

Advertorials in der Immobilien Zeitung

Ein Advertorial in der Immobilien Zeitung

Als redaktionell gestaltete Anzeige bietet das Advertorial die Möglichkeit, Ihr Unternehmen, Produkt oder Event optisch ähnlich einer redaktionellen Berichterstattung zu präsentieren.

Einsatzgebiet:

Häufig nutzen Advertorials Texte und Bilder mit Bildunterschriften ähnlich des jeweiligen redaktionellen Umfelds innerhalb der Gestaltungsvorschrift so weit aus, dass dem Leser die Botschaft innerhalb seiner Lesegewohnheiten Umfeldharmonisch vermittelt wird. Die Advertorials bedürfen hochwertiger Texte und eignen sich, komplexe Themen zu vermitteln. Die Beispiele zeigen Print-Advertorials. Auch online auf www.iz.de sowie in unseren Newslettern können sie platziert werden.

Verschiedene Gründe sprechen für ein Advertorial:

- Darstellung erklärungsbedürftiger Produkte oder Dienstleistungen
- Glaubwürdigkeit der Botschaft wird durch redaktionsnahe Optik unterstrichen
- Falls derzeit keine passenden Anzeigenmotive für den aktuellen Werbeanlass zur Verfügung stehen

Einige der unten gezeigten Beispiele sind eher textintensive Werbeanzeigen als Advertorials. Dabei kombinieren Sie den optischen Reiz einer gut gestalteten Werbung mit dem des textbedingten Informationstransfers. Gleich welche Form Sie für sich abwägen, es ist zu beachten, dass die Leser der Immobilien Zeitung eine enorm hohe Lesezeit investieren – durchschnittlich verbringt ein Leser pro Ausgabe 53,3 Minuten mit unserem Medium.

Im Vergleich zu emotionalen Werbemotiven bietet das Advertorial weniger optische Werbereize. Insbesondere bei Unternehmen mit hochwirksamen, wertigen Werbekampagnen wirken die Wiedererkennungseffekte nicht in vollem Maß.

Durch eigenes Texten oder wahlweise Zuarbeit für das Erstellen von Texten durch externe Journalisten kann ein höherer Aufwand für Ihre Kommunikationsverantwortlichen entstehen. Dafür sind die externen Erstellungskosten häufig günstiger und bereits vorhandene Presse- und Unternehmenstexte können teilweise verwendet werden.

Vorteil:

In unabhängigen Medien erreichen Sie Nennungen lediglich durch einen hohen Newswert und / oder gute und anhaltende Pressearbeit. Diese lassen sich selten terminlich beeinflussen. Im Advertorial können Sie zum Wunschtermin Ihre Kommunikationsziele umsetzen.

Beispiel: ½ Seite quer

Im repräsentativen Büro- und Geschäftsviertel der Parkstadt Schwabing im Norden von München, entsteht mit den „twin yards“ ein innovativer Office-Standort mit einer Nutzfläche von 13.500 m². Die Lage mit direkter Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und den Autobahnzubringer der A9 verspricht eine hochwertige Wohnumgebung. Die moderne und flexible Bauweise ermöglicht eine effiziente Raumpaltung, die hochwertige Ausstattung wie akustisch wirksame Heiz- und Kühlsysteme, Fußbodenheizung und effizienter Sonnenschutz mit Tageslichtumlenkung im oberen Erdgeschoss für niedrige Energiekosten und angenehmes Raumklima. Die vorgesehene Raumhöhe von 3 Metern lässt viel Freiraum für erfolgreiches und kreatives Arbeiten.

Als Tochterunternehmen der Pon-Gruppe steht STRAUSS & PARTNER Development für hochwertige Immobilienentwicklung und -verwertung. Ob Büro, Gewerkeimmobilien und Hotels, Wohnungen oder komplexe Infrastruktur – als Bauträger und Projektentwickler setzt STRAUSS & PARTNER Ideen in die Wirklichkeit um. Die fortschrittlichen und ökologisch wertvollen Konzepte bestehen durch ihre flexiblen Nutzungsmöglichkeiten und wirtschaftliche Nachhaltigkeit.

J. & K. Architekten
Anara Boulevard, Berlin

Von Berlin bis München – Office-Projekte der Superlative

STRAUSS & PARTNER
twin yards, München

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 europäischen 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 ermöglicht effiziente Arbeitsplätze in einer entspannten Atmosphäre. Im Hintergrund fungieren leistungsstarke Technik und zielgerichtete Infrastruktur, die modernsten ökologischen Standards entsprechen.

