

Oktober 2019

Insights

Real Estate



Neuerfindung der High Street –

In Frankreich fördern Onlinehändler eine überraschende Entwicklung

London für die Zukunft gerüstet –

Immobilien bieten weiterhin attraktive langfristige Anlagemöglichkeiten

Immobilienwirtschaft & Digitalisierung –

Sinnvoll bis zu welchem Grad?

Inhalt

3

Makroökonomie

Die Weltwirtschaft kühlt sich stark ab, die Immobiliennachfrage bleibt hoch.

4

Von Alpin zu Urban

Die Schweizer Hotellerie ist im Umbruch begriffen.

6

Neue Klientel für High-Street-Lagen

Französischer Onlinehandel auf der Suche nach physischen Standorten.

8

Londons anhaltender Reiz für Anleger

Warum London weiterhin attraktive langfristige Anlagemöglichkeiten bietet.

10

Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft

Digitale oder analoge Produkte und Prozesse? Inspirierende Antworten aus der Automobilindustrie.



Editorial

Sehr geehrte Leserinnen und Leser

Das Veränderungstempo ist seit der letzten Insights-Ausgabe hoch geblieben. Die Zinsen sind weiterhin niedrig und der Markt erwartet weitere Senkungen. Dies dürfte die relative Attraktivität von Immobilienanlagen in Europa aufrechterhalten, obschon es zwischen einzelnen Ländern Unterschiede gibt.

In Grossbritannien erklären wir, wie sich London durch seinen Status als globale Stadt seine Widerstandsfähigkeit auf Dauer sichern kann und nach welchen Eigenschaften Investoren suchen sollten, um die wachstumsstärksten Teilmärkte zu identifizieren. In der Schweiz gingen die Gästezahlen in Berghotels zurück; bei Touristen sind vermehrt Städtetrips gefragt. Neue Hotelentwicklungen dürften diesem Trend folgen.

In Frankreich feiern High-Street-Lagen ein Comeback und könnten sich gegen den Online-Handel behaupten. Grosse Player im digitalen Markt tendieren bereits zu stationären Ladenformaten. In Deutschland untersuchen wir, in welchem Ausmass die Digitalisierung in der Immobilienbranche sinnvoll ist – mit Beispielen aus der Autoindustrie.

Veränderungen, mit ihren Vor- und Nachteilen, sind das grosse Thema dieser Ausgabe. Ich hoffe, Sie finden beim Lesen viel Aktuelles und Informatives.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mächler'.

Stefan Mächler
Group Chief Investment Officer Swiss Life

Ein Kontinuum im Fluss der Veränderung

Während Anfang 2018 noch von Aufschwung die Rede war, wird im zweiten Halbjahr 2019 nun von der Möglichkeit einer Rezession gesprochen. Das ökonomische Umfeld befindet sich in stetiger Veränderung, aber eines bleibt gleich: die Nachfrage nach Immobilienanlagen.

Francesca Boucard, Economist Real Estate, Swiss Life Asset Managers

Im Sommer 2018 wurde erstmals von einer möglichen Rezession gesprochen, nachdem die Märkte zuvor einen synchronen globalen Aufschwung erlebt hatten und die Stimmung entsprechend nicht mehr so düster war. Ein Jahr später hat sich die Wirtschaftsdynamik aber tatsächlich abgekühlt und die Wahrscheinlichkeit, vereinzelt Rezessionstendenzen zu beobachten, hat weiter zugenommen. Die Eurozone hat mit Deutschland aufgrund seines schwächelnden Industriesektors ein neues Problemkind und die Vorlaufindikatoren signalisieren einen anhaltenden Rückgang in der Industrieproduktion im dritten Quartal. Angesichts der Grösse der deutschen Wirtschaft schwächt das Risiko einer leichten Rezession positive Trends anderswo in der Eurozone ab. Auch in Italien, einem anderen Schwergewicht der Eurozone, steigt die Wahrscheinlichkeit einer temporären Rezession. Positiv zu sehen ist, dass Frankreich den globalen Gegenwind weniger zu spüren scheint. Die Konsumentenstimmung erholte sich im zweiten Quartal und der Einkaufsmanagerindex lag nahe der 50-Punkte-Expansionsmarke. In Grossbritannien bleibt die Brexit-Unsicherheit bestehen: Boris Johnson, der neue Premier, wird schon bald den Brexit-Deal neu verhandeln wollen. Es bleibt indes nur noch wenig Zeit und die scheinbare Kompromisslosigkeit der EU dürfte die Brexit-Ungewissheit künftig weiter steigern.

Als wäre dies nicht genug, ergibt sich aus einem Vergleich der Fed-Zins-Prognosen für 2018 und 2019 eine grosse Abwei-

Globale Gesamtverschuldung mit negativer Rendite (USD)



chung. Vor einem Jahr ging man von Zinsanhebungen im Jahr 2019 aus, aber es kam anders: Im Juli senkte das Fed die Zinsen erstmals seit 2008, und für das dritte Quartal 2019 wird eine weitere Senkung erwartet. Die Begründung ist umstritten, aber es gibt zurzeit kein Wirtschaftsszenario, das steigende Zinsen beinhaltet. Dies spricht sehr stark für Immobilienanlagen. Dennoch nahmen die Transaktionsvolumen, und teilweise auch die Renditen, im ersten Halbjahr 2019 ab. Grund dafür sind die abflauende Wirtschaft und die hohen Preise, aber vor allem der Mangel an hochwertigen Objekten. In einem solchen Umfeld ist die Objektauswahl zentral, besonders weil Immobilien nicht in einen Topf geworfen wer-

den können. Der Einzelhandelssektor hat zwar mit strukturellen Veränderungen zu kämpfen, aber sehr gute Standorte sind in Europa nach wie vor vorhanden – speziell in Ländern, wo der Einzelhandel noch dominiert, wie in Spanien und Italien. Gleichzeitig sind wir überzeugt, dass der Immobilienmarkt Londons dank der Vielfalt in den Märkten und der Polarisierung in verschiedenen Teilmärkten dem aktuellen Umfeld standhalten wird. Beim Anlegen sind es die Geschichten hinter den nachhaltigen Erträgen der einzelnen Objekte, die ausschlaggebend sind. ■

