

ANGERMANN™

Seit 1953.

inpuncto

» Informationen » Unternehmen » Märkte

AUSGABE 1 | 2011

» M & A:

Vertrauen ist gut,
Compliance ist besser S. 04

» Nord Leasing:

Innovatives Sale & Lease Back
für den Mittelstand S. 06

» Jubiläum:

20 Jahre Angermann Berlin S. 15

» Standortattraktivität:

Die Macht der
Magnet-Mieter S. 18

Impressum

Herausgeber:

Horst F. G. Angermann GmbH
 ABC-Straße 35
 20354 Hamburg

Redaktion:

Christian Schön (Chefredakteur)
 Tel. 040 / 3 49 14 - 122
 Fax 040 / 3 49 14 - 251
 christian.schoen@angermann.de

Dr. Hans Bethge
 Claus Herrmann
 Frank Pönisch
 Andrea Tondorf
 Bernd Unterberger
 Alanna Vivell

Bildnachweis:

Horst F. G. Angermann GmbH
 Peter Kaus
 www.istockphoto.com

Layout:

Thees Mendt
 post@mendtwerk.de

Druck:

Silber Druck oHG
 Am Waldstrauch 1
 34266 Niestetal
 www.silberdruck.de

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,



von dem irischen Schriftsteller und Nobelpreisträger George Bernard Shaw stammt der Satz: „Tradition ist eine Laterne, der Dumme hält sich an ihr fest, dem Klugen leuchtet sie den Weg.“ Ganz im Geiste dieses Zitates war es Angermann als Unternehmen immer wichtig, Werte wie Seriosität, Unabhängigkeit und Verlässlichkeit als Fundament zu betrachten, auf dem neue Ideen und Geschäftsmodelle wachsen können. Ein Beispiel für den Erfolg dieser Unternehmensphilosophie ist das zwanzigjährige Jubiläum unserer Berliner Niederlassung. Mit großem Engagement und großer Zielstrebigkeit schaffte es das dortige Team, sich am Immobilienmarkt der Hauptstadt kurzfristig zu positionieren und langfristig zu etablieren.

Erst am Anfang ihrer Entwicklung steht hingegen die neugegründete Nord Leasing, die im Bereich des Sale & Lease Back von gebrauchtem mobilem Anlagevermögen tätig ist. Mit NetBid / Angermann & Lüders verfügt das junge Unternehmen jedoch über

einen Kooperationspartner, der mit seiner Erfahrung den Weg leuchtet.

Neben diesen beiden Themen bieten wir Ihnen in der aktuellen Ausgabe von inpuncto noch viele weitere Einblicke rund um das Betätigungsfeld der Angermann Gruppe. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen.

Dr. Torsten Angermann FRICS

Inhalt

MERGERS & ACQUISITIONS

Vertrauen ist gut,
 Compliance ist besser 04

Stationäre Einzelhändler
 suchen Onlinezugang 09



CORPORATE FINANCE

Innovatives Sale & Lease Back
 für den deutschen Mittelstand 06

REAL ESTATE

Herausforderung Bürorumzug 10



SIM – Eine Sinnvolle
 Investitions Möglichkeit? 12

20 Jahre Angermann Berlin 15



Die Macht der
 Magnet-Mieter 18



Gute Aussichten für
 den Kölner Büromarkt 24

MACHINERY & EQUIPMENT

Flexible Vermarktungs-
 experten 20



BUSINESS CONSULTANTS

Schnittstelle Unternehmens-
 beratung: 1 + 1 = 3 22

Vertrauen ist gut, Compliance ist besser

Die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien erleichtert nicht nur im täglichen Leben das Miteinander, sondern auch im Rahmen eines M&A-Prozesses. Doch selbst für Insider ist die sogenannte Compliance (Regelkonformität) häufig ein Buch mit sieben Siegeln. Das liegt zum einen an dem Begriff, der viele Rechtsnormen umfasst. Zum anderen hängt der gelebte Verhaltenskodex so stark von der jeweiligen Unternehmenskultur ab, dass eine Definition allgemeingültiger Regeln kaum möglich ist.



Im Vordergrund der relevanten Normen stehen natürlich Aktien- und Kartellrecht. Des Weiteren gibt es eine Vielzahl von Regeln, die in unterschiedlichen Unternehmensteilen von Bedeutung sind. Dazu gehören beispielsweise die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung (GoB). Ihre Verletzung kann im Rahmen einer Transaktion zu erheblichen Konsequenzen (zum Beispiel Schadenersatz) führen, bei denen womöglich auch die Organe der Gesellschaft selbst in Anspruch genommen werden.

Wie können Verkäufer und Käufer sich nun vor solchen bösen Überraschungen schützen?

Gerade im Mittelstand besteht beim Thema Compliance ein erheblicher Nachholbedarf. Viele eigentümergeführte Unternehmen werden auch heute noch nach Gutsherrenart regiert, ohne dabei die Spätfolgen bei einem Unternehmensverkauf zu bedenken. Hierzu zählen unter anderem die unterschiedlichen Manöver zur Steuervermeidung, die in einem Veräußerungsprozess zu Beanstandungen führen können. Spätestens, wenn die Informationen

für den Datenraum aufbereitet werden, sollte es deshalb möglich sein, ein völlig transparentes Bild zu liefern.

Ein kritischer Punkt hierbei ist die Frage, wie Vertraulichkeit sichergestellt werden kann. Aufgrund fehlender Strafbewehrung und problematischer Beweisführung erweisen sich Vertraulichkeitserklärungen im Ernstfall häufig als stumpfes Schwert. Für viele Unternehmen ist es deswegen ein heikles Unterfangen, die vom Käufer geforderten sensiblen Informationen, wie zum Beispiel Identität von Kunden und Lieferanten, Kostenstrukturen, Einkaufspreise, Kalkulationsunterlagen und persönliche Mitarbeiterdaten, preiszugeben. Das gilt insbesondere, wenn der potenzielle Käufer ein Wettbewerber ist oder aus dem eigenen Marktumfeld kommt. Der Verkäufer befindet sich dann im Spannungsfeld zwischen Vertrauensaufbau einerseits und gesundem Misstrauen andererseits sowie der Forderung nach vollständiger Transparenz einerseits und dem Schutz des Unternehmens vor der Preisgabe von existenziellen Know-how andererseits. Trotz dieses Zwiespalts muss der Verkäufer den Käufer aufklären, wenn er erkennt, dass ein Sachverhalt für diesen von Relevanz sein könnte.

Hegt ein Verkäufer generell auch nur die leisesten Bedenken, so sollte er der jeweiligen Transaktionsvorbereitung eine sogenannte Vendor's Due Diligence voranstellen. Durch diese selbst initiierte Prüfung ist er in der Lage, sämtliche Compliance-relevanten Tatbestände in die Dokumentation aufzunehmen. Etwaige Schwachstellen können dann entweder bereinigt oder aber im Verkaufsprozess angesprochen werden. In jedem Fall werden sie eingepreist und schützen vor unliebsamen Enthüllungen bei der Buyer's Due Diligence. Der Käufer wird nämlich die für die Compliance sensiblen Bereiche in seiner eigenen Unternehmensprüfung in jedem Fall



abdecken und in seine Verhandlungsstrategie einbauen. Es sind sogar Fälle bekannt, in denen erst nach Closing im Rahmen einer Compliance Due Diligence gezielt nach einschlägigen Verstößen gesucht wurde, um sie dann gegen einen vorher großzügig bemessenen Kaufpreiseinbehalt aufzurechnen. Inwieweit ein solches Verhalten seinerseits dann gegen Compliance-Regeln (z. B. Treu und Glauben) verstößt, bleibt allerdings zu prüfen.

Zu beachten ist auch, dass in unterschiedlichen Jurisdiktionen Compliance unterschiedlich interpretiert wird. Es empfiehlt sich, die jeweils strengsten Maßstäbe anzulegen, da für einen Verkäufer vorab kaum absehbar ist, aus welchem Staat der Käufer letztlich kommen wird. Ein guter Gradmesser ist die US-Gerichtsbarekeit, die als Vorreiter in diesem juristischen Bereich gilt.

Auch die Phase zwischen Signing und Closing ist zwangsläufig keine Compliance-freie Zone. Gerade hier lauern Fallstricke. So wachen die Kartellbehörden zum Beispiel zunehmend über das Verbot des sogenannten „Gun Jumping“: Darunter versteht man die Praxis, vor der eigentlichen Bewilligung der Transaktion unumkehrbare Fakten zu schaffen. Es ist daher in dieser Phase von beson-

derer Bedeutung, die Vertraulichkeit zwischen den Unternehmen zu wahren, da dem Käufer noch nicht jede Information aus dem zu veräußernden Unternehmen offengelegt werden darf.

Nach der Übernahme besteht ebenfalls Gefahr, gegen Compliance-Richtlinien zu verstoßen. Das passiert zum Beispiel dann, wenn einem Konzern bei der Veräußerung einer Einheit Wettbewerbsverbote auferlegt werden, die in der Regel gruppenweit gelten, also auch von sämtlichen verbundenen Unternehmen einzuhalten sind. Natürlich trifft Compliance auch die Berater, die ständig auf der Hut sein müssen, Interessenkonflikte zu vermeiden. Je größer eine Investmentbank, eine Anwaltssozietät oder eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit, dass parallele Mandate miteinander in Konflikt treten. Nur eine sorgfältige Überprüfung sowie vor allem vollständige Transparenz gegenüber den Mandanten können dieser Situation vorbeugen.

