

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

die Inflationsrate steigt weiter. Eine Rate von 7,3% berechnete das **Statistische Bundesamt** nach vorläufigen Zahlen für den März. Und die Inflationsrate in der Eurozone lag laut **Eurostat** bei 7,5%. Überraschend sind diese Werte nicht, nachdem Russland in die Ukraine einmarschiert ist, die Energiepreise explodieren und sich die Lieferprobleme drastisch verschärfen. Für leichte Entspannung auf dem Ölmarkt sorgte die Ankündigung, dass die US-Regierung den heimischen Markt auch aus ihren Ölreserven versorgen und Maßnahmen ergreifen will, um die heimische Ölproduktion anzukurbeln.

Damit kommen die Ökonomen der **Europäischen Zentralbank** (EZB) mit ihrer Einschätzung, dass die Inflationsrate 2022 bei durchschnittlich 7,1% liegen könnte, der Realität wohl nahe. Allerdings wartet man vergebens auf schlüssige Kommentare aus dem EZB-Tower in Frankfurt, was die Geldpolitik dagegen tun wird, dass die massive Geldentwertung die Kaufkraft vor allem der einkommensschwächeren Bevölkerungsschichten drastisch schrumpfen lässt.

Dass es bei der Teuerung nicht nur um die steigenden Energiepreise geht, ist beispielsweise an der erneuten Ankündigung des Discounters Aldi abzulesen, dass zahlreiche Produkte auf breiter Front teurer werden. Andere Lebensmittelhändler ziehen nach. Angesichts dieser Sprachlosigkeit klingt die plakative Überschrift auf der Startseite der EZB: „Wir halten die Inflation unter Kontrolle“ wie Hohn.

Beschwörungen, dass die Notenbank dafür Sorge, „dass die Inflation niedrig, stabil und vorhersehbar bleibt“, sind nicht mehr als Worthülse – genauso, wie die Fotos von einer entspannt lächelnden Präsidentin Lagarde angesichts der angespannten Weltlage aus der „Zeit gefallen“ wirken. Der Auftritt dokumentiert, dass die Zentralbanker in ihrer eigenen geldpolitischen Welt leben, in der das Wunschdenken vorherrscht, die Inflationsrate werde schon wieder auf 2% sinken.

Experten wie der **Chefvolkswirt der Commerzbank, Jörg Krämer**, befürchten eine Abkoppelung zwischen der EZB, die sich offenbar nur Sorgen über eine zu niedrige Inflationsrate mache und ansonsten keinen Handlungsbedarf sehe, und den Bürgern der Eurozone, die durch die Geldentwertung massiv geschädigt werden. Umso eindringlicher werden die Appelle etwa von **Bundesbankpräsident Joachim Nagel**, dass der EZB-Rat dafür sorgen müsse, dass sich der starke Preisauftrieb in der Eurozone nicht verfestige und mittelfristig zu einer überhöhten Inflation führe. Denn die Inflationserwartungen der Bürger wird sich in höheren Lohnforderungen – Stichwort Lohn-Preis-Spirale – niederschlagen.

P.S. Im Anhang finden Sie das Programm des **Handelsimmobilien-Kongresses** am **2./3. Mai** in **Berlin**. Leser des **Handelsimmobilien Reports erhalten** unter dem Zugangscode **D2200355HR** einen Rabatt von **100 Euro**.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin



Nr. 368 vom 08.04.2022

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Stadtentwicklung: Viele Fördermittel und zu viel Regulatorik	2
Das Interview: Folgen der Pandemie werden noch lange spürbar sein	6
Shopping in New York: Eine Stadt gibt nicht auf	9
Konjunkturausblick 2022: Die Stimmung ist stark eingebrochen	11
Aufenthaltsqualität: Handelskümmerer und konsumfreie Zonen gefragt	15
Passantenfrequenz: Erfahrung aus Kopenhagen gibt Hoffnung	18
GPEP GmbH: Die Marktposition deutlich gestärkt	20
Kanalübergreifendes Einkaufen: Viel Frustpotenzial bei Click & Collect	21
Impressum	21

Partner des HandelsimmobilienReport





Blick in die Zukunft beim Handelsimmobilien-Gipfel.

Foto: R. Vierbuchen

Stadtentwicklung

Viele Fördermittel und zu viel Regulatorik

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Strukturwandel und die jüngsten Krisen setzen Einzelhandel und Innenstädten stark zu. Vor diesem Hintergrund ist das Problembewusstsein bei den Innenstadttakteuren und in der Politik erfreulich gewachsen. Den vielen Initiativen und Förderprogrammen steht aber auch die deutsche Regulatorik im Weg.

Mit der unkonventionellen Aussage: „Selten war so viel Zukunft wie heute,“ umriss **Stefan Postert, Teamleiter** beim **Beratungsunternehmen Stadt + Handel**, in seinem Vortrag: „Wo lohnt sich Innenstadt noch“ die Lage nach zwei Jahren Corona-Pandemie, die nun durch die Unwägbarkeiten des Ukraine-Kriegs noch verschärft wird. Die Welt sei von großer Unbeständigkeit geprägt, so der Experte beim **14. Handelsimmobilien-Gipfel** in Düsseldorf, der die Menschen nicht gewachsen seien. Mit den Problemen im Einzelhandel, dem bisherigen Hauptakteur in den Cities, erleben die Innenstädte aus seiner Sicht eine Disruption.

Haben die wiederkehrenden Zwangsschließungen zur Pandemiebekämpfung seit März 2020 den bestehenden Strukturwandel im innerstädtischen Einzelhandel und damit in den Innenstädten noch beschleunigt, wie Experten seither diskutieren, so werden die Ungewissheit und der Handlungszwang durch den Angriff Russlands auf das Nachbarland noch verschärft. Und durch drohende Lieferengpässe bei Gas, explodierende Energiepreise und stark steigende Lebenshaltungskosten werden die Rahmenbedingungen für die Branche noch restriktiver.

Damit ist aber offenbar auch das Problembewusstsein bei den Innenstadttakteuren und in der Politik gewachsen. Denn wie **Roland Wölfel, Geschäftsführer** der **Cima Beratung + Management GmbH** anmerkt, hat die Innenstadt noch nie so stark im Mittelpunkt gestanden, wie gegenwärtig. Noch nie gab es so viele Förderprogramme, wie auch **Rolf Bösing, Staatssekretär** im **Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen** bestätigt.

So wurden beispielsweise die Mittel des Bundesprogramms **Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren** zur Förderung einer nachhaltigen Innenstadt-, Zentren- und Ortskernentwicklung von Städten und Gemeinden aller Größenklassen von 25 Mio. auf 250 Mio. Euro erhöht. Gefördert werden bundesweit bislang 238 Kommunen, in 60% der Fälle geht es um die Stadtzentren. Laut Bösing sollen jährlich etwa 300 Mio. Euro an Fördermitteln in die Zentren fließen.

Marktbericht

Retail-Investmentmarkt dynamisch gestartet

Trotz der Diskussionen über die Probleme im innerstädtischen Einzelhandel ist der **Investmentmarkt für Retail Assets** relativ gut ins Jahr 2022 gestartet. Angetrieben von der hohen Nachfrage nach Fachmärkten und Fachmarktzentren mit Schwerpunkt Lebensmittel registrierten die Immobiliendienstleister ein Transaktionsvolumen in der Bandbreite von insgesamt 2 Mrd. bis 2,4 Mrd. Euro. Den zersplitterten, kleinteiligen Markt teilten in den ersten drei Monaten des Jahres laut **Colliers** fast ausschließlich nationale Investoren unter sich auf. Neben der hohen Anzahl an registrierten Transaktionen und der ungebrochen hohen Attraktivität von Fachmarkt- und



Food-Investments kommen vermehrt wieder Highstreet-Objekte sowie innerstädtische Shopping-Center und Kaufhäuser auf den Markt und treffen auf ein erhöhtes Investoreninteresse, wie **BNP Paribas Real Estate** konstatiert. Ungewiss ist die Entwicklung der Renditen, die laut **Savills** im ersten Quartal konstant geblieben sind. Der Einbruch beim Konsumklima und das schwache Geschäft etwa im Modehandel sorgen für große Verunsicherung. **(ausführlicher Bericht folgt)**

Während **Daniela Matha, Geschäftsführerin** der **OPG Offenbacher Projektentwicklung** betont, dass diese Fördermittel den Städten helfen, ihre Projekte voranzubringen und auch die Immobilieneigentümer, die bei der anstehenden Transformation der Stadtzentren eine zentrale Rolle spielen, davon profitieren würden, beurteilt Postert die Alimentierung der Innenstädte eher skeptisch und sieht darin eine Art Pflaster-Politik.

Da es bei dem aktuellen Wandel ans Eingemachte geht, müssen die Akteure in den Innenstädten aus Sicht des Experten heute ganz anders denken: Man müsse bei der Transformation der Stadt unbedingt die Emotionen ansprechen. Es geht aus Posterts Sicht um die Schaffung von Quartiersstrukturen und die Akteure müssten das Gefühl haben, froh sein zu können, bei dem Projekt mitzuarbeiten. Zudem ist es aus seiner Sicht wichtig, von Einzelprojekten weg zu kommen und sich dem Gesamtkonzept zuzuwenden.

Dass die aktuelle Transformation ihrer eigenen Logik folgt, ist nach Einschätzung des Experten bei den Bundes- und Landesministerien noch nicht angekommen. Postert fürchtet deshalb, dass die Verwaltungen für die erforderlichen Veränderungen nicht aufgestellt sind. Vor allem gibt das deutsche Planungsrecht den schnellen

Wandel der Innenstädte, hin zu Quartiersstrukturen mit weiteren Nutzungen neben dem Einzelhandel aus seiner Sicht nicht her. Denn um das Leben in den Stadtzentren und den Einzelhandel zu stärken, sind laut Wölfel gebundene Frequenzen erforderlich, das heißt, es muss Einrichtungen wie Schulen oder ähnliches geben, die für eine stetige Frequenz sorgen. Und dabei wird auch die vermehrte Schaffung von Wohnraum diskutiert.

Doch wie auch **Rechtsanwalt Jan Hennig, Partner von GSK Stockmann**, in seinem Vortrag „Vom Koalitionsvertrag in die Praxis – Was Innenstädte und Einzelhandel voranbringen kann“, anmerkt, behindert die Regulatorik in Deutschland den Veränderungsprozess in den Cities – auch wenn die Koalition grundsätzlich möchte, dass die Städte eine Zukunft haben.

Um diesen Veränderungsprozess zu gewährleisten, appelliert er an den Bund, dass Bebauungspläne, die den Rahmen für Handelsobjekte setzen, alle paar Jahre darauf überprüft werden, ob die Regelung resp. der Schutz noch notwendig ist. So könnte ein Shopping-Center in der Anfangsphase für Irritationen in der Innenstadt sorgen, sich nach Jahren aber so gut in das Umfeld integriert haben und für zusätzliche Frequenz sorgen, dass keine negativen Auswirkungen mehr zu spüren sind.

10 JAHRE.
3 BUCHSTABEN.
1 ZIEL:



Performance Booster. Für erfolgreiche Handelsimmobilien.

