

shopping* places magazine

1.2023

27. Jahrgang 2023
German Council of Shopping Places e.V.
Sternefeld Medien GmbH
82529

RESILIENZ

WIR LASSEN UNS NICHT UMHAUEN!

Schwierige und Angst einflößende Zeiten bremsen zurzeit den Schwung in der Gesellschaft aus und lassen die Menschen innerlich erstarren. Doch wir können von Experten lernen!

AUTOS WEG - UMSÄTZE FUTSCH?

Der Trend geht hin zur Verkehrsberuhigung in unseren Innenstädten. Attraktiver sollen die Flaniermeilen werden – und weniger Abgas wäre ebenfalls schön. Doch was passiert dann mit Frequenzen und Umsätzen?

WUNDERSAMER WANDEL VON HANDELSIMMOBILIEN

Bevor die Abrissbirne zuschlägt bei maroden Handelsimmobilien, gibt's durchaus einige Alternativen. Transformation ist angesagt, und am beliebtesten ist das Mixed-Use-Format.

AUSZUG



Nachhaltigkeit zählt zu den Unternehmenszielen der Jagdfeld Gruppe.

© Jagdfeld Gruppe

THE „LITTLE“ THINGS

NACHHALTIGKEIT UND ESG BEI DER JAGDFELD GRUPPE

Schaue ich auf die zwölf Jahre zurück, in denen ich verschiedene Funktionen für das Familienunternehmen Jagdfeld Gruppe innehatte, spielte nachhaltiges Handeln, soziales Engagement und verantwortungsvolle Unternehmensführung von jeher eine bedeutende Rolle in den sechs Unternehmensbereichen.



Cengiz Herrmann

Sei es in der Sparte Bio-Landwirtschaft, beim geschichtsträchtigen Wiederaufbau der „Weißen Stadt am Meer“ in Heiligendamm (Seaside Properties) oder den zahlreichen Energieeinsparungsmaßnahmen in den von uns betreuten Gebäuden (Jagdfeld Real Estate) – übrigens noch lange vor dem Pariser Klimaschutzabkommen und dem European Green Deal. Soziales Engagement ist ohnehin ein Eckpfeiler der Jagdfeld Gruppe in allen sechs Unternehmensbereichen. Dass die Europäische Union exakt sechs Umweltziele in ihrer Taxonomie formuliert – also dem Regelwerk, welches definiert, was nachhaltig ist –, kann da kein Zufall sein.

In 2018 formulierten, dokumentierten und veröffentlichten wir aus Gründen der Transparenz in- und extern unsere Selbstverpflichtung und Policies in Sachen Compliance, Wohlverhalten, Interessenskonflikte, DS-GVO, Nachhaltigkeitskodex und vieles mehr. Also alles das, was man heute unter dem „G“ von ESG subsumiert.

