

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

in seiner Bilanz für den deutschen Immobilienmarkt konzidiert der Immobiliendienstleister JLL der Europäischen Zentralbank (EZB), dass sie die Chance vertan hat, in den Boomjahren die Zinsen anzuheben, um beim Abschwung Handlungsspielraum zu haben. Aus deutscher Sicht wurde die Hoffnung von Banken, Sparern und Anleiheinvestoren auf eine Rückkehr zur Normalität zerstört. Denn nachdem die Zinsanhebung verschoben wurde, sind die Renditen für bonitätsstarke deutsche Staatsanleihen in den Minusbereich gerutscht.

Tatsächlich steht zu befürchten, dass die Ambitionen der EZB, nach dem Start ihres Anleihekaufprogramms mit negativen Einlagenzinsen, zur Normalität zurückzukehren, von Anfang an begrenzt waren. Denn kaum jemand dürfte geglaubt haben, dass Italiens Wirtschaft ohne nachhaltige Reformen so stark wächst, dass die Verschuldung abgebaut werden kann und das Land keine Herabstufung durch die Rating-Agenturen und damit stark steigende Zinslasten befürchten muss.

Das lässt sich schon an den Begründungen ablesen: Zunächst war es die Inflationsrate von null und z.T. unter null, woraus die EZB eine Deflationsgefahr ableitete. Damals war vor allem der statistische Effekt durch den Preisverfall bei Erdöl gemessen am Vorjahreszeitraum für den Trend verantwortlich. Dann wurde Erdöl teurer und die Inflationsrate stieg. Nun wurde auf die Kerninflationsrate, die um die Preise für Erdöl und Lebensmittel bereinigt ist, verwiesen, die deutlich unter der Inflationsrate von knapp unter 2% verharrte.

Die Pointe: Als Draghi das Gespenst der Deflation an die Wand malte, lag die Kerninflationsrate deutlich über null. Nun ist es die Abschwächung der Konjunktur, mit der die Zinspolitik begründet werden kann. Doch klar ist: Nur mit dieser Niedrigzinspolitik dürfte ein Kollaps Italiens zu verhindern und der Euro in seiner heutigen Form zu retten sein. Denn die etablierten europäischen Politiker machen in ihren Sonntagsreden deutlich, dass sie eine wirkliche Reform der Währungsunion und der Europäischen Union, nicht anpacken wollen.

Immerhin müssten sie dann zugeben, dass Italien einen Schuldenerlass braucht, was Stimmen kosten und für Unruhe sorgen würde. Mit höheren Zinsen könnte die EZB aber den Druck auf die Politik erhöhen, endlich nachhaltige Reformen anzugehen. Den besten Zeitpunkt dafür hat die EZB aber, wie erwähnt, vertan. Die Folgen lassen sich an den weiter steigenden Preisen auf dem deutschen Immobilienmarkt ablesen. Aber für Notenbanker ist die Inflation bei Vermögenswerten und die Entwertung von Ersparnissen, Versicherungen und Renten ja nicht relevant. Für die betroffenen Menschen leider schon.

P:S: Im Anhang finden Sie das **Programm** für das **Retailer Meeting** am **6. und 7. Mai** in **Soest**.



Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 294 vom 12.04.2019

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Investmentmarkt: Retail Assets können ihre Position behaupten	2
BBE-Umfrage: Zwischen Optimismus und Verunsicherung	6
Ikea: Schweden planen eine grundlegende Neuausrichtung	7
Flächenkonversion: Der handelsfremde Anteil wird wachsen	11
Lebensmittelmarkt: Baby-Boomer bleiben als Kunden interessant	16
Hahn Gruppe: Kuhlmann übernimmt Vorstandsvorsitz	20
Rewe: Zukunftsfähigkeit entscheidet sich beim Kunden	22
Center-Markt Ramallah: Wenn Shopping zum Politikum wird	24
Online-Shopping: Das Haustür-Paradoxon	26
Impressum	25

Partner des Handelsimmobilien *Report*





Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 2

Marktbericht

Verbraucherstimmung wieder positiver

Das **HDE Konsumbarometer** hat im **April** den seit Mitte 2018 erkennbaren Abwärtstrend beendet und zeigt für die nächsten drei Monate einen Anstieg. Die Verbraucherstimmung hellt sich spürbar auf. Damit ist der Index laut Handelsverband Deutschland (HDE) wieder auf dem Niveau von August 2018 angekommen. Die Verbraucherstimmung ist damit offenbar abgekoppelt von der gesamtwirtschaftlichen



Verkauf der Königsbau Passagen war im ersten Quartal der größte Deal.

Foto: ECE

Investmentmarkt Deutschland

Retail Assets können ihre Position behaupten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Obwohl Handelsimmobilien derzeit bei vielen Investoren nicht ganz oben auf der Kaufliste stehen, ist die Branche mit einem Volumen, das auf dem durchschnittlichen Niveau der vergangenen zehn Jahren lag, stabil ins Investmentjahr 2019 gestartet. Das erste Quartal zeigte aber auch, dass sich der Markt - ungeachtet der Zinspolitik der EZB - verändert. Handelsimmobilien mit Bezug zum Lebensmittelhandel bleiben stark gefragt, während sich bei Shopping-Centern Preise und Renditen verändern.

Aus Sicht von **Timo Tschammler**, CEO **JLL Germany**, hat die **Europäische Zentralbank** (EZB) - zumindest aus deutscher Sicht - ihre Chance vertan, in den Boomjahren die Zinsen frühzeitig wieder anzuheben. Damit habe sich die Notenbank eines wichtigen Instrumentariums beraubt, bei nachlassender wirtschaftlicher Dynamik, wie sie sich jetzt in weiten Teilen Europas und in Deutschland abzeichnet, gegensteuern zu können. Von den Reaktionsmöglichkeiten in Rezessionsphasen ganz zu schweigen. Nun erwartet die Branche für 2019 keine Zinsanhebung mehr.

Als Folge fielen erstmals seit 2016 die Renditen für 10-jährige Bundesanleihen in den Minusbereich und zerstörten laut Tschammler damit „die Hoffnungen von Banken, Sparern und Anleiheinvestoren auf eine Rückkehr zur Normalität“. Das stützt laut **Matthias Leubel**, CEO bei **Colliers International Deutschland**, die Attraktivität von Immobilieninvestments als vergleichsweise risikoarme Anlagealternative. Immobilien mit ihren - inzwischen zwar niedrigen - aber immer noch deutlich höheren Spitzenrenditen, rücken wieder stärker in den Fokus vieler Anleger.

Und die Diskussionen über ein Ende der Renditekompression und über tendenziell steigende Renditen, wie sie noch vor neun Monaten geführt wurden, seien erst einmal vorbei, berichtet JLL. Das ändere aber nichts daran, dass nach der langen Boomphase auch steigende Preise auf dem Investmentmarkt den Produktmangel nicht ausgleichen können. Zumal bei Handelsimmobilien nicht mehr jeder Preis gezahlt wird.

So lag das Investitionsvolumen im **deutschen Gewerbeimmobilienmarkt** im ersten Quartal mit Werten, die die Immobiliendienstleister in der Bandbreite von 11,1 Mrd. Euro (BNP Paribas Real Estate) über 11,3 Mrd. Euro (JLL, Colliers International, Savills) bis hin zu 13,7 Mrd. Euro (CBRE) sehen, mehr oder weniger stark unter dem

 **Retailer Meeting**
Das Jahrestreffen der Einzelhandelspezialisten



heuer-dialog.de/10980

6. und 7. Mai 2019,
Stadthalle Soest

Jetzt
anmelden!



Stimmung. Denn die Prognosen für das gesamtwirtschaftliche Wachstum in Deutschland in diesem Jahr wurden zuletzt nach unten korrigiert. Der Blick auf die Einzelindikatoren zeigt, dass die Aufhellung der Verbraucherstimmung im Wesentlichen durch eine erhöhte Anschaffungsneigung und gestiegene Einkommenserwartungen getrieben wird.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 3

ersten Quartal 2018. Einig sind sich die Dienstleister darin, dass Büroimmobilien wieder die stärkste Anlage-Klasse bildeten - allerdings mit deutlichen Verlusten gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

In diesem Kontext gehörten **Retail Assets** als zweitstärkste Anlage-Klasse, trotz der inzwischen deutlich erkennbaren Verunsicherung der Investoren mit Blick auf die Auswirkungen des Online-Handels, im ersten Quartal noch zu den stabileren Segmenten. Für **Jan Dirk Poppinga, Co-Head of Retail Investment** bei **CBRE** in Deutschland, verdeutlicht diese „Stabilisierung des Transaktionsvolumens, dass Einzelhandelsimmobilien nach wie vor eine für viele Investoren attraktive Asset-Klasse darstellen“. Und **Dirk Hoenig-Ohnsorg, Head of Retail Investment** bei **Colliers International**, ist überzeugt, dass Retail-Objekte eine wesentliche Säule des deutschen Transaktionsgeschehens bleiben.

Die Transaktionsvolumina der Berater reichen von etwa 2 Mrd. Euro bei **JLL**, **CBRE** und **Colliers International** sowie mehr als 2,5 Mrd. Euro bei **BNP Paribas**

Real Estate bis hin zu 2,7 Mrd. Euro bei **Savills**. Der Anteil am gesamten Transaktionsvolumen mit Gewerbeimmobilien reicht also von etwa 17 bis 18% bis 24% bei Savills. Damit bewegt sich das Investitionsvolumen laut **BNP Paribas Real Estate (BNPPRE)** im ersten Quartal 2019 in etwa auf dem durchschnittlichen Niveau der vergangenen zehn Jahre, die nicht schlecht waren für das Segment und um 44% über Vorjahresniveau. 2018 waren laut **CBRE** 13,7 Mrd. Euro in deutsche Retail Assets investiert worden, womit Deutschland europaweit inzwischen vor Großbritannien auf Platz eins rangiert.

Allerdings beginnt sich die Lage - bedingt durch die Auswirkungen der Digitalisierung auf den stationären Einzelhandel - zu verändern. So registrierte **Helge Scheunemann, Head of Research JLL Germany**, dass sich im ersten Quartal auch für **Shopping-Center** wieder einige Käufer fanden. Mit acht Transaktionen wurden hier immerhin nur drei weniger registriert als in den letzten beiden Quarta-

REDEVCO

20

CELEBRATING 20 YEARS IN BUSINESS

SITZT?

Wenn Sie etwas wirklich Passendes suchen, haben wir genau das Richtige für Sie:

Redevco – Retailflächen mit Wohlfühlfaktor

REDEVCO.COM



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 4

Unternehmens
News

len 2018 zusammen. Zuletzt waren die Spitzenrenditen für Shopping-Center leicht gestiegen und die Kaufpreise hatten nachgegeben, nachdem bei einiger Investoren Zweifel an der Fähigkeit der Branche aufgekommen waren, die Herausforderungen des eCommerce zu meistern, wie **Anne Gimpel, Team Leader Valuation Advisory Services** bei CBRE Deutschland, berichtet. So kam es laut CBRE bei Shopping-Centern zum ersten Renditeanstieg seit langem.

Nach Feststellung des Beraters sind die **Spitzenrenditen** von Objekten an A-Standorten zuletzt um 0,1 Prozentpunkte auf 3,9% und an B-Standorten um 0,25 Prozentpunkte auf 4,75% gestiegen. JLL sieht die Spitzenrenditen für Einkaufszentren generell wieder jenseits der Vier-Prozent-Marke bei 4,1%. Im Gegenzug sanken die Spitzenrenditen für

BBE und IPH eröffnen Dependence in Berlin

Die **BBE Handelsberatung** und die **IPH Handelsimmobilien** eröffnen



in **Berlin** eine Niederlassung mit sechs Mitarbeitern, so dass der Verbund nun u.a. in München, Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig, und Erfurt vertreten ist. Von Berlin aus bieten die Beratungsunternehmen die gesamte Leistungspalette, darunter Repositionierung von Handelsimmobilien, Centermanagement, Vermietung, Standortprüfung, Verträglichkeitsgutachten und Immobilienberatung. Laut **Joachim Stumpf, Geschäftsführer** von BBE und IPH ist die Verzahnung des Know-hows aus Unternehmens- und Standortberatung mit dem Vermietungsteam die Besonderheit im Verbund. Leiter der Niederlassung ist **Carsten Pannek**, der zuletzt Prokurist und Leiter Vermietung Shopping-Center bei der **Wealthcap Real Estate Management** war, die u.a. auch die Gropius Passagen und Das Schloss in Berlin-Steglitz manage. Zu den Herausforderungen gehört laut Pannek die Neupositionierung von Shopping-Centern auf dem Berliner Markt.



