

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 vom 20. Stockwerk der Ariana 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 Erdgeschoss 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 erhabene Ansätze in einer entspannten Atmosphäre, im Hintergrund funktionale Leistungsstärke Technik und zielgerichtete Infrastruktur, die modernsten ökologischen Standards entsprechen.

Von der ersten Idee bis zur Verwertung kommen auch bei dem Büroprojekt „Ariana Boulevard“ auf dem Areal der CO-Nord 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 der Dachgarten, 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

angenehme Erreichbarkeit

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
Karsten Franke ext. 21
Markus Schmidtke ext. 24
Claudia Emrich ext. 13

buhlmann@iz.de
franke@iz.de
schmidtke@iz.de
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 ermächtigt 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.
Kowait Office – Head Quarter
18th Floor, Gulf Tower, Kowait 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.)

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. 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 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 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 Publikumsmagnet – 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 Räumlichkeiten 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-Geber 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 sind die Schlüssellösungen über den Streit zwischen der Stadt Dresden und der Cagfish aus den Medien verschwunden, 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 die damals 48.000 Wohnungen der städtischen Wohnungsgesellschaft Woba Dresden. Inzwischen ist der Woba-Bestand auf knapp 38.000 Einheiten reduziert und die Investitionskosten für den Verkauf des kompletten Pakets prüfen. Wie konkret die Verkaufslösung tatsächlich ausfällt, dazu will sich Cagfish-Sprecherin Britta Benser nicht äußern.

„Wir bewerten, kaufen und verkaufen Wohnungen, da ist verkaufen immer eine Option.“ Ganz entschieden widerspricht Benser der von der Hauszeit Times Deutschland in den Raum gestreuten Behauptung, es würde sich um einen Notverkauf handeln. Die mit einem Wert von 1,8 Mrd. Euro in dem Rückgang der Cagfish eintragsstarken Woba-Einheiten würden demnach unter Wert verkauft werden und würden vorwiegend nur 1,5 Mrd. bis 1,7 Mrd. Euro einbringen. Dazu Benser: „Der Bestand in Dresden ist separatistisch und gegliedert und eine absolute Perle.“ Zudem ist Dresden eine prosperierende Stadt.



Zu den Woba-Beständen gehört auch dieser sanierte Wohnblock in der Windmühlstraße in Dresden-Proitzsch.

Bild: Cagfish

Ebenfalls weist Benser Spekulationen zurück, dass der Stadt Dresden bei einem Verkauf der Woba erneut Geld zuzufießen würde. In der Sozialkarte sei lediglich vermerkt, dass bis 2016 der Gesamtbestand der Woba

nicht unter 25.000 Einheiten reduziert werden dürfte. Die gesamte Bestand dürfte also wohl verkauft werden. Die Verhältnisse der Sozialkarte gingen in diesem Fall in das reine Eigentum über.

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

Informationen vorliegen.“ Generell sind damit die Cagfish und deren Mehrheitsaktionäre Fortuna, der zu erheblichem Druck auf die zweitgrößte deutsche Wohnungsunternehmen kam. Die Cagfish konzentriert in den vergangenen Jahren nicht mit guten Zahlen glänzen und gehört zu den börsennotierten Unternehmen, die als größte Geldverlierer auf der diesjährigen Wochentage des Deutschen Sachverständigen für Wertpapiermarkt (IHW) zu finden sind. [vgl. „Für Anno-AG auf der DSW Geldverliererliste“, Ochsenschläger vom 12.4.2012]. Ein weiteres Problem der Cagfish ist die Kreditlinie 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 Kreditlinie lösen und einen Großteil der im kommenden Jahr fälligen Beträge tilgen.

