

Real Estate Asset- Management-Studie 2018

Kooperation GCSC/EY Real Estate

Mai 2018



Agenda

GCSC/EY Real Estate
Asset-Management-Studie
2018



	Seite
1 Vorwort German Council of Shopping Centers (GCSC)	4
2 Kernergebnisse	6
3 Design der Studie	9
4 Befragte Unternehmen	11
5 Ergebnisse der Studie	15
6 Schlusswort EY Real Estate	33



Vorwort German Council of Shopping Centers

Vorwort Klaus Striebich, Vorstandsvorsitzender GCSC

Sehr geehrte Damen und Herren,

erstmalig hat die vom German Council of Shopping Centers e.V. vertretene deutsche Handelsimmobilien- und Shopping Center Branche sich an einer Real-Estate-Asset-Management-Studie beteiligt. Kompetent durch EY Real Estate organisiert, haben sich über 100 Asset-Management-Experten der Branche mit den aktuellen Herausforderungen und Perspektiven der Handelsimmobilienbranche ausführlich auseinandergesetzt und Einschätzungen und Meinungen dokumentiert.

Wir haben als Verband die positive Entwicklung der Disziplin „Asset Management für Handelsimmobilien und Shopping Center“ sehr aufmerksam verfolgt und vor zwei Jahren mit der Gründung des „Forum Asset Management“ diesem Rechnung getragen. Heute schon können wir feststellen, dass das Asset Management von Handelsimmobilien aufgrund der großen Komplexität und fachlichen Tiefe die „Königsdisziplin“ der Immobilienwirtschaft ist. Zweitens erkennen wir, dass die Persönlichkeit des hierfür verantwortlichen Managers mit hoher Eigenständigkeit, ausgeprägtem Führungsvermögen und nur mit Weitblick und strategischer Ausrichtung seinen Verantwortungsbereich erfolgreich führen kann. Das Bild des tatkräftigen Unternehmers beschreibt die Herausforderungen und Anforderungen gut.

Daher ist diese Studie für uns auch ein weiteres, wichtiges Werkzeug, welches der Branche und seinen Akteuren bei der Bewältigung der Aufgaben zusätzliche Orientierung geben kann. Wie ein Unternehmer, ist der Asset Manager von Handelsimmobilien auf eine Vielzahl von Informationen und Quellen zur Entscheidungsfindung angewiesen. Das Lesen der Studie ist daher nur der eine Teil: Diskutieren, in Frage stellen und vergleichen, der andere wichtige Part.

Die unserer Branche anvertrauten Milliardenwerte verlangen nach besten Leistungen. Gute Informationen sind die Grundlage hierfür. Gerne tragen wir unseren Teil hierzu bei und wünschen eine gute Lektüre, interessante Erkenntnisse und ein aktives, erfolgreiches Umsetzen.

Ihr Klaus Striebich
Vorsitzender des Vorstandes, German Council of Shopping Centers



Vorstellung der Kernergebnisse

Kernergebnisse Asset-Management-Studie 2018

1

Die **höchsten Renditen** werden in den kommenden zwei Jahren von **Fachmarktzentren** erwartet.

2

Knapp die Hälfte der befragten **Asset-Management-Unternehmen** plant in den kommenden 12 Monaten in **Handelsimmobilien** zu investieren.

3

Flexible Mietvertragskonditionen, steigende Instandhaltungskosten und **geringere Flächennachfrage** haben den **negativsten Einfluss** auf die **Marge** von Asset Managern.

4

Handelskonzepte sind geprägt durch vermehrte **Erlebnisangebote für den Endkunden**.

Kernergebnisse Asset-Management-Studie 2018

5

Zahl der Online-Vertriebskanäle des stationären Handels steigt.

6

Die Analyse der stationären Kunden steht bei Asset Managern und Nutzern gleichermaßen im Fokus.

7

Mieter- und Objektdatenverwaltung haben das höchste Digitalisierungspotenzial.

8

Im Rahmen der Digitalisierung mangelt es an einer klaren Strategie und der Spezialisierung der Mitarbeiter.



Design der Studie

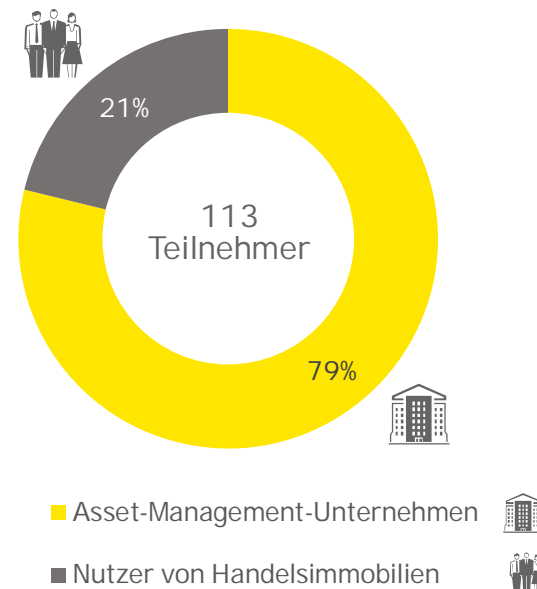
Design der Studie

Die Studie, die in Kooperation mit dem German Council of Shopping Centers entstanden ist, basiert auf einer Umfrage, die im Februar 2018 durchgeführt wurde.

Diese richtete sich an leitende Mitarbeiter und Geschäftsführungsmitglieder von Asset-Management-Unternehmen und Nutzer von Handelsimmobilien mit Hauptsitz in Deutschland.

Die Antworten von 113 Studienteilnehmern unterschiedlicher Größe wurden mithilfe standardisierter und strukturierter Fragebögen erhoben.

Gruppenzuordnung



Hintergrund

- ▶ *Der diesjährige Fokus der Asset-Management-Studie wurde auf Handelsimmobilien gelegt. Die Studienteilnehmer sind überwiegend Asset-Management-Unternehmen, ca. jeder fünfte Teilnehmer ist Nutzer von Handelsimmobilien.*

Wortlaut der Frage 1: „Innerhalb welcher der folgenden Gruppen ordnen Sie Ihr Unternehmen ein?“



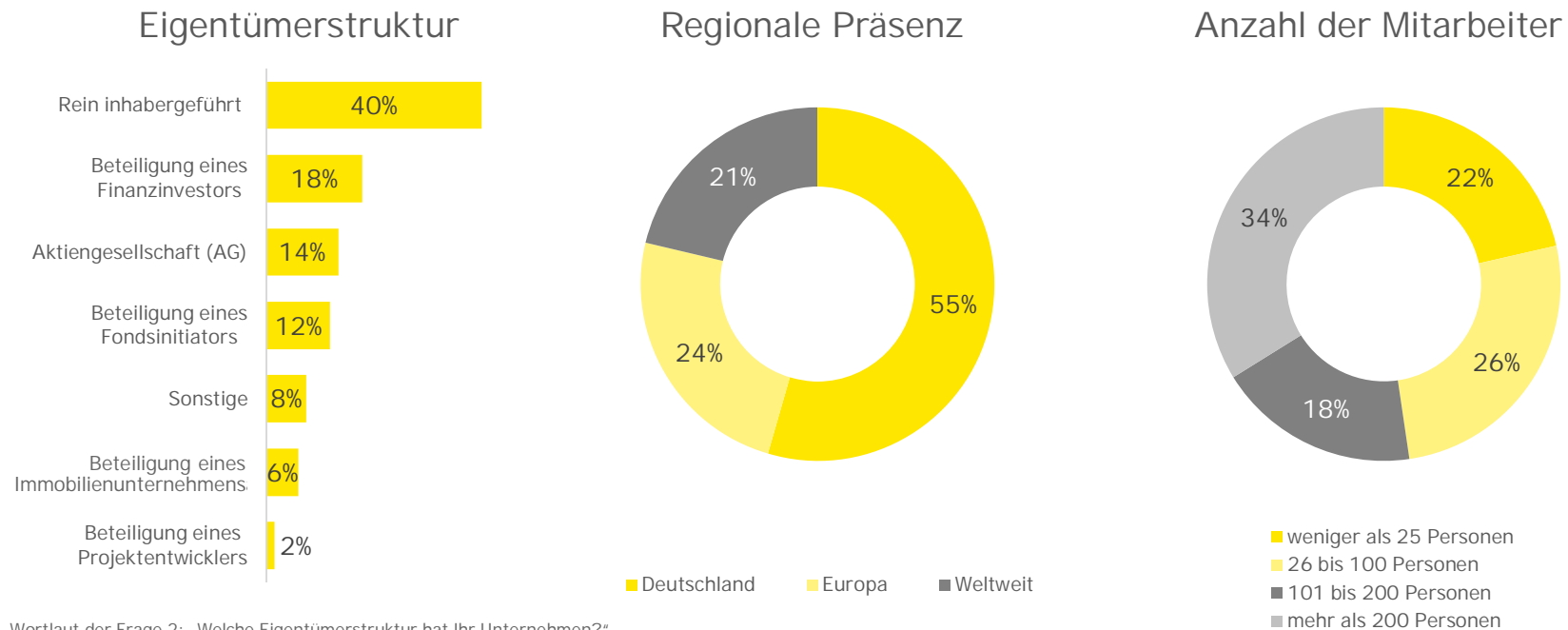
Befragte Unternehmen

Asset-Management-Unternehmen



Kernaussage

- Die befragten Asset-Management-Unternehmen sind überwiegend inhabergeführt (40 %), sind hauptsächlich in Deutschland tätig und beschäftigen zu gut einem Drittel mehr als 200 Mitarbeiter.

