

Im Blickfeld

Deka Immobilien verstärkt das Managen

Wer sich in zunehmend enger werdenden Märkten bewegt, hat nur wenige Möglichkeiten, um künftige Erfolge zu sichern. Zum einen kann über eine Erweiterung der Aktivitäten, sprich die Erschließung neuer Märkte nachgedacht werden. Auch Bemühungen zur Neukundengewinnung in den bestehenden Märkten sind denkbar, aber natürlich nicht einfach. Und schließlich kann man die Wertschöpfungskette verlängern, indem in den bekannten Märkten den bekannten Kunden neue Dienstleistungen und Services angeboten werden. Die Deka-Bank hat sich offensichtlich für letzteres entschieden. Denn an der Grundausrichtung eines der großen Immobilieninvestoren in Deutschland hat sich nichts geändert. Der Fokus bleibe bei Core und auch die Segmente Büro, Einzelhandel, Logistik und Hotel werden nicht verändert oder erweitert. Aber – natürlich dem knappen Angebot an bezahlbaren und renditestarken Coreobjekten geschuldet – die Sparkassen-Tochter weitet das Managen von potenziellen Core-Immobilien aus, also Objekten, bei denen mit einem überschaubaren Entwicklungs- und/oder Bauaufwand der Core-Status erreicht werden kann, bei denen es einen gewissen Leerstand gibt oder bei denen juristische Fragen anhängig sind. Manage to Core also.

Allerdings ist der Rahmen für diese Aktivitäten eng gesetzt. Die Stadt muss Core sein und auch an der Drittverwendungsfähigkeit der Immobilie werden keiner-lei Abstriche gemacht. Und von den bekannten vorfinanzierten Developments lässt die Deka ebenfalls die Finger. Dennoch sehen die Verantwortlichen dies als gute Möglichkeiten, den immer anspruchsvoller werdenden Anforderungen in der Immobilienfinanzierung begegnen zu können. Denn es gilt schließlich was zu verteidigen. In Europa gehört die Deka zu den zehn und weltweit zu den fünfzehn größten Immobilien-Asset-Managern. Derzeit verwaltet die Gruppe 463 Immobilien in 25 Ländern. Ziel ist es, diese Position 2015 ff. auszubauen.

2014 war für das Geschäftsfeld Immobilien der Deka-Bank laut Vorstand Matthias Danne ein „sehr ordentliches Jahr“, ein Fazit, dass es nicht so leicht aus dem Munde Dannes gibt. Die Nettomittelzu-

flüsse lagen mit rund 1,2 Milliarden Euro ein Stück unter dem Vorjahreswert von 1,5 Milliarden Euro, was einem eher verhaltenen ersten Halbjahr geschuldet war. Die Einführung des KAGB Mitte 2013 sorgte für ein sehr lebhaftes erstes Halbjahr 2013, sodass die Kontingente bereits Mitte des Jahres voll waren und in der zweiten Jahreshälfte keine Mittel mehr eingenommen werden konnten. Das wirkte Anfang 2014 noch nach. Erst im Laufe des Jahres konnten die Sparkassen, Hauptvertriebskanal der Deka, wieder verstärkt zum Verkauf der Fonds motiviert werden. Rund 800 Millionen Euro des Neugeschäfts flossen in die Retailfonds der Deka, den Deka-Immobilien-Europa, Deka-Immobilien-Global und Westinvest Interselect. Den Rest steuerten die institutionellen Fonds bei. Insgesamt stiegen die Total Assets im sechsten Jahr infolge um mehr als eine Milliarde Euro auf über 27,5 Milliarden Euro. Das verwaltete Immobilienvermögen liegt bei 26,8 Milliarden Euro.

Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 60 Objekte im Volumen von 3,4 Milliarden Euro ge- oder verkauft. Das gute Marktumfeld wird dabei von der Deka verstärkt zu Verkäufen genutzt, um Gewinne zu realisieren. Während die Ankäufe leicht von 2,2 auf 2,1 Milliarden zurückgingen, legte das Volumen der Veräußerungen sprunghaft von 600 Millionen Euro auf 1,2 Milliarden Euro zu. Mit Norwegen und Neuseeland wurden zudem zwei neue Regionen erschlossen. Auch 2015 werde man sehr aktiv am Investmentmarkt bleiben, so Danne. Damit bleibt man der Linie der vergangenen Jahre treu: Seit Ausbruch der Lehman-Krise im Jahr 2008 wurden rund 300 Objekte mit einem Volumen von 17,5 Milliarden Euro gekauft oder veräußert.