Unter ganz anderen Vorzeichen, nämlich auf EU-Ebene, erfolgte die bisherigen großen Wohnungsmarktschleusen dieses Jahres bereits im Februar erneut 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. Käme es zu einem Verkauf der Woba-Einheiten, wäre dies wohl der größte Deal auf dem deutschen Wohnungsmarktschleusenmarkt 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, ein Geschäft der S&K Unternehmensgruppe, eine Bürofläche mit gut 2.000 m² Fläche am Torgauer Platz 3 in Leipzig erworben zu haben. Verkäufer W&K Immobilien, welche sich indes erst nach der Eingliederung des Kaufpreises zu dem Deal setzen. Doch der wurde nie bedingt, wie W&K jetzt mitteilen.

DHL verkauft Logistikhalle und mietet sie zurück

ESSEL. Real Estate hat eine 15.000 m² große Dienstleistungshalle im Güterverkehrszentrum am Leipziger Flughafen verkauft. Das Unternehmen agiert bei diesem Projekt erstmalig 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 die Katasterämter der Stadt Leipzig im vergangenen Jahr mit 5.316 Kaufverträgen ca. 190 mehr Transaktionen als 2010. Der Gesamtwert stieg auf rund 1,4 Mrd. Euro, was einem Plus von 47% im Vergleich zum Vorjahreswert entspricht. Die hohe Umsatzsteigerung begründet die Katasterämter mit Kaufpreisen. 234 Mio. Euro erzielten auf fünf Kaufverträge in der Innenstadt. Außerdem verzeichnete die Katasterämter einen Umsatz von 164 Mio. Euro.

Rewe und Gerry Weber mieten im Arsenal

Im Einzelhandels Arsenal, das bis Herbst 2012 am Amalienplatz in der Innenstadt von Weiskirchen entsteht, wird eine rund 1.300 m² große Rewe-Markt eröffnet. Das teilte die Projektpartner M&B und CRE mit. Die 47 Mio. Euro in den 13.000 m² Mietfläche umfassende Center stehen. 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 fertiggestellt. In der nächsten Monats sollen auf dem 6.600 m² großen Grundstück an der Straße Zum Laubkai sieben verschiedene Baustypen im alternativen Stil 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 in Wohngebäuden zugänglich macht.

In Deutschland erfüllen rund 80 Prozent der Energieverbraucher in Wohngebäuden die Energieeffizienz, 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.

ANWENDETE FACHTAGUNGEN

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

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



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

in Deutschland erfüllen rund 80 Prozent der Energieverbraucher in Wohngebäuden die Energieeffizienz, 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 Wohnungsgesellschaften legen heute gesteigerten Wert auf eine moderne, kostengünstige und die Klima möglichst wenig belastende Heizung und Trinkwassererwärmung.

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 das Thema Erdgas.

Im Gespräch gewonnen Erkenntnisse werden besonders nachhaltig. Deswegen werden die Fachkräfte bei den Tagungen von Rednern und Zuhörern ausstichlich 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 Energietechnik? Welche energiepolitischen Entscheidungen werden auf Bundes- oder Landesebene getroffen? Welche Projektprioritäten geben neue und erfolgversprechende Wege bei der Steigerung der Energieeffizienz? - All diese Themen können die registrierten Mitglieder auf der Website netzwerk-erdgas.de verfolgen.

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

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



Angewandte Diskussionen bei den Fachveranstaltungen des NETZWERK ERDGAS beleuchten die neuesten Entwicklungen im Bereich der gewerblichen Erdgasnutzung.

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 den NETZWERK ERDGAS beitreten

ein sachkundiges Publikum. Die Programme der Tagungen betonen, 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

SO WERDEN SIE MITGLIEDER IM NETZWERK ERDGAS

Es ist nur wenige Schritte und man ist Mitglied des NETZWERK ERDGAS. Man muss sich für die Registrierung auf www.netzwerk-erdgas.de anmelden. Man muss nur ein paar persönliche Angaben machen und schon ist man Mitglied. Man kann sich für die Registrierung bei der Landesbank Berlin oder bei der DZG Immobilien in Hamburg anmelden. Die Registrierung ist kostenfrei.

PROJEKT DICOMONATS

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

Advertisement for NETZWERK ERDGAS, including contact information and a QR code.

