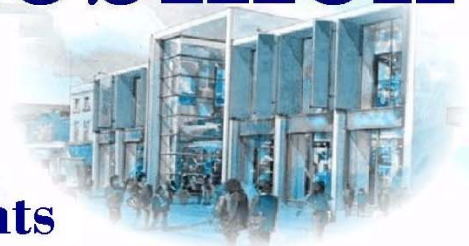


Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

Deutschland gehört weltweit zu den drei Kerninvestitionsländern - eine Position, die sich noch verstärken dürfte, seit Großbritannien für den Brexit gestimmt hat. Ablesen ließ sich das große Interesse der nationalen und internationalen Investoren auch auf der **Expo Real** in München an den von Anfang an gut gefüllten Gängen. So konnte die Messegesellschaft in ihrem Abschlussbericht von deutlich gestiegenen Teilnehmerzahlen berichten. Auch dass nach den Deutschen die Briten auf dem zweiten Platz der Top-Ten-Besucherländer standen, war in den Gängen unüberhörbar.

Zweifellos sind viele Besucher mit Optimismus zur Messe gekommen. Die Stimmung am **deutschen Handelsimmobilienmarkt** ist gut und der Bericht über den Investmentmarkt für die ersten neun Monaten zeigt, dass sich das Geschäft im Jahresverlauf wieder deutlich belebt. Auch darin spiegelt sich wider, dass es zu Immobilien (und Aktien) derzeit keine rentable Alternative gibt. Ins Bild passt ebenso, dass die Messe-Gesellschaft für ihre „Grand Plaza“ speziell für den Einzelhandel und seine Partner eine positive Bilanz ziehen konnte. Mit dieser besonderen Beachtung der Branche, die als Nummer zwei hinter Büros immerhin ein Schwergewicht im Immobilienmarkt ist, könnte die Expo Real für den Handel noch interessanter werden.

In diesem fortgeschrittenen Stadium des Immobilien-Zyklus brachten viele Besucher aber auch viele Fragen mit. Ob sie eine Antwort darauf gefunden haben, ist offen. Neben der Diskussion über die Folgen des Brexits für den größten europäischen (Handels)Immobilienmarkt Großbritannien, bewegt viele - acht Jahre „Nach Lehman“ - die Frage, wie lange es noch so positiv weiter geht? Ziemlich einig waren sich die Experten darin, dass die ultralockere Geldpolitik der EZB, die das Immobiliengeschäft befeuert und zur Blasenbildung beiträgt, selbst zum Problem wird, zumal sie in der Realwirtschaft nichts mehr bewirkt. Die hohe Verschuldung von Staaten und Privatwirtschaft lässt wenig Spielraum für kreditgesteuertes Wachstum.

Auch wenn die Meinungen auseinandergehen, wie lange die Niedrigzins-Phase noch anhält - einige sprechen von 6 bis 8 Jahren, andere glauben, mit dem Ausscheiden von Mario Draghi als EZB-Präsident 2019 könnte sich die Geldpolitik ändern, so ist vielen doch bewusst, dass Markt-Korrekturen früher oder später zu erwarten sind - ausgelöst womöglich durch ein unerwartetes exogenes Ereignis. Zwar würde es nicht jeder so drastisch ausdrücken und behaupten, dass die Branche auf dem Vulkan tanzt, doch war aus den Gesprächen heraus-

zuhören, dass den Marktteilnehmern die fragile Lage angesichts der hohen Kaufpreise, der nicht mehr steigenden Mieten und dem Strukturwandel im Handel bewusst ist. Deshalb ist zu hoffen, dass alle beim Ankauf so gründlich prüfen, wie berichtet wird.



Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 232 vom 14.10.2016

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Expo Real Nachlese: Experten sehen Geldpolitik der EZB als Gefahr	2
Investmentmarkt Retail: Das Geschäft nimmt im Jahresverlauf Fahrt auf	6
Fachmarktzentren: Markenimage stärkt Vertrauen der Investoren	9
Food & Fashion: Anreiz für Kunden mit einem vollen Kleiderschrank	13
Union Investment: Startschuss für Expansion auf dem US-Retail-Markt	15
Bilfinger/Apleona: Unter neuem Namen in eine neue Zukunft	16
Trading-up im Discountmarkt: Unter 1 000 qm geht künftig nichts mehr	17
Fachmarktzentren im Online-Zeitalter: Lebensmittel als Frequenzbringer	20
Impressum	22

Neue Homepage: www.hi-report.de

Partner des Handelsimmobilien Report



Dr. Lademann & Partner





Handelsimmobilien *Report Nr.232*

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 2

Marktbericht

IfH-Umfrage zum Standort Innenstadt

Das Institut für Handelsforschung (IFH), Köln, hat erneut 30 000 Verbraucher befragt, was sie vom Einkaufsstandort Innenstadt erwarten. Dabei handelt es sich um die zweite Neuauflage der größten Konsumentenbefragung im deutschsprachigen Raum. Sie soll wichtige Ergebnisse zum Konsumverhalten sowie die daraus abzuleitenden politischen Handlungsfelder aufzeigen. „Die Attraktivität der Innenstädte als Handelslage Nummer 1 ist nach wie vor Topthema

Handelsimmobilien *Report*

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
neuen Homepage:

www.hi-report.de

der Branche. Dabei wächst aufgrund der Digitalisierung, rückläufiger Frequenz und des demographischen Wandels der Handlungsdruck auf die Innenstädte“, sagt **Michael Reink, Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik** beim **HDE**. Um die richtigen Entscheidungen zu treffen, sei es wichtig zu wissen, was die Kunden vom Standort Innenstadt erwarten. Die Ergebnisse werden im Rahmen des Handelsimmobilien Kongresses am 1. Februar 2017 präsentiert.



Großer Andrang in den Münchener Messehalle.

Foto: Messe München

Expo Real-Nachlese

Experten sehen Geldpolitik der EZB als Gefahr

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Messe München konnte mit Blick auf den Anstieg der Besucherzahlen auf etwa 39 000 aus 77 Ländern - nach 37 857 aus 74 Ländern im Jahr zuvor - für die diesjährige Expo Real eine zufriedene Bilanz ziehen. Auch die Zahl der Aussteller war von 1 707 auf 1 768 aus 29 Ländern gestiegen. Die Stimmung unter den Teilnehmern und Experten reichte von abwartend über optimistisch bis hin zur Besorgnis, dass der Markt überhitzen könnte.

In guter Stimmung aber mit vielen Fragezeichen sind die meisten Vertreter aus der Immobilienbranche Anfang Oktober zur **19. Internationalen Immobilienmesse Expo Real** nach München gekommen: „Wie lange geht es noch so weiter? Wie lange bleiben die Zinsen so niedrig? Welche Preise sind noch angemessen?“ So fasste **Paul Heinrich Munno, Partner und Head of Germany bei Internos Global Investors**, Fragen zusammen, die viele Teilnehmer bewegten. Wenn der Deutschland-Chef gleichzeitig feststellt, dass Internos für sich noch Chancen auf dem hiesigen Handelsimmobilienmarkt sieht - zuletzt hat das Unternehmen Fachmarktimmobilien für Kunden erworben - dann dürfte er auch stellvertretend für viele aus der Branche sprechen: Die Nachfrage nach Retail Assets bleibt hoch.

Eine Antwort auf die brennenden Fragen zu geben, suchten die Experten in der Diskussionsrunde mit dem bezeichnenden Titel: „Ist das Denken in Zyklen vorbei?“- oder anders formuliert: Bleibt uns der Abschwung dieses Mal erspart? **Gertud Traud, Chief Economist** bei der **Helaba Landesbank Hessen-Thüringen**, umschreibt den Status quo zunächst als einen schönen, ruhigen Aufschwung in einem gesunden Umfeld. Der Immobilienboom hält aus ihrer Sicht auch 2017 an.

Dieses verhaltene Wachstum nach der Finanzmarktkrise ist aus Sicht der Expertin durchaus gesund, was viele, die jetzt nach geldpolitischen und fiskalpolitischen Interventionen rufen - wie **IWF-Chefin Lagarde** - nicht verstünden. Auch das verhaltene Wachstum in Italien sei typisch für das Land. Insofern ist nach Trauds Einschätzung die Intervention der **Europäischen Zentralbank (EZB)** durch Senkung der Leitzinsen auf null und der umfangreiche Kauf von Staats- und Unternehmensanleihen nicht nötig: „Die EZB löst das Problem nicht mehr, sie wird selbst zum Problem.“



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 4

len: Wenn die Krise weiter unter dem Deckel bleibe, dann könne es in den nächsten drei bis vier Jahren noch gut laufen: Doch dann werde es kritisch. Jeder, der nachdenkt, kann aus Sicht des Experten seine Schlüsse selbst ziehen.

Ein wichtiges Thema in dieser Phase des Immobilien-Zyklus war aus Sicht der Diskussionsrunde die regionale Diversifizierung des Investments in den USA, in Europa und auch im asiatischen Markt, von dem **Claus Thomas, Head of Germany bei LaSalle Investment Management**, viel hält: Das weltweite Wachstum werde vor allem aus Asien kommen. Allerdings mit der Einschränkung, dass Taurus-Chairman Reibling den chinesischen Immobilienmarkt derzeit für sehr gefährdet hält.

In den Gängen der Münchener Messehallen registrierte **Volker Sonnenschein, International Head of Retail** bei



Diskussionsrunde v.l.: Prof. Reibling, Prof. T. Just, G. Traud, C. Thomas und Prof. M. Otte.
Foto: Messe München

der **Apleona GmbH** (vormals Bilfinger Facility and Building) eine Mischung aus abwartender Haltung, positiver Stimmung und der Hoffnung, dass die Entwicklung so weitergeht - allerdings nicht vergleichbar mit der Aufbruchstimmung, wie sie vor der Finanzmarktkrise herrschte. Immerhin sei den Marktteilnehmern klar, dass Problemthemen

wie der Brexit bewältigt werden müssten. Im Bereich Retail konnte Apleona in den vergangenen 18 Monaten in der Schweiz und in Deutschland neue Management-Aufträge gewinnen.

Auch **Ludwig Vogel, Geschäftsführer der Warburg HHH Invest Retail Properties GmbH**, ist vor dem Hintergrund, dass die Prognosen von weiterhin niedrigen Zinsen ausgehen, optimistisch. Mit Blick auf den hohen Nachfragedruck, die steigenden Kaufpreise und die sinkenden Renditen wird er aber sein Anforderungsprofil nicht senken: Qualität sichert aus seiner Sicht stabile Mieten. Denn in schwierigen Zeiten könnte es zwar zu Wertkorrekturen kommen, doch sei ein stabiler Cash-flow gesichert.

