

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

nach den Rekordwerten auf dem deutschen und europäischen Handelsimmobilienmarkt ist der Start ins Jahr 2016 mit einem Transaktionsvolumen, das die Immobiliendienstleister mit 1,5 bis 1,82 Mrd. Euro beziffern, müde ausgefallen - auch wenn Retail Assets hinter Büroimmobilien auf dem zweiten Platz blieben. Doch mit ihrer großen Bedeutung für den Einzelhandel, die Städte und die Versorgung der Bevölkerung sind sie nun mal vom Volumen her - neben Büroimmobilien - die gewichtigste Gewerbeimmobilien-Klasse. Handelsimmobilien sind in Städten und Gemeinden ein zentraler Wirtschaftsfaktor, der hierzulande leider lange vernachlässigt wurde. Der Zustand vieler innerstädtischer Immobilien in Klein- und Mittelstädten zeugt davon, dass vieles verschlafen wurde.

Für den Handelsimmobilienmarkt muss der schwunglose Start im 1. Quartal kein schlechtes Zeichen sein. Dass die Anlageklasse stark nachgefragt ist und das Angebot an guten Qualitätsprodukten knapp wird, ist bekannt. Das gilt sogar in den B- und C-Städten. Angesichts des starken Anlagedrucks und der stetig steigenden Preise ist es - ganz im Gegenteil - ein Zeichen dafür, dass die Investoren offenbar viel genauer prüfen als in der Goldgräberstimmung der Boom-Jahre 2006/07.

Hinzu kommt, dass die Niedrig-Zinspolitik der EZB, die von vielen als Stimulans für den deutschen Immobilienmarkt gesehen wird, für den Markt auch negative Seiten hat. Für die Käufer fehlen zwar die rentablen Alternativ-Anlagen, für die Verkäufer allerdings auch. Ein Verkaufsmotiv gibt es im Grunde vor allem für die Eigentümer von Problem-Immobilien, die sie unter solchen Marktbedingungen leichter losschlagen können. Insofern ist die genaue Prüfung wichtig. Ein gesundes Verkaufsmotiv gibt es dagegen für die Entwickler, die das Geld für die Re-Investition in neue Projekte benötigen. So ist es nicht erstaunlich, dass diese Verkäufer-Gruppe derzeit am aktivsten ist.

Für den hiesigen Handelsimmobilienmarkt könnte das noch einiges an Möglichkeiten eröffnen, denn der Revitalisierungsbedarf ist zweifellos groß. Und bei Retail Assets ist die Investition in gute Objekte in kleineren Städten weniger riskant als etwa bei Büroimmobilien.

Ein wichtiger Motor für den Handelsimmobilienmarkt dürfte - so abwegig das zunächst klingen mag - der Strukturwandel durch den Online-Handel sein. Die Gefahr für den mittelständischen Handel, am Internet zu scheitern und für die kleineren Städte, dadurch zu veröden, ist so groß, dass die Politik endlich aufgerüttelt wurde und viele Initiativen angestoßen wurden. Der stationäre Einzelhandel muss im Interesse der Städte attraktiver werden. Mit Blick auf den Immobilienbestand, der vielfach aus den 1950er- und 1960er-Jahren stammt und heutigen Anforderungen nicht mehr genügt, bleibt viel Wertsteigerungspotenzial - und Raum für kreative Ideen, weit über den Immobilien-Boom hinaus.

Liebe Leser, heute finden Sie im Anhang das Programm des **3. New Deal Forums** am **9. Juni** in **Münster**



Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 219 vom 15.04.2016

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Investmentmarkt: Mangelndes Angebot hinterlässt deutliche Spuren	2
Expertenbefragung: Retail Assets punkten mit ihrer Wertbeständigkeit	6
MG bei Ebay: Die Welt kauft neuerdings auch in Mönchengladbach ein	9
Rewe Group: Vorstandschef erwartet härteren Wettbewerb	12
Hahn-Gruppe: Unternehmen zahlt wieder eine Dividende	15
Digitalisierung: Der stationäre Einzelhandel kann von eCommerce lernen	17
Einzelhandel: Verband sucht Allianz mit den Kommunen	19
Impressum	20

Ihr direkter
Weg zu uns!



Partner des Handelsimmobilien Report



Wertarbeit mit Handelsflächen



Dr. Lademann & Partner



SONAE SIERRA

Handelsimmobilien Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 2

Deals

Union Investment kauft Center in Polen

Union Investment hat mit dem **Ferio Konin** das führende Shopping Center der mittelpolnischen Stadt Konin erworben. Im Einzugsgebiet leben rd. 360 000 Einwohner. Für den institutionellen Themenfonds **UII Shopping Nr. 1** ist dies die 8. Akquisition seit der Auflage im Jahr 2011. Der Offene Immobilien-Spezialfonds ist nun mit einem Volumen von rd. 526 Mio. Euro vollständig investiert. „Wir können uns nach dem Erfolg unseres ersten Themenfonds durchaus ein Folgeprodukt mit Schwerpunkt auf den europäischen Einzelhandelsmärkten vorstellen“, sagt **Christoph Schumacher, Geschäftsführer** der Union Investment Institutional Property GmbH. Der Themenfonds ist insgesamt in 5 Kernländern Europas investiert. Die Objektgrößen liegen zwischen 38 und 118 Mio. Euro. Das 2008 eröffnete und 2013 um 2 500 qm erweiterte Einkaufszentrum mit eigener Fachmarktmeile bietet auf 35 585 qm ein breites Angebot an starken nationalen und internationalen Modemarken mit 74 Ladeneinheiten. Das Shopping Center befindet sich in verkehrsgünstiger Lage vor . Verkäufer ist ein von **Rockspring Property Investment Managers** verwalteter Fonds. Den Käufer berieten **Hogan Lovells, JLL, EY** und **cmT**. Der Verkäufer wurde von **Dentons, Arcadis** sowie **Cushman & Wakefield** beraten.



Forum Hanau: Eines der wenigen Übernahmobjekte in diesem Jahr.

Foto: HBB

Investmentmarkt Retail Deutschland

Mangelndes Angebot hinterlässt deutliche Spuren

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nach dem fulminanten Jahr 2015 verlief die Entwicklung auf dem Investmentmarkt für Handelsimmobilien im 1. Quartal 2016 sehr moderat. Mit einem Volumen, das CBRE mit 1,5 Mrd. Euro und BNP Paribas Real Estate mit 1,82 Mrd. Euro bezifferten, wurde der Wert des 1. Quartals 2015 von 3,76 Mrd. Euro mehr als deutlich unterschritten. Grund für die scharfen Brems Spuren war nicht der Mangel an Nachfrage, sondern an gesuchten Core- und Core-Plus-Produkten, selbst in B-Städten.

Gleichwohl ist **Jan Dirk Poppinga, Head of Retail Investment** bei **CBRE** in Deutschland zuversichtlich, „dass die Investitionsdynamik im Jahresverlauf deutlich zulegen wird“. Da dem großen Interesse nationaler und internationaler Investoren jedoch ein zunehmend ausgedünntes Angebot an Core- und Core Plus-Produkten insbesondere in den großen Investmentzentren aber auch in den B- und C-Städten gegenüber steht, rücken auch bei den sicherheitsorientierten Investoren notleidende, managementintensive Immobilien stärker in den Fokus. Nach Poppingas Erfahrung gestalten sich in diesem Bereich jedoch das „marktgerechte Pricing“ und der „vorgelagerte Entscheidungsprozess“ zum Teil recht langwierig.

„In keiner anderen Asset-Klasse hat sich der Angebotsmangel so deutlich in den Zahlen niedergeschlagen“, konstatiert auch **Piotr Bienkowski, Vorsitzender der Geschäftsführung** von **BNP Paribas Real Estate (BNPPRE)** Deutschland: Gerade Assets mit Volumina zwischen 25 Mio. und 50 Mio. Euro seien sehr rar.

Während im 1. Quartal des Vorjahres noch Großdeals wie der Kauf von 5 deutschen Shopping-Centern im Zuge der Übernahme des niederländischen Shopping-Center-Spezialisten **Corio** durch die französische **Klépierre** den Investmentmarkt prägten - der Deal allein hatte ein Volumen von etwa 1 Mrd. Euro - war das Geschäft in den ersten 3 Monaten dieses Jahres wesentlich kleinteiliger und der Fokus richtete sich vor allem auf Regionalzentren und B-Standorte. So floss nur 19% des Geldes in die Städte Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München - und hier primär in Fachmärkte, Fachmarktzentren und Lebensmittelmärkte, die im fortgeschrittenen Stadium des Immobilien-Zyklus noch höhere Renditen abwerfen als Geschäftshäuser und gut positio-



Handelsimmobilien

Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 3

Deals

nierte Shopping-Center. „Da gerade in den Topstandorten kaum adäquate Produkte für sicherheitsorientierte Anlagestrategien verfügbar sind, weichen Investoren vermehrt auf attraktive B-Standorte aus, um Gelder zu platzieren“, berichtet **Jan Linsin, Head of Research** bei CBRE in Deutschland. Der größte Teil (81%) des Geldes wurde in Regionalzentren und B-Standorte mit günstigeren Rendite-Profilen investiert.

Ein Manko ist das allerdings nicht, da auch in kleineren Städten eine Versorgung - insbesondere mit Gütern des täglichen Bedarfs - notwendig ist, gibt es auch hier attraktive Handelsimmobilien. Das gilt insbesondere im Bereich Fachmarktprodukte mit Ausrichtung auf die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, die in Deutschland von großen, bonitätsstarken Handelsunternehmen geprägt wird. So dominierte auch in diesem Jahr wieder das Segment **Fachmärkte, Fachmarktzentren, Supermärkte und Discounter** nicht nur an den Topstandorten, sondern auch bundesweit das Jahresauftaktquartal, wie CBRE schreibt. Der Dienstleister beziffert das Volumen mit 676 Mio. Euro, was bezogen auf das Gesamtinvestitionsvolumen von 1,5 Mrd. Euro einen Anteil von fast 46% ausmachte. Im Vorjahreszeitraum lag der Anteil bei etwa 45%. Im Gegensatz zu 2015 überwogen dieses Jahr aber die Einzeltransaktionen.

