

DIE IMMOBILIE 1-19



Das Magazin für Kunden und Partner der Hahn Gruppe

DIE WIRTSCHAFT.

Handelsimmobilien spielen bei der Attraktivität ländlicher Gebiete eine Schlüsselrolle.

DAS TITELTHEMA.

Michael Hahn, Thomas Kuhlmann und Jörn Burghardt im Gespräch über die Zukunft der Hahn Gruppe.

DER EINBLICK.

Lydia von Gagern zeigt in der Personalleitung der Hahn Gruppe Profil – und hat einiges vor.



„AM ENDE WIRD
DER ERFOLG FÜR
DIE HAHN GRUPPE
STEHEN.“

Interview mit Michael Hahn,
Thomas Kuhlmann und Jörn Burghardt.

DER INHALT.

Impressum

Herausgeber: Hahn Gruppe
Anschrift: Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: 02204 9490-0
Telefax: 02204 9490-119
E-Mail: info@hahnag.de
Internet: www.hahnag.de



„AM ENDE WIRD DER ERFOLG FÜR DIE HAHN GRUPPE STEHEN.“

Interview mit Michael Hahn, Thomas
Kuhlmann und Jörn Burghardt.

DAS EDITORIAL

Gut aufgestellt.

Seite 3

DIE WIRTSCHAFT

Potenzial für den ländlichen Raum.

Wie die Region an Attraktivität gewinnt.

Seite 4

DER MARKT

LED gewinnt.

Optimales Lichtmanagement in Gewerbeimmobilien.

Seite 6

DAS TITELTHEMA

Am Ende wird der Erfolg für die Hahn Gruppe stehen.

Interview mit Michael Hahn, Thomas Kuhlmann und Jörn Burghardt.

Seite 8

DIE PARTNER

Joint Venture entwickelt innovative Software zur Immobilienbewirtschaftung.

Immavo schafft die digitale Verbindung mit dem Techniker vor Ort.

Seite 12

DER EINBLICK

Persönlichkeit zählt.

Lydia von Gagern.

Seite 13

DER RAHMEN

Der Immobilienmarkt im Fokus.

Neue Richtlinien und Gesetze im Überblick.

Seite 14

DIE NEUIGKEITEN

Stetige Entwicklung.

Pluswertfonds platziert, Immobilienerwerb, Vermietungserfolge und
Rückblick auf das Geschäftsjahr.

Seite 15

DAS PORTRÄT

Wer wird neuer Chef der EZB?

Sechs mögliche Kandidaten für die Nachfolge Mario Draghis.

Seite 16

DIE FONDS

Starkes Fundament:

Fachmarktzentrum Landstuhl.

Seite 18

DIE FAKTEN

Wussten Sie eigentlich, dass ...

Seite 19

GUT AUFGESTELLT.

Liebe Leserinnen und Leser,

Anfang 2019 haben wir es angekündigt, nun folgt die Umsetzung: Nach mehreren Jahrzehnten an der Spitze der Hahn Gruppe übergebe ich das Ruder an meine beiden Vorstandskollegen. Ich freue mich über diesen Schritt, denn ich bin sicher, dass wir eine gute Wahl für die Nachfolge getroffen haben: Sowohl der neue Vorstandsvorsitzende Thomas Kuhlmann als auch das neue Vorstandsmitglied Jörn Burghardt sind der Hahn Gruppe langjährig verbunden und haben mit ihren Kompetenzen vielfach unter Beweis gestellt, dass sie für dieses Unternehmen sehr erfolgreich wirken können.

Herausforderungen gibt es genug. Die Zukunft wird nicht nur aus der Fortschreibung unseres bewährten Geschäftsmodells bestehen. Zu dynamisch wandeln sich die Rahmenbedingungen, nicht nur im Einzelhandel, sondern auch in der Immobilienwirtschaft. Lesen Sie unsere Titelgeschichte auf Seite 9, um mehr über die Strategie der Hahn Gruppe zu erfahren und die Pläne, Ihnen als Anleger und Geschäftspartner in der Zukunft stetig optimierte Dienstleistungen und Investmentprodukte anzubieten. Gerne werde ich die weitere Unternehmensentwicklung als Aufsichtsratsmitglied aufmerksam begleiten.

Gleichermaßen um Zukunftsperspektiven geht es in unserem Wirtschaftskapitel ab Seite 4: Die Menschen zieht es unverändert in die Städte, doch es gibt zugleich die Sehnsucht nach einem Leben außerhalb der Ballungsräume. Wir untersuchen die Perspektiven des ländlichen Raums und stellen Forderungen an die Politik, die nötige Infrastruktur zu erhalten bzw. neu zu schaffen. Die Überwindung von Distanzen und die Schaffung einer digitalen Verbindung ist auch die Mission unseres Joint-Venture-Startups Immavo, welches wir Ihnen auf Seite 12 vorstellen. Die Effizienzgewinne, die sich mit dem intelligenten Einsatz von Technologie erreichen lassen, stimmen uns sehr zuversichtlich.

Ganz zum Schluss darf der Hinweis auf unseren neuen Publikumsfonds HAHN Pluswertfonds 173 nicht fehlen. Auf Seite 18 erfahren Sie mehr!

Wir wünschen Ihnen eine hochsommerliche Lektüre!

Ihr Michael Hahn
Mitglied des Aufsichtsrats





POTENZIAL FÜR DEN LÄNDLICHEN RAUM.

Wie die Region an Attraktivität gewinnt.

Die Deutschen zieht es in die Stadt oder in den Speckgürtel jener Metropolen, die ihrerseits mit Wohnungsknappheit, hohen Mieten und kleinen Wohnflächen aufwarten. Doch dieser Trend stößt zunehmend an seine Grenzen. Die positiven Aspekte des ländlichen Raums werden wiederentdeckt, sofern die Voraussetzungen stimmen: Die Attraktivität einer ländlichen Gemeinde besteht aus der Kombination von guter Infrastruktur und Lebendigkeit, sozialem Zusammenhalt und engagierten Menschen – so lassen sich Potenziale für den ländlichen Raum optimal nutzen.

Menschen auf dem Land haben es im Vergleich zu Stadtbewohnern vermeintlich schwer: Zug, Bus und Bahn fahren wenig bis gar nicht, der Lebensmittelladen um die Ecke oder der Bäcker wurde geschlossen, das nächste Angebot ist eine Autofahrt entfernt, von Glasfasernetz gar nicht zu sprechen. Der Koalitionsvertrag von Union und SPD verspricht etwas anderes. Und zwar die Schaffung „gleichwertiger Lebensverhältnisse in urbanen und ländlichen Gebieten in ganz Deutschland“. Diese ganzheitliche Sichtweise macht Sinn. Denn was der leer stehende Bäcker im Ortskern der Gemeinde mit wenigen tausend Einwohnern ist, ist der Bäcker in der Stadt, der Job, Wohnung und einen Kitaplatz für seine Kinder sucht. Ländliche Probleme sind auch die Probleme der Stadt, die nur im Zusammenspiel beider gelöst werden können.

