

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

nach zwölf Jahren Immobilien-Hype und der sehr abrupten Zinswende befinden sich die Immobilienmärkte weltweit immer noch in der Abbremsphase und angesichts des starken Einbruchs bei den Aktivitäten lauten die Fragen aller Fragen: Ist der Boden schon erreicht? Gibt es noch weitere Korrekturen bei Bewertung und Preisen? Versiegt die Inflation und werden die Zinsen bald gesenkt?

Gleichzeitig tun sich seit Ausbruch der Covid-19-Pandemie in schneller Abfolge immer neue Krisen auf und der Angriffskrieg auf die Ukraine und der geopolitische Konflikt mit Russland wird die bisherige Weltordnung in Europa zweifellos verändern. Diesen abrupten Wandel nach dem langen Aufschwung in den 2010er-Jahren zu verarbeiten, braucht zweifellos Zeit. Und auch die Gewöhnung an eine neue Zins-Ära. Aber auch diese Probleme sind zu bewältigen, sobald die Marktakteure erkennen, dass es hier um einen Marathonlauf geht und immer wieder neue Lösungen gefunden werden müssen.

Wie komplex die Lage nach dem Immobilien-Hype und den Preisübertreibungen ist und dass es jetzt um Aufräumarbeiten geht, zeigt der Blick auf die Signa-Insolvenz mit ihren vielen Baustellen, die die Städte vor große Probleme stellt. So hängt es von der Bereitschaft des Insolvenzverwalters und der Gläubiger ab, ob die Mieten für die 18 Signa-eigenen Galeria-Häuser gesenkt werden und der potenzielle Käufer des Warenhauses diese Filialen weiter betreiben kann. Um das gleiche Problem geht es bei der KaDeWe Group, die in der Insolvenz in Eigenverwaltung die Mieten neu verhandeln will. Hier geht es aber auch noch um mehr. Beispielsweise um das Carsch Haus in Düsseldorf, dessen Objektgesellschaft mitten im Umbau nach dem KaDeWe-Konzept in die Insolvenz geriet und die Bauarbeiten stoppen musste. Ausgang offen.

Gelingt es aber der KaDeWe Group, das Mietenproblem zu lösen und die Insolvenz hinter sich zu lassen, wäre für einen potenziellen Investor auch der Kauf und der Weiterbau des Carsch-Hauses und die Vermietung an die KaDeWe-Group attraktiv – vorausgesetzt, der Kaufpreis stimmt, so dass die Mieten im Rahmen bleiben. Ähnlich ist die Lage bei der Baustelle des Lamarr-Kaufhauses in der Mariahilfer Straße in Wien.

Dass die Gläubiger der insolventen Signa Prime Selection dem Verkauf der Luxus-Immobilien des Unternehmens zugestimmt haben, ist zunächst eine gute Nachricht, eröffnet das doch die Chance, dass Bauprojekte von neuen Eigentümern fertig gestellt werden oder dass Mieter wie die KaDeWe Group resp. ihr Eigentümer die Warenhäuser erwerben können, um die Probleme mit den Indexmieten zu lösen. Dass die Gläubigerversammlung für einen Treuhand-Sanierungsplan gestimmt hat, wonach die Objekte im Laufe der nächsten zwei bis drei Jahre verkauft werden sollen, lässt aber darauf schließen, dass sie auf eine Markterholung und höhere Preise warten. Damit geht aber auch bei diesem Verkauf die Hängepartie in der Preisfindungsphase weiter.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin



Nr. 417 vom 05.04.2024

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Resiliente Handelsimmobilien: Herausforderungen nehmen zu	2
Galeria-Verkauf: Mieten entscheiden über die Filialnetzgröße	6
Emerging Trends: Vor einer Ära höherer Zinsen	8
Einzelhandelsmarkt Europa: Stimmung dreht leicht ins Plus	10
Deutsche Euro Shop: Geschäftsbelebung und Wertkorrekturen	12
Rewe Ready: Vollautomatischer Einkauf im Ladepark	14
Ostergeschäft 2024 Hoffnung auf Impulse für die Kauflaune	16
Social Commerce: Mehr Authentizität	17
Impressum	18

HandelsimmobilienReport Partner





Visualisierung: Columbia Threadneedle

Resiliente Handelsimmobilien

„Geld angelegt und Job erledigt“ funktioniert in Zukunft nicht mehr

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Ära, in der mit Immobilien einfach nur gewinnbringend gehandelt werden konnte, ist vorbei und wird abgelöst von einer Ära, in der Immobilien vor allem funktional und für die Zukunft gerüstet sein müssen, nicht zuletzt auch deshalb, weil Megatrends wie der demographische Wandel, die Digitalisierung, die Deglobalisierung und die Dekarbonisierung die Ansprüche an die einzelnen Immobiliensegmente und Regionen spürbar verändern.

In diesem herausfordernden Umfeld können sich innerhalb des Markts für Retail Assets derzeit vor allem **innerstädtische Geschäftshäuser** in Luxus-Lagen und **Fachmärkte** respektive **Fachmarktzentren** (Retail Warehousing) gut behaupten, wie die **Autoren Joanna Tano** und **Hans Nordby** von **Columbia Threadneedle** im neuen **Global Real Estate Outlook 2024** feststellen. Dabei betrachten sie die **Markttrends** und die **Treiber** des Marktes **in Europa** und in den **USA**.

Nach den großen **Irritationen des Jahres 2023** mit den **vielen Zinsschritten** in Europa und in den USA erwarten die Immobilienexperten im Laufe dieses Jahres eine Stabilisierung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die in der zweiten Jahreshälfte womöglich zu einer Lockerung der immer noch restriktiven **Finanzierungsbedingungen** führen könnte, so dass nach den Einbrüchen in den Transaktionsmärkten das Investment in Immobilien für institutionelle Investoren wieder attraktiver werden könnte. Denn obwohl noch viele Fragen offen sind und Herausforderungen bleiben, so beginnen sich die Nebel der vergangenen zwölf Monate laut Studie langsam zu lichten. Zumal die von vielen Marktakteuren nach der Zinswende erwartete Flut an Problemen im Immobilienmarkt ausgeblieben sei.

Hinzu kommt, dass sich die Immobilienwerte schon stark an die neuen Finanzierungsbedingungen angepasst haben, so dass Joana Tano und Hans Nordby 2024 nicht mit weiteren massiven Wertkorrekturen rechnen. Allerdings können sie Preiskorrekturen nicht ganz ausschließen, die für mutige Anleger, die in diesem intransparenten Marktumfeld investieren, aber die Chance eröffnen, qualitativ hochwertige Assets zu erwerben. Zudem rechnen sie damit, dass die Lücke zwischen den Preisvorstellungen von Käufern und Verkäufern in diesem Jahr kleiner wird.

Hier können allerdings nicht alle Regionen in Europa und den in USA über einen Kamm geschoren werden, denn gemäß der jüngsten **RICS-Umfrage** bewerten in-

Marktbericht

Ifo Geschäftsklima: Silberstreif am Horizont

Die Stimmung unter den Unternehmen hat sich merklich verbessert. So ist der **Ifo Geschäftsklimaindex** im **März auf 87,8 Punkte** gestiegen, nach 85,7 Punkten im Februar. Vor allem die Erwartungen sind weniger pessimistisch. Aber auch die Einschätzungen zur aktuellen Lage verbesserten sich. Die Wirtschaft sieht einen Silberstreif am Horizont. Im **Verarbeitenden Gewerbe** waren die Unternehmen merk-



lich zufriedener mit den laufenden Geschäften und der Erwartungsindikator legte deutlich zu. Allerdings: Der Auftragsbestand ist weiter rückläufig. Auch im **Dienstleistungssektor** ist der Index spürbar gestiegen, weil die Erwartungen weniger pessimistisch sind und die aktuelle Lage etwas besser bewertet wird. Vor allem in Transport und Logistik sowie im Gastgewerbe ging es bergauf. Im Handel sieht vor allem der **Einzelhandel** einen Hoffnungsschimmer, so dass der Index deutlich zulegen konnte. Die Geschäfte laufen zufriedener und die Erwartungen sind weniger pessimistisch. Selbst im **Bauhauptgewerbe** ist der Geschäftsklimaindex gestiegen, da die aktuelle Lage etwas besser beurteilt wird und nach dem historischen Tief im Februar die Erwartungen zulegen. Insgesamt bleiben die Aussichten hier aber düster.

ternationale Immobilienexperten Deutschland im weltweiten Vergleich noch als „teuer“ oder „sehr teuer“ – wobei die Korrekturen bei Retail Assets auch hierzulande schon am weitesten fortgeschritten sein dürften.

Andererseits registrierte der Immobilienberater **Savills** in seinem jüngsten Bericht „Market in Minutes“ für den deutschen Investmentmarkt, dass sich der Käufermarkt zwar belebt hat, dass manche Investoren aber zu „unrealistisch niedrigen Preisen“ kaufen möchten. Das kann auch darauf hinweisen, dass die Finanzierungsbedingungen hierzulande weiterhin restriktiv sind.

Als Schlüssel zum Erfolg im Investmentjahr 2024 sehen die Autoren Joanna Tano und Hans Nordby vor diesem Hintergrund den leichten Zugang der Marktakteure zu „trockenem Pulver“ – sprich zu Liquidität resp. Eigenkapital. Hinzu kommt die wachsende Bedeutung der Resilienz von Immobilien etwa in Krisenzeiten und mit Blick auf den Klimawandel. Deshalb empfehlen sie Investoren über den Ansatz „Geld in Bricks + Mortar anzulegen – und Job erledigt“, weit hinauszudenken. Denn die Volatilität der Kapitalmärkte seit der Zinswende einerseits und die notwendige Berücksichtigung von Trends wie der Demographie, der Deglobalisierung, der Digitalisierung und der Dekarbonisierung bei den Immobilieninvest-

ments andererseits – Stichwort: Gefahr von „Stranded Assets“ – erzeugen inzwischen eine Dynamik, wie sie in früheren Zyklen so nicht zu beobachten war.

In diesem Umfeld profitieren Retail Assets aus dem Bereich innerstädtische Geschäftshäuser – insbesondere in den Einkaufslagen der großen europäischen Städte – laut Studie davon, dass sich sowohl der **nationale als auch der internationale Tourismus** wieder belebt – abzulesen an der Tatsache, dass Handelsimmobilien mit 26,2 Mrd. Euro im vergangenen Jahr europaweit die zweitstärkste Anlage-Klasse hinter Büros war. Seit dem gravierenden Einbruch nach der Finanzkrise 2009 und vor allem nach dem Einbruch um 65% während der Corona-Lockdowns 2020, hat sich der nationale wie der internationale Tourismus spürbar erholt.

