

ZU DEN PERSONEN

Uwe Mortag (r.) ist 1980 in Leipzig geboren und bereits seit 2000 berufstätig. Der Diplom-Betriebswirt (BA) wohnt heute in Köln-Lindenthal, ist verheiratet und hat zwei Söhne. Bei Larbig & Mortag ist er nach eigenem Bekunden „der Unternehmer und Kreative“.

Markus Larbig, geboren 1979 in Bonn, ist ebenfalls im Jahr 2000 ins Berufsleben gestartet und bezeichnet sich als „Zahlenmensch“ und „Labradorfreund“. Der Immobilienkaufmann wohnt in Rodenkirchen, ist verheiratet und hat eine Tochter.

Die beiden Immobilienmakler gründeten ihr gemeinsames Unternehmen Larbig & Mortag im Jahr 2008.



Larbig & Mortag

„Wir sind Gewerbeimmobilienmakler“

Kein schwacher Trost in herausfordernden Zeiten: Larbig & Mortag profitiert von der Resilienz des Wirtschaftsstandorts Kölns. Die Branchenvielfalt der hier ansässigen Unternehmen macht ihn in der Gesamtbetrachtung weniger krisenanfällig. Zudem adressieren die Gewerbeimmobilienmakler den beweglichen Mittelstand, wie Uwe Mortag und Markus Larbig im Interview betonen.

Herr Larbig, Herr Mortag. Das Erfreulichste an den aktuellen Marktzahlen für Köln ist der nach wie vor niedrige Leerstand. Herrscht demnach immer noch ein Angebotsmangel?

Larbig (L): Wir haben grundsätzlich eine sehr heterogene Unternehmensstruktur. Im Vergleich zu Frankfurt beispielsweise, das sehr stark von einem Sektor abhängig ist, nämlich Banken und Finanzen. Wenn die schwächeln, schwächelt automatisch die Immobilienbranche in ganz Frankfurt. Das haben wir in Köln nicht. Wenn man sich ein Branchen-Diagramm anschaut, sind das alles ähnlich große Kuchenstücke. Das zeigt, dass Köln krisenresistenter ist als vielleicht andere Städte.

Wobei es in letzter Zeit eine gewisse Neigung zu Behörden bei Vermietungen und Transaktionen gibt, oder?

L: Ja, die Stadt Köln hat da Nachholbedarf gehabt. Das ist wirklich eine Besonderheit, dass Immobilien in den Größen von einer Kommune gekauft werden. Ich würde aber nicht sagen, dass das jetzt der Zeitgeist ist und in Zukunft des Öfteren passiert.

Hat aber der Statistik gutgetan?

L: Wenn man das Transaktionsvolumen der Stadt um diese Deals bereinigt, dann wären wir im ersten Halbjahr nur bei ungefähr 80 Millionen. Das ist vernichtend gering und zeigt, dass der Investmentmarkt in Köln und auch bundesweit nach wie vor extrem schwächelt und unter der hohen Zinssituation zu leiden hat.

Ist irgendwas am Horizont zu erkennen?

L: Mit internationalen Investoren rechne ich in 2024 und auch in der ersten Jahreshälfte 2025 noch nicht. Die sind nach wie vor recht zurückhaltend.

Mit welchen speziellen Themen haben Sie es im Kölner Markt zu tun, der als zerklüftet gilt, wie ich immer wieder höre?

Mortag (M): Wir haben einen sehr hohen Anteil an privaten Eigentümern. Das ist Köln-spezifisch, weil der Privatanteil in den meisten Top-7-Städten deutlich geringer ist. Das nimmt allerdings ab, weil Private – beispielsweise aus ESG-Gründen, wie wir das schon hatten – sagen: Wir können das alles gar nicht mehr leisten oder wollen das auch nicht. Dann gehen die Objekte oft an überregionale oder internationale Investoren. Momentan besitzen institutionelle Investoren rund 60 Prozent und der Rest gehört Privatleuten.

Eine Umschichtung weg von den privaten Eigentümern ist in Köln also erkennbar?

