Cities | Center | Developments

Handelsimmobilien Report

Nr. 450 vom 22.08.2025
Kostenlos per E-Mail - ISSN 1860-6369

Liebe Leser,

die neue Bundesregierung war mit dem Anspruch angetreten, wieder für Wachstum zu sorgen und das Chaos, das in den letzten Monaten der Ampel-Koalition herrschte, zu beseitigen. Alles sollte besser werden. Nun stellten die Bürgerinnen und Bürger der schwarz-roten Koalition nach den berühmten ersten 100 Tagen kein schmeichelhaftes Zeugnis aus. Spürbar zum Besseren verändert habe sich die Lage nicht. Insbesondere der erhoffte Wachstumsschub wurde noch nirgends gesichtet. Nach den vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes ist das Bruttoinlandsprodukt im zweiten Quartal gemessen am Vormonat um -0,1% gesunken, gegenüber dem zweiten Quartal 2024 aber gleichgeblieben – immerhin.

Schaut man jedoch auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und die Politik der vergangenen Dekaden, dann wird schnell deutlich, dass mehr als ein „Wachstumsbooster" durch ein Infrastruktur- und Aufrüstungsprogramm notwendig ist, um dieses Land wieder in die Spur zu bringen. Seit der für Deutschland besonders schwierigen Krise nach der Jahrtausendwende, die den damaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder dazu veranlasst hatte, seine Agenda-2010-Politik auf die Schiene zu setzen, verzeichnete das Land zunächst einen unerwartet deutlichen Aufschwung in den Jahren 2005/2006 und fand auch nach der Weltfinanzkrise 2008/2009 schnell wieder in die Wachstumsspur zurück.

In der Ära der Euro-Schulden-Krise war Deutschland mit seiner relativ geringen Verschuldungsquote der Stabilitätsanker und während der Flüchtlingskrise als Folge des Bürgerkriegs in Syrien 2016 sah Bundeskanzlerin Angela Merkel genug finanziellen Spielraum, zahllose Migranten im Land unterzubringen. Die Rente mit 63 von der SPD und die Mütterrente von CDU/CSU bedachten auch die Inländer mit Wohltaten, genauso wie die Festschreibung der Rente auf dem aktuellen Niveau und das Bürgergeld. Auch während der Corona-Pandemie hat die Bundesregierung mit dem Kurzarbeitergeld und Lohnerhöhungen fürs geplagte Pflegepersonal aus dem Vollen geschöpft, um die Krise abzufedern.

Rechnet man das zusammen, dann dürfte klar sein, dass Deutschland seine finanziellen Reserven in den vergangenen Dekaden aufgebraucht hat. Ablesen lässt sich das an der Sorge vieler Konjunkturexperten, dass die Lohnnebenkosten durch die Erhöhung der Renten- und Krankenkassenbeiträge deutlich steigen dürften, um die Löcher wieder zu stopfen. Neben dem drastischen Anstieg der Lebenshaltungskosten seit Anfang 2022 und immer weiter steigenden Preisen, dürfte das die Kaufkraft der breiten Bevölkerung aufzehren und die Kauflaune stark belasten.

Abzulesen ist das daran, dass die Verbraucherstimmung seit langem vor sich hindümpelt, Politiker von SPD sowie CDU/CSU aber weiterhin Spielraum für soziale Geschenke sehen. Erst wenn Politik und Gesellschaft begreifen, dass die Party des langen Aufschwungs hierzulande vorbei ist und sich die Anspruchshaltung ändern muss, dann könnte der Boden für einen erneuten Aufschwung bereitet sein.

Dr. Ruth Vierbuchen
Chefredakteurin

Inhaltsverzeichnis

Editorial 1

Gastronomie in Centern: Standardisierung ist kein Fundament für Erlebniswelten 2

Zukunft Innenstädte: Multifunktionales Zentrum für urbane Lebensqualität 6

Ceconomy/JD.com: Hoffnung auf mehr Dynamik 9

Mode-Handel: Corona hat tiefe Spuren hinterlassen 11

Logistikimmobilien: Erstmals mehr Brownfield – als Greenfield-entwicklungen 12

Dresden: Einkaufsstadt mit gutem wirtschaftlichen Fundament 14

Hamborner REIT AG: Wenig Dynamik im Geschäftsverlauf 16

Recht auf Reparatur: Die Experten erwarten Komplikationen 17

Impressum 18

HandelsimmobilienReport Partner

GRR. GARBE Retail · ECE · gpep Global Property Executive Partners · Hahn Gruppe · HABONA INVEST · HBB · MEC · MLP GROUP · ctp

Foodtopia im My Zeil. Foto: ECE

Gastronomie in Shopping-Centern

Standardisierung ist kein gutes Fundament für Erlebniswelten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Seit die Handelsimmobilienbranche mit dem wachsenden Druck durch den Online-Handel vor mehr als zehn Jahren erkannt hat, dass sie neben dem Warenverkauf vor allem reale Erlebnisse bieten muss, um die Internet-Konkurrenz zu distanzieren, hat sich viel getan. Die Gastronomie-Konzepte in Einkaufszentren werden je nach Größe und Standort immer ausgefeilter, wie der Shopping Center Report 2025 des EHI Retail Institutes zeigt.

Einkaufen in Deutschland und damit auch die Konzepte des Einzelhandels waren lange Zeit geprägt vom möglichst „niedrigen Preis“. Für den Einzelhandel bedeutete das, möglichst große Mengen bei der Warenbeschaffung zu bündeln, um die Einkaufspreise zu drücken. Die Produktion war entsprechend geprägt von kostensenkenden Standardisierungen und Plattformstrategien mit Produkten, die sich kaum voneinander unterscheiden. Sprich: Von der Produktion über die Warenbeschaffung bis zum Verkauf war alles standardisiert und wirtschaftlich. Und diese Philosophie ist in Teilen immer noch tief im hiesigen Einzelhandel verwurzelt.

Dass der expansive Online-Handel „Billigpreise“ aber oft besser kann als der stationäre Einzelhandel mit seinen teils exorbitant hohen Mieten, hat sich bereits vor mehr als einer Dekade in der Handelsimmobilie-Szene und im stationären Einzelhandel herumgesprochen und einen umfassenden Wandel angestoßen. Zumal mit dem wachsenden Wohlstand nicht mehr die Warenbeschaffung sondern der Einkaufsbummel beim Besuch der Innenstadt oder des Shopping-Centers im Vordergrund steht, was die Bedeutung der Gastronomie als Nachbar der Einzelhändler wachsen lässt. Dabei sind aber auch hier standardisierte – wenn auch wirtschaftlich effiziente – Konzepte allein noch kein Erfolgskonzept.

In diese Kategorie ordnet **Albert M. H. Roelen**, Geschäftsführer der **City Immobilien Verwaltungs GmbH & Co Betreuungs KG** (CIV), aber die seit Jahren in Einkaufszentren weit verbreiteten klassischen **Foodcourts** in zentraler Lage ein, wie er im **EHI Shopping Center Report 2025** darlegt. Sie leiden aus seiner Sicht gerade an ihrer „Flächeneffizienz“ durch dichte Bestuhlung und standardisierte sowie betriebswirtschaftlich effiziente Fast-Food-Angebote. Doch wirtschaftliche Effizienz steht hier im Kontrast zum Erlebnisfaktor für den Konsumenten. Standardisierung ist kein Fundament für Erlebniswelten. ▶

Marktbericht

Kein Sommerhoch beim Immobilienklima

Nach dem Rücksetzer im Juli verzeichnet das **Deutsche Hypo Immobilienklima** im August einen erneuten Rückgang um 3,5% auf 92,2 Punkte. Dabei verliert das **Investmentklima** 2,3% auf 88,4 Punkte und das Ertragsklima 4,7% auf 96,0 Punkte. Das Sommerloch scheint noch nicht überwunden. Mit Ausnahme des **Logistikklimas** setzt sich

FACHMARKT IMMOBILIEN KONGRESS
13./14.11.2025 DÜSSELDORF
Jetzt Ticket sichern!
Ein Business-Event von
dfv Conference Group
HEUER DIALOG

der rückläufige Trend in allen Assetklassen fort. Das **Wohnklima** bleibt mit 143,4 Punkten zwar auf dem Spitzenplatz, verzeichnete mit -5,3% aber auch den höchsten Rückgang. Das **Handelsklima** sinkt um 1,9% auf einen Wert von 81,8 Punkte. Am schwächsten ist das **Büroklima**, das mit 5,2% den zweitstärksten Rückgang aller Segmente auf 71,3 Punkte verzeichnet. Das **Hotelklima** fällt um 2,7% auf 106,3 Punkte. Logistik kann sich als einzige Klasse um 0,8% auf 110,4 Punkte verbessern.

Statt auf das „One-Size-fits all-Konzept" zu setzten, verfolgt die CIV deshalb etwa in den **Shopping Arkaden** in Bocholt eine über das gesamte Center verteilte, **dezentrale Gastronomie**. „Diese durchdachte Dezentralisierung schafft unterschiedliche Atmosphären für verschiedene Zielgruppen und Bedürfnisse", beschreibt Roelen das Konzept: „Von gemütlichen Lounge-Bereichen über helle, offene Café-Zonen bis hin zu gedämpften Ruhebereichen bietet das Konzept für jeden Geschmack den passenden Rahmen." Und vor allem: Massenaufläufe und ein hoher Lärmpegel werden so vermieden.

Erwähnenswert ist in diesem Rahmen das auf junge Familien ausgerichtete **Spiele-Café**, das neben dem Café-Bereich mit kindersicherer Einrichtung altersgerechte Spielmöglichkeiten und ein Familien-freundliches Speiseangebot bietet. Bei ihren Gastronomiepartnern setzt die CIV grundsätzlich auf ausgewählte lokale und überregionale Konzepte statt auf Fast-Food-Ketten. Wichtig ist laut Roelen, die Besonderheiten der jeweiligen Einkaufszentren in den Vordergrund zu rücken. So wird die Lage der Shopping Arkaden Bocholt am Wasser für zusätzliche Außenbereiche genutzt. Für ihn kommt **Qualität vor Quantität** zugunsten eines **individualisierten Gastronomie-Konzepts**. Für die Arkaden zahlt sich das bislang offenbar aus.

