

DIE IMMOBILIE 1-16

Das Magazin für Kunden und Partner der Hahn Gruppe

DER MARKT.

Das Jahr wird spannend. 2016 bringt viele neue Alternative Investmentfonds.

DIE PARTNER.

Damit kann man sich sehen lassen. Weiß Optik, erfolgreicher Mieter und Partner der Traunpassage.

DER EINBLICK.

Johann Pfeifer, Referent für Rechnungslegung und Controlling, erlaubt einen Blick hinter die Kulissen.



**DIE STABILITÄT IN DER DYNAMIK.
ODER DIE DYNAMIK IN DER STABILITÄT.**

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



Das Titelbild

Die Stabilität in der Dynamik. Oder die
Dynamik in der Stabilität.

DAS EDITORIAL

Umsatzrekorde im Einzelhandel. Seite 3

DIE WIRTSCHAFT

Gute Entwicklung.
Der Handel als Wachstumstreiber. Seite 4

DER MARKT

Emissionstätigkeit zieht an.
2016 bringt viele neue Alternative Investmentfonds. Seite 6

DAS TITELTHEMA

Die Stabilität in der Dynamik.
Oder die Dynamik in der Stabilität. Seite 8

DIE PARTNER

Damit kann man sich sehen lassen.
Weiß Optik, erfolgreicher Mieter und Partner der Traunpassage. Seite 12

DER EINBLICK

Sichtwechsel.
Johann Pfeifer. Seite 13

DER RAHMEN

Von Zinsen, Steuern und Milchmädchenrechnungen ...
Wie EZB und Politik Märkte dirigieren. Seite 14

DIE NEUIGKEITEN

Stabile Flächennachfrage.
Hahn Gruppe mit 360 Millionen Euro Immobilientransaktionsvolumen. Seite 15

DAS PORTRÄT

Professor Dr. Tobias Justus.
Geschäftsführer und wissenschaftl. Leiter der IREBS Immobilienakademie. Seite 16

DIE FONDS

Vollständig platziert.
Der Hahn Pluswertfonds 164 – Bau- und Heimwerkermarkt Trier. Seite 18

DIE LESERUMFRAGE

Immobilien als Anlageklasse!
Ihre Einschätzung zur Zinsentwicklung. Seite 19

UMSATZREKORDE IM EINZELHANDEL.

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2015 war ein Jahr der Superlative für den deutschen Einzelhandel. Mit einem preisbereinigten Umsatzanstieg von 2,7 Prozent erzielte dieser das höchste Wachstum der vergangenen 12 Jahre. Ich erwarte eine Fortsetzung der guten Entwicklung, die wir ab Seite 4 unserer neuen Ausgabe detailliert beleuchten wollen. So viel vorweg: Die gute Beschäftigungssituation, reale Einkommenszuwächse der Bevölkerung sowie ein solides Wirtschaftswachstum werden auch in 2016 die Stimmung an den Ladenkassen beflügeln.

Schaut man auf die Branchenzahlen im Einzelhandel, so erkennt man, dass insbesondere die Lebensmittel- und Drogeriemärkte gute Umsatzzahlen aufweisen. Diese Einzelhandelskonzepte beweisen einmal mehr ihre Stabilität. Das sind gute Nachrichten für Immobilieninvestoren, die mit Fachmarktzentren auf genau diese Ankermieter dieser Segmente setzen können. Die Baumarktbranche zeigt ebenfalls stabile Zuwächse beim Umsatz. Die Bereitschaft der deutschen Haushalte, in die selbstgenutzte Immobilie zu investieren, ist unverändert groß. Die schnelle Platzierung unseres Pluswertfonds 164 – Bau- und Heimwerkermarkt in Trier bestätigt diese Sichtweise.

Gute Nachrichten gibt es auch von uns. In unserem Titelthema stellen wir Ihnen den neuen Geschäftsbericht der Hahn AG vor. Ab Seite 8 erhalten Sie spannende Einblicke in die Aktivitäten des Jahres 2015, in dem wir gemeinsam mit unseren Kunden und Geschäftspartnern sehr erfolgreich waren. Das Leitmotiv des Berichts lautet vielsagend „Stabilität & Dynamik“. Letztere erwartet unsere Gastautorin Andrea Kühne im Besonderen vom Geschäft mit Sachwertbeteiligungen im Jahr 2016. Die Ergebnisse einer großen Umfrage, die sie unter deutschen Fondshäusern durchgeführt hat, legen eine signifikante Marktbelebung nahe. Die erfreulichen Informationen finden Sie auf Seite 6.

Wir wünschen Ihnen einen guten Start in den Frühsommer!

Ihr Michael Hahn
Vorstandsvorsitzender der Hahn Gruppe



GUTE ENTWICKLUNG.

Der Handel als Wachstumstreiber.

Bedeutende Zahlen des Handels in Deutschland

3.000.000

Beschäftigte

300.000

Unternehmen

470

Milliarden Euro

Umsatz

16

Prozent

Bruttoinlandsprodukt

Menschen lieben Menschen. Unabhängig von Clouds oder Big Data bleibt das Leben real und anfassbar. Aus diesem Grund sind gute Locations immer voll. Aber der Spruch „Handel ist Wandel“ war noch nie so aktuell wie jetzt. Digitalisierung, Globalisierung, Individualisierung und Nachhaltigkeit sind Basistrends, die den Umbruch schon länger spürbar machen. Begleitet von einer erfreulichen Wirtschaftslage mit guten Perspektiven ist der Weg frei, Luft zu holen, nachzudenken und zu prüfen, was in der Praxis angekommen ist.

Stabiles Wachstum, ein robuster Arbeitsmarkt und ein Staat, der in 2015 rund 19,4 Mrd. Euro mehr Einnahmen als Ausgaben verzeichnet. Die Deutsche Wirtschaft legte in ihrer Leistung um 1,7 Prozent zu, und der Einzelhandel vermeldet sein höchstes Umsatzplus seit mehr als 20 Jahren – der Verbraucher ist so konsumfreudig wie lange nicht mehr. Die Bedeutung des Handels kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Nach Industrie und Handwerk ist dies der drittgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland. Allein beim Blick auf nüchterne Zahlen, Daten und Fakten ermittelt sich das volkswirtschaftliche Gewicht: 3 Millionen Beschäftigte, die in 300.000 Unternehmen jeden Tag 50 Millionen Kunden bedienen und dabei 470 Milliarden Euro Umsatz generieren. Damit tragen sie zu 16 Prozent des Bruttoinlandsproduktes bei und realisieren eine Gesamtwertschöpfung von 180 Mrd. Euro. Der Lebensmitteleinzelhandel ist daran mit 1,2 Millionen Beschäftigten, einem Umsatz von 200 Mrd. Euro und 60.000 Unternehmen beteiligt. In 2015 konnte dieser seinen Umsatz um 2,9 Prozent erhöhen, wobei sich Supermärkte, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte erneut besser entwickelten als der Facheinzelhandel mit Lebensmitteln.

Flexibilität ist das Gebot der Stunde.

So wichtig, wie der Einzelhandel ist, so herausfordernd gestaltet sich der Wandel in diesem Segment. Rund 1 Million Artikel sind derzeit am deutschen Markt gelistet. Jedes Jahr kommen 120.000 neue auf den Markt. 90 Prozent davon verschwinden wieder in der Versenkung, aber gut 10.000 Artikel verbleiben in den Regalen der Supermärkte, Warenhäuser oder Discounter. Mit allen Kanälen und Angeboten kann man von einer nahezu unendlichen Warenwelt sprechen. Erfolgreicher Handel muss diese Welt im Angebot verknüpfen und der Flexibilität des Kunden Rechnung tragen. Heute handelt er online mit offline, digital mit analog oder virtuell mit lokal. Der Point of Sale, ehemals die Ladenkasse, heißt jetzt Point of Situation und erwartet bei der Entwicklung, dass Standorte und Verkaufsflächen flexibel und situationsorientiert gestaltet werden.

Der Einfluss der Meta-Services.

Ein neues Schlagwort in diesem Zusammenhang sind die sogenannten Meta-Services, die die Konsumenten jenseits des Kaufens begleiten und ihren Lebensstil unterstützen. Ein radikaler Wandel scheint sich abzuzeichnen, nicht mehr in einzelnen Services und Dienstleistungen zu denken, sondern in vernetzten Lösungs-Infrastrukturen, die sich dem Leben des Kunden anpassen. So sind Meta-Services immer in



ganzheitliche Systeme eingebunden. Das erfordert von allen Beteiligten viel Transparenz, Öffnung und Austausch, immer mehr spielt auch Vertrauen eine Rolle. Werte verändern sich, es geht um das richtige Maß, bei aller Kaufkraft geht es nicht mehr um Hyper-Konsum, sondern um Sinn-Konsum.

