



ECO2.2

Marktfähigkeit

Ziel

Unser Ziel ist es, Gebäude mit möglichst hoher Nutzerakzeptanz und langfristigem Marktpotenzial zu schaffen.

Nutzen

Nicht genutzte Gebäude sind eine Fehlallokation wirtschaftlicher Ressourcen. Ein (mittel- oder langfristig) leerstehendes Gebäude ist nicht nachhaltig. Eine hohe Marktfähigkeit fördert den Werterhalt oder sogar die Wertsteigerung einer Immobilie, die sich dadurch wesentlich leichter am Markt positionieren lässt.

Beitrag zu übergeordneten Nachhaltigkeitszielen



BEITRAG ZU DEN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS) DER VEREINTEN NATIONEN (UN)		BEITRAG ZUR DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE	
1 Gering	8.4	Globale Ressourceneffizienz und Entkopplung von wirtschaftlicher Entwicklung	7.1.a/b Ressourcenschonung
	12.2	Einsatz natürlicher Ressourcen	8.1 Ressourcenschonung
	12.5	Abfallreduzierung und -vermeidung	11.1.a/c Flächeninanspruchnahme



Ausblick

Es ist eine gleichbleibende Bedeutung und Bewertung zu erwarten.

Anteil an der Gesamtbewertung

	ANTEIL	BEDEUTUNGSFAKTOR
Büro Bildung Wohnen Hotel	5,0 %	2
Verbrauchermarkt Shoppingcenter		
Geschäftshaus Logistik		
Versammlungsstätten		
Produktion	0,0 %	0



BEWERTUNG

Die Marktfähigkeit wird im Wesentlichen anhand der Aspekte „Markt“ und „Standort“ untersucht. Hierbei geht es um die Fragestellung, inwiefern das Gebäude mit seiner jeweiligen Nutzung standort- und marktgerecht ist. Es geht nicht um eine absolute Beurteilung des Standorts oder des Marktes, sondern Objektqualität, Standortaspekte und Markteigenschaft werden in Relation zueinander beurteilt. Die Marktfähigkeit lässt sich beschreiben über die Themen Standort und Image, Eingangssituation und Wegeführung, Stellplatzsituation, Marktrisiko und Vermietungsgrad. Im Kriterium können 100 Punkte erreicht werden, inkl. Bonus können maximal 110 Punkte anerkannt werden.

NR	INDIKATOR	PUNKTE
1	Eingangssituation und Wegeführung	
1.1	Eingangssituation	
	Büro Wohnen Hotel Shopping Center Geschäftshaus Verbrauchermarkt	
	■ gut erkennbar u. leicht auffindbar	7,5
	Bildung Versammlungsstätten	
	■ gut erkennbar u. leicht auffindbar	10
	Logistik	
	■ gut erkennbar u. leicht auffindbar	5
1.2	Wegeführung	
	Büro Wohnen Hotel Shopping Center Geschäftshaus Verbrauchermarkt	
	■ Wegeführung / Hinweise vorhanden, erkennbar und verständlich (Gebäudenamen, Hausnummer, Gebäudeeingang, PKW-/LKW-Zufahrt/Stellplätze)	7,5
	Bildung Versammlungsstätten	
	■ Wegeführung / Hinweise vorhanden, erkennbar und verständlich (Gebäudenamen, Hausnummer, Gebäudeeingang, PKW-/LKW-Zufahrt/Stellplätze)	10
	Logistik	
	■ Wegeführung / Hinweise vorhanden, erkennbar und verständlich (Gebäudenamen, Hausnummer, Gebäudeeingang, PKW-/LKW-Zufahrt/Stellplätze)	5
2	Stellplatzsituation	
2.1	Anlieferzone	
	Büro Hotel Shopping Center Geschäftshaus Verbrauchermarkt	
	■ Gesondert ausgewiesene Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe von Haupteingang oder Lieferanteneingang	7,5
	Bildung ¹	
	■ Gesondert ausgewiesene Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe von Haupteingang oder Lieferanteneingang	10