Weitere Kennzahlen zu 2014: Insgesamt wurden Mietverträge in Höhe von 219 Millionen Euro abgeschlossen, 11 Millionen mehr als im Vorjahr. Im Kreditfondsgeschäft wurden acht Kredite für rund 183 Millionen Euro erworben. Damit erhöhte sich die Zahl der erworbenen Kredite seit Bestehen des Fonds auf 38. Das Fondsvolumen beträgt zum Ende des vergangenen Jahres rund 470 Millionen Euro. Und im Segment Immobilienfinanzierung wurden mit 2,6 Milliarden Euro rund 800 Millionen Euro mehr Kredite vergeben als noch 2013. Allein 500 Millionen Euro betrug das Prolon-

gationsvolumen. Das hohe Ausplatzierungsvolumen bei Sparkassen von 700 Millionen Euro deute laut Danne auf einen hohen Anlagedruck der regionalen Sparkassen hin.

Für 2015 erwartet der Deka-Vorstand, dass das Immobilieninvestmentgeschäft insgesamt risikoreicher und weniger profitabel werde. Durch die Befeuerung der Märkte durch die EZB blieben die Preise vor allem im Core-Segment hoch, dadurch bestehe die Gefahr, dass der Gap zwischen Mietniveau und Preisniveau weiter auseinanderlaufe. Eine Blase sei aber nicht zu befürchten. P.O.

Regulierung gefährdet langfristige Finanzierungen

Dass die Regulierung die langfristige Finanzierung gefährdet, ist schon lange keine Geheimnis mehr. Nun wird das vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) quasi amtlich bestätigt. Im Auftrag des Verbandes deutscher Pfandbriefbanken (vdp) untersuchten Prof. Hüther und seine Mitautoren die möglichen Auswirkungen und kommen zu den erwarteten Ergebnissen: Die beiden Hauptregulierungswerke Basel III und Solvency II setzen Anreize, eher kürzere Laufzeiten anzubieten. Damit sinkt zwar das Risiko von Zinsänderungen für Banken, es wird dafür aber auf Haushalte und Unternehmen verlagert, die dieses Risiko deutlich schlechter auffangen können. Die wesentliche volkswirtschaftliche Funktion der Banken, die Fristentransformation, wird mit den neuen Regeln deutlich schwieriger. Durch Basel III soll die Kapitalgrundlage der Banken sicherer werden. Langfristig besteht aus Sicht des IW die Gefahr, dass Kredite insgesamt teurer werden, da die Eigenkapital- über den Fremdkapitalkosten liegen. Ein unmittelbarer negativer Effekt auf den Anteil der langfristigen Finanzierungen ist jedoch nicht erkennbar.

Die neuen Vorschriften beinhalten auch eine risikounabhängige Verschuldungskennziffer, die Leverage Ratio. Für diese wird das Kernkapital in das Verhältnis zur gesamten Bilanzsumme gesetzt und soll mindestens drei Prozent betragen. Gerade klassische Langfristfinanzierer geraten aufgrund der Leverage Ratio unter Anpassungsdruck. Da die langfris-

tige Immobilien- und Staatsfinanzierung ein besonders sicheres, aber auch margenarmes Geschäft ist, haben diese Institute häufig geringe Eigenkapitalquoten. Schon seit einiger Zeit fahren Realkreditinstitute ihre Kommunalfinanzierungen und andere margenarme Geschäfte zurück, um sich für die Leverage Ratio zu wappnen. Eine einheitliche und risikounabhängige Eigenkapitalquote steht aus Sicht des IW in Konflikt mit der Langfristfinanzierung. Die Politik und die Regulatoren haben die Problematik der vereinheitlichten Kennziffer erkannt und auf die Möglichkeit der Differenzierung nach Geschäftsmodellen hingewiesen. Ein denkbarer Kompromiss wäre, die Leverage Ratio als Beobachtungskennzahl zu nutzen, die seitens der Banken zwar der Aufsicht gemeldet werden müssen. Sie muss aber nicht verbindlich einen festen Wert erreichen.

Neben der Leverage Ratio könnten auch die neuen Liquiditätsstandards (Liquidity Coverage Ratio/LCR und Net Stable Funding Ratio/NSFR) die Zukunft der Langfristfinanzierung verändern. Auf der Aktivseite setzt die NSFR beispielsweise Anreize, die Kreditlaufzeiten zu verkürzen, da nach bisherigen Vorstellungen der Refinanzierungsbedarf bei kurzfristigen Krediten niedriger ist als bei langfristigen. Eine praktikable Reformmöglichkeit wäre, den Schwellenwert auf 95 (statt 100) Prozent zu setzen.

Die Analysten des IW sind der Meinung, dass den Banken, die ihre langfristigen Finanzierungen zurückfahren oder verteuern dürften, andere Finanzintermediäre als Wettbewerber entgegenzutreten werden. Dazu zählen beispielsweise Versicherungen, Pensionsfonds und Kreditfonds. Diese werden teilweise von der Regulierung bevorzugt. Fraglich ist jedoch, ob sich die alternativen Finanzintermediäre auch in der Langfristfinanzierung engagieren werden. Aus Sicht des IW ist ein einheitlicher Wettbewerbsrahmen dringend erforderlich, da sonst einzelne Intermediäre regulatorisch bevorzugt werden und es zu Verzerrungen im Markt kommen kann. In der Konsequenz kumulieren sich im Schattenbankensektor – zunächst unbeobachtet – Risiken, die zu neuen Krisen führen können. Es sprechen aus Sicht des IW mehrere Gründe dafür, die Vergabe langfristiger Bankkredite regulatorisch nicht noch weiter zu belasten.