Von der ersten Idee bis zur Verankerung kommen auch bei dem Büroprojekt „Anara Boulevard“ auf dem Areal der CO-World in Berlin alle Leistungen aus einer Hand. Die außergewöhnliche und innovative Bauweise ermöglicht die Realisierung von rund 6000 m² Bruttogeschossfläche für Büro- und Gewerbeflächen sowie 32 Tiefgaragenstellplätze mit einer hervorragenden Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz und die Mitte Berlins. Besondere Highlights des Projekts sind die großzügige Atrium und der Dachgarten, die zu kreativen Pausen einladen.

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

www.strauss-partner.com

Formate und Preise: Jedes Anzeigenformat (siehe Seite 14 und 15 unser Mediadaten) ist als Advertorial möglich und wird zum jeweiligen Anzeigenpreis abgerechnet. Die gängige Größe liegt zwischen 1/4 und 1/1 Seite.

Gestaltung: Gern übernehmen wir die Gestaltung Ihres Advertorials gegen 15 % Aufpreis. Dieser Aufpreis entfällt ab Buchung einer 1/1 Seite. Das Advertorial ist abschlussrabattfähig und bei Anlieferung einer fertigen Druckvorlage auch agenturrabattfähig.

Der Gestaltungsspielraum ermöglicht eine redaktionsnahe Optik mit folgenden Unterscheidungsmerkmalen als Abgrenzung:

- Andere Spaltenbreite oder gleiche Spaltenbreite mit eingefärbtem Hintergrund
- Andere Schriftart und Schriftgröße
- Andere Headlines, Text Hervorhebungen und Bildunterschriften
- Die Anzeige wird mit einem Rubrikenkopf – Anzeige – gekennzeichnet

Alle Advertorials werden vor Veröffentlichung durch unsere Redaktion abgenommen.

Anzeigenschluss: Fertig angelieferte Druckunterlagen: 2 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss
Verlagsseitig zu erstellende Druckunterlagen: 1 Woche vor dem jeweiligen Anzeigenschluss

Fazit: Sobald sich eine Botschaft nicht alleine durch die emotionale Kraft von Bildern sowie die unterstützenden Slogans und Kurztexte vermitteln lässt, kann das Advertorial komplexe Inhalte darstellen und den Wettbewerbsvorteil des Unternehmens herausarbeiten.

These: Im Vergleich zu Tages- und Publikumsmedien eignen sich Fachmedien eher für Advertorials, denn die Leser von Fachmedien

1. erwarten für ihre Tätigkeit relevante Information der verschiedenen Marktplayer.
2. begegnen wenig ablenkender/irrelevanter Werbung, die zu Werbeignoranzen führt.
3. erhalten durch Werbung/Advertorials den Anstoß für Geschäftskontakte/Geschäftschancen.

Sobald keine hochwertigen Werbemotive existieren oder die vorhandenen für die Werbebotschaft nicht geeignet sind, kann das Advertorial je nach Engagement des Auftraggebers in Zusammenarbeit mit dem Verlag vergleichsweise kostengünstig das Kommunikationsziel erreichen.

Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gern:

Telefon 0611/973 26-0

Thomas Buhlmann -26 buhlmann@iz.de

Karsten Franke -21 franke@iz.de

Markus Schmidtke -24 schmidtke@iz.de

Claudia Emrich -13 emrich@iz.de

Beispiel: 1/3 Seite Eckfeld



Links: Die Projektmanager Jordan Reich, Dennis Al-Jumaili, Vice President der First Qatar Real Estate, und Steve Bobi, Project, Hilton Worldwide Global Head, and former hotel; Carlos Khoury, Vice President, Development; Middle East, Andrew Clough, Senior Vice President, Development; Middle East Asian Pacific, Christian Crisp, Vice President of Arabian Peninsula and owner representatives; Tim Cook, Operations Manager, and Eva Spangenberg, Business Development Director; Rechts: Die Unterzeichner Ala Ramdan (rechts) und Rob Falekch (links)

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 Lärmbelastigung 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 weitverbreiteten 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 erwägt 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](https://kleinanzeigen.ebay.de/anzeigen/makler.html) oder
service@ebay-kleinanzeigen.de

Ist das noch Fastfood?



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.

Wo wollt' 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 in Service – Gastlichkeit mit Gütesiegeln. Fast Food in Premium-Qualität schließt bei KFC ausdrücklich Gastlichkeit und Service mit ein. Sie sind feste Spieler des Geschäftskonzepts. Motto: 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.

Appetit auf Profit

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

Man isst, wo man gerne ist – 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 ertragsstärksten 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 Erfolgsrezept 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 einem 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: Verlässliche 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 inflationssensibel ist.