In das **Segment Shopping-Center** wurden 388 Mio. Euro investiert. Das war ein Anteil von 26%. Allerdings wird gerade das Angebot an Centern in Großstädten immer knapper. Viele Neuentwicklungen entstehen in kleineren Städten. Auch im Bereich innerstädtische Geschäftshäuser in Top-Lagen, die mit einem Transaktionsvolumen

Recklinghausen: Das Geschäftshaus in der Fußgängerzone Kunibertstraße in Recklinghausen wurde durch Vermittlung von **City Jung Essen** von einer privaten Eigentümergemeinschaft an ein Family Office aus Nordrhein-Westfalen veräußert. Das Objekt befindet sich unweit des Einkaufszentrums „Palais Vest“. Hauptmieter ist **Woolworth**. Zudem wird im Mai 2016 „Optik + Akustik Riehl“ einziehen. Beide Einzelhandelsmieter haben langfristige Mietverträge abgeschlossen. Außerdem befinden sich 2 Wohnungsmieter in der voll vermieteten Immobilie.

ECE



Handelsimmobilien Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 4

von 289 Mio. Euro und einem Anteil von 20% den 3. Platz belegten, spielen die Städte jenseits der Metropolen eine größere Rolle. Für diese Verlagerung bietet Deutschland als einer der größten und stabilsten Einzelhandelsmärkte mit seiner polyzentrischen Struktur aber auch günstige Voraussetzungen, findet Linsin.

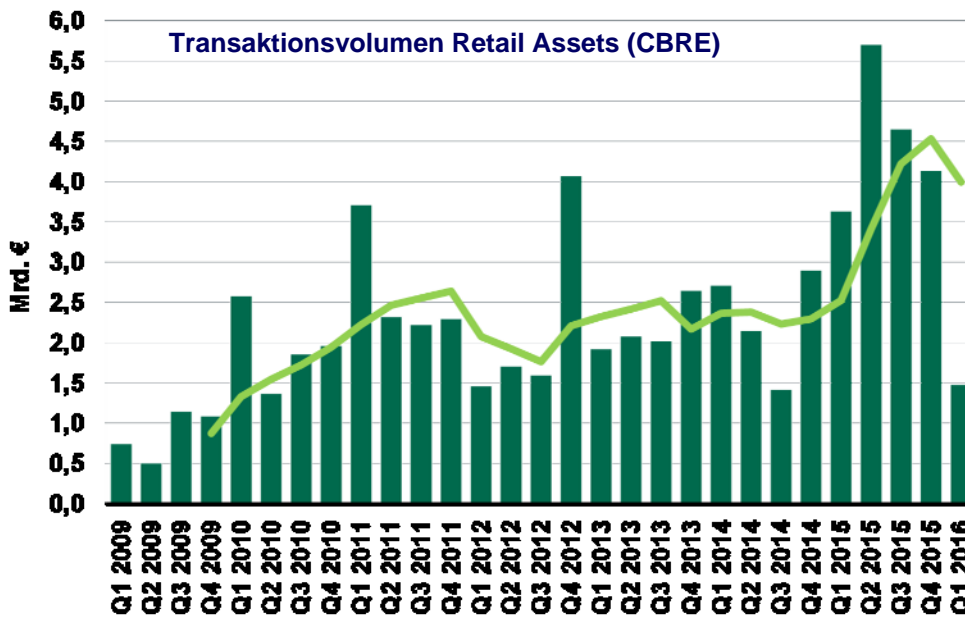
Bei **Nettoanfangsrenditen** von durchschnittlich 3,83% in den 1A-Lagen der großen Metropolen ist ein Ausweichen auf renditestärkere Objekte in guten Mittelstädten denn auch durchaus attraktiv. Auch bei einer Spitzenrendite von 4,10% für erstklassige Shopping-Center in A-Standorten kann es den Investor kaum trösten, dass die Renditen

Deals

GRR Group kauft Rewe-Markt in Karlsdorf

Die **GRR Group** hat für den **GRR German Retail Fund No. 1** einen **Rewe-Markt** in Karlsdorf erworben. Die Einzelhandelsimmobilie mit fast 2 000 qm wurde im Jahr 2007 errichtet und 2015 umfassend modernisiert. Der Kaufpreis für das langfristig an Rewe vermietete Objekt beträgt gut 3,8 Mio. Euro. Der Lebensmittelmarkt Im Entenfang 27-29 bietet zudem 94 Parkplätze auf einem gut 5 600 qm großen Grundstück und befindet sich zwischen den Ortsteilen Karlsdorf und Karlsdorf-Neuhard, direkt an einer Hauptdurchfahrtstraße mit Anbindung an die A5 in Richtung Karlsruhe. Mit dem benachbarten Netto-Standort ergeben sich Koppeleffekte und im Umfeld befindet sich ein Wohngebiet. Verkäufer der Immobilie ist ein luxemburgischer Fonds. Die **EPP European Property Partners GmbH** aus Limburg hat die Transaktion beraten. Der **GRR German Retail Fund No.1** wird über die Plattform der Service-KVG **IntReal** administriert.

Friedrichshafen: Ein privater Immobilieneigentümer hat das Wohn- und Geschäftshaus in der Wilhelmstraße 17 in Friedrichshafen an ein Family Office verkauft. **Comfort** vermittelte. Die Mietfläche beträgt 720 qm. Hauptmieter ist **Orsay**. Zudem gibt es Büroflächen und 5 Wohnungen.



gegenüber dem Jahresendquartal 2015 stabil geblieben sind. Vergleichbare Shopping-Center in den prosperierenden Regionalzentren liegen laut CBRE noch bei 4,80%. Günstiger sieht die Lage bei Fachmärkten, Supermärkten und Discontern aus, wo die Nettoanfangsrendite bei 6,25% liegt. Bei Fachmarktzentren liegen sie bei 5,25%.

Anders als im Vorjahr kamen im 1. Quartal vor allem die **nationalen Investoren** zum Zug. Mit einem Transaktionsvolumen von über 1 Mrd. Euro standen sie dieses Mal für 70% des Geschäfts. Im Vorjahresquartal waren die internationalen Anleger mit einem Anteil von 56% noch dominierend. So standen laut **Colliers International** auch hinter den beiden größten Deals deutsche Investoren. Die **Patrizia Immobilien AG** erwarb für einen Spezialfonds für rund 250 Mio. Euro das **Victoria-Portfolio** aus 21 Fach-, Bau- und Supermärkten. Und **Hamburg Trust** hat sich eine Kaufoption für das im vergangenen Herbst eröffnete Einkaufszentrum „**Forum Hanau**“ gesichert. Die Übernahme ist zum 1. Januar 2017 geplant. Von den 5 Deals mit einem Volumen von jeweils mehr als 100 Mio. Euro seien zwei Drittel der Investitionssumme auf hiesige Investoren gefallen, so Colliers International.

„Bei den Einzeldeals fällt momentan das Ausbleiben ausländischer Investoren besonders ins Gewicht“, beobachtet **Susanne Kiese, Head of Research** bei Colliers International Deutschland. Nur 18% des Volumens seien internationaler Herkunft. Der größte Einzelkauf durch Ausländer war der Erwerb des Fachmarktzentums **Kamen Quadrat** für rund 20 Mio. Euro durch die irische **Greenman Investors**. Bei den Portfolio-Deals liegt der Anteil der internationalen Investoren dagegen noch bei 46%.



Handelsimmobilien Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 5

Deals

Die Transaktionen entfielen laut Colliers International fast komplett auf britische Investoren, wie das für 160 Mio. Euro gehandelte **C&A-Portfolio**, das an den Opportunity Fund **Revcap** ging, oder das von **Rockspring Property Investment Managers** für 150 Mio. Euro erworbene **Obi-Paket**. Die aktivsten Käufer waren laut CBRE offene Immobilien- und Spezialfonds mit 670 Mio. Euro, vor Asset- und Fondsmanager mit 383 Mio. Euro und Privatinvestoren mit 154 Mio. Euro. Projektentwickler und Bauträger waren dagegen als Verkäufer mit 492 Mio. Euro (Anteil 33%) die stärkste Gruppe. Privatinvestoren verkauften im Wert von 297 Mio. Euro (20%). Offene Immobilien- und Spezialfonds gaben Handelsimmobilien im Wert von 284 Mio. Euro (Anteil: 19%) ab.

Am **gesamten Transaktionsvolumen mit Gewerbeimmobilien**, das mit 8,3 Mrd. Euro laut BNPPRE um 14% unter dem Vorjahreswert lag, erreichten Retail Assets einen Anteil von 22%. Büroimmobilien waren mit 3,48 Mrd. Euro und einem Anteil von 42% die stärkste Klasse. Beim Blick auf das Gesamtjahr ist Poppinga jedoch zuversichtlich, dass das Transaktionsvolumen mit Handelsimmobilien am Ende einen zweistelligen Milliardenbetrag erreichen kann. **Thomas Dänzel, Head of Retail Investment** bei Colliers International wird konkreter, wenn er ein Volumen von über 10 Mrd. Euro erwartet. Der schwache Start im 1. Quartal war für ihn nur eine Phase der Ruhe, bedingt durch die aufwändige Suche nach immer knapper werdenden Objekten. Vieles wird laut Bienkowski von der Verfügbarkeit großvolumiger Objekte und Portfolios abhängen. Für den gesamten Gewerbeimmobilienmarkt erwartet er 2016 ein Volumen von mindestens 45 Mrd. Euro.

Bielefeld: Saturn hat in der Bielefelder Bahnhofstraße (Marktpassage) 4 560 qm gemietet und inzwischen eine Teilfläche von 1 600 qm in Betrieb genommen. Der verbleibende Teil soll in Kürze eröffnet werden. Eigentümer der Immobilie ist die **Promontoria Phoenix 1 B.V.** Zudem hat in der Passage **H&M** seinen Mietvertrag auf einer vergrößerten Fläche von 3 800 qm verlängert. Die Projektierung und Vermietung hat die **JLL-Tochter Acrest** übernommen. Die 1983 erbaute Marktpassage war in den vergangenen Monaten umgebaut und saniert worden.

GfK FACHMARKTZENTREN PERFORMANCE REPORT



Mit dem neuen GfK-Report haben Sie eine Übersicht aller FMZ-Standorte und die wichtigsten Informationen zu Mieterbesatz, Verkaufsflächen, Umsatz- und Refurbishmentpotenzial usw. sofort zur Hand.



