IMMOBILIEN ZEITUNG
FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

23.06.2016, Seite 6

HPBA bietet nicht mit

Der Transaktionsberater HPBA ist auf Wachstumskurs. Und das, obwohl der Chef von öffentlichen Bieterverfahren zwecks Maximierung des Verkaufserlöses gar nichts hält.

John Amram hat HPBA 2009 gegründet. Das etwas sperrige Buchstabenkürzel steht für ein Bündel an verschiedenen Tugenden, von denen eine Bescheidenheit heißt. Gar nicht bescheiden ist aber das Ziel, das HPBA ausgerufen hat: Spätestens im Jahr 2019 will das Team um Amram Immobiliendeals im Wert von ca. 1 Mrd. Euro begleiten. 2015 waren es rund 400 Mio. Euro, dieses Jahr rechnet er bereits mit 500 Mio. bis 600 Mio. Euro.

Noch ist HPBA also nicht groß genug, um den etablierten Maklerkonzernen allzu viel Geschäft wegzuschnappen. Marktführer wie BNPP Real Estate bringen es auf ein betreutes Investmentvolumen von knapp 7 Mrd. Euro p.a. (deutschlandweit im Jahr 2015). Als Konkurrenz zu den klassischen Großmaklern sieht Amram seine Boutique – er kommt mit gerade mal fünf Beschäftigten aus – aber auch nicht. Denn HPBA hat sich auf sogenannte Off-Market-Deals spezialisiert, also Verkäufe, denen keine Ausschreibung zwecks Suche nach dem Höchstbietenden vorangeht. „Bieterverfahren bringen meiner Meinung nach nicht immer das beste Ergebnis", sagt Amram.

Zum Beispiel bei Wohnungsbeständen mit regional und baulich sehr unterschiedlichen Objekten, die aber im Paket ausgeschrieben werden. „Es gibt viele Käufer, die sich nur für ganz bestimmte Standorte oder Objektqualitäten interessieren. Würde man die einzeln ansprechen, ließen sich mit denselben Immobilien bis zu 10% höhere Erlöse erzielen", wundert er sich.

Auch viele Geschäfte mit Familien oder reichen Privatleuten seien nur machbar, wenn man diskret bleibe und auf große Ausschreibungen verzichte. „Außerdem ist die Teilnahme an Bieterverfahren für Investoren teuer – sie müssen die Kosten tragen und bekommen dafür nur eine geringe Chance, zum Zuge zu kommen.

Die Steigerung des betreuten Transaktionsumsatzes führt HPBA auf die große Beliebtheit des deutschen Immobilienmarkts zurück, aber auch auf den gesteigerten Appetit seiner Kundengruppe der reichen Privatleute nach Immobilien-Direktanlagen. „Das waren früher 10% des Gesamtportfolios, jetzt sind es bis zu 30%." Auch der Unternehmenssitz Berlin dürfte beim Erfolg in den letzten Jahren nicht geschadet haben. Hier liegt der Schwerpunkt der vermittelten Deals. 50% des von HPBA begleiteten Umsatzes entfällt auf Wohnungen, den Rest machen Büros, Ia-Einzelhandelslagen, Fachmärkte, Studentenapartments und Pflegeimmobilien aus. Zu den Kunden der Berater zählen der US-Investor Thor Equities, der Wohnungsfondsmanager Wertgrund und Caleus Capital. **mol**