

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

die unkontrolliert steigenden Ölpreise und die Ankündigung der Energiekonzerne, dass auch die Gaspreise deutlich steigen werden, **haben das Thema „Inflationserwartung“ in den Köpfen der Bundesbürger verfestigt.** Bei einer Preissteigerung von 3% und mehr, wie sie im Juni gemessen wurde, müssen Einkommenssteigerungen von durchschnittlich 2,8% verpuffen. **Nach Erkenntnis des Handelsverbands HDE befürchten zwei Drittel der Deutschen, dass sich ihre finanzielle Situation in den nächsten Monaten trotz Lohn- und Gehaltserhöhungen verschlechtern wird.** Unmittelbar ablesen lässt sich diese Sorge an der hohen Sparquote von 14,8% und an der schwachen Performance des Konsumklimas im Juni.

Vor allem die explodierenden Benzinpreise treffen zahllose Berufspendler, die auf die Fahrt mit dem Pkw zur Arbeit angewiesen sind - und sie treffen damit viele Familien mit unteren und mittleren Einkommen. Es ist deshalb verständlich, dass die meisten Bundesbürger größere Anschaffungen zurückstellen, da ein Ende des Preisauftriebs nicht absehbar ist und die Ursachen der weltweiten Inflationstendenz nicht klar sind. **Eine Spekulationsblase, wie etwa die OPEC-Länder vermuten, würde die Hoffnung auf sinkende Preise in absehbarer Zeit nähren.** Die Befürchtung, **dass der Preisauftrieb Folge der Globalisierung ist,** weil der Wohlstand in den Schwellenländern steigt und damit die Nachfrage nach Öl und Erdgas, **lässt einen grundlegenden Strukturwandel erwarten, der Energie zum generellen Engpassfaktor werden lässt.**

Und für dieses Szenario fehlen immer noch die wirklichen ökologischen Alternativen etwa zum Benzin- und Dieselmotor, das bezahlbare Ökoauto – was eigentlich erstaunt, da schon seit 30 Jahren bekannt ist, **dass die Verknappung von Erdöl langfristig zur Bremse des Wirtschaftswachstums werden wird.**

Die Konjunkturaguren, die 2008 für die Konsumkonjunktur zunächst die Wende zum Besseren prophezeiten, haben angesichts des inflationsgetriebenen Pessimismus ihre Voraussagen revidiert. Die GfK erwartet beim privaten Konsum nur noch ein reales Wachstum von 0,5 statt 1% und der HDE beim Einzelhandelsumsatz nur noch ein nominales Plus von 1,5 statt 2% - bei einem realen Umsatzrückgang von 1%. Wie die vorläufigen Zahlen des **Statischen Bundesamtes** bis Ende Mai belegen, ist der Pessimismus angebracht: Nominal wuchs der Einzelhandelsumsatz zwar um 2,2%, real waren das aber 0,4% weniger als im Vorjahreszeitraum.

Auf den ersten Blick kann der Einzelhandel zwar wenig gegen die Inflation tun, doch durch nachhaltige Energieeffizienz könnte die Branche ihre Energiekosten um bis zu 50% senken (Seite 15). Und auch Projektentwickler und Eigentümer können durch den Einsatz erneuerbarer Energien so bauen (Seite 8), dass die Abhängigkeit von Öl und Gas sinkt. **In der Summe werden auch diese Maßnahmen Wirkung zeigen.**



Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 26 vom 18.07.2008

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Erst die Internationalisierung zeigte die Stärke der Handelsimmobilie	2
Gewerbeimmobilien: Investoren bevorzugen Geschäftshäuser	4
European Retail: Fundamentaldaten stimmen optimistisch	6
Energieeffizienz: Redevco setzt auf Strategie der kleinen Schritte	8
Passantenfrequenz: Hannover und Stuttgart an der Spitze	10
Investieren—ausgerechnet in den USA?	11
Neue Shopping-Dimensionen in Rom	13
Energieeffizienz scheitert noch zu oft am Marketing	15
JLL-Marktbericht: Transaktionsvolumen drastisch gesunken	16
Impressum	16

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Werner Rohmert,
Herausgeber



und die Partner vom
Handelsimmobilien Report





Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 2 von 16

Mit der Internationalisierung wird die Stärke der Handelsimmobilie erst sichtbar

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Quo vadis Handelsimmobilie? Um dies zu erfahren, lohnt manchmal der Blick über die heimischen Grenzen. Zum Beispiel nach Großbritannien. Oder der Blick von außen auf den heimischen Markt.

Was die internationalen Investoren in den vergangenen Jahren auf dem deutschen Handelsimmobilienmarkt bewegt haben, wissen heimische Unternehmen wie die **GRR AG** in Erlangen sehr zu schätzen. Die Initiatoren der Immobilie-AG können 20 Jahre Erfahrung als Bauträger, Projektentwickler und Investor in die Waagschale werfen und kennen die Eigenheiten dieses Marktsegments. „Der Einfluss war positiv“, fasst **André Langmann**, Vorstandsvorsitzender der GRR AG, rückblickend zusammen. „Die ausländischen Investoren haben dafür gesorgt, dass das Marktsegment Handelsimmobilien wesentlich professioneller geworden ist. Die Zeiten der Bierdeckelrechnung, bei der es vor allem auf die Miete ankam, sind vorbei.“

Heute werden auch bei diesen Assets Due-Diligence-Prüfungen durchgeführt und Umweltgutachten erstellt, ein Prozedere, das bei Büroimmobilien schon länger üblich ist. „Früher galt in Deutschland die Regel: Kaufen und Halten“, ergänzt **Christian Eder**, **Analyst European Research** bei der europäischen Immobilien-Investmentgesellschaft **Cordea Savills**. „Der Markt war vor allem reaktiv, die Eigentümer haben nur reagiert, wenn der Mieter etwas wollte. Die Einzelhandelsimmobilien wurden nicht professionell geführt. Es gab kein aktives Asset Management mit Zukunftsvisionen wie in Großbritannien. Es gibt hierzulande auch nicht viele Experten mit Spezialwissen“, zählt Eder weiter auf. „Im klassischen Land der Büroimmobilien „hatten die typischen deutschen Immobilien-Investoren vor allem Know-how über Büroimmobilien“, stellt **Berith Kübler**, **Director of Fund Management Europe** bei Cordea Savills, fest.

Vor allem aber hat der Einstieg ausländischer Investoren dazu geführt, dass dieses lange Zeit sehr verschlossene Marktsegment heute transparenter ist. „Man hatte bis vor wenigen Jahren keine Zahlen über die Entwicklung von Handelsimmobilien“, kritisiert Kübler. „Und man hatte damit auch keinen Zahlenvergleich über die Entwicklung von Büro- und Handelsimmobilien“, erläutert die Managerin, die zuvor als

Senior Fund Manager für **Grosvenor Fund Management** in Paris und dann als Head of European Investment bei der **Allianz Immobilien AG** tätig war und damit den Vergleich zu anderen Ländern hat.

IPD UK Rental Value Growth (%)



Source: IPD, Cordea Savills

Dabei zeigt beispielsweise der „IPD Rental Value Growth“ (Mietetragssteigerung) für Großbritannien im Zeitraum von 1981 bis 2007, dass die Entwicklung bei Handelsimmobilien deutlich stabiler verläuft als bei Büros (siehe Grafik). Zwar liegen in der Spitze die erzielbaren Werte bei Büros deutlich höher als bei Handelsimmobilien, doch

Unternehmens News

JLL plant Übernahme von Churston Heard

Jones Lang LaSalle (JLL) will auch sein britisches Retail-Geschäft verstärken und wird deshalb Großbritanniens führende unabhängige Einzelhandelsberatung, **Churston Heard**, erwerben. Das Unternehmen, das 1969 gegründet wurde, beschäftigt 80 Mitarbeiter und bietet ein breites Spektrum an Dienstleistungen im Einzelhandelsbereich. Dazu gehören: Vermietung von innerstädtischen sowie am Stadtrand gelegenen Einzelhandelsimmobilien, Mietkostenüberprüfung, Management, Investment, Entwicklungsprojekte und die Verwaltung von Shopping-Centern. Durch den Zusammenschluss wird Jones Lang LaSalle die Zahl der Vermietungsaufträge für Shopping-Center auf 110 erhöhen und die Zahl der auf Retail spezialisierten Mitarbeiter auf 150. **Chris Powell**, ehemals Churston Head, wird als **Chairman of Retail, EMEA** fungieren.

Deals

Spanien/Portugal: Redevco Spain hat von **Barclays** für 65 Mio. Euro insgesamt 24 Einzelhandelsobjekte und Geschäftshäuser gekauft. Die Immobilien befinden sich in Top-Einkaufsstraßen in 9 spanischen Städten, darunter **Madrid, Barcelona, Sevilla, Málaga, Vigo** und **Alicante**. Die Verkaufsflächen werden von Barclays langfristig zurückgemietet. Durch den Deal vergrößert sich das Portfolio von Redevco in Spanien/Portugal auf 750 Mio. Euro.



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 4 von 16

Stadt News

ECE hilft Förderverein Berliner Schloss e.V.