Dass der Foodcourt als Ort für die schnelle Verpflegung zwischen zwei Einkaufs-Etappen längst ausgedient hat und von den Kunden mehr Qualität gefragt ist, bestätigt auch **Sascha Pillmann-Behr**, **Inhaber** der **JUSA Expansionsberatung,** mit Blick auf die wachsende gesellschaftliche Bedeutung der Gastronomie als Begegnungsstätte in Einkaufslagen. Auch wenn er den zentralen Foodcourts konzediert, dass sie im Einkaufszentrum die Frequenz bündeln, ein durchdachtes Flächenmanagement ermöglichen und ideal für ein kompaktes Angebot sind, so schaffen verteilte Gastronomieflächen aus seiner Sicht Präsenz über das gesamte Center, erlauben größere individuelle Flächen und bieten die Chance, sich als Marke zu präsentieren.

„Allerdings steigt dabei der Steuerungsaufwand", wie Pillmann-Behr zu bedenken gibt und er rät deshalb: „Die Entscheidung für eines der Modelle sollte immer in Anhängigkeit von Lage, Centergröße und Zielgruppe getroffen werden." Kurz gesagt: Es kommt immer drauf an. So eröffnet beispielsweise ein Einkaufszentrum in einer zentralen, urbanen Lage mit hoher Passantenfrequenz und guter Verkehrsanbindung der Gastronomie viel mehr Potenzial, indem sie auch Gäste über die klassischen Center-Besucher hinaus anziehen kann. ▶

Sie haben Immobilien.
Wir haben Visionen.

gpep
Global Property
Executive Partners

Als Immobilienexperten investieren wir in Lebensmitteldiscounter,
Supermärkte und Fachmarktzentren in ganz Deutschland.
Und sichern so die Nahversorgung von Millionen von Menschen.

- Schnelle Abwicklung dank erfahrenem Transaktionsteam
- Kaufpreisabwicklung mit Eigenkapital
- Bundesweite Standorte, auch außerhalb der Ballungsgebiete

Wir kaufen Einzelobjekte zwischen 2 und 50 Mio. € und Portfolios bis 500 Mio. €.

Ihr Ansprechpartner:
Jörn Burghardt • Geschäftsführer
Telefon: +49 (69) 756694334 • E-Mail: projekte@g-pep.com

GPEP GmbH • Ste.-Foy-Str. 35-37 • 65449 Limburg • www.g-pep.com

Und dass Premiumlagen per se hochwertige Konzepte bieten müssen, liegt auf der Hand, genauso wie kleinere oder Center im ländlichen Raum mit den bewährten Klassikern gut fahren können.

Zu bedenken gibt Pillmann-Behr aber auch, dass lokale oder individuelle Konzepte, die für mehr Flair, emotionale Bindung zur Stadt und Erlebnisqualität sorgen, für die Vermieter ein höheres Risiko darstellen können als langjährig erfolgreiche Konzepte: „Die erfolgreichsten Center setzen auf eine durchdachte Mischung – aus meiner Sicht idealerweise mit rund 60% Individualisten und 40% starken Marken aus der Systemgastronomie", so der Experte. Entscheidend ist, dass die Konzepte harmonieren und zur Positionierung des Centers passen, um für die Zielgruppen relevant zu sein.

Im Umkehrschluss stellt der Standort Shopping-Center durch seine standardisierten Mietverträge, die nicht selten hohen Mieten und sehr hohe Nebenkosten sowie die eingeschränkten Gestaltungsmöglichkeiten für die Gastronomie eine Herausforderung dar. Vor diesem Hintergrund wünscht sich die Branche von den Center-Betreibern eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

Wie vielfältig sich die Gastronomie in Deutschlands Einkaufszentren in der vergangenen Dekade ausgebildet hat, zeigt der Blick auf die vielen, im neuesten Shopping Center Report aufgeführten Fallbeispiele. Der **Kaufpark Dresden Nickern** setzt beispielsweise auf zwei **Marktplätze** im Erdgeschoss. Hier bieten liebevoll gestaltete Verkaufsstände die unterschiedlichen Gastronomiekonzepte. Beim **Roots** in der **Dodenhof Shopping Welt** (Foto: Dodenhof) in Posthausen bieten auf 1 875 qm sechs Anbieter südländische Küche mit Pizza und Pasta bis hin zu Sushi, Currys und Burger, ergänzt um eine Weinbar mit kalten Getränken, kleinen Spezialitäten und Kaffee. Zudem gibt es einen Wintergarten und eine Außenterrasse.

Um die wenig besuchte vierte Etage des Frankfurter Einkaufszentrums **My Zeil** zu beleben, haben die Eigentümer des Centers **ECE** und **DWS** hier 2019 mit dem maßgeschneiderten Gastronomie- und Unterhaltungskonzept **Foodtopia** einen frequenzstarken Anziehungspunkt geschaffen, der weit über ein Foodcourt-Konzept hinausgeht. Das Universum aus Bars, Restaurants, Entertainment-Angeboten inklusive einer Astor-Film-Lounge mit Angeboten für den ganzen Tag und einer außergewöhnlichen Atmosphäre bietet laut Report nicht nur für das Center, sondern für die gesamte Frankfurter Innenstadt ein Alleinstellungsmerkmal.

Das mit viel Freizeitangeboten komplett neu positionierte **Loop5** auf der grünen Wiese in Weiterstadt will auch mit seinem zentral etablierten Foodcourt Zeichen setzen. Es gibt 14 Anbieter: vom klassischen Burger über hausgemachte Pasta, frische Fischgerichte, asiatische Küche bis hin zu veganen Angeboten wird gemäß der Größe des Centers mit knapp 60 000 qm Verkaufsfläche ein breites Publikum angesprochen. Und das Gastronomie-Angebot soll in der nächsten Zeit noch ausgebaut werden. Auch bei der Neupositionierung der **Rathaus Galerie** in Essen wurde dem Gastronomie-Bereich der

Sonstiges

expo real

Auch in diesem Jahr plant der

Handelsimmobilien *Report*

Deutschlands führendes Medium für Retail Assets und Stadtentwicklung

wieder eine

Expo Real Ausgabe

Erscheinungstermin ist der 1. Oktober

Wir freuen uns, wenn Sie dabei sind

Rufen Sie uns an!
05242/90 12 50

oder schicken eine Mail!
info@rohmert-medien.de
redaktion@hi-report.de

expo real

ihm gebührende Platz eingeräumt, indem die Nordseite des Centers geöffnet und mit bodentiefen Fenstern ausgestattet wurde. Der Foodcourt mit dem Namen „Mahlzeit" empfiehlt sich als gesellschaftlicher Treffpunkt mit Lokalkolorit. Dafür sorgen die Ruhrgebietsarchitektur mit Industrie-Design und farbenfrohen Akzenten, die an Kioske erinnern – kurz „Büdchen" genannt. Es gibt einen Bereich für Kinder und einen Business-Bereich für Erwachsene.

Jenseits der Einkaufszentren spielt die Gastronomie – neben einigen Einzelhändlern wie **Edeka**, **Aldi** und **Budnikovski** – in der 15 000 qm großen **Rindermarkthalle** im Hamburger Stadtteil St. Pauli die zentrale Rolle. Auf 4 000 qm bildet die Markthalle mit individuellen Ladenkonzepten und gastronomischen Angeboten den Mittelpunkt. So setzt die Brotmanufaktur „Brot und Stulle" auf Regionalität und Ursprünglichkeit beim Brotbacken. „Erstklassige Fleischwaren, köstliches Kaffeesortiment, frischer Fisch, erlesene Weine, Craftbeer, regionale Spezialitäten, exotische Gaumenträume, ein vielfältiges Bio-Sortiment", machen laut Shopping Center Report das Flair der Rindermarkthalle aus.

Wie sehr die Gastronomie zum Begleiter des Einkaufens geworden ist, zeigt auch der Blick auf die Fachmarktzentren, die vornehmlich für die Deckung des täglichen Bedarfs gedacht sind und früher nicht viel mehr als Bratwurst und Pommes boten. Beispiele sind der von der **CEV Handelsimmobilien** gemanagte **Plärrermarkt** in Nürnberg mit seiner Mischung aus internationaler Küche wie Döner, Burger, arabische Gerichte aber auch Würstchen und Pommes frites. Oder der **Saalepark** im thüringischen Saalfelden, der auch noch Sushi und sonstige asiatische Gerichte bietet, Pizza und Pasta, Kaffee, Kuchen und Eis.

Im Fachmarktzentrum **Warnow Park** in Rostock mit 25 000 qm Mietfläche finden sich im Foodcourt regionale Anbieter und bekannte Namen aus der Systemgastronomie wie Burger King und Asia Wok. Eine originelle Idee mit Zugkraft und positiv für die Kundenbindung ist das Frühstücksangebot der Marktküche und der Bäckerei Junge. Im Fachmarktzentrum **Neiße Park** in Görlitz schließt sich der Foodcourt mit Kinderspielecke sowie kostenlosem W-LAN und Lademöglichkeiten für Smartphones gleich an den Kassenbereich des Marktkauf-SB-Warenhauses an. Neben Bäckerei/Konditorei und Fleischerei-Imbiss gibt es türkische und asiatische Spezialitäten. Eine Besonderheit ist das Abo-Essen für Senioren und beim regionalen Fleischer gibt es ein asiatisches Buffet. ■

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 Ankaufsprofil 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

GRR GARBE Retail Real Estate GmbH I Marienbergstraße 98 I 90411 Nürnberg I +49 911 955 126-0 I info@grr-garbe.com

Zukunft Innenstädte

Die Innenstadt als multifunktionales Zentrum urbaner Lebensqualität

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report

Der gravierende Strukturwandel in den vergangenen Dekaden stellt Deutschlands Innenstädte vor große Herausforderungen. Wie komplex und vielschichtig das Problem ist, zeigt das Whitepaper „Zukunft Innenstädte: Wie der Strukturwandel den urbanen Raum neu definiert".

