

Assetklassen im Zeichen des E-Commerce

Gewinner und Verlierer. Beim 29. Real Cirlce auf Einladung von ERSTE BANK, ERSTE Immobilien KAG, IMMOunited, PwC und ImmoFokus standen zwei Assetklassen im Fokus, die von veränderten Konsumgewohnheiten betroffen sind: Retail und Logistik.

Autoren: Patrick Baldia, Gerhard Fritz, Lisa Grüner, Amelie Miller und Rudolf Oezelt

owohl Retail als auch Logistik hat vorallem der zunehmende E-Commerce bereits vor Corona seinen Stempel aufgedrückt. Mit dem Ausbruch der Pandemie wurde diese Entwicklung nochmals verschärft - wenngleich mit unterschiedlichen Folgen: Während Logistik zum absoluten Investorenliebkind wurde, mit zum Teil seltsamen Auswüchsen - wie etwa der Annäherung der Renditen an jene im Wohnbereich - wurde Retail, zumindest vorübergehend, von der Normal- auf die Intensivstation verlegt.

Wie geht es mit beiden Assetklassen weiter? Was bedeuten Herausforderungen wie Zinswende und Energiekrise? Wird einerseits der Logistik-Boom anhalten? Werden andererseits künftig wieder "kleinere Brötchen gebacken"? Wie soll der aktuell starken Flächennachfrage entsprochen werden? Logistik und ESG - geht das überhaupt? Andererseits: Kann der Geschäftsflächenrückgang im stationären Einzelhandel überhaupt aufgehalten werden? Stichwort Omni-Chanelling - welche Strategien



"Wir beobachten einen merkbaren Rückgang bei den Transaktionen."

> Andreas Millonia. **IMMOunited**

versprechen Abhilfe? Bleibt das Fachmarktzentrum der Fels in der Retail-Brandung? Erlebt Highstreet eine Renaissance? Kann Gastro & Entertainment das Shopping-Center langfristig retten? Diese und andere Fragen wurden im Winter Garten des Erste Campus von ausgewählten Immobilienprofis diskutiert.

Investmentmarkt: Kaum Deals

"Wir beobachten einen merkbaren Rückgang bei den Transaktionen", berichtet IMMOunited-COO Andreas Millonig über die Lage am Investmentmarkt. Dabei sei das Interesse

gegeben, vor allem an Logistikimmobilien, so der Grundtenor unter den Experten der Gruppe "Investment". "Die Assetklasse bleibt der Liebling der Investoren", bringt es Michael Wagenhofer, Leiter Capital Markets bei Arnold Immobilien, auf den Punkt. Nachsatz: "Allerdings haben sich die Preise und Renditen mittlerweile geändert."

Für Wolfgang Fessl, Geschäftsführer und Partner bei Reinberg & Partner Immobilienberatung, ist die aktuelle Schockstarre am Retail-Investmentmarkt nicht rational erklärbar. "Dabei ist die





"Investoren stellen aktuell noch genauere Prognose- und Planungsrechnungen an."

> Harald Galla LeitnerLeitner

Assetklasse mit wesentlich geringeren Risiken verbunden als Logistik." Daher sei es auch an der Zeit, dass die Logistik-Renditen konsolidieren - und zwar in Richtung eines langfristig realistischen Niveaus von mindestens fünf Prozent. "Ändern sich die Preise, so wird wieder etwas Schwung in den Investmentmarkt kommen", so Fessl. Das könnte in den kommenden sechs bis zwölf Monaten der Fall sein.

Wann der Investmentmarkt wieder in Fahrt kommt, ist für Markus Mendel, Geschäftsführer EHL Investment Consulting GmbH, in erster Linie von der Finanzierungssituation der Marktteilnehmer abhängig. "Wer Eigenkapital-stark aufgestellt ist, eine solide Finanzstruktur aufweist und mit Fixzinssätzen gearbeitet hat, kann etwas länger mit der aktuellen. sehr volatilen Situation leben", meint er. Wer sich hingegen unter anderem mit variablem Kapital oder Mezzanine-Strukturen finanziert habe, werde eher früher als später gezwungen sein, den Exit zu suchen.

Projekte werden kritischer beleuchtet

Harald Galla, Steuerexperte und Partner bei LeitnerLeitner, beobachtet bei Investoren vor allem bei Immobilienfonds noch genauere

Prognose- und Planungsrechnungen. Dahinter stehe die Tatsache, dass mit dem Zinsanstieg Staatsanleihen wieder zur Alternative geworden wären. Dass Projekte viel kritischer unter



"Wann wieder in Retail oder Logistik investiert wird, hängt von der Finanzierungsituation der Produkteigentümer ab."