Wechselwirkung Stadt – Land

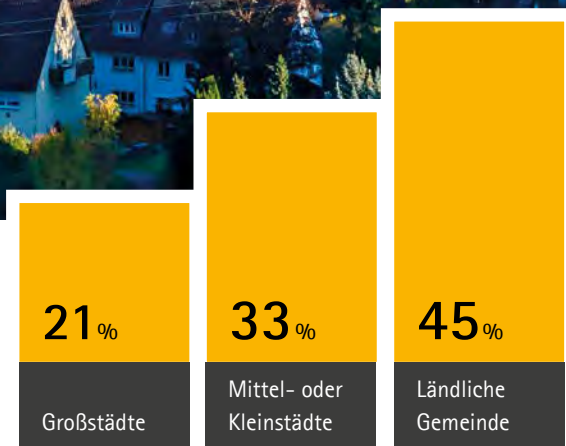
Deutschland wächst, und die Bevölkerungszahl soll bis 2035 auf 83,1 Mio. Menschen steigen. Wanderungsmuster innerhalb von Deutschland zeigen noch einen verstärkten Zuzug in durch erhöhte Urbanität ausgezeichnete Städte durch Studenten und junge Menschen in der Ausbildung. Menschen zwischen 34 und 44 Jahren zieht es in die

Speckgürtel großer Städte für ein Leben im Grünen mit mehr Platz und guter Anbindung an bessere Arbeitsplätze. Ältere präferieren derweil erholsamere Gebiete an der Küste oder im Alpenvorland.

Die vermeintlich besseren Arbeitsmarktaussichten der Metropolen treffen auf ein teures und besonders knappes Wohnungsangebot. Kitaplätze sind rar, und auch die Lebenshaltungskosten sind höher. Die Milch im Supermarkt wird teurer angeboten, da der Einzelhändler auch eine höhere Ladenmiete zahlen muss. Und eigentlich wollen alle gar nicht unbedingt in die Großstadt. Umfrageergebnisse aus dem Baukulturbericht aus 2016/17 zeigen, dass Großstädte bei den Wohnungswünschen nicht die Beliebtheitsskala anführen. Nur 21 Prozent der Befragten haben Sehnsucht nach der Großstadt. 33 Prozent zieht es in Mittel- oder Kleinstädte, und sogar 45 Prozent möchten in einer ländlichen Gemeinde wohnen. Was also muss geschehen, damit diese 45 Prozent der Befragten ihrem Wunsch, aufs Land zu ziehen, tatsächlich nachgehen?

Infrastruktur schaffen

Die öffentliche Debatte dreht sich um Demografie, Bevölkerungswachstum, Wanderungsverhalten und Wohnungsknappheit. Parallel verzeichnet die Dichte kleinerer Städte und Gemeinden ohne Verknüpfung zu den Metropolen einen Rückgang der Bevölkerung. Zieht es Menschen in größere



Wie beliebt sind Klein-, Mittel- und Großstädte sowie ländliche Gemeinden bei der Wahl des Wohnortes? Umfrageergebnis aus dem Baukulturbericht 2016/17

Städte, verschiebt sich auch der Bedarf an lokaler Infrastruktur und Wohnraum. Die Herausforderung der Zukunft besteht darin, negative Auswirkungen dieses Prozesses zu minimieren.

Die Kommunen sind gefordert, Leerstand und Brachflächen früh genug zu erkennen und mit neuen und innovativen Umnutzungs- und Zwischennutzungskonzepten zu reagieren. Das umfasst den Umgang mit Leerstand und ungenutzten Gebäuden bis hin zum Abriss, die Schaffung gefragter Wohnraumkonzepte, barrierefrei, familiengerecht und den neuesten energieeffizienten Standards entsprechend. Aber das ist nur ein Teil, an dem die Bundesregierung gemeinsam mit Kommunen und Gemeinden ansetzen muss, um die Attraktivität zu steigern. Ohne verbesserte Infrastruktur kann der ländliche Raum nicht mit seinem ganzen Potenzial entwickelt werden. Es geht darum, die Verkehrsanbindung und den ÖPNV zu optimieren. Dazu gehört auch der Breitbandausbau. Nach einer Erhebung des TÜV Rheinland haben zwar 90 Prozent der Haushalte in der Stadt, aber nur 36,2 Prozent der auf dem Land lebenden Einwohner eine ≥ 50 -Mbit-Leitung. Je besser das Internet, desto eher zieht es Arbeitnehmer aufs Land. Wer zuverlässig im Homeoffice arbeiten kann, wird bei der Wohnortwahl ländlichere Regionen miteinbeziehen.

Schulen, Kitas und medizinische Versorgung: Sind diese nicht gegeben, wandern Familien unweigerlich in die

Speckgürtel großer Städte ab. Neben der Versorgung mit Dienstleistungen wie Handwerkern oder Pflegekräften gehören insbesondere größere Versorgungszentren, die neben Lebensmitteln auch Geschäfte des täglichen Bedarfs abdecken. Auch diese Versorgungseinrichtungen schaffen wichtige Arbeitsplätze, die in der Region dringend benötigt werden. Der Arbeitsplatzaufbau und die Ansiedelung neuer Arbeitgeber in den ländlichen Gebieten gehören zu den zentralen Aufgaben. Vorreiter sind kleinere Familienbetriebe und mittelständische Unternehmen, die es keineswegs in die Stadt zieht. Der DAX-Konzern SAP sitzt beispielsweise im ländlichen Walldorf mit knapp 15.500 Einwohnern. Sennheiser mit 2.600 Mitarbeitern sitzt in Wedemark bei Hannover mit knapp 30.000 Einwohnern. Hansgrohe in Schiltach mit knapp 3.700 Einwohnern.

Arbeitsplätze und Versorgung als Anker

Nahversorgungszentren, SB-Warenhäuser oder große Verbrauchermärkte sichern die Versorgung auf dem Land oder im Speckgürtel größerer Kreisstädte. Dort findet häufig in einem Fachmarktzentrum nicht nur der Einkauf für den täglichen Bedarf statt, sondern es werden auch Dienstleistungen von Finanzen bis zum Friseurbesuch in Anspruch genommen. In Brake mit knapp über 15.000 Einwohnern erwarb die Gruppe beispielsweise ein familia Center, das die Versorgung der Region auf knapp 16.800 Quadratmetern übernimmt und über die Gemeinde hinaus als ein maßgebliches Einkaufsziel Aufmerksamkeit auf sich zieht. In der Hahn-Immobilie Bad Zwischenahn versorgt der Einzelhändler REWE die knapp 28.000 Einwohner, in Jever mit 14.000 Einwohnern unterstützt ein Hahn-Fachmarktzentrum und in dem etwas größeren Friesoythe mit über 22.000 Einwohnern ein SB-Warenhaus die Versorgung. Nicht nur der Supermarkt ist wichtig – auch das zusätzliche Angebot kann über größere SB-Warenhäuser und Serviceleistungen Menschen den Weg in die Region wieder schmackhaft machen.

Die Knappheit von Wohnraum wird sich nicht allein in Großstädten lösen lassen. Die Verbesserung der Wohnverhältnisse und der örtlichen Infrastruktur ist ein wichtiger Schritt, um den ländlichen Raum attraktiver zu machen. Ein starker Mittelstand, der mit gut bezahlten Arbeitsplätzen auf dem Land Infrastruktur schafft, bedarfsgerechte Einkaufszentren und Gewerbegebiete mit lebendigen Strukturen und guter Anbindung erhöhen die Lebensqualität und bieten zusätzliche Anreize, den Weg aufs Land zu finden.



LED GEWINNT.

Optimales Lichtmanagement in Gewerbeimmobilien.

Am 1. September 2018 ging für die Halogenlampe endgültig das Licht aus – gemäß der Ökodesign-Richtlinie der EU gilt seitdem ein Produktionsverbot für die meisten Modelle, im Handel dürfen nur noch Lagerbestände verkauft werden. Wie beim Glühlampenverbot soll mit dieser Vorschrift Energie eingespart werden. LED-Konzepte gewinnen damit noch weiter an Bedeutung.

