

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

in der Auseinandersetzung mit der Gewerkschaft **Ver.di** wurde **Karstadt-Eigentümer Nicolas Berggruen** in einer Zeitung sinngemäß mit den Worten zitiert: Wenn er nicht eingestiegen wäre, dann gäbe es Karstadt heute nicht mehr. Das würden die Leute vergessen. Doch ganz so stimmt das nicht. Wäre Berggruen nicht eingestiegen, dann hätten der italienische Warenhaus-Betreiber **Maurizio Borletti** und das **Highstreet-Konsortium**, dem bereits das Gros der Karstadt-Immobilien gehörte, das operative Karstadt-Geschäft übernommen. Immerhin stand das Konsortium mit einem Kaufpreis von 4,3 Mrd. Euro für die Immobilien im Feuer. Ob Karstadt damit schlechter gefahren wäre, ist nicht gesagt.

Die Vehemenz, mit der Berggruen im Sommer 2010 gegen das Highstreet-Konsortium um die Senkung der Miete und gegen das Angebot des Mitbewerbers Borletti kämpfte, hat durchaus den Eindruck entstehen lassen, dass es ihm auch darum ging, den Wettstreit gegen einen größeren Kontrahenten wie etwa **Goldman Sachs**, der dem Konsortium angehört, zu gewinnen.

Dass Berggruen das Angebot von Highstreet, sich anteilig an den Immobilien zu beteiligen – das hätte die Bonität des Warenhaus-Geschäfts sicher erhöht – ablehnte, zeigte bereits bei den Übernahmeverhandlungen während des Insolvenzverfahrens, dass sich der Investor finanziell nicht allzu fest binden wollte.

Und wenn der Karstadt-Eigentümer bekennt, er habe nicht gewusst, wie krank Karstadt war, dann darf man an die Worte des Insolvenzverwalters erinnern, der wütend beklagt hatte, dass der frühere Chef der Karstadt-Mutter **Arcandor, Thomas Middelhoff**, im Unternehmen alles verpfändet habe, was nicht niet- und nagelfest war. Damit war klar, dass Karstadt nur noch wenig Substanz hatte.

Es spricht vielmehr vieles dafür, dass Berggruen unterschätzt hat, wie schwierig es ist, ein Warenhaus-Unternehmen, das tief im Strukturwandel steckt, zu sanieren. Dabei macht das Management bei der Neuausrichtung auch den Fehler, an **Marketing** und **Werbung** zu sparen. Denn wenn eine Handelsmarke wie Karstadt auf eine neue, jüngere Zielgruppe ausgerichtet werden soll, dann entsteht eine schwierige Übergangsphase, weil die Stammkunden wegbleiben, aber neue Kunden die entstehende Lücke nur zögerlich füllen.

Für diese Durststrecke braucht ein Unternehmen Zeit und vor allem Geld, das Berggruen – so wird vermutet – nicht ins Geschäft stecken will. Womöglich ist das der Grund, weshalb **Karstadt-Chef Andrew Jennings** Ende 2013 gehen will. Aber wenn Karstadt neue Kunden gewinnen will, ist **Werbung unverzichtbar**. Denn Verschwiegenheit ist im Geschäft mit dem Kunden kein Erfolgskonzept.



Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 148 vom 17.06.2013

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Fachmärkte: Die Standortwahl erfordert den Blick des Experten	2
Agglomerationsverbote: Wie sinnvoll sind die Regelungen für den Handel?	6
Expansion : Deutschland hinter Hongkong wichtigster Zielmarkt	8
Stadtreport Düren: Hochwertiger Wohnraum zur Kaufkraftsteigerung	10
Kaufkraft: Die reichsten Deutschen leben nicht dort, wo sie einkaufen	13
Zentralität: Eine hohe Kennziffer kommt nicht von alleine	15
ZIA-Tag der Immobilienwirtschaft: Zwischen Miet-Deckel und zu niedrigen Zinsen	17
Impressum	19

Ihr direkter Weg
zu uns!



Partner des Handelsimmobilien *Report*



SONAE SIERRA



Dr. Lademann & Partner

Handelsimmobilien Report Nr.148

Cities & Center & Developments

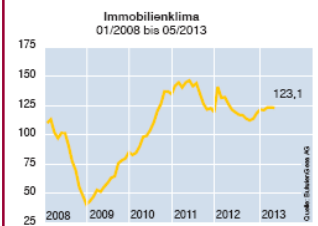
VOM 17.06.13

Seite 2 von 19

Deals

Immobilien-Klima zeigt sich weiter stabil

Die 65. Monatsbefragung des **Deutsche Hypo Immobilienkonjunktur-Index** zeigt, dass die Experten aus der deutschen Immobilienwirtschaft die Lage stabil einschätzen. Einen Beitrag dazu könnten die im Bundesfinanzministerium zur Diskussion gestellten Sonderhilfen für Spanien und Portugal leisten. Die Wirkung der Kreditprogramme ist jedoch umstritten. In die Entwicklung des Immobilienklimas bringt der Mai keinen neuen Schwung. Der Index sank im Vergleich zum Vormonat um 0,2% auf 123,1 Zählerpunkte und blieb damit weitgehend stabil. Grund



für das leichte Nachgeben ist der Rückgang beim Ertragsklima (-0,8%). Das Investmentklima stieg dagegen um 0,4%. Aus der aktuellen Befragungsrunde wird ersichtlich, dass sich das **Industrieklima** sehr volatil entwickelt. Nach dem höchsten Zuwachs dieses Segments im April wurden im Mai die stärksten Verluste registriert. Mit einem Rückgang von 4,5% und 120,3 Zählerpunkten hat sich das Industrieklima wieder dem Niveau des weitgehend stabilen **Handelsklimas** angenähert, das einen Zuwachs von 0,1% auf 117,0 Punkte verzeichnete. Das **Wohnklima** sank um 1,5% auf 166,6 Punkte, das **Büroklimate** legte um 0,5% auf 109,2 Zählerpunkte zu.



Lebensmittelmärkte sichern im Fachmarktzentrum die Frequenz

Foto: Tengelmann

Fachmärkte als Anlage

Die Standortwahl erfordert den Blick des Experten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Handelsimmobilien haben inzwischen auch in Deutschland das Vorurteil abgeschüttelt, eine spekulative, unsichere Anlage zu sein. Sichtbarstes Zeichen dafür sind die institutionellen Investoren, die in dieses Segment investieren: Allein im 1. Quartal 2013 stellten Pensionskassen laut **BNP Paribas Real Estate** mit einem Anteil von 32% am Transaktionsvolumen die stärkste Anlegergruppe - ein eindeutiger Beleg dafür, dass Retail Assets als stabil genug angesehen werden, um Gelder für die Altersvorsorge abzusichern. Fachmarktprodukte gewinnen dabei an Bedeutung, haben aber ihre eigenen Gesetze.

Basis für die Stabilität der Retail Assets bilden die **langfristigen Mietverträge** von durchschnittlich 10 Jahren für etablierte Handelsstandorte, die – mehr als bei Büroimmobilien - ihren Wert behalten, weil die Frequenz hier am höchsten ist. Dass diese Faustregel am meisten bei **Geschäftshäusern in 1A-Lagen** der großen Städte gilt, liegt auf der Hand. In den Einkaufsmeilen der Großstädte ist die Einzelhandelsagglomeration am höchsten und hier kaufen die meisten Menschen ein.

Am deutlichsten ließ sich diese Wertschätzung der Investoren kurz nach Ausbruch der Finanzmarktkrise 2008 daran ablesen, dass Handelsimmobilien in den 1A-Lagen der Metropolen am stärksten gesucht wurden. Nicht nur die langen Mietvertragslaufzeiten überzeugten, sondern auch die Nachvermietung eines Geschäftshauses ist hier quasi garantiert. Hinzu kam, dass Banken nur noch kleinere Volumina bis 40 Mio. Euro im Core-Segment finanzierten. Damit wurde es für großvolumige Shopping-Center im dreistelligen Millionenbereich vorübergehend schwierig.

Eindeutiges Indiz für die Präferenz der Investoren für Geschäftshäuser ist die Entwicklung der Spitzenrenditen in den Metropolen, die immer weiter gesunken sind: Von knapp über 5% im Jahr 2005, wie die Übersicht von **CBRE** zeigt, auf gut 4% Anfang 2013. Die Bandbreite reichte zuletzt von 4,3% in **München** und **Hamburg**, über 4,4% in **Düsseldorf** und **Frankfurt/M.** bis zu 4,5% in **Berlin**. Außerhalb der Metropolen sind das Risiko und damit auch die Renditen höher.

Ein weiterer stabilisierender Faktor bei Handelsimmobilien ist die **Branche**, der ein Mieter angehört. Auch das hat sich nach der Finanzmarktkrise heraus kristallisiert. So registrierte die **Gesellschaft für Konsumforschung** (GfK), dass die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels ungeachtet des Konjunktureenbruchs Anfang 2009 relativ stabil geblieben war. Neben der Deckung des Grundbedarfs wollten sich viele Bundesbürger zumindest beim Essen noch etwas Gutes gönnen, nachdem größere Anschaffungen 2009 zurückgestellt wurden.



Handelsimmobilien

Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 3 von 19

Deals

Der **Lebensmitteleinzelhandel** ist mit seinen Vertriebsformen und Standorten aber anders strukturiert als der klassische innerstädtische Einzelhandel (Mode, Schmuck, Kosmetik, Bücher etc.). Die guten Standorte sind nicht so eindeutig definiert, da der Lebensmittelhandel mit den wachsenden Sortimenten und Verkaufsflächen in den 1970er-/1980er-Jahren die Innenstädte verlassen und sich in nicht integrierten Lagen am Stadtrand oder auf der grünen Wiese angesiedelt hat.

Am einfachsten sind noch gut etablierte und sanierte **Supermärkte** in integrierten Stadtteillagen zu beurteilen, die der Nahversorgung dienen. Sie profitieren einerseits von der Rückbesinnung der Bundesbürger auf die Innenstädte und der wachsenden Affinität der Konsumenten für diese Nachbarschaftsläden. Andererseits haben Lebensmittelkonzerne wie **Edeka, Rewe** und **Tengelmann** die Chance erkannt und investieren verstärkt in ihre Supermärkte. So konnten sie in diesem Segment, das in den vergangenen Jahrzehnten gegenüber Discountern und SB-Warenhäusern Marktanteile verloren hat, das Blatt wenden und Anteile zurück gewinnen.