Digitalisierung, Urbanisierung, Klimaschutz – Innovationschub für Handelsimmobilien. Die MEC hat den passenden Performance Booster. Ganzheitlicher 360° Ansatz und interdisziplinäre Lösungen – das sind unsere individuellen Fitness-Strategien für Ihre erfolgreichen Retail-Immobilien im 21. Jahrhundert.



mec-cm.com



Und auch bei Sortimentsregulierungen ist laut Hennig ein Verfallsdatum unbedingt erforderlich. So lobt der Anwalt den Mut der Stadt Potsdam, die alle Sortimentsbeschränkungen gestrichen hat, weil mit den rigiden Vorgaben bei den Sortimenten die Leerstände in der Stadt nicht mehr hätten beseitigt werden können. „Wir brauchen diesen Mut vor Ort“, ist er grundsätzlich überzeugt.



Von links: Metzler, Matha, Wölfel und Heyer.

Foto: R. Vierbuchen

Auf den Prüfstand möchte er auch die TA Lärm stellen, um die Regelungen für den Lärmschutz in urbanen Mischgebieten beispielsweise mit Blick auf die Ansiedlung von Wohnungen zu lockern. Denn zum einen gibt es für die Bewohner laut Hennig die Möglichkeit, sich vor Lärm zu schützen, beispielsweise indem sie die doppelverglasteten Fenster schließen. Zum anderen hätten Menschen, die in den Städten leben wollten, eine größere Lärmtoleranz.

Genehmigungsverfahren müssen beschleunigt werden

Mit Blick auf die viel diskutierte Ansiedlung weiterer Nutzungen in den Innenstädten – neben dem Einzelhandel – plädiert Hennig zudem für baurechtliche Befreiungen bei Umnutzungen, um die Erneuerung der Innenstädte voranzutreiben. Ein weiteres Thema, das hierzulande aus seiner Sicht angepackt werden muss, ist die Beschleunigung der Verwaltungs- und Genehmigungsverfahren.

Dieser Forderung kann sich **Michael Garstka, Geschäftsführer** der **LIST Develop Commercial**, nur anschließen, nachdem sein Unternehmen für die Umwandlung eines Warenhauses in zentraler Innenstadtlage in ein Mischobjekt aus Handel und Büros fünf Jahre benötigt hat. Denn für die anstehenden Veränderungen in den Cities ist es laut Hennig wichtig, dass die Akteure schnell und sicher planen können.

Druck auf viele Innenstädte besteht schon lange

Dass der Druck auf viele Innenstädte schon lange vor Corona und dem Angriff Russlands auf die Ukraine bestanden hat und dass es positive Beispiele von Städten gibt, die diese Herausforderung frühzeitig angenommen haben, erläuterte OPG-Geschäftsführerin Matha am Beispiel der Hafententwicklung in Offenbach. Ziel war es, ein urbanes Areal mit einem bunten Mix zu schaffen im Sinne der 15-Minuten-Stadt inklusive kreativer Industrie., Wissenskultur, New Work und einem Erholungsgebiet an der Spitze der Main-Insel für die Bevölkerung.

Die Erstellung des Bebauungsplans war nach Mathas Worten sehr schwierig. Um beim Projekt Offenbacher Hafen maximale Flexibilität zu gewährleisten, wurde der B-Plan

Marktbericht

GRR Group erwirbt Rewe-Markt in Querfurt

Die **GRR Group** hat von der **Zehentner & Seidel Unternehmensgruppe** aus Weimar einen **Rewe-Markt** in



Querfurt in Sachsen-Anhalt für den **GRR German Retail Fund Nr.4** erworben. Das Objekt ist zum 15. März übergegangen. Die Transaktion erfolgte im Rahmen eines Asset Deals. Die Zahl der für den GRR German Retail Fund No.4 angekauften Objekte steigt damit auf 29. Rewe hat für das neu errichtete Gebäude einen langfristigen Mietvertrag abgeschlossen und verfügt über ca. 2 800 qm Mietfläche auf dem etwa 14 000 qm großen Grundstück. Da es sich um den einzigen Vollsortimenter in Querfurt handelt, schließt Rewe eine Angebotslücke. Die **DRIA GmbH** (Dahlke Real Estate) aus Heinsberg hat die GRR Group beraten und die Transaktion vermittelt. Die technische Due Diligence erfolgte durch **Schuster Real Estate Consultants**, die rechtliche und steuerliche durch **CMS Hasche Sigle**. Die Administration erfolgt über die Service-KVG **Intreal**. Der Rewe-Neubau wurde nach dem **DGNB-Gold-Standard** zertifiziert. Der Standort grenzt an ein Wohn- und Gewerbegebiet und hat eine gute Verkehrsanbindung und 120 Parkplätze.

nach ihren Worten nur grob gestaltet. Da sich die Investition in den für die Attraktivität einer Stadt wichtigen öffentlichen Raum zunächst nicht rechnet, empfiehlt die OPG-Geschäftsführerin, die Bevölkerung einzubinden. So vergibt Offenbach Patenschaften an Anwohner, die für einen kleinen Zuschuss die Pflege von Bereichen übernehmen. Damit würden sich die Bewohner ihre Stadt zurückerobern.

Aus dem **Aktionsprogramm Innenstadt Bremen** bringt **Andreas Heyer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Wirtschaftsförderung Bremen**, die Erkenntnis mit, wie wichtig bei dem Veränderungsprozess auch der immobilienwirtschaftliche Dialog mit den Eigentümern ist. Ziel des Programms ist die Verbesserung der Aufenthaltsqualität, die Verbesserung der Erreichbarkeit, die Gewinnung neuer Zielgruppen und die Unterstützung der Eigentümer beim Thema Vermietung bei Leerstand.

In diesem Kontext soll mithilfe von Dialogformaten, Zuschüssen, und Investitionsprogrammen die immobilienwirtschaft unterstützt werden, um die Herausforderungen zu bewältigen und Leerstand zu verhindern. Aus Heyers Sicht ist es deshalb wichtig, frühzeitig zu erfahren, wann und warum der Leerstand entsteht. Aus seiner Sicht sind hier frühzeitige Warnsysteme hilf-

reich. Den Zeithorizont für einen innerstädtischen Veränderungsprozess veranschlagt er mit Blick auf die heutigen hohen Ansprüche auf fünf Jahre.

Schon lange vor Corona und dem Krieg in der Ukraine hat sich auch die Stadt Esslingen nach den Worten von **Michael Metzler, Geschäftsführer der Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH (EST)**, 2017 und 2018 mit der Aktion „Zukunft Innenstadt“ u.a. auf den Weg gemacht, den Leerstand, der damals bei etwa 20% lag, zu beseitigen, was inzwischen gelungen ist. Dabei war es auch hier den Initiatoren wichtig, die Akteure und die Bürgerschaft bei der Umgestaltung mit ins Boot zu holen.

Aus einer Bürgerbefragung wissen die Verantwortlichen laut Metzler, dass dreiviertel der Menschen Veränderungsbedarf sehen. Die große Zielrichtung: Viele wollen grüne Oasen und Begegnungsorte in den Städten und mehr Individualität. In dieses Bild passt auch, dass die Unter-30-Jährigen demnach nicht mehr primär zum Einkaufen in die Cities kommen.

Trotz solcher Positivbeispiele glaubt Teamleiter Postert, dass viele Innenstädte auf der Strecke bleiben werden, wobei Experten beim Handelsimmobilien-Gipfel vor allem die B- und C-Städte gefährdet sehen.

IPH

 Vermietung	 58.200 m ² vermietet in 2021	 14 Vermieter
 Management	 20 Shopping Center im Management	 500.000 m ² Gesamtfläche im Management
 Beratung	 5 Standorte bundesweit	 170 Retail Experten

Werte entstehen dort, wo Immobilien funktionieren.

- Center Management
- Beratung
- Vermietung & Verkauf

Handelsimmobilien, die funktionieren – vom Genehmigungsverfahren bis zum Mietvertrag, vom Nutzungskonzept bis zur Nebenkostenabrechnung, von der Reinigung bis zur Rendite; vom Kiosk bis zur Shopping Mall. Von Deutschlands Experten für Handelsimmobilien.

Das Interview

Die Folgen der Pandemie werden noch lange spürbar sein

Gespräch mit **Dr. Johannes Berentzen**, Geschäftsführer der **BBE Handelsberatung** und **Joachim Stumpf**, Geschäftsführer der **BBE Holding**, über die neue Struktur in der Unternehmensgruppe und die großen Herausforderungen in einer durch die Corona-Pandemie stark veränderten Einzelhandelslandschaft.

Handelsimmobilien Report: *Herr Dr. Berentzen, Sie waren lange Zeit bei der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner (W&P). Was reizt Sie an dieser neuen Aufgabe als Geschäftsführer der BBE Handelsberatung?*

Dr. Johannes Berentzen: Meine Zeit bei W&P möchte ich nicht missen, ich durfte sehr viel lernen und neben zahlreichen Handels- und Konsumgüterprojekten auch viele Industrieunternehmen bei strategischen und operativen Fragestellungen begleiten. An meiner neuen Aufgabe reizt mich zum einen die unternehmerische Herausforderung, die älteste und renommierteste Handelsberatung Deutschlands in eine neue Unternehmensepisode zu begleiten. Zum anderen reizt mich das große Potenzial innerhalb der **BBE** und im Firmenverbund mit **IPH** und **Elaboratum**.



HIR: *Mit Ihrer Berufung wurde auch die Unternehmensgruppe umstrukturiert und die BBE Holding geschaffen. Wie arbeiten Sie mit der Holding und ihrem Geschäftsführer Joachim Stumpf zusammen?*

Berentzen: Wir sind in täglichem Austausch und teilen die gleichen Ansichten zur Neuausrichtung der BBE und den dafür erforderlichen Schritten. Mit Joachim Stumpf habe ich einen genialen Netzwerker und erfahrenen Berater an meiner Seite, der viele Jahre die Geschicke des Unternehmens gelenkt hat und mir ein gut bestelltes Haus hinterlässt. Es macht viel Freude auch kritische Themen mit ihm zu diskutieren und ich hoffe, dass er uns in der BBE Holding noch lange erhalten bleibt.

HIR: *Herr Stumpf, was war der Grund für diese Umorganisation der BBE Gruppe?*

Joachim Stumpf: Es gibt zwei Aspekte. Erstens: Nach 68 Jahren beinhaltet das Management der BBE weit mehr als die operative Entwicklung der Standort- und Unternehmensberatung. Neben Themen wie z.B. dem Pensionsmanagement, bindet vor allem das Management der Unternehmensbeteiligungen an der IPH-Gruppe, Elaboratum, **CIMA** und anderen Unternehmen Kapazitäten.

Mit der jetzigen Trennung des operativen Geschäftes von den Beteiligungen kann sich Johannes Berentzen voll und ganz auf das operative Geschäft der BBE konzentrieren. Der zweite Aspekt dieser Umorganisation war die inhaltliche Erweiterung. Mit dem externen Know-how von Dr. Berentzen erweitern wir unser Beratungsportfolio auch inhaltlich.

