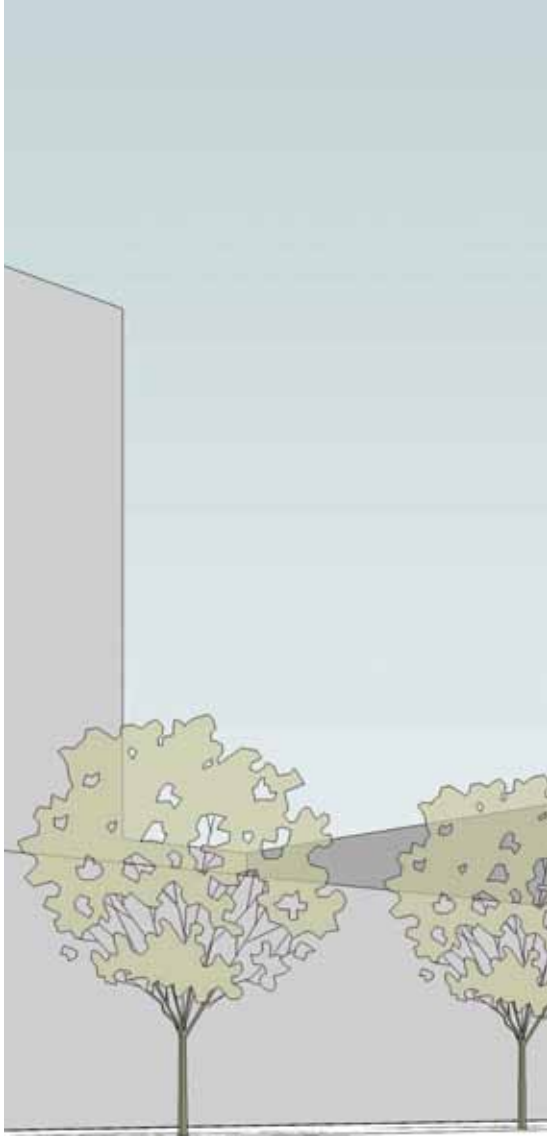


CLEVER UND SMART

Smart ist heutzutage schnell etwas: Smarte Wohnungen, smarte Finanzierungen, smarte Energiekonzepte, smarte Baustoffe. Durch die Immobilienbranche ziehen sich auch noch ganz andere smarte Konzepte.

Autorin: Erika Hofbauer

Die Hotel-Rosinen

Der Markt ist gesättigt: vom Low-Budget- bis zum Fünf-Sterne-Haus ist in den vergangenen Monaten einiges auf den Markt gekommen. Nicht nur in Österreich. Die Suche nach attraktiven Alternativen macht Stopp bei einer neuartigen Hotel-Variante: Focused Service Hotels. In beliebten Städte-Destinationen Europas wie Wien oder Berlin kommt es zu stagnierenden Zimmerraten. Die Märkte sind durch etablierte Full Service Brands im Vier- bis Fünf-Sterne-Bereich gesättigt, heißt es beispielsweise bei Hotelberater mrp-hotels. Der neueste Trend – Focused Service Hotel oder auch Selected Service Hotel – pickt sich dabei die Rosinen des Low-Budget-Segments und des Full-Service-Konzept heraus: Es werden nur noch ausgewählte Dienstleistungen angeboten, die für den Gast wichtig sind. Für die Zielgruppe – den „smarten, praktisch-orientierten Gast" – werden einzelne wichtige Komponenten aus Full-Service-Hotels übernommen („Selected Service"). Die Hotels sind in der Regel im Mid- bis Upscale-Bereich angesiedelt und lassen sich nur noch schwer mittels der üblichen Sterneklassifizierungen einordnen. Die Produkte sind in der Regel hoch standardisiert, internationale Brands erlauben wenige – und wenn, dann standortbedingte – Abweichungen.

Focused Service Hotels konzentrieren sich auf das Wesentliche: Arbeiten, Duschen und Schlafen.

