

Handelsimmobilien Report



Liebe Leser,

bereits vor etwa 30 Jahren wiesen namhafte Vertreter des Einzelhandels darauf hin, dass es in Deutschland zu viel Verkaufsfläche gibt. Dennoch wurde weiter gebaut. Zu den vielen typisch deutschen Einkaufsstraßen mit kleinteiligem Einzelhandel und den Einkaufsmeilen der Metropolen, die übrigens das Vorbild für offene US-Shopping-Center sind, kamen die Einkaufszentren und Fachmarktzentren auf der grünen Wiese und die innerstädtischen Passagen und Shopping-Center hinzu.

Die Einzelhändler – immer auf der Suche nach modernen Flächen – gingen bei ihrer Expansionsstrategie das Tempo der Verkaufsflächenerweiterungen lange Zeit mit – bis etwa 2014, als sich die dynamisch wachsende Online-Konkurrenz in immer mehr innerstädtischen Einzelhandelsbranchen negativ bemerkbar machte und der parallele Aufbau eines Online-Vertriebs viele Stationäre zwang, die Expansion zu überdenken, abzubremsen und auch Flächen zu verkleinern.

Hinzu kommen die Folgen der Zwangsschließungen während der Pandemie, die – wie befürchtet – vor allem viele Modehändler in die Insolvenz schlitzen ließen und in vielen Innenstädten zu Leerstand führten. Entsprechend kommt der innerstädtische Vermietungsmarkt nur langsam wieder in Schwung. Dass diese negativen Folgen auch bei den Besuchern der Innenstädte schlecht ankommt, zeigen die Ergebnisse der jüngsten Studie Vitale Innenstädte 2024, wonach die Mehrheit der fast 69 000 Passanten den sichtbaren Leerstand und das Ladensterben beklagt (Seite 2).

Hier sind schon deshalb schnelle Gegenmaßnahmen geboten, weil allen Unkenrufen zum Trotz, der stationäre Einzelhandel über alle Generationen hinweg auch heute noch der maßgebliche Innenstadt-Magnet ist – auch wenn Gastronomie als wichtiges Beiwerk an Bedeutung gewinnt und für die Menschen neben dem Handelsangebot auch ein attraktives, nachhaltiges Umfeld immer wichtiger werden.

Vor diesem Hintergrund sind die Diskussionen über das Thema Mischnutzungen und die Ansiedlung von Büros, Dienstleistungen oder Fitness-Studios zwar sinnvoll, um ehemalige Handelsflächen zu füllen und für zusätzliche Frequenz zu sorgen. Und auch eine deutliche Erhöhung der Städtebauförderung ist sinnvoll, um bei steigenden Baukosten die architektonischen Aufwertung der Geschäftshäuser zu fördern. Doch ohne gut funktionierenden stationären Handel fehlt der zentrale Magnet.

Angesichts der vielen Filialisten, die das Stadtbild allenthalben prägen und den Nonfood-Discountern, die in Zeiten hoher Inflation und sparsamer Kunden einen Boom erleben, gibt es in puncto originelle Handelskonzepte noch viel Luft nach oben. Bei allen Diskussionen über die richtigen Maßnahmen zur Steigerung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität ist zu wünschen, dass auch wieder mehr über attraktive Handelskonzepte, die richtigen Sortimente und bessere Präsentationen diskutiert wird. Denn nach dem Strukturwandel braucht der stationäre Handel eine Neuorientierung – und sicher auch Unterstützung.

Dr. Ruth Vierbuchen

Chefredakteurin



Nr. 439 vom 07.03.2025

Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Vitale Innenstädte: „Den“ Innenstadtbewohner gibt es nicht mehr	2
RICS GCPM: Noch keine eindeutigen Marktsignale	7
Das Interview: Niemand erwartet komplett verödete Innenstädte	9
GPEP GmbH: Günstige Marktphase für attraktiv bewertet Zukäufe	11
Hahn Gruppe: Expansive Pläne für 2025	13
Elbe-Einkaufszentrum: Weniger Mode, dafür mehr Genuss	15
Demografischer Wandel: Ein Motor für stabile Kaufkraft	17
Insight Düsseldorf: Mode-Metropole mit viel Flair	19
Impressum	21

HandelsimmobilienReport Partner





Die Mischung aus Handel und Gastronomie kommt gut an.

Vitale Innenstädte 2024

„Den“ speziellen Innenstadtbesucher gibt es heute nicht mehr

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

In der europaweit größten Befragung von Innenstadtbesuchern für die Studie „Vitale Innenstädte 2024“ bewerteten die Passanten ihre Stadtzentren mit der Durchschnittsnote „Zwei minus“ – wie schon 2022. Auf ihrer Wunschliste: Die Städte müssen vor allem etwas gegen Leerstand und Ladensterben tun, die Infrastruktur verbessern und Aufenthaltsqualität schaffen.

Stadtzentren sind seit jeher der Mittelpunkt des menschlichen Lebens. Bis zu den 1970er- und 1980er-Jahren waren sie der Ort, an dem sich die Menschen mit Lebensmitteln und allen Gütern eindecken konnten – auch Werkzeug, Tapeten und Möbel. Mit zunehmender Automobilität und wachsenden Sortimenten zogen Lebensmittelhändler, Baumärkte, Möbelhandel und Elektrofachmärkte auf die kostengünstige grüne Wiese mit viel Platz für Gratisparkplätze. Die Konsequenz: Seither muss sich das innerstädtische Handelssortiment – mit Schwerpunkt Mode – neu sortieren und die Städte müssen neue Anziehungspunkte schaffen, damit die Menschen in die Zentren kommen, auch wenn viele Bedarfskäufe woanders erledigt werden.

Dass inzwischen auch immer mehr Menschen gerade Bekleidung im **Internet** kaufen, haben viele Innenstadthändler zuletzt auch an der sinkenden Frequenz in den Einkaufslagen bemerkt. Seither befassen sich die Innenstadtakeure wie Einzelhandel, Immobilieneigentümer, Stadtmarketing und Vertreter der Städte mit der Frage, wie die Innenstädte für Besucher auch heute noch attraktiv gestaltet werden können. Kurz gefragt: Wer kommt aus welchem Grund noch in die Innenstädte? Und gibt es noch eine natürliche Bindung zwischen „Mensch und Stadtzentrum“?

Vor allem die Zwangsschließungen des innerstädtischen Einzelhandels während der Corona-Pandemie und der Zwang zum Homeoffice haben offengelegt, wie verödet die Cities sind und wie wenig sie noch Zentren des Lebens sind, wenn die Läden zu und die Büros leer sind. Selbst überzeugte Kunden des stationären Einzelhandels fanden – notgedrungen – immer mehr Gefallen am Online-Shopping. Vor diesem Hintergrund befasste sich die sechste Studie **Vitale Innenstädte 2024**, für die knapp 69 000 Passanten in 107 Städten befragt wurden, zunächst mit der Frage, wie sich die Frequenz gemessen am Vor-Coronajahr 2019 entwickelt hat. ►

Marktbericht

Das Konsumklima sinkt weiter

Nach dem Fehlstart im Januar setzt die Verbraucherstimmung im Februar ihren negativen Trend fort. Zwar legen die **Konjunkturerwartungen** leicht zu, aber die **Einkommenserwartungen** und die **Anschaffungsneigung** sind zum zweiten Mal in Folge gesunken. Die **Sparneigung** zeigt hingegen einen Anstieg um 1,2 Zähler auf 9,4 Punkte. Folglich geht das **Konsumklima** für März 2025 gemessen am Vormonat (revidiert -22,6 Zähler) um 2,1 Zähler auf -24,7 Punkte zurück. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse des **GfK Konsumklimas powered**

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
Homepage:

www.hi-report.de

by NIM. Es wird seit Oktober 2023 von GfK und dem **Nürnberg Institut für Marktentscheidungen** (NIM) herausgegeben. „Die aktuellen Zahlen zeigen keinerlei Anzeichen für eine Erholung der Konsumstimmung in Deutschland“, erklärt **Rolf Bürkl, Konsumexperte** beim NIM: Seit Mitte 2024 stagniere das Konsumklima auf niedrigem Niveau. Laut Bürkl würde die zügige Bildung einer neuen Bundesregierung und eine rasche Verabschiedung des Haushaltes für 2025 zu mehr Planungssicherheit führen.

Dabei zeigte sich in den Metropolen nur noch ein kleines Minus. Ansonsten wurde das Vor-Corona-Niveau in vielen Städten wieder erreicht. Aber auch an dem zentralen Ergebnis der fünf früheren Studien Vitale Innenstädte, dass nämlich **Einkaufen** und der **Einkaufsbummel** für das Gros der Befragten über alle Generationen hinweg mit 61% der Nennungen der Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt ist, hat sich nichts geändert.

Zwar bildet die **Generation X** (51 bis 65 Jahre) mit 68% die größte Gruppe, doch folgt die **Generation Y** resp. die Millennials (26 bis 50 Jahre) mit 65% auf Platz zwei vor den **Babyboomern** (über 65 Jahre) mit 62%. Auch bei der **Generation Z** (bis zu 25 Jahre) ist Einkaufen mit 56% der Hauptgrund für den City-Besuch. „Wir haben ein perfektes Abbild unserer Gesellschaft in der Innenstadt“, stellte **Markus Preißner, wissenschaftlicher Leiter** beim **IFH Köln**, fest, als er die Studie im Rahmen eines **ECC Web Talks** vorstellte. Allerdings: „Den“ speziellen Innenstadtbesucher gibt es nicht mehr, weshalb die Angebote auf die verschiedenen Generationen und Zielgruppen zugeschnitten werden müssen.

Die Studie „Vitale Innenstadt“ wird alle zwei Jahre unter Federführung des IFH Köln veröffentlicht. Weitere Unterstützer sind der **Handelsverband Deutschland** (HDE),

die **Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland** (BCSD), der **Deutsche Städte- und Gemeindebund** (DStGB) sowie die **Deutsche Industrie- und Handelskammer** (DIHK).

Mit Blick auf die **zahlreichen Insolvenzen** namhafter Handelsunternehmen als Folge der Zwangsschließungen, der schwachen Konsumstimmung und der Rezession war in der sechsten Ausgabe der Studie das Thema **Leerstand und Ladensterben** für die Befragten von zentraler Bedeutung. Nach den Worten von **Bernd Düsterdiek, Beigeordneter** des DStGB, prägen Betriebschließungen und Leerstände vielerorts das Bild: „Die Situation vieler Innenstädte und Ortskerne bleibt auch im Jahr 2025 sehr herausfordernd.“ Vor diesem Hintergrund sieht auch die Mehrzahl der Innenstadtbesucher (51%) im **Leerstand** und im **Ladensterben** heute **das Problem Nummer eins** für die Stadtzentren, das aus ihrer Sicht unbedingt angegangen werden muss, um die Standortqualität zu verbessern. Aber genauso wichtig ist der Mehrheit der Befragten (51%) die **Verbesserung der innerstädtischen Infrastruktur** wie beispielsweise ein verbessertes Toilettenangebot.

Laut Markus Preißner sind Innenstädte für die Besucher dann attraktiv, wenn sie „alle Altersgruppen mit passen-

WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN.



Einzelobjekte und Portfolien

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.

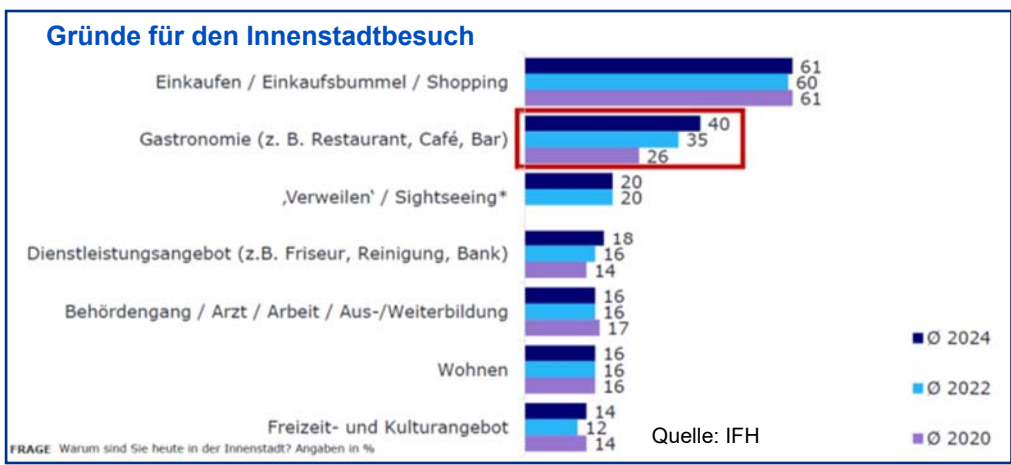
Ein detailliertes Ankaufprofil finden Sie im Internet unter www.grr-garbe.com

Bitte richten Sie Ihre Angebote an:
Claudia Ohlschmid
Transaktionsmanagement
Tel +49 911 955 126 - 301
c.ohlschmid@grr-garbe.com

GRR.
GARBE Retail

den Angeboten ansprechen“. So müssten auch „generationenspezifische Bedarfe mitgedacht werden“, denn jüngere Menschen erwarteten auch eine ansprechende Gastronomie – das ist der zweitwichtigste Grund für den Stadtbesuch (siehe Grafik) – sowie „Erlebnis und Vitalität“. Auf Gastronomie entfallen über alle Zielgruppen hinweg inzwischen 40% der Nennungen. 2020 waren es nur 26%.