Die Rückkehr der europäischen Konsumenten in die Einkaufsstraßen ist laut Studie unverkennbar, nachdem sie während der Pandemie 2020 und 2021 europaweit vermehrt im Online-Handel eingekauft haben. So gehen seit den Lockerungen auch auf europäischer Ebene die Online-Ausgaben kontinuierlich zurück. Die Kunden stimmen mit den Füßen ab. Für die innerstädtischen Händler ist das zwar eine positive Nachricht, doch zeigt die Lage ein gemischtes Bild. ▶

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 Ankaufprofil 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

Denn mit den steigenden Inflationsraten als Folge der Pandemie-bedingten Lieferengpässe und des Kriegs in der Ukraine schrumpfte die Kaufkraft der Europäer und ließ die Handelsspanne des innerstädtischen Handels schrumpfen. Vor allem für die immer teureren Lebensmittel geht viel Geld drauf, so dass der Spielraum für Ausgaben im Non-food-Handel schrumpft. In diesem Umfeld können sich laut Studie vor allem **kapitalstarke Handelsunternehmen** behaupten, die den Spielraum haben, die Durststrecke zu überstehen. Und der **Luxus-Handel**, der davon profitiert, dass die kaufkraftstarke Kundschaft genügend finanziellen Spielraum hat und sich nicht einschränken muss.

Laut **BNP Paribas Real Estate** ist es für diese Klientel sogar wichtig, in schwierigen Zeiten zu demonstrieren, dass sie sich noch Luxus leisten können. So verzeichnete der



globale Luxus-Handel laut Studie 2021 im Jahresvergleich ein Wachstum von 32% und wuchs 2022 nochmals um 19% auf 345 Mrd. Euro. Profitieren wird die Luxus-Branche auch davon, dass sich die Zahl ihrer Kunden von weltweit 400 Mio. auf 500 Mio. im Jahr 2030 erhöhen wird. Ein dritter Wachstumstreiber ist die Diversifizierung von Luxusmarken über ihre traditionellen Angebote hinaus in neue Märkte. Als Beispiele nennen die Autoren die **Cheval-Blanc-Hotel-Kette** von **LVMH** und die **Bulgari Hotels** in namhaften Städten und Destinationen, die Luxus mit Gastlichkeit verbinden.

Im Kontrast dazu basiert die **Resilienz von Fachmärkten und Fachmarktzentren** darauf, dass sie als Anbieter von Gütern des täglichen Bedarfs von allen Bevölkerungsgruppen auch in schwierigen Zeiten aufgesucht werden müssen. So erreicht die Frequenz in diesen Lagen laut Studie fast schon wieder das Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 und liegt damit über der Frequenz in den übrigen Handelslagen. In **Großbritannien** beispielsweise gelang es den Warehouses/Retail Parks während der Corona-Lockdowns, als immer mehr Geld in den Online-Handel floss, die Frequenz mit Hilfe von mehr Convenience-Angeboten, leichter Erreichbarkeit und mehr Erlebnis zu stabilisieren. Auf ihren großen Flächen nutzte die Branche den Raum, um ihre Ware zu präsentieren oder Click & Collect Hubs zu etablieren. Dieser Erfolg hat das Interesse institutioneller Investoren wieder geweckt, so dass Fachmarktimmobilien resp. Warehouses/Retail Parks 2023 mit 8,5 Mrd. Euro laut BNP Paribas Real Estate europaweit die vorherrschende Anlage-Klasse im Retail-Segment waren.

Andererseits ist auch das **Interesse der Einzelhändler** an diesen Lagen gewachsen, so dass sich laut Studie auch der Mietermix verändert hat, wie das Beispiel Großbritannien zeigt. Hier haben die klassischen innerstädtischen Marken **Marks & Spencer** sowie **Next** einen Teil der City-Filialen geschlossen und neue Läden in Fachmarktzentren eröffnet, in denen traditionell Baumärkte, Teppich- und Möbelhändler, Elektroanbieter und Discounter resp. preisorientierte Einzelhändler vertreten sind. Der Zuzug neuer Anbieter hat laut Studie dazu beigetragen, dass sich die Verweildauer der Besucher in den Retail Parks spürbar verlängert hat. ▶

Marktbericht

Immobilienklima erfährt einen leichten Dämpfer

Der positive Trend des **Deutsche Hypo Immobilienklimas** zu Jahresbeginn war nur von kurzer Dauer. So zeigte sich die Stimmung unter den rd. 1 200 Immobilienexperten im Rahmen der 195. Monatsbefragung eher verhalten und der Index ging im März um 1,7% auf 75,9 Punkte zurück. Vor allem das **Investmentklima** trägt mit einem Rückgang um 3,8% auf 61,1 Punkte zu der Abnahme bei. Das **Ertragsklima** bleibt mit einem Rückgang von 0,1% auf 91,4 Punkte stabil. Unterschiedlich ist die Stimmung im März in den verschiedenen Assetklassen. Das **Büroklima**, das im Vormonat

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
Homepage:

www.hi-report.de

den höchsten Anstieg verzeichnete, ging um 4,6% auf 55,6 Punkte zurück und auch beim **Wohnklima** waren die Einbußen mit -3,9% auf 122,6 Punkte deutlich, so dass der positive Trend seit Jahresanfang ein Ende fand. Das **Handelsklima** ging mit -1,8% auf 61,0 Punkte nur moderat zurück. Zu den Asset-Klassen mit positivem Trend zählen das **Hotelklima**, das mit +3,9% erstmals seit März 2020 wieder die 90-Punkte-Marke erreichte und das **Logistiklima**, das um 4,1% auf 108,3 Punkte stieg.

Vor diesem Hintergrund präsentiert sich auch der **Vermietungsmarkt** in dieser Anlage-Klasse mit einer Leerstandsquote von nur 4,5% im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zu fast 14% in den **innerstädtischen Geschäftslagen** und fast 18% in **Shopping-Centern** positiv. Die Autoren erwarten, dass die Zahl der Retail Parks auf der grünen Wiese noch steigen wird und sich hier auch Coffee-Shop-Ketten und Drive-thru-Restaurants etablieren werden, um von der robusten Frequenz zu profitieren. Auch Zahnärzte und Tierärzte interessieren sich inzwischen für diese Lagen.

Die steigende Flächennachfrage dürfte auch den Aufwärtsdruck bei den Mieten erhöhen. Und sofern sich die Marktzinsen stabilisieren, erwarten die Autoren in den nächsten 12 bis 18 Monaten eine Belebung des **Investmentmarkts**, wobei sie davon ausgehen, dass sich institutionelle Anleger auf Core-Plus-Objekte fokussieren werden, während opportunistische Anleger wegen der niedrigeren Preise Objekte mit Wertsteigerungspotenzial im Auge haben. Unter den schwierigen Marktbedingungen für den Einzelhandel ist es Fachmarktzentren/Retail Parks, die gern mit anderen Retail Assets in einen Topf geworfen werden, damit gelungen, ihre Robustheit unter Beweis zu stellen.

Der Blick auf den **US-Retail-Markt** ist ein Stück weit auch ein **Blick in die Zukunft**. Laut Joanna Tano und Hans Nordby stehen hier **Mischobjekte** und **Strip Retail** Formate in Städten mit solidem Bevölkerungswachstum, überdurchschnittlicher Zuwanderung und einem starken Wachstum in der Altersgruppe der 35- bis 50-Jährigen im Vordergrund. Dabei handelt es sich um die Regionen zwischen Seattle, den Rocky Mountains und Texas im Westen bis zu den Carolinas und Georgia im Osten sowie Tennessee in der Mitte. Diese Märkte verzeichnen bei **Strip Center** – offene Handels-Agglomerationen – eine „Absorption Rate“ von 0,7% bei einer Neubaurate von nur 0,3%. Das erzeugt Druck auf die Mieten.

In Städten wie Salt Lake City, Atlanta, Seattle, Houston, Phoenix und Nashville übersteigt das Wachstum der Flächennachfrage laut Studie die Fertigstellung um das Dreifache. Der Vorteil dieser Städte: Sie bieten im Gegensatz zu den großen Städten an den Küsten – San Francisco, Los Angeles und New York – bezahlbare Wohnungen/Häuser und besser bewertete öffentliche Schulen für die Mittelschicht. Im Kontrast dazu liegt die Vermietungsquote in den großen Städten unter dem Zehn-Jahres-Schnitt und damit unter der Neubaurate. ■

GfK Konsumklima: Die Stimmung ist schlechter als die Fakten

Die Aufhellung der **Verbraucherstimmung** in Deutschland schreitet auch im März nur langsam voran. Die **Konjunktur-** und **Einkommenserwartungen** legen zwar leicht zu, aber die **Anschaffungsneigung** bleibt unverändert niedrig. Das Konsumklima verbessert sich damit zum zweiten Mal in Folge – allerdings nur leicht. Der Indikator nimmt in der Prognose für **April** im Vergleich zum Vormonat (revidiert -28,8 Punkte) um 1,4 Punkte auf -27,4 Zähler leicht zu. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse des **GfK Konsumklimas powered by NIM**. Es wird seit Oktober 2023 gemeinsam von GfK und dem Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM), Gründer der GfK, herausgegeben.



Foto: Vierbuchen

Günstig für den Konsumklima-Indikator wirkt sich derzeit die sinkende Sparneigung aus, die im März im Vergleich zum Vormonat fünf Punkte verloren hat. Mit einem Wert von 12,4 Zählern weist sie aber immer noch ein hohes Niveau auf. Denn im entsprechenden Vorjahreszeitraum lag die Sparneigung bei nur 1,3 Zählern, also 11 Punkte weniger als im März 2024.

Nach Einschätzung von **Rolf Bürkl, Konsumexperte** beim **NIM**, bilden **reale** Einkommenszuwächse und ein stabiler Arbeitsmarkt an sich zwar eine sehr gute Voraussetzung für eine rasche Erholung der Konsumkonjunktur, aber den Konsumenten fehlt in Zeiten multipler Krisen die Planungssicherheit, der Zukunftsoptimismus und das Vertrauen in die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland. Deshalb bleiben die Impulse durch die Binnen-nachfrage für die Konjunktur immer noch aus. „Die schlechte Stimmung überlagert die Fakten“, so Bürkls Fazit. Somit wird eine nachhaltige Erholung der deutschen Wirtschaft weiter auf sich warten lassen. Ein weiterer Rückgang der Inflation und eine klare Strategie der Politik für die nächsten Jahre würden dagegen für mehr Vertrauen sorgen.