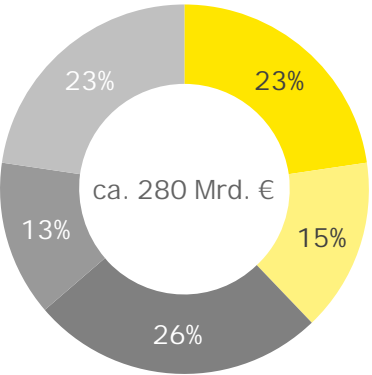


Wortlaut der Frage 2: „Welche Eigentümerstruktur hat Ihr Unternehmen?“
 Wortlaut der Frage 3: „Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen derzeit beschäftigt?“
 Wortlaut der Frage 6: „In welchen Regionen ist Ihr Unternehmen tätig?“

Assets under Management

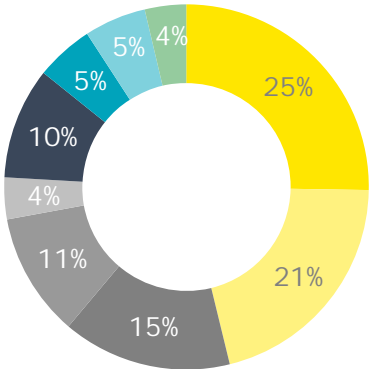


Marktwert der betreuten Immobilien



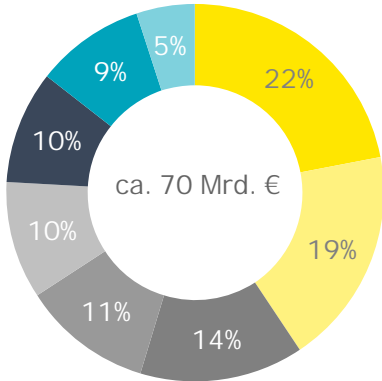
- < 500 Mio. €
- > 500 Mio. bis 1 Mrd. €
- > 1 Mrd. bis 5 Mrd. €
- > 5 Mrd. bis 10 Mrd. €
- > 10 Mrd. €

Verteilung auf Asset-Klassen



- Handel
- Wohnen
- Industrie
- Pflegeheime
- Sonstige
- Büro
- Logistik
- Hotels
- Studentenwohnheime

Verteilung auf Art der Handelsimmobilie



- Einkaufs- und Shoppingcenter > 10.000 m²
- Fachmarktcenter
- Geschäftshäuser
- Großflächiger Einzelhandel (Geschossfläche > 800 m²)
- Einkaufs- und Shoppingcenter < 10.000 m²
- Kleinflächiger Einzelhandel (Geschossfläche < 800 m²)
- SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Fachmarkt, Cash & Carry
- Warenhaus/Kaufhaus

Kernaussagen

- ▶ Der Marktwert der Assets under Management ist unterschiedlich verteilt jeweils ca. ein Viertel im Bereich über 10 Mrd. € , von 1 Mrd. € bis 5 Mrd. € und unter 500 Mio. €.
- ▶ Die teilnehmenden Asset Manager betreuen größtenteils Immobilienarten aus dem Büro- und Handelssektor, gefolgt von Wohn- und Hotelimmobilien.
- ▶ Der Fokus bei Handelsimmobilien liegt auf Einkaufs- und Shopping Center mit Flächen von über 10.000 m².

Wortlaut der Frage 5: „Wie hoch ist der Marktwert der derzeit von Ihrem Unternehmen betreuten Immobilien?“
 Wortlaut der Frage 7: „Welche der folgenden Immobilienarten werden durch Ihr Unternehmen betreut?“
 Wortlaut der Frage 8: „Welche der folgenden Handelsimmobilientypen werden von Ihrem Unternehmen betreut?“

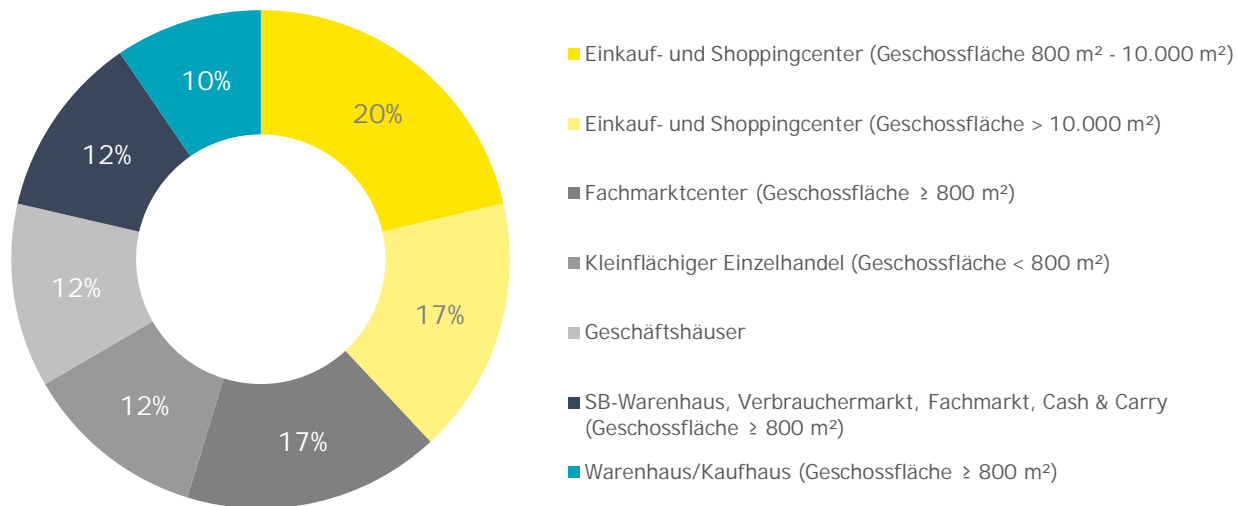
Nutzer von Handelsimmobilien



Kernaussage

- ▶ Die befragten Handelsimmobilienutzer sind auf Einkaufs- und Shoppingcenter fokussiert.

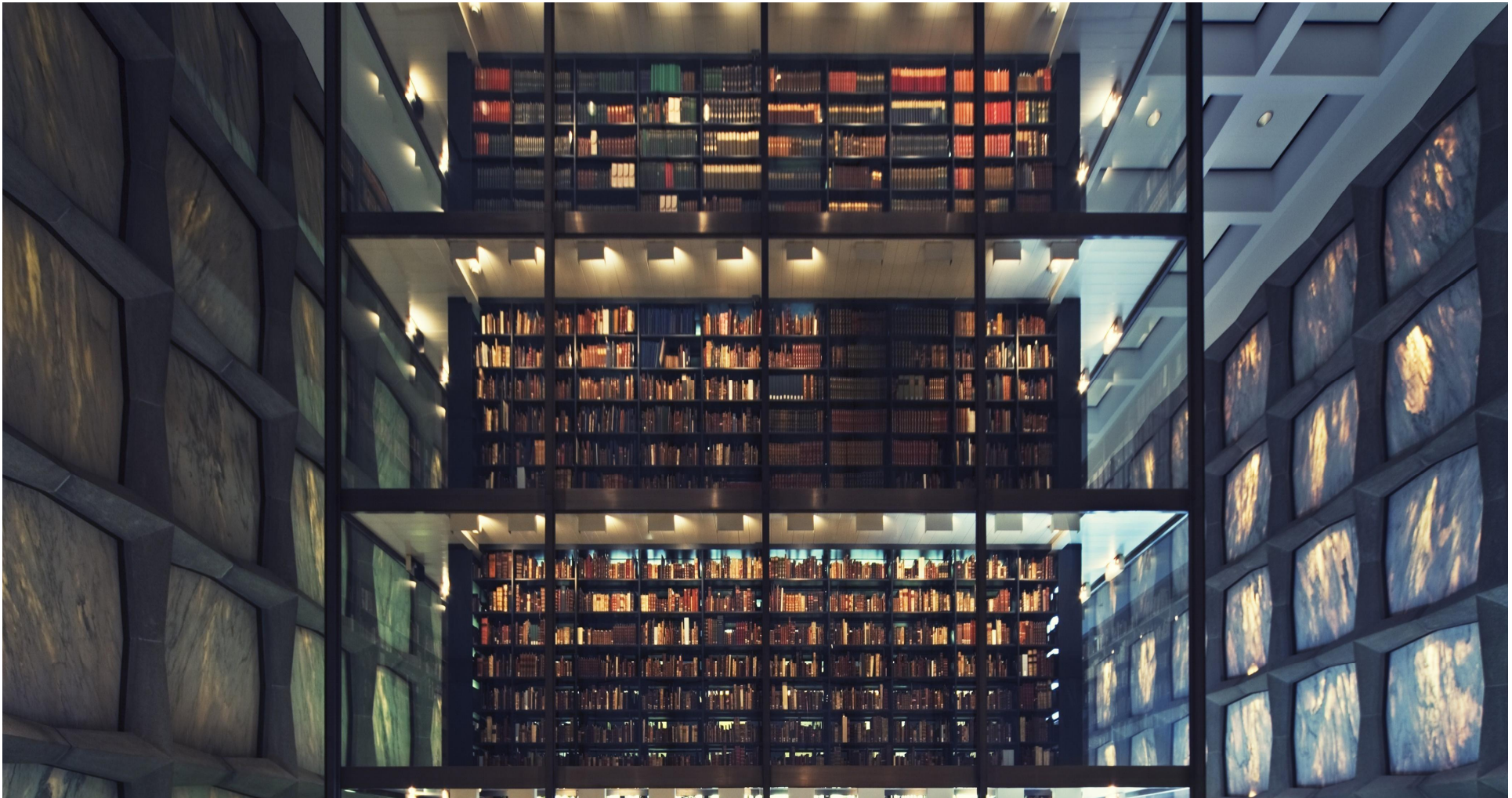
Immobilientypen im Rahmen der Handelskonzepte



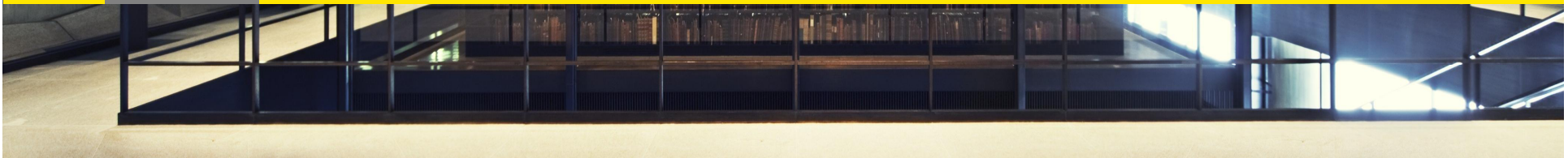
Fast die Hälfte der Nutzerunternehmen beschäftigt über 100 Mitarbeiter im Immobilienbereich

Wortlaut der Frage 31: „Welche Immobilientypen nutzen Sie im Rahmen Ihres Handelskonzeptes?“

Wortlaut der Frage 34: „Wie viele Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen beschäftigen sich mit immobiliennahen Fragestellungen?“