Fachmarktzentren laut CBRE gemessen am ersten Quartal 2018 um 0,35 Prozentpunkte auf 4,15 Prozent. Savills sieht die Spitzenrenditen von Fachmarktzentren mit 3,9% sogar inzwischen deutlich unter den Werten von Top-Centern mit 4,2% und von Einkaufszentren in B-Lagen mit 5,9%.

Laut Scheunemann ist der Re-Positionierungsprozess bei Einkaufszentren im vollen Gange „und Bestandhalter sowie Betreiber prüfen, wie sich digitale Erlebnis- und Einkaufswelten in ihre Center integrieren lassen“. Mit Blick auf rückläufige Frequenzen in einigen Centern und den steigenden Anteil des eCommerce am Einzelhandelsumsatz erwartet er zum Teil langwierige und kostenintensive Umstrukturierungen.

Der größte Deal bei Handelsimmobilien war der Verkauf der **Königsbau Passagen** mit 44 000 qm Mietfläche für 280 Mio. Euro durch **Evans Randall** an ein Joint-Venture des italienischen Vermögensverwalters **Antirion SGR** und der italienischen Versicherungsgesellschaft **Poste Vita**. Mit einem Büroflächenanteil von 40% und einem Einzelhandelsanteil von 55% gehört die Passage laut **Jörg Krechky, Director und Head of Retail Investment Germany** bei Savills, zu den Objekten, die zeigen, dass Mischnutzung funktioniert. „Wir sind in einer Dekade der Transformation angekommen – sowohl auf übergeordneter Centerebene als auch innerhalb der Ladenflächen findet eine Verschiebung und Fusion einzelner Nutzungsbausteine statt. Anstelle eines reinen Einkaufszentrums mit 100% Handelsflächen braucht es Stadtquartiere, die Freizeit, Arbeit, Wohnen und Einkaufen optimal kombinieren“, ist er überzeugt.

Daneben wurden laut CBRE auch kleinere Passagen gehandelt, darunter Objekte in



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 5

Hannover, Duisburg und Salzgitter. Auf **Shopping-Center** entfiel nach Feststellung des Beraters ein Anteil am Transaktionsvolumen von 35%. Savills sieht die Anlageklasse mit 587 Mio. Euro bei rund 22 %.

Zu den großen Deals gehörte laut Colliers International zudem der Verkauf des neuen Büro- und Geschäftshauses **Zoom** durch den Investor **Hines** für 265 Mio. Euro an **Corpus Sireo** im Auftrag der **Bayerischen Versorgungskasse**. Auf Platz drei lag der Verkauf einer Mehrheitsbeteiligung an drei Fachmarkt- bzw. Einkaufszentren der **Adler Real Estate**-Tochter **Brack Capital** an ein britisches Family Office für rund 181 Mio. Euro. Bei diesem Paketverkauf habe es sich seit Jahresbeginn zudem um den größten Portfolio-Deal aller Asset-Klassen gehandelt.

Nicht ganz einig sind sich die Berater darin, welches Segment die Spitzenposition besetzt hat. Während Savills **Geschäftshäuser** mit einem Transaktionsvolumen von knapp 1,3 Mrd. Euro als stärkstes Teilsegment einstuft, sehen JLL und CBRE **Fachmarktprodukte** mit einem Anteil von 44% bzw. 37% auf dem Spitzenplatz. Im Segment Fachmärkte, Fachmarktzentren und Supermärkte sind für Anleger laut JLL vor allem Immobilien mit Lebensmittelhändlern nach wie vor interessante Anlageprodukte, da der Online-Handel hier bislang kaum Fuß fassen konnte.

Bei Fachmärkten sind die Renditen laut CBRE und JLL zuletzt auf 5,1% gesunken. Colliers International beziffert die Spitzenrenditen für freistehende Fachmärkte mit rund 5,00%. Die durchschnittlichen Spitzenrenditen für innerstädtische Geschäftshäuser beziffert JLL mit 2,87%. Colliers International sieht die Bandbreite zwischen 2,75% in München und 3,30% in Köln.

Besonders aktiv sind bei Handelsimmobilien Asset- und Fondsmanager als größte Käufergruppe mit einem Anteil von 25%, vor Immobilien- und Spezialfonds mit 21%, wie **Jan Schönherr, Co-Head of Retail Investment** bei CBRE in Deutschland, berichtet. Das werde sich im Jahresverlauf auch nicht ändern. Deutsche Anleger stellen mit einem Anteil von 62% die größte Gruppe. Laut Savills ist aber auch eine zunehmende Nachfrage aus dem Ausland spürbar. Laut **Jennifer Gülerüyz, Senior Consultant Research Germany** bei Savills, agieren „zurzeit viele aktive, aber auch sehr selektive Marktakteure. So spiegelt die Preisvorstellung des Verkäufers die langfristigen Risiken des Käufers oftmals nicht wider, was ein höheres Transaktionsvolumen ausbremst. Auch im weiteren Jahresverlauf rechnen wir hier mit keiner Veränderung.“



HABONA EINZELHANDELSFONDS RENDITEN ÜBER 5% PRO JAHR MIT SUPERMÄRKTEN

ERFOLGREICHE FONDSPERFORMANCE

- » 5 Einzelhandelsfonds erfolgreich platziert
- » Erste Fonds erfolgreich aufgelöst
- » EUR 200 Mio. verwaltetes Eigenkapital
- » 8.000 zufriedene Anleger
- » Einwandfreier Track-Record

MARKENZEICHEN DER FONDS

- » Kurze Fondslaufzeiten von nur 5 Jahren
- » Regelmäßige laufende Auszahlungen
- » Bonitätsstarke Mieter
- » Mietverträge weit über die Fondslaufzeit hinaus
- » Breite Streuung durch Aufbau diversifizierter Portfolios



DER SPEZIALIST FÜR ALTERNATIVE IMMOBILIEN-INVESTMENTFONDS

Habona Invest GmbH | Baseler Straße 10 | 60329 Frankfurt | Telefon: +49 69 4500158-0

www.habona.de

Diese Produktinformation dient Werbezwecken. Es stellt kein öffentliches Angebot und keine Anlageberatung dar. Grundlage für eine Anlageentscheidung sind ausschließlich der ausführliche Verkaufsprospekt, die Anlagebedingungen und die wesentlichen Anlegerinformationen eines alternativen Investmentfonds. Konkrete Unterlagen sind auf der Homepage von Habona Invest unter www.habona.de kostenlos in deutscher Sprache zum Download verfügbar. Diese Informationen ist keine Finanzanalyse. Bei einem geschlossenen inländischen Publikums-AIF handelt es sich um eine unternehmerische Beteiligung, die Risiken unterliegt. Der Verkaufsprospekt beinhaltet eine ausführliche Darstellung der zugrunde liegenden Annahmen und der wesentlichen Risiken.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 6

Stadt News

Stimmung in Handels- und Immobilienwirtschaft

Zwischen Optimismus und Verunsicherung

rv DÜSSELDORF. *Vorsichtiger Optimismus im Handel und in der Immobilienwirtschaft. So überschreibt die BBE Handelsberatung ihre jüngste Umfrage, mit der sie ein Stimmungsbild der Branche einfangen wollte über die persönlichen Einschätzungen mit Blick auf die Geschäftsentwicklung und die aktuellen Herausforderungen.*

Nach Information der **BBE Handelsberatung** aus München erwarten etwa zwei Drittel der befragten Unternehmen aus dem Einzelhandel und der Immobilienbranche für das Jahr 2019 eine „eher positive Geschäftsentwicklung“. Die übrigen etwa 33% der Befragten erwarten in diesem Jahr zumindest ein gleichbleibendes Geschäft. Zu den größ-

ten Herausforderungen zählen die **Händler** vor allem den eCommerce, den Fachkräftemangel, die Bürokratie und die sinkende Kundenfrequenz.



In der **Immobilienwirtschaft** steht vor allem die Frage, wie sich die Konkurrenz des Online-Handels auf die Asset-Klassen wie Geschäftshäuser, Shopping-Center, Fachmarktzentren und andere auswirken wird, im Vordergrund. Das zeigen auch andere Umfragen. Zudem spiegelt sich die Skepsis auch im Verlauf des Handelsklimas.

Zwar hat die BBE-Umfrage deutlich gemacht, so **Joachim Stumpf** (Foto) **Geschäftsführer** der BBE Handelsberatung, dass die Einzelhändler die Herausforderungen durch die Digitalisierung durchaus erkannt haben, doch viele würden spüren, dass sie die Umsetzung alleine nicht schaffen würden: „Gerade bei der richtigen Strategie und der praktischen Umsetzung ist externes Know-how so gefragt wie nie zuvor, um Fehlinvestitionen bzw. Fehlentscheidungen möglichst zu vermeiden.“ weiß er aus seiner täglichen Erfahrung.

Furcht vor Flächenverkleinerung nimmt zu

Die Furcht in der Immobilienwirtschaft besteht darin, dass sich durch die wachsende Bedeutung des Online-Handels der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel weiter verändern wird - genauer gesagt: schrumpfen wird. Bei Unternehmen wie **Satum** oder **Media Markt** wurde die Verkaufsfläche an einigen Standorten bereits verkleinert. Auch der Buchhandel, der von **Amazon** schon sehr früh angegriffen wurde, hat sein Filialnetz und seine Flächen zum Teil stark umgekrempelt. Angesichts von Insolvenzanträgen wie jüngst von **Gerry Weber** sind die Investoren sehr verunsichert. Selbst bonitätsstarke Unternehmen seien nicht mehr geschützt, wenn Kunden ihre Konzepte nicht mehr annehmen würden, heißt es in dem BBE-Bericht.

„Die aktuelle Marktlage führt zu einer maximalen Verunsicherung“, stellt Stumpf zusammenfassend fest. „Man sieht dies vor allem an der größer werdenden Spreizung von Ertrags- und Substanzwerten und mittlerweile höheren Faktoren von Fachmarktzentren gegenüber Shopping-Centern.“ Er sieht darin teilweise durchaus Marktüberreibungen. Und mit Blick auf Nahversorgungszentren und Objekte in 1A-Lagen in den Ballungsräumen stellt er fest: Auch wenn dies nach wie vor sehr stabile Investments seien, müsse man Standort für Standort und Lage für Lage gesondert beurteilen. Es gebe aber in jeder Asset-Klasse nach wie vor nachhaltige Investmentchancen.

Das Cano in Singen nimmt Formen an

Nachdem die vorbereitenden Arbeiten auf der Baustelle des **Cano in Singen** abgeschlossen sind, wur-



de im April mit den Hochbauarbeiten auf der kompletten Fläche für das neue Shopping-Center im Stadtzentrum begonnen. Parallel zu den Bauarbeiten geht die Vermietung der Shops erfolgreich voran: Bereits über 70% der Flächen sind vermietet. Das zeigt das Interesse des Einzelhandels an dem innerstädtischen Projekt. Zu den Mietern gehören laut **ECE** bislang u.a. G-Star, Tommy Hilfiger, Gant, Marc O'Polo, Decathlon, Thalia, Olymp und Hades, Snipes und Vorwerk. Etwa 35 der Konzepte sind neu in der Stadt. Es gibt unter den Mietern zudem regionale Anbieter. Bis Herbst 2020 realisiert die ECE direkt in der Singener Innenstadt an der Haupteinkaufsachse August-Ruf-Straße und gegenüber vom Bahnhof für rd. 165 Mio. Euro eine Einkaufsgalerie mit rund 85 Fachgeschäften, Cafés, Restaurants und Dienstleistern. Die Verkaufsfläche von rund 16 000 qm verteilt sich auf drei Ebenen. Der Standort Singen profitiert von seiner Nähe zur Bodensee-region und zur Kaufkraftstarken Schweiz.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 7

Inter Ikea Systems BV

Eine grundlegende strategische Neuausrichtung

Sabine Richter, Hamburg

Standorte, Einrichtungshäuser, Läden, alles wird anders. In Berlin wird die neue Strategie des schwedischen Möbel- und Einrichtungsanbieters Ikea zuerst ausgerollt.

Im Juni 2014 war die Eröffnung der weltweit ersten **Ikea-Filiale** in einer urbanen Innenstadtlage noch eine kleine Sensation. Und die erste Ankündigung, dass sich ein Bruch mit der bisherigen Strategie ankündigt. Denn bisher hat **Ikea** weitgehend auf der grünen Wiese gebaut, dort, wo jeder schnell mit dem Wagen hinkommt, bequem parken und seine Einkäufe direkt abtransportieren kann.

