Cities | Center | Developments

Handelsimmobilien Report

Liebe Leser,

die aktuelle Lage zur Herbst-/Wintersaison 2021/22 in Deutschland erinnert an die Frage aus dem Silvesterfilm „Dinner for one“: The same procedure as last year? Nach den Erfahrungen aus dem Vorjahr, als das politische Berlin offenbar von der zweiten Corona-Welle überrascht wurde, erlebt Deutschland nun eine Wiederholung des Szenarios, das nach der umfangreichen Impfkampagne offenbar niemand erwartet hatte. Die Infektionszahlen testen immer neue Höchststände und die Kliniken stoßen wieder an Kapazitätsgrenzen.

Dass die Impfquote in Deutschland für eine Herdenimmunität zu Herbstbeginn noch zu niedrig war, dürfte den Politikern trotz der ungenauen Zahlen eigentlich klar gewesen sein. Auch dass nach der Bundestagswahl die künftige Bundesregierung aus drei – zum Teil sehr konträren – Parteien gebildet werden muss, war schon vorher klar. Und dass dies Zeit kostet und gerade in der schwierigen Phase der Pandemie zu sehr viel Unklarheit darüber führen würde, wer in der Übergangsphase die Entscheidungsgewalt hat, auch.

Schon symptomatisch für die Politik ist, dass die Verantwortlichen auch von dieser Entwicklung offenbar wieder auf dem falschen Fuß erwischt wurden. Man könnte daraus aber auch den Schluss ziehen, dass es in der Politik heute zu sehr um Partei-Politik geht, vor allem um die eigene Profilierung und dass dabei das Bewusstsein für die überparteiliche Verantwortung für das Land verloren gegangen ist.

Das zeigt schon der Blick auf die CDU/CSU und die Aktion der Parteiführung, über den Wunsch der Basis hinweg einen ihr genehmen Kanzlerkandidaten zu nominieren. Der Prozess der parteipolitischen Neufindung bei der CDU und der parteipolitischen Profilierung bei der SPD belastet aber die Arbeit der geschäftsführenden Regierung in der Übergangsphase. All das nagt weiter an der Reputation Deutschlands und seiner Fähigkeit, solche Krisen zu meistern.

Ob die Verantwortlichen für diese Realität noch einen Blick haben, ist schwer zu sagen. Genauso schwer abzuschätzen ist vor diesem Hintergrund die weitere Strategie, mit der das Land durch die wieder herausfordernde Winterzeit kommen wird. Im Raum stehen eine bundesweite 2-G-Regel und eine 3-G-Regel am Arbeitsplatz und die Hoffnung etwa im Einzelhandel, dass es nicht wieder zu Zwangsschließungen kommen wird. Dafür fehlen der Branche die Reserven.

Mit Blick auf die Tatsache, dass der Impfschutz – egal welcher Impfstoff eingesetzt wurde – mit der Zeit nachlässt und mit Blick auf die Impfdurchbrüche und die Notwendigkeit zur Dritt-Impfung wird klar, dass wir eine Strategie brauchen, die es erlaubt, trotz Virus ein Stück Normalität zurückzugewinnen.

P.S. Im Anhang finden Sie das Programm für den **6. Factory Outlet Center Kongress** am **13.** und **14. Januar 2022** in Wolfsburg.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin

Nr. 359 vom 19.11.2021
Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Krisenfeste Innenstadt: Der lange Weg zur Post-Corona-City	2
Fachmarktzentren: Zwischen Anlagedruck und Strukturwandel	6
Einzelhandelskonjunktur: Goldener Oktober, gemischte Weihnacht?	9
RICS-GCPM: Investoren optimistisch, Mieter vorsichtig	11
Zinspolitik in Europa: Experten sehen Gefahr der Blasenbildung	13
Rothenburg ob der Tauber: Eine Stadt auch für ihre Einwohner	15
Kaufkraft Europa: Reiche Liechtensteiner, arme Ukrainer	17
Einzelhandel: Kein schnelles Ende der Lieferprobleme	19
Deutsche Euro Shop: Spürbare Erholung in den Sommermonaten	20
Impressum	20

Partner des HandelsimmobilienReport

BBE Handelsberatung · ECE · GRR Basic Retail Experts · IPH Handelsimmobilien · Hahn Gruppe Wertarbeit mit Immobilien · HABONA Invest · gpep · RATISBONA Handelsimmobilien · HBB · WISAG · REDEVCO · SONAE SIERRA

Rostock bietet viel mehr als Handelsangebote. Foto: Comfort

Krisenfeste Innenstadt

Der lange Weg zur Post-Corona-City

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Mit den wachsenden Problemen im Einzelhandel und Filialschließungen werden in den Innenstädten die Frequenzbringer knapp. Mit der Frage, wie die Städte kurz- und langfristig gegensteuern können, um ihre Stadtzentren für weitere Krisen wetterfest zu machen, befasste sich die Studie „krisenfeste Innenstädte“.

Keine Online-Welt könne das reale Gefühl, in einem neuen Kleid vor einem Spiegel zu stehen, ersetzen: Nach den Worten von **Marjoke Breuning**, **Vizepräsidentin** des **DIHK**, hat Corona durch die Phasen der Zwangsschließungen im innerstädtischen Einzelhandel vielen Menschen deutlich gemacht, was Innenstädte alles bieten. Dadurch sei eine neue Wertschätzung entstanden, aber auch die Hoffnung auf neue Anstöße für die Verbesserung der Innenstädte.

Offen zutage getreten sind allerdings vor allem die Probleme, mit denen typische Innenstadthändler wie etwa die Modebranche schon seit längerem zu kämpfen haben und die durch die Zwangsschließungen verschärft wurden. Nicht wenige Einzelhändler haben Schutzschirm- und Insolvenzverfahren genutzt, um kurzfristig aus ihren Mietverträgen herauszukommen und ihr Filialnetz zu verkleinern.

„Der Innenstadt gehen die Frequenzbringer aus“, konstatiert **Peter Markert**, **geschäftsführender Gesellschafter** der **Imakomm Akademie GmbH** in Aalen, bei Präsentation der Studie **Krisenfeste Innenstädte,** die das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung mit Unterstützung des **DIHK e.V.**, des **BCSD e.V.**, des **CMVO e.V.**, des **DVWE e.V.** sowie des **Deutschen Städtetags** und des **Deutschen Städte- und Gemeindebundes** erstellt hat. An der Studie haben 747 Vertreter und Vertreterinnen von Kommunen und innenstadtnahen Wirtschaftsvereinigungen teilgenommen. Das Gros entfällt dabei auf Klein- und Mittelstädte mit 5 000 bis 100 000 Einwohnern, doch waren auch 118 Großstädte vertreten.

Hinter diesem Verlust an Frequenzbringern und damit auch von Frequenz steht nicht zuletzt der wachsende Trend bei jüngeren Kunden, viele Einkäufe ins Internet zu verlagern und vom Stadtbesuch heute mehr zu erwarten als den reinen Einkaufsbummel durch die Geschäfte. Zumal viele stationäre Innenstadthändler im aktuellen Strukturwandel noch nicht die richtige Mischung aus Erlebniskauf vor Ort und Digita-

Marktbericht

Immobilienklima kann Corona-Welle trotzen

Der Index des **Deutschen Hypo Immobilienklimas** ist im November gegenüber dem Vormonat um 4,7% auf 108,3 Punkte gestiegen. Dabei ist das **Investmentklima** um 3,3% und das **Ertragsklimas** um 6,2% auf 105,2 Punkte gestiegen. Ob der Trend so bleibt, wird sich im Dezember zeigen. Die Entwicklung der Assetklassen ist fast genauso positiv wie im Vormonat. Nur das Logistikklima verzeichnete einen Rückgang

um -0,2% auf 164,5 Punkte. Dagegen stieg das **Bürokli-ma** um 6,0% auf 108,3 Punkte. Das Wohnklima konnte mit einem Plus von 1,1% das hohe Niveau von 154,6 Punkten halten. Das **Handelsklima** legte zwar um 12,7% zu, bildet mit 70,1 Punkten aber weiterhin das Schlusslicht. Beim **Hotelklima**, bei dem zuletzt ein deutliches Stimmungshoch erkennbar war, wurde ein Zuwachs um 3,0% auf 77,6 Zähler verzeichnet.

lisierung gefunden haben. Auch wenn die Zwangsschließungen bei vielen Einzelhändlern den Aufbau einer Multichannel-Strategie forciert haben.

In dieser Gemengelage des Übergangs verfolgte die Imakomm mit ihrer Studie die Ziele, „mit konkreten Kennziffern einem umfassenden Schadensbericht der Pandemie mit Blick auf die Cities näherzukommen, Ansatzpunkte für eine schnelle Stabilisierung zu identifizieren und Wege für eine langfristige Weiterentwicklung hin zur Post-Corona-Innenstadt aufzuzeigen“. Dabei gibt es laut Breuning jedoch keine einfache und schnelle Lösung und auch kein Patentrezept. Jede Gemeinde brauche ihre eigenen, auf sie zugeschnittenen Lösungen.

Zu den wesentlichen Kennziffern des „Schadensberichts“ gehört, dass in den Städten die innerstädtische Frequenz „nach Corona“ in der Zeit zwischen 9.00 und 18.00 Uhr dauerhaft im Schnitt um 9% und in der Mittagszeit zwischen 12.00 und 14.00 Uhr um 6% zurückgehen und die Zahl der Einzelhandelsbetriebe um 13 bis 14% unter dem Vor-Corona-Niveau liegen wird. Die Einzelhandelslagen würden um 10 bis 12% schrumpfen. Bei den Gastronomiebetrieben wird laut Markert ein Rückgang von 6 bis 7% erwartet und bei der Anzahl der Gewerbebetriebe von 4%.

„Man wird das nicht vollständig ersetzen können“, fürchtet der Imakomm-Geschäftsführer: Am ehesten werde noch die Gastronomie zurückkommen. Die Leerstandsquote wird laut Studie von 10% in der Vor-Corona-Zeit auf 14 bis 15% nach Corona steigen, wobei vor allem B-Lagen mit +15% und C-Lagen mit +21% betroffen sein werden, während A-Lagen mit +8% noch relativ glimpflich davonkommen.

In dieser Lage „brauchen wir weitere Gründe für die Besuche in den Innenstädten“, richtet Markert den Appell an die Stadtplaner, interdisziplinäre Konzepte zu entwickeln, wenn der Einzelhandel – wie gerade jetzt – schwächelt und an Zugkraft verloren hat. Hier kommt aus seiner Sicht einem **disziplinübergreifenden Nutzungs - und Lebensraummanagement** eine zentrale Bedeutung zu. Des Weiteren plädiert er für ein **hauptamtliches Stadtmarketing** mit viel Einsatzbereitschaft und für mehr Geschwindigkeit durch autarke Entscheidungen bei der Umsetzung. Ehrenamtliche können die Aufgabe oft schon aus zeitlichen Gründen nicht leisten. Insgesamt sind laut Studie bei der Entwicklung und Vermarktung der Städte neue effektive und effiziente Strukturen notwendig. Und mehr öffentliche Fördermittel, um die Maßnahmen zu finanzieren.

MEC

Was kommt?
Was geht?
Was bleibt?