Mit einer **Wanderausstellung** in ihren Einkaufsgalerien unterstützt Europas Shopping-Center-Marktführerin **ECE** den **Förderverein Berliner Schloss e.V.** bei seiner Spendensammlung für den Wiederaufbau des Berliner Schlosses. Bis November 2009 wird die Ausstellung in bis zu 30 Shopping-Centern für jeweils zehn Tage zu sehen sein, u.a. in **Berlin, Hamburg, Essen, Köln, München und Dresden**. Die Schau umfasst neben Informationstafeln und Exponaten, interaktive Elemente wie eine Steinmetzwerkstatt sowie Mal- und Bastelflächen für Kinder. Der Förderverein Berliner Schloss will insgesamt 80 Mio. Euro Spendengelder für die Rekonstruktion der historischen Schlossfassaden zusammenbringen. Das Berliner Schloss soll später als **Humboldt-Forum** für kulturelle Zwecke dienen.

Handelsdialog Baden-Württemberg

Welche Standorte, Betriebstypen und Konzepte setzen sich durch? Der eintägige „Handelsdialog“ am **25. September** in **Stuttgart** bietet Vorträge und Diskussionen sowie Zeit zum Erfahrungsaustausch. Als **CIMA**-Kunde erhalten Kommunen, kommunale Unternehmen, Stadtmarketing-Organisationen, Werbegemeinschaften und IHKs laut CIMA die **ermäßigte Teilnahmegebühr** von 320,- Euro. 10% Rabatt gibt es für gewerbliche Unternehmen auf die reguläre Teilnahmegebühr von 1.250,- Euro. (Cima)

Fonds und institutionelle Anleger, die diese Objekte direkt im Bestand halten, trennen sich nur langsam davon. Cordea Savills besitzt die Option, seinen „**German Retail Fund**“ mit einem Investitionsvolumen von aktuell 600 Mio. Euro weiter zu vergrößern, wenn attraktive Investmentmöglichkeiten identifiziert werden.

In den vergangenen 18 Monaten wurden für diverse von Cordea Savills gemanagte Fonds 330 Mio. Euro in deutsche Handelsimmobilien investiert. Seit Ende 2006 waren es insgesamt sogar 380 Mio. Euro. Dabei konzentriert sich das Unternehmen laut Kübler auf die deutschen Mittelstädte in der Größenordnung von 40 000 bis 50 000 Einwohner, „**da es hier noch ein gutes Preis-Leistungsverhältnis gibt**“. In diesem Jahr sollen weitere 50 Mio. Euro investiert werden. Investitionsschwerpunkte sind große Fachmarktzentren, Shopping Center und bedeutende Objekte in Innenstädten – also moderne Formate, aber auch ältere Objekte, soweit sie Potenzial haben. Regional richtet sich das Unternehmen mit britischen Wurzeln auf Gebiete mit positiver demographischer Entwicklung und guten Bestandsobjekten aus, **schwerpunktmäßig auf den Westen Deutschlands, Baden-Württemberg und Hessen, wobei auch zukunftsweisende Standorte im Osten nicht grundsätzlich ausgeklammert werden.**



Berith Kübler

Um herauszufinden, was hierzulande zukunftsfähig ist, stützt sich Cordea Savills auf die Analysen seiner Research-Abteilung, denn angesichts des Flächenwachstums bei mehr oder weniger stagnierenden Einzelhandelsumsätzen wird es hierzulande immer mehr Ladenflächen geben, die langfristig durch den Rost fallen. Cordea-Savills-Manager Eder schätzt mit Blick auf die geringe Ausstattung mit modernen Formaten wie Shopping Center und Fachmarkttagglomerationen, die in Großbritannien weit verbreitet sind, dass auch in Deutschland der Trend stärker in diese Richtung gehen wird. Der Anreiz für den Einzelhandel dürfte groß sein, da er hier seine Produktivität steigern kann. **Insgesamt verwaltet Cordea Savills ein Bruttoanlagevermögen von 4,2 Mrd. Euro für verschiedene Investorengruppen (Stand: 30.9.2007) und verfolgt auch in Deutschland einen langfristigen Ansatz als aktiver Bestandshalter.**



Chr. Eder

Doch an manche typische Gepflogenheiten des deutschen Marktes müssen sich die Briten erst noch gewöhnen. **So etwa an das deutsche Maklerrecht, wonach der Verkäufer den Makler beauftragt, der Käufer ihn aber bezahlen muss.** In Großbritannien arbeiten beide Seiten mit Beratern. Ein anderes Thema ist **das komplizierte deutsche Baurecht**, das durch das föderative System laut Eder nicht gerade erleichtert wird und auch das Mietvertragsrecht ist schwere Kost. Gewöhnungsbedürftig ist auch die ausgeprägte Regionalisierung. Es gebe Märkte, so Fonds-Managerin Kübler, da brauche man einfach jemanden vor Ort, der die Mentalität versteht. **Dann ist wiederum lokales Know-how von Vorteil.**

Gewerbeimmobilien: Investoren bevorzugen Geschäftshäuser

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

„Immer mehr Investoren engagieren sich lieber in **Einzelhandels-** als in **Büroimmobilien.**“ So lautet das Ergebnis einer Kundenbefragung des Essener Spezialisten für Immobilien-Investments **Brockhoff & Partner**. Gründe dafür sind nach Feststellung der Immobilien-Experten zum einen **die höheren Investitionskosten** bei Bürogebäuden und zum andern die Tatsache, dass **die Renditeaussichten in diesem Segment unsicherer seien als bei Handelsimmobilien.**

Ausschlaggebend dafür sind laut **Eckhard Brockhoff**, geschäftsführender Gesellschaf-

Forum Steglitz ergänzt Angebot mit Fitnessclub

Einen neuen Großmieter für das Shopping-Center **Forum Steglitz** hat sich die



Eigentümerin **Hammerson GmbH** gesichert: Im fünften Stock des Centers auf der **Schloßstraße 1** in Berlin wird **East Bank Club the fitness factory GmbH** auf rund 4 600 qm zwei neue **Superfit Fitness-clubs** eröffnen. Das neue Konzept des Betreibers sieht neben einem gemischten Sportbereich für Männer und Frauen einen **Women Club** vor. Bis zur Eröffnung der Clubs Anfang 2009 werden die Flächen, die sich fast über das gesamte Obergeschoss erstrecken, im gehobenen Standard ausgebaut. Superfit ist der größte Mieter des Centers. Das Forum Steglitz bietet etwa 32 000 qm Einzelhandelsfläche, die zu 90% u.a. an **H&M, Thalia, Innova, Spiele-Max, Karstadt Sport** und **Strauss Innovation** vermietet sind. 1970 als eines der ersten Shopping-Center in Deutschland eröffnet, wurde das Forum 2005/2006 bei laufendem Betrieb von Hammerson für 40 Mio. Euro saniert und revitalisiert. Für das Center Management im Forum Steglitz ist seit 1999 die **Donaldsons Deutschland GmbH & Co. KG** verantwortlich, die seit 2007 zur **DTZ Gruppe** gehört.

den Größe stimmt, die Lage gut und die Front zur Fußgängerzone hin transparent ist“, so Brockhoff, dann würden die Mieter den Laden schon nach ihren eigenen Vorstellungen ausbauen. „Für flexible, großzügige Räume, die sich an die Bedürfnisse der Mieter anpassen lassen, erzielen wir auf dem Markt gute Mietpreise.“

European Retail: Fundamentaldaten stimmen optimistisch

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Zusammengefasst im Telegrammstil kommt **ING Real Estate** in ihrem Überblick über den „Europäischen Einzelhandel“ (**European Retail Views**) zu dem Ergebnis, dass **Handelsimmobilien in den meisten europäischen Ländern die beliebteste Immobilien-Anlage ist**. Fundament der positiven Einschätzung sind die guten ökonomischen Daten in Europa, die sich – auch wenn sich das Wachstum etwas verlangsamt hat – **in den kommenden Jahren aus Sicht der ING-Experten weiterhin positiv entwickeln dürften**. So ist das Konsumentenvertrauen in der jüngsten Vergangenheit in den meisten Ländern gewachsen, die Kreditkrise hat allenfalls zu einer Verlangsamung geführt. In den meisten Märkten erwarten die Marktforscher, dass die Mieten bei guten Handelsimmobilien 2008 steigen werden, besonders starke Zuwächse werden für **Frankreich, die Niederlande, Finnland, Schweden** und **Italien** prognostiziert, wobei die Gründe für den Zuwachs recht unterschiedlicher Natur sind.

Die Ausnahme in diesem positiven Szenario bildet **Großbritannien, das von der Kreditkrise deutlich stärker berührt wird als die übrigen europäischen Länder**. So haben sich die Wachstumsraten im britischen Einzelhandel inzwischen auf einen Abwärtspfad begeben, nachdem sie im zweiten Quartal 2007 ihren Gipfelpunkt erreicht hatten. **Und das Verbrauchervertrauen hat laut ING RE das niedrigste Niveau seit 1990 erreicht**. Das dürfte sich auch bei der Entwicklung der Mieten, die im Königreich häufig an die Einzelhandelsumsätze gekoppelt sind, niederschlagen.