Nach Angaben der Internationalen Energieagentur IEA werden 15 Prozent der weltweit produzierten elektrischen Energie für Beleuchtung verwendet. Für das Gewerbe in Deutschland gibt das Umweltbundesamt einen Wert von 11 Prozent an. Bemerkenswert sind die Wachstumszahlen bei der LED: Die Gesellschaft für Konsumforschung hat für das Jahr 2008 einen Marktanteil von etwa 1,4 Prozent errechnet, 2014 waren es 38 Prozent, zwei Jahre später schon 61 Prozent, Tendenz weiter steigend.

Neben niedrigen Betriebskosten, geringer Wärmeentwicklung und langen Laufzeiten ist auch die stark verbesserte Lichtqualität der LED-Lampen für deren Erfolg verantwortlich. Strahlten frühe Generationen der LEDs noch mit hohen Blauanteilen im Licht unangenehm kalt, sind inzwischen viele verschiedene Farbspektren verfügbar, was insbesondere für den Handel von Bedeutung ist.

Die Hahn Gruppe setzt vor allem bei Revitalisierung oder Neubau auf LED, aber auch bei der Instandhaltung kommt diese Technik zunehmend zum Einsatz. Zudem werden wir in diesem Jahr eine eigene Arbeitsgruppe LED bilden. Wichtig sind uns als Asset Manager insbesondere die Ausleuchtung von PKW-Stellplätzen, die Förderung einer positiven Einkaufsatmosphäre und eine gute Sichtbarkeit der Immobilie in den Abendstunden.

Beispiel Lebensmittel.

Moderne Lichtkonzepte orientieren sich grundsätzlich am Wohlbefinden der Menschen und der idealen Ausleuchtung der Ware. Dies kann je nach Branche variieren – man denke

KOSTEN GENAU IM BLICK

Die Gesamtkosten der Beleuchtung ergeben sich aus Anschaffung und Installation, Wartung und Instandhaltung sowie Energie. In der Regel werden diese in Bezug zur anzunehmenden tatsächlichen Nutzungsdauer gerechnet. Wirtschaftlich arbeitet das System demnach, wenn die Investitions- und Kapitalkosten durch Einsparungen bei Betrieb, Wartung und Energie innerhalb des angenommenen Zeitraums amortisiert werden. Danach werden die Einsparungen dem Nutzen des Systems zugeschlagen.

Eine reine Betrachtung der Amortisationszeit greift in vielen Fällen zu kurz und führt nicht zwangsläufig zur Entscheidung für die wirtschaftlichste Lösung. So kann sich die Amortisationszeit aufgrund hoher Anschaffungskosten verlängern, der Gesamtertrag durch Einsparungen über den Gesamtzeitraum jedoch steigen.

Entscheidend ist also die Gesamtlaufzeit der Anlage. Und die schwankt je nach Branche stark: Während Industriebetriebe oft über Jahrzehnte hinweg planen, wird im Ladenbau mit Anlagenlaufzeiten von fünf bis sieben Jahren gerechnet. Je länger die Laufzeiten, desto längere Amortisationszeiten sind akzeptabel. In jedem Fall sollte vor einer Entscheidung für eine vermeintlich günstige Lösung geprüft werden, ob diese in der Restlaufzeit – also nach der Amortisation – über Einsparungen ausreichend Erträge generiert.

Im Sortimentsgang zählt die schattenfreie Ausleuchtung senkrechter Flächen, Lichtschwerpunkte auf der Sichtachse und doppelt asymmetrische Beleuchtung ohne Blendung strukturieren den Raum. In der Kassenzone orientieren sich moderne Lichtkonzepte an der Tageszeit. Die geringfügigen Schwankungen über den Tag hinweg sind unsichtbar für Mitarbeiter und Kunden, wirken sich aber positiv auf Wohlbefinden und Stimmung aus – und damit auch auf die Gesundheit.

Experten an einem Tisch.

Ein gelungenes Lichtmanagement vereint die Wünsche der Nutzer, räumliche Voraussetzungen und die technischen Möglichkeiten. Bei der Hahn Gruppe bringen wir dazu alle beteiligten Spezialisten an einen Tisch – Lichtdesigner, Installateure und Lieferanten beziehungsweise Hersteller. Zunächst werden die Anforderungen so präzise wie möglich definiert: Welche Lichtstärken werden wann und wo benötigt? Welchen Einfluss hat das Tageslicht? Soll die Anlage eine Zeitsteuerung und/oder Bewegungssensoren erhalten? Ist eine Fernwartung erwünscht? Auf dieser Grundlage können die richtigen Komponenten ausgewählt, installiert und programmiert werden.

Die Anforderungen an das Lichtmanagement können stark variieren. Der Trend geht allgemein zur intelligenten, individuellen Beleuchtung, zum Beispiel am Arbeitsplatz – allerdings nicht als Insellösung, sondern vernetzt über das gesamte Gebäude. Dies geschieht zunehmend per Funk, also leitungsungebunden. In manchen Objekten ist eine Anbindung an ein bereits vorhandenes Bus-System sinnvoll oder notwendig.

Grundsätzlich ist es empfehlenswert, bei der Planung und späteren Programmierung auf ein hohes Maß an Flexibilität zu achten. Denn Anforderungen können sich ändern, und Parameter sollten möglichst mühelos angepasst werden können.

an ausgeklügelte Präsentationen bei Schmuck und Mode. Besonders erhellend ist ein Blick in den Lebensmitteleinzelhandel: Alle Lebensmittelgruppen sollen frisch und appetitlich aussehen, empfindliche Ware darf keinen Schaden nehmen. Beim Obst und Gemüse setzen Lichtdesigner auf eine sonnenähnliche Farbgebung, um Natürlichkeit und Vielfalt zu betonen, während an der Frischetheke Fleisch und Wurst mit roten und weißen Lichtspektren optimal ins Licht gesetzt werden. Im Tiefkühlbereich dominieren Blautöne, die den Eindruck einer hochwertigen Kühlung vermitteln und gut mit der Farbigkeit der Verpackungen kontrastieren.

Auch andere Food-Bereiche profitieren von intelligenter, auf die Produkte abgestimmter Beleuchtung. So machen dunkle Lichttöne die Weinabteilung zu Oasen der Ruhe und schonen dabei die lichtempfindlichen Weine. Bei Molkereiprodukten werden breitstrahlende Lichtoptiken für Ware und Gang mit integrierter zusätzlicher Ausleuchtung kombiniert, und die Orientierungsschilder über dem Regal erhalten eine eigene, wärmere Beleuchtung.



„AM ENDE WIRD DER ERFOLG FÜR DIE HAHN GRUPPE STEHEN.“

Interview mit Michael Hahn,
Thomas Kuhlmann und Jörn Burghardt.



Mit Ablauf der Hauptversammlung am 23. Mai 2019 hat Michael Hahn wunschgemäß den Vorstand der Hahn AG verlassen und den Vorsitz an Thomas Kuhlmann übergeben. Seit Jahresbeginn 2019 ist zudem Jörn Burghardt neues Vorstandsmitglied. Wir sprechen mit den drei Herren über die Zukunft der Hahn Gruppe.

Herr Hahn, die Hahn Gruppe konnte 2018 ihren Gewinn nochmals steigern. Wie zufrieden sind Sie mit der Geschäftsentwicklung?

Michael Hahn: Unterm Strich bin ich sehr zufrieden. Wir haben in den letzten Jahren zu einer sehr stabilen Ertragsentwicklung gefunden, indem wir kontinuierlich steigende Erlöse aus dem Immobilien und dem Investment Management erzielen konnten. Zudem haben wir die Qualität des verwalteten Immobilienvermögens durch gezielte Asset-Management-Maßnahmen und Verkäufe weiter verbessert. Das ist eine gute Basis für die Zukunft.

Wie beurteilen Sie das erzielte Wachstum?