STUDIE DES IW KÖLN

„Mietpreisbremse ist die Büchse der Pandora“

Die Politik hat sich mit den Wahlkampfversprechungen zu Mietpreisbremse und Vermögenssteuer auf eine „Irrefühler“ beggeben, wenn das Institut der deutschen Wirtschaft (IDW) bei seinem Symposium zum „Wohnungspreisboom in Deutschland“ in Berlin. Es werde ein „verwerfliches Bild“ von den Realitäten auf dem Mietmarkt gezeichnet und dann Maßnahmen ergriffen, die eher Krebs nicht heilen, sondern eher anheizen.

In den von Prof. Michael Vogtländer vorgetragenen Ergebnissen des Gutachtens wird der unbekannte Neubau als „einziger Weg“ betrachtet, um die von der Politik beschuldigte Senkung der Wohnkosten zu erreichen. Eine Regulierung über eine Mietpreisbremse, wie sie die SPD und nun auch die CDU verschlage, vermindere Wohnungsangebot, da der vermögensrechtliche Wert der Wohnung keine die Mieten der erkaufenden schwachen Haushalte deckeln würde. Entgegen dem öffentlich gezeichneten Eindruck wachsen die Mieten zumindest im Bestand nur moderat, sagt Vogtländer. Zwischen dem 3. Quartal 2010 und dem 3. Quartal 2012 seien Vergütungen für Berlin eine Erhöhung der Referenzmieten um 2,2%, bei dem Preissteigerungsindex um 8,1%. Für München seien es ein Verhältnis von 2,8% zu 7,7%. Für Hamburg 4% zu 6,1%. In sei nach ihm, dass die Gruppe der von starker Mietlast Betroffenen kleiner groß sei, als allgemein bekannt. Denn je



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

Immobilienökonom. Die nach dem SPD-Wahlkampf vorgenommenen Preisobergrenzen seien nicht für Untersuchen vorgesehen. Da gebe es nur eine sinnvolle Vermögenssteuer in Höhe von 200.000 Euro. Vogtländer rechnet ein Beispiel vor für eine vermehrte Wohnung mit einem Verkehrswert von 300.000 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 arder wachsen die Mieten an der Substanz der Eigentümervermögen. In der Folge sei die Vermögenswerte von den durch den Preisrückgang verschärft. Hier geht nach Guido Sauer von der Bergischen Universität Wuppertal beim IW-Symposium mit der Politik im Gericht. Er kündigt, Detail oder besser: Alles sei außer Acht zu lassen. Besser solle man sich an den „Jahreslohn Stücken“ um mehr Reallohn kümmern, etwa durch stärkere Nachverdichtung, um Wohnungsbau zu ermöglichen.

Die Überhöhung oder gar eine Immobilienbesitz auf dem deutschen Markt gebe es weiterhin keine Indizien, sagt Vogtländer. Die Finanzierungsbedingungen bleiben stabil. Die Eigenkapitalquote liege auch bei den Haushalten mit einem Nettovermögenswerten von bis zu 2.666 Euro bei 30%. Stabli sei auch der zuzählige Tilgungssatz bei im Schnitt 7%. Auch Franz Sören, Leiter der Immobilienmarktorschung von Research, stehi sich keine Gefahr der Überhöhung. Deutsche Postbank sei in Immobilien mit 2011 seien etabliert mit einer „unvergleichlich positiven Finanzentwicklung, geprägt mit schwacher Stabilität“ in der jüngeren Vergangenheit zu erklären. Die Bundesbank werde sich eine Weile zählehen, in Bezug auf Überhöhung mit der Anzahl Mieten im Auge behalten werden. Han Jansen, Direktor Marketing Research bei der niederländischen Bank ABN, nennt im europäischen Vergleich Deutschland ein „Land, wo es gut läuft“. Im Gegensatz insbesondere zu den schwer kriselnden Niederlanden, wo die Wohnimmobilienwerte um 22% gesunken seien und einer Million Haushalte mit Immobilienbesitz die Über-

scheidung drohe. Deutschland mit einer Finanzkapitalrate von rund 47% (Niederlande 51%, Frankreich 57%) ist und bleibt ein „Mietland“, sagt Jansen. Laut einer Forschungs-Umfrage gebe eine Mietpreisbremse in Deutschland früher mit einer Bevölkerung 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 unbefriedigte Planungssicherheit besitzen. Eine Reform sei für Wiederentwicklung, aber nicht für Neuentwicklung vorgesehen. Wagner sagte, eine Vermögenssteuer sei notwendig, um „unser inkomplett Kapitalstruktural“ zu reparieren.