Growth from Knowledge

Weitere Informationen erhalten Sie
telefonisch unter **+49 40 5701 325 20**
oder unter www.gfk-geomarketing.de/fmz-report



Handelsimmobilien Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 6

Expertenbefragung

Retail Assets punkten mit ihrer Wertbeständigkeit

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Investmentmarkt für Handelsimmobilien erreichte 2015 sowohl in Deutschland als auch in Europa Rekordwerte und die Renditen gaben weiter nach, denn der Immobilien-Zyklus hat in einigen Ländern ein fortgeschrittenes Stadium erreicht. Gleichzeitig stellt die Digitalisierung des Verkaufsprozesses viele stationäre Einzelhändler vor die Frage: Eine neue Fläche eröffnen oder lieber die Internet-Präsenz ausbauen und die Verkaufsflächen verkleinern? Wie die Stimmung unter Investoren und Expansionsleitern im Handel ist und welche Pläne sie 2016 verfolgen, zeigte die jetzt vorgelegte Expertenbefragung.

Dafür hatten die **Hahn Gruppe** aus Bergisch Gladbach und das **EHI Retail Insti-**



Fachmarkttagglomerationen sind bei Investoren und Händlern gefragt.

Foto: Hahn

tute aus Köln 40 Investoren und 57 Expansionsverantwortliche aus dem Einzelhandel befragt. Als wesentlichen Grund für das große Transaktionsvolumen 2015 sieht das Gros der Investoren die Tatsache, dass es kaum Alternativen zum Immobilieninvestment im allgemeinen gibt. Und bei der großen Präferenz für Handelsimmobilien (73% der Nennungen) kommt hinzu, dass die meisten dazu auch keine Alternativen in anderen Asset-Klassen sehen.

Das wird durch die Einschätzung der meisten befragten Investoren (65% der Nennungen) unterstrichen, wonach die Werte von Retail Assets weitgehend unabhängig von der konjunkturellen Entwicklung seien. Auf Spezial- und Büroimmobilien entfielen nur jeweils 23% der Nennungen und auf Logistikimmobilien nur 15% - alle Anlageklassen werden also wesentlich konjunkturabhängiger eingestuft als Handelsimmobilien.

Als weiteren Grund für den Boom auf dem Investmentmarkt für Handelsimmobilien wird das große Interesse ausländischer Investoren (65% der Nennungen) gesehen, die den deutschen Markt als sehr stabil einschätzen. Immerhin gehört der hiesige Einzelhandel, der seinen Umsatz 2015 laut HDE um 3,1% auf 472,4 Mrd. Euro steigern konnte, zu den Stützen der Binnenkonjunktur. Anders als bei der Befragung im März 2015 entfielen auf das Thema „attraktive Renditen“ als Kaufgrund nur 20% der Nennungen - nach 60% im Vorjahr.

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass das **Kaufinteresse** der befragten In-

Deals

MEC managt künftig das Breisgau-Center

Die **MEC METRO-ECE Centermanagement** hat Anfang des Monats das kaufmännische und technische Property-, Center- sowie Vermietungsmanagement für das **Breisgau-Center** in Freiburg übernommen. Auftraggeber ist die **Union Investment Institutional Property GmbH**, die das Fachmarktzentrum seit 2011 in ihrem Einzelhandelsfonds für institutionelle Anleger „Ull Shopping Nr. 1“ verwaltet. „Wir haben uns für die MEC aufgrund ihrer umfangreichen Fachmarktzentren-Kompetenz entschieden“, so **Lars Richter, Abteilungsleiter Asset Management Shopping Center / Hotel** von Union Investment Real Estate. Das Fachmarktzentrum befindet sich in verkehrsgünstiger Lage im Südosten von Freiburg im Gewerbegebiet Haid. 1975 erbaut und 2010 revitalisiert bietet es rd. 17 000 qm Mietfläche mit mehr als 20 Shops. Ankermieter sind **Real** und **Adler**.

+++++

Berlin: Das Modelabel **Tiger of Sweden** aus Stockholm hat gut 120 qm in Berlin, in der Neuen Schönhauser Straße 9 gemietet. **BNP Paribas Real Estate** vermittelte. Die Marke gehört zur **IC Group**, die zudem die Brands By Malene Birger und Peak Performance betreibt. Der Store wird im Frühjahr eröffnet. Eigentümerin der Fläche ist die **Suprema Immobilienverwaltung**.



Handelsimmobilien

Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 7

vestoren, die sich aus Immobilienfonds (43%), Immobilien AGs (20%), Private Equity / Vermögensverwalter (15%), Immobilienbanken (10%) und Sonstige (12%) zusammensetzen, gegenüber dem Vorjahr deutlich gewachsen ist: 76% wollen zukaufen, nach 57% im März 2015. Verkaufen wollen nur 7% der Investoren (2015: 17%). Hier dürften auch die weitere Lockerung der EZB-Geldpolitik und die Turbulenzen an den Aktienmärkten eine Rolle spielen. Abschrecken lässt sich die Mehrheit der Anleger (57%) nicht davon, dass sie mit weiter steigenden Preisen rechnen. Das gilt vor allem für Fonds und Immobilien-AGs.

Mit Blick auf die wachsende Sorge vor Überhitzungen am deutschen Immobilienmarkt stellt **Hahn-Vorstand Thomas Kuhlmann** fest, dass die Anleger - im Gegensatz zu 2006/07 - immer noch sehr selektiv investieren. Und auch nach der Befragung sind nur 13% der Investoren bereit, mehr Risiken einzugehen, jeweils 35% sind aber bei der angestrebten Objektgröße zu Kompromissen bereit oder weichen auf andere Nutzungsarten aus. Beim Kauf der Objekte setzt die Hälfte der Anleger auf den persönlichen Kontakt zum Eigentümer, 45% stützen sich auch auf Makler, aber Internetportale spielen kaum eine Rolle.

Nachdem die Nettoanfangsrenditen für Geschäftshäuser in den Top-Lagen der 6 deutschen Einkaufsmetropolen Ende 2015 laut CBRE auf durchschnittlich 3,87% und für Shopping-Center in Top-Märkten auf 4,1% gesunken sind, verwundert es nicht, dass Fachmarktzentren mit 80% der Nennungen mehr gefragt sind als Einkaufszentren (20% der Nennungen) und Geschäftshäusern (33%). Zumal viele Investoren gute Fachmarkt-Produkte inzwischen auch als risikoarme Anlage sehen. Bei Fachmarktzentren sieht CBRE die Nettoanfangsrendite bei 5,25%. Aber auch bei SB-Warenhäusern mit einer Rendite von 5,7% und 30% der Nennungen sowie Supermärkten mit 6,25% zeigen sich die Investoren eher zurückhaltend.

„Fachmarktzentren“ sind auch das Stichwort, wenn es um die wichtigen Expansionsziele des Einzelhandels in diesem Jahr geht. Vor allem Fachmarkttagglomerationen in Mittleren Großstädten mit 100 000 bis 500 000 Einwohnern und in Städten mit 20 000 bis 100 000 Einwohnern (je 58% der Nennungen) stehen laut **Marco Atzberger, Mitglied der Geschäftsleitung** beim EHI, ganz oben auf der Liste. Das deckt sich auch mit den jährlichen Ranglisten der expansivsten



Handelsimmobilien *Report Nr.219*

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 8

Stadt News

Einzelhändler in Deutschland von CBRE, die in wechselnder Reihenfolge von Händlern angeführt werden, die stark auf Fachmarktlagen ausgerichtet sind, wie Rossmann, dm, Rewe oder Edeka.

Über alle Lagen hinweg führten innerstädtische Einkaufsstrassen aber die Liste mit 82% der Nennungen vor Fachmarktzentren (72%) und Shopping-Centern (61%) an. Wohnschwerpunkte (32%) und Arbeitsschwerpunkte (18%) sind weniger gefragt. Die befragten Expansionsverantwortlichen repräsentieren einen Branchenmix aus Lebensmittel- und Bekleidungshandel (je 26%), Schuhe und Accessoires, Drogerie-, Bau- und Gartenmärkten, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Möbelhandel. Dabei geht knapp die Hälfte der 57 Befragten davon aus, dass die Flächennachfrage auch 2015 wieder stabil sein wird, 30% können sich sogar einen Anstieg vorstellen, 21%



Die eigene App ist heute ein wichtiges Thema Fotolia

aber auch einen Rückgang. Die sich darin spiegelnde leichte Verunsicherung der Händler wird deutlich, wenn man die Einschätzungen mit den Ergebnissen von 2014 vergleicht. Damals erwarteten nur 5% einen Rückgang, 50% eine stabile und 45% eine wachsende Flächennachfrage. Allerdings sind die Unterschiede in den Branchen sehr groß. In der von der Online-

Konkurrenz stark attackierten Schuh-/Accessoires- und Bekleidungsbranche erwarten 50% bzw. 47% eine sinkende Flächennachfrage.

Die Anbieter von Unterhaltungselektronik gehen dagegen alle von einer stabilen Nachfrage und die Bau- und Gartenmärkte, die vom Ausscheiden des Wettbewerbers **Praktiker/Max Bahr** profitieren, alle von steigender Nachfrage aus. Bei den Drogerien geht jeweils die Hälfte von stabiler und steigender Flächennachfrage aus, bei den Lebensmittelhändlern erwarten 47% eine höhere Nachfrage.

Digitalisierung wird auch im Laden immer wichtiger

Wenn es darum geht, neue Standorte zu gewinnen, bevorzugen die Expansionsverantwortlichen (82% der Nennungen) das Gespräch mit dem Eigentümer oder Asset-Manager. Danach folgen eigene Location Scouts (51%), Makler (46%) sowie Städte und Gemeinden (28%). Beim Thema „Implementierung Innovativer Technologien“ spielen vor allem das „Mobile Payment“, das von 8% bereits eingeführt und bei 54% in Planung ist und die „eigene App“, die 26% schon haben und 32% einführen wollen, eine wichtige Rolle. Beacons planen 30%, aber SB-Kassen und mobile Selfscanning-Geräte stoßen noch nicht auf allzu große Resonanz im Einzelhandel.

