

CMC AKTUELLES

Wie entwickelt sich der „große Umbruch“ und wie wollen wir ihn gemeinsam gestalten?

„Wir leben in Wendezeiten – viel Spaß damit!“, sagte Prof. Lars Feld anlässlich der Präsentation des Frühjahrsgutachtens der Immobilienweisen im vergangenen Monat. Fraglich bleibt, wie tiefgreifend diese „Wendezeiten“ den Immobilienmarkt und uns Menschen wirklich beeinflussen und wie wir darauf reagieren werden.

Mit Blick auf die aktuellen Nachrichten aus der Immobilienwirtschaft lässt sich zumindest erahnen, welche Herausforderungen auf die Branche warten: Beispielsweise ist für die steigende Anzahl von Lebensmittellieferungen an den Endkunden zukünftig und bei weiter steigenden Umsatzanteilen, eine Anpassung der vorhandenen Infrastruktur unumgänglich. Andererseits wird aufgrund der herrschenden Inflationssorgen und der insgesamt geringeren Konsumneigung zu erwarten sein, dass bestimmte Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs und Modeartikel weniger Nachfrage erfahren werden, mit allen damit verbundenen Konsequenzen für die Vermieter von entsprechenden Einzelhandelsflächen.

Und auch in anderen Bereiche der Immobilienwirtschaft sind erhöhte Risiken erkennbar: Beispielsweise besteht laut dem aktuellen Pflegeheim-Rating-Report 2022 in Deutschland für jede 5. Einrichtung Insolvenzgefahr, aufgrund von steigenden Personalkosten und Fachkräftemangel. Last but not least ist die Hotellerie infolge der Ausgange- und Zugangsbeschränkungen sowie zahlreicher Reisebeschränkungen stärker als jede andere Branche von den Auswirkungen der Coronapandemie betroffen.

Diese Herausforderungen können nach Einschätzung der Immobilienweisen nur mithilfe höchstmöglicher Flexibilität bewältigt werden. Zudem soll es die Digitalisierung ermöglichen, auf das nachhaltig veränderte Konsumentenverhalten zu reagieren und eine „Verzahnung“ des Online-Bereichs mit stationären Dienstleistungen herbeizuführen. Zugleich wird im Frühjahrsgutachten 2022 ein Wandel von der reinen Verkaufsfläche zur „Begegnungsstätte mit gemischten Nutzungen“ vorhergesagt.

Nach meiner Ansicht ist eine tiefgreifende Veränderung bestehender Strukturen nur mit einer tiefgreifenden Bewusstseinsänderung zu bewältigen. Denn wer die Zwänge der wachstumsorientierten Konsumgüterindustrie kennt, kann sich leicht vorstellen, dass der preisorientierte Einzelhandel und auch solche Gastronomiebetriebe sowie die Budget-Hotellerie und Dienstleister zukünftig nur noch rentabel arbeiten können, wenn die notwendigen Investitionskosten auch mithilfe möglichst niedriger Betriebskosten zu erwirtschaften sind.

Viel tiefgreifender, aber auch zugleich menschenfreundlicher und nachhaltiger ist der Wandel, der sich in den vergangenen Jahren in dem kleinen Staat Bhutan vollzogen hat. Während in den Industriestaaten das Wohlbefinden der Einwohner am BIP (Bruttoinlandsprodukt) abgelesen wird, ist das BNG (= Bruttonationalglück) also das Glück der Bürger als Ziel von Entwicklung und Politik in Bhutan definiert worden.

Zu diesem Zweck wurden 1998 die vier Säulen des BNG entwickelt und eine staatliche Kommission mit der Umsetzung beauftragt. Die vier Säulen des BNG umfassen: Förderung einer sozial gerechten Gesellschafts- und Wirtschaftsentwicklung, Bewahrung und Förderung kultureller Werte, Schutz der Umwelt und effiziente Regierungs- und Verwaltungsstrukturen. Jetzt fragen Sie sich sicherlich, welche Veränderungen dieser „große Umbruch“ im Königreich Bhutan herbeigeführt hat.

Beispielsweise wurden neue Krankenhäuser gebaut und in medizinische Forschung investiert, wodurch die Lebenserwartung der Bhutaner anstieg. Durch den Neubau von Schulen und einen kostenlosen Zugang zur Bildung stieg die Alphabetisierungsrate von 2005 bis 2015 von 12 % auf 64 % an. Gleichzeitig wurde die Einfuhr von Tabak sowie Filialen von Fast-Food- und Hotel-Ketten verboten. Auch die Einfuhr von Plastikwaren aller Art wurde reglementiert. Dafür ist der Umweltschutz in der Verfassung verankert worden und seit dem Jahr 2020 wurde die Landwirtschaft komplett auf Bio-Produktion umgestellt.