Standorte im ländlichen Raum – z.B. in Verbandsgemeinden - sind dagegen schwerer zu beurteilen. Hier kommt es auf die Größe und die Wettbewerbssituation im Umfeld an. Mit dem wachsenden Interesse der **institutionellen Investoren** an deutschen Einzelhandelsimmobilien und dem Bestreben der großen Lebensmittelhandelskonzerne, ihr Ladennetz landesweit zu verdichten, kommt es nicht selten vor, dass zu kleine Einzelsupermärkte in Gemeinden oder Stadtteilen durch größere Nahversorgungszentren ersetzt werden. Deshalb gilt es hier die Standorte sehr genau zu prüfen, da im Rahmen des Strukturwandels auch Flächen aus dem Markt herausfallen werden. Eine geringe Mietvertragsrestlaufzeit kann hier nicht unbedingt als Wertsteigerungspotenzial begriffen werden.

Flensburg: Henderson Global Investors hat eine Mischimmobilie in Flensburg mit 6 000 qm Mietfläche für Einzelhandel und Arztpraxen für rd. 10 Mio. Euro an einen institutionellen Investor verkauft. Mieter der Immobilie in der Mürwikerstraße sind **Coop**, die Drogerie-Kette **Kloppenburg** und mehrere Arztpraxen. Die Immobilie gehörte einem von Henderson Global Investors verwalteten Fonds für institutionelle Anleger. „Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung des Investments“, so **Timothy Horrocks, Deutschlandchef** von Henderson-Immobilien. Nun habe sich eine passende Exit-Option geboten, die gemäß der Fondsstrategie genutzt wurde.



Handelsimmobilien

Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 4 von 19

Personalien

Karstadt sucht Nachfolger für Andrew Jennings

Der erfahrene Warenhaus-Experte **Andrew Jennings**, den **Karstadt-Eigner Nicolas Berggruen** Anfang 2011 geholt hatte, um den traditionsreichen



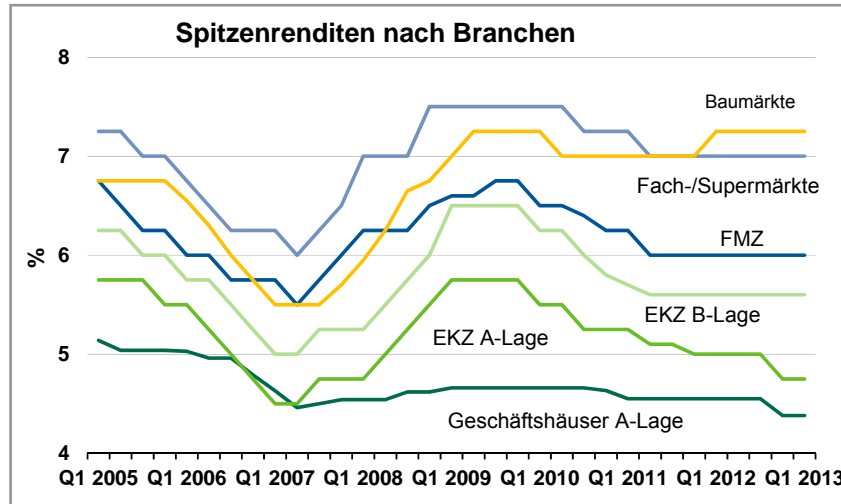
Warenhaus-Konzern zu sanieren, wird seinen Posten als CEO Ende 2013 aufgeben.

Zuletzt hatte es viele Spekulationen darüber gegeben, dass sich die Lage bei Karstadt wieder verschärft habe. Wie es heißt, sei der Umsatz deutlich zurück gegangen, was allerdings angesichts der Neupositionierung auch nicht verwunderlich ist. In einem kurzen Statement bemühte sich das Karstadt-Management den Eindruck zu zerstreuen, dass es ein Zerwürfnis zwischen Berggruen und dem Management gegeben habe. Der Bericht der Bild am Sonntag über einen Konflikt sei nicht korrekt. Nicolas Berggruen und Jennings stünden zudem zur Strategie "Karstadt 2015". In der Pressemitteilung bekräftigt Berggruen zudem, dass die langfristige Beziehung zu Jennings über 2013, wenn sein Vertrag offiziell endet, fortgesetzt werden soll. Wichtig ist aber vor allem, wer Jennings Nachfolger wird?

Deals

Braunschweig: Hallhuber hat rd. 360 qm auf 2 Ebenen in markanter Ecklage am Damm 14/15 in Braunschweig gemietet. Vermieter ist ein privater Eigentümer. **CBRE** vermittelte den Mietvertrag.

Insbesondere Lebensmittelmärkte mit mehr als 1 200 qm Geschossfläche (= 800 qm Verkaufsfläche), genießen dagegen einen Schutz durch § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO), denn der schreibt vor, dass großflächige Einzelhandelsmärkte



außerhalb der innerörtlichen Lage nur in Sondergebieten angesiedelt werden dürfen. Etablierte Märkte genießen deshalb einen Bestandsschutz. Hinzu kommt, dass die Mietverträge bei guten Standorten für 15 bis

20 Jahre (plus Verlängerungsoptionen) abgeschlossen werden. Die neuen Regelungen in Landesentwicklungsprogrammen und Regionalplänen (siehe Seite 6) sehen sogar noch eine weitere Verschärfung bei der Ansiedlung von Einzelhandelsflächen außerhalb der innerörtlichen und innerstädtischen Lagen vor. Die Frage ist, ob die geplanten Regelungen rechtlichen Bestand haben werden?

Mit knapp 12 000 Standorten – vom Discounter bis zum SB-Warenhaus – ist die **Verbundgruppe Edeka** der größte deutsche Lebensmittelanbieter, vor **Rewe** mit etwa 6 800 Standorten, wie die **Hahn-Gruppe** in ihrem **Retail Real Estate Report 2012/13** berichtet. Die **Schwarz-Gruppe** mit den Vertriebslinien **Kaufland** (617) und **Lidl** (3 278) kommt auf 3 895 Standorte. **Aldi Nord** und **Aldi Süd** kommen zusammen auf 4 313. Bei der **Tengelmann-Gruppe** sind es noch 525 Supermärkte mit regionalem Schwerpunkt in Berlin, Nordrhein-Westfalen und München. Die Metro-Tochter **Real** betreibt deutschlandweit „nur“ noch etwa 317 SB-Warenhäuser, ist gemessen am Umsatz (8,1 Mrd. Euro) aber immer noch größer als Kaufland (Umsatz: 5,3 Mrd. Euro).

Die **restriktive Genehmigungspraxis** in Deutschland beim großflächigen Einzelhandel macht die existierenden großen Verbrauchermärkte des Lebensmitteleinzelhandels (ab ca. 3 000 qm) und die SB-Warenhäuser (über 5 000 qm) noch wertvoller. Mit Blick auf die alternde Gesellschaft in Deutschland und steigende Benzinrenten gehen Experten zwar davon aus, dass sich das Gewicht in Zukunft stärker zu wohnortnahen Nachbarschaftsläden verlagern wird, doch wird es auch in Zukunft immer noch viele junge Familien mit Kindern geben und rüstige Senioren, die ihren Großeinkauf per Pkw im SB-Warenhaus oder im Verbrauchermarkt erledigen.



Mehr Aufenthaltsqualität

Foto: MEC

Von Vorteil ist ganz generell für den Lebensmitteleinzelhandel, dass der **Online-Handel** hier nur eine untergeordnete Rolle spielt und spielen wird. Laut **Handelsverband Deutschland** (HDE) macht die Branche weniger als 1% ihres Umsatzes online. Ähnliches gilt bei Drogerie-Märkten, die sich gern im Verbund mit dem Lebensmittelhandel ansiedeln.



Handelsimmobilien

Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 5 von 19

Deals

In den 1970er- und 1980er-Jahren haben sich meist im Verbund mit den großen Lebensmittelmärkten, die für die Frequenz sorgen, andere Anbieter angesiedelt. Nach einer Studie der **BBE Handelsberatung**, die im **Fachmarkt-Atlas 2009** zusammengefasst wurde, gibt es bei solchen Fachmarktzentren oder Fachmarkttagglomerationen bei den Kunden klare Präferenzen, welche Sortimente sie gemeinsam mit dem Lebensmitteleinkauf noch erwerben möchten.

Neben dem Lebensmitteldiscounter und dem Lebensmittelvollsortimenter ist das der Drogerie-Markt und mit abnehmender Gewichtung Bekleidungs-, Schuhanbieter und Sportgeschäfte. Die **MEC Metro ECE Centermanagement GmbH**, die vor allem die großen Fachmarktzentren der **Metro Group** managt und z.T. revitalisiert, setzt bei ihren großen Flächen mit 20 000 qm und mehr auf eine Verbindung aus Nahversorgung und klassischem Shopping-Center-Angebot, wobei hier der Schritt vom nüchternen Fachmarktzentrum zum Shopping-Center mit Aufenthaltsqualität gemacht werden muss. Für diesen Typ hat sich entsprechend der Begriff **Hybride Mall** durchgesetzt.

Viele dieser Standorte im Segment Nahversorgung, die seit den 1980er-Jahren nicht mehr in den innerstädtischen Top-Lagen stattfindet, sind auch als 1A-Lagen anzusehen. Allerdings ist die einzelne Lagequalität nicht so leicht zu identifizieren, wie beim Geschäftshaus in der Kaufinger- oder Tauentzienstraße oder beim namhaften Shopping-Center in der City und erfordert detailliertes Know-how über den regionalen Markt und die Konkurrenzsituation.

Das spiegelt sich auch in den Spitzenrenditen wider, die mit 7% für einzelne Fachmärkte/Supermärkte und 6% für Fachmarktzentren über der für Geschäftshäuser und Shopping-Center in Top-Lagen, die zuletzt unter die 5%-Marke gesunken sind, liegen.

