

SPH newsletter

news

Meldungen aus CEE/SEE Seite 2
Personalien Seite 11
Vermietungen Seite 12

schwerpunkt

Die Mipim feiert 25-jähriges Jubiläum. Seit den Anfängen hat sich viel verändert, wie ein Blick zurück zeigt. Seite 17

hintergrund

Die Türkei kommt aus den politischen Schlagzeilen nicht mehr heraus. Was bedeutet das für den bislang so vielversprechenden Immobilienmarkt des Landes? Seite 21

Drei Fragen an zwei in der Türkei aktive Investoren zu ihrer Einschätzung der Situation Seite 24

porträt

Auf Messen präsentieren sich Standorte und Unternehmen – und das möglichst perfekt. Doch wer macht es möglich? Seite 26

termine

Messen und Kongresse Seite 30

literatur

Wie Europa abseits der großen Politik Schritt für Schritt zusammenwächst



Seite 31

LIEBE LESERINNEN UND LESER,



März beginnt mit M wie Mipim. Viele von Ihnen reisen nach Cannes, und dieses Jahr ist ein besonderes Jahr: Denn bereits zum 25. Mal geht die Mipim über die Bühne. Eher zufällig, aber passend zu diesem Anlass feiern auch wir ein kleines Jubiläum: die 25. Ausgabe des SPH Newsletters. Die Zeit vergeht ...

Die 25. Ausgabe ist Anlass für einige Neuerungen. Auf Wunsch unserer Leser, die mehr über Akteure auf dem Markt wissen wollen, haben wir eine neue Rubrik „Porträt“ eingefügt. Der erste Beitrag befasst sich mit dem Messebauer Spacewood aus Frankfurt am Main, der seit Mitte der 90-er Jahre auf der Mipim für den einen oder anderen Stand verantwortlich ist und unter anderem auch den dortigen Auftritt Moskaus gestaltet.

Zudem erreichte uns der Wunsch nach mehr Information darüber, welche Nutzer wo Flächen mieten. Deshalb beginnen wir mit dem neuen Jahr in der Rubrik „News“ nach den Personalien mit einer Übersicht zu aktuellen Vermietungen. Noch ist deren Umfang überschaubar, aber dank Ihrer Mitwirkung wird uns sicher mehr und mehr erreichen.

Marianne Schulze und ich freuen uns auf die Zeit auf der Mipim in Cannes. Und dort natürlich auf gute Begegnungen und interessante Gespräche. Doch wünschen wir uns genauso, dass die neue Ausgabe auch diejenigen anspricht, die in Cannes nicht mit dabei sein können oder wollen.

Ihr

Andreas Schiller



Das Hotel Le Palais in Prag, von Warimpex revitalisiert und 2003 eröffnet, wurde von einem privaten europäischen Investor erworben.

WARIMPEX VERKAUFT HOTEL LE PALAIS IN PRAG

Die Warimpex Finanz- und Beteiligungs AG gab den erfolgreichen Verkauf des Prager Fünf-Sterne Hotels Le Palais an einen privaten europäischen Investor bekannt. Die Transaktion erfolgte über Buchwert – über den genauen Kaufpreis wurde zwischen den Vertragspartnern jedoch Stillschweigen vereinbart.

Das im Belle-Époque-Stil erbaute Le Palais Hotel liegt in einem Prager Wohnviertel, unweit des historischen Stadtzentrums. Warimpex erwarb das Palais und baute es im Zuge einer umfassenden Revitalisierung in ein Luxushotel um, das 2003 eröffnet wurde. Die Vienna International Hotelmanagement AG wird das Fünf-Sterne Haus auch nach dem Verkauf weiter betreiben.

EU-RICHTLINIE FÜR HYPOTHEKENKREDITE

Die EU hat eine neue Richtlinie zur Schaffung eines einzigen Marktes für Hypothekenkredite verabschiedet. Damit werden zum ersten Mal in den EU-Mitgliedsstaaten einheitlich verlässliche Standards zur Bewertung von Immobilien umgesetzt. Laut EU-Richtlinie sollen Gutachter kompetent und unabhängig agieren und müssen bei der Bewertung international anerkannte Standards einbeziehen, um als verlässlich zu gelten. Standards, die diese Voraussetzungen erfüllen sind die „Standards des International Valuation Standards Council“ (IVSC) und die „Professional Standards for Valuation“ der RICS, auch als „Red Book“ bekannt.

Die RICS war bei der Gestaltung der EU-Richtlinie beteiligt und hat dabei mit dem EU-Parlament, dem Europarat und anderen Beteiligten wie der European Mortgage Federation zusammengearbeitet, um die wichtige Rolle der Immobilienbewertung beim Prozess der Hypothekenvergabe darzustellen.

REFINANZIERUNG FÜR ZWEI SHOPPING CENTER IN POLEN

pbb Deutsche Pfandbriefbank, UniCredit Bank Austria AG und Westdeutsche ImmobilienBank AG haben gemeinsam eine Vereinbarung über einen erstrangigen Kredit von EUR 132 Millionen unterschrieben, mit dem zwei Shopping Center in Südpolen refinanziert werden. Eigentümer der beiden Objekte ist der Europe Property Fund III von BlackRock. pbb agiert als Arranger, Facility und Security Agent der Transaktion, der Kredit wird gemeinsam von pbb, UniCredit Bank Austria AG und Westdeutsche ImmobilienBank AG bereitgestellt.

Das Karolinka Shopping Center in Oppeln ist mit einer Gesamtmiethfläche von rund 70.000 Quadratmetern die dominierende Mall in der Region. Das Pogoria Shopping Center ist ein modernes innerstädtisches Einkaufszentrum in Dabrowa Gornicza und verfügt über eine Gesamtmiethfläche von rund 36.000 Quadratmetern. Beide Objekte wurden 2007 errichtet, 2009 erworben und sind an bekannte Handelsketten vermietet.

**Büro-, Wohn und
Geschäftshaus**
Frankfurt

Typ: gemischt genutztes Objekt
Größe: 35.500 m²
Sole Lender



Mokotów Nova
Warschau

Typ: Büroobjekt
Größe: 41.000 m²
Arranger • Sole Lender



Bromma Blocks
Stockholm

Typ: Einzelhandelsportfolio
Größe: 205.000 m²
Joint Arranger



Stadtquartier Q6 Q7
Mannheim

Typ: Einkaufszentrum
Größe: 153.000 m²
Co-Arranger



River Plaza
Paris

Typ: Büroobjekt
Größe: 27.000 m²
Arranger • Sole Lender



Europa wächst.

Mit unseren Finanzierungskonzepten.

Immobilien-geschäft. Wir sind Ihre Experten für optimale und maßgeschneiderte Finanzierungen auf nationalen und internationalen Märkten. Durch individuell auf Sie abgestimmte Lösungen, eine schlanke Unternehmensorganisation und kurze Entscheidungswege sind wir auch langfristig der zuverlässige Partner für Ihre Projekte. www.helaba.de

Besuchen Sie uns
auf der MIPIM:
Espace Riviera
Stand R 33.07

Helaba | 

Banking auf dem Boden der Tatsachen.



Tancici dum, das markante Prager Bürogebäude mit einem Restaurant in der obersten Etage, wurde von dem tschechischen Immobilieninvestor Vaclav Skala erworben.

DANCING BUILDING IN PRAG VERKAUFT

CBRE Global Investors hat das Prager Tancici Dum-Gebäudes, vielfach auch als das Tanzende Haus bezeichnet, für EUR 13,3 Millionen verkauft. Käufer ist der tschechische Immobilieninvestor und Kunstsammler Vaclav Skala.

Das Objekt befindet sich im Zentrum von Prag und verfügt über eine vermietbare Fläche von etwa 3.950 Quadratmetern auf sieben Stockwerken. Hauptmieter des Gebäudes sind Accenture und CBRE Global Investors.

W.P. CAREY KAUFTE IN KROATIEN

W.P. Carey, ein globaler Investmentmanager, hat in einer Sale-and-Lease-Back-Transaktion ein Einzelhandelsportfolio für EUR 67 Millionen von dem kroatischen Privatunternehmen Agrokor gekauft. Zwei der von W.P. Carey gehaltenen REIT-Tochterunternehmen haben von Agrokor fünf moderne Einzelhandelsgeschäfte erworben. Die fünf Ladengeschäfte sind für 20 Jahre an Konzern vermietet, den größten Lebensmitteleinzelhändler in Kroatien und ein Tochterunternehmen von Agrokor. Drei der Geschäfte befinden sich in Zagreb, zwei in den Touristendestinationen an der Küste, in Split und Zadar. Die Einnahmen aus dem Verkauf will Agrokor für die Finanzierung seiner Expansions- und Wachstumsstrategie verwenden.

TRIGRANIT STELLT GEBÄUDE D IN B4B IN KRAKAU FERTIG

Das Bürogebäude D im Komplex Bonarka for Business (B4B) in Krakau wurde eröffnet. Es ist das vierte Investmentobjekt und der Schlusspunkt des ersten, vier Gebäude umfassenden Bauabschnitts. Der zweite Bauabschnitt mit den Gebäuden E, F und G wurde bereits angefangen. Die Gesamtmietfläche des neuen siebengeschossigen Gebäudes umfasst rund 9.500 Quadratmeter. Darüber hinaus bietet das Gebäude D 82 Tiefgaragenplätze sowie oberirdische Parkmöglichkeiten für Besucher.

BILFINGER RE BAUT CENTER- MANAGEMENT IN DER TÜRKEI AUS

Nach dem Managementauftrag für das türkische Großprojekt „Metropol Istanbul“ übernimmt Bilfinger Real Estate das Management von sechs weiteren Einkaufszentren in der Türkei. Die gemischt genutzten Einzelhandels-, Büro- und Wohnkomplexe befinden sich in Istanbul, in den ost- und südostanatolischen Städten Erzurum und Diyarbakir, in Zonguldak an der Schwarzmeerküste sowie in Kayseri in Zentralanatolien. Drei der neu betreuten Shopping Center werden derzeit noch gebaut und eröffnen voraussichtlich Anfang beziehungsweise Ende 2014. Für die sechs Komplexe mit insgesamt 690 Läden und mehr als 250.000 Quadratmeter Einzelhandelsmietfläche verantwortet Bilfinger Real Estate das Center Management und die Vermietungsaktivitäten.



O1 Properties hat die rund 40.000 Quadratmeter umfassende Bürofläche in dem multifunktionalen Komplex Legenda Tsvetnogo erworben.

O1 PROPERTIES ERWIRBT BÜRO- FLÄCHEN IN LEGENDA TSVETNOGO

Das russische Investmentunternehmen O1 Properties hat von der Capital Group den Büroteil von Legenda Tsvetnogo erworben. Legenda Tsvetnogo ist ein multifunktionaler Komplex an der Kreuzung von Tsvetnoi und Rozhdestvensky Boulevard in Moskau. Die Transaktion umfasst rund 40.000 Quadratmeter Bürofläche sowie 401 Parkplätze. Gazprombank und Gazprombank (Schweiz) Ltd. stellten gemeinsam die Finanzierung der Transaktion sicher. Jones Lang LaSalle war bei der Transaktion beratend tätig.

Das Legenda Business Center ist das zwölfte Investmentobjekt im Portfolio von O1 Properties. Die Netto-Mietfläche erhöht sich damit auf 486.000 Quadratmeter, das Portfolio des Unternehmens hat einen Wert von rund USD 4,25 Milliarden.

VERKAUF DES EUROMARKET OFFICE CENTER IN KRAKAU ABGESCHLOSSEN

Tawstock Estates hat den Verkauf des Euromarket Office Center in der polnischen Stadt Krakau abgeschlossen. Käufer ist ein Investmentvehikel, das von Bluehouse Capital verwaltet wird. CBRE und Savills berieten den Verkäufer bei der Transaktion. Euromarket liegt an der Jasnogorska Straße in Krakau. Das fünfstöckige Gebäude bietet rund 10.600 Quadratmeter Bürofläche sowie gut 1.600 Quadratmeter Einzelhandelsfläche. Das Gebäude wurde 2001 fertiggestellt.