Bereits in den 1990er-Jahren beklagten Deutschlands Einzelhändler, dass es hierzulande zu viel Einzelhandelsflächen gibt. Verschärft wurde das Problem durch den zinsgetriebenen Boom, der seit 2006 insbesondere den Bau von Shopping-Centern auf der grünen Wiese und später auch in den Innenstädten forcierte und zu einer Verdichtung der Einzelhandelsflächen führte. Abzulesen ist das am europaweiten Zahlenvergleich, wonach den 1,44 qm Verkaufsflächen pro Kopf in Deutschland (Quelle: GfK by NIM) nur 1,03 qm pro Kopf in Italien, 1,09 qm in Großbritannien, 1,12 qm in Spanien oder 1,23 qm in Frankreich gegenüberstehen. Nur in kleinen Ländern wie den Niederlanden, Belgien, Österreich oder der Schweiz ist die Verkaufsfläche pro Kopf ähnlich hoch oder sogar noch höher als in Deutschland.

Wohnungen in der ehemaligen Karstadt-Filiale in Lünen. Foto: BBE

Gleichzeitig forcierte der Siegeszug des wachsenden Online-Handels in den 2010er-Jahren, der laut **Handelsverband Deutschland** (HDE) 2023 in einzelnen Branchen bereits 40% des Einzelhandelsumsatzes erreichte, den Strukturwandel im urbanen Raum. Hinzu kam der Rückgang der inhabergeführten Läden, die neben den oft gleichförmigen Filialisten für mehr Abwechselung sorgen, worauf die **BBE Handelsberatung** in ihrem Whitepaper **„Zukunft Innenstädte: Wie der Strukturwandel den urbanen Raum neu definiert"**, hinweist: „Diese Entwicklung führt zu rückläufigen Umsätzen im stationären Handel, einer sinkenden Zahl an Verkaufsstellen und damit zu einem deutlichen Rückgang der Besucherfrequenz in den Innenstädten", schreiben die Experten. Diese Entwicklung hat laut BBE zu einem **Verlust an Vielfalt und lokalem Charakter** geführt. Aber gerade diese zentralen Qualitäten müssten im Interesse lebendiger Innenstädte erhalten werden.

Nachhaltig verschärft wurde dieser strukturelle Abwärtstrend durch die Zwangsschließungen im innerstädtischen Nonfood-Handel während der Corona-Pandemie zwischen 2020 und dem ersten Halbjahr 2022. Die Folge waren zahlreiche Insolvenzen namhafter Handelsunternehmen und sehr viele Filialschließungen. Die Traditionsmarke Görtz schloss mehr als die Hälfte ihrer Filialen, Esprit ist ganz vom Markt verschwunden und von der Mode-Kette Gerry Weber blieben nur noch die Markenrechte, die sich der spanische Modehersteller **Victrix** jüngst gesichert hat. ▶

Deals

GPEP erwirbt Edeka-Markt in Bayern

Die **GPEP GmbH** hat für ein institutionelles Sondervermögen der **Universal-Investment** einen Edeka-

Markt in Bayern erworben. Verkäufer ist die **Edeka Regionalgesellschaft Nordbayern-Sachsen-Thüringen**. GPEP wurde rechtlich von **McDermott Will & Emery** und technisch von **Gleeds Deutschland** beraten, der Verkäufer von **Grothmann Geiser** und dem Berater **Jen Acon**. Der Ende 2024 eröffnete Vollsortimenter an der Bamberger Straße 38 in **Schlüsselfeld** punktet durch seine gute Lage an einer Hauptverkehrsachse, seine Nähe zur Bundesautobahn, die Anbindung an den ÖPNV und die Nähe zu Wohnquartieren. Der 3 200 qm große Lebensmittelmarkt bietet einen großzügigen Marktbereich mit Frischezonen, ein Bäckerei-Café, 112 ebenerdige Parkplätzen inkl. E-Ladesäulen und ist langfristig vermietet. Das Objekt erfüllt durch seine energieeffiziente Bauweise, die zukunftsorientierte Gebäudetechnik, seine PV-Anlage zur Eigenstromerzeugung, seine Wärmepumpen und LED-Beleuchtung höchste ESG-Anforderungen. Laut **Jörn Burghardt**, **Geschäftsführer** der GPEP, wird das Unternehmen das aktuelle Marktumfeld gezielt für weitere Zukäufe im Bereich lebensmittelgeankerte Immobilien nutzen.

Besonders schwer ins Gewicht fielen aus Sicht der betroffenen Innenstädte die drei Insolvenzen des Warenhausbetreibers **Galeria** seit Corona-Ausbruch 2020, die zahlreiche Filialschließungen zur Folge hatten. Diese Flaggschiffe des Einzelhandels fungierten laut BBE-Whitepaper über Jahrzehnte – **Karstadt** und **Kaufhof** sind über 100 Jahre alt – als zentrale Anziehungspunkte: „Ihre Schließung hinterlässt nicht nur Leerstände, sondern wirkt sich auch negativ auf die Attraktivität angrenzender Handelslagen aus – mit der Folge einer sich selbst verstärkenden Abwärtsspirale." Beispiele wie die Schließung von Hertie-Filialen 2009 haben gezeigt, dass der benachbarte Einzelhandel Umsatzeinbußen von bis zu 30% hinnehmen musste. Gerade leerstehende Großimmobilien erzeugen in der Nachbarschaft eine **Kettenreaktion aus weiteren Geschäftsschließungen**.

In der Summe führten die vielen Filialschließungen und das weitere Wachstum des Online-Handels zwangsläufig zu einer Verkürzung der Einkaufslagen, sowohl in der **Horizontalen** – sprich: die attraktiven Top-Lagen werden kürzer und Nebenlagen verlieren an Bedeutung – als auch in der **Vertikalen** – das heißt, Verkaufsflächen in den oberen Etagen sind als Handelsflächen kaum noch gefragt. Und diese Attraktivität von Einkaufslagen ist auch verknüpft mit der Größe einer Stadt, wie sich laut Whitepaper in der Mietpreisentwicklung widerspiegelt: „Während 1A-Lagen in den Top-Städten ein stabiles Mietniveau aufweisen, sind in B- und C-Lagen sowie in kleineren Städten deutliche Mietpreisrückgänge zu verzeichnen", heißt es im Whitepaper.

Diese Veränderungen in den klassischen Einkaufslagen, die in der Wachstumsphase der Nachkriegsjahre überwiegend dem Einzelhandel vorbehalten waren und in erster Linie der Warenversorgung dienten, werden im Zuge des wachsenden Wohlstands begleitet von einem **veränderten Konsumverhalten** und **geänderten Ansprüchen** an die Innenstädte. Zwar bleibt Einkaufen das wichtigste Motiv für den Innenstadtbesuch, doch spielen laut Whitepaper die **Erlebnisqualität einer Stadt**, gastronomische Angebote, Aufenthaltskomfort, digitale Services, ein reibungsloses Einkaufserlebnis und ein klares Standortprofil eine immer größere Rolle. Kurz: Die Innenstadt als „multifunktionales Zentrum urbaner Lebensqualität – offen, lebendig, nutzerzentriert und wandlungsfähig".

Und da der stationäre Einzelhandel weniger Fläche für sich beansprucht und sich die Ansprüche der Stadtbesucher geändert haben, ist es folgerichtig, dass dieser Raum für andere Nutzungen wie Wohnen, Arbeiten, Freizeit und vieles mehr verwendet wird. Das Stichwort lautet bereits seit geraumer Zeit „Mischnutzung in den Stadtzentren" – auch um eine ausgeglichenere Frequenz zu gewährleisten. In diesem Kontext bieten leerstehende Warenhäuser auf Grund ihrer zentralen Innenstadt-Lage und ihrer schieren Größe gute Voraussetzungen. ▶

Zu den gängigen Mischungen gehören laut Whitepaper Einzelhandel in den unteren Etagen und Wohnungen obendrüber oder die Beimischung von Gastronomie und Freizeitangeboten, Büros und Co-Working-Flächen sowie Pop-up-Stores, Wochenmärkte, Ausstellungen oder flexible Flächen für Start-ups. „Diese Modelle tragen zu einer nachhaltigen Innenstadtentwicklung bei, da sie über den gesamten Tagesverlauf Frequenzen generieren", schreiben die BBE-Experten: „Während Einzelhandel meist auf Kernzeiten begrenzt ist, sorgen Wohnen und Freizeitangebote für eine gleichmäßige Belebung bis in die Abendstunden." Zum Hintergrund: Einer der Hauptvorwürfe gegen die nur auf Einzelhandel ausgerichteten Innenstadtlagen war die Verödung der Cities nach Ladenschluss.

Essenziell ist dabei, dass Mixed-Use-Konzepte funktionale Synergien schaffen und langfristig tragfähig sind. Die verschiedenen Nutzungen müssen sich laut Whitepaper „gegenseitig stärken, Frequenzen stabilisieren und über den Tag hinweg für Lebendigkeit sorgen". Denn nicht jede Kombination ist gleichermaßen erfolgreich, der Einzelhandel profitiert nicht von jeder Beimischung.

Mischobjekt Gerber in Stuttgart. Foto: IPH

Ein Spaziergang ist die Umsetzung von solchen Mischkonzepten allerdings nicht. Es ist noch nicht allzu lange her, dass Investoren um Mischobjekte einen großen Bogen gemacht haben, weil das Management der verschiedenen Asset-Klassen viel Spezialwissen erfordert. Hemmnisse sind laut Whitepaper „starre Bebauungspläne, komplexe Genehmigungsverfahren oder Nutzungskonflikte", so dass eine abgestimmte Zusammenarbeit von Kommunen, Entwicklern und Eigentümern im Sinne einer harmonisierten Stadtentwicklung angezeigt ist. Dabei ist die **Anpassung von Bebauungsplänen** ein zentraler Hebel, um starre Handelsnutzungen aufzubrechen und flexiblere Umwidmungsmöglichkeiten – für Wohnen, Kultur oder soziale Infrastruktur –zu schaffen.

Ein anderes wichtiges Thema ist die **wirtschaftliche Tragfähigkeit**, denn für die Umnutzung von Handelsimmobilien wie beispielsweise Warenhäuser mit ihren großen Flächen ohne Tageslicht und der veralteten Technologie sind hohe Investitionen notwendig, die über die Miete wieder hereingeholt werden müssen. Zudem können Altbauten im Zuge der Umbauarbeiten böse Überraschungen bieten, die die Kalkulation über den Haufen werfen. „Hinzu kommt die Notwendigkeit, eine Vielzahl unterschiedlicher Interessen in Einklang zu bringen – von Einzelhändlern über Anwohner und Nutzergruppen bis hin zu Investoren, Eigentümern und städtischen Akteuren", schreiben die BBE-Experten weiter**. Flexible rechtliche Rahmenbedingungen**, die **richtigen Förderinstrumente** und **tragfähige Partnerschaften** aller Akteure seien deshalb die Basis für den Erfolg.