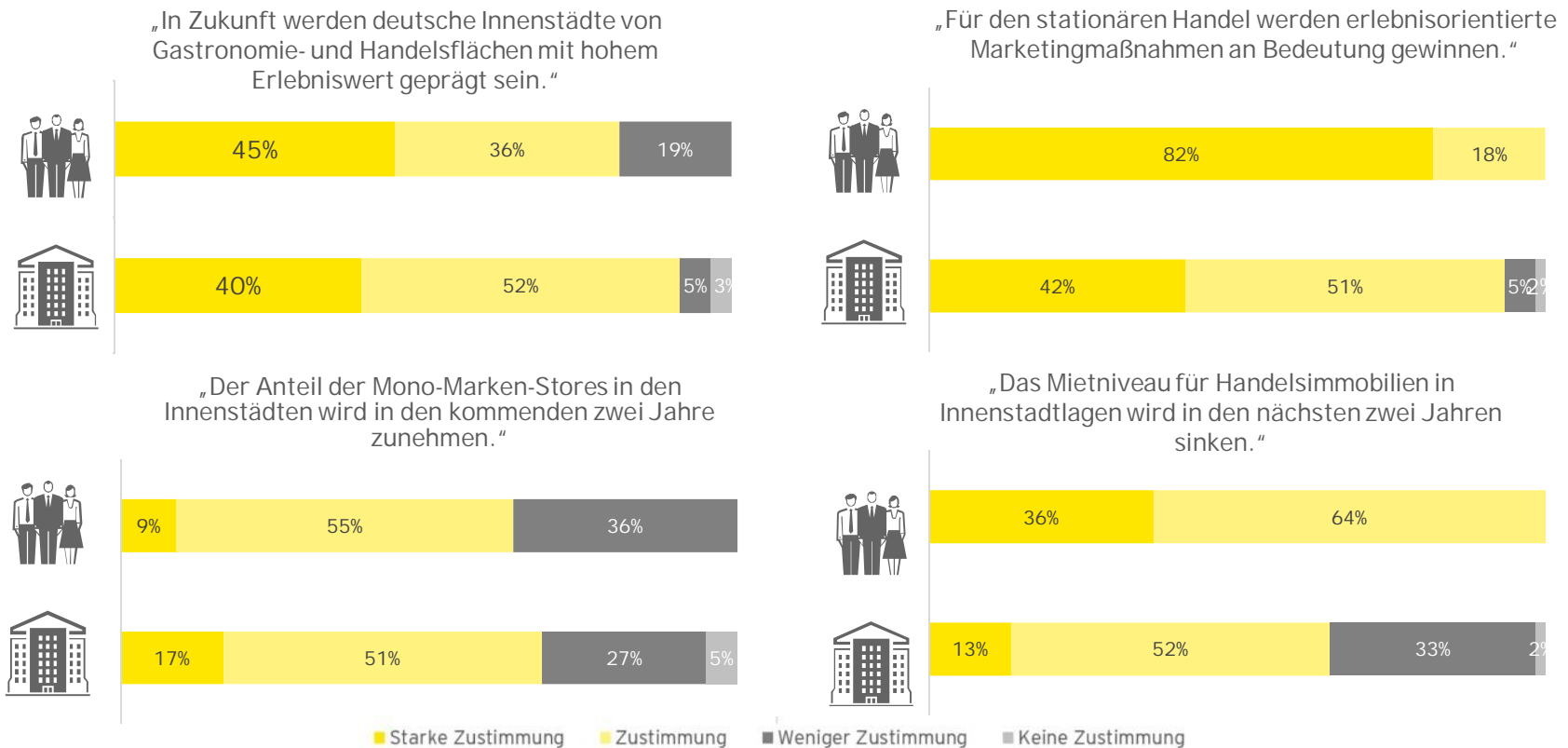
Ergebnisse der Studie



Erlebniswelten auf dem Vormarsch Nutzer rechnen mit sinkenden Mieten



Trends im Einzelhandel für das Jahr 2018

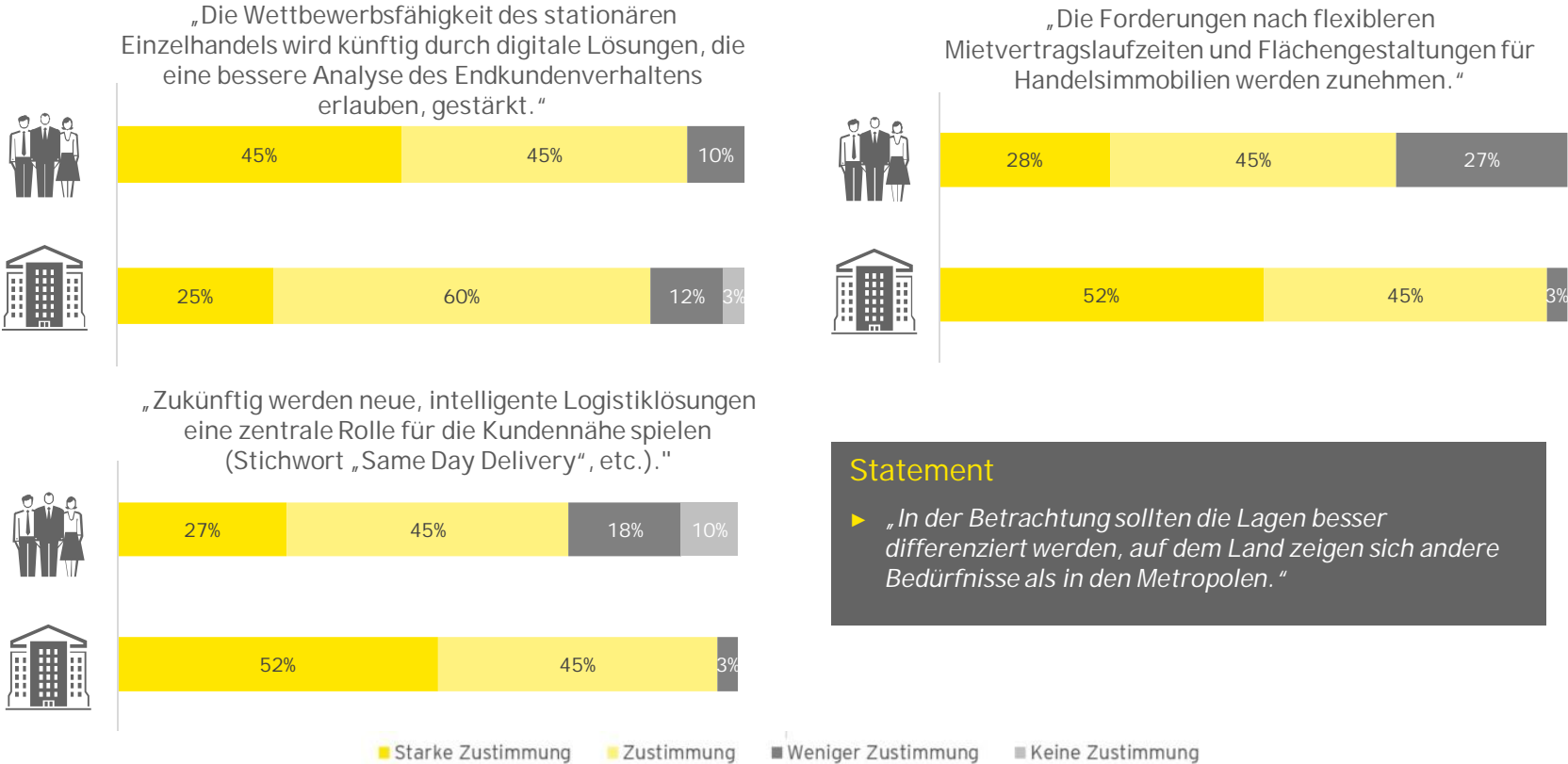


Wortlaut der Fragen 10 und 35: „Wie stark können Sie den folgenden Aussagen mit Blick auf das Jahr 2018 zustimmen?“

Wer den Endkunden kennt, ist im Vorteil Speed is Key



Trends im Einzelhandel für das Jahr 2018

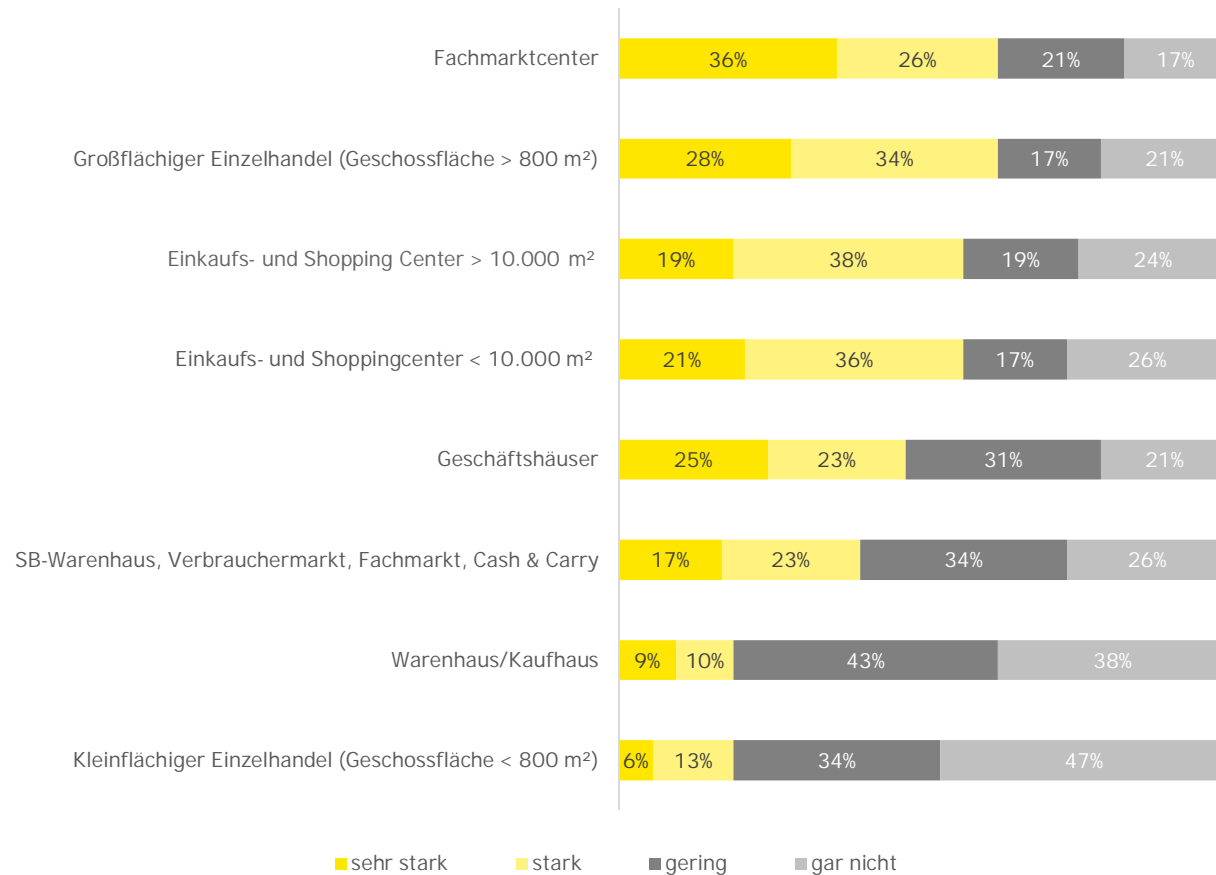


Wortlaut der Frage 10 und 35: „Wie stark können Sie den folgenden Aussagen mit Blick auf das Jahr 2018 zustimmen?“