Neue Einblicke, neue Ausblicke,
neue Perspektiven: Der FMZ Report 2021.

Zeit für Zukunft
VOL. 9
mec-cm.com

Potenzial für die Belebung der Innenstädte sehen die Befragten laut Studie in gezielten Programmen für den **freizeitorientierten Tourismus** aus dem Umland frei nach dem Motto „das Umland als Gast“. Denn Frequenz sei kein Selbstläufer, sagt Markert, Frequenz müsse geschaffen werden. Mit Blick auf den **Geschäftstourismus** fürchten die Befragten aber, dass dieser nach Corona auf Dauer abgeschwächt bleiben werde.

Gastronomie belebt. Foto: Comfort

Für die kurzfristige Stabilisierung der Innenstädte, die schon notwendig ist, um bei Leerstand einen nachhaltigen Domino-Effekt für die Nachbarschaft zu verhindern, zeigt die Studie eine Reihe von Sofortmaßnahmen auf. Dazu gehört beispielsweise die vereinfachte Nutzung von Außenflächen für den Einzelhandel und von Gehwegen oder Parkplätzen für die Gastronomie, die hier Zelte für Tische und Stühle aufstellen darf. Auch der Ausbau einer fahrradfreundlichen Infrastruktur oder die Verlängerung von Konzessionen für den Außenverkauf gehören dazu.

„Die effektivsten Maßnahmen, um die Gesamtattraktivität der Cities kurzfristig zu steigern, sehen die Umfrageteilnehmer in der Stärkung und Präsentation von regional produzierendem Gewerbe, im Erlebbarmachen von Alleinstellungsmerkmalen der Innenstadt, im Ausbau von Stellflächen für Fahrräder oder in der Ausweitung von Mikro-Events im öffentlichen Raum“, heißt es in der Studie zusammenfassend. Wünschenswert wäre für das Gros der Befragten (72%) aber vor allem, dass die Sonntagsöffnung vom „Anlassbezug“ befreit würde. Das heißt, dass der Einzelhandel auch ohne großes Volksfest oder Messen, die in Corona-Zeiten schwer auszurichten sind, an einigen Sonntagen öffnen darf.

Kontrovers wird das Thema Erreichbarkeit der Innenstädte mit dem Pkw gesehen. Während der **Bürgermeister** der Kreisstadt **Parchim**, **Dirk Flörke,** darauf hinweist, dass es für die Menschen einiger Gemeinden aus dem Umland ohne Auto nicht möglich sei, in die Stadt zu kommen, gibt es andere, die sich für die autofreien Innenstädte stark machen. Hier empfiehlt die Studie weniger Dogmatismus und eine teilräumliche Betrachtung. Denn auch hier sind Individuallösungen notwendig.

Mehr Grün für das Klima. Foto: Vierbuchen

Dass bei der Weiterentwicklung der Innenstädte, der Beseitigung des Leerstands und der Sicherung des Bestands vor allem den **Immobilieneigentümern** eine Schlüsselrolle zukommt, davon sind 84% der Befragten überzeugt – Stichwort: Miete. Denn zu den

Deals

Redevco: Geschäftshaus in Bielefeld voll vermietet

Die **Redevco Services Deutschland GmbH** hat das ehemals als „Sinn-Leffers-Haus“ bekannte

Objekt in Bielefeld zum Mixed-Use- und Multi-Tenant-Asset weiterentwickelt. Dazu wurde die Immobilie in der Bahnhofstraße 23 innen und außen modernisiert, der angeschlossene Gebäudeteil in der Arndtstraße 2b wurde abgerissen und neu errichtet. Die Flächen vom Basement bis ins 2. Obergeschoss sind an den Modefilialisten **New Yorker**, das Aktionskaufhaus **Woolworth**, den Sportartikelanbieter **Decathlon**, die Drogeriemarktkette **Müller**, die Fitnesskette **Easyfitness** sowie den Systemgastronomen **Hans im Glück** vermietet. Die letzte verbliebene Fläche von rund 1 300 qm im 3. Obergeschoss des damit voll vermieteten Geschäftshauses hat sich die **IU Internationale Hochschule** gesichert. Nach der Baugenehmigung haben die Ausbaumaßnahmen für die Büros und Hörsäle begonnen. Die private Fachhochschule plant im Februar 2022 den Lehrbetrieb an ihrem neuen Standort Bielefeld aufzunehmen. Wie alle anderen Mietverträge hat auch der Vertrag mit der IU eine lange Laufzeit. **BNP Paribas Real Estate** vermittelte.

Sofortmaßnahmen gehören auch zeitlich begrenzte Mietsenkungen oder Mietstundungen. Und weiter: „Aus Standortsicht wären in den nächsten ein bis zwei Jahren zudem flexiblere Mietmodelle sowie eine dauerhafte Absenkung des Mietniveaus notwendig“, heißt es in der Studie. Dazu gehört auch der Verzicht auf Mieterhöhungen, die Einführung der Umsatzmiete und die Erlaubnis für alternative Nutzungen.

Insofern ist die Weiterentwicklung der Innenstädte maßgeblich von der Bereitschaft der Eigentümer abhängig, nicht nur auf den Wert- und Mietzuwachs ihrer Immobilie zu schauen, sondern auch auf die Qualität des Standorts, die letztlich auch dem eigenen Objekt zugutekommt. Zum Problem wird es nach den Worten von **Martina Tittel**, **geschäftsführende Gesellschafterin** der **Nicolaischen Buchhandlung** in Berlin, dass in der Stadt beispielsweise ganze Straßenzüge Investoren gehören, die nur am Wertzuwachs interessiert sind.

Um die **Post-Corona-Innenstadt** zu entwickeln, ist es aus Sicht der Vertreter von Kommunen und Wirtschaftsvereinigungen notwendig, das Angebot des Einzelhandels im Interesse der Lebendigkeit durch Wohnungen (90% der Nennungen) zu ergänzen, durch Flächen für Co-Working (60%), durch Aufenthaltsbereiche und Spielmöglichkeiten (79%) sowie Frei- und Grünflächen (56%), damit eine multifunktionale Innenstadt als Ort des Austausches entsteht. Als stabilisierendes Element gilt die digitale Sichtbarkeit, die während der Pandemie zugenommen hat, nach Corona in kleineren Städten aber wieder abnimmt. Insgesamt gibt es beim Ausbau der Innenstädte zu einem solchen „Ort des Austausches“ hierzulande laut Studie noch großen Nachholbedarf.

Mit Blick auf die vielfältigen Aufgaben, die angegangen werden müssen, empfiehlt Bürgermeister Flörke, sich zunächst einen Plan zu machen und eine Strategie zu entwerfen. Er selbst hat in Parchim eine Systemanalyse gemacht, die Verwaltung neu ausgerichtet und die Wirtschaftsförderung neu aufgesetzt. Wichtig ist aber auch das Thema „Gemeinsamkeit“. So müssen laut Tittel auch die **Stadtverwaltungen** umdenken und erkennen, dass alle Akteure einer Stadt gemeinsam die notwendigen Veränderungen in der Innenstadt herbeiführen müssen. Der aktuelle Leidensdruck könnte die Bereitschaft der Behörden aber erhöhen.

Laut Studie ist die „Post-Corona-Innenstadt“ für die Bewohner der „multifunktionale Lebensmittelpunkt, ein Ort der Gemeinsamkeit und des Miteinanders, ein Wohlfühlort mit Qualität und Ästhetik, ein flexibler Ausprobierort, auch mit neuen Verwaltungs- und Kooperationsstrukturen“ – kurz eine **resiliente Innenstadt**, die Krisen trotzen kann. Für knapp 90% der Umfrageteilnehmer hat eine solche Innenstadt einen langfristigen Wettbewerbsvorteil, allerdings sehen nur 34% dieses Ziel beim eigenen Standort „auch nur annähernd realisiert“.

Fachmarktzentren Report

Zwischen Anlagedruck und Strukturwandel

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Zwangsschließungen und Homeoffice haben im Einzelhandel viel verändert. Wie sich die Lage der Fachmarktzentren vor diesem Hintergrund präsentiert und vor welchen Herausforderungen dieses Segment steht, hat der 9. FMZ Report 2021 „Über-Morgen – Fachmarktzentren in der Stadt der Zukunft“, von der MEC in Zusammenarbeit mit Nuveen, Savills, Lademann & Partner sowie der Wisag untersucht.

Die Bedeutung von Fachmarktzentren wächst. Foto: MEC

Die Entwicklung auf dem Investmentmarkt für Supermärkte und Lebensmitteldiscounter mit Spitzenrenditen, die sich in Richtung 3% bewegen und damit auf das Niveau von Büros und Logistikimmobilien, ist aus Sicht von **Jörg Krechky, Head of Retail Investment Germany** bei **Savills Deutschland**, nur noch schwer erklärbar. Ein Grund für diese Anlagestrategie könnte nach seiner Einschätzung sein, dass die Investoren ihr Geld parken wollen, um die negativen Einlagenzinsen von -0,5% zu umgehen, die die Europäische Zentralbank (EZB) erhebt. Hinzu kommt der große Anlagedruck.

Diese rekordverdächtig niedrigen Spitzenrenditen sind vor allem im Segment Nahversorgungszentren und kleine Fachmarktzentren, bei denen der Lebensmittelanteil am Gesamtangebot hoch ist, zu finden. Die Größenklasse liegt laut Krechky bei Investitionsvolumina von 30 Mio. bis 50 Mio. Euro. Anders sieht es bei den großen Destinations-Fachmarktzentren aus, bei denen – relativ gesehen – der Anteil des Nonfood-Handels wie Textilhändler, die vom Shutdown betroffen waren, größer und der des Lebensmittelhandels kleiner ist. Hier sind die Herausforderungen etwa durch die Suche nach neuen Mietern und damit auch die Spitzenrenditen mit 4 bis 4,5% höher. Wie Krechky darlegt, zerfällt der Bestand an Fachmarktzentren noch mehr als vor der Pandemie in zwei Teile.

Grund für die große Euphorie vor allem bei kleineren Fachmarktzentren könnte aus seiner Sicht sein, dass die Pandemie bei vielen Investoren auf Grund des hohen Anlagedrucks noch nicht ganz angekommen ist. Die Nachfrage bleibt hoch und das Angebot wird immer knapper, nicht zuletzt, weil die Haltedauer in diesem Segment lang ist. „Knapp ein Viertel des gesamten mit Handelsimmobilien in Deutschland umgesetzten Transaktionsvolumens entfiel zuletzt auf Fachmarktzentren“, stellt Krechky fest und geht beim Blick auf das Jahr 2021 davon aus, dass das Transaktionsvolumen nochmals um 30% steigen wird.