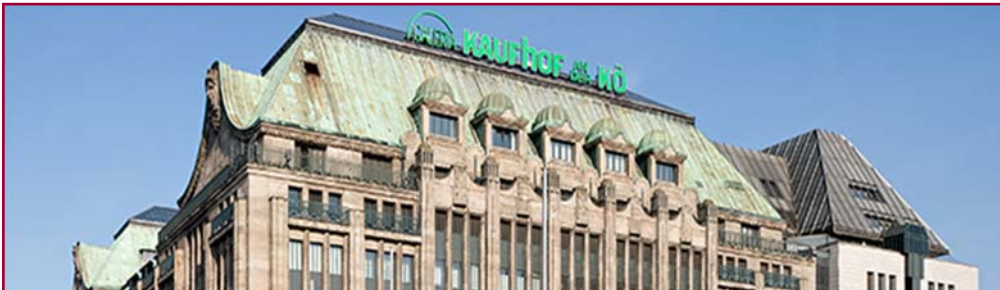
Deals

Schwentimental: MEAG und der SB-Warenhausbetreiber **Kaufland** haben sich auf einen langfristigen Mietvertrag im **Ostseepark Schwentimental** geeinigt. Der 1972 errichtete, und mehrfach modernisierte Ostseepark Schwentimental hat eine Mietfläche von gut 100 000 qm. Mit der Anmietung der Fläche in der Mergenthalerstraße 13-23 komplettiert Kaufland den attraktiven Mietermix. Erfreulich ist für die MEAG vor allem, dass die Anschlussvermietung der Fläche lückenlos gelungen ist. Die MEAG ist der **Vermögensmanager der Munich Real Estate Group** und bietet ihr Know-how auch Drittkunde an. Sie verwaltet ein Vermögen von rd. 340 Mrd. Euro, davon 60 Mrd. Euro für private Anleger und institutionelle Investoren.

Verkauf von Galeria Karstadt Kaufhof

Wie groß das Filialnetz künftig ist, hängt von den Mietverhandlungen ab

rv DÜSSELDORF. Bis zum 22. März – eine Woche vor Ostern – hatte Insolvenzverwalter Stefan Denkhäus den Interessenten Zeit gegeben, ein verbindliches Kaufangebot für den Warenhaus-Betreiber Galeria Karstadt Kaufhof abzugeben. Aus den vier Angeboten hat der Insolvenzverwalter nach Absprache mit dem Gläubigerausschuss zwei Interessenten ausgesucht. Um wen es sich dabei handelt, darüber gibt es weiterhin keine Auskunft.



Signa-Filiale Kaufhof an der Kö in Düsseldorf.

Foto: Galeria

Entscheidend für den Warenhausbetreiber **Galeria Karstadt Kaufhof** ist aber, dass es sich bei den Interessenten um Unternehmen handelt, die **Erfahrung im deutschen Einzelhandel** haben – also keine Investoren sind – internationale Finanzpartner haben und auch die erforderlichen Mittel, um die Geschäfte von Galeria zu finanzieren. Denn nach den Einbußen während der Corona-Zwangsmaßnahmen und im Zuge der Neuausrichtung braucht das Unternehmen finanziellen Rückhalt, um das Geschäft voranzubringen und die Verkaufsräume aufzuwerten.

Dass, wie **Insolvenzverwalter Stefan Denkhäus** und **Galeria-Chef Olivier van den Bossche** in einer Presse-Konferenz vor Ostern mitteilten, 60 der insgesamt noch 92 Galeria-Warenhäuser wirtschaftlich arbeiten, ist ein gutes Fundament für den Plan, „60 plus X“ Warenhäuser zu erhalten. Den Unterschied, ob ein Warenhausstandort wirtschaftlich ist, macht meist die Höhe der Miete aus, die laut van den Bossche nicht mehr als 7 bis 11% des Filialumsatzes betragen darf. Für viele Standorte wird aber deutlich mehr gezahlt. Das gilt vor allem für die 18 Warenhäuser, die der **Signa Gruppe** gehören, die maßgeblich zur erneuten Schieflage von Galeria und der Insolvenz beigetragen haben.

Wie viele Galeria-Filialen der potenzielle Eigentümer dann letztendlich betreiben wird, hängt deshalb davon ab, wie erfolgreich die Verhandlungen über Mietsenkungen verlaufen. Nach den Vorstellungen des Insolvenzverwalters soll der Verkaufsprozess noch im April abgeschlossen werden. Eine Loslösung von der insolventen Signa Gruppe und klare Eigentumsverhältnisse dürften das Geschäft der Warenhäuser – nicht zuletzt auch in Bezug auf die Lieferanten – spürbar verbessern.

Im Rahmen des aktuellen Insolvenzverfahrens wird es auch um Personalabbau gehen, der aber vor allem die Verwaltung in Essen betreffen dürfte. Denn in den Filialen ist der Personalstab bereits so ausgedünnt, dass es hier keinen Spielraum für weiteren Abbau gibt. Hinzu kommt, dass die Warenhäuser künftig regionaler arbeiten sollen, viele Entscheidungen also vor Ort getroffen werden. Wie van den Bossche denn auch bereits im Januar darlegte, ist es notwendig, das Service-Center in Essen, teure Dienstleister und die Effizienz der Logistik auf Kurs zu bringen. In besseren Tagen wurde aus der ehemaligen Karstadt-Zentrale in Essen ein Konzern mit 16 Mrd. Euro Umsatz gesteuert. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen heute mehr als 15 000 Mitarbeiter. ■

Personalien

Schöberl soll Mattner an der ZIA-Spitze beerben

An der Spitze des **ZIA** bahnt sich ein Wechsel an: Denn **Dr. Andreas Mattner** (63), seit 2009 **Präsident des Zentralen Immobilien Ausschuss**, wird bei der Neuwahl im Juni nicht wieder kandidieren. „Es waren 15 arbeitsreiche und zugleich fantastisch vielfältige Jahre, in denen die Immobilienwirtschaft einen regelrechten Modernisierungsschub erlebt hat“, zieht Mattner Bilanz. Damit sei das Fundament gelegt und jetzt sei die Zeit, Platz zu machen für ein starkes Talent, das mit neuen Ideen darauf aufbauen und den ZIA durch die



nächsten Jahre führen könne. Wunsch-Nachfolgerin des Vorstandes und des

Präsidenten ist **Iris Schöberl, Geschäftsführerin** des Münchner Standorts von **Columbia Threadneedle Investments**. Laut Mattner weiß Schöberl, wie die Immobilienbranche tickt und was sie braucht. Sie ist seit drei Jahren Vizepräsidentin des Verbandes sowie langjähriges Mitglied des Präsidiums. Der ZIA-Vorstand hat die 58-Jährige bereits für die Präsidentenwahl am 10. Juni nominiert. Wie Schöberl betont, weiß sie aus Erfahrung, wie wichtig gerade in Krisenzeiten pragmatische und kreative Lösungen sind: „Diese zu formulieren, in den Diskurs und die Umsetzung zu bringen, dafür setze ich mich ein und bewerbe mich für diese anspruchsvolle Aufgabe beim ZIA.“



HAHNAG.DE

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



Foto: Irebs

[Emerging Trends in Real Estate Global Outlook 2024](#)

Auseinandersetzung mit einer Ära höherer Zinssätze

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin Handelsimmobilien Report

Nach gut einer Dekade-Niedrigzinspolitik hat die Zinswende durch die großen Notenbanken dem verlängerten Hype an den weltweiten Immobilienmärkten 2022 ein Ende gesetzt. Ablesen lässt sich das auch am Rückgang des Transaktionsvolumens 2023 um 44% auf 594 Mrd. \$, den niedrigsten Stand seit über einem Jahrzehnt. Nach der aktuellen Studie „Emerging Trends in Real Estate Global Outlook 2024“ von PwC und dem Urban Land Institute (ULI) keimt in der Branche für 2024 die Hoffnung auf eine Wiederbelebung des Marktes auf.

Einen Silberstreif am Horizont erkennt auch der Immobilienberater **JLL** in seinem Report **Global Real Estate Perspective** beim Blick auf das vierte Quartal 2023, in dem der Rückgang beim Transaktionsvolumen mit nur noch 23% auf 166 Mrd. \$ spürbar milder ausfiel als in den Quartalen zuvor (Grafik Seite 8). So heißt es auch in der Studie **Emerging Trends in Real Estate Global Outlook 2024**, für die **PWC** und das **Urban Land Institute (ULI)** weltweit Tausende von Immobilienunternehmen in Europa, den Vereinigten Staaten und im asiatisch-pazifischen Raum befragt haben, dass sich die Immobilienbranche an einem „Wendepunkt“ befindet, „an dem sich die Aussichten auf eine erneute Investitionstätigkeit verbessern – trotz des monetären Gegenwinds und der anhaltenden wirtschaftlichen Unsicherheit weltweit“.

Grundlage des aufkeimenden Optimismus ist die **moderatere Entwicklung der Inflationsraten** in vielen Regionen der Welt und die Einschätzung, dass die Zinssätze inzwischen wahrscheinlich ihren Höchststand erreicht haben, so dass auch die weitere Geldpolitik klarer einzuschätzen ist. Entscheidend für die weitere Entwicklung ist aber vor allem die Anpassung der Preisvorstellungen insbesondere der Verkäufer an das deutlich gestiegene Zinsniveau, zu dem das Preisniveau aus der Niedrigzinsphase nicht passt. So zeigt auch der diesjährige Bericht von PwC und ULI nach den Worten von **Lisette van Doorn, CEO des ULI Europe**, „dass der Markt beginnt, sich mit einer neuen Ära höherer Zinssätze auseinanderzusetzen, und wie sich dies auf die Preisgestaltung auswirken wird“.