Markus Mendel, **EHL Investment Consulting**



"Auch wegen den Wiederaufbaukosten in der Ukraine können die Zinsen nicht langfristig hoch bleiben."

Anton Bondi de Antoni, Bondi Immobilien Consulting





die Lupe genommen werden, bestätigt auch Anton Bondi de Antoni, Geschäftsführer Bondi Immobilien Consulting. "Das ist auch eine positive Entwicklung, da das den Markt wieder stabiler macht", sagt er.

Die verhaltene Investitionstätigkeit liege aber auch am überschaubaren Angebot, so die Investment-Experten. Vor allem die hohen Baupreise hätten zuletzt die Neubautätigkeit im Logistik-Bereich verlangsamt, so Wagenhofer. Der Retailmarkt sei hingegen schon seit längerem gesättigt, so Fessl. "Da geht es eher um Konsolidierung." Jedenfalls gelte auch dort: Mit höheren Renditen würde sich die Ausgangslage schnell ändern.

Für Fessl rächt es sich jetzt, dass die Marktteilnehmer in der langen Phase mit niedrigen Zinsen "extrem risikoaffin" geworden wären. Stichwort Zinsen: Millonig ist überzeugt, dass sich die Marktteilnehmer mit der Zeit auf die höheren Zinsen einstellen werden. "Man darf nicht vergessen, dass fast zwei Kaufkraft-Generationen praktisch ohne Zinsen aufgewachsen sind", so der IMMOunited-Experte.



"Ändern sich die Preise, wird wieder Schwung in den Investmentmarkt kommen."

> Wolfgang Fessl, Reinberg & Partner

Bondi glaubt jedenfalls nicht an ein langfristig hohes Zinsniveau und verweist auf die hunderten Milliarden Euro, die der Wiederaufbau der Ukraine nach dem Krieg kosten werde. Das sei wohl nur über billiges Geld und – darüber hinaus – Exportgarantien möglich.

Big Box im Investorenfokus

Was suchen Investoren? Ganz oben auf der Liste steht nach einhelliger Meinung nach wie vor die klassische Big-Box-Logistikimmobilie. Und das mit gutem Grund, wie Wagenhofer erklärt: "Aufgrund der langfristig sicheren Mieteinnahmen sind diese Objekte mit Anleihen zu vergleichen".

Als künftigen Trend macht Fessl große, mehrgeschossige Verteilerzentren im innerstädtischen Bereich aus. Die Voraussetzung dafür: dass sich die Logistikmieten an das Niveau dieser Lagen anpassen. Noch liegt der Fokus auf dem Stadtrand beziehungsweise dem Umland der Ballungszentren, so Galla. Einig sind sich die Investment-Experten jedenfalls in einer



"Logistik bleibt der Liebling der Investoren, die Preise und Renditen haben sich aber geändert."

> Michael Wagenhofer, Arnold Immobilien

Hinsicht: ESG ist längst auch bei Logistikinvestoren angekommen. "Obwohl das in der Logistik schwieriger darzustellen ist als in anderen Assetklassen gibt es schon sehr gute Ansätze und Beispiele", hält Mendel fest.

Retail: Multiple Krise

Dass die Ausgangslage für den stationären Einzelhandel schon einmal einfacher war, darüber sind sich die Experten der Gruppe B schnell einig. "Der Einzelhandel ist mit vielen Herausforderungen konfrontiert", bringt es Mario

Schwaiger, Bereichsleiter Einzelhandelsimmobilien bei der EHL Gewerbeimmobilien GmbH, auf den Punkt, um dann weiter auszuholen: "Das beginnt mit der rasanten Inflation, die die Kaufkraft der Konsumenten schwächt, setzt sich fort mit den gestiegenen Energiepreisen, die auf die Rentabilität der Händler drückt, und führt zu Lieferschwierigkeiten. Das heißt, wir haben nach wie vor kein Vollsortiment." Dazu komme noch die grassierende Personalknappheit. "Allerdings", so Schwaiger, "gibt es auch beachtliche Erfolgsgeschichten. Wir begleiten



"Im Einzelhandel gibt es aktuell auch beachtliche Erfolgsgeschichten."

Mario Schwaiger, EHL Gewerbeimmobilien

gerade eine Reihe von Unternehmen - von Diskontern bis zum Luxus-Retailer - bei ihrer Expansion und haben erst im Herbst mehrere große Einzelhandelsflächen erfolgreich verwerten können "

"Der Handel muss sich auf seine Stärken konzentrieren, die ihn in den letzten 70 Jahren stark gemacht haben", sagt Michael Priebsch,

90 | ImmoFokus | 91



"Der Handel muss sich auf seine Stärken konzentrieren, die ihn stark gemacht haben."