HIR: *Und wo liegt der Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit als Geschäftsführer der Holding?*

Stumpf: Die BBE hatte in wesentlichen Phasen der Handelsentwicklung



Deals

Habona Invest kauft Nahversorger

Die **Habona Invest-Gruppe** hat für ihren mit der Service-KVG **IntReal** aufgelegten offenen Immobilien-



Publikumsfonds **Habona Nahversorgungsfonds Deutschland** für insgesamt gut 11 Mio. Euro eine Nahversorgungsimmobilität in Bruchköbel in der Nähe von Frankfurt erworben. Verkäufer ist die **Schoofs Immobilien GmbH Frankfurt**, Projektentwickler und Bauträger bei diesem Innenstadtprojekt. Das Fondsportfolio wächst damit auf elf Immobilien. Das Gebäude wurde im Zuge der Stadtentwicklungsmaßnahme **Neues Stadtzentrum Bruchköbel** nach dem **Rewe Green Building-Konzept** gebaut und 2021 fertiggestellt. Der Markt verbraucht rd. 30 bis 40% weniger Energie als konventionell gebaute Immobilien. Hauptmieter ist die am Standort verwurzelte **Rewe**, die den rd. 1 800 qm großen Markt für 18 Jahre gemietet hat. Zudem gibt es ein Bäckerei- und Gastronomiekonzept. Das Objekt greift den Quartiersgedanken auf und soll als zentraler Treffpunkt des Ortes dienen. Bruchköbel liegt im Main-Kinzig-Kreis in Pendlernähe von Frankfurt und ist ein stetig wachsender Wohnstandort. Der Fonds wurde 2019 aufgelegt und erreicht ein Volumen von rd. 130 Mio. Euro.

Shopping Cité Baden-Baden - Wir sanierten die befahrbaren Dächer mit einer Fläche von 23.000m² als "Klassischer Warmdachaufbau" nach der neuen DIN 18532 und dem System **POBURSKI Futura-MAX**.



"Umkehrdach" - ein Sanierungsfall, der uns anspornte, eine architektonisch orientierte Konzeption mit langer Funktionsfähigkeit zu erarbeiten und umzusetzen.

Frühjahrsinspektion für befahrbare Dächer und Parkdecks

Der Winter liegt hinter uns. Die ersten Sonnenstrahlen im März verführen uns zu träumen von einem Urlaub unter der warmen Sonne Mallorcas oder zwischen den Dünen und Watt auf Sylt. Aber sie motivieren und spornen uns auch an, die Herausforderungen des neuen Jahres zu ordnen und anzupacken. Dazu gehört für einige auch den Zustand und die Funktionsfähigkeit Ihrer Immobilien, nach den Belastungen des Winters zu überprüfen und darüber nachzudenken, die **Werte**, die **Funktionsfähigkeit** und **Kundenfreundlichkeit** in diesem Falle Ihrer **nutzbaren Dächer, Parkdecks und Tiefgaragen** eventuell aufzufrischen und zu erhalten.

Hierfür ist das Frühjahr der richtige Zeitpunkt.

Wir und unsere versierten Mitarbeiter stehen Ihnen zur Verfügung Ihre Anlagen zu inspizieren, den Zustand in einem aktuellen Bericht zu dokumentieren, Ihnen aber auch fundierte Vorschläge zur Instandhaltung und ggf. Revitalisierung und Reparatur zu machen, wenn diese sinnvoll und vielleicht sogar erforderlich sein könnten.

Sprechen Sie uns bitte an, denn wir haben uns zum Ziel gesetzt, in unserem sehr speziellen Baubereich nicht nur Qualitätsführer zu bleiben, sondern auch das **Vertrauen** zu unseren Kunden und Interessenten für Parkdecks systematisch zu vertiefen und auszubauen.

Wenn wir Sie hiermit sensibilisiert und angesprochen haben, stehen wir für Sie bereit unter 040 / 735 01 135 – Herr Falko Barwisch oder 040 735 01 113.

Wir freuen uns über Ihren Anruf, der für Sie interessant und sinnvoll werden wird.



Parkdächer aus Beton und Asphalt
Parkhaus- u. Tiefgaragensanierungen

Optimale Lösungen
für Befahrbare Dächer.

Beton · Asphalt · Reaktionsharz · Naturstein

- Warmgedämmte Parkdecks mit Betonbelägen
- Ungedämmte Parkdecks mit Gussasphaltbelägen
- Ungedämmte Parkdecks mit Kunstharzbeschichtungen
- Betonbeläge mit Reaktionsharz POBURSKI Futura OPTI-MAX
- Hubschrauberlandeplätze auf Dächern
- Dachterrassen mit attraktiven Oberflächen, auch in Naturstein
- Parkhaus- und Tiefgaragensanierungen



POBURSKI baut seit 55 Jahren befahrbare Dächer

zwischen 1989 und 2010 die Tochtergesellschaften CIMA, IPH Handelsimmobilien und Elaboratum New Commerce Consulting für die beratende Unterstützung neuer Herausforderungen in Stadt, Handel und Immobilienwirtschaft gegründet und ihr Leistungsportfolio dadurch erweitert. Meine Tätigkeit in der Holding wird das Management dieser Beteiligungen beinhalten. Dadurch, dass ich der Einzige in unserem Firmenverbund bin, der für alle Gesellschaftern selbst tätig sein durfte, liegt mir natürlich auch das Fördern von Synergien dieses einzigartigen Wissens am Herzen.



Foto: BBE

HIR: *Herr Berentzen, welche Schwerpunkte möchten Sie künftig bei der BBE Handelsberatung setzen?*

Berentzen: Eine wichtige Säule ist und bleibt das dezentrale Standortgeschäft. Hier leistet die BBE einen wertvollen Beitrag für die deutsche Handelslandschaft. Als zweites Geschäftsfeld werden wir die Mittelstandsberatung weiter ausbauen, denn hier gewinnen wir täglich tiefe Erkenntnisse aus dem Handelsgeschehen. Und einen dritten Schwerpunkt, der für die BBE bisher unterrepräsentiert war, setzen wir mit der Strategieberatung von großen Händlern und Konsumgüterherstellern. Dieses Team bauen wir derzeit stark aus.

HIR: *Wo sehen Sie in der heutigen Zeit noch zusätzliches Potenzial für eine Handelsberatung?*

Berentzen: Das größte Potenzial liegt für uns in der engen Verzahnung im Firmenverbund. Wir haben 170 Handlungsexperten unter dem neuen Holding-Dach und können unseren Beratungskunden in allen Handelsbranchen und allen strategischen wie operativen Herausforderungen kompetent zur Seite stehen. Es gibt viele Herausforderungen, egal ob Organisation, Führung, Personal, Standorte, Flächen, Digitalisierung, Omni-Channel oder die strategische Ausrichtung. Externe Krisen wie die Pandemie oder der Krieg in der Ukraine fordern die Unternehmen zusätzlich heraus.

HIR: *Worauf kommt es für die Händler nun an, um die Folgen der Pandemie zu überwinden?*

Berentzen: Das ist natürlich stark abhängig von Branche und Betriebstyp. Ganz allgemein braucht es eine hohe Flexibilität im Denken und Handeln. Jeder sollte sein Geschäftsmodell vor dem Hintergrund der

deutlichen Veränderungen durch die Pandemie hinterfragen. Die Folgen der Pandemie werden noch lange spürbar sein und eine besondere Herausforderung wird darin bestehen, die Kunden wieder zurück auf die Fläche zu holen – mit Erlebnis, guter Beratung und exzellenten Serviceleistungen.

HIR: *Haben die Handelsunternehmen nach Ihrer Beobachtung auch wichtige Erkenntnisse aus der Corona-bedingten Krisensituation erlangt?*

Berentzen: Ganz sicher ist das so. Eine wichtige Erkenntnis ist die Bedeutung des Online-Geschäfts. Die Pandemie hat ja den Online-Handel nicht erfunden, sondern nur die bestehenden Entwicklungen stark beschleunigt. Eine weitere wichtige Erkenntnis ist die Notwendigkeit agiler Unternehmensführung. Immer wieder kamen neue Regelungen von außen und diese mussten mit viel Kreativität umgesetzt werden. Dadurch sind auch viele neue Konzepte entstanden.

Zusätzlich sind viele Handelsunternehmen zu der Erkenntnis gelangt, wie fragil das eigene Geschäft ist, sei es in Bezug auf Lieferketten, auf Personal oder die eigene betriebswirtschaftliche Stabilität. Die wichtigste Erkenntnis liegt jedoch in der hohen Bedeutung von Kundenbeziehungsmanagement, dem intensiveren Dialog gerade in der Phase der Lockdowns mit neuen Formen wie Click & Collect, Online-Terminvereinbarungen, Videoberatung oder Social Media-Interaktion.



Foto: BBE

HIR: *Hat sich nach Ihrer Einschätzung die Einstellung der Konsumenten so verändert, dass der Handel darauf reagieren muss?*

Berentzen: Teilweise schon, insbesondere was den Online-Handel angeht. Unsere Beobachtungen zeigen, dass ein durch die Pandemie erzwungenes Verhalten, das bei den Konsumenten auf erlebte Zufriedenheit trifft, zu nachhaltigen Verhaltensveränderungen führen kann. Gerade in den älteren Bevölkerungsschichten haben viele das erste Mal bestimmte Waren online gekauft. Wenn das gut funktioniert hat, braucht es schon triftige Gründe dafür, solche Einkäufe nach der Pandemie wieder ausschließlich stationär zu tätigen. Hier unterstützen wir viele Händler und erarbeiten gemeinsam Konzepte für den Neustart.

Holiday Shopping in New York City

Trotz allem: Eine Stadt gibt nicht auf

Manuel Jahn, Managing Partner Habona Invest GmbH

Das kleine Reisefenster, das US-Präsident Joe Biden den Europäerinnen und Europäern zu Weihnachten geschenkt hatte, habe ich spontan für einen Weihnachts-Trip genutzt und voll ausgekostet: Eine Reise nach New York ist nicht nur schön, sondern bildet auch ungemein. Das Ergebnis waren auch einige wichtige „berufliche“ Eindrücke aus zwei intensiven Wochen.

Funktionieren die USA doch häufig genug als Frühwarnsystem, so lohnt auch jetzt wieder ein Blick über den Nordatlantik. Ich vermute, dass man kaum besser als im **Big Apple** die Folgen von **Corona** und **Smartphone** live studieren kann. Der Retail in Shops steht mit dem Rücken zur Wand – aber er streckt nicht die Waffen.

Im Gegenteil: Einzelhändler und Eigentümer führen wohl alles auf, was die Dekorations- und Weihnachtsmessen in diesem Jahr zu bieten hatten. Zumindest auf der **5th** und der **6th Avenue** wollte man die hohen Erwartungen des Publikums nicht enttäuschen. Wenngleich die Läden und Kaufhäuser eigenartig leer blieben, drängte sich das staunende Publikum auf Gehwegen und Fahrbahnen. Profiteure waren die Delis und Restaurants rund um den **Times Square**, dem ganz weltlichen, eher asiatisch-mondän als weihnachtlich gestimmten Hotspot der Stadt.