Mit 47% der Nennungen ist das Angebot von Restaurants und Cafés für die Millennials am wichtigsten, gefolgt von der etwas älteren Generation X mit 45% und den jungen Leuten (Gen Z) mit 44%. Bei den Babyboomern (36%) lässt das Interesse schon etwas nach. Die Zahlen zeigen aber auch, dass in der Gruppe der 15- bis 30-Jährigen das Besuchsmotiv Einkaufen mit 56% und der Gastronomiebesuch mit 44% besonders eng verknüpft sind. Kombiniert werden von etwa jedem zweiten Stadtbesucher auch die Nutzungen Freizeit- oder Kulturangebote (14% der Nennungen) mit Einkaufen (47%) oder dem Gastronomie-Besuch (53%). Laut Preißner muss bei der Innenstadt-Steuerung diese Verflechtung berücksichtigt werden.



Ins Auge springt, dass beim „Verweilen und Sightseeing“ die Generation Z mit 23% am stärksten vertreten ist, allerdings knapp gefolgt von den Babyboomern mit 22%. Millennials und Generation X liegen mit 21% gleichauf. 2020 war das noch kein Thema. Das relativ breite Spektrum an Gründen für den Innenstadtbesuch, erklärt, warum für viele (42% der Nennungen) der **Ausbau** und die **Aufwertung der Fußgängerzonen** und **Plätze** wichtig ist. Andere Studien ergaben, dass Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum sehr geschätzt werden. Vor allem junge Leute wünschen sich auch nicht-kommerzielle Aufenthaltsräume für soziale Kontakte.

Über ein Drittel der Befragten (39%) möchte auch, dass die Cities unbedingt in **grüne Innenstädte** umgestaltet werden und 40% halten das für sinnvoll. Aber auch die **Angebote für Kinder und Jugendliche** sollten aus Sicht von 37% ausgebaut werden und 40% halten das für eine sinnvolle Maßnahme. Knapp ein Drittel (31%) hält den Ausbau von Parkplätzen für wichtig, genauso wie die gute Erreichbarkeit mit dem Auto und mit dem ÖPNV. Das wirkt sich laut Preißner zwar nicht unmittelbar auf die Attraktivität der Innenstadt aus, aber das Fehlen von Parkplätzen und eine schlechte Erreichbarkeit gehören zu den **Barrieren**, die Menschen vom Innenstadtbesuch abhalten. Es handelt sich hier um **Basisanforderungen**. Das gilt vor allem für Besucher von außerhalb, die 2024 laut Studie 32% (2022: 35%) der Besucher ausmachten. In kleineren Städten geht ohne Pkw ohnehin kaum etwas.

Deshalb sollte etwa das Thema **Verkehrsberuhigung**, das wegen des Klimawandels kontrovers diskutiert wird, laut Studie nicht ideologisiert werden. Zumal Beispiele zeigen, dass Verkehrsberuhigung und Steigerung der Frequenz sowie der Attraktivität dann kein Widerspruch sind, wenn die problemlose Erreichbarkeit gesichert ist.

Beim Thema „mehr Veranstaltungen und verkaufsoffene Sonntage“ ist jeder Vierte (25%) dafür und 37% halten sie für sinnvoll, aber nicht für dringend notwendig. Im

Marktbericht

Immobilienklima präsentiert sich stabil

Im Rahmen der 206. Monatsbefragung bewerteten die rd. 1 000 befragten Im-



mobilienexperten das **Deutsche Hypo Immobilienklima** um 0,2% schlechter als im Vormonat. Somit liegt der Wert bei 97,5 Punkten. Dabei legte das **Ertragsklima** gegenüber dem Vormonat um 2,0% auf 100 Punkte zu, während das **Investmentklima** um 2,4% auf 94,9 Punkte sank. Die Stimmung entwickelte sich in den einzelnen Assetklassen unterschiedlich. Besonders positiv sticht das **Logistiklima** hervor, das nicht nur den stärksten Zuwachs erreicht, sondern mit einem Anstieg um 5,5% auf 114,3 Punkte die seit November 2024 andauernde Negativserie beendet. Auch das **Hotelklima** zeigt mit 112,3 Punkten (+3,5%) eine positive Tendenz, ebenso das **Wohnklima**, das um 1,2% auf 155,3 Punkte steigt. Dagegen zeigen die Assetklassen **Handel** und **Büro** eine rückläufige Entwicklung. Nach einem zwischenzeitlichen Anstieg zu Jahresbeginn fällt das **Handelsklima** erneut auf 84,2 Punkte und weist mit -4,5% den stärksten Rückgang der Februar-Befragung auf. Auch das **Büroklima** gibt um 1,4% auf 76,0 Punkte nach.

Kontrast dazu hält fast jeder Dritte (31%) sie für „unnötig und überflüssig“. Bei dieser Kontroverse muss man laut Preißner genauer hinschauen. Vor allem bei jungen Leuten sei das Interesse größer, genauso wie in den kleineren Städten. Hier werden Veranstaltungen im Interesse des gesellschaftlichen Zusammenhalts positiv bewertet. Und auch mit Blick auf das Thema „Erlebnis“ hält Preißner Events für wichtig.

In ihrem Fazit kommt die Studie Vitale Innenstädte zu dem Ergebnis, dass sich die Attraktivität der untersuchten Cities nach der Pandemie auf einem guten Niveau stabilisiert. Nach der Schulnote 2,5 in den schwierigen Jahren 2020 und 2022 wurde die Attraktivität 2024 erneut mit 2,5 bewertet. „Ob alt oder jung – alle brauchen diese Zentren als Ort, an dem man sich aufhalten möchte“, so Preißner. 2016 hatte die Note 2,7 und 2018 noch 2,6 betragen. Zu den Vorbildern in der Kategorie der Großstädte gehören mit **Chemnitz, Erfurt** und **Leipzig** durchweg ostdeutsche Städte. Bei den Mittelstädten werden **Arnsberg-Neheim, Bocholt** und **Lüneburg** genannt und in der Kategorie der kleineren Städte **Brühl, Freiberg in Sachsen** und **Landsberg am Lech**.

Das **Gastronomieangebot** schneidet laut Studie in

den meisten Städten mit der Durchschnittsnote 2,2 gut ab, während es bei den Freizeitmöglichkeiten noch Luft nach oben gibt. Hier liegen 40% der Städte unter der Note 3,0 und bei Kulturangeboten sind es 20%. Das Einzelhandelsangebot mit Schwerpunkt Mode liegt mit der durchschnittlichen Note 2,3 nur knapp unter der Gastronomie. Als vorbildlich wertet Preißner das neue **Innenstadtmanagement der Stadt Trier** – das bundesweit einzige seiner Art. Die bürgernahen Ansprechpartner sind laut Preißner die Säule für eine zukunftsfähige, resiliente Innenstadt.

„Für eine Vitalisierung der Innenstädte ist bei den richtigen Erfolgsfaktoren anzusetzen – und dabei zwischen Basis- und Attraktivitätsfaktoren zu unterscheiden“, fasst **Boris Hedde, Geschäftsführer** des IFH, zusammen: „Bei allen berechtigten Zielen rund um Natur, Soziales und konsumfreie Bereiche bleibt die Frage, wie das Ganze finanziert wird.“ Deshalb sind aus seiner Sicht neue Allianzen notwendig, um die Vitalisierung der Innenstädte „kapitalgestützt zu meistern“. Das gesamte Ökosystem Innenstadt müsse gegenüber neuen Investoren im Interesse der Schnelligkeit aufgeschlossener werden. Denn schnellen Erfolg habe der, der die größten Kritikpunkte der Innenstadtbesucher – nämlich Leerstand und Ladensterben – als erstes beseitigt. ■

Habona kauft Portfolio mit 22 Nahversorgern für Spezialfonds

HIR DÜSSELDORF: Die **Habona Invest Gruppe** hat ein Portfolio aus 22 Nahversorgungsimmobilien für den Spezialfonds einer deutschen Versicherung angekauft. Als Kapitalverwaltungsgesellschaft des Fonds agiert die **IntReal International Real Estate Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH**. Das Investitionsvolumen der Transaktion beläuft sich auf 132 Mio. Euro und ist damit der bisher größte Einzelkauf von Habona. Verkäufer ist ein deutscher institutioneller Investor.



Das Portfolio verteilt sich bundesweit vor allem auf die Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Bayern, Sachsen, Baden-Württemberg und Hessen. Es handelt sich um etablierte Nahversorger, die ein wichtiger Bestandteil der wohnortnahen Versorgungsinfrastruktur sind. Die gesamte Mietfläche beträgt rd. 60 000 qm. Über 85% der Mieteinnahmen entfallen auf Lebensmittelhändler wie **Edeka,**

Rewe, Netto und **Penny**. Die durchschnittlich gewichtete Mietvertragslaufzeit (WAULT) beträgt rund sechs Jahre bei durchweg indexierten Mietverträgen. Mit der Transaktion wächst das von der Habona gemanagte Nahversorgungs-Portfolio auf 220 Objekte mit einem Wert von über Euro 1,1 Mrd. Euro. Die technische Due Diligence übernahm die **Gleeds Deutschland GmbH**. Rechtlich wurde Habona durch die Wirtschaftskanzlei **McDermott Will & Emery** aus Frankfurt beraten.

Aus Sicht von **Guido Küther, Geschäftsführer** der Habona Invest, unterstreicht die Transaktion die Kompetenz der Habona Invest Gruppe als Spezialist im Bereich Nahversorgung. Das Fenster für die Investition in Nahversorgungsimmobilien habe sich in den vergangenen Monaten weit geöffnet. Habona will deshalb seine Ankaufaktivitäten 2025 weiter ausbauen.

Deals

Deutsche Hypo finanziert Nervión Plaza in Sevilla

Die Deutsche **Hypo – NORD/LB Real Estate Finance** finanziert das Shopping-Center **Nervión Plaza** in Sevilla mit einem Darlehen in Höhe von 62 Mio. Euro für den Hamburger Investmentmanager **HIH Invest Real Estate**. Das 1998 erbaute Objekt im Osten von Sevilla im Stadtteil Nervión, einem der wichtigsten Wohn- und Geschäftsviertel der Stadt, grenzt an das Stadion des FC Sevilla. Das Nervión Plaza gilt als eines der etabliertesten Einkaufszentren der Stadt. Das Center umfasst 27 254 qm Verkaufsfläche mit 82 Ladeneinheiten. Neben dem Schwerpunkt Mode gibt es ein Kino und gastronomische Angebote. 2019 wurde das Center renoviert.