Michael Priebsch, Erste Bank



"Der Handel ist smart, er siedelt sich dort an, wo die Konsumenten sind."

Hannes Lindner, Standort+Markt



"Neue Marken drängen verstärkt auf den österreichischen Markt."

Stefan Braune, ÖRAG





Leiter Großvolumiger Wohnbau bei der ERSTE BANK. Auch in seinem Haus sehe man sich als Retailer und habe sich dazu commited, weiterhin Filialen zu betreiben und nicht ausschließlich SB-Zonen. Leon Vakovits, Lead Asset Management Retail Austria & Slovenia bei der IMMOFINANZ, sieht einerseits eine große Chance für den Handel der Energiekrise zu begegnen, indem aktives Energiemanagement, wie etwa die Umrüstung auf LED-Beleuchtung beziehungsweise grüne Energiebeschaffung vorangetrieben wird. "Andererseits erkennen

wir den klaren Trend, dass die Konsumenten nachhaltige Produkte verlangen und weg von "Fast Fashion" wollen", so Vakovits.

Problem: Raumplanung

Für Hannes Lindner, Geschäftsführender Gesellschafter bei Standort + Markt, liegt eines der wesentlichen Probleme des Handels in Österreich in der Raumplanung. Der Handel an sich sei smart, er siedele sich dort an, wo die Konsumenten sind. "Da braucht es uns nicht zu wundern, dass es bei uns an jedem Kreisver-







"Die Konsumenten wollen nachhaltige Produkte und weg von "Fast Fashion"."

> Leon Vakovits, Immofinanz

kehr einen Supermarkt oder ein Fachmarktzentrum gibt", stellt Lindner in den Raum.

"In der Corona-Krise ist auch etwas Positives passiert", sagt Walter Wölfler, Head of Retail CEE & Austria bei CBRE. Der stationäre Handel habe erkannt, dass jedes Unternehmen unbedingt einen Online-Auftritt braucht. Die Herausforderung bestehe jetzt darin, Online und das Angebot im Geschäft vernünftig zu verbinden, also Omni-Channeling zu betreiben. "Denn die meisten Händler sind sehr rasch

draufgekommen, dass ein reiner Online-Kanal nur sehr schwer gewinnbringend zu führen ist, mit Ausnahme vielleicht von Amazon", so Wölfler.

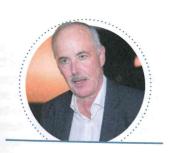
Bei der ÖRAG macht man den verstärkten Trend aus, dass neue Marken auf den österreichischen Markt drängen. "Und zwar nicht nur Fashion und Sports, sondern vor allem auch Möbel und Heimtextilien, denn besonders seit der Pandemie gestalten viele Konsumenten ihr Heim neu, um sich neuen Bedingungen wie etwa Homeoffice anzupassen", erklärt Stefan Braune, Leitung Retail bei der ÖRAG. Ein weiterer Trend: Einzelhändler fragen verstärkt Showrooms nach. "Ausprobiert wird im Geschäft, gekauft wird im Internet", so Braune. Darum nimmt die Bedeutung von Markenbindung und Beratung im Geschäft zu", so Braune.

Begegnungszonen

"Das Shopping-Center und die Highstreet werden sich wieder zu Zonen der Begegnung entwickeln", so Lindner. Dabei werde die Gastronomie ein ganz wichtiger Treiber sein. Man dürfe nicht vergessen, dass das Shopping-Center in den USA 1956 von einem Österreicher namens Victor Gruen erfunden worden sei, um in der amerikanischen Vorstadt eine Zone der Begegnung zu schaffen. "Und jetzt geht es darum, den Menschen einen guten Grund zu geben, in die Stadt zu fahren beziehungsweise ins Shopping-Center zu kommen - sei der Grund ein Ärztezentrum, eine Massage, Fitness oder Entertainment oder eben auch die Gastronomie", sagt Lindner.

92 | ImmoFokus | 93 | Ausgabe 06|2022 | 93





"Der Einzelhandel muss Online und das Angebot im Geschäft vernünftig verbinden."

