
VGP Location³



Daniel López:
Unsere Leute sind
absolut entscheidend
für Mangos Erfolg

13/2017

Wir bauen Zukunft

Mit Immobilienlösungen
aus einer Hand sichern
wir Ihren Erfolg

www.vgpparks.eu



Besuchen Sie uns
am Stand B5.331

VGP Location³

HERAUSGEGEBEN VON —
VGP
Jenišovice 59
468 33 Jenišovice u Jablonce nad Nisou
TEL +420 483 346 060
E-MAIL location@vgpparks.eu
www.vgpparks.eu
Ausgabe 13, Jahrgang X.

REDAKTIONSLEITUNG —
Jan Van Geet, Petra Vanclová
AUTOREN —
VGP, FleishmanHillard Germany GmbH
FOTOS —
archiv VGP, www.shutterstock.com,
Pavel Horák, www.phph.cz

DESIGN —
Markéta Hanzalová, www.colmo.cz
DRUCK —
ASTRON studio CZ, a. s.
MK ČR E 20480

Liebe Leser,

ich freue mich, Ihnen wieder einmal eine Ausgabe unseres VGP Location³ Magazins präsentieren zu dürfen – zu einem Zeitpunkt, an dem VGP sowohl im Rückblick als auch bei den künftigen Aktivitäten zahlreiche Erfolge verzeichnen und neue Perspektiven erschließen kann. Das vergangene Geschäftsjahr brachte einen erheblichen Zuwachs an attraktiven Projekten. VGP war in so vielen Märkten aktiv wie noch nie und hat in zentralen Feldern die Weichen klar auf Wachstum gestellt.

Dabei wollen wir uns insbesondere auf die Zukunftsthemen und -märkte konzentrieren. Von besonderer Bedeutung sind vor allem die digitale Transformation im Zusammenhang mit einer fortschreitenden Automatisierung sowie das E-Commerce-Segment. Diese Trends behalten wir sorgfältig im Blick und entwickeln entsprechende Konzepte und Angebote.

VGP hat bereits erheblich in die Zukunft investiert – unter anderem mit vielen neuen Gesichtern im Unternehmen, sodass wir jetzt über ein Team von 110 Mitarbeitern verfügen. Heute ist VGP in acht Ländern vertreten und unterstützt dort die Kunden mit maßgeschneiderten Logistikimmobilien-Angeboten.

In unserer aktuellen Ausgabe haben wir für Sie viele interessante Informationen und Insights aufbereitet. Erkunden Sie beispielsweise Berlin als Hot Spot für Start-up-Unternehmen oder lassen Sie sich zu einem Besuch des Internationalen Musikfestivals „Prager Frühling“ inspirieren. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Herzlichst

Jan Van Geet

03

Editorial

04

Neues
von VGP

06

Business
,Fast Fashion' liefern

09

Projekt
Neues Amazon-
Logistikcenter
im VGP Park
Frankenthal

10

Exkursion

Berlin startet durch...
auf den Spuren der
Startupszene

13

Quo vadis

Daniel Sigmann:
Die Zukunft ist
digital

15

Unser Team

Neue Mitarbeiter
im VGP-Team

20

Brand Story

Konzept, Team und
Logistik sind der
Schlüssel zu
Mangos Erfolg

23

Träume

Prager Frühling
verzaubert
Musikliebhaber
aus aller Welt

26

Auf der Suche
nach neuem Raum?

Neue Mietvereinbarungen für die VGP Parks Hamburg, Leipzig und Ginsheim-Gustavsburg

Im ersten Quartal 2017 haben drei Unternehmen langfristige Mietvereinbarungen für den VGP Park Hamburg im niedersächsischen Rade getroffen: Die international aktive Spedition Karl-Heinz-Dietrich GmbH bezieht einen Neubau mit über 17.100 m² Logistik- und 278 m² Bürofläche. Bereits vorher verfügte der Mieter über 5.700 m² Lager- und 160 m² Büroflächen im unmittelbar an der A1 nach Bremen gelegenen Park. CHEP, ein Anbieter von Pooling-Dienstleistungen für Industriepaletten, erhöht seine Kapazitäten um 2.700 m² auf nunmehr 8.300 m².

Die Spedition Dirk Vollmer GmbH sicherte sich erstmals 13.700 m² Logistik- und 500 m² Büroflächen. Davon entfallen 8.400 m² auf ein Cross Dock-Lager, um dem Unternehmen einen besonders schnellen Umschlag zu ermöglichen. Damit konnten für den VGP Park Hamburg neue, langfristige Mietverträge mit insgesamt über 34.000 m² Mietfläche abgeschlossen werden. Die Gesamtmietfläche des Parks nach Fertigstellung wird rund 250.000 m² betragen. Des Weiteren hat die 4 PX Express GmbH 9.300 m² Logistik- und ca. 400 m² Bürofläche

in Ginsheim-Gustavsburg in der Nähe des Frankfurter Flughafens gemietet. Die Halle ist derzeit allerdings noch im Bau, die Fertigstellung ist für Juni geplant. Auch in Leipzig gibt es ab Sommer 2017 einen neuen Mieter: Der Büromöbelhersteller USM wird der guten Anbindungen wegen von Baden-Württemberg nach Leipzig in eine VGP-Halle am neuen Messegelände ziehen. Künftig sollen dort 300 Mitarbeiter beschäftigt werden.



Bilanz 2016: starkes Wachstum in allen Märkten

Das Jahr 2016 brachte VGP ein erhebliches Wachstum in allen Märkten, in denen die Gruppe aktiv ist. Dabei stellte sich gerade der E-Commerce als maßgeblicher Treiber für neue Mietflächen heraus. Ein wesentlicher Faktor im Geschäftsjahr 2016 war der Beginn eines 50/50 Joint-Ventures mit Allianz Real Estate. VGP European Logistics, so der Name des Joint Ventures, hat ein exklusives

Vorkaufsrecht für gewinnbringende Vermögenswerte, die von VGP in Deutschland, in Tschechien, in der Slowakei und in Ungarn entwickelt wurden und künftig entwickelt werden. Darüber hinaus dient VGP dem Joint Venture als Vermögens-, Immobilien- und Entwicklungsmanager. 2016 war ein ereignis- und vor allem erfolgreiches Jahr für VGP: So brachten die operativen Tätigkeiten

für das Finanzjahr einen Nettogewinn von 91,3 Millionen Euro (4,91 Euro pro Aktie) gegenüber dem Vorjahr mit 86,6 Millionen Euro Nettogewinn bzw. 4,66 Euro Gewinn pro Aktie. Es wurden neue Mietverträge über insgesamt 30,4 Millionen Euro abgeschlossen. Davon entfallen 27,4 Millionen Euro auf neue bzw. ersetzende Mietverträge (6,3 Millionen Euro für VGP European Logistics) und 3,0 Millionen (1,1 Millionen für VGP European Logistics) auf die Erneuerung existierender Mietverträge. Das Immobilienportfolio der Gruppe erreichte eine Auslastung von 98,0% am Jahresende 2016. Vor Jahresfrist lag die entsprechende Zahl bei 97,3%. Die Auslastung des eigenen Portfolios betrug 97,0%, die des VGP European Logistics ganze 100%. Ende 2016 bestand das Immobilienportfolio der VGP Gruppe aus 16 fertiggestellten Gebäuden mit zusammen 416.158 m² Mietfläche, das Immobilienportfolio des Joint-Ventures enthielt 33 fertiggestellte Gebäude mit 593.454 m² Mietfläche. VGP European Logistics verzeichnete seinen ersten Abschluss Ende Mai 2016. Dabei wurden 15 Parks mit insgesamt 28 Logistik- und halb-industriell genutzten Gebäuden in Deutschland, Tschechien, der Slowakei und Ungarn erworben. Beim zweiten Abschluss Ende Oktober kamen weitere fünf Gebäude zum Portfolio hinzu.



Starker Markteintritt in Spanien

Ende Dezember 2016 waren 17 Gebäude mit zusammen 381.041 m² Mietfläche in Bau, wovon sechs Gebäude für VGP European Logistics entstehen und nach Fertigstellung vom Joint Venture gekauft werden sollen. Die Nettobewertung des Immobilienportfolios am 31. Dezember 2016 ergab einen Nettobewertungsgewinn von 118,9 Millionen Euro – eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um knapp fünf Millionen Euro. Das Jahr 2016 stand zudem in Zeichen eines Durchstarts in Spanien. Hier erwarb VGP im Rahmen einer Sale & Lease-Back-Transaktion ein hochmodernes Lager mit einer Nutzfläche von 185.000 m², erweiterbar auf ca. 260.000 m², vom Modekonzern Mango und vermietete es an das Unternehmen. Außerdem wurden 400.000 m² zusätzlicher Entwicklungsflächen in Barcelona und in Madrid erworben.



Grundstücke für die Entwicklung neuer VGP Parks in Deutschland

Mit dem Erwerb weiterer Grundstücksflächen für das Projektportfolio von VGP sollen zukunftsfähige Gewerbe- und Logistikparks in Berlin West/Wustermark, Göttingen und Wetzlar mit einer projektierten Gesamtmietfläche von 148.000 m² entwickelt werden. Eine dieser Gewerbeflächen liegt in der brandenburgischen Gemeinde Wustermark, ist 13,5 ha groß und wird von VGP mit einem 72.000 m² großen Logistikpark bebaut. Da sich der künftige VGP Park in unmittelbarer Nähe des Autobahnknotens Spandau an der A10 und der Bundesstraße 5 befindet, bietet er direkte Verbindungen nach Berlin, Hannover, Leipzig oder Dresden. Außerdem gibt es einen eigenen Hafen am Havelkanal, ein Terminal

für Kombinierten Ladungsverkehr sowie einen Anschluss an den Berliner Eisenbahnaußenring. Darüber hinaus hat sich VGP durch den Erwerb einer gut 8 ha umfassenden Fläche in Göttingen nahe der A7 ein Projekt in der geografischen Mitte Deutschlands gesichert. Hier soll ein 40.000 m² großer Gewerbe- und Logistikpark entwickelt werden. Ein weiteres Grundstück befindet sich in Wetzlar auf einer Fläche von 6,7 ha direkt an der A480 und in unmittelbarer Nähe zu den Autobahnkreuzen A45/A485 und A45/A5 sowie zum Zentrum der mittelhessischen Handels- und Hochschulstadt. Der hier entstehende VGP Park wird über zwei Hallen mit einer Gesamtmietfläche von 36.600 m² verfügen.