In **Frankreich** dagegen, wo die Einzelhändler – sowohl Newcomer auf dem Markt als auch Händler mit neuen Konzepten - für eine solide Nachfrage sorgen, **erwartet ING Real Estate, dass die Mieten in diesem Jahr insbesondere in den Provinzstädten stärker zulegen werden als in der Metropole Paris**. In den **Niederlanden** erzeugt die Kombination aus Nachfrage von Seiten des Einzelhandels auf der einen Seite und der Mangel an guten Handelsstandorten auf der anderen für steigende Mieten an Top-Standorte. In B-Lagen bleiben die Mieten dagegen unter Druck.

In **Nordeuropa** hat laut ING RE die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt dazu geführt, dass die realen Löhne und damit die verfügbaren Einkommen stark gestiegen sind, was wiederum zu einem starken Anstieg der Konsumausgaben geführt hat. In **Schweden** und **Finnland** hat das Verbrauchervertrauen im Zuge der Kreditkrise zwar auch gelitten, **doch mittelfristig dürfte sich der private Konsum laut ING RE weiterhin lebhaft entwickeln, da die Fundamentaldaten solide sind**. Die Kombination aus starker Nachfrage nach Einzelhandelsfläche bei begrenztem zusätzlichem Angebot wird vor allem in **Stockholm** und **Helsinki** zu



Shopping Center in Mailand

Mietsteigerungen führen. Und da sich die Wachstumsraten beim privaten Verbrauch und den Einzelhandelsumsätzen positiv entwickeln, dürften auch die Mieten steigen.



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 7 von 16

Deals

In **Italien** erwartet ING RE, dass die Mieten, insbesondere in Shopping Center, mit Raten wachsen werden, die über dem Wirtschaftswachstum liegen. **Die Entwicklung neuer Handelsformate werde in höheren Mieten münden**, schätzen die Marktforscher. Inzwischen haben sich in der Umgebung von bevölkerungsreichen Stadtgebieten große moderne Shopping Center angesiedelt (Foto). Zudem ist noch einiges im Bau. **Zusammen mit Spanien steht Italien in Kontinentaleuropa in punkto Shopping-Center-Pipeline, d.h. gemessen an der Fläche, die noch gebaut werden soll, auf einer Spitzenposition.** Allerdings fehlt es auf dem italienischen Investmentmarkt aus Sicht von ING RE zuweilen an Qualitätsprodukten.

In Deutschland konzidiert ING RE vor allem den Städten **München, Hamburg, Köln** und **Berlin** in den nächsten Jahren gute Aussichten in punkto Mietsteigerung.

In den Wachstumsmärkten **Osteuropas (CEE)**, in denen sich der Einzelhandel primär auf die modernen neuen Shopping Center konzentriert, **wird der private Konsum nach Einschätzung von ING RE beflügelt durch das starke Wirtschaftswachstum, steigende Löhne und wachsendes Verbrauchervertrauen auch in diesem Jahr zulegen.** Da die Ausstattung mit Shopping-Center-Fläche noch deutlich unter westeuropäischem Niveau liegt, ist das Interesse an weiteren Entwicklungen entsprechend hoch. Besonders groß ist der Nachholbedarf in der **Slowakei** und in **Rumänien**, wo die Mieten um fast 25% über dem Niveau der übrigen Länder Osteuropas liegen. Mit dem Bau weiterer Center dürften die Mieten aber auch wieder etwas nachgeben.

Göttingen: Das Modeunternehmen **Gerry Weber** wird einen eigenen Store in der Göttinger Fußgängerzone Weender Straße 61 eröffnen. Der Immobilien dienstleister **Lührmann** hat den Mietvertrag für die rd. 300 qm große Gesamtfläche vermittelt. Das 1973 im ostwestfälischen **Halle** gegründete Modeunternehmen gehört heute zu den führenden Herstellern von Damenoberbekleidung. Im In- und Ausland betreibt Gerry Weber – in Eigenregie und mit Franchisepartnern - über 240 Stores unter dem Namen „House of Gerry Weber“. Über 2 000 Flächen werden im Shop-in-Shop-System geführt.



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 8 von 16

Sonstiges

KAG will 100 Mio. Euro einsammeln

Die **Warburg - Henderson Kapitalanlagegesellschaft für Immobilien mbH (KAG)**, Hamburg, hat für ihren **Warburg - Henderson Deutschland Fonds Plus** die ersten Investoren gewinnen können. Bis zum Jahresende will KAG 100 Mio. Euro Investorengelder einsammeln. Der neue Fonds ist als offener Immobilien-Publikumsfonds konzipiert und richtet sich an institutionelle Investoren aus dem In- und Ausland. Der Warburg - Henderson Deutschland Fonds Plus wird verstärkt in wachstumsstarke Gewerbeimmobilien in den zehn großen deutschen Städten investieren. Geplant ist ein Fondsvolumen von mindestens 500 Mio. Euro, das in rund 25 Objekte investiert werden soll. Für den Fonds strebt die KAG eine Gesamtrendite von mindestens 10% pro Jahr (IRR) an. Die Mindestzeichnungssumme beträgt eine Mio. Euro.

Deals

Bad Kreuznach: Der Optikfilialist **Apollo-Optik** hat im Zentrum von Bad Kreuznach/Rheinland-Pfalz, einen Standort gemietet. Das Ladenlokal in der Mannheimer Straße 127 verfügt über rd. 215 qm. Einzelhandelsfläche. Apollo-Optik mietet die Fläche ab Januar 2009 und wird das Geschäft nach umfangreichen Umbaumaßnahmen im Laufe des Frühjahres beziehen. **CB Richard Ellis Retail Agency Frankfurt** war bei der Anmietung vermittelnd tätig.

Nachdem sich zunächst alles auf die großen Metropolen konzentriert hatte, verstärkt sich inzwischen auch der Trend in Richtung kleinerer Städte. ING RE erwartet Mietsteigerungen in allen Märkten der Region – außer Rumänien und Slowakei –, doch sei zu erwarten, dass diese nur in Top-Shopping-Center und sehr wettbewerbsfähigen Lagen realisiert werden können. Langfristig erwarten die Marktexperten von ING RE, dass die steigenden Einzelhandelsumsätze die negativen Folgen überkompensieren werden, die der steigende Wettbewerb auf die Mietentwicklung ausüben dürfte. **Generell ist festzuhalten, dass der größte Anteil der Investitionen in dieser Region auf Einzelhandelsimmobilien entfällt.**

Energieeffizienz: Redevco wählt Strategie der kleinen Schritte

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Weder **idealistische Forderungen** und **Vorschriften**, noch die **Verleihung von Preisen** sind aus Sicht der europäischen Immobilien-Gruppe **Redevco** der richtige Weg zur „**nachhaltigen Verbesserung der Energieeffizienz**“. Nicht Monate oder Jahre reichten aus. Es sei vielmehr eine „**Politik der kleinen Schritte**“ nötig, so das Credo der Immobiliengruppe, die der Familie **Brennkmeier** gehört, um die Entwicklung voranzubringen: So müsse der Energieverbrauch gesenkt, der Einsatz erneuerbarer Energien (Wind, Solar, Biomasse) maximiert und schließlich der Einsatz fossiler Brennstoffe, solange er unvermeidbar sei, auf die sauberste Art erfolgen.

„Als Eigentümer und Entwickler von Immobilien liegt es in unserer Verantwortung, diese Technologien auch zu nutzen“, hatte der **Chief Operating Officer (COO) von Redevco, Jaap Gillis**, das Anliegen des Unternehmens und der Branche vor einiger Zeit auf den Punkt gebracht. Für Gillis ist die Tatsache, dass Gebäude für 40 % des gesamten Energieverbrauchs verantwortlich sind, Grund genug, sich für den Bau ökologischer Gebäude stark zu machen, **um auch an dieser Front einen Beitrag zur Senkung des Energieverbrauchs und zur Bekämpfung des Klimawandels zu leisten.** Und schließlich lassen die steigenden Energiepreise auch die Kosten der Mieter von Einzelhandelsobjekten drastisch steigen. **So entsteht ein zusätzlicher Anreiz, Energie zu sparen und alternative Energiequellen auch in Bestandsobjekten zu nutzen.**

Insofern setzt die Redevco-Gruppe, die in 20 Ländern vertreten ist und in Europa eines der größten Portfolien von Handelsimmobilien hält, schon seit geraumer Zeit in allen Bereichen auf eine nachhaltige Verbesserung der Energieeffizienz. Ein wichtiger Schritt auf diesem Weg ist die Bewertung aller Einzelhandelsentwicklungen in Europa nach dem international anerkannten Qualitätszertifikat **BREEAM**, die „**Environmental Assessment Method**“ des britischen Kontrollzentrums **BRE**, das auf Gebäude, Konstruktionen, Energie, Umwelt, Brandschutz und allgemeine Risiken spezialisiert ist. **Das Qualitäts-Zertifikat BREEAM, ein ökologisches Gütesiegel, wonach die Gebäude anhand einer Reihe von ökologischen Kriterien wie Auswirkungen auf die Umwelt auf globaler, regionaler, lokaler und innenräumlicher Ebene bewertet werden, ist einer der wichtigsten Dienste der BRE.**



Modell des Shopping-Centers Erzurum (Türkei)

Diese Bewertung gibt Aufschluss über die umweltrelevante Gesamtleistung eines Ge-



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 9 von 16

bäudes, von der Planung über die Ausführung bis hin zur Nutzung, Die Objekte werden dabei nach der Noten-Skala mit „bestanden“, „gut“, „sehr gut“ und „exzellent“ bewertet. Und auch neue Objekte werden nach diesen strengen Richtlinien entwickelt.