Walter Wölfler, CBRE

Bei Standort + Markt ist man der Frage auf den Grund gegangen, ob, wie seit Jahren in den Medien behauptet wird, Gastronomie das neue Retail sei. So habe man den Anteil der Gastronomie an der Gesamtfläche von Einkaufszentren erhoben. "Dass die Gastronomie sowohl 2010 als auch 2020 einen Anteil von sieben Prozent hatte, hat uns verwundert", gibt

Lindner zu. Für ihn ist ein dramatischer Strukturwandel jedenfalls nicht von der Hand zu weisen: "Vor allem, wenn man bedenkt, dass wir 1960 in Österreich noch 23.900 Lebensmittelhändler hatten. Zwischenzeitlich sind es nur mehr rund 5.500 Supermärkte, Verbrauchermärkte und Lebensmitteldiskonter."

Der Onlinehandel als Chance

Der stationäre Einzelhandel muss sich seinen größten Feind zum Freund machen. "In Zukunft wird es entscheidend sein, Konsumenten den Kernnutzen des stationären Einzelhandels begreifbar und erlebbar zu machen", ist Samantha Riepl, Geschäftsführerin RegioPlan und Geschäftsführerin SR Immobilien, überzeugt. "Service und Erlebnis in Kombination mit Onlinehandel" heißt die Devise. "Bei Flagship-Stores funktioniert das bereits sehr gut. Auf der Fläche werden wenige Produkte präsentiert, um die Kunden zu beraten, der Rest wird online abgewickelt." Andreas Kreutzer, Geschäftsführer von Kreutzer Fischer & Partner, kontert: "Ich finde es gefährlich, wenn der stationäre Einzelhandel versucht, den Onlinehandel nachzuäffen." Stattdessen soll der stationäre Einzelhandel seinen eigenen Weg finden, denn er birgt definitiv gewisse Vorteile.



"Kunden freuen sich über die Möglichkeit, Online rund um die Uhr einkaufen zu können und achten auf den Preis."

> Dieter Wasserburger, REWE



"Ich finde es gefährlich, wenn der Einzelhandel versucht, den Onlinehandel nachzuäffen."

Andreas Kreutzer, Kreutzer Fischer & Partner

Auch der Erlebnisfaktor beim Einkaufen ist für Helmut Beer, tätig im Immobilienbereich der TPA Steuerberatung, einem Wandel unterworfen: "Dahingehend könnte es eine Veränderung geben, etwa, dass das Einkaufserlebnis ein Ausflug für die ganze Familie ist, verbunden mit dem Besuch in einem Freizeitpark." "Der Onlinehandel ist sehr branchen- und produktabhängig. Möbel zum Beispiel werden haptisch gekauft", gibt Kreutzer zu bedenken. Für ihn ist klar: Nur auf das Einkaufserlebnis zu setzten, wird leider nicht reichen, stattdessen sollten die Öffnungszeiten und ja, auch die Sonntagsöffnungen von Geschäften diskutiert werden, denn der "Erfolg des Onlinehandels ist





"Der stationäre Handel ist nicht auf der Intensivstation, sondern momentan in Therapie."

Samantha Riepl, RegioPlan Consulting, SR Immobilien



"Der stationäre Einzelhandel wird künftig Onlinehandel zumindest anbieten müssen."

Helmut Beer,



"Eine innerstädtische Logistikfläche allein, wird das Ortszentrum nicht beleben."

> Peter Vcelouch, Cerha Hempel

vor allem auf zwei Dinge zurückzuführen – auf Verfügbarkeit und auf Convenience." Dem gilt es zu begegnen, so Kreutzer. Dieter Wasserburger, Leitung Expansion und Immobilien des Rewe-Konzerns in Österreich stellt fest:"Die Konsumgewohnheiten haben sich geändert – Kunden freuen sich über die Möglichkeit, im Internet rund um die Uhr einkaufen zu können und achten auf den Preis. Hier kann der stationäre Handel mit dem E-Commerce nur sehr schwer mithalten."

Die "Big Five" gegen das Ortskernsterben Frequenz, Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit, Infrastruktur vor Ort und nutzbare Geschäftslokale: Das sind die großen fünf für Wasserburger, damit die Belebung eines Ortskerns gelingen kann. Dafür eignet sich aber nicht jede Stadt: "Viele Städte und Gemeinden stehen vor der Herausforderung für Konsumenten sowie den Handel attraktiv zu bleiben. Viele Faktoren müssen hier gegeben sein – von geeigneten Geschäftsflächen über gute Erreichbarkeit vom Umland aus bis hin zu kostenlosen Parkmöglichkeiten. Auch ein schöner Ortskern kann sich positiv auf die Qualität des Standortes und die Kundenfrequenz auswirken", ist er überzeugt. "Der Wunsch nach Verkehrsberuhigung ist ebenso verständlich wie jener nach einem florierenden Handel im Innenstadtbe-