Eine, gemessen an der Stimmung während der Boomphase 2006/07 - wesentlich rationalere Vorgehensweise mit gründlichen Prüfungen bei den Investments beobachtet auch **Jörg Ritter, Mitglied im Management Board von JLL Germany**: „Heute ist viel Rationalität im Spiel.“ Positiv beurteilt er zudem, dass der Markt beginnt, die einzelnen Handelsobjekte zu kategorisieren und Produkte an B-Standorten anders zu bewerten als Immobilien an A-Standorten. Der Druck auf die Preise lässt nach seiner Beobachtung ein wenig nach. Und auch wenn es gelegentlich noch Verkäufe von Objekten am Ku-Damm in Berlin oder in der Königsallee in Düsseldorf gibt, insgesamt bleibt das Angebot an guten Handelsobjekten laut Ritter knapp.

Dass bei den Mieten in den Highstreet-Lagen allmählich das Ende der Fahnenstange erreicht ist, beobachtet **Christoph Scharf, Managing Director Retail Services bei BNP Paribas Real Estate** schon seit einiger Zeit. Und auch, dass den Investoren

Deals

DES beteiligt sich am Saarpark-Center

Die Deutsche EuroShop



AG (DES) hat vom Pensionsfonds **BAT Custodian** eine 50%-ige Beteiligung am innerstädtischen **Saarpark-Center** im saarländischen Neunkirchen erworben. Das Investitionsvolumen beträgt inklusive der übernommenen Nettofinanzverbindlichkeiten 113 Mio. Euro. Die anteiligen Mieteinnahmen für 2017 werden mit 6,4 Mio. Euro prognostiziert. Bei einem erwarteten Net Operating Income (NOI) von 5,7 Mio. Euro beträgt die erwartete NOI-Rendite 5,0%. Die Finanzierung des Nettokaufpreises von rd. 79 Mio. Euro erfolgt über Fremdkapital. Das Portfolio der Deutsche Euro Shop vergrößert sich damit auf 20 Center (Marktwert 4,5 Mrd. Euro). Laut **Wilhelm Wellner, Sprecher des DES-Vorstands**, zeichnet sich das Center durch seine gute Lage und die sehr gute Marktpositionierung aus. Das Saarpark-Center wurde 1989 eröffnet, 1999 erweitert und 2009 umstrukturiert. Mit über 130 Fachgeschäfte auf 33 500 qm ist es das größte Center im Saarland. Im Einzugsgebiet des von der Hamburger **ECE** betreuten Centers leben ca. 595 000 Menschen.



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 6

stitutional GmbH, ist etwa beim Kauf von Fachmarktimmobilien und Fachmarktzentren ein „Faktor 20“ - also das 20fache der Nettokaltmiete - nicht mehr gesund. Auch er betont, dass bei Bestandsobjekten weitere Investitionen eingeplant werden müssen. Als gute Voraussetzung für die Investoren, in die Bausubstanz zu investieren, sieht er die Tatsache, dass viele Händler massiv in die Ladengestaltung investieren.

In einer Nische sieht sich die **Corestate Capital Group**, die laut **Managing Director Tobias Gollinest** seit zweieinhalb Jahren auf Handelsimmobilien in den Einkaufsstraßen von Klein- und Mittelstädten spezialisiert. Im Fokus stehen Städte ab 30 000 Einwohner zwischen Flensburg und Lörrach mit hoher Zentralität und attraktiver Fußgängerzone. Zwar sei dieses Marktsegment sehr arbeitsintensiv, doch „leiden wir nicht unter Angebotsmangel“. Die Renditen beziffert er mit 6 bis 7%.

Investmentmarkt Retail

Das Geschäft nimmt im zweite Halbjahr Fahrt auf

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Was sich nach der ersten Jahreshälfte 2016 und den zahlreichen Deal-Meldungen in den vergangenen Wochen bereits abzeichnete, lässt sich nun an den konkreten Zahlen ablesen: Allein im 3. Quartal wurden laut CBRE 3,9 Mrd. und laut JLL gut 3,7 Mrd. Euro in Handelsimmobilien investiert, so dass sich das Transaktionsvolumen nach den ersten 3 Quartalen auf 8,4 Mrd. Euro (BNP Paribas Real Estate: 8,5 Mrd. Euro; JLL: 7,9 Mrd. Euro) summiert. Damit bestätigt sich nach einem moderaten Start zu Jahresbeginn die Prognose, dass sich der Markt im Jahresverlauf belebt.

Und auch für die letzten drei Monate des Jahres 2016 erwartet **Jan Dirk Poppinga, Head of Retail Investment bei CBRE**, dass sich „die bisherige Entwicklung auf dem deutschen Einzelhandelsinvestmentmarkt weiter fortsetzen und die Dynamik zum Jahresende noch einmal anziehen wird, so dass für das Gesamtjahr ein Ergebnis im mittleren, zweistelligen Bereich zu erwarten ist“.



Foto: Pamera

Verkaufsobjekt Neustadt Center Halle a.d.S.

Insgesamt wurde 32,7 Mrd. Euro in **deutsche Gewerbeimmobilien** investiert. In dieser wachsenden Dynamik zum zweiten Halbjahr

könnten sich die von den Experten bereits nach dem Votum der Briten für den EU-Ausstieg erwarteten positiven Effekte für den deutschen Markt niederschlagen. So hatte **Susanne Kiese, Head of Research bei Colliers International Deutschland** bereits im Sommer gemutmaßt, dass speziell ausländische Anleger den Fokus noch stärker auf deutsche Retail Assets richten könnten.

Gleichwohl zeigt der Blick auf die Nationalitäten, dass deutsche Anleger ihren Heimvorteil auf dem Handelsimmobilienmarkt ausspielen und sich laut **Jan Linsin, Head of Research bei CBRE in Deutschland**, dank der vorhandenen Plattformen im Investment- und Asset Management-Bereich gegenüber der ausländischen Konkurrenz die begehrten Handelsimmobilien auf dem hiesigen Markt sichern konnten. So entfie-

Deals

Sonae Sierra baut Position in Marokko aus

Sonae Sierra hat einen Vermietungs-Service-



vertrag mit dem marokkanischen Unternehmen **Marjane** für das Shopping-Center Tachefine in Casablanca unterzeichnet. Mit diesem neuen Auftrag hat sich das Unternehmen als einer der wichtigsten Spezialisten in der Centerbranche von Marokko etabliert. Den Zuschlag erhielt Sonae Sierra aufgrund seiner Professionalität und den exzellenten Ergebnissen, die seit dem Einstieg in den marokkanischen Markt 2011 erzielt wurden. Das Einkaufszentrum Tachefine bietet 22 340 qm Mietfläche mit 73 Läden auf 2 Ebenen und hat 1 080 Parkplätze. Die Eröffnung ist vor Ende des Jahres 2016 geplant. Das Tachefine befindet sich in der Nähe des Bahnhofs Casa Voyagers und ist Teil einer Projektentwicklung, zu der auch Hotels und Büroflächen gehören. Mit Abschluss des neuen Vertrags erbringt Sonae Sierra in Marokko für 9 Einkaufszentren spezialisierte Dienstleistungen rund um die Projektentwicklung sowie in den Bereichen Vermietung und Property Management. Dazu gehört auch das Zenata, an dem Sonae Sierra mit 11% beteiligt ist.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 7

len mit einem Volumen von 5,6 Mrd. Euro 67% der Investments auf nationale Anleger. (JLL beziffert den Anteil mit 61%).

Das ist exakt der gleiche Wert wie im Vorjahreszeitraum, nur dass damals der Anteil am Gesamtwert geringer war, da nach den ersten 3 Quartalen 2015 bereits ein Transaktionsvolumen von 14 Mrd. Euro erzielt wurde. Gepusht wurde die Entwicklung damals durch den Verkauf der **Galeria Kaufhof Immobilien** an die kanadische **Hudson's Bay Company** und die US-amerikanische **Simon Property Group** sowie die Übernahme des deutschen **Corio**-Shopping-Center-Portfolios durch den französischen Center-Spezialisten **Klépierre**. Solche Groß-Deals sind die Ausnahme. Mit einem Transaktionsvolumen von 4,8 Mrd. Euro und einem Anteil von 57% dominierten die inländische Investoren laut CBRE aber auch das Marktgeschehen auf der Verkäufer-Seite. JLL beziffert den Anteil mit 54%.

Wie nicht anders zu erwarten nach dem knappen Angebot an Shopping-Centern und Geschäftshäusern in den großen deutschen Metropolen und dem Hype um die weitgehende Resistenz des Lebensmittelhandels gegen den Online-Handel entfiel das Gros der Investitionen in den ersten neun Monaten laut CBRE mit einem Volumen von 3,6 Mrd. Euro und einem Anteil von 43% auf das Segment **Fachmarktzentren sowie Fach- und Lebensmittelmärkte**. Laut Linsin resultiert ihre Beliebtheit - gemessen an den teureren Geschäftshäusern in den Top-Einkaufslagen der großen Städte und den Core-Shopping-Centern - angesichts des hohen Anlagedrucks aus den höheren Renditen in

Deals

Erlangen: Europas führendes Off-Price-Unternehmen für Fashion und Wohnaccessoires, **TK Maxx**, geht in die Toplage von Erlangen und hat dafür den ehemals von **Humanic** angemieteten Store in der Fußgängerzone, der Nürnberger Straße 24 – 26, gemietet. Die Gesamthandelsfläche in dem vor 3 Jahren neu gebauten Geschäftshaus beträgt nach Anbindung und Aktivierung des Untergeschosses rund 2 500 qm. **Comfort** hatte bereits den Verkauf der Projektentwicklung von der **B&L Gruppe** an einen Münchner Privatinvestor vermittelt.