CTP & UNICREDIT BANK TREFFEN NEUE KREDITVEREINBARUNG

CTP und UniCredit Bank haben eine neue Vereinbarung über einen Kredit von insgesamt EUR 69 Millionen getroffen. Der Kredit soll für die Refinanzierung von vier Gebäuden in den CTP Parks Divišov, Bor und Brno (Brünn) sowie für die Finanzierung der Bauvorhaben im CTPark Bor und im CTPark Brno verwendet werden.

Die Zusammenarbeit von CTP und UniCredit Bank begann 2010 mit einem Kredit über EUR 35 Millionen. Bis Ende 2013 hat die UniCredit Bank ihre Finanzierungszusagen für CTP auf nahezu EUR 160 Millionen erhöht.

VOLKSWAGEN GROUP POLSKA: NEUES VERTEILZENTRUM BEI POSEN

Volkswagen Group Poland, der offizielle Importeur von VW, Audi, Seat, Skoda, Porsche und VW Nutzfahrzeugen in Polen, hat eine Vereinbarung über den Bau eines modernen Logistikzentrums in Komorniki bei Posen unterzeichnet. Die 30.000 Quadratmeter umfassende Einrichtung soll innerhalb des Segro Logistics Park Poznan entwickelt und im ersten Quartal 2015 übergeben werden.

IMMOFINANZ
GROUP

more
than
office

office.immofinanz.com

When Clark Kent
prefers to stay
in the office.

THE WHOLE STORY:
MIPIM 2014 at stand R31.01

m caps advertising

TM & © DC Comics.
(s13)



Das Hotel Bristol Warsaw ist eines der ältesten und traditionsreichsten Hotels in der polnischen Hauptstadt. Jetzt hat ein Konsortium internationaler Privatinvestoren das von Starwood Hotels and Resorts betriebene Objekt erworben.

HOTEL BRISTOL IN WARSCHAU VERKAUFT

Das Hotel Bristol in Warschau mit 226 Zimmern wurde an ein Konsortium internationaler Privatinvestoren verkauft. Die Transaktion wurde von der Jones Lang LaSalle Hotels & Hospitality Group bekannt gegeben.

Das Hotel Bristol liegt neben dem Präsidentenpalast und nur wenige Minuten von der Altstadt und den touristischen Anziehungspunkten sowie von den Geschäftsbezirken Warschaus entfernt. Das Objekt, das von Starwood Hotels and Resorts betrieben wird, war 2013 für EUR 13 Millionen modernisiert und erneuert und in die Luxury Collection von Starwood aufgenommen worden.

INVESCO ERWIRBT GALERIA KAZIMIERZ IN KRAKAU

Für ihren offenen pan-europäischen Real Estate Fund hat Invesco Real Estate die Shopping Mall Galeria Kazimierz in der polnischen Stadt Krakau erworben. Verkäufer war Globe Trade Center SA (GTC), die das Projekt entwickelt haben. Galeria Kazimierz wurde 2005 eröffnet und liegt an der Podgórska Straße im historischen Zentrum von Krakau. Die Shopping Mall bietet 38.300 Quadratmeter Mietfläche auf zwei Ebenen und damit Raum für 140 Ladengeschäfte.

NEPI ERWIRBT CITY PARK IN CONSTANTA

New Europe Property Investments (NEPI) hat für EUR 81 Millionen das Shopping Center City Park in der rumänischen Hafenstadt Constanta erworben. Als Teil des Deals stimmte NEPI zu, den verbleibenden Kredit von EUR 48,5 Millionen abzulösen, den der Projektentwickler von der Eurobank und der National Bank of Greece für die Erstinvestition erhalten hatte.

Das Einkaufszentrum City Park liegt an einer Kreuzung zwischen dem Stadtzentrum von Constanta und Mamaia, dem beliebtesten Seebad in Rumänien, und bietet 29.284 Quadratmeter Bruttomietfläche.

CTP & HELABA VEREINBAREN NEUEN KREDIT

CTP und Helaba haben eine Kreditvereinbarung über insgesamt EUR 54 Millionen getroffen. Der Kredit soll für die Refinanzierung eines bestehenden Portfolios mit sieben Gebäuden in den CTParks in Brunn, Ostrava, Jihlava und Prag verwendet werden sowie einen Teil der Baukosten für die Erweiterung von Produktionsflächen im CTPark Ostrava finanzieren. Die neuen Flächen sollen im März 2014 übergeben werden.



Mit der Unterzeichnung des Konzessionsvertrags steht dem Bau des neuen Terminals am Flughafen Zagreb nichts mehr im Wege. In dem neuen Terminal sollen bis zu fünf Millionen Passagiere jährlich abgefertigt werden können.

NEUES AIRPORT TERMINAL IN ZAGREB

Aéroports de Paris Management, Bouygues Bâtiment International, TAV Airports, das kroatische Bauunternehmen Viadukt, Marguerite Fund und IFC, eine Gesellschaft der Weltbank-Gruppe, bilden zusammen das Konsortium ZAIC-A Ltd, das 100-prozentiger Eigentümer der Betreibergesellschaft MZLZ (Medunarodna Zračna Luka Zagreb d.d.) ist. Dieses Konsortium hat eine Finanzierungsvereinbarung mit den Kreditgebern und dem kroatischen Ministerium für Seewesen, Transport und Infrastruktur für die Konzession des Zagreb Airport unterzeichnet.

Der Schritt markiert den finanziellen Abschluss des Konzessionsprojekts, die Aufnahme des Flughafenbetriebs durch MZLZ und den Baubeginn des neuen Flughafenterminals. Das Projekt erfordert eine Gesamtinvestition von EUR 331 Millionen. Finanziert wird das Projekt durch die European Investment Bank EIB, IFC, Unicredit Bank Austria und Deutsche Bank. Das neue Terminal soll bis Ende 2016 fertiggestellt werden und jährlich bis zu fünf Millionen Passagiere abfertigen können. Derzeit hat der Flughafen Zagreb eine Kapazität von zwei Millionen Passagieren.

CA IMMO VERKAUFT BÜROGEBÄUDE LIPOWY IN WARSCHAU

Die CA Immobilien Anlagen AG hat den Vertrag zum Verkauf des Warschauer Bürogebäudes Lipowy Office Park unterschrieben. Kimberley sp. z o.o., die Gesellschaft eines börsennotierten US-REIT, übernimmt das Objekt zu einem Kaufpreis von rund EUR 108 Millionen. Das Bürogebäude umfasst eine oberirdische Bruttogesamtfläche von 40.000 Quadratmetern und ist langfristig an die Bank Pekao S.A. vermietet. Die vier um einen Innenhof angeordneten Gebäude wurden 2009 fertiggestellt und sind seitdem im Eigentum der Europolis AG, die Anfang 2011 von der CA Immo übernommen wurde. Das Beratungsunternehmen Colliers International und die Rechtsanwaltskanzlei Allen & Overy waren auf Verkäuferseite beratend tätig.

IMMOFINANZ ERWEITERT STOP.SHOP.-PORTFOLIO

Die Immofinanz Group hat fünf bestehende Gewerbeparks – vier in Slowenien und einen in der Tschechischen Republik – mit zusammen rund 19.000 Quadratmeter Mietfläche erworben. Der Kaufpreis beläuft sich insgesamt auf rund EUR 26 Millionen. Das Paket in Slowenien umfasst vier Objekte in den Städten Celje, Velenje, Domzale und Postojna. Verkäufer ist ein Fonds von Pramerica Real Estate Investors. Das slowenische Fachmarkt-Portfolio der Immofinanz Group umfasst damit sechs Standorte. Beim Ankauf in der Tschechischen Republik handelt es sich um einen Gewerbepark in Kladno, etwa 30 Kilometer nordwestlich von Prag. Verkäufer ist hier die Strasser Immobilien Gruppe. In der Tschechischen Republik wächst die Marke Stop.Shop. damit auf zehn Filialen.

Auch in Polen expandiert die Immofinanz Group mit ihrer Retail-Fachmarktkette: Im November 2013 wurde in Mława der zweite polnische Stop.Shop. eröffnet, demnächst folgt in Ketrzyn ein weiterer. Bei beiden handelt es sich um eigene Entwicklungen der Immofinanz. Weiter zehn Stop.Shops sind in Polen geplant.



Anne Klausmann,
Center Manager Ettlinger Tor, Karlsruhe

30.000 Besucher. 16 Mitarbeiter. 130 Mieter. 1 Chefin. Eine von 52 Center-Managerinnen bei der ECE

Mehr Frauen an die Spitze: Die ECE setzt auf eine Unternehmenskultur der Chancengleichheit. Spezielle Förderprogramme bereiten Frauen gezielt darauf vor, Führungspositionen zu übernehmen. Gleichzeitig sorgt das Unternehmen für eine bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Mit Erfolg. Immer mehr Center werden von Frauen gemanagt.

Besuchen Sie uns
auf der MIPIM
Stand 16.01

Shopping | Office | Traffic | Industries

ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
Heegbarg 30, 22391 Hamburg
Telefon: (040) 60606-0, Fax: (040) 60606-6230
www.ece.de, info@ece.de





UniCredit Bank Austria AG, ZAO UniCredit Bank und Gazprombank stellten einen Konsortialkredit für die Refinanzierung des Bürokomplexes Ducat Place III in Moskau bereit. O1 Properties als Eigentümer des Objekts ist der Kreditnehmer.

UNICREDIT BANK AUSTRIA: REFINANZIERUNG FÜR O1-PROJEKT

Die UniCredit Bank Austria AG gab im Namen eines Bankenkonsortiums den Abschluss der Refinanzierung des Bürokomplexes Ducat Place III in der russischen Hauptstadt Moskau bekannt. Das Gebäude mit der Adresse Gasheka Uliza 6 im zentralen Moskauer Verwaltungsbezirk hat eine Gesamtfläche von 46.085 Quadratmetern und eine vermietbare Nettofläche von 33.251 Quadratmetern.

UniCredit Bank Austria AG, ZAO UniCredit Bank und Gazprombank stellten gemeinsam einen Konsortialkredit in Höhe von USD 240 Millionen für die Refinanzierung des Bürogebäudes Ducat Place III bereit. Eigentümer des Gebäudes ist O1 Properties.

BANK PEKAO STELLT KREDIT FÜR BAU DER GALERIA SUDECKA BEREIT

Echo Investment hat mit der Bank Pekao SA eine Kreditvereinbarung über EUR 35,64 Millionen abgeschlossen. Die Mittel sollen für den Bau der Galeria Sudecka in Jelenia Góra verwendet werden. Das Shopping und Entertainment Center Galeria Sudecka wird im Zuge der Erweiterung des Echo Shopping Centers an der Jana Pawła II Avenue entwickelt. Das Projekt soll rund 30.000 Quadratmeter Einzelhandelsfläche umfassen und im zweiten Halbjahr 2014 eröffnet werden. Derzeit ist die Galeria Sudecka zu 70 Prozent vermietet.

TGM EXPANDIERT IN DIE VEREINIGTEN ARABISCHEN EMIRATE

TriGranit Management (TGM) hat in den Vereinigten Arabischen Emiraten ein neues Unternehmen gegründet: TGM Consultants (Dubai) FZ LLC. Damit erhöht sich die Zahl der Länder, in denen TGM aktiv ist, auf 14. In den vergangenen zwölf Monaten expandierte TGM auf die Märkte in Rumänien, Bulgarien, Mazedonien, Armenien und China.

CA IMMO AG ERWIRBT ANTEILE AM „P1“-PORTFOLIO IN WARSCHAU

Die CA Immobilien Anlagen AG hat 49 Prozent der Anteile von AXA Immoselect am Warschauer Portfolio „P1“ erworben. Der gesamte Verkehrswert des Portfolios, das bis dato in Form eines Joint Ventures von CA Immobilien Anlagen AG und AXA Immoselect gehalten wurde, belief sich zum 30. September 2013 auf rund EUR 280 Millionen. Der ausständige Anteil konnte unter dem aktuellen Net Asset Value des Portfolios erworben werden.