Ein Thema, das den stationären Handel mit Blick auf die durch den Online-Handel veränderten Einkaufsgewohnheiten stark beschäftigt, ist die Frequenz im Umfeld ihrer Geschäfte. Denn viel Frequenz bedeutet größere Chancen, Umsatz zu generieren. Die Händler in Fachmarktzentren, die meist als Nahversorger fungieren, berichten von stabiler (41%) oder steigender Frequenz (22%). Nur 7% gaben an, dass die Frequenz

PEP in Neu-Perlach wird überarbeitet

TH Real Estate und **ECE** haben mit der Erweiterung und Modernisierung des **PEP Einkaufszentrums** in München-Neuperlach



begonnen. Dabei wird die Verkaufsfläche von 50 000 qm modernisiert und um rd. 7 900 qm erweitert. Das Projekt soll bis 2018 abgeschlossen sein. TH Real Estate investiert im Namen eines privaten Investors ca. 73 Mio. Euro. Die ECE, die das Center seit 1989 managt, ist für Planung, Projektmanagement, Neuvermietung und Rebranding verantwortlich. Die Überarbeitung des 1981 eröffneten PEP Einkaufszentrums ist der Auftakt für eine von der Stadt München geplante Quartiersentwicklung in Neuperlach, die die Aufwertung des benachbarten Hanns-Seidel-Platz vorsieht. Im Zuge der Center-Erweiterung wird auch das Angebot ergänzt, beispielsweise um **Primark** und **Drogerie Müller**. Nach den Worten von **Stephan Austrup, Head of Retail bei TH Real Estate**, sollen die gute Position des Centers weiter gestärkt und Wertsteigerungspotenziale gehoben werden. Für den Erweiterungsbau werden das Parkhaus Nord und Verbindungsbauten zum Center abgerissen.



Handelsimmobilien Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 9

gesunken ist. Allerdings konnten 30% keine Angaben machen. Von den Mietern in Shopping-Centern berichteten 25% von stabiler und 21% von steigender, aber 39% von sinkender Frequenz. In den innerstädtischen 1A- oder B-Lagen registrierten 8% einen steigenden Zustrom, 46% eine stabile Frequenz und 28% einen Rückgang.

Internet-Plattform „MG bei Ebay“

Die Welt kauft neuerdings in Mönchengladbach ein

rv DÜSSELDORF. Während bei der Online City Wuppertal mit staatlicher Förderung und viel Engagement vor Ort ein eigener Online-Marktplatz für die örtlichen Einzelhändler aufgebaut wurde, geht die Stadt Mönchengladbach mit ihrem Pilot-Projekt „MG bei Ebay“ seit vergangenem Herbst einen anderen Weg. Hier wurde eine Art „Zwischenplattform“ innerhalb der Ebay-Plattform eingerichtet, auf der sich die regionalen Einzelhändler Seiten einrichten und ihre Artikel online stellen können. Projektpartner sind die Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH, das eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein und natürlich Ebay.

Denn da sich die Grenzen zwischen Online- und Offline-Handel immer mehr auflösen, es für den mittelständischen Fachhandel aber schon aus finanziellen Gründen schwierig ist, neben dem stationären Geschäft noch einen Online-Shop aufzubauen, ergreifen immer mehr Kommunen schon im eigenen Interesse die Initiative, zentrale Plattformen

Deals

Mönchengladbach: Das Geschäftshaus in der Fußgängerzone Hindenburgstraße in Mönchengladbach wurde durch Vermittlung von **City Jung Essen** von einem Bestandhalter aus Hamburg an ein Family Office aus Nordrhein-Westfalen veräußert. Die Immobilie befindet sich gegenüber vom Einkaufszentrum „Minto“ und verfügt über ca. 800 qm Mietfläche und eine Grundstücksgröße von ca. 350 qm. Langfristiger Einzelhandelsmieter ist die Mode-Kette **Bestseller** mit ihren Marken **Vero Moda** und **Jack & Jones**. Zudem bietet das Objekt noch Büroflächen.



Handelsimmobilien Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 10

einzurichten. Wenn nämlich der örtliche Einzelhandel im Wettbewerb mit den Online-Händlern seine Existenz verliert, dann verlieren auch die Innenstädte.

Das Pilotprojekt in Mönchengladbach ist zunächst bis Mitte 2016 ausgelegt. Vorbereitet hatte sich die **Wirtschaftsförderung Mönchengladbach** (WFMG) gemeinsam mit dem **eWeb Research Center** der **Hochschule Niederrhein** im Rahmen eines Forschungsprojekts über die „Auswirkungen des Online-Handels auf Städte und Gemeinden in NRW am Beispiel der Stadt Mönchengladbach“. Eine der daraus resultierenden Handlungsempfehlungen für den innerstädtischen stationären Einzelhandel war es, zur Präsenz auf Online-Marktplätzen zu raten. Dabei war das Projekt-Team nach Analyse der



verschiedenen Marktplätze zum Ergebnis gekommen, dass Ebay für Händler und Konsumenten die meisten Vorteile bietet.

Seit vergangenen Herbst können die Kunden unter „www.mg-bei-ebay.de“ online auf die Angebote vieler Mönchengladbacher Händler zugreifen und die Artikel

Plattform eröffnet Zugang zu 17 Mio. Ebay-Kunden.

entweder im Laden abholen (Click & Collect) oder sich nach Hause liefern lassen. Über die Plattform „Mönchengladbach bei Ebay“ haben die örtlichen Einzelhändler damit faktisch auch Zugang zu den 17 Millionen Ebay-Kunden. Laut Wirtschaftsförderung erhielten die teilnehmenden Einzelhändler ein Startpaket aus einer Ebay-Startberatung und „bei Bedarf eine Toolunterstützung durch Inventorum, die ein iPad Kassensystem mit Ebay-Integration anbietet“.

Online-Umsatz nach 5 Monaten bei 2 Mio. Euro

Die Erfolge für die 74 Teilnehmer nach 5 Monaten Online-Präsenz können sich laut Wirtschaftsförderung sehen lassen. Die Online-Umsätze summierten sich auf über 2 Mio. Euro, nach etwa 1 Mio. Euro im Januar. Besonders imposant sei die neue Reichweite der teilnehmenden Einzelhändler, so die WFMG, denn zu den Käufern der bislang gut 53 000 online verkauften Artikeln gehörten Bürger aus über 70 Ländern. Aufmerksamkeit erregte das Pilotprojekt auch bei Handelsverbänden, der E-Commerce-Branche und anderen Kommunen im Land.

Nachahmer-Projekt nun auch in Italien

Und auch im Ausland. Denn am 6. April 2016 startete die italienische Stadt **L'Aquila** ihre lokale Handelsplattform nach dem Vorbild von „MG bei eBay“ mit dem Pendant „eBay adotta L'Aquila“ und einer klaren Struktur, zahlreichen inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften und mehr als 120 000 Produkten. Auch hier sei die Anbindung an die italienische Ebay-Handelsplattform ein Vorteil für Händler und Kunden gewesen, berichtet die Wirtschaftsförderung. „Mit ‚Mönchengladbach bei eBay‘ erhalten die lokalen Händler in Mönchengladbach die einmalige Chance, nicht nur kräftig vom boomenden Online-Handel zu profitieren, sondern auch ihren Kunden auf Dauer einen echten Mehrwert gegenüber anderen Plattformen bieten zu können“, so **Prof. Gerit Heinemann** von der Hochschule Niederrhein und dem eWeb Research Center. Es

Deals

Kintyre erhält zwei Dienstleistungsaufträge

Der Asset-Manager und Immobilieninvestor **Kintyre** mit Sitz in Frankfurt und Berlin ist von **MAS Real Estate** mit dem Asset- und Property-Management von 2 deutschen Einzelhandelsportfolios betraut worden. Dabei handelt es sich zum einen um ein von MAS für rd. 56 Mio. Euro von **Edeka** Minden-Hannover erworbenes Supermarktportfolio aus rd. 20 Immobilien in Nord- und Ostdeutschland. Kintyre hatte den Deal initiiert und das Transaktionsmanagement der Sale-and-Leaseback-Transaktion von der neuen Berliner Niederlassung aus übernommen. Die Anwaltskanzlei **Hogan Lovells** begleitete den Abschluss. Das andere Portfolio aus 3 Edeka-Märkten im hessischen Wiesbaden sowie im baden württembergischen Maulburg und Freudenstadt wurde von MAS für rd. 28,4 Mio. Euro von **KR Real Estate** gekauft. Kintyre hat auch diesen Verkauf als Transaktionsmanager begleitet.

+++++

Gräfelting: Die von der **Balandis Real Estate AG** verwaltete Fondsgesellschaft DLF 92/12 i. L. hat einen Lebensmittelmarkt in Brühl bei Mannheim an eine regionale Immobilienanlagegesellschaft verkauft. Die ca. 1 300 qm große, 1992 errichtete Immobilie in zentraler Lage ist an einen überregionalen Lebensmittelfilialist vermietet.



Handelsimmobilien

Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 11

sei nicht nur gelungen, den Frequenzrückgang in der City zu bremsen, auch die beteiligten Händler hätten mit überproportionalen Umsatzzuwächse profitiert.

Auch für **Peter Achten, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Nordrhein-Westfalen**, ist an dem Projekt „Mönchengladbach bei eBay“ interessant, „dass Kunden neben den üblichen Online-Bestell- und Versandwegen auch ganz bewusst in den Laden geführt werden können“. Dadurch werde der Standort Mönchengladbach gestärkt. Und der **Deutschlandchef** von Ebay, **Stephan Zoll**, begrüßt die Chance für sein Unternehmen, die „Plattform zur Stärkung des lokalen Einzelhandels anzubieten“. Zumal sich Ebay als Partner des gesamten Handels, d.h. auch des stationären Einzelhandels, sieht: „Bereits jetzt nutzen mehr als 400 gewerbliche Händler aus Mönchengladbach Ebay als Vertriebskanal.“

Nach dem aktuellen **Marktplatz-KIX** von **ECC Köln** und Ebay sind Händler, die bereits auf lokalen Onlinemarktplätzen vertreten sind, überwiegend zufrieden. Rund 64% machten demnach positive Erfahrungen mit der Umsetzung des Konzepts. Händler, die noch keine lokalen Onlinemarktplätze nutzen, finden das Angebot grundsätzlich interessant und mehr als die Hälfte kann sich vorstellen, künftig über lokale Onlinemarktplätze zu verkaufen, zumal der Zugang recht einfach ist. „Gerade für den mittelständischen Einzelhandel gilt es abzuwägen, welche Investitionen wirklich sinnvoll sind, bevor Geld in eine eigene kostenintensive IT-Infrastruktur und Online-Marketing gesteckt wird“, sagt **Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln**.

