Cities | Center | Developments

Handelsimmobilien Report

Nr. 364 vom 11.02.2022
Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Liebe Leser,

die Hoffnung vieler Mitglieder im Rat der Europäischen Zentralbank (EZB), dass 2022 die Inflationsraten wieder sinken werden, haben sich nicht erfüllt. Mit 5,1% erreichte die Preissteigerung in der Euro-Zone im Januar einen neuen Rekordwert. Bei sachlicher Bewertung der Fakten kommt der Anstieg der Inflation aber nicht unerwartet. Vielmehr ist der Ansatz der europäischen Geldpolitiker, durch die aktuellen Inflationsprobleme „hindurchzuschauen“, in eine Zukunft, in der die Inflationsrate wieder niedriger ist, das Problem.

Es stimmt zwar, dass die Inflationsrate irgendwann mal wieder sinkt – frei nach der Prognose von John Maynard Keynes: In the long term we are dead – langfristig sind wir alle tot – wird die Inflationsrate irgendwann auch wieder so niedrig sein, wie von der EZB gewünscht. Doch vom psychologischen Standpunkt aus betrachtet, handelt es sich hier wohl eher um Wunschdenken bzw. Realitätsverweigerung. Denn hohe Inflationsraten und die erforderlichen Gegenmaßnahmen passen nicht zum Leitbild der EZB-Politik, die sich auf die Sicherstellung günstiger Finanzierungsbedingungen in Krisenzeiten durch den Kauf von Staats- und Unternehmensanleihen festgelegt hat.

Und auch wenn das zur Pandemie-Bekämpfung unter EZB-Präsidentin Christine Lagarde aufgelegt PEPP-Programm Ende März ausläuft, so ist das keine Wende. Denn das Geld für die getilgten Anleihen wird wieder in neue Anleihen investiert, so dass die Geldmenge extrem hoch bleibt. Und auch das von Ex-EZB-Präsident Mario Draghi aufgelegte APP-Anleihe-Kauf-Programm läuft weiter. Diese Geldflut treibt die Preise aber weiter nach oben.

Dass EZB-Präsidentin Lagarde in der Pressekonferenz nach der Sitzung des Rates durchblicken ließ, dass sie eine frühere Aussage, wonach eine Zinserhöhung 2022 unwahrscheinlich sei, nicht mehr bestätigen will, wird von den Märkten schon als Hinweis auf eine vorsichtige Wende und eine mögliche leichte Straffung gewertet.

Für die geldpolitische Stabilisierung der Volkswirtschaften in der Euro-Zone, wo die Inflationsraten zum Teil noch höher als in Deutschland mit zuletzt 4,9% sind, ist das aber viel zu wenig. Während rund um die Euro-Zone die Notenbanken die Leitzinsen erhöhen, verschiebt die Zentralbank eine entsprechende Entscheidung auf die März-Sitzung und spielt damit weiter auf Zeit.

Auf das große Dilemma der EZB beim Thema Zinserhöhungen weist **Feri-Chefvolkswirt Axel D. Angermann** hin, wenn er feststellt, dass die Notenbank inzwischen zur „Bad Bank“ für eine „inhärent fragile Währungsunion“ geworden sei, die Rücksichten auf die Lage der Staatsfinanzen nehmen müsse. Deshalb werde die Eindämmung der Inflation für die Notenbank zu einer echten Herausforderung. Ob die Märkte diese Erkenntnis beruhigen wird?

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin

Inhaltsverzeichnis

Editorial 1

Vermietungsmarkt: Mehr Planungssicherheit im Handel 2

Einzelhandelskonjunktur: 2G ist ähnlich belastend wie ein Shutdown 6

IPH Gruppe: Der Vermietungsmarkt bietet neue Chancen 9

Okal Haus: Eigenheime aus dem Shopping-Center 12

Immobilien-Investitionsklimaindex: Die Euphorie ist leicht abgeklungen 15

Logistikimmobilien: Experten erwarten steigende Mieten 17

Nachhaltigkeit in der Mode: Corona hat deutliche Zeichen gesetzt 18

Ceconomy AG: Ehrgeizige Ertragsziele - Volatiles Umfeld 22

Impressum 22

Partner des HandelsimmobilienReport

BBE Handelsberatung
ECE
GRR BASIC RETAIL EXPERTS
IPH Handelsimmobilien
Hahn Gruppe Wertarbeit mit Immobilien
HABONA INVEST
HBB
RATISBONA HANDELSIMMOBILIEN
gpep
REDEVCO
WISAG
SONAE SIERRA

Das Geschäft hat sich wieder leicht belebt. Foto: BBE

Vermietungsmarkt

Mehr Planungssicherheit im Einzelhandel

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Im ersten Halbjahr 2021 haben die Mieten auf dem Markt für Retail Assets spürbar nachgegeben. Zur Jahresmitte und in der zweiten Jahreshälfte hat sich die Lage wieder stabilisiert und erholt sich zunehmend, wie der Flächenumsatz zeigt. Viele Einzelhändler halten den Markt inzwischen wieder für berechenbarer.

Der Veränderungsdruck durch den seit Jahren wachsenden Online-Handel und die Beschränkungen zur die Pandemie-Bekämpfung haben den Strukturwandel im innerstädtischen Einzelhandel befeuert. So geht 2021 eine Phase zu Ende, die geprägt war von ungehemmter Expansion im stationären Einzelhandel und hartem Wettbewerb um die besten Standorte, die 2014 ihren Höhepunkt erreichte und seit 2018 spürbar abflaut. Die Zahlung von Schlüsselgeld ist schon lange kein Thema mehr.

Im Gegenteil: Wie **Alexandra Gradl, Leiterin** des **Highstreet-Geschäfts** bei der **IPH-Gruppe**, festgestellt hat, dünnen die vertikalen Konzepte ihr Filialnetz aus und konzentrieren sich auf einen Standort pro Haupteinkaufsstraße. Und auch die nationalen und internationalen Filialisten würden die Zahl ihrer Geschäfte reduzieren und genau prüfen, wo ein Flagship-Store für sie noch Sinn ergebe. Gleichzeitig hat sich nach Feststellung des Immobilienberaters **CBRE** während der Pandemie gezeigt, dass neben einem Onlineshop für die Markenbildung auch die stationäre Präsenz in den Innenstädten wichtig ist. Denn wenn ein stationärer Laden vor Ort existiere, dann fielen auch die online generierten Umsätze in der Region höher aus.

Vor dem Hintergrund dieser – teilweise auch gegenläufigen – Entwicklungen steht der **Vermietungsmarkt** und stehen die **Mieten für Handelsimmobilien** schon seit geraumer Zeit unter Druck, der durch die Zwangsschließungen in den beiden Corona-Jahren nochmals verstärkt wurde. So registrierte der Immobiliendienstleister **JLL,** dass in den zehn prominentesten Städten die Spitzenmieten im deutschen Einzelhandelsmarkt im ersten Halbjahr 2021, das bis in den Mai hinein von mehr oder minder starken Schließungen geprägt war, um 4 bis 8% nachgegeben, sich zum zweiten Halbjahr mit der Belebung des Geschäfts aber wieder stabilisiert haben. Das Analyseunternehmen **Bulwiengesa** beziffert den Rückgang der Spitzenmieten in den 1A-Lagen mit -3%, während Nebenlagen weniger betroffen waren.

Marktbericht

Verbraucherstimmung setzt den Sinkflug fort

Das Infektionsgeschehen und die Maßnahmen zur Coronabekämpfung verpassen der Verbraucherstimmung im Februar einen weiteren Dämpfer. Wie aus dem **HDE Konsumbarometer** hervorgeht, fällt der Index den dritten Monat in Folge. Zurückhaltung signalisieren die **Anschaffungsneigung**, die ein Allzeittief erreicht, und die **Konjunkturerwartungen**, die sich seit Sommer 2021 eintrüben. Gleichzeitig sinkt die Sparneigung und die **Einkommenserwartung** steigt. Denn die eigene Einkommenssituation wird im Vergleich zum Vormonat und zum Vorjahr positiv gesehen. Bei stabiler Arbeitsmarktentwicklung herrscht Optimismus. Doch vor dem Hintergrund der aktuellen Infektionswelle gehen die Bundesbürger wie auch die Wirtschaftsforschungsinstitute nicht von einer baldigen Erholung der Konjunktur aus. Per Saldo ergibt sich ein inkonsistentes Bild. Zudem drückt die Erwartung zunehmender Preissteigerungen auf die Stimmung. Deshalb dürfte der private Konsum laut HDE derzeit eher verhalten ausfallen.

Handelsimmobilien *Report*

Besuchen Sie uns auch auf unserer Homepage:

www.hi-report.de

Wie **Helge Scheunemann**, **Head of Research JLL Germany**, im **JLL Einzelhandelsmarktüberblick** feststellt, blieben im zweiten Halbjahr 2021 auch in den kleineren und mittelgroßen Städten die Mieten konstant. Lediglich in den Städten mit 250 000 bis 500 000 Einwohnern hätten die Mieten im Schnitt nochmals um

Lebensmittelhandler sind besonders aktiv.

1,5% nachgegeben. Für das Jahr 2022 ist er aber zuversichtlich, dass die Spitzenmieten stabil bleiben werden, sofern es gelingt, die Pandemie weitgehend unter Kontrolle zu bringen.

In Verbindung mit den jüngsten Vermietungszahlen in deutschen Innenstadtlagen wertet der Immobilienberater **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) die Stabilisierung als Zeichen, dass sich die Stimmungslage auf dem Vermietungsmarkt für Handelsimmobilien von den Folgen der Pandemie erholt und stabilisiert hat. „Auch wenn weitere Lockdownphasen gerade im Gastronomiesektor nicht gänzlich auszuschließen sind“, so der Berater, „hat die gestiegene Zuversicht von Retailern, das Risiko mittel- oder langfristiger Mietentscheidungen jetzt wieder etwas besser abschätzen zu können, das Marktgeschehen spürbar belebt“.

Nach Feststellung von JLL liegen die Spitzenmieten für kleine, ideal geschnittene Flächen in den absoluten Top-Lagen in der **Münchener Kaufingerstraße** und der **Neuhauser Straße** bei etwa 340 Euro je qm und Monat. Größere Flächen sind natürlich günstiger. Für **Berlin** wurde ein Spitzenwert von 310 Euro ermittelt, für die **Frankfurter Zeil** von 290 Euro und für die **Königsallee** in **Düsseldorf** von 275 Euro. Auf den weiteren Plätzen der Top-Ten-Rangliste folgen **Hamburgs Spitalerstraße** mit 265 Euro, die Königstraße in **Stuttgart** mit 260 Euro, die Schildergasse in **Köln** mit 235 Euro, die Georgstraße in **Hannover** mit 175 Euro, die **Nürnberger** Karolinenstraße mit 150 Euro und schließlich die **Leipziger** Petersstraße mit 110 Euro.

Diese im vergangenen Jahr gewachsene Planungssicherheit spiegelt sich auch im Flächenumsatz wider. So registriert BNP Paribas Real Estate mit einem Volumen von knapp 465 000 qm gegenüber 2020 ein Plus von 12%. Aus Sicht von JLL hat vor allem die Nachfrage nach großen Verkaufsflächen mit mehr als 1 000 qm im zweiten Halbjahr den Vermietungsmarkt im hiesigen Einzelhandel deutlich belebt. Diese Kategorie machte die Hälfte des Flächenumsatzes aus.

Nachfrage nach Großflächen belebte das Geschäft

Mit einem Gesamtvolumen von 434 600 qm bei insgesamt 952 Deals liegt der JLL-Wert etwas niedriger als der von BNPPRE. Aber auch JLL registriert beim Flächenvolumen gegenüber 2020 ein Plus von 13%. Bei der Zahl der Vermietungen lag das Plus sogar bei 16%. Einig sind sich die Immobilienberater aber in ihrer Einschätzung, dass das Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 mit 499 900 qm bei 1 153 Abschlüssen (JLL) noch nicht erreicht werden konnte.

