

Handelsimmobilien *Report*

Cities & Center & Developments

Liebe Leser,

die Immobilienbranche rüstet sich 8 Jahre „Nach-Lehmann“ wieder für die **EXPO Real** vom 4. bis 6. Oktober in München. Kaum etwas erinnert noch an die Atmosphäre und die schiere Ratlosigkeit, die im Oktober 2008 in den Gängen herrschte. Projektentwicklungen kamen über Nacht zum Erliegen und wer für sein laufendes Projekt noch eine Finanzierung bekam, war die absolute Ausnahme und konnte sich über seine vertrauenswürdige Position in der Kreditwirtschaft freuen.

„Kreditklemme“ war das Wort des Jahres 2009, ein Wort, an das sich in Deutschland kaum noch jemand erinnert, angesichts der großen Liquidität, die in die deutschen Immobilienmärkte drückt. Die Euro-Krise, die der Finanzkrise insbesondere in Südeuropa folgte, ließ die stabilen Volkswirtschaften des Nordens - auch Länder außerhalb der Währungsunion wie die Schweiz, Großbritannien und Skandinavien - zu den sicheren Häfen der Investoren avancieren. Auch der deutsche Einzelhandel, der zwischen 1992 und 2008 vor sich hin dümpelte, erlebte - mehr oder weniger durch die Krise - einen erstaunlichen Aufschwung und wurde zum begehrten Zielmarkt internationaler Handelskonzepte.

Befeuert von der Ausnahme-Politik der weltweiten Notenbanken, die immer noch mit Null- und Negativ-Zinsen gegen die Folgen der Weltfinanzkrise und der Euro-Schuldenkrise ankämpfen, läuft in den sicheren „Immobilienhäfen“ wie Deutschland das Geschäft sehr gut - durch den internationalen Anlagedruck vielen schon zu gut - so dass die Furcht vor Überhitzungen wächst. Es darf nicht vergessen werden, dass die Immobilien-Krise in den USA 2008 auch von der Niedrig-Zins-Politik der Notenbank ausgelöst wurde.

Hinzu kommen seit Jahren die Umwälzungen, die der Online-Handel im stationären Handel verursacht und die bei Handelsimmobilien-Eigentümern die brennende Frage aufwirft: Wie viel Verkaufsfläche braucht der physische Einzelhandel in Zukunft noch? Abschließend kann die Frage zwar noch nicht beantwortet werden, doch deutet einiges darauf hin, dass eine Vermischung der Absatzkanäle - Multichannel-Strategie - auch den Umsatz auf der Fläche fördert, wie sich etwa bei **Media Saturn** abzeichnet. Auch der Aufbau von realen Läden durch die Online-Händler lässt vermuten, dass der Laden vor Ort eine wichtige Funktion im Verkaufs-Prozess hat.

So wird die Stimmung in den Gängen der Münchener Messehallen 8 Jahre „Nach Lehmann“ optimistischer sein als damals, aber ganz sicher nicht so ausgelassen und sorglos wie 2007, als auf den Märkten Mittel- und Osteuropas Goldgräberstimmung herrschte. Den Schock nach Ausbruch der Krise habe viele nicht vergessen. Vor allem mit Blick auf die Tatsache, dass es zu Aktien und Immobilien derzeit keine rentablen Alternative gibt - und die Niedrig-Zins-Politik für den Finanzsektor auf Dauer Gefahren birgt - gilt es für die Investoren die richtige Balance zu finden zwischen Sicherheitsdenken und Risikobereitschaft.



Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 231 vom 29.09.2016

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Investmentmarkt Europa: Retail Assets als wenig volatile Anlage geschätzt	2
Einzelhandelskonjunktur: Multichannel-Strategie als Erfolgskonzept	6
Erfolgsstandorte: Der Lebensmittelhandel macht den Unterschied	9
Vermietungsmarkt Innenstadt: Schwäche im Modehandel hinterlässt Spuren	11
Lebensmittelhandel: Ein Quantensprung in der Konzeptentwicklung	14
Shopping-Center Singen: Städtebaulicher Impuls für neues City-Quartier	16
Mittel- und Kleinstädte: Interessante Projekte jenseits des Mainstreams	18
Weil am Rhein: Stadtentwicklung über die Grenzen hinweg	21
Facility Management: Für Qualität ist Kompetenz im Unternehmen nötig	23
Verträglichkeitsgutachten: Höhere Anforderungen nach OVG-Urteil	26
Baurecht: Starre Planungssystematik passt nicht zur Dynamik im Handel	30
Impressum:	34

Neue Homepage: www.hi-report.de

Partner des Handelsimmobilien *Report*





Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 2

Marktbericht

Ifo-Geschäftsklima deutlich verbessert

Das Stimmungstief in der deutschen Wirtschaft als Folge des Brexit-Votums währte nicht lange: Nach einem Rückgang auf 106,3 Punkte im August ist der **ifo Geschäftsklima-Index** im September wieder deutlich auf 109,5 Punkte gestiegen. Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft hat sich deutlich verbessert. Dies ist der höchste Stand seit Mai 2014. Laut **Ifo-Institut** blicken die Unternehmer merklich optimistischer auf die nächsten Monate und sind auch mit ihrer aktuellen Geschäftslage zufriedener. Die deutsche Wirtschaft erwartet einen goldenen Herbst. Sowohl

Handelsimmobilien Report

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
neuen Homepage:

www.hi-report.de

im verarbeitenden Gewerbe als auch im Groß- und Einzelhandel ist der Index wieder gestiegen. Im Einzelhandel verbesserte sich die aktuelle Geschäftslage, im Großhandel verbesserten sich die Erwartungen. Das Baugewerbe setzte seinen Höhenflug fort und das Geschäftsklimaindex erreichte ein neues Rekordniveau.



