

Unser neuer, jährlicher Anleger-Newsletter

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir dürfen Ihnen mit dem ILG Fokus unseren neuen, jährlich erscheinenden Newsletter über aktuelle Entwicklungen innerhalb der ILG Gruppe vorstellen.

Mit dem ILG Fokus möchten wir sehr kompakt über ausgewählte Highlights aus den Bereichen Kapitalverwaltung, Asset- und Centermanagement der ILG informieren. Unser Ziel ist es, dass Sie uns als Verwalter von anvertrautem Kapital, als bedeutenden Assetmanager von Handels- und Pflegeimmobilien und als Centermanager attraktiver Fachmarkt- und Einkaufszentren besser kennenlernen. Zudem werden wir versuchen, aktuelle Themen dieser Bereiche, die für Sie als Anleger relevant sind, zu beleuchten.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.




Uwe Hauch



Florian Lauerbach

und das gesamte Team der ILG Gruppe

Die ILG wird 35 – ein kurzes Resümee

Die ILG feiert 2015 ihren 35. Geburtstag. Sie wurde 1980 von Dr. Günter Lauerbach gegründet und emittierte bereits 1981 ihren ersten Fonds. Seither sind 39 weitere Publikumsfonds hinzugekommen. Seit dem ersten Fonds kümmert sich das Team der ILG auch um die Verwaltung der Immobilien und verfügt über Spezialisten in allen relevanten Bereichen, wie z.B. Assetmanagement, Vermietung, Bauwesen und Centermanagement. Diese umfassende, langjährige Erfahrung spiegelt sich in unseren Investitionen und der Konzeption unserer Fonds wider. Wir investieren nur in

Assetklassen, in denen wir über die erforderlichen, fundierten Kenntnisse verfügen und betreuen „unsere“ Immobilien intensiv durch alle Lebensphasen. Jeder zweite Anleger ist an mehreren ILG Fonds beteiligt. Dieser Vertrauensbeweis ist für uns Ansporn und Verantwortung zugleich. Unser Ziel ist und bleibt, unseren Anlegern stabile Investitionsmöglichkeiten mit attraktiver Ausschüttung zu bieten. Gleichzeitig möchten wir den Mietern unserer Immobilien ein zuverlässiger Partner sein, denn gute Geschäfte der Mieter erwirtschaften stabile Renditen für Anleger.

450.000 m²
Flächen

99%
Vermietungsquote

35
Jahre Erfahrung

1.000.000.000 €
Investitionen

50
Mitarbeiter

40
Publikumsfonds

Die ILG Gruppe – neue Struktur und KAGB

Über viele Jahre gab es auf europäischer und deutscher Ebene zahlreiche Initiativen der Gesetzgeber, den Finanzmarkt weiter zu regulieren. Die wesentlichste Veränderung brachte in diesem Zusammenhang das am 22.07.2013 in Kraft getretene Kapitalanlagegesetzbuch (KAGB) mit sich. Das Gesetz reguliert sämtliche Verwalter von Kapital und macht Vorgaben hinsichtlich der Ausgestaltung von Anlageprodukten, insbesondere für private Anleger.

Seit der Einführung des KAGB unterliegt die Verwaltung von Kapital für Dritte der Aufsicht der BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht). Gesellschaften, die

Kapital verwalten, müssen sich entweder bei der BaFin registrieren lassen (kleinere Verwalter) oder eine „Voll-Lizenz“ als Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) beantragen. Die ILG ist letzteren Weg gegangen und hat für die ILG Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH von der BaFin am 02.09.2014 die Erlaubnis als voll-regulierte KVG erhalten.

Die ILG Kapitalverwaltungsgesellschaft wird künftig neue Fonds konzipieren und verwalten. In diesem Zuge haben wir uns entschieden, die Gesellschaften der ILG Gruppe umzustrukturieren. Das nachfolgende Organigramm zeigt den neuen Aufbau der ILG Gruppe:



Die Leistungen, die bisher von der ILG Fonds GmbH erbracht wurden, werden weiterhin von denselben Personen, jedoch in mehreren Tochtergesellschaften unterhalb der ILG Holding erbracht. Uns ermöglicht diese Struktur mit den Bereichen Asset- und Centermanagement besser am Markt auftreten zu können. Zudem erleichtert sie die erforderliche Dokumentation aller wesentlichen Prozesse und Verantwortlichkeiten, die das KAGB vorschreibt.

Wichtig hierbei ist: Für Sie als Anleger bestehender ILG Fonds verändert sich nichts!