Hinter KFC steht zudem mit YUM! der weltgrößte Retailkonzern, 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 ihm 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 Verkehrsrische 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 Schlagerliste über den Streit zwischen der Stadt Dresden und der Cagfish aus den Medien verschwenden, da sorgen Presseberichte über einen möglichen Verkauf der etwa 38.000 Woba-Einheiten, 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.“

Causes entscheiden wohnungsbaukennende von der Hausarzt Thoma Detachement in den Raum genähten Bekämpfung, es werde sich um einen Notverkauf handeln. Die mit einem Wert von 1,8 Mrd. Euro in dem Rücken der Cagfish eingetragenen Woba-Einheiten müssten 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 sanierte Wohnblock in der Windmühlstraße in Dresden-Proitz.

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. „Ich bitte

Informationen werden die Unternehmen verfolgen.“ 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 gehört zu den Immobilienunternehmen, die als größte Geldverlierer auf der diesjährigen Wochentag des Deutschen Sachverständigen für Wohnungswirtschaft (DWS) zu finden sind. [vgl. „Die Immobilienwirtschaft“, Oktober 2011, S. 12-14, 2011]. Ein generelles 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. 960 Mio. Euro zahlte die DZG Immobilien, Hamburg, die 25.000 Einheiten an die BayernLE. Käufe an 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 einer der Witzler der Wahl der CDU. 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. Verkäufer W&L Immobilien, welche sich indes erst nach der Eingliederung des Kaufpreises zu dem Deal stellen. Doch der wurde nie bedingt, wie W&L 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 anmieten. CREZ vermittelt dem Halbescheider.

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 Umsatzleistung 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 eröffnet. Das teilte die Projektpartner M&L und CREZ mit, die 42 Mio. Euro in das 13.000 m² Mietfläche umfassende Center stecken. Zudem konnte eine 160 m² große Fläche an den McDonalds 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 nächsten Monats sollen auf dem 6.600 m² großen Grundstück an der Straße zum Lustgarten sieben verschiedene Miettypen im städtebaulichen Maß 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 Energieeffizienter Erdgas und zur Energieeffizienz gerade in Wohngebäuden zugänglich macht.

In Deutschland erfüllen rund 80 Prozent der Energieverbraucher in Wohngebäuden auf die Raumheizung, in diesem Bereich bieten sich also die größten Energiepotenziale. Insbesondere durch Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sind Optimierungen der Verbrauchswerte möglich. Das NETZWERK ERDGAS, eine Initiative der NBE Netzgesellschaft Berlin-Brandenburg mbH & Co. KG, informiert seine Mitglieder regelmäßig über neue Entwicklungen auf diesem Gebiet. Die Energieeffizienz in Wohngebäuden spielt längst auch bei der Vermarktung von Immobilien eine Rolle. Mieter und Wohnungseigentümer legen heute gesteigerten Wert auf eine moderne, kostengünstige und die Klima möglichst wenig belastende Heizung und Trinkwassererwärmung.

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 kompetente Informationen und um den Energieeffizienten 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

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



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

BEI UNS 200 MITGLIEDER

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

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

Wissenswertes über die neuesten Entwicklungen rund um den Thema 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.

NEUE TRENDS UND TECHNOLOGIEN

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

Im exklusiven Bereich für die registrierten Mitglieder des Netzwerks stehen als Überblick über aktuelle Entwicklungen in der Energiepolitik sowie Informationen zur Rechtsprechung vor allem im Bereich Wohnungswirtschaft zur Verfügung. So können die Mitglieder des Netzwerks frühzeitig auf sich verändernde Rahmenbedingungen für den Energiemarkt reagieren.

PROJEKT DICOMONOS

Im Bereich Energieeffizienz werden die Mitglieder automatisch über innovative Technologien informiert, mit denen sich Wohngebäude energetisch optimieren lassen. Dabei steht im Vordergrund, wie sich - gerade in Kombination mit dem effizienten Energieeffizienter 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

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 Grundstückswirtschaft zur Verfügung gestellt wird, ist eine der umfangreichsten Materialsammlungen zu juristischen Themen im Bereich Wohn- und Grundstückswirtschaft. 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 in der Zugang kostenfrei.

SO WERDEN SIE MITGLIEDER IM NETZWERK ERDGAS

In nur wenigen Schritten sind neue Mitglieder des NETZWERK ERDGAS möglich. 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-Brandenburgener Energiemarkt präsentieren. Die Registrierung ist kostenfrei.