Nun, fünf Jahre nach **Hamburg-Altona**, passiert tatsächlich Grundlegendes - und zwar weltweit. Um näher am Verbraucher zu sein, zieht es Ikea künftig in Innenstädte und Einkaufszentren und stampft bislang geplante Projekte ein. Das **Möbelhaus auf der grünen Wiese** wird damit trotz konstanter Besucherzahlen offenbar zum Auslaufmodell. Die **Ingka Gruppe**, der größte Franchise-Nehmer von **Inter Ikea Systems B.V.**, will sich insgesamt neu erfinden. Weil er mit den gewohnten Möbelhäusern kaum noch wachsen kann, baut der Ikea-Mutterkonzern alle Unternehmensbereiche um. Um den veränderten Kundenbedürfnissen Rechnung zu tragen, stellt Ikea seine gesamte Filial-, Logistik- und Verwaltungsstruktur auf den Prüfstand.

Deals

Wiesbaden: Im Wiesbadener **Lilien-Carré** (25 000 qm) werden auf 1 600 qm vier Läden neu eröffnet. Größter Zugang ist das Modelabel **Olymp & Hades** auf 1 060 qm im ersten OG. Die Eröffnung ist im dritten Quartal 2019 geplant. Die **Zooma Franchise Group** eröffnet voraussichtlich ab Ende des zweiten Quartals 2019 auf 245 qm in der Dining Plaza ebenfalls im ersten OG. Zudem kehren Bijou Brigitte (60 qm) und Emporium Jeans (225 qm) zurück. **JLL** hat den Eigentümer **Orion Capital Managers** beraten und die Anmietungen im Rahmen eines Asset-Management-Mandates vermittelt.



BBE
Handelsberatung

brand eins Thema
B
2018
BESTE
BERATER
Heft 9

Entscheidungssicherheit bei Handelsimmobilien.

- Markt- & Standortanalysen
- Auswirkungenanalysen
- Research & Due Dilligence

Gewissheit für Entscheider – seit über 60 Jahren fundiert in präziser Analyse, methodischer Prognose und konkreter Empfehlung. Jeder Standort, jede Branche, jeder Betriebstyp durchleuchtet von den Besten ihres Fachs. Im Kontext lückenloser Handels-Expertise, die Lösungen schafft aus Fakten und Potenzial.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 8

Marktbericht

ZIA: Licht und Schatten bei Grundsteuerplänen

Der Präsident des ZIA Zentraler Immobilien Ausschuss, **Andreas Mattner**, sieht im Ge-



setzentwurf des Finanzministeriums zur **Reform der Grundsteuer** „Licht und Schatten“: Der Ver-

band habe immer für ein einfaches und unbürokratisches Flächenmodell plädiert. Nach langen Diskussionen schicke das Ministerium beim Thema Wohnen „nun aber ein immer noch komplexes, wertorientiertes Modell ins Rennen“. Aber immerhin seien die Hinweise des ZIA bei Wirtschaftsimmobilien angekommen und zusätzliche Belastungen offenbar nicht zu erwarten, „wenngleich wir noch weit entfernt von einem einfachen Verfahren sind“. Bei Wohnimmobilien komme es jetzt zu einem zwar, im Vergleich zu den ursprünglichen Plänen des Ministeriums, vereinfachten aber letztlich noch immer nicht unproblematischen Verfahren. „Nachdem man die Probleme des ursprünglichen wertabhängigen Modells erkannt habe, so Mattner, habe man bei der Miete im Sinne der Einfachheit zwar Pauschalierungen vorgenommen, doch die Einbeziehung der Bodenrichtwerte bei der Grundsteuer bleibe problematisch. Denn das Verfahren zur Ermittlung der Bodenrichtwerte sei weder transparent noch rechtssicher.

„Wir stellen fest, dass sich die Einzelhandelslandschaft in einem nie da gewesenen Ausmaß und Tempo verändert“, sagte **Ingka-Chef Jesper Brodin** im November 2018 in einer Pressemitteilung. Weil sich das Kundenverhalten schnell wandle, müssten die Bedürfnisse der Verbraucher auf neuen Wegen erreicht werden. „Aktuell sind parallel viele spannende Entwicklungen im Gang, wie neue innerstädtische Konzepte für unsere Einrichtungshäuser und neue digitale Lösungen“, ergänzt **Dennis Balslev**, Geschäftsführer Ikea Deutschland.

Verbraucher müssen heute anders erreicht werden

Und auch **Ikea-Sprecherin Simone Settergren** bestätigt: „Wir sind mitten in einer grundlegenden strategischen Neuausrichtung. Wir werden uns künftig auf zentrale und Innenstadtlagen konzentrieren, die auch ohne Auto zu erreichen sind und legen dabei



Innerstädtischer Ikea-Shop.

Foto: Redevco

den Fokus auf die Metropolregionen“. Den Anfang soll in Deutschland Berlin machen, hier sucht Ikea bereits nach Standorten. „Wir werden uns in den nächsten Jahren allein auf die Hauptstadt konzentrieren“, bekräftigt Settergren.

Warum Berlin? Für die Konzernleitung und auch die globalen Kollegen sei Berlin in Deutschland der Hot Spot. „Wir wollen näher an möglichst viele Menschen heranrücken, da ist eine lebendige, spannende Stadt mit fast vier Millionen Einwohnern interessant für uns“, so die Ikea-Sprecherin.

Formate werden kleiner, individueller und flexibler

Wie die neuen Storeformate genau aussehen, steht noch nicht fest. „Ganz sicher wird es keine klassischen Standard-Ikea-Einrichtungshäuser mehr geben, wie man sie bisher kennt, sondern etwas grundlegend Neues. Wesentlich kleiner, individueller und flexibler sollen die Formate werden, soviel ist sicher. Vorstellbar sei theoretisch aber so ziemlich alles, Ikea-Geschäfte in der Fußgängerzone, in einem Warenhaus oder einem Einkaufszentrum. Bei neuen Projekten in den Innenstädten kann sich der Möbelriese auch City-Formate ohne eigene SB-Halle vorstellen. Hier kann der Kunde kleinere Artikel gleich mitnehmen. Größere Artikel werden zeitnah nach Hause geliefert.

Statt vieler Parkplätze soll nun „eine gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr“ obere Maxime sein. „Auch Kunden ohne Auto müssen uns gut erreichen können“, sagt **Johannes Ferber**, **Property Manager** Ikea Deutschland. Das, zumindest von der Frequenz her, äußerst erfolgreiche Haus in Hamburg Altona soll aber nicht kopiert werden. „Wir wollen individuelle Standorte entwickeln, zum Beispiel ohne komplettes



Handelsimmobilien

Report Nr.294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 9

Warenlager“, ergänzt der Ikea-Manager. Die bestehenden 53 Häuser, jedes zweite davon auf der grünen Wiese, sollen aber ihre wichtige Rolle behalten. „Wir werden weiterhin in die bestehenden Häuser investieren, damit unsere Kunden ein schönes Einkaufserlebnis haben“.

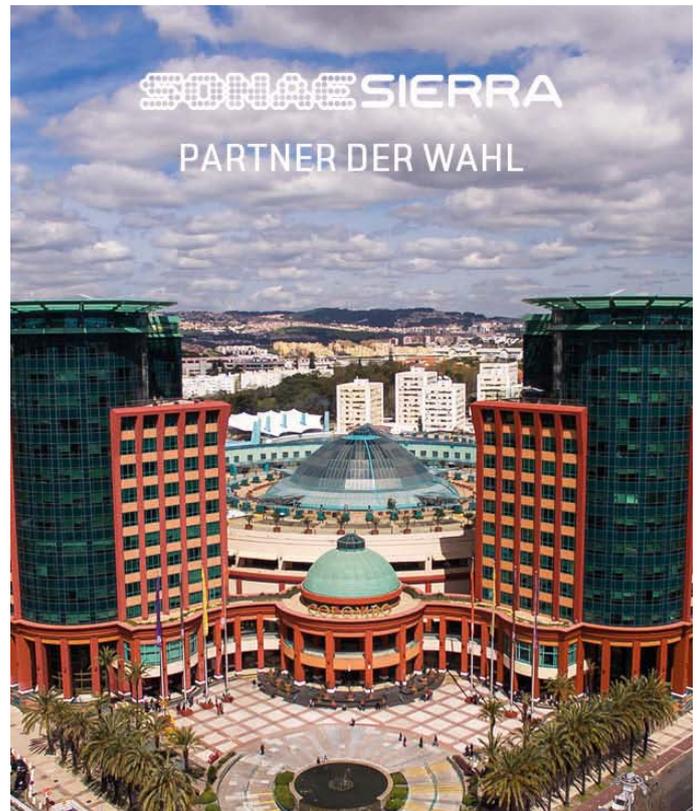
In den kommenden Jahren sind neue City-Formate in 30 Großstädten auf der Welt geplant. In **Paris** befindet sich gerade ein City-Einrichtungshaus im Bau, das im Mai eröffnen soll und das direkt neben einer Metro-Station steht. Auch am **Wiener Westbahnhof** entsteht eine Filiale nach diesem Konzept. Zudem testet Ikea in zentraler Lage von **Stockholm** ein reines Küchenstudio.

In Deutschland soll das 54. Möbelhaus im Sommer 2020 in **Karlsruhe** eröffnen. Bei den geplanten Ansiedlungen in **Nürnberg** und **München-Eching** werden derzeit die Formate – bislang waren Standard-Einrichtungshäuser vorgesehen – überarbeitet. Für Nürnberg wird ein kleineres Möbelhaus mit zusätzlichen Lagerflächen für Online-Lieferungen erwogen.

Die Pläne für Standorte in **Bottrop** und **Castrop-Rauxel** waren im Frühjahr aufgegeben worden. „Im Ruhrgebiet bewertet Ikea das Potential inzwischen anders als noch vor ein paar Jahren“, sagt Ferber. Auch die Pläne für **Memmingen** in Bayern wurden soeben aufgegeben. Keines der geprüften Konzepte erschien auf Dauer wirtschaftlich tragfähig. Die Entscheidung betrifft sowohl das Ikea Einrichtungshaus als auch die geplanten Fachmärkte.

Neben der **Urbanisierung** forciert Ikea sein **Onlinegeschäft**. Dieses aus gutem Grund: Seit Jahren wächst bei Ikea Deutschland der Online-Umsatz schneller als der im stationären Einzelhandel. So wurde in Deutschland im Geschäftsjahr 2018 (31. August) insgesamt ein überschaubares Umsatzplus von 2,8% auf rund 5 Mrd. Euro erzielt. Der Online-Umsatz legte demgegenüber um 12,8% zu - freilich von einer niedrigeren Basis aus - und kletterte auf einen Anteil von 7,4%.

Um die Lieferzeiten zu verkürzen, sollen Kunden auch über kleinere Service- und Bestellcenter erreicht werden. Geplant sind neue Distributionszentren zur Direktbelieferung, um die Lieferzeiten zu verkürzen. Das erste Lager dieser Art in Deutschland ging Anfang Oktober im niedersächsischen **Elsdorf** in Betrieb. „Außer klassischen Logistikzentren wie Elsdorf denken wir auch an Formate, bei denen das Einrichtungshaus mit den benötigten Kapazitäten zur schnelleren Auslieferung von Online-Bestellungen kombiniert wird“, erklärt Johannes Ferber.



INVESTITION, ENTWICKLUNG, MANAGEMENT UND BETRIEBLICHES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Partner der Wahl

Wir gehen langfristige und zuverlässige Partnerschaften mit allen Anspruchsgruppen ein.

Wir teilen unsere Erfahrungen und unser Know-how, damit unsere Auftraggeber profitieren.

Nachgewiesene Erfahrungen mit eigenen Projekten sichern die optimale Beratung für Investoren.

Wir schaffen gemeinsame Werte und lassen uns von unserer Nachhaltigkeitsstrategie leiten.

Weil wir die beste Lösung wollen, setzen wir auf Flexibilität.

www.sonaesierra.com



Handelsimmobilien

Report Nr.294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 10

Center News

Aktion: Create your Style by Alexa

Das Berliner Shopping-Center **Alexa** startet seine



Kampagne „Create your Style by Alexa“. Bis November 2019 dürfen sich die Besucher des Shopping- und Freizeitcenters am Alexanderplatz auf überraschende Mode- und Lifestyle-Aktionen freuen. Den Anfang machten am 5. und 6. April das Do It Yourself-Event „Create your Style – mach dein Outfit unverwechselbar“. Ganz im Sinne des Mottos waren Modedans aufgerufen, ihre alten oder neu gekauften Kleidungsstücke in individuelle Einzelstücke zu verwandeln. Fashion- und Designstudenten der Ausbildungs-Akademie Deutsche POP standen im Center am Freitag, den 5. April zwischen 14 und 19 Uhr und am 6. April von 11 bis 18 Uhr mit Experten-Tipps und flinken Händen zur Unterstützung bereit.

Hamburg: Ein Hamburger Immobilienprofi hat in Winterhude ein vollvermietetes Wohn- und Geschäftshaus mit zwölf Wohnungen (rd. 1 300 qm) und drei Gewerbeeinheiten (ca. 260 qm) gekauft. Verkäufer war eine Privatperson. **Engel & Völkers Commercial Hamburg** vermittelte.