IRE|BS Immobilienakademie
International Real Estate Business School
Universität Regensburg

WEITERBILDUNG, DIE WEITERBRINGT

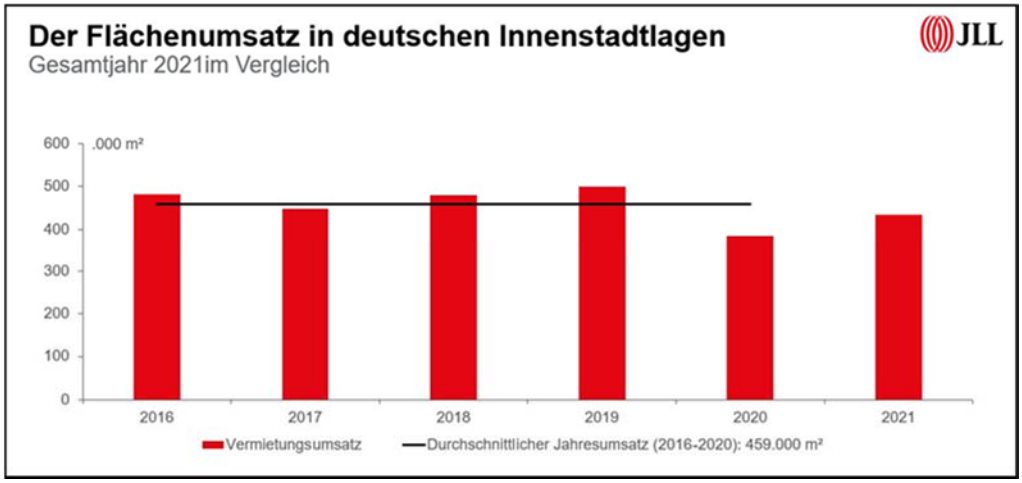
Das **Intensivstudium Handelsimmobilien Asset Management** vermittelt in 16 Tagen verteilt auf vier Monate die Erfolgsfaktoren für effektives Asset Management sowie Fachwissen zu Due Diligence und Immobilienbewertung.

Weitere Infos unter:
www.irebs-immobilienakademie.de/iham

Für die Experten von BNPPRE ist das Vermietungsergebnis des Jahres 2021 sicherlich ein „positiver Finger-zeig“, doch werde sich der Einzelhandelsmarkt mit Blick auf den Umstrukturierungsprozess in der stationären Einzelhandelslandschaft Jahr für Jahr neu beweisen müssen. Aus Sicht von **Dirk Wichner, Head of Retail Leasing** bei **JLL Germany,** haben die Lockdowns im ersten Halbjahr und die Einschränkungen in der wichtigen Vorweihnachtszeit der Branche stark zugesetzt. Auf dem Vermietungsmarkt habe sich das aber kaum ausgewirkt, so der Experte: Die meisten Einzelhändler seien mit Optimismus ins Jahr 2022 gestartet. Das lässt hoffen.

Ein positiver „Finger-zeig“ in schwierigen Zeiten

Das gilt offenbar vor allem für die Metropolen, die laut JLL-Bericht nach einem schwachen Jahresstart in der zweiten Jahreshälfte beim Vermietungsgeschäft mit einem Umsatz von 158 800 qm bei 386 Deals stark aufgeholt haben und etwa 26% über dem Vorjahresergebnis lagen. Auch BNPPRE registriert die zunehmende Fokussierung auf die Top-Märkte, die in diesem schwierigen Umfeld durch ihre „sehr guten Rahmenbedingungen bei der Standortentscheidung punkten können“. Mit einem Anteil von etwa einem Drittel am gesamten Flächenvolumen konnten die Top-Städte 2021 besser abschneiden als zwischen 2013 und 2020, als der Anteil bei 24% lag.



Vor allem das Spitzentrio zeigte sich laut Wichner sehr Corona-resistent. Das galt selbst 2020. So lag Berlin mit einem Flächenumsatz von 42 800 qm um gut 20% über dem 5-Jahresschnitt. Allein am Kurfürstendamm und an der Tauentzienstraße registrierte er 24 Vermietungen etwa an die französische Modemarke **Balenciaga** oder an **DeFacto**, einen der größten türkischen Bekleidungshändler mit dem ersten Geschäft in Deutschland. In Düsseldorf trugen vor allem die Vermietungen rund um den Kö Bogen II und in der Schadowstraße zu einem Flächenvolumen von 28 800 qm bei. In Hamburg mit 21 500 qm wurden allein zwölf neue Mieter auf der Mönckebergstraße gezählt.

Textilbranche hat den ersten Platz verloren

Der Blick auf die aktivsten Branchen zeigt aber, dass vor allem die von den Zwangsschließungen nicht betroffenen **Nahversorger** das Geschäft angetrieben haben. Hatte bis zur Jahresmitte noch die Textilbranche (insgesamt 105 000 qm) bei den Vermietungen laut JLL knapp vorne gelegen, so konnte die Gastronomie/Foodbranche mit rund 127 000 qm vorbeiziehen, wobei auf den Lebensmittelhandel mit **Edeka, Rewe, Netto** und **Aldi** 60% entfielen. 20 Anmietungen entfielen zudem auf die Lieferdienste aus dem Bereich **Quick-Commerce**.

Im **Textilbereich** waren neben Bekleidungshäusern auch Marken aus der Young Fashion Branche wie das dänische Label **Only** mit sieben Anmietungen sowie die niederländische Modemarke **Scotch & Soda** mit sechs aktiv. Von Händlern aus der Branche Ge-

Marktbericht

Redevco: Elsbeth Quispel neue Head of Innovation

Der Immobilien-Investment-Manager **Redevco** hat **Elsbeth Quispel** zum **Head of Innovation** ernannt. In der neu geschaffenen Position berichtet sie an **Marrit Laning**, die jüngst als **Chief Strategy & Innovation Officer** in den Redevco-Vorstand berufen wurde. Quispel wird die PropTech- und allgemeine Innovations-Strategie des Unternehmens weiter vorantreiben. Sie war zuvor bei **Cushman & Wakefield** in den Niederlanden, wo sie in den vergangenen fünf Jahren als Head of Real Estate Strategy & Innovation fungierte. Zuvor war sie als Head of Sustainability/Managing Director, ESG and Real Estate bei **GRESB** tätig. Nach den Worten von Marrit Laning soll Quispel mit ihrer umfangreichen Erfahrung Redevco im Bereich Strategie und Innovation helfen, die Nutzung neuer Technologien und innovativer Konzepte auszubauen und das Unternehmen dabei unterstützen, „Städte zu nachhaltigeren und lebenswerteren Orten zu machen". In der Tat sieht Elsbeth Quispel die Notwendigkeit, dass die Städte digitaler und nachhaltiger werden. Dabei möchte Redevco eine wichtige Rolle spielen. Quispel will dabei mit den verschiedenen Redevco-Teams zusammenarbeiten.

sundheit/Beauty wurden 42 400 qm gemietet. Im Bereich Sport-/Outdoor wirkte sich der Fahrrad- und E-Bike-Boom, der von den Shutdowns profitierte, aus. Zu nennen ist auch die australische Yoga-Marke **Lululemon** mit fünf neuen Läden.

Beim Blick auf das Jahr 2022 sieht CBRE derzeit günstige Rahmenbedingungen für das **Premium- und Luxussegment**. Hier halten sich die Kunden mit Käufen weniger zurück. Im Gegenteil: Durch den Pandemie-bedingten Verzicht etwa auf Reisen wird mehr Geld für höherwertige Produkte ausgegeben. Besonderen Erfolg konzedieren die Experten auch Handelskonzepten mit funktionierender Omnichannel-Strategie. Mit Angeboten wie **Click & Collect** können diese Unternehmen die Vorteile aus beiden Welten – online und offline – nutzen und die Potenziale heben, die eine Verbindung beider Kanäle heutzutage eröffnet.

Als positives Zeichen für den stationären Handel werten die Experten von CBRE, dass mit einer Wiedereröffnung der stationären Geschäfte der Online-Umsatz zurückging: „Trotz technischer Innovationen beim virtuellen Shoppen, schneller Lieferung und ggf. sogar Preisvorteilen hat der reale stationäre Einkauf weiterhin einen hohen Stellenwert“, heißt es im Ausblick. Die stationären Händler sind nun ihrerseits gefordert, den Kunden mehr Einkaufserlebnis zu bieten, um die Bindung zu stärken.

Mit Blick auf die wachsende Präferenz vieler Konsumenten für regionale Produkte und die aktuellen Lieferengpässe empfehlen die CBRE-Experten auch eine Umstrukturierung des Sortiments zugunsten **regionaler Angebote**. Last not least weisen sie darauf hin, dass nicht nur nachhaltige Produkte und Materialien an Bedeutung gewinnen, „auch die Immobilie an sich muss verstärkt Umwelt und Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, um langfristig attraktiv für Händler und Investoren zu sein“.

Deals

München: Die Mode-Kette **s.Oliver** hat einen Laden mit einer Mietfläche von mehr als 1 160 qm an der Einkaufsmeile Neuhauser Str. 3 in München gemietet. Die Mode-Kette hat den neuen Store mit einer Verkaufsfläche von rund 880 qm auf zwei Ebenen im Erd- und Untergeschoss bereits vor Weihnachten 2021 eröffnet. Vormieter auf der Einzelhandelsfläche war Douglas. **Comfort** hat die Fläche in einem Gemeinschaftsgeschäft mit dem Maklerunternehmen **Storescouts** vermittelt. Zuvor hatten die Partner der Parfümerie-Kette **Douglas** ihren neuen Mega-Flagship-Store an der Ecke Kaufingerstr. 17 / Färbergraben 1 vermittelt.

GRR
BASIC RETAIL EXPERTS

WIR SUCHEN
EINZELHANDELSIMMOBILIEN
EINZELOBJEKTE AB 3 MIO. EURO UND PORTFOLIOS
AB CA. 20 MIO. EURO

Geeignet sind Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Fachmarkt- und Nahversorgungszentren sowie Einkaufszentren, die ihren Angebotsschwerpunkt auf Gütern des täglichen Bedarfs haben und bonitätsstarke Filialisten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels als Ankermieter aufweisen.

Ein detailliertes Ankaufsprofil finden Sie im Internet unter
www.grr-group.de

Bitte richten Sie Ihre Angebote an

Claudia Ohlschmid
Transaktionsmanagement
Tel +49 911 955 126 - 32
claudia.ohlschmid@grr-group.de

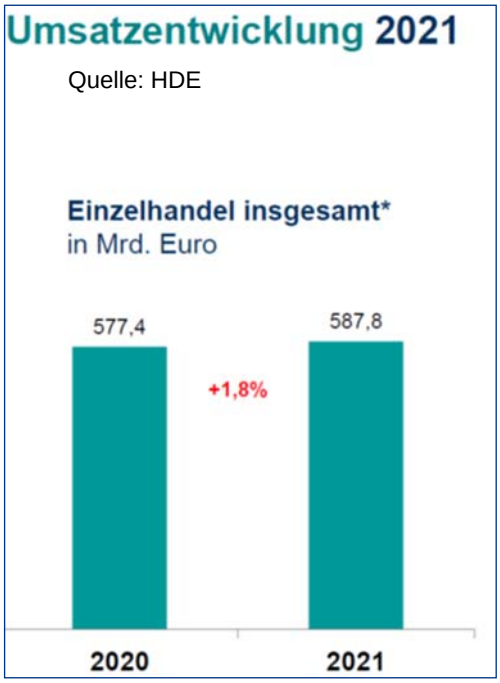
GRR GROUP | Hugo-Junkers-Straße 17 | 90411 Nürnberg | Tel +49 911 955 126 - 0 | info@grr-group.de | www.grr-group.de

Einzelhandelskonjunktur

2G ist ähnlich belastend wie ein Shutdown

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Einzelhandel blickt mit zwiespältigen Gefühlen ins Jahr 2022. Zum einen zeigt die Bilanz für die Corona-Jahre 2020/21, wie sehr die Beschränkungen den innerststädtischen Einzelhandel und vor allem den Modehändlern geschadet haben, zum andern gibt es Hoffnung, dass nach Abebben der Pandemie der stationäre Einzelhandel von einer neuen Aufbruchstimmung getrieben wird, die sich in vielen Neugründungen niederschlagen könnte.