Ein hochwertiges Zimmerprodukt steht üblicherweise im Mittelpunkt des Konzepts – die Konzentration auf das Wesentliche zählt: Arbeiten, Duschen und Schlafen. Nicht Benötigtes wie zum Beispiel große Restaurants, Wellness-Bereiche oder Meeting-Areas werden reduziert bzw. gleich ganz weggelassen. In Focused-Service-Hotels werden ca. zehn bis 15 Prozent des Umsatzes aus den Nicht-Rooms-Abteilungen wie etwa Frühstück erzielt (im Vergleich zu 30 bis 40 Prozent in Full-Service-Hotels).

Betreiber rollen diese Marken derzeit mit hohem Tempo weltweit aus. Laut Hotel-Analyst STR entfallen beispielsweise in den USA 85 Prozent der Neuentwicklungen auf diesen Hoteltyp. Häufig kommen dabei Franchise-Verträge zum Einsatz, die bei richtiger vertraglicher Ausgestaltung eine Win-win-win-Situation (Eigentümer, Franchisegeber, Franchisenehmer) ergeben können.

„Profit Efficient Focused Service"-Hotels sind zudem attraktiv für Investoren. Die Renditen fallen höher aus als bei vergleichbaren Full-Service-Produkten, da die operativen

Fotos: S+B / e-hoffmann.at, Retailpark Neukauf / Bruno Klomfar Vienna Austria

Smarte Hotel- und Retailprojekte: Hampton by Hilton von S+B (li.), Retailpark Neukauf in Villach

Kosten niedrig gehalten werden können und aufgrund kleinerer verbauter Flächen die Investitionskosten sinken. Zudem müssen diese Betriebe nicht zwingend eine Triple-A-Lage vorweisen, weshalb niedrigere Liegenschaftskosten anfallen, weiß man bei mrp-hotels. Häufig kann auch von kürzeren Entwicklungszeiträumen ausgegangen werden, da die Entwicklung aufgrund der vordefinierten Brand-Standards weniger Komplexität aufweist. Drittes Argument: Die benötigte Liegenschaftsfläche ist bei gleicher Zimmeranzahl kleiner, da die Allgemeinflächen im Vergleich mit einem Full-Service-Hotel deutlich reduziert werden können. Im Vergleich zu Full-Service-Hotels reduzieren sich die Investitionskosten erfahrungsgemäß um bis zu 25 Prozent. Nach diesem Konzept arbeiten international beispielsweise Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton, Courtyard Marriott oder Hyatt Place.

Mehr als nur Shoppen

Das Internet – Fluch und Segen zugleich. Fragt man Retailer, würden sie wahrscheinlich eher zu Ersterem tendieren. Denn kaum eine andere Innovation hat den Einzelhandel je so umgekrempelt wie das Internet. Was gebraucht wird, wird online bestellt, Erlebnis und Inspiration werden im stationären Handel geholt. Das wird auch die Shoppingcenter-Landschaft massiv verändern, weiß Standortberater Regioplan: Neue Geschäfte, neue Ankermieter, ein höherer Gastronomieanteil, interaktive Malls, Dienstleistungszonen, aber auch mehr Leerstand und ein Anstieg an nicht produktiven Flächen könnten die Folge dieser Revolution im Handel sein. Was sich schon jetzt abzeichnet: Angesichts der steigenden Bedeutung des Onlinehandels sowie der hohen Verkaufsflächendichte im österreichischen Handel gehen auch die Quadratmeterumsätze in Einkaufszentren zurück. Insbesondere in jenen Centern, die auch vor dem Aufstieg des Onlinehandels Probleme hatten, werden die Mietpreise massiv unter Druck geraten. „Dies betrifft in etwa ein Viertel der bestehenden Center in Österreich“, berichtet Regioplan-Consulter Michael Oberweger. Die Folge: Händler werden immer weniger Fixpreise, stattdessen immer mehr umsatz- oder frequenzabhängige Mieten vereinbaren wollen. Auch die Dauer der Mietverträge wird noch kürzer, der Retailmarkt wird zum starken Mietermarkt. Oberweger: „Ein vollvermietetes Einkaufszentrum ist kein Erfolgsgarant mehr für langfristige Renditen.“