NR	INDIKATOR	PUNKTE
	Shopping Center Geschäftshaus Logistik	max. 15
	- Trennung der Zufahrtswege von PKW und LKW vorhanden - Anlieferzone ist uneingeschränkt befahrbar ohne Beeinträchtigung des weiteren Betriebs	+7,5 +7,5
	Logistik	15
	Eine Nutzung und Anfahbarkeit der Anlieferzone ist 24-Stunden gewährleistet (Eine Genehmigung liegt vor).	
	Versammlungsstätten	max. 10
	- Gesondert ausgewiesene Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe von Haupteingang oder Lieferanteneingang - Trennung der Zufahrtswege von PKW und LKW vorhanden - Anlieferzone ist uneingeschränkt befahrbar ohne Beeinträchtigung des weiteren Betriebs - Eine Nutzung und Anfahbarkeit der Anlieferzone ist 24-Stunden gewährleistet (Eine Genehmigung liegt vor)	+2,5 +2,5 +2,5 +2,5
2.2	Haltemöglichkeiten	
	Bildung	7,5
	bis zu max. 50 m vom Haupteingang (Kiss & Ride)	
	Hotel	7,5
	zum Be- und Entladen für Gäste max. 50 m vom Haupteingang	
	Versammlungsstätten	max.17,5
	- Eine Haltestelle des ÖPNV ist max. 200 m vom Haupteingang entfernt - Es besteht die Möglichkeit, Reisebusse in einer Entfernung von max. 200 m zum Haupteingang oder Nebeneingang abzustellen. Die Abstellmöglichkeiten entsprechen der für das Projekt geschätzten erforderlichen Anzahl.	+10 +7,5
2.3	Kapazität gebäudeeigene PKW-Stellplätze ≥ 1 PKW Stellplatz pro...	
	Büro Bildung	1 – 10
	≥ 200 m² NUF (NUF-2 nach DIN 277-1) ≥ 50 m² NUF (NUF-2 nach DIN 277-1)	1 10
	Wohnen	5 – 10
	2 Wohneinheiten 1 Wohneinheit	5 10
	Hotel	1 – 7,5
	5 Zimmer 2 Zimmer	1 7,5



NR	INDIKATOR	PUNKTE
	Versammlungsstätten	max. 12,5
		+1 - 5
	■ ≥ 1 Stellplatz je 10 Besucher bzw. Sitzplätze	1
	■ ≥ 1 Stellplatz je 5 Besucher bzw. Sitzplätze	5
	■ Eine ausreichende Anzahl an Stellplätzen für Nightliner mit entsprechender Stromversorgung ist gemäß Nutzungskonzept am Gebäude vorhanden.	+7,5
	Shopping Center	2 - 7,5
	Lage 1: Auf der grünen Wiese (mäßige ÖPNV Anbindung)	
	■ $\leq 40 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	2
	■ $\geq 20 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	7,5
	Lage 2: In der Innenstadt (gute ÖPNV Anbindung)	
	■ $\leq 80 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	2
	■ $\leq 40 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	7,5
	Logistik	
	■ 3 Mitarbeiter	7,5
	Verbrauchermarkt	max. 7,5
	Lage 1: Auf der grünen Wiese (mäßige ÖPNV Anbindung)	2 - 7,5
	■ $\leq 40 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	2
	■ $\leq 20 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF 4,5 nach DIN 277-1)	7,5
	Lage 2: In der Innenstadt (gute ÖPNV Anbindung)	2 - 7,5
	■ $\leq 80 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	2
	■ $\leq 40 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	7,5
	Geschäftshaus	
	Lage: in der Innenstadt (gute ÖPNV Anbindung)	2 - 7,5
	■ $\leq 80 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	2
	■ $\geq 20 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche (NUF-4.5 nach DIN 277-1)	7,5
2.4	Kapazität gebäudeeigene Fahrrad-Stellplätze	
	Hotel Shopping Center Geschäftshaus Verbrauchermarkt Versammlungsstätten	
	■ Es sind 100 % der im Stellplatznachweis geforderten Fahrradstellplätze realisiert bzw. die realisierte Anzahl entspricht der Anzahl der „Richtzahlen für notwendige Fahrradabstellplätze“ des ADFC.	10
	Büro Bildung Wohnen	
	■ Es sind 100 % der im Stellplatznachweis geforderten Fahrradstellplätze realisiert bzw. die realisierte Anzahl entspricht der Anzahl der „Richtzahlen für notwendige Fahrradabstellplätze“ des ADFC.	15