Große Nachfrage in Olomouc

Vor allem wegen seiner strategisch günstigen Lage in Mähren sind die Flächen im VGP Park bei namhaften Unternehmen heiß begehrt. Zu den bereits vertretenen Firmen wie Euro Pool System und Fenix Solutions kommen aktuell in Halle G1 der Hersteller Benteler mit über 3.100 m² sowie Gerflor CZ und RTR-Transport. VGP hat zudem einen Leasing-Vertrag mit John Crane geschlossen. Für diesen Kunden wird eigens eine neue Halle mit über 9.000 m² errichtet. Komplettiert wird die Liste der Neuzugänge durch Nagel Česko, das die ganze Halle A mit 8.000 m² für sich nutzt. Nicht zuletzt aufgrund der hohen Nachfrage hat sich VGP dazu entschlossen, mit Halle C eine weitere Immobilie zu bauen.



Business

‚Fast Fashion‘ liefern

Weltweit Kleidung verkaufen erfordert eine perfekte Logistik

Eine exzellente Logistik ist im Einzelhandel des 21. Jahrhunderts extrem wichtig. Dies gilt auch für Mango, das Modehaus aus Barcelona mit seinen mehr als 2000 Läden überall auf der Welt, die alle von einem zentralen Logistikzentrum in Spanien aus beliefert werden.



Wir baten Daniel López, Mangos leitenden Vizepräsidenten, uns zu erklären, wie die Logistik bei Mango integriert ist. Zudem sprachen wir über das neu eröffnete Logistikzentrum und darüber, wie das Unternehmen sich auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet.

Q Bekanntlich sehen Sie bei Mango in Konzept, Team und Logistik die Schlüssel zu Ihrem Erfolg. Lassen uns bitte zunächst über die Logistik sprechen. Was sind die Schlüsselemente oder Kernaspekte Ihrer Logistik, die Mango einen Wettbewerbsvorteil bringen?

Unsere Lieferkette ist einer der Schlüsselfaktoren des Fast Fashion-Modells, für das Mango steht. Wir haben mehrere Transportoptionen je nach dem Zeitpunkt, zu dem ein Produkt im Laden vorhanden sein muss. Wir senden die Erstbestellung an die Läden und behalten einen Teil in unserem Warenlager zurück, um bei Verkaufserfolg des Produkts schnell reagieren zu können. Sobald der Verkauf im Laden gestartet ist, werden Schachteln vorbereitet und versandt, um für Nachschub zu sorgen. Unser Warenlager nimmt täglich rund um die Uhr Aufträge der Läden entgegen, um die Lücke zu schließen, entweder mit den gleichen Teilen oder eben neuen. Wir wollen, dass unsere Kunden, sooft sie unsere Läden betreten, ein neues Produkt vorfinden, also müssen wir alles in den Logistikabläufen darauf ausrichten, dass dies möglich wird.

Q Der riesige Logistikpark in Lliçà d'Amunt nahe Barcelona muss dann ein sehr wichtiger Teil Ihrer logistischen Gesamtstruktur sein. Können Sie uns kurz erklären, wie das in die allgemeine Logistik- und Geschäftsstrategie passt?



Dank des neuen Logistikparks in Lliçà finden alle unsere Logistikkoperationen in ein- und demselben Lager statt. Wir führen also Hänge- und Liegeware im gleichen Arbeitsbereich zusammen. Auch unser Cross-Docking-Prozess läuft dann über das neue Warenlager. Dadurch können unsere Frachtpartner ihre Aktivität an nur einem Liefer- und Abholpunkt bündeln. So haben wir die Chance, noch schneller zu werden als wir schon sind. Das wird uns dabei helfen, unsere Läden noch besser zu beliefern.

Zudem können wir dann das Dreifache des Volumens schultern, mit dem wir es heute zu tun haben. Das ist entscheidend nicht nur mit Blick auf die Reaktionsschnelligkeit in unserem Fast Fashion-Modell, sondern auch für unseren Expansionsplan. Wir werden zudem weiterhin mit unseren externen Warenlagern arbeiten, um die Nachfrage in einigen unserer Schlüsselmärkte zu befriedigen.

Q 2016 kamen Mango und VGP überein, dass VGP Mangos Logistikzentrum und das nahe gelegene Industriegelände in Lliçà d'Amunt erwerben und dann das Logistikgebäude und die

Bürräume unter einem 30-jährigen Pachtvertrag überlassen wird. Das dürfte eine ziemlich komplexe Transaktion gewesen sein, aber offenbar ist es ein Win-Win-Geschäft für Mango und für VGP. Können Sie uns sagen, wie diese Transaktion zustande gekommen ist, was das Ergebnis ist und worin die Vorteile liegen?

Ja, es war wirklich eine komplexe Transaktion, aber sie wurde dadurch möglich, dass Mango und VGP überzeugt waren, dass sie für beide Seiten von Vorteil sein würde. Von Anfang an arbeiteten beide Seiten vertrauensvoll zusammen, dadurch liefen die Verhandlungen weit rascher und einfacher ab. Das Logistikzentrum ist eine der modernsten Logistikanlagen in Europa. Mit seiner Fläche von rund 180.000 m² wird das Logistikzentrum noch 2017 voll in Betrieb gehen. Hervorzuheben ist auch, dass das Zentrum um bis zu 80.000 m² erweitert werden kann, sodass sich dann eine Gesamtfläche von 260.000 m² ergäbe.

Q Bei Logistik geht es nicht mehr nur um Lagerraum, Gabelstapler und einen geschickten Dispatcher. Können Sie uns die Technologien, Systeme und Organisationsstrukturen Ihres modernen Logistikzentrums beschreiben?

Das Logistikzentrum in Lliçà d'Amunt setzt auf die neueste Handling-Technologie, um schnellstmöglich zu arbeiten, und zugleich auf ein Lagerverwaltungssystem, das die Prozesse intelligent und effizient ablaufen lässt. Die Anlage vereint Bereiche hoher Produktdichte (wir sprechen von Silos) mit sehr dynamischen Bereichen, wo Bestellungen zusammengestellt werden. Diese Bestellungen laufen durch verschiedene Ordner. Das ermöglicht uns, den Läden die optimale Menge in kürzester Zeit zu liefern. Das Lagerverwaltungssystem gestattet uns jederzeit einen aktuellen

VGP Park Mango, Lliçà d'Amunt



Überblick über Anlage, Warenbestand und Bestellungen. Es hilft uns die besten Entscheidungen zu treffen, um unsere Läden jederzeit bestmöglich zu bedienen.

Q Für Unternehmen ist es heute wichtiger denn je zu zeigen, dass sie soziale und Umweltfragen ernst nehmen. Natürlich gilt das in hohem Maße für ein so präzises und rufabhängiges Unternehmen wie Mango. Wie geht man in Ihrem neuen Logistikzentrum an diese Fragen heran?

Für Mango ist es sehr wichtig, sich in allen Umweltbelangen zu engagieren. Llicà stellt diesbezüglich ein neues Aufgabengebiet dar. Zur Minimierung jeder Belastung der Umwelt wurde sämtliche überschüssige Erde nach den Bauarbeiten innerhalb des Industrieparks umgeschichtet, um Transport und Entsorgung zu vermeiden.

Im Rahmen des Projekts wurde ein 10.000 m³ großer Teich angelegt. Er wurde eigens zur Förderung von Artenvielfalt und Mikrohabitaten konzipiert – einschließlich 395.000 m² Grünbereiche mit geringem Wasserverbrauch auf Grundlage indigener Bäume und Pflanzen.

Der fertige Park hat auch ein Regenwasser-Managementsystem zur Wiederverwendung des Wassers. Zudem hat der Bau ein Remote-Management der Lichtverhältnisse mit stufenloser Einstellung und eine energiesparende Beleuchtungsanlage.

Q In den letzten Jahren ist Mango in mehreren Märkten sehr rasch gewachsen. Wo liegen Ihrer Einschätzung nach in absehbarer Zukunft Mangos wichtigste Expansionsgebiete und Wachstumschancen?

Wir sind derzeit in 110 Ländern präsent, daher planen wir auf kurze Sicht kein Auftreten in neuen Märkten. Unser Expansionsstreben folgt einem Plan, der auf die Verbreitung in



Daniel López, leitender Vizepräsident von Mango

strategisch wichtigen Märkten abzielt, um eine Präsenz in diesen Ländern aufzubauen. Klarerweise ist Europa unser wichtigster Markt, aber wir haben auch ehrgeizige Expansionspläne in Südamerika, in Nahost und Asien.

Q Mango legt von jeher großen Wert auf Design und Zweckmäßigkeit seiner Läden. Heutzutage verlagert sich der Einzelhandel ja immer mehr aufs Online-Geschäft. Wie wird sich dies Ihrer Meinung nach auf Mango und sein Geschäftsmodell in Zukunft auswirken? Wie werden Sie Mangos unverwechselbares Image angesichts dieser Entwicklung bewahren und pflegen?