Da die Rahmenbedingungen für den privaten Konsum grundsätzlich günstig sind und es auch keine Kaufverweigerung bei den Bundesbürgern gibt – die Sparquote sinkt – prognostiziert **Stefan Genth**, **Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland** (HDE) für 2022 ein Wachstum von nominal 3%, wobei real mit Blick auf die aktuell hohe Inflationsrate in Deutschland kein Wachstum erzielt werden kann.

Voraussetzung für diese Wachstumsrate ist eine stabile Entwicklung der Konjunktur und dass Beschränkungen wie etwa die 2G-Regelung im Nonfood-Einzelhandel bundesweit aufgehoben werden. In einigen Bundesländern wurde sie bereits ausgesetzt, einige könnten bald folgen. Hoffnung setzt Genth in diesem Kontext auf die nächste Ministerpräsidenten-Konferenz am 16. Februar: Dabei hofft der Handelsverband, dass die Bundesländer, die über diese Regelungen entscheiden, nicht perspektivlos bis Ostern im aktuellen Modus mit der 2G-Regelung weitermachen.

Denn auch wenn es in diesem Winter bislang keinen Lockdown wie 2020/2021 gegeben hat, so hat die im Nonfood-Einzelhandel vorgeschriebene Regelung, dass hier nur noch Geimpfte und Genesene (2G) einkaufen dürfen, was der Einzelhandel durch zusätzliche Zugangskontrollen überprüfen muss, vor allem im wichtigen innerstädtischen Handel deutliche Spuren hinterlassen: Während der Einzelhandel insgesamt (inkl. Online-Handel) im Vorjahr laut HDE um 1,8% auf 587,8 Mrd. Euro gestiegen ist (siehe Grafik), ging der Umsatz im stationären Nonfood-Handel gegenüber dem eingeschränkten Jahr 2020 nochmals um 2,1% zurück.

Vor allem der **Bekleidungshandel** lag um 9% unter dem Vorjahreswert und liegt damit nun um 30% unter dem Wert des Vor-Corona-Jahres 2019. Von den 569 Verkaufstagen seit dem ersten Shutdown am 18. März 2020 bis zum 31. Januar 2022 musste der stationäre Nonfood-Handel nach Berechnung des HDE an 263 Tagen entweder schließen oder er konnte nur unter Beschränkungen verkaufen.

Die Umsatzzahlen zeigen aus Sicht von HDE-Hauptgeschäftsführer Genth auch, dass die 2G-Regelung, mit der die Politik die Ungeimpften animieren wollte, sich impfen zu lassen, für die betroffenen Einzelhändler ähnlich negativ wirkt wie die Zwangsschließungen im Jahr zuvor. Wie **HDE-Chefvolkswirt Olaf Roik** ergänzt, ist durch die Begrenzungen die Frequenz in den Einkaufslagen spürbar zurückgegangen.

Deals

IPH CM managt die City Galerie in Aschaffenburg

Die **IPH Centermanagement** (IPH CM) hat zum 1. Januar 2022 das Center- und Vermietungsmanagement-

Mandat für die **City Galerie in Aschaffenburg** übernommen. Eigentümer der Immobilie ist die Kapitalverwaltungsgesellschaft **Principal Real Estate Spezialfondsgesellschaft** aus Frankfurt. Nach dem Mandatsgewinn der Buchholz Galerie in Niedersachen ist dies der fünfte Neuzugang im Portfolio der IPH CM im Jahr 2021. Die City Galerie steht im Zentrum der Stadt zwischen der Fußgängerzone und dem Park Schöntal. Das Objekt aus dem Jahr 1974 ist mit 57 000 qm, davon 47 000 qm Einzelhandel, das größte Center Nordbayerns. Zudem gibt es Wohnungen und Büros. Zu den Mietern der 70 Läden gehören u.a. **C&A, Drogerie Müller, H&M, Intersport, Media Markt** sowie **Rewe**. Es gibt 1 612 Parkplätze. Den seit 2020 laufenden Refurbishment-Prozess zu einem nachhaltigen Nutzungsmix wird die IPH CM weiter begleiten . Nach den Worten von **Marcus Eggers**, **Geschäftsführer** von **IPH Centermanagement** will das Unternehmen „mit seinem interdisziplinären Ansatz das volle Potenzial des Standorts heben und den nötigen Wandel proaktiv gestalten“.

Das belastet vor allem die Einzelhändler in den Innenstadtlagen, die bei ihren Konzepten auf viel Laufkundschaft angewiesen sind.

Nach der aktuellen HDE-Umfrage unter 1 300 Handelsunternehmen schätzen 46% der Händler, die unter 2G arbeiten müssen, ihre Geschäftslage denn auch als „schlecht“ ein – im Bekleidungshandel sogar 62% und bei den kleinbetrieblichen Fachhändlern 52%. Zum Vergleich: Im Einzelhandel ohne 2G-Regelung beurteilen nur 24% ihre Lage als schlecht.

Als Folge dieser Pandemie-bedingten Restriktionen im stationären Nonfood-Einzelhandel könnten laut Genth 2022 nochmals etwa 16 000 Geschäfte verloren gehen, nachdem zwischen 2015 und 2019 jährlich schon etwa 5 000 Läden zugemacht haben. Dass sich diese Zahlen nicht in den Insolvenzzahlen für Deutschland widerspiegeln, liegt daran, dass viele kleine Händler keine Insolvenz anmelden, sondern einfach leise ihre Läden schließen. Insgesamt war die Zahl der Verkaufsstellen zwischen 2015 und 2020 damit bereits von 372 700 auf 344 300 gesunken.

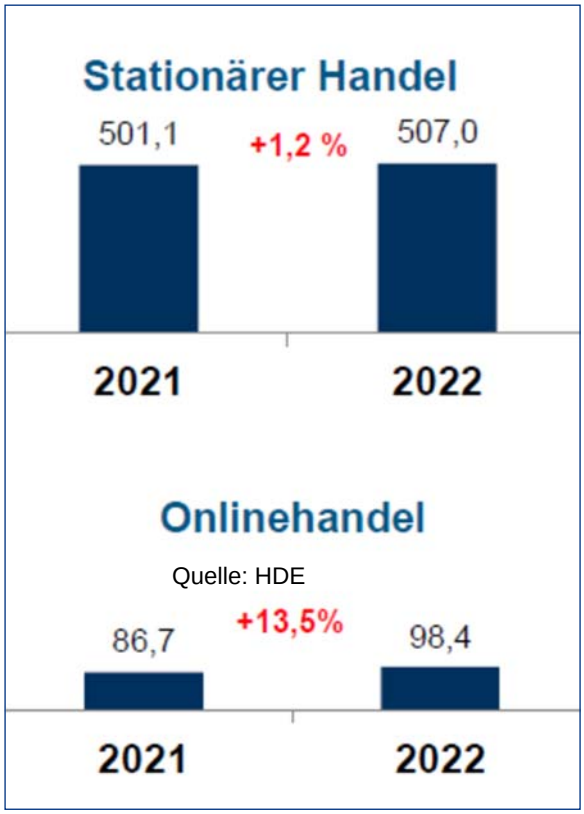
Im schlechtesten Fall könnte die Zahl der Verkaufsstellen in diesem Jahr laut HDE auf 297 600 sinken, im besten Fall nur auf 320 800 – wenn die Bedingungen günstig sind. Mit Verweis auf die besondere Bedeutung des Einzelhandels als Rückgrat vieler Stadtzentren und Magnet für die Besucher forderte der HDE-Hauptgeschäftsführer eine schnelle Anpassung der Corona-Hilfen, um die Folgen der staatlichen Pandemie-Bekämpfung abzufedern. „In vielen Stadtzentren droht eine sich weiter verschärfende Situation.“

Zudem müsse die Politik sicherstellen, dass die Corona-Hilfen „rasch und zielgerichtet ankommen“, wie Genth mahnt. Ein Problem sind aus Sicht des Verbands die Zu-

Deals

München: Das US-Modelabel **Tommy Hilfiger** hat ein Ladenlokal in der Innenstadt von München an der Ecke Hackenstraße 1/ Sendlinger Straße gemietet. Die **PVH** (Phillipps-Van Heusen Corporation) hatte den zuvor von **Calzedonia** mit der Marke Tezenis genutzten Store mit rund 150 qm Verkaufsfläche im Erdgeschoss gezielt für einen neuen Tommy Jeans-Store in der Nachbarschaft des neuen **Adidas** Terrex Flagship Stores gemietet. Die Eröffnung ist nach dem Umbau im Frühjahr dieses Jahres geplant. Vermieter des Objekts ist ein Münchener Privateigentümer. **Realkon** vermittelte die Verkaufsfläche.

gangshürden bei Überbrückungshilfen, die erst greifen, wenn die Unternehmen einen Umsatzrückgang von mindestens 30% nachweisen können. Bei solch hohen Werten komme in vielen Fällen aber jede Hilfe zu spät.



Diese Einschätzung belegt im Grund auch der genauere Blick auf die tatsächlichen Wachstumstreiber im Einzelhandel. Denn die erwartete Wachstumsrate von 3% auf insgesamt 606,4 Mrd. Euro 2022 wird vom **Online-Handel** getragen, der laut HDE-Prognose um 13,5% auf 98,4 Mrd. Euro steigen dürfte. Dabei weist Genth aber auch darauf hin, dass das Wachstum im Online-Handel in der Pandemie vor allem dadurch generiert wurde, dass der stationäre Einzelhandel geschlossen war oder mit Beschränkungen kämpfen musste. In bestimmten Branchen seien beim Online-Handel aber langsam auch Sättigungstendenzen zu erkennen, gibt er zu bedenken.

Der **stationäre Einzelhandel** wird laut HDE-Prognose in diesem Jahr um 1,2% auf 507 Mrd. Euro steigen, wobei der Lebensmittelhandel um 3% zulegen dürfte, während der stationäre Nonfood-Handel generell um 0,6% schrumpfen könnte und der Bekleidungshandel nochmals um -2%, so dass sich das Minus gegenüber 2019 hier auf 31% vergrößert (Grafik unten).

Mit dem aktuellen Thema **Lieferengpässe** kämpfen derzeit vor allem die Händler aus dem Sportartikel-Bereich (86%), die Bau- und Heimwerkermärkte (78%) und die Anbieter von elektronischen Erzeugnissen (74%). In erheblichem Maße betroffen sind auch die Anbieter von Möbel, Einrichtungsgegenständen und Heimtextilien sowie Haushaltswaren, Glas und Porzellan mit jeweils 69%. Aus dem Spielwarenhandel sind 53% stark betroffen.

Beim Blick in die Zukunft – und vor allem auf die Nach-Corona-Zeit – konstatiert der HDE-Hauptgeschäftsführer, dass man die aktuelle Situation im stationären Einzelhandel nicht eins zu eins in die Zukunft fortschreiben könne. Dabei verweist er auf die USA, wo im stationären Einzelhandel inzwischen eine starke Aufbruchstimmung und eine hohe Dynamik zu beobachten ist. Und auch Roik erwartet hierzulande nach Abflauen der Pandemie eine neue Aufbruchstimmung mit vielen Neugründungen, die den Markt wieder beleben dürften. Zumal die Mieten in den Top-Lagen hierzulande inzwischen den Peak überschritten haben.