Andreas Matthes, Chef des Zentralen Immobilien Ausschusses (ZIA), der die IW-Studie in Auftrag gegeben hat, hält sich von der gesamten Politik einschließlich der CDU „enttäuscht“, wie er zum Auftakt des ZIA-Tages in Berlin-Borsdorf sagte. Seine Brandidee, ein „stabilisierendes Alibi“ der Komplexität, stehi für ihn 30% des deutschen Bruttoinlandsprodukts sowie 12% der Arbeitsplätze und werde in Bilanz noch nie dagewesener Weise von der Politik bedroht (zur Bedeutung der Immobilienwirtschaft lesen Sie hier: „Das ist die Annehmlichkeit“, SZ 22. Seite 3). Wegen hoher Kosten und Grundstückskosten in großen Städten seien Ertragspotenzialen von 6 bis 10 Euro/m² verlangt worden. Die orientalische Vergleichsweise aber läge nur bei etwa 7 Euro/m². Nach dem Mieterschutz sei die Wohnungswirtschaft gesunken, auf 7,7 Euro/m² zu gehen, was einem Verlust von 2,10 Euro/m² betraue. Die Mietpreisbremse werde sich als die „Büchse der Pandora“ erweisen, sagte Matthes weiter. (az)



www.zd.de/sundiestagswahl.de

sar die rund 15 Mio. Menschen in Deutschland, die in Häufungsgebieten leben, seien überwiegend mit möglichen Mieterschutzmaßnahmen konfrontiert. Im Übrigen die Republik gebe es an Schranke und Lernland, die die Politik aber ignoriere. Das IW Köln werde für Preisobergrenzen, die die Realitäten einer Vermögenssteuer, wie er CDU und SPD planen, mit sich bringe. Je nach Preis-Miet-Relation in einer Stadt könne diese einen Anstieg der Mieten in Höhe von 1,5% bis 2,5% bedeuten, wenn der

LEBEN IMMOBILIEN Verkaufserlöse sorgen für Ergebnisdruck

Die LEBW-Immobilien-Gruppe, eine Tochter der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW), hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012 eine erhebliche Ergebnisdrückung hinnehmen müssen. Der Projekterlöse und Dienstleister profitierte von deutlich höheren Verkaufserlösen aus Projektentwicklungen sowie Veräußerungen. Der Verkaufserlös stieg von 0,5 Mrd. Euro auf 7,8 Mrd. Euro, der Konzernüberschuss wuchs von 0,5 Mrd. Euro auf 27,2 Mrd. Euro. Hier die nächsten beiden Jahre rechnet die LBBW-Tochter mit Verkaufsergebnissen von rund 80 Mrd. bzw. 30 Mrd. Euro.