Investmentstrategien für Handelsimmobilien

Investitionsfokus nach Handelsimmobilientyp

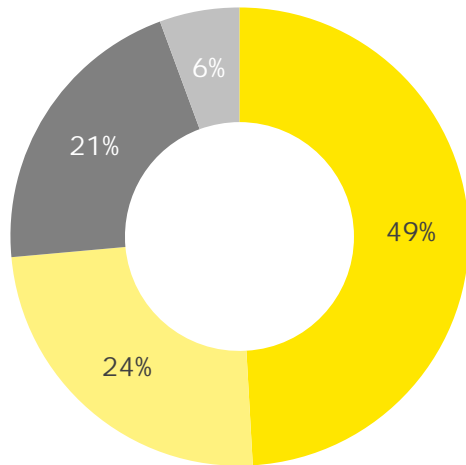
Der Investitionsfokus ist nicht eindeutig, Fachmarktcenter, großflächiger Einzelhandel und Shoppingcenter sind gleichermaßen beliebt



Wortlaut der Frage 14: „Wie stark stehen die folgenden Handelsimmobilientypen bei Ihren geplanten Investitionen im Fokus?“

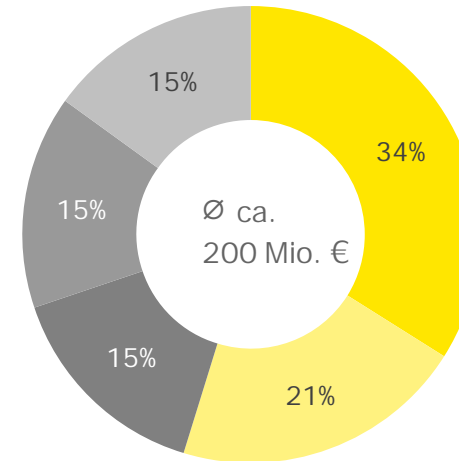
Investmentstrategien für Handelsimmobilien

Plant Ihr Unternehmen in den kommenden 12 Monaten ...



- ... Handelsimmobilien zu kaufen und zu verkaufen?
- ... Handelsimmobilien weder zu kaufen noch zu verkaufen?
- ... Handelsimmobilien zu kaufen?
- ... Handelsimmobilien zu verkaufen?

Geplante Investitionsvolumen in Handelsimmobilien



- 0 - 50 Mio. Euro
- 50 - 100 Mio. Euro
- 100 - 250 Mio. Euro
- 250 - 500 Mio. Euro
- mehr als 500 Mio. Euro

Kernaussagen

- ▶ Ca. jedes fünfte befragte Asset-Management-Unternehmen plant in den kommenden 12 Monaten den Bestand an Handelsimmobilien zu erhöhen
- ▶ Bei einem Drittel liegen die geplanten Investitionen bei maximal 50 Mio. €, jedoch plant auch ca. ein Drittel über 250 Mio. € zu investieren

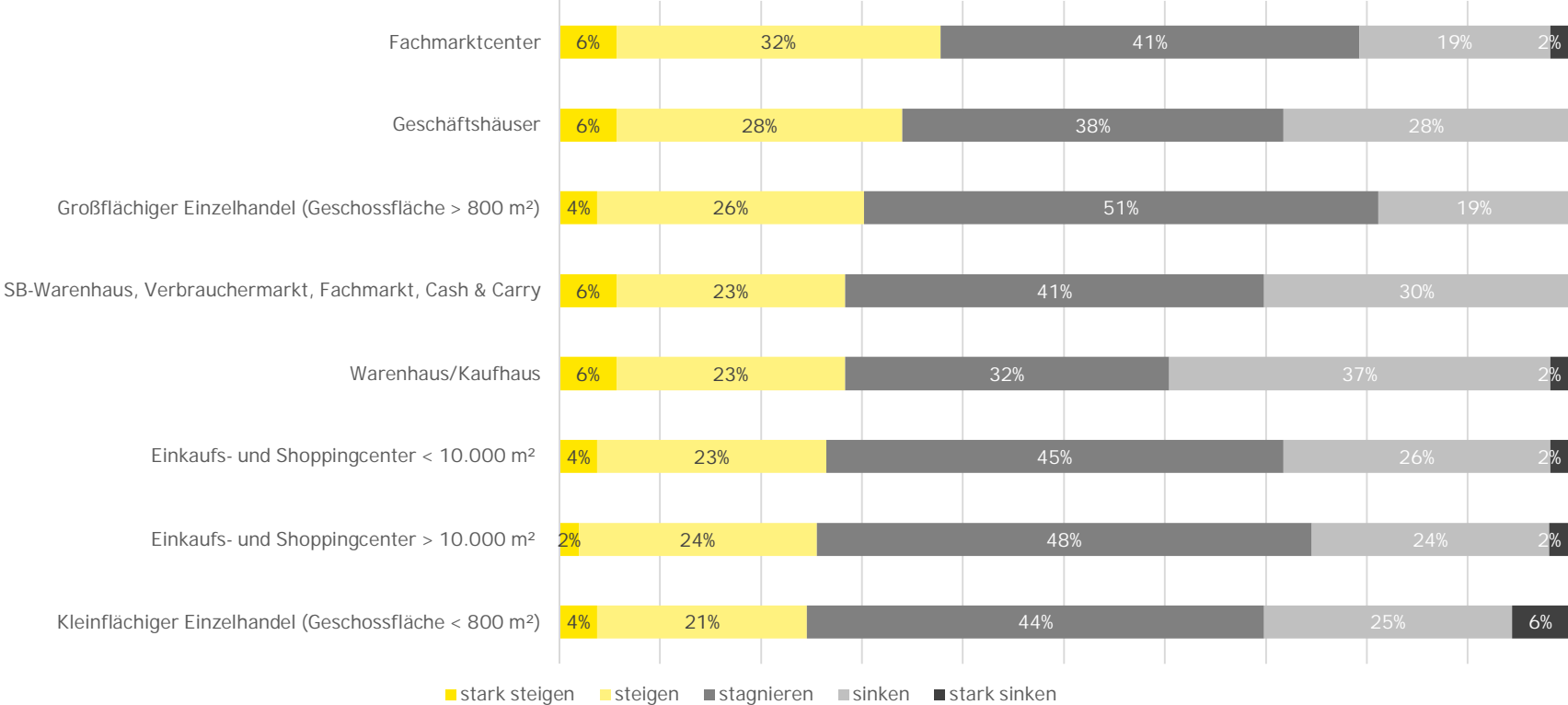
Wortlaut der Frage 12: „Plant Ihr Unternehmen in den kommenden 12 Monaten Handelsimmobilien zu kaufen?“

Wortlaut der Frage 13: „Wie hoch ist das von Ihrem Unternehmen geplante Investitionsvolumen in Handelsimmobilien in den kommenden 12 Monaten?“

Champion in Zeiten sinkender Renditen: das Fachmarktcenter



Einschätzung von Renditeentwicklungen in den nächsten zwei Jahren



Kernaussage

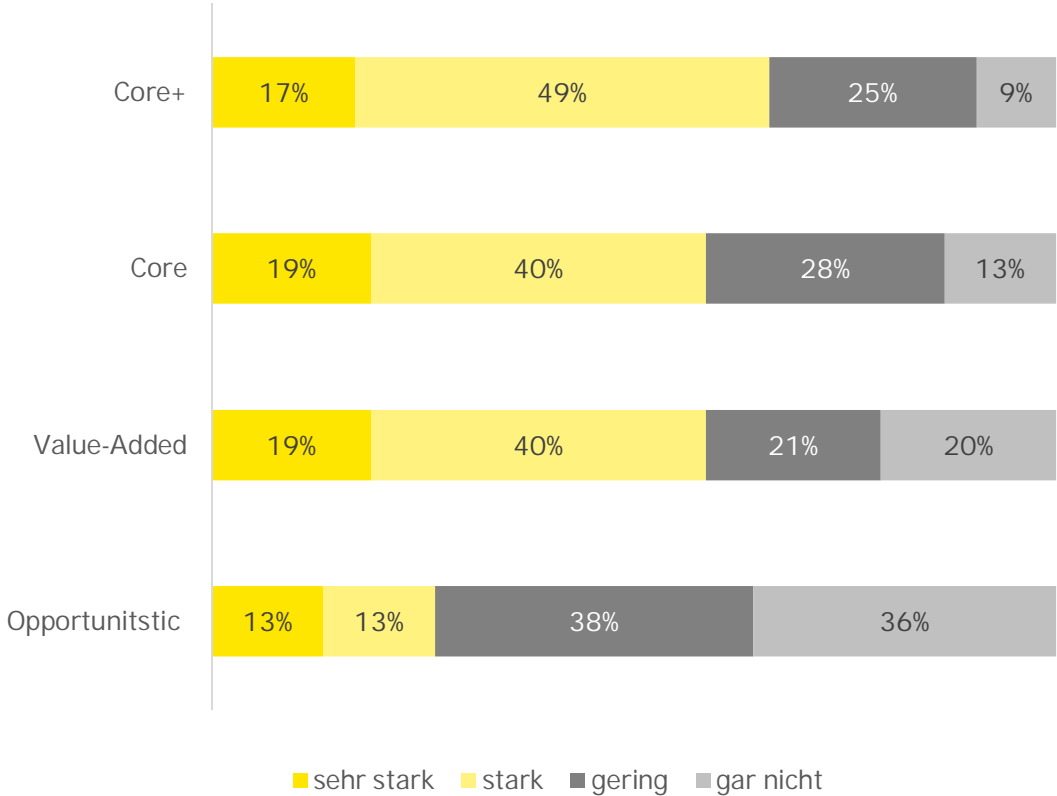
- Die höchste Rendite wird bei Fachmarktcentern gesehen, gefolgt von Geschäftshäusern und vom großflächigem Einzelhandel. Die anderen Handelsimmobilientypen rangieren auf einem ähnlich erwarteten Renditeniveau.