M: In den 16 Jahren, in denen es uns gibt, merkt man das schon. Zugleich sind die Privaten aber auch durchschnittlich lange Bestandhalter. Wo es viel Wechsel gab, ist im Bereich Versicherungen. Die haben in großem Stil ihre Objektbestände abgebaut, die dann an Großinvestoren gegangen sind.

Mit wem verhandeln sie am liebsten?

M: Am liebsten machen wir Geschäfte mit dem Mittelstand und für den Mittelstand. Wir haben dann Entscheider am Tisch und es werden Entscheidungen →

»Wir haben einen sehr hohen Anteil an privaten Eigentümern. Das ist Köln-spezifisch.«



„Der Kölner Markt ist unsere Spielwiese“: Uwe Mortag (l.) und Markus Larbig im Interview an ungewöhnlicher Stelle.

»Hier zählt noch das Wort und der Handschlag – nach alter rheinischer Kaufmannssitte.«

→ gen getroffen. Das macht auch allen Parteien spürbar am meisten Freude. Hier zählt noch das Wort und der Handschlag – ganz nach alter rheinischer Kaufmannssitte.

Von welchen Größenordnungen sprechen wir da? Was ist noch Mittelstand und wo fängt ein Großprojekt an?

L: Wenn man von der Kaufpreisgröße spricht, betiteln wir das bei einem Transaktionsvolumen zwischen drei und 15 Millionen. Wir sind als lokaler Immobiliendienstleister Larbig & Mortag definitiv unter der Marke von 20 Millionen Euro, wo oftmals das ‚Insti-Geschäft‘ erst anfängt. Damit leiden wir derzeit auch nicht so massiv unter dem Einbruch des Investmentmarktes wie vielleicht die internationalen Kollegen.

M: Im Vermietungsbereich ist das genauso, wenn man sich in den Märkten umschaut. Da waren es oft internationale Unternehmen, die sich bewegt haben. Die fehlen jetzt, weil Internationale gerade amerikanisch investieren. Momentan machen die in Europa nichts mehr – und damit in Deutschland nicht und in Köln nicht.

Das habe ich auch in den Marktzahlen gesehen, dass die Internationalen sehr rückläufig waren. Ist die Marktansprache mit mittelständischen Interessenten leichter?

M: Der Kölner Mittelstand ist da schon noch beweglicher, die Ansprache ist anders indiziert. Internationale Unternehmen gehen in die Bürosuche, weil sie strategische Standortverlagerungen oder Zusammenschlüsse vornehmen. Ein Mittelständler sagt eher, ich möchte einfach mein Büro verbessern und mich wohlfühlen.

»Der Kölner Mittelstand ist da schon noch beweglicher.«

Unterscheiden sich auch die Ansprüche?

M: Ich glaube schon. Wenn ein institutioneller oder internationaler Büronutzer Flächen sucht – als Großflächenverbraucher im Vergleich zu einem Lokalen –, dann sind die ESG-Standards schon viel weiter, als es bei uns der Fall ist. Gewisse Qualifikationen und Voraussetzungen werden dann an die Immobilie und sogar an sämtliche Dienstleister gestellt, die bei uns noch gar nicht so abgerufen werden.

Ich stelle mir vor, dass das im Neubau einfacher umzusetzen ist als im Bestand, oder?

L: Allein schon von der Kostenkalkulation für den Developer. Eine Baukalkulation kann ja relativ genau sagen, wie die Kosten nachher ausfallen. Da sind am Ende vielleicht Abweichungen von fünf Prozent. Aber wenn Sie ein bestehendes Asset komplett sanieren, sind schon oft böse Überraschungen dabei gewesen.

Angebotsmangel haben wir schon gestreift.

Wo sehen Sie in Köln noch Potenzial?

Eher in der Innenstadt oder auch in anderen Quartieren?