Sicher ist, dass die **Gastronomie** ein fester Bestandteil der neuen Ikea-Strategie sein wird. Zwar ist weltweit noch nie ein Ikea-Haus ohne Gastronomie gebaut worden, aber in den Innenstadtlagen spielt die Gastronomie für den Einzelhandel bekanntlich eine immer größere Rolle. In Hamburg-Altona ist das Konzept aufgegangen, das Einrichtungshaus hat sich zum Nachbarschaftstreff entwickelt, die Menschen kommen zum Mittagessen und Kaffeetrinken.

„Alle neuen Häuser werden Café und Restaurant mit hoher Aufenthaltsqualität haben“, sagt Settergren. Die Restaurants sind ein großer Umsatzbringer. 239,6 Mio. Euro Foodservice-Umsatz in Deutschland meldet Ikea für das Geschäftsjahr 2018. Der Konzern zählt mittlerweile zu den größten Gastronomie-Unternehmen in Deutschland.

Die Gastronomie spielt auch in Zukunft eine Rolle

Auch was das Essensangebot betrifft, will sich Ikea weiterentwickeln, die beliebten „Köttbullar“ gibt es schon längst vegetarisch, ebenso wie seit 2018 der Veggie-Hotdog „Wir möchten unseren Kunden eine vielfältige Auswahl an Gerichten und Lebensmitteln bieten, die den unterschiedlichen Vorlieben der Menschen entsprechen. Daher be-



Das neue geplante Haus in Karlsruhe soll 2020 an den Start gehen.

Foto: Inter Ikea

steht unser Angebot aus fleischhaltigen Produkten, fleischlosen Optionen und zunehmend auch aus pflanzlichen Lebensmitteln“, erklärt die Ikea Sprecherin.

Ein **gastronomisches Pilotprojekt** wird im niederländischen **Groningen** getestet. Kunden können ausgewählte Gerichte, aber auch das beliebte Ein-Euro-Frühstück zwischen 12 und 20 Uhr bestellen. Dafür hat man sich einen regionalen Lieferservice an Bord genommen. Die ersten Reaktionen sollen sehr positiv gewesen sein.

In den nächsten Jahren sind 30 Kontaktpunkte geplant

Der **Ikea-Konzern** besitzt und betreibt 367 Ikea-Einrichtungshäuser in 30 Ländern. Auf dem deutschen Markt war Ikea im Geschäftsjahr 2018 (31. August) noch um 2,8% auf einen Umsatz von 5 Mrd. Euro gewachsen. Global betrug das Erlöswachstum währungsbereinigt 4,7% auf 34,8 Mrd. Euro. In den nächsten beiden Jahren sollen durch die Eröffnung von 30 neuen Ikea-Kontaktpunkten wie klassische Einrichtungshäuser und neue Formate, Investitionen in das Fullfilment-Netz und den Ausbau der digitalen Kapazitäten global 11 500 neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Zugleich könnten 7 500 von 160 000 Stellen wegfallen, hauptsächlich in globalen Funktionen und den Landeszentralen in 30 Märkten.



Handelsimmobilien

Report Nr.294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 11

Flächenkonversion in Shopping-Centern

Der handelsfremde Anteil wird weiter wachsen

Boris Böhm, Partner und Prokurist bei der Dr. Lademann & Partner GmbH

Das Expansionskonzept Shopping-Center basierte bis vor wenigen Jahren vor allem auf der Zugkraft der Modebranche. Deren Schwächephase hat nicht nur die Neueröffnungsquote auf Null im Jahr 2017 ausgebremst, sondern vor allem bei den zu Jahresanfang bestehenden 483 Shopping-Center (nach Zahlen des neuen EHI Shopping Center-Report) den Druck zur Neuorientierung deutlich erhöht.



Dass es – trotz der sich forcierenden Zahl von Insolvenzen in der Modebranche – aussichtsreiche Perspektiven für Center gibt, belegen nicht nur die vier Einkaufszentren, die 2018 eröffnet wurden, sowie die sechs in diesem Jahr zur Eröffnung vorgesehenen Destinationen, sondern auch zahlreiche Beispiele zur Revitalisierung von Centern im Bestand. Die neuen Konzepte befreien die Standorte vom Korsett der Modemonostruktur, schaffen eine – auch konjunkturell – stabilere Struktur und so eine größere Sicherheit für die Eigentümer.

konjunkturell – stabilere Struktur und so eine größere Sicherheit für die Eigentümer.

Food ist sicher: Anders, als Mode, Schuhe und Elektrogeräte, muss der stationäre

Deals

Frankfurt: Das Keramik-Label **Motel a Mii** hat in der Kölner Trendlage Ehrenstraße Ende März sein bundesweit sechstes Geschäft eröffnet. Das zuvor durch Vans genutzte Eckladenlokal auf der Ehrenstraße 73 ist mit circa 75 qm Verkaufsfläche der ideale Standort für das zeitgemäße Konzept. Die Kette Motel a Mii vertreibt trendige Keramik aus Portugal und wurde von **Anna von Hellberg** und **Laura Castien** gegründet. Der Firmensitz der Marke ist München. Weitere Geschäfte gibt es in München, Hamburg und Berlin. Der Dienstleister **CBRE** vermittelte den Mietvertrag.



MÄRKTE
FÜRS
LEBEN

RATISBONA Handelsimmobilien sucht...

interessante Objekte zum Kauf – oder solche, die sich dazu entwickeln lassen.

WIR SUCHEN BUNDESWEIT:

- Grundstücke ab 3.500 Quadratmeter für Einzelhandelsbebauung, in Top-Lagen in Großstädten auch schon ab 2.000 Quadratmeter.
- Handelsobjekte mit Entwicklungspotenzial (Laufzeit Mietvertrag 0-10 Jahre)
- Handelsobjekte als Renditeobjekte und Kapitalanlage (Laufzeit Mietvertrag 5-15 Jahre)
- Einzelhandels-Projektentwicklungen (unabhängig vom Entwicklungsstand) zur Übernahme

OBJEKTTYPEN:

- Vollsortimenter
- Discounter
- SB-Warenhäuser
- Baumärkte
- Fachmarktzentren und Fachmärkte
- Einkaufszentren (bis 20 Mio. Euro Investment)
- Gemischt genutzte Objekte (mit Handel im EG, dazu Wohnen und Büros etc.)
- Innenstadtobjekte (mit Handel im EG)

Ihre Ansprechpartner:

STEFAN BOCK
+49 151 54 37 58 80
stefan.bock@ratisbona.com

TOBIAS HÜMMER
+49 151 51 56 65 76
tobias.huemmer@ratisbona.com

RATISBONA Handelsimmobilien
Kumpfmühler Straße 5 • 93047 Regensburg
ratisbona.com



RATISBONA
HANDELSIMMOBILIEN



Handelsimmobilien

Report Nr.294

VOM 12.04.19

Cities & Center & Developments

Seite 12

Personalien

Michael Bünnagel wechselt zur DI-Gruppe

Die **Deutsche Immobilien-Gruppe** (DI-Gruppe) hat **Christoph Stoll** mit Wirkung zum 1. April zum **kaufmännischen Leiter**



berufen. Als Bereichsleiter verantwortete er zuvor fast zwei Jahre lang das Centermanagement

& Leasing. Der 52jährige ist seit über 30 Jahren in der Handels- und Shoppingcenterbranche tätig (u. a. bei Kaufhof, Billfinger-Berger RE, Unibail-Rodamco) und war zuvor bei **Jones Lang LaSalle Deutschland** als National Director für das Bestandsmanagement sowie



die Vermietung aller von JLL verwalteten Shopping-Center in Deutschland

verantwortlich. Stolls Nachfolge als **Head of Center- und Propertymanagement** der DI-Gruppe tritt **Michael Bünnagel** an, der zuletzt als Head of Center & Retail Management für die **Apleona Real Estate GmbH** in Düsseldorf tätig war. Der 54jährige verfügt über 25 Jahre Erfahrung im Immobilien- und Centermanagement in 1A- und 1B-Standorten. Nicht zuletzt mit seiner Expertise bei Revitalisierungen soll Bünnagel den Geschäftsbereich stärken und ausbauen helfen.

Lebensmitteleinzelhandel seinen Umsatz kaum an Online-Händler abgeben. Weniger als 2% des Umsatzes entfallen auf Lebensmittel, die im Internet gekauft werden. Anläufe von **Amazon**, Konzepte von **Lidl** oder **Kaufland** sowie Services von **Rewe** und **Edeka** haben bislang in Deutschland kaum eine ernstzunehmende Resonanz gefunden.

Im Gegenteil: Lebensmittelmärkte sind als Immobilien so interessant, weil die meisten Mieter in den vergangenen Jahren ihre Umsätze deutlich steigern konnten. Die anhaltend positive Konjunktorentwicklung sorgt für steigende Einkommen und die Bereitschaft, etwa aus Gründen der Gesundheit mehr Geld in die Qualität der Nahrungsmittel



zu investieren. So achten wir bei Ankaufsprüfungen auch von Fachmarktzentren darauf, dass es einen **signifikanten Foodanteil** und einen starken **Food-Anker** im Center gibt. Denn Food bleibt auch in den nächsten zehn Jahren der Fels in der Brandung.

In Centern wird der Foodanteil auch über Lebensmittler repräsentiert. Sie ziehen inzwischen häufiger aus dem Untergeschoss in repräsentativere Lagen. Hier sinken einerseits die Mieten und andererseits wollen die Menschen in der Nähe ihres Wohnorts oder ihres Arbeitsplatzes einkaufen.

Der Gastronomie-Anteil steigt deutlich an

Stärker noch, als durch Edeka oder Rewe werden Einkaufszentren künftig durch die Gastronomie geprägt. Lag der Flächenanteil von Bistros, Restaurants oder Imbissen vor wenigen Jahren noch bei 5%, klettert er bei neuen Konzepten auf 20% – wie etwa in der **Europa Passage** in der Hamburger City. Erst 2006 eröffnet, investierte Eigentümer **Allianz** bis zur Eröffnung im September 2018 rund 14 Mio. Euro in den **Food Sky** (Foto: ECE). Auf 3 000 qm im obersten Geschoss finden sich 15 Anbieter mit 400 gemeinsamen Sitzplätzen sowie fünf weitere Restaurants mit eigenen Sitzbereichen. Die starke Resonanz erhöht die Verweildauer im Center und führt zu einer deutlich gestiegenen Frequenz in den Einzelhandelsetagen unter dem Food Sky.

Gestiegene Frequenz in den Einzelhandels-Etagen

Büro, Hotel, Fitness: Bei älteren Centern, gerade in weniger zentralen Lagen, sind aber umfassendere Neukonzeptionen nötig. Grundsätzlich geht es um Nutzungen im Center oder angrenzend, die sich komplementär zum Bestand verhalten. Das können Büroflächen sein, wie die Kooperation der Warenhauskette **Kaufhof** mit **WeWork**, dem Anbieter von Coworking-Spaces, zeigt. Gerade in den Metropolen und B-Städten ist die Nachfrage nach Büroflächen aktuell sehr hoch und die Mieten steigen. So werden moderne Büros in Centerlagen inzwischen teilweise für deutlich über 10 Euro je qm vermietet und bringen zudem zusätzliche Kaufkraft an den Standort.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

VOM 12.04.19

Cities & Center & Developments

Seite 13

Das gilt auch für Kombinationen mit einem Hotel, das gut mit Fitness-Centern harmonisiert. Fitness-Center wiederum ergänzen Coworking-Angebote und die wiederum – in Städten mit hohem Arbeitskräfteaufkommen – Serviced-Apartments.

Das Beispiel Rhein-Ruhr-Zentrum: Wie verschiedene Nutzungen zusammengedacht und -gebracht werden, illustrieren die Pläne zum Umbau des 1973 eröffneten Rhein-Ruhr-Zentrums (RRZ) in Mülheim/Ruhr. Die Eigentümer – ein von **Morgan Stanley** verwalteter Immobilienfonds sowie die **Redos-Gruppe** – haben 2018 nicht nur das Shopping-Center gekauft, sondern auch die **Karstadt Arkaden** sowie das benachbarte, leer stehende Stinnes Hochhaus.

Hier sind Büros, ein Hotel sowie Gastronomie vorgesehen – mit direktem Anschluss an das RRZ. Der bestehende Foodcourt soll nach dem Markthallenprinzip umgebaut werden, im Einzelhandelsbereich sollen Omnichannel-Konzepte favorisiert werden, Kino und Bowlingbahn um digitale Unterhaltungsangebote ergänzt werden. Schwerpunktthemen sind „Mode und Familie“, „Markthalle“, „Freizeit“ sowie „Sportwelt“. Der Anteil nicht handelsrelevanter Nutzungen liegt bei knapp 50%. Eine dreistellige Millionen-summe soll bis 2022 investiert werden.