Mannheim: Die **SV Sparkassenversicherung** hat die **Öffentliche Versicherungsanstalt-Passage** im Mannheimer Innenstadtquadrat P7 (5-7 und 20-23) an die **Aachener Grundvermögen KAG** verkauft, die sich im Rahmen eines Bieterverfahren durchsetzte. Der Kaufpreis lag bei über 30 Mio. Euro. Die aus 4 Teilgrundstücken bestehende Passage hat eine Gesamtnutzfläche von 9 948 qm. Die Nutzfläche gliedert sich in 21 Ladeneinheiten (5 500 qm) mit Straßenfront zu den Planen und zur Fressgasse, Praxis- und Büroflächen und 5 Wohnungen. Hauptmieter sind u.a. **Thalia**, das **Modehaus von Drahten**, und **Rosenthal. Comfort** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 6 von 19

Personalien

Morgan leitet Frankfurter C & W- Investmentteam

Am 1. Juni hat **Michael J. Morgan** (38) in der Position des **Partners** die Leitung der Frankfurter **Investmentabteilung** von **Cushman & Wakefield (C&W)**



übernommen. Morgan, der bereits von 1999 bis 2003 für C&W tätig war, verfügt über 16 Jahre

Berufserfahrung. In seinen vorherigen Stationen als Eigentümervertreter, u. a. bei **Hines Immobilien GmbH** (Prokurist) und **Shaftesbury Asset Management (Germany) GmbH** (Geschäftsführer), verantwortete er gewerbliche Immobilienakquisitionen und Dispositionen mit einem Gesamtvolumen von rd. 1 Mrd. Euro. Zuletzt war der Immobilienökonom als Vorstand der Beratungsgesellschaft **Dragon Real Estate AG** schwerpunktmäßig für Investment und Asset Management tätig.

Deals

Krefeld: Der italienische Wäsche- und Bademodenanbieter **Calzedonia** zieht in die Krefelder Hochstraße 110. Vormieter der 110 qm großen Ladenfläche im Erdgeschoss war **The Phone House. Lührmann Düsseldorf** vermittelte. Voraussichtlich im Juli wird Calzedonia eröffnen. Zur Calzedonia Group gehören neben der Stammmarke noch die Marken Intimissimi und Tezenis, ebenfalls Anbieter von Unterwäsche, Damenmoden und Freizeitkleidung, die europaweit über 2 800 Shops betreiben.

Mit der großen Zahl leer stehender **innerstädtischer Warenhäuser** – z.B. nach der **Hertie-Liquidation** – eröffnet sich dem großflächigen Lebensmittelhandel heute jedoch verstärkt die Chance, sich in integrierten Innenstadtlagen anzusiedeln. Hier ist die Lagequalität leichter zu beurteilen. Insbesondere mit Blick auf den großen Revitalisierungsbedarf im Fachmarktbereich, gibt es hierzulande zweifellos noch großes Wertsteigerungspotenzial. Im 1. Quartal 2013 wurden laut CBRE 456 Mio. Euro in Fachmärkte und Fachmarktzentren investiert, bei einem Transaktionsvolumen mit Retail Assets von knapp 2,1 Mrd. Euro.

Raumordnerische Agglomerationsverbote

Wie sinnvoll sind solche Verbote im Einzelhandel?

**Dr. Angelus Bernreuther, Leiter Standortforschung
BBE Handelsberatung GmbH, München**

Einzelhandelsansiedlungen stehen zunehmend im Kreuzfeuer der Genehmigungspraxis. Eine wichtige Rolle spielen dabei Regelungen in Landesentwicklungsprogrammen und Regionalplänen, in denen die sogenannten Einzelhandels-Agglomerationen verstärkt reglementiert (begrenzt) werden.



Unter solchen **Agglomerationen** wird eine **Ansammlung von an sich kleinflächigen Handelsbetrieben** verstanden, die in einem räumlich-funktionellen Zusammenhang stehen und die durch weitere Ansiedlungen nach und nach eine Größenordnung erreichen, die ähnliche Auswirkungen vermuten lassen, wie großflächige Einzelvorhaben, die nach der **Bau-Nutzungsverordnung** (BauNVO) ansonsten nur in ausgewiesenen Sondergebieten angesiedelt werden dürfen.

Als Vorreiter ist bei diesem Thema die **Regionalplanung in Stuttgart** zu sehen, die schon seit längerem eine derartige Regelung für Einzelhandelsagglomerationen in ihrem Regionalplan aufgenommen hat. Strittig war dabei lange Zeit, ob diese Begrenzung unter bodenrechtlichen Gesichtspunkten überhaupt zulässig ist? Das **Bundesverwaltungsgericht** hat diese Praxis in einem richtungsweisenden Urteil (BVerwG 4 CN 9.10, 10.11.2011) jedoch bestätigt. Aktuelle Planungen für Landesentwicklungspläne etwa in Nordrhein-Westfalen oder auch in Bayern, greifen diese Regelungen ebenfalls verstärkt mit auf.

Vom Grundsatz her wollen die Planungs- und Genehmigungsbehörden dadurch sicherstellen, dass das raumordnerische System der zentralen Orte nicht ausgehebelt wird, da durch die Ansammlung mehrerer kleinflächiger Betriebe an nicht integrierten Standorten eben doch Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsgebiete entstehen. Vor dem Hintergrund des **demographischen Wandels** und mit Blick auf



Solche Agglomerationen könnten künftig selten werden

den vielerorts bestehenden **Verkausflächenüberhang** (rein quantitativ betrachtet), scheint das zunächst auch sinnvoll.



Handelsimmobilien

Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 7 von 19

Personalien

Dennoch birgt das Thema Zündstoff für die Versorgung der Bevölkerung im Einzelfall. Das betrifft vor allem **kleinere Gemeinden in den ländlichen Regionen**, die nicht über eine entsprechende landesplanerische Versorgungsfunktion verfügen und deshalb vornehmlich Schwierigkeiten in der Nahversorgung bekommen.

Denn Kunden- und Händler sehen Agglomerationen zunächst unter einem ganz anderen Gesichtspunkt: Kopplungen zwischen verschiedenen Anbietern ermöglichen erst eine umfassende und qualitativ hochwertige Versorgung, z.B. ein Supermarkt zusammen mit einem Discounter und einem Drogeriemarkt. Diese Koppelung zielt primär nur auf ein enges Kerneinzugsgebiet, versorgt also die Bevölkerung wirklich verbrauchernah.

Wenig verbraucherorientierte Versorgungsstruktur

In der Ansiedlungspraxis werden diese Orte von den Einzelhändlern allerdings oftmals erst nach und nach belegt. Es handelt sich also um den klassischen Fall einer Agglomeration, die aus raumordnerischer Sicht entstehen würde – und damit verboten wäre. Deshalb führen die neuen Agglomerationsregelungen der Landesentwicklungsprogramme und Regionalpläne im Einzelfall langfristig zu einer weiteren Ausdünnung des Filialnetzes in der Fläche und zu einer **wenig verbraucherorientierten Versorgungsstruktur**.

Wenn Agglomerationsverbote also als reines Instrument zur Verhinderung von Neuvorhaben dienen, dann stehen sie dem Wettbewerb eindeutig entgegen und verfehlen in einigen Fällen die gut gemeinte Intention, die zentralörtlichen Versorgungsfunktionen zu stärken.

Back Factory bietet neues Konzept

Als Begründer der Backgastronomie in Deutschland präsentiert sich **Back-Factory** jetzt in Frankfurt in der Nähe des Hauptbahnhofs mit einem neuen, zukunftsweisenden Flagship-Store auf 365 qm. Neben Selbstbedienungsbäckerei und modernem Coffee-Shop gibt es nun ein trendiges Back-Factory **Deli**. Hier werden an Bedientheken frisch zubereitete kleine Gerichte, Snacks und Getränke angeboten. Das Angebot reicht vom französischen „Petit Déjeuner“, über Paninis und Flammkuchen bis hin zu Suppen und kleinen Kartoffelgerichten.



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 8 von 19

Unternehmens
News

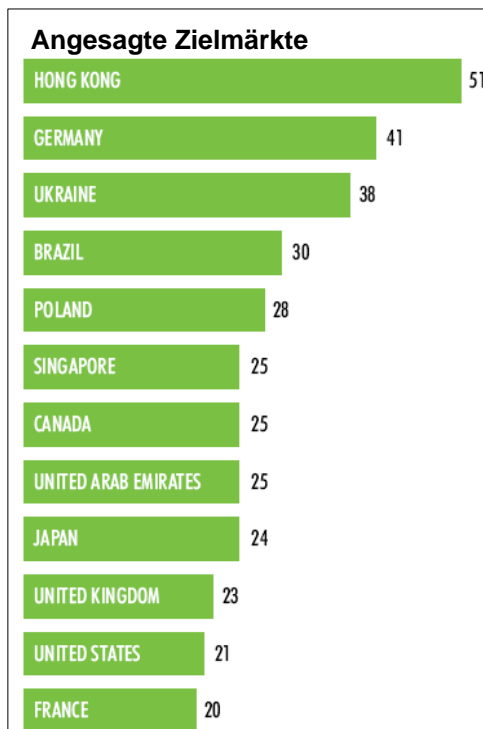
Expansion im Einzelhandel

Deutschland hinter Hongkong wichtigster Zielmarkt

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die weltweite Entwicklung der Mieten gibt bereits einen Eindruck, wo die begehrten Expansions-Destinationen des Einzelhandels liegen. So ist Hongkong die teuerste Stadt der Welt, weil der frühere Stadtstaat primäres Expansionsziel des globalisierten Einzelhandels ist. Dass die Fifth Avenue in New York auf Platz 2 der Rangliste steht, sagt dagegen nur etwas über die Wertschätzung für die Stadt aus, nicht aber über die USA als Expansionsziel im Allgemeinen. In der Liste der begehrten Länder findet sich dagegen Deutschland auf Platz 2, obwohl es die hiesigen Metropolen nicht einmal unter die 10 teuersten Städte der Welt geschafft haben.