Michael Hahn: Wir konzentrieren uns auf ertragsstarke Handelsimmobilien, die in ihrer Region marktdominante Standorte darstellen. Da gab es in diesem Jahr nicht zu jeder Zeit ausreichend Objekte, die zu vertretbaren Preisen angeboten wurden. Wir haben deshalb weniger Neuinvestitionen getätigt, als wir zu Jahresbeginn geplant hatten. Doch lieber bleiben wir mal ein Jahr unter Plan, als von dieser Strategie abzuweichen.

Thomas Kuhlmann: Priorität hat, dass wir stets langfristig werthaltige Investitionen tätigen. Durch unsere seit Jahrzehnten qualitätsorientierte Einkaufspolitik haben wir bei unseren Anlegern und Investoren großes Vertrauen in unsere Expertise aufgebaut. Auf dieser Vertrauensbasis erwarten wir auch für die Zukunft einen stetigen Zufluss institutioneller und privater Gelder.



Was sind die strategischen Themen, die für die Hahn Gruppe auf der Agenda stehen?

Thomas Kuhlmann: Unsere Strategie besteht aus drei elementaren Handlungsfeldern: Wir wollen führend sein, wenn es um die Ausschöpfung von Digitalisierungspotenzialen im Asset und Investment Management geht, wir wollen die Leistungsfähigkeit der Hahn Gruppe verbessern, und nicht zuletzt beabsichtigen wir, unser Fondsgeschäft mit institutionellen und privaten Anlegern signifikant auszubauen. Das sind die Stellschrauben für den Unternehmenserfolg der Zukunft.

Jörn Burghardt: Diese Felder sind mit konkreten Maßnahmen unterlegt. Um die Leistungsfähigkeit unserer Organisation zu stärken, setzen wir beispielsweise auf eine konsequente Steigerung der Dienstleistungsqualität, die wir mit einer Ausrichtung an nicht-finanziellen Performance-Kennzahlen noch besser messbar machen. Natürlich geht es dabei nicht nur um die Definition und Darstellung von KPIs, sondern um deren konsequente Integration in die Zielmodelle unserer Bereiche, Abteilungen und Mitarbeiter.

Thomas Kuhlmann: In den letzten Jahren haben wir zahlreiche Digitalisierungsprojekte aufgesetzt, die uns insbesondere im Immobilien Management zu mehr Effizienz verhelfen sollen. Auf der Agenda stehen beispielsweise die Entwicklung und System-einbindung einer digitalen Gebäudeakte sowie die Optimierung unserer Datenmanagementsysteme. Es geht nicht nur um Verbesserungen, sondern teilweise um grundlegende Innovationen: So revolutionieren wir mit unserem Joint Venture Immavo in einem Pilotprojekt die technische Einbindung externer Dienstleister und Techniker bei der Gebäudebewirtschaftung.

Und wie wollen Sie das Fondsgeschäft ausbauen?

Thomas Kuhlmann: Wir sehen die Möglichkeit, mit innovativen Fondskonzepten unsere Investmentprodukte noch besser auf die Kundenpräferenzen auszurichten. Wir beschäftigen uns auch mit neuen Vertriebslinien und prüfen den Weg in eine zweite Assetklasse, bei der wir unsere langjährigen Kernkompetenzen ideal einbringen können. Wichtig ist uns dabei stets, dass wir sowohl den institutionellen als auch den privaten Kunden im Blick haben. Diese Diversifikation hat uns in den letzten Jahren stark gemacht.

„Wir konzentrieren uns auf ertragsstarke Handelsimmobilien, die in ihrer Region marktdominante Standorte darstellen.“



Bleiben wir bei den Innovationen. Einige Marktexperten sehen den Online-Handel als Risikofaktor für Investments in Handelsimmobilien. Wie schätzen Sie dies ein?

Jörn Burghardt: Natürlich spielt der Online-Handel als Wettbewerbsfaktor eine zunehmende Rolle. Das ist aber kein neues Phänomen mehr. Mittlerweile hat sich der stationäre Handel gut arrangiert. So muss man feststellen, dass der Einzelhandel mit Ladengeschäften weiterhin auf Wachstumskurs ist. Das liegt insbesondere daran, dass Lebensmittel- und Drogeriemärkte, aber auch preisorientierte Non-Food-Fachmärkte Marktanteile hinzugewinnen und mit deutlichen Umsatzsteigerungen aufwarten. Diese Marktsegmente sind sehr gut aufgestellt und weisen eine hohe Online-Resistenz auf.

Thomas Kuhlmann: Für den Lebensmitteleinzelhandel gilt: Es gibt derzeit kaum überzeugende E-Commerce-Ansätze am Markt in Bezug auf Convenience, Logistik und Preis, die dem stationären Handel mit seinem dichten Filialnetz gefährlich werden könnten. Nicht ohne Grund haben viele Lebensmitteleinzelhändler und E-Commerce-Player in Deutschland ihr Expansionstempo in diesem Segment tendenziell zurückgefahren.

Jörn Burghardt: Klar ist aber auch, dass es neue Trends am Markt zu beobachten gibt, die wir als Asset Manager richtig einschätzen und nach denen wir unsere Immobilien langfristig ausrichten müssen. Ein Beispiel ist der stärkere Fokus der Kunden auf Einkaufserlebnis und Einkaufsatmosphäre. Hier hat sich in den letzten Jahren viel getan, und unsere Mieter, wie auch wir, müssen die Objekte entsprechend aufstellen, um den Erwartungen der Kunden gerecht zu werden.

Wie schätzen Sie die geplante Abspaltung der Tochtergesellschaft Real von der Metro Group ein? Wird dies zu Veränderungen führen?

Jörn Burghardt: Für unsere Anleger hat dies erst einmal keine Auswirkungen. Wir verfügen in der Regel über langfristige Mietverträge, die selbstverständlich erfüllt werden müssen. Außerdem ist es so, dass wir nicht in Mietverträge, sondern in Standorte investieren. Diese stellen betreiberunabhängig einen Wert dar. Es ist die Besonderheit des großflächigen Einzelhandels, dass lebensmittelorientierte Standorte aufgrund des Baurechts in der Regel nicht ohne Weiteres dupliziert werden können. Das macht diese Lagen zu einem sehr knappen Gut, welches auch bei Real-Mitbewerbern gefragt ist.

„Unsere Kunden und Geschäftspartner erwarten von uns, dass wir alles ein bisschen besser machen als die Generalisten.“

Herr Burghardt, wo wird der Schwerpunkt Ihrer Vorstandstätigkeit in den kommenden Jahren liegen?

Jörn Burghardt: Als langjähriger Geschäftsführer der DeWert und HAHN Fonds und Asset Management GmbH werde ich auch in der zusätzlichen Funktion daran arbeiten, unser Bestandsgeschäft voranzubringen. Wichtig ist, dass wir unsere Potenziale ausschöpfen, um im Portfolio, Fonds, Asset und Property Management exzellente Arbeit abzuliefern. Das stärkt unsere Bindung zu unseren Anlegern, Investoren und Mietpartnern. Von uns als einem ausgewiesenen Spezialisten für Handelsimmobilien erwarten unsere Kunden und Geschäftspartner, dass wir alles ein bisschen besser machen als die Generalisten.

Thomas Kuhlmann: Die Hahn Gruppe ist auf einem guten und erfolgreichen Weg. Doch die Herausforderungen im aktuellen Marktumfeld sind groß. Bisherige Erfolgsrezepte lassen sich nicht ewig fortschreiben. Das Zeitalter der Digitalisierung hat den Wandel im Einzelhandel und auch in der Immobilienwirtschaft tendenziell beschleunigt. Das birgt Risiken, aber eben auch viele Chancen. Wir wollen von diesem Zeitalter profitieren, indem wir unser Geschäftsmodell an den richtigen Stellen weiterentwickeln und zugleich unseren stark qualitätsorientierten Investment- und Managementfokus beibehalten.