Wortlaut der Frage 15: „Wie werden sich die Renditen der folgenden Handelsimmobilientypen Ihrer Einschätzung nach innerhalb der kommenden 24 Monate entwickeln?“

Sicherheit ist Trumpf, Core+ im Fokus



Handelsimmobilieninvestitionen nach Fokus auf Risikoklassen

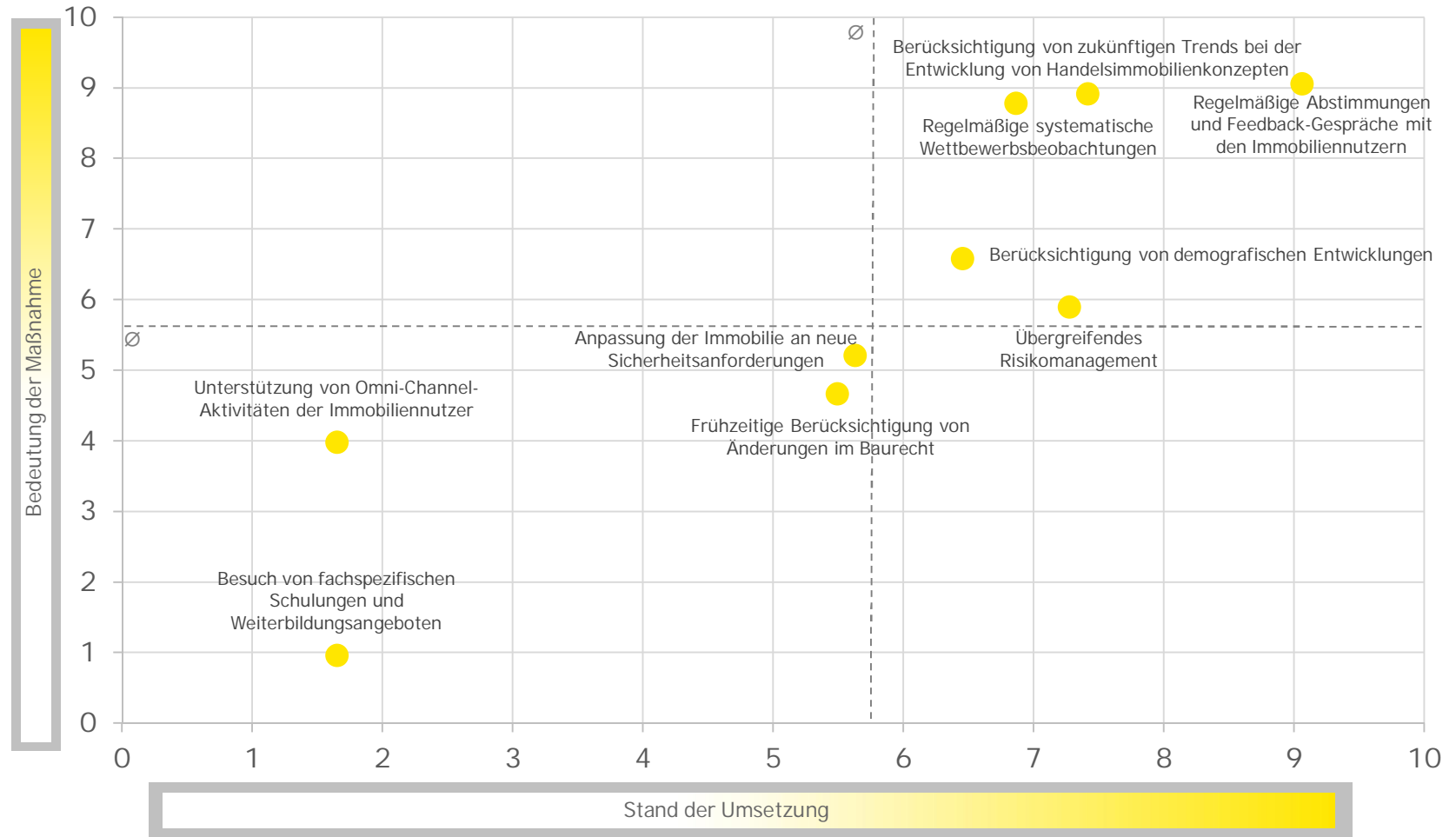


Auch Investoren von Handelsimmobilien sind risikoavers, nur 26 % der Befragten möchten opportunistisch investieren

Wortlaut der Frage 16: „Wie stark fokussieren die geplanten Handelsimmobilieninvestitionen Ihres Unternehmens auf die folgenden Risikoklassen?“

Asset Manager sehen sich in Sachen Trendwissen und Nutzerorientierung gut aufgestellt

Relation zwischen Bedeutung und Umsetzung unterschiedlicher Maßnahmen im Asset Management

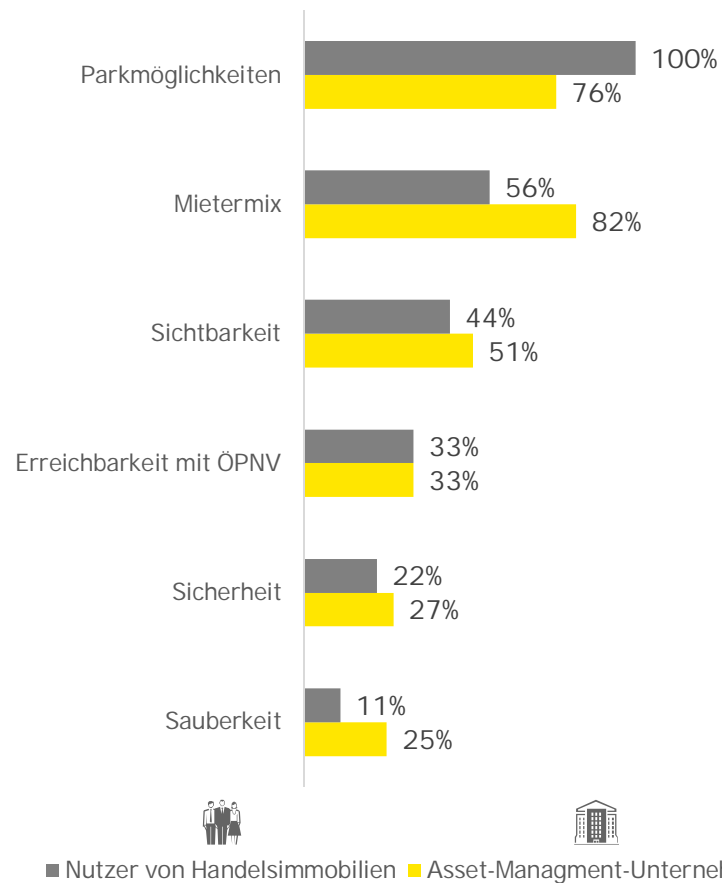


Wortlaut der Frage 17: „Welche Bedeutung haben die folgenden Maßnahmen im Rahmen eines aktiven Asset Managements für Handelsimmobilien?“
 Wortlaut der Frage 18: „Wie schätzen Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen in Ihrem Unternehmen ein?“

Nutzer wollen bequemes Parken Asset Manager achten auf Mietermix



Bedeutung von Qualitätsmerkmalen von Handelsimmobilien



Kernaussage

- ▶ Während für Nutzer von Handelsimmobilien Parkmöglichkeiten ausnahmslos unverzichtbar sind, geben nur 76 % der Asset Manager diese als bedeutendstes Qualitätsmerkmal an. Für sie ist insbesondere der ausgewogene Mietermix von hoher Bedeutung (82 %).

Statements

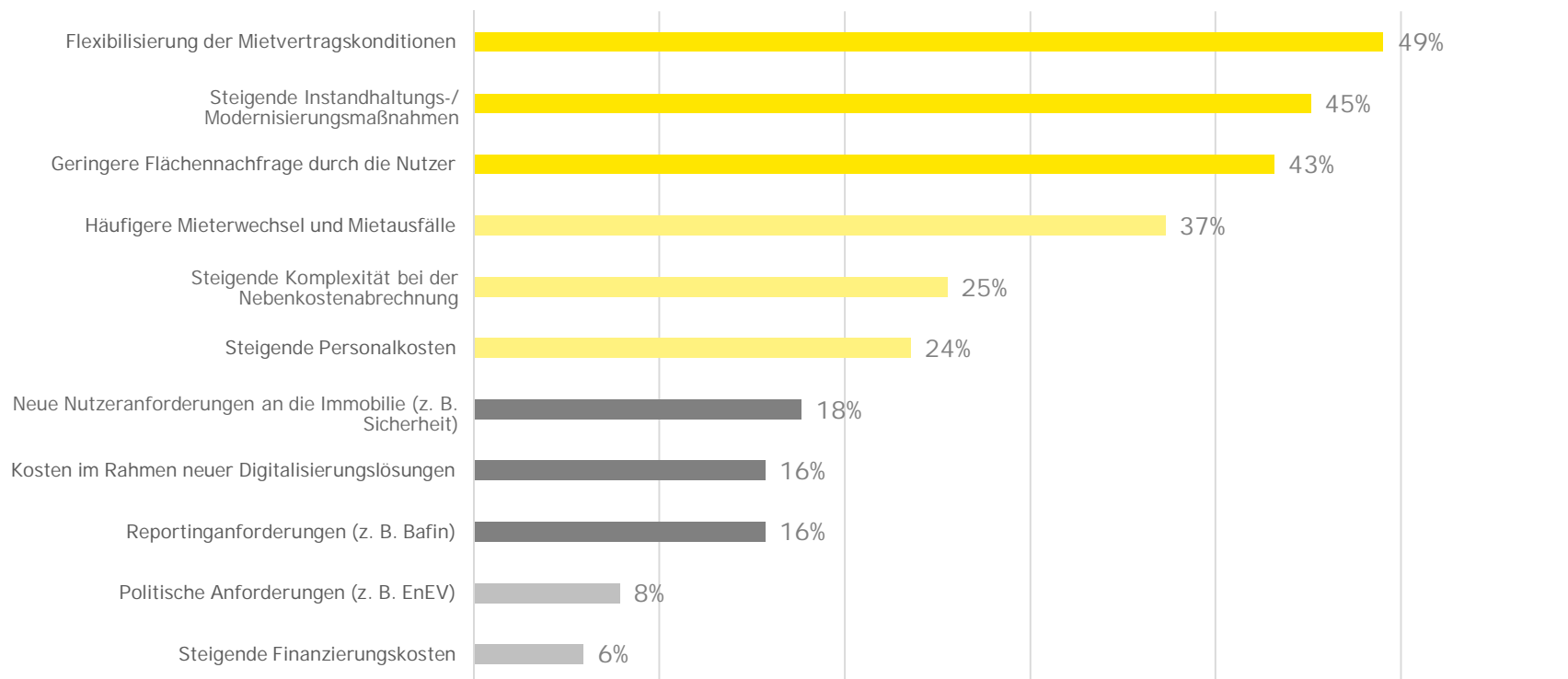
- ▶ „Erreichbarkeit mit ÖPNV“ hängt von der Art und Lage der Immobilie ab. Highstreet Retail hat andere Nutzeranforderungen als „Grüne-Wiese-Shoppingcenter“.
- ▶ „Sauberkeit und Sicherheit gelten als Grundvoraussetzung.“
- ▶ „Die planungsrechtlichen Verfahren speziell bei Handelsimmobilien in Deutschland sind meist so langwierig, dass auch eine frühzeitige Berücksichtigung nicht ausreicht, um die notwendigen Anpassungen von Qualitätsmerkmalen an immer schnellere Änderungen im Handel durchführen zu können.“