Kontakt:
Dr. Hans Bethge
040/349 14-160
hans.bethge@angermann.de

Nord Leasing schließt Gründungsphase ab

Innovatives Sale & Lease Back für den deutschen Mittelstand

Freude bei der Nord Leasing GmbH in Hamburg: Mit der durch die BaFin erteilten Geschäftserlaubnis konnte die Ende letzten Jahres begonnene Gründungsphase des Unternehmens erfolgreich abgeschlossen werden. inpuncto sprach mit den Geschäftsführern Thomas Vinnen und Clemens Fritzen.

Welche Ziele verfolgt die Nord Leasing?

Vinnen: Zunächst einmal ist es schön, dass wir nach der intensiven Planungs- und Vorbereitungszeit nun endlich durchstarten können. Kurzfristiges Ziel ist es, unseren Bekanntheitsgrad stetig zu steigern und uns am Markt zu positionieren. Langfristig streben wir die Marktführerschaft im Bereich des Sale & Lease Back von gebrauchtem mobilem Anlagevermögen an.

Worauf basiert das Geschäftsmodell und was ist das Besondere daran?

Vinnen: Wir verstehen uns als Partner für mittelständische Unternehmen mit Liquiditätsherausforderungen. In dieser Funktion bieten wir Firmen die Möglichkeit, ihre gebrauchten, werthaltigen Maschinen und maschinellen Anlagen zu verkaufen und anschließend zurückzuleasen. Durch diese als

Asset Based Finance bekannte Finanzierungsform können stille Reserven gehoben werden, sodass frische Liquidität zugeführt wird. Außerdem bedeutet die damit einhergehende Verbesserung der Bilanzstrukturen einen leichteren Zugang zu weiteren Finanzierungsmodellen. Ein besonderes Alleinstellungsmerkmal von Nord Leasing ist die enge Verbindung mit NetBid/Angermann & Lüders, die seit nahezu sechzig Jahren in der Bewertung und Vermarktung von Industriegütern tätig sind.

Was sind die Gründe für NetBid/Angermann & Lüders, sich in diesem Marktsegment zu engagieren?

Fritzen: Mit der in Deutschland wohl einzigartigen Kombination aus Bewertungs- und Vermarktungskompetenz in Verbindung mit Sale & Lease Back haben wir bereits mit der Maturus Finance sehr gute Erfahrungen gemacht. Nachdem wir die Beteiligung an Maturus aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die zukünftige strategische Ausrichtung

des Unternehmens aufgegeben hatten, waren wir sehr daran interessiert, bei der Entwicklung eines Nachfolgeunternehmens mitzuhelfen und unser langjähriges Know-how auf dem Gebiet mit einzubringen. Die Nord Leasing verfügt somit, trotz der jungen Unternehmensgeschichte, über einen reichhaltigen Erfahrungsschatz im Sale & Lease Back und in der Mittelstandsfinanzierung.

Welche Vorteile ergeben sich aus der Kooperation für den Kunden?

Fritzen: Ein wesentlicher Vorteil besteht darin, dass die Bearbeitung der Finanzierung aus einer Hand erfolgt, da keine externe Vermarktungskompetenz herangezogen werden muss. Daraus ergeben sich kurze Kommunikationswege sowie ein hohes Maß an Flexibilität und Transparenz. Wie die lange und erfolgreiche Unternehmensgeschichte belegt, verfügen NetBid/Angermann & Lüders zudem über hervorragende Kenntnisse und Kontakte im Sekundärmarkt für Maschinen und Anlagen. Dies ermöglicht es im Gegensatz zu klassischen Finanzdienstleistern, dem Kunden im Rahmen der Finanzierung bis zu 80% des Marktwertes zur Verfügung zu stellen.

Wie stellt Nord Leasing die eigene Finanzierung sicher?

Fritzen: Als junges Unternehmen profitieren wir sicherlich von der guten Reputation, die sich die Angermann Gruppe in den letzten Jahrzehnten bei Kreditgebern erworben hat und die auch unsere Refinanzierungslinie gewährleistet. Mit Landes- und Privatbanken stehen uns starke Partner zur Seite. Das ermöglicht es, dass die Refinanzierung auf die Bonität unseres Hauses abgestellt wird und nur nachrangig auf die Bonität unserer Kunden.

Wie schützen Sie sich vor Ausfällen?

Fritzen: Wie die Finanzkrise und die Geschehnisse in Japan gezeigt haben, kann es immer Ereignisse oder Entwicklungen geben, die einen Einfluss auf den Wiederverkaufswert der angekauften Maschinen und Anlagen haben. Unser Schutz ist die Vermeidung von sogenannten Klumpenrisiken. Außerdem fokussieren wir uns nicht nur auf eine Branche, sondern sind breit aufgestellt.

Viele mittelständische Unternehmer haben Angst, mit dem Verkauf ihres mobilen Anlagevermögens an Einfluss zu verlieren. Wie begründet sind diese Bedenken?

Vinnen: Sie sind verständlich, aber unbegründet. Stattdessen garantiert der bonitätsunabhängige »



Thomas Vinnen

Thomas Vinnen (43) war acht Jahre in leitender Funktion für die DaimlerChrysler AG im In- und Ausland tätig. Nach einer anschließenden Station als Geschäftsführer eines Dienstleistungsunternehmens für Vertriebs- und Marketingservices konnte der gelernte Bank- und Diplom-Kaufmann in den Jahren 2007 bis 2009 die WCF Finetrading AG als Alleinvorstand zum führenden Anbieter der Einkaufsfinanzierung in Deutschland entwickeln. Nach dem Verkauf des Unternehmens und einer Beratertätigkeit hat Thomas Vinnen die Gründung der Nord Leasing GmbH unter dem Dach der Angermann Gruppe federführend gestaltet und fungiert als Geschäftsführer des Unternehmens.



Clemens Fritzen

Clemens Fritzen (47) betreute als studierter Volkswirt mehrere Jahre das Kredit- und Firmenkundengeschäft bei der Vereins- und Westbank und bei der Bayerischen Vereinsbank bevor er 1996 zur Lüders & Partner OHG wechselte. Seit 1999 leitet er gemeinsam mit Max M. Lüders die NetBid Industrie-Auktionen AG und seit 2002 die Angermann & Lüders GmbH & Co. KG. Clemens Fritzen zählt zu den Pionieren des Asset Based Finance Ansatzes in Deutschland und hat als Geschäftsführer und Gesellschafter die Vorgängergesellschaft der Nord Leasing erfolgreich im Markt weiterentwickelt. Er ist Gründer der Nord Leasing GmbH und fungiert als Geschäftsführer des Unternehmens.

Finanzierungsansatz dem Unternehmer sogar seine Eigenständigkeit, da es uns vorrangig um die Werthaltigkeit der Maschinen und Anlagen geht. Der Kunde kann somit das mobile Anlagevermögen auch nach dem Verkauf weiterhin uneingeschränkt nutzen. Unser „Pay-as-you-earn-Angebot“ erlaubt es zudem, die Leasingraten, die steuerlich voll abzugsfähig sind, aus den erwirtschafteten Umsätzen zu finanzieren. Letztlich ist zu konstatieren, dass die unternehmerische Freiheit und der strategische Handlungsspielraum durch die Zufuhr liquider Mittel maßgeblich erhöht statt verringert werden.

Hat sich die Bereitschaft zum Sale & Lease Back in den letzten Jahren erhöht?

Vinnen: Aufgrund der Finanzmarktkrise und der damit einhergehenden Kreditverknappung hat sich das Bewusstsein bei den Unternehmen verstärkt, dass es ungünstig ist, von nur einem Finanzierungsmodell oder einem Geldgeber abhängig zu sein. Aus diesem Grund wird mittlerweile vielfach eine breit gefächerte Finanzierung bevorzugt. Bei eigenkapitalschwachen Unternehmen steht Sale & Lease Back oftmals am Anfang einer Finanzierungskette. Durch das Heben der stillen Reserven und der Verbesserung der Bonität sind zuletzt nicht mehr zugängliche Finanzierungsmodelle wieder realisierbar.

Sind sonstige Entwicklungen zu beobachten?

Vinnen: Viele Unternehmen stehen in diesem Jahr vor der Situation, dass ihre Mezzanine-Finanzierungen auslaufen. Dies kann insbesondere dann zu einem Finanzierungsengpass führen, wenn sich das Rating verschlechtert hat. Die Zuführung von Liqui-

dität in Form von Eigenkapital ist in diesem Fall notwendig. Hierbei kann der Sale & Lease Back Ansatz maßgeblich helfen, indem eine Innenfinanzierung stattfindet.

Inwieweit stellt Nord Leasing eine Konkurrenz zu den Banken dar?

Vinnen: Wir stehen nicht in Konkurrenz zu den Kreditinstituten, sondern sehen uns als ergänzendes Instrument zu den Hausbanken. Die meisten unserer potenziellen Kunden können aufgrund ihrer unzureichenden, für bestimmte Finanzsituationen nicht ausreichenden

Bonität von den Kreditinstituten gar nicht oder nur unzureichend bedient werden. Durch die Erhöhung des Eigenkapitals aufgrund eines Sale & Lease Backs können alte Kredite zurückgeführt werden, und die Kreditwürdigkeit wird verbessert.