CEWISSIMMOBILIEN Refinanzierungslücke deutlich gesunken

Bei der Refinanzierung europäischer Gewerbeimmobilien bis 2014 ist die Kapitalbedürftigkeit in den vergangenen sechs Monaten von 86 Mrd. auf 50 Mrd. USD gesunken, berichtet IIZ. Dabei ist auch das gesamte Refinanzierungsvolumen um 17% zurückgegangen. Für die nächsten beiden Jahre rechnet IIZ, dass in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Schweden die Finanzierungsbedürftigkeit der Nachfrage deutlich übersteigen werden. Grund ist die größere Rolle von Rufs und Verkäufen, 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 Rats von EY vertreten die Institute zusätzlich auch ihre Ziele für die Zukunft. Sollten alle geplanten Investitionen umgesetzt werden, soll die Quote Ende dieses Jahres bei 7,6% der Gesamtvermögens steigen. Angewandt werden soll vor allem die Potenziale in Deutschland und Nordamerika. Verloren dieser Entwicklung sind die Immobilienmärkte in Europa (außerhalb Deutschlands). Stünden die Zeichen im vergangenen Jahr noch auf Aufschwung, kalten sich laut der Investitions- und Dienstleistungspläne für die Region die Wege (je 5,7%). Für Deutschland stehen die Aussichten jedoch auf „grün“. 87% der befragten Akteure werden weiter über Immobilien kaufen (vor 80% Verkäufer). Befragt wurden 50 Firmen der Versicherungszweige (Rückstellungen über 50%) mit einem durchschnittlichen Immobilienvermögen von jeweils rund 2,6 Mrd. Euro. Unter den Auslandsmärkten sind Nordamerika an der Spitze. Über welche jeder Zweite investieren, vor allem über die vier weitere Investoren bekannt. Auch der

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 zusammen mit. Zwischen MPIM und IFO BAK hat sich der Tag der Immobilienwirtschaft damit bestätigt als „der“ Jahresveranstaltungen und als Networking-Plattform etabliert. Ein Indikator dieser besonderen Entwicklung ist nicht anders: Mit 170 Mitgliedern – darunter 21 Verbände – ist der ZIA als Stimme der Immobilienwirtschaft und konstruktiver Partner in der Politik gewachsen.



... (Caption text is partially illegible)

Nach schon traditionell geben sich Spitzenpolitiker die Klinke in die Hand. Zu Gast waren u.a. der Bundesminister Altvater, Schäuble und Knaus und auch der Kanzlerkandidat der SPD Peer Steinbrück ging auf Tagung mit der Branche. Während Steinbrück mehr die Verdienste der SPD verteidigte, wurde Bundesfinanzminister Schäuble vor Steuererhöhungen und hoch die Bedeutung der Branche hervor. Bundesverkehrsminister Altmair betonte, wie wichtig ihm der Dialog mit der Immobilienwirtschaft ist. In die gleiche Kategorie schlug Peer Knaus: „Ja freut mich, dass der Immobilienverband ZIA den Bundesrat bereits jederzeit als kritischer Dialogpartner zur Verfügung steht.“



... (Caption text is partially illegible)



... (Caption text is partially illegible)



... (Caption text is partially illegible)



... (Caption text is partially illegible)

WOHNUNGSEIGENTUMSRECHT

Auch Erwerber haben schon WEG-Rechte

Stelligkeiten in Wohnungseigentums... (WEG) sind keine Selbstenheit. Richtig problematisch wird es aber, wenn Rechtsfragen zu klären sind, solange die Eigentümer noch nicht in das Grundbuch eingetragen sind...

In der Literatur und auch in der Rechtsprechung ist die Rechtslage der wohnungseigenen Wohnungseigentümergemeinschaft schon seit längerer Zeit bekannt. Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte bereits im Jahr 2008...

Doch was genau ist die wohnungseigenen Wohnungseigentümergemeinschaft und aus welchem Grunde ist sie eigentlich erforderlich? Das Wohnungseigentumsgesetz ist grundsätzlich ein offenes Gesetz...



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

In der Vergangenheit gab es beispielsweise Fälle, in denen die mitzunehmenden Erwerber nicht zu Eigentümergemeinschaften geladen wurden oder andere Erwerber die Zahlung der Hausgelder verweigert haben. Die Begründung war jeweils die fehlende Eintragung in das Grundbuch...

Baufrüher und Erwerber streiten oft um die letzte Rate

Die letzte Rate ist jedoch oft billig nach der Abnahme im Sinne des § 640 BGB. Sofern bei dieser Mängel vorliegen, verweigert oft die Erwerber die Abnahme und zahlt deshalb die letzte Rate nicht.