Daraus lässt sich aber bereits ableiten, dass nicht allein **Luxus-Marken** und **Business-Mode**, die relativ konjunkturresistent sind, ihr Filialnetz in neue Märkte ausgeweitet haben, sondern auch Marken aus dem „**konsumigen**“ Bereich auf der Suche sind. In



seiner 6. Auflage der jährlichen Umfrage unter 320 führenden Einzelhändlern über die Frage „**Wie global ist das Geschäft des Einzelhandels?**“ (How global is the business of retail?) kommt der Immobiliendienstleister **CBRE** zu dem Ergebnis, dass vor allem die Mode-Anbieter des mittleren Segments sehr aktiv sind. So gehören auch **Pierre Cardin**, **Forever 21** und die **H&M-Marke Cos** zu den Einzelhändlern, die ihren 1. Store in Hongkong eröffnet haben. Auf **Mode des mittleren Genres** entfällt mit 22% der größte Teil der erfassten Neueröffnungen. **Luxusmarken** folgen mit 20% vor **Coffee Shops & Restaurants** mit 13%.

Im Einzelnen zählte CBRE im Vorjahr 51 Neueintritte im Hongkonger Einzelhandelsmarkt. Auf dem 2. Rang folgt **Deutschland** mit 41 Neueintritten vor der **Ukraine** mit 38. Auch **Brasilien** (30), **Polen** (28), Singapur, Kanada und die Vereinigten Arabischen Emirate (je 25) sind unter den 10 gefragtesten

Ländern vor Japan (24), Großbritannien (23), USA (21) und Frankreich (20).

Gemäß dieser Rangliste ist auch die Liste der gefragtesten Städte zusammengesetzt. Auf Hongkong folgt die ukrainische Hauptstadt **Kiew**, wo sich neben **Camper** und **S.Oliver** auch die Edelmarke **Prada** neu angesiedelt hat. Gründe für das erwachte Interesse an Kiew sind aus Sicht der CBRE-Experten das steigende Realeinkommen und der wachsende Konsum, der in Verbindung mit dem knappen Verkaufsflächenangebot die Entwicklung neuer Shopping-Center vorantreibt. Im vergangenen Jahr hat vor allem die Neueröffnung der 72 000 qm großen **Ocean Plaza** im Dezember in Kiew so viele internationale Einzelhändler angezogen.

Dass Deutschland mit seinen Metropolen **Berlin**, **Hamburg**, **Frankfurt** und **München** auf der Expansionsliste ganz oben steht, verwundert dagegen angesichts der relativ stabilen Wirtschaftslage nicht. Insbesondere die Einzelhändler aus dem amerikanischen Raum haben laut CBRE-Studie den europäischen Markt (36%) im Blick und hier spielt Deutschland die größte Rolle. Hinzu kommen die Einzelhändler aus der EMEA-Region, die sich auf Europa (60%) konzentriert. Auch im weltweiten Durchschnitt

ECE: Baustart für das „K in Lautern“

Wie die **ECE** bekannt gegeben hat, wurde mit dem Bau der Stadtgalerie „K in Lautern“ begonnen. Mit der



Zahlung des Kaufpreises an die Stadt sind nun auch die 4 städtischen Flurstücke, die neben dem ehemaligen **Karstadt**-Gebäude für den Bau benötigt werden, in den Besitz der ECE übergegangen. Die Grundstücke wurden bisher als Parkplatz bzw. öffentliche Platzfläche genutzt. Für Kaiserslauterns Oberbürgermeister **Klaus Weichel** ist die neue Stadtgalerie ein wichtiger Baustein des Gesamtprojektes „Neue Stadtmitte Kaiserslautern“. **Jens Jäpel**, Geschäftsführer ECE Development, ist froh, dass nach einem recht langen Weg nun mit dem Bau begonnen werden kann. Nach seinen Worten wird das Shopping-Center das Einkaufsangebot der Innenstadt ergänzen. Die Eröffnung des „K in Lautern“ mit 20 900 qm Verkaufsfläche ist im Frühjahr 2015 geplant.

Deals

München: Das Luxuslabel **Karl Lagerfeld** mietet für einen Flagship-Store rund 200 qm in der Maffeistraße 5 in München. Vormieter der Fläche ist **Walter Steiger**, Vermieter ist die **Bay-erische Versorgungskammer**. **CBRE** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 9 von 19

steht Europa mit 49% an der Spitze der Expansionsziele. Deutschland punktet dabei mit seiner aktuell niedrigen Arbeitslosigkeit, dem stabilen Konsum und der vergleichsweise großen Zahl attraktiver Städte mit Berlin als Hauptzielmarkt. Laut CBRE sind 2012 Marken wie **Mulberry**, **Hollister**, **Pull & Bear** und **Zara Home** neu nach Berlin gekommen. Zara Home hat sich zudem in München etabliert. Insgesamt kamen die neuen Handelsmarken auf dem deutschen Markt aus sehr unterschiedlichen Ländern. Deutschland ist international angesagt.

In der **CEE-Region** (Mittel- und Osteuropa) gehören neben Kiew noch Warschau, Lasi in Rumänien und Moskau zu den gefragten Zielmärkten. Dabei spielen neue Shopping-Center naturgemäß eine wichtige Rolle. Marken wie H&M, C&A sowie New Yorker haben sich 2012 im neu eröffneten **Palas Lasi** angesiedelt.

Einen stark wachsenden Einzelhandelssektor konzedieren die CBRE-Experten auch der brasilianischen Stadt **Sao Paulo**, wo westliche Marken wie **Miu Miu**, **Dolce & Gabbana**, **Tod's** und **Topshop** ihre ersten neuen Geschäfte eröffnet haben, obwohl Brasilien den internationalen Handelsmarken das Leben laut CBRE mit seiner prohibitiven Steuerpolitik sehr schwer macht. Angesichts des wachsenden Wohlstands und der Größe des Marktes wagen die Einzelhändler dennoch den Schritt. Der spanische Bekleidungshersteller **Inditex** hat im Land jetzt eine Fabrik eröffnet, um die Importbeschränkungen zu umgehen.

Singapur hat inzwischen die Rolle als regionale Drehscheibe und Eingangstor zu Südostasien übernommen.

Unterteilt nach Herkunftsländern ist vor allem der **Einzelhandel aus den USA** – ungeachtet des riesigen Heimatmarktes - auf der Suche nach neuen Wachstumsmärkten. Das sind traditionell Westeuropa und Asien, zunehmend aber auch die MENA-Region (Mittlerer und Naher Osten), Mittel- und Osteuropa und die LATAM-Region (Latein-Amerika). Zu den sehr expansiven Marken gehören Hollister, **Michael Kors**, Forever 21, **Guess** und **Apple**. Aber auch Italiener, Briten und Franzosen sind sehr aktiv, behalten dabei aber vor allem den europäischen Markt im Blick, Briten und Franzosen schauen zudem auch nach Asien.

Dagegen präferieren die **Einzelhändler aus dem asiatisch-pazifischen Raum** für ihre Expansion immer noch die Heimatregion (60%), da sie hier noch großes Wachstumspotenzial haben. Das gleiche gilt für den Einzelhandel aus Mittel- und Osteuropa (68%). Die weltweit aktivsten Einzelhändler sind H&M mit seiner

SONAE SIERRA

Warum ist es so besonders, ein Spezialist zu sein?

Ein Spezialist ist für uns nicht jemand, der sich nur mit einer Sache auskennt, sondern jemand, der sich mit vielen Dingen sehr gut auskennt. Wir sind Spezialisten, wenn es darum geht, Kunden einzigartige Shopping-Erlebnisse zu bieten. Denn wir beherrschen den gesamten Prozess. Dieser umfasst den Entwurf, die Kreation, die Entwicklung und das Management von Einkaufszentren. Wir setzen Ihre Wünsche um; entweder gemeinsam mit Ihnen als Partner oder als Ihr Auftragnehmer. Ein Einkaufszentrum ist viel mehr als nur ein Gebäude, ein Shop-Portfolio, ein Geschäftsfeld oder eine Marke: Für uns ist es eine Leidenschaft. In welchem Stadium Ihre Ideen auch sind - sprechen Sie mit uns.

ENTWICKLUNG, EIGENTUM,
MANAGEMENT VON EINKAUFSZENTREN
UND KNOWLEDGE PROVISION.

Möchten Sie mehr über uns wissen? Besuchen Sie uns:
www.sonaesierra.de



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 10 von 19

Unternehmens News

Marke Cos, **G-Star Raw**, **Scotch & Soda** sowie Zara Home. **Beim Blick aufs Jahr 2013** erwarten die Experten von CBRE insgesamt eine stabile Entwicklung. Zwar werden die großen Einzelhändler das Tempo bei ihrer Internationalisierung verlangsamen, da viele inzwischen in den gewünschten Märkten Fuß gefasst haben. Andererseits gibt es genügend Einzelhändler, die ihre Wachstumschancen in neuen Märkten suchen. In Europa bleiben die schwierigen wirtschaftlichen Verhältnisse in den Schuldenländern das größte Hemmnis, so dass Deutschland seine Position als starker Zielmarkt nicht verlieren wird.

Auch die „Emerging Markets“ in Süd-Amerika, Osteuropa und im Mittleren Osten werden – vor allem wenn es neue Shopping-Center gibt – internationale Handelsmarken anlocken. Insgesamt kommen die Experten von CBRE zu dem Ergebnis, dass der Mangel an moderner Einzelhandelsfläche in vielen interessanten Wachstumsmärkten der Expansion manches Händlers Grenzen setzen wird.

Stadtreport Düren

Hochwertiger Wohnraum zur Steigerung der Kaufkraft

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

„100 000“ ist für viele Einzelhandelsfilialisten eine magische Zahl. Bei der Expansion in kleinere Städte markiert sie die Einwohnerzahl, die eine Stadt mindestens haben muss, um als Standort in Frage zu kommen. **Wilhelm Streb**, City-Manager und Geschäftsführer der **Citymanagement Düren e.V.**, weiß, wovon er spricht. Gerne würde er eine der angesagten Marken in die Stadt holen. Etwa die US-Gastronomie-Kette **Starbucks**. Doch die Stadt am Nordrand der Eifel, zwischen Aachen und Köln, hat „nur“ etwa 90 000 Einwohner – und bleibt damit unter der magischen Grenze. Dabei hat Düren jedoch ein sehr großes Einzugsgebiet.

Die Stadt, die ihren Ursprung auf Kaiser Karl V. zurückführt, gehört zur Kategorie der **interessanten Mittelstädten**, die in den vergangenen Jahren in den Fokus von Einzelhandel und Investoren gerückt ist, weil die Investments in den großen Metropolen angesichts der hohen Nachfrage immer weniger Rendite erbringen.