wie
2.1 - 2.7



NR	INDIKATOR	PUNKTE
	- Bremen, Dortmund, Duisburg, Dresden, Essen, Hannover, Leipzig und Nürnberg ≤ 30 % im relevanten (Teil-) Markt - weiteren Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohnern ≤ 20 % - Städten unter 100.000 Einwohnern ≤ 15 %	
	Wohnen Hotel Verbrauchermarkt - Höher: Gutachten oder Marktanalyse sieht für das projektierte Vorhaben in seinem Segment nur ein sehr geringes Marktpotential 1 - Niedrig: Gutachten oder Marktanalyse sieht für das projektierte Vorhaben in seinem Segment ein sehr gutes Marktpotential 22,5	1 – 22,5
	Shopping Center Geschäftshaus Logistik Versammlungsstätten - Höher: Gutachten oder Marktanalyse sieht für das projektierte Vorhaben in seinem Segment nur ein sehr geringes Marktpotential 1 - Niedrig: Gutachten oder Marktanalyse sieht für das projektierte Vorhaben in seinem Segment ein sehr gutes Marktpotential 15	1 – 15
zu 3	INNOVATIONSRAUM Erläuterung Innovationsraum: Darstellung alternativer Ansätze, die aufzeigen, dass das Marktrisiko / Marktpotenzial bekannt ist Entfällt bei Bildung	 wie 3.1
4	Nutzungsgrad / Vermietungen zum Zeitpunkt der Fertigstellung	
4.1	Nutzungsgrad / Vermietungsgrad Büro Wohnen Hotel Shopping Center Geschäftshaus Logistik Versammlungsstätten 50 % - 100 % 1 – 15 Bildung Verbrauchermarkt 50 % - 100 % 1 – 22,5	
4.2	CIRCULAR ECONOMY BONUS – CIRCULAR ECONOMY NUTZER ODER MIETER Erläuterung: Mindestens ein Unternehmen / Akteur trägt als Nutzer / Mieter des Gebäudes aktiv zur Circular Economy bei. Dies erfolgt direkt im Gebäude oder am Standort über ein gemeinsames Stoffstrommanagement oder ähnliche Kollaborationsformen mit einem weiteren Unternehmen / Akteur im nahen Umkreis zum Gebäude.	 +10

¹ Im Falle eines Campus mit mehreren Bildungsbauten oder einer gemeinsamen Stellplatzlösung für mehrere Gebäude, sind die dem Gebäude zuzuordnenden Stellplätze in die Berechnung einzubeziehen.



NACHHALTIGKEITSREPORTING UND SYNERGIEN

Nachhaltigkeitsreporting

Als Kennzahlen / KPI bietet es sich an, die gebäudeeigene PKW-Stellplatzkapazität, das Verhältnis der projektierten Fläche zum Bestand und den Nutzungsgrad zu kommunizieren. Für das Level(s) Reporting Rahmenwerk der EU lassen sich aus den für das Kriterium relevanten Informationen noch allgemeine Angaben über das Gebäude ableiten.

NR.	KENNZAHLEN / KPI	EINHEIT
KPI 1	Kapazität gebäudeeigene PKW-Stellplätze (SP)	[PKW SP/ Einheit]
KPI 2	Kapazität gebäudeeigene Fahrrad-Stellplätze	[Fahrrad-SP/ Einheit]
KPI 3	Kapazität öffentliche PKW-Stellplätze / LKW-Stellplätze	[PKW / LKW-SP/ Einheit]
KPI 4	Verhältnis der projektierten Fläche zum Bestand im Teilmarkt	[%]
KPI 5	Nutzungsgrad / Vermietungsgrad	[%]
KPI 6	Jahr der Erstellung, geplante Nutzungsdauer des Gebäudes, Gebäudeform, Nutzfläche, Marktsegment gemäß BOMA Klassifizierung, gemäß Level(s) Grundinformationen des Gebäudes	[-]
KPI 7	Daten für das L1.5 Reporting format können den DGNB Indikatoren 1, 3 und 4 entnommen werden: Indikator 6.2 "Value creation and risk exposure" (Level 1)	[-]

Synergien mit DGNB Systemanwendungen

- **DGNB BETRIEB:** Die Information über den Vermietungsgrad kann im GIB Kriterium 9.1 genutzt werden.
- **DGNB NEUBAU:** Hohe Synergien mit dem Kriterium ECO2.2.
- **DGNB QUARTIERE:** In Kriterium ECO2.4 der Nutzungsprofile SQ / GQ können Informationen der Markt- und Standortanalyse genutzt werden.