Das Portfolio umfasst die Büroobjekte Sienna Center, Saski Crescent, Saski Point, Bitwy Warszawskiej sowie Warsaw Towers mit einer Gesamtnutzfläche von rund 125.000 Quadratmetern.



Das Hilton Sofia ist eines der beiden Hotels, die von der irischen Quinn Insurance in CEE/SEE verkauft wurden. Neuer Eigentümer des Hilton Sofia ist ein Konsortium bulgarischer Geschäftsleute.

QUINN VERKAUF SOFIA HILTON UND KRAKOW SHERATON

Die irische Quinn Insurance hat zusammen mit dem Wirtschaftsberatungsunternehmen Grant Thornton Dublin für zusammen EUR 62 Millionen zwei Luxushotels in CEE/SEE verkauft. Die Kanzlei CMS beriet Quinn Insurance in rechtlichen Fragen, das CEE Investment Team der Jones Lang La Salle Hotels & Hospitality Group vermittelte exklusiv den Verkauf. Das Sheraton Krakow, ein modernes Hotel mit 232 Zimmern, wurde 2004 eröffnet und liegt in Krakau am Ufer der Weichsel nahe dem Wawel. Der französische Hotelinvestor und -betreiber Algonquin erwarb das Sheraton Hotel für EUR 38 Millionen. Das Hilton Sofia steht rund zwei Kilometer vom Stadtzentrum entfernt an einer der Hauptverkehrsachsen der bulgarischen Hauptstadt. Das Hotel wurde für EUR 24 Millionen an ein Konsortium einheimischer Geschäftsleute verkauft.

PERSONALIEN



Peter Becár wurde zum Managing Director CEE bei PointPark Properties (P3) ernannt und übernimmt die Verantwortung für die Tschechische Republik, die Slowakei, Polen, Rumänien und Bulgarien. Peter Becár kam 2007 als Business Director Slovakia zu P3 und übernahm in der Folgezeit die Rolle des Managing Director Slovakia. 2010 erweiterte sich sein Aufgabenbereich auch auf die Unternehmungen von P3 in der Tschechischen Republik.

Gernot Erler ist neuer Koordinator für die deutsch-russische zwischengesellschaftliche Zusammenarbeit. Er löst in dieser Rolle Andreas Schockenhoff ab, der das Amt seit 2006 innehatte. Gernot Erler war bereits 2003 bis 2006 Koordinator für die deutsch-russische zwischengesellschaftliche Zusammenarbeit, eine Aufgabe, die im Auswärtigen Amt der Bundesrepublik Deutschland angesiedelt ist.

Frédéric Le Fichoux wurde Partner bei Cushman & Wakefield. Frédéric Le Fichoux ist Head of C&W Hospitality für CEE (Tschechische Republik, Slowakei, Ungarn, Polen, Rumänien und die Balkanländer). Er ist seit mehr als 13 Jahren mit Hotels befasst und kam im März 2007 zum Hospitality Team von C&W in Prag, wo er in den vergangenen Jahren im Bereich Hotelimmobilien in CEE beratend und vermittelnd tätig war.

Josip Kardun ist neuer Chief Operating Officer bei Atrium European Real Estate. Gleichzeitig wurde er auch Deputy Chief Executive Officer und Mitglied des Group Executive Management Team von Atrium. Er folgt Nils-Christian Hakert, COO, nach, der die Gruppe verlässt. Josip Kardun, der dem Executive Board des ICSC Europe angehört, wechselte zu Atrium von der ECE Projektmanagement, wo er zuletzt als Chief Investment Officer und Head of Mergers & Acquisitions and Transaction Management Group tätig war.

Bernhard Mayer wurde neuer CEO von Probus Real Estate. Bernhard Mayer ist seit über 15 Jahren in der Immobilienbranche tätig und war zunächst Leiter der Immobilienprojektfinanzierung der Investkredit Bank AG und von 1999 bis 2009 Geschäftsführer und CEO der Europolis. Zuletzt hat er fünf Jahre als selbständiger Berater im Bereich strategischem Management und Investment im Immobiliensektor gearbeitet.

*oben links: Peter Becár
oben rechts: Gernot Erler
Mitte links: Frédéric Le Fichoux
Mitte rechts: Josip Kardun
unten: Bernhard Mayer*

Seit über 35 Jahren ist Taurus Partner des Vertrauens für hochvermögende Privatinvestoren und Family Offices.

Unser Fokus: Echte Wertschöpfung und globale Diversifikation durch unternehmerische Club Deals.

Eigene lokale Präsenzen in 15 Märkten auf vier Kontinenten ermöglichen dabei erst die Nähe zum Objekt, die eine Investition im Ausland verdient.



Newbury Street, Boston, USA.



**Das Ergebnis?
Trust, Reliability, Results!**



VERMIETUNGEN

ATRIUM 1, WARSCHAU

POLEN 

Bravura Solutions Pty Limited hat rund 1.000 Quadratmeter im neu entstehenden Bürogebäude Atrium 1 in Warschau gemietet. Den Abschluss des Mietvertrags vermittelte Jones Lang LaSalle. Atrium 1 bietet 16.300 Quadratmeter Bürofläche auf 15 Etagen. Projektentwickler ist Skanska Property Poland.

ZLOTE TARASY, WARSCHAU

POLEN 

Für die Bürogebäude Lumen und Skylight, die zum Komplex Złote Tarasy in Warschau gehören, wurden in den letzten sechs Monaten 2013 neue Mietverträge über insgesamt rund 3.400 Quadratmeter unterzeichnet. Zu den neuen Mietern in Skylight gehören unter anderen Pradera Management Poland, Soflab Technology, Mezzanine Management Poland, Valad Poland, Dom Maklerski TMS Brokers und FinCo Capital. Page Group (Lumen) und Goodman Poland (Skylight) haben ihre Mietverträge verlängert. Ebenso hat CBRE Global Investors Büroflächen in Lumen angemietet. Die Mietverträge vermittelte Jones Lang LaSalle.

MARYNARSKA BUSINESS PARK, WARSCHAU

POLEN 

Die Personalberatung LeasingTeam hat gut 1.000 Quadratmeter Bürofläche im Marynarska Business Park in Warschau angemietet. Jones Lang LaSalle war bei den Mietverhandlungen beratend tätig. Marynarska Business Park liegt im Bezirk Mokotów und besteht aus vier Gebäuden mit 43.000 Quadratmeter Bruttomietfläche. Eigentümer des Komplexes ist Heitman in Vertretung des Heitman European Property Partners IV Fonds. Marynarska Business Park wurde im Sommer 2008 fertiggestellt.

WEST GATE, BRESLAU

POLEN 

Deichmann hat gut 1.200 Quadratmeter im Bürogebäude West Gate, Lotnicza Straße 12 in Breslau, gemietet. West Gate wird von Echo Investment entwickelt und bietet 16.000 Quadratmeter Bürofläche.

TULIPAN PARK GLIWICE, GLEIWITZ

POLEN 

Segro hat mit NNZ einen Mietvertrag über knapp 2.500 Quadratmeter Lager- und Bürofläche im Tulipan Park Gliwice in Gliwicz abgeschlossen. Die Flächen sollen NNZ als neuer Hauptsitz in Polen und als Verteilzentrum in Polen dienen.

NOWY SWIAT RETAIL CENTER, RZESZÓW

POLEN 

CBRE gab bekannt, dass Media Expert einen Mietvertrag über eine Fläche von 875 Quadratmetern im Nowy Swiat Retail Center in der polnischen Stadt Rzeszów abgeschlossen hat. Die Retail Gallery Nowy Swiat war im November 2009 eröffnet worden und umfasst auf einer Gesamtfläche von 24.000 Quadratmetern gut 100 Ladengeschäfte. Investor des Objekts ist Womak Alfa LLC.

SOLO INDUSTRIAL PARK, IASI

RUMÄNIEN 

Der rumänische Arm des Autozulieferers Lear Corporation mietete 12.000 Quadratmeter Produktions- und Bürofläche im Solo Industrial Park von Letcani bei Iasi an. CBRE, die vermittelnd tätig waren, bezeichnet es als den größten Mietvertrag, der 2013 für Produktionsflächen abgeschlossen wurde.

AFI COTROCENI, BUKAREST

RUMÄNIEN 

H&M hat seine Ladenfläche in AFI Cotroceni in Bukarest um 800 Quadratmeter auf eine Verkaufsfläche von 2.500 Quadratmetern erweitert. Damit ist es das größte Geschäft der schwedischen Kette in Rumänien. Der zweitgrößte Laden von H&M in Bukarest ist das 2.400 Quadratmeter umfassende Geschäft im Bezirk Unirii. H&M betreibt in Rumänien 30 Ladengeschäfte.

BUCHAREST TOWER CENTER, BUKAREST

RUMÄNIEN 

Das rumänische Ministerium für EU-Fonds verlegt seinen Hauptsitz in das Bürogebäude Bucharest Tower Center in Bukarest. Das Ministerium unterzeichnete einen Mietvertrag über rund 3.800 Quadratmeter.



CEE & SEE GLOBAL REAL ESTATE
& ECONOMY TALKS

19. & 20. Mai 2014

Palais Niederösterreich
Herrengasse 13
1010 Wien



GREET
VIENNA

www.greetvienna.com

AFI PARK 3, BUKAREST

RUMÄNIEN 

AFI Europe Romania hat einen Mietvertrag über 40 Prozent der Gesamtmietfläche in dem Bürogebäude AFI Park 3 in Bukarest mit der rumänischen Tochtergesellschaft des britischen IT-Unternehmens Endava abgeschlossen. Das Unternehmen hat bereits zwei Etagen in AFI Park 1 belegt. Von hier wird das Unternehmen im Dezember 2014 in das neue Gebäude 3 umziehen.

IRIDE BUSINESS PARK, BUKAREST

RUMÄNIEN 

Procter & Gamble hat seinen Mietvertrag im Iride Business Park im Norden von Bukarest um weitere fünf Jahre verlängert. Gleichzeitig erweiterte das Unternehmen seine Fläche auf 6.000 Quadratmeter. Iride Business Park gehört der Immofinanz Group.

CITY PALAIS, PRAG

TSCHECHISCHE REPUBLIK 

Julius Meinl hat auf 2.500 Quadratmeter Fläche ein dreistöckiges Gourmet-Kaufhaus nahe dem Wenzelsplatz in Prag eröffnet. Julius Meinl hat für den „Gourmanský palác“ im City Palais an der 28. října Straße im ersten Bezirk einen Mietvertrag über zehn Jahre mit der Option auf zweimal fünf Jahre Verlängerung abgeschlossen.

EXPO REAL 2014 –

RETAIL *festival*

DER GEMEINSCHAFTSSTAND FÜR DEN HANDEL UND SEINE IMMOBILIEN



IHRE VORTEILE:

- Ansprechendes Design
- Plattform für Diskussionen und Präsentationen
- Logo-Präsenz am Stand
- Eintragung als Mitaussteller im Messekatalog

www.retailfestival.com

Weitere Informationen bei den Kooperationspartnern:

SCHILLER PUBLISHING HOUSE
 Andreas Schiller
 Lohplatz 13
 51465 Bergisch Gladbach
 T +49 2202 989 10 80
andreas@schillerpublishing.eu
www.schillerpublishing.eu

spacewood gmbh
 Sven Eismann
 Intzestrasse 12
 60314 Frankfurt am Main
 T +49 69 943 186-0
sven.eismann@spacewood.de
www.spacewood.de





Solidität ist, es ganz nach oben zu schaffen und dennoch auf dem Boden zu bleiben.

Union Investment ist Solidität.

Fast 50 Jahre Immobilien-Know-how. Ein Portfolio von rund 320 Objekten in 23 Ländern. Und ein Gesamtvermögen von über 23 Mrd. Euro. Diese Zahlen sprechen für sich. Und sie machen eines deutlich: Unser Geschäft steht auf einem soliden Fundament. Jahrzehntelange Erfahrung und die Kapitalmarktexpertise einer starken Gruppe machen uns zu einem zuverlässigen Partner für nachhaltige Investments in aller Welt.

