

Advertorials in Immobilien Zeitung

Advertorials in Immobilien Zeitung

Advertorials are advertisements created by editors to give you the opportunity to present your company, product or event with a look similar to editorial news coverage.

When are they useful?

Advertorials often use copy and pictures with captions similar to surrounding editorial text and its style to the effect that the message comes across as something that simply blends in – advertorials provide comfortable reading and don't feel like intruders. For this purpose, high-quality copy is needed. Advertorials are suitable for elaborating on complex topics. Why not convince yourself by having a look at our printed advertorials below?

Advertorials can also be placed online at www.iz.de and in our newsletters.

Advertorials offer a host of advantages:

- Products or services requiring further explanation can be depicted in detail
- Extra credibility for your message since the ad looks similar to editorial text
- No ad motifs available? Advertorials come in handy for any advertising occasion.

Some of the sample ads below are rather text-intensive advertisements than advertorials. If this is your choice, you can combine the visual appeal of a well-designed advert with the sophistication of information transfer by providing copy. No matter which form you prefer, please bear in mind that Immobilien Zeitung's readership invests an enormous amount of time for reading – on average, each reader spends 53.3 minutes on each issue of our medium.

Compared to emotional ad motifs, advertorials offer a lesser visual appeal. If your company usually runs highly effective, top-quality advertising campaigns, recognition effects will not fully come to bear.

Adding your own copy or having it produced by external journalists may mean additional cost and/or efforts for your communications department. In this context, external production often tends to be less expensive since at least part of your own press releases or company-specific text can be used.

Your advantage:

In independent media, you will only achieve coverage if there is something newsworthy to report and/or if you continuously follow-up on PR. You can hardly influence the timing of such coverage. Through advertorials, you can achieve your communication goals any time, just as you please.

Example: 1/2 page, landscape

Von Berlin bis München – Office-Projekte der Superlative

Im registrierten Büro- und Geschäftsviertel der Parkstadt Schwabing im Norden von München, entsteht mit den „bwin yards“ ein innovativer Office-Standort mit einer Nutzfläche von 13.500 m². Die Lage mit direkter Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und den Ausblick über die A8 verspricht eine hochwertige Wohnumgebung. Die moderne und flexible Bauweise ermöglicht eine artzweckgerechte Raumpassung, die hochwertige Ausstattung wie akustisch wirksame Holz- und Künsteleg, Fullcoverdämmung und effizienter Sonnenschutz mit Tageslichtlenkung im oberen Drittel sorgt für niedrige Energiekosten und angenehmes Raumklima. Die vorgesehene Raumhöhe von 3 Metern lässt viel Freiraum für erfindungsreiche und kreative Arbeiten.

Als Tochterunternehmen der Pöng-Gruppe steht STRAUSS & PARTNER Development für hochwertige Immobilienentwicklung und -verwaltung. Ob Büro, Gewerbeimmobilien und Hotels, Wohnungen oder komplexe Infrastruktur – als Bauherren und Projektentwickler setzt STRAUSS & PARTNER Ideen in die Wirklichkeit um. Die fortschrittlichen und ökologisch wertvollen Konzepte basieren durch ihre flexiblen Teilungsmöglichkeiten und wirtschaftliche Nachhaltigkeit.

Die Basis für den Erfolg bilden ganzheitliche Lösungen, die von erfahrenen Experten-Teams auf die Ziele und Bedürfnisse der Auftraggeber maßgeschneidert werden. Durch sein Engagement im zentral- und osteuropäischen Raum verfügt STRAUSS & PARTNER Development über ein Netzwerk an internationalen Spezialisten und Partnern in den entsprechenden Regionen.

Die Entwicklung von Bürogebäuden zählt mit Sicherheit zu den spannendsten Herausforderungen der Immobilienwirtschaft. Denn nur die optimale Verbindung von Architektur und Funktionalität ermöglichen erhellte Arbeitsumgebungen in einer entspannten Atmosphäre, im Hintergrund funktionsfähige Leistungstechnik und zielgerichtete Infrastruktur, die modernsten ökologischen Standards entsprechen.

Von der ersten Idee bis zur Verwertung kommen auch bei dem Büroprojekt „Arena Boulevard“ auf dem Areal der CO-Horst in Berlin alle Leistungen aus einer Hand. Die zeitgemäße und innovative Bauweise ermöglicht die Realisierung von rund 6000 m² Bruttogeschossfläche für Büro- und Gewerbeflächen sowie 32 Tätigkeitsplätze mit einer hervorragenden Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz und die U-Bahn Berlin. Besondere Highlights des Projekts sind die großzügige Atrium- und Dachterrasse, die zu kreativen Pausen einladen.

Nach dem Motto „Inspiration durch bessere Ideen“ steht STRAUSS & PARTNER Development mit seinen hochwertigen Bürogebäuden die „Green Building“-Zertifizierung DGNB Silver und LEED Gold an.

www.strauss-partner.com

antiquarische Einschätzung

Formats and prices: Advertorials are possible in any of our ad formats (see pp. 14 and 15 of our Media Data) and will be charged for like an ordinary advertisement. Usual sizes are between 1/4 and 1/1 page.

Design: For a surcharge of 15%, we will design your advertorial. If you book at least one full page, no extra charge applies. Advertorials have an effect on annual rebates and, if a press proof is delivered by you, agency rebates will be granted, too.

Advertorials may look similar to copy written by our editors but a line has to be drawn to distinguish one from the other. Differences include:

- Column width: different column width or same column width with a tinted background
- Different typeface and font size
- Different headlines, highlighted text and image captions
- The ad is marked with a header classifying it as such ("Anzeige").

Advertorials are subject to approval by the editor prior to publication.

Ad receipt deadline:

Ready supplied documents delivered by you: 2 days before the relevant ad receipt deadline
 Print documents to be made by us: 1 week before the relevant ad receipt deadline

In summary: If your message cannot be conveyed by the emotional power of pictures, supporting slogans and short copy alone, advertorials are a good option for presenting complex topics and showcasing your company's USPs.

We believe: Compared to daily media and/or non-specialised media, the trade press is more suited for advertorials because its readers will

- 1 – expect relevant information from other market players for their own work;
- 2 – like to see less distracting/irrelevant advertising they would ignore;
- 3 – find adverts/advertorials inspiring to make new business contacts/identify business opportunities.

If there are no high-quality ad motifs or the ones you have don't match the purpose of your ad, advertorials can be relatively inexpensive option for achieving your communication aims – depending on your own commitment in cooperation with the publishing firm.

Please don't hesitate to contact us for more information:

Phone +49 (0) 611 97326 ext. 0

Thomas Buhlmann ext.26 buhlmann@iz.de
 Karsten Franke ext. 21 franke@iz.de
 Christopher Tyziak ext. 955 tyziak@iz.de
 Claudia Emrich ext. 13 emrich@iz.de

Sample: 1/3 page, corner field



FIRST QATAR REAL ESTATE DEVELOPMENT COMPANY INVESTIERT IN EIN HILTON-Projekt AUF „THE PEARL“ IN KATAR

4. März 2014 Auf dem Internationalen Hotel Investment Forum in Berlin unterzeichnete die First Qatar Real Estate Development Company („First Qatar“) ein Management Agreement für ihr Hotel auf Pearl Island mit Hilton Worldwide. In den nächsten Jahren wird First Qatar bis zu 300 Millionen Euro in das neue Hotel auf der künstlichen Insel investieren. „Für unsere Gruppe ist dieses Investment bis heute das wichtigste in Katar“, betont Ala Ramdan, Vice President der First Qatar, die besondere Bedeutung des Projekts. „Mit seiner Erfolgsgeschichte bei der Anwerbung von Tourismus und Sport-Großveranstaltungen ist Katar ein sehr attraktiver Markt für uns. Für das aktuelle Engagement auf „The Pearl“ war die Unterstützung des neuen Managements der UDC ein maßgeblicher Faktor, der uns ermutigt hat, unser Investment in Katar auf „The Pearl“ zu intensivieren“, erläutert Ala Ramdan.

Geschäftsreisen und MICE-Industrie dominieren den Tourismus in Katar. Mit einem Anteil von 65 Prozent prägen Geschäftsreisende die Struktur des Tourismus in Katar. Die MICE-Industrie (Meetings, Incentives, Conferencing und Events) ist der zweitstärkste Sektor und hat einen Anteil von acht Prozent. Beide Sektoren passen zum „Hilton Doha The Pearl Residences, Qatar“. Auf zwei Seiten von Wasser und Sandstrand umgeben und nur 12,4 Meilen vom Flughafen Doha International entfernt gelegen, bietet das „Hilton Doha The Pearl Residences“ Privat- und Geschäftsreisenden eine ideale Möglichkeit, auf Kurz- oder Langzeitaufenthalten neue Kraft zu sammeln.

Der boomende Flughafen Doha International als Motor für Hotelgäste Ala Ramdan: „Im Jahr 2012 nutzten bereits 21 Millionen Menschen den Flughafen Doha International und der Trend setzt sich ungebrochen fort. Noch im Jahr 2014 wird der Hamad International Airport eröffnet. Die Passagierzahlen in Doha steigen Prognosen zu Folge auf bis zu 30 Millionen. Mit einer Wachstumsrate von jährlich 6,3 Prozent werden im Jahr 2020 bis zu 50 Millionen Passagiere für Doha erwartet. Von diesem Wachstum profitiert neben der Hotellerie auch die MICE-Industrie, die in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen ist. Der neue Flughafen ist ebenfalls auf einer künstlich verlängerten Insel angelegt und wird von zwei Seiten vom Wasser aus betrieben.