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**

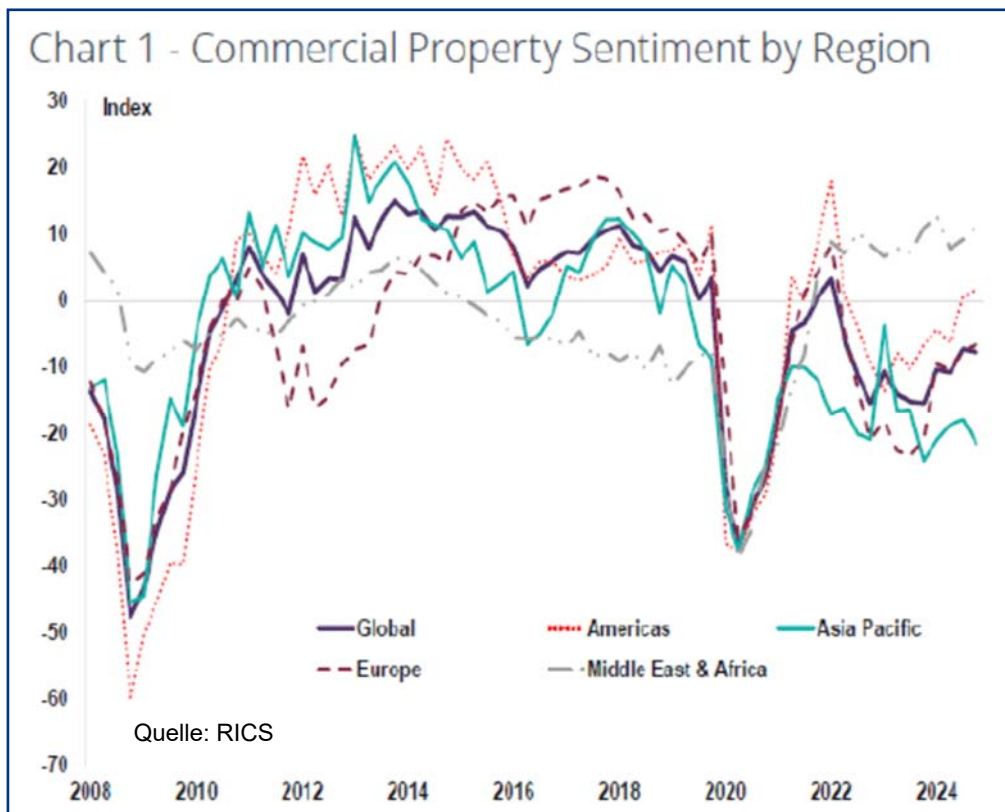
Wertarbeit mit Immobilien

RICS Global Commercial Property Monitor

Noch keine eindeutigen Marktsignale

rv DÜSSELDORF. Nachdem im dritten Quartal zumindest zaghafte Anzeichen für eine Verbesserung der weltweiten Immobilienstimmung gemessen wurden, ist der Auftrieb des RICS Global Commercial Property Monitor (GCPM) Ende 2024 zum Stillstand gekommen. Der Global Commercial Property Sentiment Index (CPSI), der die Stimmung von etwa 3 000 weltweit befragten Experten misst, ist nach -11 im zweiten und -7 im dritten Quartal wieder auf -8 gesunken. In Deutschland stieg er von -16 auf -15 – immerhin.

Das Umfeld bleibt schwierig, wie **Susanne Eickermann-Riepe** (FRICS), **Vorsitzende** des **RICS European World Regional Board** (EWRB), bei Vorstellung der Zahlen des **RICS Global Commercial Property Monitor** für das vierte Quartal 2024 feststellte. Dabei zeigte vor allem der **Occupier Sentiment Index** (OSI), der die globale Stimmung der Mieter misst, eine Verschlechterung von -6 auf -9, während sich die Stimmung der Investoren – gemessen im **Investment Sentiment Index** (ISI) – immerhin von -9 auf -7 verbesserte.



Grund dafür dürfte sein, dass die Befragten auf globaler Ebene **eine weitere Verbesserung der Kreditkonditionen** sehen – auch wenn die Entwicklung an den Anleihemärkten ungünstig ist und die Verbesserung weniger stark ausfällt als noch im dritten Quartal 2024. Das gilt – wenn auch auf niedrigerem Niveau – ebenfalls für Europa. Entsprechend beginnt sowohl auf globaler Ebene mit einem Anstieg von +3 auf +4 als auch in Europa mit einem Plus von 1 auf einen Saldo von +4 die **Investitionsbereitschaft** wieder leicht zu wachsen.

Leichte Zuversicht lässt sich auch aus den Befragungsergebnissen zum **Marktzyklus** ableiten. Denn der Anteil der Befragten, der den globalen Immobilienmarkt in einer Aufschwungphase sieht, ist zum Jahresende von 34% im dritten Quartal auf 35% gestiegen, während mit knapp einem Drittel (32%) weniger Befragungsteilnehmer

Deals

MEC erhält Mandat für vier Handelsstandorte

Die **MEC** hat ihre Position als verlässlicher Spezialist für das Management von Handelsstandorten gefestigt: Für vier Fachmarktzentren konnte die MEC die



Eigentümerversreter überzeugen, das Management der Standorte auch weiterhin zu übernehmen. In den Handelsimmobilien sind bislang die **Metro** Generalmieter, in deren Auftrag die MEC bereits für das operative Management verantwortlich war. Nach dem Rückzug der Metro haben die Eigentümerversreter die MEC mit der künftigen Betreuung der Standorte beauftragt. „Dass wir diese Standorte weiterhin managen dürfen, ist ein klarer Vertrauensbeweis der Eigentümerversreter in unsere Arbeit. Darauf sind wir sehr stolz“, erklärt **Christian Schröder**, **COO** der MEC. Mit der Fortführung des Managements sichert die MEC den Eigentümern Kontinuität und Stabilität, während gleichzeitig Potenziale für strategisches Wachstum erschlossen werden soll. Diese Vertragsverlängerungen bestätigen aus Sicht des Unternehmens die MEC als führenden Anbieter im Management von Fachmarktzentren in Deutschland. Das unterstreiche die Bedeutung eines starken Partners für die nachhaltige Entwicklung von Handelsimmobilien, heißt es.

den Markt noch in einer Abschwungphase sehen. Dass der Boden inzwischen erreicht wurde, glaubt jeder Vierte (25%). Dass sich der Markt auf dem Gipfelpunkt befindet, glauben aber nur 8%.



Eickermann-Riepe

Ähnlich fallen die Werte für Europa aus, nur bei den **Franzosen** hat sich der Pessimismus vergrößert. Hier dürfte die instabile politische Lage den Akteuren auf die Stimmung geschlagen sein. Und die **Briten** sind laut Umfrage etwas vorsichtiger geworden. Ein kleiner Lichtblick für Deutschland: Hier ist der Anteil der Befragten, der den Markt im Stadium eines frühen Aufschwungs sieht, von 20% im dritten Quartal auf 26% gestiegen.

Insgesamt bleibt die Stimmung in Europa laut Umfrage aber **unbeständig**, denn der Commercial Property Sentiment Index (CPSI) stagnierte im vierten Quartal bei einem Wert von -7. Hier spiegelt sich offenbar wider, dass auch die Stimmung der Mieter unverändert bei -8 verharrte. Nur die Stimmung der Investoren (ISI) verbesserte sich leicht von -7 auf -5. Aber der größte Teil der Befragten sieht den Markt weiterhin in der Talsohle des Immobilienzyklus. Eine positive Ausnahme bilden einige Länder Südeuropas wie **Spanien** und **Portugal**, sodass Eickermann-Riepe von einem Süd-Nord-Gefälle spricht. Zu den **Schlusslichtern** gehören vor allem Frankreich und Deutschland.

Etwas entspannt hat sich offenbar die Lage bei der **Preisfindung**. Denn gegenüber dem Jahr der Zinswende 2022, als 60% der Befragten in Europa die Preise für Gewerbeimmobilien als „teuer“ oder „sehr teuer“ bezeichneten, ist dieser Anteil europaweit auf 39% gesunken. Die Ausnahme bildet Frankreich. Hier halten immer noch 77% die Preise für überzogen. Dagegen ist der Anteil auch in Deutschland auf 37% gesunken und 46% beurteilen die Bewertungen als „fair“. In Spanien glauben sogar 70% an eine faire Bewertung.

Beim Blick auf die nächsten zwölf Monate können sich die Marktakteure bei **erstklassigen Büros, Einzelhandels- und Logistikobjekten** einen leichten Anstieg bei den Mieten und den Kapitalwerten vorstellen. Bei Objekten in B-Lagen wird die Entwicklung dagegen nicht so günstig eingeschätzt. Vor allem bei Mehrfamilienhäusern werden angesichts der angespannten Wohnungsmärkte aber steigende Mieten und nicht ganz so stark steigende Kapitalwerte erwartet.

Vor diesem Hintergrund lautet das Leitmotiv in Deutschland: „Flucht in die Qualität, sowohl von Investoren als auch von den Mietern“, wie ein Marktakteur aus Berlin feststellt. Dagegen beobachtet ein Umfrage-

teilnehmer aus Hamburg mit Blick auf die immer noch sehr geringe Zahl von Transaktionen, dass die **Kaufpreisvorstellungen** von Käufern und Verkäufern in vielen Fällen voneinander abweichen, sodass viele Deals immer noch scheitern. Vor diesem Hintergrund kann ein Marktakteur aus München auch immer noch keine klare Richtung erkennen. Sorge bereitet der Branche, dass die **Bankenbewertungen bei Immobilien** immer noch **sehr düster** sind. Das heißt, die Kreditinstitute wollen bei der Finanzierung mehr Eigenkapital sehen.

Gemessen an den globalen und europäischen Werten ist beim **CPSI in Deutschland** bei einer Verbesserung von -16 auf -15 aber immer noch viel Luft nach oben. Und anders als im globalen Durchschnitt verschlechtert sich die Investorenstimmung (ISI) von -12 auf -14, während sich die Mieterstimmung von -20 auf -16 verbessert. Gleichwohl bleiben die Zahlen tief im negativen Bereich. Leicht verbessert hat sich gegenüber dem dritten Quartal die Einschätzung über den Marktzyklus. Nach 20% im dritten Quartal glauben nun 26%, dass der Markt in einer frühen Aufschwungphase ist, 56% sehen den Tiefpunkt erreicht (Q3: 60%) und 18% sehen den Zyklus in der Abschwungphase (Q3: 20%).



Jens Böhnlein (Foto), **MRICS, Vorstandsvorsitzender der RICS Deutschland**, kann sich vorstellen,

dass die Abschwungphase in Deutschland zum Ende kommt und die Talsohle final durchschritten wurde. Zwar würden auch die Preise noch nicht als angemessen betrachtet, doch sei die Einschätzung deutlich besser geworden. Der Markt hat

sich aus seiner Sicht aber noch nicht eindeutig entschieden, in welche Richtung es gehen soll – auch wenn es erkennbare Stabilitätssignale gibt. Aber eindeutige Marktsignale sind laut Böhnlein 2025 noch nicht in Sicht: Die zum Teil erkennbare Stabilisierung bei Mieten, Zins und Kapitalwerterwartungen werden nicht durch klare Transaktionssignale unterstützt, sondern fokussieren sich auf wenige Assetklassen.“

Auch Eickermann-Riepe erkennt im Sentiment-Index kleine positive Signale, doch befinde sich der Markt auch in Europa immer noch in der Stagnation: „Der Motor springt noch nicht an, obwohl die Bewertung der Gewerbeimmobilien weniger überzogen als zuvor angesehen wird.“ Deshalb sieht sie noch Spielraum für weitere Anpassungen in Ländern wie Deutschland und Frankreich. In ihrem Fazit für Europa stellt sie fest, dass der Aufschwung Zeit braucht und bessere Rahmenbedingungen. Zunächst ließen die 12-Monats-Indikatoren keinen großen Aufschwung erwarten. ■

Das Interview

Niemand prophezeit mehr ein komplettes Veröden der Innenstädte

Gespräch mit Lars Heese, CEO DACH bei Redevco, über den Fortgang bei der Integration des Asset- und Investment-Managers Redos, die Aufgabenteilung zwischen Düsseldorf und Hamburg, die Strategie bei Fachmarktzentren und die weiteren Chancen, die das Unternehmen in den Innenstädten sieht.



Handelsimmobilien Report: *Vor einem Jahr etwa hat Redevco die organisatorische Integration des Asset- und Investment Managers für deutsche Fachmarktzentren und Nahversorgungsstandorte, Redos, abgeschlossen. In diesem Kontext wurden die von der früheren Redos verwalteten Objekte mit dem paneuropäischen Portfolio von Redevco in der Plattform für Fachmarktzentren, der Retail Warehouse Park (RWHP) Asset Management Plattform, zusammengeführt. Was hat sich seither in puncto Integration getan? Wie müssen wir uns das vorstellen?*

Lars Heese: Wir sind sehr zufrieden mit dem Fortschritt, aber das Zusammenwachsen ist ein kontinuierlicher, noch nicht abgeschlossener Prozess. Wir sind zuversichtlich, dass wir im Laufe des Jahres 2025 da sein werden, wo wir sein wollen – und kaum ein Kollege noch in Kategorien wie „ehemals **Redos**“ oder „schon immer **Redevco**“ denken wird. Der häufige, persönliche Austausch spielt dabei eine große Rolle beim Zusammenwachsen. Dafür organisieren wir mehrfach im Jahr Standortübergreifende Veranstaltungen. Teils geht es dabei vorrangig um Inhaltliches, teils steht der soziale Aspekt im Vordergrund. Gemeinsame Projekte in der Umsetzung, die immer mehr zunehmen, tun ihr Übriges für ein übergreifendes Team-Gefühl im Haus.