Der Anteil verwaister Storefronts in den Top-Lagen wird vom New Yorker Handelsverband **REBNY** mit rund 25% beziffert, wenngleich er mir nicht ganz so hoch erschien – oder gut kaschiert war. Die 30% „Storefront-Vacancy“ in den CBDs, also in Gegenden rund um Lexington Ave, Grand Central oder Nine Eleven, die quasi bis heute ohne Lunchtime- und Afterwork-Umsätze auskommen müssen, kann ich dagegen bestätigen. Ebenso gebeutelt die Centeranlagen wie Chelsea Market, Westfield World Trade Center oder Essex Market. Allein das kostenlose WC-Angebot macht die Anlagen noch zur Destination. Einen traurigen Eindruck machten dagegen sowohl die ehemals hippen wie auch touristischen Flanierviertel, egal ob in Soho, Tribeca, Chelsea oder Chinatown. Hier schien mir auch die ehemals reiche gastronomische Szene arg in Mitleidenschaft gezogen.

Das kleinteilige, bunte Greenwich Village wirkte auf mich dagegen völlig unberührt von jedweder Krise; die Loyalität einer wohlhabenden, urbanen Bewohnerschaft hält



Kein Leerstand in der Bronx.

Foto: Manuel Jahn

Deals

Hamborner erwirbt Baumarkt in Kempten

Die **Hamborner REIT AG** aus Duisburg hat den Kaufvertrag für einen modernen Baumarkt mit Gartencenter an einem etablierten Gewer-



bestandort in Kempten unterzeichnet. Hauptmieter des rd. 17 400 qm großen Objekts ist die **Toom Baumarkt GmbH**, eine Tochtergesellschaft der Rewe-Gruppe, die sich mit einem Mietvertrag bis zum Jahr 2034 an den Standort gebunden hat. Das Objekt ist voll vermietet, wobei sich die gewichtete Restlaufzeit der Mietverträge auf 11,2 Jahre beläuft. Das Gebäude verfügt über vergleichsweise hohe energetische Standards und ist unter anderem mit einer modernen Pelletsheizung sowie einer großflächigen Photovoltaikanlage ausgestattet. Darüber hinaus verfügt die Immobilie über eine Erweiterungs- bzw. Umnutzungsmöglichkeit, die bei entsprechender Nachfrage ggf. zeitnah durch den Verkäufer umgesetzt werden und eine Erhöhung der annualisierten Mieteinnahmen sowie eine nachträgliche Anpassung des Kaufpreises nach sich ziehen könnte. Die Bruttoanfangsrendite beläuft sich auf 5,1%. Die Immobilie wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2022 in das Hamborner Portfolio übergehen.

die lokale Nachfrage offenbar stabil. Für einen Habona-Mitarbeiter deshalb wenig überraschend: Unabhängig von strenger Maskenpflicht in den Läden und hoher freiwilliger Schutzquote auf den Gehwegen brummt das Leben in den Stadtteilen.

In den Neighborhood Centern an den Subway-Stops bilden jeweils hunderte von Läden und Lädchen ein meist ethnisch geprägtes, zuweilen hochinteressantes Nahversorgungsangebot ab. Der Leerstand wird mit knapp 15% angegeben, was auf die gastronomisch geprägten Quartiere von Astoria und Williamsburg durchaus zutreffen mag, in den „normalen“ Neighborhoods aber nach Inaugenscheinnahme deutlich darunter liegen dürfte. In der Bronx, in Flushing oder auf Coney Island ist mir kein leerer Laden aufgefallen.

Kennerinnen und Kenner des amerikanischen Einzelhandels wissen, dass klassische Supermärkte à la **Rewe** oder **Edeka** hier nicht zur Norm gehören. Die Auswahl ist meist zwischen dem Walmart Supercenter am Freeway oder dem kleinen Grocery Store auf der Highstreet zu treffen. Beschleunigt durch Corona scheint die Erkenntnis zu reifen, dass mit der Kombination aus Auswahl und Wohnortnähe die Kundenansprüche besonders gut getroffen werden können – auch unabhängig von der Einkommensklasse.

Während sich **Aldi-Süd** mit großen, attraktiven Märkten auch in sozial schwachen Stadtteilen erfolgreich etabliert, drängt **Amazon** mit Whole Foods in die Elektroroller fahrenden Aufsteigerviertel, selbstverständlich jeweils bevorzugt in Mixed-Use-Objekte. Man sieht, in New York werden aktuell die besten Lagen für Handelsimmobilien neu definiert. Rückschlüsse auf unsere Heimatmärkte liegen nach meiner Einschätzung auf der Hand.

Personalien

Gutekunst leitet Retail Investment Team Süd

Robin Gutekunst (32) hat bei **JLL** die Rolle des **Team Leaders Retail Investment Süd** übernommen. In dieser Funktion führt er die Teams in München und Stuttgart, für die Märkte Bayern und Baden-Württemberg. Gutekunst war zuvor bei der Stuttgarter **Caprendis Real Estate**, wo er als Head of Transaction Advisory tätig war. Davor hatte er für **Cushman & Wakefield** gearbeitet. Bereits von 2015 bis Anfang 2019 war er für JLL in Berlin tätig. Der Stuttgarter hat an der **Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen** den Bachelor erworben.

Wir suchen Einzelhandelsimmobilien

Einzelobjekte ab 2 Mio. Euro und Portfolien bis zu 350 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 - 301
claudia.ohlschmid@grr-group.de

Konjunkturausblick 2022

Die Stimmung ist stark eingebrochen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Zu Jahresbeginn sah es noch nach einem kräftigen Auftakt im Wirtschaftsjahr 2022 aus. Doch mit dem Einmarsch der Russen in die Ukraine und den damit einhergehenden Verwerfungen brach die Stimmung in der deutschen Wirtschaft ein und die Bundesbürger halten inzwischen eine Rezession für möglich.

Die Entwicklung des **Ifo-Geschäftsklimaindexes im März** kam nicht überraschend. Hatte sich die Stimmung in den Unternehmen mit Blick auf das bevorstehende Frühjahr mit steigenden Temperaturen und sinkenden Corona-Infektionszahlen im Februar noch aufgehellt, so kam nach Ausbruch des Ukraine-Kriegs nun die Ernüchterung: „Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft ist eingebrochen“, heißt es im Ifo Bericht. Wie der Rückgang von 98,5 Punkten im Februar auf nunmehr 90,8 Punkte zeigt, ist der Ifo-Geschäftsklimaindex regelrecht abgestürzt.

Dabei zeigt sich, dass die Sorgen der Unternehmen um die Folgen des Krieges in der Ukraine größer sind als um die Folgen der Pandemie. Jedenfalls ist der Teilindikator, der die „Erwartungen“ der Unternehmen in den nächsten Monaten misst, mit 13,3



Punkten deutlich stärker eingebrochen als bei Ausbruch der Pandemie in Deutschland mit 11,8 Punkten im März 2020. Allerdings dürfte die Tatsache, dass der Russland-Ukraine-Konflikt die bestehenden Lieferketten-Probleme durch die Pandemie nun zusätzlich verschärft, den Trend verstärkt haben.

Statt der erhofften Entspannung kommen nun die Ungewissheit über die Dauer des Konflikts und die Unsicherheit über die Energieversorgung hinzu. In diesem Kontext schätzen die Firmen auch ihre „aktuelle Lage“ schlechter ein, auch wenn der Rückgang des Teilindikators mit -1,6 Punkten deutlich moderater ausfiel. „Die Unternehmen in Deutschland rechnen mit harten Zeiten“, schreibt das **Ifo-Institut**: Vor allem im **Verarbeitenden Gewerbe** sei der Index „so stark gefallen wie noch nie“. Die zuvor optimistischen Erwartungen schlugen in Pessimismus um.

Das gilt mehr oder weniger für alle Wirtschaftszweige wie den Dienstleistungssektor, der in Teilen schon unter den Zwangsschließungen gelitten hatte. Vor allem die **Logistikbranche** blickt laut Ifo derzeit mit großer Sorge auf die nächsten Monate, auch wenn die aktuelle Lage noch unverändert beurteilt wird. Auch im **Handel** ist der Erwartungsindikator so stark abgestürzt wie nie zuvor, während die aktuelle Lage noch als „gut“ bezeichnet wird. Ähnlich ist das Bild im **Bauhauptgewerbe**, wo das Gros der Unternehmen mit den laufenden Geschäften zufrieden ist, aber pessimistisch in die Zukunft blickt.

Wie das Ifo Institut in seiner Konjunkturprognose zum Frühjahr feststellt, standen – nach einem Einbruch zum Jahresende – die Chancen zu Jahresanfang recht gut, dass die deutsche Wirtschaft dank einer stark wachsenden Industrie mit einem kräftigen Auftakt in das Jahr 2022 starten könnte. Nach den Worten von **Prof. Timo Wollmershäuser, stellvertretender Leiter des Ifo Zentrums für Makroökonomik und Befragungen**, dämpft der russische Angriff auf die Ukraine nun jedoch die

Deals

FIM Gruppe sichert sich den Bauboulevard

Die **FIM Unternehmensgruppe** hat das als **Bauboulevard** bekannte Fach-



marktzentrum in Wolfsburg erworben. Wie aus dem Namen hervorgeht, bietet es auf einer Mietfläche von rund 11 900 qm alles rund um die Themen Bauen und Wohnen. Das Objekt für den Bestand hat FIM in einem Off-Market-Deal von dem Projektentwickler **Behling Bauprojekt** erworben. Die Flächen sind mittel- bis langfristig an **Media Markt, Das Futterhaus, JYSK, Hammer Heimfachmarkt**, das Transport- und Umzugsunternehmen **Movaris, Die Küchenmacher** und **Subway** vermietet. Das Objekt besteht aus zwei getrennten Gebäuden: einem langgestreckten Bau, der an einen Hornbach Baumarkt angrenzt und deshalb als eine Einheit wahrgenommen wird. Das zweite Gebäude befindet sich gegenüber vom Media Markt. Auf dem gemeinsam genutzten Park gibt es zusammen mit **Hornbach** 630 Plätze, davon gehören 302 zum Bauboulevard. Das Fachmarktzentrum befindet sich südlich der Kernstadt von Wolfsburg im Stadtteil Hatdorf. Im Gewerbegebiet Heinekamp deckt es mit weiteren Möbelgeschäften, einem Baumarkt und einem großflächigen Lebensmittelmarkt den periodischen und aperiodischen Bedarf ab.

Konjunktur durch den deutlichen Anstieg der Rohstoffpreise, durch die Sanktionen, die auch auf die Wirtschaft der westlichen Länder zurückfallen, die Lieferengpässe bei Rohmaterialien und Vorprodukten und die steigende Unsicherheit in der Wirtschaft.

Vor diesem Hintergrund sind die Verbraucherpreise – vor allem für Energie und Nahrungsmittel – deutlich gestiegen, sodass die Kaufkraft vieler Haushalte gedämpft wird, was wiederum die Erholung der Konjunktur belastet. Des Weiteren dürften aus Sicht der Ifo-Forscher die Sanktionen gegen Russland den Warenhandel und damit auch die Produktion und die Exporte hiesiger Unternehmen beeinträchtigen.

Die kriegsbedingten Produktionsausfälle in der Ukraine – hier werden z.B. 80% der Kabelbäume für deutsche Autohersteller erzeugt – dürften die Lieferengpässe bei Vorprodukten verschärfen und damit die Produktionsprozesse weiter beeinträchtigen. Und die Ungewissheit über Dauer und Ausgang des Krieges zeigt sich in der Volatilität der Börsenpreise für Energieträger. Laut Ifo wird sich das negativ auf die Ausgabebereitschaft der Unternehmen und der privaten Haushalte auswirken.