12. August 2019

Städte statt Berge

Die Schweizer Hotelbranche verzeichnet seit langem wieder eine Zunahme bei den Logiernächten. Getrieben ist diese Entwicklung von den wachsenden Tourismusströmen in den Grosstädten. Der Alpentourismus befindet sich hingegen mitten in einem langwierigen Strukturwandel. Bei Hotelinvestitionen gilt es dieser Zweiteilung des Marktes Rechnung zu tragen.

Alfonso Tedeschi, Real Estate Product & Service Manager, Swiss Life Asset Managers

Die Hotellerie in der Schweiz verzeichnete gemäss BFS in der touristischen Wintersaison (November 2018 bis April 2019) insgesamt 16,7 Millionen Logiernächte und damit das beste Ergebnis seit der Wintersaison 2007/2008. Gegenüber der Vorjahresperiode wurde eine Zunahme von 0,7% (+117 000 Logiernächte) registriert. Auch die Aussichten sind seit langem wieder positiv. Das Forschungsinstitut KOF prognostiziert für 2019 und 2020 einen Anstieg der gesamtschweizerischen Logiernächte von 2,7% bzw. 2,4%.

Städtetrip statt Skifahren

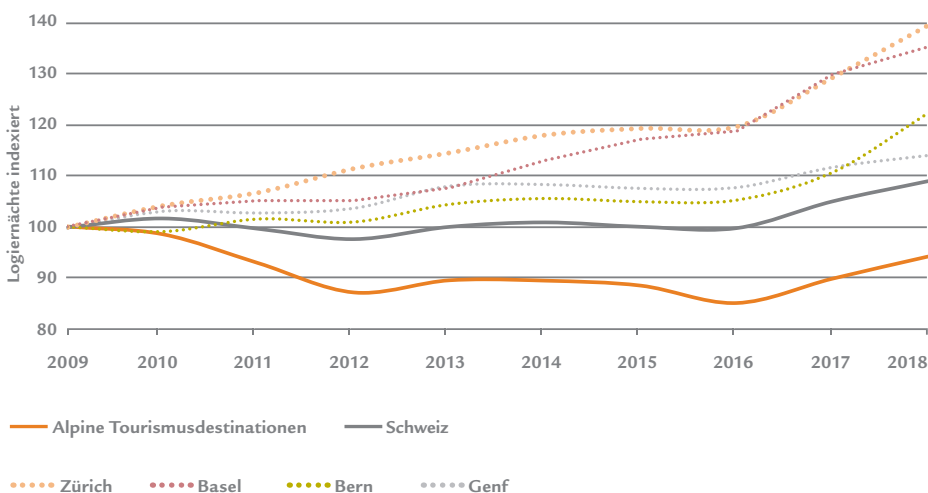
Das kurzfristige Ansteigen der Logiernächte kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Schweizer Tourismus schwierige Jahre hinter sich hat. Der starke Franken und strukturelle Veränderungen durch Konkurrenz von Sharing Economy (z. B. Airbnb) setzen den traditionellen Hotelanbietern zu. Aber nicht der ganze Sektor leidet – in den Schweizer Grosstädten ist die Zahl der Übernachtungen seit 2008 um knapp 30% gestiegen. Besonders stark ist der Anstieg in den Städten Zürich

(+40%) und Basel (+35%). Etwas moderater verlief er in Bern (+22%) und Genf (+14%). Hotels im urbanen Raum profitieren insbesondere von einem höheren Anteil an Geschäftsreisenden aber auch von einem zunehmenden Trend in Richtung Städtetourismus. Im gleichen Zeitraum ist in den alpinen Destinationen die Anzahl der Übernachtungen mit rund 6% rückläufig.

Vormarsch der internationalen Hotelketten

Die erfreulichen Zahlen des Schweizer Städtetourismus sind auch im Ausland nicht unbemerkt geblieben. Zahlreiche internationale Hotelbetreiber haben seit 2017 den Markteintritt in die Schweiz gesucht. Dass die Schweizer Hotellerie-Szene in Bewegung ist, lässt sich am Beispiel Zürichs illustrieren. Im Raum Zürich sind seit 2017 acht neue Hotels mit fast 1600 Zimmern entstanden. Bis Ende 2021 befinden sich mindestens neun weitere Hotels mit insgesamt 1600 Zimmern in Planung. Die grosse Mehrheit dieser Hotels wird von internationalen Hotelketten betrieben. Das neue Angebot konzentriert sich hierbei auf die Stadt Zürich und die Agglomerationsgemeinden in der Nähe des Flughafens. Per Ende 2018 gab es in der Stadt Zürich rund 120 Hotels mit 15 000 Zimmern. Mit der geplanten Projektpipeline soll das Angebot, gemessen an der Anzahl Zimmer, um über 10% erweitert werden.

