

und etabliert sich neben Wohnen damit zum gefragtesten Investmentsegment.

Regional gesehen meldeten 12 der 19 untersuchten Märkte ein Wachstum des Investitionsvolumens. Absoluter Zuwachs-Spitzenreiter 2024 war Rumänien mit einem Plus von +420%, gefolgt von Belgien (+177%) und der Tschechischen Republik (+125%). Zu den Verlierern zählten Griechenland (-73%), Irland (-43%) und Österreich (-24%). Deutschland verzeichnete einen Umsatz von rd. 6,9 Mrd. Euro, rd. 20% mehr als im Vorjahr.

Die durchschnittliche europäische **Spitzenrendite** für Industrie- und Logistikimmobilien sank in Q4 2024 leicht um 3 Basispunkte auf 5,27%, weil It. **Savills** risikoaverses Kapital auf erstklassige Objekte in den Kernmärkten abzielte. Am stärksten gaben die Renditen so in Mailand, Barcelona und Madrid nach. Bei wahrscheinlich weiter sinkenden Zinsen in 2025 sieht Savills die Spitzenrenditen in Europa weiter unter Druck.

Am **Nutzermarkt** registrierte Savills 2024 eine Flächenumsatz von 27,5 Mio. qm, 7% weniger als 2023 aber 4% mehr als der Durchschnitt vor der Pandemie. Die größten Rückgänge ggü. 2023 registrierte Savills in Dublin mit minus 58,6%, Belgien (-35,7%) und Frankreich (-22,9%). Portugal (+84,6%), Spanien (20,9%), die Niederlande (+5,2%) und UK (+3,8%) waren die einzigen Märkte, die ein Umsatzplus ggü. 2023 verzeichneten. Der Leerstand sank europaweit weiter leicht um 9 Basispunkte auf 6,06%, liegt damit aber immer noch deutliche 85 Basispunkte höher sind als noch vor 12 Monaten.



Ausblick: Auf dem Transaktionsmarkt herrscht It. Savills unter den Marktteilnehmern inzwischen ein größerer Konsens über die Preisgestaltung. Daher erwartet das Maklerhaus eine weiter verstärkte Aktivität in 2025, wobei der Fokus weiterhin auf den besten Teilmärkten mit einer positiven Angebots-/ Nachfragedynamik läge. Auf der Nutzerseite geht Savills angetrieben durch den Wachstum des E-Commerce, der Diversifizierung der Lieferketten und der technologischen Fortschritte wie KI und Automatisierung von einem weiterhin robusten Markt aus. Herausforderungen wie steigende Kosten, begrenztes Angebot, geopolitischer und regulatorischer Druck könnten jedoch die Marktdynamik beeinflussen. Regionale Unterschiede würden ebenfalls eine Rolle spielen, wobei Deutschland, Polen und ausgewählte mitteleuropäische Märkte ein großes Potenzial aufwiesen. ■



SERIE: VÖL(C)KER HÖRT DIE SIGNALE – BORN 1947- STILL GOING STRONG

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

Neue Begriffe für alte Prinzipien. Alter Wein in neuen Schläuchen?

Ein volles Haus und zufriedene Kunden sorgen für volle Auftragsbücher und hohe Rendite. Das schafft Zukunft. Andererseits: No Customer. No Margin. No Future.

Hotelbetreiber und Gastronomen bemühen sich permanent – jeder zu seiner Zeit und nach seinen Möglichkeiten – die Bedürfnisse, Geschmäcker und Gelüste ihrer Kunden zu „hören“, und so gut wie möglich zu verstehen. Daraus leiten sie die nach ihrer Sicht passenden Produkte, Angebote und Dienstleistungen ab. Sie wollen das Richtige, doch was, wenn sie die Fakten verkennen? Schlecht bliebe schlecht und weniger schlecht machte es nicht besser.