ILG Capital GmbH – Partner für institutionelle Investoren



Dr. Jan Friske

Mit der neu gegründeten ILG Capital GmbH erweitert die ILG Gruppe ihr Angebot um das Segment institutioneller Investoren. Die ILG Capital bietet nationalen Versicherungen, Pensionskassen, Versorgungswerken sowie internationalen Investoren, Banken und größeren Family Offices verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten an Einzelhandelsobjekten und Pflegeheimen an. Produktgestaltung und Objektauswahl richten sich nach

der Investmentstrategie sowie den rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen des Investors. Neben der umfassenden Beratung bei der Produktauswahl profitieren Investoren von der langjährigen Erfahrung der ILG Gruppe in der Konzeption und dem Management der Immobilieninvestments. Zur Entwicklung des neuen Geschäftsfeldes konnte die ILG Dr. Jan Friske gewinnen. Er ist seit vielen Jahren im institutionellen Geschäft aktiv und hat zuletzt bei einer Großbank ein mehrere Milliarden Euro großes Immobilienportfolio mitverantwortet.

Fit for E-Commerce – unsere Strategie

Welcher Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz wird künftig auf den Onlinehandel entfallen? Gespräche über die Entwicklung des Einzelhandels werden häufig von dieser Frage dominiert.

Für 2015 prognostiziert der Handelsverband Deutschland für den Onlinehandel rund € 43,6 Mrd. Umsatz. Das entspricht einem Anteil von unter 8% des gesamten Einzelhandelsumsatzes, der für 2015 auf insgesamt € 466 Mrd. geschätzt wird.

Für einige kommt hier schon der erste „aha-Effekt“: es wird so viel gesprochen über 8%? Allerdings ist die Gesamtbetrachtungsweise zu kurz gegriffen. Denn der Onlineanteil variiert sehr stark je Sortiment:

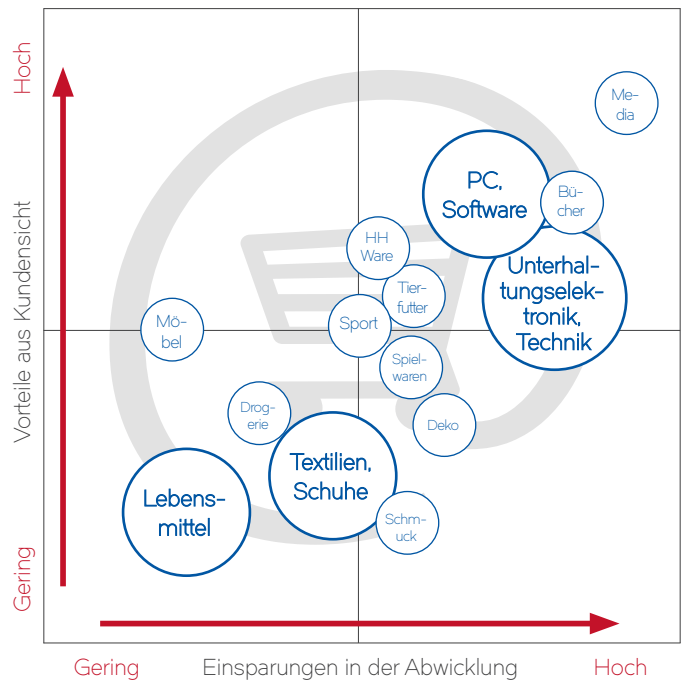
So erreicht der Onlinehandel in Non-Food Sortimenten durchschnittlich 18%, wohingegen er im Lebensmittel-Bereich bei nur 0,4% liegt. Vereinfachend lässt sich sagen, dass das Potenzial des Onlinehandels in Sortimenten besonders groß ist, in denen sich durch einen zentralen Vertrieb hohe Einsparungen realisieren lassen und gleichzeitig der Kunde auf ein „Erfahren der Ware mit allen fünf Sinnen“ häufig verzichten kann.

Die ILG beobachtet intensiv alle relevanten Entwicklungen im Handel. Mit den Teams des ILG Assetmanagements

und des ILG Centermanagements arbeiten wir stetig am optimalen Mietermix unserer Center und positionieren sie als Marke im jeweiligen Einzugsgebiet.

Online-Offline-Sortiments-Matrix

Wo hat der Online-Handel Vorteile?

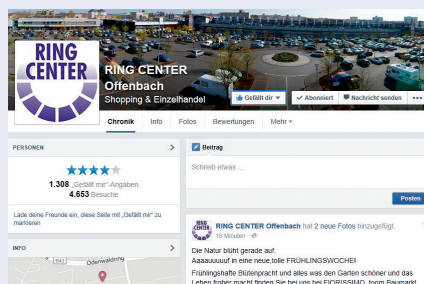


Was bedeutet das für Handelsimmobilien?