Um Verbindlichkeit bei der Stadtentwicklung herzustellen, halten die Experten Kooperationsformate wie **City-Management-Organisationen** oder die Bildung von **Business Improvement Districts** (BID) für notwendig, damit die Zusammenarbeit zwischen Kommunen, Immobilieneigentümern, Einzelhändlern, Dienstleistern und weiteren Partnern institutionalisiert wird. Das erleichtert die Umsetzung von komplexen Vorhaben wie die Transformation der Innenstädte. ■

Deals

Habona Fonds 08 ist vollständig platziert

Die **Habona Invest Gruppe** hat die Platzierung ihres geschlossenen Publikums-AIF **Habona Deutsche Nahversorgungsimmobilien Fonds 08** zum 30. Juni 2025 abgeschlossen. Über 1 400 Privatanleger investierten mehr als 40 Mio. Euro Eigenkapital. Der als **Kurzläuferfonds** konzipierte AIF hat eine Laufzeit von sechs Jahren und investiert in wohnortnahe Nahversorger an etablierten Standorten. Aktuell umfasst das Portfolio fünf Objekte mit einem Investitionsvolumen von ca. 25 Mio. Euro und einer durchschnittlichen Mietvertragslaufzeit von 14 Jahren. Bis zum Jahresende sollen weitere Immobilien für über 40 Mio. Euro hinzukommen. Aus Sicht von **Johannes Palla**, **geschäftsführender Gesellschafter** der Habona Invest Gruppe, ist ein Eigenkapital von über 40 Mio. Euro ein deutliches Signal für das Vertrauen der Anleger in das Fondskonzept der Habona und in die Assetklasse Nahversorgung: „Das ist Ansporn genug, die Fondsserie noch in diesem Jahr mit einem Folgeprodukt fortzuführen." Die 2009 gegründete Habona Invest mit Standorten in Frankfurt/Main und Hamburg zählt heute zu den führenden Investment- und Asset-Managern für Immobilien der Nah- und Grundversorgung in Deutschland. Das verwaltete Immobilienvermögen (Assets under Management) beträgt rd. 1,1 Mrd. Euro.

Ceconomy AG: JD.com-Beteiligung

Hoffnung auf mehr Wachstumsdynamik

rv DÜSSELDORF: *Im Nahhinein wirkt es wie ein Ohmen für eine größere Veränderung im Unternehmen, als der frühere Vorstandsvorsitzende der Ceconomy AG, Karsten Wildberger, im Mai unerwartet als CDU-Minister für Digitales und Staatsmodernisierung ins Kabinett von Bundeskanzler Friedrich Merz wechselte. Der geplante Einstieg des weltweit führenden chinesischen Anbieters von Technologie und Dienstleistungen in der Supply Chain und Markenplattform, JD.com, könnte Wildbergers Entscheidungsprozess beschleunigt haben.*

Foto: Media Markt

Mit dem Einstieg von **JD.com,** die bei Bekanntgabe der geplanten Beteiligung an der **Ceconomy AG** mit den beiden Ketten **Media Markt** und **Saturn** (Foto: Media Markt Saturn) verbindliche Zusagen für rund 32% des Aktienkapitals hatte, verabschieden sich langjährige Anteilseigner wie das Duisburger Familienunternehmen **Franz Haniel & Cie**, bislang mit 16,7% beteiligt, die **Beisheim Stiftung** des früheren Metro-Gründers Otto Beisheim und sowie **Freenet.**

Die Beteiligungsgesellschaft **Convergenta**, die die Interessen der Familienmitglieder von **Erich Kellerhals**, dem inzwischen verstorbenen Gründer der Fachmarkt-Kette Media Markt, gibt nur einen kleinen Anteil von 3,81% ihres Gesamtpakets von 29,2% ab und bleibt mit 25,4% ein maßgeblicher Anteilseigner. Der Angebotspreis lag bei 4,60 Euro je Aktie.

Dass die Entscheidung unter den genannten Beteiligten offenbar ziemlich einvernehmlich gefallen ist, lässt sich daran ablesen, dass die Ankeraktionäre und die Gründerfamilie, der Aufsichtsrat und der Vorstand von Ceconomy sich einig sind, dass JD.com ein finanzstarker und vertrauenswürdiger Partner ist, der für eine hervorragende Kundenerfahrung und branchenführende Service-Standards im Bereich eCommerce-Logistik bekannt ist", wie das Unternehmen bei Bekanntgabe der Transaktion in seiner Mitteilung am 30. Juli schreibt. Allerdings sind nicht alle mit von der Partie. Die **Meridian Stiftung**, die 11,1% des Ceconomy-Kapitals hält, will sich das Angebot in Ruhe anschauen, und dann entscheiden, wie die **FAZ** berichtete.

Die Ceconomy AG, die mit ihren beiden Fachmarkt-Ketten Media Markt und Saturn in den vergangenen Jahren bereits eine langwierige Phase der Umstrukturierung durchlaufen hat und dabei auf die Straffung unternehmerischer Prozesse und vor allem der Logistik setzte, erhofft sich laut Pressemitteilung von der Partnerschaft, dass JD-com „seine fortschrittliche Technologie, seine führende Omnichannel-Handelsexpertise sowie seine internationalen Lieferketten-, Logistik- und Lagerkapazitäten (…) einbringt".

Eine Vereinfachung erhofft man sich zudem bei der Eigentümerstruktur, sodass Europas größte Elektrofachmarkt-Kette mit über 1 000 Filialen und einem Jahresumsatz von etwa 22 Mrd. Euro darauf hofft, Wachstumschancen künftig schneller und

Deals

MEC managt das Maximilian Center in Bonn

Die **MEC** hat zum 1. Mai 2025 das Management des **Maximilian Centers** in Bonn übernommen und ist

künftig für das Center Management verantwortlich. Die Eigentümerin, die Zusatzversorgungskasse der bayerischen Gemeinden, vertreten durch die **Bayerische Versorgungskammer** (BVK), setzt dabei auf die Expertise der MEC bei der Weiterentwicklung von Handelsimmobilien. Laut **Christian Schröder, COO** der MEC, will die MEC das Maximilian Center zuverlässig managen, zukunftsfähig positionieren und nachhaltig weiterentwickeln. Laut **Stefan Scheffczyk, Abteilungsleiter Immobilien Asset Management** bei der BVK, hat sich die MEC bei einer EU-weiten Ausschreibung durchgesetzt. Das Maximilian Center mit 12 000 qm Mietfläche profitiert von seiner frequentierten Lage am Bonner Hauptbahnhof. Zu den Mietern zählen Marken wie **Primark**, **Rewe to go**, **dm** Drogeriemarkt und **Backwerk**. Neben der Funktion als Einzelhandels- und Gastronomiestandort dient es vielen Pendlern als wichtiger Durchgangsort. Laut **Jörg Wege**, **Leiter Business & Project-Development** bei der MEC bietet gerade diese zentrale Lage großes Potenzial. Die MEC betreut bundesweit mehr als 60 Handelsimmobilien.

besser nutzen zu können. Oder den laufenden Wachstumskurs zu forcieren, wie der aktuelle **Ceconomy-CEO Kai-Ulrich Deissner** ergänzt. Er erhofft sich von dem neuen Partner, der sich laut **ntv** bereits eine Mehrheitsbeteiligung gesichert haben soll, dass es Ceconomy in Zukunft gelingen wird, den Wandel im europäischen Einzelhandel anzuführen.

Zu den zentralen Themen wird gehören, Ceconomy dabei zu unterstützen, die Digitalisierung des Kerngeschäfts voranzutreiben und seine Technologieplattform weiterzuentwickeln, die Logistiknetzwerke und das Lieferkettenmanagement zu verbessern und das Wachstum im digitalen Bereich voranzutreiben. Vor allem das Thema Verbesserung der Logistik und des Lieferkettenmanagements ist für Media-Markt und Saturn deshalb von großer Bedeutung, weil unter Ägide der Muttergesellschaft **Metro** früher jeder einzelne Markt eine rechtlich selbstständige Gesellschaft war, an der auch der Filialleiter anteilig beteiligt war. Die Konsequenz war lange Jahre eine dezentrale Beschaffungsstruktur, die sich beispielsweise beim Online-Vertrieb als sehr nachteilig erwies.

Ein großes Filialnetz in elf europäischen Ländern. Foto: Media Markt

Beim Blick in die gemeinsame Zukunft verspricht **Sandy Xu, CEO** von JD.com, dass die „Partnerschaft mit Ceconomy Europas **führende Plattform der nächsten Generation für Unterhaltungselektronik** schaffen wird." JD.com, die zuletzt einen Umsatz von 159 Mrd. $ erzielte, erlangt mit dieser Beteiligung Zugang zum europäischen Markt und zu einem der größten Online-Shops für Elektroartikel in Europa. Zusammen mit dem Netz aus über 1 000 etablierten Media-Markt- und Saturn-Filialen hat das Unternehmen damit auch direkten Zugang zum Endkunden.

Wie ntv berichtet, wollen die Chinesen mit diesem Schritt auf den europäischen Kontinent unabhängiger vom Heimatmarkt werden. Mit seinen eigenen Lieferketten sei JD.com eines der **größten privatwirtschaftlichen Unternehmen** in der Volksrepublik und seit gut zehn Jahren an der US-Technologiebörse **Nasdaq** notiert.

Wie es weiter heißt, hatten die Chinesen zuvor ihre Fühler auch auf dem britischen Markt ausgestreckt, der für viele internationale Unternehmen meist der Ausgangspunkt für den Einstieg in den europäischen Markt darstellt. Gespräche mit dem Elektronikhändler Currys hätten aber zu keinen Ergebnissen geführt. Interesse weckte in Großbritannien vor allem das Filialnetz und das Lagerhausnetzwerk für die weitere Expansion nach Europa. Mit den mehr als 1 000 eingeführten Filialen in elf Ländern bietet Ceconomy dafür gute Voraussetzungen. Das spart viel Zeit und Geld. Beides ist notwendig, um ein eigenes starkes Vertriebs- und Logistiknetz aufzubauen.