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



WOHNUNGSEIGENTUMSRECHT

Auch Erwerber haben schon WEG-Rechte

Stelligkeiten 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 Immobilien bereits stehen. Dann greift die Rechtsprechung auf das Modell der so genannten wendenden WEG zurück. UZ-Corridor Rechtsanwältin Anne 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 Rechtslage der wendenden Wohnungseigentümergemeinschaft schon seit längerer Zeit bekannt. Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte bereits im Jahr 2006 (Beschluss vom 5. Juni 2006, Az. V ZR 87/07) ausdrücklich diese Rechtslage anerkannt und sich selbst im Mai 2012 (Urteil vom 11. Mai 2012, Az. V ZR 196/11) dazu geäußert.

Doch was genau ist die wendende Wohnungseigentümergemeinschaft und aus welchem Grunde ist sie eigentlich erforderlich? Das Wohnungseigentumsgesetz ist grundsätzlich ein zivilrechtliches, wenn neben dem leitenden Eigentümer (Baustifter) ein weiterer Eigentümer im Grundbuch eingetragen ist. In der Praxis kann es jedoch Jahre dauern, bis neben dem leitenden Eigentümer ein weiterer Eigentümer in das Grundbuch eingetragen wird. Der Grund dafür liegt darin, dass der Baustifter seine Bewilligung zur Auflassung und Eigentumsübertragung erst dann abgeben kann, wenn der Erwerber auch die letzte Kaufpreispflicht erfüllt hat.

Baustifter und Erwerber streiten oft um die letzte Rate

Die letzte Rate ist jedoch oft billiger nach der Abnahme im Sinne des § 650 BGB. Sofern bei dieser Mängel vorliegen, verweigert oft die Erwerber die Abnahme und zahlt deshalb die letzte Rate nicht.



„Er kann Jahre dauern, bis neben dem leitenden Eigentümer ein weiterer Eigentümer ins Grundbuch eingetragen wird.“ Anne Carstens

Der Baustifter steht sich demgegenüber also nicht in der Pflicht, die für die Eintragung ins Grundbuch erforderlichen Erklärungen abzugeben. Stattdessen müssen Gerichte klären die Frage der Abnahmezeit in langwierigen Prozessen klären. Bis zur Klärung erfolgt keine Eintragung ins Grundbuch. Die Wohnungseigentümergemeinschaft endet also nach kurzer Anwendung.

Aber weshalb besteht es einer höheren 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: IFA

In der Vergangenheit gab es beispielsweise Fälle, in denen die wendenden Erwerber nicht zu Eigentümergemeinschaften geladen werden oder erst nach der Fertigstellung der Wohnung der Baustifter weigert haben. Die Begründung war jeweils die fehlende Eintragung in das Grundbuch und die damit verbundene Nichtanwendbarkeit des Wohnungseigentumsgesetzes. Anzahl solcher Fälle wird das Bedürfnis eines zeitlichen Vortragens 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 nunmehr ein Erwerb einer gekaufte Zweitwohnung vorliegen muss. Dies ist der Fall, wenn die folgenden Voraussetzungen vorliegen: 1. Es existiert ein wirksamer Kaufvertrag; 2. Zugunsten des Erwerbers ist eine Auflassungsvereinbarung 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 zusammen das erste Erwerbers gegeben sind. Sofern diese drei Voraussetzungen bei weiteren Erwerb gegeben sind, werden diese Erwerber ebenfalls in die wendende Wohnungseigentümergemeinschaft einbezogen. Wird der erste wendende Wohnungseigentümer tatsächlich in das Grundbuch eingetragen, wandelt sich die wendende Gemeinschaft in eine Wohnungseigentümergemeinschaft im Rechtsinne um. Mitglieder dieser endgültigen Wohnungseigentümergemeinschaft sind die eingetragenen Wohnungseigentümer als Vollmitglieder sowie die übrigen Mitglieder der bisherigen wendenden Wohnungseigentümergemeinschaft.

Es kommt vor, dass neben dem Baustifter bereits ein zweiter Erwerber ins Grundbuch eingetragen wurde und erst danach bei einem anderen Erwerber die drei oben ge-

nannten Voraussetzungen erfüllt sind. Bei einer seit langem bestehenden Wohnungseigentümergemeinschaft hat ein Erwerber oft keine alle Rechte und Pflichten, nachdem er

ins Grundbuch eingetragen ist (so genannte Zweitwerb), also unter Umständen auch erst nach vielen Monaten, obwohl der Kaufvertrag schon unterzeichnet, die Auflassungs-