Dadurch wird die Lärmbelastung in Doha erheblich reduziert.“

Sport-Events mit weltweiter Bedeutung Die Ausrichtung von hochkarätigen Sport-Events hat schon beinahe Tradition in Katar. Ala Ramdan: „Dank des erfahrenen Qatar Olympic Committee konnte sich Katar als Ausrichter hochkarätiger Sport-Events bewähren und positionieren. Dieses Engagement gipfelt in der Ausrichtung der FIFA-WM 2022, zu der Katar 3,5 Millionen Gäste erwartet. Gleichzeitig kann sich Katar einem weltweiten TV-Publikum präsentieren und sich auf der touristischen Landkarte positionieren. Wir sind daher sicher, ein Hotel zu entwickeln, das von den weiteren Aktivitäten Katars nachhaltig profitieren wird.“

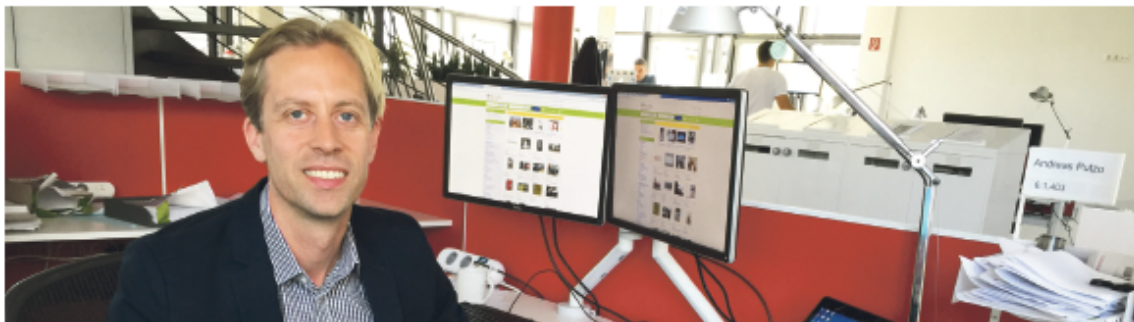
Mit seinen 445 Zimmern ist das Hilton Doha The Pearl Residences das größte Hotel der Hilton-Gruppe in Katar und damit eines der größten der Hilton-Gruppe im Mittleren Osten. Die First Qatar setzt mit dem Projekt ihre Expansionsstrategie in Katar und der GCC-Region konsequent fort und erwidert darüber hinaus zukünftig in gesättigten Märkten wie Europa zu investieren.

First Qatar Real Estate Development Co.
 Kuwait Office – Head Quarter
 18th Floor, Gulf Tower, Kuwait City
 Phone: +965-22243888
 Fax: +965-22243899
www.first-qatar.com



Makler unter Kostendruck – so können Sie bei der Kundengewinnung sparen

Die Einführung des Bestellerprinzips stellt Immobilienmakler vor große Herausforderungen. Branchenkenner gehen davon aus, dass einigen Maklern durch die neuen Vergütungsregeln gerade im Mietmarkt bis zu 80 % ihrer Einnahmen wegbrechen. Doch auch im Verkaufsmarkt könnten die Courtagen unter Druck geraten. Insgesamt rechnet die Branche mit Erlösrückgängen von etwa 310 Millionen Euro.



Fabian Bender, Real Estate Partner Manager bei eBay Kleinanzeigen

Viele Makler suchen in dieser Situation nach neuen Erlösquellen – und nach Möglichkeiten zur Kostensenkung. Ein Bereich, der hier Potential bietet, sind die Werbekosten. Gerade wenn Immobilienmakler viele Immobilien in verschiedenen Online-Portalen und Medien präsentieren, summieren sich die Ausgaben schnell auf über tausend Euro im Monat.

Aber gibt es überhaupt eine Möglichkeit, viele Immobilien-Interessenten zu erreichen und gleichzeitig die Kosten zu senken? Ja, die gibt es. So bietet zum Beispiel die Online-Plattform eBay Kleinanzeigen, Deutschlands größter Kleinanzeigenmarkt, die Inserierung von Miet- und Kauf-Immobilien auch für Makler kostenlos an.

»Das hat sich bereits in der Branche herumgesprochen« meint Fabian Bender, Real Estate Partner Manager bei eBay Kleinanzeigen, »in den letzten Wochen haben sich sehr viele neue Makler bei uns registriert – und der Zustrom hält an«.

Hierfür gibt es gute Gründe

- eBay Kleinanzeigen erreicht deutschlandweit etwa 12 Millionen Nutzer. So kommen Makler selbst in ihrer näheren Umgebung schnell auf eine große Zahl potentieller Interessenten.
- Das Portal hat sich bereits einen guten Namen als vertriebsunterstützende Immobilienplattform gemacht.
- Von der Mietwohnung über das Einfamilienhaus bis zur großen Gewerbeimmobilie ist hier alles gut aufgehoben. Trotz dieser Stärke ist auch die gewerbliche Nutzung von eBay Kleinanzeigen bisher kostenlos.
- eBay Kleinanzeigen hat sich auf die professionellen Bedürfnisse von Immobilienmaklern eingestellt. So bietet das Portal eine einfache Schnittstelle zu jeder gebräuchlichen Maklersoftware. Nachdem ein Makler sich angemeldet hat, kann er jedes Angebot wie gewohnt mit seiner Software auch in das Kleinanzeigenportal überführen.

Wer jetzt die Chancen von Deutschlands größtem Kleinanzeigenmarkt nutzen möchte, kann sich unter kleinanzeigen.ebay.de/anzeigen/makler.html informieren oder gleich mit dem Immobilien-Team von eBay Kleinanzeigen unter service@ebay-kleinanzeigen.de Kontakt aufnehmen.

Fabian Bender, Real Estate Partner Manager bei eBay Kleinanzeigen, ist sich sicher, dass sich diese Maßnahme lohnt: »Es ist natürlich nur ein Baustein, aber wir helfen Immobilienmaklern in einem schwierigen Umfeld neue Kunden zu gewinnen – und dabei Zeit und Kosten zu sparen.«

Informationen für Makler unter
[kleinanzeigen.ebay.de/anzeigen/
makler.html](http://kleinanzeigen.ebay.de/anzeigen/makler.html) oder
service@ebay-kleinanzeigen.de

Ist das noch Fastfood? Appetit auf Profit



Enden der Expansion voran – Marco Schepers, Fred Neumann, Marco Fitz (v.l.n.r.)

Marco Schepers (Development Director), Fred Neumann (Senior Construction Manager) und Marco Fitz (Senior Development Manager) im Interview.

KFC expandiert stark – ist der Markt roft?

Marco Schepers: Absolut. Es gab zwar in der Vergangenheit bereits schon entsprechende Pläne, aber wir haben jetzt ein auch in Deutschland erfolgreiches Konzept, das wir national ausrollen können. Das aktuelle „Projekt Expansion“ sind wir vor ca. drei Jahren angegangen, allerdings anfänglich nicht mit genügend Ressourcen.

Wie weit wollen Sie denn in den nächsten Jahren expandieren?

Fitz: Wenn Sie auf den Markt und auch auf den Wettbewerb schauen, haben wir das größte Entwicklungspotential. Die einen haben bereits den Zerfall erreicht, die anderen wachsen seit Jahren nicht mehr oder nur gering. Wir hingegen haben den Plan bis ins Jahr 2015 von aktuell 80 Restaurants bundesweit auf 225 zu wachsen.

Schepers: Es gibt ja kein Gesetz, dass etwa McDonalds in jedem Land die meisten Restaurants halten muss. Ganz im Gegenteil sind wir bereits in vielen Ländern, insbesondere in Asien, die Nummer 1 – dementsprechend werden wir 2015 in Deutschland noch nicht am Ziel sein. Wir werden noch viel weiter gehen.

Was bedeutet das für Ihre Partner auf dem Immobilienmarkt?

Neumann: Zum einen ist Expansion bei uns ein zentrales Thema. Das heißt: Alle unsere Immobilienpartner haben direkt uns als Partner, mit denen die Verträge in der Regel geschlossen werden und die Projekte auch im Bau umgesetzt werden. Zum anderen werden alle Verträge langfristig abgeschlossen. Das gibt Ihnen größere Sicherheit und Verlässlichkeit. Bei Mietverträgen stehen wir momentan bei Fixmietzinsen von mindestens zehn bis 20 Jahren.

Fitz: Unser vorrangiges Ziel ist der Erwerb von Grundstücken und Immobilien. Aber wir denken auch offen über Investitions- und Mietmodelle nach und sind hier für individuelle Lösungen offen und gesprächsbereit.

Welchen Vorteil haben Immobilienpartner von KFC?

