

destotrotz regional und branchenbezogen recht unterschiedlich. Es ist also anzunehmen, dass die Relevanz von bestimmten Situationen und Einflussfaktoren abhängt. Generell ist auch für Investoren interessant, welche Faktoren für

CLUSTER		ANSTIEG KAUFWERTE								
		LETZTE 5 JAHRE			LETZTE 10 JAHRE			LETZTE 20 JAHRE		
		Anzahl > 2,0 VPI	Anzahl 1,0-2,0 VPI	Anzahl < 1,0 VPI	Anzahl > 2,0 VPI	Anzahl 1,0-2,0 VPI	Anzahl < 1,0 VPI	Anzahl > 2,0 VPI	Anzahl 1,0-2,0 VPI	Anzahl < 1,0 VPI
REGION	Ost	10	0	0	9	0	1	3	1	5
	West	22	1	10	12	1	16	6	9	13
	Süd	12	0	1	12	2	0	7	2	3
	Nord	11	0	1	8	2	1	8	0	1
EINWOHNER	ab 500T	14	0	0	9	2	2	5	2	3
	ab 250T bis 499T	4	0	7	5	0	7	4	1	7
	bis 249T	37	1	5	27	3	9	15	9	12
KAUFKRAFT	Untere 25 %	13	0	5	11	1	6	4	2	10
	Mittlere 50 %	26	1	4	13	3	11	10	6	9
	Obere 25 %	16	0	3	17	1	1	10	4	3

Abbildung: Übersicht der Clusterergebnisse – Vergleich der Baulandpreisentwicklung zum Anstieg des Verbraucherpreisindex, verschiedene Zeiträume; Quellen: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, MB Research; eigene Berechnung und Darstellung; Fett: deutlich positive Cluster im angegebenen Zeitraum

Preisanstiege ursächlich sind und welche Cluster sich am Markt unterscheiden lassen. Typisch sind beispielsweise Einflüsse wie die Marktgröße (Konzentration auf Zentren), die Region (Historie, Dynamik) und die Kaufkraft (Preiseffekt, Teuerung).

Über alle Perioden hinweg ergibt nur das Kriterium Marktgröße ein eindeutiges Ergebnis: Die Städte ab 500.000 Einwohner nehmen in jedem Zeitraum die Spitzenposition ein. Dagegen liefern Städte im Bereich von 250.000 bis 500.000 Einwohnern die jeweils schlechtesten Resultate. In jedem Zeitraum lagen bei mehr als der Hälfte der Städte dieser Größenordnung die Wertzuwächse unter dem VPI. Aus regionaler Sicht erscheinen mehrheitlich die nord- und süddeutschen Städte attraktiv, wobei auch das Ostcluster in kurz- und mittelfristiger Betrachtung überzeugt. Zudem zeigen ebenfalls Städte mit vergleichsweise hoher Kaufkraft (obere 25 Prozent der untersuchten Standorte) über alle Perioden einen deutlichen Preisauftrieb. Zu beachten ist jedoch stets, dass sich in den entsprechenden Clustern auch Ausreißerstädte befinden, die deutlich besser oder schlechter abschneiden als die ihnen übergeordnete Gruppe. Das jeweilige Cluster unterstützt jedoch die Vorauswahl. □

## „Der 5\*Minuten\*Hospitality\*Experte“

**Starte nur, wenn Du Ziel & Weg genau kennst. Entscheidend ist, was am Ende raus kommt.**

Millionen von Euro werden jedes Jahr für Hospitality Betriebe verpulvert, die nicht funktionieren, weil sie nicht halten können, was sie versprechen. Egal wie attraktiv das Design, wie ausgetüfelt das Konzept oder wie hoch das Investment ist, die Ergebnisse werden suboptimal sein. Die Marke wird's richten? Fehlanzeige.



Winfried D. E. Völcker  
[www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)

Faktencheck: Von rund 12.000 klassischen Hotels und Garnis in Deutschland sind geschätzt über 3.000 notleidend, weil sie suboptimal wirtschaften. Schlechtes Management? Auch. Die Ursachen für die Performance-Fallen werden jedoch schon auf dem Weg zum Ziel gelegt. 85% dieser Betriebe hatten beim Start keine schriftlich formulierten Ziele. 65% leiden Not, wegen fehlerhafter Planung und Missmanagement. 40 % kommen nicht hoch, weil Konzept, Kapazitäten und Betriebstyp nicht marktgerecht sind. 35% leiden, weil Innenarchitektur und Ambiente nicht mit dem Konzept übereinstimmen.