Wir gehen nicht starr oder dogmatisch vor, sondern setzen auf flexible und pragmatische Lösungen. Wenn zum Beispiel ein Standortteam in Zeiten von Auslastungsspitzen Unterstützung benötigt, stehen die Kollegen stets bereit. Wie wir von Anfang an gemerkt haben, passen die Teamkulturen sehr gut zusammen. Die Kollegen spiegeln uns, dass sich die unternehmerische Kultur von ehemals Redos und die institutionellen Best Practices von Redevco hervorragend ergänzen und beide Seiten jeweils vom Zusammenschluss profitieren.

HIR: *Und wie ist die Aufgabenteilung zwischen Redevco in Hamburg und Redevco in Düsseldorf? Im Kern haben beide Zentralen vom Ursprung her ja unterschiedliche Geschäftsfelder. Wie läuft hier die Zusammenarbeit respektive die Arbeitsteilung? Oder wächst es mehr zusammen?*

Heese: Beide Standorte machen Sinn, daher wollen wir sie beibehalten. Beide Teams bringen unterschiedliche Expertise ein. In Düsseldorf fokussieren sich unsere Spezialisten auf Projekt- und Stadtentwicklung. In Hamburg konzentrieren wir unsere Asset- und Vermietungsmanagement-Bereiche.

Natürlich gibt es dabei in der Zusammenarbeit enorme Synergien. Unser wegweisendes, sehr umfangreiches Sanierungsprojekt des Fachmarkts in Dortmund-Aplerbeck etwa ist ein Parade- und Erfolgsbeispiel dafür. (*Hier handelt es sich um die Revitalisierung eines ehemaligen Real-SB-Warenhauses; Anm. der Redaktion.*) Hamburg liefert Insights aus dem Vermietungsmarkt schon in der Projektentwicklungsphase und umgekehrt profitiert unser Assetmanagement von der langjährigen baulich-technischen (Bestands)Entwicklungscompetenz der Düsseldorfer Kollegen. ▶

Deals

FIM Gruppe übernimmt Verbundstandort

Die **FIM Unternehmensgruppe** hat in der sächsischen Landeshauptstadt **Dresden** einen Verbundstandort mit einer Bau-



marktimmoblie, einem Lebensmittelmarkt und einem Bürogebäude erworben. Die Mietfläche beträgt etwa 17 700 qm. Ankermieter sind **Obi** und **Penny**. Die **HAN Immobilien Beratung** vermittelte. Der Baumarkt mit 10 300 qm Mietfläche und der Lebensmitteldiscounter mit 1 100 qm bestehen auf dem etwa 38 700 qm großen Areal in der Bodenbacher Straße seit 2005. Beide wurden immer wieder modernisiert. Dagegen stammt der Bürokomplex aus den 1970er-Jahren. Um den Standort aufzuwerten, sind energetische Maßnahmen geplant. Zudem sind die Dachflächen prädestiniert für Photovoltaikanlagen, wie sie die FIM Unternehmensgruppe an vielen Standorten nachrüsten lässt. Der Standort befindet sich verkehrsgünstig an der aus Südosten kommenden Hauptachse im Stadtteil Gruna mit rund 13 000 Einwohnern. Umgeben von einer dichten, mehrgeschossigen Wohnbebauung profitiert die Lage von einer hohen Kundenbindung im Umfeld. Die beiden Märkte sind sowohl mit dem Auto als auch mit dem ÖPNV über eine S-Bahn-Station und eine Bushaltestelle sehr gut erreichbar.

HIR: *Welchen Vorteil hat es, je eine Niederlassung in Hamburg und Düsseldorf zu haben?*

Heese: Wir sehen darin zahlreiche Vorteile, sei es die Nähe zu den Assets selbst, aber auch kurze Wege im Austausch mit Mietern und Dienstleistern, sowie im Kontakt mit den Behörden. Aber auch aus Arbeitgeberperspektive sind wir so in der Lage, neuen Kolleginnen und Kollegen zwei attraktive Optionen zu bieten, was ihren Arbeitsort betrifft, und halten Kontakte zu den Hochschulen in den jeweiligen Regionen.

HIR: *Sprechen wir über den deutschen Markt für Fachmarktimmobilien. Welche Chancen sieht Redevco hier für sich in der nächsten Zeit. Und bleibt der Schwerpunkt eher auf den großen Fachmarktzentren? Oder sind auch andere Kategorien vorstellbar?*

Heese: Fachmarktzentren haben eine eindrucksvolle Entwicklung hinter sich und sind heute eine absolut anerkannte institutionelle Anlageklasse. Auch für Redevco ist und bleibt dieses Segment eine strategische Assetklasse, die wir weiter ausbauen wollen und werden. Über Deutschland hinaus sind auch die anderen DACH-Märkte spannend für uns. Dabei investieren wir sowohl für Drittinvestoren als auch aufs eigene Buch.



Dortmund Aplerbek: Aus Real wurde Marktkauf

Wir fokussieren uns vor allem weiter auf unser bewährtes Investitionsprofil, ab ca. 10 Millionen Euro Startvolumen. Dabei sind Neubauten von Interesse aber vor allem auch Value-Add-Opportunitäten, wo wir unsere Wertschöpfungskompetenz aktiv einbringen können. Künftig wird neben Ankäufen entsprechend vor allem auch die Bestandssanierung und -aufwertung im Mittelpunkt unserer Aktivitäten stehen.

HIR: *Zu den Leitmotiven der Redevco-Gruppe gehört es, im Umfeld der eigenen Immobilien eine lebenswerte und nachhaltige Stadt zu bauen. Wie kann man sich das bei Fachmarktimmobilien vorstellen? Gibt es dafür auch ein Beispiel?*

Heese: Fachmarktzentren sind häufig zentrale Anlaufpunkte für Anrainer und ganze Gemeinden. Wir sind uns dieser Verantwortung bewusst. Wir investieren gezielt in energetische Sanierung und setzen auf eine langfristig vertrauensvolle Partnerschaft zwischen Mieter und Vermieter. Das reicht von Abfall- und Wasser-Management bis zu grüner Energieproduktion via PV-Dachanlagen und nachhaltigen Mobilitätslösungen etwa via E-Ladestationen.

Fachmarktzentren fungieren als zentrale Anlaufpunkte

Wir zielen zudem bewusst auf einen komplementären Mietermix, der die Aufenthalts- und Versorgungsqualität vor Ort optimiert. Dabei denken wir langfristig an den Kunden-Nutzen und nicht an die kurzfristige Renditemaximierung.

HIR: *Welche Chancen sehen Sie noch in ihrem innerstädtischen Geschäftsfeld?*

Heese: Wir sehen je nach Kommune teilweise sehr viel Offenheit und Flexibilität auf Seiten der Behörden, um sichtbaren Leerstand zu vermeiden. Hier herrscht in der Regel eine sehr konstruktive Atmosphäre auf Grund der großen Bedeutung der Innenstadt für die Kommunen. Auf der grünen Wiese ist das teilweise leider noch anders.

Die Frage der nachhaltigen Nachnutzung ehemaliger Mono-Strukturen etwa von Textil-lastigen Warenhäusern wird uns noch länger begleiten – als Unternehmen wie als Branche. Hier gibt es zahlreiche spannende Strategien, die natürlich je nach Immobilie und Standort individuell abzustimmen sind. Uns wird so schnell sicher nicht langweilig und immer öfter kommen Dritte auf uns zu mit der Bitte um Unterstützung auf Basis unserer eigenen langjährigen Konversionserfahrung.

HIR: *Wie schätzen Sie die Entwicklung auf dem Markt für Handelsimmobilien im Jahr 2025 ein?*

Heese: Handelsimmobilien bieten Investoren aktuell und künftig attraktive Chancen. Insgesamt sehen wir eine schrittweise Stabilisierung des Marktes und der relativen Marktanteile, auch zwischen stationär und eCommerce. Niemand prophezeit mehr ein komplettes Veröden der Innenstädte, der Handel hat seine wichtige Rolle für unsere Städte eindrucksvoll belegt.

Es gibt weiter sehr reale Herausforderungen und teils mangelt es den Eigentümern an entsprechender haus-eigener Expertise in der Konzeption und Umsetzung. Daraus werden auch weiterhin Verkäufe resultieren, aber eben auch Opportunitäten für erfahrene und kapitalstarke Marktakteure wie uns. ■

GPEP GmbH

Eine günstige Marktphase für attraktiv bewertete Zukäufe

rv DÜSSELDORF. Die Geschäftsführung des Asset- und Investment-Managers GPEP GmbH mit Sitz in Limburg kann für das Jahr 2024, in dem das Unternehmen auch das 10. Jubiläum feierte, eine gute Bilanz ziehen. Nach Immobilienakquisitionen im Volumen von 180 Mio. Euro und Objektverkäufen im Wert von 50 Mio. Euro belief sich das Transaktionsvolumen im Vorjahr auf 230 Mio. Euro. Eine Fortsetzung dieser positiven Entwicklung wird auch für 2025 erwartet.

Wie **GPEP-Geschäftsführer Marcel Fuhr** (Foto links) erläutert, hat sich das Umfeld für Immobilieninvestments im vergangenen Jahr spürbar aufgehellt: „Insbesondere im Qualitätssegment der lebensmittelgeankerten Handelsimmobilien setzte im Jahresverlauf eine Stabilisierung ein“, stellt er fest. Deshalb habe das Unternehmen die günstige Marktphase für attraktiv bewertete Zukäufe genutzt. Dabei setzte die Geschäftsführung vor allem auf ihren guten Marktzugang und auf Off-Market-Transaktionen. Vor diesem Hintergrund ist Fuhr überzeugt, dass die GPEP im Vorjahr mit ihrem Akquisitionsvolumen mit zu den aktivsten Asset- und Investment Managern in diesem Segment gehört hat.



Die unabhängige und inhabergeführte Immobilienmanagementgesellschaft bietet mit ihrem Team aus etwa 90 Experten für institutionelle Investoren und Family Offices Dienstleistungen über die gesamte Wertschöpfungskette an. Dazu gehören das Akquisitions- und Transaktionsmanagement, Finanzierung, Research, Fondsmanagement, Asset Management, Property Management, Risikomanagement und der Verkauf.

Seit der Gründung 2014 hat GPEP inzwischen ein bundesweites Portfolio aus 450 Immobilienobjekten im Wert von 2 Mrd. Euro aufgebaut. Nach den Worten von **GPEP-Geschäftsführer Herwart W. Reip** (Foto rechts) verzichtet das Unternehmen „bewusst auf eigene Immobilieninvestitionen, um potenzielle Interessenkonflikte mit unseren Anlegern von vornherein auszuschließen“.



Zu den wesentlichen Aktivitäten des vergangenen Jahres gehörte auch die Modernisierung und Erweiterung von zahlreichen Objekten, um in Verbindung mit Neu- und Nachvermietungen die Ertragskraft des Immobilienportfolios nachhaltig zu steigern.

Die Vermietungsquote belief sich zum Jahresende 2024 bei einer Mietfläche von 1,1 Mio. qm auf etwa 98%, wie es bei Vorlage der Zahlen weiter heißt. Weitere Themen des vergangenen Jahres waren Prozessoptimierungen und der Ausbau der Digitalisierung, um die Effizienz im Reporting und Immobilienmanagement zu steigern. Die Geschäftsführung sieht darin eine solide Grundlage, um den Investoren

Unternehmens News

Housewarming-Party zur Eröffnung

Das **Westfield Hamburg-Überseequartier** feiert die Eröffnung der Flächen für Einzelhandel, Gastronomie und Freizeit am 8. April mit



einer **Housewarming-Party** mit maritimem Flair. Am frühen Nachmittag beginnt es mit einer exklusiven Zeremonie für Mietpartner und Projektbeteiligte. Ehrengast wird Hamburgs Erster Bürgermeister **Peter Tschentscher** sein. Ab dem Nachmittag bis in den späten Abend, von 16:00 bis 22:00 Uhr wird es für die Besucher ein Programm aus Musik-Acts und überraschende Performances von Künstlern im gesamten Quartier, Omnichannel- und Social-Media-Aktivierungen sowie ein Finale am Abend mit einem DJ-Set und Dancebeats. Flankiert wird das Programm durch zahlreiche individuelle Aktivitäten und Event-Formate der Marken und Mietpartner. Auf den großen Opening-Tag folgt eine abwechslungsreiche Eröffnungswoche, die alle einlädt, die Stores, Restaurants sowie Unterhaltungs- und Kulturangebote des Viertels kennenzulernen. Vom 9. bis 12. April wird jeden Tag ein anderer Bereich des Quartiers in den Mittelpunkt gerückt: beginnend mit dem Bereich Innovation & Zukunft, gefolgt von Kultur, Gastronomie, Freizeit und Lifestyle.

eine überdurchschnittliche Fondsrendite zu bieten – insbesondere im Vergleich zu anderen Asset-Klassen.