Entwicklung Logiernächte in Schweizer Tourismusdestinationen



Quelle: BFS und Swiss Life Asset Managers

Erfolgsfaktoren in der Stadt

Der Markteintritt dieser neuen Teilnehmer wird den Konkurrenzkampf intensivieren und auf individueller Ebene neue Gewinner und Verlierer schaffen. Nebst einer strategisch guten Lage sind eine klare Positionierung und Spezialisierung von zentraler Bedeutung. Als weiterhin erfolgsversprechend erachten wir innovative Hotels mit moderatem Preisniveau und modernem Design an zentralen Lagen. Optimistisch zeigen wir uns für Hotelprojekte von erfahrenen Betreibern, welche aufgrund ihrer unmittelbaren Nähe zum Flughafen und ihres Konzeptes bewusst auf das Wach-

stumssegment der Geschäftsreisenden abzielen. Aber auch etablierte Luxushotels können angesichts ihrer Alleinstellungsmerkmale und einem klaren Fokus auf eine Kundengruppe weiterhin sehr hohe Auslastungsquoten ausweisen. Im Gegensatz dazu droht Objekten an dezentralen Lagen und mit veralteten Konzepten die Verdrängung. In diesem herausfordernden Umfeld werden die genaue Koordination von Kundenbedürfnissen und angebotenen Leistungen, die Auswahl eines erfahrenen Betreibers sowie eine sorgfältige Standortauswahl zu kritischen Erfolgsfaktoren für Hotelinvestitionen. ■

In der europäischen Hotelstrategie von Swiss Life Asset Managers wird ein paneuropäisches Core/Core+-Portfolio aus primär 3-Sterne- und 4-Sterne-Hotels an urbanen Lagen aufgebaut. Ziel sind stabile Erträge über indexierte langfristige Mietverträge und attraktive Renditen für Anleger. Der Anlageschwerpunkt liegt auf West- und Südeuropa. Die Strategie wird durch Trends wie mehr Reisen in europäische Gateway-Städte oder das Konsumverhalten der Millennials unterstützt und richtet sich an internationale institutionelle Anleger.

Hotelprojekte in der Region Zürich



Stadtzentrum

	Zimmer	Eröffnung
1 25 Hours, Kreis 4	170	2017
2 Motel One, Kreis 2	394	2017
3 Acasa Suites, Kreis 11	140	2017
4 a-ja Resort Zurich, Kreis 9	319	2018
5 Citizen M, Kreis 9	160	2019
6 Sorell Hotel St. Peter, Kreis 1	100	2020
7 Green City Hotel, Kreis 2	170	2021
8 Hotel Ruby, Kreis 1	210	2021

Ausserhalb Stadtzentrum

	Zimmer	Eröffnung
9 B&B Hotel Zurich Airport, Rümlang	170	2018
10 B&B Hotel, Wallisellen	142	2019
11 Hilton Garden Inn, Spreitenbach	119	2019
12 Hotel Harry's Home, Wallisellen	123	2019
13 Hyatt Place, Kloten	300	2020
14 Hyatt Regency, Kloten	250	2020
15 Intercity Airport West Gate, Kloten	250	2020
16 Leonard Hotel Zurich Airport, Kloten	116	2020
17 Niu Hotel, Glasquartier, Bülach	131	2021

● Kürzlich eröffnet ● Eröffnung geplant

Quelle: htr.ch und Swiss Life Asset Managers

Neue Formen des Onlinehandels ziehen in die High Street ein

Obwohl der Einzelhandel in Europa gerne schlecht geredet wird, entwickeln sich High-Street-Lagen in grossen französischen Städten trotz solidem Online-Wachstum gut. Dank der Kombination aus Online- und stationärem Handel gelingt es dem Einzelhandel seine Profitabilität zu steigern. Parallel dazu erhöhen sich auch die Erträge der Gebäudeeigentümer.

Beatrice Guedj, Head of Research & Innovation, Swiss Life Asset Managers France

In Europa werden Einzelhandel-REIT aufgrund der anhaltenden Risikoaversion bei Einkaufszentren mit einem Abschlag von durchschnittlich 30% unter dem NAV gehandelt. Jedoch hielten sich 2018 laut MSCI die Gesamtertritte von High-Street-Teilmärkten in wohlhabenderen europäischen Hauptstädten gut. In Paris etwa lagen die Gesamterträge bei durchschnittlich 7,4%, während Einkaufszent-

ren insgesamt hinterherhinkten. High-Street-Geschäfte in anderen Grossstädten Frankreichs sind ebenfalls gut aufgestellt, trotz einem Online-Wachstum von 14% jährlich seit 2011.

Der Einzelhandel von heute fliesst über mehrere Kanäle, insbesondere auch über das Mobiltelefon: M-Commerce macht 25% des Gesamtumsatzes im französischen Onlinehandel aus. Dies gemäss FEVAD,

der nationalen Vereinigung zur Umsatzmessung im Onlinehandel. In den Städten sind Synergien aus Online- und stationärem Handel für Konsumenten und Einzelhändler ideal.

Cleverer Mix aus Online- und stationärem Handel

Bei den Einzelhändlern steigert der Onlinehandel die Wettbewerbsfähigkeit. Er erhöht die Besucherfrequenz in den Ladengeschäften – etwa durch «Click & Collect». Durch Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette können die Einzelhändler die Logistik optimal handhaben und prognostische Algorithmen auf ihre Läden anwenden – insbesondere an High-Street-Lagen mit beschränkter Lagerfläche. In Paris können Luxus- und Massenmarken ihr Angebot beispielsweise vorab auf ihr Viertel, ihre Strasse und ihren Laden zuschneiden. Dank einer Kundenprofilierung mittels quantitativer Methoden, die auf neuronalen Netzwerken oder künstlicher Intelligenz basieren, sind Marken in der Lage, Algorithmen anzupassen. Auf diese Weise können sie in ihrem High-Street-Portfolio den Umsatz pro Quadratmeter steigern.

