

Jahresbericht 2020

Kompetenz ist unsere Stärke: Expertise aus Erfahrung

Der Immobilienmarkt erweist sich auch in der Corona-Pandemie als Stabilitätsanker. Der Wettbewerb um qualitativ hochwertiges Geschäft in den bevorzugten Assetklassen hat sogar noch etwas zugenommen.

Nicht abzuschätzen sind Dauer und Folgen der beiden Lock-downs des Jahres auf den Immobilienmarkt, der immer nachgelagert auf wirtschaftliche Entwicklungen reagiert. Der Start der Impfkampagne gibt Hoffnung – ist aber zeitlich noch nicht abschätzbar. Das Erreichen der Herdenimmunität ist mit einer der Voraussetzungen dafür, dass der wirtschaftliche Auf-

schwung, den die Konjunkturforscher im Frühjahr 2021 erwarten, nicht wieder durch die nächste Virus-Welle abgewürgt wird. Auch die umfangreichen Hilfsmaßnahmen der Regierung helfen, die Wirtschaft am Leben zu erhalten. Sobald diese wieder richtig angesprungen ist, sollte ein Großteil der Unternehmen ans Vorkrisengeschäft anknüpfen können.

„Immobilien werden auch im kommenden Jahr „der“ Stabilitätsanker sein, denn angesichts der fortwährenden Niedrigzinsphase ist weiterhin viel Liquidität im Markt, die nach Anlagemöglichkeiten sucht. Dennoch wird es in einzelnen Assetklassen zu Marktwertkorrekturen kommen. Darauf muss sich die Branche einstellen.“



Die Corona-Pandemie und die zu deren Eindämmung beschlossenen Maßnahmen haben auch neue Impulse gesetzt. Diese werden vor allem bei den Assetklassen Büro und Wohnen deutlich sichtbar. Die Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben verwischen und bieten neue Zukunfts- und Lebensperspektiven sowohl für Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber. Die Veränderungen in der Arbeitswelt wirken sich nun zwangsläufig unmittelbar auf die Ansprüche an das Wohnen aus.

Veränderungen im Turbogang: Neue Arbeitsmodelle im Kommen

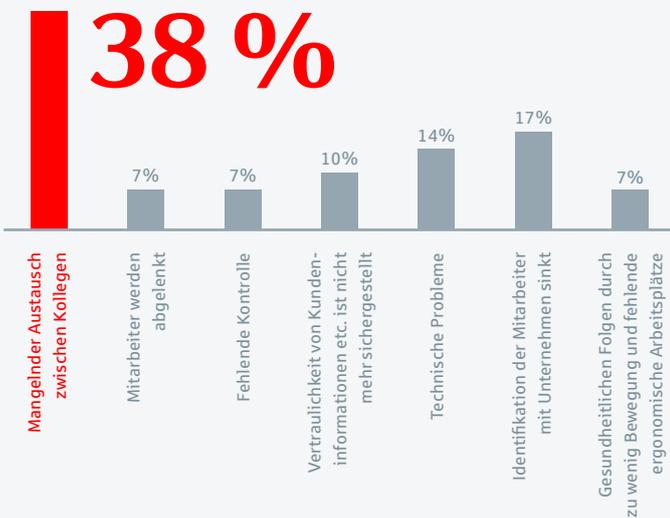
Der Corona-Lockdown hat den Megatrend zum mobilen Arbeiten derart beschleunigt, dass wir Veränderung und Wirkung quasi in Echtzeit an uns selbst beobachten können. Für die Mehrheit der Beschäftigten und Unternehmen ist mobiles Arbeiten eine Change-Erfahrung im Turbogang. Zwar sind Homeoffice bzw. mobiles Arbeiten in vielen Unternehmen schon lange möglich, allerdings eher als mögliche Option, weniger als Standard-Arbeitsmodell. Im Zuge der Pandemie wurde mobiles Arbeiten jedoch auf einen Schlag und flächendeckend umgesetzt. Das scheint gut funktioniert zu haben, so dass viele Unternehmen langfristig stärker auf hybride Lösungen setzen wollen.

Dies deckt sich weitgehend mit den Wünschen der Arbeitnehmer, die wir in einer aktuellen Umfrage auf Civey befragt haben:

Mehr als die Hälfte der Teilnehmer würde gerne immer oder mehrmals die Woche von zuhause aus arbeiten. Allerdings wären 16,3 Prozent dazu überhaupt nicht bereit. Die Arbeitgebersicht ist eine andere: Lediglich 1 bis 2 Tage mobiles Arbeiten sind nach Meinung von 63 Prozent der Umfrageteilnehmer der Trendbarometer-Umfrage der Berlin Hyp in ihrem Unternehmen realistisch. Einig sind sich Arbeitnehmer und Arbeitgeber, wenn es um die Vorteile des Arbeitens im Büro geht. Wichtigstes Argument ist der Austausch der Mitarbeiter untereinander. Der Mensch als kommunikatives Wesen braucht den Austausch, um kreativ und innovativ zu sein. Beides sind heutzutage unerlässliche Voraussetzungen für erfolgreiches Arbeiten. Gute Ideen entstehen häufig im direkten Austausch – in der Teeküche, am Kaffeematen oder beim Flurgespräch.