Für welche Kunden ist Ihr Produkt interessant?

Vinnen: Unser Kundenkreis besteht aus Unternehmen, die sich entweder in einer Wachstumsphase befinden oder mit einer Liquiditätsherausforderung konfrontiert sind und deshalb zeitnah Liquidität benötigen. Wichtig ist es, zu beachten, dass die Unternehmen unterschiedliche Strukturen aufweisen. Von daher legen wir großen Wert auf eine individuelle Beratung und persönliche Gespräche, durch die wir gemeinsam mit dem Kunden klären, ob und inwieweit unser Produkt für das jeweilige Unternehmen infrage kommt.

Worauf freuen Sie sich in den kommenden Monaten?

Vinnen: Gemeinsam mit unserem engagierten und tatkräftigen Team freue ich mich, neue und fortschrittliche Wege in der Mittelstandfinanzierung zu gehen und die Nord Leasing als verlässlichen Partner für Unternehmen des produzierenden Gewerbes zu etablieren. Außerdem blicke ich mit Vorfreude der weiteren vertrauensvollen und produktiven Zusammenarbeit mit den einzelnen Geschäftsbereichen der Angermann Gruppe und den daraus resultierenden Synergien entgegen.

Kontakt:

Thomas Vinnen
040/33 44 155 - 111
vinnen@nordleasing.com

Laut dem Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvvh) wurden 2010 insgesamt 25,3 Mrd. € im Internet ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Plus von 17%. Die gestiegene Nachfrage über das Internet wird insbesondere von den Warengruppen Bekleidung/Textilien/Schuhe, Medien, Bild- und Tonträger sowie Unterhaltungselektronik/Elektroartikel getragen. „Stationäre Einzelhändler beschäftigen sich zunehmend mit dem Thema des Multi-Channel-Vertriebs, also mit dem parallelen Aufbau eines wettbewerbsfähigen Vertriebskanals über das Internet. Das gestaltet sich jedoch oftmals sehr schwierig. Eine Erfolg versprechende Alternative kann deshalb der Kauf eines bereits am Markt etablierten Anbieters sein“, betont Dr. Lutz Becker, Geschäftsführender Partner der Angermann M&A International GmbH.

In vielen Produktsegmenten des Internethandels sind allerdings schon fortgeschrittene und etablierte Konzentrationstendenzen zu beobachten. Gleichzeitig fallen die Markteintrittsbarrieren teilweise geringer aus als im stationären Handel. Die Verbraucher werden bei ihren Onlineeinkäufen jedoch zunehmend anspruchsvoll und kritisch und agieren deutlich weniger händlerloyal. „Das Internet wird durch Innovationen wie das Smartphone künftig immer mobiler werden. Auch die Art und Weise, wie die Kunden im Internet einkaufen, wird sich stetig verändern. Neue Zahlungsmodalitäten und eine bessere Präsentation der Produkte werden den Einkauf im Internet noch attraktiver machen. Hierauf müssen Unternehmen schnell reagieren, da die Kundenbindung im Internethandel verhältnismäßig gering ist und eine nicht zeitgemäße Website-Performance vom User meist umgehend abgestraft wird“, sagt Becker.

Die Konkurrenz um eine bekannte und funktionierende Internetplattform ist für Kaufinteressenten groß. Auf dem M&A-Markt für Onlinehandelsplattformen findet eine Vielzahl von Transaktionen statt. Dabei interessieren sich stationäre Einzelhändler, Versandhändler, Großhändler, Onlinehändler, Finanzinvestoren und teilweise sogar Produzenten für diese meist jungen Unternehmen. „Die Zeiten für den Verkauf eines Onlineunternehmens sind entsprechend gut“, so Becker. An der Bereitschaft seitens der Eigentümer mangle es zumeist nicht. „Im Gegensatz zu Eigentümern von



Stationäre Einzelhändler suchen Onlinezugang

Die Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise hat den privaten Konsum in Deutschland nur wenig beeinträchtigt. Selbst im Krisenjahr 2009 blieb dieser nahezu konstant. Stationäre Einzelhändler geraten jedoch zunehmend unter Druck. Grund hierfür sind die steigenden Umsatzzahlen im Onlinehandel.

Unternehmen in traditionellen Branchen sind Inhaber von E-Commerce-Unternehmen infolge ihres durchschnittlich niedrigeren Alters und der geringeren „Betriebszugehörigkeit“ bei einem attraktiven Kaufangebot schneller verkaufsbereit.“

Dieses starke Interesse an Onlinehandelsunternehmen wird zusätzlich durch Interessenten aus dem Ausland gestützt. Für ein Handelsunternehmen ist der Markteintritt in einen neuen Auslandsmarkt über den Onlinehandel mit weit weniger Hindernissen verbunden als der Aufbau eines Filialsystems. Es ist auch deshalb zukünftig von einer weiteren Zunahme von Cross-Border-Transaktionen im Bereich des Internethandels auszugehen. „Im Rahmen einer umfangreichen internationalen Studie haben wir die weltweiten Transaktionen mit Beteiligung von Onlinehandelsunternehmen analysiert und sehen einen deutlichen Wachstumstrend für nationale und grenzüberschreitende Transaktionen in diesem Branchensegment“, erklärt Becker.

Kontakt:

Dr. Lutz Becker
040/349 14 - 162
lutz.becker@angermann.de

Herausforderung Büroumzug

Einhergehend mit der zum Teil deutlichen Belebung an den deutschen Büromärkten hat auch das Thema Büroumzug in den vergangenen Monaten wieder vermehrt an Bedeutung gewonnen. Die Herausforderung, einen Umzug zu organisieren, ist groß.

Merkmale für einen gelungenen Wechsel des Standorts sind, wenn:

- » der Umzug im Vorfeld keine Beeinträchtigung der Arbeit bedeutet;
- » die Unterbrechung der Arbeit so gering wie möglich ist;
- » die termingerechte Wiederaufnahme der Arbeit garantiert ist;
- » der Umzug kostengünstig und vor allem ohne ungeplante Kosten umgesetzt wird.

Zwischen Büroumzügen und terminrelevanten Vorprojekten gibt es erhebliche Wechselwirkungen. Insbesondere bestehen direkte Abhängigkeiten:

- » zum Baufertigstellungstermin;
- » zum Übergabetermin der Räumlichkeiten;
- » zum Fertigstellungstermin von Ein- und Ausbauten.

Zusätzlich werden Umzüge von betriebsorganisatorisch wichtigen Terminen beeinflusst. Dazu zählen unter anderem:

- » buchhalterische Abschlüsse;
- » umsatzstarke Zeiten.

Aus den genannten Gründen ist es ratsam, einen ganzheitlichen Projektplan für den Umzug zu erstellen und immer aktuell zu halten.

Fehler drohen meist dann, wenn die notwendigen anfallenden Aufgaben unterschätzt werden. So wird oftmals zu spät mit dem Projekt begonnen, was sich in der Regel unmittelbar in der Qualität und den Kosten niederschlägt. „Als Spezialist für Standortverlagerungen und Umzugsmanagement können wir helfen, Lösungen rund um den anstehenden Büroumzug zu entwickeln, festgesetzte Ziele zu erreichen und eine reibungslose interne und externe Kommunikation zu gewährleisten“, sagt AOS Studley Geschäftsführer Robert Hlawna.

Kontakt:

Robert Hlawna
040/2 84 64 50-00
info@aosgroup.de

Im Rahmen eines professionellen Umzugsmanagements sollten innerhalb der Umzugsphase folgende Leistungen erbracht werden:



Praxistipps:

- » Sehr große Umzüge (ab ca. 800 Arbeitsplätze) sollten eine Projektlaufzeit von 12–18 Monaten erhalten. Große Umzüge (ca. 250–800 Arbeitsplätze) kommen mit einer Projektlaufzeit von ca. 6–12 Monaten aus. Mittlere Umzüge (ca. 50–250 Arbeitsplätze) sind mit einer Projektlaufzeit von ca. 6 Monaten gut vorbereitet. Kleinere Umzüge (bis ca. 50 Arbeitsplätze) benötigen eine Projektlaufzeit von ca. 2–3 Monaten.
- » Zu einem professionellen Büroumzug gehört auch immer ein entsprechend professionelles Umzugsteam. Dieses sollte aus einem erfahrenen Umzugsmanagement, einem leistungsfähigen Spediteur, versierten IT- und TK-Technikern sowie Umzugskoordinatoren bestehen.
- » Erstellen Sie eine Speditionsausschreibung nur unter Kenntnis der exakten Massen. Andernfalls werden die Spediteure von internen Annahmen ausgehen, die zu kaum vergleichbaren Angeboten führen. Eine exakte Vorgabe der Massen führt zudem zu deutlich günstigeren Angebotspreisen und verlässlichen Pauschalen.
- » Die Umzugsfeinplanung sollte unter Beteiligung aller für die Ausführung relevanten Personen erfolgen. Auch der Spediteur sollte hier schon konkret eingebunden sein.
- » Drucken Sie Etiketten lieber gesammelt vor und verteilen Sie diese an die Kollegen. Selbst geschriebene Etiketten sind oft nicht leserlich, und der Fehler-teufel tut ein Übriges, den Karton an den falschen Ort zu befördern.
- » Denken Sie bei der Etikettenauswahl an die Ablösbarkeit. Etiketten, die sich zu schnell lösen, führen zu einer immensen Menge an Fundstücken. Etiketten, die sich nicht mehr ablösen, erhöhen den Aufwand für die Reinigung von Technik- und Mobiliarelementen deutlich.