Wilhelm Streb

Zudem schauen sich deutsche Einzelhändler hier immer stärker um, weil sie als Reaktion auf den wachsenden Online-Handel näher an die Kunden heranrücken wollen. Denn der stationäre Einzelhandel kann gegenüber dem Internet-Geschäft vor allem damit punkten, dass der Kunde die Ware sofort mitnehmen kann. Zudem belegen die diversen Marktstudien etwa von **GfK Geomarketing**, dass viele dieser Mittelstädte mit weniger als 100 000

Einwohnern eine sehr hohe Zentralitätskennziffer aufweisen - sprich: Es kommen viele Käufer aus dem Umland zum Shoppen.

Vor diesem Hintergrund setzen hiesige Einzelhändler und Investoren die Grenze nicht so rigide, wie internationale Konzepte. Denn die Einwohnerzahl einer Stadt allein, sagt noch nichts über ihre Qualität als Einzelhandelsstandort aus. Glück hatte Düren im vergangenen Jahr denn auch bei der Wiedervermietung der ehemaligen **Wehmeyer-Filiale** in der Fußgängerzone **Wirtelstraße**. Dafür konnte die renommierte Bekleidungskette **Peek & Cloppenburg** gewonnen werden, die laut City-Manager Streb vor allem die Lücke im Angebot von Herrenbekleidung füllen soll. Es gibt in der Stadt zwar kleinere Fachgeschäfte, doch fehlt nach seinen Worten ein größerer Anbieter mit einem Angebot im höherwertigen Bereich.

Dass die magische Zahl von 100 000 Einwohnern auch für den **Handelsstandort Düren** nicht direkt von Bedeutung ist, zeigt die Zentralitätskennziffer, die Immobilien-

Skyline Garden als grüne Oase in Frankfurt

Am 29. August 2013 wird das neue Shopping-Center **Skyline Plaza** im Frankfurter **Europaviertel** eröffnet. Eine der Attraktionen ist der **Skyline Garden** vor der Skyline von Frankfurt. Der Garten entsteht auf rd.



7 300 qm auf dem Dach des Gebäudes. Aus Sicht des Hamburger Entwicklers **ECE** ist ein solches Areal bislang einzigartig in Deutschland. Nach den Plänen und Ideen der ECE-Architekten und unter Mitarbeit der Büros „Die **LandchaftsArchitekten. Bittkau-Bartfelder + Ing. GbR**“, Wiesbaden, und „**Mahan Rykiel Associates**“, Baltimore/USA, wird eine richtungsweisende Freiraumstruktur mit unterschiedlichsten Nutzungs- und Aufenthaltsangeboten für alle Generationen gestaltet. Die Begrünung der Dachfläche gehört zu den zentralen Elementen für die angestrebte Gold-Zertifizierung des Skyline Plaza nach den Richtlinien der **Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen** (DGNB). Ein Vorzertifikat in Gold hat das Projekt bereits erhalten. Projektpartner des Skyline Plaza (38 000 qm) sind die **ECE** und **CA Immo**. Mit der Fertigstellung übernimmt die **Allianz** 80% des Objekts. Die restlichen Anteile verbleiben zu je 10% bei den Joint-Venture-Partnern **ECE** und **CA Immo**.



Handelsimmobilien

Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 11 von 19

Deals

dienstleister wie **Jones Lang LaSalle** oder **Comfort** mit rd.130 beziffern – also deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 100. Der Geschäftsführer der Dürener City Management e.v. (CityMa), Streb, beziffert die Zentralität unter Berufung auf **IHK**-Angaben für 2012 exakt mit 130,8. Das Einzugsgebiet von Düren schätzt er auf etwa 250 000 Menschen. Es reicht in Richtung Köln bis Bergheim und Kerpen, aber auch bis nach Belgien und in die Niederlande. Immerhin gehört Düren zur Euregio Maas-Rhein. Eine wichtige Besuchergruppe sind auch die Touristen, die der Nationalpark in die Eifel lockt und die in der nächsten größeren Stadt nach Zerstreuung durch Veranstaltungen und Einkaufen suchen.

Und hier kann die 1 300 Jahre alte Stadt, die im 2.Weltkrieg zerstört wurde und in den 1950er-Jahren wieder neu aufgebaut werden musste, einiges bieten. Weit über die Grenzen von Düren bekannt ist die **Anna-Kirmes** Ende Juli/Anfang August, die laut Streb zwischen 800 000 und 1 Mio. Besucher anlockt. Sie feiert in diesem Jahr ihr 375. Jubiläum. An ihre alte Tradition knüpft die Stadt zudem mit dem historischen **Mittelalter-Markt** an, der alle 3 Jahre stattfindet und der sich an das **historische Spektakel des Ommegang zu Ehren von Kaiser Karls V. auf dem Zentralplatz in Brüssel anlehnt**. Dafür holt die Stadt – neben den Einheimischen – auch noch mittelalterliche Schausteller-Gruppen aus Brüssel und anderen Städten nach Düren. Neuzeitig sind dagegen die Dürener Jazztage.

Und auch der Einzelhandel, der sich in der **I.G. Düren City** zusammen geschlossen hat und Mitglied des **Vereins City Marketing** ist, setzt in der Stadt Highlights. Seit über 30 Jahren organisiert der Zusammenschluss Dürener Fachgeschäfte das **Stadtfest** im September, das – so ist auf der Homepage zu lesen – „die größte und älteste Veranstal-

Berlin: Das amerikanische Jeans- und Lifestylelabel **Guess Jeans** hat einen Store im entstehenden Berliner Shopping-Center Leipziger Platz 12 gemietet. Die Verkaufsfläche beläuft sich auf rund 150 qm. **Jones Lang LaSalle** ermittelte. Guess betreibt über 500 eigene Stores in den USA und Kanada sowie weitere 320 Geschäfte in Europa, Asien und Lateinamerika. Das neue Shoppingquartier Leipziger Platz 12 mit teilüberdachter Fußgängerzone entsteht am Leipziger Platz, in der Nähe des Potsdamer Platzes in Berlins Mitte. Die Eröffnung des Centers bietet einen Mix aus Shopping, Gastronomie, Entertainment, Hotel, Büro und Wohnen.



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 12 von 19

Personalien

CBRE: Miles verstärkt Capital Markets-Team

Stephen Miles verstärkt seit Anfang Juni das **EMEA Capital Markets-Team** von **CBRE** bei der Betreuung von grenzüberschreitenden



Investitionen, insbesondere aus Deutschland und Frankreich. Miles ist in London ansässig,

verfügt über mehr als 17 Jahre Erfahrung auf den europäischen Investmentmärkten und hat zahlreiche große Transaktionen in Europa betreut. Zuvor war er bei **Jones Lang LaSalle** und bei **BNP Paribas Real Estate** tätig. Neben seiner Investmenttransaktionserfahrung verfügt er zudem über Expertise bei der Eigenkapitalbeschaffung und Fondsrestrukturierung. Mit Transaktionserfahrungen im Wert von mehr als 2 Mrd. Euro bringt Miles ein fundiertes Know-how für die Betreuung von internationalen Investoren mit.

Deals

Kaiserslautern: Das Modeunternehmen **Brax** zieht in die Fackelstraße 16 in Kaiserslautern. **Lührmann Düsseldorf** vermittelte den Deal. Voraussichtlich im Frühjahr 2014 wird der Anbieter von Premium Casual Bekleidung auf rund 200 qm eröffnen. Vormieter des Ladenlokals in der 1A-Lage ist **Orsay**. Das 1855 gegründete Herforder Unternehmen **Brax** beschäftigt nach eigenen Angaben 977 Mitarbeiter in 85 Stores weltweit, davon 28 in Deutschland, und macht einen Gesamtumsatz von 283 Mio. Euro.

„Düren leuchtet“ ist. Von den tausenden Besuchern profitieren Handel und Gastronomie ganz besonders. Laut Streb sind dabei große Einzelhändler wie der **Kaufhof** oder das **Stadt-Center Düren** mit seinen 50 Mietern ganz wichtige Pfeiler im innerstädtischen Einzelhandel, der zu etwa 80% aus Filialisten besteht. In Düren gibt es aber auch heimische Einzelhändler mit großer Anziehungskraft über die Grenzen der Stadt hinaus.

Für ihre tatkräftige Mitwirkung beim „50er-Jahre-Fest“ 2008 hat die I.G. Düren City



„Düren leuchtet“

Foto: edition cila

im März dieses Jahre vom Bundesbauministerium und dem Handelsverband Deutschland (**HDE**) eine Auszeichnung im Rahmen der Initiative „**Händler machen Stadt**“, die erstmals verliehen wurde, erhalten. Düren war einer von 5 Preisträgern. Aus Sicht der Initiatoren hat das 50er-Jahre-Fest nachhaltig wirksame Folgeprojekte und Folgeaktivitäten ausgelöst „und zum selbstbe-

wussten Umgang der Stadt Düren mit ihrem baukulturellen Erbe der Nachkriegsmoderne beigetragen“.

Die Beispiele zeigen, wie sehr die Verantwortlichen daran arbeiten, ihre Stadt voranzubringen und die Attraktivität für die ganze Region zu steigern. Das ist auch wichtig, denn die Kaufkraftkennziffer, die laut IHK im Jahr 2012 bei 91,9 lag, zeigt, dass die Kaufkraft unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Der Kaufkraftzufluss aus der Umgebung ist deshalb von Bedeutung.

Masterplan für die Innenstadtentwicklung

Wichtige Bausteine dafür bilden das **Entwicklungs- und Handlungskonzept Innenstadt Düren**, das die Verantwortlichen für die Entwicklung der Stadt beispielsweise zur Aufwertung der Einkaufsmeile Wirtelstraße erstellen ließen. Nun soll ein **Masterplan für die Innenstadtentwicklung** erstellt werden. Wichtiger Baustein ist dabei die Entwicklung von hochwertigem Wohnraum (Teilkonzept Wohnen), um kaufkraftstarke Bewohner in die Stadt zu holen und so die Kaufkraft zu steigern.