Online-Hauptakteure: unerwartete Veränderungen

Bei Pure-Playern (ausschliesslich im Onlinebereich aktive Händler) ist der französische High-Street-Markt zunehmend

Ein belebtes Viertel an 31, Boulevard Sébastopol in Paris.



Quelle: Terreis

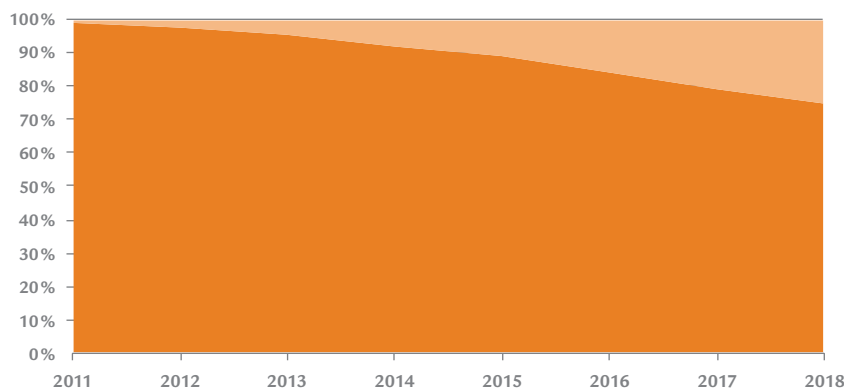
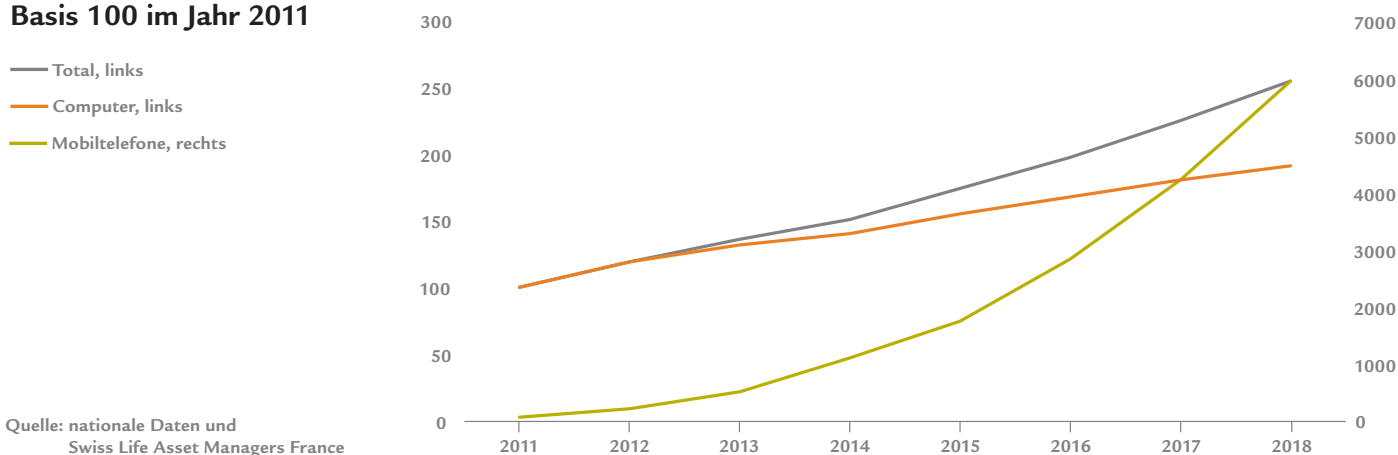
gefragt, denn sie leiden unter den exponentiellen Kosten der Rückwärtslogistik, der Kehrseite der kostenlosen Lieferung zwecks Konsumentenbindung. Letzten Dezember gab ASOS, der führende Online-Pure-Player in der britischen Modebranche, eine Gewinnwarnung heraus: Seine Aktie brach um fast 40% ein, was infolge der steigenden Grenzkosten in der Rückwärtslogistik einen Dominoeffekt bei anderen grossen Online-Marken auslöste. Derweil wollen viele Online-Akteure ihr Geschäftsmodell anpassen und vermehrt auf High-Street-Lagen ausrichten. In Frankreich optimieren grosse Online-Händler wie Fnac, Leclerc und Carrefour (laut FEVAD 24%

der Top Ten) ihr High-Street-Portfolio, indem sie online und offline verbinden. Amazon, Vente privée, C-discount und Groupon (50% der Online-Nachfrage) suchen derzeit neben dem traditionellen «Click & Collect» High-Street-Lagen in Frankreich, um ihre Profitabilität zu steigern.

High-Street-Standorte verändern sich auch anderswo. Zalando, der deutsche Online-Mode-Retailer, ist wohl allen voraus in Sachen Online-Einkaufserlebnis, Lieferung und der Nutzung von Synergien zwischen High-Street und Logistik. Obwohl letztere das Rückgrat seines Geschäfts bildet, nutzt Zalando heute ein grosses Netzwerk von High-Street-Händlern in

Deutschland, um ein breiter gefächertes Einkaufserlebnis bieten zu können. So werden die Kosten der Rückwärtslogistik gesenkt und High-Street-Läden in Sekundär- oder Tertiärstädten wiederbelebt. «Phygital» ist die neue Realität im High-Street-Einzelhandel. ■

Umsatzrends im Zeitverlauf Basis 100 im Jahr 2011



Onlinehandel – Aufteilung des Umsatzes

- Computer
- Mobiltelefone

Quelle: nationale Daten und Swiss Life Asset Managers France

London bietet attraktive langfristige Immobilien-Anlagemöglichkeiten

London ist für die Zukunft gerüstet. Die Stadt bietet einige zentrale Eigenschaften: Gute Erschliessung, Netzwerke und eine interessante Demografie – gute Zeichen für eine langfristige Mieternachfrage. Das Angebot an hochwertigen Flächen dürfte zudem beschränkt bleiben. Zusammengenommen werden diese Bedingungen das Mietwachstum stützen.