Deals

Offenburg: Die **Rituals Cosmetics Germany GmbH** aus Köln hat knapp 100 qm in der Hauptstraße 84 – 88 in Offenburg gemietet. Die Eröffnung ist im Sommer geplant. Vormieter war das Modelabel Gina Laura. Eigentümer ist ein institutioneller Investor.

BNP Paribas Real Estate vermittelte. Rituals ist europaweit die Nummer 1 für Home & Body Kosmetik. Zum Sortiment gehören u.a. Produkte für die Körper- und Gesichtspflege, edle Teesorten, Duftkerzen und Kleidung. Mittlerweile hat das 2000 gegründete Unternehmen aus Amsterdam weltweit 870 Geschäfte.



Handelsimmobilien Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 12

Personalien

Rewe Group

Vorstandschef erwartet härteren Wettbewerb

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nach einem Rekordergebnis im vergangenen Jahr erwischte die Rewe Group mit ihren Supermärkten auch 2016 wieder einen guten Start. 1,6 Mrd. Euro will das Unternehmen in diesem Jahr investieren und dabei vor allem organisch wachsen.

Am liebsten wäre **Rewe-Chef Alain Caparros** schon nach der jüngsten Pressekonferenz in den Ruhestand gewechselt. Denn nach seinen Worten erzielte Deutschlands zweitgrößter Lebensmittel-Anbieter unter Berücksichtigung von außerordentlichen Ergebniseffekten in früheren Jahren und bereinigt um die Aufwendungen für Rewe Digital „das beste operative Ergebnis in der Firmengeschichte“. Für ihn ein guter Zeitpunkt aufzuhören. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebita) stieg 2015 um 12% von 524 Mio. auf 587 Mio. Euro, das Ebitda (inkl. Firmenwertabschreibungen) um 9,5% von



Foto: Rewe

1,35 Mrd. auf 1,48 Mrd. Euro und der Jahresüberschuss im Rewe-Konzern um 22% auf 383 Mio. Euro. Gleichzeitig sank die Nettofinanzverschuldung ohne Finanzleasing nach den Worten von **Rewe-Finanzvorstand Christian Mielsch** um 33 Mio. auf 397 Mio. Euro und das Eigenkapital erhöhte sich auf 5,5 Mrd. Euro, womit die Eigenkapitalquote einen Wert von 31,3% erreichte. Und das, obwohl das Unternehmen im vergangenen Jahr 1,3 Mrd. Euro unter anderem in die Eröffnung neuer und die Modernisierung alter Märkte investiert hat. In den vergangenen 5 Jahren hat das Handelsunternehmen laut Caparros 7 Mrd. Euro investiert.

Grundlage der Profitabilität war in den vergangenen Jahren die Kombination aus Konsolidierung, Modernisierung, Expansion und Innovation, wie Mielsch bei Vorlage der vorläufigen Zahlen betonte. Dazu gehörte zweifellos an vorderster Front die Modernisierung und Aufwertung der Supermärkte, die 2015 mit einem Umsatzplus von 5,5% (inkl. selbstständige Kaufleute) „einmal mehr deutlich stärker gewachsen sind als die Branche“, wie Caparros gestützt auf **GfK** berichtet. Und zwar sowohl in Deutschland als auch in Österreich, wo Rewe vor allem mit der Marke **Billa** vertreten ist.

Dazu gehört zweifellos auch der Vorstoß mit dem innovativen Convenience-Konzept „**Rewe to go**“ in die 1A-Lagen deutscher Städte und an Verkehrsknotenpunkte wie Bahnhöfe, wo die Mischung aus kleinem Lebensmittel-Sortiment und Fertig-Gerichten gut ankommt. Jüngster Erfolg dieser Sparte ist nach Caparros Worten der Vertrag mit der Mineralölgesellschaft **Aral**, die in den nächsten Jahren in ihren Tankstellen insgesamt 1 000 „Rewe to-Go“-Läden eröffnen will. Dabei fungieren die Tankstellen als Betreiber des Konzepts und Rewe übernimmt als Großhändler die Belieferung.

Derzeit hat Rewe 10 eigene „To go“-Läden, darunter einen in der Hohe Straße und im Hauptbahnhof in Köln sowie in der Schadowstraße in Düsseldorf. Geplant sind weitere 4 Shops und bis Ende 2016 sollen es - auch durch die Kooperation mit Aral - schon 60

BNPPRE stärkt das Retail-Team in Hamburg

Das Retail Vermietungsteam von **BNP Paribas Real Estate** in **Hamburg**

wird seit 1. März von **Sinje Swala Buschmann** (46) geleitet. Als **Director Retail Advisory** wird sie gemeinsam mit ihrem Team in erster Linie für die Eigentümer- und Mieterkontakte in den Top-Lagen der Hansestadt sowie für Schleswig Holstein, Niedersachsen und Bremen verantwortlich sein. Die Volljuristin und Certified Shopping Center Managerin (ebs/GCSC) ist seit März 2014 bei BNPPRE tätig, zuletzt als Associate Director in der regionalen Retail-Abteilung. Buschmann ist seit über 15 Jahren als Beraterin für den Einzelhandelsbereich tätig. Zuvor war sie bei **Lührmann, Comfort** sowie **Grossmann & Berger**.



+++++

RFR erweitert die Geschäftsführung

Seit 1. April 2016 ist **Steffen Ricken** (45) in die Geschäftsführung der **RFR Management GmbH**, Frankfurt/M. eingetreten. Neben **Dr. Alexander Koblicsek** wird er u. a. die Verantwortung für das zukünftige Wachstum der RFR-Gruppe übernehmen. Zuletzt war Ricken CEO der **TRIUVA Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH**.



Handelsimmobilien

Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 13

sein. Durch den Deal mit Aral könne Rewe durchaus ausgleichen, dass das Unternehmen bei der Übernahme von **Kaiser's Tengelmann** zweiter Sieger war, so der Vorstandschef. Bei seiner Beschwerde gegen die von **Wirtschaftsminister Gabriel** unter Auflagen erteilte Ministererlaubnis für die Übernahme von Supermarkt-Kette durch **Edeka** setzt der Rewe-Chef jetzt auf das **Oberlandesgericht Düsseldorf** und hofft, dass sich die Hartnäckigkeit des Unternehmens auszahlt.

Als innovative Antwort auf die Digitalisierung engagiert sich die **Rewe Group** auch im Online-Handel und setzt auf Belieferung, wobei hier der Nutzen für das stationäre Geschäft im Vordergrund steht, wie Caparros betont. Der Online-Handel mit Lebensmitteln, der bundesweit bislang einen Umsatzanteil von 0,8% erreicht - soll kein Selbstzweck sein. Laut Mielsch gibt es einen Rewe-Lieferservice - auch für Same-Day Delivery - bislang in 75 Städten, darunter in Berlin, Hamburg, Frankfurt, München sowie Düsseldorf und Umgebung. Bislang liegt der Anteil des Online-Umsatzes bei Rewe in etwa auf deutschem Niveau. Mielsch geht aber davon aus, dass auch in Deutschland der Online-Anteil mit Lebensmitteln eine Größenordnung wie in Frankreich oder Großbritannien erreichen kann. Mit seiner bis jetzt aufgebauten Lieferstruktur erreicht das Unternehmen rechnerisch etwa 30 Mio. Bundesbürger.

Dass Caparros - ungeachtet der guten Zahlen für 2015 - bis zum Ende seiner Vertragslaufzeit Ende 2018 weitermachen wird, begründet er damit, dass auch für Franzosen Zuverlässigkeit eine sehr wichtige Tugend ist. Sein Nachfolger soll, wie er weiter mit-

Deals

München: Das internationale Damenmode-Label **BCBG** präsentiert seine Kollektionen jetzt auf 200 qm im Shopping-Center **Fünf Höfe** an der Theaterstraße. Durch Vermittlung der **Realkon Immobilien GmbH** wurde mit dem Eigentümer, einem institutionellen Investor, ein langfristiger Mietvertrag abgeschlossen. Vormieter war Brigitte von Boch. BCBG hatte sein Geschäft zuvor in der Maximilianstraße. Hier hat sich das französische Designerlabel Christian Louboutin mit seinen edlen Schuhkollektionen angesiedelt. Diesen Mietvertrag hatte Realkon gleichfalls vermittelt.

BBE



Handelsimmobilien Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 14

Unternehmens News

teile, im zweiten Halbjahr 2017 bekannt gegeben werden. Für sich selbst sieht er nun noch die herausfordernde Aufgabe, bei den nächsten beiden Jahrespressekonferenzen mit weiteren Rekordergebnissen aufwarten zu müssen.

Leicht wird das nach seiner Einschätzung nicht, da Discounter wie **Aldi** und **Lidl** in den nächsten Jahren versuchen werden, ihren aktuell stagnierenden Marktanteil wieder auszubauen, indem sie ihre Sortimente kontinuierlich ausweiten und zu Vollversorgern werden. Damit sind sie zwar noch keine Vollsortimenter, doch werden die die Super-

Aus Zeil Galerie wird die Upper Zeil

Ein Neubau soll die **Zeil-galerie** an der Frankfurter Zeil ersetzen. Mitte März 2016 hat die Stadt Frankfurt den Eigentümern die Genehmigung erteilt, das Objekt zu entkernen, teilweise zurückzubauen und als Geschäftshaus in der Flucht zwischen **Galeria Kaufhof** und dem Einkaufszentrum My Zeil neu auszurichten. Geplant sind 4 Läden, die sich im Regelfall vom 1. Untergeschoss bis zum 1. Obergeschoss erstrecken. Der von **KSP Jürgen Engel Architekten GmbH**, Frankfurt, geplante elegante Neubau wird sich als eigenständiges Gebäude unter dem neuen



Lieferservice in 75 Städten. Foto: Rewe Group

märkte unter wachsenden Konkurrenzdruck setzen.

Der Start der Rewe-Supermärkte ins Jahr 2016 ist mit einem Umsatzwachstum von 5,5% bis Ende März jedoch gut gelungen. Auch der Discounter **Penny** verzeichnete nach Unternehmensangaben im 1. Quartal ein Wachstum von 3,5%, nach einem Plus von 2,8% auf 7 Mrd. Euro 2015. Laut Mielsch hat der Discounter - ein Jahr früher als geplant - nach der Umstrukturierung den Turnaround geschafft.

