

9 120043 910034 11

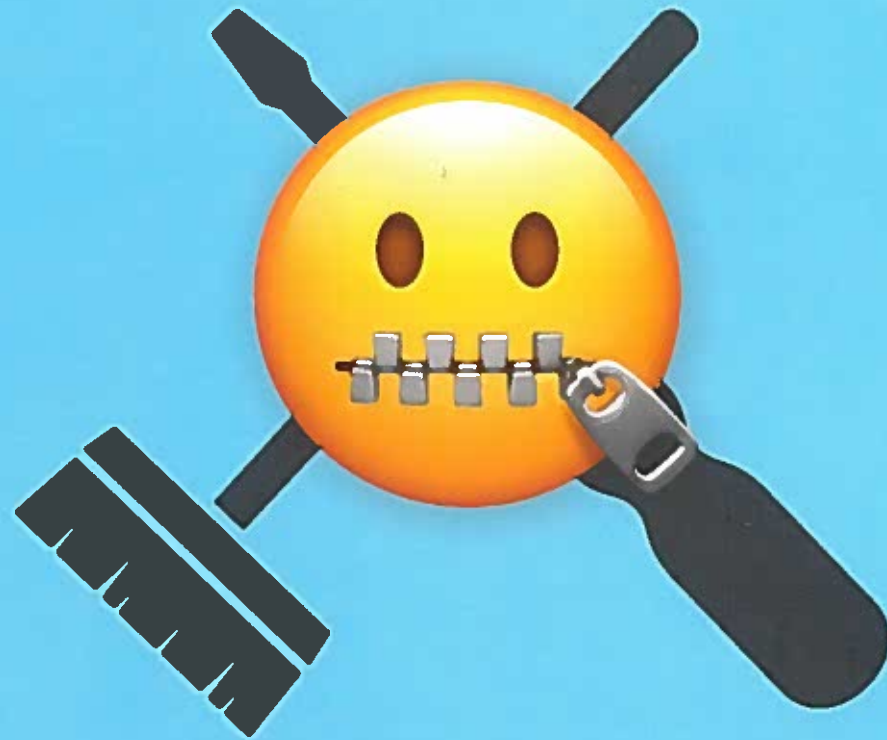
IMMOBILIEN MAGAZIN

DAS SCHWEIGEN DER FM'LER

**FM-RANKING: DIE BRANCHE DES SCHWEIGENS - UND WER
SELBSTSICHER GENUG IST**

**MAPIC-SPECIAL:
REZEPTE FÜR DEN EINZELHANDEL**

SCHAU INS LAND: WIEN



DURCHSCHAUEN

Sie den Markt.
Mit dem aktuellen
Büromarktbericht
Herbst 2018.

www.ehl.at



IMMOBILIEN MAGAZIN

DAS HENNE-EI-PRINZIP

Heuer sind knapp 300.000 m² Büroflächen auf den Wiener Büromarkt gekommen, sie werden gut angenommen. Doch neue Unternehmen siedeln sich in Wien kaum an, ältere Büroflächen stehen leer. Tut die Stadt Wien zu wenig, um den Standort zu vermarkten?

AUTOR: CHARLES STEINER

An der Lebensqualität kann es in Wien wohl nicht liegen. Mehrere Studien konstatieren der Donaumetropole absolute Bestwerte. Sämtliche Fundamentaldaten, die eine Stadt lebenswert machen, sind nicht nur hervorragend, sondern besser als in anderen Städten. Allerdings: In anderen Städten

siedeln sich internationale Unternehmen an, in Wien nicht. Woran liegt es also dann? Am Büromarkt? Unwahrscheinlich, heuer sind an die 300.000 m² top-moderne Flächen auf den Markt gekommen, und diese weisen auch sehr gute Vermietungsquoten auf. Allerdings zum Nachteil älterer Flächen, denn die stehen leer.

Die Frage, die also im Raum steht: Tut am Ende die Stadt Wien zu wenig, um den Standort zu promoten? Es war eine selten emotionale Debatte beim 5 o'clock Tea zwischen Michael Buchmeier (ÖRAG), Mario Stöckel (Colliers), Ewald Stückler (T.O.C.) und Karl Hosemann (Wirtschaftsagentur Wien) unter der Moderation von Gerhard Rodler – und sie hatte ein Happy End. Womöglich ist nämlich sozusagen ein Spatenstich für eine engere Zusammenarbeit zwischen der Immobilienbranche und der Wiener Wirtschaftsagentur gesetzt worden.