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

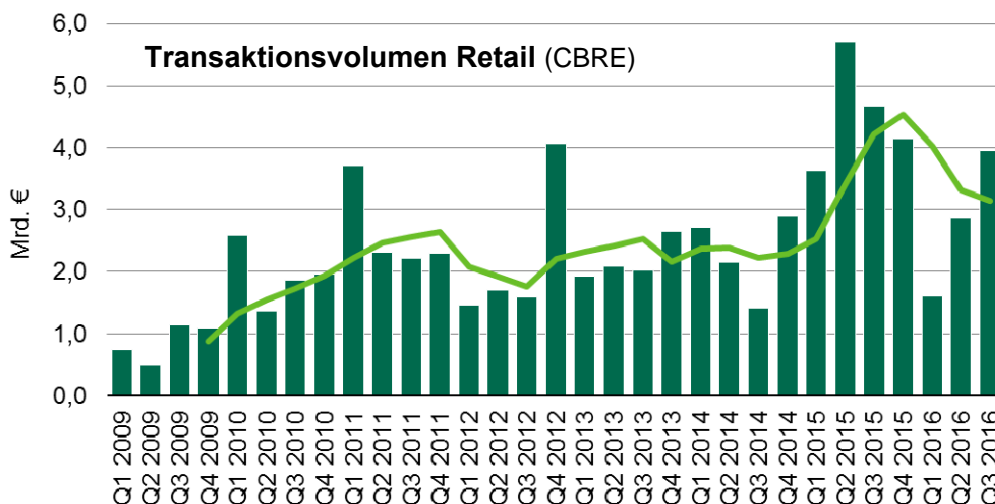
Cities & Center & Developments

Seite 8

*Unternehmens
News*

dieser Anlageklasse, sofern der Einkaufspreis nicht zu hoch war. Denn anders als bei Geschäftshäusern in den großen Metropolen, wo die Spitzenrenditen im 3. Quartal gegenüber dem Vorquartal um weitere 12 Basispunkte auf durchschnittlich 3,51% gesunken sind, blieben die Werte bei Baumärkten und Fachmärkten (etwa 6,25%) und bei Fachmarktzentren (gut 5%) noch konstant. Aber auch die Renditen von Shopping-Centern an A-Standorten mit etwas über 4% und an B-Standorte mit etwas unter 5% blieben gegenüber dem 2. Quartal unverändert. In **Shopping-Center** investierten die Anleger in diesem Jahr bislang 2 Mrd. Euro, was einem Anteil von 24% entspricht und auf **innerstädtische Geschäftshäuser** entfiel in den ersten neun Monaten ein Volumen von 1,8 Mrd. Euro oder 21%.

Beachtlich ist das relativ hohe Transaktionsvolumen im Betrachtungszeitraum auch mit Blick auf die Tatsache, dass in diesem Jahr laut CBRE Einzeltransaktionen mit immer-



hin knapp 6,4 Mrd. Euro (76%) den Markt prägten. Wie bei Einzelhandelsimmobilien üblich, wurde auch in diesem Jahr wieder das meiste Geld außerhalb der Metropolen investiert, was bei der Dominanz der Fachmarkt- und Supermärkte sowie der Fachmarktzentren nicht überrascht. Da sie der Versorgung der breiten Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs dienen, finden sich die meisten Objekte in Randlagen sowie in Mittel- und Kleinstädten.

Laut CBRE wurden in den ersten 3 Quartalen nur 1,8 Mrd. Euro oder 22% des Anlagevolumens in den sechs großen Metropolen investiert, wobei der Blick auf die 734 Mio. Euro, die in Geschäftshäuser in 1A-Lagen investiert wurden, zeigt, dass hin und wieder das eine oder andere Objekt auf den Markt kommt. Laut JLL sticht **Hamburg** mit einem Plus von 215% und einem Volumen von 576 Mio. Euro hervor. **Sandra Ludwig Head of Retail Investment JLL Germany** erwartet auf Grund einer Vielzahl laufender Transaktionen eine Jahresendralle und ein erneut dominierendes Abschlussquartal. Auch **Piotr Bienkowski, CEO von BNP Paribas Real Estate**, erwartet ein überdurchschnittliches Ergebnis, auch wenn das knappe Angebot bremsend wirkt.

Zu den jüngsten Deals gehören laut JLL der Kauf des **Neustadt Centers** in Halle an der Saale durch die **DIC Asset AG** und der Verkauf der beiden Marktkauf-Center in Hamburg Harburg und Hamburg Bergedorf. Die aktivsten Käufer waren **offene Immobilien- und Spezialfonds** mit 2,9 Mrd. Euro vor **Asset- und Fondsmanagern** mit 1,9 Mrd. Euro. Die aktivsten Verkäufer waren **Projektentwickler** und **Bauträger**, die den Markt

HBB GmbH sichert sich „sRössle“-Areal

Der Hamburger Investor und Projektentwickler **HBB GmbH** hat sich Ende September mit der notariellen Beurkundung der Verträge mit dem bisherigen Eigentümer **Berlinovo** das Grundstück, auf dem das Shopping-Center Rössle in Schwenningen steht, gesichert. Das Einkaufszentrum „sRössle“ stand mehrere Jahre leer. Ende Juli 2016 stimmte der Gemeinderat von Villingen-Schwenningen dem Konzept der HBB zu, wonach auf dem Areal ein Neubau entstehen soll, in dem vielleicht auch die Stadtbibliothek angesiedelt werden soll. Darüber diskutiert der Gemeinderat noch. „Mit der Unterzeichnung der Verträge haben wir jetzt Planungssicherheit“, so **Harald Ortner, Geschäftsführer** der inhabergeführten HBB: „Wir führen bereits erste Gespräche mit Mietinteressenten, die allesamt großes Interesse an diesem attraktiven Standort signalisiert haben.“ Geplant ist ein Einkaufszentrum mit 15 000 qm auf 2 Ebenen. Die Investitionssumme beträgt 80 Mio. Euro.

+++++

Nürnberg: **Hallhuber** hat in der Breite Gasse 88 in Nürnberg rd. 600 qm gemietet. **Realkon Immobilien** vermittelte. Hallhuber war zuvor in der Karolinenstraße 22 – 44. Hier zieht **Benetton** ein.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 9

mit einem Volumen von 2,5 Mrd. Euro prägten, vor Asset- und Fondsmanager mit 2,4 Mrd. Euro. Bei den internationalen Investoren führten die Briten als Käufer und Verkäufer die Liste an, vor den Investoren aus den USA.

Fachmarktzentren als Anlage

Markenimage stärkt das Vertrauen der Investoren

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Fachmarktimmobilien und Fachmarktzentren stehen bei Investoren derzeit hoch im Kurs. Mit dem wachsenden Interesse der Anleger und dem Bestreben des Lebensmittel Einzelhandels in Ambiente, Ladengestaltung und Konzepte zu investieren, erleben auch die flachen Immobilien auf der grünen Wiese ein Trading-up und einige entwickeln eine Markenpersönlichkeit. Das zahlt sich für die Investoren aus.

Als in den 1970er-/80er-Jahren mit den Bundesbürgern auch der Einzelhandel auf die grüne Wiese zog und in kostengünstig errichteten Hallenbauten auf preisgünstigen Grundstücken die mit dem Wohlstand wachsenden Sortimente anboten, hatten Investoren ernsthafte Zweifel, dass die Objekte in 30 Jahren noch stehen würden. Nur ganz wenige Anleger trauten sich an diese Anlageklasse heran. Mit ihrem preiswerten Marktauftritt trafen die Fach- und Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Fachmarktzentren resp. Agglomerationen jedoch die Präferenzen der Bundesbürger für den

Deals

Berlin: Der Lebensmittelanbieter **Edeka** hat von der **Helma Ferienimmobilien GmbH** ein ca. 6 300 qm großes Grundstück im „Ostsee Resort Olpenitz“ erworben. Der Edeka-Markt mit Bistro und Backshop soll bis zur Saison 2018 fertiggestellt werden. Für das Ostsee-Resort Olpenitz konnte so ein erster wichtiger Teil der Infrastruktur gesichert werden. Weitere Infrastrukturmaßnahmen wie die Ansiedlung von Gastronomie, sind für die Saison 2017 bereits in Vorbereitung. Im „Ostsee Resort Olpenitz“ wird Helma etwa 1 000 Wohnungen mit ca. 4 000 Betten realisieren.



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 10

Deals

preisgünstigen Einkauf. Experten warfen dem deutschen Einzelhandel vor, er kenne nur ein Marketinginstrument: den günstigsten Preis, dem jede andere Marketing-Strategie untergeordnet respektive geopfert werde.

Mit ihrer autofreundlichen Lage, den kostenlosen Parkplätzen und den großen, preisgünstigen Sortimenten haben diese Fachmarktprodukte tatsächlich die 30 Jahre überdauert und sich als fester Bestandteil der Einzelhandelslandschaft etabliert. Für breite Teile der Bevölkerung sind diese Vertriebstypen vor allem für den Lebensmittelgroßeinkauf wichtig und für schwere Sortimente wie Heimwerker-Produkte, Elektrogeräte oder Möbel. Nachdem die Anlageklasse im Zuge des Immobilien-Booms auch für In-

TH Real Estate kauft die De-Gasperi-Passage

TH Real Estate hat für den **Core German Retail Fund (CGRF)** mit der Hybriden Mall **De-Gasperi-Passage** in Norderstedt/Schleswig-Holstein das 8. Objekt erworben. Verkäufer ist ein Joint-Venture aus **ABG** und **Matrix Immobilien Gruppe**. Das kaufmännische und technische Property Management sowie das Centermanagement und die Vermietung übernimmt die **MEC Metro-ECE Centermanagement**. Zusammen mit dem angrenzenden Herold-Center bildet die Passage den zentralen Einzelhandelsstandort von Norderstedt. Sie wurde 1972 erbaut, zwischen 2013 und 2016 revitalisiert und in Teilen neu errichtet. Die Passage ist über die Berliner Allee und den öffentlichen Nah-



verkehr gut angebunden. Das Center bietet etwa 23 600 Mietfläche. Ankermieter sind **Karstadt, Rewe, Saturn** und **Karstadt Sports**. Der CGRF wird über die Plattform der Service-KVG **Int Real** administriert und investiert in Fachmarktzentren, SB-Warenhäuser, Hybride Malls und innerstädtische Einkaufszentren aus dem Core- und Core-Plus-Segment.



Foto: MEC

V. l.: M. Lück, J. Krechky, U. Seidel, Ch. Schröder, H. Stuckart, M. Mack und M. Jahn.

vestoren immer interessanter wird und seit der Lebensmittelhandel seine Verkaufsflächen massiv aufwertet, um den wachsenden Qualitätsansprüchen der Verbraucher zu begegnen, stellt sich auch die Frage nach der Aufwertung der Immobilien.

Ähnlich wie bei Shopping-Centern und namhaften innerstädtischen Kauf- und Warenhäusern besteht heute insbesondere auch bei Fachmarktzentren der logische Schritt darin, die Objekte nicht nur baulich und architektonisch aufzuwerten, sondern als Markenpersönlichkeit zu entwickeln. Mit der Frage, wie deutsche Fachmarktzentren zur Marke werden, hatte sich denn auch die **MEC Metro ECE Centermanagement** zusammen mit ihren Partnern **Corpus Sireo, Dr. Lademann & Partner, GfK, Savills** und **TH Real Estate** in ihrer jüngsten Studie „Wie werden Center Marken?“ befasst, die auf der **Expo Real** in München vorgestellt wurde.