...hat rund ein Dutzend internationale Business & Leisure Hotels, teils mit großen Veranstaltungszentren und mehr als 60 Restaurants & Bars auf drei Kontinenten eröffnet, geführt oder modernisiert. VÖLCKER HOSPITALITY konzipiert, betreibt und entwickelt Hotels - von der Idee bis zur Eröffnung. Member Cornell Hotel Society, USA; AK-Arbeitskreis Hotelimmobilien; Deutscher Fachjournalisten Verband; Rotary Club Wiesbaden-Kochbrunnen; Kaufmannschaft zu Lübeck.

In den ersten 10 Vorabdrucken von „Der 5\*Minuten\*Hospitality\*Experte“, habe ich die relevanten Erfolgs-Gene beim Bau von Hotels und Gastronomieobjekten aus unterschiedlichen Perspektiven beschrieben: Standort, Kommune, Konzept, Architektur, Design, Betreiber, Kapital etc.. Wie im richtigen Leben, gibt es auch in Entwicklung und Betrieb von Hospitality Läden bestimmte Gesetzmäßigkeiten. Will man ein „Stück Land“ entwickeln, muss man akribisch an seine Wurzeln gehen, sein Umfeld durchleuchten, denkbare Partner ins Visier nehmen, die Zielgruppe eruieren, schauen, ob der Ort für die Inszenierung des „Stückes“ die passende „Bühne“ bietet und ob das passende „Ensemble“ zu finden sein wird: „Wer Schwanensee auf-führen will darf keine Enten casten“. ►

Alternativlos ist nichts. Tabus sind tabu. Alles Denkbare ist, machbar. Kreativität und Spinnereien ein Muss. Aber bitte: Valium absetzen und „hoch mit dem Hintern“! In die Tiefe gehen, denn tief verwurzelt, kommt hoch hinaus. Jedes Merkmal, jedes kleine Detail ist zu analysieren, ob es dazu dienen könnte, ein authentisches, ein relevantes, ein kundengerechtes Konzept mit einer Story zu entwickeln, die die Kundschaft zieht. Das menschliche Gehirn liebt „Geschichten“ und folgt ihnen...

Eine Hospitality Unternehmung sollte ihren „Genius Loci“, authentisch leben. Will sie eine populäre Adresse werden, müssen die Angebote für die Kundschaft von Relevanz sein, Konzept & Service begeistern. Man muss ihnen geben, was sie wirklich wollen. Kunden kaufen kein Konzept, kein Essen und keinen Preis, sie kaufen Befriedigung für sich selbst.

Um Produkte, Angebote und Services kundengerecht zu gestalten, müssen alle verfügbaren Daten der designierten Kundengruppen gesammelt, analysiert und sinnvoll ins Konzept eingebaut werden. Wer die Kosten einer Machbarkeitsstudie scheut oder nicht wenigstens einen X-Ray des Marktes macht, zahlt später mannigfach drauf. Willkommen im Kreis der 3.000. Dabei ist es so einfach: Auf Nachfrage sagen uns Markt und Kundschaft genau, was sie wollen. Man muss nur fragen und das dann auch tun...

Die mit aktuellen Marktdaten angereicherten Gene Standort, Architektur, Design und Konzept etc. verschmelzen mit dem daraus abgeleiteten, passenden Betreiber-, bzw. Manager-Gen. Und was kommt bei all der Müh´ hinten raus? Genialer Weise eine Hospitality Unternehmung, deren Erfolg nicht zu verhindern ist, weil das ganzheitliche Konzept vollumfänglich ermöglicht, die designierte Kundschaft zu „Raving Fans“ zu machen, indem man ihr in passendem Wohlfühl-Ambiente, mit liebenswürdigem Service, genau das anbietet, was sie wirklich will und wofür sie bereit ist, fast jeden Preis zu zahlen. Der Applaus der Gäste ist des Betreibers Erfolg und der heißt am Ende des Tages: CASH. Bei aller Liebe, sonst gibt es kein Morgen... □

## Streifzug durch die Regionen

### Frankfurter Vermietung auf der Überholspur

#### Standort setzt sich gegen Bankenbashing durch

Werner Rohmert, Hrsg. „Der Immobilienbrief“,  
Immobilienpezialist „Der Platow Brief“