Der Online-Vertriebsweg ist eine strategische Option für Mango, die das Wachstum in Zukunft ankurbeln soll. Mango startete seine E-Commerce-Plattform 2001 und war damit einer der ersten Modehändler, die so vorgehen. Wir verfügen daher über eine starke Expertise in diesem Bereich und wachsen seither Jahr für Jahr immer stärker auf dieser Ebene.

B2C-Bestellungen nehmen wir in 83 der 110 Länder an, in denen Mango bereits präsent ist. Mit einem Plus von über 25% im Jahr 2015 macht der Internethandel bereits mehr als 10%

des Gesamtumsatzes aus und wird bis 2020 voraussichtlich 20% erreichen.

Wir unterscheiden nicht zwischen den Vertriebswegen on- und offline. Unser Ziel ist es, unseren Kunden das beste Käuferlebnis zu bieten, auf welchem Vertriebsweg auch immer sie mit der Marke interagieren wollen. Wir müssen uns den neuen Kunden anpassen, die nicht zwischen Vertriebskanälen unterscheiden. Sie wollen einfach, dass unsere Marke überall einheitlich und freundlich auftritt. Wir müssen dafür sorgen, dass wir das Beste bieten, was jeder der Vertriebswege leisten kann. Und wir müssen übergreifende Strategien entwickeln, die den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden.

Q Dann bleibt uns nur noch die Frage: Woher stammt der Name Mango ursprünglich?

Unser Gründer kostete zum ersten Mal eine Mango auf den Philippinen und verliebte sich in ihren Geschmack. Als er Mango gründete, fiel ihm der Name mit den schönen Erinnerungen ein, aber auch, dass es ein Wort ist, das sich so gut wie überall auf der Welt leicht aussprechen lässt. Vom ersten Tag an schwebte ihm vor, Mango zu einer internationalen Marke auszubauen.



VGP Park Mango, Lliçà d'Amunt

Neues Amazon-Logistikcenter im VGP Park Frankenthal

Amazon kommt nach Frankenthal: Mit einem hochmodernem Logistikzentrum baut der Technologiekonzern seine Präsenz in Deutschland weiter aus

Zwischen dem Ballungsraum Mannheim/Ludwigshafen und Worms direkt am Autobahnkreuz Ludwigshafen sowie in unmittelbarer Reichweite von Frankfurt, Mainz und Wiesbaden weist der neue VGP Park Frankenthal nicht nur eine ideale Lage auf, sondern gibt auch einen Ausblick auf künftige Projekte dieser Art: Im Zuge der Digitalisierung und einer zunehmenden Zahl von Unternehmen aus dem E-Commerce-Bereich wird die richtige Kombination aus digitaler und physischer Logistik-Infrastruktur immer entscheidender für den Erfolg.

In Frankenthal profitiert Amazon nun von einer umfassend und komplett ausgestatteten Anlage auf rund 50.000 m² für Lagerflächen und dazugehörige Büroräume. Außerdem entstehen auf dem rund 17,4 ha großen Gelände auch noch rund 1.200

50.000 m²
Lagerflächen und
dazugehörige Büroräume

1.200 Parkplätze

Parkplätze für die Mitarbeiter. Die Übergabe des Logistikzentrums an Amazon ist für Oktober 2017 geplant.

Mit dem neuen Zentrum, das elementarer Bestandteil des europäischen Logistik-Netzwerks von Amazon sein wird, verfolgt das Unternehmen mehrere Ziele. So sollen die Kunden noch besser und schneller bedient, noch mehr unterschiedliche Produkte

versendet sowie nicht zuletzt auch kleinere Unternehmen unterstützt werden, die über Amazon.de verkaufen und von Amazon lagern, packen und an die Kunden liefern lassen.

Zusammenwachsen von digitaler und physischer Welt

Das neue Amazon Logistikzentrum in Frankenthal zeigt, wie digitale und physische Welt dort zusammenwachsen, wo Bits und Bytes auf reale Produkte treffen, die bewegt werden wollen. Dabei kommt es mehr denn je darauf an, dass sowohl das Gesamtkonzept als auch die einzelnen Ausstattungskomponenten maximale Flexibilität für künftige Anforderungen bieten. Solche Konzepte und Komponenten erlauben es, die Immobilien auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse zuzuschneiden und dabei in jeder Situation ausgesprochen wirtschaftlich zu agieren.

Mit dem neuen Logistikzentrum im VGP Park Frankenthal hat Amazon beste Aussichten auf eine noch leistungsstärkere Logistik – und viele Menschen die Perspektive auf einen ebenso attraktiven wie zukunftssträchtigen Arbeitsplatz. Insgesamt 1.000 neue Vollzeit-Jobs entstehen hier allein im ersten Jahr. Erfahrungsgemäß ist das aber nur der Anfang, denn die Zahl dürfte in den Folgejahren weiter wachsen.

Expansion in Europa

Seit 2010 hat Amazon etwa 15 Milliarden Euro in den Ausbau seines europäischen Logistik-Netzwerks investiert. Mit Frankenthal kann sich das Bundesland Rheinland-Pfalz bereits über den zweiten Amazon Standort freuen. Damit zeigt sich einmal mehr, in welchem Ausmaß der E-Commerce zum entscheidenden Wachstumstreiber für die Logistikbranche geworden ist. Wer als Anbieter und Entwickler von Logistikstandorten hier die Zeichen der Zeit erkannt und die Nase vorn hat, kann die zunehmende Symbiose von digitaler und analoger Welt in diesem Bereich erheblich mitgestalten.





Exkursion

Berlin startet durch ... auf den Spuren der Startupszene

Über wohl wenige Städte sind wohl so viele Reiseführer, alternative Reiseführer und Special-Interest-Reiseführer verfasst worden wie über Berlin. Doch ist die Spree-Metropole weit mehr als Hauptstadt, Feiermeile und Kulturmekka. Aus gutem Grund gilt sie auch als Hauptstadt der Startup-Unternehmen mit einem enormen Innovationspotenzial

Obwohl Startups selten spektakuläre Motive bieten, kann es sich für interessierte Berlin-Besucher durchaus lohnen, einmal ihren Spuren zu folgen und einen genaueren Blick auf die „Newcomer-Hochburgen“ innerhalb Berlins zu werfen.

Abseits von Brandenburger Tor, Siegestsäule und Potsdamer Platz gibt es in Berlin viel zu entdecken – vor allem im Hinblick auf den „Berlin Way“, der in der Startup- und Kulturszene gleichermaßen zu finden ist.

Auf dem Weg zur Gründer-Welthauptstadt

Berlin hat optimale Voraussetzungen, sich zur führenden Gründermetropole zu entwickeln. Hier sind nahezu alle wichtigen Venture Capitalists vertreten, dazu noch zahlreiche Inkubatoren und Business Angels. Die gesamten Investitionen der Wagniskapitalgeber bzw. die Summe des gesamten Risikokapitals liegt bei über zwei Milliarden Euro. Fast drei Viertel des gesamten Wagniskapitals in Deutschland gingen 2016 in die Hauptstadt.

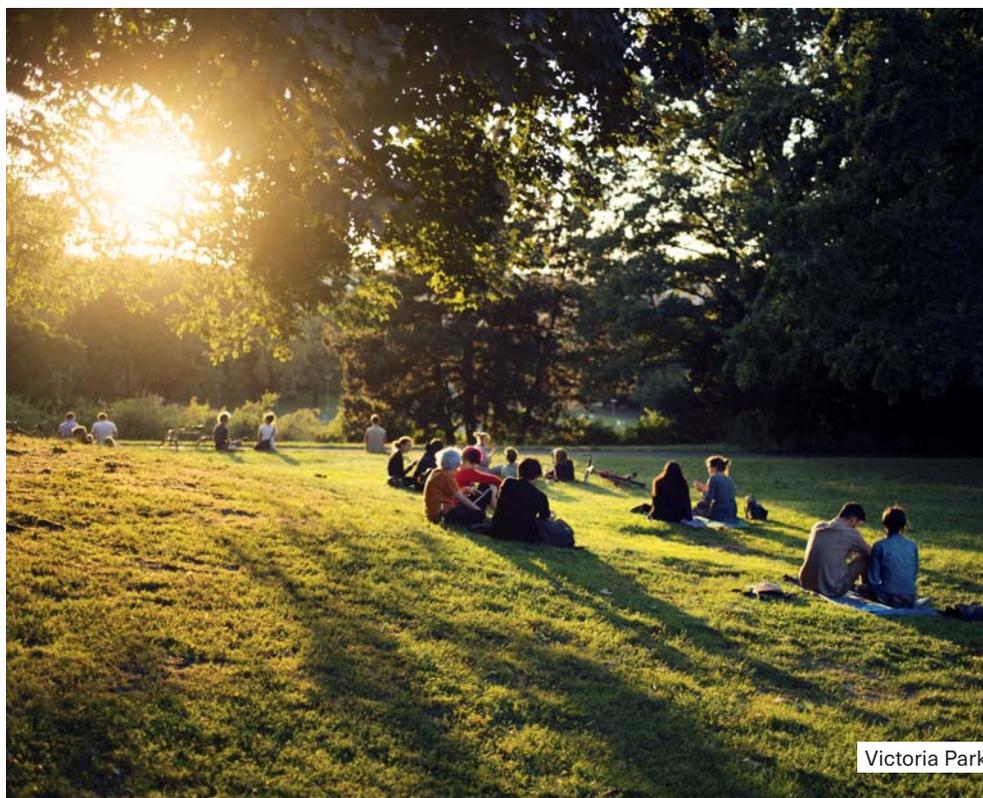
Laut Branchenkennern hat die Zahl der Startups mittlerweile vierstelligen Höhen erreicht – 2012 waren es noch 270. Etablierte Player wie Zalando oder ImmobilienScout 24 haben hier ihren Ursprung. Die Zahl der Mitarbeiter in Startups hat sich zwischen 2012 und 2016 nahezu verdoppelt – zusammengerechnet wären die Startups Berlins fünftgrößter Arbeitgeber, noch vor Siemens, und könnten in wenigen Jahren sogar zum größten avancieren. Mit bis zu 100.000 möglichen neuen Arbeitsplätzen bis 2020 rechnen Experten. Berlin zählt zur absoluten Spitze der Regionen Europas im Hinblick auf neue Unternehmen.