„Er kann Johnn dauern, bis neben dem letzten Eigentümer ein weiterer Eigentümer ins Grundbuch eingetragen wird.“

Der Baufrüher steht sich demnach gegenüber auch nicht in der Pflicht, die für die Eintragung ins Grundbuch erforderlichen Erklärungen abzugeben. Stattdessen müssen Gerichte klären die Frage der Abnahmeverweigerung.

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.

Gleiche Rechte und Pflichten für die Erwerber?

Die wohnungseigenen Wohnungseigentümergemeinschaft entsteht, sobald diese drei Voraussetzungen zusammen den ersten Erwerber getroffen sind. Sofern diese drei Voraussetzungen bei weiteren Erwerbungen gegeben sind, werden diese Erwerber ebenfalls zu genau der wohnungseigenen Wohnungseigentümergemeinschaft geladen.

Ein kommt vor, dass neben dem Baufrüher bereits 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

im Grundbuch eingetragen ist (so genannte Zweiterwerb), also unter Umständen auch erst nach vielen Monaten, obwohl der Kaufvertrag schon unterzeichnet, die Auflassung

vereinbarung eingetragene sind. Dies der Recht eingehend wurde. Dann stellt sich die Frage, ob der „spätere Erwerber“, der von Baufrüher kauft, ebenfalls wie der Zweiterwerb oder wie ein wohnungseigenen Wohnungseigentümer zu behandeln ist. Als Zweiterwerb hätte der Erwerber nicht die Rechte und Pflichten eines Wohnungseigentümers. Am wohnungseigenen Wohnungseigentümer dagegen schon.

Spätere Erwerber werden wie wohnungseigenen Eigentümer behandelt

Der BGH hat im Mai dieses Jahres entschieden, dass der „spätere Erwerber“ wie ein wohnungseigenen Wohnungseigentümer zu behandeln ist. Dies begründet der BGH unter anderem mit dem Rückverbleiben, welche beim Erwerb vom Baufrüher gegeben sind, vor allem wegen der mit der Abwicklung von Gewährleistungsgeschäften verbundenen Vertragsgruppen der Eigentümerschaft...

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

FOKUSIERTE 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 mbH Investoren aus dem In- und Ausland, Projektentwicklungs-gesellschaften und andere Unternehmen der Immobilienwirtschaft sowie Städte und Betriebe der öffentlichen Hand.

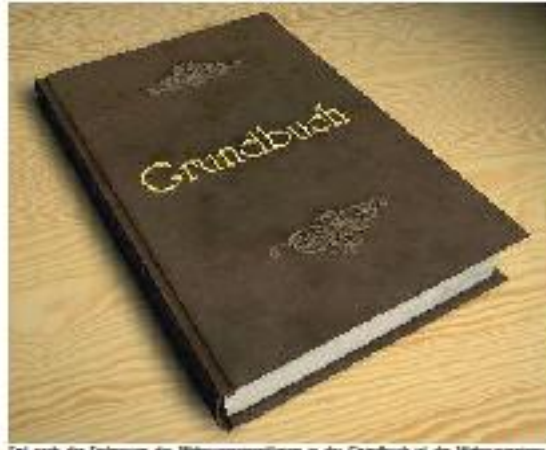
Am 26. September 2012 wird die KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft ihr fünftes volles Geschäftsjahr beschließen. Mit insgesamt über 180 anwaltlichen Beschäftigten hat sie sich in dieser kurzen Zeitspanne bereits als eine der größten Full Service-Kanöten in Deutschland etabliert. An 15 Standorten demonstriert die Rechtsanwalts-gesellschaft besonders Nähe zum Mandanten. In den Mandanten kommt auch zu, dass die Kanzlei fest sitzt und ist im weltweiten KPMG-Netzwerk und ist daher selbst in vielen aufgabenkritischen Situationen rechtliche Beratung und Unterstützung hoher Qualität vermitteln kann. Seit 2007 berät die KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft im Bereich Bau- und Immobilienwirtschaft die Erneuerung im Immobilienwirtschaftlichen in der Practice Group Bau- und Immobilienwirtschaft. Experten in Grundbuchrecht, 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 bewiesen, 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.