Das beeinflusst auch die Weiterentwicklung der Shoppingcenter: Aufgrund der hohen Miet- und Betriebskosten werden in Shopping-Malls kaum Profite eingefahren, die tatsächlichen „Bringer“ sind Retail-Park-Standorte, heißt es in einer Analyse von Standort+Markt. Diese Standorte punkten mit deutlich niedrigeren Standortkosten, womit auch das

Konferenzraum oder 10-m²-Büro: Alles ist mietbar.

Umsatzerfordernis seitens der Retailer herabgesetzt werden kann. Dadurch sind verständlicherweise auch kleinere Einzugsgebiete plötzlich technisch machbar. Insbesondere in ländlichen Gebieten werden Shopping-Zentren primär in Form von Retail Parks in Erscheinung treten, ist man sich bei Standort+Markt sicher. Neukauf in Villach, der Haidäcker Park in Eisenstadt oder etwa der Thayapark in Waidhofen an der Thaya zählen zu den Retail Parks der „neuen Generation". Neben den einzelnen Stores muss jedoch das Konzept Richtung „Einladung zum Verweilen" adaptiert werden. Soll heißen: Grünflächen, Gastronomie – und WCs.

Findige Händler nutzen aber auch die vordergründig als nachteilig attribuierte Kurzfristigkeit und Flexibilität bei Preisen und Flächen zu cleveren Geschäftsideen: Pop-up-Stores sind der aktuelle Renner. Denn temporäre Handels-Flächen machen unproduktive, sprich: nichtgenutzte Flächen im urbanen Raum für Shopping-Interessierte attraktiv. Der neueste Clou: Pop-up-Shopping-Mall. London hat es vorgemacht, in Paris ging es diesen Sommer los und nun soll es auch nach Wien kommen: Ab Frühjahr 2014 soll es in der Nähe des Wiener Rochusmarktes die erste Pop-up-Shopping-Mall im deutschsprachigen Raum geben. Eine Agglomeration an mobilen Containern, die fast überall einsetzbar sind und temporär an einem Standort aufgestellt werden – das sind die physischen Voraussetzungen einer Pop-up-Shopping-Mall, beschreibt Regioplan dieses neue Format. Untergebracht werden junge ebenso wie etablierte Marken, insbesondere aus dem Mode- und Lifestyle-Bereich. Darüber hinaus sind Events und Gastronomie sowie die starke Vermarktung über Social-Media-Kanäle essenziell. Initiator ist 40Bloxx. Mit neun Containern zu je circa 25 Quadratmetern Verkaufsfläche soll im Frühling 2014 gestartet werden. Acht Units sollen an Händler und Markenartikelhersteller, eine Unit an Gastronomen vermietet werden. Die Mietpreise sind zwar höher als in einem klassischen Einkaufszentrum, dafür können die Händler mit geringeren Investitionskosten für

Fotos: Bena

Anbieter punkten mit individueller Business-Location.

die Geschäftseinrichtung rechnen. Die Container verfügen nämlich über ein Basis-Design mit modularem Ladenbau bzw. Regalsystem, sodass nur noch das Branding der jeweiligen Marke erfolgen muss. Bei Bedarf stellt der Betreiber auch Kassenlogistik und Verkaufspersonal zur Verfügung.