Der Anteil der Menschen, die sich insgesamt als glücklich bezeichneten, betrug im Jahr 2015 in Bhutan laut BNG-Report rund 90 %. Wie viele Menschen würden sich in Deutschland als „allgemein glücklich“ bezeichnen?

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen vor allem Bewusstheit und gute Ideen und verbleibe mit herzlichen Grüßen

Ihr Dr. Patrik Schildgen



**VERMIETUNGS-HOTLINE
(+49) 2 11- 95 75 695-0**

**WIR
BERATEN
SIE GERN!**

CMC **VERMIETUNG**

Kosmetik-Anbieter sucht Standorte in 1A-Innenstadtlage!

Dieses Unternehmen vertreibt hochwirksame kosmetische Produkte natürlichen Ursprungs, mit dermatologisch getesteten Inhaltsstoffen. Darüber hinaus sorgt ein umfangreiches Nachfüllsortiment und die Verpflichtung zur Klimaneutralität, für eine Reduzierung der Umweltauswirkungen des gesamten Geschäftsbetriebes.

Gleichzeitig hat das Unternehmen eine Stiftung mit einer wichtigen Mission gegründet: Sie möchte helfen, eine skalierbare Lösung gegen die Armut in Entwicklungsländern zu finden und andere dazu inspirieren, es ihr gleichzutun. Mit ihrem ganzheitlichen Ansatz verbessert die Stiftung das Wohlbefinden der Menschen und schafft ein besseres Leben für die kommenden Generationen.

Für dieses Vertriebskonzept werden attraktive Standorte in sehr guten Lagen gesucht, mit folgendem Anforderungsprofil.

Region

Bundesweit Städte mit mindestens 100.000 Einwohnern. Aber auch in Buxtehude, Buchholz, Deggendorf, Fulda, Garmisch, Greifswald, Lindau, Minden, Pinneberg, Ratingen, Siegburg, Soest, Stade, Stralsund, Suhl, Wernigerode, Wesel, Westerland (Sylt)

Standorte und Flächenbedarf

- Ladenflächen in gut frequentierten 1A-Lagen
- Flächengröße: Etwa 100 – 300 m² Verkaufsfläche zuzüglich rund 50 – 100 m² Nebenflächen

CMC **INVESTMENT**

Sie wollen ein Gewerbeobjekt, ein Mehrfamilienhaus oder ein Grundstück mit Baurecht verkaufen?

Bitte senden Sie uns das entsprechende Kaufangebot per E-Mail zu, welches wir gerne vertraulich behandeln und lediglich ausgewählten Kunden präsentieren.

VERMIETUNGS-HOTLINE
(+49) 2 11- 95 75 695-0

**WIR
BERATEN
SIE GERN!**

CMC **KURZPROFILE**

Verschiedene Flächensuche:

Modehaus für Übergrößen:

Ladenflächen in Innenstadtlage in Berlin, Frankfurt a. M., Wiesbaden und München, mit einer Gesamtgröße von rund 800 – 1.200 m² gesucht!

Babymarkt:

Ladenflächen mit einer Gesamtgröße von etwa 1.000 – 1.500 m² zzgl. 300 – 500 m² Lagerfläche, Personalräume, WC (barrierefrei) und ca. 25 Parkplätze direkt vor dem Mietobjekt gesucht!

Friseur:

Ladenflächen in Fachmarktzentren oder Stadtteillage, mit einer Gesamtgröße von 60 – 150 m² in NRW, insbesondere Dormagen, Köln, Düsseldorf, inklusive Parkplätze gesucht!

Gastronomieflächen gesucht:

Ladenflächen in 1A-Innenstadtlagen, bundesweit in Städten ab 65.000 Einwohner, aber auch in Dorsten, Dülmen, Erkelenz, Lünen, Fulda, Germering, Greifswald, Hof, Kempten, Lindau, Plauen, Ratingen, Ruhpolding, Schwandorf, Starnberg, Straubing, Vechta, Wesel, Winterberg mit einer Größe von 120 – 350 m² (Nebenflächen und WC) gesucht!