Aufenthaltsatmosphäre auch beim Discounter.

Der stationäre Budget Retail wird künftig von Qualitätsoffensiven geprägt sein. In der Wahrnehmung nähert er sich immer mehr dem Handel im mittleren Preissegment an. Der ausschließliche Preiswettbewerb verlagert sich ins Internet, wo es nur noch um den Verkauf eines Produktes geht und wo jede Dienstleistung extra kostet. Der Discount ist gefordert, sich selbst als Lifestyle neu zu erfinden, deshalb wandelt er sich vom Verkaufsort zum Wohlfühlort. Und das geschieht schon, wie man beispielsweise an den Initiativen von Aldi oder Lidl erkennen kann. Wie der „ServiceAtlas Lebensmittel-Einzelhandel“ bereits 2014 aufzeigte, ist das wichtigste Merkmal für Kundentreue und Weiterempfehlung die Atmosphäre in der Filiale. Erst dann folgen Übersichtlichkeit, Sortierung von Lebensmitteln und Sauberkeit. Gestützt wird diese Wahrnehmung noch von einer Renaissance von Straßenmärkten und Markthallen. Es geht um Lebensgefühl.

Fazit für Fachmarktzentren.

Die Wirtschaftslage ist gut. Die Konsumlaune ist gut. Die Beschäftigung so hoch wie schon lange nicht mehr. Der Markt für Handelsimmobilien boomt. Preisorientierte Waren und Lebensmittel bleiben im Fokus der Verbraucher, denn die Budgets der Konsumenten sind naturgemäß eingeschränkt. Andererseits wird der Aufwertungsstrend bei Fachmarktzentren, Verbrauchermärkten und auch Baumärkten anhalten. Auch hier fordern die Kunden nämlich Aufenthaltsatmosphäre. Im Zusammenspiel ergibt sich eine schlagkräftige Kombination: preisorientierte kleinteilige Waren oder auch Lebensmittel, die weiterhin stationär günstiger und bequemer gekauft werden können; dies aber zunehmend in einem komfortablen und erlebnisorientierten Umfeld, wie es bei Shoppingcentern üblich ist. Diesem Konzept, auf das Fachmarktzentren und Nahversorgungszentren zunehmend setzen, wird von Marktforschern auch im E-Commerce-Zeitalter eine glänzende Zukunft prophezeit. Shoppingcenter und innerstädtische Geschäftshäuser hingegen werden vom E-Commerce stärker bedroht, und obendrein sind die Mieten hier auf einem weit höheren Niveau, sodass bei Umsatzeinbrüchen Mietreduzierungen drohen.

Außer der immensen Bedeutung des richtigen Standortes, Objekttyps und Mietermixes ist die große strategische Herausforderung die Berücksichtigung des „richtigen“ Lebensgefühls bei gleichzeitiger Integration neuer Technologien. Gute Handelsplätze bleiben voller Leben. Das ist wahr, aber es wird auch Verschiebungen geben. Die Handelsimmobilien stets gut aufzustellen, hängt ab von der Expertise ihrer Entwickler, Planer und Manager. Und selten waren die Anforderungen an den Immobilienmanager so komplex wie in heutigen Zeiten.

Zahlen des Lebensmittel-einzelhandels in Deutschland

1.200.000

Beschäftigte

60.000

Unternehmen

200 Milliarden Euro

Umsatz

7 Prozent

Bruttoinlandsprodukt

EMISSIONSTÄTIGKEIT ZIEHT AN.

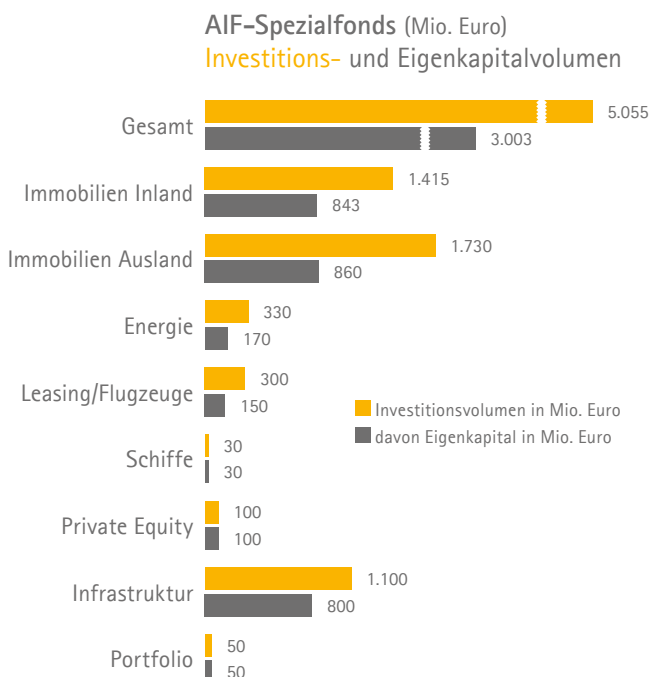
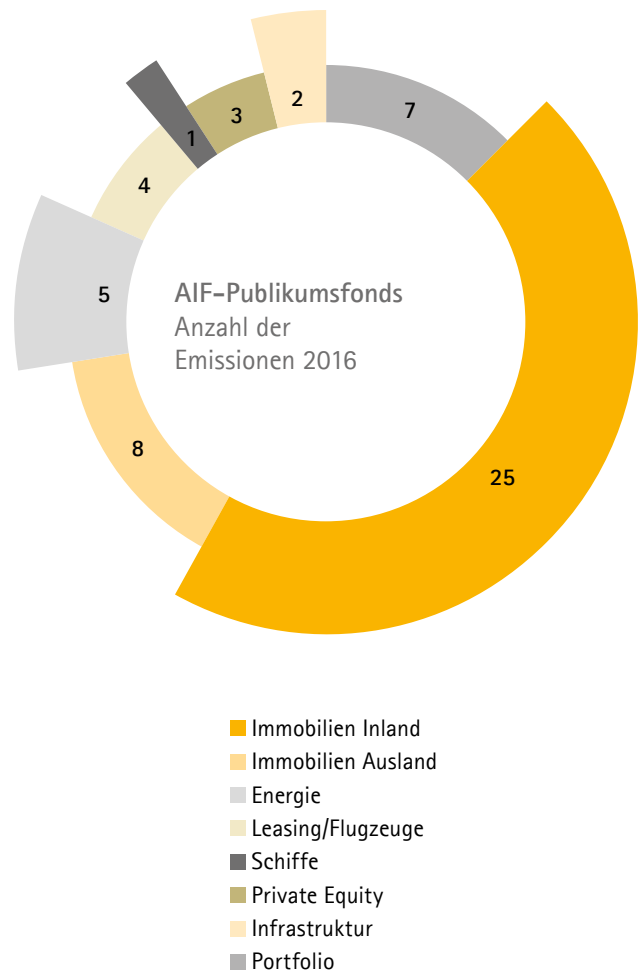
2016 bringt viele neue Alternative Investmentfonds.

Das Jahr 2016 wird spannend. Und es hat – gemäß einer aktuellen Studie des unabhängigen Ratinghauses der DEXTRO Group Germany – gute Aussichten auf eine ganz besondere Marktbelebung. Immerhin geht es allein im Privatkundengeschäft um knapp 2,3 Mrd. Euro Zeichnungs- und über 3,6 Mrd. Euro Investitionsvolumen.

42 Initiatoren wurden von DEXTRO im Rahmen einer Studie nach ihren konkreten Emissionsplänen für 2016 befragt. Der Optimismus hat zugenommen und nimmt eine Marktbelebung vorweg. Im Bereich der Publikumsfonds sollen 55 neue Publikums-AIFs aufgelegt werden. Das Zeichnungsvolumen beträgt geschätzte 2,3 Mrd. Euro, investiert werden sollen etwa 3,6 Mrd. Euro. Dies ist eine Steigerung um rund 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Großteil der Investitionen fließt in inländische und ausländische Immobilien. Erst mit deutlichem Abstand schließen daran Sektoren wie Energie, Leasing oder Flugzeuge an.

Im Segment der Spezial-AIFs ist ebenfalls eine Steigerung der Emissionstätigkeit angestrebt. Die Fondsanbieter wollen gemäß Befragung voraussichtlich 24 neue Spezial-AIFs auflegen. Das Eigenkapitalvolumen soll bei rund 3 Mrd. Euro liegen, und das Investitionsvolumen würde sich damit auf über 5 Mrd. Euro belaufen. In Bezug auf die Zeichnungssummen entspricht dies einer Steigerung um rund 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die Produktklasse der regulierten Alternativen Investmentfonds scheint auf Basis dieser Daten vor einem erfolgreichen Jahr mit signifikant steigenden Platzierungszahlen zu stehen.