Es besteht erheblicher Handlungsbedarf. Beharrliches Festhalten an Produkten, Angeboten und Dienstleistungen (auch an Menschen), die gestern noch „die Bude füllten“, wird zu Verlusten an Wirkung und Kundenbindung führen: Keine Kunden. Keine Margen. Keine Zukunft. Zukunft hat man nicht von selbst, man muss ihr mit Optimismus entgegen gehen. Optimismus ist der Quell einer besseren Zukunft. Von heute gesehen, wird nämlich alles erst einmal schlimmer werden, meint auch **Sam Altman**.

Sam Altman, Gründer und Chef des ChatGPT-Erfinders **OpenAI**, selbst ein totaler Optimist und voller Selbstvertrauen, sagte im August 2024: „Bei allem Optimismus muss man düstere Zeiten einkalkulieren“. Altman sorgt vor: Er hortet Waffen, Gold und Gasmasken um sich zu rüsten... Und Sie, und ich?

Born 1947 - and still going strong. Während der Pandemie habe ich aus 50 Jahren Hotelerfahrung das aktuell wohl fortschrittlichste Hotel- und Gastronomie Konzept geschrieben und bis ins Detail geplant. Reif zur spitzen Markteinführung.

Vielen Unternehmern fehlen gute Konzepte. Mir fehlen noch die passenden Hotels... Hotels kaufen oder pachten, das in diesen Tagen? Ja!! Einerseits ist das ein Dschungel da draußen, andererseits, lieber ein Hotel am Hals, als gar keinen Schmuck... ►

Impressum

Rheda-Wiedenbrück,
T: 05242 - 90 12 50
F: 05242 - 90 12 51
info@rohmert-medien.de
www.rohmert-medien.de

Chefredaktion:
Constanze Wrede

Dr. Karina Junghanns
(stellv. Chefredaktion)

Hrsg.: Werner Rohmert

Immobilienredaktion:
Prof. Dr. Thomas Beyerle, Thomas Döbel, Dr. Gudrun Escher, Uli Richter, Sabine Richter, Hans Christoph Ries, Caroline Rohmert, Petra Rohmert, Werner Rohmert, Prof. Dr. Günter Vornholz

Recht / Anlegerschutzrecht:
Klumpke Rechtsanwälte, Köln;
Dr. Philipp Härle - HMRP
Rechtsanwälte, Berlin;
Prof. Dr. Karl-Georg Loritz,
Geisenfeld

Redaktioneller Beirat:

Dr. Kurt E. Becker (BSK), Christopher Garbe (Garbe Unternehmensgruppe/ Garbe Industrial Real Estate GmbH), Dr. Karl Hamberger (Ernst & Young), Prof. Dr. Jens Kleine, Prof. Dr. Wolfgang Pelzl (Uni Leipzig), Andreas Schulten, Dr. Marcus Gerasch

Chefvolkswirt:

Prof. em. Dr. oec. Dr. h. c.
Hanspeter Gondring FRICS,
Wissenschaftlicher Leiter der ADI
Akademie, "Exzellenzpartner für
lebenslanges Lernen in der Immobilienwirtschaft!"

Wissenschaftliche Partner:

Prof. Dr. Dieter Rebitzer
(Studiendekan/FRICS;
Hochschule für Wirtschaft
und Umwelt Nürtingen -Geislingen)

Verlag:

Research Medien AG
Nickelstr. 21
33378 Rheda-Wiedenbrück
T.: 05242 - 901-250
F.: 05242 - 901-251

Vorstand: Werner Rohmert

Aufsichtsrat: Prof. Dr.
Karl-Georg Loritz, Geisenfeld

**Unsere Bankverbindung
erhalten Sie auf Anfrage.**

*Namens-Beiträge geben die
Meinung des Autors und nicht
unbedingt der Redaktion wieder.*

Denken wir einen Moment an Noah. Noah hat nie studiert. Ohne seinen Optimismus und seinen Mut was zu unternehmen, gäbe es nach der Überlieferung keine Lebewesen mehr. Noah verfügte über das vielleicht wertvollste Vermögen, gesunden Menschenverstand...