Vertrauen auch Sie Union Investment. Gemeinsam können wir höchste Ziele erreichen.

www.union-investment.de/realestate



Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken

HAPPY BIRTHDAY, MIPIM!

Jubiläum in Cannes: In diesem Jahr findet die Mipim zum 25. Mal statt. Gemeinsam mit Ausstellern, die schon lange dabei sind, blicken wir zurück.

Im Jahr 1990 ging die erste Mipim über die Bühne. Damals – Anfang der 90er-Jahre – war einiges anders. Platzt heute jedes Jahr das Palais des Festivals aus allen Nähten, so dass dahinter und daneben jede Menge Zelte, vornehm als Pavilions bezeichnet, aufgebaut sind, gab es anfangs nur das Palais und dort auch nur das Kellergeschoss. In der – es ist wirklich so – vormaligen Tiefgarage des Palais des Festivals traf sich alles, was Rang und Namen in der Immobilienwirtschaft hatte. Die geringe Deckenhöhe war gewöhnungsbedürftig, ist aber bis heute geblieben. Anderes hingegen wurde abgeschafft: Damals durfte dort unten an den Ständen und im Café noch geraucht werden, und auch die wundervollen, fast schon antik anmutenden Holzschränke mit den Pressefächern für die Journalisten gibt es schon längst nicht mehr.

Die 90er-Jahre waren allgemein eine Aufbruchzeit. Kurz vor der ersten Mipim war der Eiserne Vorhang gefallen – und so trafen sich in Cannes nicht nur westeuropäische Aussteller, man lernte hier auch viele Standorte und Unternehmen aus Osteuropa kennen. Seit Beginn war Aengevelt Immobilien aus Düsseldorf mit dabei. Geschäftsführer und Inhaber Lutz Aengevelt erinnert sich: „Im Vergleich zu heute war das Steinzeit. Es gab ja keine Transparenz und keine Veranstaltungen, bei denen man sich kennenlernen konnte. Aber genau dieses Bedürfnis hatte die Branche. Da kam die Mipim goldrichtig.“ Gleich zu Beginn hat er dort Vorträge gehalten und an Podiumsdiskussionen teilgenommen. „Diese Veranstaltungen waren mindestens genauso wichtig und vielleicht sogar noch wichtiger als die Messestände. Wir hatten ja alle riesige Informations-



Mipim 1996: ohne Außenwerbung, ohne Espace Riviera und mit nur wenigen Yachten.

defizite. Da bot die Mipim den Austausch an – zunächst über Daten, schnell aber auch über Projekte und Objekte.“

Mit Teilnehmern nicht nur aus Europa, sondern auch aus den USA, aus Afrika und Asien zwängte sich alle Welt in den „Bunker“, wie die Ausstellungsfläche von den Briten ein wenig despektierlich genannt wurde. Und es wurde geklotzt, nicht gekleckert. Berlin zum Beispiel ließ sich nicht lumpen: Da gab es im Hotel Carlton einen Abendempfang, bei dem Max Raabe auftrat, und Wien bot die Wiener Sängerknaben auf. Ach, was tat man nicht alles, um Investoren anzulocken!

knaben auf. Ach, was tat man nicht alles, um Investoren anzulocken!

Berlin – bis 1989 geteilte Stadt – ist seit 1994 dabei, seinerzeit auf Anregung von Wolfgang Nagel, dem damaligen Senator für Bau- und Wohnungswesen in Berlin. Michael Casper von der für den Berlin-Stand von Anfang an zuständigen Agentur Runze & Casper erinnert sich: „Der Berlin-Stand lief zunächst fast ohne private Beteiligung. Das hat sich in den vergangenen 20 Jahren zugunsten des privatwirtschaftlichen Engagements

sehr geändert. Zum Auftritt gehörte viele Jahre auch ein riesiges Innenstadtmodell von Berlin. Später wurde dann auf das damals weltgrößte virtuelle Stadtmodell umgestellt. Diese Präsentationsform war für alle komplett neu.“

Irgendwann siedelte Berlin in den vierten Stock um – Hamburg und Stuttgart folgten nach. Dann wurde die neue Ausstellungsfläche im Espace Riviera fertig und viele zogen aus dem „Keller“ ans Licht. Denn im Espace Riviera gibt es nicht nur Fenster, sondern sogar Außenterrassen. Und höher gebaut werden können die Stände auch. Doch andere wie Warimpex und ECE sind dem „Keller“ treu geblieben – beide übrigens seit 23 Jahren Aussteller. Alexander Otto, CEO der ECE, zieht ein Resümee: „Nicht zuletzt auch dank der Mipim hat die Branche über die Jahre eine deutliche Internationalisierung und Professionalisierung erfahren. Von letzterer war allerdings in den Boomzeiten bis 2007 auf der Mipim wenig zu sehen. Da schien manchmal die Vernunft beiseitegeschoben, stattdessen herrschte euphorische Goldgräberstimmung. Nach dem tiefen Einschnitt der Finanzkrise hat sich jetzt zum Glück wieder eine sachliche Arbeitsatmosphäre entwickelt. Wo zeitweise nur Excel-Tabellen und schnelle Deals zählten, sind heute die langfristigen Erfolgsaussichten eines Objekts erneut in den Fokus gerückt.“ Ganz ähnlich formuliert es Franz Jurkowsch, Vorsitzender des Vorstands der Warimpex AG: „In den Boomjahren vor 2007 erhöhte sich die Teilnehmerzahl auf der Mipim sehr stark – teilweise durch Personen, die das große Geld witterten, aber ohne Fachkenntnis waren. Seit den Krisenjahren ist zwar die Zahl der Teilnehmer gesunken, die Qualität der Kontakte allerdings merklich gestiegen.“ Auch Lutz Aengevelt hat beobachtet, dass „viele nach wie vor hingehen, aber mit weniger Leuten und dafür höheren Hierarchiestufen“. Und das sind nicht nur Immobilienunternehmen, betont Franz Jurkowsch einen anderen Aspekt der Mipim: „Wesentlich ist die fachlich sehr fruchtbare Kombination aus Vertretern der Immobilienwirtschaft und hochrangigen Repräsentanten der Städte und Regionen, da Immobilien-

entwicklung sowie Stadt- und Regionalentwicklung wichtige Wechselwirkungen haben.“ Sein Vorstandskollege Georg Folian erinnert sich an unmittelbaren Nutzen: „Für einige wichtige Projekte kamen auf der Mipim die Erstkontakte zustande

sion begann mit den Yachten, die für einige Aussteller zum Stand- und Hotelersatz wurden. Das fand die Veranstalterin Reed Midem verständlicherweise nicht immer gut. Lutz Aengevelt spricht hier von „Reaktion und Gegenreaktion“, um zum einen



Das wiedervereinigte Berlin gehörte zu den Ausstellern der frühen Jahre der Mipim.

oder wurden wesentliche Impulse gesetzt. Als Beispiel möchte ich den Kontakt zur Intercontinental Hotel Group nennen: Er war der Grundstein für die erfolgreiche Entwicklung des Hotels Intercontinental Warschau sowie als Folge auch des Hotels Crowne Plaza Sankt Petersburg.“

Nicht nur auf der Mipim, auch in der Immobilienwirtschaft hat sich viel verändert. Volker Harr, Marketing-Chef der Helaba Landesbank Hessen-Thüringen, die seit 1997 als Aussteller nach Cannes kommt, nennt „Internationalisierung, Beschleunigung von Märkten und Informationen, Etablierung der Immobilie als Assetklasse und Professionalisierung der Immobilienbranche“ als Stichworte für die zurückliegenden Jahrzehnte. Dabei misst er der Mipim hohe Bedeutung zu: „Immer geht es in Cannes um den Dialog mit unseren Kunden. Aber die Mipim bietet auch die Möglichkeit, die ‚Stimmung‘ der Branche für bestimmte Themen aufzunehmen.“ Und für Alexander Otto ist die Mipim „die beste Gelegenheit, Kontakte zu knüpfen und Chancen zu wittern“.

Von Jahr zu Jahr wurde die Mipim nicht nur größer, sie hat sich nach und nach in die Stadt hinein ausgebreitet. Die Expan-

das Verhalten der Teilnehmer, zum anderen das der Reed Midem zu erklären. Irgendwann wurde dann der Yachthafen zum Ausstellungsareal erklärt – ohne „Badge“ kommt hier niemand mehr rein. Und weiter ging die Expansion in die nahegelegenen großen Hotels, Bars und Restaurants.

Hotels, Yachten, Côte d’Azur? Genauso alt wie die Mipim sind die damit verbundenen Klischees. Aber Lutz Aengevelt rückt zurecht: „Die recht entspannten Verhältnisse und die besondere Atmosphäre dienen durchaus dem Geschäft. Manchen Unkenrufen zum Trotz ist die Mipim eine Messe, auf der wirklich getradet wird.“ Den Wandel wieder zurück zur Arbeitsmesse findet er erfreulich. „Für das, weshalb die Mipim vor 25 Jahren entstanden ist, nämlich Transparenz, braucht man keine Messen mehr. Transparenz ist inzwischen selbstverständlich. Dafür wird jetzt wieder richtig gearbeitet. Gott sei Dank sehe ich immer weniger Teilnehmer mit Golfschlägern im Gepäck.“

Na, dann: Auf die nächsten erfolgreichen 25 Jahre der Mipim! | **Andreas Schiller**

Andreas Schiller nahm erstmals 1996 an der Mipim teil.



Wenn sich zur Mipim in Cannes wieder Teilnehmer aus aller Welt treffen, stehen die Türkei, Russland und Brasilien als „Countries of Honour“ im Zentrum der Aufmerksamkeit.

MIPIM 2014 IM ÜBERBLICK

Die Mipim in Cannes feiert zwar ihr 25-jähriges Jubiläum, doch richtet sich der Blick während der Tage vom 11. bis 14. März 2014 nicht nur zurück, sondern vor allem auf die Gegenwart und die nähere Zukunft. Drei Länder, die außergewöhnliche Wachstumsmöglichkeiten für die Immobilienbranche bieten, wurden dieses Jahr gemeinsam zu „Countries of Honour“ ernannt: Türkei, schon im vergangenen Jahr mit diesem Titel geehrt, Russland und Brasilien. Diese drei Märkte finden besondere Aufmerksamkeit nicht nur als Aussteller, sondern auch im Konferenzprogramm der Mipim, wo ihnen jeweils ein Tag gewidmet ist.

Mit Russland und der Türkei gehören zwei der drei „Countries of Honour“ zu CEE/SEE und nehmen sowohl unter den Ausstellern wie auch den Besuchern schon rein quantitativ eine herausragende Stellung ein. Von den insgesamt 1.960 ausstellenden Unternehmen und Gebietskörperschaften (Stand: 23. Februar 2014) kommen 1.831 aus Europa und davon wiederum 292 aus CEE/SEE. Russland ist mit 139 Ausstellern die stärkste Gruppe, gefolgt von Polen (49 Aussteller) und der Türkei (27 Aussteller). Vor allem bei den russischen und türkischen Teilnehmern finden sich zahlreiche Unternehmen, die dieses Jahr als Aussteller mit einem Stand in Cannes präsent sind: Dazu gehören bei den russischen Ausstellern international durchaus bekannte Namen wie Capital Group, Hals-Development, O1 Properties oder PIK Group, und als Projekt wird unter anderen auch VTB Arena Park präsentiert, die Umgestaltung des ehemaligen Dynamo Stadiums in Moskau, das neben einer modernen Arena auch ein Shopping und Entertainment Center, ein Hotel sowie Büro- und Wohngebäude umfassen soll.