Schepers: Eine unschlagbare Kombination: Eine der stärksten, weltweit funktionierenden Marken, die Bonität und den finanziellen Rückhalt eines 30 Milliarden Dollar schweren Konzerns und ein riesiges Potenzial für Wachstum durch noch zu entwickelnde Standorte. Und vor allem, das sagt schon unser Motto: So good im Service – Gastlichkeit mit Gütesiegeln. Fast Food in Premium-Qualität schließt bei KFC ausdrücklich Gastlichkeit und Service mit ein. Sie sind feste Spieler des Geschäftskonzepts. Mottos schnell, freundlich und kompetent. Dafür wurde KFC vom Deutschen Institut für Service-Qualität bereits 2008 mit dem Gütesiegel „Bestes Schnellrestaurant“ prämiert. Nach einem weiteren Vergleich mit fünf renommierten Mitbewerbern dürfen wir uns außerdem stolz „Bestes Fast Food Restaurant 2010“ (Test 2009/2010) nennen. KFC konnte auf breiter Linie überzeugen – von der Qualität der Mahlzeiten bis zu den gut geschulten Mitarbeitern.

Wie die Wachstumsbranche Premium-Fast-Food Gewinnchancen für Immobilienpartner eröffnet.

Man isst, wo man gerne isst – und die Deutschen essen gern außer Haus. Rund 138 Mal haben sie das durchschnittlich im vergangenen Jahr außerhalb der eigenen vier Wände getan – im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg von drei Prozent. Die Folge: Die größten Gastronomiebetriebe in Deutschland konnten ihren Umsatz im Jahr 2011 erheblich steigern. Die 100 ertragsreichsten Betriebe erwirtschafteten gemeinsam einen Nettoumsatz von 11,2 Milliarden Euro – die Branche wächst und ein Ende ist nicht abzusehen.

Besonders KFC (Kentucky Fried Chicken), die renommierte Premiummarke, expandiert kräftig. Weltweit sorgen bereits über 17.000 Schnellrestaurants in über 100 Ländern für nachhaltiges Wachstum – und unterstreichen das Erfolgskonzept von Fast Food der Güteklasse. KFC ist in vielen Ländern bereits die Nummer 1 der Branche. Auch für den deutschen Markt hat sich das Unternehmen klare Ziele gesteckt.

Kontinuierliches Wachstum mit Blaupause

Die Tochter des – mit ihrem Wachstum von über 1.000 Standorten pro Jahr – weltweit am schnellsten wachsenden Retail-Unternehmens Yum! hat sich sowohl personell als auch finanziell für die kommenden Jahre gerüstet. So wurde ein eigenes Development-Management-Team zusammengestellt (siehe Interview), das sich gezielt um die Expansionsstrategie von KFC kümmert. „Klare Richtlinien, klare Strategien“ lautet das Motto.

Development heißt bei KFC vor allem Markenaufbau: das Schaffen von Plätzen, an denen man die Marke KFC stolz und hervorragend sichtbar präsentieren kann und an denen der Kunde gerne isst!



Wiedererkennung als Publikumsziel – KFC setzt auf klare Restaurantdesigns

Basierend auf einer klaren Markenpositionierung sowie einer stringenten Sortiments- und Preispolitik gehört die Profitabilität der bestehenden Restaurants in Deutschland inzwischen zu den höchsten innerhalb des Yum!-Konzerns. Zudem hat das Team um Marco Schepers, Fred Neumann und Marco Fitz genaue Vorgaben für den Erwerb und die Pacht neuer Immobilien festgelegt. Das sichert ebenfalls die Rentabilität und sorgt für das Bereitstellen der notwendigen internen Investitionsmittel von mehr als 100 Millionen Dollar pro Jahr.

Gesucht: Immobilien in Ballungsräumen

KFC wird die Zahl der Restaurants in Deutschland kräftig erhöhen – von aktuell

80 auf 225 bis zum Jahr 2015. Für die Umsetzung sucht das Unternehmen Objekte an unterschiedlichen Standorten in nahezu allen deutschen Ballungsräumen über 100.000 Einwohner (siehe Kasten).

Neben den genauen Vorgaben für die Auswahl erfolgversprechender Immobilien sorgt vor allem das neuartige Design für die angenehme Unterscheidung vom Wettbewerb. Unter der Regie von Sen. Construction Manager Fred Neumann wurde ein Restaurant-Layout geschaffen, das Wiedererkennungswert bietet und dennoch individuell auf Raumlichkeiten angepasst werden kann. Fachleute können es in Zusammenarbeit mit Baubehörden und -gremien oder der Stadtverwaltung eigenständig auf die Gegebenheiten vor Ort abstimmen und umsetzen. Ob im Foodcourt, freistehend oder Innenstadtlage – individuelle Lösungen werden in Absprache mit Pächtern und Behörden erarbeitet und umgesetzt. (Siehe Text Design)

Verlässlicher Partner

Dem Team um Marco Schepers ist es wichtig, dass sich alle beteiligten Partner langfristig auf das Unternehmen verlassen können. Standardmäßig werden die Verträge direkt mit KFC selbst geschlossen. So laufen Kommunikation und Abstimmungen über eine zentrale Stelle im Unternehmen. Diese kümmert sich um alle Details und garantiert die konsequente Umsetzung der Vereinbarungen. Ein weiterer wichtiger Aspekt: Vereinbarte Mietverträge haben in der Regel eine Mindestlaufzeit von zehn oder 20 Jahren. Immobilienpartner stellen so von Anfang an die Sicherheit haben, dass KFC langfristig zuverlässig, renditestark sowie krisenfest und inflationresistent ist.

Hinter KFC steht zudem mit YUM! der weltgrößte Retailerentwickler, der die Erweiterung in Deutschland mit 100 Millionen Euro Eigenkapital unterstützt. YUM! ist mit mehr als 37.000 Restaurants in über 110 Ländern nicht nur größte Restaurantgruppe, sondern auch größter Franchise-Gebiet der Welt – mit einem Anteil von rund 80 Prozent der Restaurants in Franchisingführung. Bekannteste Marken sind KFC, Taco Bell und Pizza Hut. Mit ihr über 1.000 Restaurant-Eröffnungen weltweit, davon 200 allein in Europa, bieten sie Franchise-Partnern beste Chancen zum Einstieg in die boomende Premium-Fast-Food-Branche.

„Unser vorrangiges Ziel ist der Erwerb von Grundstücken und Immobilien. Aber wir denken auch offen über Investitions- und Mietmodelle nach.“

Marco Fitz: Jetzt haben wir unser Expansions-Teams weiter ausgebaut ebenso wie unsere strategische Ausrichtung bei der Marktdurchdringung.

Was ist das Besondere an der Expansion bei KFC?

Fred Neumann: Wichtigster Punkt für uns ist, dass der Aufbau einer stolzen Marke auch für die Expansion vorrangiges Ziel ist. Wir wollen nicht nur unser Vertriebsnetz erweitern, sondern mit dem neuen Design der Restaurants eine einzigartige Stellung auf dem Markt erreichen.

Schepers: Das ist nicht zuletzt der Punkt, warum wir mit Fred Neumann einen erfahrenen Architekten mit acht Visionen für die bauliche Umsetzung unseres Markenauftritts an Bord haben. Wir gehen mit dem neuen Design weg vom klassischen Fast-Food-Schick und werden uns auch in Zukunft optisch kontinuierlich weiterentwickeln. Denn wenn sich die Kunden wohl fühlen, kommen sie auch wieder. Wir wollen die beliebtesten Food-Plätze schaffen: hinsichtlich Lage, Design und Nachhaltigkeit.

Optimaler Standort für den Erfolg

Neben der goldenen Immobilienregel „Lage, Lage, Lage“ bestimmt ein weiterer Aspekt den KFC-Auswahlprozess – die Objektqualität. „Objekt, Objekt, Objekt“ heißt deshalb die zweite Regel. Ideal für KFC-Restaurants sind deshalb folgende Standorte und Verkehrsverbindungen:

- Innenstadt-Restaurants**
 - 300 bis 500 m² ebenerdig oder mind. 250 m² als Antritt für das Erdgeschoss
 - Objekte mit einer 1A-Lage in der Einkaufszone mit einer Frequenz von mindestens 30.000 Fußgängern pro Tag
 - Auch an Flughäfen oder Bahnhöfen
- Freistehende Restaurants**
 - 2.500 bis 3.000 m² Grundstück
 - Bevorzugt für Drive-ins, deshalb mit exponierter, gut sichtbarer Lage und direkten Zufahrtsmöglichkeiten an Ausfallstraßen und in Gewerbegebieten
 - Besiedlungs- und Verkehrsdrichte bei rund 100.000 Einwohner im Umkreis von 10 Minuten
- Food-Court-Zonen in großen Shoppingcentern**
 - ab 80 m²
 - In Shopping Malls

Bauträger, Vermieter oder Grundstückseigentümer, die von der glänzenden Geschäftsentwicklung profitieren wollen, erhalten weitere Informationen zu Standortkriterien, zur Suche und zu Ansprechpartnern auf www.kfc-expansion.de.

Bei Fragen oder Interesse melden Sie sich bitte per E-Mail: expansion@kfc.de

KFC – Corporate Identity & Corporate Design

Für eine klare und differenzierende Markenpositionierung gegenüber anderen globalen Restaurantketten liegt der Fokus neben dem einzigartigen Geschmack und der Premium-Qualität auch auf einem besonderen Restaurantenergie. Das Design der Restaurants unterstreicht als zentrales Element den positiven Markeneindruck beim anspruchsvollen Kunden.