APPENDIX A – DETAILBESCHREIBUNG

I. Relevanz

–

II. Zusätzliche Erläuterung

Die Marktfähigkeit von Immobilien drückt sich in Investitions- und Anmietungsentscheidungen aus. Diese stellen letztendlich die Grundlage für eine kontinuierliche Nutzung der einzelnen Immobilie über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg dar.

Liegt die Standort- und Objektqualität eines Gebäudes über dem marktüblichen Niveau, kann von einer hohen Marktfähigkeit und dadurch auch von einem geringen Leerstandsrisiko ausgegangen werden. Umgekehrt führt eine unterdurchschnittliche Standort- und Objektqualität zu einer reduzierten Marktfähigkeit und einer eingeschränkten Vermietbarkeit. Unter diesen Umständen leiden Wertstabilität und Mieteinnahmen.

III. Methode

Indikator 1: Eingangssituation, Wegeführung

Die Bewertung des Indikators erfolgt über eine Bewertung der Eingangssituation und Wegeführung.

- Eingangssituation: Die Qualität der Eingangssituation kann unterschieden werden in Gebäude, deren Eingang gut sichtbar und leicht auffindbar ist, in Gebäude, deren Eingang nur indirekt sichtbar ist (zweite Reihe oder aus anderen Gründen verdeckt etc.) und/oder in Gebäude, bei denen die Liegenschaft aus einem Gebäudeensemble besteht. Gebäude, die gut sichtbar und leicht auffindbar sind, werden positiv bewertet.
- Wegeführung: Das Vorhandensein einer Wegeführung oder eines Gebäudeleitsystems im Außenbereich, das Besuchern ein einfaches Auffinden des Gebäudeeingangs, der PKW- / LKW-Zufahrt sowie der Stellplätze ermöglicht, wird positiv bewertet. Bei einem Einzelgebäude, einem Gebäudeensemble oder mehreren Bauteilen mit unterschiedlichen Eingängen, werden zudem häufig zusätzlich zur Hausnummer weitere Bezeichnungen verwendet. Hier ist zu prüfen, ob diese Möglichkeiten zur Identifikation des gewünschten Eingangs erkennbar (lesbar) und leicht auffindbar am jeweiligen Gebäudeeingang angebracht sind und zur besseren Orientierung des Nutzers auch im Außenbereich verwendet werden.

Indikator 2: Stellplatzsituation

Die Bewertung des Indikators erfolgt über eine Bewertung der Anlieferzone und anhand der Stellplatzsituation.

- Anlieferzone:
Eine Anlieferzone, die uneingeschränkt ohne Beeinträchtigung des weiteren Betriebs befahrbar ist und eine gesondert ausgewiesene Parkmöglichkeit für Anlieferverkehr in unmittelbarer Nähe von Haupteingang oder Lieferanteneingang werden positiv bewertet. Eine Trennung der Zufahrtswege von PKW und LKW ist ebenfalls positiv zu werten, da hierdurch Verkehrsbehinderungen verhindert werden können.



- Kapazität gebäudeeigener Stellplätze auf dem Grundstück / im Gebäude: Es wird bewertet, ob es gebäudeeigene PKW-Stellplätze auf dem Grundstück und / oder im Gebäude gibt. Baurechtlich nachgewiesene Stellplätze werden analog der gebäudeeigenen Stellplätze anerkannt. Wird im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens eine "angeordnete Stellplatzabläse" durch die genehmigende Behörde gefordert, kann dies alternativ als Nachweis eingereicht werden. Eine freiwillige Stellplatzabläse kann nicht als Nachweis herangezogen werden. Positiv bewertet wird auch, wenn mindestens 100 % der geforderten Fahrradstellplätze realisiert wurden. Sofern keine Fahrradstellplätze über die Landesbauordnung gefordert werden, können die „Richtzahlen für notwendige Fahrradabstellplätze“ des ADFC zugrunde gelegt werden. Je nach örtlicher Situation (z.B. Radverkehrsanteil) und Einzelfallproblematik kann es sinnvoll bzw. erforderlich sein, von diesen Richtzahlen nach oben oder unten abzuweichen. Die Anzahl der notwendigen Stellplätze ist durch Aufrundung auf die nächste ganze Zahl zu ermitteln. Eine aussagekräftige Prognoseberechnung ist in diesem Fall projektbezogen (Darstellung Anzahl Mitarbeiter und Standortspezifika) zu erstellen.
- Öffentliche Stellplätze in einer Entfernung von 200 m zum Haupt- oder Nebeneingang: Es wird positiv bewertet, wenn im öffentlichen Raum in einer zumutbaren Entfernung zum Gebäudeeingang Stellplätze für Besucher, Kunden oder anderen Gebäudenutzer vorhanden sind.