Dass die Spitzenrenditen bei kleineren Nahversorgungs- und Fachmarktzentren unter die 3%-Marke fallen könnte, glaubt der Experte aber nicht. Vielmehr geht er davon aus, dass die Renditen wieder steigen werden. Dies gilt umso mehr, als die Spitzen-

Deals

Elbbrücken Quartier in Hamburg vorgestellt

Im **Quartier Elbbrücken** in der Hafen City in Hamburg

entsteht auf den Baufeldern 113 bis 116 ein innovatives Gebäudeensemble mit vielfältigen Nutzungen. Das Investitionsvolumen liegt bei 480 Mio. Euro. Highlight des Mixed-use-Projekts ist das **Digital Art Museum**, das digitale Kunst des internationalen Künstlerkollektivs „Team Lab“ erlebbar machen und das größte Museum für digitale Kunst in Europa sein wird. Weitere Bausteine sind rd. 600 attraktive Miet- und Eigentumswohnungen in außergewöhnlicher Lage, ein internationales, öffentlich gefördertes Studierendenwohnheim mit rd. 260 Wohnungen zu günstigen Mieten, eine Kindertagesstätte sowie ergänzende Flächen für Gewerbe und Gastronomie. Für das an Baakenhafen und Elbe beidseitig am Wasser gelegene Projekt hat die Hamburger **ECE** zusammen mit **Harmonia Immobilien**, **Lars Hinrichs** und dem **Studierendenwerk Hamburg** als Bauherren und Projektentwickler gemeinsam mit der **Hafen City Hamburg** und der **Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen** die Gewinner des architektonischen Workshopverfahrens für die sieben Gebäudeteile auf vier Baufeldern vorgestellt.

renditen in Ländern wie Frankreich, Großbritannien und Spanien bei mindestens 5% liegen. Das dürfte das Interesse internationaler Investoren wecken. Auch die wachsende Zahl von Lebensmittellieferdiensten dürfte den Lebensmitteleinzelhandel und die Fachmarktzentren beeinflussen.

So steht auch das boomende Fachmarktzentren-Segment vor einem strukturellen Wandel, bei dem etwa für Flächen eines geschlossenen Nonfood-Händlers Nachmieter gefunden oder generell große Flächen neu strukturiert werden müssen wie bei einigen Filialen des SB-Warenhaus-Betreibers **Real,** auf den sich **Uwe Seidel**, **Geschäftsführer** der Unternehmensberatung **Lademann & Partner** aus Hamburg in seinen Ausführungen bezieht. Da so manche Real-Märkte, die zu den SB-Warenhäusern der ersten Generation mit einem riesigen Nonfood-Sortiment gehörten, für Nachmieter wie Kaufland oder Edeka zu groß sind, gilt es für die überschüssigen Flächen neue Nutzer zu finden, was mit Blick auf die bestehenden Bebauungspläne oft nicht ohne weiteres möglich ist.

Nicht selten ist laut Seidel neues Bauplanungsrecht für neue Nutzungen erforderlich. Im günstigsten Fall lässt der geltende Bebauungsplan die geplante Nutzung zu. Falls das nicht der Fall ist, besteht unter anderem die Möglichkeit, die Befreiung von den textlichen Festsetzungen des Bebauungsplans zu beantragen. Das ist laut Seidel oft das Mittel der Wahl. Eine Änderung des Bebauungsplans erwirken zu wollen, ist nach seinen Erfahrungen dagegen zeitraubend und risikoreich.

Mit Blick auf die Tatsache, dass gerade die Fachmarktzentren in nicht integrierten Lagen außerhalb der Stadtzentren im hiesigen Bau- und Planungsrecht oft als „Schmuddelkinder“ behandelt werden, fordert der Experte „eine deutliche Entschlackung der Regelungen und Gesetze im deutschen Bauplanungsrecht sowie ein Beschleunigungsprogramm für die öffentlichen Verfahren“. Nur das werde helfen, „die Fachmarktzentren verbraucher- und standortadäquat umzubauen und zukunftssicher zu machen“.

Denn im Gegensatz zur bislang von Städten und Gemeinden verfolgten Strategie, die Innenstädte zu fördern, indem alle Ansiedlungen außerhalb der integrierten Lagen behindert werden, konstatierte die **GfK** in ihrem Artikel für den MEC-Report, dass „die Bedeutung von Fachmarktzentren in Stadtteillagen von Großstädten, in Mittel- und vor allem aber in Kleinstädten zunehmen“ wird.

Wir suchen kluge Köpfe.

gpep
Global Property Executive Partners

Wir investieren in Immobilien. Und in unsere Mitarbeiter:innen.

Dazu gehören flexible Arbeitsbedingungen genauso wie modernste Infrastruktur und umfassende Weiterbildungsmöglichkeiten.

„Wir suchen Teammitglieder:innen mit Kompetenz, Ideen und dem Willen sich weiterzuentwickeln."
Nina Roth
Leiterin Immobilienmanagement bei GPEP

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung als

- **Asset Manager:in (m/w/d)**
- **Property Manager:in (m/w/d)**
- **Senior Investment Manager:in (m/w/d)**
- **(Senior) Transaktionsmanager:in (m/w/d)**

Ihre Ansprechpartnerin:
Maren Busch • Leiterin Personal & Organisation
Telefon: +49 (69) 24748860 • E-Mail: personal@g-pep.com

GPEP GmbH • Schiede 18 a • 65549 Limburg • www.g-pep.com

Die Zwangsschließungen im Frühjahr 2020 und von Mitte Dezember 2020 bis Mai 2021, die viele Unternehmen veranlasst haben, ihre Mitarbeiter ganz oder tageweise im Homeoffice arbeiten zu lassen, haben während der Corona-Pandemie dazu geführt, dass Stadtteilzentren sowie Klein- und Mittelstädte – und damit die Fachmarktzentren – an Bedeutung gewonnen haben. Die Frequenz in den Cities habe abgenommen und die Frequenz in der Peripherie habe zugenommen, konstatiert auch **Moritz Felix Lück, Head of Marketing** bei der **MEC**

Der Verkauf von Real hat viele Veränderungen auf der Fläche gebracht. Foto: Real

Metro ECE Centermanagement. Für die meisten sei der lokale Einkauf viel wichtiger geworden.

Mit Blick auf den oben erwähnten Veränderungsdruck bei Fachmarktzentren und seine Bewältigung im Interesse der Kunden fordert Seidel deshalb eine effektive Zusammenarbeit aller Akteure, wozu er neben den Investoren und Betreibern vor allem die Politik und die öffentliche Verwaltung zählt. Und Lück mahnt, dass man den Einzelhandel als Einheit sehen müsse – neben dem wichtigen Innenstadthandel auch die wichtigen Versorger an der Peripherie. Welcher Standort nach Abflauen der Pandemie die Oberhand behält, lässt sich aus seiner Sicht aber noch nicht abschließend sagen.

Christian Schröder, **Chief Operating Officer** (COO) der MEC, ist sich aber sicher, dass fachmarktorientierte Handelsstandorte mit starkem Nahversorgungscharakter deutlich stärker, krisenfester und besser am Markt verankert sind als noch vor einigen Jahren. Dennoch müssen die Eigentümer und Betreiber aus seiner Sicht neben ihrer Handelsimmobilie auch den Bedarf des lokalen Standorts im Auge behalten.

So geht es auch in diesem Segment an einigen Standorten – wie bei Innenstadt-Lagen – um die Ansiedlung neuer Nutzungen. Ergänzungen für die Handelsfunktion sind für Schröder Sozialfunktionen, um wichtige Treffpunkte für die Menschen aus der Umgebung zu schaffen: „Handelsstandorte sind dafür eine ideale Plattform." Aber auch das Thema nachhaltiger Konsum müsse eine sichtbare Rolle spielen.

Nach den Worten von **Maria Grubmüller**, **Senior Associate Real Estate** beim Investor **Nuveen Real Estate** spielt für die Kunden zum einen das Preis-Leistungsverhältnis eine wichtige Rolle, zum andern möchten sie Koppeleffekte durch Mischnutzung haben. Ein wichtiges Stichwort ist in diesem Kontext das „One-Stop-Shopping", sprich die Möglichkeit, möglichst viele Erledigungen auf einmal zu bewältigen.

Als gute Beimischung sieht Grubmüller vor diesem Hintergrund Ärzte, soziale Dienste, öffentliche Einrichtungen und Handelsgastronomie, die sehr an Bedeutung gewonnen habe. Zudem sind kurze Wege sehr wichtig. Und Krechky sieht bei entsprechender Standortqualität neben dem Einzelhandel die Beimischung von Logistik- und Gewerbeflächen: „Gerade im Logistiksegment ergeben sich Chancen."

Allerdings gibt Maria Grubmüller zu bedenken, dass außerhalb der hochverdichteten städtischen Quartiere „das Auto weiterhin unabdingbar für die Nahversorgung" bleibt – einschließlich einem großzügigen Parkplatzangebot. Der ideale Standort sei unweit der Stadtgrenzen, beispielsweise auf dem Weg zwischen Wohnung und Arbeitsplatz.

Wichtige Beimischung Gastronomie. Foto: MEC

Ganz entschlossen muss laut **Joaquin Jimenez Zabala**, **Head of Sales & Strategy Retail Real Estate / Handelsimmobilien** beim Facility-Service-Dienstleister **Wisag**, auch der Weg zur Klimaneutralität von Fachmarktzentren gegangen werden. Das sei das A & O und gut investiertes Geld. Hier gebe der Green Deal der EU die Richtung vor. „Nachhaltigkeit" ist aus seiner Sicht die neue Währung am Immobilien- und Finanzmarkt: „In Fachmarktzentren mit einem ganzheitlichen Konzept für Klimaneutralität kann die Attraktivität der Bestandsgebäude erhalten und deren Wert gesteigert werden", ist er überzeugt.

Einzelhandelskonjunktur

Goldener Oktober, gemischte Weihnacht?

rv DÜSSELDORF. *Deutschlands Einzelhändler – vor allem die innerstädtischen Nonfood-Händler – sind mit dem aktuellen Oktobergeschäft überwiegend zufrieden und die Stimmung ist positiv, wie der Handelsverband Deutschland (HDE) nach seiner jüngsten Umfrage berichtet. Angesichts steigender Infektionszahlen, Lieferengpässen und steigender Inflation sieht die Branche aber mit gemischten Erwartungen auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft.*

„Die letzten beiden Monate sind nach den Corona-Lockdowns im ersten Halbjahr für viele Händler wichtiger als je zuvor“, gibt **Stefan Genth**, **Hauptgeschäftsführer** des **HDE**, mit Blick auf die lange Zwangsschließung bis in den Mai hinein, die in Umsatz und Ertrag tiefe Löcher hinterlassen und Existenzen bedroht hat, zu bedenken: „Traditionell machen klassische Geschenke-Branchen wie der Spielwarenhandel mehr als ein Fünftel ihres Jahresumsatzes in November und Dezember.“

Nicht zuletzt auf Grund der Dynamik im Online-Handel, dem ein Plus von 17% auf 23 Mrd. Euro vorausgesagt wird, prognostiziert der Handelsverband für die beiden letzten Monate der Branche ein Umsatzplus von 2% auf 111,7 Mrd. Euro, nach 109,5 Mrd. Euro im Jahr 2020, das durch die Zwangsschließungen ab 16. Dezember aber stark belastet war. Und für das Gesamtjahr liegt die Prognose bei 1,5% auf 586,1 Mrd. Euro, wobei der Online-Handel um 19,6% auf 87,1 Mrd. Euro steigen könnte. Das Weihnachtsgeschäft umfasst die Käufe im Online- und im stationären Handel einschließlich Lebensmittelhandel im November und Dezember.