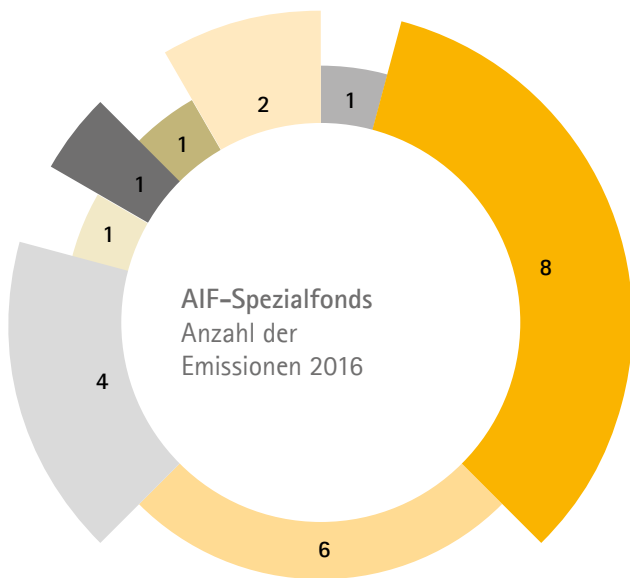


Institutionelle Anleger als erweiterte Zielgruppe

Laut der Ratingagentur Scope unternehmen immer mehr Fondshäuser den Versuch, eine Zielgruppenerweiterung vorzunehmen. In Ergänzung zum privaten Anleger bemühen sie sich darum, institutionelle Investoren für sich zu gewinnen. Im letzten Herbst führte Scope eine Umfrage unter den Anbietern von AIFs durch, nach der alleine 20 von insgesamt 24 befragten Teilnehmern in diesem Jahr mindestens ein Produkt für institutionelle Investoren auflegen wollen. Es bleibt abzuwarten, ob dies so kommt.

Erfolg abhängig von geeigneten Anlageobjekten

DEXTRO sieht den Schwerpunkt der Emissionstätigkeit ganz klar bei Immobilienfonds, die in Deutschland investieren, und geht nach einem schwachen Jahresstart von einem sehr positiven Trend aus. Man gibt aber zu bedenken, dass die konkrete Umsetzung in Beteiligungsangebote im Wesentlichen von der Verfügbarkeit geeigneter Anlageobjekte abhängt.



- Immobilien Inland
- Immobilien Ausland
- Energie
- Leasing/Flugzeuge
- Schiffe
- Private Equity
- Infrastruktur
- Portfolio

Die Sorge, dass die in 2013 in Kraft getretene Regulierung durch das Kapitalanlagegesetzbuch ein Hemmnis darstellt, sieht man bei Scope als unbegründet an. Die Mehrzahl der Emissionshäuser hat sich inzwischen auf die Vorgaben eingestellt. Selbst das abstimmungs- und prüfungsintensive Prospekt-Billigungsverfahren hat sich mittlerweile ohne große Probleme eingespielt.

Fazit:

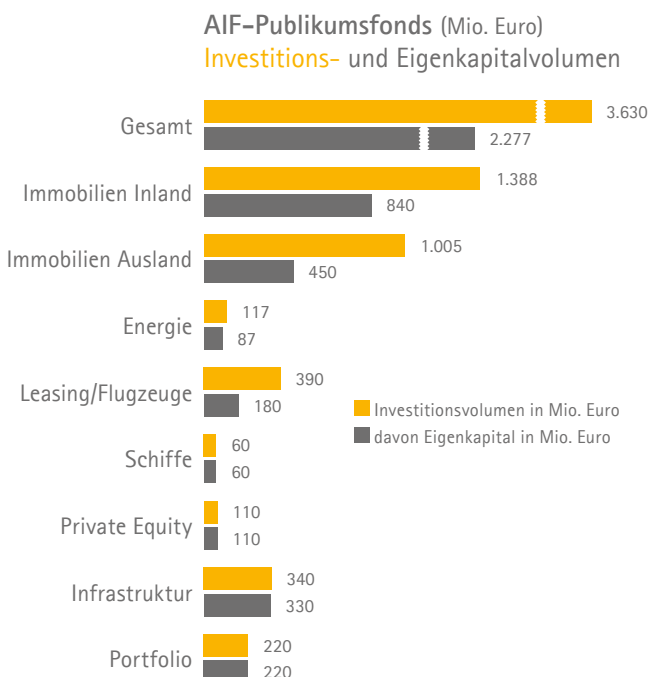
Das Angebot Alternativer Investmentfonds steigt in 2016 voraussichtlich stark an. Immobilienfonds bilden den Schwerpunkt. Es zeichnet sich eine deutliche Marktbelebung ab. Es wird sich zeigen, inwieweit Newcomern der Eintritt in das Geschäft mit institutionellen Investoren gelingen wird. Die entscheidende Frage lautet zudem, ob sich die Anbieter genügend geeignete Objekte im Schwerpunktsegment Immobilien sichern können.



UNSERE GASTAUTORIN

Andrea Kühne
Head of Sales & Communications,

DEXTRO Group. Das im Jahr 2006 gegründete Unternehmen ist ein unabhängiges Analysehaus für Alternative Investmentfonds.



Die DEXTRO Group Germany ist ein unabhängiges Ratinghaus für Investment Ratings. Das Unternehmen ist auf die Analyse und Bewertung von Asset Based Investments spezialisiert. Die inhabergeführte, unabhängige DEXTRO Group setzt sich aus drei Unternehmensbereichen zusammen:

- dem Ratinghaus DEXTRO Ratings. Die Kompetenz liegt im Rating und der Analyse von Asset-basierten Investmentprodukten.
- der DEXTRO Quantitative Finance and Risk. Sie liefert das entsprechende Rechenwerk für alle Ratings und Analysen und arbeitet den Analysten zu.
- der DEXTRO Applications. Sie wendet die Ergebnisse aus der Risikoforschung für die Finanzindustrie an. Hier werden Belastbarkeit und Effizienz der Risikosysteme von Banken geprüft.

DIE STABILITÄT IN DER DYNAMIK.

Oder die Dynamik in der Stabilität.



Nur Stabilität wäre der Verzicht, Chancen wahrzunehmen. Nur Dynamik wäre ein Zuviel an Risiko. Es ist vielmehr die intelligente Mischung beider Elemente, die den Unternehmenserfolg ausmacht. Die Hahn Gruppe veröffentlicht ihren Geschäftsbericht 2015 und zeigt auf, wie ein bereits seit vielen Jahren etabliertes Geschäftsmodell auch in einem dynamischen Marktumfeld zu nachhaltigen Gewinnen für Anleger, Investoren und das Unternehmen führt.

Der Immobilienmarkt 2015 zeichnete sich durch eine äußerst hohe Investorennachfrage aus, und Experten prognostizieren auch für die Zukunft eine Fortführung des Trends bei weiter steigender Liquidität. Der deutsche Investmentmarkt für Handelsimmobilien steuert mit einem Transaktionsvolumen von fast 20 Mrd. Euro – mehr als doppelt so viel wie im Vorjahr – ein weiteres Mal auf Rekordkurs. Erst einmal ist keine Veränderung in dieser Dynamik abzusehen. Fachmarktzentren bleiben weiter im Fokus des Interesses, denn sie sind weniger anfällig gegenüber den Auswirkungen von E-Commerce. Ohnehin bescheinigen Experten dem Onlinehandel weniger Erfolgswachstum, als bisher vom stationären Handel befürchtet wurde.

Die Modewelt ist stärker betroffen als Lebensmittel, Baumärkte oder der Drogeriesektor. Dennoch, „Handel ist Wandel“, und die Entwicklung des stationären wie auch des Onlinehandels bleibt spannend. Das Gleiche gilt für den Investmentmarkt. Obwohl der Anteil ausländischer

Käufer bereits über 60 % beträgt, rückt der deutsche Markt für Handelsimmobilien gerade noch mehr in den Fokus asiatischer Investoren, die bisher weniger am Marktgeschehen beteiligt waren. Es wird sich zeigen, was dies für die weitere Entwicklung der Immobilienpreise bedeutet. Von zunehmender Bedeutung ist dabei die Professionalität der Investoren. Erfolgreiche Investmentgesellschaften bringen die notwendige Expertise mit, um nicht nur zu entscheiden, welches Objekt sich tatsächlich zu kaufen lohnt, sondern auch, wie man damit umgeht und wie man es langfristig zum Erfolg mit guten Renditen führen kann.