Im Jahr 2025 ist mit dem **GPEP Food Retail Deutschland III** zudem die Auflage eines weiteren **institutionellen Artikel-8-Fonds** gemäß **EU-Offenlegungsverordnung** geplant. Im Mittelpunkt steht nach Unternehmensangaben die Investition in Objekte des Lebensmitteleinzelhandels, wobei sich die Anlagestrategie an entsprechenden Nachhaltigkeitsmerkmalen orientiert.

Gerade in der Ausrichtung auf den Lebensmitteleinzelhandel in Kombination mit der fundierten Expertise im Bereich ESG, Reporting und Compliance sieht Geschäftsführer Reip für die GPEP einen klaren Vorteil am Markt: „Wir können regulatorische Anforderungen effizient erfüllen und gewährleisten zugleich höchste Transparenz durch die Teilnahme an internationalen Benchmarks wie GRESB.“



Bei seinem Ausblick auf 2025 erwartet **GPEP-Geschäftsführer Jörn Burghardt** eine Fortsetzung der guten Entwicklung des vergangenen Jahres. Demnach plant der Investment-Manager ein Transaktionsvolumen von etwa 200 Mio. Euro. Die Assetklasse biete angesichts ihrer Resilienz und des sich stabilisierenden Zinsumfelds derzeit attraktive Einstiegschancen. Ein Ankaufsvolumen von rund 40 Mio. Euro wurde nach Burghardts Worten schon zu Jahresbeginn gesichert. Zudem setzt die GPEP auf eine flexible Ankaufstrategie und prüft auch opportunistische Objekte, die zusätzliche Potenziale zum Ausbau des Portfolios bieten und damit langfristig überdurchschnittliche Renditen, wie der GPEP-Geschäftsführer weiter erläutert. ■

Deals

Potsdam: Der Einzelhandelspezialist **Comfort** hat das Wohn- und Geschäftshaus in der Brandenburger Straße 28a in der Einzelhandelslage von Potsdam an ein Family Office vermittelt. Hauptmieter des Geschäftshauses ist die Slow-Food Bäckereikette **Zeit für Brot**. Die 2009 gegründete Bäckerei zeichnet sich durch Handarbeit in gläsernen Bäckereien und die Verwendung von Bioland-Zutaten aus. Verkäufer ist ein institutioneller Immobilienfonds. „Die Transaktion dieses Core-Objekts in 1A-Lage zeigt, dass der Markt für einzelhandels-genutzte Immobilien aktuell wieder in Schwung kommt.“, sagt **Björn Gottschling, Gesellschafter** von Comfort.

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

© fotolia.com

Hahn Gruppe

Expansive Pläne für 2025

rv DÜSSELDORF: Das Jahr 2024 war bei der Hahn-Gruppe aus Bergisch Gladbach geprägt von gestiegenen Ausschüttungen bei den Publikums AIF, einem Rekord beim eingeworbenen Eigenkapital im Neugeschäft mit Privatanlegern, der Neuentwicklung eines Nahversorgungsstandorts und der Revitalisierung eines ehemaligen Real-SB-Warenhauses. 2025 plant der Asset und Investment Manager Neuinvestitionen in Höhe von 250 Mio. Euro.

Nach Einschätzung von **Thomas Kuhlmann** (Foto), **Vorstandsvorsitzender der Hahn-Immobilien-Beteiligungs AG**, „ist der Zeitpunkt für Neuinvestments vielversprechend“. Denn der Markt eröffne gegenwärtig viele Chancen mit „attraktiven Rendite-Risiko-Profilen“. Das gilt nach seinen Worten vor allem für die Asset-Klasse der **versorgungsorientierten Handels- und Mixed-Use-Immobilien** mit ihrer großen Wertbeständigkeit und Ertragsstärke, auf die sich die Hahn Gruppe seit etwa 30 Jahren konzentriert.



Ablesen ließ sich der Erfolg im vergangenen Jahr daran, dass die **Mieteinnahmen** im gesamten Portfolio des Unternehmens laut Kuhlmann auf vergleichbarer Basis um etwa 3,6% gesteigert werden konnten. Zudem konnten für die Anleger durch Immobilienverkäufe zusätzliche Ertragschancen realisiert werden. Unter dem Strich lagen die Ausschüttungen bei den Publikums-AIF damit im Schnitt um 7% über den ursprünglichen Prognosen.

Im **Neugeschäft mit Privatanlegern** konnte die Hahn Gruppe im Vorjahr für den **Pluswertfonds 180**, der in ein Fachmarktzentrum in Landshut investierte, und den **Pluswertfonds 181**, der in einen Baumarkt in Köln investiert ist, ein Eigenkapital von rund 45 Mio. Euro einwerben. Nach Unternehmensangaben war das in diesem Segment ein neuer Platzierungsrekord – nach der Bestmarke von 42 Mio. Euro 2020. Das beurkundete Transaktionsvolumen lag im Vorjahr mit rund 90 Mio. Euro allerdings unter dem Vorjahreswert von 216 Mio. Euro.

Das könnte sich in diesem Jahr ändern. Denn um die positive Einschätzung für 2025 zu unterstreichen, hat das Unternehmen bereits zum Jahresende den Publikums-AIF **Hahn Pluswertfonds 182** „Basis Invest Nahversorgung“ aufgelegt, der in fünf Nahversorgungsimmobilien investiert. Er befindet sich seit Anfang des Jahres im Vertrieb. Nach den Plänen dürften weitere folgen.



Projektentwicklung in Herford-Friedenstal.

Foto: Hahn Gruppe

Auch bei der **Vermietungsleistung** blieb das Unternehmen mit rund 70 000 qm unter dem Vorjahresniveau mit 108 000 qm zurück. Allerdings zeugt das nicht von Leerstand, denn die Vermietungsquote im Fondsportfolio blieb mit rund 99% konstant. Zudem wurden 2024 zwei große Projektentwicklungen abgeschlossen und ver-

Deals

Ratisbona realisiert nachhaltigen Netto-Markt

Ratisbona Handelsimmobilien entwickelt im bayrischen **Untersteinach**, an der Hauptstraße 55 einen neuen **Netto**-Markt in nachhaltiger Bauweise. Die Eröffnung ist für November 2025 geplant. Die Mietfläche beträgt 1 580 qm, die Verkaufsfläche ca. 1 130 qm. Auf dem 5 610 qm großen Grundstück sind 65 Parkplätze, sechs mit E-Ladepunkten, geplant. Die ökologisch gestaltete Außenanlage umfasst Blumenwiesen, Stauden und eine durchgrünte Parkplatzfläche. Das Gebäude wird den BEG-40-Standard erfüllen. Geplant sind eine PV-Anlage, eine Wärmepumpe, Vollholzwände im Innenbereich und der Einsatz von nachhaltiger Zellulose für die Dämmung.

+++++

Arnsberg-Neheim: Nanu-Nana vergrößert seine Geschäftsräume und zieht innerhalb der Fußgängerzone von Arnsberg-Neheim um. **Brockhoff** vermittelte den neuen Standort in dem Neubau an der Hauptstraße 50 mit einer Mietfläche von 300 qm. Auch das jahrelang genutzt Ladenlokal in der Hauptstraße 7 hatte Brockhoff vermittelt. Der neue Standort befindet sich in 1A-Lage, direkt gegenüber von **Juwelier Christ**. Der Juwelier und Uhrmacher hatte die Fläche in der Hauptstraße 27 vor einem Jahr bezogen. Auch hier hatte Brockhoff vermittelt. Der Makler ist nach eigenen Angaben seit Jahrzehnten mit der Innenstadtentwicklung von Arnsberg-Neheim verbunden.

mietet. Bei der **Projektentwicklung in Herford-Friedenstal** in Nordrhein-Westfalen, wurde auf dem Areal eines ehemaligen Edeka-Markts ein neuer Nahversorgungsstandort mit 5 500 qm Mietfläche, 150 Parkplätzen für Pkw und 60 Stellplätzen für Fahrräder realisiert. Da hier der Fokus auf Nachhaltigkeit liegt, wurde der Neubau nach **DGNB Gold** zertifiziert. Er hat eine PV-Anlage sowie ein Gründach, eine effiziente Gebäudetechnik, eine Wärmerückgewinnungsanlage sowie LED-Beleuchtung für einen ressourcenschonenden Betrieb.

In **Sinzheim**, in Baden-Württemberg, wurde eine ehemalige Real-Immobilie für den Nachmieter Edeka als Scheck-In-Center revitalisiert. Bei dem im September 2024 eröffnete Markt mit rund 9 000 qm Verkaufsfläche wurde fast die gesamte Gebäudesubstanz inkl. Technik, Decke, Boden und Außenbereich mit rund 800 Parkplätzen modernisiert. Dank LED-Beleuchtung, Kühlregalen mit Glastüren, CO2-Kälteanlage und Wärmerückgewinnung wurde der Energieverbrauch um 40% reduziert. Die **Scheck-In-Gruppe** betreibt 18 **Edeka-Märkte** und wurde mehrfach ausgezeichnet.



Beim Blick auf 2025 ist sich **Christoph Horbach** (Foto), **Mitglied des Hahn-Vorstands**, sicher, dass in diesem Jahr ein zunehmend freundliches Investitionsumfeld, gestützt durch eine

stabile Zinsentwicklung, zu erwarten ist: „Diese Voraussetzungen bieten attraktive Chancen für sicherheits- sowie cashflow- und renditeorientierte Anleger.“ Dabei bleiben aus seiner Sicht Fachmarktzentren, Verbrauchermärkte, Baumärkte und Mixed-Use-Immobilien auf Grund ihrer stabilen Ertragskraft und den langfristigen Perspektiven gefragt. Das gelte für Mieter genauso wie für Investoren. Per Ende 2024 verwaltete die Hahn Gruppe ein Immobilienvermögen von über 7 Mrd. Euro, davon gut 4 Mrd. Euro für Dritte. ■

Signa war schon früher insolvent - Haft von Benko verlängert

Die **Signa Holding** war nach Angaben des **Insolvenzverwalters Christof Stapf** mindestens seit dem 30. November 2022, ein Jahr vor Eröffnung des Insolvenzverfahrens, zahlungsunfähig. Ein aktuelles Gutachten komme zu dem Schluss, dass die Signa Holding ihre Zahlungsverpflichtungen spätestens ab diesem Zeitpunkt nicht mehr erfüllen können. Das neue Gutachten habe **Deloitte Financial** erstellt. Der Immobilieninvestor **René Benko** (47) steht vor diesem Hintergrund im Verdacht, Gläubiger und Behörden hinters Licht geführt zu haben. Das Gutachten über die Finanzlage seines Konzerns liefert jetzt weitere Belege dafür.



Signa-Objekt Kaufhaus Tyrol. Foto: Signa

Zuvor war die Untersuchungshaft des einstigen Milliardärs nach einem Monat vom Wiener Landesgericht für Strafsachen um zwei weitere Monate bis Ende April verlängert worden. Die **Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft (WKStA)** wirft Benko vor, Investoren getäuscht und Gläubiger geschädigt zu haben. Im Rahmen ihrer Ermittlungen geht die Staatsanwaltschaft u.a. von Untreue und Vermögensverschleierung zulasten der Gläubiger in betrügerischer Absicht aus. Die Strafen für solche Delikte können nach dem Strafgesetzbuch bis zu zehn Jahre betragen. Nach der aktuellen Verdachtslage soll Benko trotz der Insolvenzverfahren, die auch ihn als Privatperson betreffen, versucht haben, Vermögensteile zu verschleiern und zu verschieben.