Schwerpunkt auf Services

Bildeten zunächst vor allem Content- und E-Commerce-Businessmodelle den Schwerpunkt, bieten die Startups inzwischen vor allem B2B- und B2C-Services. Das Spektrum ist aber nach wie vor enorm vielfältig. So reicht es von Anbietern für automatisierte Buchhaltungsprozesse über Initiativen zur Vernetzung von Senioren und Suchmaschinen für Reiseschnäppchen bis hin zum Vertrieb solarbetriebener Produkte. Fast jede Woche findet irgendwo in der Stadt ein Startup Event statt – auch das ist ein sicheres Zeichen dafür, dass der Trend seinen Zenit noch lange nicht überschritten hat.

Konzentration auf bestimmte Viertel

Die Startup-Szene ist groß – aber Berlin ist größer. Infolgedessen haben sich bestimmte Schwerpunkte innerhalb der Stadt gebildet.



Victoria Park

Zusammengenommen bilden sie ein Cluster im Bereich zwischen Prenzlauer Berg im Norden und Kreuzberg im Süden. In der gesamten Mitte – einschließlich des gleichnamigen Bezirks – finden sich knappe 300 Startups, an den Rändern rund um diesen Bereich haben immerhin noch jeweils um die 50 Firmen ihren Sitz.

Im Herzen der Szene: Kreuzberg und Neukölln

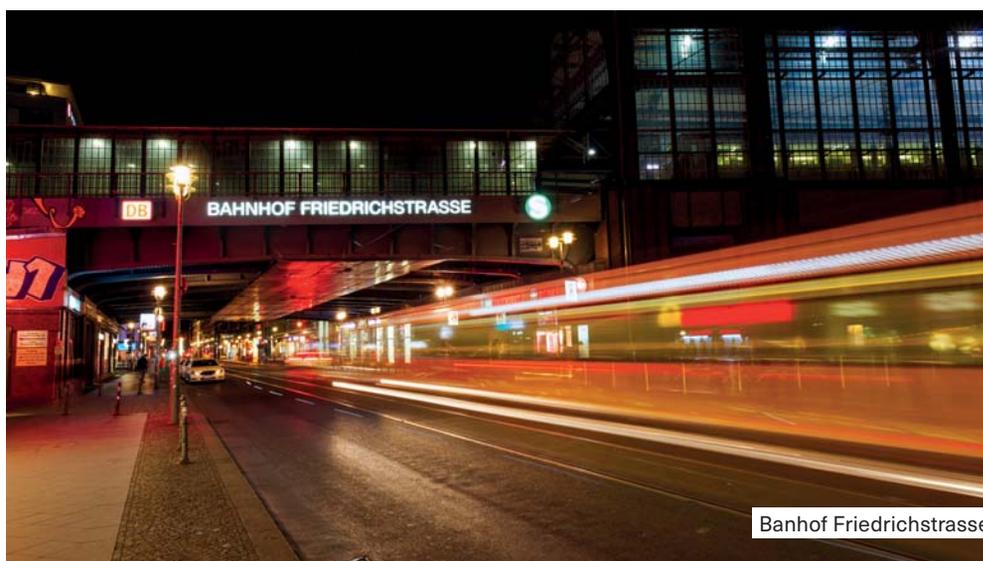
Ein wichtiges Zentrum bilden Kreuzberg und Neukölln. Letzteres gilt immer noch als das wohl angesagteste Viertel Berlins – mit zahllosen Restaurants, Bars und kleinen Läden. Der hohe Altbaubestand und das typische Multikulti-Flair machen Neukölln zum Hipster-Hotspot. Hier können Besucher ausgiebig frühstücken, ausgefallene Burger probieren oder auf der Weichselstraße in coole Bars gehen. Ein Highlight im wahrsten

Sinn ist der Kulturdachgarten mit einem beeindruckenden Ausblick auf die Hauptstadt – in der Saison sogar mit Mini-Weihnachtsmarkt.

Gleich nebenan liegt Kreuzberg, inzwischen mit Neukölln zu „Kreuzkölln“ verwachsen. Schlendern über den Gräfekiez, entspannen am Maybachufer, erholen im Viktoriapark, ein Drink im Multilayerladen, Yoga im Jivamukti Nightflight oder frühstücken im Le Bon: Die Zeiten aufgeregter Subkultur sind auch in Kreuzberg inzwischen einem lässigeren Lebensstil gewichen.

Im Osten was Neues: Friedrichshain und Prenzlauer Berg

Der Prenzlauer Berg weist eine interessante Mischung aus Akademikern und „Latte macchiato-Müttern“ einerseits, aber auch einer lebhaften Szene andererseits auf. Hier locken exotische



Bahnhof Friedrichstrasse

Erlebnisse im so genannten Vietnam Village, Spaziergänge im Mauerpark mit seinem bunten und bisweilen bizarren Treiben, lauschige Abende in den Bars rund um den Helmholzplatz – und Übernachten in ungewöhnlichen Hotels mit einladenden Bezeichnungen wie dem „Pfefferbett“.

Der Hipster-Kiez schlechthin findet sich in Friedrichshain östlich der Warschauer Straße. Dort geben sich die Bars zwar nicht die Klinke in die Hand, aber garantiert keine Blöße, was Angebot und Ambiente betrifft. Abseits dessen ist der Stadtteil auch Heimat von East Side Gallery und Jüdischem Museum, sodass hier weder am Tage noch am Abend Langeweile aufkommen kann.

Die Mitte macht's

Die Mitte aber liegt in Mitte, dem Zentrum der Berliner Startup-Szene. Über die Sehenswürdigkeiten müssen nicht viele Worte verloren werden. Der Bezirk gilt als Model- und Foodie-Mekka, aber auch als Startup Geek. Kulinarisch geht es durchaus aufregend zu – von ungewöhnlichen Pizzerien wie Standard oder La Pausa bis zum grünesund Daluma. Der Weinbergspark lädt zum Verweilen ein, Clärchens Ballhaus zum Tanzen aller nur denkbaren Tänze. Anschließend Erholung bietet die Wellness-Oase Vabali.

In Mitte wird die Startup-Kultur Berlins am augenfälligsten. Im St. Oberholz ist ihr Hauptquartier. Hier lässt sich die unternehmerische Aufbruchsstimmung förmlich mit Händen greifen.

Startups haben ein Zuhause

Auch wenn sie nicht das Straßenbild dominieren, finden sich doch nahezu an jeder Ecke neue, internetaffine und digital getriebene Newcomer. So hat



das gar nicht mehr so kleine Startup GoButler, das inzwischen auch in den USA erfolgreich ist, seinen Ursprung in Prenzlauer Berg. Ebenfalls dort arbeitet Bonusbox, das für seine Kunden bei jedem Einkauf Punkte sammelt.

Am Potsdamer Platz und am Bahnhof Zoo hat der Co-Working-Space-Anbieter wework Quartier bezogen, zwischen Neukölln und dem Großen Müggelsee sitzt der Business Angels Club Berlin.

Ein Kapitel für sich ist die Factory Berlin an der Bernauer Straße. Mit ihrem Standort in einer ehemaligen Brauerei galt sie lange als inoffizielles Zentrum der Startup-Szene. Auf 16.000 m² Bürofläche versammelte sich hier zeitweise die Crème de la Crème der Internet-Gipfelstürmer. Auch internationale Politikgrößen ließen sich blicken, veredelt wurde das Ganze mit einem Restaurant von Sternekoch Tim Raue.

Nach einer Diversifizierung der Gründer kam es zu einer zweiten Niederlassung unweit der ersten. Das

neue Projekt in der Nähe des Bahnhofs Friedrichstraße beherbergt unter anderem den Betreiber eines Netzwerks für Wissenschaftler und Forscher.

Logistiklösungen gefragt

Viele kleine Firmen, viele Internetdienste – das bedeutet zumeist auch: viel Nachfrage nach passenden Logistiklösungen. Nicht zuletzt deshalb ist das Startup-Mekka Berlin hochinteressant für die Anbieter logistischer Dienstleistungen. Viele der Angebote stehen in direktem Zusammenhang mit der Auslieferung von Waren wie zum Beispiel puristischen Uhren oder Taschen und Koffer mit besonderen technischen Features. Aber auch im B2B-Bereich besteht ein hoher Bedarf. Wer als Anbieter leistungsfähiger Logistiklösungen ganz nah am Puls der Zeit agieren möchte, sollte die deutsche Hauptstadt genau im Auge behalten – oder bestenfalls bereits über einen (unternehmerischen) Koffer dort verfügen.



Daniel Sigmann

Die Zukunft ist digital

Als Geschäftsführer der VGP Industriebau GmbH mit Sitz in Düsseldorf kennt Daniel Sigmann die Projektentwickler-Branche und ihre Perspektiven genau

Das VGP Location³ Magazin hat sich mit Daniel Sigmann unterhalten und erfahren, wo die Reise für den Bereich Logistikparks im Allgemeinen und für VGP im Speziellen hingeht.