Als Zugabe bekommt JD.com mit der Ceconomy-Übernahme auch den Fuß in die Tür zum französischen Markt, über die französische Elektronikhandelskette **Fnac Darty**, an der Ceconomy mit gut 23% der Aktien beteiligt ist. „Der Anteil an Fnac Darty bleibt", bekräftigt Ceconomy-Chef Deissner: „Wir betrachten ihn als langfristige strategische Option, an der wir festhalten." ■

Deals

Habona Fonds 08 kauft Rewe-Neubau

Der **Habona Deutsche Nahversorgungsimmobilien Fonds 08** hat mit einem neu errichteten **Rewe**-

Markt im bayerischen **Nordendorf** eine weitere hochwertige Nahversorgungsimmobilie erworben. Verkäufer ist die **Kutter GmbH & Co. KG** aus Memmingen. Das gesamte Investitionsvolumen wird mit rund 7 Mio. Euro beziffert. Der im November 2024 eröffnete Rewe-Vollsortimenter mit Zertifizierung nach **DGNB-Gold-Standard** steht verkehrsgünstig am östlichen Ortsrand von Nordendorf – nahe der B2 und einem Pendler-Bahnhof mit P+R-Anlage. Die Mietfläche umfasst rd. 2 000 qm und es gibt 94 Parkplätze, darunter einige mit E-Ladesäulen. Die Restlaufzeit des Mietvertrags beträgt 14 Jahre. Das Objekt erfüllt laut Habona alle Anforderungen an ein **krisenresilientes und ESG-konformes Investment** mit stabilen Erträgen. Die technische Due Diligence wurde von der **Alea Real GmbH** in Freiburg durchgeführt, die rechtliche Prüfung übernahm die Kanzlei **GSK Stockmann** in Frankfurt am Main. Der Rewe-Markt ist der fünfte Kauf für den Habona Fonds 08. Ziel des geschlossenen Immobilienfonds ist die diversifizierte, bundesweite Investition in Nahversorgungsimmobilien – mit einem geplanten Gesamtvolumen von etwa 75 Mio. Euro.

Beschäftigte im Modehandel

Corona hat tiefe Spuren hinterlassen

HIR DÜSSELDORF. *Dass der stationäre Modehandel mit Problemen zu kämpfen hat, zeigt nicht nur der Blick auf die gesunkene Zahl der Geschäfte, sondern auch der Blick auf die Zahl der Beschäftigten im stationären Bekleidungs-, Schuh- und Lederwarenhandel. Die ist nach Berechnung des Handelsverbands Textil Schuhe Lederwaren (BTE) in den vergangenen fünf Jahren um fast 50 000 Personen oder 13,1% gesunken. Gleichzeitig gewinnen die großen Unternehmen an Gewicht.*

Arbeiteten am Stichtag 31. Dezember 2019 noch 380 036 Personen (inkl. geringfügig Entlohnte) in den deutschen Mode-, Schuh- und Lederwarengeschäften, waren es per Ende 2024 nur noch 330 246 Beschäftigte. Basis der Berechnung sind laut **BTE** die von der **Bundesagentur für Arbeit** veröffentlichten Beschäftigtenzahlen nach Branchen. Die Zuordnung erfolgt dabei nach dem Umsatzschwerpunkt (Anteil über 50% stationär und beim Sortiment). In den Zahlen nicht enthalten sind die selbständigen Kaufleute.

Nach Corona war im Mode-Handel vieles anders. Foto: R. Vierbuchen

Wie der Blick auf die Zahlen im Einzelnen zeigt, gab es, in absoluten Zahlen gemessen, den größten Aderlass im **stationären Bekleidungshandel**. Hier ging die Beschäftigtenzahl seit 2019 von 312 247 auf 276 669 zurück. Das entspricht einem Verlust von 11,3%, wobei die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 12,5% und die Zahl der Vollzeit-Mitarbeiter sogar um 20,8% sank.

Im **Einzelhandel mit Schuhen** ging die Zahl der Beschäftigten seit Ende 2019 um 13 082 Personen bzw. 21,4% auf zuletzt 48 047 zurück, wobei die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unterdurchschnittlich sank. Deren Anteil lag Ende 2024 mit über 78% deutlich höher als im Modehandel mit einer Quote von knapp 69%. Im **Einzelhandel mit Lederwaren** ging die Zahl der Beschäftigten seit Ende 2019 um 1 130 Personen bzw. 17,0% auf zuletzt 5 530 zurück.

Die Hauptursache für die sinkende Beschäftigtenzahl in der Outfitbranche ist nach Analyse des BTE die spürbar rückläufige Zahl der **stationären Mode-Unternehmen** während der Corona-Pandemie. Gab es im Jahr 2019 gemäß **Umsatzsteuerstatistik** noch fast 20 000 Unternehmen im Bekleidungs-, Schuh- und Lederwarenhandel, so lag deren Zahl im Jahr 2023 – aktuellere Daten liegen noch nicht vor – nur noch bei 16 110, also um 18,1% niedriger. Auch hier war der Schuh- und Lederwarenhandel mit Verlusten von 20,6 bzw. 22,4% relativ stärker betroffen als der vorwiegend stationäre Bekleidungshandel mit einem Rückgang um 17,2%.

Wie der BTE weiter mitteilt, erreichen im stationären Modehandel die **Großbetriebe** immer höhere Marktanteile, während kleine und mittlere Fachgeschäfte Umsätze

Personalien

Sonae Sierra holt Hager in die Geschäftsführung

Christine Hager wurde mit sofortiger Wirkung in die **Geschäftsführung** von

Sierra Germany GmbH berufen. Sie übernimmt die Nachfolge von **Jorge Morgadinho**. Die Top-Managerin und Immobilienexpertin ist bereits seit der Übernahme des Property Management Bereiches 2022 Teil des Führungskräfteteams und berichtet direkt an den Vorstand von Sonae Sierra in Portugal. Zuvor war sie sieben Jahre Managing Director bei der **Redos-Gruppe** in Hamburg und davor bei **Jones Lang LaSalle** in leitender Stellung u.a. für das Shopping-Center Management in Deutschland und Österreich verantwortlich. Christine Hager ist unter anderem seit 2018 Vorstandsvorsitzende des **German Council of Shopping Places** (GCSP) und seit 2021 Vice-Chair des **European Council of Shopping Places** (ECSP). Das Magazin **Immobilien Manager** kürte sie zur Managerin des Jahres 2021. „Mit der Berufung von Christine Hager in die Geschäftsführung von Sierra Germany GmbH folgen wir der Vision, Sierras Aktivitäten in Deutschland zu stärken“, sagt **Cristina Santos**, **Executive Director Property Management** bei Sonae Sierra. Nach ihren Worten gehört Christine Hager mit ihren Leistungen im operativen Management und in der strategischen Führung zu den Top-Führungskräften.

verlieren und – vielfach mangels Nachfolger – zum Teil ihre Läden schließen. Nach den Berechnungen des Verbands auf Basis der jüngsten Umsatzsteuerstatistik für 2023 ist der Umsatzanteil der Unternehmen in den Größenklassen ab 100 Mio. Euro Netto-Umsatz auf den Rekordwert von 64,7% gestiegen. 2016 lag er noch unter 60% und 2010 sogar unter 50%.

Gemäß der jüngsten Umsatzsteuerstatistik gab es 2023 insgesamt 12 453 vorwiegend stationäre Handelsunternehmen, die mehr als 50% ihres Umsatzes mit Bekleidung erzielten. 2016 waren es noch 17 312 und im Jahr 2010 sogar noch 22 891 Unternehmen. Damit stellten kleine und mittlere Unternehmen bis 100 Mio. Euro Umsatz 2023 zwar 99,65% aller Unternehmen, erreichten aber nur einen Marktanteil von 35,3%. 2016 lag der Marktanteil dieser Größenklasse noch bei 40,6% und 2010 sogar noch bei 52,0%. Online- bzw. Versand-Händler mit einem Sortimentsschwerpunkt bei Bekleidung sind hierbei nicht berücksichtigt. ■

———————————

Brownfield-Entwicklungen

Erstmals mehr Entwicklungen auf Industriebrachen als auf Greenfields

HIR DÜSSELDORF. *Grund und Boden sind knapp. Zudem konkurrieren die Immobilien-Klassen um die verfügbaren Flächen: Logistik beispielsweise mit Wohnquartieren. Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit gewinnt die Umwandlung von Industriebrachen insbesondere bei Logistikimmobilien an Bedeutung. Das zeigt auch der Blick auf das Neubauvolumen.*

Denn nach den Marktdaten des Logistikimmobilienberaters **Logivest** überstiegen die sogenannten **Brownfieldentwicklungen** (neudeutsch: Entwicklungen auf Industriebrachen) erstmals die 50-Prozent-Marke und haben die sogenannte Greenfieldentwicklung (Projekte auf Neuland) mit einem Anteil von 52% an den 1,7 Mio. qm Neubauvolumen überholt. Laut Logivest war dieser Anteil so hoch wie nie zuvor.

MLP Business Park Schalke. Foto: MLP

Für **Kuno Neumeier**, **CEO** der **Logivest Gruppe**, zeigt das Überschreiten der 50% -Marke, dass es ohne diesen Vormarsch der Brownfield-Projekte und ohne die Revitalisierung von Industriebrachen in der Logistik gar nicht mehr gehen würde. Dabei vollzieht sich die beobachtete Verschiebung immer schneller, wie der Blick auf die Vorjahreszahl zeigt, als noch etwa 60% der Neubauprojekte auf einem Greenfield gebaut wurden. Im ersten Halbjahr dieses Jahres ist dieser Anteil nun auf 48% gesunken. „Gründe dafür sind die weiterhin nur sehr zögerlichen Flächenausweisungen für die Logistik sowie das Flächenverbrauchsziel, das die Bundesregierung bis 2030 auf unter 30 Hektar pro Tag reduziert hat“, wie der Immobilienberater schreibt. ▶

Deals

Sonae Sierra übernimmt Dienstleister von URW

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) und **Sonae Sierra** haben sich über den Verkauf des deutschen Real Estate Management-Geschäfts von URW an die Portugiesen geeinigt. Das Geschäftsfeld bietet ein Portfolio an Dienstleistungen wie Assetmanagement, Vermietung, Projektentwicklung etc. für Investmentgesellschaften und Eigentümer an. Derzeit werden zwölf Objekte verwaltet, darunter die Riem Arcaden, die Spandau Arcaden, die Köln Arcaden, die Düsseldorf Arcaden und die Pasing

Arcaden (Foto). Die zuständigen Behörden müssen noch zustimmen. Nach den Worten von **Cristina Moreira dos Santos**, Executive Director Property Management & Leasing bei Sonae Sierra, spiegelt der Kauf „unser starkes Vertrauen in das langfristige Potenzial des deutschen Marktes wider“. Mit der Übernahme des Real Estate Management-Geschäfts von URW erhält das Unternehmen aus ihrer Sicht ein wertvolles Portfolio. Wie **Jakub Skwarlo**, Chief Operating Officer Central Europe bei URW, berichtet, wird sich das Unternehmen auf seine eigenen deutschen Center wie das Westfield Centro in Oberhausen, das Westfield Ruhr Park und das Überseequartier fokussieren.