Größter Deal 2016: Blanchardstown Shopping-Center in Irland.

Foto: JLL

Investmentmarkt Europa:

Retail Assets als wenig volatile Anlage geschätzt

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nach einem Rekordjahr 2015 entwickelt sich der europäische Markt für Handelsimmobilien bislang eher moderat. Mit einem Transaktionsvolumen von 10,1 Mrd. Euro im ersten und 12,8 Mrd. Euro im zweiten Quartal summiert sich der Halbjahreswert 2016 auf 22,9 Mrd. Euro - nach 33 Mrd. Euro im Vorjahreszeitraum. Das mangelnde Angebot in dieser Anlageklasse, aber auch die Unsicherheit und die Volatilität in den globalen Märkten lassen die Investoren laut CBRE zögerlicher agieren und die Verkäufer darauf warten, dass das Vertrauen der Anleger zurückkehrt.

„Die europaweite Entwicklung ist vor allem auf die Normalisierung in **Deutschland** und **Großbritannien** zurückzuführen, die 2015 außergewöhnlich hohe Portfolio-Transaktionen verbuchten“, kommentiert der Immobiliendienstleister **JLL**, den moderaten Start. Nach 19,9 Mrd. Euro in Großbritannien und 18,5 Mrd. Euro in Deutschland im Gesamtjahr 2015, verliefen die Starts mit Volumina von gut 6 Mrd. Euro auf der Insel und 4,5 Mrd. Euro (**CBRE**) hierzulande im ersten Halbjahr zurückhaltender als im Vorjahr. Der Schwerpunkt der Aktivitäten entfällt dabei auf regionale Städte außerhalb von London (79%) und den 6 deutschen Metropolen (78%).

Dabei zeigt sich auch, dass das Votum der Briten für den Austritt aus der EU auf dem Markt für Retail Assets bislang kaum Spuren hinterlassen hat und Großbritannien der größte Markt in Europa bleibt, vor Deutschland auf Platz 2. Erst die Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte wird Gewissheit über die Folgen des Brexits bringen. In Deutschland erwarten die Experten im weiteren Jahresverlauf eine deutliche Belebung des Investmentmarkts, vor allem im Segment Fachmärkte und Fachmarktimmobilien, so dass **Jan Dirk Poppinga, Head of Retail Investment** bei CBRE am Jahresende noch ein Transaktionsvolumen im zweistelligen Milliarden-Bereich für möglich hält.

In Europa wurden in den ersten 6 Monaten laut JLL 20,7 Mrd. Euro in europäische **Shopping-Center** und **Fachmarktprodukte** investiert, 19% weniger als im Vergleichszeitraum des Rekordjahres 2015. Gemessen am Mittelwert seit 2012 sei das aber immer noch ein Plus von 15%. In europäische Gewerbeimmobilien wurden im ersten Halbjahr 2016 laut **Cushman & Wakefield** 109 Mrd. Euro investiert.



Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken



Henrike Waldburg
Leiterin Investment Management Retail
Union Investment



Hinter jedem erfolgreichen Investment steht bei uns eine starke Partnerschaft.

Wir investieren vorausschauend. In gemeinsames Wachstum.

Ob Shoppingcenter, Fachmarkt oder Highstreet-Retail, in Europa oder globalen Märkten: Es sind Werte wie Verlässlichkeit und Vertrauen, die aus einem ersten Deal eine nachhaltige Geschäftsbeziehung machen. Diesem Prinzip folgen wir seit mehr als 50 Jahren – durch langfristig gewachsene Partnerschaften. In zukunftsweisenden Kooperationen. Kommen wir ins Gespräch.

Erfahren Sie mehr über vorausschauende Immobilien-Investments:
www.union-investment.de/realestate



Treffen Sie uns in der Halle B2
am Stand 142.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

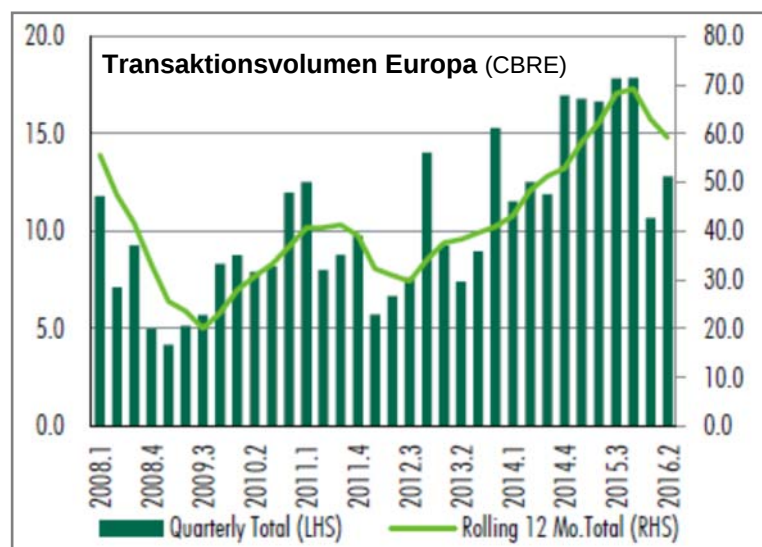
vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 4