Laut **Moritz Felix Lück, Head of Marketing** bei der MEC gehört zur Markenbildung - weit über die rechtlich geschützte Marke (Logo) hinaus - im Fachmarktzentrum ein Leistungs- und Nutzerversprechen, das klar auf die Bedürfnisse der angepeilten Zielgruppe zugeschnitten ist. Das kann sich unter anderem am Angebotsmix und/oder am Preisniveau festmachen. Wichtig ist es in diesem Kontext auch, das Wettbewerbsumfeld zu analysieren, um bestehende Angebotslücken zu entdecken und für sich zu nutzen. Zur Markenbildung gehört zudem die interdisziplinäre Zusammenarbeit der verschiedenen Abteilungen Centermanagement, Vermietung, Marketing sowie technisches und kaufmännisches Property-Management. Eine Marketingaktion, die nicht zum Mietermix passt, hilft beispielsweise wenig weiter. Da sich die Marke in den Köpfen der Kunden etablieren muss, ist Markenbildung vor allem auch eine Frage der Zeit und der kontinuierlichen Arbeit.

Doch dass sich dieser Aufwand lohnt, konnte die GfK nach der Auswertung von Daten über gut 250 Fachmarktzentren belegen. So verzeichneten die Center mit einem klaren,



Handelsimmobilien

Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 11

Deals

auf ihre Kunden zugeschnittenen Profil laut **Manuel Jahn, Leiter** der Bereiche **Financial Services** sowie **Fashion & Lifestyle** bei **GfK GeoMarketing**, größere Fortschritte, da sie häufiger aufgesucht wurden - Stichwort: Kundenbindung. Grundsätzlich seien diese „Markencenter in der Performance deutlich stärker als No-Name-Center, die extrem stark von den als Ankermieter fungierenden SB-Warenhäusern abhingen und einen geringen Anteil von Mietern aus dem Nonfood-Segment hätten. Bei den Markencentern macht offenbar die stärkere Diversifizierung und der höhere Anteil an Handelskonzepten aus dem Nonfood-Bereich den Unterschied, obwohl diese laut Jahn gemessen an den Lebensmittelhändlern weniger Umsatz erzielten. Doch sei hier die Marge höher, so dass sie auch eine höhere Miete zahlen könnten.

Fachmarktzentren, die als Marken entwickelt und gemanagt werden, seien für Investoren und Mieter profitabler als „unmarkierte“ No-Name-Center, so **Christian Schröder, Chief Operation Officer (COO)** der MEC. Das heißt aus Sicht von **Sebastian Kienert, Chief Executive Officer (CFO)** der MEC, für Center-Betreiber, ihre Servicepartner und auch die Mieter, das Qualitätsversprechen gegenüber den Endkunden immer wieder neu zu bestätigen.

Mit Blick auf den großen Nachfragedruck, der aktuell auf dem deutschen Markt für Fachmarktzentren herrscht - von Mitte 2015 bis Mitte 2016 wurden laut **Jörg Krechky, Head of Retail Investment Germany** bei **Savills** 2 Mrd. Euro in diese Anlageklasse investiert - sind solche Positivmerkmale bei Bestandsobjekten bei der Akquise wichtig.

Düsseldorf: Der Anbieter hochwertiger Designerdamenmode, **Maje Paris**, hat rd. 250 qm in der Königsallee 74 in Düsseldorf gemietet. Vermieter ist ein Family Office. Der Shop wurde Anfang September eröffnet. Das Label gehört zur **SMCP Group**, die mit ihren Marken (u.a. Sandro, Maje, Pierlot) rd. 1 000 Shops in über 31 Ländern betreibt. Für Maje Paris ist es nach Berlin der 2. deutsche Store. Laut **Daniel Hartmann, Director Retail** bei **Colliers International** in Düsseldorf, suchen derzeit rd. 60 internationale Luxusmarken nach einem Standort auf der Kö. Colliers International vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 12

Personalien

Als Marke entwickelte Center mit langfristig stabilen Mieteinnahmen, einer guten Objekt- und Lagequalität werden nach seiner Erfahrung heute auch zum 20fachen der Netto-Kaltmiete verkauft.

Dabei steigen die Ansprüche an diese Anlageklasse auch mit der Kategorie der institutionellen Investoren, die sich neuerdings für diese Objekte interessieren wie Versicherungen und Pensionskassen, Anleger die langfristig abgesicherte, planbare Ausschüttungen suchen. Mietverträge mit 15 Jahren Laufzeit plus Verlängerungsoptionen bei den klassischen Ankermietern aus dem Lebensmittelhandel bieten diese Stabilität. Zumal sich der Lebensmittelhandel in den vergangenen Jahren stabil entwickelt hat und es noch keine nennenswerte Online-Konkurrenz gibt. Nach Beobachtung von **Markus**

IPH: Bünningel verstärkt Centermanagement

Zum 1. Oktober ist **Michael Bünningel** (51) von der **Bilfinger Real Estate GmbH** zur **IPH Centermanagement GmbH**



gewechselt. Er war zuvor Regionalleiter mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im Centerma-

agement. Zuletzt war er Head of Centermanagement. Zu seinen Tätigkeitsfeldern gehörte auch das Centermanagement des Sevens an der Düsseldorf Kö. Bei der IPH Centermanagement, dem Joint Venture mit der **IC Immobilien Gruppe**, wird Bünningel den Bereich West im Centermanagement verantworten – hierunter fallen die Standorte Dinslaken, Solingen, Troisdorf und Bocholt.

+++++

CBRE Germany: Ritsch neuer Head of Valuation

Simon Ritsch (42) ist zum neuen **Head of Valuation Germany** bei **CBRE** ernannt worden. Er ist bereits seit 10 Jahren für CBRE tätig und war zuvor Head of Retail & International Valuation Germany. 2009 wurde Ritsch zum Geschäftsführer berufen. „Er wird zusammen mit dem gesamten Team das Wachstum im Bewertungsgeschäft weiter vorantreiben“, sagt **Alexander von Erdély**, **CEO** von CBRE in Deutschland.



Die Ansprüche der Investoren an die Anlageklasse steigen.

Foto: MEC

Mack, Fonds Manager bei **TH Real Estate** „benötigen institutionelle Investoren heutzutage Ausschüttungen von mindestens 4%, mit Investitionen in Fachmarktzentren können sie auch im heutigen Markt bei Einsatz von Finanzierungsquoten um die 50% noch zwischen 5,5 und 6,5% erwirtschaften“.

Aus Sicht von **Hans Stuckart, Fonds Manager** bei **Corpus Sireo**, trägt die Markenbildung dazu bei, das Vertrauen der Investoren zu gewinnen. Er sieht darin den Schlüssel zum Erfolg: „Die Center erhalten dadurch ihre notwendige Dominanz und können sich gegen Marktveränderungen erfolgreich behaupten.“ Das mache sich auch beim Exit bezahlt. Laut MEC-Studie bietet ein ausformuliertes, auf sinnvollen Standards fußendes Produkt- und Markenkonzept den Anlegern die Möglichkeit, schon bei der Kaufprüfung besser zu verstehen, wie das Fachmarktzentrum aufgestellt ist.

Ein wesentliches Thema bei diesen großflächigen Handelsimmobilien in nicht integrierten Lagen ist das restriktive deutsche Bau- und Planungsrecht, das Investoren und Mietern etwa bei geplanten Erweiterungen oder Neupositionierungen das Leben schwer macht und aus Sicht vieler Experten den Online-Handel dadurch mittelbar begünstigt. Aus Sicht von **Uwe Seidel, geschäftsführender Gesellschafter** von **Dr. Lademann & Partner** führen zu viele Vorgaben dazu, dass Bebauungsplanverfahren komplexer und zeitintensiver werden. Und manche Forderungen an Gutachter seien kaum erfüllbar. Wie solle er etwa im Rahmen eines Verträglichkeitsgutachtens erheben können, in welchem Umfang innerhalb des Einzugsgebiets Umsätze aus dem stationären in den Online-Handel abfließt. Ob es möglich sein wird, sich dem aktuellen Trend in der Politik zu mehr Restriktionen entgegen zu stellen, wird in der Branche und in den zuständigen Verbänden derzeit rege diskutiert. „Es bleibt abzuwarten, ob die politischen Entscheidungsträger erkennen, dass u.a. der Online-Handel auch das Schutzgut Innenstadt stark bedroht - stärker als die ‚grüne Wiese‘“, hieß es in der Studie.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 13

Food & Fashion

Anreiz für Kunden mit einem vollen Kleiderschrank

Karin Krentz, Berlin

Klage ist das Lied des Kaufmanns? Weit gefehlt, mit diesem Vorurteil räumten Modehändler und Kaufleute wie Peter Cohrs, Geschäftsführer & Inhaber der CJ Schmidt GmbH in Husum, Fabian Engelhorn, CEO der Engelhorn Holding GmbH in Mannheim und Franco Savastano, CEO der Jelmoli AG in Zürich kräftig auf. Thema ihrer Diskussionsrunde beim German Council Congress in Berlin: „Bauch-Entscheidung/ Food & Fashion“.

Um es gleich vorwegzunehmen: Das war eine der besten, weil interessantesten, Gesprächsrunden dieser Veranstaltung - was vor allem daran lag, dass die ausgewiesenen Handlungsexperten dem geeigneten Auditorium tatsächlich etwas zu sagen hatten, eine Botschaft mitteilen wollten und konnten: Handel kann auch Spaß machen – wenn man den gewissen „Spirit“ hat – das Motto des Kongresses im Berliner Adlon.

Vor allem **Fabian Engelhorn** nahmen die Zuhörer die Begeisterung für das kombinierte Thema „Food & Fashion“ ab, besonders als er verschmitzt erklärte, dass er auf 17 000 qm Mode in 631 Marken (und über 950 Marken im eigenen Online-Kaufhaus) „mit Stern“ im Quadrat O5 anbietet, denn die Stadt Mannheim trägt ja aufgrund ihres historischen Grundrisses den Beinamen „Quadratstadt“. Und der Stern? Den hat sich zum

Deals

Berlin: Am 24. September 2016 hat das Berliner Designerlabel **stoffbruch** mit einem Grand Opening seinen neuen Store mit ca. 98 qm Verkaufsfläche im Puhlmannhof in Berlin eröffnet. Das Modelabel wurde 2010 in der Stadt gegründet. Hochwertige Stoffe und experimentelle Schnitte mit subtilen Details kombinieren Straße mit Laufsteg. Produziert wird nur in Europa mit hochwertigen europäischen Stoffen. Der Name stoffbruch ist auf eine spezielle Fertigungsmethode beim Zuschneiden von Bekleidung zurückzuführen. **Engel & Völkers Commercial Berlin** vermittelte.

