

Nicht bloß reden - es wird gehandelt

Expo Real. Netzwerken, Deals einfädeln, Projekt sondieren. Aber vor allem ist es bei dieser Ausgabe der Immobilienmesse in München öfter um konkrete Geschäfte gegangen.

VON PATRICK BALDIA

Mit der Expo Real ging diese Woche das zweite herbstliche Großereignis in München über die Bühne. Unmittelbar nach dem Oktoberfest strömten an drei Tagen nicht weniger als 36.900 Menschen auf die größte Immobilienmesse Deutschlands. Das bedeutet einen leichten Anstieg von 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Laut Messe München ist dieser Zuwachs vor allem auf den verstärkten Andrang aus dem Ausland zurückzuführen, was letztlich auch die Bedeutung der Expo Real als Plattform für internationale Investoren unterstreicht. Wie in den Vorjahren stand für Aussteller und Besucher der Networking-Aspekt im Vordergrund, ebenso wie der brancheninterne Austausch. Auch so manches Geschäft wurde in die Wege geleitet.

Boomerender Investmentmarkt

„Die Stimmung war gut auf der Expo Real, es wurde viel über konkrete Geschäfte gesprochen“, meint CA-Immo-Vorstand Florian Nowotny. Dies deutet letztlich auf ein anhaltend positives Umfeld für die Immobilienwirtschaft hin. Vor allem der deutsche Markt befindet sich derzeit „sicher nicht in einem zyklischen Tief“, so Nowotny. Die angesichts des boomenden Investmentmarkts von einigen Experten bei der Expo Real angesprochene Blasengefahr will er nicht ausmachen. Dagegen würden sowohl die Fundamentaldaten als auch die Tatsache sprechen, dass der deutsche Markt von einem sehr geringen Niveau gekommen sei. „Die Zykushochphase kann durchaus noch eine Weile anhalten.“

Das Investoreninteresse beschränkt sich derzeit jedenfalls nicht nur auf Wohn- und Büroimmobilien. Auch andere Segmente stehen hoch im Kurs, was die starke Präsenz von Unternehmen aus den Bereichen Hotel, Retail, Logistik und Gesundheitsimmobilien bei der Expo Real vor Augen führt. Von einer starken Investorennachfrage nach Hotelimmobilien berichtet auch UBM-CEO Karl Bier. Vor allem internationale Fonds würden – angesichts der höheren und sichereren Erträge – verstärkt das Produkt Hotel für sich entdecken. Schließlich sei es auch in Krisenzeiten möglich, über vorübergehende Preisaktionen eine entsprechende Grundauslastung sicherzustellen. Für die UBM, die bis dato 7000 Hotelzimmer sämtlicher Preiskategorien entwickelt hat, bleibe das Segment ein „ganz wichtiges Thema“. „Wir haben einige Projekte in der Pipeline und werden in den kommenden Jahren viel umsetzen“, so Bier. Dazu gehöre etwa ein Hotel in Paris ebenso wie der Ausbau des Hotels Angelo Leuchtenberg – mit einer Jahresauslastung von 80 Prozent eines der erfolgreichsten Objekte im UBM-Portfolio – von derzeit 133 auf 277 Zimmer.

Die CA Immo nutzt die Expo Real nicht nur, um Geschäfte anzubahnen und etwa bei Bankpartnern zwecks Finanzierungsmöglichkeiten vorzufühlen, sondern präsentierte auch den neuen Großaktionär O1 Group. Wie „Die Presse“ berichtete, wird das Unternehmen mit Sitz in Zypern den 16-Prozent-Anteil der UniCredit Bank Austria an der CA Immo übernehmen und über ein freiwilliges Übernahmeangebot auf 26 Prozent aufstocken.

„Wir kennen die O1 Group schon einige Zeit und sind davon überzeugt, dass das Unternehmen der ideale Partner ist, um die nächste Phase unserer Strategie einzuleiten“, so Nowotny. Konkret sollen über Entwicklungsprojekte künftige Mieteinnahmen sichergestellt werden. „Wir sehen vor allem den Bestand an Entwicklungsflächen als Quelle künftigen Wachstums.“

Demografie und neue Märkte

Aber auch andere heimische Entwickler haben ambitionierte Ziele in Deutschland. Dazu gehören unter anderem S Immo und Eyemaxx Real Estate. „Wir wollen uns auf die Segmente Wohnen und Pflege konzentrieren“, so Eyemaxx-Geschäftsführer Christian Polak. Im Wohnbereich lege man das Hauptaugenmerk auf die großen Ballungsräume, während Pflegeheime eher in den jeweiligen Speckgürteln entwickelt werden sollen. Vor allem im Pflegesegment sieht Polak viel Potenzial. „Jeder spricht nur von der Wohnungsnachfrage in den großen deutschen Städten, dabei wird auf den – auf die demografische Entwicklung zurückzuführenden – enormen Bedarf an Pflegeheimen für ältere Menschen vergessen.“

Andere heimische Branchenplayer nutzten die Immobilienmesse als Plattform, um sich auf dem deutschen Markt zu präsentieren. „Wir wollen in München nicht Immobilienprojekte bewerben, sondern vielmehr unsere Investmentprodukte vorstellen“, erklärt Martin Müller, geschäftsführender Gesellschafter von JP Immobilien. Schließlich sei der deutsche Markt viel größer und kapitalkräftiger.

Alexander Scheuch, Geschäftsführer von Rustler Immobilienreuehand, ist wiederum zur Expo Real gekommen, um das Maklergeschäft stärker zu positionieren. Für die meisten Besucher stand jedenfalls das Networking im Vordergrund. „Hier kann ich alle wichtigen Geschäftspartner antreffen und mir dadurch hunderte Einzeltermine ersparen“, meint Christian Wagner, geschäftsführender Gesellschafter Christian Wagner & Partner. In die gleiche Kerbe schlägt auch Wolfgang Wahlmüller, Vorstand des Österreichischen Siedlungswerks, der von einem „noch stärkeren Andrang als im Vorjahr“ spricht.

Insgesamt zeigte die österreichische Immobilienbranche jedenfalls starke Präsenz auf der diesjährigen Expo Real. Neben Deutschland zählte Österreich – nach Großbritannien und den Niederlanden – heuer zur Spitze der Besucherländer. Auch im Ausstellerranking gehörte die Alpenrepublik zu den führenden Nationen. Unter den insgesamt 1655 Ausstellern befanden sich mehr als 70 österreichische Unternehmen. Davon präsentierten sich rund 60 auf den beiden Gemeinschaftsständen „Austria“ und „Wien - Europa Mitte“. Bei Letzterem baten am Ende des ersten Ausstellungstags die Stadt Wien, ÖBB-Immobilien, Wisag und Willhaben.at zur Party unter dem Motto „Wien swingt smart“. Bei österreichischen Weinen und diversen Schmankerln tauschten sich zahlreiche Branchenplayer in entspannter Atmosphäre aus.



Viele Besucher kehren von der heurigen Expo Real zufrieden heim.

[Expo Real]