Zunächst gehen viele Branchenteilnehmer offenbar davon aus, dass der Markt bei der **Preisgestaltung** „einen angeglichenen Mittelweg“ akzeptieren wird, so dass sich der globale Immobilienmarkt nach einem der schlimmsten Abschwünge seit der Finanzkrise 2008/09 langsam wieder erholt. Nach dem ungewohnt langen Immobilien-Hype über einen Zeitraum von zwölf Jahren haben die Übertreibungen allerdings ein be-

Unternehmens News

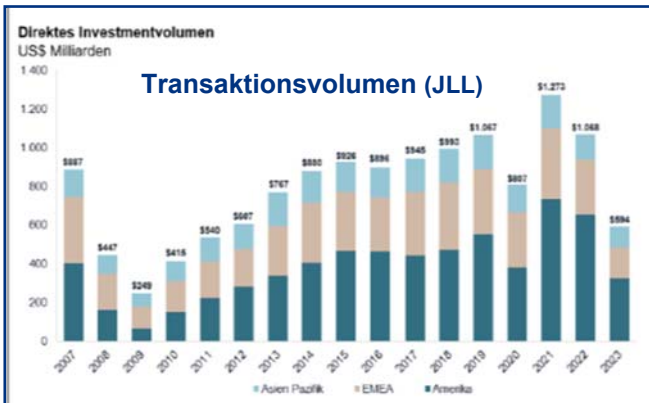
Kredit von 100 Mio. Euro für Signa Prime Selection

Um die Liquidität der insolventen **Signa Prime Selection** sicher zu stellen, hat der britische Vermögensverwalter **Attestor** dem Unternehmen einen Kredit in Höhe von 100 Mio. Euro gewährt, wie die **FAZ** berichtete. Das eröffnet dem Bestandhalter von Signa-Luxusimmobilien wie dem KaDeWe in Berlin (Foto), dem Goldenen Quartier oder dem Kaufhaus Tyrol in



Wien die Möglichkeit, die Objekte in den nächsten zwei bis drei Jahren im Rahmen des Treuhand-Sanierungsplans, den die Gläubigerversammlung beschlossen hat, zu vermarkten. Damit hofft **Insolvenzverwalter Norbert Abel** für die Gläubiger eine Quote von über 30% erzielen zu können. Ohne diese Überbrückungshilfe wäre dem Unternehmen womöglich im Laufe der Zeit das Geld ausgegangen und es wäre gezwungen, Objekte kurzfristig im Rahmen von Notverkäufen zu niedrigeren Preisen zu veräußern. Hinter der Treuhandlösung steht die Hoffnung, dass sich die Immobilienmärkte im Laufe der nächsten Jahre erholen und höhere Preise erzielbar sind. Derzeit läuft in vielen Segmenten das Geschäft schleppend, weil sich Verkäufer und Käufer nicht auf einen Preis einigen können.

achtliches Niveau erreicht, sodass aus Sicht der Experten in letzter Konsequenz nicht absehbar ist, wie groß die Preisabschläge sein werden, die für die Überwindung der Krise notwendig sind. Nachdem die Markakteure laut Trend-Report in den vergangenen beiden Jahren vor allem eine abwartende Haltung eingenommen hatten, werde nun ein „großer Reset“ stattfinden, „der weit über die Anpassung an die neue Ära höherer Zinssätze für eine längere Zeit hinausgeht“.



Auslöser für diesen Veränderungsdruck dürfte die **immense Schuldenlast** sein, die die Branche während des Booms aufgehäuft hat und die in der nächsten Zeit zu deutlich höheren Zinsen refinanziert werden muss. Allein für die USA beziffern die Experten die Schulden mit 1,2 Bio. \$. Vor diesem Hintergrund gehen sie auch davon aus, dass im Jahr 2024 auch das Thema „Rettungskapital“ eine bedeutende Rolle spielen wird. Verstärkt wird der Druck auf die Stimmung und die Investitionsaktivitäten auch durch die geopolitischen Störungen wie die Kriege in der Ukraine und im Gaza-Streifen und die anstehenden Wahlen in weltweit 60 Ländern, wodurch sich die politische Landschaft stark verändern kann. Das könnte die zuletzt wieder stabilere Währungssituation gefährden.

„Rettungskapital“ könnte 2024 eine bedeutende Rolle spielen

Nachdem die Preise im Zuge des langjährigen Booms in den meisten gängigen Immobilienmärkten ziemlich heiß gelaufen sind und die Neubewertung der Assets und das Ausmaß der Korrekturen das zentrale Thema sind, ergab die PwC-ULI-Studie auch, dass sich die Anleger vermehrt auf alternative Immobiliensektoren ausrichten. Dabei orientieren sie sich vermehrt an den „drei D´s“ aus – dem Thema Demografie, Digitalisierung und Dekarbonisierung. Laut Studie spricht dies für das Segment **Logistik**, das sich während der Pandemie und der Lieferengpässe als sehr relevant herausgestellt hat sowie Rechenzentren, die im Zeitalter der Digitalisierung gleichfalls unabkömmlich sind.

Zudem wird das Thema **Wohnen** angeführt, das ange-

sichts der angespannten Lage auf den Wohnungsmärkten aber zunehmend ins Spannungsfeld sozialer Konflikte gerät. Zudem sind auch hier die Preise sehr heiß gelaufen. So stehen in Europa laut Studie die Themen soziale Ungleichheit und Massenmigration sowie die Erschwinglichkeit von Wohnraum bei den Umfrageteilnehmern ganz oben auf der Agenda.

Ein weiteres zentrales Thema der Immobilienbranche ist der **Klimaschutz** und die **Einhaltung der ESG-Kriterien** beim Bau und beim Bestand. Hier könnte der Fortschritt durch die schwierigen Marktbedingungen verlangsamt werden. Andererseits kann laut Studie – je nachdem, wie groß die Notlagen sein werden – die Umsetzung der ESG- und insbesondere der Dekarbonisierungsagenda unterstützt werden, wenn sich „potenzielle Käufer in einer stärkeren Verhandlungsposition befinden, um die erforderlichen Investitionsausgaben einzupreisen“.

„In unseren Gesprächen mit Marktteilnehmern hat sich gezeigt, dass ein langfristiger, thematischer Ansatz, der sich insbesondere auf die Dekarbonisierung konzentriert, Investoren eine neue Welt potenzieller ‚Quasi Immobilienprodukte‘ eröffnet“, weiß **Gareth Lewis** von **PwC Real Estate**, zu berichten. Dazu gehören etwa neue Energieinfrastrukturen mit großem Entwicklungspotenzial.



Fotolia

Preisaneinandersetzungen in USA weit fortgeschritten

Beim Blick in die Zukunft kommt auch der JLL-Report „Global Real Estate Perspective“ zu dem Ergebnis, dass die Anlage-Diversifizierung vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen von hoher Relevanz bleiben wird, um Risiken in einzelnen Ländern oder Märkten oder auch sektorübergreifend einzuschränken. Aber: „Die Preisfindung zwischen Verkäufern und Käufern ist nach wie vor das zentrale Thema – auch nachdem sich die Nettoanfangsrenditen in den vergangenen Quartalen bereits entsprechend nach oben bewegt haben“, wie **Hela Hinrichs, Senior Director EMEA Research & Strategy**, feststellt. Am weitesten sind die Preisaneinandersetzungen in den USA fortgeschritten, vor Europa und dem Asien-Pazifik-Raum – allerdings mit Unterschieden in den einzelnen Ländern. ■

Einzelhandelsmarkt Europa

Stimmung dreht leicht ins Positive

rv DÜSSELDORF. Seit die Digitalisierung des Verkaufsprozesses, unterstützt durch das knappe Zeit-Budget vieler Beschäftigter, europaweit stationäre Einzelhandelskonzepte auf den Prüfstand gestellt hat, fremdeln nicht wenige Investoren mit der Anlage ihres Geldes in Retail Assets. Nun sieht Catella Research bei den Anlegern eine leichte „Sentiments-Änderung“ ins Positive. Das gilt vor allem für das Teilsegment „Lebensmitteleinzelhandel“.

Denn bei der Einschätzung über den europäischen Markt für den Einzelhandel im allgemeinen und Handelsimmobilien im Besonderen gibt es laut **Thomas Beyerle, Head of Group Research** bei der **Catella Real Estate AG**, bei tiefergehender Marktanalyse erhebliche Unterschiede. Zum einen zwischen den Mitgliedsländern mit ihren erheblichen Kaufkraftunterschieden wie der Blick auf das ärmste Land **Bulgarien** mit einer durchschnittlichen Kaufkraft von 5 378 Euro pro Jahr (2022) und **Luxemburg** mit durchschnittlich 45 310 Euro jährlich zeigt. Welche der unterschiedlichen Einzelhandels-Formate – von Discount-Konzepten bis zu Luxusangeboten – in welchem Land Erfolg hat, ist dabei unschwer zu erkennen.



Revitalisierung ist bei Shopping-Centern ein zentrales Thema. Foto: Kintyre

Der errechnete Durchschnittswert von 19 083 Euro Kaufkraft pro Kopf und Jahr zeigt indessen, dass sich der größte Teil der europäischen Länder im Mittelfeld bewegt, in denen der Einzelhandel von Geschäftshäusern in Top-Einkaufsstraßen, Shopping-Centern und Fachmärkten resp. Fachmarktzentren in Out-of-Town-Lagen – grüne Wiese oder am Stadtrand – geprägt werden.

Beim Blick auf das größte Teilsegment-Segment, die **Shopping-Center**, wird laut Catella gerade an vielen Lösungsansätzen gearbeitet, um die Zahlen von vor der Pandemie mit ihren Zwangsschließungen wieder zu erreichen. Das Problem in diesem Segment: Laut Beyerle war bereits Mitte der 2010er-Jahre absehbar, dass die Zeiten der stetig steigenden Transaktionsvolumina im Center-Markt und der wachsenden Kundenfrequenzen im europäischen Durchschnitt ihren Höhepunkt erreicht hatten – allen voran in Großbritannien.