Beim Insolvenzgericht in Wien sind bis Ende Februar insgesamt 442 Forderungen in Höhe von 7,7 Mrd. Euro angemeldet worden, wie es im Gutachten heißt. Der Insolvenzverwalter habe bereits Forderungen von etwa 2,16 Mrd. Euro anerkannt, während 5,55 Mrd. Euro bestritten wurden. Der Verwertungsprozess laufe weiter., heißt es.

Deals

Langenfeld: Der Immobilien Investment- und Asset Manager **AEW** hat eine 19 500 qm große, vollvermieteten Grade A Logistikimmobilie in Langenfeld bei Düsseldorf erworben. Das Anfang 2024 fertiggestellte Objekt wurde von **LogProject** im Auftrag eines Individualmandats einer deutschen Pensionskasse erworben, die in Core Immobilien in Deutschland investiert. Das Logistikobjekt umfasst zwei moderne Halleneinheiten, die langfristig an einen führenden Logistikdienstleister mit Spezialisierung auf eCommerce-Fulfillment-Lösungen vermietet sind. Das Gebäude ist DGNB Platinum zertifiziert. AEW wurde von **Hogan Lovells, TA Europe, Luther** und **Nova Ambiente** beraten.

+++++

Straubing: **Savills Investment Management** hat für seinen **European Logistics Fund 2 (ELF 2)** ein Distributionszentrum in Straubing an den paneuropäische Fondsmanager **MiDEAL Group** für dessen zweiten Fonds **MiDEAL Management 2 LP** verkauft. Savills IM hatte das Objekt 2019 für den Logistikfonds ELF 2 erworben. Ende 2022 schloss das Asset Management die nahtlose Vermietung der 36 500 qm Mietfläche zu deutlich höherer Miete an einen deutschen Lebensmittelversorger ab. Das ELF-2-Portfolio umfasst nach dem Verkauf nun 27 europäische Logistikimmobilien mit einem Verkehrsvolumen von rd. 1 Mrd. Euro – davon sind acht Objekte in Deutschland.

Elbe Einkaufszentrum

Weniger Mode, dafür mehr Genuss

Sabine Richter, Hamburg

Mit 2024 ist für den Einzelhandel ein herausforderndes Jahr zu Ende gegangen. Auch das Hamburger Elbe-Einkaufszentrum blieb nicht verschont: Die Besucher mussten viel Bewegung registrieren, viele bekannte Läden sind gegangen. Die Ursachen sind vielfältig, der Generationenwechsel (Elbe Obst), Insolvenzen (Görtz, Esprit, Hallhuber), persönliche Gründe und Schieflagen. Auch Corona hat noch eine Rolle gespielt.

Insbesondere den Weggang des sehr beliebten **Cafés Elvy** haben viele Kunden bedauert. Auch der Verlust des attraktiven **Villeroy und Boch-Geschäfts** – ein Zeichen, dass sich Kundenwünsche und Lebensstile ändern – ist für Liebhaber feinen Porzellans ein herber Schlag.



Dennoch ist der Standort robust und stabil: „Unsere Vermietungsquote kann sich mit 96% sehen lassen“, sagt der **Center-Manager des Elbe-Einkaufszentrums** (Foto: ECE), **Gerhard Löwe**. 2024 wurden 15 Neu- und Wiedereröffnungen gefeiert. Nicht nur große Mieter wie **Only & Sons** oder der neue **Elbe Asia Markt** auf 800 qm sind dazugekommen, auch lokale Marken wie die Hamburger Modermarke **Derbe** haben sich für das ELBE entschieden. Doch ganz generell ist ein Großteil der Mieter, darunter **P&C, Douglas, Christ, dm** Drogeriemarkt, **Budnikowski, Rewe**, die Apotheke und das Reformhaus, dem Einkaufszentrum schon sehr lange treu, mehr als jedes zweite Geschäft ist sogar seit über 20 Jahre vor Ort.

Aktuell weist das ELBE mit seinen 43 000 qm vermietbarer Fläche einen sehr geringen Leerstand auf. Von den derzeit acht noch abgeklebten Flächen sind vier bereits wieder vermietet. Dafür wurden mehrere kleine Flächen zusammengelegt, um den Bedarf an größeren Flächen zu bedienen. „Das werden wir fortsetzen, wenn es sich ergibt“, so Löwe. „Wir möchten die Anzahl unserer Geschäfte von 180 auf 160 reduzieren, weil größere Flächen schlicht rentabler sind“.

„Die Nachvermietung dauert generell deutlich länger als früher“, sagt Löwe: „Wir müssen gründlich prüfen, ob die Konzepte in den Mix passen. Konkurrenz belebt zwar das Geschäft, aber das Verhältnis muss stimmen. Sonst schadet es dem Standort und damit den Mietern“. Sorgen bereitet auch der Generationswechsel. Viele ältere Inhaber finden keinen Nachfolger. Ein Beispiel ist die Betreiberin von Elbe Obst, die über 30 Jahre lang im Erdgeschoss Obst und Gemüse verkauft hat und sich gegen die Konkurrenz der großen Lebensmittelmärkte behaupten konnte. Auf der Fläche wird nun **Dönerwerk** eine weitere Filiale eröffnen. Geblieben ist von Elbe Obst nur noch die Saftbar, die von der Enkelin der früheren Betreiberin geführt wird. ▶

Personalien

Logivest vergrößert Key Account Team

Logivest verstärkt ihre Großkundenbetreuung auf



Nutzerseite und hat zum 1. Februar 2025 ihr Key Account Team um **Florian Golkowsky**

(30) erweitert. Golkowsky ist gelernter Speditionskaufmann und war nach seiner Ausbildung zwei Jahre bei **Kühne & Nagel**, bevor er sich für ein Studium der Wirtschaftspsychologie entschied. Für Logivest kehrt er nun in die Logistikbranche zurück und wird als neuer Key Account Manager gemeinsam mit **Nina Reimers** und **Arne Sander** die exklusive Großkundenbetreuung auf Nutzerseite ausbauen. Golkowsky ist seit Februar 2025 am Standort in Düsseldorf tätig. Schwerpunkte sind Handel, Produktion und Logistikdienstleister.

+++++

Pforzheim: Prologis hat das zentrale Versandlager der insolventen **Klingel-Gruppe** in Pforzheim gekauft. Verkäufer ist die **K-Mail Order GmbH**. Das dreiteilige Gebäudeensemble in der Straße Im Altgefäß 11 hat eine Nutzfläche von gut 170 000 qm. Der Komplex umfasst von 1978 bis 1992 schrittweise erbaute sechs- bis neunstöckige Lager- und Verwaltungseinheiten, ein Hochregallager, das 2004 erbaut wurde, und seit 2014 ein automatisiertes Taschenlagersystem. Prologis will das seit 2024 leerstehende Areal für eine Logistiktutzung neu entwickeln. **JLL** vermittelte.

Dass der Handel immer im Wandel ist und mit ihm die Einkaufszentren, lässt sich auch an der fast 60-jährigen Geschichte des Elbe Einkaufszentrums ablesen. 1966 wurde es von der Neue Heimat als offenes Einkaufszentrum gebaut. 1993 kaufte der Shopping-Center-Betreiber **ECE** die Immobilie, riss den Großteil ab und baute sie neu auf. Das Konzept ging von Anfang an auf. 2024 wurden 6,6 Mio. Besucher gezählt, statistisch sind das 21 000 am Tag. Das Einzugsgebiet umfasst 700 000 Einwohner, die vor allem aus den westlichen Stadtteilen Hamburgs kommen, und es reicht bis Itzehoe.

Auf die Frage, ob der Online-Handel dem Center also nicht die Kunden wegnimmt, hat Löwe eine klare Antwort: „Alle professionellen Händler arbeiten auf allen Kanälen. Wir beobachten zunehmend, dass sich Kunden auf der Couch Kleidung bestellen, in den Shop liefern lassen und dort anprobieren. Damit entfällt das lästige Zurückschicken, wenn etwas nicht passt“.

Mit Blick auf das eigene Profil versteht sich das ELBE als bodenständig und funktioniert auch deshalb so gut, weil es die gesamte Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen für die ganze Familie bietet. Eine Stärke ist die Nahversorgung, sehr präsent durch den großen Rewe-Markt und **Edeka** nebenan. Allein im Lebensmittelbereich werden auf 8 000 qm 40 Mio. Euro Umsatz erzielt.

Doch ob Spaß- oder Routineeinkauf: Bequemlichkeit und Attraktivität haben sich zur Voraussetzung für den Erfolg entwickelt. Deshalb macht die Gastronomie ständig Boden gut. In diesem Jahr werden zwei neue Restaurants kommen, das japanisch-koreanische Konzept **Chingu** auf der ehemaligen Fläche von **Elvy** und das erwähnte türkische Konzept Dönerwerk in der Markthalle.

Das ELBE versteht sich als bodenständig und funktional

Die Branchen Dienstleistungen, Gesundheit und Beauty gewinnen an Bedeutung und werden behutsam ausgebaut. Im ELBE sind bereits vier Ärzte und eine Physiotherapie-Praxis angesiedelt. Dafür sinkt der Textil- und Schuhanteil von ehemals 60% auf unter 50%. Götz wird aus bekannten Gründen das Center verlassen; für die Fläche würden bereits mit drei Interessenten Gespräche geführt, so Löwe. Sicher ist, dass sich in diesem Jahr Intersport vergrößern wird, eine **Schiesser**-Filiale kommt und mit **TK Maxx** ein neuer Ankermieter auf der Fläche von Zara eröffnen wird. **Zara** wird aus strategischen Gründen das Center Ende April verlassen.

Kein Einkauf ohne Erlebnis ist die neue Doktrin im Einzelhandel, die auch im ELBE gilt. „Grundsätzlich geht es um Atmosphäre“, sagt Löwe. „Früher hatten Einkaufszentren breite Flure und eine Atmosphäre wie auf einem Bahnhof. Heute wollen Menschen hier nicht nur einkau-

fen, sondern verweilen, essen, plaudern, Kaffee trinken und vielleicht dabei die Zeitung lesen. Das Bedürfnis nach Kommunikation und Gemeinsamkeit hat nach Corona zugenommen“.

In diese Bereiche wird deshalb ständig gezielt investiert – vor zwei Jahren knapp 5 Mio. Euro in angenehme Beleuchtung und komfortable Sitzbereiche mit Handy-Ladefunktion, einer neuen Kundeninformation und einer Kinderspielfläche. Rund ums Center wurden rund 100 neue Fahrradstellplätze errichtet.



Da sich auch das **ELBE** (Foto: ECE) um gute Nachbarschaft und frühzeitige Kundenbindung bemüht, gibt es gemeinsame, auch karikative Aktionen mit Schulen, lokalen Institutionen, Sportvereinen. „Wir wollen Menschen mit unterschiedlichen sozialen Hintergründen zusammenbringen,“ erklärt Löwe. Auf Kunstausstellungen dürfen Schüler ihre Bilder versteigern, es gibt Konzerte und zu Weihnachten wird gemeinsam gesungen. Zu Ostern und Weihnachten werden regelmäßig Spendenaktionen mit den Mietpartnern zugunsten Hamburger Vereine wie der Hamburger Tafel, Hörer helfen Kindern und der Budnianer Hilfe durchgeführt. Der 60. Geburtstag wird von Mai bis Oktober gefeiert.

Auch hinter den Kulissen passiert viel. In diesem Jahr sind 36 Projekte geplant, bei denen acht Mio. Euro ins Objekt investiert werden. Angefangen mit einer Wärmerückgewinnungsanlage, die weitere Umstellung der Beleuchtung auf LED bis zur großen Dachsanierung. Das Parkhaus, bereits mit neuen Schranken, Parkleitsystem und E-Ladesäulen ausgestattet, soll noch komfortabler werden. Künftig sollen Kunden auch kontaktlos parken können.