Eingepflichtete 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 internen begleiteten Immobilientransaktionen oder Restrukturierungen, für die abgestimmte Vertragsentwürfe und Scheinverträge von der Rechtsanwalts-gesellschaft entwickelt 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 BERATUNGSSCHWERPUNKTE 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
Werkstoff
- Asset- und Property Management-Verträge
- Mietrecht
- Gewährleistungswahlprüfung



Nach der Eintragung des Wohnungseigentümers 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. +49 351 21288-671
malldieckmann@kpmg-law.com



Dr. Stefan Zajonc
Rechtsanwalt, Director
Tel. +49 60 96 1196-515
szejonc@kpmg-law.com



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 7



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, 77 342, 69229 Mannheim

CommercialNetwork

Der Dealmaker im Internet für Investment-Objekte

CommercialNetwork mit fast
7 Mrd.* Euro Angebotsvolumen

JETZT DAS PASSENDE RENDITEOBJEKT FINDEN!

* laut Euromonitor

www.commercialnetwork.de

Der Marktführer:
Die Nr. 1 rund um Gewerbeimmobilien

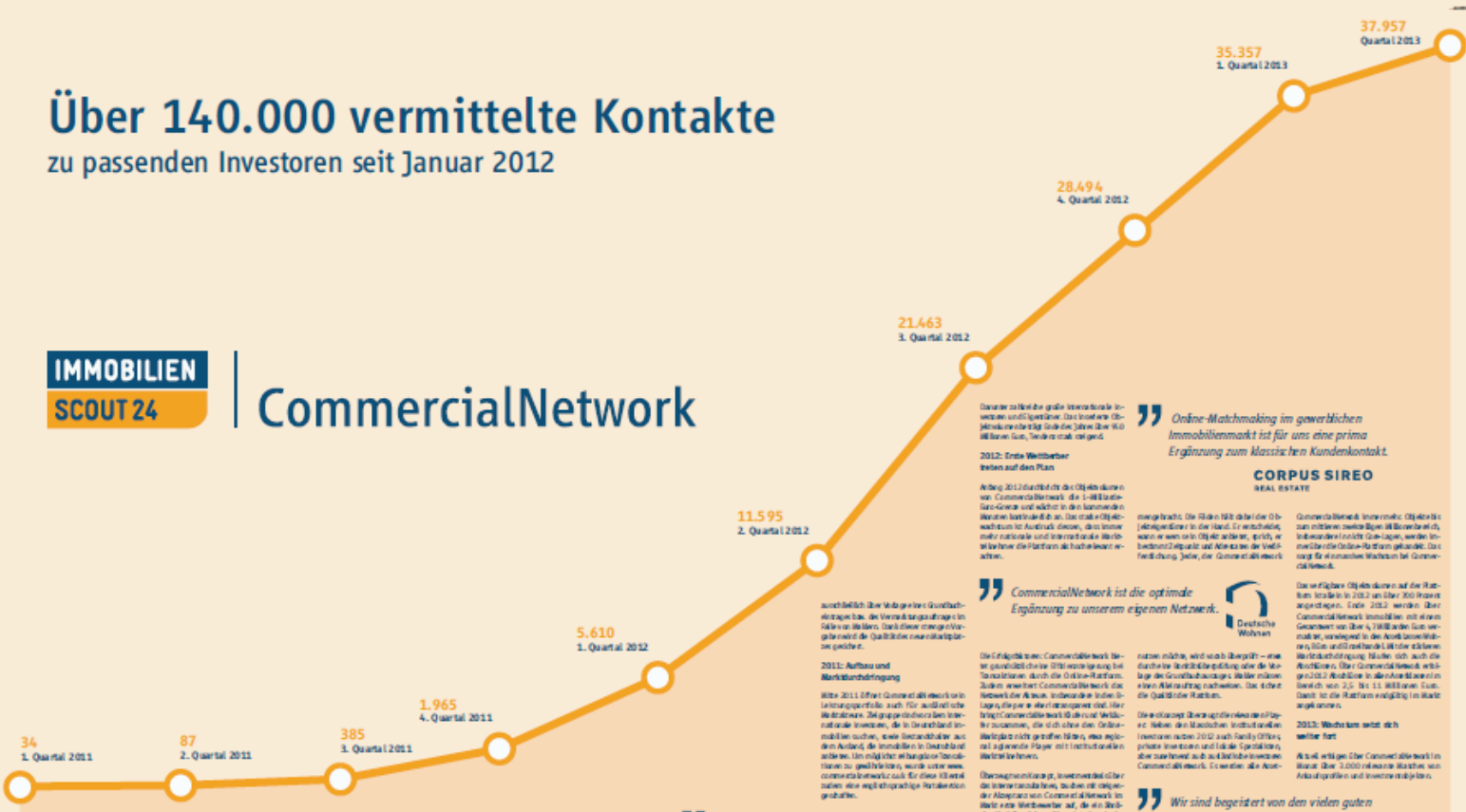
IMMOBILIEN
SCOUT 24

Sample "panorama ad": two opposite pages with print on the inner margins.

Über 140.000 vermittelte Kontakte zu passenden Investoren seit Januar 2012

**IMMOBILIEN
SCOUT 24**

CommercialNetwork



CommercialNetwork: 30 Monate erfolgreicher Track Record

Jeden Monat vermittelt der digitale Online-Marktplatz von ImmobilienScout24 über 1.000 neue Kontakte

2009: Gründung in Berlin
Die Idee, einen online-Börse für die Suche nach Immobilien zu schaffen, wird 2009 realisiert. Das Berliner Startup StartupScout24 entwickelt den Online-Marktplatz für die professionelle Immobilienbranche. Über die Plattform sollen die richtigen Kontakte zwischen Investoren und Immobilienmaklern hergestellt werden. Die Idee wird durch den Erfolg von ImmobilienScout24 bestätigt.

2010: Expansion nach Deutschland
