

Immobilienmakler

Kemper's und Jones Lang LaSalle formieren neue Retail-Gruppe

Im Mai 2008 wurden die letzten rechtlichen Hürden zur Übernahme des auf Einzelhandelsimmobilien in 1a-Lagen spezialisierten Maklers Kemper's durch Jones Lang LaSalle genommen. Das neue Unternehmen, welches noch mit dem reichlich sperrigen Namen „Kemper's Jones Lang LaSalle Retail-Gruppe“ am Markt auftritt, geht mit insgesamt 220 Mitarbeitern an neun Standorten deutschlandweit an den Start und agiert in vier Geschäftsbereichen: Retail Leasing, Retail Investment, Retail Management und Retail Advisory. Geschäftsführer sind neben Gerhard Kemper, der auch einen Sitz im Management Board von Jones Lang LaSalle erhält, Rüdiger Thräne und Jörg Ritter. Hochgerechnet auf das Gesamtjahr 2008 erwartet die neue Gruppe einen Umsatz von etwa 56 Millionen Euro.

Zwei wesentliche Gründe nennen beide Maklerhäuser für die Transaktion: Einerseits zwingt die Globalisierung und die sich dynamisierende Kapitalmarkt-orientierung in der gewerblichen Im-

mobilienvirtschaft zu einer engeren Verbindung von lokaler Expertise und internationaler Vernetzung. Andererseits sei derzeit eine beschleunigte Konsolidierung in der Makler- und Beraterbranche zu beobachten.

Wenige große Unternehmen würden sich künftig auf den Weltmärkten durchsetzen, weil nur sie den hohen Ansprüchen einer international agierenden Klientel von Investoren, Projektentwicklern und Nutzern gerecht werden könnten. Internationales Networking sei auch im Einzelhandelssegment zu einer Grundvoraussetzung geworden, in dem eine überschaubare Zahl von Filialisten das Geschehen dominiert. Diese Klientel habe ihre spezifisch eigenen Ansprüche und verlange eine viel dimensionierte Beratungskompetenz und integrierte Dienstleistungen aus einer Hand.

Vom wachsenden Interesse internationaler Immobilieninvestoren und Handelsorganisationen am deutschen Markt hatte auch Kemper's in den vergangenen Jahren profitiert. Allerdings hatte das tradi-

tionell auf die deutschen Ladenmieter und Vermieter fokussierte Unternehmen das Problem, dass es beispielsweise bei der Entwicklung von Shoppingcentern von Projektentwicklern mit der richtigen Standortauswahl betraut wurde, die anschließenden Vermietungsaufträge aber international aufgestellte Maklerhäusern erhielten. Mit diesem Phänomen dürften auch Kemper's wichtigste nationale Wettbewerber – Comfort und Lührmann – konfrontiert sein. Diese beiden sind ebenfalls inhabergeführte Familienunternehmen, denen ein internationaler Partner fehlt.

Die unzureichende internationale Vernetzung hatte Kemper's in der Vergangenheit bereits durch eine Kooperation mit Cushman Wakefield zu kompensieren versucht. Indem der Marktführer für deutsche Einzelhandelsobjekte jetzt zunächst seine Eigenständigkeit und mittel- bis langfristig wohl auch seine Marke aufgibt, erreicht die Konsolidierung unter den spezialisierten Maklerhäusern eine neue Qualität.