SIM – Stuttgarter Innenentwicklungsmodell: Eine Sinnvolle Investitions Möglichkeit?

Das Stuttgarter Innenentwicklungsmodell (SIM) stößt in der Art, wie es von der SPD und Bündnis 90/Die Grünen derzeit vorangetrieben wird, sowohl bei Bürgerinnen und Bürgern als auch bei Unternehmen auf Unverständnis.



Mittels SIM will die Landeshauptstadt den in Stuttgart bestehenden Wohnungsmangel sowie die Knappheit an sozial gefördertem Wohnraum in den Griff bekommen. An sich ein guter Gedanke, da in Stuttgart preiswerte Miet- und Eigentumswohnungen fehlen. Nachteilig wirkt sich jedoch aus, dass diese Förderung hauptsächlich zulasten der Immobilienwirtschaft geht. In der Branche bestehen deshalb große Bedenken hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit des Modells. Zahlreiche Firmen und Einrichtungen der Immobilienwirtschaft sprechen sich mittlerweile offen gegen das Förderprogramm aus. Von einer abschreckenden Wirkung auf Investoren und einer sich abschwächenden Dynamik der Stadtentwicklung spricht beispielsweise der Stuttgarter Finanzbürgermeister.

Auch der IWS (Immobilienwirtschaft Stuttgart e.V.) hält den derzeitigen Entwurf für zu pauschal und unflexibel.

So ist die Realisierung von sozial gefördertem Wohnbau in Premiumobjekten, wie sie derzeit z. B. auf dem A1-Areal entstehen, keine wirtschaftlich vertretbare Lösung. Gefördertes Wohnen innerhalb einer hochwertigen Büro- oder Wohnimmobilie ist aufgrund der kostspieligen Beschaffenheit und Struktur des Gebäudes kaum zu finanzieren. Viele Projektentwickler werden deshalb alles dafür tun, künftig nicht über die Grenze von zwanzig Wohneinheiten zu kommen. In Fällen, in denen das nicht gelingt, müssten die Kosten umgelegt werden. Mieter, die nicht in das Förderungsprogramm fallen,

würden in diesen Gebäuden mit entsprechend höheren Kauf- oder Mietpreisen zur Kasse gebeten.

Aufgrund dieser Nachteile ist zu befürchten, dass Projektentwickler und Investoren massiv abgeschreckt werden. Dem Stuttgarter Büromarkt würde diese Entwicklung nachhaltigen Schaden zufügen. Bereits heute ist die Nachfrage nach modernen und insbesondere großen Flächen gering. Die Spitzenmiete von 18,00 €/m² und die im Gegenzug dazu hohen Grundstückspreise lassen Stuttgart schon jetzt auf der Beliebtheitsskala der Investoren und Projektentwickler hinter andere Städte rücken. Zwar gibt es auch in anderen Großstädten Modelle, die den Wohnungsbau fördern, doch in keiner anderen Stadt sind die Auflagen derart streng wie in Stuttgart. Dabei hatten die Verantwortlichen die Gelegenheit, sich an den positiven und negativen Erfahrungen jener Städte zu orientieren, die ein ähnliches Modell bereits eingeführt haben. Metropolen wie München und Frankfurt machen Stuttgart vor, wie es laufen könnte. Dort werden die gesteckten Ziele dank vorhandener Flexibilität und eines respektvollen Umgangs mit der ansässigen Immobilienwirtschaft erreicht.

Positiv ist in Stuttgart zu vermerken, dass aufgrund der anhaltenden Kritik Bewegung in das Innenentwicklungsmodell gekommen ist. Die Forderungen der Immobilienwirtschaft nach mehr Flexibilität haben bereits dafür gesorgt, dass »

Mathias Düsterdick,
Geschäftsführer PDI –
Property Development
Investors GmbH:

„Sollte SIM so tatsächlich zur Anwendung kommen, werden Neubauprojekte in den betreffenden Lagen – insbesondere bei hochwertiger Nutzung – schwieriger rechenbar und darstellbar. Auch die Finanzierungsseite wird die Realisierung dann noch kritischer beüben als bisher. Man muss sich dann schon überlegen, ob man neue Projekte nicht lieber in anderen attraktiven deutschen Städten angeht. Für die Diskussion über das SIM sind wir aber immer offen, da wir sehr gern in Stuttgart investiert haben, aktuell investieren und gerne auch wieder investieren würden.“

Welche Ziele verfolgt das Stuttgarter Innenentwicklungsmodell?

SIM soll künftig für alle Bauvorhaben gelten, also auch für Büro- und Einzelhandelsgebäude. Zur Förderung und Sicherung des Wohnanteils müssen mindestens 20% Wohnfläche pro neu geschaffener Geschossfläche entstehen. Das gilt für alle Bauvorhaben im Bereich der Stuttgarter City, in den Stadtteilzentren und an sonstigen städtebaulich geeigneten Standorten. Ab einer Anzahl von zwanzig Wohneinheiten sind zudem 20% der Einheiten für den geförderten Wohnungsbau einzuplanen. Das bedeutet, dass ein Projektentwickler, der ein Bürogebäude mit 15.000 m² Geschossfläche erstellt, 3.000 m² Wohnfläche schaffen muss. Bei einer Aufteilung in vierzig Wohneinheiten müssen hiervon acht Einheiten entweder in das Förderprogramm „Preiswertes Wohneigentum“ fallen oder Sozialmietwohnungen beziehungsweise Mietwohnungen für mittlere Einkommensbezieher sein. Auch reine Wohnbauprojekte und Premiumprojekte sind von dieser Regelung betroffen. Ziel der Stadt ist es, dass jährlich ca. 300 geförderte Wohnungen entstehen. Das bedeutet, dass pro Jahr 1.500 zusätzliche Wohnungen realisiert werden müssen.

Beispiele für ähnliche Modelle:

München

Hier existiert ein vergleichbares Modell bereits seit 1994. Bei einem Wohnbauvorhaben müssen in München sogar 30% geförderter Wohnraum realisiert werden. In Kerngebieten werden bei Bürogebäuden ca. 25–33% Wohnraum verlangt, wovon wiederum 30% gefördert werden müssen.

Der Unterschied zu Stuttgart besteht jedoch in der Gestaltungsfreiheit. Die Projektbeteiligten können die Lasten frei untereinander verteilen. Darüber hinaus darf der geförderte Wohnungsbau auch außerhalb des eigentlichen Planungsgebiets geschaffen werden, wenn ein Ersatzstandort in räumlicher Nähe definiert wird.

Frankfurt

Hier werden in Bürogebäuden zwar sogar 30% Wohnraum verlangt, jedoch kein Anteil an gefördertem Wohnbau. Bei Wohnbauprojekten dagegen müssen 30% geförderter Wohnbau geschaffen werden.

Da es sich hierbei jedoch nur um ein definiertes Ziel und kein verbindliches Programm handelt, wird im Einzelfall darauf verzichtet oder die Quote reduziert.

Der Investor oder Projektentwickler hat zudem die Möglichkeit, den geförderten Wohnraum an einem Ort seiner Wahl in der erweiterten Innenstadt zu errichten.



SPD und Grüne Änderungsanträge gestellt haben. Leider reichen diese Modifikationen noch nicht aus. In einigen Fällen bedeuten die geplanten Änderungen sogar eine Verschlechterung des Status quo. So soll es zwar ermöglicht werden, die Wohnungsbauquote in Ausnahmefällen auf einem bis zu einem Kilometer entfernten Ersatzgrundstück zu realisieren, doch sie erhöht sich durch diese Maßnahme von 20% auf 30%. Außerdem sollen künftig nicht nur Geschossflächen ab einer Größe von 2.000 m² von SIM betroffen sein, sondern bereits solche ab 450 m². Auch die derzeit

noch bestehende Möglichkeit einer Ablösesumme in Höhe von 250 €/m² soll künftig entfallen.

Investoren wie Carlyle, Fay und PDI haben bereits geäußert, dass sie bei Einführung des Modells ihren Fokus künftig auf andere Städte wie z. B. München oder Frankfurt am Main richten werden.

Kontakt:

Bernd Unterberger
0711 / 49 09 58 - 10
bernd.unterberger@angermann.de

Optimierungsvorschläge:

Zweifelsohne ist das Ziel, mehr Wohnungen zu schaffen, sinnvoll und gutzuheißen. Dennoch sollte auf geförderten Wohnungsbau in Büro- und Einzelhandelsgebäuden generell verzichtet werden. Für Investoren sollte zudem die Möglichkeit bestehen, den vorgeschriebenen Anteil an gefördertem Wohnungsbau auch außerhalb des Planungsgebiets zu realisieren.

Pragmatische Lösungen wie auf dem A1-Areal, wo für das gesamte Gebiet eine gemeinsame Quote festgelegt wurde, sollten dafür beispielhaft sein. So ermöglichte der Umstand, dass Reiß&Co. hier bereits überdurchschnittlich viel Wohnraum entwickeln, es beispielsweise einem Investor wie Fay, ein reines Bürogebäude zu verwirklichen.

Auch sollten Bauträger die Option haben, sich freizukaufen. Alternativ könnte auch die Möglichkeit eingeräumt werden, jemanden zu finden, der den Anteil übernimmt oder die Quote an anderer Stelle im gleichen Stadtviertel realisiert.