Eigenanzeige



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 14

zweiten Mal im Mai 2016 der 31jährige **Tristan Brandt** erkocht und zwar für das Sterne-Restaurant im Modehaus O5 von Engelhorn.

Die **Engelhorn KGaA**, ehemals Engelhorn & Sturm, ist ein 1890 von **Adam Sturm** und **Georg Engelhorn** in Mannheim gegründetes Geschäft - ursprünglich für Herren- und Knaben-Bekleidung. Der anerkannte Spezialist für Bekleidung betreibt inzwischen acht Häuser - neben dem Stammhaus in Mannheim - und erzielt bereits 25% seines Umsatzes im eCommerce. Da drängt sich die Frage auf: Warum eigentlich setzt ein so etabliertes Unternehmen neben Mode vom feinsten nun auch auf Food?

Viele Modemarken und ein 5-Sterne-Restaurant

Fabian Engelhorn sieht das ganz sachlich: Man kann doch alles haben, sagt er. Neben dem Angebot an Luxusartikeln nun auch ein Sternerestaurant hoch oben im 5. Stock des Hauses. Definiertes Ziel: das Erlebnis „Einkaufen“ schaffen und daneben gleich die Aufenthaltsqualität verbessern. „Die Leute müssen Spaß und Freude beim Einkaufen haben“ so Engelhorn. Das beginnt gleich für alle fünf Sinne im Eingangsbereich rechts und links mit einem Blumenmarkt und steigert sich mit Café, Parfümerie, verschiedenen Bars und Bistros von Etage zu Etage, bis hin zum Sterne-Restaurant ganz oben.

Auch **Peter Cohrs** gibt sein inniges Bekenntnis zu Food & Fashion ab. „Nur Klammotten zu verkaufen ist langweilig“, gesteht er den verdutzten Zuhörer ehrlich und bezeichnet sich selbst als „Saftbarbesitzer“. Ganz offensichtlich macht die innige Verbindung von Mode und Essen Cohrs sehr viel Spaß, zum Beispiel wenn es darum geht, saisonale Produkte wie derzeit rote Rüben mit Mode in allen Rottönen zu verbinden – was für ein Erlebnis für die Sinne. Und mit der Saftbar hat er in Husum offenbar einen Hit gelandet, denn die zieht ein völlig neues Publikum an, jung und fixiert auf gesunde Ernährung beispielsweise mit grünen Smoothies.

Raum für Start-up-Gastronomen im Kaufhaus

Franco Sevastano geht mit seinem Kaufhaus **Jelmoli** in Zürich noch einen Schritt weiter: Er bietet in dem Haus an der berühmten Bahnhofstraße auch Platz für Gastronomie-Start-ups – „junge, wilde“ Köche, wie er erzählt – und integriert so neue Gastronomie-Konzepte in Verbindung mit Fashion. Gleichzeitig soll das neue Fitness-Studio im Haus bei den Kunden das schlechte Gewissen bannen, wenn sie womöglich zu viel gegessen haben. Engelhorn bringt den Grund für seine Mühen und das Engagement seiner Kollegen auf den Punkt, wenn er feststellt: „Die Kleiderschränke sind voll und wir müssen in unseren Häusern schon etwas Besonderes bieten, um die Leute von ihrem Sofa runterzuholen.“ Sevastano sieht das ebenso pragmatisch bei einem Angebot von mehr als 2 000 Restaurants in Zürich.

Hauseigene Konditoreien und Küchen, Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten für stets frische Zutaten, Winzern und andere thematische Genuss-Wochen, Angebote



Foto: K.D. Busch

Deals

Unna: M7 Real Estate hat im Auftrag eines US-Investment Managers ein Logistik-Zentrallager im nordrhein-westfälischen Unna, nahe Dortmund, gekauft. Verkäufer ist ein internationaler Private Equity Fonds. M7 wird das Objekt als Asset Manager betreuen. Die Immobilie wurde zwischen 1988 und 1995 errichtet. Sie besteht aus 4 miteinander verbundenen Hallen sowie einem Hochregallager und umfasst 172 000 qm Lagerflächen sowie 12 200 qm Büro- und Funktionsfläche. Zudem gibt es einen Gleisanschluss inklusive Portalkran. Langfristiger Mieter ist die **Karstadt Warenhaus GmbH**, die das Objekt vollständig an einen Anbieter von Logistiklösungen untervermietet hat. Das Zentrallager ist rd. 3 km von der A1 sowie dem Kamener Kreuz A1 / A2 und der A 44 entfernt.

+++++

Dinslaken: Das Geschäftshaus in der Fußgängerzone Neustraße in Dinslaken wurde von der **Lelievast Beheer B.V.** in Amsterdam an ein Family Office aus den Niederlanden verkauft. **City Jung Essen** vermittelte. Das Objekt in der 1A-Lage bietet ca. 2 223 qm Gesamtnutzfläche und eine Grundstücksgröße von ca. 1 077 qm. Als Hauptmieter mit langlaufendem Mietvertrag befindet sich der Einzelhändler **Müller LTD. & Co. KG** im Objekt, der die Handelsfläche an die **Woolworth GmbH** untervermietet hat.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 15

von Spezialitäten bis hin zu „Urban Food“ und geheimnisvolle Rezepte für das Gelingen von schmackhaften, „richtigen“ Bratkartoffeln wie in Schmidts Restaurant - all das ist Food & Fashion heute, nicht nur in Husum, Mannheim und Zürich. Cohrs bringt es trefflich auf den Punkt, wenn er sagt: Die Kaufhäufigkeit von Klamotten sei ziemlich gering, doch alle vier bis fünf Stunden müsse der Mensch etwas essen.

Union Investment Real Estate

Startschuss für Expansion auf US-Retail-Markt

rv DÜSSELDORF: *Die regionale Diversifizierung in Europa, USA und Asien ist aus Sicht von Prof. Lorenz Reibling, Chairman und Senior Partner der Taurus Investment Holdings in Boston, heute ein wichtiger Bestandteil der Immobilienstrategie. Denn die weltweiten Immobilienmärkte befinden sich in der Regel in unterschiedlichen Phasen eines Zyklus, so dass das Immobilien-Portfolio besser ausbalanciert werden kann. Union Investment, die im Bereich Einzelhandelsimmobilien in 10 europäischen Ländern vertreten ist, hat jetzt auch den Schritt auf den US-Markt getan.*

Erfahrungen mit dem US-Markt hat das Unternehmen bereits mit seiner Büroimmobilien-Sparte gesammelt. Für den ersten Schritt auf den US-amerikanischen Markt für **Retail Assets** hat sich **Union Investment Real Estate** mit der in diesem Segment erfahrenen Fondsgesellschaft **TH Real Estate**, einer Tochter von **TIAA Global Asset**



Management, im Rahmen eines Joint-Ventures zusammen getan. Im Einzelnen hat das Unternehmen für seinen Offenen Immobilien-Publikumsfonds **UniImmo: Global** eine Beteiligung von 49% an vier Highstreet-Objekten mit einer Fläche von zusammen 10 550 qm in den prominenten Einkaufsstädten **New York, San Francisco** und **Philadelphia** erworben.

Der größte Offene US-Immobilienfonds von TH Real Estate, der „TIAA-CREF Core Property Fund LP“, der jüngst als **U.S. Cities Fund Series** neu aufgelegt wurde, ist mit einem Anteil von 51% am Portfolio beteiligt. TH Real Estate wird die Immobilien weiterhin verwalten. Für **Henrike Waldburg** (Foto), **Leiterin Investment Management Retail** bei der Union Investment Real Estate GmbH, ist dieser Deal der Schritt zum Aufbau eines größeren Retail-Portfolios in den USA, wobei sich der Fokus auf die gesamte Bandbreite der Immobilien-Segmente des Einzelhandels von Highstreet-Objekten über Fachmarktzentren bis hin zu Shopping-Centern richtet.

Dabei unterstreicht die Leiterin Investment Management Retail, dass Union Investment die Ambition hat, ihre Präsenz im Retail-Bereich des US-Marktes deutlich auszubauen. Nicht zuletzt, weil „Diversifizierung und Internationalisierung für unser Einzelhandels-Portfolio zwei strategische Ziele (sind), die Hand in Hand gehen“. In der Metropole New York, die nach einem aktuellen Report von **Cushman & Wakefield** weltweit die attraktivste Stadt für Immobilieninvestments ist, befinden sich zwei Objekte, die 70% des Gesamtwertes ausmachen.

Dabei handelt es sich um das Gebäude „1511 Third Avenue“ in der Upper Eastside von Manhattan mit rund 4 000 qm, die vom Modehändler GAP und einem Fitnessstudio genutzt werden und das Geschäftshaus „636 Sixth Avenue“ mit einer Erdgeschossfläche von 1 700 qm, die langfristig an eine Apotheke vermietet ist. Beide Gebäude wur-

Deals

Signa kauft Karstadt am Berliner Hermannplatz

Ein von **Meyer Bergman** beratener Investmentfonds hat das **Karstadt-Haus** am Berliner Hermannplatz an die **Signa-**



Gruppe verkauft. Laut **Markus Meijer, CEO** des Unternehmens, hat sich die Lage der Filiale seit dem Kauf vor 3 Jahren unter Führung der Signa-Gruppe, die Karstadt betreibt, grundlegend verändert. **Meyer Bergmans European Retail Partners II** hatte das 90 000 qm große Gebäude, eines der größten Innenstadt-Warenhäuser Deutschlands, Ende 2013 nebst einem Parkhaus mit 680 Plätzen sowie Wohn- und Büroflächen erworben. Karstadt am Hermannplatz wurde 1929 eröffnet. Nach der fast völligen Zerstörung im 2. Weltkrieg wurde das Haus an derselben Stelle wieder aufgebaut und 1951 eröffnet. An den Hermannplatz grenzen die Stadtteile Neukölln und Kreuzberg. Zu den 15 Vermögenswerten des Fonds gehört u.a. ein Karstadt-Haus in Berlin Charlottenburg, das Bradford-Broadway Einkaufszentrum in Nordengland und eine Handelsimmobilie an der Bond Street in London. **JLL, Simmons & Simmons** sowie **PWC** fungierten als Berater.