Keine Meter bei EU-Behörden

Doch worum ging es konkret? Die Immobilienbranche jedenfalls ächzt unter der Tatsache, dass ältere Büroflächen sehr schwer zu vermarkten sind, und wundert sich, warum internationale Unternehmen kaum einen Schritt nach Wien setzen, um dort Unternehmenszentralen aufzubauen. Auch habe Österreich versucht, im

Spannende Diskussion: Michael Buchmeier, Mario Stöckel, Gerhard Rodler, Ewald Stückler und Karl Hosemann (v.l.).



AIRPORTCITY VIENNA: STEIGEN SIE EIN.

Alles, was Sie und Ihre Mitarbeiter brauchen, befindet sich an einem Ort: AIRPORTCITY VIENNA. So einfach ist das.



ILLUSTRIRT VON MERCEDES GEISSBERGER



SO FÜHLT SICH AIRPORTCITY AN. KONTAKTIEREN SIE UNS:
+43 1 7007-7007, info@airport-city.at, www.airport-city.at

AIRPORTCITY
via VIENNA



Michael Buchmeier erklärte, man müsse als Immobilienbranche in Vorleistung treten und bauen, bevor sich Unternehmen ansiedeln könnten.

Zuge des bevorstehenden Brexits die Europäische Arzneimittelbehörde EMA oder die Europäische Bankenaufsicht nach Wien zu bekommen – doch der Versuch schlug fehl. Der Standort erhielt lediglich drei Punkte – und auch nur deshalb, weil sich Österreich selbst gewählt hatte. Und so stand der Vorwurf im Raum, dass es wohl an der Wirtschaftsagentur Wien liegen müsse, dass sich keine internationalen Unternehmen ansiedeln. Zumindest ein willkommener Anlass, diese Bedenken während der Diskussion bei Karl Hosemann abzuladen. Ewald Stückler erklärte, mit dem Prädikat „lebenswerte Stadt“ allein reißt man kein Leiberl, Mario Stöckel befürchtete gar, dass Wien seine Position als Tor zum Osten verloren hat, und Michael Buchmeier meint, dass man diese Position ohnehin gar nicht hatte. Genug Stoff also, um die Wirtschaftsagentur in die Bredouille zu bringen.

Andere Faktoren

Doch Hosemann wusste sich argumentativ zu wehren: Die Wirtschaftsagentur sei im Vorjahr in 20 Ländern und über 80 Städten gewesen, seit 2014 hätten sich 4.000 Unternehmen in Wien angesiedelt. So schlecht sei die Bilanz also gar nicht. Aber: Bei der Ansiedelung großer Unternehmen, so führte er aus, spiele die Immobilie nur eine von vielen

Rollen. Bei Anfragen von Unternehmen gehe es mehr um Infrastruktur, Anbindung, Ausbildung, Geschäftsmöglichkeit, verfügbare Fachkräfte, zu entrichtende Lohnnebenkosten, Mitarbeitertransfer, internationalen Wettbewerb, Beschaffungsmarkt, und, und, und... „Wie Sie bemerken, taucht das Thema Immobilien da erst sehr spät auf. Die erste Frage ist also der Standort. Und erst dann stellt sich die Frage nach verfügbaren Immobilien. Und was wir als Wirtschaftsagentur nicht können, ist Immobilien zu verkaufen oder zu vermieten“, so Hosemann.

Die Zuseher werden es bald bemerkt haben – die Stimmung begann sich also zu drehen. Mario Stöckel erwiderte auf Hosemanns Ausführungen, dass wenn Unternehmenszentralen gewechselt werden, dies auch sehr oft als Anlass genommen werde, die Mitarbeiteranzahl zu verschlanken, weswegen dann die vermieteten Flächen kleiner würden.