Wie hoch genau das Ergebnis ausgefallen ist, wollte das Unternehmen aber nicht näher beziffern. Nur so viel: Gemeinsam mit Penny International in den Ländern Italien, Österreich, Ungarn, Tschechien und Rumänien mit einem Umsatzplus von 4,2% auf 4,1 Mrd. Euro erzielte die gesamte Discount-Sparte ein positives Ergebnis.

Die Sparte **Rewe Vollsortiment National**, die neben den deutschen Rewe-Supermärkten noch die großflächigen Toom-Verbrauchermärkte umfasst, erzielte 2015 ein Plus von 4,4% auf 17,7 Mrd. Euro. Mit einem Anteil von 40% am Gesamtumsatz ist dies das wichtigste Geschäftsfeld der Gruppe. Die Sparte Vollsortiment **International** mit den Marken **Billa**, **Bipa**, **Merkur** und **Adeg** in Österreich, Tschechien, Slowakei, Russland, Kroatien, Ukraine und Bulgarien erzielte ein Umsatzwachstum von 2,8% auf 8,4 Mrd. Euro. Insgesamt erzielt Rewe 69% des Konzernumsatzes in Deutschland und 31% in 18 europäischen Ländern.

Die Tochter **DER Touristik** wuchs 2015 unter anteiliger Berücksichtigung der Übernahme des Schweizer Reiseveranstalters **Kuoni** im vergangenen September um 5,4% auf 10 Mrd. Euro. Zwar sei auch ohne die Akquisition ein solides Wachstum erzielt worden, doch räumt Mielsch ein, dass die Rahmenbedingungen für die Branche nicht einfach sind. Die Baumarktsparte mit den Marken **Toom** und der Discount-Schiene **B1 Discount Markt** legte um 1,1% auf 2,1 Mrd. Euro zu.

Insgesamt erzielte die Rewe Group, die auch die etwa 1 300 selbstständigen Kaufleute umfasst, nach Unternehmensangaben einen Umsatz von 52,4 Mrd. Euro (+3,7%). Der Konzernumsatz (ohne selbstständige Kaufleute, At-Equity-Gesellschaften und Beteiligungen) stieg um 4,1% auf 43,7 Mrd. Euro. 2016 will das Unternehmen 1,6 Mrd. Euro investieren und laut Caparros den Fokus auf organische Expansion - auch in Mittel- und Osteuropa -, die kontinuierliche Steigerung der Flächenleistung und die Verbesserung der Produktivität richten.



Namen **Upper Zeil** präsentieren. Die Bauarbeiten sollen nach Auszug der letzten Mieter im 2. Quartal 2016 mit der Entkernung und dem Rückbau der 1992 errichteten Zeilgalerie beginnen. Nach den Plänen der Bauherren **RFR** und **DC Values** soll das neue Gebäude nach etwa 2 Jahren Bauzeit im Jahr 2018 fertig werden. Rund 14 800 qm Mietfläche wird das neue Gebäude umfassen. Im Erdgeschoss werden vier Einzelhandelsläden künftig unmittelbar von der Zeil aus zugänglich sein.



Handelsimmobilien *Report Nr.219*

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 15

Hahn Gruppe

Unternehmen zahlt wieder eine Dividende

rv DÜSSELDORF: *Der Optimismus, mit dem die Hahn Gruppe aus Bergisch Gladbach auf das Geschäftsjahr 2015 blickte, hat sich bestätigt. Ein Konzernergebnis von 3 bis 4 Mio. Euro hatte Vorstandschef Michael Hahn erwartet, 4,9 Mio. Euro konnte er letztendlich präsentieren - nach 2,4 Mio. Euro 2014. Besonders erfreulich war aus seiner Sicht, dass jeder Geschäftsbereich signifikant zum Konzernergebnis beigetragen hat. Mit Blick auf die niedrigen Zinsen für alternative Investments erwartet er auch 2016 eine hohe Nachfrage nach den Produkten des Unternehmens.*

So geht der Spezialist für großflächige Einzelhandelsimmobilien im Fachmarktsegment, **Hahn Gruppe**, derzeit davon aus, dass mit institutionellen Kunden 2016 Neuinvestitionen im Volumen von etwa 190 Mio. Euro erreicht werden und im Privatkundengeschäft mindestens 2 Publikums-AIF mit einem Investitionsvolumen von zusammen 50 Mio. Euro aufgelegt und platziert werden können.

Der erfolgreiche Luxemburger Fonds **HAHN FCP-FIS German Retail Fund** ist laut **Vorstandschef Michael Hahn** seit Anfang des Jahres voll investiert. Mit einem Investitionsvolumen von rund 640 Mio. Euro sei dies der größte institutionelle Immobilienfonds für großflächige deutsche Handelsimmobilien am Markt. An diesen Erfolg will das Unternehmen anknüpfen und mit Blick auf den großen Investitionsbedarf vo-

Deals

Völkel vermietet mehr als 86 000 qm

Die **Völkel-Company-Gruppe** hat 2015 Mietverträge über 86 000 qm für das Portfolio aus etwa 170 Objekte, darunter 7 Shopping-Center und mehrere Fachmarkt-Center neu abgeschlossen bzw. verlängert. Auf Retail entfallen 37%, Sonstiges Gewerbe 31%, Büro 16% und Logistik 14%. Laut **Geschäftsführer Rüdiger Hampe** war im Retail-Bereich vor allem bei Flächen bis 500 qm die Nachfrage gut. Die Dauer von der Ansprache der Mietinteressenten bis zum Abschluss habe aber zugenommen.



Handelsimmobilien Report Nr.219

VOM 15.04.16

Cities & Center & Developments

Seite 16

raussichtlich im 2. Quartal 2016 einen Nachfolgefonds auflegen. Anders als der HAHN FCP soll es sich dieses Mal um ein deutsches Fondsvehikel handeln. Zurückgreifen kann die Hahn Gruppe dafür auf ihre Tochter **DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH**, die eine BaFin-Lizenz für die Auflage von geschlossenen und offenen so genannte Spezial-AIF hat.

Nach den Worten von **Hahn-Vorstand Thomas Kuhlmann** werden die geplanten Neuinvestitionen die Grundlage für den Ausbau des verwalteten Vermögens und die Fortsetzung des Wachstumskurses sein - und letztlich für steigende Erträge aus dem



Baumarkt des Pluswertfonds 164. Foto: Hahn

Fonds- und Immobilien-Management. Um den Wachstumskurs in Zukunft abzusichern, ist eine fortlaufende Optimierung der Organisation und der Prozessabläufe geplant. Ziel ist es, „schnell, effizient und qualitätsorientiert“ am Markt zu agieren. Denn die Konkurrenz um Übernahme-Objekte ist groß. Beim Blick auf die Ertragslage in diesem Jahr bleibt die Hahn Gruppe vorsichtig

und prognostiziert - wie im vergangenen Jahr - wieder ein Ergebnis nach Steuern in der Bandbreite von 3,0 bis 4,0 Mio. Euro.

Von der günstigen Entwicklung im Jahr 2015 sollen auch die Aktionäre profitieren. So schreibt das Unternehmen in seinem Jahresbericht: „Die guten finanziellen Eckdaten haben den Vorstand und den Aufsichtsrat der Hahn AG dazu bewogen, der Hauptversammlung eine Wiederaufnahme der Dividendenzahlung vorzuschlagen und mit 0,25 Euro je Stückaktie einen Teil des Bilanzgewinns auszuschütten.“ Die Ausschüttungsquote liegt damit bei 67% und berücksichtigt positive Sondereffekte in der HGB-Bilanz. In den nächsten Jahren soll die Ausschüttungsquote niedriger sein.

Im Vorjahr konnte die Hahn Gruppe 2 Publikumsfonds platzieren und das Immobilienvermögen der institutionellen Fonds deutlich ausbauen. Insgesamt stieg das verwaltete Immobilienvermögen auf etwa 2,45 Mrd. Euro, die Zahl der privaten Anleger erhöhte sich im Zuge der Neuemissionen im Privatkundenbereich von 3 676 auf 3 787. Das Immobilien-Transaktionsvolumen stieg von 242 Mio. auf 360 Mio. Euro.

Durch die Veräußerung und Vermittlung von Immobilien für institutionelle Vehikel sowie die Konzeption und Platzierung von Investments im Privatkundenbereich erzielte das Unternehmen Erträge von 4,4 Mio. Euro - nach 3,2 Mio. Euro 2014. Der Umsatz aus Management-Gebühren ging zwar von 13,3 Mio. Euro (2014) auf 12,7 Mio. Euro zurück, da die einmaligen Asset-Managementgebühren rückläufig waren, doch entwickelten sich die wiederkehrenden Managementgebühren im Fonds-, Portfolio- und Property-Management positiv. Der Rohertrag legte von 19,1 Mio. auf 23,1 Mio. Euro zu. Aber auch der Personalaufwand im Konzern erhöhte sich im Zuge des Wachstums und des damit verbundenen Personalaufbaus um 8,6% auf 7,6 Mio. Euro.

Das **Ergebnis vor Ertragsteuern** (Ebt) stieg von 2,9 Mio. auf 5,8 Mio. Euro und das Konzernergebnis nach Steuern lag mit 4,9 Mio. Euro deutlich über Vorjahr mit 2,4 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich damit von 0,18 Euro auf 0,38 Euro. Insbe-

Deals

BMO erwirbt Coin Excelsior in Rom

BMO Real Estate Partners hat für das Portfolio des pan-europäischen Immobilienfonds **Best Value Europe I** die Immobilie des Luxus Warenhauses **Coin Excelsior** in Rom in der Via Cola Di Rienzo, einer der wichtigsten Einkaufsstraßen, erworben. Die Mietfläche beträgt 7 246 qm auf 3 Etagen. Verkäufer ist ein Konsortium aus lokalen, privaten Investoren. BMO wurde von **MF Studio Legale** und **MF Real Estate** beraten. Der **Best Value Europe I** investiert in hochwertige Handelsimmobilien in den Premium-Haupteinkaufsstraßen bedeutender europäischer Städte und richtet sich an institutionelle Investoren. Das Eigenkapitalvolumen beträgt 350 Mio. Euro. Die Immobilie in Rom ist die 4. für das Portfolio des im Oktober 2015 aufgelegten Fonds. Zuvor wurden Objekte in Paris und Barcelona erworben.