Investieren statt spekulieren.

Der Markt für Handelsimmobilien ist eine Nische, die viel mehr Wissen braucht als „nur“ Investitionen. Die Einschätzung von Erfolgsaussichten und die Bedeutung von Revitalisierung und Restrukturierung können nicht hoch genug bewertet werden. Ebenso wie die kluge Gelassenheit, die aus einer solchen Expertise erwächst. Denn nur sie verhindert die in Hype-Zeiten vorschnellen Zugriffe auf vermeintlich einmalige Gelegenheiten mit schnellen Renditeversprechen. Und damit kommt man fast automatisch auf die stabilisierenden Faktoren in dieser Marktdynamik. Und darauf, wie sich die Spreu vom Weizen trennt. Schließlich geht es um viel Geld, hohe Renditen, Nachhaltigkeit und nicht zuletzt Vertrauen in die Kompetenz des Investment Managers.

Zahlen Hahn Gruppe

2,5 Milliarden Euro

Immobilienvermögen

1,57 Millionen m²

Vermietete Handelsfläche

166 Millionen Euro

Jährliches Mietvermögen

Die Hahn Gruppe gehört zu den wenigen Anbietern in diesem spezialisierten Markt, die ihre Immobilienkompetenz seit mehr als drei Jahrzehnten auf den Einzelhandel fokussiert. Zu Anfang tatkräftiger Pionier, zeigen sich heute die Früchte dieses mutigen Schrittes. Die eigentliche Unterscheidung von vielen anderen Anbietern liegt in der etwas anderen Philosophie des Geschäftes, einer starken Spezialisierung auf den großflächigen Einzelhandel bei einem gleichzeitig sehr breiten Dienstleistungsspektrum. So ist die Hahn Gruppe ein Full-Service Investment Manager, der nicht nur professionell konzipiert, sondern nach der Platzierung mit einem eigenen Asset, Property und Center Management wertmaximierend managt. Diese komplette Abdeckung des Lebenszyklus einer Handelsimmobilie aus einer Hand ist einer der Stabilitätsfaktoren, der auch bei dynamischen Märkten für Berechenbarkeit sorgt.

**Um Stabilität muss man sich bemühen.
Auch und vor allem in dynamischen Zeiten.**

Die Zahlen aus dem Geschäftsbericht 2015 stellen Kontinuität unter Beweis. Die Hahn Gruppe verwaltete zum Jahresende an über 150 Standorten ein Immobilienvermögen von rund 2,5 Mrd. Euro für ihre Anleger und Investoren. Sie vermietet 1,57 Millionen m² an Handelskonzerne, wobei das jährliche verwaltete Mietvolumen bei 166 Millionen Euro liegt. Die großen Hauptmieter setzen sich überwiegend aus führenden, international tätigen Einzelhandelskonzernen zusammen, die den Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittelbereich abdecken. Hahn vermietet besonders viele Objekte an Edeka, Tengelmann, Metro, Rewe und auch die Schwarz-Gruppe (Kaufland und Lidl) – große Konzerne, die nicht nur über eine sehr gute Bonität verfügen, sondern die auch mit langfristigen Mietverträgen und Laufzeiten von in der Regel über 10 Jahren für stabile Mieteinnahmen sorgen. Der Erfolg der Vermietungsaktivitäten zeigte sich nicht zuletzt in der Zusammenarbeit mit der Kaufland-Gruppe, die in 2015 auf einen Schlag für fünf ihrer Standorte eine vorzeitige Verlängerung ihrer Verträge über insgesamt rund 45.000 m² Mietfläche vereinbarte.



Menschen machen den Unterschied.

Das alles erreicht die Hahn Gruppe mit rund 80 Mitarbeitern. Laut Michael Hahn, Vorstandsvorsitzender, sind es genau diese Menschen, die mit ihrer Ausbildung, ihrem Wissen, ihrer Arbeitsweise und ihrem Qualitätsanspruch die Stabilität ausmachen: „Eines unserer strategischen Ziele bis 2018 ist es, dafür eine branchenweite Anerkennung als ‚Great Place to Work‘ zu erhalten.“ Eine Initiative, die viel Akzeptanz findet, ist der Hahn Netzwerktag. Einmal jährlich hat jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, für einen Tag an der Seite eines Kollegen zu sitzen, der einen gänzlich anderen Fachbereich verantwortet. Er begleitet diesen

bei Terminen, lässt sich Arbeitsvorgänge beschreiben oder stellt einfach nur Fragen. Es entstehen ganz neue Erkenntnisse für alle Beteiligten. So lernt beispielsweise der Fonds Manager vom Property Manager technische Zusammenhänge zu erkennen, und im Gegenzug wird dem Property Manager noch bewusster, wie sich sein Handeln auf der Anlegerebene auswirkt. Vorstand Thomas Kuhlmann liegt dieses Projekt sehr am Herzen, weil er der festen Überzeugung ist, dass nur eine unternehmerische und vernetzte Sichtweise zu einer hohen Eigenverantwortung führen kann, die dem Konzern wichtige Impulse gibt: „Selbstverständlich bin ich mit dabei und lasse mir ebenfalls einen Tag lang über die Schulter schauen.“

■ Stabilitätsprojekte mit Langzeitwirkung.

So gibt es viele Projekte bei Hahn, die dazu führen, dass genau dieser wesentliche Aspekt der Stabilität in der Dynamik gestützt wird. Eine organisatorische Initiative führte 2015 zu einer Optimierung der Effizienz und der Servicequalität im Immobilien- und Fonds-Management. Eines der strategischen Ziele bis 2018 ist es, eine führende IT-Landschaft für Management und Reporting aufzubauen. Bereits im letzten Jahr führte man eine neue Management-Software ein, die die Immobilienbewirtschaftung steuert, das Risikomanagement verbessert und die fachübergreifende Zusammenarbeit weiter erleichtert. Eine Innovationsoffensive trug zu einer weiteren Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der verwalteten Handelsimmobilien bei. So wurden bei größeren Fachmarktzentren die Center-Webseiten überarbeitet, soziale Medien integriert und die Anbindung an Kartendienste und Internet-suchmaschinen optimiert. Derzeit werden flächendeckende Erfahrungen mit kostenfreiem WLAN sowie Ladestationen für Computer, Smartphones und sogar Elektromobilen gesammelt.



Michael Hahn: „Ich glaube, dass diese Vielzahl an Initiativen und Projekten vermittelt, wie überaus wichtig uns der gesunde und nachhaltige Boden ist, auf dem Immobilienvermögen entwickelt werden kann. Ich bin stolz auf den von uns geschaffenen Begriff der Wertarbeit, weil er all das in sich vereint.“





Die hohe Schlagzahl von 2015 findet Fortsetzung.

Dass die Dynamik des Marktes bei Hahn richtig aufgehoben ist, sieht man an einer kurzen Bilanz des letzten Geschäftsjahres. Selten zuvor in der Geschichte des Unternehmens waren die Steigerungsraten so aussagefähig und wurden die selbst gesteckten Ziele so weit übertroffen. Das Konzernergebnis lag nochmals deutlich über dem guten Vorjahresniveau. Das Eigenkapital erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 13,1 %, die Eigenkapitalquote stieg von 34 % auf 44,4 %.

Und auch für 2016 stehen einige Qualitätsobjekte auf den Einkaufszetteln der Hahn Gruppe. Verbrauchermärkte mit einer Nutzfläche ab 1.500 m², Bau- und Heimwerkermärkte mit einer Nutzfläche ab 8.000 m² und Fachmarktzentren bzw. Einkaufszentren mit einer Nutzfläche ab 5.000 m².

So geht sie weiter, die Geschichte von der Stabilität in der Dynamik. Oder ist es doch die Dynamik in der Stabilität? Fortsetzung folgt. Im Hahn Geschäftsbericht 2016.

Das ganze Jahr 2015 lieferte einige Dynamik-Highlights und Immobilienneuinvestments für über 200 Millionen Euro:

Januar

Erwerb eines SB-Warenhauses in Bad Salzuflen

März

Pluswertfonds 163 mit Nahversorgungszentrum in Wedel bei Hamburg voll platziert

April

Kauf des Retail Parks in Speyer für den Hahn FCP

August

Der institutionelle Fonds HAHN PRIMUS Retail Fund investiert in ein neues Fachmarktzentrum in Marburg

September

Hahn kauft ein familia-SB-Warenhaus in Friesoythe

Oktober

Die Hahn Gruppe veräußert gemeinsam mit dem Joint-Venture-Partner Indigo Invest ein ganzes Immobilienportfolio mit 16 Fachmärkten und 140.000 m² Mietfläche an einen institutionellen Investor

November

Ein neuer Publikums-AIF, der Pluswertfonds 164, entsteht mit einem Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt in Trier

Dezember

Kauf von 2 Fachmarktzentren in Duisburg und Pfungstadt



Den aktuellen HAHN Geschäftsbericht 2015 können Sie im Download-Bereich auf <https://www.hahnag.de/die-hahn-gruppe/downloads/> kostenlos herunterladen.