Q Herr Sigmann, VGP ist seit 2012 im deutschen Markt aktiv. Seitdem scheinen die Zeichen bei der Nachfrage nach Logistikflächen, -objekten und -services dauerhaft auf Wachstum zu stehen. Wird sich das Ihrer Einschätzung nach auch in den nächsten Jahren fortsetzen? Diese Entwicklung wird mit Sicherheit auch in naher Zukunft so weitergehen – und zwar mit einer vergleichbaren Dynamik wie bislang. Die Nachfrage nach hochwertigen Objekten ist ungebrochen.

Q Gibt es zurzeit bestimmte Trends im Bereich der Entwicklung von Logistik- und Gewerbeimmobilien? Ein Megatrend in Deutschland, der auch Gewerbeimmobilien betrifft, ist zweifelsohne der E-Commerce, über den insbesondere der B2C-Warenverkehr abgewickelt wird. Dieser Zweig des E-Commerce ergänzt den stationären Handel nicht nur, sondern könnte ihn – zumindest in Teilen – auf absehbare Zeit sogar ablösen. Und auch die ‚traditionellen‘ Einzelhändler nutzen immer stärker elektronische Absatzkanäle. Die Entwickler und Anbieter von Gewerbeimmobilien müssen sich zukünftig diesem Trend noch stärker anpassen – und haben es, wie am Beispiel VGP deutlich wird, auch bereits getan.

Q Was bedeutet das konkret? Da E-Commerce-Betreiber in der Regel kleinteiliger agieren, benötigen sie oft speziellere Lösungen als die klassischen Logistikunternehmen.

Folglich sind die Anbieter gefordert, Flexibilität zu zeigen und auf entsprechende Wünsche einzugehen. Unabhängig vom einzelnen Mieter besteht heute überdies eine große Nachfrage nach besonders energieeffizienten Lösungen zum Beispiel bei der

Steuerung der LED-Beleuchtung sowie Heizungs- und Lüftungsanlagen.

Q Wie wirkt sich die allgegenwärtige digitale Transformation auf die Ansprüche bei der Ausstattung zeitgemäßer und kundengerechter Immobilien aus? Gegenwart und Zukunft sind digital, keine Frage. Zu den Standards gehören heute schon Glasfaseranschlüsse und LAN bzw. WLAN. Die Immobilie selbst kann natürlich nicht digitalisiert werden, sondern bleibt analog. Jedoch begleiten heute immer öfter hochqua-



Daniel Sigmann

stammt aus Dortmund und ist seit mehr als 10 Jahren in der gewerblichen Immobilienentwicklung tätig. Er ist ein begeisterter Hobbyfotograf, und so zählt insbesondere interessante Architektur auf spontanen Kurztrips zu seinen bevorzugten Motiven.

lifizierte Fachingenieure die Bau- und Planungsarbeiten und sorgen dafür, dass eine zukunftsfähige, für die Digitalisierung relevante Ausstattung vorhanden ist und fachgerecht verbaut wird. Hier ist unsere Branche im Vergleich recht weit vorne. So hat VGP die Vorgaben der Kunden bereits umgesetzt, als andere Bereiche noch längst nicht so weit waren.

Q Wo besondere Chancen liegen, finden sich gewöhnlich auch entsprechende Herausforderungen. Worin bestehen diese für VGP – sowohl als Entwickler als auch als Investor?



VGP Park Rodgau

In erster Linie geht es für einen Anbieter natürlich immer darum, der Nachfrage entsprechen zu können. Das umschließt – wie erwähnt – eine zukunftsfähige und möglichst flexible Ausstattung, aber natürlich auch einen wettbewerbsfähigen Preis, denn in dieser Hinsicht sind die Kunden sehr sensibel. Und selbstverständlich bleiben A-Lagen weiterhin sehr begehrt. Auch hier müssen wir liefern können.

Weiterhin wollen zahlreiche Sonderwünsche registriert und umgesetzt werden. Zudem ist zu berücksichtigen, dass gerade auch im Zuge von E-Commerce der Personalaufwand der Mieter erheblich gestiegen ist. Dies bedeutet, dass bereits bei der Konzeption einer Lösung anders vorgegangen werden muss als etwa bei einer klassischen Logistikimmobilie, in der vergleichsweise wenige Menschen beschäftigt sind.

Ob das eine wirkliche Herausforderung ist oder „nur“ eine Modifizierung der Rahmenbedingungen, darf diskutiert werden. VGP hatte immer schon den Anspruch, Kundenwünsche schnell und effizient umzusetzen, in analogen wie in digitalen Kontexten. Was zählt, sind eine rasche Fertigstellung der Gebäude auf hohem Qualitätsniveau, eine kompetente Beratung sowie ein flexibles Eingehen auf Wünsche und Bedingungen aller Art.

Q Die Digitalisierung und die dynamische Entwicklung des Handels sind das eine – ein anderes sind Zukunftstrends wie etwa das selbstfahrende Auto. Wie würde sich dieses zum Beispiel auf Konzeption und Nutzung eines Logistikparks auswirken?

Präzise prognostizieren zu wollen, welche Auswirkungen solche disruptiven Technologien haben werden, gleicht immer einem Blick in die Kristallkugel. Aber einiges lässt sich doch hochrechnen. So würden beispielsweise deutlich kleinere Außenbereiche benötigt – was nicht zuletzt die Akquirierung von Flächen für neue Projekte um einiges erleichtern würde. Auch Trends wie die Elektromobilität hätten

natürlich Auswirkungen. So müssten etwa entsprechende Ladekapazitäten eingeplant und eingerichtet werden. Diesbezüglich sind unsere Immobilien bereits heute durch leistungsfähige Netzanschlüsse bestens gerüstet.

Q Welche Auswirkungen hätte der Trend zu einer verstärkten Regionalisierung von Warenströmen?

Gerade beim B2C-Geschäft verlangen die am E-Commerce beteiligten Unternehmen für die Last Mile nach Immobilien, die geographisch nahe am Kunden liegen. In den Ballungsgebieten ist das eine spannende Aufgabe.

Q Das A und O für einen Logistikpark ist die Lage. Sieht VGP hier eher eine Tendenz hin zur Ballung von Kapazitäten oder wäre auch eine dezentralere Entwicklung denkbar?

Klassische Standorte wie zum Beispiel Hamburg werden immer hoch begehrt, hoch frequentiert und in einem kontinuierlichen Ausbau begriffen sein. Daneben werden aber auch kleinere Standorte zunehmend interessant – vor allem für Single Tenants, denen wir einen Build-to-Suit-Service bieten können. Generell besteht die Kunst darin, immer wieder potenzielle A-Lagen zu entdecken und zu erschließen. Natürlich sind viele

solcher Standorte bereits entwickelt und etabliert, doch es können zum Beispiel durch Konversion auch neue Projekte an so genannten Brown Fields in vielversprechenden Lagen realisiert werden. Zurzeit ist jedoch vor allem das Interesse an Green Field-Projekten in bester Lage hoch.

Q Wo werden neue VGP-Projekte im Jahr 2017 entstehen?

An erster Stelle sind hier Berlin und das Rhein-Main Gebiet aufzuführen, auch in Hamburg wird einiges passieren. Der Schwerpunkt liegt in diesem und im kommenden Jahr aber ganz klar in Süddeutschland, insbesondere dem Raum München.

Q Wo sehen Sie VGP in den nächsten zwei bis drei Jahren in Deutschland?

Wir wollen und werden die Wachstumsdynamik nutzen und effizient in Erfolge für unsere Unternehmen und die Kunden umsetzen.

Q Flächen für Logistikparks zu erschließen und Rücksicht auf die Umwelt zu nehmen, scheint für viele ein Widerspruch. Wie geht VGP damit um?

Zur Politik von VGP gehört es, prinzipiell möglichst wenige Flächen vollständig zu versiegeln und viel Grün in die Parks zu holen. Außerdem berücksichtigen wir schon bei der Planung Faktoren wie den Energieverbrauch und den Einsatz von regenerativen Energien. Mit entsprechenden Technologien können wir hier umweltgerechte Lösungen erzielen.

Nicht zuletzt braucht es auch eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft – etwa im Hinblick auf die Konversion von Flächen oder die Berücksichtigung der Interessen von Kommunen und Anwohnern. Nur so ist es möglich, immer wieder zu Lösungen zu kommen, die den verschiedenen Bedürfnissen gerecht werden.



VGP Park Berlin

Neue Mitarbeiter im VGP-Team



Daniel Busch

Projektmanager

Projektmanager Daniel Busch leitete bereits bei mittelständischen Generalunternehmen zahlreiche Projekte. Auch im Bereich Akquise und Vertrieb für Logistik sowie Parkhäuser kennt der Betriebswirt des Handwerks sich bestens aus. Der gelernte Maurer und Betonbaumeister wohnt in Bremen und liebt in seiner Freizeit vor allem das Snowboarden.

Margarita Dück

Bereich After Sales

Margarita Dück ist seit April 2017 Teil des VGP-Teams Property Management in Düsseldorf und betreut den Bereich After Sales. Nach dem Studium des Stadt- und Regionalentwicklungsmanagements in Bochum arbeitete sie zunächst bei einem Wohnungsbauunternehmen. Dann wechselte sie in die Abteilung Lease Management/Expansion eines Hamburger Filialunternehmens. Margarita Dück macht gerne Yoga, unternimmt Wanderungen und lebt ihre kreative Seite bei Nähprojekten aus.