Außerhalb der Top-Märkte Großbritannien und Deutschland stieg das Transaktionsvolumen mit Shopping-Centern und Fachmarkt-Produkten laut JLL dagegen um 14 %, wobei sich die Aktivitäten auf Österreich, Italien, die Schweiz, Frankreich und vor allem Irland konzentrierten. So erreichte die Insel insbesondere durch den Verkauf des **Blanchardstown Shopping Centers** für 950 Mio. Euro durch **Green Property** an die US-amerikanische Private-Equity-Gesellschaft **Blackstone** im zweiten. Quartal laut CBRE ein Transaktionsvolumen von 1,8 Mrd. Euro. Mit 150 000 qm ist Blanchardstown das größte Einkaufszentrum Irlands. Der Deal war europaweit die größte Transaktion des ersten Halbjahres.

Beachtlich waren auch die 1,9 Mrd. Euro, die allein im zweiten Quartal in die Länder **Mittel- und Osteuropas** (CEE) investiert wurden. Das war drei Mal so viel wie im



zweiten Quartal des Vorjahres. Vor allem die 75%ige Beteiligung des südafrikanischen REITs **Redefine Properties Ltd.** an **Echo Investments** in Polen dominierte das Geschäft in der Region. Für die Südafrikaner war das die erste Investition in der CEE-Region. Ihr Ziel: Die regionale Diversifizierung voranzutreiben und von den attraktiven Renditen in den Märkten zu profitieren, wie CBRE in seinem Marktüberblick schreibt. Zudem eröffnet die Beteiligung an einem polnischen Partner mit guter Shopping-Center-Pipeline noch Wachstumsperspektiven. In den ersten 6 Monaten summierte sich das Volumen auf 2,4 Mrd. Euro.

In den **skandinavischen Ländern** sticht vor allem **Finnland** hervor: Der Kauf des **Forum Shopping Center** Komplex in Helsinki durch den finnischen Immobilien-Investor **Sponda plc** war mit 576 Mio. Euro im ersten Quartal 2016 die größte Transaktion in Europa. Im ersten Halbjahr summierte sich das Transaktionsvolumen in den skandinavischen Ländern auf rund 2,8 Mrd. Euro.

Moderate Mietsteigerung in europäischen Städten

Während der Vermietungsmarkt in Deutschland mehr oder weniger auf hohem Niveau stagniert - Mietsteigerungen gab es zuletzt nur in 8 der von **Comfort** untersuchten 146 Städten -, wuchs der **CBRE EMEA Prime High Street Rent Index** im zweiten Quartal noch mit durchschnittlich 1,8%, allerdings etwas langsamer als im ersten Quartal mit 2,1%. Getrieben wird die Entwicklung in Westeuropa aus Sicht der Autoren von dem Wunsch vieler Einzelhändler, sich vor allem in den Top-Einzelhandelslagen anzusiedeln. Und hier ist das Flächenangebot knapp. Die Abschwächung der Wachstumsrate begründen sie mit der zunehmenden Unsicherheit im Markt.

Trotz Brexit-Votum mit all seinen Unwägbarkeiten sind laut CBRE im 2. Quartal die

Deals

Greenman erwirbt 7 Handelsimmobilien

Die irische **Greenman Investments** hat für 101 Mio. Euro 7 Handelsimmobilien erworben: 2 hyb-



ride Malls in Berlin und Schleswig-Holstein, ein Fachmarktmarktzentrum in Hanau und 4 Supermärkte in Thüringen und Brandenburg. Im Einzelnen handelt es sich um das revitalisierte Hansa-Center (Foto) in Berlin das Greenman für rd. 30 Mio. Euro von **Edeka Minden** erworben hat. In Henstedt-Ulzburg erwarb Greenman das City-Center Ulzburg (12 250 qm). Beide Objekte wurden in den Fonds

„Greenman Income Pro“ eingebracht, der 2016 für Investoren aus dem Mittleren Osten aufgelegt wurde. In Hanau wurde von der **Concept Immobilien Projektentwicklung** ein Fachmarktzentrum (7 500 qm) für den „Greenman Retail+“ erworben. Zudem kaufte Greenman im Rahmen eines Forward-Deals 3 **Rewe** Supermärkte in Geisa, Roßleben und Heldrungen mit 7 000 qm, die im Dezember 2016 fertig werden. Sie gehen als erste Objekte in den „Greenman Income Two“ Fonds ein. Genauso wie der Edeka-Markt in Mühlberg/Elbe (1 500 qm), den Edeka Minden verkauft hat.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 5

Mieten in den Top-Lagen des **Londoner Westends** gestiegen. Bedingt durch die wachsende Nachfrage nationaler und internationaler Einzelhändler nach Verkaufsflächen in den Top-Lagen von **Madrid** und **Barcelona** sind hier die Mieten um 5% resp. 3% gestiegen. Nachdem sich die spanische Wirtschaft zunehmend von der Krise erholt, zeigt sich auch der Einzelhandel sehr aktiv.

