

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

plötzlich und erwartet findet sich Deutschland in einer Rezession wieder. Hatte das Statistische Bundesamt in seiner Schnellmeldung Ende April noch berechnet, dass Deutschland im ersten Quartal 2023 mit einem Wachstum von 0,0% gerade so an einer Rezession vorbeikommt, nachdem das Bruttoinlandsprodukt (BIP) im vierten Quartal 2022 schon um 0,5% geschrumpft war, zeigen die genauen Berechnungen, dass die Wirtschaft um weitere 0,3% geschrumpft ist.

Vor allem der private Konsum, der gut 50% zum BIP beiträgt, nach Feststellung des Statistischen Bundesamtes im ersten Quartal um 1,2% gesunken. Hinzu kommt, dass die staatlichen Konsumausgaben, die durch Corona-bedingte Ausgaben wie Tests und Impfaktionen zusätzlich gestiegen waren, um 5,4% zurückgegangen sind.

Das versetzt dem zuletzt wieder aufkeimenden Optimismus, dass die Krise nach Bewältigung der Energieengpässe schnell überwunden werden kann, zweifellos einen Dämpfer. Auch die Hoffnung der Bundesregierung, dass die deutsche Wirtschaft 2023 um 0,4% wachsen wird, könnte sich als zu optimistisch erweisen. Doch nach zehn Jahren Aufschwung in Deutschland, der durch die unangemessene Niedrig- und Nullzinspolitik der Europäischen Zentralbank künstlich befeuert wurde, fällt es vielen Akteuren immer noch schwer, zu glauben, dass die vielschichtigen Krisen die Bedingungen der Wirtschaft grundlegend verändern – und dass Niedrigzinsen nicht die Normalität sind.

Dass Deutschland vor mehr als zehn Jahren relativ schnell aus der Finanzkrise herausgekommen war, prägt auch heute noch die Erwartungshaltung und den Glauben an die vermeintliche Stärke des Landes. Doch der Reformstau ist erheblich und der extreme Föderalismus wirkt lähmend – wie etwa beim Baurecht abzulesen ist, über das hierzulande 16 Bundesländer bestimmen. Das macht es fast unmöglich, drängende Probleme wie den Wohnungsbau zügig zu lösen.

Verschärft durch die steigenden Zinsen und Baukosten bewegt sich hier fast nichts. Zwar stellt sich Bundesbauministerin Klara Geywitz dem Thema in der Öffentlichkeit, doch aktiv gestalten kann sie wenig. Auch beim Thema Geldwäsche, das den Wohnimmobilienmarkt zusätzlich belastet, geht wenig voran. Knapp 300 000 Verdachtsfälle auf Geldwäsche wurden der Financial Intelligence Unit (FIU) in Köln allein 2021 gemeldet. Dass solche Aktionen Kaufpreise und Mieten zulasten der Mieter in die Höhe treiben, liegt auf der Hand.

Doch statt konsequent Abhilfe zu schaffen, beschränkt sich der Staat darauf, die Probleme mit mehr Wohnungsbau lösen zu wollen, indem er den Bau von jährlich 400 000 Wohnungen ins Schaufenster stellt – die derzeit aber gar nicht realisierbar sind. Solange Deutschland weltweit als Paradies für Geldwäscher gilt, sind grundlegende Problemlösungen schwer realisierbar.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin



Nr. 397 vom 02.06.2023

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Netzwerk Innenstadt: Machgeschichten für Begegnungsräume	2
Das Interview: Fehler kann man sich kaum noch leisten	6
GRAI Europa: Einzelhandel und Arbeitsmarkt fungieren als Treiber	8
Projektentwicklungsmarkt: Weniger Planungen, viele Verzögerungen	12
Hanseviertel: Auf der Zielgerade zu neuen Ufern	14
Innenstadt-Befragung München: Das Nadelöhr bleibt die Erreichbarkeit	16
Ceconomy AG: Das stationäre Geschäft wächst deutlich	19
Insolvenzwellen: Politik trägt großen Teil der Verantwortung	20
Impressum	21

Partner des HandelsimmobilienReport





Viel Flair in der Altstadt von Recklinghausen. Foto: Stadt Recklinghausen

Netzwerk Innenstadt 2023

„Machgeschichten“ für Begegnungsräume

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nachdem sich das Netzwerk Innenstadt NRW im vergangenen Jahr unter dem Motto „resiliente Innenstadt“ mit der Frage befasst hat, wie Deutschlands Innenstädte krisenfester gemacht werden können – gegen Verödung und die Folgen des Klimawandels – stand die Tagung in Aachen in diesem Jahr unter dem „denglischen“ Motto „Machen is possible“ – denn die Umsetzung von Ideen ist das Ziel.

Nach den Worten von **Landesbauministerin Ina Scharrenbach** gibt es bei der Umgestaltung der Innenstädte weniger ein „Erkenntnisproblem“ als vielmehr ein „Umsetzungsproblem“, wie sie in ihrem Vortrag „Innenstadt machen: Perspektiven für die Zukunft“ anmerkte. Dabei geht es aus ihrer Sicht maßgeblich darum, neue Wege zu gehen, um auf dieser Basis auch neue Ideen zu entwickeln.

Nach Einschätzung von **Bernadette Spinnen, Vorsitzende der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.**, geht es um nicht weniger als darum, alles neu zu denken und Lösungen auf einer neuen Ebene zu erfinden. Denn am Punkt der Transformation der Innenstädte, an dem die Stadtentwicklung angeht, gibt es für Lösungen keine Blaupausen. Deshalb sei es wichtig, Vorbilder zu suchen. Bei dieser Erzählung von der innerstädtischen Zukunft kommt es nach den Worten von **Frauke Burgdorff, Stadtbaurätin der Stadt Aachen**, darauf an, die Menschen hinter einer Idee zu finden – spricht: die Bürger mitzunehmen.

So standen bei der **Tagung Innenstadt NRW 2023** des **Netzwerks Innenstadt** in Aachen, die vom **NRW-Bauministerium** unterstützt wird, nach den Worten von **Moderator Tom Hegemann**, viele vorbildliche „Machergeschichten“ im Mittelpunkt, die den innerstädtischen Akteuren Mut machen sollen. Wie **Professorin Ulrike Mansfeld** von der **Hochschule Bremen** in ihrem Keynote-Vortrag „Die Innenstadt – Funktionsort und Sehnsuchtsraum“ darlegte, geht es dabei um die Stadt als Begegnungsort, an den die Menschen früher kamen, um ihr Bedürfnis nach sozialen Kontakten befriedigen zu können.

Dabei sieht Professorin Mansfeld gerade die Hochschulen mit ihren vielen kreativen Studenten als wichtige Institution, um für die Gestaltung der Innenstädte als Begegnungsorte neue Konzepte zu erarbeiten. Ein Beispiel in der Hansestadt Bremen ist

Marktbericht

Immobilienklima trübt sich im Mai wieder ein

Nach der kurzen Erholung im April erleidet das **Deutsche Hypo Immobilienklima** im Mai einen erneuten Rückschlag. Der Index sank um 4,9% auf nun 70,1 Punkte. Getrieben wird der Rückgang durch das **Ertagsklima**, das gegenüber Mai um 6,4% auf 90,2 Punkte sank. Das **Investmentklima** ging um 2,6% auf 51,3 Punkte zurück. Unter den Asset-Klassen verzeichneten das **Handels- und Büroklima** mit 7,0% auf

12. DEUTSCHER
LOGISTIK
IMMOBILIEN
KONGRESS
14. + 15. JUNI 2023 | DUISBURG
heuer-dialog.de/11413
Gastgeber des Abends: duisport
Veranstalter: HEUER DIALOG

50,2 Punkte bzw. 8,3% auf 59,5 Punkte die höchsten Rückgänge. Auch das **Logistiklima** fällt um 4,2% auf 101,0 Punkte – einen vergleichsweise niedrigen Wert wie der Index zuletzt im September 2012 auf. Zwei Assetklassen verzeichnen dagegen eine konstante Entwicklung: Das **Hotellklima** geht nur um 0,8% auf 80,7 Punkte zurück, während das **Wohnklima** mit 102,1 Punkten nahezu stabil bleibt.

die **Bremer Teestunde** mitten in der City, die mit ihren Angeboten Made in Bremen von heimischen Produzenten für Lokal-Kolorit sorgt. Oder die **Markthalle Acht**, die mit ihrem Streetfood-Angebot und ihren Musikdarbietungen als Begegnungsstätte im Trend liegt.

Die Eröffnung der Markthalle hat laut Ulrike Mansfeld zudem den Vorteil, dass die Stadt Bremen so gezwungen war, auch den öffentlichen Raum im Umfeld aufzuwerten. Und die **Urbanen Pioniere AAA** kümmern sich um das zentrale Thema Leerstand in der Bremer City und sorgen mit ihrem umfangreichen Wissen für Zwischennutzungen. Bei solchen Projekten mit möglichst vielen Akteuren zusammenzuarbeiten, um eine breite Resonanz zu erreichen, ist nach ihren Worten zwar mühsam, aber es ist möglich.

Über den erfolgreichen Umbau und die Umnutzung der im Mai 2016 geschlossenen **Karstadt-Filiale** in der Altstadt von Recklinghausen berichtete **Georg Gabriel, stellvertretender Fachbereichsleiter Wirtschaftsförderung, Standortmanagement und Stadtmarketing** von Recklinghausen (siehe Handelsimmobilien Report Nr. 396 vom 17.5.2023 und www.hi-report.de). Die städtebauliche Idee hinter dem Projekt war die Stadtreparatur in dieser Innenstadt-Lage, indem

das Gebäude von 1930 im Sinne der neuen Nutzungen umgebaut und die äußere Architektur stilgetreu aufgewertet wurde. Bevor mit dem Bau begonnen werden konnte, wurde der Standort mit Veranstaltungen und einer attraktiven Gestaltung der Schaufenster lebendig gehalten.

Dass das Gebäude als Mischobjekt mit betreutem Wohnen, Büros, Praxen, Einzelhandel im Erdgeschoss und einem Hotel wieder eine Zukunft hat, ist dem Engagement von **Gerd Rainer Scholze**, dem **Gründer** der Düsseldorfer **AIP-Unternehmensgruppe**, zu verdanken. Prompt kam aus dem Kreis der Zuhörer die Frage, wo man jemanden wie Gerd Rainer Scholze finden könne. Aber auch das Engagement der Stadt Recklinghausen hat das Projekt laut Gabriel gefördert. So lag die Baugenehmigung exakt ein Jahr nach der Schließung vor. Und bei dem spektakulären Kindergarten mit Spielflächen auf dem Dach, der vom **Diakonischen Werk** betrieben wird, fungiert die Stadt als Ankermieter, was für die Reputation des Objekts sehr wichtig war.

Aus dem Projekt **„Die gute Stube Altstadt Recklinghausen“**, das sich mit der Leerstands-Bekämpfung und der Aufwertung des Quartiers unter Einbeziehung aller Marktakteure befasst, weiß Gabriel, wie wichtig die

MEHR KNOW-HOW.
MEHR POWER.
MEHR ERFOLG.