Deals

Duisburg: Der niederländische Assetmanager **Archipelt International** hat ein Fachmarktzentrum in Duisburg an den Investmentmanager **HIH Invest Real Estate** verkauft, der das Objekt für den offenen Spezialfonds **Perspektive Einzelhandel: Fokus Nahversorgung** erworben hat. Der Kaufpreis wird nicht genannt. **CBRE** hat Archipelt bei dem Verkauf beraten. Das in den 1970er-Jahren erbaute Fachmarktzentrum in der Asterlager Straße 88 - 94 im Bezirk Rheinhausen verfügt über eine Mietfläche von insgesamt 18 700 qm. Die Fläche ist vollständig an **Edeka**, **Toom Baumarkt** sowie zwei weitere Unternehmen vermietet.

Viele Händler glauben, dass sie zum Jahresende nochmal Boden gutmachen können, zumal die Beschäftigungslage in Deutschland gut ist und die Sparquote – auf Grund des erzwungenen Konsumverzichts durch die Lockdowns – inzwischen einen überdurchschnittlichen Wert von 16% erreicht hat. Gleichzeitig nimmt mit den steigenden Corona-Zahlen aber die Unsicherheit zu.

Dennoch ergab die jüngste Umfrage des HDE unter 450 Unternehmen aller Branchen, Größenklassen und Standorte, die als Grundlage für die Prognose dient, dass 45% der Händler gemessen am Vorjahr Umsatzsteigerungen erwarten. Besonders der Handel mit Bekleidung und Textilien, mit Spielwaren, Büchern sowie Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren geht mehrheitlich davon aus, dass das Geschäft „besser“ oder sogar „deutlich besser“ wird als 2020.

Hoffnung auf fröhliche Weihnachten trotz Corona. Foto: Christmasworld

Moderater ist dagegen die Erwartung im Handel mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen. Hier befürchtet auch ein beachtlicher Teil, dass es schlechter laufen könnte als im Vorjahr. Ähnlich sieht es bei den Anbietern von Waren verschiedener Art (Warenhäuser) aus. Das Gros der Sportartikelhändler erwartet mehrheitlich dagegen ein gleichbleibendes Weihnachtsgeschäft, einige glauben aber auch, höhere Umsätze erzielen zu können, von einer Verschlechterung geht hier niemand aus. Im Durchschnitt aller befragter Unternehmen kalkuliert ein Drittel mit stabilen Umsätzen. Dass sie im Weihnachtsgeschäft 2021 das Vorkrisenniveau von 2019 übertreffen können, glaubt über alle Branchen hinweg die Mehrheit aber nicht.

Bei seiner Pressekonferenz zum Weihnachtsgeschäft wollte es der Handelsverband allerdings nicht versäumen, auch seinerseits eine Wunschliste an die künftige Bundesregierung aus SPD, Grünen und FDP zu präsentieren: „Als wichtigste Maßnahmen der kommenden Bundesregierung sehen die Händler den Verzicht auf Steuererhöhungen, mehr Fairness im Wettbewerb mit dem globalen Online-Handel auf Internetplattformen sowie eine Offensive zur Entbürokratisierung“, fasste Hauptgeschäftsführer Genth zusammen.

Angesichts der stark steigenden Infektionszahlen mit Covid-19 versieht der Handelsverband seine aktuellen Prognosen mit der Einschränkung: „Alles hängt vom weiteren Verlauf der Pandemie und den damit verbundenen Maßnahmen ab.“ Denn weitere Einschränkungen wie 3G- oder 2G-Regeln, die womöglich die Gastronomie belasten, dürften auch die Frequenz für den Handel schmälern.

Vor diesem Hintergrund baute Genth vor, indem er darauf hinwies, dass der Handel „weiter seinen gesellschaftlichen Beitrag (leistet), indem er seine erprobten Hygienekonzepte weiter anwendet, die Maskenpflicht beibehält und mit seiner Kampagne Leben statt Lockdown versucht, noch mehr Menschen von einer Corona-Impfung zu überzeugen“. So haben Händler und Betreiber von Shopping-Centern in ihren Geschäftsräumen Impf-Kampagnen organisiert und viele Kunden erreicht.

Unternehmens News

GRESB: Sonae Sierra erhält Green Star

Sonae Sierra wurde das 13. Jahr in Folge von **GRESB Real Estate Assessment** als **Green Star** ausgezeichnet und erhält 2021 mit fünf Sternen die beste Bewertung für die beiden Fonds **Sierra Prime** und **Iberia Coop**. In der Kernkategorie der Einkaufszentren in Südeuropa belegt Sierra Prime den zweiten Platz und Iberia Coop den dritten Platz. Die Assets von Sierra Prime lagen 27% über dem GRESB-Durchschnitt und übertrafen die Wettbewerber um 12%. Die Assets von Iberia Coop lagen 26% über dem GRESB-Durchschnitt und 11% über denen der Mitbewerber. Nach den Worten von **Elsa Monteiro, Head of Sustainability**, unterstreicht die Auszeichnung den Ruf des Unternehmens als führender Manager nachhaltiger Vehikel, die auf die Bedürfnisse von Investoren zugeschnitten sind. Das spiegele den Einsatz für die Entwicklung, den Erwerb und das Management nachhaltiger Assets wider, „die zur Verbesserung urbaner Lebensräume beitragen und gleichzeitig stabile Renditen für unsere Partnerinvestoren liefern". GRESB bewertet und vergleicht die Leistungen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) von Immobilienanlagen weltweit. 2021 bewarben sich 1 520 Unternehmen.

Global Commercial Property Monitor

Investoren optimistisch, Mieter vorsichtig

rv DÜSSELDORF. *Die Aufhebung der meisten Beschränkungen zur Pandemie-Bekämpfung haben Bewegung in die Immobilienmärkte gebracht. Die Stimmungslage in der Branche – gemessen im Commercial Property Sentiment Index (CPSI) – hat sich auch im dritten Quartal 2021 weiter verbessert. In Europa und Deutschland erreichte der Index mit jeweils +1 – nach Werten von -6 beziehungsweise -4 im zweiten Quartal – erstmals wieder den positiven Bereich.*

Getragen wird diese Belebung der Immobilienmärkte vor allem von der guten Stimmung unter den Investoren, gemessen im **Investment Sentiment Index** (ISI), der sich auf **europäischer Ebene** von 0% auf +5% verbessert hat (siehe Grafik). In Deutschland wies der Index mit +8% bereits im zweiten Quartal einen positiven Wert auf, verbesserte sich nunmehr aber nur leicht auf +9.

Da zum Ende des Jahres viel Geld auf dem Markt ist, wie **Susanne Eickermann-Riepe** (FRICS), **Vorsitzende** des **RICS European World Regional Board und Vorstandsvorsitzende** der **RICS Deutschland**, bei Vorstellung des jüngsten **RICS Global Commercial Property Monitor** für das dritte Quartal, darlegte, ist der Anlagedruck im Immobilienmarkt entsprechend hoch. Hier entfaltet zweifellos auch die fortdauernde Niedrigzinspolitik der **Europäischen Zentralbank** (EZB) ihre Wirkung. So bekunden Stimmen aus Deutschland laut RICS, dass die Märkte weiterhin von der Geldpolitik getrieben werden. Die steigende Nachfrage der Investoren unterstützt laut Studie im dritten Quartal bei den europäischen Akteuren auch die Annahme, dass sich der Immobilienmarkt in der Aufschwung-Phase befindet. Nur 21% sind der Meinung, dass der Markt in der Abschwung-Phase ist.

Und der Blick auf Deutschland? Hierzulande sind nur noch 22% der Befragten der Meinung, dass sich der Zyklus in der Aufschwung-Phase befindet, rund 50% sehen dagegen schon den Peak erreicht. In dieses Bild passt auch die Feststellung, dass Deutschland als Immobilieninvestitionsstandort immer noch als teuer (45%) und sehr teuer (32%) bewertet wird. Der Blick auf die Spitzenrenditen in den verschiedenen Immobilien-Klassen bestätigt diesen Eindruck. Besser als Deutschland werden die Märkte in den Niederlanden, Österreich und Griechenland eingeschätzt.

Doch wie schon im Sommer hält die Stimmung unter den **Nutzern** (Mietern) der Immobilien mit dem wachsenden Optimismus unter den Investoren nicht ganz Schritt.

Chart 1: Occupier and Investment Sentiment Indices RICS

Deals

Loxxes baut Kapazitäten für Drogerie-Kette dm aus

Die **Loxxess AG**, ein auf komplexe Logistik- und Mehrwertdienstleistungen

spezialisiertes mittelständisches Logistikunternehmen, erweitert seine Lager- und Logistikflächen am Multi-User-Campus **CTPark Bor** nahe der deutsch-tschechischen Grenze. Das neue Lager, das planmäßig im dritten Quartal 2022 in Betrieb gehen soll, verfügt über mehr als 68 000 qm Fläche. Die bereits bestehende Logistikfläche wird damit auf 145 000 qm erweitert. Treiber des Flächenwachstums ist vor allem der Ausbau der eCommerce-Logistik für das Drogerieunternehmen **dm-drogerie markt**, für das Loxxess bereits seit 2017 am Standort tätig ist. Loxxess ist im CTPark Bor bereits an zwei Standorten vertreten und für Kunden wie dm-drogerie markt, **HD+**, **Penny**, **PYUR**, **Rewe**, **Vodafone**, **Zoo Royal** und **Weinfreunde** aktiv. Mit der Entwicklung des Konzepts „SMILE – Smart und Innovativ: Logistik für den eCommerce“ vertiefte das Logistikunternehmen seine Aktivitäten und erreichte 2019 eine Finalistenposition beim Deutschen Logistik-Preis. 2020 wurde SMILE mit dem European Logistics Award der Europäischen Logistikvereinigung ELA ausgezeichnet.

So ist der **Occupier Sentiment Index** (OSI), der die Stimmung der Mieter misst, europaweit zwar auch gestiegen, und zwar deutlich von -13 auf einen Wert von -3, doch bleibt er damit im negativen Bereich. Noch deutlicher ist der Unterschied in Deutschland. Hier macht der Index zwar einen Sprung von -17 auf -8, verharrt aber doch sehr deutlich in der Minus-Zone. Laut RICS-Studie haben sich damit die Bedingungen auf dem Nutzermarkt aber zumindest stabilisiert.

Um die Lage auf den Immobilienmärkten jedoch genau beurteilen zu können, ist der Blick auf die einzelnen Anlage-Klassen erforderlich – zumal sie sich meist in unterschiedlichen Zyklen befinden. Es gebe erste Anzeichen für eine Erholung auf dem Bürosektor, heißt es in der Studie über den europäischen Markt. Als robust wird vor allem die Nachfrage nach industriellen Immobilien bezeichnet. Und auch in Deutschland hält „der Rückenwind im Industrie- und Logistik-Sektor weiterhin an".

Industrie- und Logistik-Sektor weiter stabil

Vor diesem Hintergrund wird für 2022 in Europa ein leichter Anstieg bei den Spitzenbüromieten erwartet, in Deutschland gilt das aber nur für Top-Büroflächen, nicht für Büroimmobilien im Allgemeinen. Dafür sei derzeit praktisch kein Markt vorhanden, heißt es. Positiver sind die Prognosen auf dem europäischen Markt für Top-Industrieflächen, Datenzentren, Mehrfamilienhäuser, Altenpflegeeinrichtungen und Studentenwohnungen.