Deals

GRR Group erwirbt Fachmarktzentrum

Die **GRR Group** hat im Rahmen eines Asset-Deals ein

Fachmarktzentrum im nordrhein-westfälischen Löhne mit **Netto** als Ankermieter für den **GRR German Retail Fund Nr.4** erworben. Die Zahl der für den GRR German Retail Fund No.4 angekauften Objekte steigt damit auf 26. Das Fachmarktzentrum wurde im Jahr 2006 erbaut und besteht aus einem Gebäudekörper mit neun Mieteinheiten, die insgesamt über 2 300 qm Mietfläche verfügen. Im Mai 2021 ist der Ankermieter Netto eingezogen. Zudem befinden sich eine Bäckerei, ein Tiernahrungsgeschäft, eine Spielothek, ein Friseur, ein E-Zigaretten-Geschäft sowie Büroflächen am Standort. Auf dem 7 200 qm großen Grundstück belegt Netto 930 qm. Zudem gibt es 125 Parkplätze. Der Standort befindet sich verkehrsgünstig an einer der Hauptstraßen von Löhne zwischen Wohngebieten und einem Gewerbegebiet. Die Mittelstadt befindet sich 25 km nordöstlich von Bielefeld. Als Makler war **BNP Paribas Real Estate** aus Düsseldorf tätig. Die technische Due Diligence erfolgte durch **Schuster Real Estate Consultants**. Rechtlich und steuerlich beraten wurde der Käufer durch **CMS Hasche Sigle**.

IPH Gruppe

Der Vermietungsmarkt bietet neue Chancen

rv DÜSSELDORF. *Neben der Digitalisierung hinterlässt vor allem die Pandemie deutliche Spuren auf dem Vermietungsmarkt für Handelsimmobilien. Ungeachtet dieses schwierigen Umfelds konnte die IPH-Gruppe ihren Vermietungsumsatz im vergangenen Jahr ausweiten.*

Dabei bietet der Markt trotz oder gerade auf Grund der tiefgreifenden Umbrüche nach den Worten von **Lars Jähnichen, Geschäftsführer** der **IPH-Gruppe**, zu der die **IPH Handelsimmobilien**, die **IPH Centermanagement** und die **IPH Transact** gehören, aber auch neue Chancen, weil aus einigen Bereichen spannende neue Mietergruppen hinzukommen wie im Segment Mobilität oder Schnell-Gastronomie. „Noch wichtiger ist jedoch der Trend unter großen Herstellern und Dienstleistern, das Branding mittels eigener Mietflächen in absoluten Top-Lagen aktiv voranzutreiben“, stellt der IPH-Geschäftsführer fest.

Wurde diese Markenbildung vorher überwiegend den Einzelhändlern überlassen, die die Produkte in ihren Läden vermarktet haben, würden die Hersteller diese Aufgabe zunehmend selbst übernehmen, so Jähnichen. Sie würden so immer mehr zu ihren eigenen „Markenbotschaftern“. Bei ihrer Expansionsstrategie setzen die Hersteller dann nur noch auf eine Premium-Fläche in einer A-Lage und nicht auf eine Vielzahl dezentraler, kleinerer Verkaufsflächen.

Wie **Jürgen Kreutz**, seit Jahresanfang **Geschäftsführer** der **IPH Transact**, ergänzt,

Deals

Frankfurt am Main: Der Asset und Investment Manager **Luwin Real Estate** hat im Gebäudeensemble Ma’Ro rund 115 qm Einzelhandelsfläche im Erdgeschoss an den britischen Herrenausstatter **Hackett Retail Deutschland GmbH** vermietet. Mietbeginn war der 1. November, die Eröffnung ist im Dezember 2021 erfolgt. Der Herrenausstatter zieht von der Luxusmeile Goethestraße in die benachbarte Rothof Straße und komplettiert damit den bestehenden Mieterbestatz neben Brioni (Kering Group), friendly hunting, SuitSupply, Woolrich, Burresi und Dorothee Schuhmacher. **Comfort Düsseldorf** vermittelte.

www.redevco.com
REDEVCO

folgen inzwischen auch die traditionellen Einzelhändler dieser Logik und setzen mehr auf einen guten als auf viele kleine Standorte. Diese Veränderung bei der Expansionsstrategie eröffnet laut Kreutz den Highstreet-Lagen weitere Chancen: „Von diesen Entwicklungen können Investoren profitieren, sowohl bei Core- als auch bei Value-Add-Strategien – es braucht allerdings die entsprechende Expertise, um auch abseits traditioneller Konzepte Top-Mieter zu gewinnen."

Wichtige Wachstumsimpulse erwartet die IPH-Gruppe 2022 – nach dem Antritt von Jürgen Kreutz – auch durch die Erschließung neuer Mieterzielgruppen sowohl für Highstreet-Lagen als auch für die gemanagten Einkaufszentren.

Im Jahr 2021 konnte die Gruppe nach Unternehmensangaben ihren Flächenumsatz auf 58 179 qm ausweiten – nach bereits starken 55 000 qm im schwierigen Jahr 2020, in dem viele Einzelhändler auf Grund der Zwangsschließungen und der Ungewissheit über den Pandemieverlauf sehr verunsichert waren und einige Unternehmen ihre Filialnetze im Rahmen von Insolvenzverfahren bereinigt haben.

Hinter diesem Flächenumsatz in den von der IPH betreuten Handelsimmobilien standen 2021 über 100 Mietvertragsabschlüsse, von denen etwa 70 auf die 20 Shopping-Center und der Rest auf Highstreet-Immobilien sowie Fachmarktzentren entfiel. Dabei machte der von den Zwangsmaßnahmen besonders beeinträchtigte Nonfood-Handel etwa zwei Drittel der Vermietungen aus. Der Rest verteilte sich auf den Lebensmittelhandel, die Gastronomie und das Freizeitsegment. Das Gros der Abschlüsse (55%) entfiel auf Neuvermietungen, der Rest auf Vertragsverlängerungen.

Des Weiteren ist es der IPH Centermanagement in den vergangenen zwölf Monaten gelungen, fünf neue Center-Mandate mit einer Mietfläche von zusammen 142 000 qm zu gewinnen. Dazu gehören im Einzelnen die **Stachus Passagen München**, die **Huma Shoppingwelt Sankt Augustin**, die **Libori Galerie Paderborn** (Foto oben: IPH), die **Buchholz Galerie** und die **City Galerie Aschaffenburg**.

Für **Marcus Eggers**, **Geschäftsführer** der **IPH Centermanagement** sind die neuen Mandate und die Bilanz bei der Vermietung ein Beleg dafür, dass die Wachstumsstrategie des Unternehmens aufgeht. Und er ist auch für 2022 zuversichtlich, dass der Center-Manager seinen nachhaltigen Wachstumskurs fortzusetzen kann.

Für IPH-Geschäftsführer Jähnichen geht der Vermietungserfolg im Corona-Jahr 2021 nicht nur auf die „unternehmerisch und kreativ denkenden Leasing-Experten" des Unternehmens zurück, sondern ist auch der engen Abstimmung mit der Schwester **BBE Handelsberatung** und den sich daraus ergebenden Synergien geschuldet: „Unser inhaltlich und regional breit aufgestelltes Team bedient dabei alle relevanten Retail-Assetklassen für unsere Kunden – sei es bei Projektentwicklungen, Bestandvermietungen oder in den von uns gemanagten Objekten."

Deals

Hahn Gruppe kauft Agglomeration in Köln

Die **Hahn Gruppe** hat für den institutionellen Immobilienfonds **HAHN German Retail Fund** IV von der **Indigo Invest** eine Fach-

marktagglomeration in Köln erworben. Das Objekt befindet sich im Stadtteil Pesch, im Gewerbegebiet Pesch 4. Der **Obi-Baumarkt** wurde 2015 von der Indigo Invest Gruppe entwickelt und war der erste deutsche Baumarkt mit DGNB-Zertifizierung in Platin. Das zweigeschossige Nebengebäude aus dem Jahr 1994 wurde zuletzt 2019 revitalisiert. Die beiden Hauptmieter Obi und der Fachmarkt für Motorradzubehör, **Louis Motorrad**, haben langjährige Mietverträge. Die Jahresmiete beläuft sich auf rd. 1,9 Mio. Euro und die gewichtete durchschnittliche Restlaufzeit der Mietverträge (WAULT) auf gut 11 Jahre. Der etablierte Standort profitiert von seiner guten Erreichbarkeit mit dem Pkw, seinen 570 Parkplätzen und der nahen ÖPNV-Haltestelle. Zudem gibt es in der Nähe zwei Lebensmittelmärkte. Die Rechtsanwaltskanzlei **McDermott Will & Emery** beriet den Käufer, die technische Due Diligence verantwortete **Drees & Sommer** und die gutachterliche Wertermittlung **JLL**. Den Verkäufer berieten **DLA Piper** und **Anteon.**

SOLIDE RENDITEN MIT HANDELSIMMOBILIEN?

WIR MANAGEN DAS FÜR SIE!

Hahn Gruppe
Wertarbeit mit Immobilien

Sie suchen einen Asset Manager, mit dem Sie auf leistungsfähige Immobilien und hohe laufende Ausschüttungen setzen können? Dann sollten wir darüber sprechen.

Als Spezialist für versorgungsorientierte Handels- und Mixed-Use-Immobilien investieren wir für unsere institutionellen Investoren in Fachmarktzentren, SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Baumärkte und gemischt genutzte Objekte. Profitieren Sie von der Solidität und Zukunftssicherheit, die Ihnen bonitätsstarke Betreiber und langfristige Mietverträge bieten.

Hahn Gruppe
Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach

www.hahnag.de

Seit 1982 ist die Hahn Gruppe als Asset und Investment Manager tätig. Sie ist auf versorgungsorientierte Handels- und Mixed-Use-Immobilien spezialisiert – mit einem in Deutschland verwalteten Immobilienvermögen von rund 3 Mrd. Euro. Zu unseren professionellen Investmentpartnern zählen Versicherungen, Pensionskassen, Versorgungseinrichtungen, Stiftungen und Family Offices.

Okal Haus GmbH

Eigenheime aus dem Shopping-Center

Sabine Richter, Hamburg

Im Alstertal-Einkaufszentrum (AEZ) im Nordosten von Hamburg kann man nicht nur vieles kaufen, was das Wohnen schöner macht, sondern neuerdings gleich das dazu passende Haus. Fertighausanbieter Okal mit Sitz im Hunsrück hat hier kürzlich einen Laden eröffnet – eine Premiere in Deutschland.

Neue Konzepte im Alstertal-Einkaufszentrum. Foto: ECE

Das 1928 gegründete Unternehmen **Okal Haus GmbH** rückt – wie auch einige Autobauer wie Tesla, BMW und Porsche – mit Verkaufsräumen in guten Einkaufslagen näher an ihre Kundschaft heran.

Auch Ikea geht diesen Weg. Das Unternehmen, das über 40 Jahre lang mit großen Häusern auf der grünen Wiese auf den autofahrenden Kunden setzte, vollzieht einen Strategiewechsel – und zwar weltweit. Die großen Standardstores sollen durch unterschiedlichste Geschäfte in Fußgängerzonen, Warenhäusern oder Einkaufszentren abgelöst werden.

Vor diesem Hintergrund glaubt auch **Dennis Bosse**, **Okal-Verkaufsleiter für die Region Nord**, daran, „dass sich die Art ändert, wie Häuser verkauft werden. Wenn Leute ein Auto im Einkaufszentrum kaufen, warum nicht auch ein Haus?“

Es sei bereits Bewegung in die Vertriebswege gekommen, so der Verkaufsleiter weiter, neben dem Klassiker, dass Interessenten Prospekte anforderten und dann in die Musterhausparks führen, kämen immer mehr Erstanfragen über soziale Medien. 80 qm misst der gemütlich gestaltete Laden mit Küche, Wohnzimmer mit Kamin im 1. OG des Einkaufszentrums. Es gibt viele Details zu sehen, Schaukästen, Bilder, Hausmodelle, Materialien und Stoffe, die man ansehen und fühlen kann. Die Haus-Besichtigung erfolgt virtuell auf dem sogenannten „Visionwalk“ mit einer Virtual-Reality-Brille.