Betrachtet man etwas genauer, wer aus CEE/SEE kommt, so sind Unternehmensdienstleister mit 65 Ausstellern die größte Gruppe. Zu ihnen zählen neben Rechtsanwälten und Wirtschaftsprüfern sowie den Makler- und Beratungsunternehmen auch Banken und Finanzierer. Die zweite große Gruppe mit 60 Ausstellern sind Projektentwickler, gefolgt von „Service Providers/Suppliers“ (52), also Bauunternehmen, Bautechnikern, Innenarchitekten, Beratern, Facility Managern sowie Werbe- und PR-Agenturen. Das Mittelfeld belegen Investoren (35), Gebietskörperschaften (30) sowie Architekten und Planer (27).

Doch wen dürfen umgekehrt die Aussteller auf der Mipim als Besucher aus CEE/SEE erwarten? Von den insgesamt 4.089 Unternehmen, die ihre Repräsentanten nach Cannes schicken, kommen 3.789 aus Europa und davon wiederum 470 aus CEE/SEE. Wie bei den ausstellenden Unternehmen sind auch bei den Besuchern der Mipim die Russen unter allen, die aus CEE/SEE nach Cannes reisen, die mit Abstand stärkste Gruppe – 216 Unternehmen sind derzeit als Besucher registriert. Die Türkei (91 Unternehmen) nimmt den zweiten, Polen (83 Unternehmen) den dritten Platz ein. Ebenfalls noch im zweistelligen Bereich liegen Vertreter tschechischer (25) und ungarischer (11) Unternehmen. Untergliedert nach Tätigkeitsbereichen, sind hier die stärkste Gruppe die Projektentwickler (148), gefolgt von den Business Services (121) sowie Service Providers/Suppliers (91), aber auch Investoren haben mit insgesamt 68 Unternehmen aus CEE/SEE einen beachtlichen Anteil. | **Marianne Schulze**



WÄHLEN SIE DIE NUMMER EINS

Die Nummer eins auf Hamburgs bekanntester Straße sind die Tanzenden Türme bereits – die Nummer eins auf der MIPIM sollen sie werden. Ihre geknickte Fassade ist atemberaubend, an ihrer Adresse Reeperbahn 1 im Stadtteil St. Pauli treffen Kreativität, Modernität und Urbanität aufeinander. So hat es das Tango tanzende Hochhaus ins Finale der MIPIM geschafft. Jetzt sind Sie dran: Helfen Sie mit, uns zur Nummer eins der MIPIM zu machen! Stimmen Sie in der Kategorie „Best office & business development“ für die Tanzenden Türme.

STRABAG Real Estate GmbH

Bereich Hamburg
Reeperbahn 1
20359 Hamburg
Tel. +49 40 20208-1200
sre.hamburg@strabag.com

STRABAG

INNENANSICHTEN VON AUSSEN



Zorlu Center, eine der größten Projektentwicklungen in Istanbul, wurde im Herbst 2013 eröffnet.

Schon zum zweiten Mal in Folge ist die Türkei „Country of Honour“ der Mipim. Das Land bietet der Immobilienbranche hervorragende Perspektiven, doch aktuell auch einige politische Turbulenzen.

Die Vorteile der Türkei wurden über Jahre durchdekliniert: wirtschaftliche Stabilität mit hohem Wachstum, die Größe des Landes und seiner Städte, die demographische Entwicklung, Konsumfreude und steigende Kaufkraft, ein neuer Lebensstil bei der jüngeren Bevölkerung sowie ein gewisser Nachholbedarf in vielen Marktsegmenten, unter anderem auch bei der Infrastruktur. Einige Kennzeichen wie Größe und Konsumfreude bleiben zwar konstant, andere wie die Bevölkerungszahl wachsen jährlich, doch die wirtschaftlichen Daten haben sich eingetrübt. Das hängt nicht

zuletzt mit den politischen Turbulenzen seit dem vergangenen Jahr zusammen. Dazu war viel in den Medien zu lesen und zu hören und muss hier nicht wiederholt werden. Doch welche Auswirkungen hat die aktuelle politische Situation auf die Immobilienwirtschaft?

Ungeachtet der politischen Turbulenzen geht das Geschäft weiter, besonders bei Handelsimmobilien. Im vergangenen Oktober eröffneten das von Multi Development entwickelte 44.000 Quadratmeter Fläche umfassende Shopping Center „Forum Gaziantep“ in der gleichnamigen türkischen Stadt und wenige Wochen zuvor, ebenfalls in Gaziantep, das Handelszentrum „Prime Mall Gaziantep“ von Prime Development. In Istanbul wurde im Herbst das „Zorlu Center“, eines der größten Bauprojekte der letzten Jahre,

eingeweiht. Nahe dem Büro- und Finanzzentrum Levent und damit zentral gelegen, umfasst das „Zorlu Center“ neben einem Einkaufszentrum auch Büroflächen, Wohnungen des gehobenen Standards, eine Konzerthalle sowie ein Multiplex-Kino und ein Raffles-Hotel. Zum Handelsangebot gehören unter anderem ein Flagship-Store von Beymen, Filialen internationaler Modedketten wie Dior, Louis Vuitton, Prada, Saint Lauren, Tiffany, H&M und Gap, ebenso türkische Mode von Koton und Mavi. Auch das erste Restaurant von Jamie Oliver in Istanbul gehört zum Angebot. Schon bald soll auf drei Stockwerken der erste Apple-Store der Türkei folgen. „Zorlu Center“ wurde übrigens nicht von einem der internationalen Player, sondern von Unternehmen der türkischen Familie Zorlu entwickelt. Das erklärt auch den Namen des Projekts.

„Business as usual“ — ohne Beachtung des politischen Geschehens? „Nein“, sagt Andreas Hohlmann, Geschäftsführer von ECE Türkiye, „man muss die politische Situation ernst nehmen, aber auch richtig einordnen“, und rückt die internationale Wahrnehmung mit einem Blick aus dem Land heraus etwas zurecht: „Viele waren hier komplett überrascht als die Meldungen über Bestechlichkeit und Korruption kamen“, erinnert er sich. Und daran, dass schnell „alle darüber reden“. Dabei sei es schwierig, die Wahrheit herauszufinden. Durchaus medienkritisch sagt er: „Wir wissen nicht, was wirklich geschah. Kann man allen Zeitungsberichten hier wirklich vertrauen? Wie glaubwürdig sind umgehend erscheinende gestochen scharfe Bilder von Schuhkartons voller Geld oder einer Geldzählmaschine? Die Frage für mich ist: Was kann ich objektiv fassen?“

Objektiv fassen lassen sich die Auswirkungen auf den Wechselkurs der Türkischen Lira: Sie wird immer weniger wert. Zwar verlieren zurzeit die Währungen auch anderer Schwellenländer an Wert, aber in der Türkei kommt hinzu, dass „die politische Situation zu einer wirtschaftlichen Krise geführt hat, von der auch der Immobilienmarkt nicht ausgenommen ist“, wie Glenn Aaronson, Chairman von FTF Forum Turkey Fund, konstatiert. Nach den Gezi-Park-Protesten im vergangenen Sommer stieg der Wechselkurs gegenüber dem Euro von TRY 2,30 auf TRY 2,50, bis zum Herbst auf TRY 2,70 und inzwischen kostet ein Euro rund drei Türkische Lira. Die Folge: Türkische Mieter in Shopping Centern haben es derzeit nicht leicht. „Die Mietverträge sind in Euro abgeschlossen, aber die Umsätze werden in Türkischer Lira erwirtschaftet“, erläutert Andreas Hohlmann. „Die Miete wird zum tagesaktuellen Wechselkurs berechnet. De facto bedeutet das eine Mieterhöhung von 25 bis 30 Prozent.“ Damit mancher Mieter „nicht in den roten Bereich wandert“, sind nach Andreas Hohlmann neue Zahlungspläne, zum Beispiel nach einem eingefrorenen Wechselkurs, möglich. „Dabei bluten zwar Mieter und Vermieter, aber beide gehen gemeinsam durch die schwierige Zeit.“ Gleichzeitig warnt der

ECE-Mann davor, aktuelle Umsatzrückgänge zu hoch zu hängen, da Januar und Februar im Handel traditionell umsatzschwache Monate seien. Beruhigend sei hingegen, dass es generell keinen gravierenden Einbruch bei den Konsumausgaben gäbe. Das sei ein wichtiger Unterschied zur Situation im Jahr 2008.

umfasst das Portfolio mittlerweile zwölf Center, drei weitere Managementübernahmen sind schon vertraglich gesichert. Die jüngsten Aktivitäten: Im November 2013 kam die Vermietung und das Management eines neuen Shopping-Centers in Afyonkarahisar (Afyon) in Westanatolien dazu, das im Jahr 2015 eröffnen



Visualisierung des Park Vera Shopping Center in Ankara

Doch des einen Leid ist des anderen Freud'. Der Wechselkurs der türkischen Lira macht zwar der türkischen Bevölkerung und Wirtschaft zu schaffen, lädt aber internationale Investoren geradezu ein. „Wer jetzt investiert, kriegt mehr“, bringt es Andreas Hohlmann auf den Punkt. Dennoch ist kein Boom bei internationalen Investoren festzustellen. Dabei spielt die Verunsicherung nach den Gezi-Park-Protesten und nach den jüngsten Reaktionen der Regierung auf die Korruptionsvorwürfe eine Rolle. Aber Andreas Hohlmann relativiert: „Wer lange da ist, wie zum Beispiel die ECE, geht nicht aus der Türkei raus. Wer nicht in die Türkei will, kommt sowieso nicht. Nur wer jetzt einsteigen will, verschiebt möglicherweise seine Entscheidung.“

ECE ist seit 14 Jahren da und das Geschäft läuft weiter. Mit zwei eigenen Centern, „Marmara Park“ in Istanbul und „Espark“ in Eskisehir, sowie zehn weiteren Centern, die von ECE betrieben werden,

soll. Schon zuvor wurde die Mietfläche des Carrefour gehörenden und von ECE betriebenen Shopping Centers „Maltepe Park“ in Istanbul modernisiert und um mehr als das Doppelte von 31.000 auf 75.000 Quadratmeter erweitert. Im Juli übernahm ECE das Management des „Acity“ Shopping Centers in Ankara, dessen Eigentümer und Investor die türkische A1 Grup ist. Einen Monat später folgte, ebenfalls in der türkischen Hauptstadt, der Auftrag für das Management und die Vermietung des im Bau befindlichen „Park Vera“ Shopping Centers.

Ebenfalls schon lange Präsenz in der Türkei zeigt der größte deutsche Handelskonzern Metro, und zwar mit Metro Cash & Carry, Media-Saturn und Real. Derzeit betreibt Metro in der Türkei 75 Standorte, wovon sich 28 im Eigentum des Unternehmens befinden. Von letzteren sind 20 Großhandelsstandorte und acht Einzelhandelsstandorte wie das M1 Center in



Shopping Center stehen weiterhin im Fokus internationaler Investoren in der Türkei.

Gaziantep. „Wir sehen das langfristige Wirtschaftspotenzial der Türkei und gehen aus heutiger Sicht davon aus, dass die Türkei mittelfristig wieder in ruhigeres politisches Fahrwasser kommt und an die Wirtschaftsdynamik der vergangenen Jahre anschließen kann“, nimmt Michael Wiedmann, Leiter des Bereichs Corporate Public Policy bei der Metro AG, Stellung.

Multi Development vollzog den Markteintritt in die Türkei im Jahr 2004. Seitdem wurden elf Shopping Center entwickelt, darunter das „Forum Istanbul“ und das „Forum Marmara“ auf der europäischen Seite des Bosphorus sowie das „Forum Trabzon“ in der gleichnamigen Stadt am Schwarzen Meer, das „Forum Kayseri“ in Zentralanatolien und das „Forum Kapadokya“ in der nahe Kayseri gelegenen Stadt Nevsehir. Acht dieser Center gehören dem Forum Turkey Fund FTF, unter anderen auch das „Forum Istanbul“, das 2009 eröffnet wurde und mit 180.000 Quadratmeter Mietfläche das größte Center ist, das Multi in der Türkei entwickelt hat.