Refurbishment ist Teamplay.

Die MEC macht Handelsimmobilien fit für den dauerhaften Investitionserfolg. Bei unseren ganzheitlichen Refurbishments schauen wir genau hin, entwickeln individuelle Erfolgsstrategien und setzen eine professionelle Modernisierung von Handelsstandorten zuverlässig um – von der Konzeption über die Realisierung bis hin zum wertsteigernden Regelbetrieb.

Das nennen wir: Fit for future.



mec-cm.com



Institution eines **Quartiersmanagers** ist. Dass in dem Quartier zuletzt 43 Mietverträge abgeschlossen werden konnten, führt er darauf zurück, dass die Interessenten in ihm einen Ansprechpartner hatten. „Innenstädte brauchen ein aktives Management“, lautet sein Resümee, deshalb sollte eine solche Funktion auch in Zukunft finanziell unterstützt werden.

Anders waren die Anforderung bei der „**Machgeschichte in Wolfsburg**“ gelagert. Hier ging es nach den Worten von **Josephine Stein, Leiterin Handel und Zentren** bei der **WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH**, um die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, die im Wesentlichen aus der Porschestraße mit den drei Teilabschnitten Nord, Mitte und Süd besteht. Viel Zeit für die Umsetzung gab es nicht. Dabei ging es im ersten Schritt darum, die Straße in einer Studie genau aus dem Blickwinkel der Menschen zu betrachten und zu erfassen, was diese sich wünschen, wie der Raum auf sie wirkt und wie sie sich in der Straße bewegen.

Wichtig ist der Blickwinkel der Bürger

Im Ergebnis ging es laut **Nico Albrecht**, im **Geschäftsbereich Grün, Abteilung Planen und Bauen der Stadt Wolfsburg**, darum, mehr Qualität durch Sitz- und Ruhezonen in die Porschestraße zu bringen und mehr Anlässe wie mobile Spielangebote



Das modernisierte Karstadt-Haus.

Foto: AIP

anzubieten, damit wieder mehr Menschen in die Innenstadt kommen. In der gut besuchten Porschestraße Süd mit ihren Kulturangeboten wurden auffällige Sitzgelegenheiten und mobile Pflanzen-Container aufgestellt, damit die Besucher einen Anlass haben, länger zu bleiben.

In der Porschestraße Mitte, der Einkaufslage von Wolfsburg, die vor allem in der Mittagspause besucht wird, wurde der Gastronomiebereich unterstützt,

beispielsweise indem auch hier mehr bepflanzte Container aufgestellt wurden. Vor allem aber in der Porschestraße Nord mit dem Bahnhof und dem Zentralen Busbahnhof, der von vielen Schülern genutzt wird, wollte die Stadt mehr für die Aufenthaltsqualität tun. So wurden hier mehr Angebote für die Freizeitgestaltung der Kinder und mobile Sitzgelegenheiten aufgestellt.

Mehr Aufenthaltsqualität für die Kinder

Die Bürger konnten zwischen Mai und September 2022 via QR-Code ihre Bewertung abgeben, die laut Albrecht überwiegend positiv war. Vor allem aber: Im Bereich Busbahnhof hat sich die Zahl der Kinder, die sich hier aufhalten, verdoppelt und die Handy-Nutzung, die zuvor sehr hoch war, ging zurück. Viele kommen nun auch, um hier die Freizeit zu verbringen. Beim Blick in die Zukunft gibt Josephine Stein zu bedenken, dass bei solchen Projekten Flexibilität sehr wichtig ist, da sich alles ständig ändert.

Die Machgeschichte von **Benjamin Grundzinski, Vorstand der Platzprojekt e.V.** in Hannover, zeigt, wie aus dem Ideenreichtum von jungen Menschen, den richtigen Rah-

Marktbericht

Ifo Geschäftsklimaindex wieder auf Sinkflug

Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft hat einen



deutlichen Dämpfer erhalten. **Der Ifo Geschäftsklimaindex** ist im Mai auf 91,7 Punkte gefallen, nach korrigiert 93,4 Punkten im April. Dies ist der erste Rückgang nach sechs Anstiegen in Folge. Treiber waren deutlich **pessimistischere Erwartungen**, die Unternehmen waren aber auch weniger zufrieden mit ihren laufenden Geschäften. So blickt die deutsche Wirtschaft skeptisch auf den Sommer. Im **Verarbeitenden Gewerbe** hat sich das Geschäftsklima merklich verschlechtert. Vor allem die Erwartungen stürzten ab. Einen stärkeren Rückgang gab es zuletzt im März 2022 nach Beginn des Krieges in der Ukraine. Die Verschlechterung der Erwartungen zieht sich fast durch alle Branchen. Auch die aktuelle Lage wurde weniger gut beurteilt. Der Auftragseingang ging zurück. Nur im Dienstleistungssektor ist der Index fast unverändert. Im **Handel** drehte der Index zur aktuellen Lage nach fünf Monaten wieder in den negativen Bereich. Auch die Erwartungen sind skeptischer. Im **Bauhauptgewerbe** ist der Geschäftsklimaindikator auf Grund der schlechteren Einschätzungen zur aktuellen Lage gefallen. Die Erwartungen bleiben pessimistisch.

menbedingungen, die sein Verein setzt, und einer Industriebranche Europas größte Skate-Anlage wurde. Auf einem Teil eines ungenutzten Grundstücks der Metro mit einem Beton-Boden hatten sich Jugendliche im Laufe der Zeit eine Skate-Bahn eingerichtet und immer weiter um- und ausgebaut. Inzwischen gehört das Areal der Stadt Hannover, die es an den Verein Platzprojekt verpachtet hat.

Laut Grundzinski ist hier ein wichtiger Begegnungs- und Sozialraum entstanden, in dem sich an manchen Tagen bis zu 5 000 Menschen einfinden. In der Innenstadt mit ihren teuren Grundstücken ließe sich eine solche Anlage aber eher nicht etablieren. Doch damit würden Innenstädte nicht zu Begegnungsräumen für alle, findet der Platzprojekt-Vorstand.

Eher unkonventionell ist auch die Machgeschichte vom **Grand Hotel Cosmopolis** aus Augsburg, die **Lea Füller, Vorstand** der **GHC**, vorstellte. Hier haben zunächst vier Personen das leerstehende Haus der Diakonie übernommen und das Gebäude zu einem Begegnungsort mit Hostel, Asylhotel, Café, Atelier und Kultur entwickelt, der inzwischen von der gesamten Stadtgesellschaft getragen wird. Bei dem Cosmopolis handelt es sich um ein gemeinnütziges Projekt mit gewerbli-

chem Hostel und Café. Der hier erzielte Gewinn fließt wieder in das Projekt zurück.

Das Geheimnis der Stadtentwicklung sind laut Bernadette Spinnen die besonderen Menschen, die sich einsetzen und die Projekte voranbringen. Ohne sie funktioniert Stadtentwicklung nicht. Und mit Blick auf die Breitenwirkung und die Akzeptanz von Stadtentwicklung in der Bevölkerung geht es laut Frauke Burgdorff um die Frage, wie man so in die Menschen investiert, dass sie die Innenstadt mitgestalten möchten. Dabei ist es wichtig, Eigeninitiativen zu unterstützen.

Zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität gehört in den versiegelten Städten aber auch deren Renaturierung, etwa durch eine **blau-grüne Infrastruktur** und die Umsetzung des **Schwammstadtprinzips**, wie **Ralf Engels** aus dem Bereich strategische Entwässerungsplanung beim **Tiefbauamt Bochum**, erläuterte. Statt das Regenwasser vollständig in die Kläranlagen abzuleiten, geht es darum, so viel Wasser wie möglich über unversiegelte Flächen – wie bei einem Schwamm – aufzufangen, um über mehr Vegetation die Temperaturen zu senken. Dieser Umbau der Infrastruktur führt laut Engels in ein unbekanntes Terrain und erfordert ganz neue Denkstrukturen – und sehr viel Zeit.

 Vermietung	 64.000 m ² vermietet in 2022	 14 Vermieter
 Management	 20 Shopping Center im Management	 560.000 m ² Gesamtfläche im Management
 Beratung	 5 Standorte bundesweit	 170 Retail Experten

IPH

Wir wachsen weiter und stellen ein

- Center Manager*in
- Senior Leasing Manager*in
- Assistenz Vermietung

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

Betriebswirtschaftliche Fehler kann man sich kaum noch leisten

Im Gespräch mit dem Handelsimmobilien Report äußern sich Rolf Pangels, Hauptgeschäftsführer und Axel Augustin, Geschäftsführer des Handelsverbands Textil, Schuhe, Lederwaren (BTE), über die Gründe für die aktuelle Misere im innerstädtischen Einzelhandel, Maßnahmen zur Schadensbegrenzung und die Folgen von Indexmieten.

Handelsimmobilien Report: *Als zur Pandemie-Bekämpfung der Innenstadt-Handel 2020, 2021 bis Anfang 2022 zwangsweise schließen musste, haben viele Experten vor den gravierenden Folgen für die Innenstädte gewarnt. Aber erst nachdem die Pandemie abgeflaut ist und es wieder aufwärts zu gehen scheint, kommt es vermehrt zu Insolvenzen. Woran liegt das?*

Rolf Pangels (links), **Axel Augustin** (rechts): Während der Pandemie gab es



seitens der Politik einige Hilfen. Mittelständische Betriebe bekamen Überbrückungshilfen, die Großbetriebe erhielten primär KfW-Kredite, die jetzt zurückgezahlt werden müssen. Das belastet die Liquidität ebenso massiv wie die allgemeinen Kostensteigerungen, vor allem im Energiebereich und Personalsektor. Überdies hat die Branche – bei großen Unterschieden – immer noch nicht



das Vor-Corona-Umsatzniveau erreicht. Im ersten Quartal liegt der Umsatz im stationären Bekleidungshandel laut Statistischem Bundesamt immer noch um rund 10% unter dem Niveau von 2019.

HIR: *Womit könnte man den Einzelhändlern, die gefährdet sind, jetzt helfen?*

Vorstellbar wäre aus unserer Sicht, dass etwa für die KfW-Kredite nachträglich ein Zinsverzicht gewährt wird oder längere Rückzahlungszeiträume eingeräumt werden. Es muss darüber hinaus grundsätzlich alles unterlassen werden, was das Wirtschaften des innerstädtischen Einzelhandels erschwert und verteuert. Zu nennen sind etwa die hohen Bürokratieauflagen und Dokumentationspflichten (z.B. für Datenschutz, Arbeitsschutz/Arbeitsrecht, Bauanträge, Energie- und Klimaauflagen) sowie auch exorbitante Tarifsteigerungen im Einzelhandel.