Büro auf Zeit

Flexibilität ist auch das Stichwort für innovative Ideen am Büro-Markt. Büros auf Zeit oder Coworking Spaces sind die angesagten Büro-Location-Trends – vor allem für Start-ups oder Jungunternehmer. Sie haben zwar viele Ideen, aber müssen finanziell oft zu Beginn eingeschränkt agieren – für diese Zielgruppe sind diese Arbeitsplätze ideal. Büro-Anbieter Bena stellt beispielsweise vom virtuellen Büro bis zum Konferenzraum eine erkleckliche Anzahl an Businessflächen zur Verfügung. So kann vom 10 Quadratmeter großen Altbaubüro mit Telefonanschluss und Sekretariat bis zur großflächigen Business-Location mit kompletter telekommunikativer Infrastruktur alles flexibel gebucht werden. Coworking Spaces sind der neueste Trend in Sachen Büro-Lösung: Im Wesentlichen handelt es sich dabei um eine große Bürofläche, in der kleine, junge Unternehmen oder Freelancer ihrer jeweiligen Tätigkeit nachgehen. Die Idee ist, dass es durch die physische Nähe auch positive synergetische Effekte zwischen den einzelnen, eigentlich unabhängig voneinander agierenden Einheiten gibt. Die notwendige Infrastruktur (Netzwerk, Drucker, Besprechungsräume, Telefon etc.) wird vom Betreiber des jeweiligen Coworking Spaces gestellt. Die Miete basiert flexibel auf Tages-, Wochen- oder Monatsbasis. Anbieter in diesem Bereich

S+B GRUPPE

Green Worx . Wien . 31.000 m² . 2013

Marxbox . Wien . 12.000 m² . 2012

HamptonbyHilton, Warschau, 300 Zimmer, 2014

Qubix 4 Praha . Prag . 13.000 m² . 2013

Investor
Projektentwickler
Generalunternehmer

Wir setzen neue Standards!

Von der Idee zur perfekten Immobilie!

S+B GRUPPE AG
www.sb-gruppe.at

„Danube Flats“ als smarte Wohnidee im 22. Bezirk – ab 2014 wird zwischen DC-Tower und Seidler-Turm gebaut.

ist beispielsweise Loffice im 7. Bezirk. Bereits 2009 wurde Loffice als Designbüro von den Schwestern Anna und Kata Klementz in Budapest gegründet. Im Jahr 2010 wurde das Konzept mit dem Jungunternehmerpreis ausgezeichnet, ein Jahr später folgte der Green-Office-Preis. Seit 2011 gibt es Loffice in Wien: Insgesamt 15 Einzelarbeitsplätze befinden sich in zwei Lofts in einer ehemaligen Schuhfabrik. Als fast so etwas wie die Mutter aller Coworking Spaces bezeichnet sich die Schraubenfabrik im 2. Bezirk. Denn mittlerweile gibt es dieses „Unternehmensgründerzentrum“ an Standorten im 3. und 6. Bezirk.

Schwimmen und Radfahren

Ohne Thema geht gar nichts. Schwimm-Stadt, Bike-City, Laufstrecke am Dach, Mehr-Generationen-Wohnhaus, Freizeitanlagen, wohin das Auge reicht. Bauträger und Architekten lassen sich etwas einfallen, um Mieter oder Eigentümer in ihre Wohnhäuser zu bekommen. Gerade in Wien entstanden und entstehen entsprechend ehrgeizige Projekte. Zum Beispiel in Wien-Donaustadt. Dort ist mit dem Projekt „Herzberg“ von AWG und feld72 ein Musterhaus mit wildem Wohnungsmix umgesetzt worden. Von Wohngruppen, Wohngemeinschaften, flexibel adaptierbaren Familienwohnungen, kompakten Home-and-Office-Maisonettes und kleinen Single-Garçonnièren mit Dachterrasse ist dort so ziemlich alles zu haben. In der Planung wurde auf die Veränderung der Bevölkerungsgruppen eingegangen: Waren in den 70er-Jahren noch große Familienwohnungen mit wenigstens vier Zimmern notwendig, braucht es jetzt eher flexible Elemente. Apropos flexibel: Falls doch mehr Räumlichkeiten notwendig werden, wurde in der Statik des Hauses bereits an alle Eventualitäten gedacht: In den tragenden Stahlbetonwänden gibt es „Sollbruchstellen“, die sich leicht abbrechen und entlang derer sich zwei oder drei Wohnungen bei Bedarf eines Tages leicht zusammenlegen lassen.