Dagegen gehen die mehr als 3 000 Experten, die weltweit im Rahmen der Befragung regelmäßig ihre Einschätzungen abgeben, davon aus, dass die Mieten für Hotels und Einzelhandelsflächen sowie für Büros außerhalb der Top-Lagen im Laufe des nächsten Jahres sinken werden. Hier hinterließen die Zwangsschließungen deutliche Spuren. Das gilt gleichermaßen für den deutschen Markt.

Im Segment Einzelhandelsimmobilien gilt es jedoch zu differenzieren. Denn die Vertriebsschienen des Lebensmittelhandels, wozu auch Drogeriemärkte zählen, waren von den Zwangsschließungen ausgenommen und haben von der Pandemie profitiert. Hier dürften die Mieten stabil bleiben. Der Druck auf die Mieten besteht in erster Linie bei den Objekten, die an den Nonfood-Handel wie etwa Modehändler vermietet waren, denen monatelange Schließungen hohe Umsatzverluste beschert haben.

Steigende Kosten und Knappheit hemmen Baumarkt

Einen Blick hat der Verband mit dem **Bautätigkeits-Index** auch wieder auf den Baumarkt geworfen, der unter steigenden Materialkosten und der Knappheit bei Material und Arbeitskräften leidet. Zwar ist der Bautätigkeits-Index noch deutlich im positiven Bereich, wie es heißt, doch hat er sich im dritten Quartal leicht abgeschwächt. In Deutschland nennen 88% der Befragten die steigenden Materialkosten und 66% die Materialknappheit derzeit als größtes Hemmnis.

Ein weiteres wichtiges Thema der Zeit greift der RICS im **Sustainability Report** auf und befragte die Experten nach ihrer Meinung, „ob sich der Fokus der Investoren in den letzten zwei Jahren im Bereich Energieeffizienz und Kohlenstoffneutralität geändert hat". Dabei ergab die Umfrage, dass weltweit inzwischen etwa 35% der Teilnehmer glauben, dass solche Investitionen an Attraktivität gewinnen.

Dabei engagiert sich Europa nach den RICS-Sentiment-Analysen besonders, wenn es um die Einbeziehung von Klimarisiken in den Entscheidungsprozess geht. Die europäischen Investoren würden Druck machen und wollten „grüne Produkte" haben. Womöglich sehen sie darin angesichts der hohen Preise eine Chance, den Wert der Objekte zu sichern. Die Europäer und vor allem die Deutschen haben demnach erkannt, dass die Regulierungen zum „Green Deal" der EU-Kommission für die Branche und die Produkte des Finanzmarkts große Umwälzungen mit sich bringen.

Deals

Graz: Das Berliner Modeunternehmen und Concept-Store-Betreiber **Kauf Dich Glücklich** hat ein Ladenlokal mit 220 qm Verkaufsfläche im Geschäftshaus Murgasse 6 in Graz gemietet. **Comfort** vermittelte. In dem am 11. November 2021 eröffneten Concept-Store werden neben Kaffee und kulinarischen Angeboten Home-Accessoires, Bücher, Musik und Bekleidung mit Schwerpunkt auf skandinavische Modelabels angeboten. Nach dem Start der ersten Filiale außerhalb Deutschlands in Wien im Sommer 2014 ist dies nun der zweiten Laden in Österreich. Seinen Ursprung hat das Konzept 'Kauf Dich Glücklich' im Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg. Anfänglich als Café mit Fokus auf Waffeln und gebrauchte 50er-Jahr-Möbel konzipiert, erweiterte sich das Sortiment auf Mode und Wohnaccessoires. Heute gibt es gut 20 Stores in Deutschland, Amsterdam und Wien.

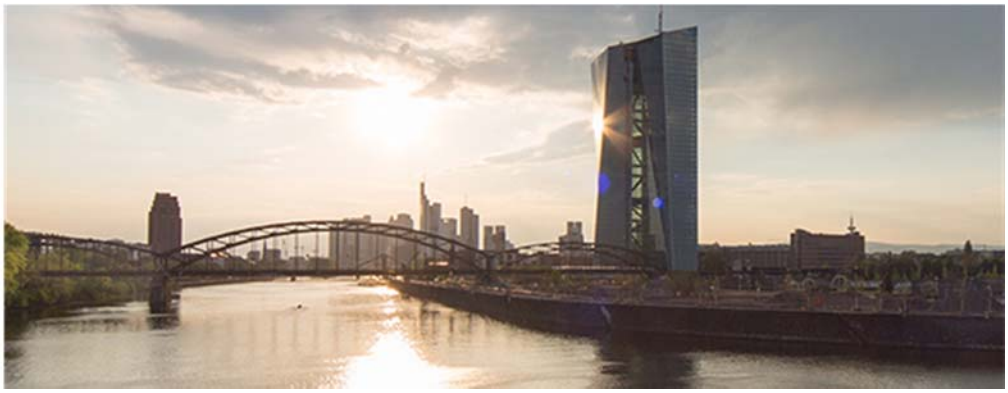
++++++++

Aachen: Eine Berliner Investorengruppe hat in der Trierer Straße 69 in Aachen ein Wohn- und Geschäftshaus mit einer Gesamtnutzfläche von rd. 942 qm gekauft. Die Immobilie verfügt über elf Wohnungen (ca. 651 qm) und drei Gewerbeeinheiten (ca. 291 qm). Die Jahresnettokaltmiete liegt bei ca. 80 000 Euro. Verkäufer war eine private Eigentümergemeinschaft. **Engel & Völkers Commercial Aachen** vermittelte.

Zinspolitik in Europa

Experten sehen Gefahr der Blasenbildung

rv DÜSSELDORF. *Obwohl die Inflationsrate in Deutschland mit 4,5% und in der Euro-Zone mit 4,1% zuletzt viel Druck auf die Europäische Zentralbank ausgeübt hat, über eine Straffung der Geldpolitik nachzudenken, hat die Notenbank ihre Entscheidung auf den Dezember vertagt. Mit Blick auf die Auswirkungen der Zinspolitik auf die Immobilienmärkte stellt sich für Investoren die Frage, womit sie in der nächsten Zeit rechnen müssen. Zumal sich der Immobilienzyklus in Deutschland in einer fortgeschrittenen Phase befindet und die Sorge vor Blasenbildung wächst.*



Welche Richtung schlägt die EZB bei der Zinspolitik ein? Foto: EZB

Für viele Anleger bleibt deshalb erst einmal viel Kaffeesatzleserei, weil wahrscheinlich erst im nächsten Sommer klar sein wird, welche Richtung die **Europäische Zentralbank** (EZB) mit ihrer Geldpolitik einschlagen wird. Denn zunächst einmal haben sich die Geldpolitiker mehrheitlich auf die Einschätzung festgelegt, dass die hohe Inflation auf vorübergehenden Effekten beruht. Klarheit dürfte es erst Mitte 2022 geben. Denn das ganze Ausmaß der Pandemie auf die weltweiten Liefer- und Wertschöpfungsketten werden erst in der nächsten Zeit sichtbar werden.

Mit der Frage, wie die Investoren die aktuelle Lage auf dem Immobilienmarkt und an der Zinsfront einschätzen, befasste sich deshalb der Spezialist für Immobilieninvestment und Fondsmanagement **Catella Real Estate AG** in der jüngsten „Catella Asset-Allokation Studie 2021: Ergebnisse, Analysen und Handlungsempfehlungen für strategische und zukünftige Immobilieninvestments“, in der 250 Immobilienexperten von Banken, Pensionskassen und Investment Managern befragt wurden. Dabei wird die Quintessenz so zusammengefasst: Die Immobilienexperten seien überzeugt, dass die Zinsanhebung im Euroraum komme oder nicht komme.

Diese Unschlüssigkeit passt zu der Einschätzung, dass die EZB mit Blick auf die überschuldeten Euro-Staaten eine Straffung der Geldpolitik so weit wie möglich hinaus zögern wird. Einig waren sich die Experten laut Umfrage aber in der Einschätzung, dass die Immobilienpreise weiter steigen werden. Der Anlagedruck bleibt hoch.

Konkret herrscht laut Catella beim Thema **Zinsanhebung in Europa** sogar große Uneinigkeit. Während knapp ein Drittel (30,86%) mit einer Anhebung der Zinsen in den nächsten 36 Monaten rechnen, gehen gut 22% nicht von einer Zinswende aus. Gut 18% erwarten in den nächsten 24 Monaten eine Anhebung und 28% erst innerhalb der nächsten 48 Monate oder nach 48 Monaten höhere Zinsen.

Große Einigkeit herrscht dagegen bei den befragten Immobilienexperten, wenn es um die **Gefahr einer Blasenbildung** geht. Knapp die Hälfte (48%) „sehen bereits jetzt eine Gefahr der Blasenbildung der eigenen Investments“, heißt es in der Studie. Und

Sonstiges

BTE fusioniert mit BDSE und BLE

Am 15. November hat das **Vereinsregister Köln** die Verschmelzung des **Bundesverbands des Deutschen Schuheinzelhandels** (BDSE) und des **Bundesverbands des Deutschen Lederwaren-Einzelhandels** (BLE) auf den **BTE** in das Vereinsregister eingetragen. Neuer Name des Verbandes ist **Bundesverband des Deutschen Textil-, Schuh- und Lederwareneinzelhandels** (BTE), die meist verwendete Kurzform lautet **BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren**. Die Verschmelzung ist rückwirkend zum 1. Januar 2021 erfolgt. Vorausgegangen waren am 20. August drei außerordentliche digitale Delegiertenversammlungen von BTE, BDSE und BLE, die ohne Gegenstimmen die Verschmelzung beschlossen. Zudem hat die digitale BTE Delegiertenversammlung eine Satzungsänderung mit der entsprechenden Namensänderung beschlossen. Ziel ist es, die enge Zusammenarbeit mit einem gemeinsamen Büro und Geschäftsführungen in Personalunion zu intensivieren, und zu vereinfachen.

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns auch auf unserer Homepage:

www.hi-report.de

die Mehrheit (55%) rechnet generell in den nächsten fünf Jahren mit einer Blasenbildung.

Des Weiteren nehmen die Befragten inzwischen auch „ein leicht erhöhtes Inflationsrisiko“ wahr und laut Studie lässt sich grundsätzlich festhalten, dass in den nächsten fünf Jahren sämtliche dargestellten Risiken höher eingestuft werden als zum jetzigen Zeitpunkt. Da nicht zuletzt auf Grund der lockeren Geldpolitik, die darauf abzielt, die Zinsen für Staatanleihen niedrig zu halten, an der Investition in Immobilien kein Weg vorbeiführt, wollen laut Studie 42,5% der Befragten beziehungsweise 36% in den nächsten fünf Jahren „mehr oder viel mehr in die Segmente Wohnen und Logistik investieren“.