DAMIT KANN MAN SICH SEHEN LASSEN.

**Weiß Optik, erfolgreicher Mieter
und Partner der Traunpassage.**

Vor über 20 Jahren wurde die Traunpassage eröffnet, die von der Hahn Gruppe im Auftrag eines institutionellen Investors gemanagt wird. Fast genauso lange gehört das Optiker-Fachgeschäft von Anton Weiß dazu. Da wird es Zeit, einmal durch die Brille eines der kleineren, spezialisierteren Anbieter auf das Fachmarktzentrum zu schauen.

In den Anfangsjahren hieß sein Geschäft noch „Aktiv Optik“, bis Anton Weiß es 2015 von seinem Vorgänger übernahm und in Weiß Optik umbenannte. Gemeinsam mit seiner Frau, die ebenfalls Optikermeisterin ist, bietet er auf 120 m² über 1.000 Brillenfassungen, Kontaktlinsen mit neuesten Messverfahren und Bearbeitungstechnologien an. Dazu kommt jetzt noch das Segment Akustik, denn inzwischen ist Anton Weiß auch Akustikmeister.

■ Herr Weiß, wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Standort in der Traunpassage?

Meine Frau und ich haben uns das damals sehr gut überlegt, das Geschäft hier in der Passage zu übernehmen. Die Lage ist gut, aber noch wichtiger: Der Mietermix stimmt. Und seitdem der Drogeriemarkt Müller neben uns eingezogen ist, hat die Laufkundschaft zugenommen. Ein Grund mehr, unser Angebot um das Segment Hörakustik zu erweitern. Denn das ist schließlich eine Investition, bei der man auf eine weitere gute Entwicklung setzt.



Optik und Akustik Fachgeschäft in der Traunpassage in Traunreut



Herr Anton Weiß, Optiker und Akustikmeister

■ Welche Bedeutung hat für Sie das Management der Passage?

Eine sehr hohe, denn das Management muss dafür sorgen, dass der Standort für unsere Kunden und uns selbst attraktiv bleibt. Alles muss funktionieren, einladend bzw. sauber sein. Und natürlich müssen wir Geschäftsleute mit den Kosten zurecht kommen. Manchmal brauchen wir auch unbürokratische Unterstützung. Als wir uns zum Beispiel entschieden, unser Angebot um die Akustik zu erweitern, ging das mit Hahn, dem Vertreter des Immobilieneigentümers, in der Abstimmung reibungslos. Das hat es uns einfach gemacht.

■ Wie können Sie sich im Wettbewerb gegen große Optikerketten behaupten?

Erstaunlicherweise ist das nicht so ein Problem, wie Ihre Frage vielleicht vermuten lässt. Wir haben zum größten Teil Stammkundschaft. Wir überzeugen nicht nur durch Leistung, sondern auch durch Preise, die mithalten können. Wir kennen unsere Kunden, meistens können wir sie sogar mit Namen begrüßen. Und irgendwie ist es doch auch netter, wenn man sich auf einer persönlichen Ebene begegnen und das mit einem Einkaufserlebnis verbinden kann.

■ Wie machen Sie auf sich aufmerksam?

Für uns ist es sehr praktisch, denn wir profitieren vom hohen lokalen Bekanntheitsgrad der Traunpassage und ihrer guten Vermarktung. Die Hahn Gruppe engagiert sich stark für die einzelnen Mieter und schafft die Grundlage für eine dauerhaft hohe Besucherfrequenz im Objekt. Für kleine Geschäfte wie unseres ist das ein wichtiger Erfolgsfaktor.

SICHTWECHSEL.

Johann Pfeifer.

Schon immer war es sein Ziel, die Sichtweisen zu wechseln. Was sich anhört wie aus dem Leben von 007, ist die konsequente Karriereplanung von Johann Pfeifer, der vor etwas mehr als einem Jahr von PricewaterhouseCoopers zur Hahn Gruppe wechselte. Als Referent für Rechnungslegung und Controlling gestattet er uns heute unter anderem einen Blick hinter die Kulissen des Geschäftsberichts.

Zu seinen Aufgaben gehören die Mitarbeit bei der Erstellung von Monats- und Quartalsberichten ebenso wie die Vorbereitung und Durchführung des Jahresabschlusses. Er ist das Bindeglied zwischen der Buchhaltung, den Prüfern, den Kontrollgremien der Hahn Gruppe und den besonderen Erwartungen externer Leser an gut verständliche Informationen. Zugleich hilft er als Controller, das Unternehmen besser zu steuern, und bereitet die entsprechenden Kennzahlen auf.

Das sind komplexe Herausforderungen. Johann Pfeifer bringt beste Voraussetzungen mit, um sie nicht nur zu bewältigen, sondern sich ihnen mit Freude zu stellen. Zum einen, weil er Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Wirtschaftsprüfung studiert hat und auf vier Jahre Erfahrung als Prüfer bei PricewaterhouseCoopers zurückblicken kann. Zum anderen, weil er als passionierter Freizeitsportler den nötigen Ausgleich findet und seine Ausdauer trainiert hat.

Herr Pfeifer, wie war das in diesem Jahr mit dem Geschäftsbericht? Haben Sie sich in dem Motto Dynamik und Stabilität wiedergefunden?

Obwohl wir kein börsennotiertes Unternehmen sind, haben wir den Anspruch, unseren Jahresabschluss in den ersten drei Monaten des Folgejahres zu veröffentlichen. Insofern ist dafür erst einmal viel Dynamik notwendig, um den ambitionierten Zeitplan einzuhalten. Ich bin mitverantwortlich für den gesamten Finanzteil mit allen Daten und Fakten. Die Vorlage, die ich erstelle, geht dann erst einmal in die Abstimmung mit meinen Vorgesetzten und danach mit dem Vorstand. Danach kommen die Wirtschaftsprüfer, und es folgt die zeitaufwendige GesamtAbstimmung. Natürlich brauchen wir noch zeitlichen Vorlauf für die Unternehmenskommunikation und das Marketing, die den Geschäftsbericht finalisieren und das Layout entwickeln.

Zum Abschluss gehen der Jahresabschluss und der Geschäftsbericht in die Aufsichtsratssitzung zur Freigabe. Klingt nach viel Arbeit und Büro-

kratie, ist aber unerlässlich, um ein stabiler, verlässlicher und berechenbarer Partner für Banken, Investoren und Anleger zu sein. Nun freue ich mich auf eine Woche Skiurlaub!

Da denkt man ja, dass Sie sich den Rest des Jahres erholen müssen?

Nein, so ist es zum Glück nicht. Wir haben selbstverständlich ein unterjähriges Reporting, sowohl extern als auch intern. Gerade intern fahren wir sehr viele Auswertungen, die Teil eines umfangreichen Risikomanagements sind. Wir verwalten ein Immobilienvermögen von 2,5 Mrd. Euro, in das rund 3.800 Privatkunden und zahlreiche institutionelle Anleger

investiert sind. Wir prolongieren jedes Jahr Immobilienkredite in Höhe von mehreren Hundert Millionen Euro und vermieten insgesamt 1,6 Millionen m² Mietfläche. Da gibt es Monatsreports, Quartalsreports, Halbjahres- und Jahresreports, die für unsere unterschiedlichen Anspruchsgruppen benötigt werden. Auch die Aufsichtsbehörden sind eine wichtige Zielgruppe. Wir arbeiten schließlich in einer stark regulierten Branche. Es gibt monatliche Bundesbankmeldungen und vierteljährliche Berichte an die BaFin.

Und jetzt, wo Sie die Seiten gewechselt haben, hat sich Ihr Blick oder Ihr Arbeitsgefühl tatsächlich verändert? Wurden Ihre Erwartungen und Wünsche getroffen?

Ja, absolut. Und es ist dabei noch anders, als ich es mir vorgestellt habe. Komplexer, herausfordernder und spannender. Es ist ein schönes Gefühl, sehr langfristig an Themen

zu arbeiten. Der Alltag in der Wirtschaftsprüfung besteht aus Kurzzeiteinsätzen. Hier erkenne ich viel stärker die wirtschaftlichen Zusammenhänge. Zugleich kann ich meine Aufgaben mit entwickeln, stehe aber auch stärker in der Verantwortung. Ich muss Zahlen abrufen, Systematiken erstellen und Berichte schreiben.