Da sich der konjunkturelle Dämpfer durch den Ukraine-Krieg erst im März voll ausgewirkt hat, geht das Ifo

Institut davon aus, dass die Wirtschaftsleistung im ersten Quartal 2022 noch gestiegen sein dürfte. Zum Ende des Quartals hat die Industrieproduktion jedoch einen kräftigen Rückschlag erlitten, denn eine ganze Reihe wichtiger Unternehmen hätten ihre Produktion gedrosselt und seien auf Kurzarbeit gegangen.

Mit Blick auf den oben bereits erwähnten Dämpfer für die Kaufkraft durch die hohe Inflation erwarten die Ifo-Experten auch Auswirkungen auf die Umsätze im Einzelhandel. Dadurch sei allein im ersten Quartal Kaufkraft in Höhe von etwa 6 Mrd. Euro verloren gegangen, schätzen sie. Diese Eintrübung spiegelt sich auch beim **GfK-Konsumklima** wider, dessen Abwärtstrend sich im März/April beschleunigt hat. So brachen die Teilindikatoren Konjunktur- und Einkommenserwartungen ein und erreichten Rekordtiefs wie zur Finanzkrise.

Konkret verlor der Indikator **Einkommenserwartungen** im März gegenüber Februar 26 Punkte auf -22,1 Zählerpunkte. Im Januar 2009 hatte er mit -22,9 Zählern nur geringfügig niedriger gelegen. Die eklatanten Preissteigerungen bei Energie und Sprit lassen die Bundesbürger ernsthaft um ihre Kaufkraft fürchten. Auch die **Konjunkturerwartungen** sackten ab, um 33 Punkte auf -8,9 Zähler. Die Bundesbürger können das Risiko



Wir schlagen die Brücke...

... zwischen Immobilienwirtschaft,
Einzelhandel und Kommunen.

Sie suchen neue Standorte?

Wir können Ihnen dabei helfen, denn die relevante Zielgruppe finden Sie bei uns!

Gern beantworten wir Ihre Fragen. info@rohmert.de

Cities | Center | Developments
HandelsimmobilienReport

© fotalia.com

einer Rezession nicht mehr ausschließen. Was vor allem mit Blick auf das Gesamtjahr bleibt, ist die große Unsicherheit über den weiteren Fortgang des Kriegs. In diesem Umfeld wird die Entwicklung laut Ifo Institut von positiven wie negativen Triebkräften geprägt. Zu den positiven gehört eine kräftige Nachfrage, denn die Auftragsbücher der Hersteller sind „so voll wie seit Jahrzehnten nicht mehr“, so dass ein Ausfall des russischen Absatzmarktes durch andere Märkte kompensiert werden könnte. Kurzfristige Folgen der Sanktionen dürften demnach gering bleiben.

Und auch beim privaten Konsum gibt es mit dem Abflauen der Pandemie in den wärmeren Monaten des Frühjahrs noch Nachholbedarf – zumal die Bundesbürger durch die vielen Beschränkungen zwangsläufig sparen mussten, so dass die Sparquote relativ hoch ist. Das Ifo-Institut erwartet hier noch einen kräftigen Schub. Nachholbedarf – und damit Aufholpotenzial – sehen die Forscher auch in vielen „kontaktintensiven Dienstleistungsbereichen“, in denen die Erlöse immer noch unter dem Niveau der Vor-Corona-Zeit liegen.

Diesen Wachstumskräften stehen die negativen Folgen des Ukraine-Krieges wie Lieferengpässe mit entsprechenden Folgen für die Produktion und explodierende Rohstoffpreise entgegen. So geht auch **Rolf Bürkl, Konsumexperte** bei der GfK, davon aus, dass es eine nachhaltige Erholung des Konsumklimas bzw. des privaten Konsums nur dann geben kann, „wenn



es zu einem raschen Waffenstillstand mit anschließenden Friedensverhandlungen kommt“. Mit der dann nachlassenden Verunsicherung der Bundesbürger und den Lockerungen der Corona-Beschränkungen könne die Binnenkonjunktur die Wirtschaft wieder stützen.

Mit Blick auf diese divergierenden Einflussfaktoren hat das Ifo-Institut für 2022 zwei Zukunftsszenarien, das Basisszenario und das Alternativszenario, ausgearbeitet: Im **Basisszenario** gehen die Forscher davon aus, dass die Rohstoffpreise den höchsten Punkt überschritten haben und in den nächsten Monaten sinken. „Dabei wurden für den weiteren Verlauf der Marktpreise für Rohöl, Erdgas und wichtige Nahrungsmittel die Terminkurse vom 11. März verwendet“, schreiben sie. In diesem Szenario sind die Folgen für die deutsche Konjunktur nur vorübergehend und die Inflationsrate wird 2022 bei 5,1% gesehen.

In ihrem **Alternativszenario** unterstellen die Forscher, dass sich die Lage in den nächsten Monaten zuspitzt und die Marktpreise für Energie weiter steigen und erst zur Jahresmitte den höchsten Punkt erreichen, um danach zwar nachzugeben, bis zum Ende des Prognosezeitraums aber spürbar über den Markterwartungen verharren. In diesem Szenario bleibt bis zur Mitte des Jahres die wirtschaftspolitische Unsicherheit hoch und die Lieferengpässe verschärfen sich. Die Inflationsrate dürfte dann bei 6,1% liegen. Im März lag sie bei 7,3%.

Mit Blick auf die Ungewissheit halten die Forscher aber auch andere Krisenszenarien für denkbar: „Insbesondere könnte es zu einer Unterbrechung der Energielieferungen aus Russland kommen, die kurzfristig einen weit größeren wirtschaftlichen Schaden verursachen würde.“ Auch die hohe Zahl von Corona-Infektionen hierzulande könnte eine Normalisierung des privaten Konsums behindern.

Deals

München: Die Müller Handels GmbH und Co. KG



und die **Bayerische Hausbau** haben den Vertrag für die Verkaufsfläche sowie die angeschlossenen Keller- und Büroräume des Spielwarengeschäfts **Obletter** am Münchner Stachus verlängert. Müller hatte der Bayerischen Hausbau Ende vergangenen Jahres frühzeitig signalisiert, dass man den Anfang 2023 auslaufenden Vertrag nicht verlängern werde. Der Wille, das Traditionsgeschäft in die Zukunft zu führen und die erneuten gemeinsamen Bemühungen, eine Lösung für die Spielwaren-Institution zu finden, haben nun zu dieser unerwarteten Verlängerung des Mietvertrags geführt.

+++++

München: Das Modelabel **Tommy Hilfiger** hat einen neuen Tommy Jeans-Store an der Ecke Hackenstraße 1/ Sendlinger Straße in München. **Realkon** vermittelte. Die **PVH (Phillipps-Van Heusen Corporation)** hatte sich den zuvor von **Calzedonia** genutzten Store mit rd. 150 qm im Erdgeschoss, in der Nähe des neuen **Adidas Terrex** Flagship gesichert. Die Eröffnung fand bereits am 25. März statt. Der Vermieter ist ein Privateigentümer aus München.



**SONDERPREIS FÜR
LOGISTIKER: 420 EURO**

 heuer-dialog.de/11326

HYPE HYPE HURRA: DIE ASSETKLASSE SCHWIMMT AUF DER WELLE DER BEGEISTERUNG

29. + 30. JUNI 2022 | HAMBURG



Besichtigung FOUR PARX MACH2

Entwicklung der ersten doppelstöckigen
Gewerbe- und Logistikimmobilie seiner Art
im deutschsprachigen Raum

Medium-Partner

Aussteller

Veranstalter



EVERSHEDS
SUTHERLAND



Aufenthaltsqualität in den Cities

Handelskümmerer und konsumfreie Zonen

rv DÜSSELDORF. *Ein attraktiver Einzelhandel steht in den Innenstädten für Lebensqualität und Heimatgefühl. Doch im Zuge des Strukturwandels und der Corona-Pandemie hat die Branche zuletzt an Zugkraft verloren. In diesem Umfeld präsentiert das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum sein Infoblatt „Aufenthaltsqualität steigern – was ist zu tun, damit Kund:innen bleiben?“*

Politiker mokieren sich gerne darüber, dass eine innerstädtische Einkaufsstraße aussieht wie die andere. Der Grund sind die allenthalben vorherrschenden Filialisten, die im Interesse des Wiedererkennungswerts auf einen einheitlich Marktauftritt setzen. Klassische Fachhändler waren im Zuge der ständig steigenden Mieten immer seltener in den Top-Einkaufslagen zu finden. Seit die Pandemie den Abwärtstrend am Vermietungsmarkt beschleunigt hat und Filialschließungen im Rahmen von Schutzschirm- und Insolvenzverfahren Raum für Neuansiedlungen bieten, gibt es auch wieder Chancen für inhabergeführte Einzelhändler.

Mit dem **Infoblatt „Aufenthaltsqualität steigern – was ist zu tun, damit Kund:innen bleiben?“** und gezielten Tipps will das **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel** in diesem Umfeld dem Handel im Allgemeinen sowie den kleinen und mittleren Unternehmen im Besonderen dabei helfen, ihre Geschäfte für die Kundschaft attraktiver zu gestalten. „Denn auch weiterhin ist der innerstädtische Handel ein wichtiger Faktor für Lebensqualität, Wohnortattraktivität und Heimatgefühl einer Stadt“, stellt das Kompetenzzentrum grundsätzlich fest.

Diesen hohen Stellenwert belegen auch die Umfragen, die das **IFH Köln** 2020 im Rahmen seiner Studie **Vitale Innenstädte** durchgeführt hat. Danach geht die überwiegende Mehrheit der befragten Stadtbesucher (61%) vor allem zum Einkaufen oder wegen eines Einkaufsbummels in die Innenstädte. Gut ein Viertel (26%) kommen wegen der Gastronomie – also Restaurants und/oder Cafés. Noch weniger sind es, die für Behördengänge, zum Arztbesuch oder wegen Arbeit und Ausbildung in die Stadtzentren (17%) kommen. Jeweils 14% suchen hier Dienstleister wie Friseure auf oder machen eine Sightseeing-Tour oder interessieren sich für Kunst und Kultur. 16% der Befragten wohnen in der Stadt, ein Thema, das derzeit viel diskutiert wird, um die Einkaufslagen auch nach Geschäftsschluss wieder zu beleben.



Stadtbesucher schätzen „konsumfreie Verweilzonen“.

Bild: Bruun Möllers

Deals

May & Co. Übernimmt C&A-Handelsimmobilie

May & Co. hat in der Glockenstraße 8 in **Lüneburg**, in der Nähe des Marktplatzes, eine Handelsimmobilie



mit rd. 5 800 qm Einzelhandelsfläche erworben. Der Ankermieter des Objekts, das Mitte der 1970er Jahre erbaut wurde, ist die Bekleidungskette **C&A**. Verkäufer ist der Einzelhandelsfonds **Highstreet VI** von **Corestate**. „Wir planen, die Immobilie langfristig zu halten und durch passgenaue Maßnahmen weiterzuentwickeln“, sagt **Alexander May, Geschäftsführer** von **May & Co.** Den Käufer hat **Schwab Engineers** beraten, den Verkäufer **BNP Paribas Real Estate** und **Heussen Rechtsanwälte**.