Oliver Friedel

Junior-Bauleiter

Junior-Bauleiter Oliver Friedel absolvierte zunächst das Immobilien Management-Studium an der Hochschule Rhein-Main. Wichtige Praxiserfahrungen sammelte er anschließend bei einem mittelständischen Generalunternehmer. Auch Oliver Friedel reist wie viele der VGP-Kollegen sehr gern und ist ein Familien-Mensch. Zurzeit arbeitet er auf den Baustellen in Frankenthal und Ginsheim gemeinsam mit Martin Misiun.

Joris Van Geet

Property Management Team

Der jüngste Bruder von Jan und Tomas Van Geet verstärkt seit September 2016 das Property Management Team in Düsseldorf. Zuvor absolvierte er seinen Master-Studiengang als Wirtschaftsingenieur an der Universität Antwerpen. Abschalten vom Job gelingt Joris Van Geet am besten in Gesellschaft mit Familie und Freunden.



Tobias Hoop

Junior-Bauleiter

Seit kurzem ist Tobias Hoop Junior-Bauleiter für den VGP Park Hamburg. Nach seiner Zeit bei der Bundeswehr arbeitete der gelernte Maurer im familieneigenen Betrieb und machte parallel seinen Meister im Maurer- und Betonbauerhandwerk. In seiner Freizeit fährt er gerne Motorrad.

Patrick Henninger

Entwicklung der VGP Parks

Seit August 2016 betreut und verantwortet Patrick Henninger als Objektleiter die Entwicklung der VGP Parks in Hessen, Rheinland Pfalz und Bayern. Der gelernte Gas- und Wasserinstallateur verfügt vor allem über Kompetenzen in den Bereichen Facility Management und Versorgungstechnik. Zuvor war er unter anderem bei der Fraport AG tätig. Zu seinen Hobbys zählen der Motorsport und das Reisen mit dem Motorrad.



Patrick Huhn

Bauleiter

Seit sechs Monaten bereichert Patrick Huhn als Bauleiter das Team von VGP. Der gebürtige Hesse hat während seines Bauingenieur- und Architekturstudiums an der TH in Gießen sieben Jahre bei Max Bögl in den Abteilungen Hochbau und Systematisierter Industriebau gearbeitet. Er betreut zur Zeit die Parks in Schwalbach (Saarland) und Wetzlar. Patrick Huhn wohnt in Frankfurt am Main, ist verheiratet und hat einen Sohn.



Claudia Palmeros

Office Manager

Seit 2002 lebt Claudia Palmeros in Spanien. Zuvor arbeitete sie als Fotografie-Lehrerin in den Vereinigten Staaten. Ihre vielen Interessen haben ihr viele unterschiedliche Jobs beschert – von der Architektur über Museumskuratorin bis hin zur Redakteurin bei einem Magazin. Seit Oktober 2016 arbeitet Claudia Palmeros in Vollzeit als Office Managerin im VGP-Team Spanien. In ihrer Freizeit unterrichtet sie Sprachen und spielt gerne Cello.

Manuela Maddente

Rezeptionistin

Manuela Maddente unterstützt das VGP Team in Düsseldorf seit April 2017 als Rezeptionistin. Die gelernte Kauffrau für Bürokommunikation arbeitete bereits in der Werbung, im Marketing sowie im Kundenservice. Zu ihren Hobbys gehören Sport, Kochen sowie Fotografie.



Ingo Möbius

Objektleiter

Ingo Möbius betreut und verantwortet seit Oktober 2016 bei VGP PM Services als Objektleiter den VGP Park Berlin. Davor arbeitete er zwei Jahre bei Sauter FM als Wartungsmonteur. Der gelernte Heizungsmonteur hat sich zusätzlich zum Mechatroniker ausbilden lassen. In seiner Freizeit macht Ingo Möbius Fahrrad-Ausflüge oder ist mit Sportsfreunden vom Ruderclub KW auf dem Wasser unterwegs.

Miquel-David Martínez

Technischer Leiter

Nach seinem Studium des Bauingenieurwesens und der Betriebswirtschaftslehre, während dem er mehrere Austauschreisen nach Italien, China und Südafrika unternommen hatte, arbeitete Miquel-David Martínez über zehn Jahre lang bei einem Ingenieurbüro in Badalona (nahe Barcelona). Er besitzt umfassende Erfahrung als Projektmanager und Technischer Leiter im Baugewerbe. Miquel-David Martínez verbringt seine Freizeit gerne mit seiner Familie und Freunden und hat zudem große Freude am Reisen, Skifahren und Tauchen.





Claudia Ruhnau

Architektin

Die Architektin Claudia Ruhnau bearbeitet zusammen mit Verena Dieckmann die Planungskoordination / das Genehmigungsmanagement bei VGP. Zuvor war sie als Projektmanagerin für die Esprit Europe GmbH tätig. Ihr Schwerpunkt lag beim Fassaden-Ladenbau sowie der Entwicklung von Store Konzepten. Ihre Freizeit genießt sie gerne im Kreise ihrer Familie mit Ehemann, Tochter, Sohn und dem Familienhund.

Karsten Schreiner

Leiter Einkauf Deutschland

Karsten Schreiner war vor seinem Einstieg als Leiter Einkauf Deutschland im September letzten Jahres sieben Jahre als Einkaufsleiter im Systematisierten Industriebau bei einem großen Generalunternehmer tätig. Der ausgebildete Baufachwirt hat einen Sohn. In seiner Freizeit spielt er gerne Golf und liebt – wie viele der VGP-Mitarbeiter – das Reisen.



Kerstin Vögel

Projektassistentin

Kerstin Vögel kam über berufliche Stationen in München, Portugal, Irland und Hamburg zu VGP nach Düsseldorf. Die Realisierung verschiedener Hotelneubauten brachte sie zum Baugewerbe und zum Projektmanagement. Seit April 2017 bringt die gebürtige Münchnerin ihre Erfahrungen in das Projektteam in Düsseldorf ein. Sie liebt die Natur, feines Essen und die Insel Amrum.

Tanja Witt

Assistentin im Vertrieb

Seit April 2017 gehört Tanja Witt als Assistentin im Vertrieb zum VGP-Team in Düsseldorf. Zuvor hat die gelernte Bürokauffrau im Baugewerbe acht Jahre bei einem Generalunternehmer in Düsseldorf gearbeitet. Anschließend war sie als Assistentin der Geschäftsführung bei einem Projektentwickler in Wuppertal tätig. Ihre Leidenschaft ist das Reisen.



Pavla Zadáková

Buchhaltung

Pavla Zadáková arbeitet seit November 2016 als Buchhalterin für VGP. Sie studierte an der Technischen Universität Liberec und der Fachhochschule Karelien in Joensuu, Finnland. Neugierig und reisebegeistert erkundet sie in ihrer Freizeit gern neue Orte und Länder, verbringt aber auch gern Zeit mit Familie und Freunden. Außerdem spricht Pavla Zadáková Englisch und studiert nebenbei Spanisch.

Die Mitarbeiter im Einkauf

VGP Industriebau in Düsseldorf

Die meisten Kunden kennen **Luisa Wolf** bereits seit fast zwei Jahren als Mitarbeiterin an der Rezeption. Seit Anfang April 2017 verstärkt sie nun als Assistentin das Team Einkauf. **Tammy Ströde** gehört seit März 2017 zum Team Einkauf. Nach ihrem Studium zur Wirtschaftsingenieurin mit dem Schwerpunkt Bauwesen in Oldenburg war sie fünf Jahre in der Projektleitung bei einem Generalunternehmer tätig. Die ausgebildete Pferdewirtin verbringt ihre Freizeit meistens mit ihren Pferden, sie mag Musik und reisen. Seit April 2017 betreut **Silke Böhm** das Controlling beim Team Einkauf. Die gelernte Industriekauffrau und Baufachwirtin war vor ihrem Einstieg bei VGP für die kaufmännische Abwicklung von Schlüsselfertigbau-Projekten verantwortlich. Zudem betreute sie als Ausbilderin kaufmännische Azubis. In ihrer Freizeit entspannt Silke Böhm bei der Gartenarbeit. Im Urlaub lässt sie sich dagegen gern den frischen Fahrtwind



Luisa Wolf, Tammy Ströde, Silke Böhm
Christoph Flier, Nils Zimmermann

beim Radeln auf den nordfriesischen Inseln um die Nase wehen. **Christoph Flier** gehört schon seit Oktober 2014 zum Team Einkauf (Location³ Magazine 10/2015). **Nils Zimmermann** ist seit Juli 2016 bei VGP beschäftigt. Der Wirtschafts- und Bauingenieur hat Erfahrung im Projektmanagement von

Infrastrukturprojekten und arbeitete zuletzt einige Jahre im Einkauf und Vertragswesen eines mittelständischen Generalunternehmers. Nils verbringt seine Freizeit am liebsten mit der Familie und Freunden. Außerdem spielt er gerne Beachvolleyball.