Von den Kommunen verlangt der BTE sinnvolle Maßnahmen zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels. Langfristige Pläne und Visionen zum umfangreichen Innenstadt- bzw. Stadtumbau sind zur allgemeinen Attraktivitätsverbesserung zwar richtig und wichtig, brauchen jedoch längere Zeit zur Umsetzung. Während dieser langwierigen „Umbauphase“ der Innenstädte/Städte müssen einfache und schnell realisierbare Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt werden, um den Menschen den Aufenthalt in den Innenstädten wieder angenehmer zu machen. Die Kommunen müssen auch unbedingt an den Basics arbeiten, hier liegt unserer Auffassung nach doch Vieles im Argen. Manchmal reicht z.B. das regelmäßige Leeren von Mülleimern sowie die Beseitigung von Müll und Dreck oder das Bereitstellen öffentlicher Bänke

Marktbericht

Wotruba leitet Standort- und Immobilienberatung

Die **BBE Handelsberatung**, Deutschlands größtes Beratungsunternehmen für den Einzelhandel, bündelt die Standort- und Immobilienbe-



ratung unter der Leitung von **Markus Wotruba**. In

dieser Funktion unterstützt er mit seinem Team unterschiedliche Zielgruppen von Einzelhändlern über Immobilienunternehmen und Investoren bis hin zu Kommunen bei der Entwicklung nachhaltig attraktiver Handelsflächen und -orte. Das Leistungsspektrum reicht u.a. von Machbarkeitsanalysen und Marktstudien über Fragen der Baurechtschaffung bis hin zu Ankaufsprüfungen. Der Diplom-Geograph bringt über 20 Jahre Erfahrung in der Standortberatung und -entwicklung mit und war von 2005 bis 2021 bei der BBE tätig, zuletzt als Leiter des Münchner Standortteams. Nach rd. zwei Jahren als Gebietsentwickler in der Region Südost bei der **BPD Immobilienentwicklung** kehrt er zur BBE zurück und übernimmt die neu geschaffene Position der Gesamtleitung der Bereiche Standort- und Immobilienberatung. „Markus‘ Rückkehr ins Team ist für uns eine enorme Bereicherung“, sagt **Johannes Berentzen**, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung. Die BBE bietet als Teil der Gruppe aus **IPH Handelsimmobilien**, **IPH Transact** und **elaboratum** eine sehr große Leistungsbreite und -tiefe.

und sauberer öffentlicher Toiletten, um eine angenehmere Aufenthaltsatmosphäre zu schaffen.

Unbedingt notwendig ist zudem eine Einzelhandelsansiedlungspolitik, welche die Innenstädte nicht noch weiter schwächt. Die aktuelle Misere der Innenstädte ist nach unserer Ansicht auch Ergebnis einer über Jahrzehnte extensiv betriebenen Einzelhandelsflächenausweitung außerhalb der Städte etwa in Gewerbegebieten und auf der grünen Wiese.

HIR: *Welche Rolle spielen die (indexierten) Mieten und die Vermieter in der heutigen Lage?*

Eine sehr entscheidende Rolle! Indexierte Mieten belasten gerade die ohnehin stark belasteten Großbetriebe, die ja in der Regel ihr Geschäft in angemieteten Räumen betreiben. Das Insolvenzrisiko wird dadurch verschärft. Vermieter müssen unbedingt berücksichtigen, dass die Branche noch nicht auf dem Niveau von 2019 ist und etliche Geschäftsmodelle betriebswirtschaftlich stark unter Druck stehen. Ansonsten sägen die Vermieter an dem Ast, auf dem sie sitzen!

HIR: *Sind die Folgen der insolvenzbedingten Filialschließungen in den Innenstädten zu beobachten?*

Ja, in der Tat. Mittlerweile sind schon viele Geschäfte und Filialen im Räumungsverkauf oder sogar schon geschlossen. Die Anzahl der Ladenleerstände hat nach Kenntnissen des BTE in den letzten Monaten zugenommen. Die Kommunen versuchen mit zahlreichen Maßnahmen des Leerstandsmanagements entgegenzusteuern, was zu loben ist.

HIR: *Im jüngsten Vermietungsmarktbericht hat sich gezeigt, dass wieder mehr Textileinzelhändler vor allem große Flächen anmieten. Was steckt hinter dieser Strategie? Und wer expandiert noch?*

Zum einen werden durch die Insolvenzen in attraktiven Lagen Flächen frei, die vorher nicht verfügbar waren. Das kann Unternehmen zum Standortwechsel motivieren, die vorher in schlechteren Lagen angesiedelt waren – insbesondere, wenn die Mieten günstiger geworden sind. Aber auch expansive neue (internationale) Marken haben dadurch eine Chance für eine Ansiedlung in guten Standortlagen.

Zum anderen beobachten wir bei einigen Filialisten einen Trend zu großen Flagship-Stores zu Lasten von mehreren kleineren Filialen. Ein Grund könnte sein, dass die Organisation bzw. das Betreiben einer großen



#nachhaltigkeit #nachhaltigkeit #nachhaltigkeit

Nachhaltig. In jedem Entwicklungsschritt.

Wir planen zukunftsorientiert und vorausschauend, um die nachhaltige Nutzung von Logistikimmobilien schon heute zu gewährleisten.

panattoni.de

PANATTONI

statt mehrerer kleinerer Flächen angesichts des zunehmenden Personalmangels leichter zu bewerkstelligen ist.

HIR: *Unter dem Eindruck des früh einsetzenden endlosen Sommers 2018 hat der Einzelhandel die zu frühe Belieferung etwa mit Herbst-/Winterware im Sommer durch die Hersteller beklagt und Lösungen eingefordert. Hat sich hier etwas geändert?*

Es gibt einen grundsätzlichen Trend, die Warenbelieferung näher an den Verkaufszeitpunkt zu rücken. Die Lieferprobleme in den letzten drei Jahren haben dies allerdings in den Hintergrund geraten lassen. Es war wichtiger, überhaupt ausreichend Ware zu bekommen, der Lieferzeitpunkt war zweitrangig. Mit dem zunehmenden Verschwinden der Lieferprobleme dürfte die bedarfsnahe Lieferung aber wieder in den Fokus rücken.

HIR: *Wie läuft die Zusammenarbeit zwischen Mode-Handel und Herstellern?*

Grundsätzlich ist die Zusammenarbeit zwischen Handel und Industrie im Modebereich unserer Wahrnehmung nach gut bzw. besser geworden. Auch wenn nicht alles Gold ist, was glänzt, so konnten vor allem in den letzten drei Jahre viele Probleme partnerschaftlich gelöst werden. Vor dem Hintergrund der Themen Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und Umweltschutz wird eine stärkere bzw. enge Kooperation von Handel und Hersteller ohnehin künftig immer wichtiger werden. Die Einsicht, dass entlang der gesamten Wertschöpfungskette eine vertrauensvolle Zusammenarbeit erforderlich ist, verbreitet sich immer mehr.

HIR: *Der Bekleidungshandel steckt – unabhängig von den Verwerfungen durch Corona und den Online-Handel – seit Jahren in der Flaute. Gleichzeitig beklagen sich vor allem Frauen, dass sie keine passende Bekleidung finden. Ging die Mode in den vergangenen Jahren oft am Bedarf der breiten Bevölkerung vorbei?*

Grundsätzlich war und ist das Bekleidungsangebot im deutschen Handel sicherlich mehr als ausreichend. Man muss aber konstatieren, dass der Modemarkt seit Jahren weitestgehend gesättigt ist. Die Kleiderschränke der Menschen waren und sind, das wissen wir alle, schon lange voll. Hinzu kommt, dass sich die Wertschätzung der Bevölkerung für (gute) Bekleidung gewandelt hat. Die Branche verschlimmerte mit zu frühen Kollektionen und ausgeprägten Preis- und Rabattschlachten die Situation selber auch noch.

Wichtig sind Zusatzangebote und Service

Heute und auch künftig werden die wenigsten Menschen Mode kaufen, weil sie etwas tatsächlich brauchen. Wer also am Markt bestehen will, der muss neben einem ansprechenden Warenangebot - das die breite Bevölkerung emotional anspricht und bewegt – diverse Zusatzangebote sowie einen guten Service und entsprechende Dienstleistungen anbieten. Was die Frauen betrifft: Frauen sind bekanntermaßen viel sensibler bzw. wählerischer beim Modeeinkauf als Männer. Dem Modehandel muss es aber in der Tat künftig gelingen, sich noch besser auf die Bedürfnisse und Wünsche der Frauen einzustellen.

HIR: *Wie schätzt der BTE das Jahr 2023 für den Modehandel ein. Gibt es Konzepte, die die Nase in diesen Zeiten vorn haben?*

Der BTE geht davon aus, dass es im Jahr 2023 beim Umsatz zu einer weiteren Normalisierung im Modehandel kommt. Gleichzeitig bleiben die Rahmenbedingungen mit wohl weiter stark steigenden Kosten extrem herausfordernd. Betriebswirtschaftliche Fehler kann man sich kaum noch leisten. Entscheidend wird es sein, sich voll auf die Bedürfnisse der eigenen Kundenklientel zu konzentrieren und gleichzeitig ein straffes Kostenmanagement zu betreiben. Konzepte, die einen Mehrwert gegenüber dem reinen Modeeinkauf bieten, werden erfolgreicher sein.

Deals

MEC: Social Studio im Stern-Center Lüdenscheid

Die Asset-Klasse der Handelsimmobilien steht derzeit wie viele andere Immobilienklassen vor großen Her-



ausforderungen. Umso schöner, wenn man diese Aufgaben nutzt, um im wahrsten Sinne des Wortes Raum für kreative Ideen zu schaffen. „I Like!“ – fanden jetzt zahlreiche Centerbesucher im von der **MEC Metro ECE Centermanagement** verwalteten **Stern-Center** in Lüdenscheid. Denn dort eröffnete unter diesem Namen das deutschlandweit erste **Social Studio**, das Online- und Offlinewelt miteinander verbindet. Eine kreative Idee des MEC-Teams vor Ort, um eine derzeit vakante Handelsfläche zu nutzen und einen besonderen Mehrwert für die Besucher des Handelsstandorts zu schaffen. „Bei uns gibt es verschiedene Produkte von ausgewählten Influencern“, sagt **Daniel Delasso** von der MEC: „Vorher größtenteils nur Online zu finden, schaffen die exklusiven Waren damit den Weg zu uns in den stationären Handel“, sagt er weiter. Außerdem bietet der Store laut MEC #Instagram- und #TikTok-taugliche Fotokulissen, wodurch die analogen Momente vor Ort schnell den Weg in soziale Medien finden dürften.



IMMOBILIEN? KÖNNEN WIR!



Seit 1982 ist die Hahn Gruppe als Asset und Investment Manager tätig. Wir sind auf Handels- und Mixed-Use-Immobilien spezialisiert, die wir über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg managen. Zum Vorteil der institutionellen Investoren und der privaten Anleger, die bereits in unsere über 190 Fonds investiert haben. Zurzeit haben wir rund 8 Mrd. Euro Assets under Management. Wir sichern das Kapital und bauen die Erträge kontinuierlich und nachhaltig aus. So verstehen wir Wertarbeit mit Immobilien. [hahnag.de](https://www.hahnag.de)

 **Hahn
Gruppe**
Wertarbeit mit Immobilien

Global Retail Attractiveness Index (GRAI)

Arbeitsmarkt und Einzelhandel als Treiber

rv DÜSSELDORF. Im vergangenen Herbst war die Stimmung der europäischen Verbraucher vor allem von der Ungewissheit über einen Winter ohne russische Gaslieferungen und hohe Inflationsraten geprägt. Entsprechend war die Stimmung im Oktober 2022 schlechter als die tatsächliche Lage. Doch da Europa den Winter recht gut überstanden hat, sind die Zeichen der Erholung auch in den europäischen Einzelhandelsmärkten unübersehbar, wie der Global Retail Attractiveness Index (GRAI) im ersten Quartal 2023 zeigt.