Dass das Interesse an Investments in Büroimmobilien im Gegenzug dagegen zurückgeht, dürfte daran liegen, dass nach den guten Erfahrungen mit Homeoffice in der Phase der Pandemiebekämpfung eine höhere Homeofficequote erwartet wird, so dass mit einem Sinken des Büroflächenbedarfs gerechnet wird.

In diesem Zielkonflikt zwischen einer wachsenden Blasengefahr einerseits und dem immensen Anlagedruck anderseits, kommt **Professor Thomas Beyerle, Head of Research bei der Catella Group**, zu dem Schluss, dass Investments mit Fokus auf ESG und Nachhaltigkeit in Zukunft stark an Bedeutung gewinnen werden. Allerdings würden die angestrebten Ziele in diesem Bereich umfangreiche Investitionen erfordern.

Mit Blick auf die Fokussierung vieler Anleger auf das Segment **Logistikimmobilien**, die derzeit stark vom wachsenden **eCommerce** profitieren, rät die Studie in ihren Handlungsempfehlungen, dass es wichtig ist, weitsichtig und langfristig zu agieren: „Angesichts der aktuellen Preisentwicklungen und eines zunehmenden Neubauangebots werden die langfristigen Aussichten für Logistikflächen in Korridorlagen weniger günstig ausfallen, wohingegen Last-Mile-Logistik-Flächen weiterhin attraktiv bleiben.“

Insgesamt wird das Interesse der Kapitalsammelstellen an Immobilien aber bestehen bleiben: „Auch mit Blick auf die generelle Zinslandschaft, gehen wir zunächst von Vorzieheffekten aus, bei einem sich potenziell veränderten Zinsniveau“, heißt es in der Studie weiter. Die relevantesten Risikogewichtungen sind „Core- und Core Plus Immobilien“. Und in den nächsten drei bis fünf Jahren würden die Investoren eine ähnliche Investitionsstrategie mit einer leichten Erhöhung der Core-Plus-Anteile planen.

Expertenforum Rothenburg ob der Tauber

Eine Stadt auch für ihre Einwohner

HIR DÜSSELDORF. *Die Botschaft ist klar: Die Rothenburger sollen wieder Lust haben, in ihrer Innenstadt einzukaufen. Dafür muss das Angebot für Einheimische attraktiver sein und die Aufenthaltsqualität für sie erhöht werden. Und Rothenburg ob der Tauber soll attraktiver für junge Leute werden. Hier steht das Thema Bildungsangebote im Zentrum.*

Zu dem dreistündigen **Expertenforum** in der Reichsstadthalle über die Neuausrichtung von Stadtmarketing, Tourismus und Einzelhandel der bekannten Touristenstadt **Rothenburg ob der Tauber** waren am 5. November 45 Experten zusammengekommen. Der Teilnehmerkreis repräsentierte lokale Vereine und Institutionen. Eingeladen hatten die **BBE Handelsberatung**, das **Institut für Stadt- und Regionalmanagement** sowie das Architektur- und Stadtplanungsbüro **Plankreis.**

Foto: BBE

„Ich nehmen von der Veranstaltung mit, dass alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Kompetenz, Engagement, Zusammenarbeit und Aufbruchsstimmung die maßgeblichen, zukunftsorientierten Themen vorantreiben wollen“, stellte **Timm Jehne**, **Teamleiter Standort und Immobilie** bei der BBE Handelsberatung, anschließend mit Blick auf das breite Teilnehmerfeld fest.

Denn neben **Oberbürgermeister Markus Naser** waren Vertreter des **Stadtmarketingvereins,** der **Ortsgruppe des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes**, des **Einzelhandelsverbands,** des Verbands **Rothenburger Gästeführer**, des **Gastronomischen Bildungszentrums**, der **IHK**, des **Campus Rothenburg** der **Hochschule Ansbach**, der **Evangelischen Tagungsstätte Wildbad**, des **Festspiels der Meistertrunk e.V.** sowie verschiedene Beiräte aus dem sozialen Bereich und Mitarbeiter der **Stadtverwaltung** gekommen.

Zuvor hatte Jehne zusammen mit seinem BBE-Team monatelang die innerörtlichen Strukturen der Stadt analysiert und eine Liste mit Stärken und Schwächen erstellt. Die Handelsstärken der Stadt liegen in den Sortimentsbereichen Glas, Porzellan und Geschenkartikel sowie einer grundsätzlichen Breite im Angebot. Zu den Schwächen gehört, dass ausreichende Angebote im Bekleidungsbereich (Herren, Damen, Kinder) sowie Läden mit stark regionalisierten Produkten fehlen, „die das Rothenburger Publikum und das Umland ansprechen“, sagt Handelsfachmann Jehne.

Das Marktgebiet von Rothenburg umfasst ein Bevölkerungspotenzial von rund 35 500 Einwohner, die für eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von jährlich 272 Mio. Euro stehen. Für die Rothenburger Innenstadt hat die BBE rund 11 500 qm Verkaufsfläche mit einem Jahresumsatz von rund 42 Mio. Euro ermittelt. „Aber diese 42 Mio. Euro stammen überwiegend aus dem touristischen Bereich. Doch wir wollen, dass auch die Rothenburger wieder in ihrer Stadt einkaufen“, formuliert Jehne eines

Unternehmens News

Hamborner REIT AG mit Entwicklung zufrieden

Die **Hamborner REIT AG** berichtet für das dritte Quartal 2021 von einer stabilen Geschäftsentwicklung mit konstanten Mieteingangsquoten von 99,3% im Quartalsdurchschnitt. Die Erlöse aus Mieten und Pachten beliefen sich in den ersten

neun Monaten auf 63,9 Mio. Euro. Mit Blick auf die strategiekonforme Veräußerung zahlreicher Einzelhandelsobjekte im Jahresverlauf sowie einer erhöhten Risikovorsorge für potenzielle Mietminderungen im Zusammenhang mit dem pandemie-bedingten Lockdown im Frühjahr 2021 lagen die Mieterlöse um 3,5% unter dem Niveau des Vorjahres. Die Funds from operations (FFO) wurden insbesondere durch eine Kompensationszahlung im Zuge einer vorzeitigen Mietvertragsauflösung positiv beeinflusst und lagen mit 42,3 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Seine Finanz- und Liquiditätssituation bezeichnet das Unternehmen als weiterhin „sehr komfortabel“, da die REIT-Eigenkapitalquote zum 30. September 2021 bei 58,6% lag und damit gegenüber dem Jahresende 2020 um 4,1%-Punkte gestiegen ist. Der Loan to Value (LTV) reduzierte sich unterjährig auf 43,5%, nach 44,5% zum 31. Dezember 2020.

der gesteckten Ziele. Außerdem müssten die Menschen im Umland stärker angesprochen werden.

Beim **Expertenforum** (Foto: James Derheim/BBE) wurden die Stärken und Schwächen in vier Themenblöcken diskutiert und Handlungsperspektiven abgeleitet:

1. Einzelhandel, Dienstleistung, Gewerbe: Zu den Stärken gehören hier die kurzen Wege, viele Familienbetriebe, ein starkes Handwerk, starke Vereine, kreative Impulse aus der Gesellschaft und viele Kunden aus Baden-Württemberg. Als Schwäche wurde identifiziert, dass es wenig Damenoberbekleidungsgeschäfte gibt, keine Herrenoberbekleidung, ein geringes Textilangebot für Kinder, zu kleine Ladenflächen, fehlende Barrierefreiheit, wenig Außengastronomie, kaum Gastronomie für junge Leute, unattraktive Läden, hohe Mieten und ein fehlender Gemeinschaftssinn aller Akteure.

Als Lösungsansätze wurde herausgearbeitet: Die bestehende Marke „Made in Rothenburg“ zu stärken, mehr Beratung für Immobilieneigentürmer und Mieter anzubieten, mehr Pop-up-Stores in der Innenstadt und für höhere Aufenthaltsqualität zu sorgen.

2. Bildung & Kultur: Hier gehört zu den Stärken, dass alle Sparten vorhanden sind, die IHK ein Bildungszentrum für Gastronomie bietet, die Jugend kurze Wege hat, es starke Museen gibt und die Stadt als Arbeitsort geschätzt wird. Negativ fällt ins Gewicht die Abwanderung von akademischen Fachkräften, die schlechte Verbindung von Kultur und Bildung und der Verlust des Goethe-Instituts.

Zu den Lösungsansätzen gehört die Förderung der informellen Bildung, der Aufbau von Rothenburg als Home-Office-Stadt für „Digital Nomads“ und die Schaffung von Präsenzveranstaltungen an der Hochschule.

3. Tourismus: Hier gehört die große Bekanntheit der Marke Rothenburg ob der Tauber zu den Stärken, aber auch das Weihnachtsdorf und die familiengeführten Hotels. Dass sich bei der Bevölkerung eine Tourismusmüdigkeit breit gemacht hat und das authentische Leben verlorengegangen ist, genauso wie die hohe Abhängigkeit von internationalen Touristen und das Image als „deutsches Disney“ gehören zu den Schwächen.

Deshalb soll die Verweildauer in der Stadt erhöht werden, für junge Leute soll es Übernachtungsmöglichkeiten geben und die Jugendherberge gehalten werden. Auch die Kulturangebote für junge Leute sollen ausgebaut, das Taubertal besser eingebunden und Rothenburg als Fahrradstadt ausgebaut werden. Hinzu kommt die Installation von E-Lade- und Handyladestationen.

4. Stadtstruktur & Stadtentwicklung: Dass es viele schöne Spielplätze und kurze Wege gibt, gehört zu den Stärken in diesem Bereich, der schwach ausgebaute ÖPNV, ein mangelhaftes Verkehrskonzept und das Fehlen eines Nachtbusses zu den Schwächen. Um Abhilfe zu schaffen, soll das Brauhaus als Studentenstandort entwickelt werden, ein ganzheitliches Verkehrskonzept entworfen und die Schrannenscheune zum Begegnungsort gemacht werden.

„Das bayerische Fitnessprogramm **Starke Zentren** hat uns durch einen spannenden partizipatorischen Prozess geführt“, findet Oberbürgermeister Naser: „Neben dem starken Handlungsfeld Tourismus haben wir miteinander das Handlungsfeld Bildung als Zukunftsthema identifiziert.“ Mit 20 Bildungsinstitutionen sei die Stadt gut aufgestellt, doch müsse sie sich noch stärker profilieren und noch mehr junge Menschen nach Rothenburg ob der Tauber ziehen, die dann auch bleiben.

Handlungsfeld Bildung als Zukunftsthema für junge Leute

Wie das Thema Überalterung gestoppt werden kann, weiß **Tourismusdirektor Jörg Christöphler**: „Unser Ziel muss sein, den Denkmalschutz in der Altstadt und junge Menschen zusammenzubringen.“ Einen anderen Ansatz hat **Ariane Koziollek, Geschäftsführerin** des Stadtmarketingvereins: „Rothenburg ist ein ideales Pflaster für Existenzgründer aus Handel und Handwerk. Die Vorbilder sind die inhabergeführten Facheinzelhändler. Wir haben mehr als 130 Geschäfte in der Altstadt und eine moderate Leerstandsquote.“

Auch **Jürgen Klatte, Ortsvorsitzender** des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands, weiß um die Probleme der jungen Menschen: Die Gastronomie- und Hotelbranche leide unter Fachkräftemangel, Auszubildende und junge Arbeitskräfte benötigten bezahlbaren Wohnraum. Deshalb begrüßt er den Workshop.