Vor allem großvolumige Projekte lassen sich kaum mehr auf der grünen Wiese realisieren, wie der Blick auf die aktuellen Top-Entwicklungen des ersten Halbjahres zeigt. Mit knapp 72 000 qm entsteht mit dem **MLP Business Park Schalke** derzeit die deutschlandweit größte Entwicklung auf einer Industriebranche. Konkret entsteht der Gewerbepark auf dem Gelände des ehemaligen Thyssen-Drahtwerks in Gelsenkirchen. MLP hat sich speziell auf Brownfield-Entwicklungen spezialisiert. Auch die drittgrößte Projektentwicklung, die etwa 63 000 qm große Built-to-suit-Immobilie, die von der **Dietz AG** für die **Winkler Unternehmensgruppe** realisiert wird, befindet sich auf einer Industriebrache in **Langenau bei Ulm**. Damit entstehen zwei der drei größten Logistikzentren auf einer Industriebranche.

Allerdings gibt es hier auch regionale Unterschiede: „Während in der **Logistikregion Schwaben** die Anzahl an Brownfield-Projekten generell eher übersichtlich ist, befinden sich im Ruhrgebiet schon heute rund 90% der Entwicklungen auf einer Industriebrache", wie Neumeier weiter berichtet: „Die Logistik hat hier den Strukturwandel aufgefangen und die großen Industriebrachen revitalisiert. Eine Win-win-Situation – allerdings mit teils massivem Aufwand für Entwickler und Investoren", wie er mit Blick auf die Industrievergangenheit und den massiven Strukturwandel in der Stahl- und Kohleindustrie in den vergangenen Jahrzehnten erklärt.

Als positiven Nebeneffekt dieser Entwicklung sieht der Experte die Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima. Zum einen werden keine neuen Flächen versiegelt, zum anderen richten die aktuellen Projektentwicklungen ohnehin den Fokus auf Nachhaltigkeit. Denn für viele Investoren ist das heute eine Grundvoraussetzung für ihre Investments. Bei allen Top-3-Entwicklungen sind denn auch Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach, grüne Außenbereiche und nachhaltige Gebäudekonzepte geplant. ■

Deals

Wien: **Shiso Burger** hat durch Vermittlung von **Comfort Austria** eine Gastronomiefläche im Geschäftshaus Am Hohen Markt 4 in Wien gemietet. Die zuvor durch **Papier Lustig** genutzte Fläche wurde umgestaltet und zum zweiten Standort für Shiso Burger in Wien umgebaut. Die erfolgreiche Eröffnung fand im Juni statt. Bereits 2024 hat Shiso Burger seinen einzigartigen Mix aus asiatischer und westlicher Burgerkultur nach Wien gebracht. Nach dem ersten Restaurant in der Theobaldgasse folgt nun der zweite Standort am Hohen Markt 4 im 1. Bezirk. Für viele Wiener ist Shiso Burger längst kein Geheimtipp mehr, sondern ein kulinarischer Fixpunkt legen.

Insight Dresden

Eine Einkaufsstadt mit einem guten wirtschaftlichen Fundament

HIR DÜSSELDORF. *Die auch als Elbflorenz bekannte sächsische Landeshauptstadt Dresden profitiert als Einkaufsstadt von ihrer weitreichenden Ausstrahlung und ihrer Sogwirkung aufs Umland. Hinzu kommt eine große Ballung von bekannten Kulturdenkmälern zwischen Elbe und Altmark wie die Semperoper, die Frauenkirche oder der Zwinger, die viele Touristen anziehen – auch Einkaufstouristen. 2024 wurden mehr als 4,6 Mio. Touristenübernachtungen gezählt, wie es im „Insight Dresden" von Comfort in Kooperation mit der CIMA Beratung + Management GmbH heißt.*

Mit mehr als 570 000 Einwohnern ist Dresden das politisch-administrative und auch das touristische Zentrum des **Freistaats Sachsen**. Die Stadt hat sowohl in der bundesweiten Wahrnehmung als auch in der internationalen Perspektive eine hohe Bekanntheit und Wertschätzung erlangt, heißt es im Report **Insight Dresden**, der unter Federführung von **Björn Gottschling, geschäftsführender Gesellschafter** von **Comfort**, und **Olaf Petersen**, **Leiter des Bereichs Immobilien** bei der **CIMA Beratung + Management**, entstanden ist.

Haupteinkaufslage Prager Straße. Foto: Comfort

Die beachtliche Bevölkerungsentwicklung und die Stadtgröße sowie ihre wirtschaftliche Entwicklung und Stärke spielen in der Elbstadt eine wichtige Rolle. Mit einem Bevölkerungswachstum von rund 60 000 Einwohnern (+12%) gehört Dresden im bundesweiten Vergleich zu den mit Abstand am stärksten wachsenden Standorten. In Stuttgart lag das Bevölkerungswachstum mit gut 10 000 Einwohnern (+2%), in Dortmund mit knapp 30 000 (+5%), in Hannover mit rund 1 000 (+0,1%) und in Nürnberg mit etwa 40 000 (+8%) deutlich niedriger. Nur in Leipzig lag das Bevölkerungswachstum mit 90 000 noch höher.

Zudem kann Dresden als **Wissenschaftsstandort** mit rund 37 000 Studierenden und einer hohen Dichte an wissenschaftlichen Einrichtungen der **TU Dresden**, der Fraunhofer- und Max-Planck-Gesellschaften punkten. So hat die Stadt ihre **Bedeutung als Hochtechnologiestandort** kontinuierlich ausgebaut und verfügt mit **Silicon Saxony** mittlerweile über Europas größtes Branchennetzwerk in den Bereichen **Mikroelektronik**, **Smart Systems** und **Software**.

Hinzu kommt, dass Dresden als Landeshauptstadt nicht zuletzt über einen ausgeprägten Beschäftigungsschwerpunkt in den Landesministerien und zugeordneten Behörden sowie Einrichtungen verfügt. Vor diesem Hintergrund sind insgesamt sehr stabile Arbeitsmarktbedingungen gegeben. Die Stadt liegt beim Wachstum der sozial-

Deals

CTP startet Gewerbepark in der Region Dresden

Der börsennotierte Eigentümer, Entwickler und Bestandshalter von Logistik-

und Industrieimmobilien, **CTP,** hat ein Grundstück im Dresdner Stadtteil Cossebaude für die Entwicklung eines modernen Gewerbeparks erworben. Der **CTPark Dresden West** entsteht als Brownfield-Projekt auf dem rd. 96 000 qm großen Grundstück des früheren VEB Betonleichtbaukombinats Dresden und umfasst ca. 40 000 qm Gewerbefläche und etwa 10 000 qm Bürofläche. Zudem ist die Realisierung zusätzlicher gewerbebezogener Wohnflächen in Prüfung. Die Flächen sind auf die Bedürfnisse von Unternehmen aus den Bereichen Light Industrial, technologieorientierte Fertigung, Vorproduktion sowie klassische Zulieferung ausgelegt. Das Angebot richtet sich vor allem an die stark wachsende Halbleiterindustrie in Dresden. Das Areal grenzt an die Bundesstraße B6 und die A4 ist in wenigen Minuten erreichbar. Es gibt in der Nähe einen Busbahnhof und den Bahnhof Cossebaude. Auf dem Grundstück befindet sich außerdem ein historisches ehemaliges denkmalgeschütztes Elektrizitätswerk, das im Rahmen der Reaktivierung des Grundstücks saniert und zu einem sozialen Mittelpunkt des Gewerbequartiers werden soll.

versicherungspflichtigen Beschäftigung mit einem Plus von etwa 26% ganz vorne. Entsprechend sind die früher zweistelligen Arbeitslosenzahlen im Vorjahr auf 6,5% gesunken. Zudem gilt Dresden als absoluter Tourismus-Hotspot mit einer einmaligen Ansammlung von Kultur-Denkmälern.

Als **Einkaufsstandort** profitiert die Elbstadt zum einen von seiner weitreichenden Ausstrahlung und Sogwirkung ins Umland. Das Einzugsgebiet aus Stadt und Region umfasst 1,3 Mio. Einwohner. Entsprechend liegt die **Einzelhandelszentralität** laut **MB Research** mit einem Wert von 109,8 deutlich über dem Bundesschnitt. Die **Einzelhandelskaufkraft** der Dresdener liegt laut MB Research mit 97,2 zwar immer noch unter dem Bundesdurchschnitt von 100, doch kann der Kaufkraftzufluss aus dem Umland und durch die Touristen dieses Defizit überkompensieren.

Laut Insight Dresden schätzen Bewohner und Touristen das **breit gefächerte Dresdener Einzelhandelsangebot** mit einer starken Fokussierung auf die Innenstadt. Mit deutlich mehr als 200 000 qm Verkaufsfläche befinden sich knapp 22% des städtischen Angebots in der City. Hier werden rund 680 Mio. Euro und damit gut 19% des städtischen Einzelhandelsumsatzes erzielt. Der Haupteinkaufsbereich erstreckt sich auf etwa 1,5 km vom **Wiener Platz** am Hauptbahnhof bis zum **Neumarkt** – entlang der Achse Hauptbahnhof – **Prager Straße** – **Seestraße** – **Altmarkt** – Neumarkt bis hin zur Frauenkirche und ihrem Umfeld. Ergänzt wird das Angebot durch die großformatigen Einkaufszentren **Altmarkt-Galerie** und **Centrum Galerie**, die laut Report räumlich gut in das Umfeld eingebunden sind und zusätzliche Anziehungskraft entfalten.