Das insgesamt aber abnehmende Interesse des Einzelhandels an neuen Flächen in Europa spiegelt sich laut CBRE darin wider, dass der **EMEA Prime Shopping Centre Rent Index** im zweiten Quartal nur noch um 0,36% gewachsen ist.

Gleichwohl bleibt das Interesse insbesondere der institutionellen Eigenkapitalgeber an Retail Assets unvermindert groß. In Verbindung mit dem knappen Angebot in dieser Anlageklasse lässt sich das an den weiter nachgebenden Spitzenrenditen bei Geschäftshäusern in den Top-Lagen der europäischen Metropolen ablesen, die laut CBRE-Marktbericht im zweiten Quartal erneut um 4 Basispunkte von 4,17% auf durchschnittlich 4,13% nachgegeben haben. Im dritten Quartal 2015 hatte der Wert noch bei 4,35% gelegen. Bei Top-Shopping-Centern durchbrachen die Spitzenrendite europaweit zudem die 5-Prozent-Marke und sanken im Zeitraum von April bis Juni um weitere 5 Basispunkte auf 4,96%, wobei die Werte je nach Land stark voneinander abweichen dürften. Im dritten Quartal 2015 hatten die Renditen noch bei durchschnittlich 5,13% gelegen.

Dass sich der Schwerpunkt der **Shopping-Center-Neuentwicklungen** auf Osteuropa konzentriert, wobei allein Russland für 28% der Center-Fläche im Bau steht, liegt angesichts der niedrigen Ausstattung mit Verkaufsfläche in der Region auf der Hand. Insgesamt ist die Shopping-Center-Pipeline laut CBRE zuletzt aber deutlich kleiner geworden und der Schwerpunkt liegt heute vor allem auf der Erweiterung und Revitalisierung von Bestandsobjekten. Am deutlichsten zeigt sich das auf dem britischen Markt, wo Revitalisierungen und Erweiterungen in den nächsten Jahren nach Feststellung der Experten etwa 50% der Fertigstellungen ausmachen werden.

Trotz wachsender Unsicherheit in der globalen Wirtschaft sind die Autoren überzeugt, dass dies dem Verbrauchervertrauen in Europa keinen Dämpfer verset-

WE MAKE RETAIL WORK

Unsere integrierten Management- und Beratungsleistungen steigern heute erfolgreich die Werte von 114 Shopping Centern sowie Einzelhandelshäusern in Fußgängerzonen und Fachmarktlagen in ganz Europa.

Sagen Sie uns, was Sie bewegt und wir finden für Sie die optimale Lösung.

www.realestate.bilfinger.com
Telefon: +49 211 38059304

EXPO REAL
B1.412
BILFINGER

 **BILFINGER** REAL ESTATE



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 6

Deals

Russland: ECE nimmt „Aura“ ins Management

Die ECE hat Management und Vermietung für



das Shopping-Center im russischen **Aura in Surgut** übernommen. Es ist das 6. Center im Portfolio der **ECE Russland**. Für das **Aura in Jaroslawl** hat der Eigentümer zudem den Vertrag mit der ECE verlängert. Beide Aura-Center gehören dem Investor **Renaissance Development**. Das 2013 eröffnete Aura im westsibirischen Surgut bietet 65 000 qm Mietfläche und befindet sich in einem wachsenden Stadtteil rd. 15 Minuten von der Innenstadt entfernt. Surgut ist ein wirtschaftsstarkes Regionalzentrum. Die ansässigen Rohstoffunternehmen sorgen für hohe Arbeitslosenquote. Die Stadt hat etwa 340 000 Einwohner. Laut **Stefan Zeiselmeier, Geschäftsführer** der ECE Russland, konnte das Unternehmen vor allem mit seinen umfangreichen Erfahrungen im Management und der Vermietung punkten. Zudem hat ECE Management und Vermietung des **Mari** in Moskau übernommen und managt das **Golden Babylon**, das **Vremena Goda** und das **Dream House** sowie das **Aura in Jaroslawl**.

zen wird und die Ausgaben im Einzelhandel steigen. Gleichzeitig würden sich die Investoren wieder stärker auf Core-Objekte fokussieren, so dass sich der Rendite-Abstand zwischen Prime-Immobilien und Objekten in B- und C-Städten vergrößert. Top-Retail Assets würden Risiko-aversen Investoren aber einen signifikanten Mehrwert bieten.

„Investments in europäische Einzelhandelsimmobilien stehen weiterhin hoch im Kurs bei institutionellen Investoren“, bestätigt auch **Sandra Ludwig, Head of Retail Investment** bei JLL Germany: Der Einzelhandel in Europa werde als stabile und wenig volatile Anlage angesehen und gelte daher auch als „sicherer Hafen“.

Allerdings gilt es die bestehenden regionalen Unterschiede zu berücksichtigen. Hohes Mietsteigerungspotenzial sehen die CBRE-Experten noch in den risikoreichen Märkten von Russland und Ungarn. Für die Top-Einkaufsstraßen der angesagten westeuropäischen Metropolen sehen sie auch noch Mietsteigerungen, allerdings bei eher niedrigen Spitzenrenditen.