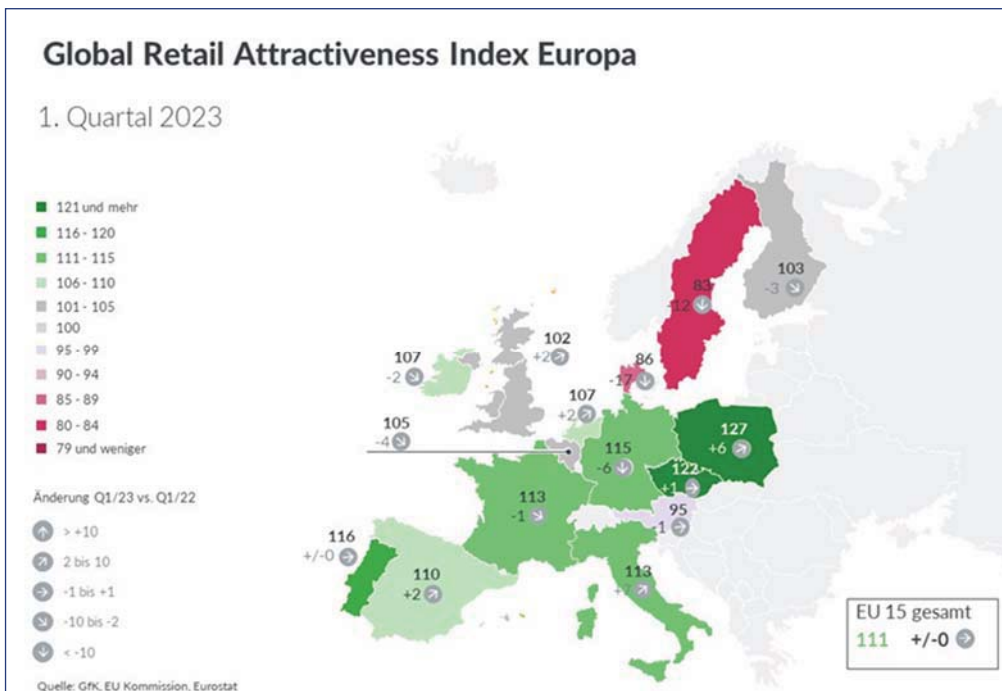
So hat sich der **Global Retail Attractiveness Index (GRAI)** von **Union Investment** und **GfK** im ersten Quartal 2023 wieder auf 111 Punkte erholt, nachdem er bedingt durch das schwache Verbrauchervertrauen in Europa im dritten Quartal 2022 um 7 Punkte von 113,4 auf 106,4 Zähler gesunken war. Gemessen am Vorjahresquartal zeigt sich der Index damit wenig verändert.

Olaf Janßen, Leiter Immobilien Research bei Union Investment, sieht vor allem die „positiven Entwicklungen auf den europäischen Arbeitsmärkten und die seit langer Zeit wieder in allen 15 Ländern steigenden Einzelhandelsumsätze“ als Gründe für die Erholung und er sieht perspektivisch die Chance, dass die Märkte auf das Niveau von vor der Pandemie im Jahr 2019 zurückkehren.

Damit liegt der Index deutlich über dem Tiefpunkt von vor drei Jahren, als er zu Beginn der Corona-Pandemie 2020 deutlich unter die 100-Punkte-Marke absackte und seinem Wert Anfang 2021, als der GRAI knapp unter der 100-Punkte Marke blieb.

Konkret werden für den GRAI in Europa die Daten über die Arbeitsmärkte, den Einzelhandelsumsatz sowie die Stimmung unter den Verbrauchern und den Einzelhändlern von Schweden, Finnland, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Österreich, Niederlande, Belgien, Irland, Portugal, Polen, Tschechien und Großbritannien, gewichtet mit ihrer jeweiligen Bevölkerungszahl, erfasst.

Dass die im vergangenen Herbst registrierte Verunsicherung unter den Marktakteuren nicht verschwunden ist, zeigt laut Union Investment aber die immer noch beste-



Deals

Böblingen: Wenn das kein Grund zum Feiern ist. Das Modelabel **New Yorker** be-



kennt sich zu den **Mercaden Böblingen** und hat am 11. Mai den um 343 qm vergrößerten Laden im Obergeschoss des Einkaufszentrums im Herzen von Böblingen eröffnet. Hier präsentiert der Ankermieter nun auf über 1 250 qm, verteilt auf zwei Ebenen, aktuelle Bekleidung und Accessoires im Young Fashion Segment. Für das Property Management und die Vermietung ist **Sonae Sierra** verantwortlich.

+++++

Konstanz: Das Mode-Label **Joop!** hat Ende April sein neues Geschäft in der Rosgartenstraße 29-32 in Konstanz eröffnet. Hier bietet das Unternehmen auf 500 qm sein gesamtes Angebot: DOB, Haka, Joop Living, Koffer, Taschen und Accessoires. Zudem gibt es eine dekorative Lounge mit großem Screen. **Realkon** hat sowohl den Vermieter im qualifizierten Alleinauftrag als auch den Mieter beraten. Für Joop! war die Nähe zum Headquarter und Outlet in Kreuzlingen in der Schweiz wichtig. Der Umzug von Joop! aus dem Lago in diese Toplage dürfte allen gut tun, auch der Rosgartenstraße selbst.

hende Diskrepanz zwischen einem stark negativen Sentiment bei Konsumenten und Händlern auf der einen Seite und den positiven Arbeitsmarktdaten und inflationsgetriebenen Umsätzen im Einzelhandel auf der anderen. Das belegen die Zahlen. So ist die **Verbraucherstimmung** im ersten Quartal um 14 Punkte auf 78 Zähler gesunken und die **Einzelhandelsstimmung** um 12 Punkte auf 95 Zähler. Im Kontrast dazu legte der Teilindex **Arbeitsmarktdaten** um 9 Zähler auf 136 Punkte zu und der **Einzelhandelsumsatz** in den 15 europäischen Ländern um 10 auf 133 Punkte.

Doch solange ein Ende des russischen Angriffskriegs nicht in Sicht ist, bleibt die Lage in den europäischen Ländern angespannt. Zu viele Bereiche in der Wirtschaft und bei den Lieferketten sowie bei der Energieversorgung und bei den Kosten für Energie sind von den Kampfhandlungen betroffen. Hinzu kommt die Energie-Wende in Deutschland, bei der es gegenwärtig mehr Fragen als Antworten gibt. Klar ist, dass das Preisniveau in vielen Bereichen hoch bleiben wird.

Allerdings zeigen die untersuchten 15 Länder in Europa ein recht unterschiedliches Bild: Während zum Ende des ersten Quartals 2023 die beiden skandinavischen Länder **Schweden** und **Dänemark** mit einem Rückgang

um 12 auf 83 Punkte beziehungsweise um 17 auf 86 Punkte mit den stärksten Verlusten gegenüber dem Vorjahreszeitraum die Schlusslichter bilden, steht **Polen**, trotz seiner Nähe zur Ukraine, mit einem Plus von 6 Punkten auf 127 Zähler an der Spitze der Rangliste. Auf den weiteren Plätzen folgen **Tschechien** mit 122 Punkten, **Portugal** mit 116 Punkten und **Deutschland** mit 115 Zählern. **Frankreich** und **Italien** folgen mit jeweils 113 Punkten, wobei Italien mit einem Plus von 7 Punkten den höchsten Anstieg unter den Ländern verzeichnete.

Dagegen ergaben die Untersuchungen zum Global Retail Attractiveness Index in **Nordamerika** und in **Asien/Pazifik** noch keine Anzeichen für eine Erholung. Mit einem weiteren Rückgang um 8 Punkte auf 95 Zähler sank der Index in Nordamerika unter die 100-Punkte-Marke. Um 7 Zähler auf 91 Punkte sank der Retail Index in Asien/Pazifik, wobei der Wert in Australien um 7 Zähler auf 93 verlor. „Die größten Verluste in den beiden Übersee-Indizes weisen zum Ende des ersten Quartals 2023 Südkorea mit -16 auf 93 Punkte und erneut Kanada mit -18 Zählern auf 87 Punkte aus“, wie Union Investment schreibt. In den USA ging der Index um 7 Punkte auf 95 Zähler zurück.



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

Projektentwicklungsmarkt

Weniger Planungen, viele Verzögerungen

rv DÜSSELDORF. *Drastisch steigende Materialkosten und ein historisch schneller Anstieg der Zinsen im ersten Halbjahr 2022 zeigen inzwischen auch deutliche Spuren im Projektentwicklermarkt. Nach einer Auswertung der Aktivitäten in den deutschen A-Städten schrumpft das Entwicklungsvolumen gemessen an 2022 laut Bulwiengesa um 5,7%. In dieser Gemengelage ist zudem zusätzliches Fremdkapital von den Banken nach Feststellung der BF.Direkt AG schwer zu bekommen.*

Nachdem der Entwicklermarkt schon seit geraumer Zeit unter den stark veränderten Marktbedingungen ächzt und Nachrichten über die Verzögerung oder die Stornierung von Projekten die Runde machten, kann das Analyseunternehmen **Bulwiengesa** nach den Worten von **Felix Embacher, Head of Research & Data Science**, diese Entwicklung nun auch anhand der aktuellen Zahlen belegen. Dass die Projektentwickler nach dem eklatanten Anstieg der Finanzierungskosten viel skeptischer auf ihre Ertrags-Chancen blicken, ist laut Embacher vor allem am Einbruch bei den **Projektplanungen** abzulesen. Diese gehen gegenüber 2022 um 7,8% zurück.



Einziges Vorteil dieser Entwicklung ist aus seiner Sicht, dass dadurch die Gefahr gedämpft wird, dass bei nachlassender Nachfrage zu viel gebaut wird, was im Büroimmobilienmarkt von Vorteil sein könnte. Hier macht sich der wachsende Trend zum Homeoffice bemerkbar und löst einen Strukturwandel aus. Hinzu kommt, dass dadurch dringend benötigte Ressourcen frei werden für die erforderliche Sanierung von Bestandsimmobilien.