**Frankfurt und das Rhein-/Main-Gebiet bleiben eine wirtschaftlich starke und zentrale Region Deutschlands. Wie wir in Backgroundgesprächen hören, steht Frankfurt auf der Agenda vieler, insbesondere asiatischer Investoren, die direkt investieren wollen, ganz oben auf der Agenda. Hier zieht insgesamt die wirtschaftlich starke „Banane“ mit den deutschen Konzernzentralen in den westdeutschen Großstädten, wie wir von publity AG CEO Thomas Olek im ausführlichen Interview zur Verbandstagung der immobilienjournalisten (s. o.) hörten. Frankfurt erweist sich dabei als deutlich resistenter gegen die Entwicklungen im Bankensektor als angenommen. Der Flughafen sei nach wie vor zentrales Standortargument.**

Der Frankfurter Büroflächenmarkt inklusive Eschborn und Offenbach-Kaiserlei habe im zweiten Quartal (Q2) spürbar an Fahrt aufgenommen, berichtet **NAI apollo**. Im Q2 sei gegenüber dem Vorquartal eine Flächenverdoppelung durch Vermietungen und Eigennutzer in Höhe von 173 600 qm erfasst worden. Das Plus zum Vorjahr beläuft sich auf 48,6%. Für das erste Halbjahr summiert sich der Flächenumsatz damit auf insgesamt 262 700 qm. Die ersten sechs Monate 2019 stellten die umsatzstärkste erste Jahreshälfte seit 2008 dar, ergänzt GF **Andreas Wende** die Statistik. Sowohl der 5-, als auch der 10-Jahresschnitt seien um rund ein Fünftel übertroffen worden.

Mehrere Großdeals haben zu dem Top-Ergebnis geführt. Die Größenklasse „über 10 000 qm“ habe sich gg. Vorjahr auf 71 700 qm verdreifacht. Der größte Deal des 1. Hj. war die Anmietung der **DekaBank Deutsche Girozentrale** über 46 200 qm in einem Projekt in der Lyoner Straße 13. Dahinter folgt der Abschluss durch **Randstad** mit 14 800 qm in der Frankfurter Straße 100 in Eschborn. Der Großabschluss der Deka hat auch einen spürbaren Einfluss auf die Lageverteilung des Umsatzes. So weist das Lyoner Quartier mit 57 500 qm den höchsten Flächenumsatz auf. Dahinter folgt Eschborn mit 38 800 qm, bevor die klassischen CBD-Teilmärkte Westend, Bankenlage und die Stadtmitte in Erscheinung treten.

Die Spitzenmiete steige auf 18-Jahreshoch, berichtet NAI plakativ. Grund seien großflächige und überdurch-

schnittlich bepreiste Neubau-Projektanmietungen, die die Durchschnittsmiete auf nun 22,00 Euro um 2,8% im Vorjahresvergleich hätten steigen lassen. Bei der Spitzenmiete schlugen sich Projektanmietungen in Premiumflächen im Bankenviertel nieder. Die Spitzenmiete erreicht mittlerweile 44,00 Euro (+7,3%).

Damit wird das nominale Mietniveau von 1993 und des Internet-Booms der Jahrtausendwende wieder eingestellt. Aus **Platow-/„Der Immobilienbrief“-Sicht** heißt das natürlich gegen alle Unkenrufe der Belastbarkeit, dass da noch 50% Inflation Platz ist, um auf das reale Niveau von 1993 zu kommen. Wir sehen die Risiken eher darin, dass das Zinsniveau, bei dem bonitäre Bauherren nach aktueller Geldpolitik möglicherweise bald noch Geld geschenkt bekommen, um zu bauen, zu Fehlallokation führen wird. Das führt dann in einen erneuten Zyklus. **Arbitrage-Prozesse müssen unter Berücksichtigung der Projektentwicklungszeiten langfristig dazu führen, dass billige Zinsen vergleichsweise niedrige Mieten zur Folge haben.** Allerdings wird diese generelle Entwicklung immer durch Angebotszyklen und Lebensdaueraspekte überdeckt.

Im zweiten Quartal 2019 ist der Frankfurter Büromarkt durch einen Nettoflächenabgang in Höhe von rund 14 000 qm auf einen Bürobestand von aktuell 11,33 Mio. qm gesunken. Dem stehen dann im 2. Halbjahr Fertigstellungen von 163 500 qm gegenüber. Diese seien aber nur noch zu ca. einem Viertel verfügbar. Der hohe Flächenumsatz habe den Leerstand, Büroflächen, die innerhalb von drei Monaten nach Mietvertragsunterzeichnung beziehbar seien, im Q2 auf nur noch 709 000 qm bzw. eine Quote von 6,3% (-1,5%-Punkte bzw. – 172 000 qm) sinken lassen. Zum Jahresende werde ein Umsatzergebnis auf dem Vorjahresniveau erreicht werden.