Einzelhandels-Konjunktur

Multichannel-Strategie erweist sich als Erfolgsthema

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nach einem Umsatzwachstum von nominal 3,4% im Vorjahr legte der deutsche Einzelhandel in den ersten 6 Monaten des laufenden Jahres nach Angaben des Handelsverbands Deutschland (HDE) um weitere 2,6% zu. Vor diesem Hintergrund hebt der Verband seine Umsatzprognose für 2016 von 2,0 auf 2,5% an. Doch der Blick auf den gesamten Einzelhandel zeigt ein heterogenes Bild. Den Gewinnern stehen auch Verlierer gegenüber. Das berührt auch die Einzelhandelslagen.

Zu den Gewinnern gehören, wie der **HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth** bei



Foto: HDE

der Konjunktur-Presskonferenz in Düsseldorf berichtete, der Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (real +5,99%), der Schuhhandel (real +3,0%), der Wohnmöbelhandel (real +2,4%) und der Einzelhandel mit Unterhaltungselektronik (nominal und real +2,3%), dem es mit einer ausgefeilten Multichannel-Strategie offenbar gelingt, von der Online-Konkurrenz Boden

zurück zu erobern. Insgesamt haben Deutschlands Händler im ersten Halbjahr einen Umsatz von 233,2 Mrd. Euro erzielt und der HDE geht davon aus, dass die Erlöse 2016 auf 485,7 Mrd. Euro steigen werden - davon 44 Mrd. Euro im reinen Online-Handel (+11%). Dabei profitiert der stationäre Einzelhandel davon, dass es 2016 drei Verkaufstage mehr gibt als 2015, was 1,4 Prozentpunkte mehr ausmacht.

Diese günstige Entwicklung spiegelt sich per Saldo auch in der **Einschätzung** der Einzelhändler **über ihre Geschäftslage** wider, die auf einer HDE-Umfrage unter 1 100 Teilnehmern aus allen Branchen und Unternehmensgrößen beruht. Demnach hat sich für 31% die Lage verbessert, für 35% ist sie gleich geblieben, aber für 34% (2015: 31%) hat sie sich verschlechtert. Hier schlägt sich nieder, dass der **Bekleidungseinzel-**



Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 7

Deals

Helsinki: Barings Real Estate Advisers

(vormals Cornerstone) hat im Auftrag eines deutschen berufsständischen Versorgungswerks für einen Pensionsfonds das Büro- und Geschäftshaus „K25“ in der finnischen Hauptstadt Helsinki erworben. Die Immobilie steht in der Kasarmikatu 25, in der Nähe der Flaniermeile „Esplanadi“, mit Geschäften im gehobenen und Luxussegment sowie vielen Büros. Von den rd. 4 800 qm Mietfläche entfallen 900 qm auf Einzelhandel. Verkäufer ist ein institutioneller Investor, den der finnische Makler **MREC Oy** beriet.

handel laut Genth unter Druck steht und im ersten Halbjahr einen Umsatzrückgang von real 1,5% verzeichnete. So gaben auch 41% der Befragten aus der Branche im Sommer an, dass sich die Lage verschlechtert hat, bei 37% ist sie konstant geblieben und nur bei 22% hat sie sich verbessert.

Der Vergleich mit Branchen wie **Nahrungs- und Genussmittel**, in der sich für 50% der Befragten die Lage verbessert hat oder im Möbelhandel (30% Verbesserung) und selbst im Handel mit elektronischen Erzeugnissen mit einer Lageverbesserung bei 42%, zeigt, dass der Modehandel derzeit zu den Verlierern gehört.

Laut Genth ist es aber nicht allein die Konkurrenz des Online-Handels, die die Branche so unter Druck setzt, sondern auch das Wetter, das zuletzt nicht mehr zu den Sortimenten passte. Während nach einem mauen Sommer 2016 die Temperaturen im August und September auf Hochsommer-Niveau stiegen, mussten die Händler versuchen, ihre warme Winterware zu verkaufen. Hier wünscht sich der Hauptgeschäftsführer auch bei den Herstellern mehr Flexibilität, die für die frühe Anlieferung der Saisonware verantwortlich sind. Zudem wäre es hilfreich, sich nicht nur an den Hauptsaisons zu orientieren, sondern auch Zwischenkollektionen anzubieten.

Da der Bekleidungseinzelhandel das prägende Element in den Haupteinkaufsstraßen und in den innerstädtischen Shopping-Centern ist, hat die Schwäche der Branche auch Einfluss auf die entsprechenden Einzelhandelslagen. Laut Genth verläuft die Entwicklung in den Innenstädten relativ schlecht, da die Frequenz gerade in zentralen Lagen



MARKTKOMPETENZ VON DEN EXPERTEN.

Alles zu den Werttreibern
Positionierung, Profilierung und Marke.