M: Wir sagen immer ‚best versus rest‘. Momentan suchen die Unternehmen Innenstadtlagen – sehr gut erreichbar, sehr moderne und hochwertige Ausstattung –, gehen dabei lieber auf die Hälfte der Fläche und bezahlen den doppelten Preis, um im ‚War for Talents‘ neue Mitarbeiter nicht nur zu gewinnen, sondern binden und halten zu können. Dafür wird der ideale Standort gesucht, am liebsten noch mit Terrasse und Fitnessstudio und Supermarkt um die Ecke. Neben dem Fokus auf die Innenstadt



sind auch Standorte wie die Schanzenstraße gefragt, weil man in der dortigen Mikrolage alles findet. Hinzu kommen Deutz, Ehrenfeld und je nach Marktlage das ein oder andere Gewerbegebiet wie Airport-Businesspark oder Butzweilerhof.

Als Herausforderung für Sie bleiben reduzierte Flächen in der Nachfrage, oder?

M: Ja, das ist so. Wobei: Als wir uns 2008 gegründet haben, hatten wir in Köln einen Leerstand von neun Prozent. Dann ging die Kurve runter bis auf 2,5 Prozent. Jetzt steigt sie seit zwei, drei Jahren wieder auf vier bis fünf Prozent an. Man sagt, fünf Prozent ist die richtige Fluktuationsreserve im Bestand. Denn wenn ich keine leeren Flächen habe, kann ich kein neues Unternehmen für Köln begeistern, oder es kann der hiesige Unternehmer nicht umziehen.

Also eigentlich eine gute Situation?

M: Wir sind jetzt eigentlich in einem Fahrwasser, in dem wir wieder Auswahl und Flächen haben; es gibt Angebot. Auf der anderen Seite ist der Run auf die Innenstadt so groß, dass die Preise dort stabil bleiben, obwohl das Angebot wächst.

Noch drehen sich die Kräne in Köln und es wird noch gebaut. Die Frage ist: Wie lange noch?

L: Die angefangen haben, bauen noch zu Ende. Jetzt aufhören, wäre das größere Desaster, um nicht noch mehr Werte zu vernichten. Aber wir, die wir die Projekte in der Schublade kennen, wissen: Da wird jetzt nicht mit dem Aushub angefangen. Das ist etwas, mit dem wir uns in der Gegenwart beschäf-

tigen – und noch jahrelang in der Zukunft. Das sehen wir dann schon kritisch zum Thema Inflation und Verteuerung. Es hat zur Folge, dass sich auch die Bestandsmieten verteuern, auch bei Mietvertragsverlängerungen. Nicht selten gibt es da Aufschläge von vier oder fünf Euro je Quadratmeter.

Wird das akzeptiert oder springen Ihnen Kunden ab?

L: In den meisten Fällen wird das akzeptiert, weil Alternativen nicht günstiger sind.

M: Wichtig ist: Wir sind in einer Krisenphase und wir merken, dass die Unternehmen überproportional oft ihre Verträge erst mal mittelfristig verlängern, so für zwei bis vier Jahre, wenn es geht – um sich Zeit zu verschaffen, die jetzige Krisensituation abzuwarten und das Bürothema zu verschieben. Das wirkt sich auf die Zahlen aus und wir haben deutlich weniger Vermietungsleistung als in den Vorjahren. Wir reden ja über 50 Prozent Rückgang im Fünf-Jahres-Schnitt für Köln.

Wie lange können Sie das noch durchhalten?

M: Wir haben über Jahre einen Marktanteil von rund 25 Prozent unter den neuen Marktteilnehmern. Selbst wenn wir nur 20 machen, fühlen wir uns noch wohl. Uns trifft die Krise überdies nicht ganz so hart, weil wir nicht auf die internationalen Unternehmen angewiesen sind. Im Mittelstand sind wir gut vernetzt, und da passiert immer irgendwas auf dem Büro- und Investmentmarkt.

L: Im ersten Halbjahr 2024 sind wir in beiden Fachbereichen Büovermietung und Investment zufrieden unter den neuen Maßstäben, wie sich das Geschäft momentan zeigt.