Zur Erzielung eines einheitlichen, prägnanten und globalen Markenimage gilt die Umsetzung eines standardisierten KFC-Erscheinungsbildes in sämtlichen Märkten. Exterieur als auch Interieur sollen dazu beitragen, die KFC-Werte „Premium-Qualität – schnell serviert“, „Kentucky Tradition“ und „KFC so good“ widerzuspiegeln. Die KFC-Restaurants sollen einladend, ungezwungen, dynamisch, warm und zeitgemäß bzw. „nach vorn blickend“ gestaltet werden. Dabei sind die Wiedererkennung der

Markenidentität und die zentralen Markensymbole wie Colonel Sanders, der „Bucket“, der KFC-Schriftzug als auch die Farben rot und weiß wesentliche Elemente. Der Markenzeichencharakter von KFC vermittelt die Attribute jung, dynamisch, sozial, innovativ und fun-loving. Wir setzen das im Restaurant selbst um, in dem wir u.a. drei verschiedene Bereiche definieren: „Family“, „Active“ und „Friends“ die dafür sorgen sollen, dass jeder Gast seinen persönlichen Lieblingsplatz wählen kann.

Insgesamt ist die KFC-Restaurantgestaltung mit klarer geometrischer Baukörperform, großen und transparenten Fensterflächen, ausragenden Vordächern sowie roten und weißen Fassaden darauf ausgelegt, eine dynamische Ausstrahlung zu vermitteln. Das Restaurantinterieur ist für die verschiedenen Zielgruppen gegliedert, wobei die räumliche Ordnung, die gepflegte gastliche Gestaltung



sowie wiederkehrende positive Raumerlebnisse in den KFC-Restaurants die KFC-Gesamtlösung und die Markenbekanntheit unterstreichen. Wir erhalten natürlich internationale Impulse für unser Restaurantdesign, aber berücksichtigen immer auch den

regionalen Charakter des Umfeldes. Wir entwickeln unser Design permanent weiter, denn die Zielsetzung ist, unsere Zielgruppe mit einem ansprechenden Design zu überzeugen und ein echtes Wohlfühl-Ambiente anzubieten.

DRESDEN

Der Verkauf der Woba-Bestände wird geprüft

Kann sich die Schlagerfirma über den Streit mit der Stadt Dresden und der Cagfish aus den Medien verschwinden, da sorgen Presseberichte über einen möglichen Verkauf der etwa 38.000 Woba-Einheiten, die Cagfish in Dresden gehören, erneut für Unruhe.

End 2006 kaufte die Cagfish AG gut 1,7 Mrd. Euro für damals 48.000 Wohnungen der städtischen Wohnungsgesellschaft Woba Dresden. Inzwischen ist der Woba-Bestand auf knapp 38.000 Einheiten reduziert und die Immobilienbank Leonardo soll den Verkauf des kompletten Pakets prüfen. Wie konkret die Verkaufsbereitschaft tatsächlich sind, dazu will sich Cagfish-Sprecherin Britta Benser nicht äußern. „Wir bevorzugen, kaufen und verkaufen Wohnungen, da ist verkaufen immer eine Option.“

Ganz entscheidend wichtigste Benser der von der Hausarzt Thoma Detachement in den Raum genähten Beziehung, es werde sich um einen Notverkauf handeln. Die mit einem Wert von 1,8 Mrd. Euro in dem Rücken der Cagfish eingetragenen Woba-Einheiten würden demnach unter Wert verkauft werden und würden vermutlich nur 1,5 Mrd. bis 1,7 Mrd. Euro einbringen. Dazu Benser: „Der Bestand in Dresden ist separatistisch und geprägt und eine absolute Perle.“ Zudem ist Dresden eine prosperierende Stadt.



Zu den Woba-Beständen gehört auch dieser gesamte Wohnblock in der Wobischstraße in Dresden-Profit.

Bild: Cagfish

Überfalls wert Benser Spekulationen zu nicht unter 25.000 Einheiten reduziert werden dürfte. Die gesamte Bestand dürfte also wohl verkauft werden. Die Vorleistungen der Sozialkarte gingen in diesem Fall in den neuen Eigentümer über.

Bei der Stadt Dresden wollte man sich weder zu der von den Medien verbreiteten Meldung, wonach eine Verkaufsoption geprüft wird, äußern noch zu vertraglichen Bedingungen im Falle eines Verkaufs. „Es ließe

Informationen von den Unternehmen verlangen.“ Generell sind damit die Cagfish und deren Mitarbeiterinnen, die zu mehreren Druck auf die zweitgrößte deutsche Wohnungswirtschaften kam. Die Cagfish konzentriert in den vergangenen Jahren nicht mit guten Zahlen glänzen und geht zu den Immobilienunternehmen, die als größte Geldgeberin auf der diesjährigen Wahlen der Deutschen Schuldenverwertung für Wohnungswirtschaft (DSW) zu finden sind. [vgl. „Die Immobilien AG“ auf der DSW-Goldenrichtungsfeier, Oldenburg vom 12.4.2012]. Ein weiteres Problem der Cagfish sind Kredite in Höhe von mehr als 3 Mrd. Euro, die im kommenden Jahr fällig werden. Mit einem Verkauf der Woba-Einheiten, die etwa ein Viertel des Gesamtbestands von 150.000 Wohnungen ausmachen, könnte sich die Cagfish aus der Kreditkrise lösen und einen Cashflow der im kommenden Jahr fälligen Beträge tätigen.

Unter ganz anderen Vorzeichen, nämlich auf DZ-Gelände, erfolgte die bisherigen großen Wohnimmobilienkäufe dieses Jahres bereits im Februar erwarb ein Konsortium aus Paribas, Anglobank, 21.000 Wohnungen der Landesbank Baden-Württemberg für 1,4 Mrd. Euro. 900 Mio. Euro zahlte die DZG Immobilien, Hamburg, die 25.000 Einheiten an die BayernLE. Käufe es zu einem Verkauf der Woba-Einheiten, wäre dies wohl der größte Deal auf dem deutschen Wohnimmobilienmarkt in diesem Jahr. [vgl.]

Verkauf des Büroentrums am Torgauer Platz geplant

Da war wohl eher der Wunsch der Väter der Gezeiten. Anfang des Jahres meldete die Deutsche S&K Schwarz, eine Geschäftsbereich der S&K Unternehmensgruppe, eine Bürofläche mit gut 2.000 m² Fläche am Torgauer Platz 3 in Leipzig erworben zu haben. Verkäuferin W&K Immobilien, welche sich indes erst nach der Eingliederung des Kaufpreises zu dem Deal stellen. Doch der wurde nie bedingt, wie W&K jetzt verlauten ließ.

DHL verkauft Logistikhalle und mietet sie zurück

ESL Real Estate hat eine 15.000 m² große Dienstleistungshalle im Güterverkehrszentrum am Leipziger Flughafen verkauft. Das Unternehmen agiert bei diesem Projekt einmalig als Entwickler. Nach der Fertigstellung im Juli dieses Jahres will DHL die Objekt im Rückweg 7 dazu für zehn Jahre anleihen. CBRE vermittelt den Halbesauer.

Mehr Transaktionen auf dem Grundstücksmarkt

Auf dem Leipziger Grundstücksmarkt registrierte der Katasterbezirk der Stadt Leipzig im vergangenen Jahr mit 5.316 Kaufverträgen ca. 9% mehr Transaktionen als 2010. Der Gesamtmarkt stieg auf rund 1,4 Mrd. Euro, was einem Plus von 47% im Vergleich zum Vorjahresniveau entspricht. Die hohe Umsatzsteigerung begründet der Katasterbezirk mit Kaufverträgen, 234 Mio. Euro erlösten auf fünf Kaufverträge in der Innenstadt. Außerdem vorzuzählen die Katasterbezirk Wertverträge im Umfang von 164 Mio. Euro.

Rewe und Gerry Weber mieten im Arsenal

Im Einkaufszentrum Arsenal, das bis Herbst 2012 am Annelienplatz in der Innenstadt von Wittenberg entsteht, wird eine rund 1.300 m² große Rewe-Markt eröffnen. Das teilte die Projektpartner M&B und CBRE mit, die 42 Mio. Euro in das 13.000 m² Mietfläche umfassende Center stecken. Zudem konnte eine 160 m² große Fläche an den Medienbetreiber Gerry Weber vermietet werden.

Wro setzt Spatenstich für den Likedeelerhof

Für das gemeinwohlorientierte Wohnquartier Likedeelerhof hat die Konische Wohnungsgesellschaft Wro den architektonischen Entwurf freigegeben. In der südlichen Innenstadt sollen auf dem 6.600 m² großen Grundstück an der Straße zum Lustigplatz sieben verschiedene Haustypen im städtebaulichen Maßstab entstehen. Insgesamt 33 zwischen 51 und 98 m² große Eigenwohnungen sind dort geplant. „Es ist das erste Mal seit fünf Jahren, dass die Wro Eigenwohnungen baut“, erklärt Unternehmenssprecher Richard Ahrens. Wro investiert werden soll, nicht noch nicht mit 4,5 Mio. Euro werden investiert.