Ab 4.10. neu: Vol. 4

www.mec-cm.com

MEC
METRO-ECE Centermanagement



Handelsimmobilien

Report Nr.231

vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 8

Deals

Hahn Gruppe legt Baumarkt-AIF Bonn auf

Die **Hahn Gruppe** hat über ihre Kapitalverwaltungsgesellschaft **DeWert Deutsche Wertinvestment** einen neuen Publikums-AIF aufgelegt. Die BaFin erteilte am 16. September die Vertriebsfreigabe. Der **HAHN Pluswertfonds 166** investiert 17,3 Mio. Euro in einen **Bauhaus Baumarkt** mit Gartencenter (10 700 qm) aus dem Jahr 2015 in Bonn-Beuel. Der Mietvertrag läuft bis 2030. Die Lage an der Bonner Hauptverkehrsachse B56, die Nähe zum Autobahnanschluss sowie das Nahversorgungszentrum Villing-Arkaden gegenüber sichern laut Hahn eine hohe Frequenz. Bauhaus ist der zweitgrößte deutsche Baumarktanbieter und erzielte 2015 ein Wachstum von 4,4%. Das anteilige Eigenkapital des Pluswertfonds 166 beträgt 10,0 Mio. Euro. Qualifizierte Privatanleger können sich mit mindestens



20 000 Euro zzgl. 5% Ausgabeaufschlag beteiligen. Die Fremdfinanzierungsquote liegt bei 41%. Der anfängliche Tilgungssatz beträgt 2%, die anfängliche Ausschüttung ab 2017 bei 5,25%. Sie wird quartalsweise gezahlt. Die Laufzeit der Beteiligung ist bis 31.12.2030 befristet.

rückläufig ist. So hat sich die Geschäftslage von 41% der Befragten am Standort Innenstadt verschlechtert, für 33% ist sie gleich geblieben und für 26% hat sie sich verbessert. In Shopping-Centern berichteten sogar 44% von einer Verschlechterung. Hier dürfte sich aber auch der Revitalisierungsbedarf in einigen deutschen Einkaufszentren auswirken. 31% sagten, dass die Lage konstant geblieben sei und 25%, dass sie sich verbessert habe. Auch in den Innenstadt-Nebenlagen ist die Lage der Mieter nicht so rosig. Von einer verschlechterten Lage sprechen 40%, von einer konstanten 36% und von einer verbesserten 24%.

Anders die Beurteilungen in den klassischen Lagen der Nahversorgung, die maßgeblich vom gut laufenden Lebensmittelhandel geprägt werden. Eine Verschlechterung verzeichneten in Sonder- resp. Gewerbegebieten und in ländlichen Gemeinden nur 25%



Frequenz in den Innenstädten lässt nach.

Foto: BTE

und in städtischen Vororten 26%. Von einer Verbesserung sprachen in Sonder- resp. Gewerbegebieten dagegen 50% der Befragten und in städtischen Vortorten sowie ländlichen Gemeinden jeweils 35%.

Vor dem Hintergrund der schwierigen Lage des (Mode)Einzelhandels in den Cities mahnte der Hauptgeschäftsführer erneut an, dass die Politik bei der Gewerbesteuer die anteilige Hinzurechnung von Mieten und Pachten zum Gewerbeertrag überdenken sollte. In dieser schwierigen Lage etwa im Bekleidungseinzelhandel könne das zu einer Substanzbesteuerung werden. Das belaste die Innenstadtlagen zusätzlich.

Günstig entwickelt sich dagegen das Geschäft der Einzelhändler, die sich der digitalen Herausforderung stellen und auf eine **Multichannel-Strategie** setzen, wie der Trend in der Unterhaltungselektronik zeigt. Während im gesamten Einzelhandel 40% der Befragten mit steigenden Umsätzen rechnen, sind es unter den Multichannel-Anbietern 53%. Genth: „Treiber der Geschäftsentwicklung sind abermals die Online-Aktivitäten.“ Mit einem Rückgang rechnen in dieser Gruppe nur 8% und 40% mit einer gleichbleibenden Entwicklung. Beim Einzelhandel insgesamt gehen immerhin 35% von einem Rückgang und 25% von Stagnation aus. Etwa 30% der rund 300 000 HDE-Mitgliedsunternehmen sind laut Genth im Online-Geschäft unterwegs.

Unter den Top-Themen des Einzelhandels stehen eBusiness resp. der Online-Handel denn auch an der Spitze der Liste, vor den Belastungen des Mittelstands und dem Thema Attraktivitätsverlust der Innenstadt. Mit Blick auf die günstige Haushaltslage des Staates forderte Genth Steuererleichterungen resp. Senkungen der Sozialabgaben vor allem für die Mittelschicht, um die Kaufkraft zu stärken. Denn dass der private Konsum auch in den nächsten Jahren die Binnenwirtschaft stützt, könne nicht als selbstverständlich vorausgesetzt werden.



Handelsimmobilien Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 9

Konzepte gegen die Pure Player

Der Lebensmittelhandel macht den Unterschied

rv DÜSSELDORF: Die Frage, ob der Online-Handel womöglich zum Totengräber des stationären Einzelhandels werden könnte, wird im Handel und in der Handelsimmobilien-Szene seit einigen Jahren heftig diskutiert. Zumal das bei den jungen Leuten so heiß geliebte Smartphone beim Online-Kauf eine zentrale Rolle spielt: Laut GfK ist das Handy die Hauptquelle für Kundenkontakte: 67% werden über das Handy hergestellt und nur 33% via Desktop. 87% nutzen Apps und nur 13% den Browser.