Das ist etwas gänzlich anderes, als nur zu prüfen. Hier bei Hahn tauche ich ganz anders ein. Ich erkenne nicht nur, welche Zahlen für die Einstufung der Bonität und Ertragskraft eines Unternehmens wichtig sind. Vielmehr bin ich auch in die Definition der kaufmännischen Steuerungsgrößen involviert, die eine nachhaltig erfolgreiche Unternehmensentwicklung ermöglichen. Und das gefällt mir wirklich sehr gut. Der „Sichtwechsel“ war genau die richtige Entscheidung.



Johann Pfeifer,
Referent für Rechnungslegung und Controlling

VON ZINSEN, STEUERN UND MILCHMÄDCHENRECHNUNGEN ...

Wie EZB und Politik Märkte dirigieren. Viel ist in Bewegung. Negativzinsen, neue Steuergesetze und ein großzügiger Wirtschaftsminister.

Ministererlaubnis für EDEKA.

Mit einer Sondergenehmigung von Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel konnte die Übernahme der Supermarktkette Kaiser's Tengelmann durch Edeka vollzogen werden. Diese Ministererlaubnis setzte das vorangegangene Nein des Bundeskartellamtes gegen die Fusion außer Kraft. Gabriel begründete diesen umstrittenen Schritt mit der Sicherung der Arbeitsplätze der rund 16.000 Beschäftigten in den 451 Kaiser's-Tengelmann-Märkten. Für die Hahn Gruppe hat diese Entwicklung kaum Auswirkungen, da Kaiser's im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel eine geringe Bedeutung hat und der Wettbewerb aufgrund der verbliebenen Marktteilnehmer gesichert ist.

Grunderwerbssteuer in der Quadratur des Kreises.

26 Erhöhungen in 9 Jahren, Rekorderlöse, Einnahmequelle Nr. 1 der Länder. Wie schön, wenn die Grunderwerbssteuer inzwischen mit 11,2 Mrd. Euro die Löcher der klammen Haushaltskassen stopft. Denn seit der Föderalismusreform 2006 dürfen Länder ihre Grunderwerbssteuer bis zu einer gesetzlichen Höhe von 7 Prozent selbst festlegen. Dazu kommt der mehr als verführerische Aspekt, dass sie die daraus resultierenden Mehreinnahmen nicht im Rahmen des Länderfinanzausgleichs mit anderen teilen müssen. Die Frage stellt sich nur, inwieweit sich der vordergründige Gewinn als Milchmädchenrechnung entpuppt. Denn gleichzeitig beklagt die Politik fehlenden bezahlbaren Wohnraum, und die Haus- und Immobilienpreise steigen. Dass Investoren bei zwischenzeitlich gestiegenen Erwerbsnebenkosten in Kombination mit Themen wie z. B. der Mietpreisbremse zögerlicher werden, dürfte Politiker nicht überraschen.

Investmentsteuerreform – Nachbesserungen beschlossen

Nach heftigen Protesten gegen den ersten Referentenentwurf für eine Reform der Investmentsteuer beschloss die Bundesregierung in ihrer Kabinettsitzung am 24. Februar 2016 den Entwurf des Investmentsteuerreformgesetzes jetzt mit einigen Nachbesserungen. Das Gesetz tritt zum 1.1.2018 in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt werden inländische offene Publikumsfonds mit 15 Prozent Steuern auf deutsche Dividenden, deutsche Mieterträge und Gewinne aus dem Verkauf deutscher Immobilien belastet. Zum Ausgleich für diese steuerliche Vorbelastung des Fonds sollen Ausschüttungen und Gewinne aus dem Verkauf von Anteilen beim Anleger teilweise steuerfrei gestellt werden. Kirchen, gemeinnützige Anleger, Pensions- und Unterstützungskassen können sich die Vorbelastungen erstatten lassen. Der BVI fordert, dass die bisherige steuerfreie Ausschüttung von Immobiliengewinnen außerhalb der 10-Jahres-Frist an Privatanleger beibehalten wird. Seiner Meinung nach dürfen Privatanleger, die über Fonds am Immobilienmarkt teilnehmen, nicht schlechtergestellt werden als Direktanleger. Positiv bewertet wird, dass die umsatzsteuerfreie Verwaltung von Fonds nun auch auf geschlossene Fonds ausgedehnt wird.

Schwere Zeiten für Banken und Sparer.

Die Politik ist umstritten. Die EZB senkte alle wichtigen Leitzinsen, weitete ihr milliardenschweres Wertpapierkaufprogramm aus und legte neue Langfristkredite auf. Sie will Finanzinstitute dazu bewegen, mehr Kredite zu vergeben und die niedrige Inflation anheizen. Expertenstimmen warnen, Schuldner würden belohnt, Gläubiger geschädigt, und die Auswirkungen des stark abfallenden Ölpreises seien nicht mit ins Kalkül eingeflossen. Statt Stabilisierung liefe man eher in eine sorglose Risikopolitik. An den Kapitalmärkten wird die jetzt neu initiierte Geldschwemme vielleicht kurzfristig zu einer Beruhigung führen, aber langfristig besteht die Gefahr, dass die Maßnahmen den Grundstein für die nächste Finanzkrise legen.



Sitz der Europäischen Zentralbank in Frankfurt am Main



Weitere Neuigkeiten
finden Sie unter:
www.hahnag.de/newspresse

DIE NEUIGKEITEN

Kaufland verlängert vorzeitig 5 Standorte mit 45.000 m²

Dem Asset Management der Hahn Gruppe ist es gelungen, die Mietverträge mit Kaufland, einer Vertriebslinie der Schwarz-Gruppe, für 5 SB-Warenhaus-Flächen mit insgesamt 45.000 m² zu verlängern. Und zwar vorzeitig und langfristig. Alle 5 Standorte sind etabliert und frequenzstark. Mit dieser Entscheidung sichert sich Kaufland eine gute Marktposition. Wie wichtig die Hahn-Standorte für Kaufland sind, zeigt sich auch daran, dass der Mieter gleichzeitig mit der Vertragsverlängerung umfangreiche Modernisierungsvorhaben beschlossen hat. Dies führt zu einer weiteren Aufwertung der Standorte, belegt aber auch den großen Erfolg des großflächigen Einzelhandels.



PENNY in Landshut

BAUHAUS und PENNY in Landshut

Die Hahn Gruppe hat für ihren institutionellen Fonds Hahn FCP-FIS German Retail Fund eine Fachmarkttagglomeration in Landshut in Bayern angekauft. Die rund 13.400 m² Fläche teilen sich zwei langfristige Hauptmieter. Der Baumarktbetreiber BAUHAUS und der Lebensmittel-discounter PENNY ergänzen sich optimal zu einer attraktiven Mischung aus Artikeln des täglichen Bedarfs und trendigem DIY. BAUHAUS bietet in Erweiterung des klassischen Baumarktsortiments auf seiner Fläche sehr erfolgreich die Konzepte „Stadtgarten“ und „Profi Depot“ an. Beide Unternehmen sind Mieter bereits seit der Fertigstellung des Objekts.

STABILE FLÄCHENNACHFRAGE.

Hahn Gruppe mit 360 Millionen Euro Immobilientransaktionsvolumen.

Hahn Fonds und Asset Management mit guten Ergebnissen

Auch in 2015 konnte die Hahn Gruppe ihr Fondsgeschäft weiter ausbauen. Die Hahn-Immobilienfonds investierten im Berichtsjahr rund 205 Mio. Euro in Handelsimmobilien. Das Immobilientransaktionsvolumen der Hahn Gruppe lag insgesamt bei rund 360 Mio. Euro. Im Vorjahr waren es noch 242 Mio. Euro. Über 40 Prozent dieser Transaktionen sind auf Verkäufe zurückzuführen, da im dritten Quartal unter anderem ein großes Joint-Venture-Portfolio veräußert wurde. Dem Asset Management der Hahn Gruppe gelang es 2015, Neuverträge und Nachträge über eine Fläche von rund 150.000 m² abzuschließen. Im Jahr davor waren es 93.000 m². Das gute Vermietungsergebnis spiegelt die sehr stabile Flächennachfrage des großflächigen Einzelhandels wider.