Maßgeblicher Investor des FTF ist der kanadische Pensionsfonds CPPIB, 2011 kam noch Morgan Stanley mit dem Morgan Stanley Real Estate Fund V als dritter großer internationaler Anleger hinzu. Glenn Aaronson, Chairman von Forum Turkey Fund, glaubt „nach wie vor stark an die Türkei“. Ein Beleg dafür sei auch, dass „das Projektentwicklungsteam von Multi Development an neuen Standorten in der Türkei arbeitet“.

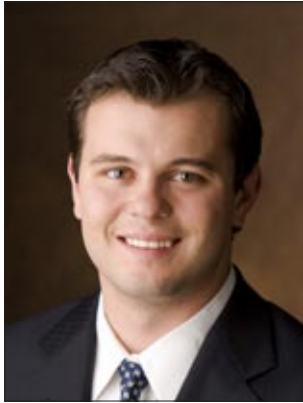
Die weiterhin positive Grundstimmung im Handel und bei Handelsimmobilien erklärt sich Andreas Hohlmann so: „Die Türkei hat in den letzten 13 Jahren enorm viel aufgebaut. Subjektiven Wahrnehmungen stehen objektive Fakten gegenüber. Das weckt Vertrauen bei Investoren.“ Zu nennen sind in diesem Zusammenhang sicherlich der neue Tunnel unter dem Bosphorus, aber auch die Planungen für weitere Projekte wie den neuen Finanzdistrikt „Istanbul Finance Centre IFM“, einen dritten Flughafen in Istanbul mit sechs Start- und Landebahnen sowie eine dritte

Brücke über den Bosphorus und zahlreiche weitere Investitionen in die Infrastruktur, wie beispielsweise die Hochgeschwindigkeitsverbindung für Züge zwischen Ankara und Istanbul.

Wie geht es weiter? Glenn Aaronson vom Forum Turkey Fund spricht aus dem Cockpit: „Kurzfristig empfehle ich, die Sicherheitsgurte anzulegen.“ Gleichzeitig betont der FTF-Kapitän aber das „langfristige Bekenntnis“ zur Türkei, das sowohl für FTF als auch für Multi außer Frage stehe. Ähnlich äußert sich auch Andreas Hohlmann für die ECE und empfiehlt manchen Kritikern, „erst einmal die Luft anzuhalten und sich zu fragen: Was ist real und was ist nur ein Medienhype?“ Selbstverständlich „schmerze“ die politische Situation, doch müsse man „langfristig denken“.

Diese Einschätzung teilt auch Jason Lucas, Präsident von Amstar Global Advisers. Amstar ist gemeinsam mit dem türkischen Immobilienunternehmen Renaissance in fünf Shopping Center investiert. „Der gegenwärtigen politischen Situation zum Trotz bleibt der türkische Immobilienmarkt für langfristige Investments attraktiv. Die Gründe sind ökonomische und demographische Faktoren wie die wachsende Mittelschicht und eine schnelle Urbanisierung. Um von diesen Charakteristika zu profitieren, wird Amstar sein Engagement weiter ausbauen und in die Projektentwicklung von großen Handelszentren investieren.“ Schon jetzt befinden sich vier der fünf Amstar-Center außerhalb Istanbuls in anatolischen Städten. Dieser Strategie möchte Jason Lucas treu bleiben, wenn er als Investitionsziele „sowohl unterversorgte Städte als auch kleinere Handelszentren in Teilmärkten mit hohen Eintrittsbarrieren“ nennt. Zudem fasst er für die Türkei den Wohnungsmarkt ins Auge. „In den nächsten Jahren könnte Amstar Wohnimmobilien in seine Entwicklungsstrategie einbeziehen. Denn einerseits gibt es einen Trend weg vom Mehrgenerationenwohnen hin zu kleineren Haushalten, andererseits auch einen hohen Bestand an Wohngebäuden von recht geringer Qualität, der kaum oder keinen Schutz bei Erdbeben bietet“, begründet Jason Lucas. | **Andreas Schiller**

DREI FRAGEN AN ...



... Jason M. Lucas, President von Amstar Global Advisers (links), und Professor Lorenz Reibling, Senior Partner und Chairman der Taurus Investment Holdings (rechts)

Erneut ist in diesem Jahr die Türkei „Country of Honour“ der Mipim, doch derzeit ist die Türkei auch ein „Country of Political Turbulences“. Welche Bedeutung und Auswirkungen haben Ihrer Einschätzung nach diese politischen Turbulenzen?

Jason Lucas: Das politische Umfeld der Türkei sah sich 2013 etlichen Herausforderungen gegenüber, und wir beobachten ständig die möglichen Auswirkungen auf unsere Investmentstrategien und Projekte. Man hätte auf die politischen Proteste Mitte 2013 geschickter reagieren können, und durch den jüngsten Korruptionsverdacht gegen die Regierungspartei AKP ist die Situation noch fragiler geworden. Wir gehen davon aus, dass sich die Situation bis zu den Gemeindewahlen am 30. März 2014 nicht wesentlich verbessern wird. Mit der politischen Unsicherheit und als Folge der verringerten Risikobereitschaft, die sowohl die Türkei als auch andere Schwellenländer betrifft, verlor die Türkische Lira gegenüber dem Euro an Wert, und seit der Korruptionsvorwurf im Dezember 2013 erstmals öffentlich erhoben wurde bis Ende Januar 2014, verfiel die Türkische Lira zusätzlich um nochmals mehr als zehn Prozent. Am 28. Januar entschied dann die Zentralbank der Türkei, die Zinsen deutlich zu erhöhen, um die Lira zu stützen. Dieser Schritt reicht hoffentlich aus, den Druck von der Währung

zu nehmen, und ist zugleich ein Zeichen dafür, dass sich die Zentralbank zu einer eher konventionellen Währungspolitik entschlossen hat.

Lorenz Reibling: Die türkische Bevölkerung und Kultur verdienen es in der Tat, als „Country of Honour“ geehrt zu werden – insofern ist es eine ausgezeichnete Wahl. Ich denke nicht, dass die Türkei notwendigerweise ein „Land der politischen Turbulenzen“ ist, auch wenn es noch lernen muss, Macht – verbal und physisch – angemessen zu nutzen. Auch Deutschland hat, als es einige Turbulenzen verursachte, diese Lektion erst lernen müssen.

Immobilieninvestment sind – mehr oder weniger – langfristige Investments, Politik dagegen ist oft kurz- und mittelfristig orientiert. Welche Folgen ergeben sich aus der derzeitigen Situation in der Türkei für die Immobilienwirtschaft?

Jason Lucas: Kurzfristig dürfte die Ausstiegssliquidität beeinflusst werden. Gleichzeitig könnten sich dadurch jedoch günstige Kaufmöglichkeiten bieten. Wir denken über eine Reihe von Projekten nach, während wir gleichzeitig unsere bestehenden Investments aktiv managen. Es ist wichtig zu sehen, dass der Großteil der derzeitigen Turbulenzen eher zyklischer als

struktureller Natur ist. Aufgrund der langfristigen wirtschaftlichen und demographischen Basisdaten halten wir die Türkei auch weiterhin für einen der weltweit attraktivsten Immobilienmärkte. Wir gehen davon aus, dass diese Katalysatoren über kurz oder lang wieder manifest werden und sich das Investmenttempo in türkische Immobilien weiterhin beschleunigen wird.

Lorenz Reibling: Die große Rezession 2008 hat unsere Exitpläne um einige Jahre verlängert. Gewinne (oder Verluste) entstehen, wenn die Dinge verkauft, nicht wenn sie gekauft werden. Erinnern wir uns daran, dass die Rezession damals nicht von der Türkei verursacht worden ist, sondern von falsch verstandenen Mortgage Backed Securities, die in den USA zusammengestellt und dann in Massen von ziemlich naiven deutschen Bankern gekauft wurden. Die derzeitigen Verwerfungen, hervorgerufen durch die Politik der Federal Reserve Bank der USA, wird unseren Plänen eine ähnliche Zeitspanne hinzufügen, so dass alles vier bis fünf Jahre länger dauert als erwartet. Exits in naher Zukunft halte ich nicht für ratsam. Üben wir uns also besser in Geduld statt panisch zu werden. Langfristig zweifle ich nicht daran, dass die Türkei wieder auf Erfolgskurs einschwenken und adäquate Erträge bringen wird. Die Türkei ist keine Bananenrepublik, sondern ein junges,

gebildetes und dynamisches Land, das lernt, sich an die neuen Gegebenheiten des internationalen Geschäfts und der politischen Gemeinschaften anzupassen.

Was hat welchen Einfluss auf wen – Projektentwickler, Investoren, Mieter/Nutzer, Städte und Regionen? Und was bedeutet das für Ihr Unternehmen?

Jason Lucas: Wie fast immer bei einem zyklischen Konjunkturabschwung sind Investoren vorsichtig. War die erste Jahreshälfte 2013 durch große Immobilienankäufe von Blackstone und GIC Government of Singapore Investment Corporation gekennzeichnet, so haben in den vergangenen Monaten Projektentwickler und Investoren erstmal einen Schritt rückwärts gemacht, um die Auswirkungen der Situation zu betrachten und die Zukunft neu zu planen. Dennoch ist die derzeitige Projektpipeline in der Türkei mit mehr als zwei Millionen Quadratmetern Einzelhandelsfläche, die bis Ende 2015 auf den Markt kommen sollen, gut gefüllt. Mit anderen Worten: das Tempo, mit dem neue Projekte in Angriff genommen werden, hat sich zwar verlangsamt, aber die Projektentwickler bleiben aktiv. Mieter sind bei Mietvertragsverhandlungen inzwischen zwar etwas vorsichtiger geworden, aber wir haben bislang keinen erkennbaren Rückgang der eigentlichen Nachfrage oder bei den Expansionsplänen der Händler feststellen können. 2013 hat Amstar drei Shopping Center mit insgesamt gut 160.000 Quadratmetern eröffnet. Die drei Shopping Center sind im Schnitt zu 95 Prozent vermietet, und die Nachfrage nach den noch verfügbaren Flächen ist so, dass wir davon ausgehen, die Einkaufszentren bis Mitte 2014 komplett und stabil vermietet zu haben. Das zeigt deutlich, dass die Einzelhändler langfristig von positiven Perspektiven für die Türkei ausgehen. Auch wenn wir vorsichtig bleiben, ist Amstar ähnlich optimistisch, was das langfristige Investmentpotenzial der Türkei betrifft.

Lorenz Reibling: Projektentwicklungen sind eine der risikoreichsten und kapitalinten-

sivsten menschlichen Unternehmungen. Sie können sehr profitabel sein, allerdings nur dann, wenn man den richtigen Zeitpunkt trifft. Und nur Optimisten können als Projektentwickler Erfolg haben und sich in dieser Arena behaupten. Auch in der Türkei wird sich die Spreu vom Weizen trennen und werden starke, teilweise neue Player zum Vorschein kommen. Ebenso werden kluge Investoren weiterhin vorteilhafte Investmentchancen erkennen und wahrnehmen. Kleinere, durchaus attraktive Städte und weniger bekannte Regionen werden am ehesten zu den Verlierern gehören, während Istanbul und Ankara zwar deutlich langsamer, aber weiterhin wachsen werden. Das Gesamtbild der Türkei bleibt positiv. Die Staatsverschuldung pro Kopf ist in Japan deutlich höher als in der Türkei, und doch ist das Land der aufgehenden Sonne noch nicht im Meer versunken. Warum also sollte es die Türkei? Es ist alles eine Frage des Vertrauens. Eine Zeitlang wird es für die Türkei sicher schwieriger, ausländische

Unternehmen und Mieter anzulocken. Das ist ein hoher Preis, und Arroganz und Brutalität auf politischer Ebene trägt nicht dazu bei, die zugrunde liegenden Probleme zu verringern. Aber wir müssen alle bescheiden sein und die Verflechtungen in Eurasien akzeptieren. Jene, die hier ihr eigenes Spiel spielen wollen, werden verschwinden oder zumindest nicht bei Tisch zugelassen werden. Die Regeln für Menschenrechte wie für Transparenz und Korruption müssen für alle gleichermaßen gelten, auch für die Türkei. Selbst wenn derzeit die Kanonen heulen, Taurus wird weiterhin nach günstigen Gelegenheiten Ausschau halten. Denn wann, wenn nicht jetzt, ist die richtige Zeit zu kaufen. Und hoffentlich werden unsere internationalen Investoren diese Strategie unterstützen. In den vergangenen 30 Jahren bis heute sind sie mit Taurus recht gut gefahren, ganz besonders jene, die mit uns chaotische und turbulente Zeiten durchgestanden haben – sie wurden dafür reichlich belohnt.