Im Marketing geht es auch viel um Verstand. Von Noah dem Patriarchen, der 120 Jahre lang nach dem Plan Gottes, die Arche baute, schlage ich blitzschnell einen bunten Bogen zu **Dieter Müller**, dem Gründer und Führer von **Motel One**.

Während Noah seine Arche ohne Marketing füllte, da ging es ums nackte Überleben, füllte Dieter Müller seine Hotels mit Verstand: Einem zeitgemäßen Produkt, Angeboten und Dienstleistungen und passenden Preisen, die seine Kunden wirklich wollten. Ergo sagte der Kopf: „Buche Motel One!“

Der liebe Gott flüsterte Müller nicht ein, dass beharrliches Festhalten an Asbach-Uralten Produkten und Strukturen zu Verlusten führen werde. Müller kam selbst drauf, als der sich fragte: „Warum sollte irgendwer, mit besseren Alternativen, in einem meiner **Astron** Hotel nächtigen? Müller verkaufte seine Hotels und begann Motel One. Nach etwa fünf Jahren konzeptioneller Planung und 25 Jahren operativen Erfolges als Owner-Operator schuf er einen Unternehmenswert von über 4 Milliarden Euro, wovon er jüngst 80% verkaufte aber auf der Kommandobrücke blieb.

Müller wäre für jede Hospitality Veranstaltung der „Keynote Speaker“, weil er aus eigener Erfahrung über eine Hotel-Dramaturgie berichten kann, die von Teilnehmern als vielseitig und motivierend empfunden würde. Vor allem als glaubwürdig.

Ich glaube an die Kraft eines Konzepts. Ich glaube an die Kraft der Marke. Ich weiß, ohne Konzept und ohne schlaue Kommunikation entsteht keine starke Marke. Ohne starke Marke entsteht kein Wachstum. Ohne Wachstum haben alle Beteiligten nur Stress in der Zukunftsbranche des 21. Jahrhunderts. ■

In eigener Sache: Sind Sie dabei? Twenty-five and still alive...

Wir feiern die **600. Ausgabe** von „Der Immobilienbrief“ am **23. Mai 2025** im Rahmen eines **Spezials**

Heute brauchen wir einander mehr denn je. Wir sind aber nicht nur „alive“, sondern auch als einziges Immobilienmedium mit großer Verbreitung ohne Verlagskonzern im Hintergrund resilient. In fast 25 Jahren haben wir zahlreiche Krisen durchlebt – vom Verlust des Informationsmonopols über „9/11“ und die Finanzkrise bis zur aktuellen Zinswende. Diese Entwicklungen haben die Immobilienbranche tiefgreifend verändert. Doch wir haben stets Trends erkannt, Hintergründe beleuchtet und Entwicklungen frühzeitig aufgezeigt.

In **595 Ausgaben** von „Der Immobilienbrief“ sowie über **1.000 weiteren Ausgaben** von „Der Fondsbrief“ und dem „Handelsimmobilien Report“ haben wir unsere Leser begleitet. Wir setzen auf **Fakten – Meinungen – Tendenzen** und bringen neue Perspektiven in die Diskussion.

Mit der **600. Ausgabe** möchten wir ein Zeichen setzen und laden Sie ein, uns mit einer **Anzeige** oder einem **Grußwort** zu unterstützen. Nutzen Sie die Gelegenheit, um sich in einem führenden Fachmedium zu präsentieren!

Unsere Anzeigenpreise seit der Euro-Einführung unverändert:

1/1 Seite: 3.500,- Euro - **1/2 Seite:** 2.500,- Euro - **1/4 Seite:** 1.750,- Euro (jew. zzgl. MwSt.)

Kontaktieren Sie uns gerne für Buchungen oder Fragen:

Werner Rohmert & Constanze Wrede

Email: info@rohmert-medien.de Tel.: 05242/901250

Wir freuen uns über Ihre Unterstützung!