Frances Spence, Research, Strategy & Risk, Mayfair Capital Investment Management Ltd.

Das EU-Referendum liess Ängste bezüglich des Londoner Immobilienmarkts aufkommen. Grossbritannien hat die EU zwar noch nicht verlassen, aber London hat sich bisher sehr robust gezeigt. Jobs wurden geschaffen und viele internationale Firmen wie Google und die Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung haben der Stadt neue Zusagen gemacht.

EU-Mitgliedschaft Grossbritanniens abhängig sind: Standort, Zeitzone, Sprache, Arbeitskräftepotenzial, Infrastruktur und Kultur. Die Vermietungsaktivität und globale Talentumfragen zeigen, wie beliebt London auch nach dem Referendum ist. Langfristige Kapitalanlagen in sichere Objekte in London bleiben vielversprechend.

Kurzfristige Volatilität möglich

Obwohl London dem Brexit wohl besser standhalten kann als gedacht, wird die Stadt gegen Veränderungen in der Beziehung zur EU nicht vollends immun sein. Finanz- und Versicherungsdienstleistungen sind durch ihre Abhängigkeit von der Regulierung am meisten betroffen, aber die Arbeitsmigration war bisher recht ver-

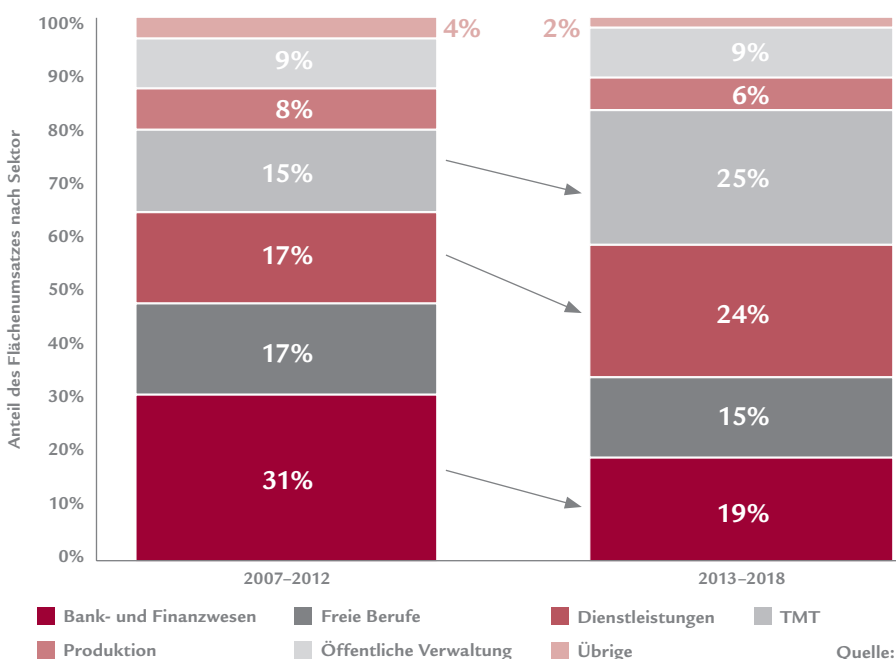
Eine vielfältigere Mieterbasis

Londons Mieterbasis wurde in den letzten Jahren vielfältiger, weil das Beschäftigungswachstum zu wissensbasierten Jobs im freiberuflichen, im wissenschaftlichen und im Technologiesektor neigt und weniger zum Finanz- und Versicherungssektor. Diese Industriezweige sind in einem globalen Markt tätig, in dem der Zugang zu Talenten der grösste Standorttreiber ist. Hier bewegt sich London auf Augenhöhe mit anderen Städten der Welt und nicht nur in einem britischen oder paneuropäischen Kontext. London wird also den Brexit-Risiken vermutlich weniger stark ausgesetzt sein als zunächst befürchtet.

Londons langfristige Wettbewerbsfähigkeit bleibt ungeschmälert

Zudem dürfte London bei Talenten und Mietern beliebt bleiben, egal, wie der Brexit ausgeht. Denn die Attraktivität stammt primär von Faktoren, die nicht von der