Neben dem Einzelhandel – hier sind laut Homepage 6 272 Menschen beschäftigt – gibt es in der Stadt knapp 11 500 Beschäftigte im verarbeitenden Gewerbe. Große Bedeutung in der Historie von Düren hat die Papierindustrie und ihre Zulieferer. Wichtige Arbeitgeber sind auch öffentliche und private Dienstleister. In der Region fungiert Düren als **übergeordnetes Mittelzentrum** und ist **Kreisstadt** mit vielen Schulen und klinischen Einrichtungen, darunter die Rheinische Landeslinik.

Wertsteigerungspotenzial um die Woolworth-Filiale

Derzeit stehen bei den Verantwortlichen Fördermaßnahmen zur Aufwertung des schwierigen Bereichs zwischen Bahnhof /Busbahnhof und Josef-Schregel-Straße im Vordergrund. Hier drohte laut Streb ein Trading-down, das mit neuen Gastronomie- und Einzelhandelskonzepten verhindert werden soll. Für die Innenstadtentwicklung wurde zudem ein dauerhaftes Innenstadt-Forum etabliert, in dem alle Gruppierungen, die an der Gestaltung der Innenstadt als ökonomischer und gesellschaftlicher Mittelpunkt mitwirken wollen, beteiligt sind. Unmittelbaren Verbesserungsbedarf in der Einkaufsmeile Wirtelstraße sieht Streb noch im Bereich der Woolworth-Filiale und der



Handelsimmobilien

Report Nr.148

Cities & Center & Developments

VOM 17.06.13

Seite 13 von 19

Personalien

**Di Sant'Albano wird
Interims-CEO von C & W**

Cushman & Wakefield (C&W) hat **Carlo Barel di Sant'Albano** zum Interims-CEO als Ersatz für **Glenn Rufrano** ernannt. Sant'Albano wird neben seiner neuen Funktion weiterhin Chairman von C&W's Board of Directors und CEO der EMEA-Region bleiben, bis ein neuer CEO ernannt wurde. Rufrano war seit Anfang 2010 CEO und wird das Unternehmen beratend begleiten, um einen reibungslosen Übergang zu sichern. Sant'Albano war seit 2007 als Mitglied des Board of Directors und seit März 2011 als Chairman eng in die Geschäfte eingebunden.

angrenzenden Brachfläche zur Schützenstraße und Kölnstraße. Hier sieht er noch Potenzial für eine bauliche Aufwertung des Areals.

Kaufkraft Deutschland

Die reichsten Deutschen leben nicht dort, wo die besten Einkaufsstraßen sind

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Hochtaunuskreis in der Nähe von Frankfurt und der Landkreis Görlitz an der Grenze zu Polen bilden die beiden Eckpunkte bei der regionalen Verteilung der Einzelhandelskaufkraft in Deutschland. Mit 7 248 Euro pro Kopf ist sie in den Nobel-Gemeinden um die Mainmetropole Frankfurt am höchsten, mit rund 4 600 Euro im Landkreis Görlitz, an der Grenze zu Polen, am niedrigsten. Im Bundesdurchschnitt liegt die Einzelhandelskaufkraft bei 5 500 Euro, oder 27% des privaten Konsums.

Das ist das Ergebnis der Studie „GfK Einzelhandelskaufkraft 2013“. Wesentlich ist dabei, dass die Einzelhandelskaufkraft auf den Wohnort der Konsumenten bezogen wird und nicht auf den Ort des Einkaufs. Das erklärt, warum die **Landkreise** in dieser Rangliste weit vorne liegen, denn die wohlhabenderen Bürger leben auch heute noch bevorzugt im Umland der Städte.

So lassen sich von der Höhe der Kaufkraft auch keine Rückschlüsse über den Einzelhandel vor Ort ziehen, da die wohlhabenden Deutschen bevorzugt in den nationalen und internationalen Luxusmeilen angesagter Metropolen einkaufen. Ein Beispiel dafür



Handelsimmobilien

Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 14 von 19

Deals

ist der **Landkreis Starnberg**, der mit einer durchschnittlichen Einzelhandelskaufkraft von 7 081 Euro in der Rangliste auf Platz 3 steht, hinter dem **Stadtkreis München** mit 7 111 Euro. Die **Stadt Starnberg** selbst mit ihren gut 100 000 Einwohnern befindet sich jedoch nicht unter den prominenten Einzelhandelsstädten Deutschlands. Hier profitiert zweifellos eher das 30 km entfernte München mit der Maximilianstraße von der hohen Kaufkraft der Starnberger.

Berlin, die angesagte Metropole in Deutschland, die derzeit stark im Fokus insbesondere der internationalen Handelsmarken steht und zuletzt stattliche Mietsteigerungen verzeichnete, findet sich dagegen nicht einmal unter den 10 reichsten Regionen Deutschlands. Ein Beispiel dafür ist auch der **Kreis Hamburg**, der laut **GfK Geomarketing** zwar die Rangliste der deutschen Bundesländer mit einer Durchschnittskaufkraft von 6 024 Euro vor Bayern mit 5 782 Euro anführt, aber auf Grund der regionalen Unterschiede bei Stadt- und Landkreisen nur auf dem 36. Platz steht.



Foto: Lührmann

Die Reichen bevorzugen Luxus-Einkaufsmeilen wie

Das verdeutlicht aus Sicht von **Simone Baecker-Neuchl**, **GfK-Marktdatenexperte**, die Notwendigkeit einer kleinräumigen Differenzierung, um das Konsumpotenzial in allen Regionen Deutschlands genau zu identifizieren. Vor diesem Hintergrund bringt die Rangliste recht überraschende Ergebnisse über die Wohnorte der reichsten Bundesbürger zutage und sie korreliert – wie die ersten 3 Plätze bereits gezeigt haben – nicht mit der Größe der Städte.

Nur der Stadtkreis München bringt es auf rund 1,3 Mio. Einwohner und – mit weitem Abstand – fällt auch der **Stadtkreis Düsseldorf** mit seinen knapp 600 000 Einwohnern aus dem Rahmen.

Mit durchschnittlichen 6 517 Euro steht die Stadt in der Rangliste auf dem 7. Platz, hinter dem Main-Taunus-Kreis mit 6 951 Euro aber nur gut 228 000 Einwohnern auf Rang 4 und dem Landkreis München mit 6 912 Euro und knapp 328 000 Einwohnern auf Rang 5.

In der Liste der Top 10 finden sich zudem bundesweit wenig bekannt Namen wie der **Landkreis Ebersberg** auf dem 6. Platz, während der **Landkreis Fürstfeldbruck** auf 8 wieder von seiner Nähe zu München profitieren dürfte. Namen wie der **Landkreis Stormarn** auf 9 und auch der **Stadtkreis Erlangen** auf 10 überraschen gleichfalls mit ihrer hohen Positionierung, da sie als Einzelhandelsstandorte eher weniger von sich reden machen.

Die Konsumquote ist unterschiedlich hoch

Doch was für den Einzelhandel in den Top-Einkaufsmeilen zählt, ist die Massenkaufoverkraft, die durch hohe Frequenz erzeugt wird. Denn die Konsumquote ist je nach Einkommen unterschiedlich hoch und sie nimmt mit steigendem Einkommen ab. Oder anders formuliert: Je geringer das Einkommen ist, umso größer ist der Anteil, den der Konsument für die täglichen Dinge des Lebens im Einzelhandel ausgeben muss. Bei höheren Einkommen nimmt dieser Anteil ab und Ausgaben etwa für Miete oder Luxusgüter nehmen zu. „Einwohner, die über ein hohes Einkommen verfügen, geben nicht zwangsläufig denselben Einkommensanteil im Einzelhandel als Einwohner mit einer geringeren Kaufkraft aus“, so Baecker Neuchl zusammenfassend.

Wie die Marktdatenexperte weiter erläutert, ist die Kennziffer „Einzelhandelskaufkraft“ wichtig, wenn es bei der Standortplanung um die Entwick-

Berlin-Mitte: Neben dem angekündigten 1. Deutschland-Store von **Karl by Karl Lagerfeld** im Berliner Shopping-Center am Leipziger Platz eröffnet das Label einen weiteren Standort in Berlin-Mitte. In der 1a-Lage Neue Schönhauser Straße 8 hat Karl by Karl Lagerfeld einen Shop mit rd. 135 qm Verkaufsfläche und einem exklusiven Showroom in der Remise im Hof gemietet. Die Eröffnung ist parallel zur Berliner Modemesse Bread & Butter für Anfang Juli geplant. **Jones Lang LaSalle** hat die Vermietung beratend begleitet und vermittelt. Der weltweit 1. Concept-Store der Marke wurde unlängst in Paris auf dem Boulevard Saint Germain eröffnet. Die Linie ist als Komplett-Kollektion konzipiert und umfasst neben Bekleidung für Damen und Herren auch Schuhe und Accessoires wie Brillen und Uhren sowie Geschenkartikel und Bücher. Angeboten werden alltags-taugliche Styles zu Preisen unterhalb des Luxusgenres. Weitere Standorte sind in Vorbereitung. So wird im September ein zweiter Concept-Store in der Münchner Maffei-straße 6 eröffnen.

Westerland: Der Franchisenehmer, die **SX 29 GmbH**, hat für seine Lifestyle-Marke **Camp David** in der Friedrichstraße 3 in Westerland rd. 325 qm gemietet. Am Eingang der Fußgängerzone, in der Nähe des Bahnhofs, wird das Unternehmen voraussichtlich ab Sommer 2013 seine trendig-sportive Mode präsentieren. **Grossmann & Berger** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 15 von 19

lung von wohnortnahen Handelsangeboten geht. „Unerlässlich sind die Kennziffern auch im Marketing, wenn es darum geht, die Zielgruppe an ihrem Wohnort zu erreichen, etwa mit Direktmarketing oder Werbeschaltungen in Medien.“

Einzelhandelszentralität

Eine hohe Kennziffer kommt nicht von alleine

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Im Wettstreit um die Gunst der Konsumenten hat es der örtliche Einzelhandel in einer Mittelstadt bis zu einem gewissen Grad durchaus selbst in der Hand, sich gegen die Wettbewerber aus einer entfernteren Großstadt durchzusetzen. Das gilt vor allem für den Einzelhandel in Mittelstädten, die sich in einem großen ländlichen Umfeld ohne größere Wettbewerber befinden und hier die Funktion des Mittelzentrums übernehmen. Hier ist die Zentralität zum Teil deutlich höher als in den berühmten Shopping-Metropolen Deutschlands.