Ablesen lässt sich das an den durchschnittlichen Spitzenrenditen, die in Spitzenzeiten sogar die 4%-Marke nach unten durchbrochen hatten. Der Charme dieser Anlage-Klasse: Mit ihren zahlreichen Mietern aus unterschiedlichen Branchen, die zum Teil verschiedenen Zyklen unterliegen, bieten Center ein hohes Maß an Diversifizierung. Allerdings war mit den niedrigen Spitzenrenditen auch das Ende der Fahnenstange erreicht. Und die Probleme des stationären Einzelhandels vor allem aus dem Elektro- sowie dem Bekleidungs- und Schuhhandel mit der Online-Konkurrenz, die

Deals

FIM sichert sich Rewe-Markt in Hilden

Die **FIM Unternehmensgruppe** hat im nordrhein-westfälischen Hilden im Kreis Mettmann eine sehr



gut etablierte Lebensmitteleinzelhandelsimmobilie mit rd. 2 000 qm Mietfläche für ihr Bestandsportfolio erworben. Langfristiger Mieter ist Rewe. Erbaut 1984 und 2020 erweitert und kernsaniert, entspricht der von einem **Rewe-Kaufmann** geführte Markt mit einer Verkaufsfläche von etwa 1 500 qm technisch wie baulich einem modernen Standard: Im Zuge der Renovierung wurde der Markt um 500 qm erweitert, auf das aktuelle Verkaufskonzept umgestellt und das Angebot erweitert. Auf dem Dach des Gebäudes befindet sich eine Photovoltaikanlage. Der Vollsortimenter ist seit fast 40 Jahren ein wichtiger Versorgungsschwerpunkt im südlichen Stadtbezirk von Hilden mit seinen Wohnsiedlungen. Dazu trägt auch die gute Anbindung über die Richrather Straße und die Lage an einer der Haupteinfallstraßen bei. Zudem gibt es eine Bushaltestelle. Aus Sicht der FIM Gruppe hat das Unternehmen damit eine Core Immobilie erworben, die außerhalb der sonst fokussierten Value-Add-Objekte liegt. Den Verkäufer hat **Bay Immobilien** beraten.

deshalb ihre Expansion stoppten und das Filialnetz bereinigten, traf die Einkaufszentren genauso wie die Innenstädte.

Als erstes setzte der Strukturwandel in **Großbritannien** ein. Im vierten Quartal 2023 erreichten die Spitzenrenditen laut **BNP Paribas Real Estate** (BNPPRE) hier einen Wert von 8,25% – nach 8,0% im vierten Quartal 2022 und 7,50% im vierten Quartal 2021. In Deutschland lagen die Spitzenrenditen zuletzt bei 5,6% und in Frankreich bei 5,0%. Damit erreichen die Renditen zwar wieder ein akzeptables Niveau und der Restrukturierungsbedarf vieler Objekte eröffnet Wertsteigerungspotenzial, doch tun sich die Banken gegenwärtig schwer, so große Objekte zu finanzieren. Meist geht es nur im Rahmen eines Konsortial-Kredits. Vor diesem Hintergrund lag das Transaktionsvolumen mit Shopping-Centern in den maßgeblichen europäischen Märkten laut BNPPRE 2023 nur bei 4 Mrd. Euro – bei einem Handelsimmobilien-Volumen von insgesamt 26,2 Mrd. Euro.

Bei **innerstädtischen Geschäftshäusern** in den Top-Lagen der europäischen Großstädte sind die Spitzenrenditen im Vergleich der verschiedenen Teilssegmente in der Bandbreite von 4,25% in Frankreich/Paris und 3,0% in Großbritannien/London noch am niedrigsten. Deutschland liegt mit 3,45% auf dem zweiten Platz hinter Großbritannien. Getragen werden hier die hohen Preise vom Luxus-Segment. So investierten Luxusmarken laut BNPPRE in Paris 2,9 Mrd. Euro in Geschäfte in den prestigeträchtigen Pariser Einkaufsstraßen **Rue Montaigne**, **Rue François 1er** und den **Champs-Élysées** – bei einem Transaktionsvolumen von insgesamt 4,9 Mrd. Euro in diesem Segment in den großen europäischen Märkten.

Vor allem die Immobilien des Lebensmittelhandels überzeugen

Die positive Einschätzung für den Handelsimmobilien-Markt ruht laut Thomas Beyerle – neben dem Luxusmarkt – allerdings vor allem auf dem **Teilssegment Lebensmittelhandel** respektive der Nahversorgung, die sich in der Pandemie und auch in der aktuell schwierigen Marktlage als Krisenresistent erweist. Hier kommt zum Tragen, dass die Versorgung mit Lebensmitteln unabdingbar ist. Dass die Branche als „systemrelevant“ eingestuft wird, wie Beyerle anmerkt, liegt deshalb auf der Hand. Aber auch hier führte nach der **Zinswende** kein Weg an Kaufpreissenkungen vorbei. So hat sich der Wert der Vervielfältiger, der 2022 auf bis zum 30-fachen gestiegen war, laut Catella Anfang 2024 wieder auf dem Niveau des 20-fachen eingependelt. Beyerle schätzt, dass sinkende Zinsen – auf die viele Marktakteure hoffen – den Markt in diesem

Jahr 2024 wieder langsam anspringen lassen, „so dass auch risikoaverse Banken die Margen für Retail Projektentwickler erhöhen werden und eine selektivere Finanzierung von Retail Projekten in den kommenden Quartalen zu erwarten sein wird“. Und **Patrick Delcol, Head of European Retail** bei BNP Paribas Real Estate, ergänzt, dass die Spitzenrenditen für Fachmärkte und Einkaufszentren in ganz Europa nach wie vor sehr attraktiv sind und auch weiterhin das Interesse der Investoren auf sich ziehen werden: „Diese Segmente bieten die besten Risikoprämien auf dem gesamten Immobilienmarkt“, ist er überzeugt.



Foto: GRR

Lebensmittelmärkte stehen hoch im Kurs.

Die durchschnittlichen Spitzenrenditen für **Fachmärkte/Fachmarktzentren** resp. **Retail Parks**, auf die im vergangenen Jahr in den namhaften Märkten Europas laut BNPPRE ein Transaktionsvolumen von 8,5 Mrd. Euro entfiel, lagen im vierten Quartal in der Bandbreite von 6,5% in Polen über 6,0% in Frankreich und Großbritannien sowie 5,5% in Spanien bis hin zur 4,75% in Deutschland. Damit habe die Anlage-Klasse in den unterschiedlichen Segmenten des Handelsimmobilienmarkts erneut die höchste Resilienz unter Beweis gestellt, stellt der Immobilienberater fest.

Das größte Veränderungspotenzial innerhalb des Nahversorgermarktes erwartet Beyerle von Objekttypen wie etwa **Lebensmittelautomaten** beispielsweise an **Mobilitätshubs** wie Flughäfen und Bahnhöfen, in Hotels, Schulen oder Büros. Gerade in diesem Convenience-orientierten Segment erwartet er bis 2030 auch die höchsten Wachstumsraten. Als „Push-Faktoren“ sieht Beyerle zudem den Wettbewerb zwischen dem Online-Handel mit Lebensmitteln, Lieferdiensten und Lebensmittel-Automaten. Auch Künstliche Intelligenz sieht er als Wachstumsbooster. Mit Blick auf die Kaufkraft befürchtet Beyerle allerdings, dass der **Anstieg der Wohnungsmieten** das **verfügbare Einkommen** schmälern könnte. Denn der Aufwärtsdruck in den angespannten Wohnungsmärkten ist enorm und wird den privaten Konsum zweifellos belasten. ■

Deutsche Euro Shop AG

Belebung des operativen Geschäfts – Wertkorrekturen beim Portfolio

rv DÜSSELDORF: *Der Shopping-Center-Investor Deutsche Euro Shop aus Hamburg konnte 2023 die Folgen der Corona-Zwangmaßnahmen hinter sich lassen, musste auf Grund der Leitzinserhöhungen durch die Europäische Zentralbank (EZB) aber Korrekturen bei der Bewertung des Immobilienvermögens hinnehmen. Für 2024 erwartet der Vorstand eine Stabilisierung des Geschäfts.*

Nach dem Abklingen der Pandemie und dem Ende der Zwangsmaßnahmen verzeichnet der Hamburger Shopping-Center-Investor nach den Worten von **Hans-Peter Kneip, Vorstand der Deutsche Euro Shop AG (DES)**, bei den Besucherzahlen einen Anstieg um 5,7% gegenüber 2022 und die Umsätze der Mieter sind im Vorjahr im Schnitt um 8,6% gestiegen. Hinzu kamen die positiven Effekte auf die Kennzahlen durch die Aufstockung der Beteiligungen an sechs Shopping-Centern zu Jahresbeginn 2023. Dazu gehören das **Allee-Center Magdeburg**, das **Forum Wetzlar**, das **Phoenix-Center Hamburg**, das **Saarpark-Center Neunkirchen** und die **Stadt-Galerie Passau** sowie die **Galeria Baltycka Danzig** (Foto: DES).



„Wir konnten 2023 ein deutliches Wachstum verzeichnen, sowohl in operativer Hinsicht als auch in Bezug auf unser Investmentportfolio“, stellt Kneip vor diesem Hintergrund bei Vorlage der vorläufigen, noch nicht testierten Zahlen für 2023 fest. Dass die Vermietungsquote leicht von 94,3% im Jahr 2022 auf 93,3% gesunken ist, begründet er mit temporären Leerständen als Folge größerer Umstrukturierungsmaßnahmen.

Im Interesse der Vergleichbarkeit hat der Hamburger Investor die Angaben für das Jahr 2022 auf einen „Pro-forma-Konzern“ bezogen, der auf der Annahme basiert, dass die Aufstockung der Beteiligungen an den sechs Objektgesellschaften schon Anfang des Jahres 2022 erfolgt wäre. Vor diesem Hintergrund verzeichnete die DES beim **Umsatz** flächenbereinigt ein Plus von 3,2% auf 273,3 Mio. Euro, beim **Ergebnis vor Zinsen und Steuern** (Ebit) einen Zuwachs von 9,5% auf 212,7 Mio. Euro und beim **Ergebnis vor Steuern** (Ebt) ohne Bewertungsergebnis sogar um 13,3% auf 169,5 Mio. Euro.