Shopping-Center, die eher am Stadtrand stehen, müssen bei der Überarbeitung ihrer Konzepte gleichzeitig die Regulationen der **kommunalen Einzelhandelskonzepte** sowie der **Landes- und Regionalplanung** beachten. Dazu zählt in der Regel das Verbot, bei Innenstadt-relevanten Konzepten aufzustocken. So stand etwa im **T.E.C. Thüringer**

Deals

Berlin: Die Berliner Kaffeerösterei **The Barn GmbH** hat mit einem „Soft Opening“ in der Neue Schönhauser Straße 12 in Berlin ihr sechstes Café eröffnet und damit den Hipster-Faktor in der Trendlage am Hackeschen Markt nochmals erhöht. Vermittelt wurde die Vermietung des 50 qm großen Cafés von der **Comfort Berlin-Leipzig GmbH**. The Barn ist eine führende Kaffeerösterei in Europa und repräsentiert die Spezialitäten-Kaffee-Bewegung seit 2010 auf hohem Niveau. Der Vormieter Goldschmied Stiehler ist nun am Prenzlauer Berg, Husemannstraße 4 zu finden.



IPH

Handelsimmobilien

Centermanagement

Ihre Alternative für individuelles Center Management.

IHRE VORTEILE

- Handels- und E-Commerce-Wissen aus erster Hand
- Verbesserung der Performance
- präzise Positionierung
- Vermietung mit Weitblick
- wirkungsvolles Marketing

VON DEUTSCHLANDS GRÖSSTEM UNABHÄNGIGEN CENTER MANAGER – FLÄCHENDECKEND VERTRETEN

www.iph-cm.de

Wissen schafft Werte.





Handelsimmobilien

Report Nr.294

VOM 12.04.19

Cities & Center & Developments

Seite 14

*Unternehmens
News*

Einkaufszentrum in Erfurt fünf Jahre eine zweigeschossige Immobilie leer, die für die insolvente Baumarktkette Praktiker gebaut worden war und die dann kurz durch ein Porsche-Zentrum genutzt wurde.

Nun werden im TEC Thüringer Einkaufszentrum (Foto) 3 200 der 6 000 qm vom Sportartikelhändler **Decathlon** bezogen und im Juni eröffnet. Ergänzt wird das Warenangebot in der Pilotfiliale des französischen Filialisten durch ein Fitness-Center sowie Außenflächen mit Volleyball- und Fußballplätzen. Zudem ziehen ein vergrößerter **Aldi**-Markt und ein Biomarkt in die frühere Baumarktimmobilie.

Ein Jahrzehnt der Flächenkonversionen steht bevor: Ganz ohne Schmerzen vollzieht sich der Strukturwandel freilich nicht. Viele der heute und in naher Zukunft aus-

Foto: MEC



laufenden Verträge wurden vor etwa zehn Jahren auf dem Peak des Modebooms im stationären Einzelhandel abgeschlossen. Die Anschlussverträge – selbst mit den gleichen Mietern – finden heute unter anderen Rahmenbedingungen statt und werden zu niedrigeren Mieten führen. Doch zahlreiche Flächen – etwa in der oberen Etagen – werden kaum noch Einzelhandelsmieter finden. Wir stehen vor einem Jahrzehnt der Flächenkonversionen im Einzelhandel.

Fonds-Eigentümer schätzen die Diversifizierung

Richtig ist: Fitness-Center zahlen eher 10 Euro je qm, als 25 Euro. Das ist ein deutlicher finanzieller Einschnitt. Doch nach unserer Erfahrung schätzen etwa Fonds-Eigentümer den Schritt in die Diversifizierung. Zudem mieten Fitness-Center-Betreiber oft für 15 bis 20 Jahre, übernehmen die Flächen im Rohbau und bauen selbst aus – standardisiert mit eigenen Ausbauunternehmen.

Tatsächlich zahlen bisherige Ankermieter, wie etwa **Media Markt** oder **Satum**, auch in der Regel subventionierte Mieten von nicht mehr als 10 Euro bis 15 Euro je qm. Doch die Anbieter von Elektrogeräten und Medientechnik schließen oder schrumpfen ebenfalls ihre Filialen – und verlieren ihren Status als Anker.

Einkaufszentren müssen sich integrieren und öffnen

Wir sehen bei den Shopping-Centern künftig einen handelsfremden Anteil von bis zu 30%. Doch die Diversifizierung der Nutzungen im Center bedingt auch gleichzeitig eine stärkere Integration und Öffnung des Standortes zur Nachbarschaft. Wer mutig, aber bedacht die sich abzeichnenden Rahmenbedingungen berücksichtigt, schafft Chancen und muss vor dem Strukturwandel im Einzelhandel weder als Center-Manager noch als Eigentümer Angst haben.

Adigeo Verona erhält ICSC-Award 2019

Großer Erfolg für das Adigeo Verona: Der Internati-



onal **Council of Shopping-Centers (ICSC)** hat das **ECE-Shopping-Center** auf seiner europäischen Jahrestagung in Barcelona mit dem „European Shopping-Center Award 2019“ ausgezeichnet. Die neue Einkaufsgalerie in der norditalienischen Stadt Verona erhielt den begehrten Preis in der Kategorie New Developments und verwies prominente Konkurrenten auf die Ränge. Eine Anerkennung in der Kategorie Refurbishments erhielt zudem das PEP München für die erfolgreich realisierte Repositionierung und Modernisierung. Das als „Best New Development“ ausgezeichnete Adigeo gehört zu den größten und modernsten innerstädtischen Shopping-Centern in Italien. Der ICSC hob in seiner Begründung vor allem die eindrucksvolle Architektur sowie die moderne und innovative Ausrichtung sowie das auf umfassende Nachhaltigkeit ausgelegte Gesamtkonzept des Adigeo hervor. Das Center wurde schon während der Bauphase erweitert, was die große Akzeptanz belegt

WIR BRINGEN DAS LEBEN ZURÜCK!

DAS ERGEBNIS: NEUERÖFFNUNG 2017

 **Hahn
Gruppe**

Wertarbeit mit Handelsflächen



Multzentrum in Weinheim

DIE AUSGANGSLAGE



DIE PLANUNG



Sie suchen einen starken Partner
als Investor und Asset Manager?
Dann sollten wir darüber sprechen.

Als Spezialist für Einzelhandels-
immobilien bringen wir regelmäßig
optimierungsbedürftige Standorte
auf die Erfolgsspur zurück.
Wir entwickeln Konzepte, vermie-
ten, investieren und revitalisieren.
Unser Asset und Investment Ma-
nagement umfasst den gesamten
Lebenszyklus der Immobilie.

Die Hahn Gruppe ist seit 1982 einer der führenden Asset und Investment Manager für Einzelhandelsimmobilien – mit einem in Deutschland verwalteten Immobilienvermögen von rund 3 Mrd. Euro.

www.hahnag.de



Sehen Sie jetzt
den Film
„Die Neuerfindung
des Multizentrums
in Weinheim“



Die Zukunft der Lebensmittelmärkte

Baby-Boomer bleiben als Kunden interessant

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der demographische Wandel mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen wird hierzulande vor allem unter negativem Vorzeichen diskutiert: Mehr Rentner pro Beschäftigten, weniger Erwerbstätige, wachsende Belastungen für die Rentenkassen, weniger Wirtschaftswachstum und weniger Wohlstand. Das gilt vor allem, wenn die Generation der Baby-Boom in den Ruhestand geht. Dass dieser Trend aus Sicht des Einzelhandels aber auch positive Seiten hat, arbeitete der Habona Report 2019 heraus.

Denn so linear, wie sich die Fortschreibung des Trends aus heutiger Sicht darstellt, wird die Entwicklung in den nächsten Jahren nicht unbedingt verlaufen. So geht die **Körper-Stiftung** unter dem Titel „Arbeit, Rente, unversorgt“ laut **Habona Report 2019** davon aus, dass die Zahl der Erwerbstätigen, die älter als 60 Jahre alt sind, in den



Foto: Habona

nächsten Jahren deutlich steigen wird. Zum einen, weil das gesetzliche Renteneintrittsalter kontinuierlich bis auf 67 Jahre steigt.

Zum andern wird es eine **steigende freiwillige Erwerbstätigkeit** unter den älteren Menschen geben - nicht zuletzt, weil immer mehr Menschen auch im Alter noch sehr aktiv sind und sich beschäftigen möchten, oder weil es Rentner gibt, die etwas dazu verdienen müssen. Da sich die Erwerbsquote (der Anteil der Erwerbspersonen an der entsprechenden Altersgruppe) in Deutschland bis 2035 auf rund 80% erhöhen werde, so heißt es im Habona Report, werde der Konsum auch künftig maßgeblich durch Arbeitseinkommen bestritten. Zumal mehr Ältere als Arbeitnehmer gefragt sein werden, wenn jüngere Arbeitskräfte knapp werden. Bis 2035 wird zudem der Anteil der weiblichen Erwerbspersonen steigen.

Für diese Entwicklung sprechen auch diese Zahlen: Zwischen 2000 und 2015 ist der Anteil der über 60-Jährigen an der Erwerbsquote um 36-Prozentpunkte auf 77% gestiegen. Und etwa zwei Drittel der 50- bis 64-Jährigen kann sich nach Umfrage des Forschungsinstituts **Forsa** für die Körper-Stiftung unter bestimmten Bedingungen vorstellen, im Rentenalter zu arbeiten. So werden die **Baby-Boomer** mit Blick auf die durchschnittliche Lebenserwartung von derzeit 80 Jahren in Deutschland laut Habona Report auch in den nächsten 20 Jahren für den Konsum von Bedeutung sein.

Da diese Altersgruppen schon sehr viel haben und weniger in den Hausstand investieren, stellt sich die Frage, wer von dieser wachsenden Konsumenten-Gruppe profitiert? Laut Report kann „mehr Zeit auch mehr Genuss bedeuten und mehr Interesse an hoch-

Deals

CM verzeichnet Vermietungserfolge

Ein Jahr nachdem die Eigentümerin **Cosimo Investment Group GmbH** die **CM Immobilienmanagement GmbH** mit der Vermietung des **Hansa Center Bottrop** beauftragt hatte, sind inzwischen mehr als 50% der Handelsflächen an namenhafte Unternehmen vermietet. Darunter befinden sich laut CM der Netto Markendiscouter, der Modespezialist **Olymp & Hades** mit der Marke Kult sowie im Obergeschoss ein Fitnesscenter und ein Blutplasma-/ Blutspendedienst. Zudem konnten überregionale Filialisten wie **Nanu Nana** und regionale Mieter wie **Tabak Becker** und **Taxi Union Erbek** gewonnen werden. Für den Gastronomie-Bereich wurden inzwischen Mieter wie **Backwerk**, **Sumoburger**, **Zoorna Döner**, **Früchteoase** und **Saigon** gewonnen. Die CM Immobilienmanagement GmbH mit Standort Wuppertal betreut aktuell acht Shopping-Center in Deutschland und eine weitere Projektentwicklung in Berlin.

+++++

Freiburg: Das Kosmetikunternehmen **Lush** zieht innerhalb der Rathausgasse in Freiburg in die Hausnummer 5 um. Ab der zweiten Jahreshälfte 2019 sollen hier auf rd. 120 qm die typischen Produkte angeboten werden. Vermieter ist eine Privatperson. **Savills** beriet den Mieter.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

VOM 12.04.19

Cities & Center & Developments

Seite 17

wertigen Produkten etwa aus dem Lebensmittelhandel“. Davon profitieren beispielsweise die Nahversorger um die Ecke, die für ältere Menschen nicht selten auch als soziale Treffpunkte dienen. So kommt es nicht von ungefähr, dass der Umsatz der Supermärkte, die lange Zeit zwischen den preisaggressiven Discountern und den besser sortierten SB-Warenhäusern zerrieben wurden, ihren Umsatz in den vergangenen zehn Jahren um 36% steigern konnten und die Discounter um 26%.

Laut Habona Report spielt für alle **Trendgruppen der Zukunft** die bewusste und reflektierte Lebensführung eine große Rolle. Zu den Trendgruppen mit Bedeutung für den stationären Handel gehören die **späten Mütter** (31 bis 49 Jahre alt), die **Mittelstands-Rentner**, die **Alleinlebenden Berufstätigen 40 plus** und die **aktiven Berufstätigen 55 plus**. Hier begegnet laut Report die Deckung des täglichen Bedarfs und der persönlichen Dienstleistungen den hohen Ansprüchen dieser Klientel, wobei der Zeitmangel eine große Rolle spielt und das Bedürfnis zu spontanen Einkaufsentscheidungen. Das eröffnet noch Raum für die Weiterentwicklung der Nahversorger.

