



### Veranstaltungshinweis

#### **BERLINER IMMOBILIENRUNDE : Polen - Frankreich - Österreich, Intensivseminar mit individuellem Vorgesprächservice und Referenten aus Deutschland, Polen, Frankreich und Österreich**

Das Seminar richtet sich an **Initiatoren geschlossener Fonds, Bauträger, Projektentwickler und institutionelle Investoren**, die in Polen, Frankreich oder Österreich investieren wollen. Immobilienmarktexperten, Steuerberater und Rechtsberater von **Ernst & Young Real Estate** und von Ernst & Young aus den genannten Ländern behandeln rechtliche Probleme beim Immobilienerwerb bzw. bei der Vermietung von Immobilien in den genannten Ländern, die steuerlichen Bedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten sowie Marktgegebenheiten und Praxis-Probleme.

Teilnehmer können vorab ihre individuellen Fragen an die Referenten richten, damit Ihre spezifischen Anliegen bei der Veranstaltung behandelt werden können.

Die Veranstaltung findet am 11. Juni im maritim pro Arte Hotel in Berlin statt. Programm anfordern: info@sonjahagemann.de oder Fax: 030 - 39 49 49 22.

schen und strategischen Optimierung einzelner Objekte beschäftigen. „Mit Corporate Real Estate Management (CREM) wird die nächste strategische Ebene der Liegenschaftsoptimierung sichtbar. CREM setzt bei der Gesamtheit der in Unternehmensbesitz befindlichen Immobilien an und reorganisiert nicht nur einzelne Objekte, sondern das gesamte Portfolio. Es zielt darauf ab, die gesamten Liegenschaften optimal im Rahmen der Unternehmenspolitik sowie der allgemeinen Unternehmensziele zu nutzen“, so **Dr. Stefan Beretsch**, Geschäftsführer der ABB Grundbesitz GmbH.

Dementsprechend stellt das Corporate Real Estate Management auch andere Fragen: Verfügt ein Unternehmen über aktuelle und transparente Daten über seine Grundstücks- und Gebäudeflächen sowie deren Nutzungsgrad und Betriebskosten? Wie schnell sind diese Daten abrufbar? Welche Standorte sind betriebsnotwendig, in welche sollte investiert oder desinvestiert werden? Wie steigert effiziente Raumplanung und Nutzung die Produktivität Ihres Unternehmens? Wie gut passt der – oftmals über Jahrzehnte gewachsene – Standort-Mix noch zu den Zielen des Unternehmens? Wie lassen sich Kosten einsparen ohne Strukturen und Effizienz des Unternehmens anzugreifen?

Flächen- und Kostentransparenz ist Voraussetzung für gezielte Kostenreduktion. Schnell wird erkennbar, dass zur Beantwortung solcher Fragen die Kenntnis um die Bestands- und Kostensituation des gesamten Portfolios vorhanden sein muss. Nur das Unternehmen, das sein Portfolio tatsächlich kennt, kann dieses in Beziehung zur Unternehmensstrategie setzen und die richtigen Entscheidungen treffen. Hier muss der Ansatzpunkt jedes Unternehmens liegen, das seine Immobilien strategisch als aktive Wirtschaftsgüter und „Produktionsmittel“ erkennen und nutzen will. Transparenz über Flächen und Betriebskosten in Form von aktuellem Datenmaterial ist die Voraussetzung, um resultierende Kosten zu separieren, zu analysieren und zu reduzieren.

Ehe ein non-property-Unternehmen strategisches Immobilienmanagement sinnvoll betreiben kann, um sich an diesem Punkt entsprechend weiterzuentwickeln und nachhaltige Kostensenkungs- und Ertragsteigerungspotentiale zu erwirtschaften, muss es fundierte Kenntnisse über Gebäude- und Grundstücksflächen sowie resultierende Immobilienkosten haben – und das innerhalb möglichst kurzer Zeit. Nach den Erfahrungen der ABB Grundbesitz GmbH wird die Bedeutung der Bestands- und Kostentransparenz bei den meisten Unternehmen zwar gesehen, sie ist allerdings nicht wirklich vorhanden.