+++++

Berlin: Espresso-House, die bereits über 450 Coffee-shops in Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark und Deutschland betreibt, hat sich einen weiteren Standort in Berlin gesichert. Der neue Laden in der Friedrichstraße 230 / Ecke Hedemannstraße hat eine Fläche von ca. 190 qm. Neben dem großen Gastraum gibt es eine großzügige Terrasse. Für die Privateigentümer des Objekts war **Gruppe Immobilien** aus Berlin vermittelnd tätig.

Diese grundlegende Wertschätzung der Bürger für die Innenstädte sollte sich aus Sicht des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Handel, das bundesweit als branchenspezifische Anlaufstelle für kleine und mittlere Unternehmen gegründet wurde und das vor allem bei der Digitalisierung hilft, auch der **inhabergeführte Einzelhandel** zunutze machen. Da in den vergangenen Jahren die Frequenz in den Innenstädten spürbar zurückgegangen ist, es den innerstädtischen Einzelhändlern offenbar immer weniger gelungen ist, Besucher anzuziehen, stellt sich freilich die Frage, was schiefläuft und was der Einzelhandel besser machen muss?



Grüne Oase im Zentrum von Düsseldorf.

Foto: R. Vierbuchen

Die Stichworte heißen laut Kompetenzzentrum „Aufenthaltsqualität“ und „Bequemlichkeit“. Die Branche dürfe sich nicht nur auf ihr Angebot fokussieren, sie müsse sich mehr mit den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden und der Zielgruppen beschäftigen. Dies einseitige Ausrichtung auf das Warenangebot lässt sich auch an den vollgepackten Warenträgern ablesen, hinter denen im Handel offenbar die Überzeugung steht, viel Ware bedeute automatisch auch viel Umsatz.

Als geeignetes Hilfsmittel, um den Kunden zu verstehen, haben die Experten die „Visitor Journey“ identifiziert, die das Einkaufserlebnis der Kunden vom ersten Impuls für den Einkauf über die Informationssuche, den Besuch, das Angebot bis hin zur langfristigen Kundenbindung aufzeigt. Denn sie lege die Berührungspunkte offen und helfe dabei, ein besseres Verständnis für die verschiedenen Herausforderungen, die Schwachstellen und die Potenziale der Innenstadtbesucher zu erlangen.

Da die meisten volle Kleiderschränke haben und auch sonst mit Ware gut eingedeckt sind, ist es heute also wichtiger, die Emotionen der Besucher anzusprechen und mehr „Verweilimpulse“ zu setzen. Denn während sich der Einzelhandel bemüht, die Kunden mit einem großen Warenangebot auf der Fläche zu beeindrucken und zum Kauf zu verführen, schätzen diese laut Mittelstand 4.0 beim Einkaufsbummel auch „konsumfreie Verweilzonen“ im Geschäft und im öffentlichen Raum. Das sind Sitzmöglichkeiten und Aufenthaltszonen zum Austausch und für sozialen Kontakte.

Aber auch Veranstaltungen und regelmäßige Events erzeugen Emotionen bei den Besuchern und stärken die Bindung an die Innenstadt. Denn es geht heute weniger um Warenbeschaffung als vielmehr um das Erlebnis rund um den Einkauf. Dabei muss für den Einzelhandel künftig auch das Thema Kooperation mehr in den Vordergrund rücken. „Handelsunternehmen, die allein versuchen, die Attraktivität der Innenstadt zu steigern, scheitern meist“, heißt es im Infoblatt von Mittelstand 4.0: „Wenn sich aber Innenstadtakteure miteinander verknüpfen, um beispielsweise gemeinsame Veranstaltungen durchzuführen und sich gegenüber Entscheidungsträgern zu positionieren, dann können sie etwas verändern.“

Deals

JD Sports vergrößert Fläche im Centro

Der Multichannel-Retailer für Sports- und Streetwear **JD Sports** zieht innerhalb des **Westfield Centro** in Oberhausen um und eröffnet im Herbst 2022 auf rund 1 250 qm einen der größten Mega-Stores der Marke in Deutschland. Mit einem innovativen Konzept vergrößert das britische Einzelhandelsunternehmen seine Mietfläche um fast 900 qm. Die Übergabe der Fläche durch **Unibail-Rodamco-Westfield (URW)**, Eigentümer und Betreiber des Westfield Centro, ist bereits erfolgt. Kundinnen und Kunden erwartet an dem neuen Standort künftig ein auf Erlebnis, Lifestyle und Multichannel-Angebote ausgerichtetes Store-Konzept mit einem umfangreichen Marken- und Sortimentsmix, der bekannte Marken wie **Nike, adidas, Puma** und **The North Face** mit den starken Eigenmarken von JD Sports Pink Soda und Supply & Demand kombiniert.

+++++

Essen: Der Online-Supermarkt **Knuspr** kommt ins Ruhrgebiet und hat von **Greyfield** für einen weiteren Standort in Deutschland langfristig rd. 15 000 qm Hallen-, Büro- und Sozialflächen in Essen gemietet. Die Lager- und Logistikflächen sind ebenerdig andienbar und insbesondere für die Umsetzung von Last-Mile- und E-Mobility-Konzepten geeignet. Von Essen aus wird Knuspr das Ruhrgebiet beliefern. **BNP Paribas Real Estate** hat bei der Anmietung beraten.

Das leuchtet ein, reicht aber nicht, um die Innenstädte nachhaltig aufzuwerten, denn auch die Architektur der Geschäftshäuser und die Gestaltung des öffentlichen Raums mit Blumen und Bäumen und deren Pflege, sind für die Aufenthaltsqualität essenziell. Deshalb gehören auch Immobilieneigentümer, Kommunen und Bürger ins Team.

Zudem schätzen Kunden heute laut Infoblatt Mittelstand mehr Durchmischung in den Zentren, auch wenn der Einzelhandel fraglos den Schwerpunkt bilden soll. Die Bedeutung der Gastronomie wurde schon bei der IFH-Umfrage erwähnt. Zudem wünschen sich die Bürger Dienstleister, das Handwerk, Tourismus und Angebote für Freizeit, Bildung und Kultur in den Stadtzentren, berufen sich die Experten auf die Ergebnisse der Studie „Zukunft des Handels – Zukunft der Städte“.



Lübeck bietet viel Architektur und Gastronomie.

Bild: Fotolia

„Durch die Bildung von Netzwerken und Interessengemeinschaften können gemeinsame Projekte angestoßen werden, wie lokale Onlineplattformen, in denen auf Events, Öffnungszeiten und Angebote hingewiesen wird“, heißt es im Infoblatt weiter. Von den digitalen Apps, die dabei entstehen, würden nicht nur die Einzelhändler profitieren, sondern auch die Besucher und die Kommunen.

Entscheidend für das Gelingen solcher Gemeinschaftsprojekte – das belegen viele Beispiele wie Business Improvement Districts (BID) – immer wieder, ist eine Führungsperson, die die Fäden in der Hand behält und die einzelnen Akteure koordiniert. Mittelstand 4.0 empfiehlt deshalb die Ernennung eines **Handelskümmerers**, der die Meinung der **Interessengemeinschaft** vertritt und als Sprachrohr gegenüber Stadt und weiteren (politischen) Vertretern auftritt.

Mit Blick auf den Online-Handel und seine bequeme Lieferung frei Haus steht der stationäre Einzelhandel zudem vor der entscheidenden Frage, wie er das bei den Kunden so geschätzte Thema „Bequemlichkeit“ spielen und die Vorteile des realen Einzelhandels ausspielen kann. Mittelstand 4.0 sieht hier digitale Lösungen als hilfreich an wie die Sichtbarkeit im Internet, sodass die Kunden die Händler leicht finden können, die Möglichkeit, online einzusehen, ob die gesuchte Ware verfügbar ist oder das Angebot digitaler Gutscheine.

„Studien zeigen, dass die Verknüpfung und das Zusammenspiel von Online- und Offline-Kanälen, der sogenannte Omnichannel, zu Absatzsteigerung führt, weshalb vermehrt auch Onlinehändler wie **Zalando** stationäre Geschäfte eröffnen“, schreibt Mittelstand 4.0 weiter: „Denn noch immer liegt der Marktanteil im Einzelhandel der stationären Geschäfte bei knapp 88%, wie **der Online-Monitor** des **Handelsverbands Deutschland** zeigt.“ Zudem kann man im stationären Handel die Ware sehen, anfassen, ausprobieren und gleich mitnehmen. Auch das sind in der Welt des Online-Handels „Erlebnisse“.

Unternehmens News

Sascha Wilhelm erweitert Beteiligung an X+Bricks

Der **CEO** der **X+Bricks Group**, **Sascha Wilhelm**, baut seine Beteiligung an dem Unternehmen deutlich aus. Gemeinsam mit dem Investor, der **Custodia Trust Beteiligungs GmbH**, deren Eigentümer der Berliner Unternehmer und Investor **Harald Christ** ist, hat Sascha Wilhelm 100% der Anteile, die zuvor von der **SCP Group** sowie von mit der SCP Group verbundenen Unternehmen gehalten wurden, erworben. Die SCP Group hat ihr Investment vollständig beendet. Mit dem Ausstieg der SCP Group und den mit ihr verbundenen Unternehmen werden alle Positionen in den Aufsichtsgremien der X+bricks Group neu besetzt. Die vermögenden Privatinvestoren aus Westeuropa, die bereits an X+Bricks beteiligt sind, halten ihre Investition weiterhin.

Deals

Flensburg: **Comfort** hat mit dem Geschäftshaus Holm 54 in Flensburg ein weiteres Objekt in der Innenstadt an einen norddeutschen Privatinvestor vermittelt. Alleinmieter der Immobilie mit einer Mietfläche von 250 qm ist die Firma **Brillen Raub Akustik**. Die erneute Vermittlung in Flensburg verdeutlicht, dass die Assetklasse Highstreet auch in der aktuellen Situation gefragt ist und auf Basis einer nachhaltigen Mietsituation Käufer und Verkäufer sehr wohl zusammenfinden, ist Comfort überzeugt.

Passantenfrequenz-Messung

Erfahrung aus Kopenhagen gibt Hoffnung

HIR DÜSSELDORF. Die Zwangsschließungen im Einzelhandel und in den Gastronomie-Betrieben haben dem Online-Handel zusätzliche Wachstumsimpulse verschafft und die Frequenz in den typischen Einkaufslagen spürbar sinken lassen. Vor diesem Hintergrund treibt die Städte und die Einzelhändler die wichtige Frage um, ob das auch so weitergeht, wenn die Pandemie abgeflaut ist. An einer Antwort darauf hat sich das Startup-Unternehmen **Hystreet.com**, das seit 2018 rund um die Uhr und an 365 Tagen mit Laserscannern Passantenfrequenzen in Echtzeit misst, versucht.

Dabei nimmt das Kölner Unternehmen Bezug auf seine Frequenzmessungen am 5. Februar dieses Jahres in der **Innenstadt von Kopenhagen**. Denn das war der erste Samstag nach Aufhebung aller Corona-Beschränkungen in Dänemark, wie **Hystreet.com** erläutert. Und das Ergebnis der Frequenzmessungen fiel deutlich aus. An dem Samstag seien in der Kopenhagener Innenstadt etwa 45% mehr Menschen unterwegs gewesen als an den bisherigen, von Beschränkungen geprägten Samstagen dieses Jahres.