Runde Jubiläen sind immer auch ein willkommener Anlass, die vergangenen Jahre Revue passieren zu lassen. Seit Angermann im Frühjahr 1991 sein erstes Büro in der Hauptstadt eröffnete, gehören sowohl das Investment- als auch das Vermietungsteam regelmäßig zu den Top-3-Unternehmen am Berliner Immobilienmarkt. Erfolge der Vergangenheit sind jedoch auch immer ein Ansporn für die Gegenwart und Zukunft. inpuncto sprach mit den Berliner Angermann-Vorständen Gerald Beuker FRICS und Tibor Frommold über die Bedeutung von zwanzig Jahren Angermann in Berlin und die Pläne für die nächsten Dekaden.

Welche Bedeutung hat das Jubiläum für Sie?

Frommold: Es ist in erster Linie eine positive Bestätigung für einen spannenden und intensiven Arbeitszeitraum, den wir gemeinsam mit einem tollen Team von mittlerweile 25 Mitarbeitern erfolgreich gestalten konnten. Außerdem ist es eine gute Gelegenheit, sich bei Kunden und Geschäftspartnern für die angenehme und gute Zusammenarbeit zu bedanken.

Was sind die Gründe für den dauerhaften Erfolg?

Beuker: Ein entscheidender Erfolgsfaktor war, dass wir die Chancen, die sich aus der Neudefinierung des Berliner Büromarkts nach dem Mauerfall ergeben haben, konsequent genutzt haben. Dadurch ist es uns gelungen, Angermann dauerhaft in der Hauptstadt zu positionieren. So beläuft sich das von uns zum Großteil im Alleinauftrag vermittelte

Transaktionsvolumen auf über 4 Mrd. €. Hierzu gehören großvolumige und prestigeträchtige Vermietungen wie Focus Teleport, Hotel Berlin, Philip-Johnson-Haus am Checkpoint Charlie oder die heutige Parteizentrale von Bündnis 90/Die Grünen in Berlin-Mitte. Die aufsehenerregendste Transaktion war sicherlich der Verkauf des Immobilienportfolios Potsdamer Platz im exklusiven Mandat der Daimler AG.

Frommold: Für den Vermietungsbereich war es wichtig, dass es uns gelungen ist, sehr schnell einen guten Kontakt zu den Institutionen der in Berlin sehr präsenten öffentlichen Hand herzustellen. In der Vergangenheit konnten wir deshalb in diesem Sektor immer wieder großflächige Vermietungen realisieren. Allein in den Jahren 2004 und 2005 haben wir rund 76.000 m² an die Agentur für Arbeit vermietet. Eine weitere wichtige Stärke ist zudem die große Kontinuität im Hause. Ein Großteil der »

Mitarbeiter ist bereits viele Jahre für Angermann tätig. Die geringe Fluktuation spricht deutlich für die starke Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Werten.

Beuker: Die meisten unserer Kunden verbinden Angermann mit bestimmten Personen. Oft besteht deshalb ein besonderes Vertrauensverhältnis. Es basiert auch darauf, dass wir uns, selbst in Zeiten überhitzter Märkte, stets als diskreter und kompetenter Partner erwiesen haben.

Gab es besondere Meilensteine?

Beuker: Die Gründung des Geschäftsbereiches Versteigerungsmanagement 1996 war sicherlich solch ein wichtiger Schritt. Hier vermarkten wir deutschlandweit im Alleinauftrag von Kreditinstituten notleidende Immobilien zentral aus Berlin. In den vergangenen Jahren haben wir so eine Vielzahl von Objekten ab 1,5 Mio. € bis hin zu sehr großvolumigen Investments und Portfolios erfolgreich platzieren können.

Wie hat sich der Büro- und Investmentmarkt der Hauptstadt in den letzten zwanzig Jahren verändert?

Frommold: Die wichtigsten Veränderungen haben sich durch die Wende Anfang der 1990er-Jahre und durch Berlins Ernennung zur Hauptstadt ergeben. Trotz der Dominanz der öffentlichen Hand, die sich insbesondere in Krisenzeiten als stabilisierender Faktor erweist, ist die Branchenvielfalt mittlerweile sehr groß. Das liegt auch daran, dass nahezu alle Nutzergruppen die für sie passenden Büroflächen vorfinden. Insgesamt betrachtet erreichte der Berliner Büromietungsmarkt in den vergangenen Jahren ein konstant gutes Niveau.

Größere Pendelausschläge nach oben oder unten wie in anderen deutschen Metropolen gab es nicht.

Beuker: Das Gebäude unserer Niederlassung nahe dem Potsdamer Platz hat in dieser Hinsicht durchaus Symbolcharakter. Es befindet sich auf dem Ge-



Seit 1992 bei Angermann in Berlin:

Gerald Beuker FRICS ist als Vorstand verantwortlich für die Bereiche Investment- und Versteigerungsmanagement.

biet der ehemaligen Mauer und liegt mit dem einen Teil im ehemaligen West- und mit dem anderen im ehemaligen Ostteil der Stadt. Ein Blick aus dem Fenster unseres Büros genügt, um zu sehen, wie gravierend die Veränderungen seit der Wende sind. Das Ansehen, das sich der Berliner Markt seitdem bei Investoren erworben hat, ist sehr hoch, und die Investitionsanreize sind überaus vielfältig. Allein beim Preis-Leistungs-Verhältnis bietet Berlin mit seinen Immobilien eine ganze Reihe von hervorragenden Möglichkeiten. Die Qualität und die Substanz der angebotenen Gebäude ist zumeist überdurchschnittlich gut, und der Mietermarkt bietet Potenzial.

Wie ist die Zusammenarbeit zwischen Vermietungs- und Investmentbereich?

Beuker: Wir profitieren sehr von der guten Arbeit unseres Berliner Vermietungsteams. Nicht wenige



der von uns betreuten Immobilien wurden durch den zuvor erreichten Vermietungsgrad überhaupt erst marktfähig gemacht. Aber auch die hausinternen Synergieeffekte mit den Unternehmensberei-

wuchs im Rahmen der Ausbildung als Immobilienkauffrau/Immobilienkaufmann oder eines dualen Studiums heran.

Beuker: Wir blicken spannenden Zeiten entgegen. Nächstes Jahr im Sommer eröffnet der Hauptstadtflughafen BBI. Auch ohne ihn zählten die Berliner Flughäfen im vergangenen Jahr zum ersten Mal über 22 Millionen Passagiere. In den kommenden zwanzig Jahren wird ein Anstieg auf bis zu 40 Millionen Passagiere erwartet. Dieses Tempo wollen wir mitgehen.

Kontakt:

Angermann Investment Advisory AG
Gerald Beuker FRICS
030/23 08 28-12
gerald.beuker@angermann.de

Angermann Real Estate Advisory AG
Tibor Frommold
030/23 08 28-32
tibor.frommold@angermann.de

www.angermann-immo.de

Seit 1993 bei Angermann in Berlin:

Tibor Frommold ist als Vorstand verantwortlich für den Bereich Vermietung.



chen M&A, Immobilienbewertung und Unternehmensberatung sind eine große Hilfe.

Was sind Ihre Ziele für die kommenden Jahre?

Frommold: Ein wichtiges Ziel ist es, unser Team weiterhin intensiv auf die Bedürfnisse der Mieter abzustimmen. Hierzu gehört sicherlich auch die gezielte Förderung und Ausbildung unserer Mitarbeiter. So zieht Angermann Berlin seinen Nach-



Die Macht der Magnet-Mieter

Die Nachfrage nach Einzelhandelsimmobilien bleibt in Deutschland ungebrochen. Dies gilt insbesondere für die Toplagen in den Städten. Doch welche Aspekte entscheiden heute eigentlich über die Attraktivität eines Standortes? Bei der Beantwortung dieser Frage zeigt sich, dass eine über die Jahre ausgebaut und verbesserte Infrastruktur sowie ein historisch gewachsenes Standing ebenso starke Argumente sind wie ein abwechslungsreicher Branchenmix und eine hohe Passantenfrequenz.

Gleichzeitig ist jedoch zu konstatieren, dass diese üblichen Kriterien nicht mehr zwangsläufig entscheidend für den aktuellen Anziehungsgrad einer Lage sein müssen. Vielmehr lässt sich zunehmend beobachten, dass sogenannte „Magnet-Mieter“ mit gigantischen Flagship-Stores neue oder bislang nicht im Fokus stehende Lagen allein durch ihren Zuzug attraktiver machen und in einer Art Domino-Effekt weitere Mieter anziehen.

Kaum ein Standort oder in der Entwicklung befindliches Einkaufszentrum kann deshalb auf große, Kunden anziehende Namen und Marken verzichten. Entsprechend groß ist der Wettbewerb um Unternehmen, die über eine derartige Attraktivität verfügen und die selbstbewusst um ihre Stärke als Trendsetter wissen. Wie durch die Auswahl des richtigen Mieters selbst schwierigste Immobilien und deren Standorte „beatmet“ werden können, zeigen die folgenden drei Beispiele.

Düsseldorf, Königsallee

Im November 2011 eröffnet an der Königsallee 17 in Düsseldorf Abercrombie & Fitch seinen ersten Laden in Deutschland. Auf den ersten Blick überrascht die Nachricht nicht, zählt doch die „Kö“ zu den führenden Luxuseinkaufsstraßen in Europa. Bei genauerer Betrachtung fällt jedoch auf, dass

sich die Hausnummer 17 auf der „falschen Seite“ des Boulevards befindet. Im Gegensatz zur klassischen und bekannten Handelslage gegenüber ist dieser Teil der Straße bislang kaum für den Handel erschlossen.