- Sortimentsspezifische Betrachtungen sind unabdingbar.
- Handelsplätze müssen einen Mehrwert zur reinen Warenbereitstellung bieten: Agglomerationen, Events, Atmosphäre, Dienstleistungen etc. sind erforderlich, um Kunden zu begeistern.
- Center müssen als Marke etabliert werden. Denn nur Marken können beworben werden.
- Digitale Medien müssen zur Markenbildung eingebunden werden. Center benötigen Web-Pages, Facebook-Seiten, Google-Einträge und Vieles andere mehr.
- Zu guter Letzt: die Einzelhändler müssen die Vorteile des jeweiligen Verkaufskanals erkennen und zur optimalen Bedienung der Kunden nutzen (Multichannel-Vertrieb).



Web-Page „Taunus Carré“
(ILG Fonds Nr. 38)



Facebook-Seite „Ring Center“
(ILG Fonds Nr. 28)



DJ Ötzi im „Landshut Park“
(ILG Fonds Nr. 36)

Unser Rezept für erfolgreiches Centermanagement – ein Interview mit Michael Relic, Leiter ILG Centermanagement

Innovativ, aktiv, vorausschauend und umsichtig, das sind die Leitmotive des ILG Centermanagements. Unter diesen Prämissen werden die von uns verwalteten Immobilien bestmöglich unter besonderer



Michael Relic

Wahrung der Anlegerinteressen betreut. Derzeit betreut das ILG Centermanagement mit 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 23 Handelsimmobilien für die ILG Gruppe.

Herr Relic, was charakterisiert den typischen Arbeitsalltag im Centermanagement?

Der Alltag im Centermanagement lässt sich am besten mit einer Art „bunter Vielfalt“ umschreiben. Der Centermanager ist Vertreter der Eigentümer, Investoren, Mieter und Kunden zugleich, er sieht sich tagtäglich mit ganz unterschiedlichen Erwartungen und Interessenslagen konfrontiert.

Für welche Aufgabenbereiche ist der Centermanager verantwortlich?

Der Centermanager ist erster Ansprechpartner vor Ort und verantwortet die Betriebsfähigkeit, Sauberkeit, Sicherheit sowie die Mieter- und Kundenbetreuung. Zu den weiteren Aufgaben gehören Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Konzessionärs- und Werbeflächenvermarktung sowie die Führung von Werbegemeinschaften.

Welche Argumente überzeugen mich als Kunden in einem ihrer Center einzukaufen?

Eine lebendige Atmosphäre, in der Sie sich wohlfühlen und attraktive Serviceangebote. Einkaufen ist mehr als reine Beschaffung. Einkaufen in unseren Centern ist ein Erlebnis!

Gibt es DAS Rezept für den Erfolg?

Leider nein. Jedes Einkaufszentrum weist sein ganz eigenes Profil auf und ist individuell zu bewerten. Zu allen Herausforderungen braucht es auch Mut, sich den permanenten Veränderungen des Handels zu stellen und adäquat darauf zu reagieren.

Rezept für ein erfolgreiches Centermanagement

1. Man finde ein Center in guter Lage mit besten sozioökonomischen Voraussetzungen, ansprechender Architektur und brilliantem Mietermix. Das Centermanagement rührt dann die bunten Zutaten sorgfältig und tagtäglich zum reibungslosen Betrieb um.
2. Hiernach wird der Teig um attraktive Rahmenbedingungen wie Sauberkeit, Sicherheit und ein hohes Maß an Serviceangeboten und Infrastruktur erweitert. Zur gleichen Zeit soll durch aktives Centermarketing ein Profil mit Wiedererkennungswert gebacken werden. Für eine längere Aufenthaltsdauer und hohe Kundenfrequenz wird die Einkaufsmöglichkeit mit kommen Events, Kinderveranstaltungen und Centerdekorationen zum Einsatz.
3. Das Ergebnis ist ein Center, welches den Kunden und Mietern gleichermaßen schmeckt – und den Investoren stabile Erträge liefert.



Eine Auswahl unserer Center:

calenberg
CENTER

GEP

NEL MEZZO
lebendig & mittendrin!

LA LANDSHUT PARK

EinZ
Ebensberger Einkaufszentrum



KAPITALVERWALTUNG | ASSETMANAGEMENT | CENTERMANAGEMENT