Praktisch in Steinwurfnähe, an der Neuen Donau, ist ein weiteres Wohnbau-Projekt der außergewöhnlichen Art geplant: Wohnen am Wasser ist ein internationaler Trend. Ab 2014 sollen an den Ufern des Entlastungsgerinne in Nachbarschaft zum sogenannten Seidler-Turm um rund 140 Millionen Euro die „Danube Flats“ entstehen. Das Gemeinschaftsprojekt von S+B und der Soravia-Gruppe ist nicht unumstritten. Eine eigens gegründete Bürgerinitiative stößt sich vor allem an der zu hohen und zu dichten Bebauung. Bedenken gibt es auch hinsichtlich des zu erwartenden hohen Personenaufkommens auf der Donauinsel: Es wird ein weiterer Anstieg befürchtet und als Folge davon eine Überbeanspruchung der Uferzone und eine erhöhte Verkehrsbelastung. Abgesehen davon sollen 500 Wohneinheiten in einem 150 Meter hohen Turm mit 47 Stockwerken sowie in drei kleineren Wohngebäuden am Standort des ehemaligen Cineplexx-Kinos neben der Reichsbrücke entstehen. Punkten will das Wohn-Ensemble mit einer „naturnahen Außengestaltung“ mit frei zugänglichen Grünflächen und sicheren Zugängen zur Neuen Donau. „Die Danube Flats sollen einen Mehrwert für alle Anrainer aus Kaisermühlen bringen. Im Zuge der Bauarbeiten werden wir einen neuen und belebten Stadtteil schaffen, der den Bedürfnissen von Fußgängern und Radfahrern entgegenkommt und gleichzeitig neue Impulse für die örtliche Nahversor-

Foto: www.projecta01.com

gung bringt“, kündigten die Bauherren Reinhard Schertler (Vorstand der S+B Gruppe) und Erwin Soravia (Soravia Gruppe) im Frühjahr an. Für 2016 ist laut Plan die Fertigstellung vorgesehen.

Wasser ist offenbar unverzichtbar – zumindest bei Wohnprojekten der Gesiba. Im 2. Bezirk zwischen Engerth- und Vorgartenstraße wurde 2012 die „Bike and Swim“-City des Bauträgers den Mietern übergeben. Quasi eine Erweiterung der Bike City, die bereits 2008 an der Vorgartenstraße entstanden ist. Mit „Bike & Swim“ sollen junge und jung gebliebene Bewohner angesprochen werden, die ganz oder zum Teil auf ein eigenes Auto verzichten möchten und die überwiegend mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs sind. So stehen in „Bike & Swim“ 515 Fahrradabstellplätzen nur 104 KFZ-Parkplätzen gegenüber. Die daraus resultierenden Einsparungen konnten in Gemeinschaftseinrichtungen, wie beispielsweise einen Spa-Bereich im Dachareal, investiert werden. Sauna, Schwimmbad und ein Sonnendeck sowie ein Gymnastikraum mit Sportgeräten und mehrere Club- und Partyräume stehen dort zur Verfügung. Neu auch die Gartengestaltung: Abgesenkte Vorbereiche – sogenannte „versunkene Gärten“ – und darüber liegende „Salettln“ – hochgestellte Veranden – grenzen die Wohngebäude zur Vorgartenstraße ab.

Zum Ersten, zum Zweiten und zum Dritten ...

Der Zinshaus-Markt ist – insbesondere in Wien – im Moment wenig zugkräftig. Renditen, meint etwa Zinshaus-Spezialist Alexander Neuhuber, müsse man mit der Lupe suchen. Daher war die Zeit wohl reif, wieder etwas Salz

ALLE REDEN VON TOPLAGEN. WIR HABEN SIE.