reich. Doch der Spagat ist so gut wie nicht zu schaffen, denn in vielen Gemeinden erfolgt der Einkauf letztlich mit dem Auto. Wenn am Hauptplatz oder in unmittelbarer Nähe nur unzureichend Parkmöglichkeiten vorhanden sind, weichen die Kunden auf die Einkaufszentren aus." Oft scheitert der Wunsch, den Ortskern wieder zu beleben, an der Bereitschaft, eine Entscheidung zu treffen, berichtet Riepl. "Irgendwann muss man vielleicht auch unpopuläre Entscheidungen treffen und dazu stehen, unabhängig von der Amtsperiode." Nicht zuletzt hinkt auch der Gesetzgeber hinterher: "Wenn es um die Belebung von Ortskernen geht, betrifft das meist den Altbau und

94 | ImmoFokus | 95



somit das Mietrechtsgesetz – auch bei den Geschäftsflächen. Gerade diese Situation macht es für den Vermieter schwierig: "Selbst, wenn der Vertrag befristet ist, besteht die Sorge, den Mieter am Ende auf eine bestimmte Zeit nicht loszuwerden", beleuchtet Peter Vcelouch, Leitung Real Estate und Construction Cerha Hempel, die juristische Perspektive. Weiters kann das Mietrechtsgesetz auch eine Rolle bei umsatzabhängigen Bestandsentgelten spielen, Stichwort "Click und Collect" – wie lässt sich das in den Umsatz sinnvoll anrechnen?

Aber könnte man nicht alternativ die Flächen temporär vermieten und diese Schwierigkeiten so umgehen? Die Zwischenlösung eines Popup-Stores sieht Riepl durchaus kritisch. "Im Grunde sind Pop-Up-Stores keine Notlösung für Erdgeschosszonen-Bespielung in schwachen Lagen, können aber in präsenten Lagen für kurzfristige Belebung sorgen." Viel zielführender sei es, den sogenannten USP einer Stadt zu finden und diesen hervorzuheben. Gmunden ist hier ein Paradebespiel. Denn wer an Gmunden denkt, denkt an Gmundener Keramik – doch diese vor Ort zu kaufen scheint schier unmöglich. Eine bisher verpasste Chance.

Früheres Stiefkind Logistik

"Die Corona-Krise und der Krieg in der Ukraine haben uns gezeigt, wie brüchig Lieferketten



"Corona-Krise und Ukrainekrieg haben uns gezeigt, wie brüchig Lieferketten sind."

Wolfgang Scheibenpflug, Flughafen Wien

sind", sagt Wolfgang Scheibenpflug, Geschäftsbereichsleiter Immobilien- und Standortmanagement, Flughafen Wien AG. So ist für ihn auch verständlich, dass man wieder begonnen hat, Lager aufzubauen. "Die Logistik, die früher ein Stiefkind der Immobilienbranche war, nimmt heute eine zentrale Rolle ein." Für ihn sind die nachgefragten Logistikflächen möglichst nahe an den Ballungsräumen, die Flächen sind aber nicht am Markt. Anderer-

seits haben Investoren Logistikimmobilien als attraktive Asset-Klasse entdeckt. Nur in Niederösterreich gibt es zur Zeit de facto einen Widmungsstopp, bis der Rahmenplan Ende 2023 beschlossen werden soll. Die aufgestaute Nachfrage wird daher Auswirkungen auf das Preisgefüge der Infrastruktur haben. Auch Gerald Kerbl, Steuerberater und Partner TPA hat bemerkt, dass in der Pandemie Logistikimmobilien geboomt haben: "Da sind Investoren Schlange gestanden." Es sollte kurzfristig ein Investorfonds nach dem anderen für Logistikimmobilien konzipiert werden, doch die Flächen waren nicht da.

Auf das Thema der Taxonomie angesprochen hält es Paul Edlauer, Project Development Manager bei DLH (Deutsche Logistik Holding), für möglich, dass es bei bisher ungenutzten Flächen beziehungsweise Greenfields wegen der EU-Taxonomie zu Abschlägen in der Bewertung kommen wird. "Es geht daher ganz klar in Richtung Brownfield-Entwicklungen." Um die Erträge zu steigern und erfolgreiche Entwicklungen in Städten zu ermöglichen, wird auch Zweigeschossigkeit an Bedeutung gewinnen. Das gilt auch für die reine Logistiknutzung, denn "auch LKW können in den ersten Stock fahren". Es müsse am Ende des Tages aber irgendjemand bezahlen: "Auch, dass wir raus aus dem Gas





"Es geht ganz klar in Richtung Brownfield-Entwicklungen."