vereinbarung eingetragene sind und die Rechte eingetragene wurde. Dann stellt sich die Frage, ob der „spätere Erwerber“, der von Baustifter kauft, entweder wie der Zweitwerb oder wie ein wendender Wohnungseigentümer zu behandeln ist. Als Zweitwerb 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 diesen Jahres entschieden, dass der „spätere Erwerber“ wie ein wendender Wohnungseigentümer zu behandeln ist. Dies begründet der BGH unter anderem mit dem Rückverweis, welche beim Erwerb vom Baustifter gegeben sind, vor allem wegen der mit der Abwicklung von Gewährleistungsansprüchen verbundenen Vermögensgründe der Eigentümerschaft und wegen typischer Innenverhältnisse zwischen dem Erwerber und dem Baustifter. Daher untersteht sich der Erwerb vom Baustifter grundsätzlich von dem Eigentümerwerb in einer bestehenden Gemeinschaft (Zweitwerb), unabhängig davon, ob bereits die endgültige Wohnungseigentümergemeinschaft entstanden ist oder nicht. Ausdrücklich offen gelassen hat der BGH allerdings die Frage, wie lange ein „später Erwerber“ noch wie ein wendender Wohnungseigentümer behandelt wird. Sofern der Baustifter eine Wohnung beispielsweise erst nach fünf oder sechs Jahren verkauft, stellt sich die Frage, ob der Erwerber nicht doch wie ein Zweitwerb zu behandeln sein sollte. Diese Frage war in dem vom BGH entschiedenen Fall jedoch nicht entscheidungserheblich. (jur)

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

FOKUSIERTE BERATUNG RUND UM DIE IMMOBILIE

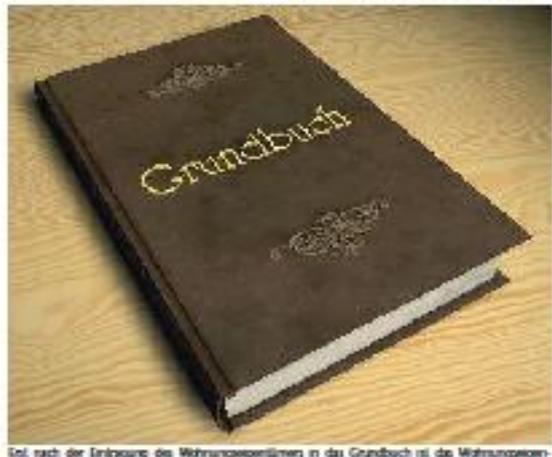
Mit einem starken Team aus 15 spezialisierten Rechtsanwälten und Rechtsanwältinnen bei der Practice Group Bau- und Immobilienwirtschaft der KPMG Rechtsanwalts-Gesellschaft mbH investieren aus dem In- und Ausland, Projektentwicklungs-Gesellschaften und andere Unternehmen der Immobilienwirtschaft sowie 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 dominiert die Rechtsanwalts-Gesellschaft besonders Nähe zum Mandanten. In den Mandanten kommt auch zu Gute, dass die Kanzlei fest eingebunden ist in die weltweite KPMG-Netzwerk und ist daher selbst in vielen aufgabenkritischen Interaktionen Rechtsberatungsbereitungen höchster Qualität vermitteln kann. Seit 2007 bindet die KPMG Rechtsanwalts-Gesellschaft ihr Know-How im Immobilienwirtschaftsrecht in der Practice Group Bau- und Immobilienwirtschaft. Experten im 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 juristisch relevanten Fragestellungen in diesem Wirtschaftsbereich sind häufig komplex. Überwiegend für das erfolgreiche Gelingen eines Immobilienprojekts sind stets auch Franchise, Marktkenntnis und Verhandeln 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 sowie Grundwerblichkeit, Umwandlung und Gewerbesteuer maßgebend und überzeugend gelöst werden können. Hier zählt sich die große Nähe der Rechtsanwalts-Gesellschaft zu ihrer Kooperationspartnerin KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für die Mandanten besonders aus

DIE BERATUNGSSCHWERPUNKTE VON KPMG LAW

- Immobilien-Gesellschaften
- Umsetzung von strategisch und/oder steuerlich induzierten Strukturierungsmaßnahmen
- Joint-Venture-Gestaltungen
Grundstück
- Grund- und Partizipationsverträge, Sale-and-Lease-Back
- Vendor Due-Diligence und Datenraumverbeitung
- Spezialgebiete: Vergabericht, Umweltrecht
Gebäude
- Stadtschulische Verträge
- Auftragsübernahme bei „Machtingmanagement“ von Bauunternehmern
Verrentung
- Mietverträge und Easements
- Arbeits- und andere Dienstverhältnisse
- Warm-Contracting
Verwaltung
- Asset- und Property Management-Verträge
- Mietrecht
- Gewährleistungswahlprüfung



Ein nach der Eintragung des Wohnungseigentümers in das Grundbuch ist die Wohnungseigentümergemeinschaft anwendbar. Bild: Fotolia.de/Thomas Selmer