Im Segment Wohnimmobilien wird man das angesichts des Wohnungsmangels insbesondere in den deutschen A-Städten **Berlin, Frankfurt, Hamburg, München, Düsseldorf, Köln** und **Stuttgart** wohl eher nicht so sehen „Ausgerechnet in den Metropolen, wo die Wohnungsnot am größten ist, schläft die Bautätigkeit nun vollends ein“, bedauert **Sven Carstensen, Vorstand** bei Bulwiengesa, als er die Zahlen vorstellte: „Ohne Beschleunigung der Verfahren und zumindest temporäre finanzielle Förderung von Wohnungsbau werden wir das Problem nicht lösen.“

Ein Rückgang der Wohn-Projektfläche um 20,4 Mio. qm in den A-Städten entsprechen laut Bulwiengesa einem Rückgang von -1,6 Mio. qm oder -7,4% im Vergleich zur Vorjahresauswertung. Denn bereits vor Ausbruch der Pandemie und des Angriffskriegs führten die hohen Grundstückspreise und Baukosten, politische Restriktionen und ein Ausweichen auf kleinere Städte oder das Umland der Metropolen zu einem kontinuierlichen Rückgang, wie das Analyseunternehmen schreibt. Ein Plus bei den Wohnprojektentwicklungen wurde demnach zuletzt 2019 registriert.

Deals

Arbireo Capital erwirbt Nahversorgungszentrum

Die auf Immobilieninvestments spezialisierte **Arbireo Capital AG** hat für ihren 2021 aufgelegten Fonds **Arbireo Spezial-AIF Lebensmittel-Einzelhandel II** ein innerstädtisches Nahversorgungszentrum im westfälischen **Rüthen** mit ca. 3 250 qm Mietfläche erworben. Mieter sind **Aldi Nord** und **Edeka**, die Mietlaufzeit (WALT) beträgt knapp zehn Jahre. Die Immobilie in der Gemeinde Rüthen, Landkreis Soest, wurde im Jahr 2003 errichtet, jedoch 2023 erweitert und modernisiert. Das Grundstück mit 6 755 qm liegt im Herzen der Ortschaft und erfüllt strukturell eine zentrale Nahversorgungsfunktion für das Umfeld. Der „Arbireo Spezial-AIF Lebensmittel Einzelhandel II“ ist ein offener Spezial AIF für deutsche institutionelle Anleger und investiert in Handelsobjekte und Projekte des Lebensmittelhandels. Wie beim Vorgängerprodukt fungiert die **IntReal International Real Estate Kapitalverwaltungsgesellschaft** als Service-KVG.

+++++

Hamburg: Nach mehr als 100 Jahren in Familienbesitz ist ein historisches Wohn- und Geschäftshaus mit 1 000 qm Mietfläche am Jungfernstieg in Hamburg verkauft worden. Käufer war ein privater Investor. Das Objekt bietet neun Gewerbeeinheiten und eine Wohnung. Die Jahresnettokaltmiete wird mit ca. 400 000 Euro. beziffert **Engel & Völkers Commercial Hamburg** hat die Vertragsparteien beraten.

Wie die Untersuchung weiter ergibt, gehen die Projektflächen in Berlin um 790 000 qm zurück, für Düsseldorf und Hamburg wurde beim Projektvolumen ein Rückgang um -15% registriert. Außer in Köln mit +1% gehen die Wohnprojektflächen in allen A-Städten zurück. Vor allem die **öffentlichen Wohnungsbaugesellschaften** sind noch aktiv. Dagegen ziehen sich die Trader Developer, die für den Verkauf entwickeln, deutlich stärker aus den Metropolen zurück.



Weniger Projektentwicklungen in A-Städten wie Frankfurt.

Foto: Irebs

Die meisten Verzögerungen sind laut Embacher im Segment Büroimmobilien zu beobachten, die wenigsten bei Logistikprojekten. Hier gehen die Entwickler offenbar auch künftig von einer hohen Nachfrage aus, denn angesichts der großen Lieferengpässe und der De-Globalisierung legen immer mehr Unternehmen Lager an, um ihre Produktion sicher zu stellen.

Im Handel geht die Kurve bei Fertigstellungen, Planungen und Projekten im Bau laut Bulwiengesa bereits seit 2020 kontinuierlich zurück. „Umso erstaunlicher ist, dass sich das Volumen der Handels-Projektentwicklungen stabil zeigt“, schreibt das Analysehaus weiter, gibt aber auch zu bedenken, dass in den Zahlen die Sanierungen und Umgestaltungen von Handelsflächen einbezogen sind, so dass die Verkaufsfläche netto nicht zunimmt. Mit Blick auf die Tatsache, dass es nach Schätzung von Experten hierzulande ohnehin zu viel Einzelhandelsflächen gibt, ist das auch kein Manko. Mit Verzögerungen hat die Branche allerdings auch zu kämpfen. Jedes vierte Handelsprojekt werde später fertig als noch Ende 2022 geplant.

Die aktuelle Marktsituation mit steigenden Zinsen, hoher Inflation und hohen Baukosten bei gleichzeitig zurückgehender Nachfrage hat sich auch stark auf die Projektfinanzierung ausgewirkt. Nach den Worten von **Francesco Fedele, CEO der BF.direkt AG**, brauchen „viele Projektentwickler derzeit frisches Eigenkapital, da sie in der aktuellen Situation kein zusätzliches Fremdkapital mehr von Banken bekommen“. Um das auszugleichen bleibt ihnen derzeit zur Kapitalbeschaffung die Hereinnahme von sogenanntem Preferred Equity oder eines Joint-Venture-Partners. Fedele: „Die Voraussetzung ist aber immer, dass das Objekt eine Chance hat, in der heutigen Marktlage Gewinne zu erwirtschaften.“

Mit Blick auf die Bedeutung des **Development Monitors** konstatiert er, dass in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit solche Informationen und die dadurch geschaffene Transparenz wichtiger denn je sind. Deshalb wird die **BF.direkt AG** Bulwiengesa beim digitalen Ausbau des Development Monitors und der Developer Profile unterstützen. „Das hilft auch uns als Finanzierungsberater, die Marktlage richtig einzuschätzen und Trends zu erkennen“, so Fedele.

Deals

Panattoni entwickelt Park Kaiserslautern Ost

Der Projektentwickler **Panattoni** entwickelt im rheinland-pfälzischen **Göllheim** den **Panattoni Park Kaiserslautern Ost**. Die nachhaltig entwickelte Multi-User-Immobilie entsteht im Logistikkorridor zwischen Südwestdeutschland, Nordfrankreich und Benelux und



fokussiert sich auf eine flexible Nutzungs- und hohe Drittverwendungsfähigkeit. Der Baubeginn ist für das dritte Quartal 2023 geplant, die Fertigstellung ist für das zweite Quartal 2025 vorgesehen. Der Panattoni Park entsteht in unmittelbarer Nähe zu Südwestdeutschland, den Benelux-Staaten und Nordfrankreich. Mit seiner Nähe zu Kaiserslautern, Mannheim, Frankfurt sowie der gesamten Rhein-Neckar-Region mit etwa 550 000 Einwohnern befindet sich die Immobilie zudem an einem wichtigen europäischen Logistikkorridor. Die Autobahnen A 63 und A 6 sind in wenigen Fahrminuten und ohne Ortsdurchfahrten zu erreichen, auch Logistikknotenpunkte wie der Frankfurter Flughafen sind in ca. 45 Autominuten erreichbar. Über den zweitgrößten Binnenhafenkomplex Deutschlands, in Mannheim/Ludwigshafen, besteht zudem eine hervorragende multimodale Anbindung an die großen Seehäfen in Europa.

Hanseviertel Hamburg

Auf der Zielgeraden zu neuen Ufern

Sabine Richter, Hamburg

Das Hanseviertel, vor über 40 Jahren eröffnet, gilt als Grande Dame der Hamburger Einkaufspassagen und ist eine der ersten überdachten Passagen Deutschlands. Das Eis im Untergeschoss bei Mövenpick oder die Pralinen von Leysieffer waren für viele Hamburger lange beim Innenstadtbummel ein Muss. Die unter Denkmalschutz stehende Passage, entworfen von dem Hamburger Architekten Volkwin Marg, wurde zwischen 1978 und 1980 im Auftrag der Allianz gebaut. Sie war das Vorbild für all die überdachten Einkaufslagen, die heute die City der Hansestadt prägen.

Im Herbst 2018 hatte **CBRE Investment Management Germany GmbH** das 38 850 qm Mietfläche umfassende Ensemble aus Einkaufspassage, dem Marriott-Renaissance-Hotel mit 205 Zimmern, 14 400 qm Bürofläche und 15 Wohnungen von der **Allianz Real Estate** erworben. Der Kaufpreis soll jenseits von 200 Mio. Euro gelegen haben. CBRE hat das Objekt in einen seiner Europafonds überführt.



Foto: CBRE

Dass sich 20 000 Passanten durch die Gänge schieben und 500 Interessenten auf der Warteliste für die Ladenflächen stehen, ist schon lange her. Schon bevor Corona das Einkaufsverhalten veränderte, waren immer weniger Kunden in den Backsteinbau mit dem Glockenspiel am Giebel gekommen. Bekannte Geschäfte zogen aus, temporäre Mieter ein. Der Mix, eher gediegen als innovativ, passte nicht mehr in die Zeit. Investitionen der Eigentümerin blieben aus, die Technik war in Teilen veraltet – von den schweren Eingangstüren über die Elektrik und die Lüftungsanlagen bis hin zu den Toiletten.

Und auch die grünen Stahlträger der Dachkonstruktionen, der rote Backstein, die in den Boden eingelassenen Bronze-Intarsien mit den Wappen der Hansestädte, dazu die in die Decken und an die Wände gebauten, denkmalgeschützten Leuchten wirkten etwas aus der Zeit gefallen.

Nun soll der neue **Center-Manager Lars Sammann** die Passage, in der seit zwei Jahren gebaut wird, wieder in die erste Liga führen. Nach einigen Verzögerungen, auch durch Corona, geht das Projekt jetzt in die Zielgerade, wobei der gelernte Einzelhandelskaufmann und Betriebswirt Sammann, der seit verganginem November im Amt ist, seine bundesweiten Erfahrungen mit dem Umbau diverser Einkaufszentren – auch bereits für CBRE – einbringen. Als das Angebot kam, die Leitung im Hanseviertel zu übernehmen, überlegte der gebürtige Hamburger nicht lange.

Deals

Neue Marken in der Outletcity Metzingen

Das **Outletcity Metzingen** eröffnet drei weitere Stores in der Kanalstraße 6. Das Gebäude wurde zuletzt als **Hugo Boss** Fabrikverkauf genutzt. Nun wird es zur Heimat dreier Modemarken. Zudem wird das erfolgreiche **Tommy Hilfiger Café** um einen Außenbereich im Innenhof des Gebäudes er-



weitert. Das Café wurde 2019 innerhalb des Markenstores eröffnet und erhält nun zusätzlich eine Terrasse mit 16 Sitzplätzen im Innenhof des restaurierten Gebäudes. Im Erdgeschoss des Gebäudes sind die Marken **Liebeskind** mit Taschen, Geldbeutel und Accessoires sowie **Lee Wrangler** mit Hosen, Jacken und Accessoires bereits eingezogen, die Marke **G-Star** mit ihren Jeans folgt im Juni. Mit der Eröffnung der Stores und der Fertigstellung des ersten Bauabschnitts, kann ungehindert zwischen dem Areal Enzian Höfe, dem Ermskanal und der Kanalstraße flaniert werden – ein weiterer Schritt, das Outletcity Metzingen für die Besucher und die Metzinger attraktiver zu gestalten. Im Obergeschoss des Gebäudes wird an einem Museum sowie an einem attraktiven Veranstaltungsraum gearbeitet. Die Eröffnung ist im Herbst dieses Jahres geplant.