Michael Hahn: Die Erfahrung zeigt: Jede Zeit bringt ihre ganz eigenen Herausforderungen mit sich. In einem Punkt bin ich mir aber sicher: Mit diesem kompetenten Vorstandsteam und unseren vielen weiteren hoch motivierten Führungskräften und Mitarbeitern wird am Ende der Erfolg für die Hahn Gruppe stehen.

Wie geht es für Sie persönlich weiter, Herr Hahn?

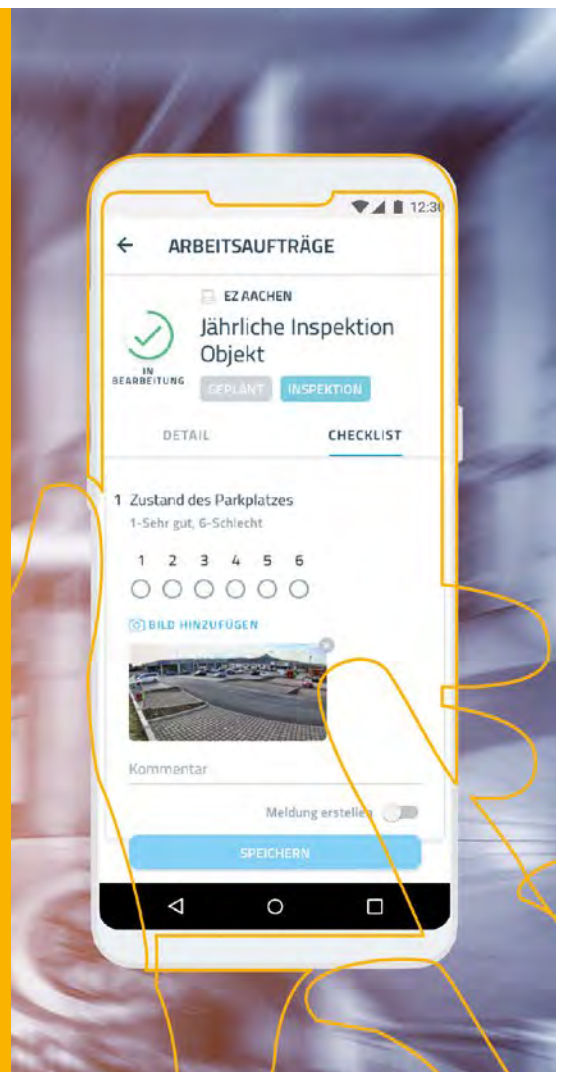
Michael Hahn: Als Aufsichtsratsmitglied bleibe ich weiterhin involviert. Ich freue mich aber, die Dinge etwas entspannter angehen zu können. Meine Familie wird selbstverständlich dafür sorgen, dass es mir nie langweilig wird. Zudem verbindet meine Frau und mich ein gemeinsames Hobby: das Reisen. Da gibt es so einige Orte auf der Welt, die wir in den kommenden Jahren besuchen wollen.

Sehr geehrte Herren, vielen Dank für das Gespräch!



JOINT VENTURE ENTWICKELT INNOVATIVE SOFTWARE ZUR IMMOBILIENBE- WIRTSCHAFTUNG.

Immavo schafft die digitale Verbindung mit dem Techniker vor Ort.



Ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Hahn Gruppe besteht darin, dass wir die gesamte Wertschöpfungskette des Immobilieninvestments abdecken. Damit sichern wir eine durchweg hohe Dienstleistungsqualität im Sinne unserer Stakeholder, und doch sind wir im Rahmen des technischen Managements auf externe Dienstleister angewiesen, die die Wartung und Instandhaltung unserer über 150 Handelsimmobilien in ganz Deutschland übernehmen.

Hier ist es am effizientesten, auf lokale Unternehmen zurückzugreifen, die zwar eine ordentliche Arbeitsqualität abliefern, jedoch nicht vollständig in unsere Arbeitsprozesse und Systemlandschaft integrierbar sind.

Aus dieser Überlegung heraus ist unser Joint Venture Immavo GmbH entstanden, welches wir zusammen mit dem Berliner Startup connectavo GmbH gegründet haben. Ziel der Entwicklungspartnerschaft ist es, externen Dienstleistern zu ermöglichen, ihre Schadens-, Wartungs- und Besuchsberichte mit einer eigens programmierten Smartphone-App zu erstellen und über ein Ticketsystem effizient an unser Facility-Management-System zu übergeben. Das hat weitreichende Auswirkungen: Wir schaffen einheitliche Standards und sichern eine schnelle Datenverarbeitung, ohne dass wir unsere regionalen Dienstleister für die Bedienung komplexer Softwaresysteme schulen und mit entsprechender Hardware ausstatten müssten.

Zugewinn an Effizienz und Qualität.

Die ersten Erfahrungen sind sehr positiv. Unsere Mitarbeiter im Property Management profitieren von hohen Effizienzgewinnen, die sich in einer schnelleren Abarbeitung und einer höheren Qualität der Ausführung widerspiegeln. Zudem sind die einzelnen Aufträge besser dokumentiert. Selbst die Einbindung von Bildmaterial ist vorgesehen. Unsere Dienstleistungsunternehmen berichten von einer hohen Akzeptanz der Mitarbeiter und geringen Eingewöhnungszeiten. Die Zukunft? Nach dem erfolgreichen Abschluss der Testphase, dem bundesweiten Rollout und der erfolgreichen Bewährung im Dauerbetrieb wollen wir unsere Systemlösung auch Dritten zugänglich machen, um die Immobilienwirtschaft weiter zu professionalisieren.

PERSÖNLICHKEIT ZÄHLT.

Lydia von Gagern

Lydia von Gagern hat schon immer gerne über den Tellerrand geblickt. Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften war sie in verschiedenen Unternehmen tätig, unter anderem bei Shell in Manchester. Auch Norwegen gehörte zu ihren Lebensstationen. Von 2012 bis 2017 war von Gagern Personalleiterin bei einem Softwareunternehmen in Rheinbach. Seit Anfang 2018 leitet sie die Personalabteilung bei der Hahn Gruppe. Sie lebt mit ihrem Ehemann und den zwei Kindern in Bonn.

Frau von Gagern, was sind Ihre Aufgaben im Unternehmen?

Als Personalleiterin bin ich dafür zuständig, dass unsere Mitarbeiter in allen personalrelevanten Fragen professionell betreut werden. Dazu gehört als Basis eine funktionierende Verwaltung, die formale Dinge wie Arbeitsvertrag und pünktliche Gehaltszahlung regelt. Darauf baut der für mich wichtigste Teil meiner Arbeit auf: die Mitgestaltung unserer Personalpolitik, um die Attraktivität der Hahn Gruppe als moderner Arbeitgeber zu steigern. Neben der Außenwirkung mit Personalmarketing haben wir dabei vor allem die bestehenden Mitarbeiter im Blick: Welche Bedürfnisse haben diese heute, welche werden es morgen sein? Dazu fragt man die Menschen am besten selbst. Wir haben das im vergangenen Jahr im Rahmen einer Mitarbeiterbefragung getan und wertvolle Erkenntnisse gewonnen. Die Personalentwicklung ist ebenfalls von hoher Bedeutung. Wie können wir die persönliche und fachliche Weiterentwicklung fördern? Welche Karrierepfade bieten wir an? In diesem Jahr beschäftige ich mich zudem sehr mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement.

