

Agenda

FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DES CORPORATE REAL ESTATE MANAGEMENTS



Herausgeber:

Zentraler Immobilien Ausschuss e.V.
Unter den Linden 42
10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 / 20215850
Telefax: +49 (0) 30 / 202158529
Mail: info@zia-deutschland.de
Website: www.zia-deutschland.de

Vorwort

Corporate Real Estate Management (CREM) wurde in den 1990-er Jahren in zahlreichen Unternehmen als Managementdisziplin eingeführt. Das Thema war in dieser Zeit immobilienwirtschaftlich präsent und wurde viel diskutiert. Die frühen 2000-er Jahre waren jedoch von Stillstand in der Weiterentwicklung des CREM gezeichnet – in der Politik, in der Immobilienwirtschaft, in der Wissenschaft und in vielen Unternehmen selbst. Dies ist umso verwunderlicher, da die gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen wie auch Fachstudien der jüngeren Vergangenheit das Gegenteil vermuten lassen und die Notwendigkeit für eine weitere Professionalisierung des CREM aufzeigen.

Diese Agenda zeigt Handlungsfelder auf, die eine Weiterentwicklung des Corporate Real Estate Managements zur Stärkung der betreffenden Unternehmen aber auch zur Weiterentwicklung der Immobilienwirtschaft als Ganzes ermöglichen soll. Die Agenda ist auch als Beitrag zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Deutschland im Kontext der immer stärkeren Globalisierung der Märkte zu verstehen.

1. Corporate Real Estate muss präsenter werden

Unternehmen ohne ein immobilienwirtschaftliches Kerngeschäft (auch als Non-Property-Unternehmen oder Corporates bezeichnet) zählen in Deutschland zu den größten Bestandhaltern von Liegenschaften und zu den größten Flächennachfragern. Das Management von betrieb-

lichen Immobilien (Corporate Real Estate Management oder CREM) ist, gemessen an der volkswirtschaftlichen Bedeutung, in der Politik, den Fachmedien, der Immobilienwirtschaft und teilweise auch im Unternehmen selbst nicht adäquat präsent.

Dabei gibt es viele gute Gründe für eine ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Werthebel, welcher durch CREM beeinflussbar ist:

- Betriebswirtschaftlich hat CREM direkten Einfluss auf die Bilanz und G&V der jeweiligen Unternehmen. Die Summe von immobilienrelevanten Kosten repräsentieren i. d. R. 10 % bis 20 % der unternehmerischen Aufwendungen und stellen einen der größten Kostenblöcke im Unternehmen dar.
- Die Steigerung der Produktivität steht auch im direkten Zusammenhang mit einem optimierten CREM, welches nach bisherigen Studien Steigerungen der Arbeitsproduktivität von über 10 % ermöglicht. Die Arbeitswelten von morgen verlangen von CREM-Einheiten die zeitgemäße Bereitstellung eines modernen Arbeitsumfeldes mit deutlich flexibleren und unterschiedlicheren Flächen inklusive relevanter Zusatzangebote („Work-Life-Balance“). Diese Angebote erhöhen die Attraktivität der Standorte vor allem in den B- und C-Lagen.
- Das CREM ist auch unmittelbar und wesentlich an der globalen Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen beteiligt, sei es über die reaktionsschnelle Organisation von Betriebsflächen in neuen Wachstumsmärkten wie auch in der Mitarbeiterbindung oder Talentgewinnung durch die Bereitstellung von zukunftsgerichteten Arbeitsplätzen.
- Die Wirkung des CREM entfaltet sich darüber hinaus nicht nur innerhalb ihrer jeweiligen Konzerne, sondern beeinflusst auch makroökonomische Aspekte. Den unterschiedlichen Hochrechnungen zu Folge, beläuft sich der dem Corporate Real Estate zuzurechnende volkswirtschaftliche Vermögenswert auf 2,7 bis 3 Billionen Euro.

Dies umfasst die bilanziellen Immobilienanlagen deutscher Unternehmen bzw. die zu nicht wohnwirtschaftlichen Zwecken gehaltenen Grundstücke und Bauten.

- CREM ist maßgeblich für den ökologischen Fußabdruck der Unternehmen verantwortlich – z. B. in den unterschiedlichen Konzepten zur Bereitstellung, Planung, Anmietung, Nutzung oder Management von nachhaltigen Immobilien, aber auch in vielen Fällen für den Bereich des Energieverbrauchs einschließlich der Produktionsenergie.