**Beispiel ABB - Immobilieninformation per Knopfdruck:** Nach einer erstmaligen Erfassung des gesamten Immobilienportfolios der deutschen ABB im Jahre 1991 ermittelt die ABB Grundbesitz GmbH in regelmäßigen Abständen die aktuellen Bestandsflächen und Betriebskosten, so dass innerhalb kurzer Zeit flexibel auf unternehmensstrategische Entscheidungen reagiert werden kann. Hierfür hat sie ein IT-gestütztes Immobilienreportingsystem entwickelt, das ihr Transparenz und Aktualität von Daten sichert und einen Zugriff innerhalb von Minuten ermöglicht.

Als Immobiliengesellschaft einer der Konzerne, der sich in den letzten Jahren am stärksten der Umstrukturierung widmete, kennt die ABB Grundbesitz GmbH die Anforderungen, die sich daraus für das strategische Management des konzerneigenen Immobilienportfolios ergeben. Es gilt: Professionelles CREM beginnt dort, wo das Immobilienportfolio den Veränderungsprozess nicht mehr bremst oder belastet, sondern unterstützt. Durch Synchronisationsmaßnahmen gelang es, innerhalb von 6 Jahren den Flächenverbrauch um etwa 30% zu reduzieren. Die Belegungskosten wurden durch gezielte Maßnahmen um mehr als 30% reduziert. Die ABB Grundbesitz GmbH gibt ihre langjährige Praxiserfahrung nun auch an externe Unternehmen weiter. (**Ansprechpartner: Markus Dietz, ABB Grundbesitz GmbH, Tel.: 06203/71-6627**)

### **Banken optimieren ihre „Ressource Immobilie“**

**Dr. Lars Bernhard Schöne und Martin Behrends, REAL I.S. AG, München**

Auch im Zeitalter des Online-Banking bleibt die Immobilie die zentrale Schnittstelle für alle Bankgeschäfte. Folglich wird das Thema Immobilienmanagement bei Finanzinstituten zunehmend zu einer festen Größe in der Ausrichtung der Unternehmensstrategie. Diese Entwicklung ist nicht nur auf die aktuellen wirtschaftlichen Veränderungen und Rahmenbedingungen zurückzuführen, sondern ist auch Folge der Besinnung auf den Dienstleistungsgedanken, der die Konzentration auf das Kerngeschäft und folglich auf den Kunden fordert.



## Veranstaltungstipp

### DFI-FORUM

#### MEDIENFONDS AUF DEM PRÜFSTAND

Die Medienfondsbranche ist verunsichert durch das Steuertheater. Eine kompetente Einschätzung der Lage der Branche bekommen Sie auf dem DFI-Forum Medienfonds am 17. Juni 2003 im Le Meridien Parkhotel in Frankfurt geliefert.

**Christoph Schmidt**, Fachanwalt für Steuerrecht bei **PWC Veltins** in München, informiert Sie über die aktuelle Entwicklung des Nebenkostenerrlasses.

**Robert Straßer**, Partner der Münchener Kanzlei **Norton Rose Vieregge**, klärt Sie über die Erlösbeteiligung der Anleger auf.

Eine Einschätzung der aktuell am Markt befindlichen Angebote liefert das bewährte Analyseteam mit **Martin Klingsporn**, **Stefan Loipfinger**, **Stefan Löwer**, **Henning Läufer** und als Moderator **Werner Rohmert**.

Auf dem Podium diskutieren **Peter Heidecker** von **Chorus**, **Rainer Mockert** (MBP) und **Andreas Schmidt** von der **VIP**, und **Ulrich Silberberger** vom Vertrieb **Vendura** die Perspektiven der Branche.

Anmeldungen unter Fax 069/24 26 39 60. Teilnahmegebühr: 610 Euro plus Mehrwertsteuer. Abonnenten von "DFI-gerlach-REPORT", "Cash." und "Platow-Brief" zahlen 500 Euro plus Mehrwertsteuer.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Schlüsselfrage: Wie kann ein Finanzinstitut seinen Immobilienbestand optimieren, um eine höchstmögliche Wertschöpfung für das Kerngeschäft zu erzielen und die Nutzungskosten nachhaltig zu senken? Aufgabe ist die Bewirtschaftung der betriebsnotwendigen Immobilien (Geschäftsstellen) und betriebsfremden Immobilien (Anlagevermögen) im Sinne der Optimierung der Nutzungskosten, des Nutzwertes, der Flächeneffizienz des Marktauftrittes und der Kundenansprache einer eingehenden Prüfung zu unterziehen. (Anmerkung von "Der Immobilienbrief": 1990 gründete z. B. die Deutsche Bank AG bereits zu diesem Zweck die Debeko, die die Bankimmobilien übernahm.)