Dabei unterscheiden sich die einzelnen Abschnitte innerhalb dieser Achse klar voneinander. Der Bereich der Prager Straße in Bahnhofsnähe weist eine vielfältige und heterogene Mieterschaft auf. Im mittleren Bereich nimmt die Besucherfrequenz etwas ab, was mit der Weitläufigkeit der Straße zu erklären ist. Der belebteste Abschnitt beginnt ab der Centrum Galerie bis zum Dr.-Külz-Ring. Von hier aus verteilt sich der Besucherstrom auf die Seestraße, die Altmarkt-Galerie und weiter über die Schloßstraße, wo sich touristisch geprägtes Publikum in die Gassen um die Frauenkirche bewegt.

Im Rahmen der spürbaren Abkühlungsphase auf dem deutschen Investmentmarkt seit der Zinswende 2022 haben sich auch in Dresdens Toplagen die Kaufpreise – ausgehend von historischen Höchstwerten – mittlerweile spürbar nach unten bewegt. Die **höchsten Preise** um das 20-fache der Jahresmiete werden am **Neumarkt**, also in der Niveaulage, bzw. im touristischen Zentrum der Elbmetropole, erzielt. In Einzelfällen können die Preise auch deutlich über den ausgewiesenen Kaufpreisfaktoren liegen, wenn es sich um ein kleineres Landmark-Gebäude handelt. Mit einem kleinen Abstand folgen die Top-Konsumlage **Prager Straße** vor dem Bereich **Seestraße / Altmarkt**.

Laut Björn Gottschling hat sich die Nachfrage vor allem auf Grund der veränderten Finanzierungsbedingungen und der hohen Baukosten gegenüber den Boom-Jahren deutlich reduziert. Zudem hätten viele Eigentümer ihre Immobilien noch zu viel höheren Verkehrswerten in ihren Büchern stehen als gegenwärtig erzielt werden können, so dass es weniger Angebot gibt.

Die Einkaufslagen um die Frauenkirche.

Dennoch gibt es einiges zu Deals zu berichten. So erwarb **Values Real Estate** zu Jahresbeginn das **QF-Quartier An der Frauenkirche** am Neumarkt von der gleichnamigen Projektentwicklungsgesellschaft. Zudem konnte **Kanam Grund** unweit des Dresdener Hauptbahnhofs am Wiener Platz 10 das sogenannte **Kugelhaus** verkaufen. Im privaten Käufersegment ist von zwei Transaktionen zu berichten. Zum einen wurde die Prager Straße 4 und zum andern das Blobel-Haus am Neumarkt 13 veräußert.

Im **Mietpreisgefüge** der Dresdner Innenstadt liegt die **Prager Straße** weiterhin vorne. Nach den Worten von **Jan Wetzel**, **Prokurist** und Vermietungsexperte der Comfort Berlin GmbH, bewegen sich die Top-Mieten für kleinere Flächen zwischen 90 - 110 Euro je qm. Es folgen die Ladenlokale am **Neumarkt**. Hier muss die Miete für kleinere Flächen bei einer Neuanmietung mit 81 bis 99 Euro je qm kalkuliert werden. Deutlich günstiger zu haben sind die Geschäftsflächen an der **Seestraße** und am **Altmarkt** mit Mietpreisen zwischen 36 und 44 Euro je qm.

Laut Report haben die Immobilieneigentümer nach der phasenweisen Abkühlung des Vermietungsmarktes inzwischen die Marktrealitäten anerkannt. Laut Report werden die Mieten nicht mehr ohne weiteres auf das Vor-Corona-Niveau zurückkehren. Hinzu kommt, dass die Mieter **mehr Flexibilität bei den Verträgen** in puncto Laufzeiten, Break-Options, Nebenkosten, Indexierungen, Zuschüssen u.a. erwarten. ■

Hamborner REIT AG

Wenig Dynamik im Geschäftsverlauf

HIR DÜSSELDORF. *In einem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld sieht sich die Hamborner REIT AG bei ihren Geschäftszahlen im Plan. Die zum zweiten Quartal und zum ersten Halbjahr 2025 vorgelegten Zahlen zeugen allerdings auch von der mangelnden Dynamik beim Geschäft des Bestandshalters von Einzelhandels- und Büroimmobilien mit Sitz in Duisburg.*

Zu Beginn des zweiten Quartals hat die **Hamborner REIT AG** lediglich den Verkauf einer Einzelhandelsimmobilie in Lübeck und eines Büroobjekts in Osnabrück abgeschlossen. Über Neuzugänge ins Portfolio kann das Unternehmen bei Vorlage seiner Halbjahreszahlen für 2025 nicht berichten. Entsprechend gingen die **Miet- und Pachterlöse** in den ersten sechs Monaten um 2,1% von 46,7 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2024 auf nunmehr 45,7 Mio. Euro zurück. In diesem Zeitraum wurden Mietverträge über rd. 12 400 qm abgeschlossen. Die durchschnittliche Restlaufzeit der Mietverträge (WALT) ist in der ersten Jahreshälfte leicht gesunken und belief sich zum 30. Juni 2025 auf 5,7 Jahre,

Objekt aus dem Hamborner-Portfolio. Foto: Hamborner

In Folge der rückläufigen Mieten und bedingt durch die erwarteten Kostensteigerungen verzeichnet der Bestandshalter auch beim operativen Ergebnis, den Funds from Operations (FFO), gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Rückgang von 12,1% auf 24,9 Mio. Euro – nach 28,3 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Die FFO je Aktie verminderte sich entsprechend von 0,35 Euro auf 0,31 Euro. Mit einer **Eigenkapitalquote** von 55% zum Stichtag 30. Juni stellt sich die Finanzsituation des REITS laut Halbjahresbericht dagegen unvermindert gut dar. Und der Loan to Value (EPRA-LTV) erhöhte sich nach Unternehmensangaben vor allem auf Grund der im zweiten Quartal erfolgten Dividendenauszahlung gegenüber Ende 2024 von 43,7 auf 44,3%.

Im Umkehrschluss führte die Dividendenzahlung in Verbindung mit den Anpassungen der Verkehrswerte des Portfolios dazu, dass sich der **Nettovermögenswert** (NAV) je Aktie zum 30. Juni 2025 – gegenüber Ende 2024 – um 2,9% von 9,79 Euro auf 9,51 Euro reduziert hat. Insgesamt verminderte sich der Verkehrswert des Hamborner-Portfolios nach Unternehmensangaben in den ersten sechs Monaten um 34,7 Mio. Euro auf zuletzt 1,406 Mrd. Euro.

Dass der Vorstand der Hamborner REIT AG trotz der geringen Dynamik im Geschäftsverlauf und offenbar ohne weitere Übernahmen in der Pipeline seine bisherige Prognose für das Gesamtjahr 2025 nach oben gesetzt hat, liegt in erster Linie daran, dass der geplante Verkauf einer Bestandsimmobilie nicht zustande gekommen ist. Dadurch dürften die erwarteten Erlöse aus Mieten und Pachten in einer Spanne von 89,5 Mio. Euro bis 90,5 Mio. Euro liegen, statt der bisher prognostizierten Bandbreite von 87,5 Mio. Euro bis 89,0 Mio. Euro. ■

Deals

Zwei neue Mieter für das Huma Shopping & Outlet

Die **IPH Gruppe** hat die australische Schmuckmarke **Lovisa** sowie den global operierenden Streetwear und Sneaker Retailer **Snipes** als neue Mieter für das **Huma Shopping & Outlet** in Sankt Augustin gewonnen. Während Lovisa bereits seine 80 qm bezogen hat, plant Snipes die Eröffnung seiner 340 qm im vierten Quartal 2025. Das Huma Shopping & Outlet im Zentrum von Sankt Augustin hat eine Mietfläche von circa 50 000 qm mit rund 130 Geschäften. Zu den Ankermietern zählen u.a. **Edeka**, **Aldi**, **dm Drogerie**, **Drogerie Müller**, **H&M**, **Engbers**, **Kult**, **TK Maxx**, **Saturn**, **Smyths Toys**. Das Huma Outlet' mit 9 000 qm wurde Ende 2024 eröffnet.

++++++++

München: Der Investor, Entwickler und Manager, **Hines**, hat einen Vermietungserfolg für das **Mira-Shopping Center** im Münchner Norden erzielt: Der Non-Food-Discounter **Action** wird auf rd. 945 qm Verkaufsfläche im Untergeschoss des Centers in der Schleißheimer Straße 506 vertreten sein. Mit der Ansiedlung des Einzelhändlers setzt Hines die strategische Neupositionierung des Mira konsequent fort. Mit weiteren potenziellen Mietern werden derzeit Verhandlungen geführt. Das Mira wurde 2008 erbaut und verfügt über eine Mietfläche von rund 25 300 qm, darunter ca. 22 230 qm Einzelhandel, rd. 850 qm Büroflächen und etwa 2 220 qm für weitere Nutzungen.