Die Nachfrage nach Retail-Flächen an Wiens Toplagen wie zum Beispiel dem Goldenen U im 1. Bezirk ist ungebrochen stark. Dank mehr als 50 Jahren Erfahrung kennen wir uns im Wiener Retail-Markt bestens aus. Wenn Sie auf der Suche nach einem neuen Standort sind, oder Ihr Geschäftslokal abgeben wollen, sollten Sie mit Herrn Stefan Goigitzer reden. Telefon: +43 (0)1 535 53 05-20 oder unter austria.retail@colliers.com

Colliers INTERNATIONAL

Colliers International Immobilienmakler GmbH, Goldschmiedgasse 10, 1010 Wien, www.colliers.com/austria

Ausblick: Software ermöglicht virtuellen Rundumblick (oben); grüne Ideen für den Innenraum (unten)

in die Suppe zu bringen. Auktionen sind in diesem Herbst der Trend. Im Oktober war es dann so weit: Otto Immobilien wagt sich auf dieses Terrain. „Der Bedarf und die Initiative unserer Klienten für ein sicheres und transparentes Verkaufsverfahren für Wiener Zinshäuser zum korrekten aktuellen Marktpreis im vorgegebenen Zeitrahmen mit professioneller Vermarktung, war unsere Motivation und der Anlass“, erklärt Eugen Otto das Vorhaben. Für die Zukunft erwartet sich der Experte erfolgreiche Auktionen, termingerechte Verkäufe und zufriedene Verkäufer und Käufer. Außerdem, so Otto weiter, „erwarten wir, dass der Bann gebrochen wird, Auktionen hätten nur schlechte Immobilien oder wären nur bei gerichtlichen Exekutionen sinnvoll.“ Daher sieht er eine durchaus erfolgsversprechende Nische: „Geeignet sind Auktionen nur für sehr attraktive Immobilien in Segmenten, in denen die Nachfrage höher ist als das Angebot. Außerdem müssen Objekte für Auktionen möglichst marktfrisch sein, erstklassig dokumentiert und in einem völlig transparenten und professionell geführten Verfahren vermarktet werden.“ Otto ist überzeugt, dass es umfangreiche Zielgruppen für den Verkauf von Immobilien im Rahmen von erstklassig vorbereiteten und durchgeführten Auktionen gibt. Gleichzeitig, so Otto, muss das Vertrauen des Marktes durch transparente und erfolgreiche Auktionen gewonnen und die Zugänglichkeit zum Verfahren vereinfacht sein. Daher müsse gerade die erste Wiener Zinshausauktion „den Beweis des Erfolges“ antreten. Aber letztlich entscheide der Markt, ob und inwieweit Auktionen auf dem Wiener Immobilienmarkt „daily business“ werden, räumt der Immobilien-Spezialist ein.

Der Rundum-Blick

Immobilienverkäufer müssen ständig über innovative und attraktive Möglichkeiten nachdenken, ihre Immobilien erfolgreich zu veräußern. Eine neue Software vor allem für Makler soll eine Besichtigung vor Ort vorwegnehmen. Das Programm „raumsicht360°“, das Fotograf Reinhard-Alexander Kiss mitentwickelt hat, soll die zu veräußernde Immobilie im wahrsten Sinne des Wortes ins rechte Bild rücken. Das Programm ermöglicht optimale Besichtigungen aller Arten von Immobilien – von Penthäusern über Büros bis zu Gastronomiebetrieben – jederzeit und weltweit abrufbar. Das Programm ist browser-unabhängig und auch auf mobilen Endgeräten verfügbar. Die Panoramatouren beginnen meist mit einer Außenansicht, dann werden – je nach Vorgabe – sämtliche zu präsentierenden Räume dargestellt. Die jeweiligen Benutzer können sich dabei jederzeit über das Radar oder das Ansichtsmenü an jede Stelle des Panoramas bewe-

Fotos: iStock © Thinkstock, Florawall GmbH

Kein Wasser, keine Erde – Florawalls pflegen sich selbständig.