Handelsimmobilien Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 16

den laut Union Investment zu Beginn des 20. Jahrhunderts errichtet und in den vergangenen Jahren modernisiert. Des Weiteren gehört das Objekt „856 Market Street“ in der Nähe des Union Square, der besten Einzelhandelslage von **San Francisco**, dazu. Die 850 qm sind an den Sportartikelhersteller **New Balance** vermietet. Das Geschäftshaus in der „1608 Chestnut Street“ in Philadelphia befindet sich am Standort Center City, dem historischen und kulturellen Zentrum der Stadt. Die 4 000 qm auf drei Etagen sind an den japanischen Modehändler **Uniqlo** vermietet.

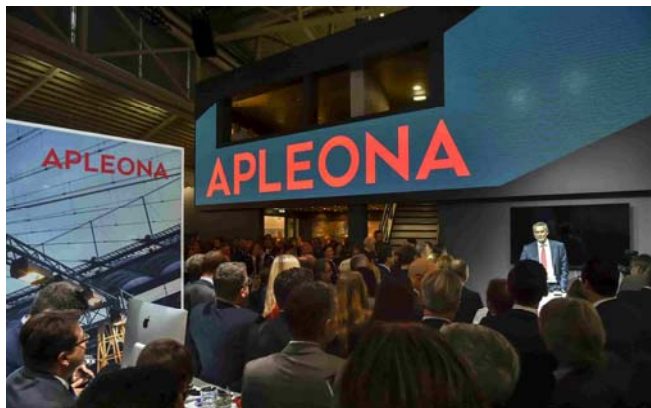
Union Investment verwaltet weltweit ein Immobilienanlagevermögen von 28,5 Mrd. Euro, davon entfallen rund 30% auf Retail-Objekte in verschiedenen Fonds. In Europa hält das Unternehmen aktuell 46 Einzelhandelsobjekte im Bestand.

Bilfinger Building and Facility

Unter dem Namen „Apleona“ in eine neue Zukunft

rv DÜSSELDORF. Mit der Expo Real in München war der Ort für die optische Verwandlungen der „Bilfinger Building and Facility“ gut gewählt. Mit dem Namen „Apleona“ lässt der Immobiliendienstleister die Zugehörigkeit zur Bilfinger SE hinter sich und startet in eine neue Zukunft unter dem Dach des schwedischen Private Equity-Unternehmens EQT, das 100% der Anteile hält. Gleich bleibt aber der Unternehmenssitz in Neu-Isenburg.

Die große öffentliche Beachtung des Namenswechsels war an den zahlreichen Besuchern auf dem Messestand abzulesen, als der neue **CEO Jochen Keysberg** den Namen



Namenspräsentation auf der Expo.

Foto: Apleona

bekannt gab. Dabei zeigte er sich sehr stolz, dass es in gerade einmal drei Monaten - vom 2. Juni bis zum 1. September - gelungen war, die für die neue Eigenständigkeit der Sparte **Bilfinger Building and Facility** von der **Bilfinger SE** erforderlichen Prozesse und Systeme abzuschließen. Immerhin ist der Dienstleister für das technische Facility Manage-

ment europaweit in 30 Ländern vertreten. Auch die komplette Finanzierung inklusive Bürgschaften konnten in diesem Zeitraum sicher gestellt und die Governance-Strukturen etabliert werden. So wurde Keysberg auch am 7. September 2016 zum Chief Operating Officer (CEO) ernannt.

Mit Blick auf die Abgrenzung zum früheren Mutter-Konzern Bilfinger SE stellt Keysberg fest, dass sich **Apleona** mehr auf die Gebäudehülle (Immobilie) und die Raumtechnologie fokussiert und nicht so stark in die Industrieprozesse hinein geht. Mit dem neuen Namen möchte das Unternehmen auf seine Kernaufgabe, für den Kunden einen Mehrwert zu schaffen, hinweisen. Denn das Wort Apleona leitet sich vom griechischen Wort „pleon“ für „mehr“ ab und wird am Anfang und Ende ergänzt um das Thema „Lifecycle“, der von „Anfang bis Anfang“ geht. Die im Wort enthaltene Silbe „leo“ steht für das lateinische Wort „Löwe“ und soll „Stärke“ thematisieren.

Deals

Novapierre kauft Fachmarktzentrum

Internos Global Investor hat als Transaktions- und Assetmanager den von



PAREF Gestion gemagten französischen **SCPI Novapierre Allemagne Fund** beim Erwerb eines Fachmarktzentrum in Gießen beraten. Verkäufer war ein von **Tristan Capital Partners** beratener Fonds. Die vollständig vermietete Immobilie befindet sich im Schiftenberger Weg 115. Sie hat 5 137 q Mietfläche. Davon entfallen rund drei Viertel auf Einzelhandels- und ein Viertel auf Gastronomieflächen. Mieter des 1999 sanierten Objekts sind unter anderem denn's Biomarkt, Burger King, ein Fitnessstudio, screwfix und das Land Hessen. Die **Blackwall GmbH** hat als Makler vermittelt. **GSK Stockmann + Kollegen** berieten den Käufer und **Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle LLP** den Verkäufer.

+++++

Berlin: Die Firma **Christ Juweliere und Uhrmacher seit 1863 GmbH** mietet im **Rathaus Center Pankow** in Berlin eine Mietfläche von 120 qm. Das Einkaufszentrum wird von der DI-Gruppe, Düren, gemangt. Die Firma **Klaus Zorn Konzept** Vermietung vermittelte.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 17

Unternehmens
News

Die Vorteile des Namens liegen für Keysberg auf der Hand: Er sei leicht auszusprechen, international einsetzbar und habe einen angenehmen Klang. Die Unterzeile „Realising Potential“ steht gemäß der Unternehmensphilosophie für die Aufgabe, dem Kunden dabei zu helfen, das Potenzial der Immobilie oder der Anlage zu erkennen und mit es mit ihm zusammen zu heben.

Apleona erzielt mit seinen rund 22 000 Mitarbeitern in über 30 europäischen Ländern einen Jahresumsatz von 2,5 Mrd. Euro und hat 6 710 Immobilien unter Management. Den Wert der Assets unter Management beziffert das Unternehmen mit 66 Mrd. Euro. Bekannte und gut etablierte Namen wie **HSG** oder **GVA** bleiben unter dem Dach von Apleona bestehen. Zu den Kunden gehören große Industrieunternehmen, Banken und Versicherungen sowie Fondsgesellschaften, die öffentliche Hand und Eigentümer von Shopping-Centern sowie Fachmarktzentren.

Für den Dienstleister spielen nach den Worten des CEO künftig 4 Themen eine zentrale Rolle: So soll die Internationalisierung der Geschäftsbereiche vorangetrieben werden, den Kunden sollen verstärkt integrierte Leistungen angeboten und die technische Kompetenz im Bereich Energieeffizienz soll ausgebaut werden. Last not least will das Unternehmen beim Thema Digitalisierung eine Vorreiterrolle einnehmen.

Trading-up im Discountmarkt

Unter 1 000 qm geht in Zukunft gar nichts mehr

rv DÜSSELDORF: *Nachdem die Lebensmittelvollsortimenter und insbesondere die Supermärkte in den vergangenen Jahren in ihren „Point of Sale“ investiert und Verkaufsflächen aus- und umgebaut haben, rüsten nun auch Deutschlands Discounter massiv auf. Grundlage dieses Trading-up ist nicht zuletzt die Tatsache, dass die Bundesbürger mit Blick auf die zahlreichen Lebensmittelskandale seit einigen Jahren bereit sind, mehr Geld für Qualität auszugeben, wie auch die Kölner Rewe Group registriert. Das hat das Geschäft vieler Vollsortimenter zuletzt beflügelt.*

Ein Hauptgrund für die Neupositionierung der Lebensmitteldiscounter ist nach Ein-



schätzung von **Susanne Klausner** (Foto), **Chief Executive Officer** (CEO) der **GRR Group** in Nürnberg, denn auch, dass die Branche in den vergangenen Jahren leicht an Marktanteilen verloren hat, wie Zahlen der **GfK** für den Zeitraum zwischen 2013 und 2015 zeigen. Gerade die beiden Marktführer **Aldi** und **Lidl** würden von der Befürchtung geleitet, dass die Vollsortimenter **Edeka** und **Rewe** ihnen weiter Marktanteile abnehmen würden. Denn inzwischen hat sich bei vielen Konsumenten herumgesprochen, dass die Vollsortimenter mit ihren Eigenmarken und vor allem mit ihren preisaggressiven No-Name-Produkten (Rewe: Ja! und Edeka: Gut und Günstig) ähnlich preisgünstig sind, wie die Sortimente der Discounter aus Eigenmarken und Herstellermarken (etwa bei **Lidl** und **Netto**).

Das hat auch Konsumenten mit geringem Einkommen in die Lebensmittelmärkte mit ihrem angenehmen Ambiente abwandern lassen. Denn auch in diesem Punkt verändert

ISG realisiert Superdry-Filiale

ISG Deutschland hat den neuen Store von **Superdry** in Mannheim realisiert. Die Lifestyle-Marke



ist im Ende September eröffneten Shopping Center Q 6 Q 7 in der Mannheimer Innenstadt mit einer 520 qm großen Fläche vertreten. ISG hat die komplette Einrichtung der Verkaufsfläche federführend übernommen, einschließlich der Haustechnik. Zudem fungierten die Mitarbeiter vor Ort als zentrale Ansprechpartner und übernahmen die Koordination der Arbeiten mit den übrigen Gewerken beim Bau des neu entwickelten Centers. Das in Mannheim umgesetzte Ladenbaukonzept von Superdry setzt auf eine authentische, wiedererkennbare Atmosphäre. Materialien wie Wandpaneele aus Eisenbahnholz und Yellow Pine wurden zum Großteil aus England importiert. Massive Stahlstützen in der Fassade und im Storebereich betonen ebenso wie die Betonoptik des Bodens und Ziegelsteinelemente (Slashy brickwalls) den zum Markenbild von Superdry passenden typischen „Rough-Charakter“.



Handelsimmobilien Report Nr.232

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 18

Deals

MEC verstärkt Leasing Management

Die MEC stärkt ihr Leasing Management mit 2



Vermietungsexperten:
Daniela Kempa (38) und
Michél Giesche (45).
Kempa wird die Vermietung der MEC Fachmarktzentren und fachmarktorientierten Shopping Center in Berlin und Mecklenburg-Vorpommern übernehmen, Giesche in Bayern und Baden-Württemberg. Die Dipl. Betriebswirtin für Immobilien, Kampa, war zuvor Vermietungsmanagerin bei der **Wealth Management Capital Holding**. Zuletzt war sie Associate Director bei **DTZ** für die bundesweite Vermietung von Fachmarkt- und Einkaufszentren zuständig. Giesche, war bei der **Küspert & Küspert Immobilien OHG** seit 2008 Leiter des Geschäftsfelds Einzelhandel war. Zuvor war er Gebietsleiter Expansion bei **Tedi**, Akquisition-Manager für die Systemgastronomie **Alex** und selbstständigen Immobilien-Makler.