Für selbstbewusste Mieter wie Abercrombie & Fitch stellt dieser Umstand jedoch keinen Hinderungsgrund dar. Das US-amerikanische Modeunternehmen weiß vielmehr um seine Zugkraft und nutzt deshalb die Vorteile günstigerer Konditionen. Die Eigentümer der angrenzenden Immobilien werden vom neuen Nachbarn profitieren. Ähnlich wie bei den meisten der bislang weltweit von Abercrombie & Fitch oder dem dazugehörigen Label Hollister eröffneten Läden ist zu erwarten, dass auch bei diesem der Andrang groß sein wird. Die daraus resultierende höhere Frequenzierung des Standortes wird zwangsläufig mit einer Erhöhung der Mieten in den für den Einzelhandel nutzbaren Ebenen einhergehen.

Hamburg, Große Bergstraße

Die Große Bergstraße war insbesondere in den 1970er-Jahren „die“ Einkaufslage im Hamburger Stadtteil Altona. Durch den Wegzug von wichtigen Ankermietern wie Karstadt fiel die Straße in der Gunst der Kunden jedoch immer weiter zurück und bot zuletzt ein zunehmend tristes und wenig ein-

ladendes Bild. In der Beliebtheitskala stetig gestiegen ist hingegen das 1995 eröffnete Mercado-Einkaufszentrum, das sich fünf Gehminuten entfernt auf der anderen Seite des Altonaer Bahnhofs im Stadtteil Ottensen befindet.

Um die negative Entwicklung der Großen Bergstraße aufzuhalten, wurde diese zusammen mit der Neuen Großen Bergstraße und weiteren umliegenden Straßen 2005 zum Sanierungsgebiet „Altona Altstadt S5“ ernannt. Sanierungsträger ist die Stadterneuerungsgesellschaft (STEG). Außerdem stimmte im Herbst letzten Jahres der Stadtteil bei einem Bürgerentscheid der Ansiedelung eines IKEA-Möbelhauses mit einem deutlichen Votum von 77 % zu. Durch diesen positiven Entscheid wird an der Großen Bergstraße das erste innerstädtische Möbelhaus des Einrichtungskonzerns mit einer Verkaufsfläche von ca. 20.000 m² eröffnet. Für die verwaiste Handelslage sollte dies ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu neuer Blüte sein. Gestützt wird die optimistische Prognose durch die Tatsache, dass das Interesse von Investoren und Projektentwicklern an dem Standort bereits spürbar wächst und erste Immobilientransaktionen schon vollzogen wurden. Infolge dieser positiven Entwicklung und in Anbetracht der gestiegenen Nachfrage von Mietern ist davon auszugehen, dass die Mieten in den Erdgeschosslagen und gegebenenfalls auch in den darüber gelegenen Etagen künftig steigen werden.

Köln, Olivandenhof

Der in der Innenstadt von Köln gelegene Olivandenhof ist ein gutes Beispiel für eine jahrelang schwer vermietbare Immobilie. Das Gebäude wurde 1988 als innerstädtisches Einkaufszentrum eröffnet und hat diverse Architekturpreise wie den 1989 verliehenen European Shopping Award erhalten. Trotz seiner optischen Vorzüge hat der Olivandenhof mit seiner vertikalen Mall jedoch nie richtig in den Markt gefunden. Hierfür zeichneten auch die zu kleine Gesamtfläche und der Standort verantwortlich, der nicht zur ersten Einkaufslage zählt.

Erst als die Immobilie komplett umgebaut wurde und im Jahr 2006 Globetrotter einen Megastore eröffnete, änderte sich die Situation. Der Olivandenhof ist ein gutes Beispiel dafür, dass auch schwierigste Immobilien mit einer intelligenten Lösung revitalisiert werden können. Der Einzug eines attraktiven Mieters wie Globetrotter übt zudem einen beträchtlichen Einfluss auf die Außenwirkung des gesamten Standortes aus.

Kontakt:

Claus Herrmann
040/349 14-505
claus.herrmann@angermann.de

Flexible Vermarktungsexperten

Der Handel mit gebrauchten Maschinen und Anlagen ist ein äußerst sensibles Marktsegment.

Der Wert eines Objektes lässt sich zwar anhand eines Gutachtens bemessen, aber eine Garantie, dass dieser auch erlöst werden kann, hat der Verkäufer damit noch nicht. Umso wichtiger sind flexible Vermarktungsstrategien, die an eine kompetente Wertermittlung anschließen.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die Identifizierung der potenziellen Käufer. „Der Markt hat in den vergangenen Jahren stetig an Internationalität zugenommen. Exzellente Branchenkenntnisse sowie gute und verlässliche weltweite Kontakte sind deshalb unerlässlich, wenn alle Verkaufschancen genutzt werden sollen“, sagt Max Manuel Lüders, Geschäftsführer von Angermann & Lüders. Seit nahezu sechzig Jahren ist das Unternehmen in der Be- und Verwertung von Industriegütern tätig und verfügt aus dieser Erfahrung heraus über eine Vielzahl von geeigneten Kanälen, um Objekte kostengünstig und zielgruppengerecht anzubieten.

Insbesondere das Internet spielt dabei eine bedeutende Rolle. Das belegt auch die große Beliebtheit der Onlineauktionen, die Angermann & Lüders auf ihrer Plattform www.netbid.com veranstalten. Durchschnittlich 65.000 Visits verzeichnete die Website pro Monat im Jahr 2010. Zu den Besuchern zählen zu einem großen Teil kleine und mittelständische Industrieunternehmen und Maschinenhändler, und zwar neben deutschen auch internationale,

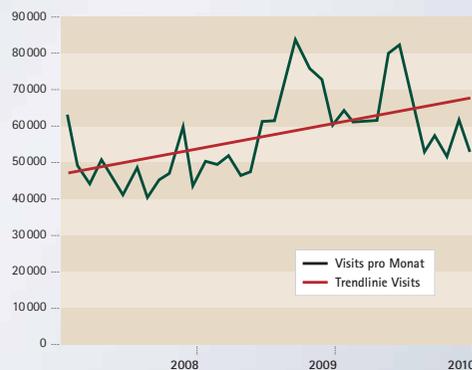
vorwiegend aus Europa und Vorderasien. Es gehen jedoch auch zunehmend Anfragen aus Indien, Nordafrika und Südamerika ein. Um die Besucherzahl weiter zu erhöhen, unterzieht das Onlinemarketing-Team von Angermann & Lüders den Internetauftritt einer konsequenten Erfolgskon-

Eine weitere wichtige Vermarktungsmöglichkeit sind Mailingaktionen. Viel hilft hier allerdings nicht immer viel. „Nicht allein die Menge, sondern die Qualität der angeschriebenen Adressen ist bei diesem Marketinginstrument entscheidend. Unsere durchschnittliche Response-Rate bei Mailings liegt bei 25%“, sagt Lüders. Unter Onlinemarketing-Experten gilt dies zwar als hervorragender Wert, ausruhen mag man sich auf dieser Erfolg versprechenden Maßnahme jedoch nicht. „Wir verfolgen nicht einen einzigen Königsweg, sondern verfügen über eine Vielzahl von Marketingoptionen, die durch neue Ideen ständig ergänzt und den Anforderungen der Zeit angepasst werden. Außerdem bleiben wir nicht anonym im Netz versteckt, sondern vertrauen zusätzlich auf die persönliche Direktansprache von potenziellen Käufern. Hierzu zählt auch der Aufbau von Online-Communities und deren internationale Ausweitung, unter anderem durch ver-

stärkte Aktivitäten in osteuropäischen Ländern wie Tschechien, Polen, Ungarn, Bulgarien und Rumänien.“

Kontakt:
Max Manuel Lüders
040/35 50 59-200
lueders@netbid.com

Visits pro Monat, Vergleich 2008 bis 2010
Quelle: NetBid-Datenbank



Fallbeispiel: Vermarktung einer Produktionsanlage für Mittellagen mit Immobilie in Tschechien

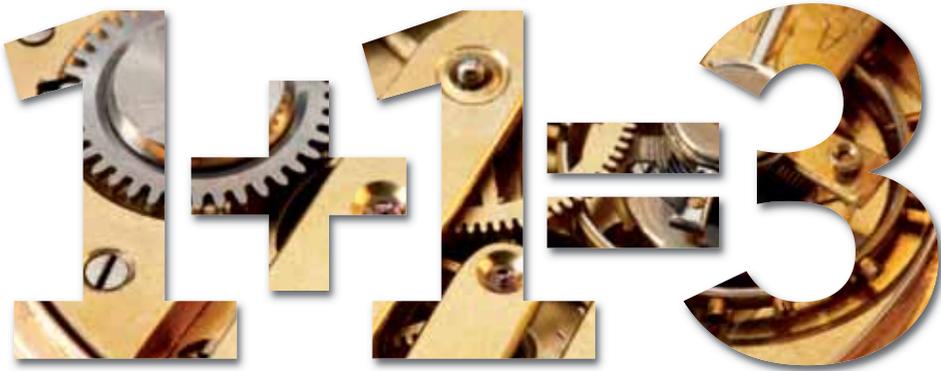
Nach Erhalt des Auftrags wurde zunächst ein Wertgutachten über die Maschinen und Anlagen erstellt. Als potenzielle Käufer wurden Hersteller von Mittellageplatten für die Möbel- und Bauindustrie identifiziert. Es handelte sich um einen stark begrenzten, vorrangig auf Osteuropa und Russland beschränkten Sekundärmarkt. Mögliche Verkaufsvarianten waren die Fortführung am bisherigen Standort, ein Komplettverkauf des Maschinenparks sowie die Demontage und Verlagerung an einen neuen Standort.