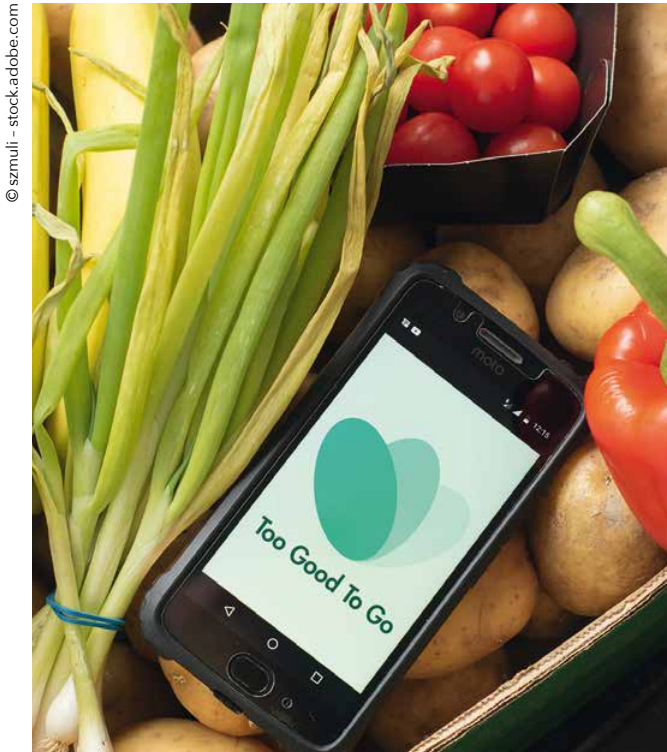
NACHHALTIGE GEBÄUDE STEIGEN IM WERT

Als wir mit der DI Asset Management GmbH Ende 2020 begannen, uns mit Blick auf die der EU Sustainable Finance Disclosure Regulation (Offenlegungsverordnung) mit Artikel 8 und 9 der Verordnung formal auseinanderzusetzen, trat neben der Transparenz das Thema Nachhaltigkeit der Gebäude in den Vordergrund und vor allem ihre Messbarkeit. Denn mit Blick auf Staaten wie zum Beispiel Großbritanni-

en, die über die zentrale und digitale Erhebung von Gebäudedaten bereits Kriterien der Zulässigkeit der Vermietung formulierten, wenn Gebäude hohe Energieverbräuche und einen hohen CO₂-Ausstoß aufweisen, war schnell klar, dass besonders nachhaltige – heute hieße es taxonomie-konforme – Immobilien im Wert steigen werden und fungibel bleiben. Und umgekehrt, dass bei nicht-konformen Objekten zukünftig Wertabschläge kalkuliert werden müssen. ESG und die Energieeffizienz von Gebäuden sind so das zentrale Thema für alle Unternehmen, die Immobilien halten oder entwickeln wollen.



Erfolgreiches ESG-Management ist datengetrieben.



Überzeugendes Konzept: Mit „Too Good To Go“ werden überschüssige Lebensmittel vor dem Wegwerfen gerettet.

ESG ist eine Kernaufgabe der Immobilienunternehmen der Jagdfeld Real Estate, die die Investitionen der vielen Anleger in den verschiedenen Fonds vertreten und vor Wertverlusten schützen müssen.

KODEX FORTGESCHRIEBEN

Aber wie das Thema ESG erfassen, und was bedeutet die Taxonomie mit ihren sechs Umweltzielen für uns zukünftig noch? Die erste Maßnahme war die Bestimmung eines zentralen Ansprechpartners und ESG-Managers und die Definition einer Zielsetzung. Im nächsten Schritt wurde in der Führungskräfterunde das Thema ESG umfassend präsentiert und erörtert sowie das gemeinsame Ziel festgelegt. Dieses richtet sich heute an den Zielen der EU und den Klimaneutralitäts- und CO₂-Einsparungszielen Deutschlands aus, wobei jeder Unternehmensteil gemäß seinen Möglichkeiten den Anteil am Gesamtziel der Jagdfeld Gruppe erwirtschaftet. Unser Nachhaltigkeitskodex wurde fortgeschrieben, und es galt alle Mitarbeitenden einzubeziehen und „Werbung“ für das Thema ESG zu machen. Denn klar war auch: In den allermeisten Fällen sind diejenigen, die zukünftig die Daten erfassen, pragmatische Ideen entwickeln und Informationen bereitstellen, unsere Kolleginnen und

Kollegen vor Ort, die in und an den Immobilien arbeiten. Wir bieten hierzu mittlerweile sachgebietspezifische ESG-Schulungen auf einer hauseigenen, webbasierten Trainingsplattform an.

GANZHEITLICHE STRATEGIE

Da wir Gebäude selbst entwickeln und managen, müssen wir ESG-Maßnahmen entlang des gesamten Lebenszyklus planen. Wir verfolgen daher eine ganzheitliche Nachhaltigkeits-Strategie von außen nach innen und schaffen so die Grundlagen für ESG-konformes Agieren. Zudem ist ein erfolgreiches ESG-Management datengetrieben. Die Jagdfeld Real Estate ist schon vor Corona in die Cloud gegangen und hat als weitere „Software as a Service-Lösung“ (SaaS) Quantrefy eingebunden, um wichtige ESG-Indikatoren in Sachen Taxonomie und ESG Circle of Real Estate (Ecore) schnell und unkompliziert nachverfolgen sowie sinnvolle Maßnahmen ableiten zu können.

KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE

Apropos sinnvolle Maßnahmen. 2018 hat die EU mit ihrem „Action Plan: Financing sustainable growth“ drei Kernziele formuliert. Das wesentliche Ziel ist die Umlenkung von Kapitalflüssen in nachhaltige Investitionen. Gern fragen unsere Auftraggeber nach konkreten Vorschlägen, welche nachhaltigen Möglichkeiten es für ihre Gebäude gibt und wie wir diese heben können. Indes wird schnell klar, dass die hierfür notwendigen Investitionskosten den Anlegern wenig reizvoll erscheinen. Daher wird jede mögliche ESG-Maßnahme einer Wesentlichkeitsanalyse unterzogen. Wir ermitteln so zuerst die relevanten Themen, ordnen sie ein, formulieren diese und machen die Ergebnisse so messbar. Die ESG-Strategie auf Objektebene ist dabei so einfach wie wirkungsvoll: sich auf das Wesentliche konzentrieren und das Mess- und Machbare zuerst angehen. Plattform-Lösungen wie Quantrefy helfen uns, die strukturierte Erfassung von ESG-relevanten Gebäude- und Verbrauchsinformationen, das ESG-Reporting sowie die Ableitung von Maßnahmen zum Beispiel zur Energieeinsparung zu beschleunigen.

GEMEINSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNG

ESG ist unseres Erachtens eine gesellschaftliche und gemeinschaftliche Herausforderung. Unsere Mitarbeitenden engagieren sich vielfältig. Als Mitglied des ESG-Ausschusses des German Council of Shopping Places habe ich den Entwurf des ESG-Fragebogen zur Mitgliederbefragung eingebracht, um zu ermitteln, welche Unterstützungsleistung



Die Energiewende bedarf vieler kleiner Schritte eines jeden, aber auch genügend Flexibilität und Zeit für diejenigen, die die Forderungen der Politik im großen Stil umsetzen sollen.

sich die Mitglieder des GCSP von ihrem Verband wünschen. Eine andere Initiative betrifft unsere finanzielle und aktive Unterstützung des Lehrstuhls Facility Management des Karlsruher Institut für Technologie beim Forschungsprojekt „Entwicklung einer Standardisierung des Smart Readiness Indicators“.

ENGAGEMENT DER MITARBEITER

In der Jagdfeld Gruppe engagieren sich darüber hinaus jeden Tag aufs Neue unsere Kolleginnen und Kollegen auf allen Ebenen und ergreifen die Initiative. In allen Unternehmensteilen gibt es mittlerweile einen Sustainability Project Lead. So hatte eine Kollegin aus dem Marketing zum Beispiel eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie für das Parkhotel Quellenhofs entwickelt. Eine von vielen Ergebnissen ist beispielsweise die Idee, Zimmerkarten aus nachhaltiger Holzwirtschaft einzusetzen. Zudem retten wir im Hotel mit „Too Good To Go“ überschüssige Lebensmittel vor dem Wegwerfen. Über die „Too Good To Go-App“ finden die User unsere Angebote in Form von „Magic Bags“ – der Inhalt hängt unmittelbar mit dem täglichen Lebensmittelverbrauch im Hotel zusammen.

FLEXIBILITÄT UND ZEIT ERFORDERLICH

CO₂-Einsparung ist eine verständliche Forderung der Politik an die Finanzindustrie und somit auch an die Immobili-

enwirtschaft. Der von ihr gewollte schnelle Ausstieg aus Kohle, Gas und Atomenergie bedeutet aber eine zusätzliche Belastung für die Leistung derer, die die Nachhaltigkeitsinitiativen bezahlen sollen. Aktuell entsteht eine doppelte Belastung durch den Abbau des fossilen Energiesektors bei gleichzeitigem Aufbau eines regenerativen Energiesektors. Was nutzt ein Ausstieg aus der Atomenergie, heimischer Kohle oder durch sauberes Fracking gewonnenes Erdgas, um dann Bedarfslücken mit Strom aus veralteten Atommeilern in Ost- und Westeuropa zu füllen und schmutzig gewonnenes Gas zu importieren? 60 bis 70 Prozent des Energiebedarfs werden aus Kohle, Gas und (noch) Kernenergie bereitgestellt, wenn kein Wind weht oder die Sonne nicht scheint. Aber weht bei uns kein Wind, ist das in großen Teilen Europas auch der Fall. Auch die dafür notwendigen Stromtrassen für den Wind- und Solarenergieaustausch quer durch Europa gibt es noch nicht. Deren Finanzierung ist ebenfalls noch ungeklärt. Auf dem Weg zum Ziel bedarf es vieler kleiner Schritte eines jeden, aber auch genügend Flexibilität und Zeit für diejenigen, die die Forderungen der Politik im großen Stil umsetzen sollen.