+++++

Mönchengladbach: Engel & Völkers Commercial Mönchengladbach hat ein Wohn- und Geschäftshaus in Grefrath-Oedt an einen regionalen Projektentwickler und Bauunternehmer vermittelt. Die Mietfläche von ca. 825 qm verteilt sich auf eine Wohnfläche von ca. 140 qm, eine ca. 460 qm große Verkaufsfläche und auf 2 Lagerflächen mit einer Gesamtfläche von ca. 225 qm. Verkäufer ist ein privater Bestandshalter.



Handelsimmobilien Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 17

Stadt News

sondere die gute Ertragslage ließ das Eigenkapital zum 31.12.2015 um etwa 15% auf 40,5 Mio. Euro steigen. In Verbindung mit der Bilanzverkürzung erhöhte sich die Eigenkapitalquote von 34 auf 44,7%.

Digitalisierung im Einzelhandel

Der stationäre Handel kann vom eCommerce lernen

rv DÜSSELDORF: Die Digitalisierung des Kaufprozesses revolutioniert den Einzelhandel seit Jahren. Viel Umsatz ist bereits vom stationären Handel ins Internet abgewandert und die Erfahrungen zeigen, dass sich die stationären Händler am besten behaupten können, die beide Welten gut miteinander verknüpfen. Vorteil der Internet-Präsenz: Es gibt hier mehr Daten über den Kunden als im stationären Einzelhandel. Das kann sich letztlich auch der stationäre Handel zunutze machen.

So lernten die Gründer der im Modehandel aktiven **Phizzard GmbH, Peer Hohn** und **Stefan Voß**, beim Aufbau ihres Unternehmens, wie stationäre Händler die eCommerce-Methoden für die Umsatzsteigerung im physischen Laden nutzen können. Im Zentrum ihrer Suche nach den Einflussfaktoren für den Erfolg im Einzelhandel stand



Mehr Komfort bei der Anprobe.

Foto: Phizzard

das Thema „Retouren-Quote“, die im Online-Handel maßgeblich darüber entscheidet, ob das Unternehmen Geld verdient, oder Verluste macht. Denn das Neuverpacken zurückgeschickter Ware ist arbeitsintensiv und damit teuer. Die Analyse der Rücksendegründe ergab eine einfache Ursache: Ob ein Kunde den Artikel behält oder zurückschickt, hängt primär davon ab, wie gut ihm der Artikel passt. Das zu wissen, ist für den stationären Einzelhandel zwar auch wichtig, doch kann er das nicht überprüfen, da der Kunde die Ware im Geschäft anprobiert und den Artikel zurückhängt, wenn er nicht passt. Der Händler kann die Gründe nicht in Erfahrung bringen.

Entscheidend für die Phizzard-Gründer war es deshalb, Ansätze zu finden, um die Passgenauigkeit der Artikel festzustellen. So wurden Produkte identifiziert, die den meisten Kunden nicht passten. Und dann gab es wieder Modelle, die ganz spezifischen Kunden passten. „Das war seinerzeit für uns der Auslöser, einen Algorithmus zu entwickeln, um vorherzusagen, welchen Kunden welche Artikel passen würden“, schreiben die Autoren in dem Buch **Innovationen im Einzelhandel - Seamless Shoppen erfolgreich umsetzen**, das von **Uwe Seidel, geschäftsführender Gesellschafter** der **Dr. Lademann & Partner Unternehmensberatung**, herausgegeben wurde. Dabei wurde den Gründern im Laufe der Zeit immer bewusster, „dass stationäre Händler deutlich weniger über die Erfolgsfaktoren ihres Geschäfts wissen, als es im Online-Handel allgemein üblich ist“. Denn Antworten auf die Frage, warum einige Artikel gekauft werden und andere nicht, ist für den Händler von elementarer Bedeutung. Gründe können

City Center Bingen Mitte März eröffnet

Nach rd. 18 monatiger Bauzeit wurde die neue Shopping-Mall **City Center**



Bingen auf dem Gelände des ehemaligen Hertie-Hauses am 17. März in der Innenstadt eröffnet. Das moderne Erscheinungsbild aus Aluminium, Stahl und Glas erinnert nicht mehr an das ehemalige Warenhaus, das lange Jahre leer stand. Parallel zu den Hochbauarbeiten hat die Stadt Bingen mit der Neugestaltung der Fußgängerzone und dem Platz vor dem City Center begonnen, um mehr Aufenthaltsqualität zu schaffen. Die neue Shopping Mall bietet auf gut 8 400 qm Fläche eine Vielzahl neuer Highlights. Neben **Rewe, Müller, Intersport** und **Olymp & Hades** runden **Görtz, mister*lady, Esprit, Favors!** und **Apollo** das vielfältige Angebot ab. Zudem gibt es 220 öffentlichen Parkplätze in der eigenen Tiefgarage.

+++++

Dortmund: Das Modehaus **Weingarten** hat ca. 1 900 qm auf 4 Ebenen im Ostenhellweg 33 in Dortmund langfristig gemietet. Mietbeginn ist im September 2016. **City Jung** vermittelte.



Handelsimmobilien *Report Nr.219*

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 18

Unternehmens News

Prelios plant Fonds für Retail Assets

Prelios plant die Auflage des „**Prelios German Retail Property Fund**“ mit einem Zielvolumen von etwa 280 Mio. Euro für institutionelle Investoren. Die Fremdkapitalquote soll maximal 35 bis 40% betragen. Der geschlossene Fonds nach Luxemburger Recht wird eine „Core+“-Investment Strategie verfolgen. Er hat inner- und außerstädtische Shopping Center, Fachmarktzentren, Kaufhäuser und High-Street-Einzelhandelsimmobilien mit einem Objektvolumen ab 20 Mio. Euro in westdeutschen Städten mit einem Einzugsgebiet von mindestens 100 000 Personen und Berlin im Fokus. Eine Genehmigung des Fonds durch die Luxemburger Finanzaufsicht soll Mitte 2016 vorliegen. Anfang 2017 ist der operative Start des Fonds geplant. Der Schwerpunkt liegt auf gering performenden Einzelhandelsimmobilien, bei denen das wirtschaftliche Potenzial nicht ausgeschöpft ist.

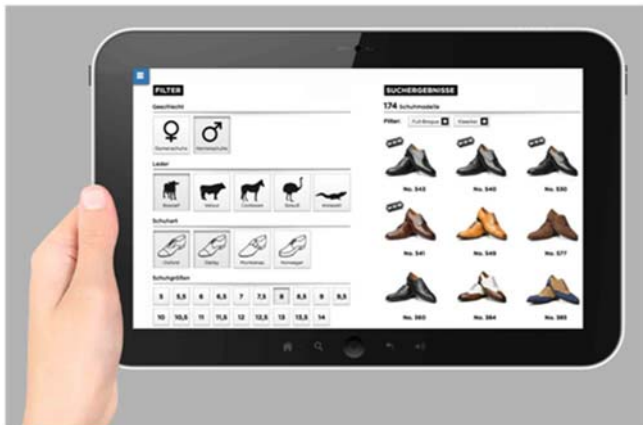
Deals

Berlin: **Le Labo** hat im April seinen ersten deutschen Store mit ca. 96 qm Einzelhandelsfläche in der Alten Schönhauser Straße 26 in Berlin-Mitte eröffnet. **Engel & Völkers Commercial** in Berlin vermittelte. Der Kosmetikkonzern **Estée Lauder** betritt mit dem Konzept **Le Labo** erstmals den deutschen Markt.

der nicht passende Preis sein, das Aussehen oder das Design, die Passform oder mangelnder Service. Interessant für die Außendarstellung ist auch eine Antwort auf die Frage, wie die Schaufenstergestaltung und die Werbung bei den Kunden ankommen und die Präsentation der Produkte auf der Fläche.

Durch die Online-Konkurrenz sahen nach einer Studie des **EHI Retail Institutes** zwar 63% der befragten Einzelhändler Omni-Channel als wichtigsten technologischen Trend des Jahres 2015, doch gaben nur 40% an, dass die Integration beider Absatzwege auf einem guten Weg sei. Allerdings werden immer noch 80% der Umsätze mit Bekleidung im physischen Laden erzielt. Und eine Studie des **Instituts Ibi Research** von der **Uni Regensburg** sieht den Online-Anteil bis 2018 bei maximal 25%.

Aus Sicht der Autoren lässt sich das Shopping-Erlebnis im physischen Einzelhandel



Zusatzangebote per Tablet.

Foto: Phizzard

viel besser inszenieren als im Online-Shop, der nur mit visuellen Sinnesreizen punkten kann und mit Kunden konfrontiert ist, die sehr preissensibel und wenig loyal sind. Deshalb konzidieren sie dem stationären Handel, auch künftig der wichtigste Vertriebskanal zu sein. Aus der Tatsache, dass der Handel vor Ort der einzige Absatzweg mit direktem Kundenkontakt ist, hat die Branche

aus Sicht der Autoren bislang aber zu wenig gemacht oder machen können.

Dabei geht es im Sinne der Convenience (Bequemlichkeit) beispielsweise um Erleichterungen bei der Anprobe in der Kabine, dem An- und Ausziehen und der erneuten Suche nach der passenden Größe. Frustration kann nämlich dazu führen, dass der Kunde den Kaufprozess abbricht. Digitale Lösungen wie die „interaktive Anprobe“ helfen bei der schnellen Suche des passenden Artikels. Das geht so: Der Kunde scannt den Barcode des anprobierten Artikels ein, gibt an, ob er zu klein oder zu groß ist und kann dann sehen, in welcher Größe der Artikel noch vorhanden ist und welche ähnliche Artikel womöglich besser passen würden.

Sobald der Kunde auf dem Touchscreen einen Artikel auswählt, erhält ein Verkäufer eine Nachricht und bringt das gewünschte Kleidungsstück in die Kabine. Nach Erfahrung der Autoren wissen die Kunden den Bringservice und das Empfehlen von Artikeln sehr zu schätzen. Das bestätigt auch eine Studie von **Roland Berger**, wonach 67% von 5 000 befragten Kunden im Modehandel mehr Service an der Kabine und Beratungsqualität wünschen. Geschätzt werden auch Outfit-Vorschläge.