»Als wir uns 2008 gegründet haben, hatten wir in Köln einen Leerstand von neun Prozent.«

»Der Run auf die Innenstadt ist so groß, dass die Preise dort stabil bleiben, obwohl das Angebot wächst.«



→ Unlängst war von einer Studie zu lesen, dass in Köln besonders viele Gewerbeimmobilien sanierungsbedürftig seien. Ist das auch Ihre Einschätzung?

L: 49 Prozent stand da, ich habe den Artikel auch gelesen. Das ist ein Nachkriegsphänomen. Im Vergleich zu Düsseldorf, wo wir einen Überhang an modernen Büroflächen haben, besteht in Köln aus unterschiedlichen Gründen ein erhöhter Nachholbedarf für Revitalisierungen, das kann ich so bestätigen.

Empfehlen Sie Eigentümern, da mehr zu machen?

L: Absolut.

Seit 16 Jahren existiert Larbig & Mortag.

Können Sie uns kurz etwas über die Unternehmensgeschichte erzählen?

M: Wir haben uns aus einem internationalen Anstellungsverhältnis als Gewerbeimmobilienmakler heraus gegründet und sind mit Ende 20 in die Selbständigkeit gegangen – ausgerechnet während einer Weltfinanzkrise 2008. Ich kam aus Berlin, Markus kommt von hier und ist in Köln und Bonn bestens vernetzt.

L: Wir haben uns ganz am Anfang im Businessplan für die ersten 24 Monate vorgenommen: Alles, was wir an Gewinnen einnehmen sollten, wird reinvestiert in Marketing. Wenn man sich gerade selbständig gemacht hat, war uns wichtig, erst mal Präsenz zu haben.

Das hat offenbar gut funktioniert...

M: Peu à peu haben wir uns in einer sehr anstrengenden, aber auch sehr schönen Anfangszeit hier etwas aufgebaut. 2012 sind wir dann an den Theodor-Heuss-Ring gezogen. Bis 2019 konnten wir das Geschäft aus uns selbst heraus ausbauen und als Team organisch wachsen. Durch die Krise haben

wir die Stellen abgehender Mitarbeiter in 2023 erstmal nicht neu besetzt und aus den Vorjahren konnten wir ausreichend Rücklagen bilden, um die schwächeren Marktphasen so gut abfedern zu können.

Und wie ist Ihr Blick nach vorn?

M: Die Zukunft weist letztlich der Markt. Als größtes Ziel möchten wir unseren Marktanteil weiter ausbauen. Mit der Marke Larbig & Mortag an sich haben wir schon viel geschafft: Man kennt uns wenn es um das Thema Gewerbeimmobilie geht – auch bundesweit. Wir wollen auch das weiter ausbauen, definieren uns aber nicht über unser Wachstum sondern Inhalte. Dabei wollen wir immer authentisch und innovativ bleiben. Unsere Namen stehen im Logo, das verpflichtet uns jeden Tag und ist unsere Maxime. Es freut uns, wenn uns Kunden nach über zehn Jahren anrufen, sich an uns erinnern und wir Sie unterstützen können.

L: Eine weitere unserer Maximen: Wir sind keine Real Estate Consulting, sondern Gewerbeimmobilienmakler. Unser Claim heißt ‚Die Spezialisten für Gewerbeimmobilien‘. Larbig & Mortag ist heute ein Brand, das für Büroimmobilien steht.

Abschlussfrage: Welches ist das coolste Büro Kölns?

M: Gute Frage...

L: Schanzenstraße, Carlswerk, die haben wirklich viele coole Büros. Kaiser-Wilhelm-Ring, das Penthouse ist auch cool, oder die Spichern Höfe. Aber das alte Lufthansa-Gebäude, wo jetzt Görg drin ist, das ist – mit der Riesenterrasse davor – das coolste Büro Kölns. Mit dem Blick auf den Dom und den Rheinauhafen ist das auch richtig kölsch und schon schwer zu toppen.

M: Da geh ich mit.

»Unsere Namen stehen im Logo, das verpflichtet uns jeden Tag und ist unsere Maxime.«

»Wir sind keine Real Estate Consulting, sondern Gewerbeimmobilienmakler.«



Das Interview führte Marko Ruh, Chefredakteur Kölnmagazin.