Dabei gilt es auch zu berücksichtigen, dass der Alltag für viele seine Struktur verloren hat und sie diese entstrukturierte Situation oft mit Ernährungsdefiziten gleichsetzen. Deshalb steige das Bedürfnis nach gesunden Lebensmitteln. Mit Bio-Angeboten, regionalen Produkten, Frische, Convenience und Superfood können die Lebensmittelmärkte nicht nur mit mehr Qualität antworten, sondern auch höhere Margen erzielen.

Gleichzeitig befinden sich die Trendgruppen in einem Spannungsfeld: Neben dem An-

Deals

Metzingen: Wer shoppt, braucht Power: Deshalb hat das Schweizer Gastronomie-Unternehmen **Marché International** Ende März in der Outletsity in Metzingen ein Marché Mövenpick Marktplatzrestaurant der neuen Generation eröffnet. In urbanem Ambiente, mit großer Terrasse ins Grüne, wählt hier jeder Gast sein Lieblingsgericht individuell aus einer Vielzahl an frischen Pizzen, belegten Focaccia, Grillspezialitäten oder regionalen Angeboten aus. Dank der großen Vegetarian Island geht Marché auch auf Veggie-Liebhaber ein. Zudem gibt es eine Lounge für Afterwork-Treffen.

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



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 18

Deals

CMde managt die Lenné Passagen

Die **CMde Centermanager und Immobilien GmbH** hat das Center- und Property Management sowie die Vermietung der **Lenné Passagen** in Frankfurt (Oder) übernommen. Das Shopping-Center in zentraler Innenstadtlage der Universitäts- und Grenzstadt zu Polen mit 25 000 qm Mietfläche bietet Raum für ca. 40 Mieter. CMde ist Nachfolger von **JLL Jones Lang LaSalle**, die das Center in zuvor verwaltet hatten. Die CMde ist ein mittelständischer und inhabergeführter Dienstleister, der sich auf das Management von Shopping Centern, innerstädtischen Geschäftshäusern und komplexen Büroimmobilien spezialisiert hat.

+++++

Frankfurt/M: Segro hat mit dem Bau der ersten 14 000 qm großen Mietfläche im **City Park Frankfurt** begonnen. In der zentralen Lage im Stadtteil Rödelheim wird ein 14,5 ha großes Gelände, das bis 2008 vom US-Militär genutzt wurde, revitalisiert. Die Flächen werden spekulativ entwickelt und stehen planmäßig ab dem vierten Quartal 2019 zum Bezug zur Verfügung. Die bis zu zwölf Einheiten können in Größen von ca. 1 000 bis 8 000 qm gemietet werden und bestehen aus Lager-, Service- und Büroflächen. In weiteren Bauphasen sollen weitere Flächen entstehen.

spruch an Qualität und Regionalität wollen sie auch, günstig, praktisch und international einkaufen. Das eröffnet die Möglichkeit, vieles zu kombinieren - beispielsweise die Pole „Sehnsucht“ und „Vernunft“ durch Super- und Wochenmarkt. Viele Supermärkte integrieren deshalb Metzger, Bäckern und Floristen in ihr Format, mehr Bedientheken und spezielle Kooperationen mit Bauern oder Herstellern.

Aus Sicht der Experten wird auch die Nähe des Lebensmittelmarkts zum Wohnort oder zum Arbeitsplatz immer wichtiger, mehr als die Größe. Sollten sich die individuellen Mobilitätskosten überproportional entwickeln, dann dürfte der Lebensmittelmarkt an



Foto: Rewe

der Ecke profitieren, heißt es im Report. Mit Blick auf den Zeitfaktor gewinnt zudem das One-Stop-Shopping an Bedeutung. Davon profitieren zentrale, gut erreichbare Standorte, die weitere Erledigungen ermöglichen. Wichtig ist die Integration in den Tagesablauf. Umwege oder Extrafahrten werden vermieden.

Aus Immobiliensicht sind es die gut erreichbaren Lebensmittel- und Drogeriemärkte, die den soziodemographischen Trend am besten aufgreifen konnten und die sich laut Report immer mehr zu „sinnlichen Erlebniszonen“ entwickeln, den Umsatz steigern und die Modernisierungsbewegung im Handel vorantreiben. Großes Potenzial haben demnach Nahversorgungsstandorte, Stadtteil- und Quartierszentren. Hier bietet sich auch die Ergänzung des Lebensmittel- und Gastronomie-Angebots um Ärzte, Fitness- und Therapiezentren, Post und Finanzdienstleistern an. Auf dem Land dürfte es aber etwas anders aussehen.

Im Kontext dieser Entwicklung werden die Grenzen zwischen Lebensmittelhandel und Gastronomie verschwimmen. Denn Fertiggerichte werden Teil des Lebensmittelangebots und Stände mit Gastronomie-Angeboten lockern die Atmosphäre im Verkaufsraum auf. Der Außerhaus-Verzehr soll 2019 ein Umsatzvolumen von etwa 83 Mrd. Euro erreichen. Als gelungenes Beispiel für eine solche Vermischung von Lebensmittelangebot und zeitgemäßer Gastronomie nennt der Habona Report den neuen **Rewe Supermarkt** in den ehemaligen Hamburger **Zeiseshallen** (Foto), wo früher Schiffschrauben hergestellt wurden. Daraus wurde im zeitgemäßen Industrie-Ambiente ein Lebensmittel-Markt, der mehr als Third Place denn als Einkaufsstätte gilt.

Neben der Annäherung an die Gastronomie lassen sich laut Report auch Verschmelzungen mit Handwerk und Events beobachten, „was die Sehnsucht nach Tradition und Gesundheit einerseits und den Wunsch nach Erlebnis und Unterhaltung andererseits widerspiegelt“.



Retailer Meeting

Das Jahrestreffen der Einzelhandelspezialisten



MIT
EXPO
UND
IMPULS-
VORTRÄGEN

Jetzt
anmelden!



Montag, 6. und
Dienstag, 7. Mai 2019
Stadthalle Soest

Auf die Fläche. Fertig. Los!

Veranstalter


HEUER DIALOG
Ein Unternehmen der Immobilien Zeitung

dfv Conference
Group

In Zusammenarbeit mit

HILLEMAYER 
IMMOBILIEN GmbH



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 20

Personalie

Hahn Gruppe: Michael Hahn geht in den Aufsichtsrat

Kuhlmann übernimmt den Vorstandsvorsitz

DÜSSELDORF. Die Vorlage des besten Konzernergebnisses der vergangenen zehn Jahre hat die Hahn Gruppe zum Anlass genommen, den Wechsel an der Vorstandsspitze einzuleiten. Zum Ablauf der Hauptversammlung am 23. Mai 2019, so teilt das Unternehmen bei Vorlage der Jahreszahlen mit, „verlässt Michael Hahn wunschgemäß den Vorstand der HAHN-Immobilien-Beteiligung AG“. Nachfolger wird erwartungsgemäß sein bisheriger Vorstandkollege Thomas Kuhlmann.

Neben dem neuen **Vorstandsvorsitzenden Thomas Kuhlmann** (links) wird **Jörn**



Burghardt (rechts) den **Vorstand** komplettieren. **Michael Hahn** (unten links) wird auf Vorschlag des Aufsichtsrats mit Beendigung der bevorstehenden Hauptversammlung Mitte Mai die Position von **Helmut Zahl** übernehmen, der das Aufsichtsgremium dann turnusgemäß verlässt. Nach den Worten von Hahn haben Kuhlmann und Burghardt in den vergangenen zehn Jahren unter Beweis gestellt, „dass sie dieses Unternehmen zu



weiteren Erfolgen führen werden“. Die weitere Entwicklung will er sich dann als Aufsichtsrat anschauen.

Für die Zukunft ist Kuhlmann mit Blick auf das unverändert positive Umfeld recht optimistisch. „Großflächige Einzelhandelsimmobilien, d.h. Fachmarktzentren, SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte sowie Bau- und Heimwerker-Märkte, nehmen im Segment der Handelsimmobilien weiterhin eine positive Sonderstellung ein“, ist er überzeugt. Die Wertentwicklung in diesem Segment profitiere hier von einer starken stationären Kundennachfrage. Und auch das Interesse der Mieter sowie der Immobilieninvestoren an diesen Objekten ist nach seiner Erkenntnis groß, da die Objekte auf Grund des restriktiven deutschen Baurechts einen Bestandsschutz genießen.



Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die aktuelle Projektpipeline rechnet Kuhlmann in diesem Jahr im **Fondsgeschäft** mit einem Neuinvestitionsvolumen von etwa 330 Mio. Euro. Und er erwartet ein Konzernergebnis nach Steuern in der Bandbreite zwischen 5,0 Mio. und 6,0 Mio. Euro. Damit würde das Unternehmen das gute Ergebnis von 2018 nochmals toppen. Im vergangenen Jahr war das Konzernergebnis der Hahn Gruppe um 11,1% auf 5,0 Mio. Euro gestiegen, nach etwa 4,5 Mio. Euro im Jahr 2017. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,38 Euro.

Grundlage dieses Erfolgs war vor allem der Unternehmensbereich **Bestandsmanagement**. Hier erhöhten sich die Erlöse aus Managementgebühren gemessen am Vorjahreszeitraum um 5,6% auf 18,8 Mio. Euro. Vor allem das Asset- und Portfolio-Management, das vom gestiegenen Dienstleistungsvolumen im institutionellen Fondsgeschäft profitierte, sorgte für zweistellige Umsatzzuwächse. Laut Michael Hahn konnte das Unternehmen 2018 die Werthaltigkeit des von ihm „gemanagten Immobilienportfolios durch gezielte Asset-Management-Maßnahmen weiter verbessern“. Das Ergebnis aus der Veräußerung und Vermittlung von Immobilien erhöhte sich von

Lührmann Berlin: Sturm stärkt Fachmarkt-Team

Als **Senior Consultant** im Bereich Verkauf ist **André Sturm** Anfang März bei **Lührmann Berlin** gestartet. Der 33-Jährige verstärkt das Fachmarkt-Team um **Michael Schikora** und **Diana Lungrin**, das von **Florian Radszweit** geleitet wird. Sturm bringt eine hohe fachliche Expertise aus unterschiedlichen Bereichen der Immobilienbranche zur Verstärkung im Verkauf mit. Der neue Senior Consultant hat tiefe und breite Marktkenntnisse. In den vergangenen zweieinhalb Jahren war er als Senior Transaction Manager bei **JLL Retail Asset Management**, ehemals **Acrest Property Group**. Zuvor war der studierte Immobilienökonom bei **JNP Real Estate Management** in den Bereichen Transaction und Asset Management tätig.

Deals

München: Der Porzellanhersteller **Rosenthal** hat für seine Repäsentanz in München über **Realkon** eine Einzelhandelsfläche mit rd. 450 qm auf drei Etagen an der Kardinal-Faulhaber-Straße 5 gemietet. Der Vermieter der Fläche ist ein Family Office. Rosenthal zählt heute als eigenständiges Unternehmen innerhalb der **Arcturus Group** zu den weltweit führenden Premium-Lifestyle-Marken in den Bereichen gedeckter Tisch und Interieur. Der Marktführer in Deutschland beschäftigt weltweit über 900 Mitarbeiter.



Advertorial



Fachmarkt Stars in 2018: Preisträger und Laudatoren

Foto: Yong Byun/kplus concept

Branchenpreis – Reichen Sie bis zum 31.05.2019 Ihr Konzept ein!

Der Fachmarkt Star – Start der Einreichungsphase

In den Kategorien NEUBAU, REFURBISHMENT, MIXED USED und für den Sonderpreis der Jury

Düsseldorf: Prämiert werden Unternehmen, die im Einzelhandelsimmobilienmarkt neue Wege gehen.

Wer kann sich bewerben?

Ab sofort können sich Einzelhändler, Architekten, Projektentwickler, Inverstoren, Eigentümer ... aber auch Städte und Kommunen mit dem Konzept ihrer Fachmärkte und Fachmarktzentren für den „Fachmarkt Star 2019“ bewerben.

Ziel des Preises

Mit der Auszeichnung werden Akteure gewürdigt, die anspruchsvolles und qualitätsbewusstes Bauen von Fachmärkten und Fachmarktzentren gestärkt haben. Bauträger und Projektesucher sollen motiviert werden, ihre Konzepte hinsichtlich der ausgelebten Kriterien zu überdenken.