Redevco will im Rahmen seiner Strategie zukünftig sämtliche Neuentwicklungen der Bewertung durch unabhängige Dritte nach international anerkannten Richtlinien unterwerfen und den BREEAM-Standard als Leitfaden und als Instrument für die Entwicklung ökologisch verträglicher Immobilien einsetzen. Das erste Redevco-Objekt mit BREEAM-Zertifikat, ein Einzelhandelsgebäude, steht im schottischen **Edinburgh**, in **London** wurden zwei Objekte nach dem Öko-Standard bewertet. Aktuell sind bei Redevco elf „grüne Projekte“ in **Belgien, Frankreich, Deutschland, den Niederlanden, der Türkei und Großbritannien** in Planung oder bereits im Bau. Auch in den türkischen Städten **Ankara, Edirne, Erzurum** und **Manisa** sollen Handelsimmobilien nach dem Einzelhandelsstandard BREEAM entstehen.

Auch **Redevco France** ist in punkto Energieeffizienz aktiv. So soll im historischen Zentrum von **Bordeaux** auf dem Gelände eines ehemaligen Verlagshauses eine „**Eco-Community**“, gebaut nach umweltfreundlichen Standards, entstehen. Im Sinne einer integrierten Stadtentwicklung sollen bei diesem Projekt die historischen Gebäude so weit wie möglich erhalten, integriert und renoviert werden. Geplant sind 10 000 qm Wohnflächen und ein 15 000 qm großes Open-Air-Shopping Center mit Freizeiteinrichtungen zur Belebung des Stadtquartiers.

In **Pontault-Combault** südöstlich von **Paris** soll das **größte Sonnenkraftwerk**

Deals

Krefeld: Die **Aachener Grundvermögen Kapitalanlage GmbH** aus Köln hat das Geschäftshaus mit 1 200 qm Gesamtfläche an der Hochstraße 61/ Marktstraße 23 in Krefeld von einer privaten Eigentümergemeinschaft gekauft. Mieter sind **Juwelier Christ** und ein Eiscafé. Den Kaufvertrag vermittelte die **Comfort** Düsseldorf.

München: Das Berliner Modelabel **Evelin Brandt** hat auf 140 qm eine Boutique in der Münchner 1a-Lage Frauenplatz 10 eröffnet. **Kemper's Jones Lang LaSalle** hat das Label bei der Expansion beraten und den Mietvertrag vermittelt.



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 10 von 16

Sonstiges

Einzelhandel mietet meist nur das Erdgeschoss

Bis in die 70er-Jahre hinein nutzten Einzelhändler auch Ober- und Untergeschosse ihrer Geschäfte z.B. für die Lagerung oder als Sozial- und Nebenräume. Solange die mehrgeschossigen Geschäfte noch von den Inhabern geführt wurden und die Kosten des Fremdpersonals gering waren, wurde auch auf mehreren Etagen verkauft. Doch heute lassen sich Ober- und Untergeschosse kaum noch an den Einzelhandel vermieten. Laut **Eckhard Brockhoff, geschäftsführender Gesellschafter von Brockhoff & Partner**, konzentriert sich der größte Teil der Handelsunternehmen fast nur noch auf die Erdgeschossflächen. Nur dort werde verkauft und Umsatz gemacht. Alle übrigen Flächen würden auf Minimum reduziert, um die Kosten gering zu halten. Das gilt laut Brockhoff vor allem für die Lagerhaltung, die zunehmend zentral mit ausgefallenen Logistikkonzepten abgewickelt wird. Dadurch würden Flächen nur für die Lagerhaltung in den teuren Innenstädten überflüssig.

Deals

Köln: Der Kölner Spezialist für hochwertige Markenkopfbedeckungen **Friedrich W.Schneider (FWS)** eröffnet einen Shop in der Kölner 1a-Lage Mittelstraße 34. Auf etwa 170 qm bietet das Unternehmen hochwertige Hüte der Marken **Stetson, Stanton** und **Mistral**. British-Look-Fans finden zudem Angebote des Traditionslabels **James Lock**, London. **Kemper's Jones Lang LaSalle** vermittelte.

Frankreichs entstehen. Es soll laut Redevco in das Dach des 43 000 qm großen Retail-Parks „**Les Quatre Chenes**“ integriert werden. An diesem Projekt ist die Redevco-Schwester **Good Energies** beteiligt, die in die Bereiche erneuerbare Energien, Wind- und Solarenergie sowie in Energie-Management-Technologien für die Bauindustrie investiert. Im belgischen Einzelhandelsobjekt **Wilrijk** machen Photovoltaik-Panale die Energiegewinnung aus Solarenergie möglich. Auch das 15 000 qm große **Ravel-Projekt** im Amsterdamer Business-Distrikt „**Zuidas**“ mit Läden für hochwertige internationale Handelsmarken entsteht nach umweltfreundlichen Richtlinien.

Zusammen mit der Schwester **C & A** entwickelt Redevco in Mainz den ersten **ECO-Store** nach angepasstem BREEAM-Standard. **Hier soll der Energieverbrauch auf rd. 50% gesenkt und der Store durch erneuerbare Energien (Wasserkraftstrom, Fernwärme und Photovoltaik-Panels) CO2-neutral betrieben werden.**

Neben seinem Engagement bei Redevco setzt sich COO Gillis in seiner Funktion als **europäischer Präsident des „International Councils of Shopping Center“ (ICSC)** auch für die Verbreitung der nachhaltigen Energieeffizienz in der Branche ein. Unter seinem Vorsitz rief der ICSC die Arbeitsgruppe „**Nachhaltigkeit**“ mit 21 Mitgliedern aus sieben Ländern ins Leben. Der internationale Verband hofft, „**dass die Arbeitsgruppe zur besseren Information der Branche über neue Entwicklungen sowie zum Dialog mit den EU-Entscheidungsträgern beitragen kann**“. Außerdem hat der ICSC Ende 2007 offiziell erklärt, man werde sich dafür einsetzen, den BREEAM-Standard für die europaweite Nutzung zu adaptieren. **Die ersten Ansätze sind bei einigen Unternehmen ja bereits erkennbar.**

Passantenfrequenz: Hannover und Stuttgart an der Spitze

André Eberhard, Chefredakteur „**Der Immobilienbrief**“

Bereits im 14. Jahr in Folge hat **Engel & Völkers** umfangreiche Daten zur Passantenfrequenz in Deutschlands Geschäftsstraßen erhoben. Die Passanten wurden an insgesamt 39 Zählpunkten in den 1a-Einkaufslagen von 13 deutschen Städten gezählt: **Berlin, Dortmund, Dresden, Duisburg, Düsseldorf, Essen, Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München und Stuttgart.**

Klarer Gewinner der Zählung und damit Top-Standort für den deutschen Einzelhandel ist laut Engel & Völkers **Hannover, das sich von Rang 9 an die Spitze geschoben hat und Stuttgart, das von Rang 12 auf den zweiten Platz vorgerückt ist.** Den größten Sprung im Vergleich zum Vorjahr machte aber Leipzig und gilt deshalb **2008 als Aufsteiger des Jahres:** Mit 10 397 gezählten Passanten verbesserte sich die **Grimmaische Straße** in der Messestadt von Rang 23 auf Platz 8. Demgegenüber musste München die Spitzenposition der Vorjahre räumen, gehört in punkto Frequenz mit der **Kaufinger** und der **Neuhauser Straße** jedoch immer noch zur Gruppe der fünf deutschen Top-Standorte.

Passantenfrequenz Samstag 12-13 Uhr				
Rang 2008	Rang 2007	Stadt	Standort	Passanten
1	9	Hannover	Bahnhofstr.	15.519
2	12	Stuttgart	Königstr.	13.641
3	2	München	Neuhauser Str.	11.558
4	1	München	Kaufinger Str.	11.412
5	5	Frankfurt/M	Zeil	11.209
6	4	Hannover	Georgstr.	10.758
7	3	Stuttgart	Thouretstr.	10.585
8	23	Leipzig	Grimmaische Str.	10.397
9	11	Hamburg	Spitaler Str.	8.028
10	7	Dortmund	Westenhellweg	7.696
11	18	Hamburg	Mönckebergstr.	7.679
12	10	Köln	Schildergasse	7.240
13	8	Köln	Hohe Str.	7.166
14	14	Berlin	Tauentzienstr.	5.927
15	31	Düsseldorf	Schadowstr.	4.706

Hannover - Im diesjährigen Ranking der 1a-Citylagen zeigte sich die Hannoveraner Innenstadt sehr stark. In der **Bahnhofstraße/Niki-de-Saint-Phalle-Promenade** wurde mit über 15 500 Fußgängern die höchste Frequenz erfasst. Auch die **Georgstraße** ist gut aufgestellt und konnte ihre Position im vorderen Teil des Rankings (Platz 6) halten. Die Frequenz ist insgesamt zwar um 11% gesunken, doch pendelte sie sich auf dem Niveau der vergangenen Jahre ein.

Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Seite 11 von 16

Cities & Center & Developments

Stadt News

Nahversorgungstag in Bayern

Die aktuelle Neuauflage des „Nahversorgungstag Bayern“ aus dem Jahr 2006 findet am **13. November in Regensburg** statt. Wie schon vor zwei Jahren wird die Tagung vom **Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie** sowie dem **LBE** unterstützt, die fachliche Konzeption liegt bei der **CIMA GmbH**. Ziel der Fachtagung ist es, die Bandbreite der aktuellen Aspekte und Themen der Nahversorgung aufzubereiten und allen, denen an einer intakten Nahversorgung gelegen ist, einen Rahmen für einen intensiven Austausch zu ermöglichen. Neben Expertenvorträgen, Podiumsdiskussionen und Praxisbeispielen ist Zeit für Gespräche eingeplant. (Cima)

„Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“

In **Sachsen** wird zum 5. Mal der Wettbewerb „**Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen**“ durchgeführt. Ziel ist es, die **Multifunktionalität der Städte und Gemeinden zu erhalten und nachhaltige Entwicklungsstrategien zu entfalten**. Wie das Motto „**Prima-Stadt-Klima**“ aussagt, wird der Fokus auf die Verknüpfung von Klima und Stadtentwicklung gelegt. Innerhalb einer Diskussionsrunde stellte sich heraus, dass nahezu jede Stadt Ansatzpunkte zur Beteiligung an diesem Wettbewerb finden kann. Derzeit wird über eine groß angelegte Plakat-Aktion in über 60 Städten Sachsens für dieses Projekt geworben. Abgabetermin für die Teilnehmer ist der **25. Juli**. (Cima)

Stuttgart – Der nördliche Bereich der Stuttgarter **Königstraße/Ecke Schulstraße** belegte mit über 13 600 Fußgängern den zweiten Platz im Ranking. Dagegen ist die Zahl der Passanten im südlichen Teil der **Königstraße/Ecke Thouretstraße** – gemessen an 2007 – gesunken, der Standort belegt aber nach wie vor Platz 7 und 9 im bundesweiten Vergleich. Auch wenn sich aus Sicht von Engel & Völkers in den kommenden Jahren erst noch zeigen muss, ob sich die Passantenzahlen am Stammsitz des traditionsreichen Stuttgarter Facheinzelhändlers **Tritschler** (Foto), der in seinem gehobenen Porzellan-geschäft u.a. Meissner Porzellan anbietet, auf dem hohen Niveau stabilisieren wird, so sei doch in der **Königstraße** in den vergangenen Jahren eine durchweg positive Entwicklung festzustellen. Dies sei auch am Mieterbesatz und der Mietpreisentwicklung abzulesen.



Leipzig - Stark entwickelt hat sich die Frequenz in der **Grimmaischen Straße** in Leipzig. Hier hatten die Baumaßnahmen am Universitätscampus im vergangenen Jahr noch zu erheblichen Beeinträchtigungen geführt. Mittlerweile sind die Baumaßnahmen soweit vorangeschritten, **dass die Grimmaische Straße als Verbindung zwischen Augustusplatz und Innenstadt wieder gut besucht wird**. Auch die **Petersstraße** in Leipzig verzeichnet gegenüber Vorjahr mehr Besucher.

Berlin - Während sich die Passantenzahlen an den Berliner Zählstandorten **Taentzien, Alexanderplatz** sowie den Stadtteilzentren **Schloßstraße** und **Wilmersdorfer Straße** gegenüber 2007 erhöht haben, sind in den 1a-Lagen am **Kurfürstendamm**, in der **Friedrichstraße** sowie an den Zählstandorten rund um den **Hackeschen Markt** (**Neue Schönhauser Straße, Rosenthaler Straße, Oranienburger Straße**) zum Teil Rückgänge zu beobachten. **Für den Hackeschen Markt und die dort angesiedelten trendigen und hochpreisigen Labels ist jedoch weniger die Zahl der Passanten entscheidend als vielmehr die Kaufbereitschaft der Kunden**.

Dresden – Mit über 4 500 Passanten verzeichnet die **Prager Straße** gegenüber der Zählung im vergangenen Jahr einen deutlichen Rückgang. Der Grund: Die Bauarbeiten an der **Centrum Galerie Dresden** stellen derzeit eine erhebliche Beeinträchtigung des Top-Standorts dar. Mit Abschluss der Bauarbeiten 2009 bzw. 2010 dürfte aber wieder mit einem Anstieg der Frequenz gerechnet werden.

Investieren – ausgerechnet in den USA? BVT bewegt sich im Kielwasser des Erfolgs-Händlers Wal-Mart

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Während das Gros der Investoren den Blick auf die wachstumsstarken Märkte Osteuropas und darüber hinaus auf die „Emerging Markets“ des asiatischen Raumes richten, schlägt die **BVT Beratungs-, Verwaltungs- und Treuhandgesellschaft für internationale Vermögensanlagen mbH** aus München **den direkten Weg nach Westen ein**: Mit dem „**BVT Retail USA Portfolio Fund**“ investiert das Unternehmen mitten im Herzen des Subprime-Krisen-Landes USA - im Einzelhandelssegment „Nahversorgung“. Und steht damit nicht allein. Auch der Erlanger Projektentwickler, Bauträger und Investor **Sontowski & Partner Group (S & P)** hat mit dem „**USA Real Estate Profit Fund III**“ einen Fonds in diesem Marktsegment platziert.

Wenn BVT-Geschäftsführer **Harald von Scharfenberg** über das jüngste Engagement in den USA spricht, dann verweist er gerne auf die jahrzehntelange Erfahrung, die das 1976 gegründete Unternehmen mit seiner Spezialisierung auf diesen Markt gesammelt hat. So hatte die BVT 1994 mit der **Vereins- und Westbank** die **US Retail Income**

Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 12 von 16

Fund Serie eingeführt, die nur in **Neighborhood Shopping Center** investiert.

Bei dem jüngsten Deal geht es um ein Portfolio aus 34 **Wal-Mart Supercenter Shadow Anchored Shopping Center (Foto)**, die das US Unternehmen **Schostak Brothers & Company** erworben hatte. Die BVT hatte zunächst gemeinsam mit weiteren Banken das Portfolio Ende 2007 zu einer Cap Rate von 7,2% eingekauft. Infolge der Subprime-Krise seien Preisreduzierungen von bis zu 50 Basispunkten feststellbar, so **Christian Dürr**, Geschäftsführer der **BVT**



Holding, doch hielten sich viele Eigentümer mit dem Verkauf zurück, da sie nach Abflauen der Krise wieder mit steigenden Preisen rechneten. Zusammen mit Schostak hat die **BVT Equity Holdings Inc.** zwecks Refinanzierung ein Joint Venture gegründet.

Mit Schostak Brothers & Company haben sich die Münchener einen US-Immobilienpartner Partner mit langjähriger Erfahrung ins Boot geholt. Die 1920 gegründete Gruppe ist u.a. auf die Entwicklung von Shopping Center spezialisiert und wird heute in dritter Generation von den Brüdern **David** und **Robert Schostak** geführt. Das Unternehmen selbst bezeichnet sich als „eine der größten und am stärksten diversifizierte Immobiliengruppe des US-Staates Michigan“. Schostak managt rund 60 Objekte aus den Bereichen Büro, Einzelhandel und Wohnen.

Die Immobilien des jüngst erworbenen Portfolios mit einem Vermietungsgrad von 93,2% wurden laut BVT zwischen 2002 und 2006 gebaut und haben insgesamt eine Verkaufsfläche von fast 900 000 square feet, umgerechnet fast 80 000 qm. Nach den Plänen der Partner soll das Portfolio zügig ausgebaut werden. Dafür steht auch **Patrick Windley**, Chief Operating Officer, Shadow-Anchored Centers Division bei Schostak Brothers & Company in Kontakt mit dem Entwickler der bisherigen Center.

Das Investitionsvolumen des Fonds liegt bei 139,6 Mio. \$, das geplante Eigenkapital bei 34,5 Mio. \$. Die Mindestbeteiligung ist auf 15 000 \$ festgelegt, die Kapitalbindungsdauer wird mit 10 Jahren ab Fondsschließung angegeben, doch ist auch, je nach Marktlage, ein vorzeitiger Verkauf des Portfolios möglich. Die Ausschüttung liegt bei jährlich 7%, stufenweise ansteigend auf 8% und als Gesamtverzinsung beim Verkauf des Portfolios nach 10 Jahren peilt die BVT 12,3% an. Außerdem bietet der Fonds laut BVT dem Anleger „attraktive Nach-Steuer-Gewinne durch Freibeträge und niedrige US-Steuersätze“.