Deals

Düsseldorf: Engel & Völkers Commercial Düsseldorf hat ein ca. 892 qm großes Wohn- und Geschäftshaus in Düsseldorf an eine Privatperson vermittelt. Das Objekt von 1965 hat 17 Wohnungen und eine Gewerbebeeinheit.

sich derzeit viel in Deutschland. Ging es im Heimatland der Billiganbieter auch bei der Architektur und der Inneneinrichtung darum, durch Schlichtheit das niedrige Preisniveau zu unterstreichen, geht es heute im stationären Einzelhandel um Erlebniskauf mit der entsprechenden Innenarchitektur. So arbeitet die Rewe Group mit einem völlig neuen Konzept und neuer Ladengestaltung erfolgreich gegen den Umsatzrückgang in der Großfläche an.

Bei diesem Trading-up im Lebensmittelhandel spielt laut Klaußner auch das Thema „Convenience“ eine wichtige Rolle, die dazu geführt hat, dass Vollsortimenter für



Mehr Atmosphäre in den Discount-Filialen. Foto: Aldi Süd

manche Kunden inzwischen attraktiver sind als Discounter. „In der Mittagspause einkaufen gehen und das Mittagessen gleich mitnehmen, spielt vor allem in den Innenstadtlagen der Top-6-Städte eine wesentliche Rolle“, so die GRR-Chefin. „Hier sind die Discounter bisher oftmals gar nicht vertreten.“ Ein schönes Beispiel für die Reaktion von Aldi auf die City-

Konzepte von Rewe ist für sie der im Juni 2016 im unteren Teil der Düsseldorfer Königsallee (Kö) eröffnete neue Discountmarkt.

Forciert wird das Trading-up in der Discount-Szene zudem durch das Bestreben des Branchenzweiten Lidl, den Marktführer Aldi zu überholen und an der Spitze abzulösen. Um dies zu erreichen, denkt das Unternehmen aus Neckarsulm laut Klaußner derzeit sogar darüber nach, „flächendeckend Bestandsstandorte mit dem neuen architektonischen Gebäudekonzept und dem Ladenausbau auszustatten“. Klaußner: „Bei Standorten im Eigenbestand mag das machbar sein. Für Investoren, die diese Standorte in den vergangenen Jahren erworben haben und hier wiederum investieren müssten, sehe ich das kritisch. Da geht die Rendite dann gegen null“.

Knallharter Wettbewerb im Lebensmittelhandel

Für die GRR-Chefin zeigen solche Pläne aber auch, wie knallhart der Wettbewerb im deutschen Lebensmittel- und Discountmarkt ist: „Die Marktteilnehmer versuchen mit hohem finanziellen Einsatz, sich von der Konkurrenz abzuheben. Inwieweit das dann wirklich flächendeckend umsetzbar ist, sei dahingestellt.“ Denn eins ist klar: Neben den gewaltigen Investitionen müssen mit Blick auf das restriktive deutsche Baurecht beim großflächigen Einzelhandel in nicht integrierten Lagen auch die Baubehörden mitmachen und die Pläne mittragen. Klaußner: „Da wäre ich eher skeptisch.“

Angeheizt wird der Verdrängungswettbewerb auch dadurch, dass Deutschland die höchste Versorgungsdichte in punkto Lebensmittelmärkte hat. Die Kunden essen aber nicht unbedingt mehr, nur weil sie ein größeres und attraktiveres Angebot vorfinden. Klaußner ist überzeugt, dass das Budget der Haushalte faktisch gleich bleibt.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

VOM 14.10.16

Cities & Center & Developments

Seite 19

Deals

Hamborner REIT AG erwirbt Geschäftshaus

Die **Hamborner REIT AG** setzt ihren Wachstumskurs fort und investiert zeitnah einen Teil der Emissionserlöse aus der erfolgreich abgeschlossenen Kapitalerhöhung. Die Gesellschaft hat das Geschäftshaus "Domi" in der Dortmunder Fußgängerzone, auf dem Ostenhellweg, einer der Haupteinkaufsstraßen der Stadt, im direkten Umfeld von C&A, Maisons du Monde und dem neuen Modehaus Weingarten. Der Kaufpreis beläuft sich auf 30,9 Mio. Euro. Die Immobilie hat eine Mietfläche

Handelsimmobilien *Report*

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
neuen Homepage:

www.hi-report.de

von rd. 9 200 qm. Die Hauptmieter sind **TK Maxx**, Das Depot, O2 sowie eine große Dialysepraxis. Die gewichtete Laufzeit der Mietverträge liegt bei rd. sieben Jahren. Bei jährlichen Mieterträgen von 1,6 Mio. Euro beträgt die Bruttoanfangsrendite 5,1%. Die Kaufpreiszahlung und der Besitzübergang werden voraussichtlich am Ende des Jahres stattfinden.
Jones Lang LaSalle Düsseldorf war im Rahmen der Transaktion als Makler tätig.

Die Umgestaltung der Verkaufsflächen in den Discountern ist aus Sicht der Expertin dagegen kein Problem. Doch nachdem der neue Ladenbau und die Raumgestaltung inzwischen wie die Ausstattung eines Standardvollsortimenters anmuten, könnte das im gehobenen Lebensmittel-Segment Druck erzeugen, mit einem weiteren Up-Grading zu reagieren, um den Unterschied zu den Discountern sichtbar zu machen. So hatte sich der Chef der **Rewe Group**, **Alain Caparros**, bei der Bilanz-Press-Konferenz im März bereits besorgt gezeigt, dass sich die Discounter zu Nahversorgern aufwerten wollen. Das könnte die Supermärkte unter Druck setzen.

Aber auch unter den Discountern wächst der Druck zum Trading-up, wenn sie bei dieser Entwicklung mithalten wollen.



Auch Lidl macht sich fit für die Zukunft.

Foto: Lidl

Ein gutes Stück auf diesem Weg vorangekommen ist die Rewe-Tochter **Penny**, die vor Jahren in die Verlustzone rutschte und seither mit einem neuen, gehobenen Konzept, neuen Eigenmarken und mehr Convenience am Turn-around arbeitet. Nach Auskunft des Vorstands ist sie dabei auf einem guten Weg. Netto arbeitet laut Klaußner

gleichfalls an einer Aufwertungsstrategie. Dabei stellt sich aus ihrer Sicht aber die Frage, ob dieses Up-Grading nicht dazu führt, dass „ganz unten wieder eine Marktlücke für echte ‚Hardcore-Discounter‘ entsteht“. Eine Rolle, die etwa dem Discounter **Norma** zufallen könnte. Denn nach Klaußners Erkenntnis rüstet das Unternehmen bis dato - offenbar bewusst - nicht auf.

Die Entwicklung ist auch für Investoren spannend

Beim Blick auf die Konsequenzen zeichnet sich für die Expertin aber in jedem Fall ein Trend ab: „Unter 1 000 qm Verkaufsfläche zzgl. Nebenflächen geht gar nichts mehr. Das ist die Mindestanforderung für einen Discounter im Bestand. Für das Vollsortiment müssen es realistisch mindestens 1 200 qm in ländlichen Gebieten sein. Alles andere ist nicht zukunftsfähig.“ Gleichzeitig denken SB-Warenhaus-Betreiber wie Kaufland über kleinere Formate nach und zielen laut Klaußner stärker in Richtung Vollsortimenter. Insbesondere mit ihren Nonfood-Sortimenten haben die Großflächen oft Probleme.

„Es bleibt also spannend, auch für die Investoren, die genau prüfen müssen, wo und in welche Formate und Standorte sie investieren“, fasst die GRR-Chefin zusammen. Bei dem gegenwärtigen Anlagedruck sei die Gefahr groß, dass die Anleger sich verführen ließen, auch bei Standorten zuzugreifen, die möglicherweise nicht zukunftsfähig seien. Dass die Zahl der Discounter bundesweit geschrumpft ist, wertet sie dagegen als gutes Zeichen, weil alle Beteiligten das Filialnetz erstmals wirklich bereinigt hätten und Standorte ohne Zukunft konsequent geschlossen wurden.



Handelsimmobilien Report Nr.232

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 20

Unternehmens
News

Konsequenzen könnte die Premium-Strategie der Billiganbieter auch für die Verbraucher haben: Aus Klaußners Sicht müssten die Lebensmittelpreise steigen, da dieses Niveau anders nicht dauerhaft zu finanzieren sei: „Deutschland ist nach wie vor im europäischen Vergleich im Discount-Segment mit am billigsten. Günstiger kauft man laut **GfK** nur in Bulgarien und Rumänien ein.“

Fachmarktzentren

Lebensmittel sind ein stabiler Frequenzbringer

rv DÜSSELDORF. Die größten wirtschaftlichen Gefahren für Handelsimmobilien gehen aus Sicht vieler Investoren vom wachsenden eCommerce aus, der 2015 laut Handelsverband Deutschland 41,7 Mrd. Euro Umsatz am stationären Handel vorbei auf sich ziehen konnte. Nach der jüngsten Umfrage der Hahn Gruppe in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute für den Retail Real Estate Report 2016/17 wird mit 55% der Nennungen im Online-Handel der größte Risikofaktor gesehen. In diesem Umfeld können sich Fachmarktzentren aber ganz gut behaupten.

Mit Blick auf ihre typischen Nonfood-Mieter aus dem Bereich Elektrofachmärkte, die



Foto: Hahn Gruppe

neben den Buchhändlern durch den Online-Handel zunächst am stärksten unter Druck geraten waren, stehen aber auch Fachmarktzentren vor strukturellen Herausforderungen, beispielsweise, wenn Mieter aus diesem Segment im Zuge des Wandels ihre Flächen verkleinern wollen. So erwarten 58% der von der **Hahn Gruppe** und dem **EHI Retail Institute** Befragten, dass der Flächenbedarf der Mieter rückläufig sein wird. Das veranlasste einige Experten, die Zukunft von Fachmärkten resp.

Lebensmittel: Hohe Anforderung an die Lieferung.

Fachmarktzentren im Internet-Zeitalter durchaus kritisch zu beurteilen.