„Wir wollen Innovation und Nachhaltigkeit sehen!“

Die hochkarätig besetzte Jury vergibt den „Fachmarkt Star“ an Menschen oder Unternehmen mit Weitblick:

für ein hervorragendes, innovatives Konzept, eine gelungene Integration im Standortumfeld, eine anspruchsvolle Architektur, eine hohe Betreiberqualität, ein professionelles Standortmarketing und den Weitblick, nicht mehr ausschließlich die reine Funktionalität der Fachmärkte bzw. Fachmarktzentren im Blick zu haben.

Fachmarkt Star

Die Veranstalter dfv Conference Group und Heuer Dialog vergeben den Preis zum vierten Mal und sorgen damit für mehr Transparenz bei Fachmarktimmobilen.



Foto: Yong Byun/kplus concept

Preisträger der Vorjahre

2018:

Neubau: The Crown, Düsseldorf

Refurbishment: deka Kels, Rotlingen

Sonderpreis: Kölle Zoo

2017:

Neubau: RONDO Steinheim, Hanau

Refurbishment: Rewe Howisch, Bremen

Sonderpreis: HO Berlin

2016:

Neubau: Einkaufszentrum Nidder-Forum

Refurbishment: EDU Einkaufszentrum, Duckwitz

Sonderpreis: MPPreis Österreich

Termin

11.11.2019 in Düsseldorf

Im Rahmen des Deutschen Fachmarktimmobilien-Kongresses 11. und 12. 11. 2019.

[HIER GEHT ES ZUR KOSTENFREIEN BEWERBUNG](http://www.dfv.de/fachmarkt19)

www.dfv.de/fachmarkt19



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 22

Personalien

Alexandra Gradl stärkt Lührmann München



Alexandra Gradl unterstützt seit Jahresbeginn **Lührmann** bei der Vermittlung von Handelsimmobilien in 1A-Lagen. Sie baut als **Senior Expert Consultant** gemeinsam mit dem Team um den geschäftsführenden Gesellschafter Guido Kleinschmidt die Beratung in Münchens Top-Lage aus. Gradl ist seit 1998 in der Branche tätig: In den vergangenen drei Jahren war die Immobilienfachwirtin und Dipl. Marketingwirtin bei Comfort München als Senior Consultant. Bei **JLL**, ebenfalls in der bayerischen Landeshauptstadt, war sie von 2013 bis 2015 beschäftigt.

Deals

Hamburg: Das Restaurant **The Dining Room** hat rd. 350 qm im neuen 5 Sterne-Hotel Fraser Suites in Hamburg, Rödingsmarkt 2, gemietet. Die Eröffnung des Restaurants und Hotels in der ehemaligen Oberfinanzdirektion ist für den 2. Mai geplant. The Dining Room wird 72 Sitzplätze in der ehemaligen Bibliothek im Erdgeschoss bieten. Koch im neuen Restaurant ist der Brite **Daniel Thompson**, dessen Frau für die Bar verantwortlich zeichnet. Das Restaurant wird nicht nur für Hotelgäste, sondern auch für die Öffentlichkeit zugänglich sein. **Colliers International** vermittelte.

9,6 Mio. auf 10,1 Mio. Euro, der Rohertrag stieg von 32,2 Mio. auf 33,2 Mio. Euro. Das Eigenkapital legte von 45,3 Mio. auf 48,9 Mio. Euro und die Eigenkapitalquote auf 47,4% (i. Vj.: 37,8%) zu, nachdem die Bilanzsumme vermindert worden war.

Rewe Group

Zukunftsfähigkeit entscheidet sich beim Kunden

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2018 ist die Kölner Rewe Group auch 2019 gut gestartet. Neben der Investition in die Prozess-Digitalisierung spielt vor allem die Investition in den Point of Sale eine maßgebliche Rolle. Der gute Geschäftsverlauf bietet dafür eine gute Grundlage.

Obwohl der Wettbewerb im Handel und in der Touristik in Deutschland auch 2018 hart war, ist es der Kölner **Rewe Group**, die auch die **selbstständigen Rewe-Kaufleute** umfasst, gelungen, erstmals die 60 Mrd. Euro-Marke zu durchbrechen und einen Gruppen-



Umsatz von 61,2 Mrd. Euro zu erzielen. Das entspricht einem Wachstum von 4,7%. „Wir haben uns an extreme Preiskämpfe und dauernden Verdrängungswettbewerb gewöhnt“, stellte **Vorstandschef Lionel Souque**, bei Vorlage der vorläufigen Jahreszahlen fest: „Und neue Player - online und stationär - sorgen für zusätzlichen Druck und Dynamik in den jeweiligen Landesmärkten.“

Ein **operatives Ergebnis** (Ebit) in Höhe von 609 Mio. Euro (+24%), ein Jahresüberschuss von 430 Mio. Euro (+27%), ein Ebitda von 1,8 Mrd. Euro (+15,6%) und ein Eigenkapital von 6,5 Mrd. Euro waren laut **Finanz-Vorstand Christian Mielsch** im Vorjahr ein gutes Fundament, um die Investitionen auf einem hohen Niveau zu halten. 1,8 Mrd. Euro investierte der Handels- und Touristik-Konzern in die Modernisierung und die Expansion seiner Märkte und die Stärkung der Touristik-Sparte, wie Souque betont, und diese Stärkung des Kerngeschäfts erlaube es, neue Geschäftsmodelle und Innovationen voranzutreiben. „Damit schaffen wir die Grundlage für eine weiterhin positive Entwicklung unseres Unternehmens in der Zukunft.“

Am stärksten wuchs das Unternehmen mit der Sparte **Vollsortiment National** (Lebensmittelmärkte), die ein Wachstum von 12,3% auf 23,8 Mrd. Euro erzielte - allerdings ist darin auch das Joint-Venture mit **Rewe Dortmund** enthalten. Ohne das Gemeinschaftsunternehmen lag das Plus noch bei 6,4%. Rewe Deutschland ist damit laut Souque hierzulande der am schnellsten wachsende Lebensmittelhändler. Der **Discounter Penny Deutschland** - Sorgenkind früherer Jahre - erhöhte seine Erlöse um 3,1%



Handelsimmobilien

Report Nr.294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 23

auf 7,6 Mrd. Euro und erzielt laut Souque seit drei Jahren ein positives Ergebnis. Wichtig sei die klare Positionierung als Nachbarschaftsläden mit Bio- und Convenience-Angeboten. Das Filialnetz wurde um 0,4% auf 2 184 Märkte ausgeweitet.

Ein wichtiges Fundament im Lebensmittelgeschäft der **genossenschaftlich organisierten Rewe** bilden die **selbstständigen Kaufleute**, die als Unternehmer vor Ort mit ihrem Engagement, der regionalen Verwurzelung, den lokalen Sortimenten und individuellen Dienstleistungen punkten können. Sie erzielten 2018 ein Umsatzwachstum von



Mehr Frische in den Rewe-Märkten. Foto: Rewe

9,1% und ein Ebita, das mit 320 Mio. Euro um 10% über dem Vorjahreswert von 290 Mio. Euro lag. Viele von ihnen haben laut Souque schon seit 20 Jahren einen Lieferservice. Nun soll es in Ergänzung zum zentral gesteuerten Rewe-Lieferservice eine **digitale Plattform** für die selbstständigen Kaufleute geben, auf der sie individuell auftreten und die sie mit ihren Sortimenten

bestücken können. Auch bei den selbstständigen Kaufleuten soll so die Verzahnung von Online und Offline vorangetrieben werden.

Bei der Sparte **Rewe Vollsortiment International**, die von Wien aus gesteuert wird und die neben Österreich noch die Länder Tschechien, Slowakei, Russland, Ukraine, Kroatien, Bulgarien und Litauen umfasst, erhöhten sich die Erlöse um 6,2% auf 9,4 Mrd. Euro. In Osteuropa allein lag der Zuwachs bei 17%, wobei hier aber auch die Übernahme der Supermarkt-Kette **Iki** in Litauen eine Rolle spielte. Ohne die Übernahme lag das Plus noch bei 8,6%. Auch in **Mittel- und Osteuropa** lag der Schwerpunkt - neben der weiteren Expansion - auf der Modernisierung der etwa 916 Vollsortimenter, der Erweiterung des Angebots um heimische Produkte und Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz. In den 1 505 Penny-Discountern im Ausland erzielte die Gruppe ein Umsatzwachstum von 7,5% auf 4,8 Mrd. Euro.

Der Start ins Jahr 2019 ist laut Souque gut gelungen: Im Januar und Februar wuchsen die Umsätze bei Rewe und Penny in Deutschland kumuliert um 4,4%. In Österreich sowie in Mittel- und Osteuropa legten die Vollsortimenter und Penny sogar um 9,7% zu. Und der Umsatz im Rewe-Konzern, er umfasst die Rewe Zentralfinanz und die Rewe Zentral AG, stieg kumuliert um 5,9%. In diesem Jahr will der Handelskonzern erneut 2 Mrd. Euro investieren und ein Umsatzwachstum von 4 bis 5% erreichen.

Neben dem Aufbau einer Omnichannel-Strategie mit Lieferservice und der Investition in die Prozess-Digitalisierung sowie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz zur bedarfsgerechten Steuerung der Sortimente, steht auch 2019 die Weiterentwicklung der Märkte im Fokus. Denn die Zukunftsfähigkeit entscheidet sich an der Zufriedenheit der Kunden. Bei einem Onlineanteil von weniger als einem Prozent am Lebensmittelumsatz liegt die Zukunft offenbar nicht im Online-Handel. Zumal laut Souque 90% der Lebensmittel-Onlinehändler in Europa irgendwann Pleite gegangen sind.

Ein ausgefeiltes Warenangebot bleibt demnach bei Rewe das A und O des Geschäfts.

Deals

Metzingen/Wannweil:

Die **KGAL** hat zwei Fachmarktzentren für ihren ersten Offenen Immobilien-Publikumsfonds **KGAL Immo Substanz** erworben. In Metzingen wechselte ein Lebensmittelmarkt mit **Rewe** als Hauptmieter und in Wannweil die Immobilie eines **Edeka**-Markts den Eigentümer. Die Mietverträge bestehen langfristig fort. Beide Einzelhandelsmärkte gehörten zuvor einem regionalen Eigentümer.

Mit einem Verteiler von **über 15.000 Adressen** ist der

Handelsimmobilien *Report*

Deutschlands führendes Medium für Retail Assets

Lührmann vermittelte. Die Immobilie in Metzingen wurde vor sieben Jahren fertig gestellt und bietet auf dem Gelände der ehemaligen Samtfabrik in der Nürtinger Straße 3 000 qm Fläche.

+++++

Köln: Der französische Textilanbieter **Yves Delorme**, der exklusive Bettwäsche, Frottier und Lingerie anbietet, zieht auf der Kölner Mittelstraße von Nr. 12 bis 14 in das Wohn- und Geschäftshaus Nummer 42 um. Die 100 qm große Fläche soll Anfang des zweiten Quartals 2019 bezogen werden. **JLL** vermittelte.



Handelsimmobilien

Report Nr.294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 24

Deals

In Deutschland steht dabei der Roll out des **Marktkonzepts 2020** mit dem „Marktplatz der Frische“ für Obst und Gemüse, dem neuen Service-Bereich mit Bedientheken und einem breiten Convenience-Angebot für den Außer-Haus-Verzehr im Vordergrund. Frische-Produkte machen 60% der Fläche aus, „denn mit Klopapier und Konserven können wir uns im harten Wettbewerb nicht profilieren“, ist Souque sicher.

Shopping-Center-Entwicklung Ramallah

Wenn Shopping zum Politikum wird

**Andreas Weidmann, Senior Consultant,
BBE Handelsberatung GmbH, Büro Hamburg**

Während in großen Teilen der westlichen Welt bei der Entwicklung von Einkaufszentren nur die Hürden der jeweiligen bau- und planungsrechtlichen Gesetzgebung zu überwinden sind, stellen sich im Großraum Jerusalem / Ramallah noch ganz andere Herausforderungen an Investoren und auch an Besucher. So hat die Eröffnung der „Atarot Shopping Mall“ eines israelischen Unternehmers in Ost-Jerusalem, unmittelbar am berühmt-berüchtigten Checkpoint Qalandiya, zu einem wahren Shopping-Center-Entwicklungsboom in der palästinensischen Nachbarstadt Ramallah geführt.



Ramallah hat als Interimshauptstadt der palästinensischen Autonomiegebiete nach offiziellen Angaben gerade einmal rund 35 000 Einwohner, der Großraum umfasst rd. 160 000 Menschen. Nach Schätzungen der UN dürften in dem Ballungsraum jedoch deutlich mehr als 600 000 Menschen leben, Tendenz steigend. Das Westjordanland weist eine der höchsten Geburtenraten weltweit auf, der Bevölkerungsanteil der unter 30-jährigen liegt bei knapp 35%. Und wie überall auf der Welt nutzen diese jungen Menschen die digitalen Kommunikationskanäle Facebook, Instagram, Whats App und Co. und sind damit bestens mit der modernen Konsumwelt verlinkt.