Neugierig soll der neue Laden machen und zum Reinschauen anregen. Die Resonanz sei gut, sagt Bosse. Gut einen Monat nach der Eröffnung kämen täglich zwischen fünf und acht Kunden mit konkreter Bauabsicht. „Die Verweildauer ist lang, die Menschen fühlen sich wohl im Laden, die meisten sprechen sehr gern mit uns über ihr Hausprojekt“.

Die ersten acht Kaufverträge seien bereits unterschrieben. Dafür hat sich einer der acht Mitarbeiter des Hamburger Standortes mit den Bauwilligen in einem der nahegelegenen Musterhaus-Parks, etwa im niedersächsischen Stelle, in Maschen oder Eutin in Schleswig Holstein verabredet. Musterhäuser des Unternehmens können an 44 deutschen Standorten besichtigt werden. „Bauwillige sehen sich gern Häuser in verschiedenen Ausbauphasen an“, weiß der Verkaufsleiter.

Unternehmens News

MEC: Erfolgreiches Vermietungsgeschäft

Der Spezialist für den Betrieb von Fachmarktzentren, die **MEC,** hat 2021 mehr als 180 Neu- und Anschlussmietverträge mit 132 000 qm Fläche abgeschlossen, nach 85 000 qm Vermietungsvolumen im Corona-Jahr 2020. Das Unternehmen betreibt deutschlandweit knapp 80 Handelsimmobilien. Als Gründe für das Plus nennt die MEC u.a. die Revitalisierung und Neuvermietung ehemaliger Flächen von **Real**. Vor allem große Handelsketten wie **Toom**,

Rewe, Rusta, Hugendubel, dm, Deichmann oder **Roller** hätten als Ankermieter von der Qualität der jeweiligen MEC-Standorte überzeugt werden können, teilt das Unternehmen mit. In elf Fachmarktzentren seien die ehemaligen Handelsflächen der Real- SB-Warenhäuser durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit der MEC-Teams neu konzipiert und nach dem Bedarf neuer Mieter wie **Kaufland, Edeka, Marktkauf** oder **Globus** positioniert worden. Zum Erfolg trug laut **Christian Thiele, Head of Leasing Management** die reibungslose Zusammenarbeit zwischen den Mietern, dem MEC-Leasing- und Technical-Property-Management, den Center-Management-Teams der MEC und der Auftraggeber bei.

Okal hat sich mit gutem Grund für eine Ladenfläche im Alstertaler Einkaufszentrum entschieden. Die Kundenfrequenz ist hoch, 38 000 Menschen laufen täglich durch das Center, die Zielgruppe passt zum Markenbild. Innerhalb der **DFA Deutsche Fertighaus Holding AG** mit den Marken Massa Haus und Allkauf versteht sich Okal als Premiumanbieter. Die Gruppe ist mit 3 100 gebauten Einheiten im Jahr deutscher Marktführer. Okal will das Prinzip „näher zum Kunden" fortsetzen. Weitere Läden in Berlin, München und Frankfurt sind geplant – wenn das Pilotprojekt in Hamburg erfolgreich ist. Auch diese Standorte sollen vorzugsweise in ECE-Centern liegen: „Wir haben hier volle Rückendeckung und viel Unterstützung für unser neues Konzept gefunden", sagt Bosse.

Für die Vermieterin **ECE,** die im Alstertal Einkaufszentrum 240 Ladenflächen auf 59 000 qm möglichst interessant und innovativ bespielen muss, ist Okal mit dem bundesweit ersten Store ein guter Neuling: „Wir arbeiten in unseren Shopping-Centern bereits seit Jahren an einer weiteren Diversifizierung und an der stetigen Weiterentwicklung des Branchen- und Mietermix, die neben dem klassischen Retail-Angebot als Kern auch eine Plattform für neue Angebote und Konzepte bietet", erklärt die ECE ihren strategischen Ansatz. So bleibe ein Center für Kunden immer wieder spannend und abwechslungsreich.

Neben Gastronomie gehören dazu Entertainmentangebote wie etwa ein Jumphouse im Waterfront Bremen oder ein Indoor Skydiving-Windkanal im Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim. Dazu kommen sollen auch Branchen, die bisher nicht oder nur selten in Shopping-Centern vertreten waren, z.B. Fahrrad- oder Möbelgeschäfte, wie etwa ein Ikea-Planungsstudio in den Hallen am Borsigturm in Berlin oder Automobilhersteller, wie der Designstore von Tesla im Alstertal-Einkaufszentrum.

Die Handelsverbände beobachten das Entstehen neuer Formate in der Innenstadt aufmerksam. Die Entwicklung werde von mehreren Faktoren begünstigt sagt **Joachim Stumpf, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung**. Auf Grund der Urbanisierung, der Distanzsensibilität der Verbraucher und der Substitution von Fläche durch Online-Angebote entstehen in der Nachverdichtung von Standorten kleinere zentral gelegene Formate von großflächigen Anbietern, darunter **Ikea**, **Bauhaus** oder auch **Decathlon**. Im Zuge der weiteren Vertikalisierung rücke die Industrie mit eigenen stationären Touchpoints an den Verbraucher heran, Beispiele fänden sich in der Konsumgüter- und Automobilindustrie. Neue Mieter in den Innenstädten entstehen laut Stumpf auch dadurch, dass sich Online-Konzepte zu Multi-Channel-Anbietern entwickeln. „Leider retten diese neuen Mieter nicht die Leerstände in den Klein- und Mittelstädten, der Trend herrscht vorwiegend in den Ballungsräumen", so der BBE-Geschäftsführer.

38 000 Besucher laufen täglich durch das AEZ. Foto: ECE

Deals

Völkel Company zieht gute Vermietungsbilanz

Die **Völkel Company** hat 2021 ca. 140 Mietverträge und rd. 67 000 qm für das gemanagte Portfolio neu abgeschlossen bzw. aktiv verlängert. Das ist ein Plus von rd. 35%. Rund 80% der Abschlüsse entfielen auf Retail, der Rest verteilt sich gemäß der betreuten Portfolien auf Office, Leisure, Logistics und Wohnen. Der Trend im Einzelhandel zu kürzeren Laufzeiten und niedrigeren Mieten ist auch an den Portfolien von Völkel nicht spurlos vorbei gegangen. Die Neuabschlüsse und Laufzeitverlängerungen

lagen im Durchschnitt bei 3,3 Jahren. Die gegenüber 2020 wieder leicht angestiegenen Durchschnittsmieten wurden vor allem durch den größeren Anteil der Retail-Mietflächen an den Abschlüssen 2021 beeinflusst. Gerade in den gemanagten Shopping-Centern konnte eine Vielzahl von Mietverträgen gesichert oder neu abgeschlossen werden. „Wir haben mit unseren Mietern jeweils individuell unter Berücksichtigung von Standort und Unternehmenssituation verhandelt, um für beide Parteien zukunftsfähige Lösungen zu finden", sagt **Rüdiger Hampe** (Foto), **Geschäftsführer** für Entwicklung, Vermietung und Revitalisierung: „Jeder abgeschlossene Nachtrag bedeutet für unsere Investoren die Sicherung und Verlängerung eines Mietverhältnisses."

14. DEUTSCHER HANDELSIMMOBILIEN-GIPFEL

Montag, 4. April + Dienstag, 5. April 2022
Van der Valk Airporthotel Düsseldorf

SONDERPREIS
FÜR KOMMUNALE VERTRETER
390,- EUR

Anmeldung und Information:
heuer-dialog.de/11299

2G+

Mission Nachhaltigkeit – Konsumgüter kämpfen fürs Klima

CLEAN & SAFE

Timothy Glaz
Leiter Corporate Affairs,
Werner & Mertz GmbH

Dr. Marcus Meyer
CEO Central & Northern Europe,
Lacoste Germany GmbH

Dr. Christina Raab
Präsidentin & CEO,
Cradle to Cradle Products
Innovation Institute

Gold-Sponsoren

ALDI SÜD
EnBW
GSK STOCKMANN
HABONA INVEST
JLL
Kaufland
LIDL
LIST Develop Commercial
MEC
STADT+HANDEL

Silber-Sponsoren

ehret+klein
HBB
kplus konzept

Kooperationspartner

stadt impulse

Eine Veranstaltung von

HEUER DIALOG
Ein Unternehmen der Immobilien Zeitung

dfv Conference Group

Immobilien-Investitionsklimaindex

Die Euphorie ist leicht abgeklungen

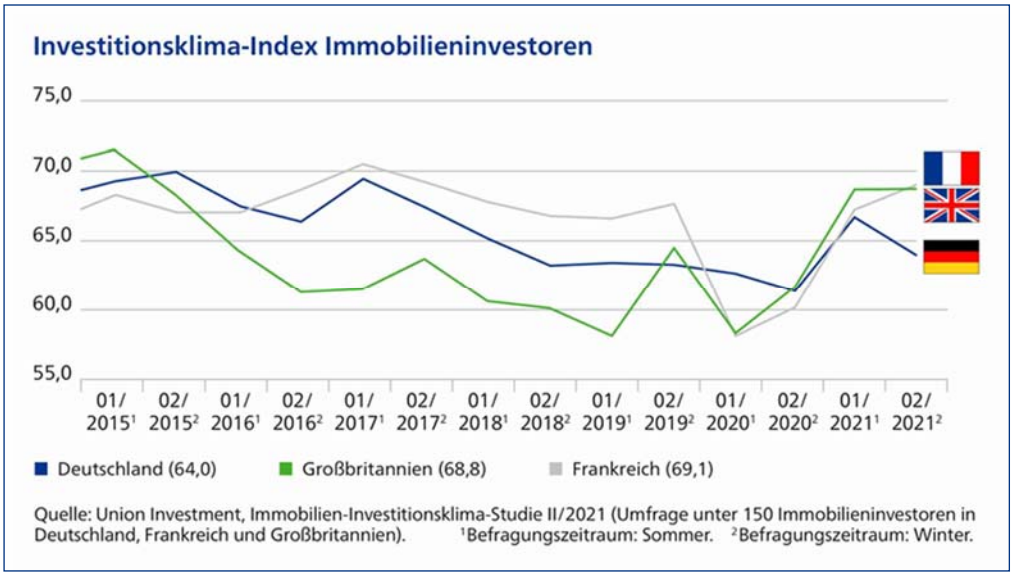
rv DÜSSELDORF. *Nachdem sich die Stimmung auf den wichtigsten europäischen Immobilienmärkten mit den steigenden Impfquoten im Sommer vergangenen Jahres bereits wieder aufgehellt hatte, bleiben die Immobilieninvestoren trotz der aktuellen Omikron-Welle auch in den Wintermonaten vergleichsweise zuversichtlich. So liegt der von Union Investment in Deutschland, Frankreich und Großbritannien ermittelte Immobilien-Investitionsklimaindex „auf" oder „leicht über dem Vor-Corona-Niveau". Allerdings gibt es je nach Land Unterschiede.*

Denn während sich die Stimmung unter den Immobilieninvestoren in **Frankreich** und **Großbritannien** im zweiten Halbjahr 2021 nochmals leicht verbessert hatte, ist der nationale **Immobilien-Investitionsklimaindex** in **Deutschland** um 2,7 auf 64,0 Punkte gesunken und liegt nur noch um 0,8 Punkte über dem Vor-Corona-Niveau. „Die Stimmung der deutschen Investoren ist immer noch gut", konstatiert **Olaf Janßen**, **Leiter Immobilien-Research** bei **Union Investment**, „nur die Euphorie aus der letzten Befragung ist verschwunden". Den Investoren sei inzwischen klar geworden, dass die Corona-Pandemie nicht so schnell wieder verschwinde, so dass auch das Wirtschaftswachstum hierzulande den Mitte 2021 prognostizierten Wert wohl nicht erreichen werde. Hinzu kommt die hohe Inflationsrate.