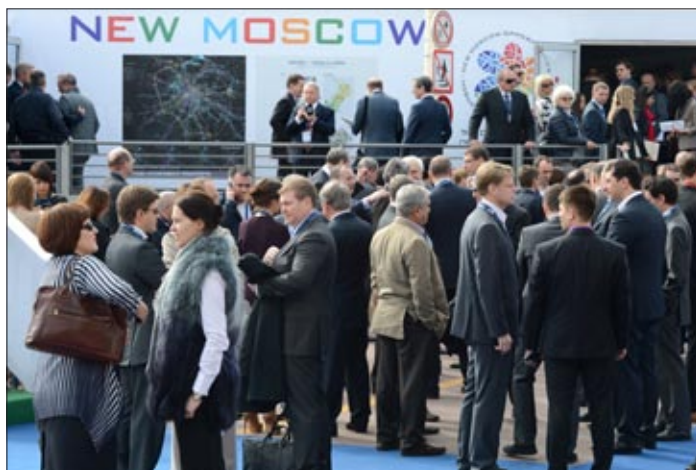
ÜBER AMSTAR

Amstar trat 2007 in den türkischen Markt ein. Die ersten beiden Projekte von Amstar in der Türkei, Kozzy Shopping Center in Istanbul und Adana Optimum Shopping Center in Adana, wurden 2010 beziehungsweise 2011 eröffnet. Derzeit umfasst das Shopping-Center-Portfolio von Amstar in der Türkei fünf Einkaufszentren in Istanbul, Adana, Samsun, Maras und Urfa mit einer Bruttomietfläche von insgesamt 250.000 Quadratmetern und einem veranschlagten Brutto-Anlagewert von mehr als USD 1 Milliarde. Die Shopping Center gehören Amstar gemeinsam mit seinem langjährigen Developmentpartner Renaissance, der darüber hinaus noch weitere sechs Einkaufszentren in der Türkei mit nochmals insgesamt 250.000 Quadratmetern im Portfolio hält.

ÜBER TAURUS

Taurus ist seit 2006 auf dem türkischen Markt aktiv. Mit Sitz in Istanbul konzentriert sich das türkische Team von Taurus auf die Entwicklung von mittleren bis großen gewerblichen und Wohnprojekten im ganzen Land mit dem Ziel, urbane Räume zu schaffen, wo Menschen leben, wohnen, arbeiten und ihre Freizeit verbringen können. Zu den Projekten von Taurus in der Türkei gehören eine große gemischt genutzte Entwicklung mit Schwerpunkt auf einem Shopping Center in Ankara sowie eine Hotelumnutzung in Istanbul. Die Taurus Ankara Mall umfasst ein Shopping Center mit einer Bruttomietfläche von 42.000 Quadratmetern und einen Büroturm mit rund 12.000 Quadratmeter Fläche. Beide Projekte wurde Ende Oktober 2013 fertiggestellt und eröffnet.

BLICK HINTER DIE KULISSEN



Wenn sich Russlands Hauptstadt in Cannes präsentiert, dann soll es rundrum perfekt und überzeugend sein.

Wer am Abend vor dem Beginn einer Messe durch die Hallen geht, glaubt nicht, dass alles rechtzeitig fertig wird: Überall herrscht noch Chaos, wird gehämmert und gewerkelt, stehen die Gänge voll mit Material, Werkzeug, Paletten, Arbeitsgerät. Und doch ist bei der Eröffnung am nächsten Tag alles perfekt und „präsentabel“ und ahnen die meisten Besucher nicht einmal, was hinter einem solchen Auftritt steckt.

Wer zur Mipim 2014 reist, dem wird unweigerlich auch die Stadt Moskau als Aussteller ins Auge fallen. Die Hauptstadt Russlands wird sich an zwei sehr prominenten Standorten präsentieren: gleich am Eingang zum Ausstellungsgelände mit

einem 300 Quadratmeter großen Pavillon – Palm genannt – sowie am Strand hinter dem Espace Riviera auf der nochmals 600 Quadratmeter umfassenden Fläche „Sea Breeze“.

Verständlich, dass sich eine Weltstadt wie Moskau einem internationalen Publikum möglichst perfekt präsentieren will. Der Messebesucher nimmt es – bewusst oder unbewusst – zur Kenntnis, macht sich aber meist wenig Gedanken darüber, wie eine solche Präsentation zustande kommt. Dahinter stehen spezielle Messebauunternehmen. Moskau hat sich für die Mipim das Frankfurter Unternehmen Spacewood ausgesucht, das Ende des vergangenen Jahres sein 20-jähriges Bestehen feiern konnte.

Angefangen hat Sven Eismann, Gründer und Geschäftsführer von Spacewood, als Ein-Mann-Betrieb mit einer Möbelschreinerei, in der er für Privatleute und Unternehmen individuelle Lösungen entwarf und erarbeitete. Zu seinen Kunden gehörte damals auch eine Computerfirma, die einen Konferenztisch von Spacewood hatte. An diesem Tisch saßen Mitte der 90er-Jahre Vertreter der Wirtschaftsförderung Frankfurt am Main und der Helaba Landesbank Hessen-Thüringen, als das Gespräch auf die Mipim in Cannes kam und die Frage aufgeworfen wurde, wer dort wohl einen Messestand bauen könnte. Der Rat war, doch Sven Eismann zu fragen, ob er willens und in der Lage sei, einen entsprechenden Messestand für ein internationales Parkett zu entwerfen und zu



Ein Messestand soll das Image eines Unternehmens transportieren, bei Gemeinschaftsständen muss das Gesamtkonzept stimmen.

bauen. Diese beiden ersten Auftraggeber waren der Anstoß für die Ausrichtung von Spacewood ins Immobiliensegment und in den Messebau. Und die Unternehmen, für die Spacewood in Lauf der Jahre einen Messeauftritt gestaltet hat, können sich sehen lassen: Neben den beiden „Erstauftraggebern“ – die Helaba ist heute noch Kunde – kamen andere wie Cushman & Wakefield, Aareal Bank, die Deutsche Bank bzw. deren Immobilien- und Asset Management-Tochtergesellschaften, die Deka und Apcoa hinzu, aber auch kleinere wie die IREBS International Real Estate Business School, gif – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung oder die britische BRE Group.

Sven Eismann erinnert sich an seine erste Mipim 1997: „Das war noch Vollstress. Zum einen fehlte uns bei manchen Sachen die Erfahrung – so hatten wir mit den komplizierten Brandschutzaufgaben des Palais zu kämpfen und diese zu erfüllen. Zum anderen ist Cannes ein sehr eigenes Pflaster. Bei der Mipim 1997 bin ich am Tag der Eröffnung morgens um sechs aus der Messehalle gekommen, habe mich geduscht und umgezogen, im Café Roma zwei Espressi getrunken und dann um acht Uhr die Standübergaben gemacht. Als mittags die Messe eröffnet wurde, war alles perfekt. Ich bin danach nur noch ins Bett gefallen und habe 24 Stunden geschlafen.“

Inzwischen jedoch ist Spacewood mit allen Messewässern gewaschen und nicht nur in Cannes bestens vernetzt, so dass alles wie am Schnürchen läuft. Das Unternehmen ist ein Team aus 15 Experten aus unterschiedlichen Bereichen (darunter Tischler, Designer, Architekten, Logistiker und Elektriker) sowie ein spezielles Unternehmen, das sich um Ton-, Video- und Lichttechnik am Stand und bei Ausstellerveranstaltungen kümmert. Dazu kommen diverse Partnerunternehmen, mit denen Spacewood an den verschiedenen Messestandorten – nicht nur in Cannes und München, sondern auch in Barcelona, London, Wien, Istanbul und Moskau – zusammenarbeitet. Und was genauso wichtig ist: Überall hat sich Spacewood im Lauf der Jahre ein Netzwerk geschaffen, das es erleichtert, die vielfältigen, oftmals etwas ausgefallenen Wünsche seiner Kunden auch noch vor Ort zu erfüllen.

„Wir sind groß genug, um ein Messeprojekt ordentlich zu steuern können, aber immer noch so überschaubar, dass bei uns auch Details nicht untergehen“, kommentiert Sven Eismann die Entwicklung seines Unternehmens. Denn inzwischen umfassen die Aufgaben von Spacewood sehr viel mehr als nur den Bau eines Messestands. „Wir bieten unseren Kunden eine Rundumbetreuung – neben dem Messestand organisieren wir auch das Catering, su-

chen Servicekräfte und Hostessen aus und briefen sie, wir übernehmen die Entwicklung und Beschaffung von Werbematerial und Give-aways, den Druck von Broschüren und Einladungskarten, kümmern uns um die Blumendeko am Stand und lösen logistische Probleme für unsere Kunden, wenn kurz vor Messebeginn noch Material expediert werden muss.“ Das Unternehmen ist mit seinen Kunden gewachsen: „Früher gab es an einem Messestand Kekse und Obst, heute richten wir auch eine Live-Cooking-Station ein.“

Was zu dem Erfolg des Unternehmens auch und vor allem beigetragen hat: eine hohe Kompetenz im Bereich Design sowie technischer Vorsprung. Vor allem letzteres hat sich schon früh ausgezahlt – Spacewood arbeitete bereits Ende der 90er-Jahre nicht nur mit Reinzeichnungen und Modellen, sondern mit Renderings und Videofilmen, bei denen die Kunden durch ihren Messestand „fahren“ konnten. „Dieser technische Vorsprung war immer ein deutlicher Wettbewerbsvorteil“, bestätigt Sven Eismann. Das umfassende technische Know-how trug nicht zuletzt auch dazu bei, dass Spacewood mit der Gestaltung des Messeauftritts der Stadt Moskau auf der Mipim im vergangenen wie auch in diesem Jahr beauftragt wurde, eine Tatsache, auf die das ganze Spacewood-Team sehr stolz ist.



Die Monitorwand der Stadt Moskau – Ergebnis guter internationaler Zusammenarbeit

2013 hatte Moskau auf der Mipim zwei Standorte: „Sea Breeze“ am Strand – etwas kleiner als in diesem Jahr – und im Espace Riviera, einem Rundbau, der seine eigenen Tücken für Standbauer hat. Es gibt zwar Pläne, aber die sind nicht immer hundertprozentig genau, also musste man hier „mit etwas Luft bauen“, um beim Aufbau die Teile des Standes der gegebenen Situation anpassen zu können. Die Idealvorstellung ist, einen Messestand so zu bauen, dass alle Teile am Bestimmungsort nur ausgepackt werden müssen und problemlos zusammenzustecken sind. Immerhin fuhren allein für Moskau im vergangenen Jahr zwei 40-Tonner und zwei 12-Tonner von Frankfurt nach Cannes, um zwei 300 Quadratmeter große Flächen zu gestalten, auf denen neben dem eigentlichen Ausstellungsbereich auch Konferenzflächen, VIP-Bereich, Service-Bereiche und eine Terrasse gestaltet werden mussten.

Im Espace Riviera waren auch die Mitaussteller der Stadt Moskau versammelt. Sie hatten entsprechende Sonderwünsche, die in das Erscheinungsbild eingepasst werden mussten, damit das Gesamtkonzept des Stands erhalten blieb. Auch

wenn der Aufbau selbst unproblematisch ist, so sind es doch viele kleine Details, die oftmals Zeit und Mühe kosten: Da werden Grafiken kurzfristig verändert, im Vorfeld die technischen Gegebenheiten nicht zur Kenntnis genommen, so dass die daraus resultierenden Probleme gelöst werden müssen, oder es ist ein Modell beim Transport beschädigt worden und muss repariert werden – alles Dinge, die Spacewood während des Aufbaus, für den knapp eine Woche zur Verfügung steht, bis zur Eröffnung regeln muss.