Nach der Studie „GfK Einzelhandelszentralität 2013“ sind die Stadtkreise **Straubing, Passau und Weiden i.d. Oberpfalz** typische Mittelstädte, die dieses Kriterium erfüllen. Nach den Worten von GfK-Marktdatenexpertin **Simone Baecker-Neuchl**



Weiden i.d.Opf: Mittelstadt mit Potenzial Foto: Jahn, GfK

spielt auch die **Qualität des örtlichen Einzelhandels** eine wichtige Rolle bei der Frage, ob die Konsumenten für ihre Einkäufe in das nächstgelegene Mittelzentrum, eine weiter entfernte Metropole oder ein Einkaufszentrum zum Shoppen fahren: „Hier hat der stationäre Handel seinen Erfolg selbst in der Hand, indem er attraktive Gesamtangebote bereitstellt, die Konsumenten anziehen.“

Bei der Diskussion über die Güte von Investments in den 1A-Lagen der deutschen Metropolen wird allzu häufig vergessen, dass auch in abgelegenen Regionen die Menschen ihren täglichen Bedarf decken und sich mit Kleidung und vielem mehr versorgen müssen. Das erklärt, warum es auch jenseits der großen Städte viele attraktive Einzelhandelsinvestments gibt.

Die Händler haben vieles selbst in der Hand

Dass diese Kriterien auf das **Flächenland Bayern** aber eher zutreffen, als beispielsweise auf das **Ruhrgebiet** in Nordrhein-Westfalen, wo sich größere Städte wie Perlen auf einer Kette aneinander reihen und teilweise sogar ineinander übergehen, liegt auf der Hand. So sind Mittelstädte aus Bayern in der Rangliste deutlich in der Überzahl, wie GfK Geomarketing berichtet. Dabei liegen nach Erkenntnis der Forscher naturgemäß überwiegend Stadtkreise auf den vorderen Rängen, da der Einzelhandel einer Stadt mehr Sogwirkung auf das Umland entfaltet als umgekehrt.

In der Liste der **10 Mittelstädte mit der größten Zentralität** sind 8 aus Bayern, mit den beiden Donau-Städten Straubing und Passau an der Spitze vor Weiden in der bayerischen Oberpfalz. Diese Städte beeindrucken mit Zentralitätskennziffern von 219,2 über 214,2 und 210,9, was besagt, dass sie nochmals mehr als die Kaufkraft vor Ort aus dem Umland anziehen.

Deals

Immofinanz ernannt 2 neue Bereichsleiter

Andreas Thamm hat zum



1. Juni 2013 die Leitung der Abteilung "Commercial Development" übernommen und ist für

die Projektentwicklungen in den Segmenten Büro, Einzelhandel und Logistik sowie für Spezial-Projekte in der **Immofinanz Group** zuständig. **Andrea Sperling-Koch** steht seit dem 1. Mai 2013 dem Bereich "Finance & Accounting" vor und verantwortet die Rechnungslegung sowie



die Konsolidierung. Sie ist seit Anfang 2011 in der Immofinanz Group tätig und leitet seitdem

den Bereich "Consolidation". Zuvor arbeitete Andrea Sperling-Koch für 2 börsennotierte Unternehmen in den Abteilungen Controlling und Konsolidierung. Andreas Thamm war vor seinem Wechsel zur Immofinanz Group in mehreren Führungspositionen beim Handelskonzern **Metro**. So war er u.a. von 2005 bis zum Jahr 2008 Managing Director der Metro Group Asset Management in Russland. Anschließend verantwortete Thamm in derselben Funktion 3 Jahre lang die Metro Properties in Polen. Zuletzt leitete er die Metro Properties in der Region Osteuropa mit 12 Ländern in den Bereichen Construction und Administration.



Handelsimmobilien Report Nr.148

VOM 17.06.13

Cities & Center & Developments

Seite 16 von 19

Doch das kann nur funktionieren **wenn Einzelhandel und Innenstadt attraktiv sind**. Der Einzelhandelsumsatz liegt laut GfK Geomarketing in Straubing bei 500 Mio. Euro, in Passau bei 600 Mio. und in Weiden bei 400 Mio. Euro. Mit einer Einwohnerzahl zwischen 41 954 und 50 548 handelt es sich hier um klassische Mittelstädte, die viele Filialisten oder Investoren oft nicht mehr auf dem Radar haben.

Trier und Zweibrücken allein unter Bayern

Zur bayerischen Riege gehören zudem **Schweinfurt, Rosenheim, Würzburg, Memmingen** und die Stadt **Hof** (45 904 Einwohner) an der nördlichen Grenze zum ostdeutschen Vogtland. Einzig die alte Römerstadt **Trier** in Rheinland/Pfalz und **Zweibrücken** im Saarland konnten sich in die bayerische Phalanx der Top 10 schieben. Trier mit seinen 105 675 Einwohnern konnte die Zentralitätskennziffer gegenüber 2012 sogar von 205,6 auf 207,7 in diesem Jahr steigern und sich in der Rangliste um einen Platz auf Rang 4 verbessern.

Die Stadt Zweibrücken, die sich auch von 176,6 und Rang 10 im Vorjahr auf nunmehr

Stadtkreise mit der höchsten Zentralität			
Stadtkreis	Einwohner	Kaufkraft	Zentralität
1. Straubing	44.724	101,1	219,2
2. Passau	50.548	101	214,2
3. Weiden i.d. Opf	41.954	101	210,9
4. Trier	105.675	91,2	207,7
5. Schweinfurt	53.247	97,9	207,5
6. Rosenheim	61.512	105,3	188
7. Würzburg	133.808	100,9	183
8. Memmingen	41.030	102,6	181,5
9. Zweibrücken	33.807	97,6	180,8
10. Hof	45.904	95,6	179,8

Quelle: GfK Geomarketing Einzelhandelszentralität 2013

180,8 und Rang 9 verbessert hat, profitiert dabei jedoch vor allem von seinem Factory Outlet-Center, das naturgemäß eine immense Sogwirkung auf das weitere Umland ausübt. Trier mit seinen zahlreichen Sehenswürdigkeiten aus der Römerzeit, dem ältesten Dom Deutschlands und seinen zahlreichen Kirchen und einer attraktiven Innenstadt erfüllt dagegen die

typischen Kriterien der attraktiven Mittelstadt inmitten eines großen Umlands ohne größere Einkaufsstädte. Hinzu kommen die Touristen aus dem nahe gelegenen Luxemburg und Frankreich.

Neu unter den Top 10 ist in diesem Jahr der **Stadtkreis Memmingen**, der es mit einer Zentralitätskennziffer von 181,5 auf Platz 8 geschafft hat. Dagegen findet sich die Stadt **Kempten** im Allgäu - mit 179,1 im Vorjahr auf dem 8. Rang - in diesem Jahr nicht mehr unter den Top 10.

Bei der Zentralität sind die Metropolen im Mittelfeld

Die großen Metropolen finden sich gemessen an der Zentralitätskennziffer laut GfK Geomarketing nur im Mittelfeld der Liste, sie bieten allerdings durch ihre schiere Einwohnerzahl ein riesiges Potenzial. Die Zentralitätskennziffer bei Millionenstädten ist bereits aus rechnerischen Gründen kleiner als bei Mittelstädten, da hier meist nicht noch einmal dieselbe Zahl von Einwohnern im Umland lebt, ein Wert von 200 kaum erreichbar ist. Insofern ist die Zentralitätskennziffer ein relativer Messwert, der aber insbesondere Auskunft darüber geben kann, wie attraktiv gerade Mittelstädte sind und wie groß ihr Gesamtpotenzial.

Darüber hinaus muss laut Baecker-Neuch - als Ergänzung - auch eine Detailbetrachtung über die branchen- und standortspezifischen Besonderheiten des Einzelhändlers und über die Attraktivität des Standorts in Abhängigkeit von der Konkurrenzsituation angestellt werden.

Deals

Berlin: Ein Finanzdienstleister hat über **Aengevelt** einen Mietvertrag



über rd. 336 qm Einzelhandelsfläche im Geschäftskomplex „Zehlendorfer Welle“ in der Clayallee 328-334 in bester Lage von Berlin-Zehlendorf abgeschlossen. Der Finanzdienstleister will seinen Standort innerhalb des Stadtteils hierher verlegen. Eigentümer der Immobilie ist **Arab Investments**. „Mit dem Abschluss konnten wir eine hochwertige Anschlussvermietung für das zuvor von einer Apotheke genutzte Ladenlokal realisieren“, freut sich **Birk Tiburtius**, Fachberater Gewerbliche Vermietung bei Aengevelt Berlin.

Elmshorn: Der Modeanbieter **Takko Fashion** eröffnet eine Filiale in der Königstraße 54 in Elmshorn. **Lührmann Hamburg** vermittelte die Neuvermietung des Objektes, in dem zuvor **Schum Euroshop** ansässig war. Takko wird voraussichtlich Ende 2013 auf knapp 500 qm im Erdgeschoss eröffnen. Das Unternehmen aus Telgte bei Münster ist in 16 Ländern Europas vertreten. Im Jahr 1982 von der **Hettlage Gruppe** gegründet, befindet sich Takko heute mehrheitlich im Besitz von Fonds unter dem Management von **Apax Partners**, eine der weltweit führenden Fonds-Gesellschaften



Handelsimmobilien Report Nr.148

Cities & Center & Developments

VOM 17.06.13

Seite 17 von 19

Personalien

Tag der Immobilienwirtschaft 2013

Zwischen Miet-Deckel und viel zu niedrigen Zinsen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Das Thema Mietpreis-Bremse oder Miet-Deckel bei der Wiedervermietung von Wohnungen hat es definitiv als Top-Theme in den Wahlkampf geschafft, nachdem sich auch Bundeskanzlerin Angela Merkel dafür ausgesprochen hat, die Wohnungswirtschaft im Gegenzug aber eindringlich davor warnt, dass dies den Wohnungsneubau lähmen und das Problem damit verschärfen werde.