Vor dem Hintergrund der vorgenannten ausgewählten „Werthebel“ wird ersichtlich, das CREM eine substanzielle Interessensvertretung braucht im Unternehmen, in der Politik und in der Immobilienwirtschaft, um das Potenzial aus Sicht der Unternehmen (Unternehmensperspektive) als auch aus volkswirtschaftlicher Sicht (volkswirtschaftliche Perspektive) zu realisieren.

2. Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von Property und Corporate Welt

Immobilienwirtschaft und Corporates stehen in vielfacher Beziehungslogik nebeneinander. Die Property-Welt ist Anbieter von und Investor in Immobilien. Die Corporate-Welt wiederum ist Immobiliennutzer und teilweise auch Investor. Weiterhin kooperieren beide als Dienstleister und Auftraggeber für Leistungen rund um die Immobilie und nicht zuletzt als Wettbe-

werber um Flächen und Standorte. Eine Präzisierung der unterschiedlichen Schnittstellen ist Voraussetzung, um das Potential für ein gemeinsames Verständnis auszuloten. In jedem Fall beeinflussen diese Schnittstellen die Strategie, die Organisationsform und oftmals auch das Zielsystem des Immobilienmanagements der Corporates. Umgekehrt kann ein auf Corporates ausgerichtetes, nachhaltiges Geschäftsmodell der Property-Welt nur in Kenntnis der Rahmenbedingungen der Corporates funktionieren.

Die Abbildung 1 verdeutlicht die beschriebenen Wirkungszusammenhänge zwischen der institutionellen Immobilienwirtschaft (Immobilienmarkt), der betrieblichen Immobilienwirtschaft (CREM) und dem Kerngeschäft eines Unternehmens (Corporates).

Trotz der zum Teil sehr großen Bestände und wachsenden Bedarfe sind Immobilien nicht Kerngeschäft der Corporates. Ihre Immobilienstrategie



Abb. 1: Wirkungszusammenhänge

folgt der Unternehmensstrategie. Deren Umsetzung resultiert in einem Portfolio, das durch unterschiedlichste Nutzungszeiträume, Standortentscheidungen, Asset-Klassen und Besitzformen definiert sein kann. Die Property-Welt als Immobilieninvestor folgt den Rahmenbedingungen des Immobilienmarktes mit dessen limitierten Ressourcen hinsichtlich Finanzierung, verfügbarer Standorte und der Begrenzung auf transaktions- und drittverwendungsfähige Immobilien.

Entscheidungen der Corporates hinsichtlich Standort, Besitzform und Bewirtschaftungsstrategie unterliegen somit den Zyklen des Kerngeschäfts, während bei Immobilienunternehmen Investments wesentlich durch die Kapitalmärkte geprägt sind. Damit sind Erwartungen beider Gruppen an die Immobilie nicht per se kohärent. Im Fokus der Corporates steht insbeson-

dere die Flächenversorgung für das Kerngeschäft sowie die Flexibilität und die optimierten Gesamtkosten, bei Eigentümlösungen wird eher eine langfristige Wertsteigerung angestrebt. Immobilienunternehmen fokussieren dagegen auf die kurzfristige Optimierung von Cashflow, Rendite Marktfähigkeit, Halbfristen und damit verbundener Exit-Szenarien. Als Dienstleister trifft die Property Welt auf unterschiedlichste Organisationsformen und Entwicklungsstufen des Corporate Real Estate Managements in der heterogenen, nicht selten intransparenten Immobilienwelt der Corporates. Verschiedenste Ausprägungen der Erfolgsverantwortung der Immobilienmanager bei Corporates sowie unterschiedlichste Assetklassen erschweren gemeinsames Handeln. Andererseits fördert die fortschreitende Professionalisierung und die damit einhergehende Trans-

parenz bei den Corporates den Zugang zu deren Immobilienwelt auch für Dritte. Trotzdem werden die zum Teil speziellen und individuellen Nutzerkenntnisse ausgesuchter Asset-Klassen wie Produktion, Forschung, Entwicklung, in Teilen aber auch Logistik, noch in naher Zukunft externem Interesse und Kompetenz sowie realistisch verzinstem Investment schwer zugänglich bleiben.

Wie kann dann – die Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Abhängigkeiten zugrunde gelegt - eine zukunftsfähige, optimistische Ausgangsposition formuliert werden?