„Das ist schon richtig, dass Sie nicht Immobilien verkaufen können, das ist unser Job“, so Stöckel in Richtung Hosemann. „Aber wir haben in Wien wirklich tolle Produkte am letzten Stand der Technik.“ Woran es mangle sei, wie man die Zielgruppe nach Wien bekomme. „Vielleicht weni-

ger produzieren“, kontert Hosemann. Ewald Stückler gesteht daraufhin der Wirtschaftsagentur zumindest zu, dass es „Gott sei Dank gelungen ist, Konzerne zumindest in Wien zu halten.“ Dennoch: „Ohne Unternehmen brauchen wir keine Immobilien, das ist der Punkt. Solange es keine Unternehmen gibt, die sich zu Österreich committen, bauen wir zwar Immobilien, die schön sind, aber dann in Schönheit sterben“, so Stückler.

Vorleistung

Michael Buchmeier warf zum Thema Überproduktion ein, dass es mehr ein

Henne-Ei-Prinzip sei. „Warum machen wir so viele Flächen, wenn wir sie womöglich nicht brauchen? Ganz einfach: Ich möchte von keiner Agentur – weder Ihrer noch von der Austrian Business Agency – hören, die dann sagt, wir hätten zwar einen Top-Mieter, und wir müssten dann von der Immobilienseite sagen – oje, wir haben die Flächen nicht.“ Man müsse in Vorleistung treten, eine Immobilie bei Interesse erst zu bauen und dann drei Jahre später fertigzustellen – das sei problematisch, denn dann sei der Top-Mieter irgendwo – nur nicht in Wien.

Einigung

Das Resultat dieser – stellenweise auch hitzigen – Debatte: mehr Zusammenarbeit. Man war sich schnell einig, dass sowohl die Immobilienseite als auch die Wirtschaftsagentur im selben Boot sitzen, denn beide streben danach, Unternehmen nach Wien zu bringen. Hosemann lud die Vertreter ein, einmal bei der Wirtschaftsagentur vorstellig zu werden oder einmal anzurufen – womöglich könne man so gemeinsam Lösungen für den Wiener Büromarkt erarbeiten. Man darf gespannt sein, ob dieses Angebot angenommen wird. ■

Das beste Kundenerlebnis hat einen Namen: Signature Service von Otis

Prominent unterstützt wird Signature Service von einem neuen Branding – der Mensch steht im Vordergrund.



Schon 2000 hat Otis mit der Gen2 Technologie neue Maßstäbe in der Aufzugsbranche bei Nachhaltigkeit und Verfügbarkeit gesetzt. Damals wurden Messpunkte integriert, die potentiell mehr als 6000 Datensätze abrufen

konnten. „Diese Technologie wurde fortlaufend entwickelt. Aber erst die jüngsten Möglichkeiten durch Cloud-Computing boten Werkzeuge, mit denen wir unsere Wartung auf das nächste Level heben konnten“, erklärt Roman Teichert, Geschäftsführer Otis Österreich. „Signature Service von Otis ist sehr eng mit dem Internet der Dinge (IoT) verbunden. Denn durch den Einsatz modernster Technologie ist Otis in der Lage, die bereits im Frühjahr angekündigte, vorausblickende Wartung flächendeckend anzubieten.“

Direkter Datenzugriff rund um die Uhr

„Service bedeutet bei Otis, dass wir jederzeit erreichbar sind, äußerst transparent agieren und unseren Kunden durch die Verwendung modernster Kommunikationsmittel auch zusätz-

liche Dienstleistungen anbieten können, die bisher in dieser Form nicht möglich waren“, erklärt Teichert. Durch die Vielfalt an neuen Tools wird es den Kunden möglich sein, noch rascher und intuitiv auf die Daten zuzugreifen und die wichtigsten Informationen jederzeit parat zu halten. 24 Stunden am Tag, 7 Tage pro Woche. Ein neues Kundenportal ermöglicht Echtzeitzugriff auf alle Daten rund um den Aufzug. Mit vielen Apps und Services ist es künftig noch schneller möglich, Verbindung mit dem Aufzug selbst aufzunehmen oder wichtige Kommunikationsinhalte mit den Aufzugsnutzern zu teilen. Zeitnah soll auch die Integration von Programmierschnittstellen den Import von Daten in die betriebseigenen Software-Lösungen der Kunden ermöglichen. www.otis.at