Phönix Center in Fürth

Die Hahn Gruppe hat für ihren institutionellen Fonds HAHN FCP ein Fachmarktzentrum in Fürth, Bundesland Bayern, erworben. Das im Jahr 2000 erbaute und 2011 erweiterte Phönix Center weist ein Investitionsvolumen von rund 35 Mio. Euro auf. Das Phönix Center verfügt über eine Mietfläche von insgesamt rund 20.000 m². Langfristiger Hauptmieter ist die EDEKA-Handelsgruppe, die am Standort ein E-Center mit einem Getränkemarkt betreibt. EDEKAs Mietflächenanteil beträgt über 30 Prozent. Zu den weiteren großen Mietern zählen u. a. C&A, TAKKO, Deichmann, dm und Charles Vögele. Insgesamt handelt es sich um rund 20 Mietparteien, die den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Freizeit zuzuordnen sind. Das langjährig etablierte und gut frequentierte Fachmarktzentrum ist vollvermietet.



Fachmarktzentrum Phönix Center in Fürth

PROFESSOR DR. TOBIAS JUST.

**Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter
der IREBS Immobilienakademie.**

Wenn es einen Real Estate Walk of Fame gäbe, hätte er längst seinen eigenen Stern. Große Anerkennung eilt ihm voraus, und er ist einer der gefragtesten Redner auf nationalen und internationalen Immobilienveranstaltungen. Im letzten Jahr wählte ihn die F.A.Z. in die Top 100 der einflussreichsten Ökonomen. Diese Porträt-Doppelseite würde vielleicht gerade ausreichen, seinen Lebenslauf, seine Funktionen, seine Bücher, seine Veröffentlichungen und Gastvorlesungen oder seine Auszeichnungen aufzulisten.

Aber das wäre langweilig. Weil Prof. Dr. Tobias Just so viel mehr ist als die Summe seiner Lebenslaufstationen und seiner Veröffentlichungen. Er ist ein sympathischer Querdenker. Einer, der mit Humor und Biss den Dingen auf den Grund geht. Und der so ganz andere Fragen stellt als der Mainstream. Einer, der mit seinen dezidierten Meinungen nicht hinterm Berg hält, nicht immer nur zur Freude der Beteiligten. 1970 in Berlin als mittlerer von drei Söhnen geboren und aufgewachsen im rheinischen Jülich waren seine ersten Berufswünsche Rennfahrer oder Feuerwehrmann. Auf Rat seines Vaters absolvierte er aber eine solide kaufmännische Ausbildung beim Otto Versand in Hamburg, bevor er dann Volkswirtschaft studierte. In dieser Phase seines Lebens sammelte er natürlich einiges an Lebenserfahrung. So könnte man in seiner Vita spannende Praktika in Indien, Brasilien und der Türkei ergänzen oder seinen Einsatz als „Gehilfe für Heißes aus der Riesenpfanne“ auf dem Hamburger Fischmarkt erwähnen. Immerhin arbeitete er sich relativ schnell zum Kellner am Frühstücksbuffet hoch, was ihm heute noch ein Lächeln entlockt. Inzwischen ist der 45-Jährige verheiratet, hat einen Sohn und liebt nichts mehr als Ausflüge und Reisen mit seiner Familie. Darüber hinaus liest er gerne und fast alles, was ihm in die Finger fällt. Bei dem Job-Pensum sicherlich ein guter Anker, sich wieder zu erden.

Eine der weniger populären Aussagen war vor einiger Zeit, dass er das Image der Immobilienbranche für gefährlich schlecht hält. Und natürlich hat er auch ein Gegenrezept parat, dieses Manko zu beheben. Transparenz, mehr Verantwortung auf allen Entscheidungsebenen, effektive Corporate Governance und qualifizierte Ausbildung zählen zu den Zutaten.



Herr Prof. Just, Sie sind Professor für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg. Verraten Sie uns, was Ausbildung und Image der Immobilienbranche aus Ihrer Sicht bedeuten?

Das Image der Immobilienwirtschaft gilt vielen als schlecht, und tatsächlich stolpert man regelmäßig über hanebüchenes Fehlverhalten von Immobilienmarktakteuren. Und weil es bei Immobilienprojekten um sehr viel Geld und lange sichtbare Projekte geht, landet solches Fehlverhalten schneller in der Presse als ein ungenügender Haarschnitt oder ein Taxifahrer, der eine unnötige Extrarunde dreht. Und weil die Immobilienbranche so riesengroß ist, gibt es hinreichend viele Fälle von Fehlverhalten, dass es Branchenvertreter regelmäßig imageschädigend in die Presse schaffen. Das ist natürlich ein Zerrbild der Branche, und letztlich wissen das auch alle. Dennoch muss man dieses Zerrbild sehr ernst nehmen, denn die Immobilienbranche sucht – genau wie viele andere Branchen – nach talentierten jungen Menschen. Manchmal wird ja geradezu von einem „war for talents“ gesprochen – ein meiner Ansicht nach unmöglicher Begriff dafür, dass es für die guten Arbeitskräfte mehr Jobangebote als früher gibt.

Die Anforderungen in der Branche sind gestiegen, ein gutes Netzwerk und Verkaufsgeschick haben immer noch ihren Platz, doch daneben müssen Immobilienprofessionals in vielen akademischen Disziplinen trittsicher sein, denn Immobilienprojekte tangieren u. a. kaufmännische, gesamtwirtschaftliche, rechtliche, stadtplanerische, architektonische und technische Aspekte. Hinzu kommt, dass die globalen Finanz- und Immobilienmärkte zusammenrücken. Daher haben wir in Regensburg zahlreiche internationale Partnerschaften mit Top-Universitäten sowohl für die Grund- als auch für die berufsbegleitende Weiterbildung geschmiedet. Eine Hochschule kann ihren Studierenden keinen wichtigeren Dienst erweisen, als ihnen möglichst viele Türen zu öffnen. Und weil lebenslanges Lernen kein inhaltsleerer Begriff ist, müssen wir im Laufe unserer Ausbildung wohl durch sehr viele Türen gehen. Weil mehr junge Menschen solche Angebote annehmen, kann langsam eine positive Aufwärtsspirale zu mehr Professionalität, mehr Transparenz und dann einem besseren Image entstehen. Letztlich bin ich hierbei für die Zukunft sogar Optimist.

Wie sehen Sie überhaupt die Entwicklung der Immobilienwirtschaft? Einige Ihrer Veröffentlichungen tragen das Wort „Blase“ im Titel?

Als ich vor über 15 Jahren als Immobilienanalyst zur Deutschen Bank kam, war einer der ersten Sätze, die ich auf einer Konferenz hörte: „Der deutsche Immobilienmarkt ist groß, aber langweilig.“ Die Mietrenditen waren wie betonierte, Wohnungsmieten stiegen homöopathisch und der Gesetzgeber und die Kapitalgeber setzten dem Agieren enge Grenzen. Heute wünschen sich einige Investoren diese Langeweile und die stabilen Mietrenditen möglicherweise zurück. Richtig ist zwar, dass die deutschen Immobilienmärkte im internationalen Vergleich nicht als unterreguliert gelten können, dennoch ist an vielen Stellen Bewegung auf die Märkte gekommen: Die Wohnungsmärkte boomen, die niedrigen Kapitalmarktzinsen spülen neue Marktakteure aus dem In- und Ausland zur Immobilienanlage, und dank einer sehr guten Arbeitsmarktlage profitieren auch viele Gewerbeimmobilienmärkte. Die häufig geäußerte Sorge vor einer spekulativen Übertreibung ist angesichts der desaströsen Entwicklung in den USA, Spanien oder Irland sowie eingedenk der mitunter ruhigen Entwicklung gerade auf den Wohnungsmärkten vor

15 Jahren nachvollziehbar. Wir müssen die Sorge auch ernst nehmen, denn in einer steigenden Zahl von Immobilienmärkten sind die Preise sehr aggressiv. Eine Fehlbewertung wie in den USA, Spanien oder Irland müssen wir aktuell aber nicht fürchten. Doch ich muss zugeben, vor drei Jahren war dieser Spruch noch deutlich richtiger als heute.

Das Thema Demografie beschäftigt Sie schon länger?

Immobilien werden für Jahrzehnte gebaut. Daher ist es wichtig, dass Immobilienmarktprofessionals nicht nur die Zyklen verstehen, sondern auch die marktbestimmenden Trends. Demografische Entwicklungen bestimmen natürlich auch die Immobiliennachfrage. 2003 publizierte ich meine erste Studie zu diesem Thema. Seitdem haben die Bevölkerungsforscher ihre Vorausberechnungen mal nach oben, mal nach unten korrigiert, und manche Praktiker leiten daraus voreilig ab, dass wir demografische Entwicklungen nicht beachten müssen, weil sich selbst Bevölkerungsentwicklungen nicht prognostizieren lassen. Dies ist natürlich in mehrfacher Hinsicht töricht: Zum einen haben sich einige Trends wie die Alterung der Bevölkerung und damit einhergehend die Notwendigkeit, barrierearm bauen zu müssen, oder die Rückbesinnung auf Kernstädte als sehr belastbar erwiesen. Zum anderen enthält letztlich auch die explizit nicht auf Prognosen bauende Handlung implizit immer eine Prognose, sonst würde man ja nicht genau so handeln.