Wortlaut der Frage 19 und 43: „Welche der folgenden Qualitätsmerkmale für Handelsimmobilien haben Ihrer Meinung nach die größte Bedeutung für Immobiliennutzer?“

Margenfresser: Verhandlungsstarke Nutzer, Modernisierung, sinkende Flächennachfrage



Negative Einflüsse auf die Marge von Asset- und Investment-Managern

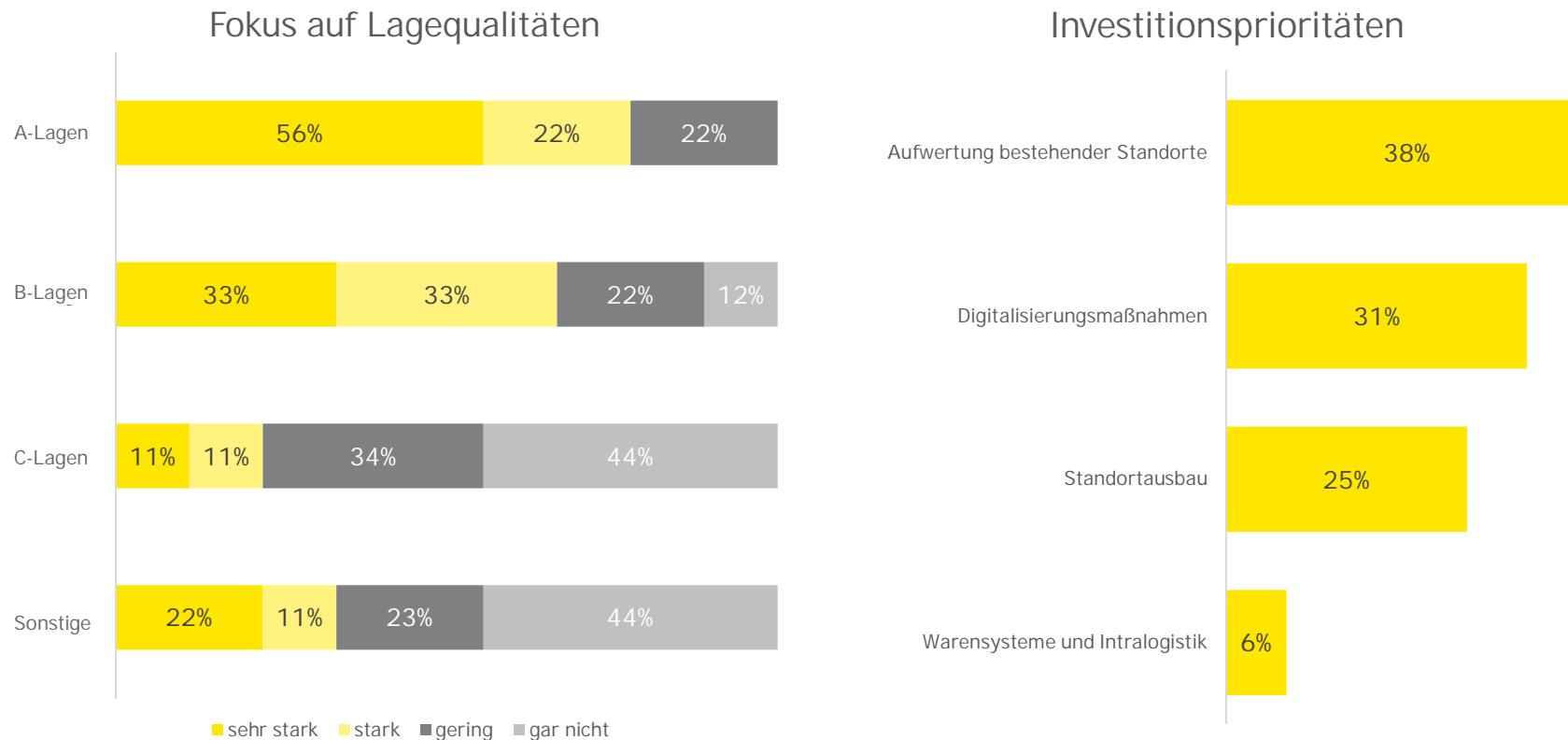


Kernaussage

- Flexible Mietvertragskonditionen, steigende Instandhaltungskosten und geringere Flächennachfrage haben den negativsten Einfluss auf die Marge. Steigende Finanzierungskosten und politische Anforderungen stellen keine großen Herausforderungen für das Asset Management dar.

Wortlaut der Frage 21: „Welche der folgenden Entwicklungen haben den stärksten negativen Einfluss auf die Marge von Asset- und Investment-Managern für Handelsimmobilien?“

Bestehende Standorte in A-Lagen werden präferiert



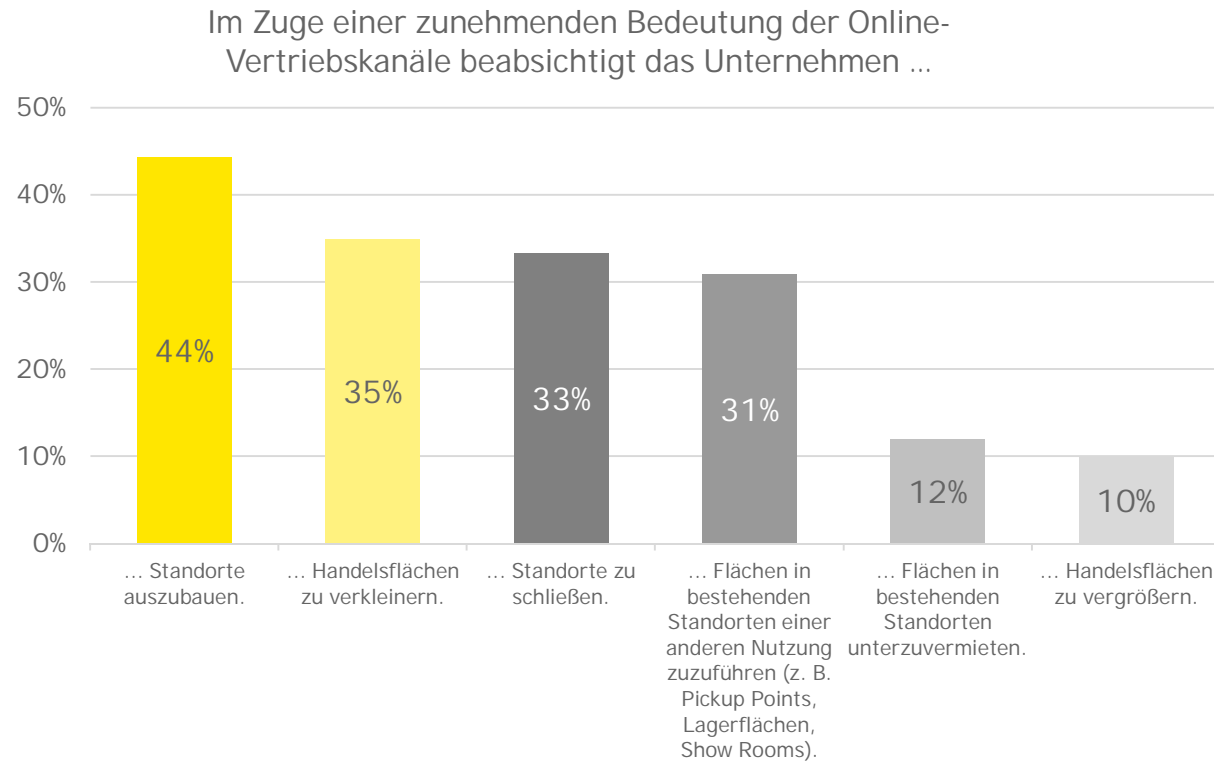
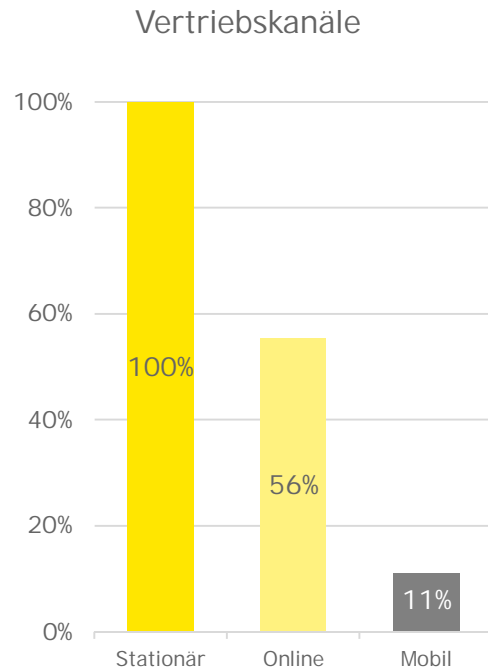
Kernaussagen

- ▶ A-Lagen werden vom Einzelhandel eindeutig bevorzugt.
- ▶ Die Mehrheit der befragten Unternehmen legt den Investitionsfokus auf die Aufwertung bereits bestehender Standorte, nur ein Viertel investiert in den Ausbau neuer Standorte. Das Thema Digitalisierung hat eine ähnlich hohe Priorität.