Dass BVT ausgerechnet jetzt in US-Retail-Assets investiert, da Schlagzeilen über die hoch verschuldeten Privathaushalte, die ernste Schieflage der Hypothekenbanken **Fanny Mae** und **Freddy Mac** sowie die Konsumzurückhaltung die Runde machen, ist für Scharfenberg kein Widerspruch. **Wie der Name „Wal-Mart Shadow Anchored Shopping Center“ bereits verrät, bewegen sich diese Strip-Center genannten offenen Anlagen, die eher mit deutschen Fachmarktzentren vergleichbar sind, im Windschatten von Amerikas erfolgreichstem Einzelhändler Wal-Mart, der mit seinen überdimensionierten Hypermärkten auf dem flachen Land für ein preisaggressives Warensortiment des täglichen Bedarfs steht. Und gerade diese preisaggressiven Nahversorger mit Lebensmittelsortiment profitieren in Zeiten nachlassender Kaufkraft davon, dass immer mehr Konsumenten sparen müssen.**

Im Schnitt suchen täglich 6 000 Kunden eines der 2 527 Wal-Mart-Supercenter auf.

Personalien

Lührmann will seinen Personalstab ausbauen

Oliver Küppers (36), Teamleiter Verkauf bei **Lührmann Frankfurt**, wurde zum Prokuristen ernannt. Gleichzeitig erhielt **Hendrik Poggemann** (29) Handlungsvollmacht. Poggemann ist derzeit Teamleiter Vermietung in Frankfurt. Der gebürtige Düsseldorfer Küppers ist seit Juli 2006 bei Lührmann. Er hat gemeinsam mit Poggemann, ehemals Lührmann Osnabrück, maßgeblichen Anteil am erfolgreichen Aufbau der Frankfurter Niederlassung.

Stadt News

Entwicklungskonzept für die Kieler Altstadt

Die Wiederbelebung der Altstadt ist seit langem zentrale Stadtentwicklungsaufgabe für **Kiel**. Den Niedergang nordöstlich des **Alten Marktes** dokumentieren die leer stehenden Flächen. Alle bisherigen Bemühungen, diesem Trend entgegenzuwirken, sind gescheitert. Die Hamburger **ECE** hat jetzt ein Entwicklungskonzept für die **Kieler Altstadt** vorgestellt. Wesentliche Bausteine sind eine neue Philharmonie an der Förde, die Anbindung der Altstadt an die Wasserkante, die Ausprägung eines nördlichen Stadtores in Form eines Fünf-Sterne-Hotels mit angegliedertem Kongresszentrum sowie ein moderner Einzelhandelsmagnet, eine 27 000 qm große Stadtgalerie. Das geplante Altstadtquartier umfasst etwa 50 000 qm Gesamtfläche, das Investitionsvolumen wird auf über 300 Mio. Euro geschätzt..



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 13 von 16

Sonstiges

DIP steigert 2007 Geld- und Flächenumsatz

Der 1988 gegründete Maklerverband **DIP – Deutsche Immobilien-Partner** konnte 2007 die magische 100 Mio. Euro-Marke durchbrechen. Ausschlaggebend waren Zuwächse bei gewerblichen Immobilieninvestments und Vermietungen. Mit rd. **EUR 105,5 Mio.** konnte der DIP den **Nettoprovisionsumsatz in Deutschland** gegenüber 2006 um **6%** steigern. Im Bereich Immobilienverkäufe stieg der **Umsatz** um 23% von rd. 66,3 Mio. (2006) auf rd. **81,7 Mio.** Euro 2007. Dabei stieg der **Nettoprovisionsumsatz im Bereich Gewerbeimmobilien** überproportional von rd. 30,1 Mio. um 64% auf rd. **49,4 Mio. Euro.** Das **Transaktionsvolumen aller Immobilienverkäufe** erhöhte sich 2007 um rd. 13% auf rd. **2,9 Mrd. Euro.** Im Bereich gewerbliche Vermietung steigerte DIP den **vermittelten Flächenumsatz** um rd. 15% auf rd. **407 000 qm** (2006: rd. 353 000 qm). Der **Nettoprovisionsumsatz** stieg um 1 Mio. Euro bzw. 11% auf rd. **10,7 Mio. Euro** (2006: rd. 9,6 Mio. Euro). Laut **DIP-Sprecher Jens Lütjen** zeigen sich die Märkte 2008 sehr heterogen, doch sehnten sie sich nach wie vor nach gut strukturierten, risikooptimierten Portfolien.

Und von dieser Frequenz wollen auch die Mieter der Shadow-Anchored Center, deren Sortiment das Angebot von Wal-Mart in Zusammensetzung und Preisniveau ergänzt, profitieren. Dazu gehören führende US-Handelsketten wie **Dollar Tree, Game Stop, Cato's, Payless Shoesource, oder Sally Beauty Supply** - um nur einige zu nennen.

Wal-Mart, mit 345 Mrd. \$ der weltweit größte Einzelhändler vor der französischen **Carrefour**, ist laut BVT auf Grund seiner **einzigartigen Bekanntheit, Markt dominanz, Preispolitik und Anziehungskraft auf die Konsumenten in den USA der häufigste und begehrteste Shadow Anchor.** Allerdings ist Wal-Mart Eigentümer aller seiner Filialen – eine Ausnahme im US-Einzelhandel. Die US-Handelskette, die zunächst nur riesige Nonfood-Märkte – Discounter genannt - betrieben hat, wandelt diese, wo es möglich ist, kontinuierlich auf Supercenter um, **die mit ihrem zusätzlichen Lebensmittelsortiment für noch größere Anziehung sorgen.** Durchschnittlich 137 Standorte werden seit 2001 jährlich umgestellt. Das dürfte auch für den BVT Retail USA Portfolio Fund Potenzial gelten.

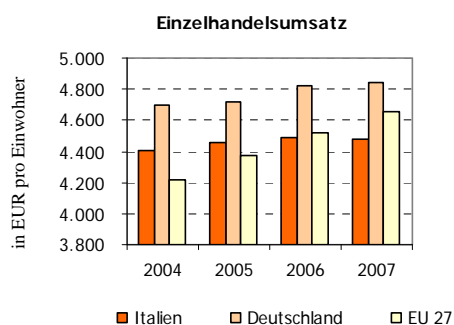
Wal-Marts Zielgruppe ist laut BVT der durchschnittliche Amerikaner, der in ländlichen Regionen, in kleinen und mittelgroßen Städten lebt. Das sind immerhin 72% der US-Bevölkerung. Und im ländlichen Raum haben die Bürger laut Scharfenberg ihre Häuser solider finanziert als in den Randlagen der Großstädte. **Ein ganz wichtiges Argument für den BVT Retail USA Portfolio Fund ist aus Sicht der Joint Venture Partner, dass Wal-Mart noch nie ein Supercenter zugemacht hat. Das zeigt aus ihrer Sicht den Erfolg des Konzepts.**

Neue Shopping-Dimensionen in Rom

Olaf Petersen, GfK GeoMarketing GmbH

Rom fasziniert - nicht nur durch seine Historie, italienischem „dolce vita“ oder dem Vatikan. **Auch als Einkaufsdestination für die über 3 Millionen äußerst modebewussten, überdurchschnittlich kaufkräftigen Einwohner im Großraum der Stadt und als Trendsetter für ganz Italien spielt Rom eine übergeordnete Rolle.**

Dass dabei aber die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ganz generell nicht allzu „rosig“ aussehen, zeigt ein Blick auf die Entwicklung der italienischen Einzelhandelsumsätze (pro Kopf) in den vergangenen Jahren. So lagen diese 2004 und 2005 deutlich unter dem deutschen Vergleichsniveau, gleichzeitig aber noch über dem als Referenzwert anzusetzenden Durchschnitt der EU 27-Staaten. Im Jahr 2006 „überholte“ dann der EU 27-Durchschnitt den italienischen Wert und vergrößerte den Abstand im Jahr 2007 noch beachtlich. **Es wird somit deutlich, dass Italien nur eine geringe Einzelhandelsdynamik aufweist und diesbezüglich neue Impulse und mit Blick auf internationale Projektentwicklungen bzw. Investments vor allem politische Kontinuität und Planungssicherheit benötigt, um hier den Anschluss nicht zu verlieren.**



lich neue Impulse und mit Blick auf internationale Projektentwicklungen bzw. Investments vor allem politische Kontinuität und Planungssicherheit benötigt, um hier den Anschluss nicht zu verlieren.

Die Metropolregion Rom spielt dabei eine herausragende Rolle und weist insgesamt eher unübersichtliche Einzelhandelsstrukturen auf. Diese sind vor allem das Resultat einer langjährigen, sehr restriktiven Genehmigungspraxis der Planungsbehörden. **Al-**

lerdings zeichnet sich der italienische Facheinzelhandel auch auf Kleinstflächen traditionell durch eine grundsätzlich starke modische Aussage und eine tiefe Markendurchdringung aus.

Deals

Koblenz: Der Telekommunikationsdienstleister **Arcor** eröffnet auf 85 qm einen Shop in der Koblenzer 1a-Lage Löhrrstraße 14.. **Kemper's Jones Lang LaSalle** hat den Mietvertrag vermittelt.