IHRE ANSPRECHPARTNER



Dr. Rainer Algenmissen
Rechtsanwalt, Partner
Leiter der Practice Group
Bau- und Immobilienwirtschaft
Tel. +49 40 30398 5211
ralgenmiss@kpmg-law.com



Dr. Matthias Aldeghjanni
Rechtsanwalt, Partner
Tel. +49 30 21298 471
maldeghjanni@kpmg-law.com



Dr. Stefan Zajonc
Rechtsanwalt, Director
Tel. +49 30 96 1196 515
stzajonc@kpmg-law.com

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 (IDW) bei seinem Symposium zum „Wohnungspreisboom in Deutschland“ in Berlin...

In den von Prof. Michael Vogtländer vorgetragenen Ergebnissen des Gutachten wird der unbestimmte Neutau als „erstzter 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 (Reis, rechts) vermittelt. Bild: IW Köln

schung drübe, Deutschland mit seiner Finanzkapazität von rund 47% (Niederlande 51%, Frankreich 57%) ist und bleibt ein „Mittelrand“, sagt Jochen. Laut einer Bauschaubefragung gebe eine Mietpreisbremse in Deutschland früher mit einer Beeinträchtigung der Haushalte, mehr Miete 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 mögliche Planungssicherheit betrachten. Eine Reform sei für Wiedervermietung, aber nicht für Neuvormietung 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 feststellte. Seine Branche, ein „stabilisierendes Glied“ der Konjunktur, sieht für fast 30% des deutschen Bruttoinlandsprodukts sowie 17% der Arbeitsplätze und werde in bilanziell noch nie dagewesener Weise von der Politik bedroht (zur Bedeutung der Immobilienwirtschaft lesen Sie hier „Das ist die Ammenberche“, SZ 22. Seite 3). Wegen hoher Renditen und Grundstückskäufen in großen Städten sei ein Ertragsrückgang von 6 bis 10 Euro/m² verlangt worden. Die ordentliche Vergleichsrate über Tage nur bei etwa 7 Euro/m². Nach dem Mieterschutz sei die Wohnungsgewinnkraft gesunken, auf 7,70 Euro/m² zu gehen, was einem Verlust von 2,30 Euro/m² bedeute. Die Mietpreisbremse werde sich als die „Büchse der Pandora“ erweisen, sagte Mattheis weiter. (az)

Immobilienökonom. Die nach dem SPD-Wahlkampf vorgenommenen Preisobergrenzen seien nicht für Umrechnen 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 würde wiederum die Steuer an der Substanz der Eigentümergebäude. In der Folge sei die Vermögensverluste, die durch den Preisrückgang nach der Wahl...

Für Überleitung oder gar eine Immobilienbesitz auf dem deutschen Markt gebe es weiterhin keine Indizien, sagt Vogtländer. Die Finanzierungsbedingungen blieben bislang stabil. Die Eigentümerversicherung liege auch bei den Haushalten mit einem Nettoeinkommen von bis zu 2.666 Euro bei 30%. Stabile sei auch der zinsabhängige Tilgungssatz von im Schnitt 7%. Auch Franz Sören, Leiter der Immobilienmarktorschung von Research, sieht noch keine Gefahr der Überleitung. Deutsche Festzinsen in Teilrenten ab 2011 seien endlich mit einer „unvergleichlich positiven Finanzentwicklung, geprägt mit schwacher Inflation“ in der jüngeren Vergangenheit zu erklären. Die Bundesbank werde sich eine Weile zuhalten, in Bezug auf Überleitung müsse nach seiner Ansicht München im Auge behalten werden.

Han 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 Wohnimmobilienwerte um 27% gesunken seien und einer Million Haushalte mit Immobilienbesitz die Über-



www.zi.de/kundenstagwahl.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 werde für Preisobergrenzen, die die Renditen einer Vermögenssteuer, wie es CDU und SPD planen, mit sich bringe. Je nach Preis-Miet-Relation in einer Stadt könne diese einen Anstieg der Mieten in Höhe von 1,7% bis 2,7% 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 „schlafenden Städten“ um mehr Hausland kümmern, etwa durch stärke Nachverdichtungen, 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 neue Maßstäbe. Der Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA) hat auch in diesem Jahr Top-Experten aus Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft in Berlin versammelt. Zwischen MPIM und IFO REAL hat sich der Tag der Immobilienwirtschaft dank großzügiger „Zur“ Jahresveranstaltungen und als Netzwerkplattform etabliert. Ein Ende dieser wichtigen Veranstaltung ist nicht abzusehen: Mit 170 Mitgliedern – darunter 21 Verbände – in der ZIA als Stütze der Immobilienwirtschaft und kontinuierlicher Partner in der Politik präsent.