Beim Einsatz der Technik geht es für den stationären Einzelhandel darum, die Zahl der Bons - durch mehr Kunden oder häufigere Käufe - und den Durchschnitts-Bon zu erhöhen. So ermöglicht die Interaktion mit dem Touchscreen, dem Kunden zusätzliche Produktempfehlungen - über Cross- und Up-Sellings - zu geben. Im Online-Handel ist das bereits Standard. Technische Unterstützung gibt es auch für das Verkaufspersonal, dem beispielsweise auf Tablets Produktempfehlungen angezeigt werden.



Handelsimmobilien Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 19

Unternehmens
News

Decathlon 2016 auf Expansionskurs

Der französische Sportartikelanbieter **Decathlon**



will expandieren. Nach den neuen Filialen in München, Stuttgart und Berlin-Schöneeweide sind 2016 weitere Eröffnungen geplant: Im Mai eröffnen 2 in Lübeck und Landshut-Ergolding. In Kaiserslautern will Decathlon Mitte des Jahres, in Hamburg im Herbst und in Ingolstadt sowie in der Schlossstraße in Berlin zum Jahresende eröffnen. Im nächsten Jahr folgt eine Filiale in Wuppertal. Das Motto „Sport for all – all for Sport“ ist nach den Worten von **Geschäftsführer Stéphane Montini** kein leerer Slogan, sondern gelebte Philosophie: „Sport ist ein wahres Erlebnis – daher möchten wir unsere Freude am Sport mit anderen teilen. Um noch näher bei den Kunden zu sein, sollen in Deutschland weitere Filialen folgen und eCommerce gestärkt werden.“

Deals

Hamburg: Ein Privatinvestor hat eine Anlageimmobilie mit 12 Wohneinheiten und 3 Gewerbeeinheiten mit einer Gesamtnutzfläche von ca. 777 qm in Barmbek-Nord erworben. Verkäufer ist ein institutioneller Investor. **Engel & Völkers** Commercial Hamburg vermittelte.

Um die Zahl der Bons - sprich der Käufe - zu erhöhen, ist es aus Sicht der Autoren notwendig, die Frequenz im Laden und die Conversion Rate, das Verhältnis von Store-Besuchern zum Bon, zu erhöhen. „Eine Veränderung der Besucherquote wird im Wesentlichen von der Schaufenstergestaltung und den Marketingkampagnen beeinflusst“, schreiben Hohn und Voß. Die Attraktivität des Warenangebots lässt sich an der Zahl der Anproben ablesen. Je mehr Anproben, umso attraktiver das Sortiment. An dieser Stelle müssten Modehändler dafür sorgen, dass der Kunde mindestens einen passenden Artikel findet. Denn wenn er nach zweimaliger Anprobe nichts gefunden habe, verlasse er den Laden, ohne etwas zu kaufen.

Wenn der Kunde nichts kauft, obwohl er einen passenden Artikel gefunden hat, kann ihm der Preis zu hoch sein. Preisvergleiche mit den Wettbewerbern sind deshalb empfehlenswert. Oder die Warteschlange an den Kassen war ihm zu lang. Aus den Erfahrungen mit ihrem Start-up Phizzard, das digitale Lösungen für den stationären Einzelhandel anbietet, wissen die Gründer, dass sich ein grundsätzliches Rezept ableiten lässt: „Methoden, die sich im eCommerce bewährt haben, lassen sich auch im stationären Handel anwenden und übertragen. Vorausgesetzt, man berücksichtigt die Besonderheiten und Anforderungen im stationären Umfeld.“

Einzelhandelskonjunktur

Handelsverband sucht Allianz mit den Kommunen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Deutschlands Händler blicken optimistisch ins Jahr 2016. So optimistisch war die Branche seit 5 Jahren nicht mehr, bevor im Sommer 2010 die Griechenlandkrise ausbrach und vielen Marktteilnehmern klar wurde, dass die Lage für den Euro kritisch werden könnte. Doch nachdem der Einzelhandel 2015 ein Wachstum von 3,1% erzielte, prognostiziert der HDE für 2016 ein Plus von nominal 2,0 und real 1,5%. Allerdings zeichnen sich für die Branche auch einige Strukturprobleme ab.

Insgesamt erwarten 44% der vom **Handelsverband Deutschland** (HDE) befragten 800 Handelsunternehmen in diesem Jahr einen höheren Umsatz als 2015, weitere 32%



Bild: Comfort

rechnen mit Stagnation, aber 25% befürchten auch einen Umsatzrückgang. Nach den Worten von **Hautgeschäftsführer Stefan Genth** bei der Frühjahrspressekonferenz in Düsseldorf lag der Anteil der optimistisch gestimmten Einzelhändler in früheren Jahren

aber nur bei 31 bis 38%. Noch mehr Optimismus findet sich, wenn man die Multichannel-Händler befragt. Hier erwarten 69% höhere Umsätze und 26% genauso hohe Erlöse wie im Vorjahr. Nur 5% rechnen mit einem Rückgang.

Angesichts der Tatsache, dass der Einzelhandelsverband für den Online-Handel 2016



Handelsimmobilien

Report Nr.219

Cities & Center & Developments

VOM 15.04.16

Seite 20

Unternehmens News

ein Umsatzwachstum von 11% auf 46,3 Mrd. Euro voraussagt, ist davon auszugehen, dass auch die Multichannel-Händler ihr Stück vom wachsenden Kuchen abbekommen werden. Von Januar bis Februar erzielte der Einzelhandel ein Umsatzwachstum von 2,8%. Aufgeschlüsselt nach den beiden Vertriebswegen „stationär“ und „online“ entfällt nach den Worten von Stefan Genth jeweils etwa die Hälfte des für 2016 erwarteten Umsatzwachstums von nominal 2% oder gut 9 Mrd. Euro auf den Online und den stationären Handel. Insgesamt soll der Umsatz 2016 von 472,4 Mrd. auf 481,8 Mrd. Euro steigen. Besonders optimistisch ist der Lebensmittelhandel. Hier gehen 58% von weiterem Wachstum aus. Auch der Möbelhandel setzt darauf, dass sich die Bundesbürger mit Blick auf die niedrigen Zinsen mehr langfristige Anschaffungen leisten. 53% erwarten höhere Umsätze. Im Schuh- und Bekleidungshandel glauben 42% und im Markt für elektronische Ereignisse 36% an höhere Erlöse.

Ungetrübt ist der Blick des Einzelhandels in die Zukunft allerdings nicht. Was viele stationäre Händler umtreibt, ist der Attraktivitätsverlust vieler Innenstädte und der seit 2 Jahren beobachtete Frequenzrückgang nicht nur in den kleinen, sondern auch in den Hauptgeschäftslagen der Großstädte. 74% der befragten Händler beobachten das in ihrem Umfeld. Zwar ist der Umsatz nicht im gleichen Maße zurückgegangen, doch bedeutet weniger Frequenz laut Genth auch weniger Impulskäufe für den stationären Einzelhandel. Über alle Einzelhandelslagen hinweg beobachteten 58% der Händler eine sinkende Frequenz.

Es ist aber nicht nur der wachsende Online-Handel, der nach seinen Worten diese Veränderung heraufbeschwört, es sind viele Faktoren, die zusammen kommen. So muss heute in den Innenstädten der Angebotsmix stimmen, wozu laut Genth auch Breitbandkabel und die digitale Vernetzung der City gehören, die es auch dem stationären Einzelhandel erlaubt, im Verkaufsraum mehr Technik einzusetzen.

Vor diesem Hintergrund fordert der Hauptgeschäftsführer an die Adresse der Politik gerichtet eine neue „Allianz für die Innenstadt“. Der HDE hat deshalb zusammen mit dem **Städte- und Gemeindebund** eine entsprechende Initiative ins Leben gerufen. Die erste Veranstaltung, zu der 100 kommunale Vertreter - darunter Wirtschaftsförderer und Mitarbeiter aus Planungsämtern - fand am 13. April in Hannover statt. Laut Genth sollen in allen Bundesländern Veranstaltungen ausgerichtet werden: Der Druck sei so hoch, dass man nicht weitere Jahre abwarten könne.

Dabei liegen aus Sicht des Verbands noch viele Themen auf dem Tisch, die gemeinsam bewältigt werden müssen. Wenn der Einzelhandel eine große Bereitschaft zeigt, in seine Läden und in die digitalen Prozesse zu investieren, dann ist es aus Genth's Sicht auch wichtig, dass die Kommunen in den öffentlichen Raum investieren, um das Umfeld des Einzelhandels aufzuwerten. Der Öffentliche Investitionsstau in Deutschland sei unübersehbar. Ein weiteres Anliegen ist die gute Erreichbarkeit der Innenstädte mit dem ÖPNV genauso wie mit dem Pkw oder dem Fahrrad, damit es den Leuten leicht gemacht wird, auch in die Innenstädte zu gelangen.

Einmal mehr wies der Hauptgeschäftsführer auf die Probleme des Einzelhandels in gemieteten Geschäftsräumen mit der anteiligen Zurechnung von Mieten und Pachten auf den Gewerbeertrag hin, die in Extremfällen zur Substanzbesteuerung wird und den stationären Händler gegenüber dem Online-Handel benachteiligt. Im Sinne der Gleichbehandlung plädiert der HDE auch für längere Ladenöffnungszeiten.

Berlin: Ein luxemburgisches Immobilien-Unternehmen hat ein Zinshaus mit einer Mietfläche von 4 406 qm in der Voigtstraße in Berlin-Friedrichshain erworben. Die Immobilie wurde ca. 1906 erbaut und verfügt über 58 Wohneinheiten, 9 Gewerbeflächen und 34 Tiefgaragenstellplätze. Der erzielte Faktor liegt beim 24,8-fachen der Jahresnettokaltmiete. Verkäufer war eine Fondsgesellschaft. **Engel & Völkers Commercial Berlin** vermittelte.

IMPRESSUM

Chefredaktion:
Dr. Ruth Vierbuchen
(V.i.S.d.P.);
Kontakt:
rvierbuchen@t-online.de

Herausgeber:
Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:
Christine Scharrenbroch

Anzeigen:
Marion Götza,
05242-901-250

Verlag:
Research Medien AG,
Nickelstraße 21
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert
Aufsichtsrat: Prof. Dr. Karl-Georg Loritz, Bubenreuth

Bankverbindung: erhalten Sie auf Anfrage

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