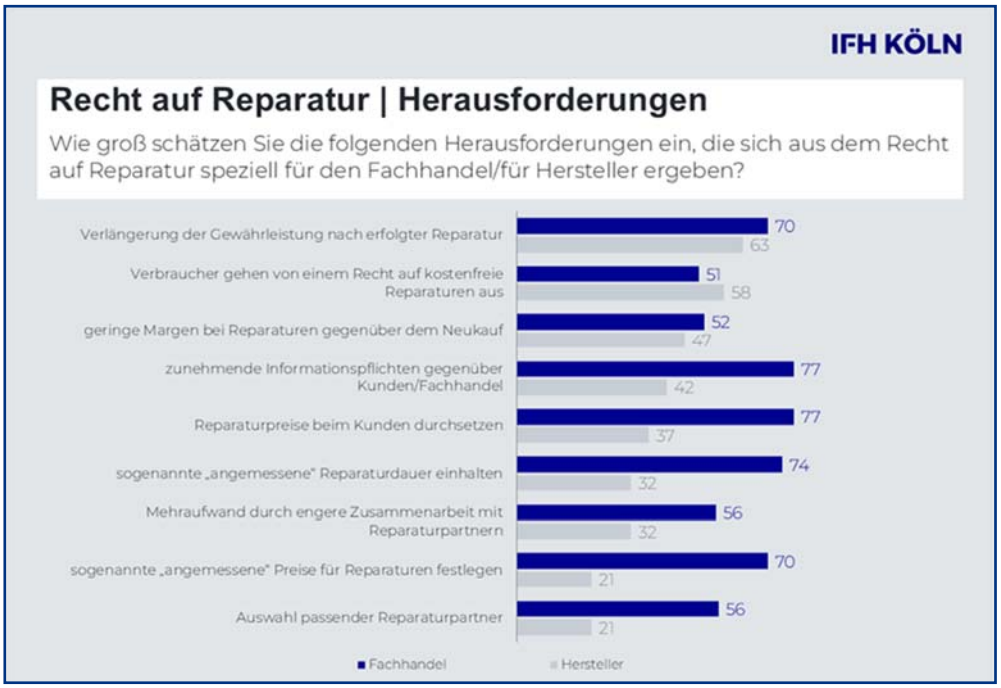
EU Richtlinie „Recht auf Reparatur“

Die Akteure erwarten Komplikationen

HIR DÜSSELDORF. *Bis spätestens 31. Juli 2026 muss die Europäische Richtlinie zum Recht auf Reparatur in deutsches Recht umgesetzt werden. Ziel der EU-Richtlinie ist es, Elektroabfälle zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. In Deutschland werden etwas weniger als die Hälfte der defekten Elektrogeräte der in der EU-Richtlinie erwähnten Produktgruppen (49%) nicht repariert. Im Auftrag des Handelsverbands Technik (BVT) und des Spezialversicherers und Fachhandelspartners Wertgarantie hat das IFH Köln die EU-Richtlinie erstmals empirisch untersucht.*

In diesem Kontext hat das **IFH Köln** im Rahmen seiner neuen 360°-Studie Verbraucher, Fachhändler und Hersteller sowie Ersatzteilwirtschaft zu der neuen **EU-Richtlinie „Recht auf Reparatur“** befragt und ihre Auswirkungen auf das Reparaturgeschehen untersucht. Dabei sehen Fachhändler und Hersteller durchaus Chancen, aber auch große Herausforderungen – wie etwa Preissteigerungen bei Reparaturen. Wie die Umfrage auch ergab, vertrauen die Kunden bei Reparaturen am meisten den **Herstellern** und dem **Fachhandel**.

Dabei macht die Studie **„Das Recht auf Reparatur: Anspruch, Umsetzung und Wirkung aus Perspektive der wichtigsten Akteure“** deutlich, dass dieses Recht auf Reparatur bei den Bürgern bisher noch wenig bekannt ist. Aus der Gruppe, die schon einmal vom Recht auf Reparatur gehört haben (44%), weiß demnach gut ein Drittel (35%), worum es im Einzelnen geht. Bei den befragten Fachhändlern kennen 98% und bei den Herstellern 95% die EU-Richtlinie, im Detail informiert darüber sind im Fachhandel 55% und bei den Herstellern 95%.



Frank Schipper, **Vorsitzender** des **Handelsverbands Technik** (BVT), ist deshalb überzeugt: „Wenn das Richtlinien-Ziel erreicht werden soll, müssen die Konsumenten besser über die praktischen Möglichkeiten und gesetzlichen Rahmenbedingungen informiert werden.“ Vor diesem Hintergrund hält er eine bundesweite Informationskampagne für sinnvoll, „um das Bewusstsein für Reparaturen in Deutschland zu stärken und vorhandene Wissenslücken bei den Verbrauchern zu schließen“.

Prinzipiell empfinden Fachhändler und Hersteller die Regelung rund um das Recht auf Reparatur laut IFH als Chance, um etwa **Kontaktpunkte zu den eigenen**

Deals

FIM erwirbt zwei Projekte von Schoofs

Die **FIM Unternehmensgruppe** hat von **Schoofs Immobilien Frankfurt** zwei Projekte erworben. In **Würzburg** (Foto) wird sie die Ent-

wicklung einer Mixed-Use-Immobilie mit Lebensmitteldiscounter auf rd. 1 200 qm Mietfläche sowie Hotelnutzung mit 100 Zimmern fortsetzen. Das etwa 5 200 qm große Grundstück in der Unterdürrbacher Straße 5 in Würzburg hat das Baurecht, um die geplante viergeschossige Misch-Immobilie zu errichten. FIM fungiert als Bauherr und Investor. Ein Betreiber für das Hotel wird noch gesucht. Die Baugenehmigung wird zeitnah erwartet. Der Standort in einem Gewerbegebiets im Stadtteil Dürrbachtal hat eine gute Verkehrsanbindung. In **Kirkel-Limbach** übernimmt die FIM Gruppe einen langfristig vermieteten **Netto**-Markt aus dem Jahr 2023 mit 1 350 qm Mietfläche. Das Gebäude wurde nach der Netto Baubeschreibung auf DGNB-Niveau realisiert. Neben der ressourcenschonenden Bauweise verfügt der Markt über energieeffiziente Technik. Auf dem etwa 5 800 qm großen Grundstück Im Dintental gibt es 77 Parkplätze. Als neuer Eigentümer wird FIM auch E-Ladesäulen bieten und das Gebäude nachträglich von der DGNB mit Gold zertifizieren lassen. Die nachträgliche Installation einer PV-Anlage wird gleichfalls geprüft.

Kunden zu erhöhen oder auch um das Serviceangebot zu erweitern. Allerdings sind für einen Großteil der Befragten aus diesen Gruppen die Herausforderungen größer als die Chancen. Die in der Richtlinie geforderte Verlängerung der Gewährleistung nach der erfolgten Reparatur bewerten 70% der Fachhändler und knapp zwei Drittel der Hersteller (63%) als schwierig. Über die Hälfte der Fachhändler (56%) und knapp ein Drittel der Hersteller (32%) befürchten einen Mehraufwand durch die engere Zusammenarbeit mit den Reparaturpartnern.

Auf die Frage, bei wem sie ihr defektes Gerät (aus einer der in der EU-Richtlinie genannten Produktgruppen) bevorzugt reparieren lassen würden, gibt knapp die Hälfte (44%) an, sich dafür bevorzugt an den **Kundendienst des Herstellers** zu wenden und knapp ein Viertel (24%) würde sich an den **Fachhandel für Elektrogeräte** wenden. Vor dem Hintergrund der EU-Richtlinie gehen mehr als die Hälfte der Hersteller (56%) und des Fachhandels (52%) davon aus, dass ihr eigenes Reparaturvolumen steigen wird. Fast drei Viertel der befragten Fachhändler (74%) und 40% der befragten Hersteller gaben dagegen an, ein größeres Reparaturvolumen mit den aktuell vorhandenen Ressourcen nicht oder nur teilweise bewältigen zu können.

Handel und Hersteller verweisen auf Fachkräftemangel

„Die Studie zeigt deutlich, dass die wachsenden Reparaturwünsche der Kunden nur mit ausreichend qualifiziertem Personal erfüllt werden können", merkt Frank Schipper vor diesem Hintergrund an: „Handel und Industrie sind sich einig, dass der Fachkräftemangel eine der größten Herausforderungen bei der Umsetzung des Rechts auf Reparatur ist." Vor diesem Hintergrund sieht der Verband auch Handlungsbedarf bei der Politik, die notwendige Aus- und Weiterbildung von Fachkräften wirkungsvoll zu fördern. Das sieht **Konrad Lehmann**, **Vorstand** bei **Wertgarantie**, ähnlich, wenn er anmerkt, dass die Zahl der Reparaturen für Fachhändler bereits heute kaum zu schaffen sei und ohne qualifiziertes Personal werde das steigende Reparaturvolumen nicht zu bewältigen sein.

Hier sieht auch er die Politik jetzt gefordert, damit Unternehmen, vor allem aus dem Fachhandel, die zweifellos bestehenden Chancen, die das Recht aus Reparatur bietet, nutzen können. Dafür seien „einerseits Ausbildungs- und Schulungsinitiativen notwendig und andererseits klare und einheitliche Rahmenbedingungen". Dagegen würden aus seiner Sicht unterschiedliche Vorgaben auf Länderebene oder ein regulatorischer Flickenteppich nur für unnötigen Aufwand und Verunsicherung sorgen.

Nachteil durch den föderalen Flickenteppich

In Folge der Umsetzung der Richtlinie zum „Recht auf Reparatur" gehen 68% der Fachhandelsunternehmen und 63% der Hersteller davon aus, dass die Kosten für eine Reparatur steigen werden. Hersteller und Fachhändler geben dafür ähnliche, zum Teil aber auch unterschiedlich gewichtete Gründe an. So befürchtet das Gros der Fachhändler (68%) höhere Preise für Ersatzteile durch die Hersteller, einen zusätzlichen Personalaufwand für Serviceleistungen (58%) und zusätzliche Kosten für die Lagerung von Ersatzteilen (52%). Die Mehrheit der befragten Hersteller sehen Kostensteigerungen durch zusätzlichen Personalaufwand für Serviceleistungen, zusätzliche Kosten für die Lagerung von Ersatzteilen (83%) und das Vorhalten von Ersatzteilen (75%).

Die Ergebnisse der Studie deuten laut **Ralf Deckers**, **Bereichsleiter Strategic Insights & Analytics** und **Mitglied der Geschäftsleitung** des IFH Köln darauf hin, dass die Richtlinie potenziell zu erhöhten Reparaturpreisen führen wird und damit die mit ihr verbundenen Nachhaltigkeitsbemühungen wie die Reduzierung von Elektromüll konterkariert werde. „Hier könnte es sinnvoll sein, auf nationaler Ebene Maßnahmen zu prüfen und zu erarbeiten, um mögliche Teuerungen abzumildern und die Reparaturbereitschaft weiterhin zu fördern", rät der Experte. ■

Deals

Saarbrücken: Die **Europa-Galerie Saarbrücken** konnte mit **Stradivarius** eine angesagte Modemarke aus Spanien als Mieter gewinnen. Die Eröffnung der ersten Filiale in Saarbrücken erfolgte am 31. Juli 2025. So dürfen sich Modefans auf eine noch größere Auswahl an junger, femininer Mode freuen. Auf rund 975 qm im Erdgeschoss 1 des Centers bietet der neue Store eine vielfältige Auswahl an Mode, Schuhen, Schmuck und Accessoires. Für die Vermietung verantwortlich war der Immobilienspezialist **Sonae Sierra**, der die Europa-Galerie für die Eigentümerin **Union Investment** managt.

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.