Sie selbst haben nach dem Studium der Betriebswirtschaft viel Erfahrung als Personalverantwortliche gesammelt. Was muss man für diese Tätigkeit mitbringen?

Persönlichkeit zählt. Dazu gehört erstens Aufmerksamkeit: Was bewegt die Kollegen, wo drückt vielleicht mal der Schuh? Welche aktuellen Entwicklungen gibt es? Welchen Trends und Entwicklungen folgt der Arbeitsmarkt? Zweitens Kreativität: Wie können wir interessante Modelle bei uns umsetzen? Was passt zu unserer Unternehmenskultur? Drittens schließlich Durchhaltevermögen und Geduld: Veränderungen brauchen Zeit, viele Projekte dauern mehrere Monate. Nach Einführung neuer Konzepte oder Prozesse muss man dranbleiben, um sie mit Leben zu füllen.

Die Herausforderungen für eine erfolgreiche Personalarbeit sind in den letzten Jahren stetig gewachsen. Die hohe Beschäftigungsquote und der demografische Wandel haben den Wettbewerb um junge Talente verschärft. Nachwuchskräfte gewinnt man nicht mehr allein mit attraktiven Gehältern. Man muss ein motivierendes und förderndes Arbeitsumfeld schaffen und potenziellen Arbeitnehmern diese Qualitäten erfolgreich kommunizieren können.



Lydia von Gagern, Personalleiterin

Welches Projekt bei der Hahn Gruppe war das bisher wichtigste für Sie persönlich?

Da gibt es gleich mehrere. Wir haben 2018 mit einer fachübergreifenden Projektgruppe ein Modell für flexible Arbeitszeiten entwickelt und die Erprobungsphase inzwischen erfolgreich abgeschlossen. Die meisten Kollegen profitieren nun zum Beispiel davon, teilweise im Homeoffice arbeiten zu können.

Besonders erfreulich war für mich auch die Teilnahme am bundesweit durchgeführten Girls' Day. Neun Mädchen aus der Region durften einen Tag lang den Berufsalltag bei der Hahn Gruppe miterleben. Zwei Teilnehmerinnen haben sich daraufhin für ein Praktikum bei uns entschieden.

Nicht zuletzt werden wir neben der klassischen Berufsausbildung ab diesem Jahr in Zusammenarbeit mit der FHM Köln auch ein duales Studium anbieten. Junge Menschen können so in vier Jahren neben einem IHK-Abschluss auch den Bachelor für Architektur- und Immobilienmanagement erwerben. Diese Form der Ausbildung ist für uns neu, und wir sind sehr gespannt!

DER IMMOBILIENMARKT IM FOKUS.

Neue Richtlinien und Gesetze im Überblick.

Bestellerprinzip. Jetzt auch beim Kauf und Verkauf von Immobilien?

Seit dem 01.06.2015 gilt bundesweit die Mietrechtsnovellierung zum Bestellerprinzip. Dort heißt es: Wer den Immobilienmakler bestellt, bezahlt ihn auch – in der Regel ist das der Vermieter einer Wohnimmobilie. Im Erfolgsfall der Vermittlung des Mietvertrages erhält der Makler maximal zwei Nettokaltmieten zzgl. der gesetzlichen MwSt. vom Eigentümer. Das Bestellerprinzip gilt zurzeit nur bei der Vermittlung von Wohnraum. Möchten Eigentümer eine Immobilie verkaufen, so hat bis heute die landesabhängige Regelung über die Zahlung der Maklercourtage Gültigkeit. Die ist in jedem Bundesland anders und auch gesetzlich nicht geregelt. Geht es nach dem neuen Gesetzesentwurf zum Bestellerprinzip, soll künftig derjenige den Makler bezahlen, der ihn beim Kauf und Verkauf von Wohnimmobilien beauftragt. Das soll insbesondere jungen Käufern und Familien den Erwerb von Eigentum ermöglichen. Noch ist das Bestellerprinzip nicht beschlossene Sache, da die Reform von Experten als umstritten gesehen wird. Experten und Immobilienverbände befürchten, dass Eigentümer die Courtage auf den Verkaufspreis draufschlagen und somit den Verkaufspreis und die Bemessungsgrundlage der Grunderwerbsteuer erhöhen würden.

Erhöhung der Grunderwerbsteuer.

Die Grunderwerbsteuer fällt beim Erwerb einer Immobilie an und hat den Kaufpreis als Berechnungsgrundlage. Sie wird seit dem 01.09.2006 von den Bundesländern frei festgelegt und beträgt heute in der Spitze 6,5 Prozent. Das spült kräftig Geld in die Landesbanken. Die Grunderwerbsteuer gehört beim Immobilienkauf neben der Maklercourtage und den Notarkosten zu den Erwerbsnebenkosten: Das sind bei einer Immobilie, die 750.000 Euro kosten soll, 48.750 Euro Grunderwerbsteuer (bei 6,5 Prozent in NRW), 26.775 Euro Maklerprovision (bei 3,75 Prozent vom Käufer in NRW) und 15.000 Euro Notar- und Grundbuchgebühren (ca. 2 Prozent vom Kaufpreis). Die Debatte um das Bestellerprinzip beim Kauf und Verkauf von Immobilien hat Auswirkungen auf die Grunderwerbsteuer. Zu befürchten ist, dass die Bundesländer die scheinbare Entlastung der Käufer durch die eingesparte Maklercourtage dafür nutzen, die Grunderwerbsteuer anzuheben, was die Spirale der Kaufpreise weiter provozieren würde. Eine Erhöhung führt dann nur zu erhöhten Kaufpreisen und Mehreinnahmen für die Bundesländer: Käufer sparen nichts mehr.

Häufig werden die Grunderwerbsteuer und die Grundsteuer verwechselt. Die Grunderwerbsteuer wird einmalig in dem Bundesland erhoben, in dem ein Käufer die Immobilie erwirbt und richtet sich nach dem im Kaufvertrag ausgewiesenen Kaufpreis. Die Grundsteuer hingegen wird jährlich fällig bei Grundbesitz und wird von der Gemeinde erhoben.

Mietanpassungsgesetz.

Seit Jahresbeginn gibt es Veränderungen für Eigentümer und Vermieter von Wohnraum. Sie betrifft besonders die Neuregelung bei der Modernisierungumlage im Mietrecht. Bei einer Wohnungssanierung können Vermieter die Jahresmiete nur noch um 8 Prozent statt bisher 11 Prozent der Modernisierungskosten erhöhen.

Das Mietanpassungsgesetz (MietAnpG) sieht auch eine absolute Begrenzung der Modernisierungumlage vor: Die Monatsmiete darf infolge einer Modernisierung innerhalb von sechs Jahren nur um max. 3 Euro pro Quadratmeter steigen, bei einem Mietpreis unter 7 Euro pro Quadratmeter nur um 2 Euro. Positiv für Vermieter ist die vereinfachte Berechnung der Modernisierungumlage: Bei Modernisierungskosten von maximal 10.000 Euro können Vermieter 30 Prozent Erhaltungsaufwand abziehen und den Rest umlegen.

Um zu verhindern, dass Modernisierungen gezielt genutzt werden, um den Mieter zur Kündigung zu bewegen, hat das MietAnpG weitere strenge Vorschriften gegenüber Vermietern erlassen. Steht dieser unter Verdacht, Mieter aus dem Mietvertrag „herauszumodernisieren“, können Bußgelder bis zu 100.000 Euro erhoben werden.

STETIGE ENTWICKLUNG.

Pluswertfonds platziert, Immobilienerwerb, Vermietungserfolge und Rückblick auf das Geschäftsjahr.