Bei der Entwicklung eines Ansatzes für ein optimiertes Immobilienmanagements sind unterschiedliche Interessen zu berücksichtigen. Die Beurteilung des Immobilienbestandes wird weniger willkürlich, wenn mit einer vorgegebenen Bewertungsstruktur der Standort, das Objekt, die Marktpotenziale sowie der Wettbewerb qualitativ und quantitativ analysiert werden. Das Ergebnis bildet die Grundlage für eine Nutzwert- und Renditeorientierte Immobilienstrategie.

Für die Finanzinstitute ist als **Eigentümer** von Interesse, wie sich der Ertrag und die Serviceleistungen verbessern lassen und gleichzeitig Nutzungskosten gesenkt werden können. Die **Geschäftsstelle** betrachtet als **Nutzer** der Immobilie insbesondere den Ertrag und Kundenservice. Der **Kunde als Nutzer** der Bankdienstleistungen legt den maximalen Wert auf den Service rund um die „Anlaufstelle“ Immobilie.

Mit der **Standortanalyse** wird die Qualität der betriebsnotwendigen Immobilien hinsichtlich ihrer Eignung als „Point of Sale“ für bankspezifische Produkte und Dienstleistungen zu analysiert. Dabei werden im Rahmen einer Begehung die einzelnen Standorte aus Kundensicht mit Hilfe eines umfangreichen Kriterienkataloges (Haupt- und Unterkriterien) nach ihrer Standortqualität bewertet. Wichtig ist die Zentralität des Standortes in Bezug auf weitere Versorgungsfunktionen, da ca. 60% der Bankgeschäfte so genannte Koppungsgeschäfte sind. Weiterhin werden die Passanten- und die Verkehrsfrequenz vor Ort, die Erreichbarkeit sowie Parkmöglichkeiten, Imagewirkung der Lage und die Sichtbarkeit der Immobilie bewertet.

Bei der **Objektanalyse** wechselt der Fokus zu der Qualität des Einzelobjektes. Objektqualität (Zustand und Ausstattung) und die Bewirtschaftungskosten werden ermittelt. Flächeneffizienz, Gebäudeeffizienz oder auch die Drittverwendungsfähigkeit geben Auskunft über die Fungibilität einer Bank-Immobilie.

Bei der **Marktanalyse zur Ermittlung der Leistungsfähigkeit des Standortes** werden die Filialeinzugsgebiete abgegrenzt sowie die Marktdurchdringung, die bankinternen Kundenströme, die finanzmarktrelevanten Strukturdaten (Altersstruktur der Bevölkerung, Einkommensverteilung etc.) und die relevanten Potenzialdaten (Gewerbepotenzial, Kaufkraft etc.) berechnet. Mit Analyse der bankinternen Kundenströme können Präferenzen für bestimmte Filialen abgeleitet werden.

In der **Wettbewerbsanalyse** wird der Fokus auf die jeweiligen Wettbewerber gerichtet, deren Geschäftsstellen hinsichtlich der Qualität der Lage, des Standortes, des Marktauftrittes und der Kundenansprache bewertet werden. Als Ergebnis wird die Konkurrenzstärke der Wettbewerber abgeschätzt.

**Fazit:** Vor dem Hintergrund der auch bei Finanzinstituten aktuell angespannten Wirtschaftslage sollte noch konsequenter der Blick auf die Ausschöpfung vorhandener und bisher nur unzureichend genutzter Ertrags- und Kostensenkungspotenziale gerichtet werden. Es ist unter anderem notwendig, die Geschäftsstellen von der „nüchternen Filiale“ hin zum kundenorientierten „Point of Sale“ zu entwickeln, über Kompetenzausstrahlung und gute Erreichbarkeit Neukunden zu gewinnen, über flankierende Convenience-Angebote die Kundenidentifikation und -bindung zu erhöhen sowie die Besuchshäufigkeit und Verweildauer der Kunden zu steigern. Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Kostensenkungspotenzialen im Immobilienbestand zu heben. Durch eine bedarfsgerechte Dimensionierung von Geschäftsstellen, durch die Zusammenlegung und Schließung nicht zukunftsfähiger Geschäftsstellen, durch eine kreative Nutzung überschüssiger Flächen wird die Wirtschaftlichkeit des Filialnetzes erhöht. Ebenfalls ist eine Senkung der laufenden Bewirtschaftungskosten oder die kreative Nutzung überschüssiger Flächen in den Geschäftsstellen herbeizuführen.