**German Property Partners (GPP)** berichtet kurz zum Frankfurter Investmentmarkt, der größte Deal des bisherigen Jahres sei in Frankfurt „Die Welle“ gewesen, die von **Invesco Real Estate** für 620 Mio. Euro erworben worden sei. Zudem rechnet GPP mit einem Verkauf des früheren Milliardengrabes und finalen Sargnagels der damaligen **IVG AG**, „THE SQUAIRE“, für fast eine Mrd. Euro. Jede Glascheibe sei ein Unikat, hörten wir noch vor 5 Jahren. Die Asset Management-Kosten seien kaum in den Griff zu bekommen. Anlagenotstand macht das heute wohl einfacher. Die Spitzenrenditen für Büroimmobilien seien in den deutschen Topmetropolen auf jetzt durchschnittlich 2,96% (knapp 34-fache Jahresmiete) gesunken. □

## **Bestseller Berlin: Kein Platz mehr frei Investmentvolumen so hoch wie nie**

**Karin Krentz**

**Auf dem Büroflächenmarkt von Berlin wird es eng. Mit einem Flächenumsatz von 418.000 qm (± je nach Maklerhaus) knüpft der Berliner Büromarkt nahtlos an den sehr guten Jahresauftakt an und beschert der Hauptstadt auch zur Jahresmitte einen neuen Rekord, so die Analyse von BNP Paribas Real Estate.**

Doch: Hohe Nachfrage trifft knappes Angebot. Dieser Satz beschreibt kurz und präzise das Dilemma, in dem Berliner Büromieter seit längerer Zeit stecken, so **Angermann**. Einmal mehr verringerte sich der verbleibende Leerstand innerhalb eines Quartals und beträgt nur noch 286.000 (336.000 qm **BNP Paribas Real Estate**) qm. Bei einem Gesamtflächenbestand von ca. 22,8 Mio.qm entspricht dies einer Leerstandsquote von 1,3% bis 1,7% – erneut ein historischer Tiefstand. „Berlin ist im Bürosektor de facto vollvermietet. Hinzu kommt, dass einige Vermieter ihre Büroflächen zurückhalten, weil sie hoffen, zu einem späteren Zeitpunkt noch höhere Büromieten zu erzielen. Von Büromietern ist deshalb Zeit, Flexibilität und Kompromissbereitschaft gefordert“, sagt **Fabian Runge**, Direktor bei der **Angermann Real Estate Advisory AG** in Berlin.

Speziell in der besonders beliebten Topcity, den Citylagen sowie dem Cityrand ist das kurzfristige Angebot begrenzt: Diese Lagen vereinen in der Summe nur rund 40% des Leerstands, die übrigen 60% sind in den Nebenlagen lokalisiert. Rund 29% des Leerstands verfügt über eine moderne Qualität, auch hier entfällt mit 48% ein nicht unerheblicher Teil allein auf die Nebenlagen. Neben Mitte zählt nach wie vor Prenzlauer-Berg/Friedrichshain mit zu den beliebtesten Büroteilmärkten, insbesondere aufgrund der Nähe zu den Transporthubs und dem attraktiven Wohnangebot für potenzielle Mitarbeiter. Grundsätzlich werden B- und C-Lagen jedoch zunehmend beliebter.

„Die City wird vielen schlichtweg zu teuer“, sagt **Gerald Dietzold**, Senior Team Leader Office Leasing **JLL** Berlin. Vermehrt orientieren sich Mieter in Richtung der Teilmärkte am City-Rand, „Außerhalb Ost“ entlang der Grenze zum Teilmarkt Prenzlauer Berg-Friedrichshain und dem Ostkreuz. Dietzold: „Vor allem der nördliche und westliche Rand, beispielsweise mit der Siemensstadt, werden künftig noch wichtiger für den Bürovermietungsmarkt.“ Der Anstieg des Flächenumsatzes ist allein auf die größeren Vermietungslose zurückzuführen. Die Zahl der Abschlüsse ist gesunken, vor allem aufgrund des nach wie vor mangelnden Angebots, insbesondere im Innenstadtbereich. Die durchschnittliche Transaktionsgröße lag im zweiten Quartal dieses Jahres bei 1.233 qm und somit rund 45% über dem Wert des zweiten Quartals 2018. ►