Was sind die größten Schwierigkeiten beim mobilen Arbeiten aus Sicht Ihres Unternehmens?

Maximal drei Antworten möglich.

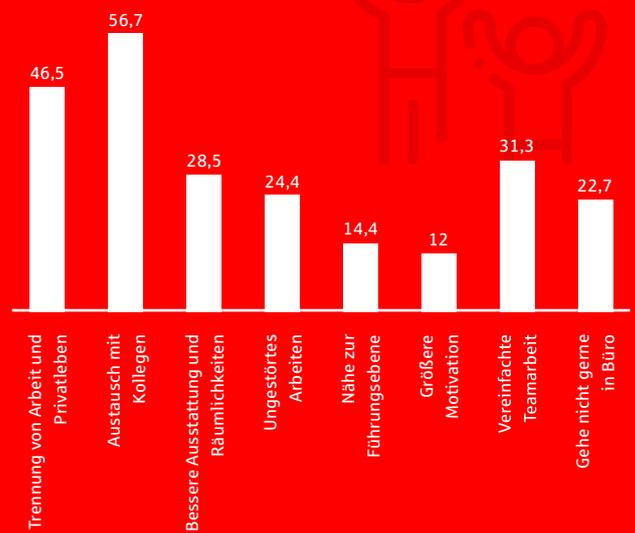


Quelle: Trendbarometer, Ausgabe 2 2020

Wie es sich auswirkt, wenn Homeoffice tatsächlich zum „new normal“ avanciert, wird sich langfristig zeigen. Noch wissen wir über die Langzeiteffekte von Homeoffice nicht viel. Insofern können die aktuellen Annahmen nur Momentaufnahmen sein. Mehr zur Trendbarometer-Umfrage erfahren sie [hier](#).

Wieso gehen Sie gerne ins Büro?

Angaben in Prozent



Quelle: Civey im Auftrag der Berlin Hyp, Stichprobengröße 2.500, Befragungszeit: 14.–22.09.2020

Stadt, Land, Flucht: Gearbeitet und gewohnt wird da, wo high-speed WLAN ist

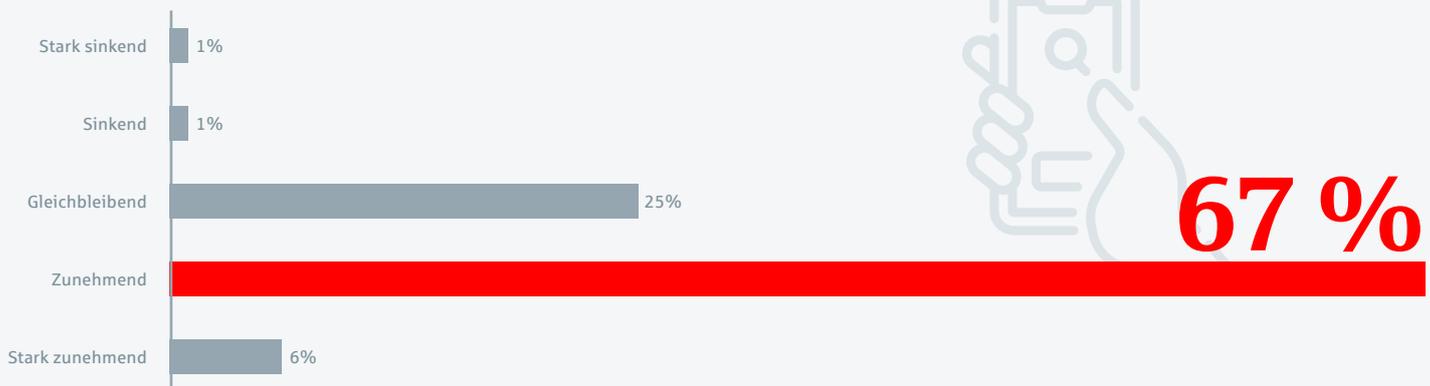
Bei der Wahl zwischen Stadt oder Land entschieden sich bislang die meisten Deutschen für die Stadt. Das urbane Leben steht für Kunst, Kultur, Geselligkeit und Kommunikation und hat in den letzten Jahrzehnten nicht zuletzt auch aufgrund der guten Arbeitsbedingungen viele Menschen in die Städte gelockt.