Paul Edlauer, DLH

müssen, ist allen klar, aber zwischen Investoren und Nutzern werden Gespräche um jeden Euro geführt." Für ihn wollen Investoren eine gewisse Laufzeit, gute Mieter und Immobilien, die möglichst drittverwertungsfähig sind. Zu einer hohen Drittverwertungsfähigkeit würden heutzutage eine grüne Bauweise und der ressourcenschonende Einsatz von Energie gehören. "Andererseits drehen sich die Anforderungen des Marktest in der Lo-

gistik so schnell, dass heute als nachhaltig betrachteten Mittel in zwei Jahren schon wieder ganz andere sein können." Es gebe noch keine Blaupause für die richtige Lösung. "Es müssen jedenfalls neue Konzepte entwickelt werden, egal, ob auf der grünen Wiese oder im Bestand"

Peter Fischer, Real Estate Leader PwC weiß: "Was wir bauen, ist nicht das wirkliche Problem. Die Herausforderung ist der CO2-Ausstoß in den Lieferketten." Für ihn werden an der Taxonomie die Immobilien der Zukunft gemessen werden. Das Problem für ihn ist, dass die Immobilienwirtschaft alles lösen und noch so kreativ sein kann, den LKW werde man aber nicht wegbringen. Ein radikaler Ansatz ist, dass Logistikketten sich in Zukunft auch öffentlicher Verkehrsmittel bedienen müssen, um die letzte Meile abzudecken. Er ist überzeugt, dass es in der Logistik Innovation braucht, dann "ist die Diskussion über Brownfield oder Greenfield zweitrangig". Er ist auch überzeugt, dass sich Immobilien, vor allem in der Logistik, an die neuen Vorschriften anpassen müssen. "Der Schlüssel dazu ist nicht das Bauen, sondern die Digitalisierung."

Taxonomie: Hohe Dynamik

Für Gerald Kerbl ist das Thema "Nachhaltigkeit in der Logistik" auch regulatorisch von der EU aufgegriffen beziehungsweise mitbedacht worden. Das Rahmengerüst bilde wie so oft die EU-Taxnomie beziehungsweise delegierte Verordnungen. Was die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten in Lieferketten angeht, sieht Kerbl Deutschland mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (ab 1.1.2023) gut aufgestellt. Er verweist darauf, dass es auch auf EU-Ebene eine Richtlinie geben wird (CSDD-Directive)



"Das Zauberwort der Zukunft lautet Deglobalisierung."

Gerald Kerbl,

96 ImmoFokus 97





"Bauen ist nicht das Problem. Die Herausforderung ist der CO2-Ausstoss in den Lieferketten."

Peter Fischer, PwC Österreich geben wird. "Artikel 8 ist ,the journey", Artikel 9 ist ,the destination", so der TPA-Experte. Klar sei jedenfalls, dass mittel- bis langfristig Artikel-9-Kapitalmarktprodukte dominieren werden.

Peter Fischer ist überzeugt, dass in Zukunft keine Immobilie mehr verkauft werden kann. die nicht dem Artikel 8 entspricht. "Das muss aber politisch begleitet werden, dazu braucht es eine Stabsstelle im Bundeskanzleramt und nicht aufgesplitterte Kompetenzen in verschiedensten Stellen", fügt er hinzu. Es gibt schon Signale, dass große Investoren aus allem herausgehen werden, was nicht dem Artikel 8 oder Artikel 9 entspricht. "ESG ist der Webstuhl des 21. Jahrhunderts, das Ding geht nicht mehr weg". Für ihn muss die Logistikbranche der flexibelste und innovativste Teil der Immobilienwirtschaft der nächsten 30 Jahre sein. "Die Logistik wird in Zukunft wie ein Postbus funktionieren, der am Weg von Freistadt nach Linz 40-mal stehenbleibt und verschiedenste Leute mitnimmt und in Linz aussteigen lässt."

Auch wenn für Gerald Kerbl das Zauberwort der Zukunft "Deglobalisierung", lautet, hält er dennoch fest, dass es weitere Logistikflächen brauchen wird, man müsse sie nur dorthin bauen, wo die Infrastruktur bereits vorhan-den ist - Stichwort: 15-Minuten-Stadt. Kerbl sieht aber auch die Geburtswehen einer neuen Ära und hofft, dass in Zukunft die Ökonomie nicht mehr im Widerspruch zur Ökologie stehen wird. "Wenn man den Bogen aber überspannt, kann es schnell ins Gegenteil umschlagen, da muss man die Bevölkerung mitnehmen". Wolfgang Scheibenpflug hält dem entgegen, dass es weitere Logistikflächen brauchen wird, man müsse sie nur dorthin bauen, wo die Infrastruktur bereits vorhanden ist. Er sieht aber auch die Geburtswehen einer neuen Ära und hofft, dass in Zukunft die Ökonomie nicht mehr im Widerspruch zur Ökologie stehen wird. "Wenn man den Bogen aber überspannt, kann es schnell ins Gegenteil umschlagen, da muss man die Bevölkerung mitnehmen".