Das Hanseviertel soll nun wieder ein unverwechselbares Gesicht bekommen und an alte Größenordnungen herangeführt werden. Dieses mit attraktiven kleinen Fachgeschäften, einer außergewöhnlichen Gastronomie und einem aufgefrischten, modernen Erscheinungsbild, darunter auch neue große Schiebetüren. Auch energetische Maßnahmen, neue Torluftschleier und das Be-



leuchtungskonzept wurden auf den neusten Stand gebracht. Ein aufwendiges, neues indirektes Lichtkonzept mit intelligenten Steuerungen in der gesamten Passage wird für mehr Kontraste und Helligkeit sorgen.

„An der Architektur, den alten Steinen, Lampen, Messing, wird wegen des Denkmalschutzes nichts verändert“, erklärt Lars Sammann. Die Hauptfassade und alle anderen Fassaden werden ihr altes schönes Gesicht behalten. Die Stilelemente werden wieder herausgeputzt und im Bereich der neuen Rotunde wieder eingearbeitet. „Architektonisch bleibt das Hanseviertel wie es war und wie es die Hamburger lieben“, betont der Center-Manager. Ganz besonders freut ihn, dass die Auffrischung und Neustrukturierung der Passage von dem einstigen Schöpfer des Quartiers, des Hamburger Büros **gmp** vorgenommen, wird. „Der Architekt **Volkwin Marg** wird jede Bauphase persönlich mitbetreuen“.

Großes TamTam in der Rotunde unter der Glaskuppel

Noch braucht man Fantasie, um sich das künftige Hanseviertel vorzustellen. Einige der aktuell 60 Ladenlokale stehen leer, die Schaufenster sind verklebt. Baulärm dröhnt durch das Tonnengewölbe. CBRE investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in die Revitalisierung der Passage mit einer Fläche von mehr als 45 000 qm.

Der Dreh- und Angelpunkt für den Neustart liegt im Untergeschoss. In der Rotunde unter der großen Glaskuppel fungierte bis zur Schließung im Jahr 2007 ein Mövenpick-Restaurant als beliebter Anziehungspunkt. Hier ist ein Food-Markt mit Bar, Eventbühne und 500 Sitzplätzen geplant. Unter dem Namen **Le big Tam Tam**

haben sich bekannte Hamburger Gastronomen zusammengeschlossen. „Hier soll es viele unterschiedliche Veranstaltungen und Events geben, und im neuen Food-Markt gibt es tatsächlich täglich viel TamTam - von Donnerstag bis Samstag sogar bis ein Uhr nachts. Mehr wird noch nicht verraten“, sagt Sammann.

Eigentlich war der Start des innovativen gastronomischen Konzepts schon für vergangenen Herbst geplant. „Nach jetzigem Stand sollen die Bauarbeiten im Sommer abgeschlossen sein, spätestens im Herbst wollen wir die ersten Gäste empfangen“, sagt Sammann.

Schon seit Baubeginn vor mehr als zwei Jahren sind rund um die große Baustelle in der Rotunde die meisten Geschäfte geschlossen. Auch am Haupteingang an der Poststraße wurde fast zwei Jahre lang gebaut, weil die 1 400 qm große Verkaufsfläche, auf der früher die erste H&M-Filiale Deutschlands zu finden war und danach Tom Tailor bis 2018 seinen Flagshipstore hatte, in Erd- und Obergeschoss gekappt wurden. In der ersten Etage befinden sich nun Büros, die Fläche im Erdgeschoss wurde in drei Läden aufgeteilt.

Die beiden kleineren Geschäfte sind an den Sportwear-Marke **Allike** und den portugiesischen Geschirrhersteller



Motel a Miio vermietet, in dem großen Laden zur Poststraße ist die Hamburger Designerin **Alina Klemm** mit einem Pop-up-Shop über das **Zwischennutzungsprogramm Frei-Fläche** eingezogen. „Wegen der langen Bauphase war es schwierig, langfristige Mieter zu finden“, sagt Center-Manager **Lars Sammann** (Foto).

Die Anfragen haben nach seinen Worten aber bereits seit Jahresbeginn zugenommen. Einige Bestandsmieter haben neue Verträge abgeschlossen, darunter die Gastro-Anbieter **Leysieffer, Lindner** und das **Café Rouge**. Einige andere, wie **Optiker Carl, Duske & Duske**, Spezialist für feine Spirituosen und Zigarren, der Modehändler **Henders** und auch das **Café Rouge**, wollen ihre Flächen erweitern. „Dadurch wird es in den nächsten Wochen noch einige Interimsumzüge geben“. Auch das soll bis zum Herbst abgeschlossen sein.

Neue Mieter sind das **Café Le Parisien** und der Damenmodeanbieter **My Lady**. Auch das niederländische Modelabel **Fabienne Chapot** hat einen Vertrag unterschrieben. Das Markenzeichen des Hanseviertels, der 13 Tonnen schwere Brunnen mit der Weltkugel, soll in Kürze wieder zurückkehren und seinen neuen Platz vor dem Haupteingang der Einkaufspassage einnehmen.

Innenstadt-Befragung München

Das Nadelöhr wird die Erreichbarkeit sein

rv DÜSSELDORF. Die Frage, ob die Bundesbürger nach den Bequemlichkeiten des Corona-bedingten Online-Kaufs wieder in die Innenstädte zurückkehren, ist zweifellos positiv beantwortet. Doch auf die Frage, was Stadt und Handel tun müssen, damit die Kunden aller Altersklassen auch bleiben oder womöglich sogar wieder mehr Besucher angezogen werden als vor Corona, müssen selbst Innenstädte wie München eine Antwort finden. Wie die Besucher und die Händler die Münchener Innenstadt beurteilen, hat die BBE Handelsberatung in einer City-Befragung und Konsumentenanalyse untersucht.

Da alle Untersuchungen über das Stadtzentrum der Bayernmetropole aus der Zeit vor Ausbruch der Pandemie stammen, hatten der **Handelsverband Bayern**, die **Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel**, die **City Partner**



München punktet mit vielen Sehenswürdigkeiten.

Bild: Fotolia

München sowie die **Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft**, die aktuelle Online-Befragung von 1 003 Personen aus der Stadt und dem Umland im vergangenen Dezember und von 141 Handelsunternehmen zwischen Mitte Februar und Mitte März 2023 in Auftrag gegeben. Immerhin ist die Münchener City das „größte Einkaufszentrum Bayerns“.

Dabei zeigt der Blick auf die Hauptgründe für den Stadtbesuch, dass mit 47% der Nennungen „Einkaufen“ das Hauptmotiv ist, mit 37% der Nennungen folgt „das Treffen mit Freunden“ aber relativ dicht dahinter. Zum Vergleich: Im bundesweiten Durchschnitt liegt das Einkaufen mit 60% der Nennungen gemäß der Studie „Vitale Innenstädte“ des **IFH Köln** deutlicher an der Spitze vor dem Besuch von Gaststätten mit 35% der Nennungen.

Gut ein Viertel der von der **BBE Handelsberatung** befragten Besucher (27%) war zum Stadt-Bummel gekommen – die ehemalige Königsstadt hat sehr viele Sehenswürdigkeiten zu bieten – und fast genauso viele (26%) waren beim Arzt. Knapp ein Viertel (24%) kamen zum Besuch einer Gaststätte, von denen es im Stadtzentrum viele etablierte Lokale gibt. Man denke nur an das weltbekannte Hofbräuhaus.

So ist es nicht überraschend, dass die Befragten an München die „Atmosphäre und das Flair“ schätzen. An zweiter Stelle folgen die „Einkaufsmöglichkeiten“ vor der

Deals

Düsseldorf: Der niederländische Käsespezialist **Henri Willig** hat durch Vermittlung von **CBRE** und **Reuland Retail-Service** ein Ladenlokal an der Ecke Flinger Straße 70 / Neustraße 57 in der Düsseldorfer Altstadt gemietet. Vormieter war ein Kosmetikstudio. Der neue **Cheese & More by Henri Willig-Store** wurde im Mai 2023 eröffnet. Die Henri Willig Gruppe produziert seit 1974 Qualitätsprodukte mit Respekt für Mensch, Tier und Natur. In mehr als 30 eigenen Läden in den Niederlanden, Deutschland und Österreich kann der Käse täglich probiert werden. Henri Willig exportiert seinen Produkte in mehr als 45 Länder. Der niederländische Bio-Milchviehbetrieb befindet sich in den fruchtbaren Gebieten von Nordholland.

+++++

Donaueschingen: In Donaueschingen sind drei Wohn- und Geschäftshäuser sowie ein Grundstück von einer Eigentümergruppe im Paket an einen privaten Investor veräußert worden. Die vier Mischobjekte befinden sich alle in der Bregstraße, drei von ihnen sogar in direkter Nachbarschaft. Die Gebäude wurden in den Jahren 1988 und 1998 errichtet. Die Nutzfläche der Wohn- und Geschäftshäuser von insgesamt 6 354 qm verteilt sich auf fünf Wohnungen und drei Gewerbeeinheiten. Zudem sind 15 Tiefgaragenplätze Teil des Immobilien-Pakets. Der Kaufpreisfaktor wird mit 12 beziffert. Die Transaktion wurde von **Engel & Völkers Commercial Bodensee** begleitet.

„Angebotsvielfalt“ und der umfassenden Einschätzung der Befragten, dass „insgesamt alles“ gefällt. Auf Platz fünf folgt das Gastronomieangebot. Ins Bild passt auch, dass die überwiegende Mehrheit (85%) „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ mit den innenstadttypischen Einzelhandelsangeboten sind.

Vor diesem Hintergrund freut sich **Nina Hugendubel** als **Vorsitzende** der **City Partner München e.V.** und Münchner Unternehmerin über „die sehr positive Bewertung der Angebotsvielfalt des Handels und der Gastronomie in der Innenstadt“ und vor allem darüber, dass entgegen vielen Unkenrufen gerade junge Menschen wieder vermehrt den Weg in die Innenstadt finden. So fahren 43% der unter 24-Jährigen laut Umfrage nun häufiger in die Innenstadt als vor fünf Jahren.

Aber neben dem vielen Licht zeigt das Bild von München an einigen Stellen auch Risse. So beklagten die Befragten laut BBE die Menschenmassen in der Stadt, was bei dieser großen Beliebtheit allerdings nicht ausbleibt. Was aber leichter behoben werden kann, ist die mangelnde Sauberkeit, die kritisiert wird. Auch gegen die kritisierte Parkplatzsituation kann die Stadt etwas tun. Zudem stören sich viele an den Obdachlosen und Bettlern im Straßenbild.



Die Kunden schätzen das vielfältige Angebot.