Vor diesem Hintergrund haben sich vor allem die „Erwartungen" der deutschen Investoren abgeschwächt. Dieser Teilindikator des Investitionsklimaindex ist im zweiten Halbjahr 2021 laut Union Investment um 8,5 auf 51,1 Punkte gefallen – auch wenn er damit immerhin noch 0,5 Punkte über dem Vor-Corona-Jahr bleibt.

Dagegen ist der Immobilien-Investitionsklimaindex in Frankreich um 1,9 auf 69,1 Punkte gestiegen und liegt somit um 1,5 Punkte über dem Vor-Corona-Niveau im zweiten Halbjahr 2019. In Großbritannien stieg der nationale Index mit 0,1 auf 68,8 Punkte zwar etwas moderater, liegt damit allerdings um 4,4 Punkte über dem Vor-Corona-Niveau. Dass der Optimismus in diesen Ländern größer ist als in Deutschland zeigt auch der Blick auf den „Erwartungs-Index", der in Großbritannien um 3,3 Punkte auf 60,5 gestiegen ist und damit um 13,9 Punkte über dem Vor-Corona-Niveau liegt. In Frankreich erhöhte sich der Erwartungs-Index um 0,3 Punkte auf 59,9, womit er den Wert der Vor-Corona-Zeit um 2,3 Punkte übersteigt.

Unterschiede zwischen den drei Ländern gibt es auch bei den **Investitionsschwerpunkten** in den kommenden zwölf Monaten. Während die Investoren in



Quelle: Union Investment, Immobilien-Investitionsklima-Studie II/2021 (Umfrage unter 150 Immobilieninvestoren in Deutschland, Frankreich und Großbritannien). ¹Befragungszeitraum: Sommer. ²Befragungszeitraum: Winter.

Deals

GRR Group erwirbt NAV in Oderberg

Die **GRR Group** hat im Rahmen eines Asset Deals ein

Nahversorgungszentrum (NAV) im brandenburgischen Oderberg mit **Netto** als Ankermieter für den **GRR German Retail Fund Nr.4** erworben. Verkäufer ist die **CEV Handelsimmobilien** aus Hamburg. Die Zahl der für den Fonds angekauften Objekte steigt damit auf 25. Auf dem etwa 11 800 qm großen Grundstück am Ortsrand von Oderberg hat Netto eine Mietfläche von 1 460 qm, davon rund 1 000 qm als Verkaufsfläche. Für die Kunden gibt es etwa 100 Parkplätze. Die Verkaufsfläche des Lebensmittelhändlers wurde zuletzt erweitert und modernisiert, um die Filiale dem modernen Konzept anzupassen. Außerdem wurde ein Café angebaut. Weitere Mieter sind eine Getränkehandlung sowie eine Bank. Das NAV ist der einzige Nahversorger im Stadtgebiet. Als Makler war **Savills plc** tätig. Die technische Due Diligence erfolgte durch **Gleeds Deutschland GmbH** aus Braunschweig. Rechtlich und steuerlich wurde der Käufer durch die Kanzlei **CMS Hasche Sigle** beraten. Oderberg ist eine Kleinstadt im Landkreis Barnim in Brandenburg am nördlichen Rand des Oderbruchs im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin.

Frankreich und Großbritannien schwerpunktmäßig auf Büros setzen, stehen in Deutschland bei der größten Gruppe (45%) vor allem Wohnungen ganz oben auf der Liste. Das lässt sich auch an der weiterhin angespannten Lage auf den deutschen Wohnimmobilienmärkten vor allem in den Großstädten ablesen. Im Durschnitt über alle drei Länder betrachtet wollen 35% der insgesamt 150 Befragten vor allem in Büroimmobilien investieren und 30% in Wohnungen.

Ein weiteres Thema, das derzeit viel diskutiert wird, sind die **Mischgebäude**, die vor allem mit Blick auf die Verkleinerung der Einzelhandelsflächen in den Innenstadtlagen – Stichwort: Büros in den oberen Etagen – an Bedeutung gewinnen. „Vor allem in Deutschland und Großbritannien (je 45%) wird bereits verstärkt in gemischtgenutzte Objekte investiert“, heißt es in der Studie von Union Investment: „Je 15% würden zudem gerne mehr investieren.“ In Frankreich gaben sogar 56% der lokalen Investoren an, dass sie gerne mehr in Mischobjekte investieren würden, woraus die Autoren schlussfolgern, dass das Angebot hier besonders knapp ist.

Gleichzeitig ist die **Transformation von Mono-Objekten in Mischobjekte** für viele keine Option, um den Angebotsmangel zu beseitigen. Denn lediglich 5% der Investoren ist derzeit beim eigenen Bestand mit der Umwandlung von Mono-Objekten befasst. Über alle Länder hinweg betrachtet ist aber klar, dass bereits 38% der Befragten in Deutschland, Frankreich und Großbritannien in Mischobjekte investieren. Nur für 24% spielen Mixed-Use-Immobilien keine Rolle.

Dafür steht das Thema **Nachhaltigkeit** und die **nachhaltige Transformation** des Immobilienbestands bei den institutionellen Investoren in Europa laut Studie ganz oben auf der Agenda. 68% der Befragten reagieren mit dieser Einstellung auf den wachsenden Druck durch die europäische Regulierung – Stichwort: „Green Deal“ der EU-Kommission – sowie auf nationale und lokale Regulierungen und investieren laut Umfrage auch bereits in die nachhaltige Sanierung ihres Bestands. Bei diesem Punkt stehen die Deutschen mit 73% der Befragten, die auf die nachhaltige Transformation ihres Bestands setzen, an der Spitze, gefolgt von den Franzosen mit 72%. In Großbritannien wollen demnach nur 57% in die nachhaltige Sanierung ihrer Immobilienbestände investieren, was den europäischen Durchschnitt nach unten zieht.

Neue Haltung zu Klima– und Umweltschutz

Das wachsende Bewusstsein für Klima- und Umweltschutz verändert auch die Haltung zur Transformation von Immobilien, die laut Studie im Vergleich zu Abriss und Neubau derzeit in der Regel noch die teurere Variante ist. Mit Blick auf die weiter steigenden Baupreise und die sich verschärfende Nachhaltigkeitsregulierung werde sie jedoch an Relevanz gewinnen und wirtschaftlich attraktiver, wie **Volker Noack**, **Mitglied der Geschäftsführung** und **Leiter Asset Management** der **Union Investment Real Estate GmbH**, zu bedenken gibt.

Einig war sich das Gros der Befragten (83%), dass nachhaltige Immobilien künftig mit einem Preisaufschlag gehandelt werden. Besonders ausgeprägt ist diese Ansicht in Großbritannien mit 96% Zustimmung. Deutschland liegt mit 87% über dem europäischen Durchschnittswert. Skeptischer sind die Franzosen. Hier rechnen nur 65% mit einem Preisaufschlag.

Personalien

Neue Geschäftsführerin bei Comfort Hamburg

Der Einzelhandelsspezialist **Comfort Hamburg GmbH** hat **Sinje-Swala Buschmann** mit Wirkung zum 1. Februar 2022 zur **Geschäftsführerin** bestellt. Die Juristin hat nach ihrem Studium in München umfangreiche Erfahrungen und Kenntnisse bei der Vermietung von Einzelhandelsimmobilien gesammelt. Von 2003 bis 2011 war Buschmann schon einmal für die Comfort in der Hansestadt tätig, bevor sie anschließend weitere Stationen unter anderem bei **BNP Paribas Real Estate** und zuletzt als Leiterin Retail Services bei **Engel & Völkers** durchlief. Als Geschäftsführerin der Comfort Hamburg kehrt sie nun zur großen Freude des Mehrheitsgesellschafters **Thorsten Sondermann** an die alte Wirkungsstätte in der Hansestadt zurück. „Wir sind sehr stolz“, sagt er, „eine so anerkannte Expertin in verantwortlicher Position wieder im Team zu haben.“

Deals

Halle a.d.S: Der niederländische Kosmetikanbieter **Rituals** hat ein Ladenlokal mit einer Einzelhandelsfläche von insgesamt gut 220 qm in einer prominenten Ecklage neben **Peek & Cloppenburg** an der Leipziger Straße 16 in Halle an der Saale gemietet. Rituals plant, den zuvor durch den Modeanbieter **Orsay** genutzten Store im zweiten Quartal 2022 zu eröffnen. Vermieter der Fläche ist ein Privatinvestor aus Süddeutschland. **Comfort** vermittelte.

Vermietungsmarkt Logistik

Experten erwarten steigende Mieten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Neue Rekordwerte sind im Segment Logistikimmobilien schon fast keine Neuigkeit mehr. Nach dem Rekordvolumen von rund 10 Mrd. Euro auf dem Investmentmarkt wurde 2021 mit einem Flächenumsatz von 9 Mio. qm auch beim Vermietungsgeschäft ein Rekordwert erreicht.

Deutlich wachsendes Paketaufkommen. Foto: DHL

Nach den Worten von **Christopher Raabe**, **Geschäftsführer** und **Head of Logistics & Industrial** bei der **BNP Paribas Real Estate GmbH** (BNPPRE) müssen schon viele positive Faktoren zusammenkommen, damit solche Rekordwerte erzielt werden. Zu diesen Sonderbedingungen zählt er allen voran den boomende Online-Handel, die Neuorganisation von Lieferketten, die durch die Engpässe bei Vorprodukten notwendig wurde, Umstrukturierungsprozesse in der Industrie, etwa durch die neue E-Mobilität, sowie die starke Ausweitung der Neubauaktivitäten, wodurch die Angebotsengpässe etwas aufgelockert wurden.

„Verstärkt durch die Pandemie nahm die Anzahl der Online-Bestellungen 2020 deutlich zu und verzeichnet seitdem einen kontinuierlichen Anstieg“, ergänzt **Nicolas Roy, Head of Industrial & Logistics Germany** bei **Colliers International**, mit Blick auf die Schätzung des **Bundesverbands Paket und Expresslogistik** (BIEK), wonach in den nächsten drei Jahren das Paketaufkommen um jährlich 7% wachsen wird. Das spiegele sich auch bei den Flächenumsätzen wider. In diesem Umfeld sind die Handelsunternehmen laut Roy die wichtigsten Flächenumsatztreiber. In den acht größten Logistikimmobilienmärkten entfielen rund 36% des gesamten Flächenumsatzes auf die Handelsbranche.

Dieser Trend lässt sich laut Colliers auch auf die einzelnen Märkte herunterbrechen: So generierten **Handelsunternehmen** an sechs von acht Top-Logistikstandorten über ein Drittel des Flächenumsatzes. In der Region Rhein-Main/Frankfurt lag ihr Anteil sogar bei der Hälfte: „Hier war die Anmietung durch das Handelsunternehmen **Amazon** im Teilmarkt Gießen mit einer 100 000 qm großen in Bau befindlichen Fläche der größte Abschluss“, schreibt der Immobiliendienstleister. Eine Ausnahme bildeten die von der Automobilbranche geprägten Standorte München und Stuttgart. Hier belegte der Handel mit 17% respektive 15% nur den zweiten Platz.