Mehr Energieeffizienz in Berliner Wohngebäuden

DAS NETZWERK ERDGAS INFORMIERT ÜBER DIE MÖGLICHKEITEN DES MODERNEN ENERGIETRÄGERS

Energieeffizienz ist eines der zentralen Themen in der Debatte um die Energie- und die Gestaltung der Energieversorgung in Deutschland. Mit dem NETZWERK ERDGAS Berlin-Brandenburg ist eine Plattform entstanden, die die Marktpartnern in der Hauptstadtregion alle relevanten Informationen zum modernen Energieträger Erdgas und zur Energieeffizienz gerade in Wohngebäuden zugänglich macht.

angeschlossen, darunter Architekten, Ingenieure und Planungsbüros, Energieeffizienz-Experten, Händler und Wohnungswirtschaftler. Sie alle schützen das Netzwerk und das daran angebundene Online-Portal netzwerk-erdgas.de als Plattform für komplette Informationen und um den Energieträger Erdgas.

ANGEBOTENE FACHTAGUNGEN

Aber das NETZWERK ERDGAS ist weit mehr als eine Website. Das Netzwerk erfüllt auch die Funktion eines Forums, denn es ist ein Ort der Austausch, der von einer starken Gemeinschaft getragen und geprägt wird. Das Netzwerk arbeitet nicht nur im virtuellen Raum des Internets, sondern wird durch anregende Fachtagungen



Erdgas ist ein moderner Energieträger mit vielfältigen Möglichkeiten sehr guten Effizienzen. Das NETZWERK ERDGAS informiert regelmäßig über aktuelle Entwicklungen.

Das NETZWERK ERDGAS bringt Marktaktuelle im Bereich der gewerblichen Erdgasnutzung, also Wohnungswirtschaftler, Erdgasanbieter, Geschäftsbetreiber und technische Dienstleister zusammen.

WISSEN ÜBER DIE NEUESTEN ENTWICKLUNGEN UM DEN THEMEN ERDGAS

Im Gespräch gewonnen Erkenntnisse werden besonders nützlich. Deswegen werden die Fachkräfte bei den Tagungen von Rednern und Zuhörern ausstehend und sachkundig diskutiert. Gerade diese Dialoge stellen eine Fülle von Anregungen und sind besonders aufschlussreich.

Technologie zum Einsatz kommt, was die Energieeffizienz eines Gebäudes steigert.

Gerade für Mitglieder des NETZWERK ERDGAS aus der Wohnungswirtschaft ist interessant ist die Rechtsabteilung. Dieses Kompendium, das vom Grundstückswert zur Verfügung gestellt wird, ist eine der umfangreichsten Materialsammlungen zu juristischen Themen im Bereich Wohn- und Grundstückswesen. Aus der Datenbank können energieeffiziente Urteile selektiert werden. Über die Schlagwörter in die Datenbank bequem suchen. Auf viele rechtliche Fragen liefert die Datenbank mit wenigen Klicks umfassende Antworten für die Mitglieder des NETZWERK ERDGAS ist der Zugang kostenfrei.

BEI UNS 200 MITGLIEDER

Seit seiner Gründung im September 2010 bringt das Netzwerk Energieeffizienz, Anbieter und Nutzer des komfortablen und

Informationsveranstaltungen immer wieder mit Leben gefüllt. Bei diesen Tagungen treten spannende Themen und interessante Beispielen auf



Angeregte Diskussionen bei den Fachveranstaltungen des NETZWERK ERDGAS helfen sich Vernetzen. Experten zum Beispiel im Fragebogen Informationen über in Wohngebäuden.

vielfältigen Energieträger Erdgas zusammen. Hier finden die Mitglieder aus dem Raum Berlin-Brandenburg einen zentralen Knotenpunkt für alle relevanten Informationen rund um die Themen Erdgas und Energieeffizienz. 200 Unternehmen und Institut können dabei sich dem NETZWERK ERDGAS beitreten

ein sachkundiges Publikum. Die Programme der Tagungen belegen, dass es regelmäßig geht, kompetente Experten aus der Verwaltung, aus der Energie- und aus der Wohnungswirtschaft sowie von den Fachverbänden als Redner und Gesprächspartner zu gewinnen. So erfahren die Teilnehmer bei den Veranstaltungen alles

WELCHE TREND UND TECHNOLOGIE

Welche neuen Trends gibt es in der Energieeffizienz? Welche energieeffizienten Entscheidungen werden auf Bundes- oder Landesebene getroffen? Welche Praxisprojekte geben neue und erfolgversprechende Wege bei der Steigerung der Energieeffizienz? - All diese Themen können die registrierten Mitglieder auf der Website netzwerk-erdgas.de verfolgen.

PROJEKT DICOMONOS

Im Bereich Energieeffizienz werden die Mitglieder zusätzlich über innovative Technologien informiert, mit denen sich Wohngebäude energetisch optimieren lassen. Dabei steht im Vordergrund, wie sich - gerade in Kombination mit dem effizienten Energieträger Erdgas - mit wenig Aufwand viel erreichen lässt. Regelmäßig wird auf der Website ein „Projekt des Monats“ vorgestellt: eine innovative Maßnahme aus der Region Berlin-Brandenburg, bei der zum Beispiel in der Heizungstechnik moderne und nachhaltige

SO WERDEN SIE MITGLIEDER IM NETZWERK ERDGAS

Es nur wenigen Schritten sind neue Mitglieder des NETZWERK ERDGAS. Nach der Registrierung auf netzwerk-erdgas.de können Mitglieder spezielle Vorteile nutzen - zum Beispiel einen kostenlosen Überblick über die auf dem Markt vorhandenen Anbieter - und es können sich über ihr Unternehmen als aktiver Teilnehmer auf dem Berlin-Brandenburg Gesamtmarkt präsentieren. Die Registrierung ist kostenfrei.

NETZWERK ERDGAS
An der Spandauer Straße 40, 10785 Berlin
Angewandte Energieeffizienz
Tel.: 030 8529-2000
Fax: 030 8529-3000
E-Mail: www@netzwerk-erdgas.de



STUDIE DES IW KÖLN

„Mietpreisbremse ist die Büchse der Pandora“

Die Politik hat sich mit den Wahlkampfversprechen zu Mietpreisbremse und Vermögenssteuer auf eine „Irreführung“ begibt, wenn das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) bei seinem Symposium zum „Wohnungspreisboom in Deutschland“ in Berlin...

In den von Prof. Michael Vogtländer vorgetragenen Ergebnissen des Gutachtens wird der unbestimmte Neubau als „richtiger Weg“ betrachtet, um die von der Politik beschlossene Senkung der Wohnkosten zu erreichen...



Michael Vogtländer vom IW Köln (links) und Michael Groß (SPD) und großer Meinung, Moderator Stefan Ulich (Rechts) vorstellen. Bild: IW Köln

scheidung drübe. Deutschland mit seiner Finanzkapazität von rund 47% (Niederlande 51%, Frankreich 57%) ist und bleibt ein „Mittelstand“, sagt Jochen. Laut einer Bauwirtschaft-Umfrage gebe eine Mietpreisbremse in Deutschland früher mit einer Beeinträchtigung der Haushalte, mehr Miet zu zahlen.

Die Bundesbildungsministerin Michael Groß (SPD) und Daniela Wagner (CDU) verteidigen in der Debatte mit dem Experten ihre Pläne zu Mietpreisbremse sowie Vermögenssteuer oder -Steuern. Groß zeigte Verständnis dafür, dass die Investoren unbefriedigte Planungshorizonte betrachten. Eine Reform sei für Wohnvermittlung, aber nicht für Neuerungsbau vorgesehen. Wagner sagte, eine Vermögenssteuer sei notwendig, um „unser landesweit Kapitalstrahlend“ zu reparieren.

Andreas Mattheis, Chef des Zentralen Immobilien Ausschusses (ZIA), der die IW-Studie in Auftrag gegeben hatte, kritisierte sich von der gesamten Politik einschließlich der CDU „enttäuscht“, wie er zum Auftakt des ZIA-Tages in Berlin-Spandau sagte. Seine Brandrede, ein „stabilisierendes Akkordeon“ der Konjunktur, sagte er hat 30% des deutschen Bruttoinlandsprodukts sowie 17% der Arbeitsplätze und werde in Bilanz noch nie dagewesener Weise von der Politik bedroht (zur Bedeutung der Immobilienwirtschaft lesen Sie hier: „Das ist die Anwesenheit“, SZ 22. Seite 3). Wegen hoher Kosten und Grundstückskrisen in großen Städten seien Ertragspotenzialen von 6 bis 10 Euro/m² verfallen worden. Die ordentliche Vergleichbarkeit über Tage nur bei etwa 7 Euro/m² nach dem Mieterschutz und die Wohnungsproduktivität geringeren, auf 7,70 Euro/m² zu gehen, was einem Verlust von 2,30 Euro/m² betraue. Die Mietpreisbremse werde sich als die „Büchse der Pandora“ erweisen, sagte Mattheis voran. (az)

Immobilienökonom. Die nach dem SPD-Wahlkampf vorgenommenen Preisstrategien seien nicht für Untersuchungen vorgesehen. Da gebe es nur eine richtige Vermögenssteuer in Höhe von 200.000 Euro. Vogtländer rechnet ein Beispiel vor für eine vermietete Wohnung mit einem Verkehrswert von 200.000 Euro, 100 m² Wohnfläche und 800 Euro Nettokaltmiete. Würde die Wohnung mit 80% des wahren Verkehrswerts steuerlich bewertet, dann hätte eine Vermögenssteuer von 1.600 Euro pro Jahr an. Das entspräche 17% der Jahresrente. Langfristig würde die Steuer in stabilen Mieten auf die Mieten umgelegt, sagt Vogtländer. In den strukturschwachen Regionen armer westlicher die Steuer an der Substanz der Eigentümervermögen. In der Folge stellt Vogtländer Verluste voraus, die durch den Preisrückgang nach verschärfen.