Werden die Straßen bald wieder so voll sein?

Foto: Hystreet.com

Dies bekräftigt nach Unternehmensangaben die jüngst in einer Analyse veröffentlichte Einschätzung, dass sich auch die deutschen Innenstädte mit zunehmenden Lockerungen der Corona-Maßnahmen deutlich beleben werden. In Kopenhagen hat das Start-up, das hierzulande Marktführer für Passantenfrequenz-Messungen ist, mittels fest installierter datenschutzkonformer Laserscanner rund um die Uhr die Zahl der Passanten erfasst.

„Natürlich müssen wir abwarten, ob sich dieser Effekt dauerhaft hält oder ob er der Euphorie der Däninnen und Dänen über ihre wiedergewonnene Freiheit geschuldet war“, räumt **Hystreet.com-Geschäftsführer Julian Aengenvoort** mit Blick auf die in Kopenhagen gemessenen Besucherströme ein: Doch weist er auch darauf hin, dass die Analyse der Passantenfrequenzen aus den Jahren 2019 bis 2021 im Zusammenhang mit der Pandemieentwicklung deutlich zeigen, dass die Menschen nach dem Ende eines Lockdowns oder im Zuge der Lockerungen der behördlichen Maßnahmen doch recht schnell wieder in die Cities zurückgekehrt sind.

Zudem sieht er die Schlussfolgerung des Unternehmens aus seinen Analysen, dass die Innenstädte erstaunlich widerstandsfähig sind, „durch den sehr starken Anstieg

Deals

Leipzig: Die **Telekom** wird in der Leipziger Innenstadt einen neuen Telekom Shop eröffnen und mietete dafür gut 510 qm Einzelhandelsfläche in der Grimmaischen Straße 25. Der neue Flagship-Store soll im Juli 2022 eröffnen. Vormieter war **Douglas**. Beraten wurde die **GMG Generalmietgesellschaft mbH**, welche die Fläche für die Telekom angemietet hat, vom Leipziger Retail Advisory-Team von **BNP Paribas Real Estate**.

+++++

München: Das dänische Einzelhandelsunternehmen **Søstrene Grene** hat ein Ladenlokal an der Sendlinger Straße 37 in München mit einer Verkaufsfläche von rund 310 qm gemietet. **Realkon** vermittelte. Søstrene Grene hat die zuvor durch **KARE** genutzte Fläche in der Münchner City am 25. März eröffnet und bietet an dieser Stelle nun Wohnaccessoires, Küchenzubehör, Geschenkartikel, Schreibwaren und Kleinmöbel im skandinavischen Design an. Vermieter ist ein Family Office aus München. Realkon beriet den Vermieter und den Mieter.

+++++

Wunstorf: Comfort hat das Wohn- und Geschäftshaus Lange Straße 36 in Wunstorf mit einer Mietfläche von 310 qm an einen namhaften norddeutschen Privatinvestor vermittelt. Hauptmieter der Immobilie ist **Apollo Optik** auf ca. 200 qm. Verkäufer ist eine Gesellschaft aus dem Verbund der **Kristensen Invest GmbH**, Delmenhorst.

der Passantenfrequenzen in Dänemark nach der Aufhebung aller Corona-Beschränkungen und -Maßnahmen“ bestätigt. Für Aengenvoort ist dies auch ein sehr gutes Signal für die deutschen Innenstädte und den hiesigen stationären Einzelhandel.

Zum Hintergrund: Um den Zusammenhang zwischen der Covid 19-Pandemie und den Passantenfrequenzen aufzuzeigen, hatte Hystreet.com die Besucherzahlen in den Jahren 2019 bis 2021 in 20 ausgewählten Städten mit Blick auf die jeweiligen Kontaktbeschränkungen analysiert und festgestellt, dass sich die deutschen Innenstädte während des Verlaufs der Pandemie resilient entwickelt haben.

Zwar liegen die Zahlen in Deutschland aktuell noch unter dem Median von 2019, was unter anderem auf den fehlenden internationalen Tourismus zurückzuführen ist. Doch zeigt die Hystreet.com-Analyse auch, dass sich die Menschen in Deutschland bei steigenden Infektionszahlen verantwortungsvoll verhalten, die Notwendigkeit der Maßnahmen und Beschränkungen akzeptieren und sich im Laufe der Pandemie daran gewöhnt haben.

Hystreet.com ist das Start-up der **AC+X-Strategic Investment**, einem Tochterunternehmen der **Aachener Grundvermögen Kapitalverwaltungsgesellschaft**. Das Unternehmen misst aktuell an 188 Standorten in insgesamt 83 Städten – überwiegend in Deutschland, aber auch im benachbarten Ausland. Dabei kooperiert Hystreet.com bundes- und europaweit in Metropolen und Kleinstädten mit Kommunen, Wirtschaftsförderungen, Stadtmarketingorganisationen, Einzelhändlern und Immobilieneigentümern. Hystreet.com ist nach eigenen Angaben die größte Plattform für valide und transparente Passantenfrequenz-Daten und baut sein Netzwerk gemeinsam mit Partnern sehr dynamisch aus.

Hilfsaktion der GRR Group für die Ukraine

Die **GRR Group** hat eine spontane Hilfsaktion für die Ukraine durchgeführt, an der sich alle Beschäftigten mit Sachspenden beteiligen konnten. Das Unternehmen spendete zudem 4 500 Euro, u.a. für den Transport an die polnisch-ukrainische Grenze. „Die Ukraine ist uns als Nürnberger Unternehmen sehr nahe, unsere Partnerstadt Charkiv wird seit drei Wochen von der russischen Armee angegriffen. Es war uns eine Herzensangelegenheit, den Menschen in der Ukraine zu helfen,“ erklärt **Martin Führlein, Vorstand** der GRR Group.

In einer kurzfristig organisierten Aktion wurden Schlafsäcke, Isomatten, Batterien, Erste-Hilfe-Kästen, Verbandszeug, Verlängerungskabel, Medikamente, Thermokleidung, Hygieneartikel und Babyartikel gesammelt. Die zahlreichen Spenden wurden erfasst und von fleißigen Helfern versandbereit gemacht. Außerdem wurden lang haltbare Lebensmittel und dringend benötigte Sachgüter im Fachhandel besorgt. In vier Einkaufstouren wurden etwa 13 Einkaufswagen randvoll gefüllt.

Ein für diese Aktion gemieteter 3,5 t Transporter wurde nach jeder Einkaufsrunde beladen. Nachdem die Lebensmittel sicher verstaut waren, wurden die Sachspenden zugeladen. Die beiden GRR-Mitarbeiter, die sich als Fahrer zur Verfügung stellten – darunter **Vorstand und Geschäftsführer Andreas Freier** – brachen Mitte März frühmorgens in Richtung Medyka in Polen auf und kamen dort gegen 17 Uhr an. Das polnische Dorf Medyka im Karpatenvorland liegt dicht an der ukrainischen Grenze. Anlaufstelle war eine Schule, deren Turnhalle zurzeit als Lager dient. Von hier aus werden Sachspenden in die Ukraine gebracht.

Deals

DI-Gruppe erneuert Rathaus Center Pankow

Die **Deutsche Immobilien-Gruppe (DI-Gruppe)** investiert gut 12 Mio. Euro in die Erweiterung und Erneue-



rung ihres Einkaufszentrums **Rathaus Center Pankow**. So wird ein Erweiterungsbau errichtet, der etwa 2 100 qm oder 7% neue Flächen schafft. Hinzu kommt ein umfassendes Refurbishment der Mall- und der Zugangsbereiche. Dazu gehören die Überarbeitung der Decken und Loungebereiche, ein modernes Beleuchtungskonzept, ein überarbeitetes Wegeleitsystem und aufgewertete Bereiche vor den Aufzügen. Während das Refurbishment Ende des Jahres abgeschlossen werden soll, ist die Übergabe der Flächen im Erweiterungsbau an die Mieter für Anfang 2023 geplant. Dort wird u.a. **Rossmann** mit einer von rd. 700 qm auf rd. 1.000 qm vergrößerten Filiale vertreten sein. **Deichmann** nutzte die Arbeiten im Einkaufszentrum für den Neubau eines modernen Ladens an gleicher Stelle mit 525 qm, der bereits Ende März eröffnet wurde. Und im April werden mit dem inhabergeführten Modegeschäft **Mila Moda** auf 85 qm sowie mit dem Bubbletea-Laden **Bobalisk** auf 86 qm zwei neue Mieter ihre Geschäfte im Erdgeschoss eröffnen.

GPEP GmbH

Die Marktposition deutlich verbessert

rv DÜSSELDORF. Die Geschäftsführung des Asset- und Investmentmanagers GPEP GmbH aus Limburg ist mit der Bilanz für das Jahr 2021 sehr zufrieden: Vor allem zwei namhafte Portfolio-Transaktionen für institutionelle Immobilienvermögen mit einerseits 51 Lebensmittelmärkten und Fachmarktzentren sowie andererseits 35 Lebensmitteldiscountern und Vollsortimentern, ließen – neben weiteren Off-Market-Deals – das Transaktionsvolumen im vergangenen Jahr auf etwa 650 Mio. Euro ansteigen.

Wichtig war dabei für den Geschäftsführer der GPEP GmbH, Marcel Fuhr, dass der Asset- und Investmentmanager für institutionelle Immobilienvermögen dabei als Organisation reibungslos mitgewachsen ist. Dadurch sei es möglich gewesen, das höhere Investmentvolumen von Anfang an „effizient und wertsteigernd“ zu managen. Mit den beiden großen Portfolios kamen 144 000 qm bzw. 66 000 qm hinzu, so dass die verwaltete Mietfläche auf über 1 Mio. qm in über 450 Handelsimmobilien mit Schwerpunkt Lebensmittel gewachsen ist. 2021 hat die GPEP nach seinen Worten eine führende Rolle im Retail-Investmentmarkt eingenommen und ihre Marktposition deutlich verbessern können.

Im Einzelnen bietet die Limburger Immobilienmanagementgesellschaft für institutionelle Investoren und Family Offices Dienstleistungen über die gesamte Wertschöpfungskette wie Akquisitions- und Transaktionsmanagement, Finanzierung, Research, Fondsmanagement, Asset Management, Property Management, Risikomanagement und den Verkauf. Unter anderem durch die Großtransaktionen erhöhte sich das Volumen der „Assets under Management“ von 1,2 Mrd. Euro Ende 2020 auf rund 1,9 Mrd. Euro Ende 2021. Die Vermietungsquote des Gesamtportfolios liegt bei etwa 98%, was aus Sicht der GPEP-Geschäftsführung die Qualität der verwalteten Immobilien und die Kompetenz in punkto Asset-Management unterstreiche.



Wie GPEP-Geschäftsführer Jörn Burghardt, ergänzt, will das Unternehmen auch 2022 ambitioniert weiterwachsen und das verwaltete Immobilienvermögen um mehr als 300 Mio. Euro auf deutlich über 2 Mrd. Euro ausbauen: „Um dies zu erreichen, planen wir im Jahresverlauf mit unserer GPEP Investment GmbH die Auflage neuer institutioneller Immobilienfonds“, gibt Burghardt die Richtung vor. Nicht zuletzt auch deshalb sucht das Unternehmen nach den Worten

von Geschäftsführer Fuhr weiterhin qualifizierte Mitarbeiter wie Asset-, Property- und Transaktionsmanager.