"Das Problem bei den Einkaufsstraßen ist, dass sie kein gemeinsames Management haben."

Stefan Goigitzer. Coore

Neue Konzepte gefragt

"Wie kann man Last-Mile-Mikrostandorte in die Stadtentwicklung einbeziehen? Wem gehören sie? Werden sie von großen oder kleinen Logistikfirmen betrieben oder angekauft? Was soll dort alles zugestellt werden, auch Verderbliches wie Lebensmittel?", eröffnet Martin

Weber, Leiter Stabstelle Immobilien bei der ERSTE BANK, die Diskussionsrunde "Urbane Logistik" mit spannenden Fragestellungen. "Lösen kann das Logistikproblem letztendlich nur die Digitalisierung, starke Treiber gibt es bereits. Hier kommen große Veränderungen auf die Immobilienbranche zu. Es dauert et-

was, bis Entwicklungen am Markt ankommen, dennoch wird gerade ein sehr großes Last-Mile-Netz aufgezogen, mit dem Ziel, nicht weiter als 500 Meter zum nächsten Abholpunkt, zum Beispiel von Amazon, zu brauchen. Da wird der Mitbewerb nicht viel dahinterstehen wollen."

Dazu ergänzt Stefan Goigitzer, Managing Partner von Coore, dass er die Entwicklungen wie zum Beispiel bei Flink mit großem Interesse verfolgt: "Die mieten Läden an, um die Last Mile selber von den Shops weg bedienen zu können. Was für mich nicht nachvollziehbar ist, ist warum das über den stationären Lebensmittelhandel nicht funktioniert und warum der stationäre Handel nicht mehr verzahnt mit dem Onlineangebot funktioniert. Das würde das Thema der Last Mile auch abschwächen und nicht zu zusätzlichem Verkehrsaufkom-

Karl Koller, Partner und Rechtsanwalt bei PwC Legal, hakt beim Stichwort Verkehrsaufkom-



men ein. "Es ist in Zeiten des Klimawandels verwerflich, dass das Thema Verkehrsaufkommen nicht immer mitgedacht wird. Einerseits sehen wir die großen Logistikverteilzentren am Stadtrand oder in der Nähe von Flughäfen, andererseits reden wir über urbane Last-Mile-Standorte, mit dem Problem des einhergehenden Verkehrsaufkommens und der exemplarischen Kleinlaster, die im Weg stehen. Doch diese Themen werden die Immobilien-Developer nicht lösen können, da gehört eine Stadtraum-Planung dazu, weil zu viele Elemente ineinander spielen."

Für Marcel Nürnberg, Gründer und Geschäftsführer Squarebytes, liegt die Lösung naturgemäß in der Digitalisierung. "Wir haben tagtäglich mit Digitalisierung und neuen Technologien zu tun, daher wäre für mich die Frage, wie weit Amazon das Kaufverhalten analysiert. Kauft zum Beispiel jemand jedes Monat Windeln, wird er sie auch im nächsten Monat wieder kaufen. Da kann man die Logistik dahingehend bereits optimieren. Für mich stellt sich die große Frage, warum man nicht in jedem Lebensmittelhandel auf die wichtigsten Produkte per Automat zugreifen kann. Logistisch ist ja die Ware dort, mit einem 24/7-Angebot kann man viel einsparen."

Weber sieht diesen Ansatz auch positiv, wie generell eine Belebung von Erdgeschosszonen. "In Straßen wie der Lerchenfelderstraße in Wien, in der viele Geschäfte geschlossen



..Es braucht eine Professionalisierung und Digitalisierung von kleinen Geschäftsflächen."

Martin Weber, Erste Bank

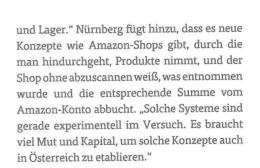


"Das Thema zusätzliches Verkehrsaufkommen muss unbedingt mitgedacht werden."