Die Überleitung oder gar eine Immobilienbesitz auf dem deutschen Markt gibt es weiterhin keine Indizien, sagt Vogtländer. Die Finanzierungsbedingungen bleiben stabil. Die Eigentümersquote liegt auch bei den Haushalten mit einem Nettoeinkommen von bis zu 2.666 Euro bei 30%. Stabilt sei auch der zentralisierte Tilgungsquote von im Schnitt 7%. Auch Franz Sören, Leiter der Immobilienmarktorschau von Research, sieht noch keine Gefahr der Überleitung. Deutsche Postbank sei in Teilen mit 2011 seien endlich mit einer „unvergleichlich positiven Finanzentwicklung, geprägt mit schwacher Realität“ in der jüngeren Vergangenheit zu erklären. Die Tendenz werde sich eine Weile zuhalten, in Bezug auf Überleitung müsse nach seiner Ansicht München im Auge behalten werden.

Hans Jochen, Direktor Marketing Research bei der niederländischen Research, nennt im europäischen Vergleich Deutschland ein „Land, wo es gut läuft“. Im Gegensatz insbesondere zu den schwer kriselnden Niederlanden, wo die Wohnkostenrückgang um 22% gesunken seien und einer Million Haushalte mit Immobilienbesitz die Über-



www.ziia.de/sundiestagswahl.de

war die rund 15 Mio. Menschen in Deutschland, die in Ballungsräumen leben, seien überaus mit steigender Mietpreiserwartungen konfrontiert. Im Nord der Republik gebe es ein Schrumpfen und Leerstand, die die Politik aber ignoriere.

Das IW Köln warf vor Preissteigerungen, die die Haushalte einer Vermögenssteuer, wie er CDU und SPD planen, mit sich bringe. Je nach Preis-Mieten-Relation in einer Stadt könne diese einen Anstieg der Mieten in Höhe von 1,5% bis 2,5% bedeuten, wenn der

Hart geht nach Guido Sauer von der Bergischen Universität Wuppertal beim IW-Symposium mit der Politik im Gericht. Er kündigt, Dreck oder Bienen: Alles sei unter „höchste Blick verstandene Symbolpolitik“ zu verstehen. Besser solle man sich in den „schickigen Städten“ um mehr Bestand kümmern, etwa durch starken Nachverdichten, um Wohnungsbau zu ermöglichen.

ZIA – ZENTRALER IMMOBILIEN AUSSCHUSS: Tag der Immobilienwirtschaft 2013

Der Bundesminister, als Kanzlerkandidat, über 1.200 Teilnehmer: Der Tag der Immobilienwirtschaft setzt weiter neuen Maßstäbe. Der Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA) hat auch in diesem Jahr Top-Experten aus Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft in Berlin...



Ministerpräsident, Bundesbildungsministerin, ZIA, Minister, Tag der Immobilienwirtschaft

Das schon traditionell geben sich Spitzenpolitiker die Klinke in die Hand. Zu Gast waren u.a. der Bundesminister Altmeppen, Schäuble und Knaus und auch der Kanzlerkandidat der SPD Peer Steinbrück ging auf Tuchfühlung mit der Branche. Während Steinbrück meist die Vorschläge der SPD verteidigte, warnte Bundesfinanzminister Schäuble vor Steuererhöhungen und hob die Bedeutung der Branche hervor. Bundesverkehrsminister Altmeppen betonte, wie wichtig ihm der Dialog mit der Immobilienwirtschaft ist. In die gleiche Kerbe schlug Peer Knaus: „Es freut mich, dass der Immobilienverband ZIA dem Bundeskanzler jederzeit als kritischer Dialogpartner zur Verfügung steht.“



Der ZIA-Mitglieder-Tage Tag der Immobilienwirtschaft



Ministerpräsident, Bundesbildungsministerin, ZIA, Minister, Tag der Immobilienwirtschaft



Ministerpräsident, Bundesbildungsministerin, ZIA, Minister, Tag der Immobilienwirtschaft



Ministerpräsident, Bundesbildungsministerin, ZIA, Minister, Tag der Immobilienwirtschaft

LEBEN IMMOBILIEN Verkaufserlöse sorgen für Ergebnisdrumpfung

Die IREW-Immobilien-Gruppe, eine Tochter der Landesbank Baden-Württemberg (IREW), hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012 eine erhebliche Ergebnisdrumpfung hinnehmen müssen. Der Projektentwickler und Dienstleister profitierte von deutlich höherem Verkaufsergebnissen aus Projektentwicklungen sowie Verwaltungen. Das Verkaufsergebnis stieg von 0,7 Mio. Euro auf 7,8 Mio. Euro, der Konzernüberschuss wuchs von 0,5 Mio. Euro auf 27,2 Mio. Euro. Hier die nächsten beiden Jahre rechnet die IREW-Gruppe mit Verkaufsergebnissen von rund 40 Mio. bzw. 30 Mio. Euro.

REFINANZIERUNGSLÜCKE Refinanzierungslücke deutlich gesunken

Bei der Refinanzierung europäischer Gewerbeimmobilien bis 2014 ist die Kapitalbeschäftigung in den vergangenen sechs Monaten von 66 Mrd. auf 50 Mrd. USD gesunken, berichtet DTZ. Dabei ist auch das gesamte Refinanzierungsvolumen um 17% zurückgegangen. Für die nächsten beiden Jahre rechnet DTZ, dass in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Schweden die Finanzierungsengpässe die Nachfrage deutlich übersteigen werden. Grund ist die größere Rolle von Rufs und Vertriebswegen, die ihren Marktanteil ausbauen würden. Dieser werde von 2% auf 7% steigen.

VERSICHERUNGEN „Hauptsache, Immobilien“

Die deutschen Versicherer haben ihre Immobilienquote seit Anfang 2012 deutlich erhöht: Der Durchschnittswert bei ihnen zwölft Monaten vor 6,3% auf 7% gestiegen. Der Zuwachs geht überwiegend auf den Ausbau der indirekten Immobilienanlagen zurück. Das zeigt das neue Trendbarometer von Ernst & Young (EY).

Den Betreibern von EY vertreten die Institutionen auch ihre Ziele für die Zukunft. Sollten alle geplanten Investitionen umgesetzt werden, liegt die Quote Ende dieses Jahres bei 7,6% der Gesamtvermögenssituation. Angewandt werden soll vor allem die Potenziale in Deutschland und Nordamerika. Vorlieber dieser Entwicklung sind die Immobilienmärkte in Europa (außerhalb Deutschlands). Stünden die Zeichen im vergangenen Jahr noch auf Aufkauf, haben sich laut der Investitions- und Desinvestitionspläne für die Region die Waage (je 5,7%). Für Deutschland stehen die Anreize jedoch ein gutes 87% der befragten Abschlüssen werden über Immobilien laufen (vor 80% verkauften). Befragt wurden 50 Firmen der Versicherungsbranche (Rücklagenquote über 50%) mit einem durchschnittlichen Immobilienvermögen von jeweils rund 2,6 Mrd. Euro.

Unter den Auslandsmärkten steht Nordamerika an der Spitze. Über mehr als jeder zweite Investor, vor allem für heute nur jeder Vierte Interesse bekundet. Auch der

Wegweisend in Sachen Risikostreuung ist geteigert. So erhöhte sich die Zustimmung in Investition in Core-plus-Produkte von zuvor 65% auf 77%. Value-add kommt auf 45% (vorher: 35%). Außerdem stehen 80% mit neuer Nachfrage nach Wohnungen an 9-Städern - hier kein alternativer Bildnis erfinden. Dietsch Fächer, Partner bei EY, will diese neue Aufgeschlossenheit der Versicherer aber nicht generell als über nach höherem Renditen verstanden wissen. Stattdessen gehe es ihnen darum, „überhaupt in Immobilien investieren zu können. Der Renditeanspruch der Investoren ist sogar gesunken.“ Wurden 2012 noch durchschnittlich 5,2% der Direktanlagen und 5,8% die indirekten Renditen erzielten, sind es 2013 nur noch 4,9% bzw. 5,5%.

Im Durchschnitt möchte jede Versicherung diesen Jahr Immobilien für ca. 150 Mio. Euro an- und für 120 Mio. Euro verkaufen. Bei dem geplanten Investitionsprofilen wiederum die indirekten Anlagen (Fonds, Beteiligungen) überproportional. Im Anteil an der Gesamtrendite soll um 14% auf 2,4% steigen. Der Durchschnitt wird um 6% ausgebaut, was demer Quote an den Gesamtanlagen der Versicherer auf 5,2% bringen wird. Von erhaltenen Werten der indirekten Anlagen dürften auch die Renditen profitieren: Ein Drittel der Beträge möchte die Aktivisten hier ausweihen. Auch Spezialfonds nach ausländischen Markt erfahren sich steigender Beliebtheit. (az)

WOHNUNGSEIGENTUMSRECHT

Auch Erwerber haben schon WEG-Rechte

Streitigkeiten in Wohnungseigentümergemeinschaften (WEG) sind keine Seltenheit. Wichtig problematisch wird es aber, wenn Rechtsfragen zu klären sind, solange die Eigentümer noch nicht in das Grundbuch eingetragen sind, aber die Immobilie bereits neuverkauft ist. Dann greift die Rechtsprechung auf das Modell der so genannten wendenden WEG zurück. SZ-Correspondent Rechtsanwalt Arne Carstens erklärt, unter welchen Voraussetzungen dies möglich ist und welche rechtlichen Folgen sich für die Mitglieder der „wendenden WEG“ daraus ergeben.