Wortlaut der Frage 42: „Wie stark fokussiert sich Ihr Unternehmen derzeit auf die folgenden Lagequalitäten?“

Wortlaut der Frage 47: „Wo liegt die derzeitige Investitionspriorität Ihres Unternehmens?“

Stationärer Handel tendiert auch in Richtung Online



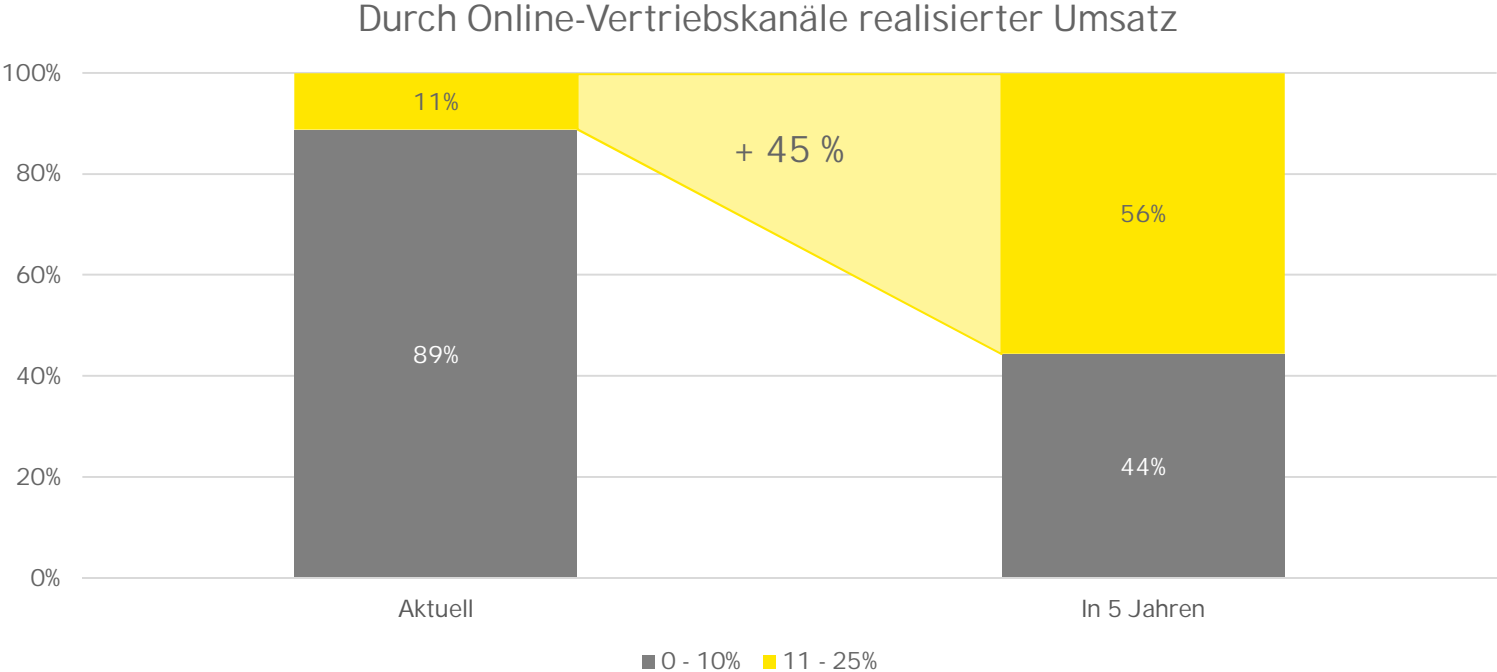
Kernaussagen

- ▶ Alle befragten Unternehmen sind stationär aktiv, mehr als die Hälfte generiert seinen Absatz auch über den Online-Handel.
- ▶ Als Optionen hinsichtlich des steigenden Anteils des Online-Vertriebs werden sowohl der Standortausbau als auch die Reduktion von Handelsflächen sowie die Schließung und Umnutzungen in Betracht gezogen.

Wortlaut der Frage 37: „In welchen Vertriebskanälen ist Ihr Unternehmen aktiv?“

Wortlaut der Frage 41: „Im Zuge einer zunehmenden Bedeutung der Online-Vertriebskanäle beabsichtigt Ihr Unternehmen ...“

Online-Vertriebskanäle des stationären Handels nehmen zu



Kernaussage

- ▶ Der zukünftig durch Online-Vertriebskanäle erwartete Umsatz spiegelt die zunehmenden Erwartungen an diese Vertriebsart wider. Während derzeit fast 90 % der Nutzer von Handelsimmobilien weniger als ein Zehntel ihres Umsatzes durch Online-Vertriebskanäle erwirtschaften, erwarten über 56 % der Nutzer einen Anstieg auf bis zu ein Viertel ihres Umsatzes innerhalb der nächsten fünf Jahre.

Wortlaut der Frage 39: „Wie viel Prozent Ihres Umsatzes des vergangenen Jahres entfielen auf Online-Vertriebskanäle?“
Wortlaut der Frage 40: „Wie viel Prozent Ihres Umsatzes beabsichtigen Sie in fünf Jahren über Online-Vertriebskanäle zu erzielen?“

Die übergreifende digitale Strategie fehlt oft noch



Umgang mit Digitalisierung



47 %

Wir fokussieren uns auf einzelne digitale Projekte in ausgewählten Bereichen.



32 %

Wir verfolgen eine übergreifende digitale Strategie.



21 %

Wir stehen noch am Anfang der Planungsphase, sodass über die Vorgehensweise noch nicht entschieden wurde.

Kernaussagen

- ▶ Während sich fast die Hälfte der Asset-Management-Unternehmen auf einzelne digitale Projekte fokussiert, verfolgt weniger als ein Drittel eine übergreifende digitale Strategie.
- ▶ Die Anzahl der Unternehmen, die noch am Anfang der Planungsphase ihrer Digitalisierungsstrategie stehen, hat sich im Vergleich zum letzten Jahr fast halbiert.

Statement

- ▶ *„Die Verknüpfung aller vorliegenden Informationen zu einem Gesamtbild ist wahnsinnig komplex und bedarf einer wohlüberlegten Strategie. Mit dem Ergebnis werden die Weichen eines hoffentlich effizienten Asset Managements auf Jahre, wenn nicht sogar auf Jahrzehnte festgelegt. Anpassungen werden nur rudimentär sein. Andernfalls läuft man Gefahr, jede Menge Geld zu versenken.“*

Wortlaut der Frage 23: „Welche grundsätzliche Vorgehensweise verfolgt Ihr Unternehmen im Umgang mit dem Thema Digitalisierung?“

Mieter- und Objektdatenverwaltung haben das höchste Digitalisierungspotenzial



Digitalisierung von Unternehmensfunktionen in den nächsten drei Jahren

Kernaussagen

- ▶ Der primäre Fokus im Bereich Digitalisierung liegt bei knapp drei Viertel der Befragten auf einer Optimierung der Mieter- und Objektdatenverwaltung.
- ▶ Ebenfalls als wichtig wird die Digitalisierung von Investorenreporting und Prozessdokumentation eingeschätzt.
- ▶ Die Digitalisierung von Personalmanagement hat dagegen einen geringen Stellenwert.

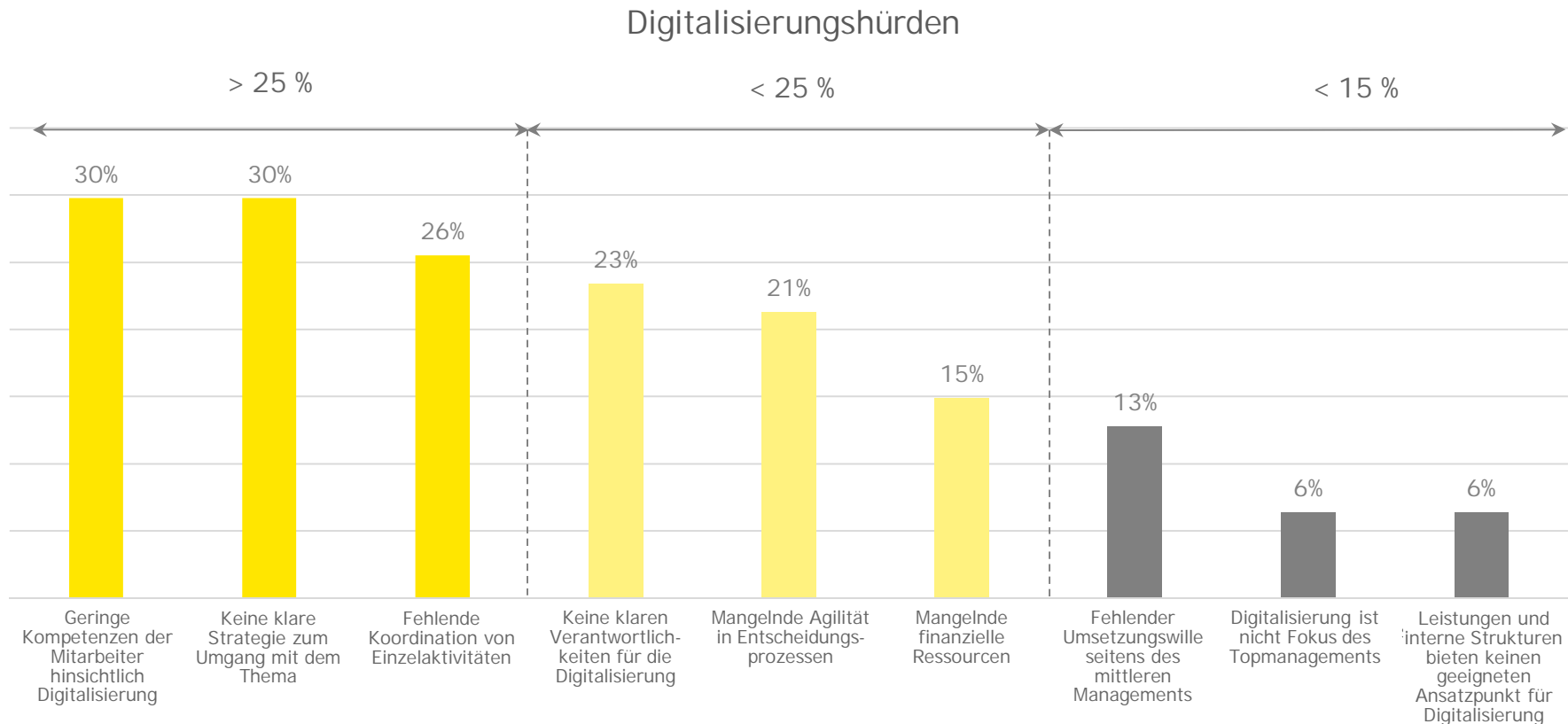
Statements

- ▶ *„Es ist wirklich traurig für die Immobilienbranche, dass es kein einfaches, kostengünstiges IT-Tool gibt, um die genannten Punkte abzudecken. Somit wenden wir uns einer stark ressourcenbindenden Möglichkeit zu, unsere eigene Datenbank zu entwickeln bzw. programmieren zu lassen.“*
- ▶ *„In allen genannten Bereichen wird bereits digital gearbeitet bzw. wurde bereits investiert; die künftigen Investitionen werden der übergreifenden Strategie folgend koordinativen Charakter haben und in diverse Bereiche fließen.“*



Wortlaut der Frage 25: „In die Digitalisierung welcher Unternehmensfunktionen wird Ihr Unternehmen in den kommenden drei Jahren voraussichtlich vorrangig investieren?“

Es mangelt an der klaren Strategie und der Spezialisierung der Mitarbeiter



Kernaussagen

- ▶ Dem Topmanagement mangelt es nicht am Umsetzungswillen und der Priorisierung von Digitalisierungsmaßnahmen.
- ▶ Es fehlen die Strategie, geeignete Kompetenzen bei den Mitarbeitern, die Koordination von Einzelaktivitäten sowie klare Verantwortlichkeiten.