Nach zahlreichen Untersuchungen über das heutige Kaufverhalten der Kunden ist es inzwischen Konsens unter den Experten, dass der Konsument die Vertriebskanäle vermischen möchte, da aus Sicht der meisten sowohl der stationäre als auch der Online-Handel ganz spezifische Vorteile bietet, je nach Lebensstil. Laut **Manuel Jahn** (Foto), **Leiter** der Bereiche **Financial Services** sowie **Fashion & Lifestyle** bei **GfK GeoMarketing**, verteilt sich bei einem Omnichannel-Mode-Einzelhändler, der vom Geschäft bis zum Online-Shop die gesamte Palette bietet, der Umsatz im Jahr 2016 zu etwa 70% auf das stationäre Geschäft inklusive „Webrooming“ (online informieren, offline kaufen), rund 20% auf die sogenannte verlängerte Ladentheke mittels Click & Collect sowie Showrooming (im Geschäft informieren und online kaufen), und zu etwa 10% auf den Online-Shop.



Bereits in 5 Jahren, 2020, so die Überzeugung des Experten, wird dieser Modehändler noch etwa 45% seines Umsatzes mittels stationärem Geschäft, Webrooming und Order im Laden erzielen, 40% über die „verlängerte Ladentheke“ (Click & Collect sowie Showrooming) und 15% über den Online-Shop. Als Konsequenz aus dieser digitalen Revolution empfiehlt Jahn dem Einzelhandel, sich klar zu positionieren, um

Deals

Mymüsli baut sein Filialnetz weiter aus

Der Versandhandel für individuell zusammengestelltes Müsli, **mymüsli**, hat sein Netzwerk um 2 neue Filialen in 1A-Lagen erweitert. In Rosenheims beliebter Gastronomie-Lage, am Max-Josefs-Platz 21, wurde bereits im Juli 2016 die Eröffnung gefeiert. Im Store in Freiburgs 1A-Lage, Kaiser-Joseph-Straße 207, sollen im Oktober 2016 die ersten Müslimischungen verkauft werden. **Lührmann** vermittelte die Mietverträge. Mymüsli wurde 2007 als Online-Händler von 3 jungen Männern in Passau gegründet. Im Jahr 2012 eröffneten sie die ersten Filialen in Regensburg und München. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen mehr als 700 Mitarbeiter und betreibt in Deutschland 35 Filialen.



HAMBURG, LANGENHORN



HEILIGENHAUS



BURGHAUSEN



VILLINGEN-SCHWENNINGEN



MÜNCHEN



LANGEN

Alles aus einer Hand - Investor, Projektentwickler, Vermietungsmanager und Centermanager

INDIVIDUELL WIE UNSERE KUNDEN

HBB Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH
Tel.: +49 (40) 60 09 07-0 · www.hbb.de





Handelsimmobilien

Report Nr.231

vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 10

Unternehmens News

nicht vom Wettbewerb und vom Online-Handel abgehängt zu werden. Dabei teilt er den Markt in 2 Segmente ein: In den „Experience-Kauf“, der auf Themen wie Luxus, Bio, regionale Erzeugung und Ethik sowie auf Kommunikation zur Abgrenzung gegen den Online-Handel setzt. Hier spielt - anders als im Internet-Handel - nicht der niedrigste Preis eine Rolle, sondern der Nutzen des Einzelhandels für die Inspiration, die Personalisierung und die Identifizierung des Kunden. Die Preise sind eher hoch. Der perfekte Standort für diese „Shopping Experience“ sind Einkaufszentren mit Aufenthaltsqualität und die Highstreet, die zum Bummeln einlädt.

Der andere Markt umfasst das Feld des „Routine Shopping“, bei dem Themen wie Er-



Foto: Cornerstone

Lebensmittel werten Fachmarktlagen auf.

reichbarkeit und Funktionalität der Einkaufsstätte eine zentrale Rolle spielen. Konkret geht es in erster Linie um den Versorgungseinkauf für den ein dichtes Filialnetz und die gute Erreichbarkeit mit dem Pkw, die große Auswahl und das insgesamt niedrige Preisniveau wie in Fachmarktzentren, hybriden Malls, Lebensmitteldiscountern und Textildiscountern entscheidend sind. Stichworte bei diesem Vertriebsweg sind laut Jahn der „günstige Preis“, der die grundsätzliche Erwartungshaltung

des Kunden nach einem Wert respektive Vorteil erfüllt.

Zu den Erfolgsfaktoren des Konzepts gehört auch, dass der Kunde keine (negativen) Überraschungen erlebt, weil es ihm beim Versorgungseinkauf wichtig ist, dass die Produkte immer verfügbar sind. Verlässlichkeit steht hier im Vordergrund: Der Einkauf ohne emotionales Engagement als Routine. Deshalb ist auch eine leichte Orientierung im Verkaufsraum ohne Umwege und Vorplanungen wichtig. Dass bei diesen Handelskonzepten eine hohe Frequenz durch Stammkunden eine wichtige Erfolgsgrundlage ist, liegt auf der Hand.