In der Literatur und auch in der Rechtsprechung ist die Rechtsfigur der wendenden Wohnungseigentümergemeinschaft schon seit längerer Zeit bekannt. Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte bereits im Jahr 2006 (Beschluss vom 5. Juni 2006, Az. V ZR 81/07) ausdrücklich diese Rechtsfigur anerkannt und sich zuletzt im Mai 2012 (Urteil vom 11. Mai 2012, Az. V ZR 194/11) dazu geäußert.

Doch was genau ist die wendende Wohnungseigentümergemeinschaft und zu welchem Grunde ist sie eigentlich erforderlich? Das Wohnungseigentumsgesetz ist grundsätzlich ein offenes Gesetz, was neben dem letzten Eigentümer (Kaufvertrags) ein weiterer Eigentümer im Grundbuch eingetragen wird. Der Grund dafür liegt darin, dass der Kaufvertrag seine Bewältigung zur Auflassung und Eigentumsübertragung erst dann abgeben kann, wenn der Erwerber auch die letzte Kaufpreispflicht erfüllt hat.

Kaufverträge und Erwerber streiten oft um die letzte Rate

Die letzte Rate ist jedoch oft billig nach der Abnahme im Sinne des § 450 BGB. Sofern bei dieser Mängel vorliegen, verweigert oft die Erwerber die Abnahme und zahlt deshalb die letzte Rate nicht.



„Er kann Johnnemann, bis neben dem letzten Eigentümer ein weiterer Eigentümer im Grundbuch eingetragen wird.“

Der Kaufvertrag sieht sich demnach ebenfalls als nicht in der Pflicht, die für die Eintragung ins Grundbuch erforderlichen Erklärungen abzugeben. Stünde stattdessen Gerichte lässt die Frage der Abnahmeverweigerung im langwierigen Prozess klären. Bis zur Klärung erfolgt keine Eintragung ins Grundbuch. Das Wohnungseigentumsgesetz findet also noch keine Anwendung.

Aber weshalb besteht in einer solchen Anwendung des Wohnungseigentumsgesetzes? Die Antwort liegt darin, dass die Erwerber bereits die Schlüssel für die Wohnung erhalten haben und diese tatsächlich nutzen. Die Wohnung muss also schon bewirtschaftet und verwaltet werden. Durch die tatsächliche Nutzung der Wohnung entsteht zwingend aber schon das Bedürfnis, auch das Zusammenleben der Wohnungserwerber zu regeln.



Käufer von Neubauwohnungen können diese oft schon nutzen, bevor sie ins Grundbuch eingetragen sind. Das führt zu rechtlichen Problemen. Bild: iaw

In der Vergangenheit gab es beispielsweise Fälle, in denen die wendenden Erwerber nicht zu Eigentümergemeinschaften geladen werden oder stattdessen die Zahlung der Hausgelder verweigert haben. Die Begründung war jeweils die fehlende Eintragung in das Grundbuch und die damit verbundene Nichtanwendbarkeit des Wohnungseigentumsgesetzes. Anhand solcher Fälle wird die Bedeutung dieser zeitlichen Vorentscheidung der Anwendung des Wohnungseigentumsgesetzes deutlich. Aber ab wann genau ist von der Eintragung einer wendenden Wohnungseigentümergemeinschaft auszugehen? Im Jahr 2008 hat der BGH entschieden, dass insgesamt etwa Erwerb einer gedankten Fertigstellung vorliegen muss. Dies ist der Fall, wenn die folgenden Voraussetzungen vorliegen: 1. Es existiert ein wirksamer Kaufvertrag; 2. Zugunsten des Erwerbers ist eine Auflassungsverweigerung in das Grundbuch eingetragen; 3. Der Erwerber hat den tatsächlichen Besitz an der Wohnung erlangt.

Gleiche Rechte und Pflichten für die Erwerber?

Die wendende Wohnungseigentümergemeinschaft entsteht, sobald diese drei Voraussetzungen gegenüber den ersten Erwerbern gegeben sind. Sofern diese drei Voraussetzungen bei weiteren Erwerbungen gegeben sind, werden diese Erwerber ebenfalls in die wendende Wohnungseigentümergemeinschaft einbezogen. Was der erste wendende Wohnungseigentümer tatsächlich in das Grundbuch eingetragen, wandelt sich in der wendenden Gemeinschaft in eine Wohnungseigentümergemeinschaft im Rechtsinne. Die Mitglieder dieser wendenden Wohnungseigentümergemeinschaft sind die eingetragenen Wohnungseigentümer als Vollmitglieder sowie die übrigen Mitglieder der bereits wendenden Wohnungseigentümergemeinschaft.

Ein kommt vor, dass neben dem Kaufvertrags Erwerb ein zweiter Erwerber im Grundbuch eingetragen wurde und ein danach bei einem anderen Erwerber die drei oben ge-

nannten Voraussetzungen erfüllt sind. Bei einer sehr langen bestehenden Wohnungseigentümergemeinschaft hat ein Erwerber oft keine alle Rechte und Pflichten, nachdem er ins Grundbuch eingetragen ist (so genannte Zweiterwerb), also unter Umständen auch erst nach vielen Monaten, obwohl der Kaufvertrag schon unterzeichnet, die Auflassung-

verweigerung eingetragene sind. Dies der Recht eingehend wurde. Dann stellt sich die Frage, ob der „spätere Erwerber“, der von Kaufvertrags Erwerb wie der Zweiterwerb oder wie ein wendender Wohnungseigentümer zu behandeln ist. Als Zweiterwerb hätte der Erwerber nicht die Rechte und Pflichten eines Wohnungseigentümers. Als wendender Wohnungseigentümer dagegen schon.

Spätere Erwerber werden wie wendende Eigentümer behandelt

Der BGH hat im Mai dieses Jahres entschieden, dass der „spätere Erwerber“ wie ein wendender Wohnungseigentümer zu behandeln ist. Dies begründet der BGH unter anderem mit dem Rückverbleiben, welche beim Erwerb von Kaufvertrags gegeben sind, was alles wegen der mit der Abwicklung von Gewährleistungsgeschäften verbundenen Verzögerungen der Eigentumsübertragung und wenn bestanden in Anbetracht der zwischen dem Erwerber und dem Kaufvertrags. Daher untersteht sich der Erwerb von Kaufvertrags grundsätzlich von dem Eigentümerwerb in einer bestehenden Gemeinschaft (Zweiterwerb), unabhängig davon, ob bereits die endgültige Wohnungseigentümergemeinschaft entstanden ist oder nicht. Ausdrücklich offen gelassen hat der BGH allerdings die Frage, wie lang ein „spätere Erwerb“ noch wie ein wendender Wohnungseigentümer behandelt wird. Sofern der Kaufvertrags eine Wohnung beispielsweise erst nach Kauf oder nach einem Verkauf, stellt sich die Frage, ob der Erwerber nicht doch wie ein Zweiterwerb zu behandeln sein müsste. Diese Frage war in dem vom BGH entschiedenen Fall jedoch nicht entscheidungserheblich. (jur)

Der Autor: Arne Carstens ist Rechtsanwalt bei Ffuer Rechtsanwalt in Hamburg, und hat seine Kompetenzen u.a. im WEG-Recht.

FOKUSSIERTE BERATUNG RUND UM DIE IMMOBILIE

Mit einem starken Team aus 15 spezialisierten Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälten berät die Practice Group Bau- und Immobilienwirtschaft der KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft mit Investitionen aus dem In- und Ausland, Projektentwicklungs-gesellschaften und andere Unternehmen der Immobilienwirtschaft sowie Städte und Betriebe der öffentlichen Hand. Mandanten schätzen insbesondere die enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsprüfung, Unternehmens- und Steuerberatern der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

