

Nachhaltigkeit beim Centerbetrieb

Mehr Strategie, Beratung und Kür vonnöten

Wenn es um Nachhaltigkeit im Betrieb von Fachmarktzentren geht, steht die Branche vor einer komplexen Situation. Einerseits hat inzwischen jeder die Relevanz der Buchstaben E, S und G verstanden. Andererseits wächst der Kostendruck auf die Mieter wie auch auf die Vermieter, während die Ansprüche der Kunden in Sachen Warensortiment, Aufenthaltsqualität und Serviceleistungen weiter steigen. Dies führt häufig dazu, dass in vielen Bereichen gespart wird – und ESG-Maßnahmen oft eher singulär und ohne strategischen Überbau umgesetzt werden. Mit anderen Worten: Die Pflicht wird zwar erfüllt, doch es fehlt die Kür. Dabei liegen gerade in der systematischen und ganzheitlichen Bewirtschaftung die größten Potenziale verborgen.



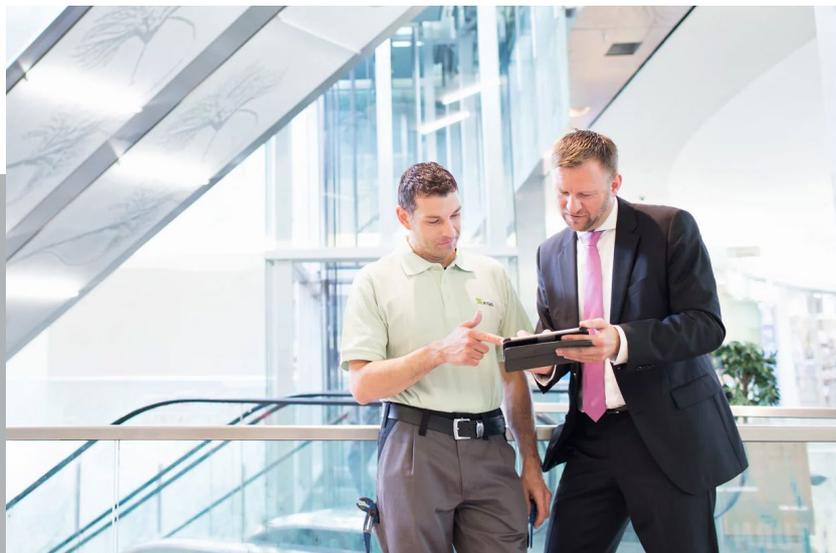


Der Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien zeigt wieder mehr Bewegung, das Vorjahresergebnis wurde um 92 Prozent übertroffen.

Die langfristige Perspektive

Für zahlreiche Eigentümer steht die kurzfristige Rendite im Vordergrund. Dafür sorgt auch die aktuelle Marktlage: Der Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien zeigt wieder mehr Bewegung, das Vorjahresergebnis wurde um 92 Prozent übertroffen. Fachmärkte bilden dabei mit 23 Prozent eine wichtige Objektkategorie. Nicht nur diejenigen, die gerade angekauft haben oder perspektivisch verkaufen wollen, versuchen nun, möglichst rasch ein Performance-Plus zu erreichen. Ein typisches Beispiel sind Immobilienfonds, für die oft nur eine relativ kurze Haltedauer vorgesehen ist.

Aber wäre es nicht sinnvoller, die Immobilie dauerhaft gut zu positionieren, um ihren Wert nachhaltig zu steigern? Die Entscheidung zwischen kurzfristigem Gewinn und langfristiger Wertschöpfung geht auch in der Immobilienwirtschaft mit einer gewissen Verantwortung einher. Wenn wir eine grüne Zukunft fördern wollen, müssen wir investieren – und nicht darauf warten, dass es andere für uns tun.



Beratung und Umsetzung

Das Angebot an möglichen Maßnahmen ist unübersichtlich groß: In den letzten Jahren sind sehr viele Unternehmen entstanden, die sich auf jeweils eigene Art und Weise auf Energieeffizienz spezialisiert haben. Bei der Vielzahl der Anbieter fällt es Eigentümern oft schwer, die richtige Wahl zu treffen. Ein strategisches Fundament, bei dem moderne Facility Services und eine tiefgreifende Expertise für Retail-Immobilien ineinandergreifen, ist deshalb entscheidend. Entsprechende Dienstleister sind auch als Berater wertvoll: Sie prüfen die jeweilige Ist-Situation kritisch und empfehlen substanziierte Ansätze, die größtmögliche Wirkung und Synergien erzielen. Erst dann ist eine Auswahl der exakten Kooperationspartner und die Umsetzung der Maßnahmen sinnvoll. Wenn diese strategische Grundlage jedoch nicht besteht, bringen Einzelmaßnahmen wenig Erfolg und fallen eher in die Kategorie „Pflichterfüllung“.

Vorausschauende Investitionen in ESG-Maßnahmen mit angemessenem Kapitaleinsatz zahlen sich langfristig aus, da sie den Wert einer Immobilie deutlich steigern. Die Sichtbarkeit ist dabei allerdings unterschiedlich. Natürlich bringt die Optimierung des Energieverbrauchs unmittelbare finanzielle Vorteile bei der nächsten Nebenkostenabrechnung. Andere Faktoren wie die Verbesserung der Aufenthaltsqualität sind weniger greifbar – schlagen sich aber perspektivisch in einer höheren Mietertreue oder größeren Einnahmen bei umsatzgekoppelten Mietverträgen nieder. Diese Effekte werden mit der Zeit umso sichtbarer, erfordern aber die richtige Vorbereitung. Deswegen ist ein offener, konstruktiver und strategischer Dialog zwischen Facility-Manager und Auftraggeber von Anfang an unerlässlich – statt eines Abarbeitens von Einzelmaßnahmen, die scheinbar am dringendsten sind.



Autor

Joaquin Jimenez Zabala
Geschäftsführer der WISAG Facility
Management Retail GmbH & Co. KG
joaquin.jimenezabala@wisag.de

WISAG