Ein Gastbeitrag von

Cengiz Herrmann

Executive Director Business Development & Innovation /

General Manager

Jagdfeld Gruppe

shopping places*



Ausgabe 2/2023 »URBANITÄT« Schwerpunkt Omnichannel-Konzepte.

Berichterstattung des Handelsimmobilien-Kongress, Berlin /
Auslage beim Tag der Immobilienwirtschaft (ZIA) in Berlin

Sichern Sie sich Ihren Platz im nächsten Magazin!

Erscheinungstermin: 11. Mai 2023

Anzeigenschluss: 25. April 2023

Kontakt:

Anne Kempf, ak@sternefeld.de, +49 (0)211 57708 – 35

Der Newsletter von shopping places*.

Jeden Sonntag Nachmittag zur Einstimmung in
die neue Woche.

Alles Wichtige für Ihr Business rund um Handel
und Immobilien.

Sie wollen den Newsletter für Ihre Branchen- Kommunikation nutzen?

Schicken Sie uns Ihre Presse-Materialien an:
redaktion@shopping-places.de

JETZT ANZEIGE BUCHEN!

www.shopping-places.de/mediadaten

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

German Council of
Shopping Places
Mehringdamm 48
D-10961 Berlin
Fon 030.166 364 990
Fax 030.166 364 999
office@gcsp.de
www.gcsp.de

KONZEPT

Ingmar Behrens (v.i.S.d.P.),
GCSP-Generalsekretär

BEZUG

Mitglieder des GCSP

CHEFREDAKTION

Susanne Müller

GASTBEITRÄGE

Marco Atzberger,
Dr. Rainer Burbulla,
Cengiz Herrmann,
Dr. Andreas Martin

COVERMOTIV

lassedesignen /
dule964 –
stock.adobe.com

VERBREITUNG

Shopping Places* hat eine
Reichweite von rund 20.000
Lesern (inkl. der Online-
Version).

VERLAG

Sternefeld Medien GmbH
Düsseldorf
Geschäftsführung:
Holger Knapp,
Caroline Witzlau
medien@sternefeld.de

VERLAGSLEITUNG

Sternefeld Medien GmbH
Anne Kempf
Oberkasseler Straße 100
40545 Düsseldorf
Fon: +49 (0)211 57708 -35
ak@sternefeld.de

MEDIA-SALES

Andrea Gieffers
Fon: +49 (0)211 57708 -37
ag@sternefeld.de

Mit unserem Magazin leisten
wir einen Beitrag zum Umwelt-
schutz. In Kooperation mit
ClimatePartner werden die
CO₂-Emissionen, die bei der
Papierherstellung und Pro-
duktion anfallen, ermittelt
und durch die Unterstützung
klimafreundlicher Projekte
ausgeglichen.

Shopping Places* basiert
auf Informationen, die wir als
zuverlässig ansehen, eine
Haftung kann nicht über-
nommen werden.

Namentlich gekennzeichnete
Beiträge müssen nicht die
Meinung der Redaktion
widerspiegeln. Die Redaktion
behält sich die Kürzung ein-
gesandter Manuskripte vor.
Erfüllungsort und Gerichts-
stand ist Hamburg.
Nachdruck oder sonstige
Reproduktion (auch auszugs-
weise) nur mit Genehmigung
des Herausgebers.

Mediadaten und weitere
Informationen finden Sie
unter shopping-places.de.

ERSCHEINUNGSDATUM

DIESER AUSGABE:
März 2023

DAS NÄCHSTE SHOPPING
PLACES* MAGAZIN ERSCHEINT
IM MAI 2023.