Ein technisches Meisterstück war jedoch die große Monitorwand im „Sea Breeze“. Die Filme wurden in Moskau produziert, doch unterschiedliche Computersysteme können hier zur bösen Falle werden. Jeder Besucher der vergangenen Mipim konnte sich jedoch davon überzeugen, dass eine von einem deutschen Unternehmen in Frankreich eingerichtete Monitorwand mit in Russland produziertem Filmmaterial perfekt lief. Wieviel Mühe und Abstimmungsbedarf es erfordert hat, ahnte hier niemand mehr.

Der Standaufbau ist jedoch nur der Schlusspunkt, bei dem sich zeigt, wie

gut der jeweilige Messebauer gearbeitet und den Auftritt eines Unternehmens oder eines Standorts vorbereitet hat. Für einen Messestand kalkuliert Spacewood bei sehr großen Projekten wie den Auftritt der Stadt Moskau gut sechs Monate ein, bei „normalen“ Messeständen reichen etwa drei Monate Vorlaufzeit. Die zeitliche Kalkulation ist einfach: gut zwei Wochen für die Entwicklung des Messestands, die Abstimmung des Konzepts und eine Kostenkalkulation, rund sechs Wochen Bauzeit, gefolgt vom Transport sowie rund eine Woche für den Aufbau.

Der Vorteil eines individuellen Standes für ein Unternehmen oder einen Standort liegt vor allem in der Mehrfachnutzung und einem hohen Wiedererkennungswert. Jeder Stand, den Spacewood baut, kann je nach Anlass zwischen sechs und 120 Quadratmetern immer wieder verwendet werden. Für viele Unternehmen und Standorte ist ein eigener Messestand eine ökonomisch, aber auch ökologisch sinnvolle Lösung, denn ein solcher Messestand hält viele Jahre und kann mit geringem Aufwand und unter Beibehaltung oder Fortführung der jeweiligen Corporate Identity immer wieder modernisiert und an die jeweiligen Anforderungen angepasst werden.

Bei einem Rückblick auf die vergangenen 20 Jahre und die Entwicklung von Spacewood wurde Sven Eismann gefragt, was er persönlich für sein Erfolgsrezept hält. Die Antwort war nicht etwa der neueste Maschinenpark, die neueste Technik und ständige Innovation – das ist für ihn eher selbstverständlich. Er verwies auf den „Respekt gegenüber allen, mit denen ich zu tun habe. Das gilt nicht nur für Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter, sondern für alle, mit denen wir in irgendeiner Form Kontakt haben, also auch die Sicherheitskräfte einer Messe oder den Gabelstaplerfahrer.“ Vielleicht ist gerade dieser Respekt vor anderen das Geheimnis, warum eine Stadt wie Moskau einen Messebauer wie Spacewood in Frankfurt ausgesucht hat und warum die allfälligen größeren und kleineren Katastrophen vor einer Messe immer schnell geregelt werden können. | **Marianne Schulze**

BUILDING HUMANITY

WORLD CONGRESS > WWW.FIABCI65.COM

17>22
MAY
2014

1500+ ATTENDEES

40+ SPEAKERS

50+ COUNTRIES

30+ EXHIBITORS

50+ PARTNERS

GUEST SPEAKER



JEREMY RIFKIN

Economist and Thinker

The man at the origins of the
Third Industrial Revolution.

3 DAYS OF PROFESSIONAL PROGRAM

20 MAY AM : **BUILDING HUMANITY**

20 MAY PM : **REAL ESTATE OPPORTUNITIES**

21 MAY AM : **CITIES & TECHNOLOGIES**

21 MAY PM : **FINANCE & TAX**

22 MAY AM : **ARCHITECTURE & URBAN DESIGN**

Discover the complete program and speakers on: www.fiabci65.com

EVENT SPONSORS

PLATINUM



GOLD



SILVER



BRONZE



INNOVATION SPONSOR



KNOWLEDGE PARTNER



WITH THE SUPPORT OF



EVENT PARTNERS

ALIAI – ACI Luxembourg – AMCHAM Luxembourg – Fondarch – IFMA – Luxembourg Trade and Investment Office-Luxembourg for Business – Luxembourg National Tourist Office– Ordre des Architectes Ingénieurs – City of Luxembourg

Media Partners : Accomodation Times – Agefi – Agir Céramique – Akmu – AMCHAM Luxembourg – Archello – Archi-Europe – Banque & Finance – Bobsguide – BusinessMir – CFO World – Chronicle – e-architect –Editrice Le Fonti – Ekaruna – Entreprises Magazine – Eurobuild –Europe Real Estate – Family Office – Financial Bridges – Financial Places – Facilities Management Magazine – Greenworks – HR One – IAIR – Immobilier et Services – imot.bg – Indesign Indonesia – IT One – LeadersLeague – Marketers – Property & Wealth –Australia's Property Review – PAM Insight – PRC Magazine – Propriétés de France – Real Estate Monitor – Realty Plus (India) – REM en ligne – REM online – Realty Plus – RFP magazine – Schiller Publishing – The Scandinavian Architecture Magazine – Surface Asia – Warszawski Kurier Mieszkaniowy – Wspólnota Mieszkaniowa – Yookô

FÜR DIE PLANUNG

Wann	Was	Wo	Information und Anmeldung
11. – 14. März 2014	Mipim	Palais des Festivals, Cannes, Frankreich	www.mipim.com
14. März 2014	IRE-Fachkonferenz „Smart Cities“	Altes Rathaus, Breslau, Polen	www.institutire.eu
3. April 2014	IPD Central and Eastern Europe Conference	Prag, Tschechische Republik	www.ipd.com/events/conferences
17. – 22. Mai 2014	65. FIABCI Weltkongress „Building Humanity“	Luxemburg	www.fiabci65.com
19./20. Mai 2014	Global Real Estate & Economic Talks GREET Vienna	Palais Niederösterreich, Herengasse 13, Wien Österreich	www.greetvienna.com
21. – 23. Mai 2014	RealCorp – 19th International Conference on Urban Planning and Regional Development in the Information Society GeoMultimedia	Wien, Österreich	www.corp.at
3. – 5. Juni 2014	Provada	Amsterdam RAI, Europaplein 22, Amsterdam, Niederlande	www.provada.nl
24. – 26. Juni 2014	EIRE Expo Italia Real Estate	Fieramilanocity, Viale Lodovico Scarampo, Porta Teodorico 5, Mailand, Italien	www.italiarealestate.it
25. – 28. Juni 2014	ERES Jahreskonferenz 2014	Bucharest University of Economic Studies ASE Bukarest, Rumänien	http://eres2014.ase.ro
28. – 30. September 2014	10. Konferenz der Europäischen Regionen und Städte „Vision of Europe and its Regions“	Rathaus der Stadt Wien, Österreich	www.institutire.com
6. – 8. Oktober 2014	Expo Real 17. Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen	Neue Messe München, Deutschland	www.exporeal.net
19. – 21. November 2014	Mapic – The International Retail Property Market	Palais des Festivals, Cannes, Frankreich	www.mapic.com

DER NEUE KONTINENT EUROPA

Seit bald 25 Jahren ist Europa nicht mehr in Ost und West geteilt. Als das „magische Datum“ gilt 1989, doch die allmähliche Öffnung und Annäherung begann schon viel früher, und zwar abseits der großen Politik. Es ist ein Verdienst des jüngsten Buches von Karl Schlögel, einem aufmerksamen und kenntnisreichen Beobachter der Erweiterung Europas nach Osten, zu zeigen, wie sich die entscheidenden Verknüpfungen zwischen Ost und West festigen, wie sich das Netzwerk erweitert und wie nicht nur der Osten vom Westen, sondern auch der Westen davon profitiert, dass sich über Jahrhunderte gewachsene kulturelle Verbindungen, die nach dem Zweiten Weltkrieg radikal unterbrochen wurden, schrittweise wieder etablieren können und sich der westliche Horizont buchstäblich wie im übertragenen Sinne erweitert.

Erschienen in einer Zeit, in der die Eurokrise die Schlagzeilen beherrschte, in der Politiker in Sonntagsreden immer wieder die Einheit Europas beschwören, in der Europamüdigkeit ein viel zitiertes Schlagwort ist und immer nur die Probleme, nicht aber die Erfolge diskutiert werden, lässt dieses Buch für Europa hoffen. Denn wenn man dem Autor folgt,

dann findet die Einigung Europas vor allem über „die Plastiktüte, die bis nach Sibirien reist“, über den Handel und Güterverkehr, den zunehmenden Tourismus zwischen Ost und West und nicht zuletzt auch über die Arbeitsmigration statt — ein Austausch zwischen Ost und West, der trotz mancher vielleicht weniger positiver Nebenerscheinungen vor allem dazu führt, dass zugleich Ideen, Vorstellungen, neue Verhaltensmuster die Grenzen überschreiten.

Ein eigenes Kapitel ist dem „Russischen Raum“ gewidmet, dem Land, das geographisch sowohl zum europäischen wie asiatischen Kontinent gehört und mit dem sich „Europa“ nach wie vor schwertut. Karl Schlögel sieht die politische Entwicklung des Landes durchaus kritisch, als ausgewiesener Russlandkenner – ein Etikett, das nicht immer einfach zu tragen ist – geht sein Verständnis für manche Besonderheiten jedoch tiefer und sieht er auch, wo mögliche Anknüpfungspunkte für eine positivere Wende liegen. Und wie im Falle Russlands, so verdankt man diesem Buch generell so manche neue Einsicht und Erkenntnis in die sicher nicht immer einfache Situation und Entwicklung des „neuen Kontinents Europa“.



Karl Schlögel
Grenzland Europa
Unterwegs auf einem neuen Kontinent

352 Seiten, Hanser Verlag 2013
ISBN 978-3-446-24404-7
Hanser Verlag
Preis: EUR 21,90 (D) / EUR 22,60 (A)

Auch als E-Book im ePUB-Format,
ISBN 978-3-446-24455-9
Preis: EUR 16,99

impressum

Redaktion: Andreas Schiller (V.i.S.d.P.),
Marianne Schulze

Layout: Silvia Hogl, www.diehogl.at

Erscheinungsweise: 8-mal jährlich

Verlag: Schiller Publishing House
Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)
Lohplatz 13, D-51465 Bergisch Gladbach

Geschäftsführer: Andreas Schiller

Handelsregister: Amtsgericht Köln, HR: B 68026
UID: DE270670378

T: +49 22 02 989 10 80

F: +49 22 02 989 10 81

E: office@schillerpublishing.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt die der Redaktion wieder.

Der SPH Newsletter darf zu Informationszwecken kostenlos ausgedruckt, elektronisch verteilt und auf die eigene Homepage gestellt werden.

Bei Verwendung einzelner Artikel oder Auszüge auf der Homepage oder im Pressespiegel ist stets die Quelle zu nennen. Der Verlag behält sich das Recht vor, in Einzelfällen diese generelle Erlaubnis zu versagen.

Der Nachdruck und besonders jedwede andere gewerbliche Verwendung des SPH Newsletters sind – auch nur in Auszügen – außerhalb der engen

Grenzen des Urheberrechts untersagt. Jeglicher Nachdruck oder eine andere gewerbliche Verwendung bedarf der schriftlichen Genehmigung des Verlages.

Fotos: Reed Midem/Mipim (S. 1), Hanser Verlag (S. 1, S. 31), Franck Boston – Fotolia.de (S. 13), Andreas Schiller (S. 17), Runze & Casper (S. 18), Mipim World (S. 19, S. 26 oben links), Zorlu Center (S. 21), ECE (S. 22, S. 23 oben links), Amstar (S. 23 oben rechts und unten), Spacewood (S. 26 oben rechts, unten rechts, S. 27, S. 28)