147 Zeichner für Witten.

Zum Jahresende 2018 ist der Pluswertfonds 172 erfolgreich platziert worden. Das Zeichnungsvolumen von rund 13 Mio. Euro wurde von 147 qualifizierten Privatanlegern sowie kleineren Stiftungen eingeworben, die durchschnittlich rund 88.000 Euro Eigenkapital einzahlten. Michael Hahn, Vorstandsvorsitzender der Hahn Gruppe, äußert sich zufrieden mit der Platzierung: „Die Eckdaten unseres Beteiligungsangebots haben die Anleger überzeugt. Der stark frequentierte Handelsstandort mit einem zufriedenen langfristigen Mieter bietet eine sehr gute Ausgangslage für nachhaltige Investitionserträge.“ Der nächste Fonds steht schon in den Startlöchern – lesen Sie mehr zum aktuellen Beteiligungsangebot auf Seite 18.

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2018.

Die Hahn Gruppe blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Das mit Dritten realisierte Immobilien-Transaktionsvolumen belief sich 2018 auf 126 Mio. Euro und lag damit in etwa auf Höhe der Vorjahresmarke (134 Mio. Euro). Das Geschäftsjahr 2018 war von einem deutlichen Anstieg der Vermietungsleistung geprägt. So konnten rund 120.000 m² (Vorjahr: 78.000 m²) Mietfläche neu- bzw. nachvermietet werden. Zum 31. Dezember 2018 lag das von der Hahn Gruppe verwaltete Immobilienvermögen bei rund 2,8 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,8 Mrd. Euro). Die Vermietungsquote im Immobilienportfolio erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr nochmals leicht auf 98,2 Prozent (Vorjahr: 98,0 Prozent).



Kauf des Fachmarktzentrums Brake.

Das Akquisitions-Team der Hahn Gruppe hat für den institutionellen Immobilienfonds HAHN German Retail Fund II das famila Center in Brake, Niedersachsen, erworben. Das 1973 im ersten Bauabschnitt errichtete und zuletzt 2018 aufwendig modernisierte Fachmarktzentrum weist ein Investitionsvolumen von rund 18 Mio. Euro auf. Das famila Center Brake verfügt über eine Mietfläche von insgesamt ca. 16.800 m², welche an den Generalmieter J. Bunting Beteiligungs AG langfristig vermietet ist. Bunting betreibt im Fachmarktzentrum ein Famila-SB-Warenhaus mit etwa 4.800 m² Verkaufsfläche und einem angeschlossenen Getränkemarkt. Die weitere Mietfläche ist an insgesamt 24 Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsunternehmen untervermietet, u. a. an Elektronik Expert, Drogerie Müller, Takko, Deichmann und KiK.

Neue Mietverträge in Garbsen

Die Hahn Gruppe hat für das Fachmarktzentrum Garbsen, Niedersachsen, drei neue Mieter gewonnen. Die Drogeriemarktkette dm, ein internationaler Textil-Filialist und Siemes Schuhcenter haben jeweils langfristige Mietverträge abgeschlossen, die eine Mietfläche von insgesamt 4.120 m² beinhalten. Die Nachmieter übernehmen die Mietflächen des Vormieters Dänisches Bettenlager sowie eine aktuell überwiegend als Getränkemarkt genutzte Teilfläche des Ankermieters Real. Im Zuge der Neuaufteilung wird zudem der Mieter Ernsting's family seine Verkaufsfläche verlagern und deutlich vergrößern. Die Handelsimmobilie wird weiter aufgewertet und in ihrer Nahversorgungsfunktion gestärkt.

WER WIRD NEUER CHEF DER EZB?

Sechs mögliche Kandidaten für die Nachfolge Mario Draghis.

Es herrscht Umbruchstimmung bei der europäischen Notenbank in Frankfurt. Nachdem sich die Finanzminister der Eurogruppe Anfang des Jahres auf den Iren Philip Lane als neuen Chefökonom der EZB einigten, steht im Oktober der Wechsel an der Spitze an. Dann endet die achtjährige Dienstzeit des Präsidenten Mario Draghi.

Ungeschriebenen Proporzregeln gemäß wäre eigentlich ein Ökonom aus Deutschland an der Reihe – da sich im Zuge der Europawahl jedoch der CSU-Politiker Manfred Weber für das Amt des EU-Kommissionspräsidenten bewirbt, ist das Rennen wieder offen. Wir stellen Ihnen die aussichtsreichsten Kandidaten für die Nachfolge Mario Draghis vor.

Für den 49 Jahre alten Franzosen Benoît Cœuré endet im Dezember ebenfalls turnusgemäß seine achtjährige Amtszeit als Mitglied des EZB-Direktoriums. Obwohl eine Amtsverlängerung ausgeschlossen ist, könnte er mit Hinweis auf die besondere Stellung des EZB-Präsidenten diese Position anstreben – zumal der Befürworter einer strengen Zinspolitik bei vielen EU-Kennern als wünschenswerter Kandidat gilt. Der unauffällige Wirtschaftswissenschaftler hat sich in der Vergangenheit insbesondere im Bereich der EZB-Anleihenkäufe profiliert. Allerdings ist es unwahrscheinlich, dass nach Draghis Vorgänger Jean-Claude Trichet erneut ein Franzose die Führung der Notenbank übernimmt.

Dies gilt auch für François Villeroy de Galhau, geboren 1959 in Straßburg. Seit 2015 leitet er als Gouverneur die französische Zentralbank Banque de France. De Galhau kann auf eine fast dreißigjährige Karriere als Bankfachmann und Politiker zurückblicken und war unter anderem für die Regierung Jospin sowie als Finanzberater der ständigen Vertretung Frankreichs bei der Europäischen Gemeinschaft tätig. De Galhau gilt als besonders meinungsstark und sucht gerne die Öffentlichkeit. Er diskutiert europäische Themen wie die Arbeitsmarktförderung für junge Menschen. Inhaltlich steht de Galhau dem derzeitigen Präsidenten Draghi nahe und plädiert für einen langsamen, graduellen Abschied von der lockeren Zinspolitik.

Ardo Hansson aus Estland hat sich als Kritiker des EZB-Kurses unter Draghi positioniert – und in der Finanzkrise als Gegner der Anleihenkäufe. Seit 2012 steht der in Chicago geborene Harvard-Ökonom mit doppelter Staatsbürgerschaft an der Spitze der Zentralbank von Estland. Zuvor war er Mitglied in deren Aufsichtsrat und setzte sich bei der Währungsreform im Baltischen Staat erfolgreich für eine Koppelung der estnischen Krone an die D-Mark ein. Zwar hat sich der 61-jährige Hansson bislang gegen einen Wechsel nach Frankfurt ausgesprochen, würde sich aber wohl nicht verweigern, wenn sich die europäischen Regierungen im Kandidatenpoker für ihn als klassischen Kompromisskandidaten entscheiden sollten.



Der Finne Erkki Liikanen ist in seinem Heimatland eine sehr prominente Figur im Politikbetrieb. Er war Finanzminister und außerordentlicher Beauftragter der Regierung bei den Verhandlungen zum EU-Beitritt. In Brüssel machte sich Liikanen als erster finnischer EU-Kommissar einen Namen. Von 2004 bis 2018 amtierte er als Präsident der finnischen Zentralbank. Er zeichnete 2012 verantwortlich für den sogenannten „Liikanen-Report“, der für Universalbanken in der Union unter anderem die Trennung von Eigenhandel und übrigen Bankgeschäft forderte. Mit 68 Jahren ist der Volkswirt eigentlich schon im Ruhestand, gilt aber als sehr aussichtsreicher Kandidat. Unter seiner Führung rechnen Experten nicht mit einer entscheidenden Wende in der Zinspolitik der EZB.