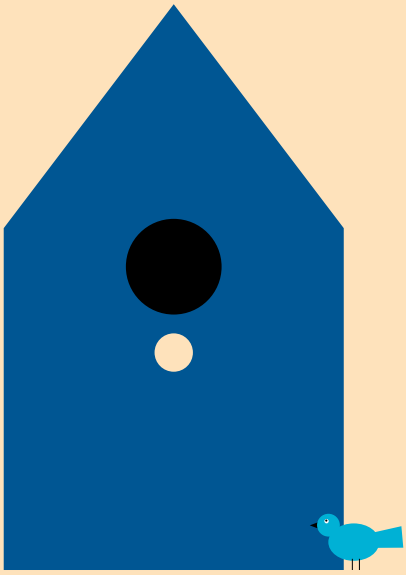
gen, um die Immobilie individuell zu erleben. Die virtuellen Touren werden in HDR-Technologie produziert, was bedeutet, dass die Räume gleichmäßig ausgeleuchtet werden. Die Panoramen verfügen über Geolocation und verschiedene Möglichkeiten zur Einbettung von Text, Bildern, Musik und Videos.

Grüne Innenräume

Den größten Anteil der „Aktiv-Zeit" verbringen die meisten Menschen wohl im Büro bzw. bei der Arbeit. Klimatisierte Arbeitszimmer, die beispielsweise ein Öffnen der Fenster nicht erlauben, Arbeitsplatz-Gestaltungen wie Großraumbüros machen es für Mitarbeiter oft schwierig, konzentriert und mit Freude zu arbeiten. Pflanzen, das haben Studien bestätigt, bringen ein Wohlgefühl in die

Florawalls sollen nicht nur die Raumatmosphäre, sondern gleich das gesamte Arbeitsklima verbessern.

(Arbeits-)Umgebung. Aber wie kann dies in der Praxis umgesetzt werden? Zeitmangel für Pflanzenpflege, Allergien und ähnliche „Lebensumstände" schränken den Hang zum grünen Daumen im Büro doch erheblich ein. Die Lösung: Florawalls. Eine Florawall ist eine mit lebenden Pflanzen begrünte Wand für Innenräume. Dabei soll nicht nur die Optik aufgefrischt werden, sondern auch gleich die Gesundheit. Der niederösterreichische Innenraumbegrüner Florawall ist seit 2009 unterwegs, um in Büros, Einkaufszentren, Hotels, Meetingräumen oder Arztpraxen mehr Grün hineinzubringen. Dabei geht es nicht (nur) um Optik, versichern die drei Florawall-Manager Patrik Bobko, Marek Kocher und Bernhard Karollus. Die Pflanzen brauchen keine Erde und kein Wasser, daher fällt modriger Geruch und aufwändiges Gießen weg. Die grünen Wände verbessern darüber hinaus nicht nur das Raumklima, indem die CO_2-Konzentration in geschlossenen Räumen reduziert wird, die Raumfeuchtigkeit verbessert und der Staubflug verringert wird. Auch belastende Schadstoffe werden aus der Raumluft gefiltert, Raumgifte wie Nikotin und Formaldehyd werden absorbiert. Ach ja: Und das subjektive Wohlbefinden wird auch noch gestärkt. «



Nr. 1: Geben Sie ihnen, was sie wollen.
Egal ob Ihr Prunkstück umwerfend groß oder entzückend klein ist, in der Leserschaft des IMMOBILIENSTANDARD wartet Ihre Zielgruppe schon ungeduldig darauf. STANDARD Leser wissen, was sie wollen. Sie müssen es Ihnen nur noch geben. Unser Tipp daher: jetzt inserieren.

DAS ROSA VOM EI
QUALITÄTSWERBEN IM STANDARD