Die Plattform wird von Berlin nach München und Köln ausgedehnt. Die Expansion erfolgt über die Gründung von Tochtergesellschaften in den neuen Märkten. Die Plattform wird durch den Erfolg von ImmobilienScout24 bestätigt.

2011: Ausweitung auf den europäischen Markt
Die Plattform wird nach London, Paris und Madrid ausgedehnt. Die Expansion erfolgt über die Gründung von Tochtergesellschaften in den neuen Märkten. Die Plattform wird durch den Erfolg von ImmobilienScout24 bestätigt.

2012: Wachstum und Marktdurchdringung
Die Plattform wird nach Frankfurt, Düsseldorf und Köln ausgedehnt. Die Expansion erfolgt über die Gründung von Tochtergesellschaften in den neuen Märkten. Die Plattform wird durch den Erfolg von ImmobilienScout24 bestätigt.

2013: Internationalisierung
Die Plattform wird nach New York, Los Angeles und Sydney ausgedehnt. Die Expansion erfolgt über die Gründung von Tochtergesellschaften in den neuen Märkten. Die Plattform wird durch den Erfolg von ImmobilienScout24 bestätigt.

„Mit CommercialNetwork vermarkten wir auch schwierige Objekte erfolgreicher.“

Sirius

Real Estate

Durch CommercialNetwork haben wir die Möglichkeit gefunden, unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

„Wir sind begeistert von den vielen guten Investorenkontakten, die wir über CommercialNetwork generieren.“

WÜRTH

Die Würth Gruppe hat über 1.000 Immobilienprojekte in Deutschland. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

„Online-Matchmaking im gewerthchen Immobilienmarkt ist für uns eine prima Ergänzung zum klassischen Kundenkontakt.“

CORPUS SIROO

REAL ESTATE

Das Unternehmen hat über 1.000 Immobilienprojekte in Deutschland. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

„CommercialNetwork ist die optimale Ergänzung zu unserem eigenen Netzwerk.“

Deutsche Wohnen

Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

2012: Absolute große Deals erzielt

Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.

Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten. Die Plattform ist ein sehr effektives Instrument, um unsere Objekte zu vermarkten.