Andreas Mattner, Präsident des ZIA (Zentraler Immobilien Ausschuss), machte dem Gastredner, SPD-Kanzlerkandidat Peer Steinbrück beim Tag der Immobilienwirtschaft 2013 in Berlin denn auch deutlich, dass seine Branche die Position der SPD skeptisch sieht. Mit einer Kappung der Mietsteigerung und höheren Steuern kann man



ZIA-Präsident Mattner, Bundesfinanzminister Schäuble

Foto: www.weidemann.info

sich in der Branche keine Freunde machen. Dass der Präsident des Deutschen Mieterbunds gleichzeitig über Wuchermieten klagt und junge Leute heute teilweise 30 bis 40% ihres verfügbaren Einkommens für die Miete ausgeben müssten, wie Steinbrück aufzählt, dass in innerstädtischen Quartieren die gesellschaftliche Durchmischung verloren gehe, weil sich viele Schichten

die Mieten nicht mehr leisten könnten, ist das andere gesellschaftlich nachvollziehbare Problemfeld, um das es angesichts der großen Summen geht, die in deutsche Wohnimmobilien investiert werden.

Doch gerade den großen Städten in Deutschland ist an der gesellschaftlichen Durchmischung gelegen, um die Entstehung sozialer Brennpunkte zu verhindern. All diese gegensätzlichen Interessen – für die es jeweils gute Argumente gibt – muss die Politik laut Steinbrück berücksichtigen – vor allem im Interesse des sozialen Friedens. Um seinen Kritikern aus der Immobilienwirtschaft zunächst einmal den Wind aus den Segeln zu nehmen, machte der SPD-Kanzlerkandidat klar, dass er den Miet-Deckel nur bei Wiedervermietungen einführen möchte, nicht bei der Erstvermietung von Neubauten. Es geht vielmehr darum, die opportunistischen Investoren zurück zu drängen.

Bei der Lösung des Mietkonflikts schwebt dem Kanzlerkandidaten das Hamburger „Bündnis Wohnen“ vor. Hier wird das Problem im Rahmen einer Kooperation zwischen Stadt, Wohnungswirtschaft und Mieterverein angegangen. Inzwischen entstehen demnach jährlich 2 000 neue Sozialwohnungen. „Das würde ich gerne auf Bundesebene übertragen“, so Steinbrück, der auch bekräftigte, dass keine Substanzbesteuerung geplant sei. Der Applaus am Ende seiner Rede zeigte, dass es dem Kanzlerkandidaten gelungen war, die Sorgen der Zuhörer zu zerstreuen.

Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble äußerte sich in seiner Rede sehr besorgt über die anhaltend niedrigen Zinsen. Das Finanzministerium werde die Entwicklung genau beobachten, bekräftigte er. Allerdings sagte der Bundesfinanzminister nicht, was die Bundesregierung gegebenenfalls gegen die niedrigen Zinsen tun kann.. Denn da die

Bernd Kottmann führt ZIA Plattform Wohnen

Auf der Präsidiumssitzung des Zentralen Immobilien Ausschusses (ZIA) am 5. Juni 2013 in Berlin wurde



der Vorstandsvorsitzende der GSW Immobilien AG, Dr. Bernd Kottmann, zum neuen Vorsitzenden

der Plattform Wohnen innerhalb des ZIA gewählt. Kottmann folgt damit Thomas Zinnöcker, dem neuen Vorsitzenden des Vorstandes der Gagfah Group. Kottmann blickt auf über 25 Jahre Immobilienerfahrung bei Gewerbe- und Wohnimmobilien zurück. Mit der Verwaltung von Wohnungsbeständen beschäftigte er sich u.a. bei Harpen und der IVG, mit der Wohnungsprivatisierung bei Harpen und mit der Entwicklung von Baurecht für das immer bedeutendere Thema des Wohnungsneubaus bei Babcock, der Harpen AG und der IVG. „Keiner möchte Verdrängung und Ghettoisierungen“, so Kottmann, „deshalb müssen wir gemeinsam mit der Politik nach Lösungen suchen, damit neue Wohnungen für jeden Geldbeutel entstehen können“.

Deals

Göttingen: Die Drogeriemarktkette dm zieht in die Weender Straße 22-24 in Göttingen. Auf 2 Etagen mit knapp 1 000 qm wird der Drogeriemarkt voraussichtlich Ende des Jahres eröffnet. Vormieter waren Tchibo sowie die schwedische Modekette H&M. Lührmann Osnabrück vermittelte den Deal.



Unser Geheimnis?
Immer das Wesentliche
im Blick behalten.

DER
IMMOBILIEN
Fakten - Meinungen - Tendenzen
Brief

Handelsimmobilien
Report
Cities & Center & Developments

Fakten - Meinungen - Tendenzen
DER
FONDS *Brief*

Research Medien AG

Die Informationsplattform für die
gesamte Bandbreite an
Immobilienkapitalanlageprodukten

www.rohmert-medien.de



Handelsimmobilien

Report Nr.148

Cities & Center & Developments

VOM 17.06.13

Seite 19 von 19

Deals

Bremen: Die Drogeriekette **Rossmann** erweitert im Bremer Shopping-Center Haven Hööv't seine Fläche und hat insgesamt rd. 800 qm Fläche (davon 650 qm Verkaufsfläche) gemietet. Rossmann zieht dafür aus der jetzigen, rd. 420 qm großen Verkaufsfläche, die das Unternehmen im Herbst 2012 von **IhrPlatz** übernommen hatte, aus und wird voraussichtlich Mitte Juli gegenüber der alten Filiale seine neue eröffnen, für die 3 bestehende Flächen zusammengelegt werden. **CBRE** war als Shopping-Center Manager von Haven Hööv't bei der Vermietung beratend tätig.

Impressum

Chefredaktion:

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

Kontakt:

vierbuchen@rohmert.de

Herausgeber:

Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:

Christine Scharrenbroch

Anzeigen:

Marion Götza,
05242-901-250

Verlag:

Research Medien AG,
Rietberger Str. 18
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert

Aufsichtsrat: Senator E.h.
Volker Hardegen (Vorsitz).

Bankverbindung:

auf Nachfrage

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

Nationalstaaten mit Einführung der Gemeinschaftswährung Euro ihre nationale Geldpolitik aufgeben mussten und die Europäische Zentralbank (EZB) die Zinssätze an den Anforderungen des gesamten Euroraums ausrichtet, ist die Einflussnahme der Bundesregierung begrenzt. Und bei der EZB steht die Bekämpfung der Rezession in den süd-europäischen Ländern zunächst im Vordergrund. Ein Ende der Niedrigzinspolitik vermag derzeit niemand vorherzusagen.

Mit Blick auf die Vorwürfe, die Geldpolitik müsse ausbügeln, was die europäische Politik versäumt habe, mahnte auch Schäuble, dass die Geldpolitik nicht überfordert werden dürfe. Zu den Zielen des Bundesfinanzministers gehört zudem eine Politik der Finanzmarktregulierung, um die Basis für ein nachhaltiges Wachstum zu schaffen und dafür zu sorgen, dass die Finanzmärkte künftig der Realwirtschaft dienen.

Immobilienwirtschaft rückt in den Fokus der Politik

Dabei bildet in den einzelnen Volkswirtschaften aus seiner Sicht eine solide Haushaltspolitik das Fundament, auf dem sich Vertrauen entwickeln kann. Das bestätigen laut Schäuble alle internationalen Studien, zuletzt die des Internationalen Währungsfonds. Ungeachtet seiner Besorgnis über die niedrigen Zinsen und die Mietsteigerungen in einigen Metropolen glaubt er nicht, dass in Deutschland eine Immobilienblase aufbaut.

Bundesbauminister Peter Ramsauer bekräftigte in seiner Rede, dass das angestrebte Ziel, „überall in Deutschland eine bestmögliche, bezahlbare und energieeffiziente Wohnraumversorgung zu schaffen“, nur von Politik und Wirtschaft im Rahmen eines breiten Bündnisses gemeinsam erreicht werden könne. Für ZIA-Präsident Mattner ist es dabei wichtig, dass die Bundesregierung die Bedeutung der Immobilienwirtschaft erkennt und die Branche bei Themen wie Wohnungsneubau nicht überfordert wird. Laut Ramsauer konzentriert sich die Politik derzeit voll darauf, „die starke Stellung der deutschen Immobilienwirtschaft zu sichern und auszubauen“.

Für **Bundesumweltminister Peter Altmaier** ist die Branche zudem einer der wichtigsten Player bei der Energiewende. Die Vertreter der Immobilienwirtschaft wird es freuen, dass ihre Bedeutung als Wachstumstreiber in Deutschland inzwischen von den Politikern anerkannt wird, denn das war nicht immer so.

Dass auch die Banken – neben der Regulierungswut der Politik - derzeit wenig Freude an den niedrigen Zinsen haben, konstatierte **Jan Bettink, Vorstand der Landesbank Berlin**, in der Diskussionsrunde über die Auswirkungen von Belastungen und Regulierungen für die Branche. Viele Banken müssten ihre Modelle überarbeiten und das werde auch zu Lasten zahlreicher Mitarbeiter gehen, die ihre Jobs verlieren würden.

Banken über die niedrigen Zinsen besorgt

Aus Sicht von **Stefan Brendgen, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Allianz Real Estate Germany** führen die zahlreichen Regulierungen im Rahmen von Basel III, Sovency II und AIFM dazu, dass vor allem große Unternehmen wie die Allianz begünstigt würden, da diese die personelle Ausstattung hätten, die Aufgaben zu bewältigen. Nachteile sieht er dagegen für kleine Banken und Fonds-Initiatoren. Dass die Finanzierung von Immobilienprojekten durch die Regulierung gefährdet werde, wollte Bettink nicht bestätigen: „So hart würde ich das nicht formulieren.“

Mit einem weiteren Modell im Rahmen des geförderten Wohnungsbaus, für das 100 Mio. Euro zur Verfügung gestellt werden, versucht Hamburg nach den Worten ihres **Finanzsenators Peter Tschentscher** bezahlbaren Wohnraum zu schaffen. So bietet die Stadt Grundstücke an und legt – befristet für einen Zeitraum – für die geplanten Wohnungen eine niedrige Miete fest. Die potenziellen Käufer können auf dieser Basis festlegen, welchen Preis sie für das Grundstück ausgeben können, um zu den vorgegebenen Mieten Wohnungen zu bauen.