Als weiterer Kandidat aus Finnland wird der ehemalige EU-Kommissar Olli Rehn gehandelt. Rehn verweigert sich der üblichen Unterscheidung zwischen Falken und Tauben und spricht lieber davon, dass die Geldpolitik sich sowohl an der Wendigkeit des Fuchses als auch an der Beharrlichkeit des Igels orientieren solle. Als EU-Kommissar für Wirtschaft und Währung setzte Rehn 2010 eine deutliche Verschärfung der Maastricht-Kriterien durch. In seine Amtszeit fallen auch die ersten Sanktionen eines Mitglieds für die Missachtung der Haushaltsdefizitgrenzen (Ungarn im Jahr 2012). Der 56-jährige Rehn fordert eine gründliche Überprüfung der im Rahmen der Finanzkrise entwickelten finanzpolitischen Instrumente. Von ihm als EZB-Präsident erwarten Fachleute jedoch keine grundlegenden Änderungen der bisherigen Geldpolitik.

Jens Weidmann, langjähriger Präsident der Deutschen Bundesbank, durfte sich noch vor wenigen Monaten beste Aussichten auf das Amt des EZB-Präsidenten ausrechnen – bis ihm sein Landsmann Manfred Weber mit der Kandidatur als Kommissionspräsident in die Karten spielte. Der mit 50 Jahren zweitjüngste aus der Kandidatenriege leitet neben seiner Tätigkeit in Frankfurt auch den Verwaltungsrat der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich in Basel. Entgegen dem Diktum Olli Rehns würde man Weidmann wohl zu den geldpolitischen Falken zählen. Seit jeher macht sich der für seine Fachkompetenz hochgeschätzte Solinger für eine strenge Trennung von Geld- und Fiskalpolitik stark. Er zählt zu den prominentesten Kritikern Mario Draghis und würde sich als EZB-Präsident wohl für eine Abkehr von der Politik des lockeren Geldes einsetzen.

STARKES FUNDAMENT:

Fachmarktzentrum Landstuhl.

Landstuhl ist Verwaltungssitz der gleichnamigen Verbandsgemeinde und bevölkerungsreichste Stadt im Landkreis Kaiserslautern. Durch ihre hohe Einzelhandelszentralität hat die Stadt Landstuhl eine sehr hohe Bedeutung als Versorgungsstandort in der Region, die durch viele US-amerikanische Einrichtungen eine besondere Gewichtung als Arbeitsort erfährt und darüber hinaus staatlich anerkanntes Erholungsgebiet ist.

Als Mittelzentrum mit gesamtstädtischer und überörtlicher Versorgungsfunktion ist das Fachmarktzentrum Landstuhl Namensgeber des neuen Beteiligungsangebots Pluswertfonds 173.

Das Fachmarktzentrum Landstuhl ist seit über 20 Jahren etablierter und dominierender Versorgungsstandort der Region. Lediglich 1,5 km von der Innenstadt entfernt ist das Fachmarktzentrum leicht mit dem eigenen Auto oder dem öffentlichen Personennahverkehr zu erreichen. Die Kopplung von zwei bonitätsstarken Ankermietern sorgt für nachhaltige Ertragsstabilität. Rund 600 Stellplätze laden Kunden zum bequemen „One-Stop-Shopping“ ein. Das SB-Warenhaus Kaufland ist mit Abstand flächengrößter Anbieter in Landstuhl und Umgebung. Mit einem Festmietvertrag bis zum 30.09.2029 sowie zwei Verlängerungsoptionen von einmal acht und einmal sieben Jahren beweist der Lebensmittel-Riese sein Vertrauen in den Standort. Der Baumarkt toom ist einziger „klassischer“ Baumarkt in der Verbandsgemeinde Landstuhl; der Mietvertrag für diesen Mieter läuft bis zum 31.12.2028 mit der zweimaligen Option auf Verlängerung um jeweils fünf Jahre.

Das renditeorientierte Beteiligungsangebot richtet sich an qualifizierte Privatanleger mit einer Mindestbeteiligungssumme ab 20.000 EUR zzgl. Agio. Die anfängliche Ausschüttung beträgt jährlich 4,5 Prozent, die im Quartalsrhythmus ausgezahlt wird.



Key-Facts des überzeugenden Publikums-AIF mit 33,7 Euro Volumen:

- Seit über 20 Jahren etablierter Standort
- Überörtliche Kaufkraftbindung
- Umfassende Revitalisierung im Jahr 2008
- Jährliche Ausschüttung in Höhe von 4,5 Prozent
- Konservative Finanzierung



Weitere Informationen zu unserem
Beteiligungsangebot finden Sie hier:

[https://www.hahnag.de/investmentfonds/
aktuelles-beteiligungsangebot/](https://www.hahnag.de/investmentfonds/aktuelles-beteiligungsangebot/)

Sie haben Fragen? Melden Sie sich gerne bei:
Raffaella Aimola, Vertriebsassistentin
raimola@de-wert.de



WUSSTEN SIE EIGENTLICH, DASS ...

Wissen kann man nie genug. Interessanterweise sind es oft besonders skurrile Fakten, die uns am längsten im Gedächtnis bleiben. Und genau die geben wir Ihnen in dieser Rubrik an die Hand. Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und noch mehr beim Weitererzählen.



Der Einzelhandel ist mit 300.000 Unternehmen an 410.000 Betriebsstätten und einem Umsatz von rund 525 Milliarden Euro eine der größten Wirtschaftszweige. Er macht rund 15 Prozent des deutschen Bruttoinlandsproduktes aus.



2018 wurden 8,6 Prozent mehr Umsätze mit Bio-Lebensmitteln in deutschen Supermärkten erzielt. Den höchsten Bio-Anteil hatten Eier mit rund 13 Prozent.



Rund 1,5 Mio. zusätzliche Wohnungen könnten auf den innerstädtischen Flächen bei einem konsequenten Ausbau der Dachgeschosse von Immobilien wie Wohnhäusern, Supermärkten und Parkhäusern in Deutschland entstehen.



Die Firma Wanzl Metallwarenfabrik aus Leipheim ist der weltweit größte Hersteller von Einkaufswagen. Die jährliche Produktionsmenge liegt bei 2 Millionen Stück.



Der größte Supermarkt der Welt Gekås Ullared AB befindet sich in Ullared, Schweden. Er ist mit einer Fläche von 35.000 m² mehr als 20-mal so groß wie ein kleiner Verbrauchermarkt und verfügt über 6.700 Einkaufswagen und 69 Kassen.



Egal wie oft gesaugt oder gewischt wird, der Staub kehrt zurück: 6,2 Milligramm pro Quadratmeter und Tag sammeln sich im Schnitt in einer deutschen Wohnung an.

Objektart	SB-Warenhaus / Baumarkt
Baujahr	1997 (Erweiterung 2008)
Standort	Torfstraße 8 und 10, 66849 Landstuhl
Grundstück	44.624 m²
Mietfläche	15.936 m²
PKW-Stellplätze	ca. 600
Hauptmieter	Kaufland, toom Baumarkt
Fondsvolumen	33.687.500 Euro (inkl. Ausgabeaufschlag)
Eigenkapital	19.950.000 Euro (inkl. Ausgabeaufschlag)
Fremdkapital	13.737.500 Euro (entspricht einer Quote von rund 40,8 Prozent, bezogen auf die Gesamtinvestition inkl. Ausgabeaufschlag)



Hahn Gruppe
Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: 02204 9490-0
E-Mail: info@hahnag.de

 **Hahn
Gruppe**
Wertarbeit mit Handelsflächen