Wortlaut der Frage 29: „Welche der folgenden Faktoren stellen in Ihrem Unternehmen wesentliche Digitalisierungshürden dar?“

Messung der Passantenfrequenz ist gleichermaßen beliebt



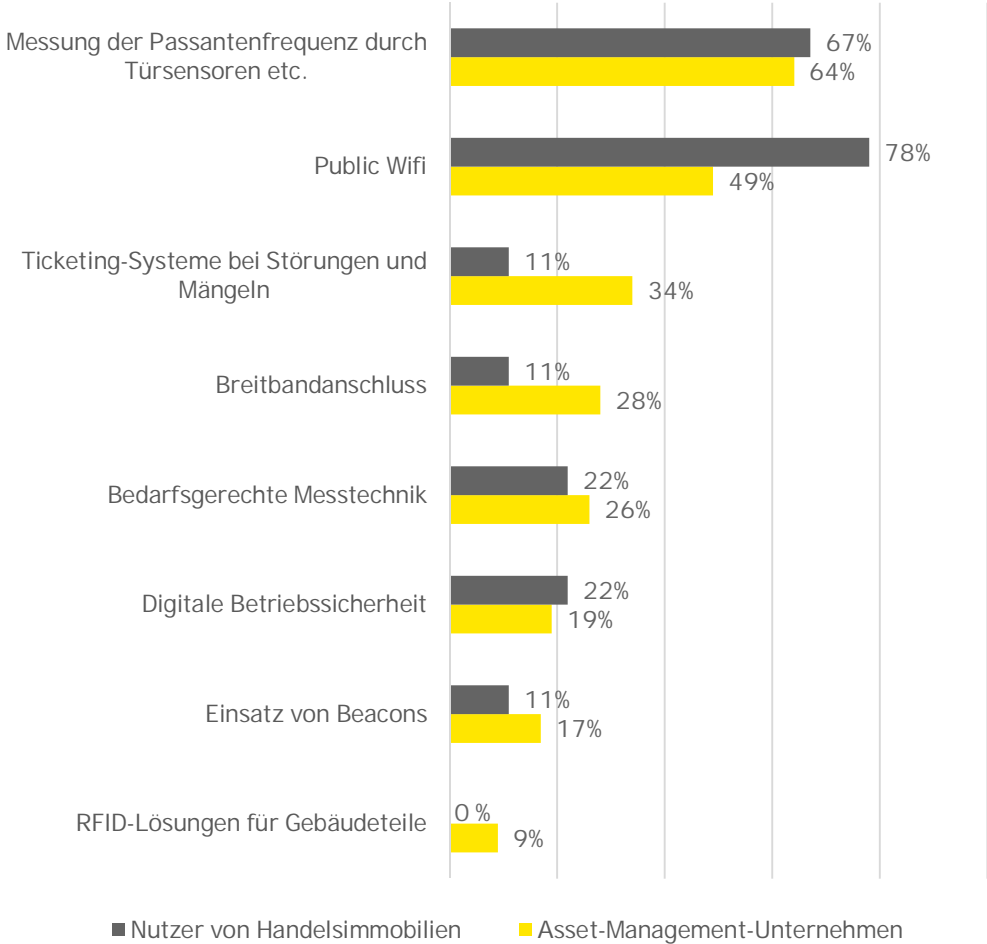
Bedeutung von Technologien im Unternehmen

Kernaussagen

- ▶ Besonders für Nutzer von Handelsimmobilien haben das Angebot von „Public Wifi“ und die Messung von Passantenfrequenz eine hohe Bedeutung.
- ▶ Für Asset-Management-Unternehmen liegt der Fokus auch auf Ticketingsystemen sowie Breitbandanschluss und bedarfsgerechter Messtechnik.

Statements

- ▶ „Die Bedeutung der Technologien für unser Asset-Management-Unternehmen hängt stark vom jeweiligen Immobiliientyp ab.“



Wortlaut der Frage 27 und 45: „Welche der folgenden Technologien haben für Ihr Unternehmen und die von Ihnen verwalteten Immobilien die größte Bedeutung?“

Weitere Statements der Umfrageteilnehmer

Herausforderungen und Trends im Real-Estate-Asset-Management

„Die wesentlichen Herausforderungen sehen wir in der Gestaltung der Mietverträge: Die Interessen der Einzelhändler (höchstmögliche Flexibilität) stehen völlig konträr den Erwartungen des Eigentümers (möglichst stabiler Cashflow) gegenüber. Der Einzelhandel wird versucht sein, seine unternehmerischen Risiken immer weiter auf den Eigentümer abzuwälzen. Die Herausforderung der Eigentümer liegt darin, den Nachfragerückgang von benötigten Einzelhandelsflächen zu kompensieren.“



„Umgang mit der immer schneller wachsenden Komplexität der Aufgabenstellungen bei sich immer schneller wandelnden Rahmenbedingungen, ins-besondere bei Handelsimmobilien mit den unterschiedlichen Akteursgruppen: Verbraucher, Mieter, Eigentümer, Investoren und deren Dienstleister.“

„Eine Herausforderung ist es, den stationären Einzelhandel für den Käufer wieder attraktiver zu machen. Das Einkaufen muss wieder ein Erlebnis werden.“

Herausforderungen:

- a) das Finden von gut ausgebildetem Personal mit gleichzeitiger Kommunikationsfähigkeit
- b) Digitalisierung/Datenmanagement
- c) fehlende Chancengleichheit zwischen online/offline, aufgrund langwieriger, kostenintensiver Baurechtschaffung
- d) nicht kundenorientierte Öffnungszeiten

„Herausforderungen:

1. zunehmender Online-Handel der Retailer und dadurch verändertes Nachfrageverhalten bei den Mietverträgen mit Auswirkung auf das Asset Management (Laufzeiten, schnellerer Standortwechsel etc.)
2. die kleineren lokalen Mieter als Mix zu den großen Playern in den Städten zu halten bzw. an gute Lagen zu bekommen

Trends:

1. Verlagerung des Property/ Facility Managements als "Inhouse Lösung" aus einer Hand
2. Schaffung zusätzlicher Lagerflächen durch Online-Bestellungen, die in die Standorte geliefert werden



Wortlaut der Frage 48: „Worin liegen Ihrer Meinung nach die wesentlichen Herausforderungen und Trends im Real-Estate-Asset-Management?“



Schlusswort EY Real Estate



Schlusswort EY Real Estate

Die Studie zeigt: Die unterschiedlichen Betriebstypen im Einzelhandel befinden sich – bezogen auf ihre Attraktivität als Anlageimmobilien – in unterschiedlichen Marktzyklen. Unter anderem Fachmarktzentren, Geschäftshäuser und Shoppingcenter scheinen derzeit vermehrt Einstiegschancen zu bieten – die Renditen steigen, und sie stehen auf den Einkaufszetteln der Investoren.

Allerdings befinden sich Asset Manager dabei zunehmend im Spannungsfeld zwischen Eigentümern und Händlern. Denn Händler drängen auf flexiblere und kürzere Mietverträge, während die Eigentümer eine langfristige Planungssicherheit nachfragen. Die Renditen profitieren insofern von solchen flexibleren Mietverträgen, als dass steigende Unsicherheiten entsprechend eingepreist werden.

Ein Grund für den Wunsch der Händler nach mehr Flexibilität: Die Bedeutung des E-Commerce steigt weiter. Die Zukunftsprognose des Handels wird insofern nicht einfacher. Asset Manager setzen in der Folge darauf, die relevanten Faktoren für eine bessere Wettbewerbsposition des Vor-Ort-Handels früher und punkt-genauer zu identifizieren und zu implementieren – beispielsweise innerhalb des wichtigen Rahmenthemas Erlebnis und Wohlfühlambiente statt einfach nur Shopping.

Zunehmend spielen auch digitale Lösungen im Asset Management eine Rolle, unter anderem in Form von Big Data und dem Optimieren der Flächenauslastung oder dem Realisieren von Einsparpotenzialen bezogen auf den Energieverbrauch. Auch Passantenströme, Frequenzen und Verweildauern werden nach unserer Einschätzung perspektivisch noch einmal wichtiger werden, um Nutzer passgenauer Flächen vorschlagen zu können. Aus Sicht der Asset Manager dürften dabei dann wiederum der Datenschutz und die Cyber Security deutlich weiter auf der Agenda nach oben rücken.

Wir bedanken uns noch einmal recht herzlich bei allen Unternehmen, die an der Studie teilgenommen haben, und hoffen, Ihnen mit den Ergebnissen möglichst viele für Sie lohnende Erkenntnisse zurückgespielt zu haben.

Dietmar Fischer, Partner, EY Real Estate

Die Autoren mit freundlicher Unterstützung von GCSC

Für Fragen und Feedback zur Studie:

Dietmar Fischer

Tel. +49 6196 996 24547
Mobil +49 160 939 24547
E-Mail dietmar.fischer@de.ey.com



Dr. Dominique Pfrang MRICS

Tel. +49 6196 996 13740
Mobil +49 160 939 13740
E-Mail dominique.pfrang@de.ey.com



Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young Real Estate GmbH und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

www.de.ey.com

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen – für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com.

In Deutschland ist EY an 21 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ beziehen sich in diesem Porträt auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2018

Ernst & Young Real Estate GmbH

All Rights Reserved.

ED None

Photos PEXELS/EY Image Library