Handelsimmobilien

Report Nr.26

VOM 18.07.08

Cities & Center & Developments

Seite 14 von 16

Sonstiges

Zwangsversteigerungen leicht gesunken

Die Zahl der Zwangsversteigerungen von Immobilien in Deutschland ist im ersten Halbjahr 2008 leicht gesunken. Das ist dem **Argetra Halbjahresbericht 2008** zu entnehmen, der die in diesem Zeitraum anberaumten Zwangsversteigerungstermine mit den entsprechenden Verkehrswerten an über 500 bundesdeutschen Amtsgerichten erfasst. Laut Argetra GmbH, Ratingen, wurden 45 988 Termine angesetzt. Das seien 2,9% weniger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres, doch bewegte sich die Zahl der gerichtlichen Termine immer noch auf hohem Niveau. Die Summe aller Verkehrswerte beziffert der Argetra Fachverlag mit rd. 8 Mrd. Euro. Auf den Bereich Gewerbe-, Wohn- und Geschäftshäuser entfielen 28,1% der Versteigerungen. Die neuen Bundesländer sind – zumindest nach den absoluten Zahlen – nicht mehr die Spitzenreiter in der Statistik.

Deals

Mainz: Die **Aachener Grundvermögen Kapitalanlagegesellschaft mbH** hat eine Einzelhandelsfläche in der Mainzer Toplage Am Brand 14 erworben. Das im Teileigentum befindliche Ladenlokal gehört zum Einkaufs-, Büro- und Wohncenter **Am Brand** und war bislang in Privateigentum. Die Nutzfläche von ca. 245 qm im Erdgeschoss ist an die **Topaz Textilhandels GmbH** mit ihrem Label **Final Cut** vermietet ist. **Kemper's Jones Lang LaSalle** vermittelte den Deal.

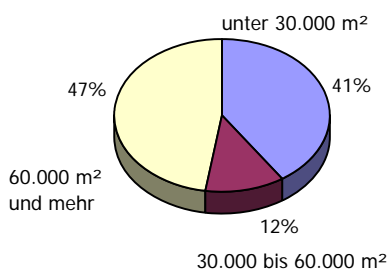
Beispielhaft für die quirligen, kleinteiligen römischen Einkaufsstraßen sind u.a. die **Via Cola di Rienzo** (Konsumlage mit Boulevardcharakter), die **Via de Condotti** (innerstädtische Niveau-Lage), die **Via del Corso** (innerstädtische, „junge“ Konsumlage) oder die **Via Tuscolana** (langgestreckte, dichte Konsumlage im Stadtteil Don Bosco) anzuführen.

Der großflächige Einzelhandel hatte sich hingegen in der Vergangenheit typischerweise in Fachmarkttagglomerationen oder hypermarkt-dominierten Einkaufszentren angesiedelt, in denen der Versorgungsaspekt im Fokus der Zielgruppenansprache steht. Diese großflächigen Standorte konzentrieren sich u.a. entlang des römischen Autobahnringes G.R.A. (**Grande Raccordo Anulare**).

Klassische Shopping-Center, die stärker auf das Einkaufserlebnis abstellen und mit einer großen Zahl von Anbietern eine hohe Sortimentskompetenz aufweisen, waren in Rom lange Zeit Mangelware. Bestimmt wurde die Shopping-Center-Landschaft durch ältere, aus den 70er- und 80er-Jahren stammende Anlagen, die heutzutage im Hinblick auf den äußeren Eindruck und die öffentlichen Bereiche (wie Parkplätze, Zugänge und Mall) im Allgemeinen wenig attraktiv sind.

Zudem wiesen diese oft nur eine geringe „kritische Masse“ und z.T. sehr kleine Shop-Flächen auf. Das war im Wesentlichen die Folge einer recht geringen Entwicklungsdy-

Bestehende Shoppingcenter in Rom (und Umland) nach ausgewählten Größenklassen (in m² GLA)



namik, **die vermutlich mit den komplexen rechtlichen Rahmenbedingungen sowie nicht zuletzt auch mit der geringen Transparenz des italienischen Retail-Marktes zusammenhängen dürfte.**

Erst in jüngerer Vergangenheit hat sich eine neue Dynamik entwickelt, die im Wesentlichen von der Realisierung von drei Großprojekten an verkehrsorientierten Standorten in der römischen Peripherie ausging und die eine neue Shopping-

Center-Dimension in den Markt gebracht hat. Im Einzelnen handelt es sich dabei um: **1.) den Parco Leonardo**, einem von **Athena/Espansione Commerciale** in der Nähe des Flughafens **Fiumicino** entwickelten neuen Stadtquartier mit einem gut 60 000 qm GLA (Bruttomietfläche) großen Shopping-Bereich. (Eröffnung: Ende 2005),

2.) das Roma Est-Shopping-Center mit über 90 000 qm GLA im Osten des Großraums, das von **Larry Smith Italia** entwickelt wurde und im März 2007 seine Pforten geöffnet hatte.

3.) das Shopping-Center Porta di Roma im Norden des Metropolraums. Es wurde von der **Simon Property Group** und der **Lamaro-Gruppe** entwickelt und gilt mit nicht ganz 100 000 qm GLA als größtes Einkaufszentrum Italiens. (Eröffnung war im Sommer 2007).

Durch diese „**Shopping-Center-Tanker**“ hat sich die Flächenverteilung der Center eindeutig in Richtung Großcenter verschoben. So entfallen auf die o.g. drei Anlagen aktuell etwa 50% der gesamten Shopping-Center-Fläche Roms, während sich die andere Hälfte auf circa ein Dutzend kleinerer Anlagen verteilt.

Fazit: **Die aktuell erreichte Ausstattung mit Shopping-Centern in Relation zum hohen Bevölkerungspotenzial signalisiert auch nach den drei genannten Großöffnungen in den vergangenen Jahren rein quantitativ betrachtet noch sehr beachtliche Entwicklungspotenziale für moderne, erlebnisorientierte EKZ-Anlagen.** Unter der Voraussetzung, dass man die für Italien typischen Herausforderungen bewältigt, dürfte der römische Einzelhandel für inländische wie ausländische Investoren - trotz insgesamt keineswegs einfacher gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen in Italien - nach wie vor von sehr großem Interesse sein.

Im Rahmen ihres **Charity-Projekts** haben die Bielefelder **Katag AG** unter Vorsitz ihres Chefs **Daniel Terberger** und die **Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe** mit Präsidentin **Liz Mohn** die Mode-Kollektion „**FLOWER FOR LIFE by IN LINEA Firenze**“ während der Katag-Cheftagung präsentiert. Mit der Aktion soll auf das Thema Schlaganfall aufmerksam und die Arbeit der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe unterstützt werden. Dabei kommt ein Teil der Kollektionserlöse jungen Schlaganfall-Opfern zu Gute. Weitere prominente Referenten aus Politik, Handel und Medien waren **Joschka Fischer**, Ex-Bundesaußenminister, **Alexander Otto**, Vorsitzender der **ECE-Geschäftsführung**, **Klaus Brinkmann**, Gesellschafter der **F.W. Brinkmann GmbH** und Designerin **Jette Joop**.

Breslau: Der **Deka-ImmobilienFonds** hat mit dem Kauf des „**BEMA PLAZA**“ in Breslau erstmals in Polen investiert. Für den Offenen Immobilienpublikumsfonds erwarb die **Deka Immobilien GmbH** für rund 106 Mio. Euro das zentral gelegene Büro- und Einzelhandelsobjekt in der Nähe der Altstadt. Verkäufer ist der belgische Projektentwickler **Ghelamco Group**. „Der Ankauf folgt unserer Strategie, den Anteil europäischer Liegenschaften im Deka-Immobilien-Fonds auszubauen“, sagt **Franz Lucien Mörsdorf**, Geschäftsführer Deka Immobilien Investment GmbH. Mit dem Erwerb steigt die Auslandsquote des Fonds von 13,5 auf 17, %.

Energieeffizienz scheitert noch zu oft am Marketing

Maximilian Pisacane, Wirtschaftsjournalist

An den einladend offenen Regalen entlang, die Ware fein präsentiert – durch Licht in Szene gesetzt und die Lüftung sorgt für ein angenehmes Klima. Doch das alles fördert im Supermarkt nicht nur den Absatz von Waren, sondern verursacht auch Kosten – angesichts der hohen Energiepreise immer weiter steigende Kosten. Und hier liegt für den Einzelhandel noch viel Einsparpotenzial. **So zeigt der Metro-Nachhaltigkeitsbericht, dass sich alleine durch den Einsatz von Schiebetüren bei Kühlschränken schon 15 % der Energie einsparen lässt.** Ein Problem also, das es vor allem für großflächige Handelsimmobilien zu lösen gilt. **Denn gerade Heizung, Kühlung, Lüftung und Licht verursachen die höchsten Kosten bei Shopping Centern, Super- und Fachmärkten sowie SB-Warenhäusern.**

Ein Shopping Center mit beispielsweise 18 800 qm Gesamtfläche hat einen Energieverbrauch von jährlich 250 Kilowattstunden je qm. „Je nach geologischen und architektonischen Gegebenheiten kann der End-Energieverbrauch bei Shopping Centern auf bis zu 100 Kilowattstunden je qm gesenkt werden“, sagt Professor Dirk Bohne, Leiter des Instituts für „Entwerfen und Konstruieren“ an der **Leibniz Universität Hannover** und **Lehrstuhlinhaber für das Fach Gebäudetechnik** sowie Gesellschafter der **Prof. Dr.-Ing. Dirk Bohne Ingenieure GmbH**, Düsseldorf und Siegen. Etwa durch den Einsatz von oberflächennaher Geothermie wie Wärmepumpen oder die richtige Gebäudedämmung lässt sich also viel Geld sparen.