Diese zum Teil deutlichen Verbesserungen sind nicht zuletzt auch auf die Auflösung von Rückstellungen für Nebenkostenabrechnungen, die laut Kneip in den Corona-Jahren 2020 und 2021 „für nicht umlegbare Nebenkosten und Instandhaltungen gebildet wurden“. Zudem erwies sich im Nachhinein auch, dass die Rückstellungen für Wertberichtigungen auf Forderungen zu hoch angesetzt waren und im vergangenen Jahr zum Teil wieder aufgelöst werden konnten. Den dadurch entstandenen einmaligen Sondereffekt bei den **sonstigen betrieblichen Erträgen** beziffert das Unternehmen mit etwa 15 Mio. Euro. ▶

Deals

Neue Mieter im Parque Principado

Im spanischen Shopping-Center **Parque Principado** in Ovideo hat **ECE Marketplaces** mit der Vermietung



einer 12 000 qm großen Hypermarkt-Fläche die Umstrukturierung des Centers mit 74 000 qm Mietfläche abgeschlossen Die Fläche war nach dem Auszug des Hypermarkts 2022 modernisiert und in mehrere Shops aufgeteilt worden. Zu den neuen Mietern gehören u.a. die Sportartikelhändler **Sprinter** und **Futbol Emotion**, **C&A**, **Pepco**, die Parfümerie **Primor** und das Kunst- und Bastelartikelgeschäft **Milbby**. Zudem haben Bestandsmieter wie **H&M**, **Lefties** und **Primark** ihre Flächen vergrößert und die Mietverträge verlängert. Bereits im Frühjahr 2023 hatte ein erweiterter **Zara** Flagship Store eröffnet. Mit der Umstrukturierung erreicht der von **ECE Real Estate Partners** gemanagte **ECE Prime Shopping Centre Fund II** ein wesentliches strategisches Ziel als Eigentümer des Centers, das er Anfang 2020 erworben hatte, um das Wertsteigerungspotential zu realisieren. Dabei wurde ein zweistelliger Millionen-Betrag investiert. Verantwortlich für das Asset und Center Management, die Vermietung und die Umstrukturierung ist ECE zusammen mit **Cushman & Wakefield** als lokalem Partner.

Deutliche Spuren haben die Anhebung der Leitzinsen und die Stabilisierung des Zinsniveaus im Herbst 2023 beim Bewertungsergebnis (IAS 40) hinterlassen, das um 209,1 Mio. Euro nach unten korrigiert werden musste, nachdem bereits 2022 ein Bewertungsverlust von 116,7 Mio. Euro angefallen war.

„Im Durchschnitt wurden die Konzernimmobilien nach Berücksichtigung der laufenden Investitionen um 4,2% abgewertet“, schreibt die Deutsche Euro Shop, nach -3,0% im Jahr zuvor. Nach einem Konzerngewinn von 30,4 Mio. Euro im Jahr 2022 verbuchte der Shopping-Center Investor für 2023 deshalb einen Konzernverlust von 38,3 Mio. Euro und das Ergebnis je Aktie sank von +0,40 Euro auf -0,51 Euro.

Allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass den Wertkorrekturen keine Mittelabflüsse gegenüberstehen, es sich hier zunächst nur um eine buchhalterische Korrektur handelt. Entscheidend für die Bewertung des Portfolios ist, ob das Gros der Shopping-Center deutlich vor dem Zins-getriebenen Hype am Immobilienmarkt und den entsprechenden Wertgewinnen erworben wurde. So sind auch die EPRA Earnings, die das Bewertungsergebnis nicht berücksichtigen, pro forma um 15,4% auf 172,4 Mio. Euro oder 2,29 Euro je Aktie gestiegen.

Beim Blick auf das laufende Jahr, wagt der Vorstand erstmal wieder eine **vollständige Guidance** und prognostiziert für 2024 einen Umsatz in der Bandbreite von 268 Mio. bis 274 Mio. Euro, ein Ebit von 204 Mio. bis 210 Mio. Euro und ein Ebt von 149 Mio. bis 155 Mio. Euro. Damit bleiben die prognostizierten Zahlen zwar leicht unter dem Vorjahresniveau, doch gilt es zu berücksichtigen, dass die Vorjahreszahlen auch von einmaligen Sondereffekten wie die Auflösung von Rückstellungen geprägt waren, die in diesem Jahr nicht zu erwarten sein dürften. ■

Deals

Berlin-Mitte: Mit dem Wohnungsprojekt **The Franz** haben **Diamona & Harnisch** eine gleichermaßen zentrumsnahe und doch etwas versteckte Oase unweit der City Ost am Franz-Mehring-Platz in Berlin-Mitte geschaffen. Das Gebäude steht auf einem rd. 6 200 qm großen Gelände, das eine alte DDR-Kaufhalle beherbergte. Mit der Eröffnung des rd. 4 116 qm Verkaufsfläche umfassenden neuen **Edeka Verbrauchermarkts** im Erdgeschoss, wird die Geschichte des Grundstücks als wichtiger Nahversorgungsstandort an der Grenze der Berliner Bezirke Mitte und Kreuzberg Friedrichshain nun fortgeschrieben.



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

Rewe ready

Vollautomatischer Einkauf im Ladepark

rv DÜSSELDORF: Mit dem Konzept Rewe to go hat sich der Kölner Lebensmittel-Konzern Rewe vor Jahren den Weg zurück in die teuren Einkaufslagen der Großstädte, in Bahnhöfe und schließlich in die Tankstellen gebahnt. Mit dem vollautomatischen Pilot-Shop Rewe ready geht die Rewe-Tochter Lekkerland am Schnell-Ladepark des Energieanbieters EnBW in Lichtenau bei Chemnitz mit einem neuen Konzept an den Start.

Dabei handelt es sich in Lichtenau um den zweiten Pilot-Standort, an dem **EnBW** und **Lekkerland** gemeinsam arbeiten. Im Herbst 2022 hatte die Rewe-Tochter am EnBW-Schnell-Ladepark im niedersächsischen Bispingen den ersten **vollautomatischen Shop** der Marke Rewe ready eröffnet und plant noch weitere Standorte. Das Potenzial wäre vorhanden. Denn insgesamt bietet das EnBW Hyper Netz mehr als 500 000 Ladepunkte in Europa.

Nach den Worten von **Mehmet Tözge, Director Smart Store Development**, der die Entwicklung bei **Lekkerland** verantwortet, ist **Lichtenau** der erste Standort, an dem das Konzept „Smart Shop“, das an diesem Standort mit KI-gestützten Smart Fridges und Smart Vendings ausgestattet ist, an den Start geht. Die Kunden können sich während des Ladevorgangs rund um die Uhr mit Kaffee, kühlen Getränken, frischen Snacks wie Sandwiches und Salaten und vielem mehr versorgen. Insgesamt bietet das Sortiment knapp 200 Artikel.



Foto: Lekkerland/ Charlotte Sattler

Und so funktioniert es: Bei „Smart Shop“ öffnet sich der gewünschte Kühlschrank, indem ein bargeldloses Zahlungsmittel wie eine Kreditkarte gescannt wird. Anschließend können die Kunden die gewünschten Produkte entnehmen und die Tür wieder schließen. Laut Lekkerland erfassen Gewichtssensoren und Kameras, welche Produkte entnommen wurden. Das zuvor gescannte Zahlungsmittel wird dann automatisch mit dem entsprechenden Betrag belastet.

Die Technologie für den Shop stammt vom portugiesischen Software-Unternehmen **Reckon.ai** und wird im Rahmen einer Partnerschaft exklusiv von Lekkerland in Deutschland genutzt. Insgesamt gibt es in dem Shop-Container in Lichtenau drei Smart Fridges, einen Kaffeeautomaten sowie einen Alkohol- und einen Tabakautomaten. Hier müssen die Kunden ihr Alter per Scan von Personalausweis oder Führerschein nachweisen, um sicherzustellen, dass sich Kinder und Jugendliche keinen Alkohol oder Tabak beschaffen. ▶

Unternehmens News

Neuer Markenauftritt als Westfield Ruhr Park

Unibail Rodamco Westfield (URW) krönt zum 60. Jubiläum die Erfolgsgeschichte des **Ruhr Park** in



Bochum, einer der größten Shopping- und Freizeitdestinationen in Deutschland, mit seiner Umbenennung in **Westfield Ruhr Park**. Das Einkaufszentrum wird neben dem Westfield Centro in Oberhausen und dem Westfield Hamburg Überseequartier erst die dritte Destination in Deutschland sein, die den international renommierten Marken-Namen „Westfield“ tragen wird. Mit dem neuen Namen geht nach Unternehmensangaben ein Qualitätskonzept einher, das Maßstäbe in den Bereichen Lifestyle, Shopping, Gastronomie und Freizeitgestaltung setzt. Die Umbenennung in Westfield Ruhr Park soll am 26. September 2024 im Rahmen eines großen Events und passend zum 60. Jubiläum des 1964 eingeweihten Centers erfolgen, das damit zu den inzwischen 40 Westfield-Flagship-Destinationen in den USA und Europa gehören wird. Von dem Rebranding in Westfield Ruhr Park werde der gesamte Einzelhandels- und Tourismusstandort Bochum und Umgebung profitieren und auch im überregionalen Kontext an Bedeutung gewinnen, ist Unibail Rodamco Westfield überzeugt.

Eröffnet wurde der **EnBW Schnell-Ladepark** im sächsischen Lichtenau, der außerdem Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit und Zusatzdienste für einen komfortablen Aufenthalt setzen will, bereits kurz vor Weihnachten vergangenen Jahres. Insgesamt gibt es hier 24 HPC-Ladepunkte mit bis zu 400 Kilowatt Ladeleistung. Neben dem Rewe ready Shop gibt es Toiletten, Sitzgelegenheiten und einen Spielplatz. Zudem ist das moderne Holzdach mit Solarpanels ausgestattet, der so erzeugte Strom fließt in den Kreislauf des Ladeparks.

„Wir haben die Bedürfnisse unserer Kunden im Blick und entwickeln das Lade-Erlebnis an unseren Standorten kontinuierlich weiter“, sagt **Volker Rimpler, Vice President Construction & Rollout E-Mobilität** bei der EnBW. Dabei spielen auch solche Smart-Shops wie der von Lekkerland/Rewe eine wichtige Rolle.

„Smart Shop“ ist das dritte **Smart-Store-Konzept**, das Lekkerland an einem öffentlichen oder semi-öffentlichen Standort einführt. So ist in Krankenhäusern bereits die Self-Checkout-Lösung „Smart Kiosk“ im Einsatz, in zwei Ladeparks hat Lekkerland das Konzept „Smart Automat“ etabliert, das die Robotics-Technologie nutzt. Insgesamt gehören fünf Konzepte zum nach Unternehmensangaben bundesweit einzigartigen Portfolio an Smart-Store-Lösungen von Lekkerland.