Gegenseitige Bedarfe bzw. Geschäftsziele können nur in Kenntnis der jeweiligen Zielsysteme umgesetzt werden. Diese offensichtliche Notwendigkeit muss jedoch mehr als nur Informationsquelle zum besseren Vertrieb konventioneller Lösun-

gen bzw. der Wiederholung eingeübter Bedarfsformulierungen sein. Dies vorausgesetzt, sind dann in der klugen Kombination der jeweiligen Ziele auch innovative–bislang noch nicht definierte–Immobilienlösungen denkbar.

3. Markt- und Nutzerkonforme Positionierung von Corporate-Immobilien im Immobilienmarkt

Die bestehenden Asset-Klassen der Immobilienwirtschaft passen auch für Corporate-Immobilien; allerdings müssen diese den Bedarfen der Nutzer entsprechen sowie die Nutzer die Bedarfe besser am Markt orientieren. Corporates benötigen eine gemeinsame Plattform, um:

- B- und C-Lagen stärker in das Bewusstsein immobilienwirtschaftlichen Handelns zu rücken,
- die Fungibilität der betrieblichen Immobilien zu erhöhen,
- gemeinsame Investitionen und Developments von Unternehmen in Industriearealen zu fördern,
- betriebliche Immobilien als Anlageform für die Immobilienwirtschaft stärker zu etablieren,
- ihre Interessen bei neuen gesetzlichen Entwicklungen, der Entwicklung steuerlicher Rahmenbedingungen oder der Novellierung von Regularien der Rechnungslegung gebündelt einbringen zu können.

In Teilbereichen, wie z. B. dem Logistik-Markt, wurde in den letzten Jahren von Property-Unternehmen gemeinsam mit Corporates als Nutzern ein gemeinsames „Produkt“ geschaffen, das mittlerweile als eigenständige Asset-Klasse begriffen wird und sich in einem entsprechenden Marktumfeld bewegt. Es ist anzustreben, dass eine ähnliche Entwicklung auch im Bereich der industriell geprägten betrieblichen Immobilien, auch Unternehmensimmobilien genannt, erfolgt und eine derartige Entwicklung gefördert wird.

Seitens der Corporates ändern sich auf Grund der Globalisierung der

Märkte (Makro-Perspektive) sowie der Änderungen in den Arbeitswelten (Mikro-Perspektive) auch die Anforderungen an ihre Immobilien. Im Ergebnis führt dies dazu, dass die Corporates bei den im Markt befindlichen Bestandsobjekten – unabhängig von der jeweiligen Immobilienart – oftmals kein passendes Angebot finden können. Dies schließt neben den baulich-technischen Angeboten auch die starren und unflexiblen Vertragsstrukturen und Laufzeiten mit ein. Es ergeben sich die folgenden Anforderungen der Corporates an den Immobilienmarkt:

- Laufende, individualisierte Anpassungsmöglichkeiten von Raum- und Nutzungsstrukturen
- „Atmende“ Flächenangebote und Flächennutzungen
- Kurzfristig mögliche Anpassung von Flächenbedarf und Nutzungskonzepten
- Übertragung immobilienbezogener Aufgaben und Risiken auf institutionelle Immobilienwirtschaft
- Um diesen Anforderungen der Corporates gerecht zu werden, bedarf es einer Anpassung des Angebotes immobilienwirtschaftlicher Produkte – Dienstleistungen wie auch Assets. Im Rahmen dieser Entwicklung sind insbesondere folgende Rahmenparameter zu untersuchen und einer Lösung zuzuführen:
 - Definition des Produktes im Marktkontext (Office, Industrial, Logistics, Retail etc.)
 - Festlegung von immobilien-spezifischen Rahmenbedingungen (Lage, Ausstattung, Flexibilität etc.)

- Festlegung von immobilisenspezifischen Rahmenbedingungen (Lage, Ausstattung, Flexibilität etc.)
- Konzepte zur Absicherung des Cash-Flows (Sicherung der „Bankability“)
- Entwicklung von Nutzerkonzepten, Entwicklung von Betreiberkonzepten
- Analyse von Pooling-Möglichkeiten i. S. einer Risikooptimierung (bspw. Multi-Standort, Multi-Mieter, Multi-Vermieter-Lösungen)
- Konzepte der ausgewogenen Risikoteilung zwischen Nutzer und Investor bei Nachfrageschwankungen

4. Steigerung der Attraktivität des Berufsbildes CREM

Immobilienverantwortliche der Corporates werden häufig noch mit der reinen Bereitstellung von Flächen sowie deren technische und infrastrukturelle Betreuung gleichgesetzt. Andererseits werden mit der Property-Welt Begriffe wie Investment-, Asset- und Property Management in Verbindung gebracht und gegenüber der Non-Property-Welt anspruchsvollere, wenn nicht gar verantwortungsvollere Berufsbilder assoziiert.