Tatsächlich liegen bei dieser Anlage-Klasse Licht und Schatten eng beieinander: Während der Anteil des Online-Handels im Non-Food-Segment - also im Handel mit Nicht-Lebensmitteln - schon einen Anteil von etwa 20% erreicht und in Segmenten wie Bekleidung und Schuhe weiter wächst, kommt der Online-Handel mit Lebensmitteln - dem wichtigsten Standbein vieler Fachmarktzentren - mit einem Anteil von weniger als einem Prozent nicht von der Stelle.

„Der Online-Handel und Lieferservices haben bei Lebensmitteln und Drogerieartikeln weiterhin keine große Bedeutung“, bestätigt **Thomas Kuhlmann, Vorstand der Hahn-Immobilien-Beteiligungs AG:** „Wir erwarten, dass sich dies mittelfristig nicht ändern wird, da diese Güter komplexe Anforderungen an die Logistikkette stellen und der stationäre Handel in Bezug auf Preis und Convenience eine sehr starke Marktposition

Tegut plant Expansion im Raum Heidelberg

Der Lebensmitteleinzelhändler **Tegut** eröffnet auf 800 qm seinen 1. Markt in Heidelberg und bietet hier u. a. Bio-Produkte, regionale Lebensmittel, Eigenmarken und Fair-Trade-Produkte an. Der Tegut-Supermarkt entsteht an der Hauptstraße 110, wo das ehemalige Kino „Harmonie“ umgebaut und der historische Wormser Hof wiederhergestellt wird. Die Eröffnung ist voraussichtlich 2018 / 2019 geplant.

CBRE vermittelte und unterstützt Tegut bei der weiteren Expansion. Eigentümer des Marktes ist die **Silva Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. Grundstücks KG.** „Dies ist der Startschuss für weitere Märkte in der Region Heidelberg. Wir werden in den kommenden Jahren die Lücke zwischen Bensheim und Stuttgart sukzessive schließen“, sagt **Martina Becker, Expansionsleiterin** bei Tegut.

+++++

Meerbusch: Altnatura und **Rossmann** haben je rd. 850 sowie 890 qm im Geschäftshaus, Düsseldorf Straße 81-85, in Meerbusch bei Düsseldorf gemietet. Vormieter war Edeka. Vermieter ist eine Immobiliengesellschaft aus Köln. Die Eröffnung der Shops ist bereits erfolgt. **Colliers International** war bei der Anmietung beratend tätig.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 21

Deals

einnimmt.“ Seine Zuversicht stützt Kuhlmann (Foto) auch darauf, dass selbst in Ländern mit höherer eCommerce-Affinität wie Großbritannien das deutsche Modell der preisorientierten Lebensmittelversorgung wie sie etwa **Aldi** und **Lidl** auf der Insel bieten, hier gut ankommen und weiter Marktanteile gewinnen.

„Damit sind Lebensmittel- und Drogeriemärkte auch für die Zukunft ein sehr stabiler Frequenzbringer für Fachmarktzentren“, so der Hahn-Vorstand. Oder anders formuliert: Fachmarktzentren profitieren von der Attraktivität des stationären Lebensmittelhandels und Discount-Trends. Hinzu kommt, dass auch im Nonfood-Segment die Bäume des Online-Handels nicht in den Himmel wachsen, wie der Blick auf die Umsatzentwicklung in einigen Bereichen zeigt. So sind laut **Hahn Retail Real Estate Report** in den Segmenten Computer/-zubehör und Musik/ Film/Medien/ Software die Online-Ausgaben leicht rückläufig, was dafür spricht, dass sich Sättigungstendenzen bemerkbar machen. Es ist also nicht davon auszugehen, dass der Einkauf komplett ins Internet verlagert wird.



Günstige Voraussetzung für Click & Collect

Außerdem reagieren viele große Handelskonzerne mit einer Multichannel-Strategie - der Vermischung von stationärem Verkauf und Online-Shop - auf den Strukturwandel: So etwa auch die **Metro**-Tochter **Media Saturn**, die mit ihrem Media Markt Kundenclub viel für die Kundenbindung tut und den Ausbau ihrer Multichannel-Aktivitäten forciert, um durch die Verbesserung des Mehrkanal-Vertriebs größere Mengen bei der Belieferung und beim Abholen bewältigen zu können. Click & Collect wird auch hier gut angenommen. Das befördert nach Unternehmensangaben auch das Geschäft in den Fachmärkten, so dass Flächenverkleinerungen kein Thema sind. Multichannel nutzt offenbar auch dem stationären Geschäft. Laut HDE ist der Handel mit Unterhaltungselektronik im 1. Halbjahr 2016 real um 2,3% gewachsen.

Auch die „grüne Wiese“ muss mit der Zeit gehen

Auch wenn Fachmarktzentren mit Ausrichtung auf die Versorgung der Bürger mit den Gütern des täglichen Bedarfs im stationären (Lebensmittel)handel gut verankert sind, so müssen sie aus Sicht von Hahn-Vorstand Kuhlmann aber auch die technischen Möglichkeiten, die insbesondere für junge Kunden heute sehr wichtig sind, gezielt einsetzen. Mit ihrer verkehrsgünstigen Lage und den kostenlosen Parkplätzen sind sie beispielsweise für Click & Collect-Angebote gut aufgestellt, was Mietern wie Media Markt entgegen kommen dürfte.

Zum zukunftsorientierten Fachmarktzentrum im Internet-Zeitalter gehören aus Sicht des Hahn-Vorstands auch Drive-in-Konzepte, ein gemeinsamer Lieferservice aller Mieter eines Zentrums, gemeinschaftliche Logistikflächen oder die Nutzung von Ladengeschäften als Distributionszentren. Aber auch innovative Handelskonzepte wie „Emmas Box“, ein System aus Boxen mit unterschiedlichen Temperaturen, wo die Kunden ihre online bestellten Lebensmittel abholen können, sind wichtige Bausteine

Barings kauft Büro- und Geschäftshaus

Barings Real Estate Advisers (vormals Cornerstone Real Estate Advisers) hat im Auftrag des Individualfonds eines Versorgungswerks das Büro- und Geschäftshaus in der Mainzer Landstraße 193 in Frankfurt/M. erworben. Verkäufer ist ein von der **BNP Paribas REIM Germany GmbH** verwalteter Spezialfonds. Das Asset Management übernimmt das Frankfurter Team von Barings. Das denkmalgeschützte Büro- und Geschäftshaus mit ca. 7 700 qm Mietfläche, bietet jeweils zur Hälfte Büro- und Einzelhandelsfläche. Es wurde Anfang des 20. Jahrhunderts gebaut und 2015 saniert. Einziger Nutzer des sechsstöckigen Gebäudes ist aktuell die Designmöbel-Kette **Who's perfect - La Nuova Casa**, die rd. 50% des Objekts langfristig gemietet hat. Barings verfolgt für das Versorgungswerk eine Manage to Core Strategie.

+++++

Paris: Mit dem **ProLogis Park Błonie**, einem der größten Logistikparks in Warschau, konnte **BNP Paribas Real Estate Polen** den idealen Standort für die **Allegro-Gruppe**, die größte Online-Handelsplattform in Polen finden. Die Allegro Gruppe wird die Lager- und Büroflächen mit insgesamt 22 000 qm, davon sind circa 9 000 qm Distributionsfläche, im Jahr 2017 beziehen.



Handelsimmobilien

Report Nr.232

Cities & Center & Developments

VOM 14.10.16

Seite 22

Deals

einer solchen Zukunftsstrategie. Das Konzept wurde von dem Gründer **Michael Reichelt** zusammen mit der **Uni München** entwickelt.

Insgesamt, das ergab die jüngst vorgelegte Studie „**European Retail Park Development Report**“ von **Cushman & Wakefield**, steigt europaweit bei Verbrauchern die Nachfrage nach leicht

erreichbaren Fachmarktzentren mit breitem Angebot, die - angesichts des Zeitmangels - ein One-Stop-Shopping ermöglichen, die sich andererseits aber auch durch hochwertige Gastronomie sowie ansprechendes Ambiente auszeichnen. Damit folgen Fachmarktzentren dem Weg, den die Shopping-Center der neuen Genera-



Online bestellen und vor Ort abholen.

Foto: Media Markt

tion mit ihrem deutlich aufgewerteten Gastronomie-Angebot, mehr Ambiente und Aufenthaltsqualität seit einigen Jahren verfolgen.

Für den Hahn-Vorstand sind - neben der Gastronomie - aber auch Events auf den Außenanlagen wie beispielsweise Oldtimer Treffs oder Trödelmärkte geeignet, die Frequenz zu steigern. Zudem können sich die stationären im Wettbewerb mit den virtuellen Händlern ihre physische Präsenz zunutze machen und sie gezielt für ihre Markenbildung einsetzen. Wichtige Unterscheidungsmerkmale können auch lokale Angebote sein und - von Seiten der Einzelhändler - die attraktive Produktpräsentation.

Asset Manager muss näher an der Immobilie sein

Der gravierende Strukturwandel im Einzelhandel verlangt aber auch vom Asset-Manager heute eine andere Strategie: Er muss laut Kuhlmann die Veränderungen beispielsweise bei den Mietern aus dem Nonfood-Segment exakt antizipieren. Er müsse heute viel näher an der Immobilie sein. Die etwa 5% Spitzenrendite, die laut CBRE mit gut etablierten Fachmarktzentren zu erzielen sind, müssen mit erfolgreichen Konzepten verdient werden.

Vor diesem Hintergrund konstatiert Hahn-Vorstand Kuhlmann zufrieden: „Ich fühle mich wohl, dass wir bei den Fachmarktzentren vom Lebensmitteleinzelhandel und von Discounttrends abhängig sind, die sich nicht so stark verändern.“ Für viele Mieter sei der Lebensmittelhändler heute als Anker und Frequenzbringer entscheidend. Das bestätigt auch die jüngste Umfrage des HDE, wonach die Einzelhändler in Fachmarktlagen wie Sonder- und Gewerbegebieten, städtischen Vororten und ländlichen Gemeinden mit ihrer Lage zufriedener waren als etwa Händler in der Innenstadt.

Straubing: Der Anbieter von Gesichts- und Körperpflege-Serien sowie Home-Accessoires, **Rituals**, sicherte sich eine ehemals von **Zero** genutzte Handelsfläche in der 1A-Lage von Straubing, Ludwigsplatz 35. **Comfort** vermittelte das Ladenlokal mit einer Schaufensterfront von 5 m und einer Gesamtfläche von knapp 200 qm. Die Eröffnung ist für November geplant.

Impressum

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

Herausgeber:
Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:
Christine Scharrenbroch

Anzeigen:
Marion Götza,
05242-901-250

Verlag:
Research Medien AG,
Nickelstr. 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.