Dieser Trend scheint sich allmählich zu ändern, denn offenbar sehnen sich viele Großstädter nach mehr Landluft. Die teuren Innenstädte haben an Zuspruch verloren und die Speckgürtel der Städte an Attraktivität gewonnen. Laut unserer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Civey wünscht sich mehr als die Hälfte der Befragten einen Umzug aufs Land oder zumindest in den Speckgürtel der Stadt. Diese Tendenz bestätigen auch

67 Prozent der Teilnehmer unserer Trendbarometer-Umfrage, die davon ausgehen, dass das mobile Arbeiten den Zuzug ins Umland befeuern wird. Denn wer von zuhause aus arbeitet, der benötigt mehr Platz und dieser hat sich in der Stadt in den letzten Jahren deutlich verteuert. Und wer nur noch zeitweise im städtischen Büro anwesend sein muss, nimmt gerne weitere Wege in Kauf, um die Mietbelastung möglichst gering zu halten und sich den Traum vom ländlichen Leben zu erfüllen. Der Radius wächst und mit ihm das Einzugsgebiet der Städte. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass die Infrastruktur und hierbei vor allem die Internetanbindung höchsten Anforderungen genügt. Gearbeitet und gewohnt wird dort, wo es high-speed WLAN gibt.

Wie wird sich der Trend zum mobilen Arbeiten auf den Zuzug ins Umland auswirken?

Mehr zur Trendbarometer-Umfrage erfahren Sie [hier](#)



Corona-Pandemie pusht Logistikimmobilien durch Online-Handel

Im Gegensatz zu anderen Assetklassen zählen Logistikimmobilien in der Corona-Pandemie zu den Krisengewinnern. Die Systemrelevanz der Logistik hat sich in der Krise deutlich gezeigt und die Nachfrage nach Logistik- und Lagerflächen verzeichnete durch den zunehmenden Marktanteil des Onlinehandels einen zusätzlichen Schub. Mit einem Umsatz von rund 6,9 Mio. Quadratmeter wurde auf dem deutschen Markt für Lager- und Logistikflächen 2020 das zweithöchste Jahresergebnis nach 2018 erzielt und

verfehlte den damaligen Rekordumsatz von 7,2 Mio. Quadratmeter nur um 4 Prozent. Vor allem das zweite Halbjahr mit 3,9 Mio. Quadratmeter trug zu dieser guten Bilanz bei. Noch nie zuvor wurden in einem Halbjahr mehr Flächen umgesetzt. Ein wesentlicher Treiber dieser guten Resultate war der Onlinehandel. Insgesamt wurden deutschlandweit über 1 Mio. Quadratmeter Lagerflächen durch E-Commerce-Unternehmen umgesetzt und damit mehr als je zuvor. Mehr zu Logistikimmobilien finden Sie [hier](#).

Nicht über einen Kamm scheren: Einzelhandel



Gute Malls mit Freizeitcharakter wird es auch in Zukunft geben. Wichtig sind starke, resiliente Ankermieter und ein attraktives, ergänzendes Angebot, wie zum Beispiel ein guter Foodcourt und sonstige Freizeitaktivitäten. Und der Bedarf nach einem klassischen Einkaufserlebnis, verbunden mit dem Ansehen, Anfassen, Anprobieren und dem sofortigen „Nach Hause Tragen“ des Einkaufsguts wird bleiben. Sehr stark leiden wird der stationäre

Einzelhandel, der ohnehin durch den zunehmenden Onlinehandel unter Druck stand, weitreichend sein. Allerdings muss man hier auch stark differenzieren und langfristige Entwicklungen im Blick haben.

Nahversorgung und Fachmarktzentren mit einem Ankermieter aus dem Lebensmittelhandel bleiben unverändert attraktiv und haben durch die Pandemie eher noch gewonnen. Auch Baumärkte haben sich aufgrund der Renovierungswelle während der zeitweiligen Lockdown-Phasen gut geschlagen. Die innerstädtischen Einkaufsstrassen und Einkaufszentren stehen allerdings aktuell unter Druck. Dies war jedoch schon vor der Corona-Pandemie der Fall und hat seine Ursache im weiterhin erstarkenden Onlinehandel. Insofern beschleunigt die Pandemie hier einen bereits eingesetzten Trend. Dies bedeutet jedoch nicht das Aus für diese Konzepte.

Modehandel. Hier werden wir wohl auch eine besonders hohe Zahl an Insolvenzen erleben, weil dieser Sektor nicht so ohne Weiteres seinen Umsatz ins Internet verlagern kann. Insgesamt kann man sagen, dass Betreiber gut beraten sind, flexibel und auch schnell Umnutzungskonzepte zu realisieren. Nicht gebrauchte Flächen im Einzelhandel könnten z. B. derzeit im Logistiksegment durchaus dringend gebraucht werden, um nur ein Beispiel zu nennen.

Um eine leichtere Lesbarkeit zu ermöglichen, wird – wie überwiegend üblich – die männliche Form verwendet, wobei selbstverständlich alle Geschlechter einbezogen sind.