Karl Koller, PwC Österreich haben, könnte man leerstehende Geschäfte anmieten und wiederbeleben." Goigitzer widerspricht hier: "Eine Logistik oder Last-Mile-Zone bewirkt genau das Gegenteil. Das ist wie eine Bank, die die Einkaufsstraße unterbricht." Er glaubt vielmehr, dass das Problem an den Einkaufsstraßen ist, dass sie kein gemeinsames Management haben. "Könnte man einen Mietermix zusammenstellen, wie in einem Shoppingcenter, würden diese besser funktionieren. Wo ich recht gebe, ist, leerstehende Erdgeschossflächen in Nebenlagen zu nutzen, zum Beispiel für Store-Box-Konzepte. Die Zukunft muss sein, alles zusammenzuführen. Da sollte sich die Retailbranche abstimmen und auch gegenüber dem Onlinegeschäft öffnen." Goigitzer wäre für Ideen zur Einsparung der Last Mile und ein gutes Angebot von 24-Stunden-Abholboxen. "Für eine Verzahnung wäre auch politischer Druck wichtig, um das vorhandene Netz mehr zu nutzen."

Neue Konzepte für die Last Mile

Weber spricht sich für eine Professionalisierung und Digitalisierung von kleinen Geschäftsflächen aus. "Diese leben von ihrem Inhaber, der zwölf bis 14 Stunden drinnensteht. das kann man sicher verbessern. Problematisch sind die Flächen zwischen 400 und 800 Quadratmetern, die sind zu groß für die Kleinen und zu klein für die Großen. Die Supermarktketten wollen Geschäftsflächen über 800 Quadratmeter, am besten quadratisch, mit LKW-Zufahrt



Städtebauliche Auswirkungen

Für Goigitzer ist klar, dass Logistikkonzepte vor allem auf der grünen Wiese leicht umzusetzen sind. "Im urbanen Raum ist es fast unmöglich, ein Gebäude abzureißen. Wie man das städtebaulich vor allem innerhalb des Gürtels umsetzen will, ist für mich ein spannendes Thema."

Nürnberg erwähnt die Option der selbstfahrenden Autos. "Für diese wird nur mehr ein Drittel der Straßen benötigt werden. Da wird es spannend, was mit den restlichen zwei Dritteln passiert, da entsteht viel Platz für kreatives Potenzial. Natürlich reden wir von vielen Jahren in der Zukunft, aber das kann in einem städtebaulichen Konzept schon beachtet werden, weil das auch langsam in der Entwicklung ist." Weber fügt hinzu, dass leerstehende Garagen umgenutzt werden. "Wir sprechen von 50 bis 60 Prozent Leerständen außerhalb des Gürtels. Die Leute haben immer mehr Sachen und weniger Platz in der Wohnung, da sind Self-Storage-Konzepte schon sehr spannend."



"Ideal wäre es, die Logistik in Bezug auf das zukünftige Kundenverhalten zu optimieren."

Marcel Nürnberg, squarebytes

Für Koller ist es essenziell, bei Stadtteilneuentwicklungen auf Logistik und Zulieferung Rücksicht zu nehmen. "Es braucht Abstellflächen für Lieferdienste. Die Zukunft von Retail ist die Onlinebestellung, das sieht man am veränderten Einkaufsverhalten. Mixed Use ist insofern auch wichtig, dass es nicht am Abend finster wird und keiner mehr auf der Straße ist. Bei kleinteiligen Lösungen müssen viele Akteure zusammenspielen, um zu einer guten Lösung zu kommen, die vernünftig für die Gesellschaft als solches oder die Bewohner eines Viertel ist." Dafür bringt Weber ein paar Beispiele: In Neubaugebieten, in denen viel Lieferverkehr ist, wie in Aspern und im Nord-

bahnviertel, ist eine gemischte Erdgeschosszone wichtig. "Diese werden zentral vom Bauträger angemietet und dann weitervermietet, daher hat man einen Mix vom Buchhändler bis zum Supermarkt, die sich nicht gegenseitig konkurrenzieren. Beim Lieferverkehr muss man zukünftig anders denken als derzeit gedacht wird. Es geht da nicht um den Kleinlaster, der eine Stunde vor dem Lokal steht und entlädt." Der ERSTE BANK Experte bringt das Beispiel der Abtragung eines Schleppgleises in Aspern, das bis zum Opelwerk reichte. "Es war keine gute Idee, eine bestehende Infrastruktur zu vernichten, mit der man tonnenschwere Lasten hätte transportieren können. Da muss man zukünftig anders denken. Es gibt ja auch Überlegungen, dass man über Straßenbahnschienen die letzte Meile macht. Den Individualverkehr darf man auch nicht ganz weglassen, eine ganz autofreie Stadt wird nicht funktionieren, auch wenn das jetzige System reduziert