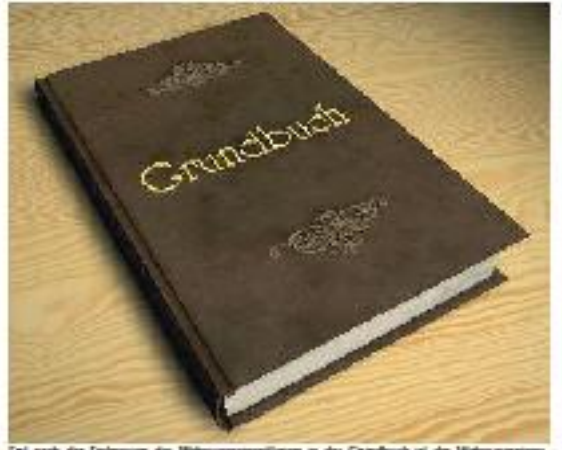
Am 26. September 2012 wird die KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft ihr fünftes volles Geschäftsjahr beschließen. Mit insgesamt über 180 anwaltlichen Beschäftigten hat sie sich in dieser kurzen Zeitspanne bereits als eine der größten Full Service-Kanöten in Deutschland etabliert. An 15 Standorten demonstriert die Rechtsanwalts-gesellschaft besonders Nähe zum Mandanten. In den Mandanten kommt auch zu, dass die Kanzlei fest eingetragene ist in der weltweite KPMG-Netzwerk und es daher selbst in vielen aufgabenreichen Jurisdiktionen rechtliche Begleitleistungen hoher Qualität vorstellbar kann. Seit 2007 bindet die KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft ihr Know-how in Immobilienwirtschaft in der Practice Group Bau- und Immobilienwirtschaft. Experten in Grundstücksrecht, Mietrecht, Bau- und Architektenrecht, Verwaltungs- und Umweltrecht sowie im Investitions-

recht beraten kompetent und unterstützen ihre Mandanten bei der Sicherung wirtschaftlicher Zielsetzungen. Nicht nur die jährlich neuartigen Fragestellungen in diesem Wirtschaftsbereich sind häufig komplex. Überauslich für das erfolgreiche Gelingen eines Immobilienprojekts sind stets auch praktische, Marktkenntnis und Verständnis für die ganz individuellen unternehmerischen Anforderungen. Ferner hat sich erwiesen, dass viele Gestaltungsfragen nur in der Zusammenarbeit mit Spezialisten aus den Bereichen Immobilienbewertung und -finanzierung, Immobilienfinanzierung sowie Grundwerbsteuer, Umsatzsteuer und Gewerbesteuer maßgebend und überzeugend geklärt werden können. Hier zählt sich die große Nähe der Rechtsanwalts-gesellschaft zu ihrer Kooperationspartnerin KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für die Mandanten besonders zu

Eingegliederte multidisziplinäre Teams, auch bei größerer schrittweisen Projekten, sind die Stärke von KPMG und die Vorteil ihrer Mandanten. Das ist selbstverständlich beispielsweise bei der gemeinsamen Durchführung von Finanz- und Legal Due Diligence oder bei der Abwicklung von steuerlich intern begleiteten Immobilientransaktionen oder Restrukturierungen, für die abgestimmte Vertragsverweise und Scheinverträge von der Rechtsanwalts-gesellschaft erarbeitet werden. Integrierte Beratungsleistungen aus Standort- und Marktkenntnis, steuerlicher und rechtlicher Beratung zur Geschäftsstruktur und zur Finanzierung führen jedoch auch in der Immobilienprojekte-entwicklung zu besseren Ergebnissen. Beratung aus einer Hand zählt sich aus- das ist die Überzeugung und Leitlinie der KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft.

Die Beratungs-schwerpunkte von KPMG Law

- Immobilien-gesellschaften
- Umsetzung von strategisch und/oder steuerlich induzierten Strukturierungsmaßnahmen
- Joint-Venture-Gestaltungen
Grundstück
- Grund- und Partikularverträge, Sale-and-Lease-Back
- Vendor Due Diligence und Datenreuevorbereitung
- Spezialgebiete: Vergabericht, Umweltrecht
Gebäude
- Stadtschulische Verträge
- Auftragsübernahme bei „Nachtragsmanagement“ von Bauunternehmern
Vermittlung
- Mietverträge und Klausurenkontrollen
- Miet- und andere Betriebsverhältnisse
- Warme-Contracting
Werkstatt
- Asset- und Property Management-Verträge
- Mietrecht
- Gewährleistungswahlprüfung



Nach der Eintragung der Wohnungseigentümer in das Grundbuch ist das Wohnungseigentumsgesetz anwendbar. Bild: Fotolia.de/Thomas Seifner

Ihre Ansprechpartner



Dr. Rainer Algenmissen
Rechtsanwalt, Partner
Leiter der Practice Group
Bau- und Immobilienwirtschaft
Tel. +49 40 30394-5211
ralgenmissen@kpmg-law.com



Dr. Matthias Alldieckmann
Rechtsanwalt, Partner
Tel. +49 201 21298-671
malldieckmann@kpmg-law.com



Dr. Stefan Zajonc
Rechtsanwalt, Director
Tel. +49 69 96 1196-515
szejonc@kpmg-law.com



INNOVATIONSTREIBER DIGITALISIERUNG

Neue Internet-Dienste wie Facebook, Twitter oder Instagram haben den Alltag vieler Menschen erheblich verändert. Manche werden sprechen von Analog-Digital-Phänomenen. Das Internet ist immer und überall mit dabei. Zu werden Nachrichten und Informationen sind nun zu oft auf dem Smartphone gegeben. Der populäre Check-in-Dienst Foursquare ist heute eher die Regel als die Ausnahme. Aber auch Immobilien werden immer öfter mit den sozialen Medien gesucht. So gehen besonders bei Immobilien der Immobilien-Suchmaschinen mehr auf die Angebote der sozialen Medien zu. Immobilienportale wie Scout24 werden die Suche über mobile Geräte überlegen, bevorzugen man bei Scout24.

Die mobile Revolution hält an

Das Corona- und die Corona-Apps. So ist es jedem zum Alltag geworden. In der ersten Hälfte des Jahres 2020 sind die mobilen Geräte installiert, so ist die Nutzung, die Smartphone oder das neue Laptop/Notebook. Derzeit sind die meisten Menschen mit dem Internet verbunden. In der ersten Hälfte des Jahres 2020 sind die mobilen Geräte installiert, so ist die Nutzung, die Smartphone oder das neue Laptop/Notebook. Derzeit sind die meisten Menschen mit dem Internet verbunden. In der ersten Hälfte des Jahres 2020 sind die mobilen Geräte installiert, so ist die Nutzung, die Smartphone oder das neue Laptop/Notebook. Derzeit sind die meisten Menschen mit dem Internet verbunden.

Immobilien im Wert von 100 Milliarden im Jahr 2020, 36 Milliarden mehr als im Jahr zuvor. Das Corona hat die Immobilienwirtschaft erreicht. Rund 77 Prozent der Deutschen ab 16 Jahren sind online. Die ersten 100 Millionen Menschen sind online. Die ersten 100 Millionen Menschen sind online. Die ersten 100 Millionen Menschen sind online.

Digitalisierung statt Märkte auf den Kopf

Durch die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

grüner Alltag. Auch die Städte und Geschäftszentren sind spärlicher in Bewegung. Die ersten 100 Millionen Menschen sind online. Die ersten 100 Millionen Menschen sind online. Die ersten 100 Millionen Menschen sind online.

Digitalisierung statt Märkte auf den Kopf

Durch die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Digitalisierung macht Märkte transparenter

Nur nicht nur die Nutzung von Immobilien wird sich in Folge der Digitalisierung ändern. Die gesamte Immobilienwirtschaft wird sich in Folge der Digitalisierung ändern. Die gesamte Immobilienwirtschaft wird sich in Folge der Digitalisierung ändern.

Aber kein Markt ohne Immobilien. Scout24 werden jeden Monat durchschnittlich 100.000 neue Objekte gemeldet. Durch diese riesigen Datenmengen ist es möglich, wichtige Fragen wie etwa nach dem aktuellen Marktgeschehen in einzelnen Regionen oder auch Mietkürzungen zu beantworten.

Neue, kommerzielle Online-Marktplätze wie CommercialNetwork, die Immobilienbranche plus von ImmobilienScout24. Diese führt jeweils von den gewählten Immobilien-Angeboten der Suche in Immobilien und Mietkürzungen in Immobilien zusammen. Damit sorgt CommercialNetwork automatisch für eine einheitliche Marktpreisbildung. Auch ein höherer Wert für die Immobilien-Suchmaschinen ist möglich. So ist es möglich, sich mit diesen Angeboten in verschiedenen Immobilien-Objekten zu beteiligen. Das ist ein wichtiger Schritt für die Digitalisierung der Immobilienwirtschaft.

Finanzbranche als Vorbild

Wahrscheinlich haben sich viele Menschen gefragt, warum die Digitalisierung der Finanzbranche so schnell voranschreitet. Die Digitalisierung der Finanzbranche ist ein Vorbild für die Digitalisierung der Immobilienwirtschaft.

BESSERE RENDITE: ERFOLGREICH IN B-MÄRKTEN INVESTIEREN

„Wer A sagt muss auch B sagen.“ heißt ein Sprichwort. Aber was heißt das eigentlich, das man immer auch „A“ sagt muss? Denn wir leben in einer Welt, die sich immer mehr digitalisiert. Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Gute B-Städte werden überproportional nachgefragt



Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Der Markt für B-Städte ist ein wichtiger Bestandteil der Immobilienwirtschaft. Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Diskussion in Kombination mit guter Qualität

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

„Wir hoffen Chancen zu entdecken und zu nutzen“

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

Nicht jeder B-Standort ist gleich

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

CommercialNetwork schafft Transparenz an B-Standorten

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

CommercialNetwork schafft Transparenz an B-Standorten

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

CommercialNetwork schafft Transparenz an B-Standorten

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

CommercialNetwork schafft Transparenz an B-Standorten

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

CommercialNetwork schafft Transparenz an B-Standorten

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

CommercialNetwork schafft Transparenz an B-Standorten

Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte... Die Digitalisierung der Märkte wird die Digitalisierung der Märkte...