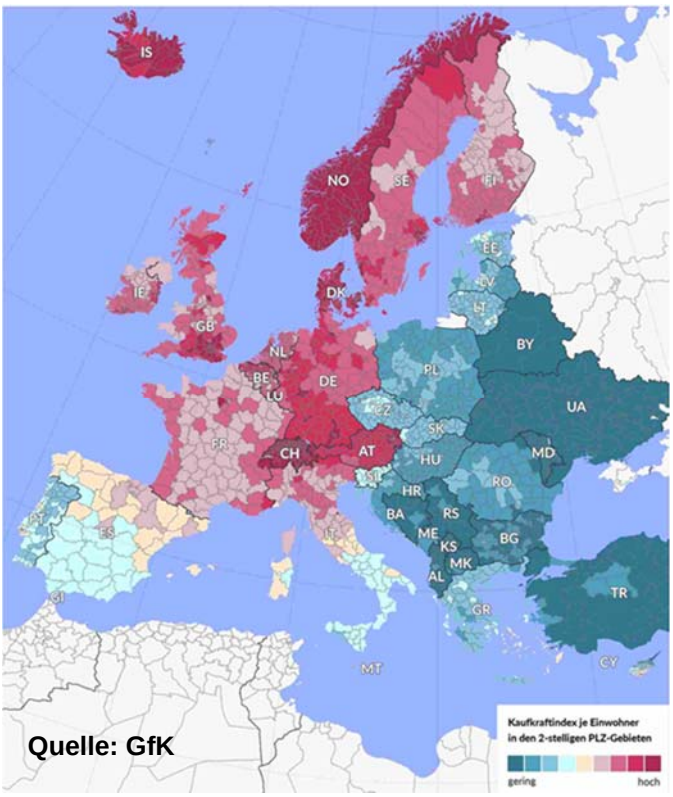
„Rothenburg bietet die Chance, eine der stärksten deutschen Tourismusstädte so zu modernisieren, dass Gäste und Einwohner harmonieren“, lautet das Fazit von BBE-Experte Jehne. Eine Weiterführung des Dialogs ist gewünscht, ein Termin steht aber noch nicht fest.

Kaufkraft Europa

Reiche Liechtensteiner, arme Ukrainer

rv DÜSSELDORF: *Selbst im Corona-Jahr 2021 ist die Kaufkraft der Europäer noch leicht gewachsen, um durchschnittlich 1,9% auf 10,2 Billionen Euro. Das sind – theoretisch betrachtet – 15 055 Euro pro Kopf in den 42 von der GfK im Rahmen ihrer Studie „Kaufkraft Europa 2021" betrachteten Ländern. Tatsächlich sieht die Realität so aus, dass die Liechtensteiner – gemessen an den Ukrainern – das 34-Fache für ihre Lebenshaltungskosten und ihre Ersparnisse zur Verfügung haben.*

Das sind genaugenommen 64 629 Euro pro Kopf und Jahr in **Liechtenstein** gegenüber 1 892 Euro jährlich pro Kopf im Schlusslicht der Länderliste, der **Ukraine**. Die Ukrainer haben damit weniger als 13% des europäischen Durchschnittsbetrags zur Verfügung. Neben Liechtenstein gehört noch die **Schweiz** mit 40 739 Euro und **Luxemburg** mit 35 096 Euro zum Spitzen-Trio in Europa. Wie unterschiedlich die Kaufkraft resp. das Nettoeinkommen in Europa verteilt ist, lässt sich auch daran ablesen, dass **Spanien**, das mit seiner durchschnittlichen Pro-Kopf-Kaufkraft von 14 709 Euro fast den europäischen Durchschnittswert erreicht, selbst erst auf Rang 17 der **GfK**-Länderliste steht.



Quelle: GfK

Und auch die Kaufkraft der Top-Ten-Länder liegt gemäß der Studie **„GfK Kaufkraft Europa 2021"** noch um mindestens 55% über dem europäischen Durchschnitt. In diesem Umfeld rangiert **Deutschland** mit seiner starken Wirtschaftskraft mit einer Durchschnittskaufkraft von 23 557 Euro unverändert auf Platz 8, hinter dem kleineren **Österreich** mit 24 232 Euro pro Kopf auf Platz 7. Auch die **Dänen** haben mit 27 621 Euro pro Kopf (Platz 6) genauso wie die **Norweger** mit 29 252 Euro (Platz 5) und die **Isländer** mit 29 510 Euro (Platz 4) jährlich mehr Geld für die Finanzierung von Essen, Wohnen, Dienstleistungen, Energiekosten, private Altersvorsorge, Versicherungen, Urlaub, Mobilität oder auch Konsumwünsche zur Verfügung.

Dass **Großbritannien** mit durchschnittlich 23 438 Euro in diesem Jahr um zwei Plätze nach oben auf Platz 10 der Länderliste gerückt ist, erklärt **GfK-Einzelhandelsexperte** im Bereich **Geomarketing, Filip Vojtech**, auch mit dem Wechselkursanstieg des britischen Pfund. Einen Platz vorgerückt ist zudem **Schweden,** das mit 23 557 Euro nun hinter Deutschland auf dem neunten Platz steht. „Nachdem die Kaufkraft im vergangenen Jahr auf Grund der Corona-Pandemie stagnierte", wie Vojtech berichtet, „können die Menschen in diesem Jahr die steigende Inflation zumindest teilweise durch nominale Kaufkraftgewinne kompensieren."

Doch die Ungleichgewichte bestehen nicht nur zwischen den einzelnen Ländern,

Deals

Die Goethestraße 2 ist voll vermietet

Sechs Monate nach dem Erwerb des Geschäftshau-

ses Goethestraße 2 (Foto: apd) in Frankfurt am Main melden der Investor **Medcap Real Estate** und der Operating Partner **Luwin Real Estate** die Unterzeichnung langfristiger Mietverträge mit der Uhrenmanufaktur **A. Lange & Söhne,** Teil des Luxusgüterkonzerns **Richemont**, und der internationalen Schmuckmarke **Pomellato**, Teil des Luxusgüterkonzerns **Kering.** Zuvor hatte sich bereits der Bestandsmieter **Salvatore Ferragamo**, ein Luxusfashionlabel aus Florenz, für einen langfristigen Verbleib in dem Geschäftshaus entschieden. Die Einzelhandelsflächen in der Goethestraße 2 sind damit vollvermietet. Rund 900 qm Bürofläche auf fünf Etagen befinden sich in der Vermarktung. Medcap und Luwin haben das Geschäftshaus in prominenter Frankfurter Lage erworben und revitalisieren dieses vollständig. Das Richtfest wurde am 19. Oktober gefeiert. Die vollständige Fertigstellung ist bis Ende des Jahres geplant. Dann wird die Goethestraße 2 rund 1 600 qm Einzelhandels- und Bürofläche bieten.

auch der Unterschied zwischen den westeuropäischen Ländern und den Ländern Osteuropas bleiben deutlich sichtbar. So befinden sich die insgesamt 16 der 42 untersuchten Länder, die über dem europäischen Durchschnitt liegen, in Westeuropa. Das Gros der 26 Länder, deren Pro-Kopf-Kaufkraft unter dem Durchschnitt liegt, befinden sich im Osten Europas – auch wenn etwa Spanien noch zu dieser Gruppe zählt.

Zu den wohlhabenderen Ländern des Ostens gehört die **Tschechische Republik** auf Rang 24, deren Bürger im Durchschnitt 10 667 Euro zur Verfügung haben. Damit erreichen sie knapp 71% des europäischen Durchschnitts. Allerdings gibt es regionale Unterschiede. Die Spitze bildet die Region um die Hauptstadt Prag mit 14 114 Euro und das Schlusslicht die Provinz Kladno mit 10 922 Euro. Die **Polen** erreichen mit 8 294 Euro etwas mehr als die Hälfte (55%) des Durchschnittswerts. In der Region Warschau liegt der Wert mit 13 566 Euro allerdings deutlich darüber.

Unterschiedliche Farben in West und Ost

„Das Kaufkraftranking nach Kreisen zeigt, dass der Kontrast zwischen arm und reich in Polen sehr hoch ist“, schreibt die GfK in ihrem Bericht: „Während nur 82 Kreise eine überdurchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft aufweisen, ist das Ausgabepotenzial in 298 Kreisen unter dem Landesdurchschnitt.“ Das Schlusslicht bildet der Kreis Kolnenski mit 5 558 Euro.

In **Ungarn** auf Rang 30 erreichen die Bürger mit einem Durchschnittswert von 7 643 Euro in etwa die Hälfte (50,8%) des europäischen Durchschnitts. Das meiste Geld haben auch hier die Bürger, die im Umkreis der Hauptstadt, im Komitat Budapest, leben mit durchschnittlich 9 722 Euro zur Verfügung. „Lediglich in fünf der 20 Komitate steht den Menschen mehr Geld als dem Landesdurchschnitt zur Verfügung“, schreibt die GfK: „Sie alle befinden sich geografisch in und um die Hauptstadt Budapest herum und in Richtung der österreichischen Grenze.“ Den letzten Platz belegt in Ungarn das Komitat Szabolcs-Szatmar-Bereg mit 5 944 Euro pro Kopf.

Regionale Kontraste in vielen Ländern groß

Nur einen Platz hinter Ungarn auf Rang 31 findet sich **Rumänien** mit durchschnittlichen 7 453 Euro und einem Anteil am europäischen Durchschnitt von 49,5%. „Ähnlich wie in Frankreich und Polen ist auch in Rumänien der Unterschied zwischen arm und reich sehr groß“, heißt es in der Studie. So stehen den Bewohnern des Hauptstadtkreises Bucuresti (Bukarest) pro Kopf im Schnitt 13 856 Euro zur Verfügung, während die Einwohner des kaufkraftschwächsten Kreises Vaslui nur ein Nettoeinkommen von 4 180 Euro pro Kopf haben.

Ein starkes Gefälle – vor allem zwischen dem wohlhabenden Norden und dem schwachen Süden – prägt auch die Kaufkraft in **Italien.** Haben die Bürger in der Region um die Modemetropole Mailand 24 604 Euro – also 63% mehr als der europäische Durchschnitt – zur Verfügung, liegt die Kaufkraft in der ärmsten Provinz Crotone nur bei 9 844 Euro, also gut 65% des europäischen Durchschnittswerts.

Unternehmens News

Siegerentwurf für Karstadt am Nordbad gekürt

Die **Schluchtmann Architekten** haben den Realisierungswettbewerb **„Neubau des ehemaliges Karstadt am Nordbad"** gewonnen.

