einen Publikumsaward.

44 Projekte aus 19 Ländern sind heuer in elf Kategorien nominiert. Die meisten stammen aus Frankreich, nämlich neun. Es folgen Deutschland, Schweden und Belgien mit jeweils vier Nominierungen, Dänemark mit drei sowie Italien, Japan, die Vereinigten Arabischen Emirate, China, das Vereinigte Königreich und die Türkei mit jeweils zwei Nominierungen. Jeweils ein Projekt stammt aus Kanada, Tschechien, Schottland, den USA, Norwegen, Russland, dem Libanon und Argentinien.

Eingereicht wurden heuer 230 Projekte aus 42 Ländern, wie die Messeveranstalter im Vorfeld der Mipim bekanntgaben. Am 26. Jänner 2016 hat sich die Jury, der wieder die gebürtige Österreicherin Barbara Knoflach vorstand (sie ist Deputy Chief Executive & Global Head of Investment Management bei BNP Paribas Real Estate), getroffen und aus den Einreichungen in jeder Kategorie eine Shortlist aus vier nominierten Projekten gekürt. Die endgültigen Sieger werden im Rahmen einer Gala am Donnerstagabend bekanntgegeben.

Neue Kategorie „Healthcare“

Neu ist heuer die Kategorie „Best Healthcare Development“, außerdem wird es wieder einen „People's Choice Award“ geben.

Knoflach fand insbesondere die wachsende Zahl an Einreichungen in der Kategorie Wohnimmobilien „sehr ermutigend“, denn da seien mittlerweile auch Projekte dabei, die neben hochpreisigen Eigentumswohnungen auch einige Sozialwohnungen beinhalten. Das nominierte Projekt „Toison d'Or“ in Brüssel (siehe Foto links oben) ist ein Beispiel dafür, es umfasst 71 sehr teure Eigentumswohnungen, zwölf Sozialwohnungen sowie Geschäftsflächen. (mapu)



Visualisierung: White and Tegmark

New Kiruna, geplant von White Arkitekter, ist als „Best Futura Mega Project“ nominiert: Eine schwedische Stadt wird umgesiedelt.



Visualisierung: Marc Deiffie

Als „Best Innovative Green Building“ ist das Treurenberg in Brüssel nominiert. Die Planer: Assar Architects, der Entwickler: Axa.



Visualisierung: Mir - Zaha Hadid Architects

Das Hauptquartier von Bee'ah in den Vereinigten Arabischen Emiraten, von Zaha Hadid entworfen, ist als „Best Futura Project“ nominiert. Der Bau soll das Wohlbefinden der Mitarbeiter steigern, die Energie- und Ressourcenverschwendung minimieren – und an zwei Dünen erinnern.



Foto: François Moura

Einer der Anwärter für „Best Shopping Centre“: Les Docks Village. Das Center in einem revitalisierten historischen Gebäude in Marseille wurde von 5+1 AA geplant, von Constructa Urban Systems entwickelt.



Foto: Filip Slapal

Das Prager Forschungszentrum ELI Beamlines, geplant von Bogle Architects, ist Anwärter auf „Best Industrial & Logistics Development“.

MIPIM 2016 AWARDS

Branche werden heuer in elf Kategorien vergeben



Visualisierung: Claude-Simon Langlois

Das McGill University Health Centre im kanadischen Montreal vereint Krankenhaus, Forschungszentrum und Lehrstätte auf insgesamt 217.000 m². Es wurde von der IBI Group entworfen und ist in der heuer neuen Kategorie „Best Healthcare Development“ nominiert.



Foto: Kristine Mengel / Jens Markus Lindhe

Das Musholm im dänischen Korsør, entworfen von AART architects und umgesetzt von The Danish Muscular Dystrophy Foundation, ist ein Urlaubs- und Sportresort für Menschen mit Behinderung aus dem In- und Ausland. Es ist als „Best Hotel & Tourism Resort“ nominiert.



Visualisierung: Gorproject

Der Evolution Tower in Moskau könnte „Best Office & Business Development“ werden.



Foto: Martina Chardin

Vom Luftschutzbunker zu Luxuswohnungen: Das Düsseldorfer Papillon, geplant von Luczak Architekten & SW Häuser GmbH, könnte „Best Refurbished Building“ gewinnen.



Visualisierung: Nunzio Prena

Crossrail Place in London ist Anwärter für „Best Urban Regeneration Project“. Der Komplex wurde von Foster+Partners geplant und ist Haltestelle und Freizeiteinrichtung.

EURO PLAZA

DIE BESTE ADRESSE FÜR IHREN ERFOLG



Das EURO PLAZA ist Wiens beste Adresse für erfolgreiche Unternehmen. Das bestätigen nicht zuletzt unsere renommierten Mieter.

Mit der Bauphase 6 erweitern wir unser Angebot. Sichern auch Sie sich Ihr Büro in Wiens modernstem Office Park.

www.europlaza.at

Informationen bei Ihrem Immobilienmakler oder direkt beim Bauträger: STRAUSS & PARTNER Development, Inge Bacovsky, +43 50 626 8866

DC TOWERS



KOMPROMISSLOS. EINZIGARTIG.

IHR NEUES OFFICE IM DC TOWER:

Effizient, funktionell und atemberaubend schön. Arbeiten im 5*Plus-Ambiente mit variablen Büroflächen von einigen hundert bis zu mehreren tausend Quadratmetern. Hochwertige Materialien, inspirierender Weitblick, raumhohe Glasflächen – mit Hotel, Restaurant, Bar, Spa, Fitnessclub und mit 27 Hochgeschwindigkeitsaufzügen. Mitten in der VIENNA DC, dem modernen Zentrum Wiens, direkt an der Donau und nur 8 U-Bahn-Minuten von Wiens historischem Stadtzentrum entfernt.

INFOS ZU BÜROFLÄCHEN:
TEL. +43 1 205 215 ODER
OFFICE@BAR.AT
WWW.DCTOWERS.AT