Insgesamt ist der Flächenumsatz in den Top 8 Regionen laut Colliers um 28% auf 3,7 Mio. qm gestiegen. Der Dreijahresdurchschnitt wurde um 33% überschritten. BNPPRE ermittelte für die Top-Regionen sogar ein Flächenvolumen von 3,76 Mio. qm und verweist darauf, dass dies ein neues Allzeithoch ist, da erstmals die 3-Mio.-qm-Marke überschritten wurde. Dabei stellten die vier Märkte Berlin, Frankfurt, Köln und

Deals

LBBW Immobilien kauft Nahversorgungszentrum

Die **LBBW Immobilien-Gruppe** hat zum Jahresende für den von ihr gemanagten Immobilien-Spezial-AIF **LBBW Nahversorgungsimmobilien Deutschland** ein Nahversorgungszentrum in Kelheim erworben. Verkäufer ist die **Concarus Real Estate Invest GmbH**, die das Objekt in den vergangenen Jahren neu positioniert hat. Das Zentrum verfügt über eine Mietfläche von rund 17 400 qm sowie 660 Tiefgaragen- und Außenstellplätze. Es punktet durch einen Lebensmittel-geankerten Branchenmix mit bonitätsstarken Ankermietern und sichert dem Fonds durch die hohe Restlaufzeit der Mietverträge von durchschnittlich 9 Jahren eine stabile Ausschüttungsrendite. „Für Anfang dieses Jahres ist ein weiterer Ankauf, verbunden mit einem dritten Closing, für den Fonds vorgesehen, sodass auch weiterhin ein schneller Kapitalabruf gewährleistet werden kann“, sagt **Michael Roth**, **Geschäftsführer** der **LBBW Immobilien Investment Management GmbH.**

++++++++

Hamburg-Bergedorf:
Comfort hat das Geschäftshaus am Sachsentor 23-25 in Hamburg-Bergedorf an ein norddeutsches Family Office vermittelt. Die Immobilie bietet 620 qm Mietfläche, davon entfallen 475 qm auf Einzelhandelsflächen, die mittlerweile von **Only** geräumt wurde. Der Eigentümer will das Objekt langfristig optimieren und neu vermieten.

Leipzig neue Bestmarken auf, wobei sich Frankfurt mit einer Verdoppelung (+108%) auf 875 000 qm an die Spitze setzte. Es folgen Hamburg mit 641 000 qm, Berlin mit 609 000 qm und Leipzig mit 505 000 qm. Das stärkste Wachstum verzeichnete Düsseldorf mit 109% auf 303 000 qm. In München lag das Flächenvolumen bei 347 000 qm, in Köln bei 334 000 qm und in Stuttgart bei 148 000 qm.

Mit einem Wachstum von 20% auf ein Flächenvolumen von 5,3 Mio. qm wurde laut BNPPRE auch in den Regionen **außerhalb der großen Logistik-Hubs** ein neuer Rekord aufgestellt. Dass das Ruhrgebiet dabei nur auf ein bescheidenes Wachstum von 2% kam, erläutert der Immobilienberater mit dem hervorragenden Ergebnis, das im Jahr zuvor erreicht wurde. Denn 2021 wurde im Ruhrgebiet das zweitbeste Umsatzvolumen aller Zeiten erreicht. Auch in den **zwölf Logistikregionen**, die BNPPRE neben den Ballungsräumen regelmäßig untersucht, stieg der Flächenumsatz um 22% auf gut 1,6 Mio. qm.

Amazon verdichtet sein Logistiknetz. Foto: Amazon

Schaut man auf die Gewichtung der verschiedenen Branchen im bundesweiten Logistikmarkt, dann ergibt sich ein leicht anderes Ergebnis als in den Top-8-Regionen. So entfiel laut BNP Paribas Real Estate der größte Umsatzbeitrag mit 39% auf die **Logistikdienstleister**, die mit einem Flächenvolumen von 3,5 Mio. qm auch einen neuen Rekord aufstellten, dicht gefolgt von den **Handelsunternehmen** mit dem Rekordwert von 3,24 Mio. qm und einem Anteil von 36%. Auf die **Produktionsunternehmen** mit 1,8 Mio. qm entfällt ein Anteil von 20%.

Was bleibt – primär in den Top-Regionen – ist der Mangel an Grundstücken, sodass Roy 2021 einen Anstieg an Vorvermietungen beobachtete: „Die angespannte Wettbewerbssituation fordert die Marktteilnehmer vorausschauender zu agieren und sich frühzeitig verfügbare Flächen zu sichern“, so der Experte: „Dies gepaart mit einer erhöhten Bereitschaft auch kleinere Flächen anzumieten, führte zu einer Rekordanzahl an Abschlüssen, die in der Summe das starke Jahresergebnis erklären.“

Die überbordende Nachfrage und die allenthalben steigenden Baukosten lassen aber auch die Mieten weiter steigen. Wie BNPPRE feststellt, ist die Spitzenmiete im Durchschnitt der Standorte um gut 3% gestiegen, allen voran in München mit +7% auf 7,50 Euro. In Berlin stieg sie um 4% auf 7,50 Euro und in Hamburg gleichfalls um 4% auf 6,55 Euro je qm. Bei den Durchschnittsmieten lag die Steigerung nach Beobachtung des Beraters mit knapp 4% sogar noch höher. Ausreißer nach oben sind dabei Köln mit rund 8% sowie Leipzig und Berlin mit jeweils über 5%.

Beim Blick auf 2022 geht **Bastian Hafner, Head of Logistics & Industrial Advisory** bei BNPPRE, davon aus, dass die Nachfrage hoch bleibt und die Flächenumsätze überdurchschnittlichen ausfallen. „Hierfür sprechen einerseits die skizzierten Branchentrends, die noch länger anhalten und für zusätzliche Nachfrageimpulse sorgen werden, andererseits die sich mit großer Wahrscheinlichkeit im Jahresverlauf beschleunigende Konjunkturerholung.“ Doch wird das Angebot aus seiner Sicht knapp bleiben und die Nachfragezuwächse könnten – zumindest teilweise bzw. kurzfristig – nur durch weitere Brownfield-Entwicklungen gedeckt werden. Deshalb spricht für Hafner aus heutiger Sicht vieles dafür, dass das Mietpreisniveau weiter steigt.

Personalien

LAN 131 hat neue Eigentümer

Sonar Real Estate und der Investmentmanager **Angelo Gordon** haben in Berlin-Lichtenberg ein Multi-Tenant-Objekt für ein gemeinsames Joint Venture erworben. Verkäuferin ist die **Walter Beteiligungen und Immobilien AG**, die die Immobilie zwischen 2018 und 2021 als Value Add Projekt für circa 7 Mio. Euro saniert und in der Mieterstruktur optimiert hat. Das Objekt mit dem Namen „LAN 131” befindet sich in der Oderbruchstraße 10,12,14 / Landsberger Allee 131 A - C. Es umfasst rund 13 000 qm Mietfläche. Die gewichtete durchschnittliche Restlaufzeit der Mietverträge (WALT) liegt bei 5,4 Jahren. Neben Büros gibt es eine Mischung aus Food & Beverage, Einzelhandel und einem Fitnessstudio im Erdgeschoss. **REIUS – Partners for Real Estate, E&Y, emproc Bauprojektmanagement, GuD Geotechnik** und **Dynamik Consultant**, **Witte Projektmanagement** und **Graft Gesellschaft von Architekten** haben den Käufer beraten. Der Verkäufer wurde von **JLL, Grothmann Geiser Rechtsanwälte** und der **Kanzlei Sonntag** beraten.

++++++++

Flensburg: **Comfort** hat das Geschäftshaus Holm 41 in Flensburg mit 1 485 qm an einen norddeutschen Privatinvestor vermittelt. Hauptmieter ist die Drogeriemarktkette **Rossmann** auf einer Einzelhandelsfläche von ca. 650 qm. Verkäufer ist ein institutioneller Investor.

Nachhaltigkeit in der Mode

Corona hat deutliche Zeichen gesetzt

rv DÜSSELDORF. *Das aktuelle Konsumentenverhalten zeigt die hohe und zunehmende Relevanz von nachhaltigen Angeboten im Einzelhandel. Zu diesem Ergebnis kommt der Konsummonitor Nachhaltigkeit des Handelsverbands Deutschlands (HDE) und des IFH Köln. Der Anteil der Menschen mit einem bewussten Konsum- und Kaufverhalten steigt demnach mit hoher Geschwindigkeit. Forciert wird der Trend durch Corona und die dadurch ausgelöste Verhaltensänderung bei den Bundesbürgern. Das gilt vermehrt auch für den Modebereich.*

Dabei steht der **stationäre Fashionmarkt** ohnehin seit Jahren unter Druck und hat vor allem im ersten Corona-Jahr 2020 nach den Worten von **Stefan Genth**, **Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland** (HDE), einen historischen Umsatzeinbruch erlebt. Und der anhaltende Lockdown im Jahr 2021, der bis in den Mai hinein reichte, habe die Lage weiter verschlechtert.

So ist der Umsatz im Modehandel laut **Konsummonitor Nachhaltigkeit** im Jahr 2020 – gemessen am Vor-Corona-Jahr 2019 – um 13,8% auf 49,736 Mrd. Euro gesunken – nach 57,728 Mrd. Euro im Jahr zuvor (siehe Grafik). Gaben die Bundesbürger 2019 pro Kopf noch 69 Euro für Bekleidung und Accessoires aus, so waren es im vergangenen Jahr noch 60 Euro. Auch die durchschnittliche Zahl der Kleidungsstücke ging 2020 von 41 auf 35 zurück.

Im Jahr 2021 verzeichnete der Einzelhandel mit Bekleidung, Schuhen, Accessoires und Lederwaren laut **Statistischem Bundesamt** einen weiteren Umsatzrückgang um nominal 5% und real 5,9%. Im Dezember lag das Plus aber bei 35,7%.

Dass nach anfänglichem Zögern während des ersten Shutdowns im März/April 2020 im Zuge der Beschränkungen immer mehr Menschen Zugang zum Online-Kauf fanden, was den Umsatzanteil des Online-Handels von 30,1% im Jahr 2019 auf 39,8% im Jahr 2020 steigen ließ, setzte den Mode-Handel als wichtigste Innenstadtbranche zusätzlich unter Druck. Ein kleiner Trost für den stationären Einzelhandel ist, dass Einzelhändler mit einer Multichannel- respektive Omnichannel-Strategie von diesem Trend profitieren konnten. Die Einbußen im stationären Geschäft konnten dadurch laut Genth allerdings nicht vollständig ausgeglichen werden.

Was diese Einbußen im stationären Modehandel für die deutschen Innenstädte bedeuten, zeigt der Blick auf die Ergebnisse der **IFH-Umfrage** für die Studie **„Vitale Innenstädte“** unter knapp 60 000 Konsumenten. Demnach ist der Kauf von Mode und Bummeln gehen einer der wichtigsten Einkaufsanlässe für den Innenstadtbesuch. Das gilt für 61% der Befragten. Gleichzeitig wurde in der Umfrage deutlich, dass ein attraktives Fashion-Angebot für eine attraktive Innenstadt unentbehrlich ist

Deals

Principal Real Estate erwirbt Geschäftshaus

Principal Real Estate hat ein gemischt genutztes Büro - und Einzelhandelsgebäude in Lissabon für den **Principal European Office Fund** erworben. Verkäufer war ein von der **Patrizia AG** verwalteter Fonds, der **Patrizia TransEuropean VI**. Der Kaufpreis lag bei 45,25 Mio. Euro. Das Objekt **Dom Luis I** befindet sich im Stadtgebiet nahe dem Fluss Tejo und hat eine Gesamtmietfläche von 10 300 qm, davon 8 100 qm Bürofläche auf sieben Etagen und 2 200 qm Einzelhandels- und Freizeitfläche im Erdgeschoss. Das 2017 sanierte Gebäude ist derzeit vollständig an fünf Mieter vermietet, darunter **Farfetch**, **Sitel** und **Fitness Hut**.

++++++++++

Hamburg: Die skandinavische Kaffeehauskette **Espresso House** mietet am Hamburger Gänsemarkt 21. Die Mietfläche in markanter Innenstadtlage umfasst rund 250 qm und wird von einer privaten Gesellschaft vermietet. Ab Frühjahr 2022 wird Espresso House damit 14 Cafés in der Hansestadt betreiben. Der globale Immobiliendienstleister **CBRE** war bei der Vermietung beratend tätig. „Die weitere Expansion von Espresso House am Gänsemarkt zeigt, wie attraktiv die hochfrequentierten Lagen gerade für Gastronomen im Allgemeinen und Cafés im Speziellen sind – ungeachtet der aktuellen Herausforderungen durch die Pandemie“, sagt **Philipp Hass, Head of Retail North** bei **CBRE**.

und der wesentliche Faktor für die Bewertung des Einzelhandelsangebots in den Cities gilt.