Wirtschaftsminister, Bundesminister, Kanzlerkandidat, über 1.200 Teilnehmer: Der Tag der Immobilienwirtschaft setzt weiter neue Maßstäbe.

Fast 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. Bundesgesundheitsminister Altmeyer 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 Gesundheitsbereich jederzeit als kritischer Dialogpartner zur Verfügung steht.“



Über 1.000 Mitglieder über den Tag der Immobilienwirtschaft

Wegen der Sachverhalte ist gut genug. So erhöhte sich die Zahl der Investitionen in Immobilien in Core-plus-Produkte von zuvor 65% auf 77%. Value-add kommt auf 45% (vorher: 35%). Außerdem stiegen 80% mit mehr Nachfrage nach Wohnungen an 8-Stunden – hier kein aktiver Einfluss erzielbar. Dieter Fuchs, Partner bei E&Y, will diese neue Aufgeschlossenheit der Vermieter aber nicht generell als über nach höherem Renditen verstanden werden. 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% der Immobilienfonds erzielt, sind es 2013 nur noch 4,9% bzw. 5,5%.



Wirtschaftsminister, Bundesminister, Kanzlerkandidat, über 1.200 Teilnehmer: Der Tag der Immobilienwirtschaft setzt weiter neue Maßstäbe.

Im Durchschnitt möchte jede Wohnung diesen Jahr Immobilien für ca. 150 Mio. Euro an- und für 120 Mio. Euro verkaufen. Bei dem geplanten Investitionsprogramm wiederum die indirekten Anlagen (Fonds, Beteiligungen) überproportional: Ihr Anteil an der Bruttoinvestition soll um 14% auf 2,4% steigen. Der Durchschnitt wird um 6% ansteigen, was dem Quotienten an den Gesamtanlagen der Versicherer auf 5,2% bringen wird. Von erhaltenen Werten der indirekten Anlagen dürften auch die Kreditfonds profitieren: Ein Drittel der Beträge möchte die Aktivoren hier anwerben. Auch Spezialfonds nach staatlicherseits. Bei erhöhtem sich steigender Beliebtheit. (az)



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 Anstieg der indirekten Immobilienanlagen zurück. Das zeigt das neue Trendbarometer von Ernst & Young (E&Y).

Den Rentnern von E&Y werden die Immobilien auch ihre Ziele für die Zukunft. Sollten alle geplanten Investitionen umgesetzt werden, liegt die Quote Ende dieses Jahres bei 7,6% der Gesamtvermögensanlagen. Angewandt werden soll vor allem die Potenziale in Deutschland und Nordamerika.

Verteilt diese Entwicklung sind die Immobilienmärkte in Europa (außerhalb Deutschlands) standen die Zeichen im vergangenen Jahr noch auf Anlauf, haben sich fast die Investitionen und Darlehensverpflichtungen für die Region die Waage (je 5,7%). Für Deutschland stehen die Anzeichen jedoch nicht so gut. 87% der befragten Abschlüssen werden über Immobilien handeln (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 Anbahnern sind Nordamerika an der Spitze. Über möchte jeder Zweite investieren, vor allem über fünf bis zu jeder Vierte Interesse bekundet. Auch der

REFINANZIERUNGSLÜCKE DEUTLICH GESUNKEN

Bei der Refinanzierung europäischer Gewerbeimmobilien bis 2014 ist die Kapitalbeschäftigung in den vergangenen sechs Monaten von 66 Mrd. auf 70 Mrd. USD gesunken, berichtet IYZ. Dabei ist auch das gesamte Refinanzierungsvolumen um 17% zurückgegangen. Für die nächsten beiden Jahre erwartet IYZ, dass in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Schweden die Finanzierungsengpässe die Nachfrage deutlich übersteigen werden. Grund ist die größere Rolle von Bonds und Wertpapieren, die ihren Marktanteil ausbauen würden. Dieser werde von 2% auf 7% steigen.

IMMOBILIEN ZEITUNG

FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT



Nach den 41,5% von Angela Merkel bei der Bundestagswahl gibt es viele Forderungen. Im Fall der Eigenheimzulage heißt der ZIA auf ein Nein der möglichen Koalitionspartner.

SEITE 3



Privatierer freuen sich derzeit über Supergeschäfte. Es ist genug für alle da: Newcomer und alte Hasen profitieren kräftig vom Run auf die Bestands-Eigenheimwohnung.

SEITE 6



Johannes Meran gibt die Letztung der Bewertung ab. Er findet, zum richtigen Zeitpunkt. Das Unternehmen sei nach turbulenten Zeiten in ruhigeres Fahrwasser geraten.