Indikator 3: Eigenschaften des Marktes

Die Vermarktungsquote zum Zeitpunkt der Fertigstellung der Baumaßnahme zeigt, ob das Objekt bei der ersten Vermarktung für Nutzer attraktiv ist. Durch eine Analyse der Marktrisiken soll ausgeschlossen werden, dass die Größe der projektierten Nutzung der Baumaßnahme den Markt überfordert. Eine Prüfung des Marktpotentials ist in der Methode sehr stark nutzungsabhängig. Gebäude werden entsprechend des für sie relevanten Marktsegmentes (Büromarkt, Einzelhandel, Wohnungsmarkt etc.) betrachtet.

Da die Quellen für Marktanalysen sehr häufig nicht allgemein zugänglich sind, ist für die Bewertung ein qualifiziertes Gutachten eines Sachverständigen, das die notwendigen Aspekte bewertet, von Vorteil. Alternativ kann auch eine Marktanalyse eines Maklerhauses / Immobilienberaters zusammen mit einer plausiblen Abschätzung als Nachweis herangezogen werden.

Indikator 4: Nutzungsgrad / Vermietung zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Neben der Situation der ersten Vermarktung soll auch die allgemeine Marktfähigkeit geprüft werden. Im Falle eines Eigennutzers etwa oder eines für einen Hauptmieter (Ankermieter) maßgeschneiderten Gebäudes ist der Aspekt der Erstvermietung erfüllt. Allerdings sagt dies nichts über das grundsätzliche Marktpotential für eine mögliche Nachvermietung nach Auszug des ersten Nutzers aus. Für den Fall einer 100%igen Eigennutzung gilt die Vorvermietung als vollständig erfüllt.

Indikator 4.2: Circular Economy Bonus – Circular Economy Nutzer oder Mieter

Wenn mindestens ein Unternehmen oder im Gebäude ansässiger Akteur als (Eigen-)Nutzer / Mieter des Gebäudes aktiv zur Circular Economy beiträgt, kann eine positive Bewertung im Sinne des Bonus erfolgen. Das Unternehmen / der Akteur soll sein Geschäftsmodell, das zur Circular Economy beiträgt entweder direkt im Gebäude, am Standort oder nahebei (im Quartier) ausüben, über ein gemeinsames Stoffstrommanagement oder ähnliche Kollaborationsformen mit einem weiteren Unternehmen / Akteur im nahen Umkreis zum Gebäude.



IV. Nutzungsspezifische Beschreibung

Indikator 3: Eigenschaften des Marktes

Indikator 3.1: Marktrisiken

Büro

Bei Bürogebäuden lassen sich die Marktrisiken prüfen, indem die allgemeine Vermietungsleistung (Umsatz) der letzten Jahre im relevanten Marktsegment ins Verhältnis zur Größe der Baumaßnahme gesetzt wird. Ebenso kann für Bürogebäude die Größe des Objektes im Verhältnis zum Bürobestand im Marktsegment analysiert werden. Falls bereits ein etablierter, größerer Büromarkt besteht, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass auch die neuen Flächen im Zuge einer Nachvermietung angenommen werden.