Foto: Leif Krägenau

Präzisiert wird die Einschätzung der Besucher durch den Vergleich von „Wunsch und Wirklichkeit“. Für 93% ist die Sauberkeit ein Top-Thema und der Erfüllungsgrad liegt bei 66%. Beim Wunsch nach Begrünung des öffentlichen Raums und der Schaffung von Plätzen (88% der Nennungen) liegt der Erfüllungsgrad bei 57%. Auf genügend Sitzgelegenheiten in der Innenstadt entfallen 84% der Nennungen und auf den Erfüllungsgrad gleichfalls 57%. Auch öffentliche Toiletten sind für die Besucher von München (82%) ein wichtiges Anliegen, das aber nur zu 37% erfüllt wird. Und schließlich ist für ältere Menschen, Behinderte sowie für Familien mit Kindern und Kinderwagen Barrierefreiheit (80%) wünschenswert, der Erfüllungsgrad liegt hier bei 51%.

Auf der Wunschliste der Kunden an den Einzelhandel steht ein großes Angebot an Fachgeschäften ganz oben, vor dem Wunsch nach nachhaltigen Angeboten, flexiblen Öffnungszeiten, Shopping-Nächten und offenen Sonntagen, vor allem bei Jüngeren, sowie attraktive Schaufenster und Geschäfte.

Dass es in den Münchener Einkaufslagen zu wenige Sitzmöglichkeiten (60% der Nennungen) gibt, gehört auch bei den örtlichen Einzelhändlern zu den Unzufriedenheitsfaktoren, vor der Einschätzung, dass das Straßenbild unattraktiv (54%) ist und die Sauberkeit mangelhaft (54%). Aus Sicht von **Wolfgang Puff**, **Hauptgeschäftsführer** des **Handelsverbands Bayern** wird sich auch die Münchner Innenstadt auf Grund des Konsumentenverhaltens verändern müssen. „In Zukunft wird der stationäre Einzelhandel an diesem Standort mehr denn je auf ein attraktives Umfeld und die Symbiose mit Gastronomie, Kultur, Bildung und Freizeitangeboten angewiesen sein“, lautet sein Resümee.

Stadt News

Handelsverband fordert eine Gründungs-offensive

Vor dem Mittelstandsgipfel des **Bundeswirtschaftsministeriums** hat der **Handelsverband Deutschland** (HDE) deutlich gemacht, dass es in der aktuell schwierigen Lage dringend Entlastungen bei oft zu bürokratischen Gesetzen und Vorgaben braucht. Zudem erneuert der Verband seinen Vorschlag zum Start einer Gründungs-offensive für Handelsunternehmen und zur Einführung von **Ansiedlungsmanagern**, um die



Innenstädte dauerhaft zu stärken.

„Weit über 90% der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland gehören zum Mittelstand“; sagt **HDE-Präsident Alexander von Preen**. Die

Nachwirkungen der Corona-Krise und die schlechte Konsumstimmung würden den mittelständischen Einzelhandel hart treffen. Um weitere Geschäftsaufgaben zu verhindern, fordert er von der Bundesregierung wegweisende Entscheidungen für bessere Rahmenbedingungen. Der Verband spricht sich deshalb für eine **Gründungs-offensive** mit staatlichen Fördermaßnahmen und die Einführung von **Ansiedlungsmanagern** aus. Diese sollen die Leerstandssituation vor Ort beobachten, erfassen und sinnvolle Nachnutzungen vermitteln. Im Fokus sollte dabei auch die Koordination aller Akteure vor Ort aus Handel, Kommune, Gastronomie, Handwerk und Kultur stehen.

Von den 141 befragten Einzelhändlern kommen 116 aus dem Bereich **Fachgeschäfte** mit kleineren Geschäften, 18 sind **Filialisten**, fünf kommen aus dem Bereich **Kauf- und Warenhäuser** und auch ein Pop-up-Store war darunter. Zufrieden ist das Gros der Befragten an seinen Standorten mit Sicherheit und Ordnung (78% der Nennungen), mit der Aufenthaltsqualität (72%), mit der Passantenfrequenz insgesamt (69%) und der Kundenfrequenz (65%) sowie dem Geschäfts- und Gastronomieumfeld. So lautet das Fazit, dass 78% der Händler mit ihrem Standort, an dem sie sich im Schnitt seit 48 Jahren befinden, „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ sind.

Viele profitieren von der zentralen Lage, der hohen Frequenz, der guten Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, der Ausgestaltung der Straße als Fußgängerzone und dem hochwertigen Umfeld. Zu den Schattenseiten der Münchener Innenstadtlagen gehören aus Sicht der Einzelhändler die Baustellen und Sperrungen, die den Einkaufsbummel schnell mal zum Hindernislauf werden lassen, die Parkplatzsituation und auch generell die **Erreichbarkeit mit dem Pkw**.



Manchen ist es in der Stadt auch zu voll.

Foto: Lührmann

Vor diesem Hintergrund mahnt Wolfgang Puff: „Wichtigster Parameter und gleichzeitig Nadelöhr für eine anziehende multifunktionale Innenstadt ist (...) die Sicherstellung der Erreichbarkeit, und dies auch mit dem Pkw.“ So gehören für den Handel zu den negativ besetzten Themen, dass es keine eigenen Parkplätze gibt (78% der Nennungen) und dass die Erreichbarkeit mit dem Pkw (77%) und das Parken in der Nähe (76%) schwierig ist. Deshalb beurteilen 63% der Händler die Entwicklung ihres Umfeldes als „weniger gut“ oder „schlecht“ und das Gros wünscht sich von der Stadt u.a. eine bessere Baustellenkoordination und eine bessere Erreichbarkeit mit dem Pkw, oder zumindest, dass die Erreichbarkeit nicht weiter eingeschränkt wird. Immerhin kommen 19% der Besucher mit dem Pkw, aus dem Umland sind es 28%.

Entsprechend dem Wunsch der Kunden nach verlängerten Öffnungszeiten wie Sonntags-Shopping wünschen sich auch die Händler, dass die Öffnungszeiten auf Sonntage erweitert werden. Dass in der Händlerbefragung für ganz Bayern „die Flexibilisierung der Öffnungszeiten als dringliche Maßnahme eingestuft wird“, gehört aus Sicht von **Michaela Pichlbauer, Vorstandin** der Günther Rid Stiftung, zu den interessanten Ergebnissen. Für Nina Hugendubel zeigen die beiden Befragungen „die notwendigen Hausaufgaben und Verbesserungspotenziale der Stadt“, die **Clemens Baumgärtner**, Referent für Arbeit und Wirtschaft bei der Landeshauptstadt München, auch gerne aufnimmt.

„Die Vorschläge aus der Studie greifen wir gerne auf. Gerade hinsichtlich Baustellen, Erreichbarkeit, Sauberkeit, Events und Veranstaltungen hat die Stadt Handlungsmöglichkeiten in eigener Zuständigkeit. Da will ich gerne mit anpacken“, so Baumgärtner. Das dürfte auch dem Einzelhandel helfen, seine Hauptherausforderung zu meistern, nämlich die Frequenz auch in den nächsten drei Jahren (95%) zu sichern.

Deals

Kirchheim unter Teck: Jagdfeld Real Estate hat Woolworth für eine abermalige Verlängerung in dem



von ihm gemanagten **Teck-Center** in Kirchheim unter Teck in Baden-Württemberg gewonnen. Die Dürener Retail-Spezialisten konnten einen langfristigen Mietvertrag für 2 184 qm abschließen. Die Kaufhauskette wird im August 2023 ihr neuestes Ladenkonzept mit neuer energiesparender LED-Beleuchtung, Musiksystem und WC-Anlagen umsetzen. Die Eröffnung ist im September 2023 geplant. Das 11 000 qm große Teck-Center befindet sich im Zentrum der Kreisstadt Kirchheim unter Teck. Jagdfeld managt das Objekt für einen institutionellen Investor seit 1978.

+++++

Wilhelmshaven: P3 Logistic Parks übernimmt von der **Peper & Söhne Unternehmensgruppe** eine Immobilie mit über 13 000 qm Logistikfläche im **Jade Weser Port** von Wilhelmshaven. Der Standort ist vollständig an vier Unternehmen vermietet. Das **Atlantic One** wurde 2021 fertiggestellt und bietet mit rund 11 600 qm Hallenfläche, 1 030 qm Bürofläche und 670 qm Mezzaninfläche eine gute Ausstattung und flexible Nutzungsmöglichkeiten.

Geconomy AG

Das stationäre Geschäft wächst deutlich

rv DÜSSELDORF. *Nachdem die Ceconomy AG in den vergangenen Jahren mit ihrer Multichannel-Strategie und wachsenden Online-Umsätzen relativ gut durch die Corona-Pandemie gekommen ist, schlägt das Pendel inzwischen wieder stärker in die andere Richtung – hin zum stationären Geschäft. Der Blick des Vorstands auf den Jahresverlauf ist von Vorsicht und Zuversicht zugleich geprägt.*

Im ersten und im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2022/23 (30.9.) verzeichnete Europas führendes Unternehmen für Consumer Electronics, die **Ceconomy AG** mit den beiden Marken **Media Markt** und **Saturn**, im stationären Geschäft eine spürbare Belebung der Frequenz. Dadurch erhöhte sich der stationäre Umsatz im zweiten Quartal – gemessen am Vorjahresquartal – immerhin um 11% auf knapp 4,2 Mrd. Euro.



Foto: Media Markt

Media Markt Tech Village im Alexa in Berlin.

ist das Lighthouse-Konzept, bei dem es um „Erlebniszentren für Technik“ geht, in denen zusammen mit Partnern auf großen Flächen die Innovationen der Branche präsentiert werden. Aber auch kleine Formate mit reduziertem Sortiment, Reparaturservice sowie Click & Collect werden getestet.

In diesem veränderten Umfeld liegt der Online-Umsatz mit 1,1 Mrd. Euro und einem Anteil von 21,5% am Gesamtumsatz nach Unternehmensangaben zwar immer noch um etwa 14% über dem Niveau von vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie, doch ging der Online-Umsatz im zweiten Quartal um 10% zurück. Das heißt: Es kommen wieder mehr Kunden in die Märkte. Dass die Pick-up-Quote – dabei wird die online bestellte Ware im Markt abgeholt – im Vorjahresvergleich um 3 Prozentpunkte auf 39% gestiegen ist, zeigt, dass die Kunden den Multichannel-Kauf sehr schätzen.

Insgesamt ist der Umsatz im zweiten Quartal um 6,4% auf 5,3 Mrd. Euro und im gesamten Halbjahr um 5,5% auf 12,4 Mrd. Euro gewachsen – nach 11,9 Mrd. Euro im Vorjahreszeitraum. Das bereinigte **Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit)** verbesserte sich im zweiten Quartal zwar um 35 Mio. Euro, blieb mit -23 Mio. Euro aber immer noch im negativen Bereich. Im ersten Halbjahr lag das bereinigte Ebit mit 207 Mio. Euro unter dem Wert des Vorjahres mit 216 Mio. Euro. Die hohe Inflation und die Kostensteigerungen hinterlassen Spuren.