Wissenschaftlich fundierte Berechnungen sind keine Zukunftsgarantie, sondern die Gewähr dafür, dass man bei aller Irrtumsanfälligkeit zumindest keine mathematischen Stockfehler begeht. In einer Welt voller Unwägbarkeit ist das viel wert. Unternehmerisches Denken und Handeln können solche Prognosen aber nicht ersetzen, zumal ein guter Unternehmer nicht nur Märkten folgt, sondern manchmal auch Märkte macht.

Hätten Sie denn ein Rezept zur Immobilienbewältigung der Anzahl der Flüchtenden?

Immobilienökonomisch ist dies gemessen an internationalen Vergleichen oder gemessen an der immobilienwirtschaftlichen Herausforderung nach dem Zweiten Weltkrieg meiner Ansicht nach wirklich zu schaffen: Wir haben in Deutschland über Hunderttausende leer stehender Wohnungen, zugegeben, die stehen nicht im Frankfurter Westend und auch nicht in Berlin-Mitte. Wir müssen unsere Verteilungsschlüssel verändern, dass Flüchtende prioritär in periphere Gebiete müssen, dort länger bleiben und auch eine Integrationschance erhalten. Der letzte Aspekt ist der schwierigste, doch dahinter liegt auch für Deutschland eine große Chance. Manche Wirtschaftshistoriker argumentieren jedenfalls, dass es ohne die 12,5 Millionen Flüchtenden und Vertriebenen nach dem 2. Weltkrieg gar kein Wirtschaftswunder in Deutschland gegeben hätte. Solche Geschichtsvergleiche sind immer schief, doch eines lehren sie uns möglicherweise: Diese Integrations- und Aufbauleistung war uns damals möglich, dann könnten wir heute – im wohl reichsten Europa aller Zeiten – mit etwas mehr Mut und Zutrauen die deutlich kleinere Aufgabe angehen.



VOLLSTÄNDIG PLATZIERT.

Der Hahn Pluswertfonds 164 –
Bau- und Heimwerkermarkt Trier.

In nur 5 Wochen wurde der Fonds mit einem Investitionsvolumen von 16 Mio. Euro bei Privatkunden platziert. Für Michael Hahn, Vorstandsvorsitzender der Hahn Gruppe, ein klares Signal: „Der kurze Platzierungszeitraum des Pluswertfonds 164 spiegelt das große Anlageinteresse unserer vermögenden Privatkunden wider. Der konservativ kalkulierte Publikums-AIF war im Hinblick auf Standort- und Mieterauswahl genau das richtige Angebot, um anspruchsvolle Anlegererwartungen an ein ausschüttungsstarkes und zukunftsicheres Investment zu erfüllen.“

mentfonds zu konzipieren. Für 2016 stehen zahlreiche Handelsimmobilien auf der Akquisitionsliste, die den hohen Ansprüchen an ein langfristiges, renditestarkes Investment gerecht werden können. Allerdings – nur wenn die Eckdaten auch nach intensiver Prüfung noch hundertprozentig überzeugen, gibt es grünes Licht für den Ankauf.

Doch nun ist es nicht mehr lange hin! Derzeit arbeitet die Hahn Gruppe bereits intensiv an der Vorbereitung und Prospektierung eines neuen Angebotes. Der nächste Pluswertfonds kommt in den nächsten Monaten. Eines ist bereits sicher: Das Warten lohnt sich!



Das Vertriebsteam der DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH, Tochterunternehmen der Hahn Gruppe, bedankt sich bei allen Vertriebspartnern, die wiederum ihren Kunden mit dem Bau- und Heimwerkermarkt in Trier ein attraktives Investment in einen der profitabelsten und beliebtesten Baumarktanbieter Deutschlands als Langfristmieter ermöglicht haben. Zuletzt im Jahre 2014 umfassend modernisiert und erweitert, beträgt die Mietfläche der Handelsimmobilie rund 11.500 m². Das gesamte Grundstück mit einer Fläche von 28.000 m² bietet etwa 300 ebenerdige Parkplätze, die für das Einladen von sperrigem Material oder größeren Mengen ideal geeignet sind. Das kaufkraftstarke Einzugsgebiet bietet genügend Potenzial, um auch in Zukunft die Umsätze am Standort weiter ausbauen zu können.

Attraktive und gut frequentierte Standorte mit einem marktführenden Anbieter – das sind die Immobilienqualitäten, nach denen die Asset und Fonds Manager der Hahn Gruppe für ihre Anleger suchen, um daraus nachhaltig renditestarke Invest-



Weitere Informationen zu
unseren Beteiligungsangeboten
finden Sie unter:

www.hahnag.de/kvg/beteiligungsangebot-publikums-aif



Informieren Sie sich

Jens Reuber
Leiter Gesamtvertrieb
jreuber@de-wert.de

Christian Huber
Leiter Vertrieb Süd
chuber@de-wert.de

Bernd Wrobel
Leiter Vertrieb Nord
bwrobel@de-wert.de

Immobilien als Anlageklasse!

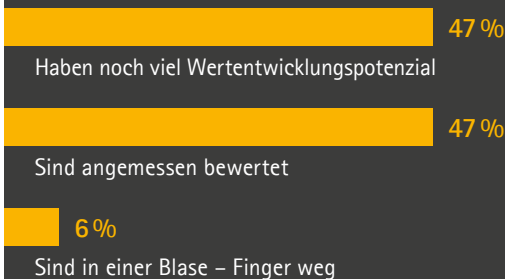
Ihre Einschätzung zur Zinsentwicklung.

Wie schätzen Sie das Kapitalmarktumfeld ein? Wann werden die Zinsen wieder nach oben gehen? Können wir Immobilien als Anlageklasse noch vertrauen? Sie haben sich klar entschieden. Wir bedanken uns bei den Lesern, die sich an der Umfrage beteiligt haben.

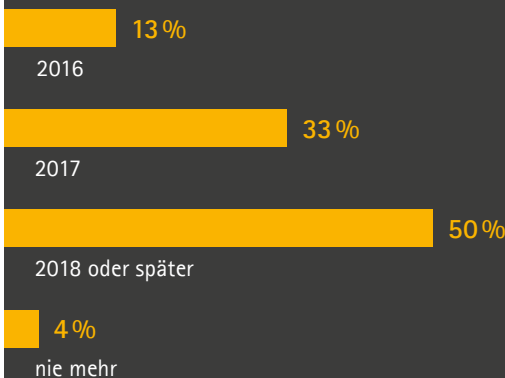
Bei Werner H. aus Baden-Württemberg bedanken wir uns ganz besonders mit einem Einkaufsgutschein im Wert von 50 Euro.

Ergebnisse der Umfrage im Detail:

Immobilien als Anlageklasse



Wann kommt die erste Zinserhöhung in Europa?



IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG.

Die aktuellen Fragen.

Der Zukunft begegnen

In dieser Ausgabe haben wir darüber berichtet, welchen Stellenwert Kompetenz, Erfahrung und der Blick über die eigene Fachdisziplin hinaus in der Immobilienwirtschaft inzwischen einnehmen. Wir haben Ihnen den Leiter der führenden deutschen Immobilienakademie IREBS vorgestellt. Was meinen Sie: Über welche Qualitäten muss die Fach- und Führungskraft der Zukunft verfügen? Ist die Immobilienbranche in Hinblick auf Lehre und Forschung gut aufgestellt?

Bitte füllen Sie dazu den beiliegenden Antwortbogen aus und senden Sie ihn bis zum 15. Juni an uns zurück. Als Dank für Ihre Teilnahme verlosen wir wieder einen Einkaufsgutschein im Wert von 50 Euro.

Ist die Immobilienbranche in Hinblick auf Lehre und Forschung gut aufgestellt?

- Immobilienwirtschaft ist eine Teildisziplin, für die kein separates Studium notwendig ist.
- Die Immobilienwirtschaft ist in der Hochschullandschaft ausreichend vertreten.
- In anderen Ländern hat die Immobilienwirtschaft bei Lehre und Forschung einen größeren Stellenwert.

Ich vermisse Forschung mit folgenden Schwerpunkten ...

- Günstiger Bauen
- Nachhaltig Bauen
- Umweltschutz
- Industrie 4.0
- Stationärer Handel und E-Commerce



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

 **Hahn
Gruppe**
Wertarbeit mit Handelsflächen