Vielfältigere Bürovermietungsaktivität in London



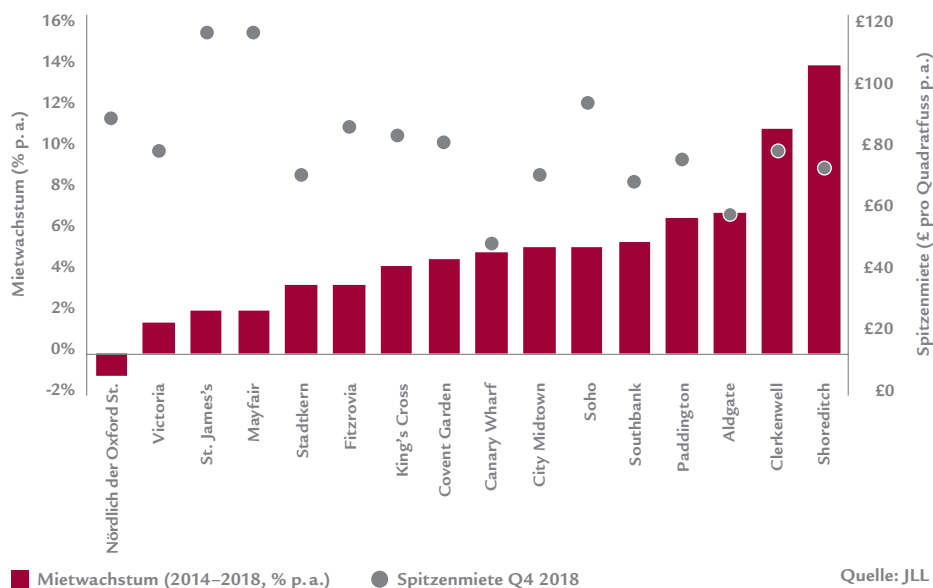
halten. Die Brexit-Unsicherheit dürfte im Markt eher kurzfristig für Volatilität sorgen. Für jemanden mit längerfristiger Ausrichtung könnte diese Volatilität eine Kaufmöglichkeit darstellen.

Stadtkerns. Daher ist bei der Prüfung von Möglichkeiten eine gründliche, lokale Analyse erforderlich, wenn man die Dynamik in einem Teilmarkt verstehen will. ■

Performance variiert zwischen Teilmärkten

Während die Bedingungen am Vermietungsmarkt in London günstig sind, gibt es in den einzelnen Sektoren grosse Unterschiede und uneinheitliches Mietwachstum. Dies ist teils auf die unterschiedliche Angebots-/Nachfragedynamik zurückzuführen, aber auch auf die Auswirkung von Anlagen in neue Infrastruktur und Verbesserungen im urbanen Raum. Einige Teilmärkte werden von Verbesserungen im Transport, wie der neuen «Elizabeth-Linie», und grösseren Stadterneuerungen profitieren. Somit sind sie im Hinblick auf eine Outperformance gut positioniert, denn die steigende Mieternachfrage untermauert das markante Mietwachstumspotenzial. Zu diesen Teilmärkten gehören Paddington, South Bank und der Rand des

Unterschiedliches Mietwachstum bei Büros in London



Das Bonhill Building, Shoreditch, London – kürzlich durch Swiss Life Asset Managers erworben.



Quelle: Colliers International

Wie viel Digitalisierung lohnt sich in der Immobilienbranche?

Wir diskutieren über Blockchain, Big Data und «smarte» Mietverträge. Gleichzeitig wollen wir einfache, langlebige Produkte und Digital Detox. Wie passt das zusammen? Auf der Suche nach Antworten sollte sich die Immobilienbranche inspirieren lassen – unter anderem von einem berühmten Geländewagen.

Holger Matheis, Member of the Executive Board, BEOS AG

Es ist nur natürlich, mit der eigenen Firma die Rolle als Vorreiter – oder neudeutsch: Thought Leader – erreichen zu wollen. Jedoch stellt sich dabei die Frage, wie viel Digitaltechnologie tatsächlich hilfreich ist. Hierfür gilt: Mehr ist nicht grundsätzlich besser. Stattdessen sollten die Unternehmen erstens hinterfragen, ob sie eher ein analoges oder ein digitales Produkt herstellen wollen. Zweitens sollten sie ihre eigenen Prozesse unter ebendiesem Gesichtspunkt analysieren.

Ein Vorbild aus der Automobilindustrie

Dass man zwischen Produkt und Prozessen unterscheiden sollte, lässt sich an einem Beispiel aus der Automobilindustrie gut konkretisieren: Der Land Rover Defender wurde in verschiedenen Modellreihen mehr als 70 Jahre lang produziert. Das Fahrzeug hat sich dabei nur wenig verändert, die Ingenieure setzten stets auf einen simplen Aufbau mit weitgehend analogen Bauteilen. Diese Einfachheit hat sich ausgezahlt:

Bis heute sind noch etwa drei Viertel aller jemals produzierten Defender fahrtüchtig. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Wandelbarkeit des Fahrzeugs – das nicht nur als Geländewagen, sondern häufig auch als Feuerwehrfahrzeug oder Krankentransporter zum Einsatz kommt.

Ganz anders verhält es sich jedoch beim Produktionsprozess: Während die ersten Defender langwierig in Handarbeit produziert wurden, kamen schon bald Industrieroboter zum Einsatz, die die Präzision der Fertigung erhöhten und die Kosten senkten.

Lerneffekte für die Immobilienbranche

Die Parallelen zur Immobilienbranche sind unverkennbar: Statt um Roboterarme geht es darum, wie digital Asset Manager und andere Akteure ihre Prozesse koordinieren, und ob die «Land-Rover-Philosophie» auch auf das Produkt Immobilie anwendbar ist. Der Prämisse, so einfach, robust und flexibel wie möglich zu bauen, steht das Trendthema «Smart Buildings» gegenüber – in denen sich das Deckenlicht automatisch anpasst und die Heizung selbstständig einen Schaden meldet.

Wenn sich ein Immobilienunternehmen entscheiden muss, wie viel Digitalität es wagen sollte, hilft es, folgende Fragen zu beantworten: Wie flexibel, reversibel und erweiterbar ist das analoge beziehungsweise das digitale Produkt? Wie oft wird eine neuartige



Quelle: BEOS AG

Die «Kupferhütte» im Kölner Carlswerk vor dem Umbau...