Der Lebensmittelanbieter Lekkerland, der seit 2020 zur Rewe Group gehört, ist Spezialist für den „Unterwegs-Konsum“. Das Unternehmen betreut deutschlandweit rund 52 400 Verkaufspunkte und beschäftigt 3 500 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2022 betrug der Umsatz rund 8,5 Mrd. Euro. Daneben ist Lekkerland in den Niederlanden präsent und unter dem Namen **Conway** in Belgien und Spanien. Europaweit betreute das Unternehmen 2022 rund 74 000 Verkaufspunkte, beschäftigte rund 5 400 Mitarbeiter und erreichte einen Umsatz von etwa 14,2 Mrd. Euro. ■

Hamborner REIT AG will Dividende erhöhen

HIR DÜSSELDORF: Ungeachtet der großen Unsicherheit und zahlreicher negativer Einflussfaktoren ist es der **Hamborner REIT AG** im Jahr 2023 nach eigenen Angaben gelungen, ihre Umsatzprognose zu erfüllen und ihr Ertragsziel sogar zu übertreffen. Gleichzeitig blieb die Finanzsituation mit einer REIT-Eigenkapitalquote von 55,1% und einem Loan-to-value (LTV) von 43,5% komfortabel.

So konnte das Duisburger Unternehmen in einem herausfordernden Transaktionsumfeld das Portfolio um zwei hochwertige und langfristig an Edeka vermietete großflächige Handelsimmobilien erweitern. Im Rahmen der Wertanpassung auf Grund des veränderten Zinsumfelds wurde der Verkehrswert des Immobilienportfolios (like-for-like) um 10,5% abgewertet. Unter Berücksichtigung

der Neubewertungen sowie der abgeschlossenen Transaktionen umfasste das Hamborner-Portfolio zum 31. Dezember 2023 insgesamt 67 Immobilien mit einem Gesamtwert von 1,471 Mrd. Euro. Der Nettovermögenswert (NAV) je Aktie reduzierte sich im Vorjahresvergleich um 15,5% auf 10,02 Euro.

Ungeachtet der weiterhin schwierigen Rahmenbedingungen und vor dem Hintergrund der erfolgreichen Geschäftsentwicklung im Jahr 2023 will der Vorstand seine verlässliche Dividendenpolitik fortzusetzen und schlägt der Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende um 2,1% auf 0,48 Euro je Aktie vor. Bezogen auf den aktuellen Aktienkurs entspräche dies einer Dividendenrendite von rd. 7,4%. Für 2024 werden Erlöse aus Mieten und Pachten in der Bandbreite von 91,0 Mio. - 92,5 Mio. Euro und Funds from operations (FFO) zwischen 49,0 Mio. und 50,5 Mio. Euro erwartet.



Foto: Hamborner

Edeka-Markt aus dem Portfolio

Deals

Paderborn: Die **IPH Centermanagement** hat mit dem Non-Food-Discounter **Action** einen Mietvertrag



über rund 900 qm in der **Libori Galerie** in Paderborn abgeschlossen. Das Unternehmen ist bereits mit über 2 500 Filialen in 12 europäischen Ländern vertreten. Die neue Filiale am Kamp 30 - 32, im Zentrum von Paderborn wird im Herbst eröffnet.

+++++

Esslingen: Der Lebensmittel-Discounter **Aldi Süd** wird im **DAS ES!** in Esslingen eine neue Filiale eröffnen. Das Shopping-Center zählt seit 2015 zum Bestand des Offenen Immobilien-Publikumsfonds **Unilmmo: Deutschland** von **Union Investment**. Die Fläche von 1 860 qm im ersten Stock wird noch bis Ende September 2024 vom Elektronikhändler Saturn genutzt. Die Eröffnung der Aldi Süd-Filiale ist nach dem Umbau der Fläche für Mitte 2025 geplant. Als Nahversorgungszentrum bietet **DAS ES!** in 23 Shops Angebote von Mode- und Textilhändlern über Drogerie- und Arzneimittelgeschäften bis hin zu einem Ärztezentrum. Das Angebot ist auf die Nachfragestruktur vor Ort abgestimmt. Mit seiner Lage gegenüber vom Bahnhof zieht das Einkaufszentrum auch Kunden aus der Region an und bringt wichtige Frequenz in die Stadt.

Ostergeschäft 2024

Hoffnung auf Impulse für die Kauflaune

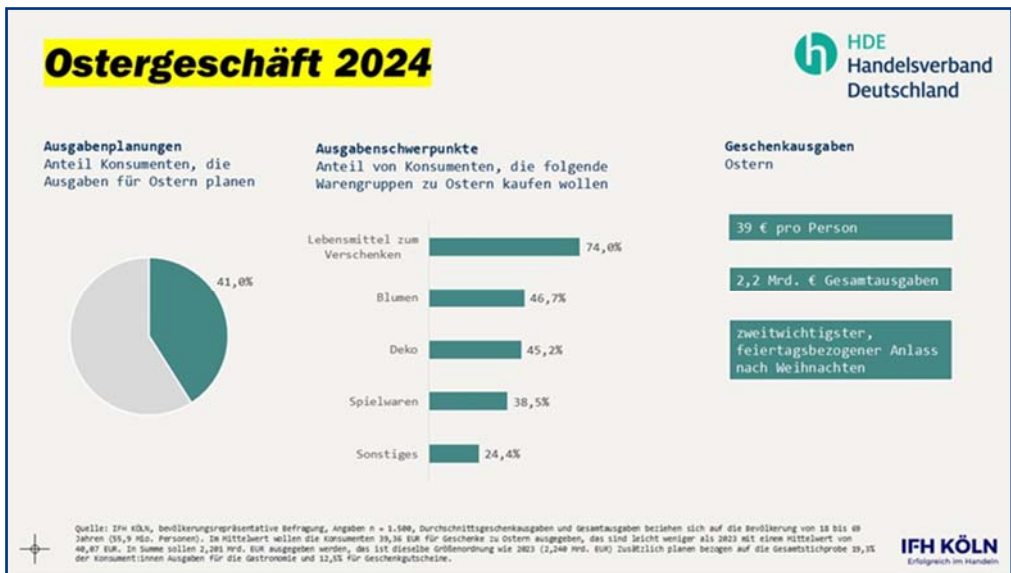
HIR DÜSSELDORF. *Beim Blick auf die Umsatzstatistik des Lebensmittelhandels springen immer zwei Ereignisse ins Auge: der deutliche Umsatzanstieg zu Weihnachten und zu Ostern. In diesem Jahr erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) für den gesamten Einzelhandel zum Ostergeschäft einen Umsatz von 2,2 Mrd. Euro.*

Ob sich die Hoffnungen am Ende erfüllen werden, wird sich angesichts der gebremsten Kauflaune der Bundesbürger zeigen müssen. Im Weihnachtsgeschäft hatte der HDE ein nominales Umsatzplus von 1,5% auf 120,8 Mrd. Euro prognostiziert, tatsächlich gingen die Erlöse im Weihnachtsgeschäft aber nominal um 0,3% auf 118,7 Mrd. Euro zurück. Aber vielleicht wirken die Frühlingsgefühle diesmal stimulierend.

Jedenfalls hofft der **Handelsverband Deutschland (HDE)**, dass das Ostergeschäft in diesem Jahr vor dem Hintergrund der schwierigen wirtschaftlichen und politischen Lage ein besonders wichtiger Impuls für die weitere Entwicklung der **Konsumstimmung** in Deutschland sein wird. Laut **Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer** des HDE kann das diesjährige Ostergeschäft dazu beitragen, die Konsumstimmung wieder etwas zu verbessern.

Nach einer repräsentativen Umfrage unter 1 500 Personen durch das **IFH Köln** im Auftrag des HDE wollen in diesem Jahr 41% der Verbraucherinnen und Verbraucher rund um das Osterfest Geld ausgeben. Laut Genth ist das Angebot an anlassbezogener Ware im Einzelhandel groß. Besonders beliebt sind zu Ostern Lebensmittel, die das Gros der Bundesbürger (74%) verschenken will. Das liegt daran, dass – anders als zu Weihnachten – traditionell primär Süßigkeiten wie Osterhasen und Eier verschenkt werden. Beliebt als Ostergeschenke sind auch Blumen (knapp 47%) und gut 45% kaufen zu diesem Anlass Dekoartikel. Für Spielwaren geben die Befragten demnach im Durchschnitt 39 Euro pro Kopf aus.

„Das Osterfest ist für den Einzelhandel mit wichtigen Umsatzimpulsen verbunden“, fasst Genth die Lage zusammen. Denn in den ersten beiden Monaten 2024 erzielte die Branche real bislang nur ein kleines Plus von 0,2%. Ins Auge springt dabei allerdings, dass der **Versand- und Online-Handel** weiter verliert. Hier gingen die Erlöse in den ersten beiden Monaten real um 1,7% zurück (nominal: +0,3%), während der **Einzelhandel in Verkaufsräumen** real noch ein kleines Plus von 0,5% erzielen konnte und nominal um 3,4% zulegen. Damit gewinnt der stationäre Handel wieder ein kleines Stück Marktanteil zurück. ■



Personalen

Christian Gries wieder in Depot-Geschäftsführung

Christian Gries, Eigentümer der **Gries Deco Company** mit der Kette **Depot**, hat sich in der schwierigen Marktlage entschlossen, in die **Geschäftsführung** zurückzu-



kehren, um das operative Tagesgeschäft wieder zu leiten. Bereits Ende 2019 war es ihm gelungen, nach dem Rückkauf der Migros-Anteile, als CEO das Unternehmen auf Erfolgskurs zu bringen. Zu Gries Restrukturierungsagenda gehören u.a. neue Shop-in-Shop Konzepte. Nachdem die Zusammenarbeit mit **Bijou Brigitte** erfolgreich war, werden Gespräche mit anderen potenziellen Partnern geführt. Zudem will Gries, um Kosten zu senken, mit neuen Logistik-Partnern zusammenarbeiten und den Logistikbereich womöglich ausgliedern. Um auch die Mieten zu senken, stellt das Unternehmen 90 Standorte auf den Prüfstand. So sollen auslaufende Mietverträge neu verhandelt werden. „Auf Grund unserer partnerschaftlichen Verhältnisse zu unseren Immobilienpartnern hoffen wir darauf, die Hälfte der Filialen halten zu können“, so Gries. Zur Restrukturierung gehört auch die Neuordnung der Geschäftsbereiche. Unterstützung erhält er von **Kent Fogh Petersen**, der Ende 2023 in die Geschäftsführung berufen wurde, und **Rainer Schrems, Geschäftsführer** von **Depot Österreich**. **Klaus-Peter Lasseck** wird das Unternehmen verlassen.