SEITE 4



Wer in Deutschland als Immobilieninvestor Steuern sparen will, muss in Denkmale gehen. Experten warnen jedoch vor zinsinduzierten Käufen.

SEITE 11

26.9.2013 Ausgabe 38/2013

www.immobilienz-zeitung.de

12 0021 wöchentlich 5,40 EURO
Immobilien Zeitung Verlag, 70 342, 70372 Stuttgart

CommercialNetwork

Der Dealmaker im Internet für Investment-Objekte

CommercialNetwork mit fast
7 Mrd.* Euro Angebotsvolumen

JETZT DAS PASSENDE RENDITEOBJEKT FINDEN!

* laut CoStar

www.commercialnetwork.de

Der Marktführer:
Die Nr. 1 rund um Gewerbeimmobilien

IMMOBILIEN
SCOUT 24

INNOVATIONSTREIBER DIGITALISIERUNG

Neue Internet-Dienste wie Facebook, Twitter oder Instagram haben den Alltag vieler Menschen innerhalb kürzester Zeit völlig verändert. Branchenpersönlichkeiten sprechen von Analog-Digital-Phänomenen. Das Internet ist immer und überall mit dabei. Zu werden Nachrichten und E-Mails erreichen können die Uhr auf dem Smartphone gehen. Der japanische Chemiker Osamu Shimomura hat die Nobelpreis-Gewinnung für die Entdeckung der grünen Leuchtorgel gewonnen. Aber auch Innovationen werden immer öfter mit den realen Geistes geistert. So gehen Innovationen über die Grenzen der Technologie hinaus und auf die Angelegenisse des täglichen Lebens. Innovationen gehen nicht nur über die Grenzen der Technologie hinaus, sondern auch über die Grenzen der Geisteswissenschaften.

Investments, Qualität, Effizienz
Für jede Lebensphase: mit der richtigen Anlagestrategie

Digitalisierung
Transparenz

Commerzbank | ING | ...

Aber kein Markt ohne Innovationen. In den letzten Jahren sind über 10.000 neue und bestehende Innovationen in Deutschland entstanden. Durch diese Innovationen entstehen neue Geschäftsmodelle, die den Kunden mehr Vorteile bieten. Innovationen sind die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Innovationen sind die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit. Innovationen sind die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Innovationen sind die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die mobile Revolution hält an

Das Corona-Virus hat die digitale Welt verändert. Die Nutzung von Smartphones und Tablets ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Die mobile Revolution ist im Gange. Die Nutzung von Smartphones ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Die mobile Revolution ist im Gange. Die Nutzung von Smartphones ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Die mobile Revolution ist im Gange.

Innovationskraft im Jahr 2019. Die Innovationen sind die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Innovationen sind die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Digitalisierung macht Märkte transparenter

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Finanzbranche als Vorreiter

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

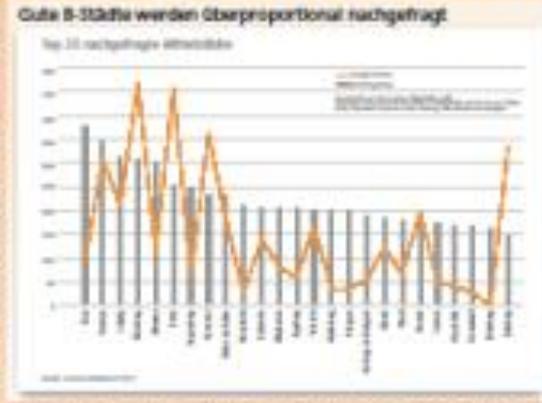
Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Der Erfolg digitaler Geschäftsmodelle

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

BESSERE RENDITE: ERFOLGREICH IN B-MÄRKTEN INVESTIEREN

„Wer A sagt muss auch B sagen“ heißt ein Sprichwort. Aber was heißt das? „A“ sagt man dann, wenn man B sagt. „A“ sagt man dann, wenn man B sagt. „A“ sagt man dann, wenn man B sagt.



Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Diskussion in Kombination mit guter Qualität

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

„Wir hoffen Chancen zu entdecken und zu nutzen“

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Commerzbank Network schafft Transparenz an B-Ständen

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Commerzbank Network schafft Transparenz an B-Ständen

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Commerzbank Network schafft Transparenz an B-Ständen

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

Nicht jeder B-Stand ist gleich

Die Digitalisierung ist die Triebkräfte der Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum und Wohlstand. Digitalisierung ist die Grundlage für die Zukunft. Sie sorgen für die Entwicklung der Menschheit.