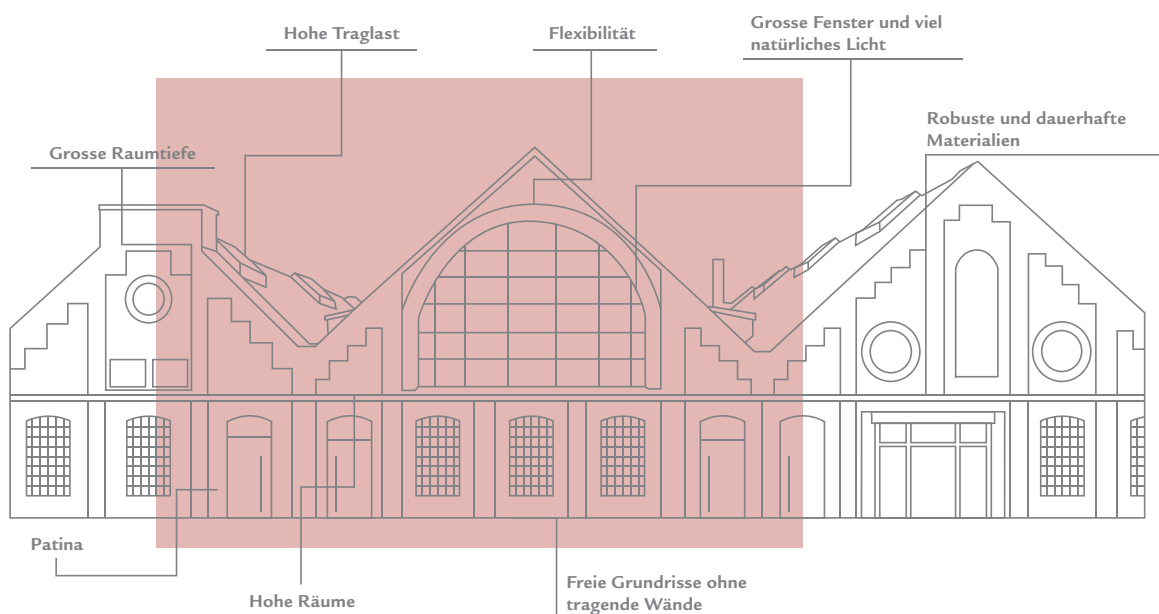
digitale Funktion tatsächlich abgerufen? Bietet sie der Zielgruppe einen echten Mehrwert? Überall dort, wo die analoge Lösung die nachhaltigere ist, sollte das Unternehmen auch konsequent analog bleiben.

Wir sind davon überzeugt, dass unter Berücksichtigung all dieser Faktoren für die Immobilienbranche aktuell ein Mittelweg zwischen analog und digital die beste Variante ist – die «Digilogisierung». Auf der einen Seite sollten wir so einfach (und analog) bauen, dass sich die Immobilie bei den wechselnden Flächenanforderungen der Zukunft flexibel aufteilen und umrüsten lässt. Andererseits gibt es viele Verwaltungsprozesse vom Dokumentenmanagement bis zur Mieterkommunikation, bei denen wir neue, digitale Wege finden müssen, um unsere Effizienz und Servicequalität zu erhöhen. ■



Quelle: BEOS AG

... und nach der Transformation zu einer modernen Unternehmensfläche.

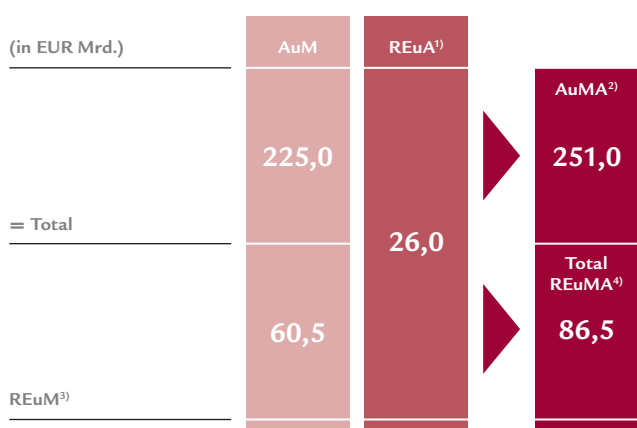


Einfach, robust, flexibel, modular, low tech, kostengünstig – erfüllt ein Gebäude diese und weitere Kriterien, ist es nicht nur nachhaltig, sondern auch werthaltig.

