



Der imh Kongress startete mit einem gemeinsamen Eröffnungssplenum, bevor sich die Fachkonferenzen auf die Themen Fachmarktimmobilie und Logistikimmobilie spezialisierten.

## Standhafte Immobilien in Zeiten des Online-Handels

Die steigende Anzahl von Online-Einkäufen bringt neue Herausforderungen für die Logistikbranche und den stationären Handel mit sich. Kundenbedürfnisse müssen verstärkt in den Vordergrund gerückt werden.

Die **imh-Fachkonferenzen „Fachmarkt- und Logistikimmobilie“** am 27. und 28. Februar in Wien beschäftigten sich mit dem Trend, sich wieder im Stadtzentrum anzusiedeln.

Die Welle der Digitalisierung macht vor keiner Branche halt – ein mittlerweile oft gehörter Satz, der sich bewährt hat. Speziell der Handel befindet sich unter diesem Gesichtspunkt in den letzten Jahren in einem Umbruchmarkt. Verständlich! Wenn man früher noch von einem Geschäft ins nächste hetzen

musste, um Einkäufe zu tätigen, sitzt man heute gemütlich vor dem Computer und lässt sich die Waren bis vor die Haustüre liefern. Was dem Konsumenten zu meist nicht auffällt, sind die Auswirkungen auf dahinter liegende Faktoren wie logistische Abläufe oder die Standortwahl von Immobilienprojekten.



v. l. Josef Lingl (Redserve Innsbruck GmbH), Fritz Lehr (Hafen Wien GmbH & Co KG), Andreas Lieboch (Go Asset Development GmbH), Thomas Schwarz (EHL Investment Consulting GmbH), geleitet vom Vorsitzenden des zweiten Konferenztages Ferdinand Kösch (denkstatt)

### Umdenken ist angesagt

Kundenanforderungen wie „Same day delivery“ und „Customer Experience“ brauchen neue Herangehensweisen. Während Logistikzentren immer mehr als Dreh- und Angelpunkte des E-Commerce gesehen werden, stehen der stationäre Handel und damit auch die Fachmarktzentren vor der schwerwiegenden Herausforderung, mit dem Online-Handel mithalten zu können. Der stationäre Handel muss also emotional werden. Das bisher für Fachmarktzentren eher sekundäre Aufgabengebiet „Marketing“ tritt damit verstärkt in den Vordergrund. Die Mieter sollen sich wohlfühlen und die Konsumenten zum Besuchen und Kaufen angeregt werden.

### Rückkehr in die Städte

Wie könnte man die Nähe zum Kunden besser demonstrieren, als direkt im urbanen Raum präsent zu sein. Die Stadt wird wieder zum „place to be“, und so werden innovative Ansätze gesucht, den geringen vorhandenen Platz möglichst effizient zu nutzen. Neue Konzepte wie Mikrodepots sollen den optimalen Umschlag auf die letzte Meile gewährleisten. Der Trend bei den Fachmärkten geht sogar dahin, diese nicht mehr als einzelne oder in Zentren gebündelte Elemente zu sehen, sondern als Teil des neuen Lebensraums zu betrachten. Mit einer Multi-Use-Immobilie sollen Wohnungen, Einkaufsplätze und Freizeitaktivitäten platzsparend kombiniert werden und so zur Zufriedenheit des Endkunden beitragen.

Klar wird, dass sich einige Player geschlagen geben müssen. Doch wer sich des Drucks bewusst wird und entsprechende Maßnahmen setzt, kann mit Innovationen und einer Kombination aus Offline und Online den Kunden für sich gewinnen.

Diese und weitere spannende Themen griffen die imh-Fachkonferenzen „Fachmarkt- und Logistikimmobilie“ am 27. und 28. Februar auf. Die Experten diskutierten unter anderem darüber, welchen Mehrwert es künftig brauchen würde, um weiterhin in Zeiten des ständigen Wandels bestehen zu können.