In den nächsten Jahren wünscht sich Löwe noch die Umsetzung des Projekts „Wohnen am ELBE“. Geplant sind 150 Wohnungen im Hamburger Drittmix. Bereits seit rund fünf Jahren ist die ECE in Abstimmung mit dem Bezirksamt Altona über das Bauvorhaben am Parkhaus West. Dafür fallen 170 von 2 200 Parkplätzen weg. „Das tut uns aber nicht weh“, so Löwe. Er hofft, dass in diesem Jahr die Genehmigung erteilt wird. ■

Demografischer Wandel

Ein Motor für stabile Kaufkraft

**Ana-Cristina Markus, Lena Weber, Statista+ (2024)
im Habona Report 2025**

Der demografische Wandel wirkt nicht nur als Herausforderung, sondern auch als Antrieb für neue Wachstumsimpulse. Der Alterungsprozess der Gesellschaft wird zunehmend von den vielfältigen Ansprüchen und Wertorientierungen einer durch Zuwanderung und Diversität geprägten Gesellschaft überlagert. Dies schafft Raum für die Polarisierung und Segmentierung der Konsummärkte – eine wesentliche Grundlage für künftiges Wachstum. Auch scheinbare Widersprüche können zu mehr Nachfrage führen: So wird es Urbanisierung, aber auch Landflucht geben. In einigen Gemeinden werden mehr jüngere Menschen und in anderen mehr Ältere leben.

Dieser Mix aus jüngeren und älteren Bevölkerungsgruppen treibt unterschiedliche Konsumtrends voran. So werden die **Enkel der Babyboomer** in den kommenden Jahren eine kleine, aber deutliche Welle neuer Haushaltsgründungen auslösen. Gleichzeitig werden die heutigen „jungen Alten“, die über beträchtliches Vermögen verfügen, auch in den nächsten 20 Jahren eine gute Portion ihrer Kaufkraft verausgaben wollen. Diese Entwicklungen schaffen Impulse für den Konsum und können den Einzelhandel positiv beeinflussen.



Lebensmittel im Ambiente einer ehemaligen Schiffswerft. Foto: Rewe Group

Die **wachsende Nachfrage nach höherer Qualität** im Lebensmitteleinzelhandel ist kein kurzfristiger Trend – sie wird durch die alternde Gesellschaft nachhaltig gestärkt. Zwischen 2010 und 2024 stieg die Flächenproduktivität in Lebensmittelmärkten von 3 300 Euro auf über 6 000 Euro pro Quadratmeter. Dies zeigt die Bereitschaft der Konsumenten, trotz Teuerung mehr für gesündere und hochwertigere Produkte auszugeben. Diese wachsende Qualitätsnachfrage bietet Einzelhändlern die Möglichkeit, durch die Aufwertung ihrer Sortimente auf kleineren Verkaufsflächen höhere Margen zu erzielen. Die Immobilienwirtschaft könnte davon profitieren, indem attraktive Verkaufs- und Mietflächen für diese Märkte geschaffen werden.

Großstädte in Deutschland sind oft von multikultureller Vielfalt geprägt. Rund 30% der Bevölkerung hat eine Einwanderungsgeschichte, in einigen Städten sogar mehr. Ein Großteil dieser Gruppe wird von Menschen aus muslimischen Kulturkreisen repräsentiert und stellt von daher auch für den Einzelhandel ein bedeutendes Nachfragepotenzial dar. Besonders die kulturellen und religiösen Bedürfnisse dieser Kunden bleiben oft unbeachtet. Dabei spielen Aspekte wie Halal-Lebensmittel, traditionelle Kleidung oder spezielle Kosmetikprodukte eine zentrale Rolle beim Kaufverhalten. ▶

Deals

Hamborner REIT AG mit stabiler Entwicklung

In einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld konnte die **Hamborner REIT AG** 2024 die Miet- und Pächterlöse um 2% auf 93,0

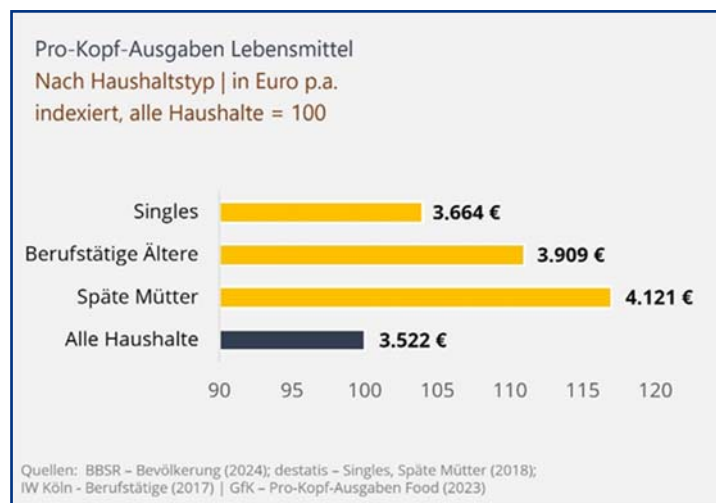


Mio. Euro erhöhen. Grund für das Plus waren vor allem Objektzugänge im Jahr 2023 und vertraglich festgelegte Mietanpassungen infolge von Indexmieten. Auf vergleichbarer Basis lagen die Mieterlöse um rund 1,4 Mio. Euro bzw. 1,6% über dem Vorjahreswert. Auf Grund von Weiterbelastungen durch Nebenkosten sowie u.a. erhöhte Aufwendungen für Instandhaltung, Personal und Verwaltung gingen die Funds from Operations (FFO) um 5,5% auf 51,6 Mio. Euro zurück. Der FFO je Aktie belief sich auf 0,63 Euro. Die REIT-Eigenkapitalquote lag zum 31. Dezember 2024 mit 55,2% auf konstant hohem Niveau. Der Loan-to-Value (EPRA-LTV) erhöhte sich auf Grund der Wertentwicklung des Portfolios sowie der Dividendenauszahlung im zweiten Quartal von 43,5 auf 43,7%. Per Ende Dezember verfügte Hamborner über 66 Immobilien mit einem Gesamtwert von 1,441 Mrd. Euro. Die Dividende soll mit 0,48 Euro auf Vorjahreshöhe bleiben. Nach der Veräußerung von Bestandsimmobilien erwartet das Unternehmen für 2025 bei den Mieterlösen einen Rückgang auf 87,5 Mio. bis 89 Mio. Euro und bei den FFO auf 44 Mio. bis 46 Mio. Euro.

In diesem Zusammenhang gewinnt der **ethnische Handel** zunehmend an Bedeutung. Ethnische Geschäfte und Märkte bieten nicht nur Produkte an, die den kulturellen und religiösen Anforderungen entsprechen, sondern schaffen auch ein Gemeinschaftsgefühl. Diese Orte dienen häufig als Treffpunkte für Menschen mit ähnlichem kulturellen Hintergrund, wo Traditionen gepflegt und Verbindungen zur Herkunftskultur gestärkt werden. Der Erfolg solcher Läden zeigt, wie wichtig es für den Einzelhandel ist, die Bedürfnisse einer multikulturellen Gesellschaft zu berücksichtigen.

Der ethnische Handel gewinnt an Bedeutung

Die vorliegende Analyse stützt sich auf eine Umfrage, die im August 2024 unter 150 religiös und/oder kulturell geprägten Einwohnern Hamburgs durchgeführt wurde. Die Umfrage zielte darauf ab, die Einkaufsgewohnheiten und Präferenzen von jungen Erwachsenen und ihren Eltern zu erfassen. Frauen im Alter von 18 bis 24 Jahren und



Eltern ab 45 Jahren standen im Fokus, um Unterschiede zwischen den Generationen zu beleuchten. Auch Männer im Alter von 25 bis 44 Jahren waren stark vertreten.

Die **Umfrageergebnisse** zeigen, dass Lebensmittel mit 84,5% die am häufigsten nachgefragte Produktkategorie sind. Besonders die kulturelle

und religiöse Prägung spielt bei der Auswahl von Lebensmitteln eine zentrale Rolle: Während weniger als 20% der Befragten diesen Aspekten wenig Bedeutung beimessen, geben rund zwei Drittel an, dass diese Faktoren eine wichtige Rolle bei ihrer Kaufentscheidung spielen. Ethnische Lebensmittelgeschäfte sind besonders bei älteren Befragten (45-64 Jahre) gefragt, was darauf hindeutet, dass sie mit diesen Lebensmitteln sozialisiert wurden. Der Ausbau des ethnischen Angebots könnte die Nachfrage weiter stimulieren – ein interessantes Potenzial für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.

Mode: Jüngere kaufen eher online oder Fast Fashion

Im Bereich Bekleidung zeigen sich unterschiedliche Tendenzen: Jüngere Befragte (18 bis 24 Jahre) neigen dazu, Kleidung hauptsächlich online oder in Fast-Fashion-Geschäften zu kaufen. Religiös geprägte Konsumenten, die ihre spezifischen Bedürfnisse oft nicht in diesen Läden decken können, greifen eher auf Online-Shops oder Wochenmärkte zurück, wo ihre Anforderungen besser berücksichtigt werden. Fast-Fashion-Ketten sind besonders bei Teilnehmern ohne starke kulturelle oder religiöse Prägung populär, die weniger auf traditionelle oder religiöse Kleidungsstücke angewiesen sind.

Die Ergebnisse verdeutlichen die zentrale Rolle, die kulturelle und religiöse Präferenzen bei den Einkaufsgewohnheiten von Menschen mit Migrationshintergrund spielen. Gleichzeitig bleibt der Bedarf an solchen Produkten in den gängigen Einzelhandelsketten unterrepräsentiert. Die hohe Nachfrage nach spezifischen Lebensmitteln und Bekleidung zeigt, dass hier Nachholbedarf besteht. Der Einzelhandel hat die Chance, durch eine stärkere Integration kulturell relevanter Produkte nicht nur zur Vielfalt beizutragen, sondern auch sein Umsatzpotenzial zu steigern. ■

Deals

HIH Invest veräußert Fachmarktzentrum

Die **HIH Invest Real Estate** hat ein Fachmarktzentrum in **Ronnenberg bei Hanno-**



ver an die **15. Planbau GmbH**, eine Objektgesellschaft der **Edeka Minden eG** (Edeka MIHA), verkauft. Das 2011 erbaute Objekt mit 337 Parkplätzen war von HIH mit der Fertigstellung für einen Spezialfonds erworben worden. Die Mietfläche beträgt 8 157 qm, davon 7 638 qm für Einzelhandel und Gastronomie sowie 519 qm für Büro. Das Fachmarktzentrum ist voll vermietet. Ankermieter ist die **Edeka-MIHA** mit einem E-Center auf 4 850 qm, ergänzt durch weitere Mieter wie **Rossmann, Apollo Optik, Ernsting's Family** und das Bürgerzentrum der Stadt Ronnenberg. Die durchschnittliche Restlaufzeit der Mietverträge (WAULT) beträgt mehr als 6 Jahre. Das Fachmarktzentrum hat gute U- und S-Bahn Verbindungen und profitiert von einer hohen Kaufkraft im Einzugsgebiet. Die PV-Anlage auf dem Dach besteht seit Fertigstellung, E Schnellladesäulen wurden 2024 nachgerüstet. Das Objekt ist z.T. an das Fernwärmenetz angeschlossen und die Beleuchtung zum großen Teil auf LED umgestellt. Die rechtliche und steuerliche Beratung erfolgte durch **Baker Tilly**, die technische durch **Enviro Sustain. BNP Paribas Real Estate** vermittelte.

Insight Düsseldorf

Mode-Metropole mit viel Flair

HIR DÜSSELDORF. Die Modestadt am Rhein und Landeshauptstadt von Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, gilt als das Herzstück der Metropolregion Rhein-Ruhr. Gemäß einer internationalen Vergleichsstudie der Beratungsgesellschaft Mercer zählt sie mit Platz 10 unter 450 Großstädten zu den Städten mit der weltweit höchsten Lebensqualität. Hinzu kommt die prosperierende Wirtschaft im Umfeld eines internationalen Flughafens. Dass Düsseldorf zudem als Shopping-Metropole mit internationalem Rang gilt, hat sie der Luxus-Lage Kö und ihren Mode-Messen zu verdanken.



Luxuslage Königsallee mit viel Zugkraft.

Foto: R. Vierbuchen

Die Lage in einem dicht besiedelten Umfeld, in dem sich große Städte wie Perlen an einer Kette aneinanderreihen, und einem Einzugsgebiet mit über 2 Millionen Einwohnern sowie einem außerordentlichen Einzelhandelsangebot und einer hohen Aufenthaltsqualität in der Innenstadt seien die Grundpfeiler für einen der attraktivsten und gesündesten Einzelhandelsstandorte Deutschlands. So heißt es im jüngsten Report **Insight Düsseldorf**, der vom Einzelhandelsspezialist **Comfort** in Kooperation mit der **Cima Beratung + Management GmbH** unter Federführung von **Björn Gottschling, geschäftsführender Gesellschafter** der **Comfort Berlin GmbH** und **Olaf Petersen, Leiter des Bereichs Immobilien** bei der Cima, veröffentlicht wurde.