Mit Blick auf die volatilen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen plant der Ceconomy-Vorstand für 2022/23 mit zwei Szenarien. Sofern sich die Rahmenbedingungen nicht verschlechtern, erwartet er in Szenario 1 einen leichten Anstieg des währungs bereinigten Umsatzes und eine deutliche Verbesserung des bereinigten Ebit. Sollten sich die Rahmenbedingungen ungünstiger entwickeln – Szenario 2 – müsste der Vorstand Umsatz- und Ergebnisrückgänge einkalkulieren. **Vorstandschef Karsten Wildberger** hält auf Grund der bisherigen Entwicklung Szenario 1 für wahrscheinlicher.

Wie der Vorstand bei Vorlage der Quartalszahlen mitteilte, modernisiert das Unternehmen seine Märkte, erhöht die Flächenproduktivität durch Flächenverkleinerungen und führt neue Formate (Foto: Media Markt) ein, die in Größe und Konzept besser auf die Kundenwünsche am jeweiligen Standort zugeschnitten sind. Eines dieser neuen Formate

Deals

Beos vermietet in der Giesserei Garching

Die **BEOS AG** hat in Garching bei München insgesamt 5 750 qm an zwei Unternehmen vermietet. Im Gewerbecampus **Giesserei Garching** werden die **In-Tech GmbH** rund 5 000 qm und die **Süss MicroTec SE** 750 qm beziehen. Insgesamt wird der Gewerbecampus auf dem Gelände einer ehemaligen Aluminium-Gießerei im Gewerbegebiet Hochbrück in der Zeppelinstraße 22 a–d sowie Lilienthalstraße 15 a–b drei Ge-

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns auch auf unserer Homepage:

www.hi-report.de

bäude mit 22 300 qm flexibler Gewerbefläche umfassen, die sich aus 12 000 qm Hallenflächen und 10 300 qm Flex-Space zusammensetzen. Die Flächen sollen noch im dritten Quartal 2023 bezugsfertig werden. Das Unternehmen In-Tech ist ein 2002 gegründeter bayerischer Mittelständler, der mit Ingenieuren, Softwareentwicklern und Technikern innovative Mobilitätslösungen für Automotive, Smart City und Smart Factory entwickelt. Süss MicroTec ist ein Anbieter von Anlagen und Prozesslösungen für den Halbleitermarkt, für Nano- und Mikrosystemtechnik sowie verwandte Märkte mit Hauptsitz in Garching bei München.

Insolvenzwellen im Textil- und Schuhhandel

Die Politik trägt einen großen Teil der Verantwortung für die Fehlentwicklung

HIR DÜSSELDORF: Die aktuelle Welle spektakulärer Insolvenzen im Mode- und Schuhhandel – von Peek & Cloppenburg über Gerry Weber und Reno bis hin zu Görtz – sorgt nicht nur die Vermieter, Städte und Konsumenten. Sie sorgt nach Feststellung des Handelsverbands Textil, Schuhe, Lederwaren (BTE) auch für viel Diskussionsstoff in der Modebranche selbst.

Grund für die Verärgerung unter etlichen Einzelhändlern aus der Mode-Branche ist laut Spitzenverband die Befürchtung, dass sich das eine oder andere Unternehmen im Rahmen eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung, das etwa bei Miet- und Arbeitsverträgen Sonderkündigungsrechte ermöglicht und die Zahlung der Löhne für drei Monate durch die Agentur für Arbeit übernommen wird, „zum Schaden Dritter“ sanieren möchte. Dadurch werde auch die Wettbewerbsposition gesunder Mitbewerber auf Kosten der Allgemeinheit beeinträchtigt, so die Sorge von so manchen Branchenvertretern.

Nach Feststellung des **Handelsverbands Textil, Schuhe, Lederwaren (BTE)** sehen vor allem die Mittelständler in der Schuh- und Textilbranche, die mit ihrem Vermögen für ihr wirtschaftliches Handeln haften, eine Ungleichbehandlung und befürchten, „dass Unternehmen mit einem nicht rentablen Geschäftsmodell durch die Entschuldung per Insolvenz künstlich am Leben gehalten und damit notwendige Marktberichtigungen verhindert werden“.

Hinzu kommt aus Sicht der Kritiker, dass die aktuellen Insolvenzen die Reputation und das Image der gesamten Textil- und Schuhbranche schädigen: „Das hat merkliche Auswirkungen auf alle Unternehmen - vom Banken-Rating bis zum Recruiting guter Mitarbeiter und Auszubildender im Wettbewerb mit anderen Wirtschaftszweigen“, schreibt der BTE: Problematisch sei vor allem das Risiko, dass für die Branche wichtige Lieferanten durch Forderungsausfälle in die Insolvenz getrieben würden.

Trotz dieser nachvollziehbaren Kritikpunkte gibt der Verband andererseits aber auch zu bedenken, dass zum einen gesetzlich klar geregelt ist, wann eine Insolvenz angemeldet werden muss. Es gibt klare Vorgaben und Fristen und vergleichsweise wenig



Foto: Görtz

Im Zuge der Insolvenz hat Görtz seine Top-Filiale in Düsseldorf geschlossen.

Deals

ECSP Award für das ALEJA Ljubljana

Nach vier Jahren pandemiebedingter Pause wurden am 15. Mai 2023 in Mailand die



internationalen ECSP Design and Development Awards verliehen. Europas größter Handelsimmobilienverband, das **European Council of Shopping Places (ECSP)**, vergibt die Preise für herausragende Projekte in der Shopping-Center-Branche. Dabei wurde das **ALEJA Ljubljana** zum besten Shopping-Center Europas in der Kategorie **Neuentwicklungen über 15 000 bis 45 000 qm** gekürt. Nach dem Global RLI Award 2021 ist dies die zweite, international bedeutende Auszeichnung für das ALEJA - der jüngsten Mall des in Österreich beheimateten Entwicklers und Betreibers **SES Spar European Shopping Centers (SES)**. Ljubljanas modernste Shopping Destination brillierte mit seiner multifunktionalen, nachhaltigen Ausrichtung und überzeugte die Jury durch seine innovative Dachnutzung für Sport-, Freizeit- und Erholungsangebote. Gemeinsam mit einem Pumptrack-Rundkurs vor dem Gebäude sowie dem Einzelhandels- und Gastronomiemix ist das ALEJA nach der Begründung der Jury ein herausragendes Beispiel für ein modernes Shopping-Center.

Bewertungsspielraum. Gleichzeitig machen sich die Verantwortlichen der betroffenen Unternehmen strafbar(!), wenn sie einen Insolvenzantrag auch nur verschleppen. Zum andern ist es laut BTE kaum möglich, willkürlich eine Insolvenz kurzfristig herbeizuführen. Denn der **Insolvenzverwalter** prüft alle Vorgänge der letzten drei Jahre und kann für das Unternehmen nachteilige Verträge oder Vorgänge anfechten.

Zudem gibt der Verband zu bedenken, dass gerade Großbetriebe in teuren Frequenzlagen überdurchschnittlich unter den Corona-Beschränkungen gelitten haben und viele von ihnen noch nicht das Umsatzniveau von 2019 erreichen. Hinzu kommt, dass die Branchenriesen anfangs keine Überbrückungshilfe beantragen durften und auf **KfW-Kredite** ausweichen mussten, die nun zur Rückzahlung anstehen. Zum Ende der Pandemie waren die umsatzstarken Ketten zwar ebenfalls antragsberechtigt, wegen der Deckelung der Hilfszahlungen wurde aber oft nur ein Bruchteil der angefallenen Verluste (z.B. hohe City-Mieten) ausgeglichen. Viele Mittelständler erhielten dagegen Überbrückungshilfen im zweistelligen Prozentbereich vom Umsatz.

Insofern muss sich die Politik laut BTE einen großen Teil der Schuld an der aktuellen Insolvenzwelle anrechnen lassen, deren – erwiesenermaßen ungerechtfertigten – Verkaufsbeschränkungen nicht ausreichend kompensiert wurden und jetzt mit einem Timelag die gesamte Branche schädigen! Angesichts dieser – sachlich nicht nachvollziehbaren – politischen Benachteiligung der Großbetriebe war eine Schiefelage mancher Filialisten laut BTE bereits im Vorfeld zu befürchten. Denn drei Krisen-Jahre in Folge gefährden selbst die Existenz gesunder Unternehmen.

Drei Sonae-Sierra-Center gewinnen ECSP Awards

HIR DÜSSELDORF. Gleich drei Einkaufszentren von **Sonae Sierra** wurden am 15. Mai in Mailand vom **European Council of Shopping Places (ESCP)** mit **Design & Development Awards** ausgezeichnet. Im Rahmen der ersten Awards-Konferenz des ESCP gingen **Norte Shopping** im Norden Portugals und **Plaza Mayor** in Spanien als Gewinner in der Kategorie **Beste Erweiterungen und Refurbishments in Europa** hervor. Das **Quarree Wandsbek** in Hamburg erhielt in dieser Kategorie eine **Empfehlung**.



Mit den Preisen würdigt der ECSP die besten neuen Shopping-Standorte, die seit 2018 in Europa gebaut, erweitert oder modernisiert wurden. Kein anderes Unternehmen hat bei den ersten ECSP Awards laut Sonae Sierra so viele Center auf den ersten Rängen platzieren können. Mit der Fertigstellung von **The Cook Book**, der neuen Food Hall und der **Galleria** wurde die **Norte Shopping-Erweiterung** (Foto: Sierra) abgeschlossen. Auf etwa 1 300 qm bietet die Food Hall neben gutem Essen eine hohe Aufenthaltsqualität und das Flair traditioneller Märkte. Das Investment betrug insgesamt 77 Mio. Euro.

Um die Position als beliebtes Einkaufsziel in Andalusien (Spanien) zu stärken, starteten im Jahr 2019 die Erweiterungs- und Umbauarbeiten am Einkaufszentrum Plaza Mayor. Die Investition betrug 17 Mio. Euro. Das neue Design orientiert sich am Konzept der „andalusischen Stadt“. Im Außenbereich wurden Gärten und ein Bewässerungssystem geschaffen, das es ermöglicht, Wasser wiederzuverwenden.

Reify, die Development Services Marke von Sierra, baute zudem im Jahr 2021 das Quarree Wandsbek in Hamburg für die Eigentümerin **Union Investment** um. Mit der neuen Gebäudestruktur erhielt das Center ein modernes und unverwechselbares Design. Heute bietet das Quarree mit über 90 Geschäften, Cafés, Restaurants und einem Kino einen Mix aus internationalen Marken und lokalen Geschäften. Zudem gibt es ein Fitnessstudio, eine Kindertagesstätte und eine Business School.

Deals

Soest: Das Familienunternehmen für Hörakustik und Augenoptik **Kind** wird neuer Mieter in der Brüderstraße 40, in der 1A-Lage von Soest. Bei der Nachvermietung der 250 qm großen Mietfläche hat **Brockhoff** den Eigentümer des Geschäftshauses erneut beraten. Auch die Anmietung von **Vodafone** vor knapp 12 Jahren vermittelte der Essener Gewerbemakler. Mit über 700 Fachgeschäften und über 3 500 Mitarbeitern im In- und Ausland gehört Kind zu den weltweit erfolgreichsten und am stärksten wachsenden Unternehmen seiner Branchen.

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.