Die Wirklichkeit sieht mittlerweile anders aus – das Corporate Real Estate Management für Non-Property-Unternehmen steht für die Abkehr vom reinen Flächenbereitsteller und -verwalter zu einem wert-, kosten- und nutzerorientierten internen Dienstleister. Die Anforderungen an einen Corporate Real Estate Manager

hinsichtlich immobilienwirtschaftlichem Wissen und betriebswirtschaftlichem Denken sind somit gestiegen und das entsprechende Berufsbild hat sich daher stark gewandelt

Im Vergleich mit den Steuerungsebenen innerhalb von Unternehmen, deren Geschäftszweck in der Immobilienbewirtschaftung („Property Welt“) liegt, zeigt sich, dass in der Corporate-Umgebung nicht nur Aufgaben analog zur Property-Welt übernommen werden, sondern diese noch um wesentliche Aufgabebereiche zu ergänzen sind.

Dies gilt neben einem nutzerorientierten, effizienten Flächenmanagement für die Organisation der internen Vermietung sowie für die Bereiche Bau, Bauplanung und Baumanagement. Die Wahrnehmung dieser Aufgaben erstreckt sich dabei von der strategischen bis zur opera-

tiven Ebene, da für jede dieser Aufgaben strategische Richtlinien vorgegeben werden, innerhalb derer die operative Ausführung erfolgt.

Da der weitaus größte Teil des Flächenbestands von konzernzugehörigen Business Units genutzt wird, ist in den Fragen des Flächenmanagements und des Ausstattungsstandards gegenüber der reinen Vermietersituation eine höhere Abstimmung mit der Nutzerseite und die Sicherstellung der kontinuierlichen Nutzerzufriedenheit erforderlich. Dies gilt sowohl für die Ausstattung bestehender Flächen als auch die Planung und Konzeption neuer Flächen.

Wesentliche Kenngrößen für den Erfolg sind daher neben der Wertentwicklung und der Rendite oder der Renditeäquivalenz insbesondere auch die Flächen- und Servicekosten sowie die Nutzerzufriedenheit. Die Property-Welt muss hingegen nur die Rendite auf das eingesetzte Kapital und ggf. die positive Wertentwicklung bedienen.

Durch die unterschiedliche Ausgestaltung des CREM ergeben sich auch unterschiedliche Tätigkeits- und Anforderungsprofile, die die exakte Abgrenzung des Corporate Real Estate Management erfordern. Über die verschiedenen Ebenen Gebäudemanagement/Facility Ser-

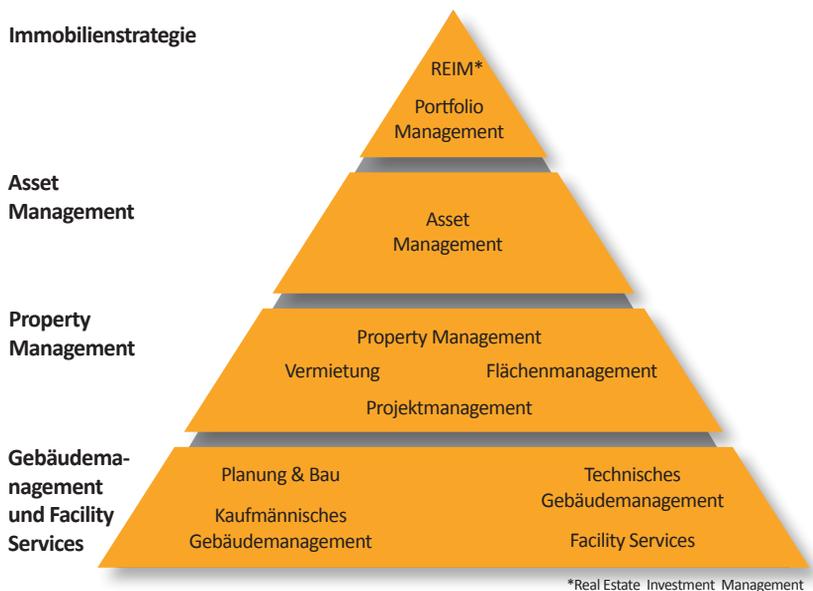


Abb. 2: Immobilienwirtschaftliche Managementebenen

vices, Property Management, Asset Management, Portfolio Management und Strategie/REIM hinweg ist einzugrenzen, welche Aufgabenbereiche unter dem Begriff Corporate Real Estate Management zu subsumieren sind. Einem integrierten Ansatz folgend wird die Auffassung vertreten, alle Ebenen zum Corporate Real Estate Management zu zählen und den Begriff gesamthaft für die strategische Ausrichtung bis hin zur operativen Steuerung von Immobilien und Liegenschaften eines Unternehmens zu nutzen (also Strategie, Asset- und Property Management). In einer engeren Auslegung erstreckt sich das CREM im Wesentlichen auf strategische Ebene (also Strategie/REIM und Asset Management).