Die Vermarktung einzelner Maschinen wurde hingegen nur als absolute Notlösung in Betracht gezogen. Als Marketingmaßnahme wurde die Produktionsanlage mittels Onlineanzeigen (z. B. Google AdWords, Bing, Alibaba) in diversen internationalen Suchmaschinen gelistet. Die Onlinemarketing-Experten von

Angermann & Lüders sorgten zudem dafür, dass durch Methoden der Suchmaschinenoptimierung das Projekt auf der NetBid-Website bei der Eingabe entsprechender landessprachlicher Suchbegriffe einen Top-Page-Rang erreichte.

Des Weiteren wurde ein fünf-sprachiges Exposé (Deutsch, Englisch, Polnisch, Tschechisch, Russisch) erstellt. Interessenten erhielten auf Wunsch Filmmaterial über die laufenden Anlagen. Neben Unternehmen aus dem osteuropäischen Raum wurden auch Firmen in Südamerika und Asien gezielt angesprochen. Nach diversen Sondierungsgesprächen zwischen dem Auftraggeber und potenziellen Erwerbern konnte binnen sechs Monaten schließlich in Rumänien ein finaler Käufer für die gesamte Anlage gefunden werden.

Schnittstelle Unternehmensberatung:



Eine umfassende und professionelle Unternehmensberatung zeichnet sich dadurch aus, dass sie auch losgelöst vom eigentlichen Auftrag die Interessen des Kunden im Blick hat. Hierfür ist es unerlässlich, über den jeweiligen Tellerrand hinauszusehen, um so auf bisher unentdeckte Perspektiven und Möglichkeiten zu stoßen. Ein Beispiel für den Erfolg dieser Praktik ist die geplante Kooperation von SECURITAS und Gahrens + Battermann.

Beide Unternehmen waren unabhängig voneinander Auftraggeber von Angermann & Partner. Während im Fall von SECURITAS Wachstum durch die Integration von attraktiven Auftrags- oder Leistungsfeldern generiert werden sollte, war bei Gahrens + Battermann die Vorgabe, strategisches Wachstum durch Konzentration und Straffung interner Prozesse zu erreichen. Diese Ziele wurden im Rahmen der erteilten Mandate erfolgreich umgesetzt. Während die Projekte liefen, wurden die zuständigen Berater zudem auf mögliche Kooperationsbereiche

Andreas Pater, Geschäftsführer von Gahrens + Battermann:

„Die Eigeninitiative von Angermann & Partner ist besonders hervorzuheben, da sie der Schlüssel für eine künftige Kooperation zwischen unseren beiden Unternehmen ist. Aufgrund der Schnittmengen der Kooperationsbereiche und der guten Gespräche mit SECURITAS blicke ich einer dauerhaften und erfolgreichen Zusammenarbeit zuversichtlich entgegen. Wir erwarten uns daraus neue Synergien, eine maßgebliche Erweiterung unseres Leistungsangebotes sowie ein attraktives Alleinstellungsmerkmal gegenüber unseren Mitbewerbern. Des Weiteren sehe ich neue Möglichkeiten der Kundengewinnung, von denen beide Unternehmen im hohen Maße profitieren können.“



der beiden Unternehmen aufmerksam. Wie passfähig sich die Produkt- und Dienstleistungsangebote ergänzen, wurde ohne eine zuvor erfolgte Beauftragung herausgearbeitet und sowohl SECURITAS als auch Gahrens + Battermann vorgestellt.

Eine Kooperation erscheint deshalb sinnvoll, weil das Kundenspektrum große Schnittmengen aufweist, die Struktur durch lokale Präsenz in Niederlassungen ähnlich ist und keinerlei unmittelbare Wettbewerbsrisiken bestehen. Außerdem gibt es Möglichkeiten, sich bei der Auftragsdurchführung gegenseitig zu unterstützen und ganzheitliche Eventpakete anzubieten. Ziele der Kooperation sind demzufolge Synergieeffekte durch gegenseitige Kundenvermittlung und die Nutzung von Wachstumschancen im eigenen Markt.

Bei der Prüfung der Kooperationsbereiche bestätigte sich, dass beide Unternehmen für einen Kunden bei einem Event unterschiedliche Dienstleistungen wahrnehmen können. So überschneidet sich das gesamte Event-Leistungsspektrum von Gahrens + Battermann mit den Leistungsbereichen „Spezialisierte Sicherheit“ und „Mobile Dienste“ der SECURITAS. Während Gahrens + Battermann tech-



Jens Müller, Chief Operating Officer der SECURITAS Deutschland Holding GmbH & Co. KG:

„Es zeugt von dem funktionierenden Austausch innerhalb der Beraterschaft von Angermann & Partner, dass abseits des normalen Tagesgeschäfts das Potenzial einer Kooperation zwischen zwei voneinander unabhängigen Auftraggebern erkannt wurde. Für das besondere Engagement und die Überzeugung vom eigenen Tun spricht überdies die Bereitschaft, ohne zuvor erfolgte Mandatierung in Vorleistung zu gehen. Im Rahmen der Präsentation ist es Angermann & Partner deshalb sehr schnell gelungen, die Vorteile einer Kooperation mit Gahrens + Battermann überzeugend darzustellen. Schon jetzt sind die Synergiemöglichkeiten deutlich zu erkennen. Von daher bin ich optimistisch, dass beide Unternehmen nach Ablauf der Testphase mit der Kooperation durchaus erhebliche Wettbewerbsvorteile erzielen können.“

nische Hardware und Dienstleistungen für ein Event liefern, können von SECURITAS je nach Bedarf die Dienstleistungen „Event Services“, „Mobile Sicherheitsdienste Notruf-/Serviceleitstelle“, „Personenschutz“, „Personen-/Gepäckkontrollen“, „Sicherheitsberatung“ oder „Spezialisierte Sicherheitsdienste“ angeboten werden. Außerdem können sich beide Unternehmen im Rahmen der Kooperation gegenseitig unterstützen. So ist unter anderem während des Auf- und Abbaus sowie beim Transport der Technik eine professionelle Überwachung zweckmäßig und dienlich. Im Gegenzug kann das technische Equipment von Gahrens + Battermann die Arbeit von SECURITAS bei einem Event noch effizienter gestalten. Aufgrund der Vielzahl an Kooperationsmöglichkeiten sind beide Unternehmen dabei, die Modalitäten einer Zusammenarbeit intensiv zu prüfen.

SECURITAS ist mit rund 19.000 Mitarbeitern an 85 Standorten Deutschlands größter Anbieter von spezialisierten Sicherheitslösungen im privaten Sicherheitsgewerbe. Kunden sind Auftraggeber aus Banken, Industrie, Handel, der öffentlichen Hand

sowie dem Privatsektor. Das Dienstleistungsspektrum umfasst unter anderem spezialisierte Sicherheitsdienste, Event Services, Brandschutz, Diebstahlschutz, Empfangsservice, Besucherservice, Personenschutz und Sicherheitsberatung.

Gahrens + Battermann wurde vor mehr als 25 Jahren gegründet und ist heute ein erfolgreicher Spezialist für Eventtechnik mit einem der größten Mietpools in Europa. Das in Bergisch Gladbach ansässige Unternehmen verfügt über 192 Mitarbeiter und acht Niederlassungen in Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf, Köln, Frankfurt, Stuttgart und München. Neben der Hardwarevermietung von Lichttechnik, Videotechnik, Tontechnik und EDV-Technik umfasst das Betätigungsfeld auch diverse Servicemodule, nämlich Beratung, Planung, Konzeption, Realisierung, Stand-by- und After-Sales-Services.

Kontakt:

Dr. Stefan Linge
040/349 14-185
stefan.linge@angermann.de

Neue Leitung für das Beratungsgeschäft in Baden-Württemberg

Alexander von Jarzebowski (35) ist neuer Leiter des 2009 eröffneten Stuttgarter Büros von Angermann & Partner. Der gelernte Diplom-Ingenieur war zuvor als Mitglied der Geschäftsführung bei der fischer Consulting GmbH tätig. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Alexander von Jarzebowski einen kompetenten Partner für das mittelständische Beratungsgeschäft in Baden-Württemberg gefunden haben. Mit der sinnvollen Ergänzung unseres Beratungsportfolios um die Bereiche operative Exzellenz und Working Capital Management sind wir sehr zuversichtlich, die Marke Angermann national und international stärken zu können“, sagt Angermann & Partner-Geschäftsführer Dr. Stefan Linge.