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns auch auf unserer Homepage:

www.hi-report.de

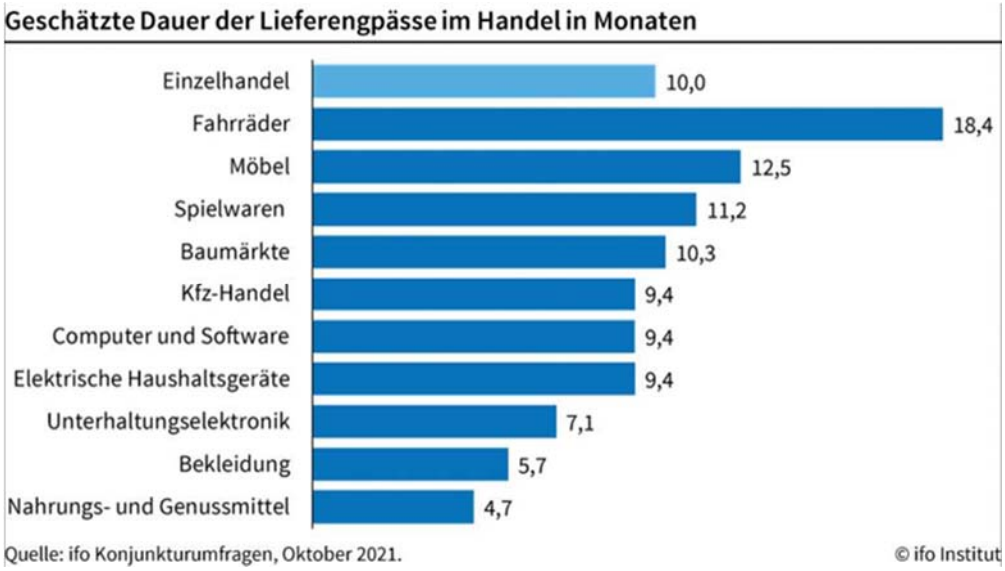
Ausgelobt wurde der Wettbewerb von der **Ariston GmbH** als Erbpachtberechtigte des Grundstücks. Hinter Ariston stehen die Münchner Familienunternehmer **Stefan Pfender** und **Dieter Lorenz**. Die Fertigstellung ist bis zum Jahreswechsel 2024/25 geplant. Ariston plant auf dem Grundstück eine Markthalle im Erdgeschoss und weitere Nahversorgungs- und Einzelhandelsflächen im 1. UG (zusammen ca. 6 200 qm BGF) sowie weitere 28 000 qm Bürofläche. Zusätzlich entstehen Flächen für ein Gastronomieangebot und eine Kita. Von den 377 Parkplätzen sind ca. 100 Tiefgaragenplätze für Anwohner geplant. Für die Baugrube wird die Baugenehmigung in den nächsten Tagen erwartet. Der Bauantrag nach § 34 BauGB für den Entwurf wird im ersten Quartal 2022 eingereicht, sodass der Baustart Ende 2022 erfolgen dürfte.

Einzelhandel

Kein schnelles Ende der Lieferprobleme

rv DÜSSELDORF: *„Die weltweite Logistik ist aus dem Takt", konstatiert Klaus Wohlrabe, Leiter der Umfragen beim Ifo Institut in München, über die Lieferprobleme, die Einzelhandel und Industrie und damit auch das Wirtschaftswachstum belasten: „Viele Lieferungen kommen mit deutlichen Verspätungen in Deutschland an."*

Kurz vor dem Weihnachtsgeschäft ist das für viele Kunden keine gute Nachricht. Und auch für viele Einzelhändler, die im Weihnachtsgeschäft noch die Umsatzverluste aus den Zwangsschließungen zu Jahresbeginn wettmachen möchten, wird es dadurch schwieriger, dieses Ziel zu erreichen. Nach Erkenntnis des Münchner **Ifo Instituts** werden sich die Lieferengpässe im Einzelhandel noch bis weit in den Sommer 2022 hinziehen. „Die Produktauswahl wird zu Weihnachten und lange danach eingeschränkt sein", befürchtet der **Leiter** der **Ifo Umfragen, Klaus Wohlrabe**.



Rechnen die befragten Unternehmen im Schnitt damit, dass die Lieferengpässe noch weitere zehn Monate andauern, zeigt die genauere Analyse, dass die Einzelhandelsbranchen unterschiedlich stark betroffen sind. Der Bekleidungshandel, der besonders stark unter den Zwangsschließungen gelitten hat und noch immer deutlich unter dem Umsatz des Vorjahres liegt, sind die Lieferengpässe laut Ifo aber nur für 39,3% der Befragten ein Problem. Und mit einer befürchteten Verzögerungszeit von 5,7 Monaten erreicht die Störung hier einen unterdurchschnittlichen Wert.

Beim Spielwarenhandel, für den das Weihnachtsgeschäft sehr wichtig ist, sind 75,9% der Befragten pessimistisch und befürchten Verzögerungen von durchschnittlich 11,2 Monaten. Noch größer ist der Anteil der Pessimisten bei den Händlern aus der Unterhaltungselektronik mit 83,7% aber einer befürchteten Wartezeit von 7,1 Monaten. Unter den Anbietern von Computer und Software befürchten 77,3% eine Verzögerung von 9,4 Monaten. Besonders negativ gestimmt sind 89,6% der Fahrradhändler, die in den nächsten 18 Monaten Lieferprobleme erwarten. Auch 65,7% der Möbelhändler befürchten, dass sich die Belieferung um 12,5 Monate verzögert.

Es gibt aber auch Hoffnung. Denn laut Ifo ist über alle Handelsbranchen hinweg die Zahl der Firmen mit Nachschubproblemen etwas zurückgegangen, von 74% auf 60%, bei den Fahrradhändlern von 100% auf 89,6% und bei den Baumärkten von 98,9% auf 83,5% - auch wenn das immer noch hohe Zahlen sind. Und auch bei den Preisen werden die Bundesbürger diese Lieferschwierigkeiten spüren, da laut Ifo Institut ein Großteil der Unternehmen Preiserhöhungen angekündigt hat.

Korrektur

Union Investment erwirbt Schlosspark-Center

Wir haben in der Ausgabe Nr. 358 vom 5.11.2021 berichtet, dass **Union Investment** das Nahversor-

gungszentrum Schlosspark-Center mit 5 965 qm Mietfläche in Berlin-Pankow erworben hat. Versehentlich hatten wir dazu das falsche Foto veröffentlicht. Deshalb reichen wir das richtige Foto vom Schlosspark-Center hiermit nach.

Deals

Hamburg: Das Hanseviertel in Hamburg erhält mit **Le big TamTam** ein neues Gastro-Konzept, das auf 1 800 qm einen kreativen Food-Markt mit den innovativsten Gastronomen Hamburgs bietet. **CBRE Investment Management**, Eigentümervertreterin des denkmalgeschützten Quartiers, hat das Konzept zusammen mit den Spezialisten von **Tellerrand Consulting** erarbeitet. Die Eröffnung ist im Spätherbst 2022 geplant. „Was wir hier auf die Beine stellen, wird eine Sogwirkung für das gesamte Passagenviertel entwickeln", sagt **Tim Mayer, Head of Retail** bei CBRE Investment Management, und für das Hanseviertel verantwortlich. Das Konzept biete eine einzigartige gastronomische Erfahrung im stationären Handel und beim Erlebnis-Shopping.

Deutsche Euro Shop AG

Spürbare Erholung in den Sommermonaten

HIR DÜSSELDORF: *Nach dem Ende des langen Lockdowns im ersten Halbjahr 2021 hat sich das operative Geschäft des Shopping-Center-Investors Deutsche Euro Shop AG aus Hamburg zum dritten Quartal wieder deutlich belebt. Abzulesen ist das an der Frequenz, den Umsätzen der Mieter und der Collection Ratio – auch wenn das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht wird.*

Im Einzelnen lagen die Kundenfrequenzen in den Einkaufszentren der **Deutschen Euro Shop AG** im dritten Quartal 2021 bei 75% des Vor-Corona-Niveaus. Aktuelle Beschränkungen wie vor allem die Maskenpflicht sieht das Unternehmen als Ursache dafür, dass der Wert noch nicht höher liegt. Dass die Kunden aber auch gekauft haben, lässt sich daran ablesen, dass die Umsätze der Mieter im Schnitt bei 90% des Vorkrisenniveaus lagen. In Deutschland war der Wert mit 88% etwas niedriger.

Wieder mehr Normalität im Sommer. Foto: Deutsche Euro

Auch bei den Mieteinnahmen hat sich die Lage in den Sommermonaten entspannt. So ist das als **Collection Ratio** bezeichnete Verhältnis der gezahlten zur fälligen Miete von 86% im Durchschnitt des ersten Halbjahres nach Mietanpassungen im dritten Quartal auf 98% gestiegen. Nach den Worten von **Vorstandssprecher Wilhelm Wellner** ist die „Collection Ratio inzwischen nahezu wieder zum Normalniveau zurückgekehrt". Wie er weiter berichtet, ist es dem Unternehmen „nach langen und intensiven Gesprächen" gelungen, mit einem großen Teil seiner Mieterpartner „faire Lösungen zur Schadensteilung" zu finden. Die Vermietungsquote liegt bei 94,7%.

Welche Folgen die Bekämpfung der Pandemie durch Zwangsschließungen in den ersten fünf Monaten dieses Jahres für den Shopping-Center-Betreiber hatte, zeigt der Blick auf die Finanzkennzahlen. So lag der Umsatz mit 157,8 Mio. Euro um-6,4% und das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) mit 111,5 Mio. Euro um -5,6% unter den Werten des Vergleichszeitraums von 2020, das allerdings im März und April gleichfalls von Geschäftsschließungen betroffenen war. Wie es weiter heißt, hat die Bewertung des Immobilienvermögens im Konzern zu einem Ergebnis von -40,3 Mio. Euro – nach -171,5 Mio. Euro im Jahr zuvor – geführt. Das Konzernergebnis erhöhte sich von -105,5 Mio. Euro auf nunmehr 44,1 Mio. Euro.

Wie das Unternehmen im Quartalsbericht schreibt, erwartet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2021, dass sich die Funds from Operations (FFO) je Aktie in der Bandbreite von 1,70 Euro bis 1,90 Euro – nach 2 Euro im Jahr 2020 – bewegen werden: „Grundlage hierfür ist eine nachhaltige Beherrschbarkeit der Pandemielage ohne erneute Geschäftsschließungen bzw. ohne wesentliche Einschränkungen für den Centerbetrieb, eine weitere Erholung der Mieterumsätze insbesondere im anstehenden Weihnachtsgeschäft sowie eine Stabilisierung der Collection Ratio auf dem zuletzt deutlich verbesserten Niveau." Alle anstehenden Refinanzierungen für 2021 wurden laut Wellner bereits im Sommer zu attraktiven Konditionen abgeschlossen.

Deals

Eschborn: Seit 4. November gibt es auch in Eschborn einen **Alnatura Super Natur Markt.** In dem neuen Globus-Gebäude in der Ginnheimer Straße 18 wurde auf rd. 750 qm Verkaufsfläche der erste Alnatura Markt der Stadt eröffnet. Das Bio-Vollsortiment umfasst über 6 000 Artikel, darunter viele Produkte aus der Region. Zudem gibt es auch eine Café-Bar mit Bio-Snacks zum Mitnehmen. Mit dem neuen Standort verdichtet das Bio Unternehmen sein Filialnetz im Rhein Main Gebiet: insgesamt gibt es in der Region damit 22 Alnatura Märkte.

Impressum

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

Herausgeber:
Werner Rohmert

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, Geisenfeld

Bankverbindung: erhalten Sie auf Anfrage

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