Ähnliches weiß sein Kollege über Supermärkte zu berichten: „Bis zu 30 % der Primärenergie bei Supermärkten ab 800 qm könnten kurzfristig eingespart werden. Langfristig sind mit nachhaltigen Konzepten bis zu 50 % realistisch“, sagt Diplom Ingenieur **York Ostermeyer**, Mitarbeiter in der Abteilung Baukonstruktion am „Institut für Entwerfen und Konstruieren“ der Leibniz Universität Hannover: „Die Heizung könnte bei den meisten Märkten sogar komplett eingespart werden.“ Beispielsweise indem die Abwärme der Kühlmöbel dem Markt nutzbar gemacht wird. „**Ein großer Teil der entstehenden Abwärme wird aktuell noch verschwendet. Diese Wärme lässt sich ebenso nutzen, wie die aus der Beleuchtung resultierende Wärme – einfach durch intelligente Dämmung, Wärmeableitung und Speicherungssysteme**“, erklärt Ostermeyer. So könnte die Nutzung von Erdgas zur Beheizung von Supermärkten überflüssig werden.

Experte Bohne weiß: Die größten Energiefresser bei Shopping Centern sind die Kühlung, die Luftaufbereitung und der Lufttransport sowie die Beleuchtung. **Während es für die Nutzung von Umweltenergie mehrere Möglichkeiten gibt, wie z.B. die Kühlung durch Grundwasser oder Erdsondenfelder, bereitet die Beleuchtung noch einige Probleme.** „Gerade von der **LED-Technik** sind wir enttäuscht“, sagt Bohne, „hier hatten wir uns mehr versprochen. Denn auch diese Leuchten erzeugen (noch) viel Wärme – zwar nicht am Leuchtkörper, dafür aber bei der Elektronik“.

Bei so viel Einspar-Potenzial, warum werden dann Konzepte zur Energieeffizienz so wenig eingesetzt? An den Kosten kann es nicht liegen. „**Die Kosten für Energieeffizienz-Maßnahmen, wie beispielsweise die Kühlung durch Grundwasser, können sich innerhalb von 3 bis 5 Jahren amortisieren, sofern die geologischen Bedingungen stimmen**“, sagt Bohne. Angesichts der langen Laufzeiten von Shopping Centern von 15 bis 20 Jahren bis zur ersten Renovierung oder Revitalisierung also ein überschaubarer Zeitrahmen. Ein konkretes Beispiel nennt Ostermeyer: „Anlagen zur Kraft-Wärme-Kopplung, Kühlung und Abwärme-Nutzung, wie sie beispielsweise der **Rewe**



Handelsimmobilien

Report Nr.26

Cities & Center & Developments

VOM 18.07.08

Seite 16 von 16

Markt in Berlin auf der **Oberweißbacher Straße** installiert hat, amortisieren sich nach ersten Hochrechnungen über den aktuellen Verbrauch bereits nach drei Jahren.“ Wenn die Energiepreise steigen, dann lohnt es sich sogar noch früher.

Was steht also dem nachhaltigen Wirtschaften im Wege? **„So manche Marketingvorstellung geht an Gesichtspunkten der Energieeffizienz vorbei“, bemängelt Bohne.** Gemeint ist die satt angestrahlte Fleischtheke oder die Effektbeleuchtung, bei der extrem hohe Wärmeabgaben von bis zu 200 Watt je qm in Kauf genommen werden.

Auch Ostermeyer kritisiert so manche Marketingstrategie, die Themen wie Energieeffizienz und erzielbare Kostensenkungen im laufenden Betrieb immer noch außen vor lässt. „Offene Kühlregale sind dabei noch das offensichtlichste Beispiel“, sagt Ostermeyer. Doch er bemerkt auch Ansätze eines Wandels: „Der steigende Energiepreis bewirkt in diesem Bereich zunehmend ein Umdenken bei allen Beteiligten.“ **Immerhin könnte die Kostenersparnis – angesichts steigender Lebensmittelpreise - auch an die Kunden weitergegeben werden.** Ihnen wird es nach einer gewissen Phase der Umgewöhnung wohl kaum etwas ausmachen, ein Kühlregal zu öffnen, wenn ihnen klar wird, dass sie durch die Energieeinsparung für den Yoghurt oder das Steak weniger bezahlen müssen. **Denn bekanntlich spielt der Preis bei vielen Kaufentscheidungen der sparsamen Bundesbürger eine entscheidende Rolle – das sollte dann auch die Marketing-Abteilungen überzeugen.**

JLL: Transaktionsvolumen 2008 drastisch gesunken

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Halbjahresbericht von **Jones Lang LaSalle (JLL)** gibt im Wesentlichen das wieder, was der „Handelsimmobilien Report“ auf Grund seiner Recherche bei Marktteilnehmern bereits früher berichtet hat: Nach der Boomphase in der ersten Jahreshälfte 2007 braucht der Markt jetzt Zeit, sich an die neuen Preisrelationen zu gewöhnen: **„Die Preiserwartungen von Käufern und Verkäufern fallen auseinander und das bedeutet „No Deal“, stellt Marcus Lemli, Leiter Capital Markets bei Jones Lang LaSalle Deutschland, fest.** Oder: fast „No Deal“. Die Zahlen offenbaren die Zurückhaltung mehr als deutlich: Das gewerbliche Transaktionsvolumen (ohne Wohnimmobilien) lag mit 11,9 Mrd. Euro in den ersten beiden Quartalen um 57 % unter dem Vorjahreszeitraum. Die Zahl der Deals ging um 43% zurück, während die Renditen laut JLL im Jahresvergleich um 25 Basispunkte bei Logistik-Immobilien, um 50 Punkte bei Büros und um 75 Basispunkte bei Shopping-Center gestiegen sind.

Dabei konnten sich Handelsimmobilien im schwachen Markt noch am besten behaupten. Ihr Anteil am Transaktionsvolumen erreichte mit 4,5 Mrd. Euro einen Wert von 38%, vor Büroimmobilien mit 33%. Und während Büroinvestments um 77% gegenüber Vorjahr sanken, ging das einzelhandelsbezogene Transaktionsvolumen „nur“ um knapp 9% zurück. **„Als Hort der Stabilität“ erwiesen sich laut JLL die Logistik- und Industrieimmobilien, die ihren Anteil um 15% auf 1,2 Mrd. Euro erhöhten.**

Im Segment Einzelhandel spielte vor allem der Verkauf der **Karstadt**-Immobilien eine große Rolle. Das Thema Warenhäuser wird aber auch in Zukunft noch die Szene bestimmen, denn der Verkauf der **Kaufhof Galeria** nebst Immobilien steht noch bevor. Innerhalb der Kategorie Shopping Center konnten laut JLL insbesondere die fachmarktorientierten Produkte sowie Stadtteil- und Randlagen Zuwächse verzeichnen. Auf Fachmarktzentren entfielen 14 der 17 Transaktionen.

JLL geht davon aus, dass sich die Akteure bis spätestens Ende 2008 an das neue Preisgefüge gewöhnt haben werden. Und, wie bereits erwähnt, im Warenhaussegment wird eine Vielzahl von Produkten gesehen, die neben den Opportunisten auch für Projektentwickler sowie Asset- und Fund Manager interessant sein könnten.

Deals

Köln: Die **CRE Resolution** hat im Auftrag der Eigentümer einen langfristigen Mietvertrag mit der Kölner



Kanzlei **Dr. Ringstmeier & Kollegen** für das **DISCH-HAUS** abgeschlossen. Die Kölner Kanzlei mietet ab Oktober gut 1 100 qm. Das DISCH-HAUS ist ein teilweise denkmalgeschütztes Büro- und Geschäftshaus mit insgesamt ca. 7 700 qm Büro und 2 800 qm Einzelhandelsfläche. Es wurde vollständig entkernt und revitalisiert, **um den Charme der 1920er-Jahre mit dem technischen Standard eines hochwertigen Bürohauses zu vereinen.**

Impressum

Chefredaktion:

Dr. Ruth Vierbuchen
(V.i.S.d.P.);

Kontakt:

vierbuchen@rohmert.de

Herausgeber:

Werner Rohmert

Verlag:

Research Medien AG,
Repkestr. 5,
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251

E.: info@rohmert.de

Vorstand:

Werner Rohmert
Aufsichtsrat: Prof. Volker Hardegen (Vorsitz), Univ. Prof. Dr. jur. habil. Karl-Georg Loritz, Petra Rohmert
Bank: KSK Wiedenbrück
BLZ 478 535 20
Kto.-Nr.: 39 578

Namens-Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt der Redaktion wieder