CREM-Einheiten, die neben den operativen Aufgaben (Gebäude-
management/ Facility Services und Property Management) auch Asset und Portfolio Management betreiben, können für die Attraktivität des Berufsbildes „Corporate Real Estate Management“ in Zukunft in noch stärkerem Maße prägend sein: Hier wird neben einer stärkeren Betonung immobilienmarktspezifischer Standards auch die konkrete Definition von Verantwortung zugeordnet, sodass das CREM nicht mehr (nur) als ausführende Instanz bereits gefällter Entscheidungen agiert. Vielmehr setzt der Corporate Real Estate Manager in Abstimmung

mit der Gesamtunternehmensleitung Standards und Ziele für Kosten, Flächeninanspruchnahme und Verrechnungspreise und steuert somit die Immobilie, anstatt sie lediglich zu betreiben und hat in einigen Fällen eine konkrete Ergebnisverantwortung. Die aktive Steuerung eines mit unterschiedlichen Nutzungsarten durchsetztem Portfolios in der kompletten Wertschöpfungskette von der Entwicklung über die Nutzung bis hin zum Redevelopment oder gar dem Rückbau von Gebäuden ist zugleich Herausforderung als auch Anreiz. Bei einer entsprechenden Positionierung innerhalb des Unternehmens wird das CREM in die Lage versetzt, auf Augenhöhe als Partner des Kerngeschäfts im Unternehmen zu agieren.

Im Gegensatz zum klassischen Immobilienmarkt agiert das Real Estate Management bei Non-Property-Unternehmen in einem ständigen Zielkonflikt zwischen Vermieter und Mieter. Je eindeutiger die Mandatierung der CREM-Abteilung im jeweiligen Unternehmen ist, umso besser kann der CREM-Verantwortliche seine Aufgaben innerhalb des Unternehmens und gegenüber dem Immobilienmarkt wahrnehmen. Ist dieses Mandat klar definiert und im Unternehmen kommuniziert, umso attraktiver ist auch das Berufsbild für das CREM.

5. Beeinflussung der Immobilienprodukte von morgen

Corporates – und damit das Corporate Real Estate Management – beeinflussen signifikant die Arbeitswelten von morgen. Dies führt zur Veränderung der Immobilienprodukte im Hinblick auf Mobilität, Diversity, Work-Life-integrierte Angebote und Flexibilität.

Die Arbeitswelt von morgen wird durch Megatrends wie den demografischen Wandel, die Globalisierung, die Digitalisierung, die Urbanisierung, die Nachhaltigkeit und die Individualisierung geprägt. Die neuen Arbeitswelten haben somit soziale, ökonomische und ökologische Aspekte zu berücksichtigen, um die richtigen Antworten auf diese Megatrends zu finden.

- a) **Soziale Aspekte:** Diversity Programme, Anteil weiblicher Mitarbeiter in Führungspositionen, Zusammenarbeiten von verschiedenen Generationen mit unterschiedlichen Bedürfnissen, Vereinbarkeit von Beruf und Familie vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung, kulturelle Einflussgrößen
- b) **Ökonomische Aspekte:** Steigerung der Produktivität, Flächeneffizienz, Zusatzangebote in B- und C- Lagen, neue Immobilienprodukte
- c) **Ökologische Aspekte:** nachhaltiges Bauen, umweltverträgliche Baustoffe, Energieeffizienz

Kommunikation und Kollaboration sind der Schlüssel zur Produktivitätssteigerung und Innovationsfähigkeit und bestimmen hauptsächlich die neuen Arbeitswelten. Die neuen Arbeitsplatzkonzepte sind durch die Vernetzung moderner IT Technologien, den Wandel in der Art der Zusammenarbeit wie durch die Qualität der Mitarbeiterführung und der physischen Organisation in der Fläche geprägt und definieren eine neue Arbeitskultur.