Bei der Organisation will das Unternehmen nach den Worten von GPEP-Geschäftsführer Herwart Reip seine „hohen Standards“ bei den Arbeitsprozessen, beim Controlling und beim Reporting weiter optimieren. Im Zeichen von Klimawandel und Umweltschutz wird das Limburger Unternehmen zudem den Fokus darauf richten, „Strategien zur weiteren Verbesserung der ESG-Performance unserer Immobilien zu entwickeln und gemeinsam mit unseren Investoren umzusetzen“, wie Reip bekräftigt.



Deals

Values überführt „Rosi“ in den Values-BVK-Fonds

Der Projektentwickler und Investor Values Real Estate überführt seinen Neubau in



der Rosenthaler Straße 43-45 in Berlin in den für die Bayerische Versorgungskammer (BVK) aufgelegten BVK VALUES Immobilienfonds-CBD. Values wird das dreiteilige, siebengeschossige Objekt „Rosi“ mit rund 10 000 qm Mietfläche weiterhin managen. Das Closing erfolgte zum 11. März 2022. Herzstück ist ein Apple-Store, der Anfang Dezember gegenüber von den Hackeschen Höfen eröffnet hat. Weitere Ankermieter sind ein H&M Home Flagship-Store und ein Vodafone Shop, die beide im Frühjahr eröffnen werden. In dem Mischobjekt übernehmen Edeka und Rossmann auf fast 2 000 qm die Nahversorgung. In den Obergeschossen bietet der internationale Co-Working-Betreiber WeWork Unternehmen und Mitgliedern rd. 500 Arbeitsplätze mit leistungsfähigem Internet an. Zudem gibt es 45 hochwertige Mietwohnungen. Die ersten Mieter sind bereits eingezogen. Values wurde beraten von McDermott Will & Emery Rechtsanwälte Steuerberater LLP, SHS Audit Wiesbaden, Docutores Völschau Steuerberater und Cushman & Wakefield Project & Development Services.

Kanalübergreifendes Einkaufen

Viel Frustranzpotenzial bei Click & Collect

rv DÜSSELDORF. Der Online-Handel wird weiter wachsen. Zwischen 2021 und 2025 erwartet Statista ein jährliches Umsatzplus von durchschnittlich 5,67%. Angetrieben von den Shutdowns zur Pandemie-Bekämpfung entwickeln sich auch Multi- und Omnichannel-Strategien weiter. In diesem Umfeld passt sich die eCommerce-Branche schnell an die Bedürfnisse der Verbraucher an und stellt sich kundenzentrierter auf. Die Kehrseite der Medaille ist aber: Es gibt auch viel Frust.

Mit der Frage, was beim **kanalübergreifenden Einkaufen** am meisten frustriert, befasste sich deshalb auch das Beratungsunternehmen **Elaboratum** in seiner Studie **Shopping Frustrationsbarometer**. Dafür wurden Kunden zum zweiten Mal gefragt, was sie beim Online-Shopping am meisten aufregt und die Antworten wurden mit den Einschätzungen der Einzelhändler verglichen.



Um auf die aktuellen Shopping-Trends aus der Corona-Pandemie einzugehen, haben die Forscher das „Frustrationsbarometer“ um aktuelle Elemente wie „Click and Collect“ erweitert. Wie sich dabei zeigte, liegt ein besonders hohes Frustranzpotenzial in der Verzahnung von **Online- und Offline-Service**, so dass eben bei Click & Collect das Frustrationspotenzial mit einem Wert von 53% auf Anhieb den Spitzenplatz erreicht – neben dem Ärger über einen kundenunfreundlichen Retouren-Prozess mit gleichfalls 53%. Es ist vor allem die mangelnde Einhaltung von Lieferzeiten bei der Auslieferung der online bestellten Ware, die besonders für Ärger sorgt.

Über unübersichtliche Kontaktmöglichkeiten regen sich 50% der Befragten auf. Unverständnis herrscht bei knapp der Hälfte (49%) auch darüber, dass Online-Angebote im Geschäft vor Ort nicht gelten oder gar nicht angeboten werden. Über unzureichende Kontaktpunkte für Kundeninformationen ärgern sich laut Elaboratum-Umfrage 41% der Befragten.

In der Liste finden sich zudem Klagen über die unzureichende Information über die stationäre Verfügbarkeit der Ware (39%), Unzureichende Information über stationäres Serviceangebot (36%), keine Bewertungen zur Servicequalität des Online-Shops (34%) und auch nicht-verifizierte Kundenbewertungen sind für ein Drittel der Befragten ein Aufreger-Thema sowie die fehlende Bewertung von Produkterfahrungen.

Dabei zeigt der Blick auf die Liste laut Elaboratum-Studie aber auch, dass im stationären-Handel deutlich mehr Frustrationspotenzial lauert. So schneidet der reale Handel bei der Frage nach dem grundsätzlichen Frustrationslevel bei Käufern schlechter ab. Denn nur 50% der Befragten bezeichnen ihre Erfahrung im stationären Handel als nicht frustrierend, gegenüber den 70%, die im Online-Shopping nicht frustriert sind. Und 13% sind „eher unzufrieden“ beim Kauf im realen Geschäft, beim Kauf im Internet sind es nur 8%. ►

Deals

Leipzig: Der Biosupermarkt Filialisten **Bio Company** hat ein Ladenlokal im Geschäftshaus Nikolaistraße 27-29 für seine erste Filiale in Leipzig gemietet. **Comfort** vermittelte. Das Unternehmen konnte sich auf diese Weise eine Mietfläche in der 1A-Lage der Leipziger Innenstadt mit mehr als 500 qm sichern. Der Vermieter der Fläche in dem als Zeppelinhaus bekannten Objekt an der Nikolaistraße ist ein Privateigentümer aus Österreich. Das denkmalgeschützte Gebäude wurde in den Jahren 1911/12 errichtet und 1990 kernsaniert.

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.

Allerdings liegt hier auch das Problem, dass der stationäre Einzelhandel in seine etablierten Abläufe einen weiteren Vertriebsweg, den Versandhandel, integrieren muss. Das sind zwei grundverschiedene Absatzkanäle und Arbeitsabläufe. Der Alltag eines stationären Einzelhändlers ist gekennzeichnet von der Sechs-Tage-Woche, auf die noch ein Versandhandel draufgesattelt werden muss. Einfach ist das nicht. Und dass es hier Reibungsverluste gibt, liegt auf der Hand. Der Online-Händler kann sich dagegen auf sein digitales Versandgeschäft – also einen homogenen Absatz-Kanal – konzentrieren. Anders sieht es aus, wenn er auch stationäre Geschäfte eröffnet.

**Zwischen den Absatzkanälen.**

Bild: Fotolia

Eine weitere Erklärung ist der **Zeitaufwand**, der mit dem stationären Einkauf bzw. dem erfolglosen Gang ins Geschäft verbunden ist. „Während wir beim Online-Shopping entspannt auf unserem Sofa sitzen können, nehmen wir beim stationären Shopping einen größeren Aufwand in Kauf“, so die Forscher und geben zu bedenken, dass der Verlust von Zeit die Menschen mehr schmerzt als Gewinne sie erfreuen. Dieses unbewusste Verhaltensmuster sei aber nur eine Erklärung für das höhere Frustrationsniveau beim stationären Einkauf.

Eine weitere Erklärung ist, dass Dinge, die dem Käufer schon gehören, als wertvoller eingeschätzt werden als das, was noch nicht bezahlt wurde. Dieses Phänomen wirkt sich bei Click & Collect aus. Hier haben die Käufer die Ware bereits bezahlt. Daraus leiten die Forscher ab, dass die Kunden besonders genervt sind, wenn die Ware dann nicht pünktlich zum Abholen bereit liegt.

Da die stationären Einzelhändler keinesfalls die Absicht haben, ihre Kunden zu verärgern, hat Elaboratum in seiner Studie Tipps ausgearbeitet, wie solche Probleme abgestellt werden können. Bei Click & Collect empfehlen die Forscher ein „engmaschiges digitales Update über die Ware“, um so Transparenz zu schaffen und zu verhindern, dass sich die Käufer vergeblich auf den Weg ins Geschäft machen. Dadurch entsteht die „Illusion of Control“. Denn gerade in Zeiten von hohen

Bestellaufkommen und Lieferengpässen lassen sich solche Verzögerungen nicht vermeiden.

Beim Thema Kontaktmöglichkeiten resp. unübersichtliche Kontaktmöglichkeiten empfehlen die Experten im **Online-Handel**, wo ein persönliches Kontaktangebot kostspielig ist, viele Fragen thematisch so auf der Seite zu platzieren, dass sie leicht zu finden sind. Dabei empfehlen sie, auf ein unbewusstes Verhaltensmuster zu setzen und ein Foto von einer Person so zu platzieren, dass diese in die Richtung der viel gesuchten Informationen schaut. Das lenkt auch die Aufmerksamkeit der Webseitenbesucher in die richtige Richtung.

Beim wichtigen Thema Vermeidung von kundenunfreundlichen Retouren-Prozessen schlägt Elaboratum vor, die Retourenquote mit unbewussten Verhaltensmustern zu senken und so die Verärgerung gleich im Keim zu ersticken. Das gilt vor allem im Online-Handel. Denn knapp zwei Drittel (63%) der Menschen mit Präferenz für den Online-Kauf wünschen sich kundenfreundliche Retouren-Prozesse und 58% würden einen Kauf abbrechen, wenn die Rückgabe der Ware nicht bequem funktioniert. Bei den bevorzugten Käufen im stationären Laden ist die Quote mit 47% niedriger, allerdings ist das Thema hier auch nicht so ausgeprägt, wie im Online-Handel.

Konkret haben die Experten in einer großangelegten Studie herausgefunden, dass die Wahrscheinlichkeit des Rückversands sinkt, wenn die Händler darauf hinweisen, wie viel Zeit die Retoure kostet. „Im Idealfall werden mit Hilfe von guten Größenberatern von Beginn an Auswahlbestellungen in mehreren Größen vermieden“, heißt es in der Studie: „Zudem können Händler Cross-Channel-Retouren ermöglichen.“

Es ist wichtig, regelmäßig die „Kundenbrille“ aufzusetzen

Beim Aufreger-Thema „Online-Angebote sind im stationären Geschäft nicht gültig oder erhältlich“, was nicht selten dazu führt, dass der Kauf generell abgebrochen wird, empfehlen die Experten, auf Transparenz zu setzen. Da es manchmal Gründe für diese Angebotsabweichungen gibt, sollte die Exklusivität des konkreten Angebots „wertschätzend und offen kommuniziert werden“. Liegen den Kunden alle wichtigen Informationen vor, haben sie das Gefühl, frei entscheiden zu können. Das hebt die Laune.

Das Positive am Prozess der Frustrationsbeseitigung ist laut Studie, dass die Einzelhändler realistisch einschätzen können, was ihre Kunden frustriert. „Wenn sie sich regelmäßig die Kundenbrille aufsetzen und einige Tipps beherzigen, haben sie gute Chancen, das Frustrationslevel zu senken“, heißt es im Fazit.