Die Marktfähigkeit soll anhand von Marktdaten belegt werden. Statistiken der deutschen Büromärkte sind in ihrer Qualität jedoch sehr unterschiedlich. Es gibt keine belastbaren amtlichen Daten zum Bürobestand, Leerständen oder Umsätzen (Vermietungszahlen). Für alle sehr großen Städte liegen diese Daten überwiegend vor, für kleinere Städte nur zum Teil. Da die Daten aufwendig und fachkundig anhand von Recherchen, Fachgesprächen und / oder rechnerischen Ableitungen ermittelt werden müssen, andererseits bei praktisch allen Baumaßnahmen ohnehin ein Sachverständigengutachten (Marktwert oder Beleihungswert) erstellt wird, können die entsprechenden Daten mit Auszügen aus einem solchen Gutachten belegt werden. Entscheidend für die Einwertung ist das Verhältnis der durch das Projekt neu geschaffenen Fläche zur Bürofläche im Bestand des Teilmarktes. Dieser Flächenquotient kann auch auf der Grundlage von Daten zum Flächenbestand aus anerkannten Marktberichten ermittelt werden. Es folgt ergänzend eine Erläuterung, welche Daten in welchem Umfang, wie ermittelt werden können. Da in einigen Teilmärkten nur Informationen zum Bestand, in anderen aber nur zur Vermietungsleistung im Markt vorliegen, können beide Daten alternativ für die Beurteilung dieses Aspekts herangezogen werden. Liegen beide Daten vor, ist immer der Flächenumsatz (die Vermietungsleistung) zu bevorzugen.



APPENDIX B – NACHWEISE

I. Erforderliche Nachweise

Die folgenden Nachweise stellen eine Auswahl an möglichen Nachweisformen dar. Anhand der eingereichten Nachweisdokumente muss die gewählte Bewertung der einzelnen Indikatoren umfänglich und plausibel dokumentiert werden.

Indikator 1: Eingangssituation, Wegeführung

- Fotodokumentation mit Erläuterung
- Auszüge aus Planunterlagen in Verbindung mit Lageplänen

Indikator 2: Stellplatzsituation

- PKW-Stellplatznachweis / Nachweis Fahrradstellplätze: Auszüge aus Planunterlagen in Verbindung mit Lageplänen
- Auszüge aus der Baugenehmigung bzw. Nachweis über die Stellplatzanzahl entsprechend der „Richtzahlen für notwendige Fahrradabstellplätze“ des ADFC
- Fotodokumentation mit Erläuterung
- Auszug aus Baugenehmigungsunterlagen (bei "angeordnete Stellplatzablöse")

Indikator 3: Eigenschaften des Marktes

- Darstellung der Berechnung des Flächenquotienten und Dokumentation der Eingangswerte der Berechnung mit Quellenangaben (Sachverständigenaussagen oder Daten anerkannter Marktberichte. Sofern die vorgenannten Unterlagen nicht existieren, können alternativ auch die Büromarktanalyse eines Maklerhauses / Immobilienberaters zusammen mit einer plausiblen Abschätzung als Nachweis herangezogen werden).

Indikator 4: Nutzungsgrad / Vermietungen zum Zeitpunkt der Fertigstellung

- Unterzeichnete Aufstellung des Bauherrn zur Vorvermietungsquote zum Zeitpunkt der Fertigstellung in Form einer nachvollziehbaren und überprüfbaren Auflistung der jeweiligen Nutzer mit den in Anspruch genommenen Flächen.
- Bestätigung über gemeinsames Stoffstrommanagement oder ähnliche Kollaborationsform zwischen Nutzer / Mieter und weiterem ansässigem Unternehmen, im Sinne der Circular Economy.



APPENDIX C – LITERATUR

I. Version

Änderungsprotokoll auf Basis Version 2021

SEITE ERLÄUTERUNG

DATUM

II. Literatur

DIN 277-1:2016-01: Grundflächen und Rauminhalte im Bauwesen – Teil 1: Hochbau, Berlin, Januar 2016

Die Marktdaten sind überwiegend nicht öffentlich zugänglich (GfK-Daten, Größe Immobilienmarkt etc.). Der Sachverständige stützt sich in der Regel auf Research-Berichte der Immobiliendienstleistungs- oder Marktforschungsunternehmen oder auch der Industrie- und Handelskammern und Wirtschaftsförderungsgesellschaften, die es aber in qualifizierter, jährlich aktualisierter Form überwiegend nur für Großstädte gibt. Er kauft diese Daten (GfK) oder er stützt sich häufig auf eigene Daten und rechnerische Ermittlungen.

- Schäfer / Conzen, Praxishandbuch der Immobilien-Projektentwicklung. C.H Beck Verlag. 2007
- Schulte / Bone-Winkel: Handbuch Immobilien-Projektentwicklung. Immobilien Manager Verlag. 2008
- Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif e.V.). Definitionssammlung zum Büro-markt. September 2004
- Richtzahlen für notwendige Fahrradabstellplätze des ADFC