Um den Herausforderungen bei Geschwindigkeit, Wandlungsfähigkeit und Innovationskraft erfolgreich zu begegnen, ist die Qualität des Arbeitsumfelds von entscheidender Bedeutung. Der gesellschaftliche und ökonomische Wandel von der Dienstleistungs- zur Wissens- und Innovationsgesellschaft macht die neuen Arbeitswelten zu zentralen Orten von Kreativität, Innovation und Wachstum. Hierfür sind geeignete Einrichtungen und Services

sowie Unterstützungsprogramme anzubieten.

Auswirkungen wird dies auch auf andere Akteure der Immobilienwirtschaft haben: Projektentwickler, Investoren und Vermieter aber auch Dienstleister werden zahlreiche Zusatzangebote („Work-Life-balance“) für die neuen Arbeitnehmer bereitstellen müssen, zumindest außerhalb der großen Ballungsgebiete, wo die Versorgung mit entsprechenden Dienstleistungen eher dürftig ist. Die Arbeitswelten von morgen

müssen jedoch neben der Flexibilität, Kollaboration, Kommunikation, moderner Technologie, Gesundheit und Nachhaltigkeit auch mit den harten Messgrößen der Flächeneffizienz, Produktivität und Rendite in Einklang gebracht werden.

Daraus ergeben sich immobilienwirtschaftliche Fragen, die im Zusammenspiel der Akteure auf diesem Feld beantwortet werden müssen:

- Veränderung der Immobilienflächen in qualitativer und quantitativer Sicht
- Veränderung der Attraktivität von Standorten und Immobilienmärkten, insbesondere von B- und C-Lagen
- Veränderung der Nachfrage nach Immobiliendienstleistungen und
- Schaffung neuer Immobilientypen

Unterzeichner

Die Unterzeichner dieser Agenda verpflichten sich hiermit, die Positionen dieser AGENDA FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DES CORPORATE REAL ESTATE MANagements proaktiv im Handeln innerhalb ihrer Unternehmen, gegenüber ihren Fachkollegen, ihren Partnern in der Immobilienwirtschaft, in der Verbandsarbeit wie auch gegenüber der Politik zu vertreten und voranzutreiben.

- BASF SE, Group Real Estate & Facility Management
- Bayer Real Estate GmbH
- CBRE GmbH
- CoreNet Global Inc., Central Europe Chapter
- Daimler Real Estate GmbH
- Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
- Jones Lang LaSalle GmbH
- Siemens AG, Siemens Real Estate
- Zentraler Immobilien Ausschuss e. V.



CBRE



Daimler Real Estate

Deloitte.



SIEMENS





ZIA Zentraler Immobilien Ausschuss e.V.
Unter den Linden 42
10117 Berlin

www.zia-deutschland.de
info@zia-deutschland.de

ZIA

Der Zentrale Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA) gehört zu den bedeutendsten Interessenverbänden der Branche. Er versteht sich als Stimme der Immobilienwirtschaft und spricht mit seinen Mitgliedern, darunter 24 Verbände, für 37.000 Unternehmen der Branche. Der Verband hat sich zum Ziel gesetzt, der Immobilienwirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt eine umfassende und einheitliche Interessenvertretung zu geben, die ihrer Bedeutung für die Volkswirtschaft entspricht. Als Unternehmer- und Verbändeverband verleiht er der gesamten Immobilienwirtschaft eine Stimme auf nationaler und europäischer Ebene – und im Bundesverband der deutschen Industrie (BDI).



CoreNet Global Inc.
Chapter Central Europe
Keibergkerkweg 14
9340 Ledo
Belgien
www.corenetglobal.org
centraleurope@corenetglobal.org

CoreNet

CoreNet Global (CNG) ist die weltweit führende Vereinigung von Corporate Real Estate (CRE) Managern aus den verschiedensten Branchen. Mit über 8.200 persönlichen Mitgliedern – die 70 Prozent der Fortune 500- und fast 50 Prozent der Fortune Global 2000-Unternehmen repräsentieren – bringt CNG gewerbliche Immobilienmanager zusammen, die das gesamte immobilienrelevante Spektrum von Nutzern, Projektentwicklern, Finanzierern, Bauträgern, Facility Managern bis hin zu Architekten abdecken. Zu den Mitgliedern in den fünf weltweiten Regionen Asien, Australien, Europa, Lateinamerika und Nordamerika zählen sowohl Vertreter von mittleren und großen Unternehmen und Behörden, als auch Vertreter der verschiedenen Dienstleistungszweige rund um die Unternehmensimmobilie.