Social Commerce

Mehr Authentizität in der individuellen Kundenkommunikation

HIR DÜSSELDORF. Ob über Instagram, TikTok, Online-Games oder Markenwebseiten: Viele Unternehmen haben längst das Potenzial von Social Commerce für ihre Zwecke entdeckt. Dabei rücken neben Sichtbarkeit und Branding, zunehmend auch Kaufvorbereitungen und direkte Kaufabschlüsse im Sinne eines „nahtlosen Einkaufserlebnisses“ in den Fokus: Social Commerce hat großes Potenzial – sowohl für die Kunde als auch für Unternehmen.

Nach den Ergebnissen des jüngsten **Consumer Barometer** der **KPMG** und des **IFH Köln**, das die Relevanz und Möglichkeiten von Social Commerce analysiert hat, sind 87% der Konsumenten dem Konzept **Social Commerce** generell zugewandt und 75% haben auch bereits mindestens einmal über Social Commerce eingekauft. Fast zwei Drittel der Käufe waren Spontankäufe. Davon könnten Anbieter von Produkten profitieren, die nicht dringend gebraucht werden und in der aktuellen Zeit des Sparens sonst eher nicht gekauft werden.

Unter Social Commerce wird der Einkauf über „soziale“ Online-Kanäle wie Soziale Medien (z. B. über verlinkte Produkte als Post im Feed oder Story), Virtual Reality (z. B. über VR-Brille), Online-/Video-Games (z. B. innerhalb eines Spiels) oder Live-Video-Shopping verstanden. Die gängigsten Produktkategorien sind dabei – ähnlich wie im klassischen eCommerce – Mode und Accessoires (23%), Consumer Electronics (16%) sowie Freizeit und Hobby (14%). Für die Studie wurden im Januar 2024 rund 500 Konsumenten aus Deutschland online befragt.

Ist es gelungen, eine **Social-Commerce-Strategie** genau auf die Zielgruppe und den Kanal auszurichten, dann hat sie laut KPMG-Studie einen positiven Einfluss auf die **Wahrnehmung** des Unternehmens, die **Markenbindung** und die **Kundenzufriedenheit**. So sind 82% der Befragten der Meinung, dass zu einem verantwort-

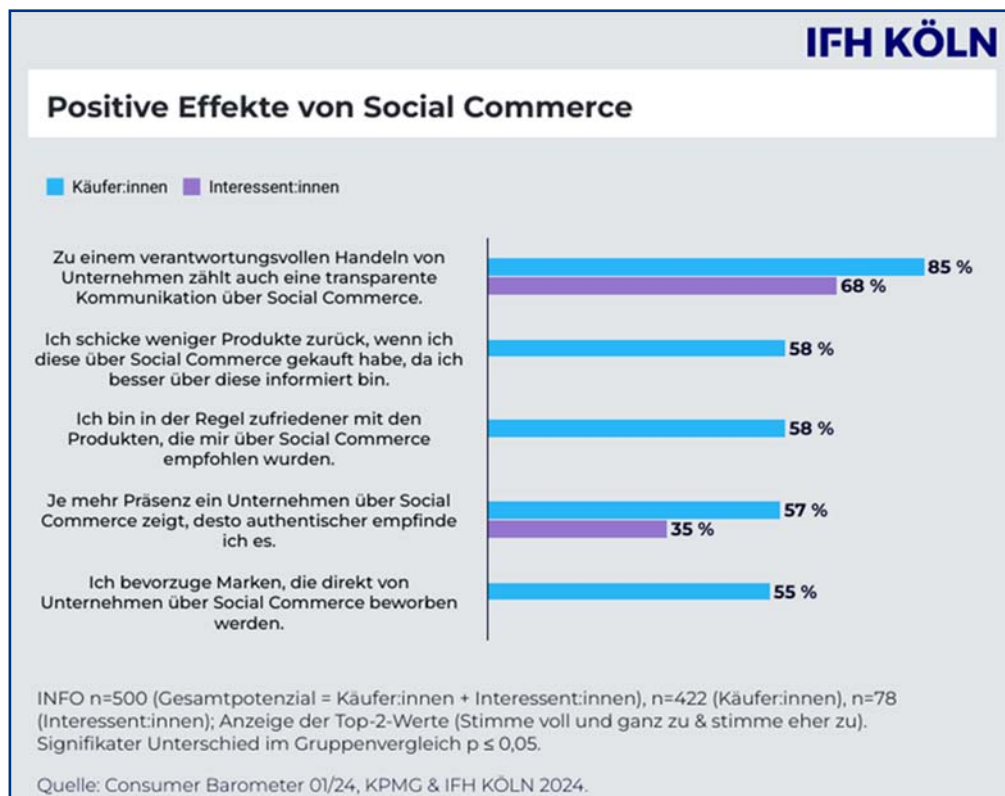
Deals

FIM Unternehmensgruppe kauft Fachmarktzentrum

Die **FIM Unternehmensgruppe** hat in Traunreut im Chiemgaukreis, in der Waginger Straße, ein Fach-



marktzentrum gekauft, das aus zwei separaten Gebäuden besteht: Die sogenannten **Chiemgau Arkaden** und ein **Media Markt** verfügen zusammen über rund 15 000 qm Mietfläche. Alle Flächen sind langfristig vermietet. Die FIM Unternehmensgruppe hat sich damit ein attraktives Investment in der wirtschaftsstarke Region Oberbayern gesichert. Bei der Transaktion hat **Colliers München** den Käufer beraten, die juristische Beratung erfolgte durch die Rechtsanwaltskanzlei **Zirngibl** aus München. Auf die Chiemgau Arkaden entfallen 12 000 qm Mietfläche, die sich teils über zwei Geschosse erstrecken. Die Einzelhandelsflächen im Erdgeschoss sind an die namhaften Betreiber **Tedox, dm, Woolworth, Inter-sport, Fressnapf, Deichmann** und **Ernsting's Family** vermietet. Darüber hinaus ergänzt die Fitnesskette **Clever Fit** das Angebot. Die Fläche von Media Markt in einem separaten Gebäude umfasst rd. 3 000 qm. Erst 2022 wurde das 1992 errichtete Fachmarktzentrum saniert und modernisiert. Überdies steht kurzfristig die Modernisierung und Erweiterung der Flächen von dm und Woolworth an.



tungsvollen Handeln von Unternehmen eine transparente Kommunikation via Social Commerce gehört und mehr als die Hälfte (53%) empfindet Unternehmen, die über Social Commerce aktiv sind, als besonders authentisch.

Zudem werden Produkte, die über diesen Kanal empfohlen wurden, auch **seltener wieder zurückgeschickt** und stoßen auf eine **größere Zufriedenheit** (58%). So können Unternehmen aus Sicht von KPMG und IFH über eine authentische Marken- und Produktpräsentation in **sozialen Netzwerken, Online-Games** oder auf ihren **eigenen Webseiten** Schwachstellen des klassischen eCommerce umgehen wie ein mangelndes Vertrauen in Anbieter (37%) oder unzureichende Produktinformationen (30%). Denn viele fühlen sich hier besser informiert.

Social Commerce als eine Ausprägung des eCommerce ist laut **Kai Hudetz, Geschäftsführer** des IFH Köln, spätestens seit der Pandemie beim Gros der Kunden angekommen und hat aus seiner Sicht „wahnsinnig viel Potenzial“. Deshalb sollten



Virtual Reality

Bild: Fotolia

sich Einzelhändler und Hersteller unbedingt mit diesem komplexen Thema auseinandersetzen und untersuchen, inwieweit sich Social Commerce Konzepte für sie als weiterer Absatzkanal lohnen könnte.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Social Commerce zeigt der Blick auf die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in diesem Vertriebskanal. So

haben laut Consumer Barometer vier von zehn Käufer bei ihrem letzten Einkauf mehr als 50 Euro ausgegeben. Entsprechend sind Maßnahmen zur Verkaufsförderung und zur Erhöhung der Erlöse die maßgeblichen Gründe für die unternehmerischen Social-Commerce-Aktivitäten. Die Experten von KPMG und IFH empfehlen den Unternehmen deshalb, die Chancen zu nutzen, die Social Commerce in puncto Kundenbindung bietet (38% Zustimmung durch die Befragten). Weitere Vorteile sind: ein nahtloses Einkaufserlebnis (23%) sowie mehr soziale Interaktion (18%).

Es reicht nicht, allein auf Unterhaltung zu setzen

Wichtig ist laut Studie auch, dass Anbieter rationale Botschaften wie Preise, Produkt- und Sortimentsinformationen oder Services weitergeben, da diese von den Käufern für fundierte und abgesicherte Kaufentscheidungen gebraucht werden. Denn Konsumenten vertrauen auch bei Social Commerce nicht allein auf emotionale Botschaften, wenn es um die Kaufabsicherung geht. Es reicht auch in diesem Kanal nicht aus, allein auf Unterhaltung zu setzen. Vielmehr müssen die Unternehmen aus Sicht der Experten Vertrauen, Glaubwürdigkeit und den Informationsgehalt ihrer Botschaft sicherstellen.

„Ob spontan oder geplant, Kaufen ist immer auch Ausdruck von Vertrauen“, gibt **Stephan Fetsch, EMA Head of Retail and Consumer Goods** bei der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, zu bedenken: „Social Commerce ist ein Vertrauenskatalysator und fördert nicht nur den Kauf von Produkten, sondern auch die Loyalität zu Marken.“ Deshalb ist der Experte überzeugt, dass dadurch der eCommerce nochmals deutlich befördert wird und den Einzelhändlern und Herstellern die Chance auf mehr Authentizität in der individuellen Kundenkommunikation und eine Aufwertung der Marke in den Augen der Konsumenten geboten wird. ■

Deals

Essen: Die Essener Werbeagentur und Medienproduktion **Echopark Produktionsgesellschaft** hat im Zuge ihrer Expansionsstrategie beschlossen, einen weiteren Standort in der Leimkugelstr. 7 in Essen zu eröffnen. **Brockhoff** begleitete das Unternehmen und fand die passende Light Industrial-Immobilie. Neben 450 qm Bürofläche umfasst das Objekt eine 1 500 qm große Lagerhalle sowie 200 qm Freifläche, die der Agentur alle Möglichkeiten für ihre vielfältigen Produktionstätigkeiten unter anderem in den Bereichen Studio- und eCommerce-Fotografie, Film und Grafik bietet.

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-medien.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.