Aussichtsreiche On-Off-Beziehungen

Wer innovativ ist, gewinnt. Das ist nicht neu. Das galt einst schon für Amazon & Co., als sie sich im Internet breit machten. Geschimpft wurde erst, als die Internetriesen den stationären Einzelhandel niederwalzten. Jetzt setzt der Online-Handel alles auf Wiedergutmachung und ist fortan auf dem Weg, der beste Freund – vielmehr: Retter – des stationären Handels zu werden. Wiederbelebung ist die Devise, und so haucht der Online-Handel nun mit neuartigen stationären Modellen den Städten frisches Leben ein.

Es gilt, zwei Shoppingwelten zu kombinieren, um ein innovatives Neues zu kreieren. Für den Flächenbedarf im Einzelhandel bedeutet das, dass die Zeichen auf Wachstum stehen, prophezeit Dirk Hünerbein, Head of Retail bei Drees & Sommer, der zudem eine gewisse Sättigung der Verbraucher in puncto Online-Handel sieht. In zwei Jahren wird, so Hünerbein, der Einkauf vor Ort den Online-Handel wieder überholt haben.

Bestätigt wird er durch das Kölner Institut für Handelsforschung (IFH), das erwartet, dass Online-Händler in den nächsten fünf Jahren in Deutschland rund 2 500 Ladengeschäfte eröffnen werden. Laut Hünerbein ruft das auch Investoren und Fondshalter auf den Plan. Anstelle des reinen An- und Verkaufs von Immobilien steht nun die Initiation von Umstrukturierungs- und Sanierungsmaßnahmen, wurde doch der Großteil der Einzelhandelsflächen in den letzten Jahren stark vernachlässigt.

Konkret heißt das zunächst: Trend ist der stationäre Shop als Beratungsstelle. „Im Geschäft beraten lassen, online kaufen“ – was früher der Killer des stationären Handels war, stellt dieser dem Ganzen derweil selbst als Motto voran, denn parallel zu der Herz-Rhythmus-Massage durch die Online-Welt hängt sich der lokale Händler ins Netz.

Er versteht es mittlerweile, das einst verhasste „Showrooming“ für sich zu nutzen. Quasi als eine Zusatzleistung, um die Attraktivität seines Angebots zu erhöhen und um die Verbindung der Verkaufskanäle offen zu demonstrieren. Das Ganze nennt sich Ropo-

Effekt: Research offline, Purchase online, wobei on- und offline beliebig austauschbar sind, denn dieses Phänomen gibt es durchaus auch andersherum: Der Kunde informiert sich im Internet über ein Produkt, vergleicht Preise, liest Kundenrezensionen – dann kauft er offline. In der Theorie klingt das gut. Inwiefern das für den kleinen unabhängigen Einzelhändler praktisch tatsächlich umsetzbar ist, mit anderen Worten, ob der Ropo-Effekt eine Mindestgröße voraussetzt, steht in den Sternen – und damit auch, ob die Wiederbelebungsmaßnahmen nicht nur einer ausgewählten Elite zugutekommen.

Jedenfalls scheint der Schlüssel für das Tor der Einzelhandelszukunft irgendwie in der Verbindung von Online- und Offline-Handel zu liegen. Die Perspektive der Verbraucher wurde dahingehend verändert, dass er nicht mehr gezielt zwischen den Kanälen differenziert, sondern je nach aktuellen Gegebenheiten und persönlichen Launen verschiedene Zugangswege zu seinem Händler nutzt und auf verschiedenen Wegen mit ihm verbunden (hyper-connected) ist. Der Kunde möchte mittlerweile dort abgeholt werden, wo er gerade ist, ob City oder Couch; über den PC, das Tablet, per Smartphone ohnehin überall.

Bedeutende Stichworte der Synergieeffekte zweier so unterschiedlicher Welten sind der nicht zu unterschätzende Soforteffekt, die Rückgabe- und Umtauschpolitik, die Überprüfung von Verfügbarkeiten vor Ort sowie die ebenfalls nicht zu unterschätzende Bequemlichkeit des Endkunden. Die On-Off-Beziehung als Möglichkeit, Vorteile zu bündeln und individuell auf jeden Kunden abzustimmen, um für ihn ein ganz neues Verkaufserlebnis zu schaffen und es an seinen Lebensstil anzupassen.

Und ihn dabei auch noch mit einem guten Gewissen auszustatten – mag es aus Sicht des reinen Online-Handels doch sicher auch eine Rolle spielen, dass die sich mit seinem Wachstum potenzierenden Probleme außer Kontrolle geraten. Retouren- und daraus resultierende erhebliche Umweltproblematiken haben einen festen Platz in den Köpfen der Agitatoren reserviert, dem wachsenden ökologischen Bewusstsein sei Dank.