Monika Müller, Konrad Helbig, Lena Richter
Ansgar Schade, Ria Pante

Das Facility Management Team

VGP in Düsseldorf

Monika Müller gehört seit Mitte Januar 2017 zum Facility Management Team. Nach ihrer Ausbildung zur Kauffrau im Groß- und Außenhandel war sie elf Jahre im Einkauf und mehr als drei

Jahre im Controlling und in der Verwaltung tätig. Sie geht gerne shoppen und nutzt die Urlaube für schöne Reisen. Seit Juli 2016 verantwortet **Konrad Helbig** als Regionalleiter Nordost das Facility Management für derzeit vier Objekte. Der gelernte Gas- und Wasserinstallateur studierte zunächst in Dresden Versorgungstechnik. Von 2000 an arbeitete er als Bauleiter TGA in einem großen Generalunternehmen in Det-

mold. Der gebürtige Dresdner macht gern Sport und genießt die arbeitsfreie Zeit am liebsten mit Familie und Freunden. **Lena Richter** ergänzt seit August 2016 das Facility Management Team von VGP. Die gelernte Immobilienkauffrau aus Rheinberg absolviert aktuell noch eine berufsbegleitende Weiterbildung zur Immobilienfachwirtin. Zeit mit der Familie, den Freunden und ihrem eigenen Pferd zu verbringen – das ist für Lena Richter nach dem Job das Wichtigste. **Ansgar Schade** ist bereits seit März 2016 Regionalleiter Südwest beim Facility Management für VGP tätig (Location³ Magazine 12/2016). **Ria Pante** hat seit Oktober 2016 bei der VGP PM Services die Gesamtleitung für das Property und Facility Management Deutschland übernommen. Nach dem Masterstudium Internationales Facility Management in Münster begann sie ihre berufliche Laufbahn als Bereichsleistungsassistentin bei der FAC'T, einem Facility Management-Dienstleister mit Schwerpunkt Krankenhäuser und Gesundheitsimmobilien. In den letzten fünf Jahren verantwortete sie das Facility Management Consulting bei der fmsc. In ihrer Freizeit engagiert sie sich als Prädikantin in ihrer heimischen Kirchengemeinde und reist sehr gern.

Brand Story

Konzept, Team und Logistik

Der Schlüssel zu Mangos Erfolg

Die spanische Modekette Mango hat große Pläne und Ziele. Sie hat bereits rund 2.200 Läden in 110 Ländern. Mango ist bestrebt, einen oder mehrere Läden in jeder größeren Stadt dieses Planeten zu haben.



„Unsere Leute sind absolut entscheidend für Mangos Erfolg. Wir wollen ein angenehmes und freundliches Betriebsklima, in dem die Beschäftigten mit einer positiven Einstellung zur Arbeit kommen.“

Daniel López
leitender Vizepräsident von Mango

1984 von Isak Andic mit dem ersten Laden an der berühmten Passeig de Gràcia in Barcelona gegründet, hat die Modehandelskette eine Formel für ihren phänomenalen Siegeszug in der Verbrauchergunst. Die Formel beruht auf drei Säulen: Erfolg, Team und Logistik.

Das Konzept ist aufs sorgfältigste ausgearbeitet und soll Mango von der Konkurrenz absetzen. Dazu kommt ein hochwertiges Produkt mit originellem Design und einem stimmigen, einheitlichen Markenimage. Der Mango-Look richtet sich an junge, moderne, urbane Frauen. Er ist originell, zugleich aber auch ganz in Einklang mit den neuesten Modetrends. Mango entwirft Kleidungsstücke, die eine Frau jeden Tag tragen kann, also gehören lässige und förmliche Kollektionen dazu. Der Look ist immer eindeutig Mango, aber auch an die Ansprüche der jeweiligen Märkte angepasst. Zu Mangos Team zählen mehr als 16.000 Beschäftigte. Eine aktuelle Studie ergab, dass deren Durchschnittsalter bei 30 Jahren liegt und rund 80% davon weiblich sind. Diese Mitarbeiter kennen ihre Kunden wirklich gut.

„Unsere Leute sind absolut entscheidend für Mangos Erfolg“, betont Daniel López, leitender Vizepräsident von Mango. „Wir wollen ein angenehmes und freundliches Betriebsklima, in dem die Beschäftigten mit einer positiven Einstellung zur Arbeit kommen. Das Hierarchische beschränkt sich auf ein Minimum. Wir erwarten aber, dass jeder seine Ideen einbringt, sich neuen Herausforderungen stellt und sich in ein Team integriert – einem Team, das erkennt, worauf es ankommt, und mit aller Energie gemeinsam darauf hinarbeitet. Gegenseitiger Respekt am Arbeitsplatz ist natürlich auch ganz wichtig. Dasselbe gilt für unsere Läden. Das Personal muss in jedem Laden absolut professionell, dynamisch und teamfähig sein. Es muss die Kollektionen, die Teile und das Markenimage verstehen.“

Die dritte Säule ist die Logistik. Allein die bloße Anzahl an Läden, die beliefert werden müssen, macht die Herausforderung gewaltig. Logistik bedeutet aber nicht nur, die Regale



MANGO

und Gestelle regelmäßig zu befüllen. Es kommt darauf an, jederzeit die richtigen Teile in den Läden zu haben, um für einen guten Lagerumschlag zu sorgen und die Franchisenehmer nicht mit exzessiver und teurer Lagerhaltung zu überfordern.

„Mangos Logistiksystem beruht auf Tempo, präzisen Informationen und moderner Technologie“, kommentiert López. „Jeder Laden sollte die Ware, die er braucht, genau dann bekommen, wann er sie braucht. Absatzprognosen sind also wichtig, damit der Lagerumschlag bestimmt werden kann. All das muss natürlich auch mit der Produktion und der Designabteilung koordiniert werden.“

Mango hat gerade ein neues, 180.000 m² großes Logistikzentrum in Lliçà d'Amunt nördlich von Barcelona eröffnet. Die dort eingesetzte Technologie ist hochmodern und sehr

spezifisch für Mango. Logistikroboter helfen beim Handling von nicht weniger als 75.000 Kleidungsstücken pro Stunde. Die Logistikabläufe sind über die ganze Mango-Gruppe einheitlich, Mangos weltweites Netz von Läden wird von dieser Zentralstation aus gesteuert (siehe das begleitende Interview mit Daniel López.)

Auch das Design ist zentralisiert. Mangos El Hangar Design Centre, ebenfalls nahe Barcelona, ist das größte seiner Art in Europa. Mit einer Gesamtfläche von 10.000 m² ist El Hangar der Arbeitsplatz von mehr als 700 Profis, die sich dem Entwerfen von Modekleidung und Accessoires für Frauen verschrieben haben. Übrigens darf man nicht vergessen, dass Mango auch modische Kleidung für Männer hat. Die Herrenmarke kam 2008 auf den Markt.

Ob Mann oder Frau: Der Ort, an dem der Endkunde mit dem Unternehmen Mango in Kontakt kommt, ist immer ein Mango Shop. Man erkennt die Läden überall auf der Welt auf den ersten Blick.

„Das Logistiksystem von Mango basiert auf Geschwindigkeit, einem präzisen Informationsfluss und modernster Technologie. Jeder Shop sollte die Waren immer genau dann bekommen, wenn er sie benötigt.“

Daniel López
leitender Vizepräsident von Mango



Mango, Barcelona



Mango, Madrid

Mango entsendet Berater, die bei der Gestaltung jedes neuen Ladens, der Festlegung des optimalen Mix von Kleidung und Accessoires sowie der Schulung von Verkaufspersonal und Management helfen. Die Zentrale unterstützt die Ladeninhaber auch durch regelmäßiges Modifizieren der Auslagen und berät, wie die verschiedenen Teile am besten zur Geltung kommen.

Alle Läden werden in bester Lage eröffnet, entweder in Einkaufszentren oder in der Innenstadt. Die Umsetzung des Konzepts und eines Mango-Shop-Projekts kann die Teamarbeit von nicht weniger als 100 Profis verlangen, darunter Inneneinrichter, Architekten, Projektmanager, Ingenieure, Produktdesigner, Büroangestellte und Manager. Vorrangiges Ziel ist die Schaffung einer angenehmen Umgebung, in der Kunden ein unverwechselbares Mango-Einkaufserlebnis genießen können. Wie die Mode, so ändert sich auch der Einzelhandel ständig. Also müssen sich das Einkaufserlebnis und die Läden ebenfalls ändern.

„Das Unternehmen befindet sich in vielen zentralen Bereichen im Wandel“, erklärt López. „Wir ändern unser Retail-Modell in Richtung größere Läden. Diese Mega Stores nehmen Damen-, Herren- und Kinderkollektionen nebeneinander auf. Seit 2013 haben wir rund 200 solcher Stores eröffnet.“

López fügt hinzu: „Wir haben auch unser Fast Fashion-Modell weiterentwickelt – mit neuen Kollektionen, die ständig in unsere Läden kommen. Wir reagieren viel schneller auf Marktanforderungen und die Wünsche unserer Kunden. Ebenso entwickeln wir unser Image in jedem Sinne – Kommunikation, Läden und Kollektionen – und machen Mango damit zu einer ganz trendigen Marke.“ Eines hat sich nicht geändert: Mangos Wachstumsdrang. Daher sind die logistischen Aspekte des Geschäfts wichtiger denn je.

„Die Eröffnung unseres neuen Logistikzentrums in Lliçà wird uns unsere Expansionsziele erreichen und die Auslieferung unserer Kollektionen in den kommenden Jahren beschleunigen helfen“, ist sich López sicher.



Träume

Prager Frühling

verzaubert Musikliebhaber
aus aller Welt

Zu Recht gilt Prag als mitteleuropäisches Zentrum für Kunst und Kultur. Das beweist nicht zuletzt das Internationale Musikfestival Prager Frühling, das Prague Spring International Music Festival. Aus gutem Grund gilt es als eines der wichtigsten Kultur-Events der gesamten Tschechischen Republik

Hoffnung auf eine bessere Zukunft

Allein die Entstehung des Festivals ist bemerkenswert. Aus der Taufe gehoben wurde es zu einer Zeit, in der vieles „neugeboren“ schien und Hoffnung auf eine bessere Zukunft machte: im Jahr 1946 zum ersten Jahrestag des Kriegsendes in Europa. Ein weiteres Jubiläum in jenem Jahr bildete die ideale Ergänzung zum „Friedensfest“: 1946 markierte auch den 50. Gründungstag der Tschechischen Philharmoniker. Damals zählte kein Geringerer als Leonard Bernstein zu den Gästen der Premiere – der seinerzeit jedoch noch am Anfang seiner Karriere stand und zum ersten Mal in Europa auftrat.