Die Einkaufsrealität vor Ort zeigt sich jedoch bislang in einem „trüben Schein“. Zwar existieren in der palästinensischen Hauptstadt Ramallah eine Reihe von Shopping-Centern, wie z.B. die „Nijmeh Mall“, das „Plaza Shopping Center“ oder die im Jahr 2018 eröffnete „Ramallah Mall“. Alle Center entsprechen jedoch nur sehr bedingt den modernen, westlichen Konsumentenansprüchen und weisen in ihrer Besatzstruktur nur regional agierende Anbieter / Labels auf. Auch die Realisierung einer ersten modern und luxuriös gestalteten Einkaufsdestination (Bir Zeit Shopping Mall), durch den palästinensischen Investor **Bayyari Investments**, in einem Kaufkraft-starken Vorort von Ramallah, scheiterte kläglich; das Center steht fast komplett leer.

Die Gründe liegen zum einen in der mangelhaften Bindung von internationalen, zugkräftigen Anbietern, die sich scheuen in den Autonomiegebieten zu investieren, zum anderen bevorzugen die einkommensstarken Bevölkerungsschichten vor Ort die leistungsstarken Einkaufszentren im rund 20 km entfernten Ost-Jerusalem.

In dieser überwiegend durch Palästinenser bewohnten Stadthälfte hat der israelische Unternehmer **Rami Levy**, der gleichzeitig Inhaber der drittgrößten israelischen Supermarktkette ist, Anfang 2019 die **Atarot Mall** eröffnet. Das Objekt mit einem Investitionsvolumen von rd. 50 Mio. Euro und einer Mietfläche von rd. 30 000 qm befindet



Dortmund: Den französischen Sportartikelanbieter **Decathlon** zieht es

immer mehr in die City-Lagen. Mit seinem dritten Dortmunder Markt ist die Kette in die Dortmunder Kampstraße 5 gezogen. Die Filiale befindet sich neben den Geschäften Kley und Aplerbeck. Auf 3 800 qm bietet Decathlon Artikel der sportlichen Eigenmarken, der so genannten Passion Brands, die eigens von aktiven Sportlern entwickelt werden. Zusammen mit dieser Eröffnung hat Decathlon in Dortmund bisher 51 neue Arbeitsplätze geschaffen. Alle Mitarbeiter sind selbst begeisterte Sportler und kommen aus der Region.

+++++

Halle a.d.Saale: Die **Riccardo Retail GmbH** wird im Mai einen eigenen Shop für E-Zigaretten in Halle an der Saale eröffnen. In der Leipziger Straße 85a, mietete das Unternehmen rd. 200 qm Einzelhandelsfläche im Erdgeschoss sowie zusätzlich 90 qm Nebenfläche im Untergeschoss über **BNP Paribas Real Estate**. Vormieter war die **Santander Bank**; Eigentümer ist ein Family Office. Riccardo mit Sitz in Neubrandenburg vertreibt elektronische Zigaretten sowie Zubehör aller Art.



Handelsimmobilien

Report Nr.294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 25

sich unmittelbar am Grenzübergang Qalandiya (siehe Foto) an der Staatsstraße 60, die die nördlichen Autonomiegebiete mit dem Großraum Jerusalem verbindet.

Damit zielt der israelische Geschäftsmann in seiner Kundenansprache zweifellos auf die einkommensstarken Bevölkerungsschichten im Großraum Ramallah und hat damit auf Seiten der Palästinensischen Autonomiebehörde ein „politisches Erdbeben“ ausgelöst. Obwohl der Unternehmer in seinem Shopping-Center (Foto) über 50% Palästinensen



ser beschäftigt und damit als wichtiger Arbeitgeber fungiert, hat der Präsident der Palästinensischen Autonomiebehörde **Mahmud Abbas** das Geschäftsobjekt als „Nakba“ (Katastrophe) bezeichnet.

Damit spielt er bewusst auf die als „Nakba“ benannte Vertreibung von rd. 700 000 arabisch-stämmigen Palästinensern aus den ehemaligen britischen Mandatsgebieten an. Hochrangige Vertreter der Fatah-Organisation gingen sogar soweit, palästinensischen Besuchern der **Atarot Mall** (Foto) vorzuwerfen, das Vaterland zu verraten und damit die israelische Siedlungspolitik zu unterstützen.

Als Gegenreaktion hat die palästinensische Regierung den Startschuss für die Entwicklung mehrerer Center-Projekte im Großraum Ramallah gegeben. Als prestigeträchtiges Objekt ist die Eröffnung des „Q-Centers“ in der Planstadt Rawabi zu nennen, die derzeit über rd. 4 000 Einwohner hat und später einmal bis zu 40.000 Menschen beherbergen soll. Mit einem angegliederten Entertainment- und Büroпарк umfasst der Gebäudekomplex rund 150 000 qm Mietfläche mit etwa 100 internationalen Filialisten wie z.B. Boss, Lacoste, Armani, Timberland, Mango oder Swarovski.

Die Investitionssumme von rund 400 Mio. Euro wurden allein vom palästinensischen Milliardär **Bashar Masri** aufgebracht. Die palästinensische Autonomiebehörde hat sich, trotz milliardenschwerer internationaler Hilfgelder, nicht finanziell beteiligt. Auch die beiden Projekte **Mall of Palestine**, ein sechs-geschossiges Einkaufszentrum mit rd. 60 000 qm GLA, und die **Centro Mall** mit rd. 70 000 qm GLA inkl. Meeresaquarium werden zu 100% privat durch palästinensische Unternehmer finanziert.

Während die Mall of Palestine bereits im Februar 2019 in einem Nobel-Vorort von Ramallah eröffnet wurde und primär auf die kleine, wirtschaftliche Elite des Landes ausgerichtet ist, steht die noch nicht ganz fertige Centro Mall im Zentrum von Ramallah. Damit würden erstmals der durchschnittliche palästinensische Konsument und vor allem die jüngeren Bevölkerungsschichten ein modernes Shopping-Center westlicher Ausprägung im Herzen der Interimshauptstadt erhalten.

Deals

Deka kauft Center in Schweden

Die **Deka Immobilien GmbH** hat für rund 70 Mio. Euro ein Fachmarktzentrum mit 37 000 qm Mietfläche in Schweden erworben. **Aberdeen Standard Investments European Real Estate Club II** hat das Objekt veräußert. Das Center soll in das Portfolio des auf institutionelle Anleger ausgerichteten Sektorenfonds **WestInvest Target-Select Shopping** eingebracht werden. Der **Ingelsta Retail Park** ist ein etabliertes Fachmarktzentrum in Norrköping, einem Standort mit hoher Einzelhandelsagglomeration. Der Verkäufer hat die zwischen 2006 und 2008 erbaute Immobilie in den vergangenen beiden Jahren durch den Abschluss

Mit einem Verteiler von **über 15.000 Adressen** ist der

Handelsimmobilien *Report*

Deutschlands führendes Medium für Retail Assets

neuer Mietverträge neu positioniert. Es gibt nun 15 langfristige Mieter mit Schwerpunkt Do-it-yourself, Wohnen, Dekoration und Mode, wobei Bauhaus als Hauptmieter fungiert. Hinzu kommt die Supermarktkette Willys und ein staatlicher Spirituosen-Laden. Das Grundstück bietet noch Potenzial für weitere Handelsflächen.



Handelsimmobilien

Report Nr. 294

Cities & Center & Developments

VOM 12.04.19

Seite 26

Deals

Berlin: Das neue **Burger King Restaurant** in der Wilmersdorfer Straße 112, in Ecklage zur Kantstraße, ist der 30. der Kette in Berlin. Den Mietvertrag für die 340 qm große Fläche vermittelte **Engel & Völkers Commercial Berlin**. Die Eröffnung fand Ende März statt. Mit der Neueröffnung in Berlin Charlottenburg betreibt **Burger King Deutschland** als Master Franchisenehmer das 100. eigene Restaurant in Deutschland. Bundesweit gibt es über 700 Restaurants.

Impressum

Chefredaktion:
Dr. Ruth Vierbuchen
(V.i.S.d.P.);
Kontakt:
redaktion@hi-report.de
www.hi-report.de

Herausgeber:
Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:
Christine Scharrenbroch

Anzeigen:
Marion Götz, 05242-901-250

Verlag:
Research Medien AG,
Nickelstr. 21
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert
Aufsichtsrat: Prof. Dr. Karl-Georg Loritz, Bubenreuth

Bankverbindung: erhalten
Sie auf Anfrage

Namens-Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt der Redaktion wieder.

Der angestrebte Mietermix der projektierten Centro Mall setzt dabei bewusst auf ein konsumig ausgerichtetes Angebot mit international agierenden Filialisten wie **H&M** oder **Mango** im unteren Preissegment ohne Luxuslabels. In diesem Zusammenhang wird die Zukunft zeigen, inwieweit sich derartige Geschäftsmodelle im Westjordanland wirtschaftlich nachhaltig betreiben lassen, da die palästinensischen Autonomiegebiete nach wie vor Handelsrestriktionen sowie Steuerregelungen des Staates Israel unterliegen und damit kein Zugang zum freien Markt besteht.

Das Haustür-Paradoxon

Bequeme Bestellung und bequeme Lieferung?

rv DÜSSELDORF. Der Kauf im Online-Shop gilt als die Möglichkeit, von zu Hause per Maus-Click bequem einzukaufen, ohne den Fuß vor die Tür setzen zu müssen. Doch wenn die begehrte Ware genauso bequem nach Hause geliefert wird, sind viele nicht da. Nach einer Studie der Kölner ECC und dem Logistikunternehmen **Hermes** sind 39% der Besteller nur in einem Zeitfenster von zwei Stunden erreichbar. 61% werden aber direkt zu Hause angetroffen.

Damit wird die bequeme Zustellung von Paketen schnell zu einer Quadratur des Kreises. Gemäß der Studie „**Social. Smart. Simple – Wie Händler über Social Media, Apps und Delivery-Services die Customer Experience erhöhen**“ von ECC und **Hermes Germany** wollen acht von zehn Konsumenten ihr Paket gerne zu Hause in Empfang nehmen. Gleichzeitig wollen sie ihren Tagesablauf aber nicht nach dem Postboten ausrichten. Und: Viele, die auch keine Zeit zum Einkauf im stationären Geschäft haben, sind in der üblichen Anlieferungszeit zwischen 7.00 und 16.00 Uhr nicht zu Hause.



Keine gute Alternative zur direkten Zustellung ist nach den Worten von **Sabrina Mertens, Leiterin** des ECC Köln die automatische Lieferung in die Postfiliale, die aber meist üblich ist, wenn der Kunde nicht angetroffen wird. Dann muss der Besteller doch wieder vor die Tür, um seine Ware zu holen. Der Grund ist aus Sicht der Expertin, dass die Kunden selbst bestimmen wollen, was mit dem Paket passiert: „Aus diesem Grund sind flexible Konzepte gefragt, mit denen auf der letzten Meile individualisiert und personalisiert operiert werden kann“, empfiehlt sie.

So kann der Händler dem Kunden die Möglichkeit bieten, in den laufenden Lieferprozess einzugreifen, wenn er spontan zum geplanten Zeitpunkt nicht zu Hause ist. Beispielsweise indem er eine spätere Zustellung vereinbart. Laut Studie befürworten zwar 69% der Befragten diese Lösung, aber nur 46% haben sie auch genutzt. Hier ist eine transparente Kommunikation von Händler und Versanddienstleister wichtig. Bei der zweiten Alternative geht es darum, einen anderen Lieferort abzufragen. Dabei nennen 40% einen Nachbarn als Abgabestelle. Auf dem Land werden gern Abstellgenehmigungen (54%) in Anspruch genommen, in der Stadt stehen Paketshops oder Packstationen (30% resp. 33%) im Vordergrund, wenn sie sich in der Nähe befinden.

So kann der Händler dem Kunden die Möglichkeit bieten, in den laufenden Lieferprozess einzugreifen, wenn er spontan zum geplanten Zeitpunkt nicht zu Hause ist. Beispielsweise indem er eine spätere Zustellung vereinbart. Laut Studie befürworten zwar 69% der Befragten diese Lösung, aber nur 46% haben sie auch genutzt. Hier ist eine transparente Kommunikation von Händler und Versanddienstleister wichtig. Bei der zweiten Alternative geht es darum, einen anderen Lieferort abzufragen. Dabei nennen 40% einen Nachbarn als Abgabestelle. Auf dem Land werden gern Abstellgenehmigungen (54%) in Anspruch genommen, in der Stadt stehen Paketshops oder Packstationen (30% resp. 33%) im Vordergrund, wenn sie sich in der Nähe befinden.