Kontakt:

Alexander von Jarzebowski
0711/22 45 15-13
alexander.vonjarzebowski@angermann.de





Gute Aussichten für den Kölner Büromarkt

Ein Spiegelbild der fulminanten Konjunkturerholung war der Kölner Büromarkt bisher noch nicht. Mit ca. 230.000 m² lag die Vermietungsleistung 2010 in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Obwohl dieses Ergebnis insgesamt als solide einzustufen ist, fällt es deutlich hinter die Werte der Boomjahre 2006 bis 2008 (siehe Grafik Kennziffern, Entwicklung und Prognose 2006 bis 2011) zurück. Mit zeitlicher Verzögerung zur Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes und in Kombination mit den positiven Stimmungsindikatoren der regionalen Wirtschaft deutet für 2011 jedoch alles auf eine Zunahme des Vermietungsvolumens hin.

von Frank Pönisch, Geschäftsführer Greif&Contzen Beratungsgesellschaft

Mietpreise für Büroflächen in Köln 2011

Quelle: Greif&Contzen Research / Köln, Februar 2011



So ist laut einer Ende Januar 2011 durchgeführten Umfrage der Kölner Industrie- und Handelskammer die Stimmung bei den ansässigen Unternehmen seit Herbst 2010 nochmals deutlich gestiegen. Der Indikator zur Geschäftslage hat mittlerweile ein Niveau erreicht, das letztmals im Frühjahr 2007 zu messen war. Angesichts expansiv ausgerichteter Investitions- und Beschäftigungspläne stehen die Zeichen für die kommenden Monate weiter auf Aufschwung. In fast allen Branchen planen die Unternehmen mehr Investitionen an ihrem Standort. Etwa ein Drittel der Firmen beabsichtigt, weitere Arbeitskräfte einzustellen.

Positiv zu vermerken ist ohnehin, dass der Kölner Arbeitsmarkt sein hohes Beschäftigungsniveau bei-

nahе unbeeinträchtigt von der im September 2008 ausgebrochenen Finanzkrise halten konnte. Damit unterscheidet sich die Krise erheblich von der vorhergehenden Rezession 2001, der zeitverzögert ein Einbruch auf dem Arbeitsmarkt bis 2005/2006 folgte.

Für 2011 prognostizieren die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute für Deutschland ein im Vergleich zum Vorjahr zwar gesunkenes, aber immer noch überdurchschnittliches Wachstum von 2,6% (2010: 3,7%). Abzuwarten bleibt jedoch, wie lange der gegenwärtige Aufschwung vor dem Hintergrund der anhaltenden Unsicherheit auf den Finanzmärkten, der Währungs- und der weltwirtschaftlichen Ungleichgewichte anhält.

Büroflächenmarkt Köln

Kennziffern, Entwicklung und Prognose 2006 bis 2011

Quelle: Greif&Contzen Research/Köln, Februar 2011

Jahr	2006	2007	2008	2009	2010	Entwick- lung	Prognose für 2011	Tendenz
SVP- Beschäftigte in Tsd.*	434	444	457	460	464	↗	469	↗
Arbeitslosen- Quote*	14,7	13,1	12,1	11,8	10,9	↘	10,2	↘
Umsatz in Tsd. m ²	280	285	300	230	230	↔	280	↔
Bestand in Mio. m ²	7,0	7,1	7,2	7,4	7,5	↗	7,5	↗
Leerstand in Tsd. m ²	580	570	550	600	600	↔	570	↔
Leerstands- rate in %	8,3	8,0	7,6	8,1	8,0	↔	7,6	↔
Höchstmiete in €/m ²	19,50	21,00	21,00	21,00	21,00	↔	21,50	↗
Durchschnitts- miete in €/m ²	11,71	11,86	11,54	10,88	10,78	↘	11,00	↔
Fertigstellun- gen in Tsd. €/m ²	80	50	120	260	60	↘	60	↔

* zum 30.06.

Hinsichtlich der Mieten könnte es 2011 auf dem Kölner Büromarkt zu einer leichten Erhöhung kommen. Wegen der geringen Neubautätigkeit einerseits sowie der bereits erwähnten aktuellen Investitions- und Expansionspläne der ansässigen Unternehmen andererseits ist eine Trendumkehr in

der Entwicklung der seit 2007 fallenden Durchschnittsmiete im Jahr 2011 möglich. Auch im Bereich moderner Büroflächen in guten bis sehr guten Lagen könnte es zu moderaten Mietpreissteigerungen kommen.

Generell ist zu konstatieren, dass die Kölner Büro-raummieten im Vergleich zu den Städten Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt und München auf einem insgesamt niedrigen, aber soliden Niveau liegen. In diesen Bürohochburgen bewegen sich die Durchschnittsmieten nach Aufstellung der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. (giff) in einer Spanne von 13,50 €/m² bis 20,00 €/m² und die Höchstmieten in einer Spanne von 23,00 €/m² bis 35,00 €/m². Der Kölner Büroflächenmarkt weist somit, bezogen auf die Qualität der Standortfaktoren und die Wirtschaftskraft der Region, ein insgesamt gutes Mietpreis-Leistungs-Verhältnis auf. Darüber hinaus ist die Volatilität der Mieten seit Jahrzehnten vergleichsweise gering.

Mit ihrem breiten Branchenmix hat sich die Region Köln als relativ krisenfest erwiesen. Neben dem befürchteten Einbruch am Arbeitsmarkt blieb auch der Anstieg von Unternehmensinsolvenzen im Zuge der Rezession von 2009 aus. Als Nachfrager von Büroflächen traten 2010 vor allem die Wirtschaftszweige Industrie und Beratung mit Zuwächsen gegenüber dem Vorjahr hervor. Versicherungen, Behörden, Verbände und Medien waren ebenfalls weiterhin stark vertreten.

Kontakt:

Frank Pönisch
0221 / 93 77 93 - 390
frank.poenisch@greif-contzen.de

Kontakte Angermann

REAL ESTATE ADVISORS

Hauptsitz Hamburg:

ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40-3 49 14-0
Fax +49 (0)40-3 49 14-340
E-Mail: aia-hamburg@angermann.de
E-Mail: area-hamburg@angermann.de

Niederlassung Berlin:

Lennéstraße 1
10785 Berlin
Tel. +49 (0)30-23 08 28-0
Fax +49 (0)30-23 08 28-56
E-Mail: aia-berlin@angermann.de
E-Mail: area-berlin@angermann.de

Niederlassung Hannover:

An der Börse 2
30159 Hannover
Tel. +49 (0)511-93 61 92-0
Fax +49 (0)511-93 61 92-22
E-Mail: info@angermann-hannover.de

Niederlassung Stuttgart:

Calwer Turm / Calwer Straße 11
70173 Stuttgart
Tel. +49 (0)711-49 09 58-0
Fax +49 (0)711-49 09 58-99
E-Mail: aia-stuttgart@angermann.de
E-Mail: area-stuttgart@angermann.de

Niederlassung Prag:

Angermann Internationale Immobilien
Consultants s.r.o.
Gotthardská 52/11
160 00 Praha 6
Czech Republic
Tel. +420 (0)2-24 32 00 32
Fax +420 (0)2-24 32 00 35
E-Mail: angermann@angermann.cz

Niederlassung Stockholm:

Angermann Investment Advisory AB
Birger Jarlsgatan 41
111 45 Stockholm
Sweden
Tel. +46 (0)8-410 808 72
E-Mail: fredrik.ostberg@angermann.eu

Standort Köln in Kooperation mit


GREIF & CONTZEN
IMMOBILIEN • I V D
Greif & Contzen Immobilien GmbH
Pferdemengestraße 42
50968 Köln
Tel. +49 (0)221-93 77 93-0
Fax +49 (0)221-93 77 93-77
E-Mail: welcome@greif-contzen.de
www.greif-contzen.de



Hauptsitz München:

AOS GmbH
Neumarkter Straße 81
81673 München
Tel. +49 (0)89-9 97 40 99 50
E-Mail: info@aosgroup.de

Standort Hamburg:

Bäckerbreitengang 75
20355 Hamburg
Tel. +49 (0)40-2 84 64 50-00
Fax +49 (0)40-2 84 64 50-29
E-Mail: info@aosgroup.de

Standort Frankfurt:

An der Welle 10
60322 Frankfurt am Main
Tel. +49 (0)69-3 80 76 66 28
E-Mail: info@aosgroup.de
www.aosgroup.de

MERGERS & ACQUISITIONS

Standort Hamburg:

Angermann M&A International GmbH
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40-3 49 14-0
Fax +49 (0)40-3 49 14-149
E-Mail: ma@angermann.de

Standort Stuttgart:

Angermann M&A International GmbH
Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel. +49 (0)711-22 45 15-0
Fax +49 (0)711-22 45 15-10
E-Mail: ma@angermann.de

MACHINERY & EQUIPMENT



Hauptsitz Hamburg:

ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40-35 50 59-0
Fax +49 (0)40-35 50 59-100
E-Mail: service@netbid.com

Standort Stuttgart:

Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel. +49 (0)711-22 45 15-13
Fax: +49 (0)711-22 45 15-10
E-Mail: service@netbid.com

www.netbid.com



Nord Leasing GmbH

ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40-3 34 41 55-111
Fax +49 (0)40-3 34 41 55-166
E-Mail: info@nordleasing.com
www.nordleasing.com

BUSINESS CONSULTANTS

Standort Hamburg:

Angermann Et Partner International
Business Consultants GmbH
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40-3 49 14-0
Fax +49 (0)40-3 49 14-147
E-Mail: ac@angermann.de

Standort Stuttgart:

Angermann Et Partner International
Business Consultants GmbH
Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel. +49 (0)711-22 45 15-13
Fax +49 (0)711-22 45 15-10
E-Mail: ac@angermann.de