Brücke zwischen Ost und West

Initiator des ersten Festivals war Rafael Kubelik, der Chefdirigent der Tschechischen Philharmoniker. Gerade in den unmittelbaren Nachkriegsjahren und der Phase des Kalten



photo © Piaciodi
Camerata Salzburg

Kriegs erwies sich das Prague Music Festival immer wieder als Magnet für ein internationales Publikum sowie als kulturelle Brücke zwischen Ost und West – aus Sicht von Größen wie Kurt Masur sogar eine der wichtigsten Verbindungen in jener Zeit.

Chancen für junge Musiker

Ergänzt wurde das Festival bereits 1947 um die Prague Spring International Music Competition, einen Wettbewerb auf höchstem musikalischem Niveau. Er gibt Jahr für Jahr vielen jungen Musikern die Chance, sich vor einem internationalen und hochkarätigen Publikum zu präsentieren und damit den ersten, vielleicht auch wichtigsten Schritt einer bevorstehenden Karriere zu machen. Unter anderem begannen Größen wie Mstislav Rostropovich, James Galway, Maurice Bourgue, Natalia Gutman und das Smetana Quartet hier ihre Laufbahn. Zu den Gästen des Festivals zählen zudem Yehudi Menuhin, Artur Schnabel, Elisabeth Schwarzkopf, Luciano Pavarotti und Peter Dvorský.

45 Konzerte an Prags magischen Orten

Auch im Jahr 2017 hat der „Prager Frühling“ nichts von seiner Attraktivität verloren. Einmal mehr werden die

insgesamt 45 Konzerte und das begleitende Rahmenprogramm bei Freunden orchestraler Klänge und Fans der Kammermusik gleichermaßen für Entzücken sorgen. Neue Musik hat hier ebenfalls ihren Platz, ebenso wie die radikale Neuinterpretation großer Werke vergangener Epochen.

Die Orte der Darbietungen sind nicht weniger spektakulär als die Interpreten. So wird es unter anderem natürlich Konzerte auf der Prager Burg geben, aber auch im Smetana-Saal des berühmten Obecní dům, dem Dvořáksaal des Rudolfinums direkt an der Moldau sowie in zahlreichen weiteren Konzertsälen und Kirchen. Eröffnet wird das diesjährige Festival vom argentinisch-israelischen Pianisten und Dirigenten Daniel Barenboim.

Der musikalische Frühling, der in Prag vom 12. Mai bis zum 2. Juni 2017 dauert, wird einmal mehr Musikliebhaber jeglicher Couleur und Provenienz in die tschechische Hauptstadt locken und sie mit seiner einmaligen Atmosphäre verzaubern.

Prager Frühling 2017

Weitere Informationen zum Programm und Tickets des 72. Internationalen Musikfestival Prager Frühling gibt es hier: www.festival.cz/en/programme



photo © Stan Richards
Peter Ondjjan



photo © Ivan Malý
Daniel Barenboim

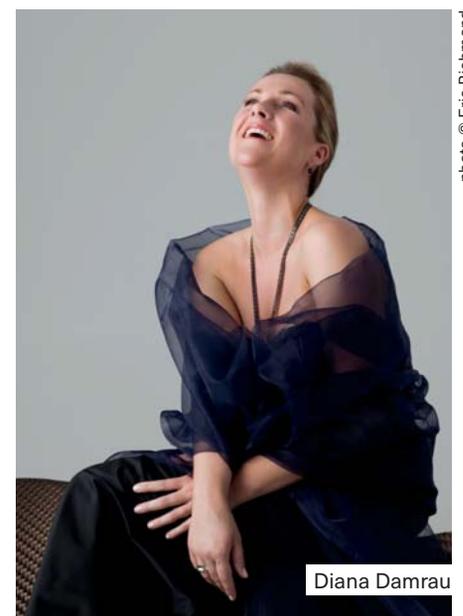


photo © Eric Richmond
Diana Damrau

12. 5. –
2. 6. 2017

f



PRAŽSKÉ JARO PRAGUE SPRING

72. mezinárodní hudební festival / 72nd International Music Festival

www.festival.cz Pod záštitou prezidenta České republiky. Ve spolupráci s Ministerstvem kultury České republiky. Partnerem festivalu je Městský úřad Praha. Under the patronage of the President of the Czech Republic. In association with the Ministry of Culture of the Czech Republic. The City of Prague is a Partner of the Festival.

12. 5. –
2. 6. 2017

f



PRAŽSKÉ JARO PRAGUE SPRING

72. mezinárodní hudební festival / 72nd International Music Festival

www.festival.cz Pod záštitou prezidenta České republiky. Ve spolupráci s Ministerstvem kultury České republiky. Partnerem festivalu je Městský úřad Praha. Under the patronage of the President of the Czech Republic. In association with the Ministry of Culture of the Czech Republic. The City of Prague is a Partner of the Festival.

12. 5. –
2. 6. 2017

f



PRAŽSKÉ JARO PRAGUE SPRING

72. mezinárodní hudební festival / 72nd International Music Festival

www.festival.cz Pod záštitou prezidenta České republiky. Ve spolupráci s Ministerstvem kultury České republiky. Partnerem festivalu je Městský úřad Praha. Under the patronage of the President of the Czech Republic. In association with the Ministry of Culture of the Czech Republic. The City of Prague is a Partner of the Festival.

12. 5. –
2. 6. 2017

f



PRAŽSKÉ JARO PRAGUE SPRING

72. mezinárodní hudební festival / 72nd International Music Festival

www.festival.cz Pod záštitou prezidenta České republiky. Ve spolupráci s Ministerstvem kultury České republiky. Partnerem festivalu je Městský úřad Praha. Under the patronage of the President of the Czech Republic. In association with the Ministry of Culture of the Czech Republic. The City of Prague is a Partner of the Festival.

Auf der Suche nach neuem Raum?

Benötigen Sie mehr Raum für Ihr Unternehmen? Wenn ja, interessiert es Sie vielleicht, welche Möglichkeiten wir derzeit für Sie zur Verfügung haben. Hier finden Sie einen kurzen Überblick über das aktuelle Angebot in unseren Parks von verfügbaren Flächen für Lagerung, Logistik und Produktion. Bitte wenden Sie sich bei weiteren Fragen direkt an uns oder vereinbaren ein persönliches Gespräch mit einem unserer Mitarbeiter.

PROJEKT IN TSCHECHISCHE REPUBLIK	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Tuchoměřice	A	125	1.600
	B	built to suit	4.000
VGP Park Ústí nad labem	P2	built to suit	5.184
	P7	built to suit	1.944
VGP Park Český Újezd	I	built to suit	5.000
VGP Park Olomouc	C	built to suit	10.585
	D	built to suit	2.257
	E	built to suit	3.721
	F	built to suit	33.460
	G3	built to suit	25.520
	H	built to suit	14.065
	I	built to suit	22.765
	J	built to suit	14.065
	K	built to suit	3.590
	L	built to suit	20.738
VGP Park Chomutov	A	built to suit	15.000
	B	built to suit	20.000

PROJEKT IN SLOWAKEI	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Malacky	B	built to suit	9.000

PROJECTS IN ROMANIA	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Timisoara	C1	built to suit	20.000
	C2	built to suit	20.000

PROJEKT IN ESTLAND	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Nehatu	E	built to suit	6.400

PROJEKT IN LETTLAND	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Kekava	A	built to suit	34.560
	B	built to suit	25.920

PROJEKT IN DEUTSCHLAND	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Hamburg	A2.2	built to suit	11.808
	A3	built to suit	6.000
	B.3	built to suit	8.700
	E.5	built to suit	7.300
VGP Park Leipzig	E.6	built to suit	2.400
	A1	built to suit	6.900
	A2	built to suit	9.600
VGP Park Berlin	C1	built to suit	2.375
	C2	built to suit	2.375
	B	built to suit	8.448
VGP Park Berlin-Wustermark	C	built to suit	25.600
	A1	built to suit	12.855
VGP Park Wetzlar	A2	built to suit	10.550
	B1	built to suit	28.800
	C1	built to suit	12.900
	C2	built to suit	6.200
VGP Park Göttingen	A	built to suit	18.000
	B	built to suit	13.000
VGP Park Wetzlar	A	built to suit	18.000
	B	built to suit	13.000
VGP Park Göttingen	A	built to suit	39.500
	B	built to suit	39.700

PROJEKT IN SPANIEN	HALLE	BÜROFLÄCHE (m ²)	LAGERFLÄCHE (m ²)
VGP Park Mango	A	built to suit	42.480
	C	built to suit	31.680
VGP Park San Fernando de Henares	A	built to suit	22.180
	B	built to suit	37.150
	C1	built to suit	6.570
	C2	built to suit	6.570
	D1	built to suit	19.602
VGP Park San Fernando de Henares	D2	built to suit	19.602
	E	built to suit	17.070

Tomas Van Geet
tomas.van.geet@vgpparks.eu
TEL +420 724 359 916

Andrejs Konstantins
andrejs.konstantins@vgpparks.eu
TEL +371 291 366 61

Petr Kovařík
petr.kovarik@vgpparks.eu
TEL +420 724 237 331

László Balogh
laszlo.balogh@vgpparks.eu
TEL +36 305 439 966

Renata Kozáková
renata.kozakova@vgpparks.eu
TEL +420 777 483 249

Nada Kováčiková
nada.kovacikova@vgpparks.eu
TEL +421 908 110 002

Darius Scheible
darius.scheible@vgpparks.eu
TEL +49(0)173 2688263

Šárka Havlíčková
sarka.havlickova@vgpparks.eu
TEL +420 602 288 575