Sowohl die **Kaufkraft** in Düsseldorf, die laut **MB Research** bei einer Kennziffer von 113,6 liegt, als auch die **Zentralitätskennziffer** von 115,5 rangieren deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 100. Insgesamt bietet die Innenstadt eine Verkaufsfläche von gut 330 000 qm, auf der im Jahr 2023 ein Einzelhandelsumsatz von ca. 1,7 Mrd. Euro erzielt wurde. Neben den Einwohnern aus dem Einzugsgebiet schlagen in Düsseldorf auch die Touristen und die Messebesucher zu Buche. So konnten im vergangenen Jahr rund 5,5 Mio. Übernachtungen gezählt werden – ein neuer Rekordwert. Ein gutes Drittel davon waren ausländische Gäste.

Die gute Performance des Einzelhandels ist auch auf die besondere Konzentration auf die Innenstadt mit ihren Hauptlagen rund um **Königsallee, Schadowstraße** und **Altstadt** zurückzuführen. Hier befindet sich ein Drittel der gesamten städtischen Verkaufsfläche. In der aktuellen **Deutschlandstudie** der CIMA erreicht die Düsseldorfer Innenstadt im bundesweiten Ranking den vierten Platz.

Ins Gewicht fällt auch, dass sich im Stadtzentrum in den vergangenen Jahren städtebaulich vieles getan hat. Das reicht vom Bau des Kö-Bogens über den Bau der U-Bahnstrecke Wehrhahn-Linie, dem Bau neuer Pkw-Tunnel, wodurch die Verbindung der oberen Königsallee zum Schwanensee und zum Hofgarten hergestellt wur-

Deals

SES erhält Mandat für das Center Korzo

Die Eigentümerin des Shopping-Centers **Korzo Nyiregyháza** in Ungarn, eine paneuropäische Bankengruppe, hat die SES Spar European Shopping-Centers für weitere fünf Jahre mit dem Center-Management beauftragt. Somit setzt SES Ungarn seit 1.1.2025 die erfolgreiche Partnerschaft, die seit 2009 besteht, als Betreiberin fort und sichert somit ihre Position im dynamischen ungarischen Markt. Die Bankengruppe betont die starke Partnerschaft und das anhaltende Vertrauen in SES als Betreiberin von Ostungarns führendem Shopping-Center.

+++++

New Yorker kommt ins Ratio-Land Baunatal

Das **Ratio-Land Baunatal** gehört zu den größten Einkaufszentren in Nordhessen. Auf 35 000 qm Bruttogeschossfläche bietet das Center seit seiner Eröffnung 2012 einen vielseitigen Mix aus über 50 Shops und Gastronomiekonzepten – von internationalen Modemarken bis hin zu lokalen Dienstleistern. Ein besonderes Highlight: **New Yorker** kommt in das Einkaufszentrum. Die Modemarke ergänzt mit ca. 1 400 qm Handelsfläche ab Sommer 2025 das Young-Fashion-Angebot – neben **H&M, C&A** und der **Bestseller-Gruppe**. Mit Optimierungen im Bereich Gastronomie und Dienstleistung setzt das Ratio-Land seinen Erfolgskurs fort. Die **SQM Property Consulting** vermittelte.

de, dem Abriss des Tausendfüßlers, der Neugestaltung des Schadowplatzes bis hin zur Errichtung des Geschäftshauses KII (früher: Kö Bogen II) und der Verlängerung der Fußgängerzone Schadowstraße in Richtung Königsallee.

Auf der westlichen Seite der Königsallee – auch Kö West genannt – die früher von Banken und Bürohäusern geprägt war, entstehen mit dem **Le Coeur** und dem **Trinkaus Caree** zwei weitere Leuchtturmprojekte, die diese Seite des Boulevards in puncto Einzelhandel und Gastronomie nachhaltig beleben sollen. Offen ist derzeit dagegen die Realisierung des **Calatrava-Boulevards** auf der östlichen Seite der Kö. Konkrete Züge haben inzwischen aber die Planungen für die neue Oper im ehemaligen Kaufhof-Gebäude am Werhahn, am oberen Ende der Schadowstraße, angenommen. Diese außerordentliche Entwicklung könnte auch dem Einzelhandel vor Ort wichtige Impulse verleihen.



Visualisierung des Le Coeur auf der Kö West.

Quelle: Hines

Mit Blick auf die Spuren, die die Zinswende 2022 im Transaktionsmarkt für Handelsimmobilien hinterlassen hat, stellt Björn Gottschling fest, dass sich „auch die Kaufpreise für Handelsimmobilien in Düsseldorf spürbar nach unten bewegt“ haben. Im Immobilienpreisgefüge ganz oben steht unvermindert die Königsallee. Hier werden für herausragende Objekte mit nachhaltigem Mietniveau immer noch Kaufpreisfaktoren in einer Bandbreite zwischen dem 23- und 29-fachen der Jahresmiete erzielt. Mit rund zwei Faktoren Abstand folgt laut Gottschling die Einkaufsmeile Schadowstraße. Etwas weiter dahinter, aber in der Regel auch oberhalb des 20-fachen, bewegen sich die Faktoren entlang der Flinger Straße in der Altstadt. Und schließlich ist laut Gottschling im Bereich Mittel- und Grabenstraße für Top-Objekte noch von einem Preisniveau zwischen dem 19- und 23-fachen der Jahresmiete auszugehen.

Zu konkreten Deals gibt es laut Report derzeit auch einiges zu berichten. Den größten Ankauf stellte der Erwerb des **Kaufhofs** am Werhahn 1 durch die **Landeshauptstadt Düsseldorf** dar. Das Objekt gehörte der Signa-Gruppe. In der Öffentlichkeit heiß diskutiert wurde der Kaufpreis von deutlich jenseits der 100 Mio. Euro-Marke. Wie bereits erwähnt, soll an diesem traditionsreichen Handelsstandort die neue Düsseldorfer Oper entstehen. Für die Gestaltung dieses Neubaus läuft in diesem Jahr ein Architektenwettbewerb mit zahlreichen namhaften Architekturbüros.

Dagegen hinterlässt die Insolvenz der Signa-Gruppe in der Düsseldorfer Innenstadt auch hässliche Spuren im Bereich zwischen Altstadt und Königsallee. So bleibt die vor mehr als einem Jahr stillgelegte Baustelle am Carsch-Haus und Umgebung städtebaulich ein Problemfall. Der Verkauf des 50%-Anteils der Signa-Gruppe an dem Gebäude – die anderen 50% hält die thailändische **Central-Group**, Eigentümerin der **KaDe-We-Group** und potenzieller zukünftiger Betreiber des Carsch Hauses – scheiterte Ende 2024. Deshalb ist mit der Fertigstellung nicht vor 2027 zu rechnen ist – vorausgesetzt, es kann zeitnah ein neuer Entwickler für das Warenhaus gefunden werden, der den Umbau abschließt. ▶

Deals

IPH erhält Mandat für Nordoberpfalz Center

Die **IPH Centermanagement GmbH** hat zum 1. März 2025 das Center-Management für das „**NOC**“ **Nordoberpfalz Center** in Weiden übernommen. Auftraggeber ist die **Fondara Immobilien AG**, die die IPH kurzfristig beauftragt hatte. Der Auftrag umfasst das Property Management, die Vermietung und das Marketing. Das „**NOC**“ **Nordoberpfalz Center** wurde im September 2019 eröffnet und bietet rund 50 Läden auf rd. 18 000 qm Mietfläche. Das Center befindet sich im Zentrum der Stadt Weiden. Neben Lebensmitteln, Bekleidung, Angebote des mittelfristigen Bedarfs und einem gastronomischem Angebot gibt es auch eine Ballettschule, ein Fitnesscenter, ein Parkhaus mit rund 450 Parkplätzen und eine Video-Gaming-Halle für Kinder.

+++++

Wien: Die Gastronomie-Kette **Starbucks** hat durch Vermittlung von **Comfort Austria** eine Fläche von rund 170 qm im Geschäftshaus Singerstraße 2, das am Schnittpunkt Stephansplatz, Kärntner Straße und Graben gelegen ist. Der neue Coffeeshop an einer der bestfrequentierten touristischen Lagen der Stadt sollte am 28. Februar 2025 eröffnet werden. Die neue Filiale mit acht Sitzplätzen wird ihren Fokus auf das Take-away-Geschäft richten, um den Anforderungen der hohen Passantenfrequenz nur wenige Schritte vom Stephansdom entfernt, gerecht zu werden.

An den Umbau des Carsch-Hauses ist auch die umfangreiche Umgestaltung des Heinrich-Heine-Platzes geknüpft. Gleichfalls im Kontext der Signa-Insolvenz steht auch der Kauf des Gebäudes in der Kasernenstraße 6 in der Nachbarschaft des



Baustelle Carsch Haus. Foto: R. Vierbuchen

Carsch-Hauses durch den zur Düsseldorfer P&C-Gruppe gehörenden Projektentwickler **Midstad**. Zu nennen ist zudem die Übernahme eines weiteren Anteils an dem Geschäftshauses KII am westlichen Ende der Schadowstraße durch die **B&L Gruppe**. Sie hatte das Objekt zusammen mit der insolventen **Centrum Gruppe** entwickelt. Und schließlich wurde das **Geschäftshaus am Werhahn 43** an ein Family Office verkauft. Im Fachmarktsegment

ist der Verkauf eines Fachmarktzentums durch die **Trei Real Estate** an die Hamburger **Values-Gruppe** zu erwähnen.

Dass im **Vermietungsmarkt** generell die Mieten für mittelgroße und große Flächen unter Druck bleiben, dazu haben die Aufgabe von Galeria-Warenhäusern sowie die jüngsten Insolvenzen und Geschäftsaufgaben von Mietern wie **Esprit** oder **Aachener** beigetragen – bewirken sie in den betroffenen Städten doch eine maßgebliche Zunahme des Flächenangebots. Bestimmte Modeanbieter wie die Inditex Gruppe, die ihr Markenportfolio in zahlreichen Städten ausrollt, oder P&C (angemeldete Übernahme von Sinn) nutzen dieses Momentum jedoch auch zur Expansion.

Im Vermietungsgeschäft der Rhein-Metropole stehen laut Insight Düsseldorf zuletzt



Signa-Entwurf für das Carsch Haus. Bild: Signa

verschiedene neue Flagship-Stores und Entwicklungen hervor. Zu nennen ist hier der neue **Louis Vuitton Store** auf der Kö, der **Boss-Shop** auf der Schadowstraße und die anstehende Neugestaltung des Dior-Ladens auf der Königsallee. Auf der Einkaufsmeile Schadowstraße ist **Reserved** auf die Fläche des ehemaligen Görtz-Geschäfts gezogen und **Douglas** zog in eine Neuentwicklung. Auch **Nespresso** ist neu und demnächst kann **Bershka** hier begrüßt werden. Auf der Fläche

des ehemaligen Esprit-Stores soll im nächsten Jahr ein Flagship-Store entstehen. **Rimowa**, **Tiffany**, **Miu Miu** und **Biogena** ziehen auf die Kö.

Die **Königsallee** gilt laut Report weiter als führende Einkaufslage in der Düsseldorfer City, an der aktuell für kleinere Ladenlokale zwischen 80 und 120 qm Mietpreise zwischen 260 und 320 Euro je qm erzielt werden. Es folgt die **Schadowstraße** mit einem Mietpreinsniveau zwischen 195 und 235 Euro. Entlang der **Fingerstraße** werden aktuell Mietpreise zwischen 170 und 210 Euro erzielt.

*) Der ausführliche Report Insight Düsseldorf mit vielen weiteren Detail-Informationen kann auf Wunsch **als pdf kostenlos bei Comfort** angefordert werden. ■

Deals

Leipzig: Der im Rheinland ansässige Kostümanbieter **Deiters** eröffnet seinen zweiten Standort in Sachsen. In zentraler Lage von Leipzig, am Augustusplatz 1, hat Deiters eine 1 600 qm große Ladenfläche angemietet. Zuvor wurde die Fläche vom Designmöbelhändler **Who's Perfect** genutzt. Eigentümer des Gebäudes ist ein Family-Office. **JLL** hat bei der Anmietung den Vermieter beraten und den Vertragsabschluss vermittelt. Seinen ersten Shop in Sachsen hatte Deiters im vergangenen Jahr in Dresden eröffnet. Auch diese Anmietung kam auf Vermittlung von JLL zustande.

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.