Quelle: BEOS AG

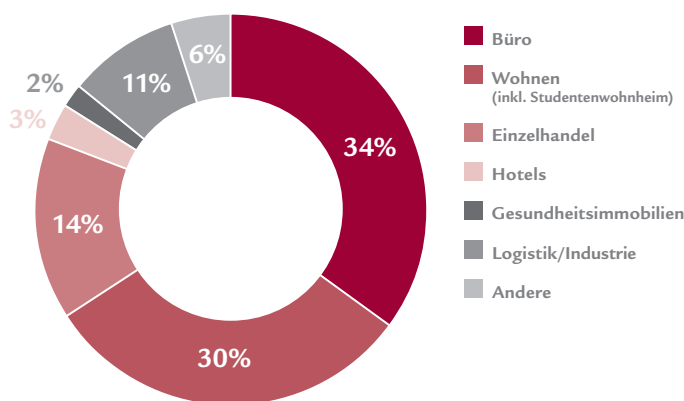
Real Estate – Fakten und Zahlen

Verwaltete und bewirtschaftete Vermögen



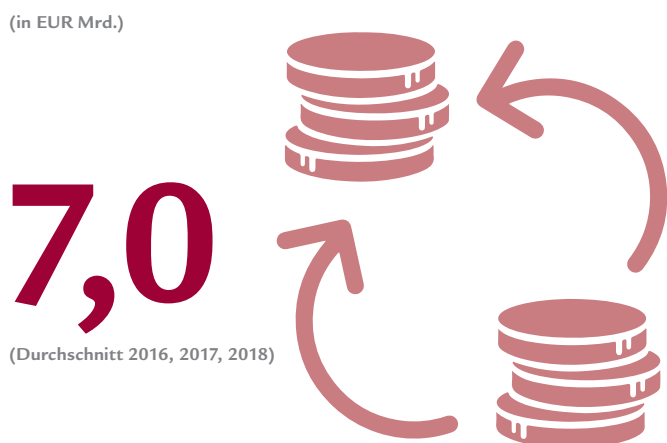
¹⁾Real Estate under Administration (not included in Swiss Life AuM definition)
²⁾Assets under Management and Administration ³⁾Real Estate under Management
⁴⁾Real Estate under Management and Administration

Aufteilung nach Immobilien-Sektor

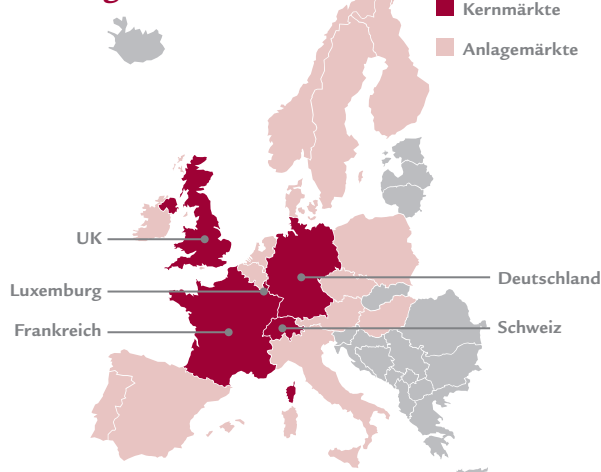


REuM EUR 60,5 Mrd.

Transaktionsvolumen Immobilien



Unser Anlageuniversum



Alle Zahlen per 30. Juni 2019, sofern nicht anders angegeben.

swisslife-am.com • fr.swisslife-am.com • corpussireo.com • livit.ch • mayfaircapital.co.uk • beos.net

Swiss Life Asset Management AG: General-Guisan-Quai 40, Postfach, 8022 Zürich, Tel.: +41 43 284 33 11, info@swisslife-am.com • **Swiss Life Asset Managers France:** Tour la Marseillaise, 2 bis boulevard Euroméditerranée, Quai d'Arenes, CS 50575, 13236 Marseille Cedex 2, Tel.: +33 4 91 16 60 10, contact-france@swisslife-am.com • **CORPUS SIREO Real Estate GmbH:** Aachener Strasse 186, 50931 Köln, Tel.: +49 221 399 00-0, kontakt@corpussireo.com • **Livit AG:** Altstetterstrasse 124, Postfach, 8048 Zürich, Tel.: +41 58 360 33 33, info@livit.ch • **Mayfair Capital Investment Management Ltd:** 2 Cavendish Square, London W1G 0PU, Tel.: +44 20 7495 1929, info@mayfaircapital.co.uk • **BEOS AG:** Kurfürstendamm 188, 10707 Berlin, Tel.: +49 30 28 00 99-0, info@beos.net

Impressum: Herausgeber: Swiss Life Asset Management AG, General-Guisan-Quai 40, 8022 Zürich • Redaktion: Francesca Boucard / francesca.boucard@swisslife.ch, Beatrice Guedj / beatrice.guedj@swisslife-am.com, Tom Duncan / tduncan@mayfaircapital.co.uk, Frances Spence / fspence@mayfaircapital.co.uk, James Lloyd / jlloyd@mayfaircapital.co.uk, Holger Matheis / holger.matheis@beos.net, Cornelia Schmidt / cornelia.schmidt@beos.net, Andreas Mayer / andreas.mayer@swisslife.ch, Alfonso Tedeschi / alfonso.tedeschi@swisslife.ch, Anna Sigrist / anna.sigrist@swisslife.ch • **Quelle Coverbild:** NOVA Neufahrn Gewerbepark, BEOS AG • **Übersetzung:** Swiss Life Language Services • **Koordination/Lektorat:** Lemon Spark GmbH, info@lemonsark.ch • **Layout/Design:** n c ag, In der Luberzen 25, 8902 Urdorf • **Erscheinungsweise:** halbjährlich

Haftungsausschluss: Es wurde mit angemessener Sorgfalt vorgegangen, um die Vollständigkeit und Richtigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Daten zu gewährleisten. Die Berechnungen von Swiss Life Asset Managers basieren unter anderem auf Daten zuverlässiger Drittanbieter. Trotzdem können Fehler und Irrtümer nicht vollständig ausgeschlossen werden. Swiss Life Asset Managers haftet nicht für Fehler und/oder für Handlungen, die im Vertrauen hierauf getätigt werden. Dieser Bericht dient ausschliesslich Informationszwecken und ist keinesfalls als Aufforderung, Angebot oder Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Anlageinstrumenten zu verstehen. Dieses Dokument kann in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die unsere Ansichten und Erwartungen zu einem bestimmten Zeitpunkt widerspiegeln. Verschiedene Risiken, Unsicherheiten und weitere Einflussfaktoren können jedoch dazu führen, dass die tatsächlichen Entwicklungen und Ergebnisse wesentlich von unseren Erwartungen abweichen.