Die Veränderungen durch Corona verstärkten aber nicht nur den Trend zum Online-Kauf, Corona treibt laut **HDE Monitor** auch das Thema **Nachhaltigkeit beim Modekauf** an. Das würde eine Abkehr vom bisherigen Trend zum Kauf von billiger „Fast Fashion“ und einen grundlegenden Wandel bei der Einstellung vieler Konsumenten bedeuten. „Auch im Fashionmarkt orientieren sich immer mehr Konsument:innen an Nachhaltigkeit“, schreiben die Autoren deshalb in der Studie.

So bewegt sich der Anteil der Käufer, für den Nachhaltigkeit beim Kauf (sehr) wichtig ist, mit 49% in der gleichen Bandbreite wie für den Kauf von Lebensmitteln. Für 35% ist sie „teilweise wichtig“. Nachhaltigkeit ist im Modemarkt laut Studie unter anderem auch mit den Themen **Second-Hand-Modelle** und **nachhaltig produzierter Mode** verbunden.

Beim Bekleidungskauf, der in der Regel mit Lebensfreude in Verbindung gesetzt wird, sehen sich die Kunden und Kundinnen zunehmend vor die Entscheidung gestellt, zwischen modischen Aspekten einerseits und nachhaltigem Handeln andererseits entscheiden zu müssen. Laut Studie verzichten immerhin 19% der Käufer und Käuferinnen mit Leichtigkeit auf ein Kleidungsstück, wenn es nicht nachhaltig ist. Weitere 15% entscheiden sich, auf den Kauf zu verzichten, auch wenn es schwerfällt. Aber 43% gaben auch an, dass sie beim Kauf nicht-nachhaltiger Bekleidung kein schlechtes Gewissen haben. Auf die Frage, ob nachhaltige Kollektionen von bestehenden Marken oder eigenständige nachhaltige Marken bevorzugt werden, sagen 62% aber auch: „Es kommt drauf an.“

Insgesamt sind die Experten aber überzeugt, dass künftig auch Fragen der **nachhaltigen Produktion** eine wichtigere Rolle spielen wird. „Insbesondere die jüngere Zielgruppe diskutiert auch Themen wie Konsumverweigerung und Re-Commerce Modelle“, weiß HDE-Hauptgeschäftsführer Genth.

Zur Gruppe der „bewussten Kleidungskäufer“ gehören laut Studie bislang etwa 6% der Bevölkerung und 13% kaufen laut HDE-Monitor Corona-bedingt nachhaltiger ein. Aber schon im Vor-Corona-Jahr 2019 haben demnach 78% versucht, sich beim Kaufverhalten nachhaltig zu verhalten. Bei der Customer Journey sind stationäre Geschäfte auch beim Thema Nachhaltigkeit wichtige Anlaufstellen – jedenfalls für 24,9% der Befragten.

Allerdings ist der Prozentsatz der Konsumenten, der sich im Web- oder im Online-Shop der einzelnen Marken informiert, mit 33,1% noch um einiges höher. Und der Anteil, der sich in einem anderen Online-Shop informiert, liegt bei 31,5%.

Es passt aber auch ins Bild der umweltbewussten Konsumenten, dass bei ihrer Customer Journey **Secondhand- und Handarbeits-Plattformen** sowie **Testberichte** eine größere Rolle spielen. Relevant sind laut Studie aber auch soziale Medien und Suchmaschinen für die Orientierung und die Inspiration.

Auch der Frage, was Konsumenten unter nachhaltiger Kleidung verstehen, ist die Studie nachgegangen. Dabei steht für 32% an erster Stelle, „weniger Kleidung kaufen oder verbrauchen". Das dürfte Hersteller und Handel weniger freuen. 26% der Befragten verstehen darunter eine nachhaltige Produktion, 22% das Weiterreichen und 20% das Wiederverwenden von gebrauchter Kleidung.

Unternehmen wie Hess natur setzen auf Nachhaltigkeit. Foto: Hess natur

Dabei gaben 16% der Befragten an, dass sie gebrauchte Bekleidung verkaufen und genauso viele kaufen gebrauchte Mode, während 14% sowohl kaufen als auch verkaufen. Die Mehrheit der Bundesbürger (54%) hält sich bei Secondhand-Ware allerdings zurück. Die Hauptgründe für das Aussortieren von Kleidung sind vielfältig: Meist ist sie verschlissen oder sie passt nicht mehr, wird nicht mehr oder zu selten getragen oder es wird Platz für Neues gebraucht.

Von großer Bedeutung für den hiesigen Modehandel, der in den vergangenen Jahren von namhaften Billig-Anbietern und schnell-lebiger Fast-Fashion dominiert wurde, ist der neue Trend zu **langlebiger, hochwertiger Bekleidung**. Das könnte eine Trendwende einläuten. Laut Konsummonitor zieht das Gros der Befragten (57% der Nennungen) nachhaltige Kleidung der modischen Bekleidung vor und 50% achten bereits verstärkt darauf.

Es gibt aber auch die Konsumenten (40% der Nennungen), die sich mehr Auswahl an nachhaltigen Marken in ihren (Stamm-)Geschäften wünschen bzw. mehr nachhaltige Marken nach ihrem Geschmack. Und 39% würden mehr Mode von nachhaltigen Marken kaufen, wenn diese mehr ihrem Geschmack entsprechen würden. Deshalb sind nur 22% bereit, auf die bisherigen nicht-nachhaltigen Marken zu verzichten.

Positiv für den angestammten Einzelhandel ist, dass jeweils ein Viertel der Befragten mit Angebot und Auswahl an nachhaltiger Kleidung beim Lieblingseinzelhändler zufrieden sind, weitere fast 50% sind es zumindest zum Teil. 51% der Befragten meinen aber auch, dass sich der bevorzugte Einzelhändler mehr für die Nachhaltigkeit bei den Kleiderproduzenten einsetzen sollte. Und knapp 50% möchten, dass Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie künftig eine größere Rolle spielt.

Deals

Oxenwood Real Estate beauftragt Savills

Der paneuropäisch tätige Immobilien Investment Manager **Oxenwood Real Estate** hat **Savills** mit dem Property Management seiner Logistikimmobilien im oberbayerischen Schweitenkirchen an der Ilm sowie im niederrheinischen **Hilden** beauftragt. Das Areal am Otto-Hahn-Ring 17 in Schweitenkirchen umfasst rund 11 500 qm Mietfläche, bestehend aus Hallen- und Büroflächen, und wird von dem Paket- und Brief-Express-Dienst **DHL** und dem Handelsunternehmen **WHC GmbH** genutzt. Oxenwood hatte das Logistikgrundstück zwischen München und Ingolstadt im Sommer 2021 übernommen. Die Mietfläche des Objekts am Westring 15 in Hilden umfasst rund 7 500 qm. Als Single Tenant hat sich hier der Lebensmittellogistiker Kraftverkehr **Nagel SE & Co. KG** niedergelassen.

++++++++

Heidelberg: Der Systemgastronom **L'Osteria** hat ein Ladenlokal für ein neues Restaurant an der Hauptstraße 111 in Heidelberg gemietet. **Tilli City Immobilien** vermittelte. L'Osteria sicherte sich die zuvor durch **Pizza Hut** genutzte Fläche mit mehr als 600 qm und wird das neue Restaurant nach dem Umbau voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte 2022 eröffnen. L'Osteria zählt zu den bekanntesten Markengastronomien in Europa und beschäftigt mehr als 5 000 Menschen.

Ceconomy AG

Ehrgeizige Ertragsziele – Volatiles Umfeld

rv DÜSSELDORF. *Obwohl bei der Ceconomy AG mit ihren beiden Vertriebsschienen Media Markt und Saturn das erste Quartal mit dem meist lebhaften Weihnachtsgeschäft zusammenfällt, war das Unternehmen mit dem Start ins neue Geschäftsjahr nicht so zufrieden. Die Unwägbarkeiten, die Corona in den einzelnen Ländern mit sich brachte sowie die Engpässe bei den internationalen Lieferketten haben Spuren hinterlassen. Zudem bereitet die hohe Inflationsrate dem Vorstand Sorgen, denn sie könnte die Kauflaune dämpfen.*

Konkret hat die **Ceconomy AG** im ersten Quartal des Geschäftsjahre 2021/22 (30.9.) mit einem Umsatz von rund 6,9 Mrd. Euro den Vorjahreswert von 7,5 Mrd. Euro nicht erreicht. Auch das bereinigte operative Ergebnis blieb mit 274 Mio. Euro per Ende Dezember unter dem guten Wert des Vorjahres von 346 Mio. Euro, wie das Unternehmen bei Vorlage der Quartalszahlen mitteilte.

Foto: Media Markt Saturn

Nach den Worten von **Karsten Wildberger**, **CEO** von Ceconomy und **Media Markt Saturn**, haben vor allem die unterschiedlichen Rahmenbedingungen im Weihnachtsgeschäft 2020 einerseits und im Weihnachtsgeschäft 2021 andererseits – als über viele Länder Europas die Omikron-Welle rollte – zu diesem unterschiedlichen Verlauf geführt. So war das erste Quartal 2020/21 – nach dem vorläufigen Ende der pandemiebedingten Restriktionen – von überproportional hohen Ausgaben in den privaten Konsum geprägt.

Im Gegensatz zu dieser „Sonderkonjunktur" im Vorjahreszeitraum sah sich das Unternehmen von Oktober bis Dezember 2021 erneut mit Covid-19-Restriktionen in einzelnen Ländern – Stichwort 2G-Regelung – konfrontiert. Hinzu kommen die Lieferengpässe, die auch den Anbietern von Consumer Electronic und Elektrogeräten derzeit zu schaffen machen. Günstiger sieht für Ceconomy der Vergleich mit dem ersten Quartal des Geschäftsjahres 2019/20 aus. In der Vor-Corona-Zeit lag der Umsatz bei 6,8 Mrd. Euro und das operative Ergebnis bei 289 Mio. Euro.

Beim Blick auf das Gesamtjahr ist der Vorstand jedoch zuversichtlich und strebt ein leichtes Wachstum des währungs- und portfoliobereinigten Umsatzes sowie eine „sehr deutliche Verbesserung des bereinigten operativen Ergebnisses" an. Allerdings räumt **Florian Wieser**, **CFO** von Ceconomy und Media Markt Saturn, auch ein, dass eine gewisse Volatilität heute einfach Teil der neuen Normalität ist. Die Lieferengpässe und die hohe Inflation werden so schnell nicht verschwinden.

Zwar war es dem Unternehmen nach eigenen Angaben in Erwartung möglicher Engpässe bei den Lieferketten gelungen, seine Bestände frühzeitig zu erhöhen und eine hohe Produktverfügbarkeit sicherzustellen, doch konnte die Nachfrage in einigen Kategorien wie Smartphones und Tablets nicht ganz gedeckt werden.

Profitieren konnte die Ceconomy AG erneut von ihrer Omnichannel-Strategie, auch wenn der Online-Umsatz im ersten Quartal mit 1,9 Mrd. Euro ebenfalls unter dem guten Wert von 2020/21 mit 2,3 Mrd. Euro blieb. Gegenüber dem vierten Quartal 2020/21 erhöhte sich der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz aber von 20,5% auf 27,5%.

Deals

Köln: Ein Family Office aus Nordrhein-Westfalen hat in Köln-Bayenthal ein grundlegend saniertes Wohn- und Geschäftshaus mit einer Mietfläche von rd. 1 061 qm gekauft. Die im Jahr 1906 erbaute Immobilie in der Bonner Straße bietet 14 Wohnungen (ca. 861 qm), zwei Gewerbeeinheiten (ca. 110 qm) sowie zwei gewerbliche Lagerflächen (ca. 60 qm). Der Kaufpreisfaktor lag beim 30,8-Fachen der Jahresnettokaltmiete. Verkäufer waren private Eigentümer. **Engel & Völkers Commercial Köln** war beratend und vermittelnd tätig.

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.