Da insbesondere die **Lebensmittel-Sortimente**, die bei den von der GfK untersuchten 250 Fachmarktzentren einen Anteil von 35% erreichen, von den Kunden bevorzugt persönlich gekauft werden, ist die Gefahr, durch den Online-Handel verdrängt zu werden, gering. Insgesamt konzidiert Jahn diesem Vertriebsweg eine geringe Online-Anfälligkeit durch einen hohen Anteil an Sortimenten mit niedriger Online-Quote. Standortverluste seien hier nicht zu befürchten. Zudem unterstützt der seit 2007 zu beobachtete Trend, dass die Bundesbürger seltener einkaufen, dafür je Besuch aber größere Mengen, auch große Center-Anlagen an nicht integrierten Standorten.

Im Gegensatz dazu nutzt der Gegenpol - der Einzelhandel für die „Shopping Experience“ - das stationäre Ladengeschäft als Kommunikationskanal für die Kunden. Statt dem wettbewerbsfähigen Preis erwartet die Verbraucher hier ein Zusatznutzen, der im Zusammenhang mit Inspiration, Kunst, Kultur, ethischen und ökologischen Grundsätzen stehen kann. Wichtig ist bei diesem Konzept die Konnektivität, das heißt, seine Verknüpfung mit den Bereichen Wohnen und Arbeiten - kurz: die Mischnutzung.

HBB eröffnet Center W1 am Wandsbeker Markt

Nach 2 Jahren Bauzeit ist das Shopping-Center **W1**



am Wandsbeker Markt in Hamburg Wandsbek fertig. Das von der **Hanseatischen Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft (HBB)** mit rd. 45 Mio. Euro finanzierte städtebauliche Projekt ist von zukunftsweisender Bedeutung für die Wandsbeker Marktstraße, und durch die Ansiedlung des ersten Hamburger Sportfachmarkts von **Decathlon** auch für ganz Hamburg und das Umland. Auf dem rd. 6 000 qm großen Grundstück Ecke Wandsbeker Marktstraße und Brauhausstieg entstand als Entrée zur stadtbekannten Einkaufsstraße der Hansestadt der Neubau einer sechsstöckigen Einzelhandelsimmobilie mit rund 12 000 qm Verkaufsfläche und 310 Parkplätzen auf den oberen 3 Etagen. Hauptmieter im W1 sind ein großzügiger, moderner **Rewe** Frischemarkt, ein großer **dm**-Drogeriemarkt und eben ein Decathlon Sportartikel-fachmarkt. Weitere Geschäfte aus den Bereichen Mode und Textilien sowie Gastronomie ergänzen das Portfolio. Die Eröffnung war am 26. September.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 11

Deals

Im Interesse von Personalisierung und Inspiration des Kunden ist es auch wichtig, dass sich das Einzelhandelskonzept von anderen „differenziert“. Das geschieht laut Jahn beispielsweise durch anziehungsstarke, segmentierte Angebotsprofile, die die hohen Erwartungen der Zielgruppe erfüllen. Um die Identifikation des Konsumenten mit dem Konzept und den Aufbau persönlicher Beziehungen zu erreichen ist es heute schließlich hilfreich, Geschichten und Inhalte zu vermitteln.

Vermietungsmarkt Innenstadt

Die Schwäche im Mode-Handel hinterlässt Spuren

rv DÜSSELDORF. *Schon seit geraumer Zeit verdichten sich die Informationen, dass die Mieten im Markt für Handelsimmobilien nicht weiter steigen werden. Der Strukturwandel durch den Online-Handel, der den stationären Handel zur Multichannel-Strategie zwingt, lässt viele Unternehmen bei der Expansion genau prüfen, ob sie in neue Flächen oder in Technik investieren und ob der Standort gut genug ist. Internationale Einzelhändler haben den innerstädtischen Vermietungsmarkt zwar lange Zeit befeuert, doch inzwischen stagnieren die Mieten auf hohem Niveau.*

So überschrieb der Immobiliendienstleister **Comfort** seinen jüngsten Bericht über den Vermietungsmarkt für Retail Assets mit der plakativen Überschrift: „Mietermarkt - die Party ist vorbei“. Wie auch bereits das Beratungsunternehmen **JLL** bei seinen Analysen

Frankfurt/M: Engel & Völkers Investment Consulting hat im Zuge eines strukturierten Verkaufsprozesses ein Einzelhandelsportfolio an eine Besitzgesellschaft der **EOS Immobilienworkout GmbH**, die auf B- und C-Lagen spezialisiert ist, vermittelt. Die 9 Objekte in Wismar, Weidenberg, Haste, Gosslar, Aue, Höchststadt und Saalfeld stammen aus einem NPL-Verkaufsmandat. Die Mietfläche beträgt rd. 10 500 qm. Der durchschnittliche Leerstand beträgt 25%, die Restmietlaufzeit (WALT) rd. 4 Jahre. Einzelhandelsmieter sind u.a. Norma, NKD, Kik und New Yorker.

www.wisag.de



Facility Management für Handelsimmobilien

Ihr Shopping Center in besten Händen

Perfekte Sauberkeit, kompromisslose Sicherheit und optimaler Service: Das begeistert nicht nur die Kunden, sondern auch Mieter und Eigentümer. Mit unseren individuellen Lösungen und unserer Erfahrung profitieren Sie von optimalen Bewirtschaftungskosten. Dabei haben wir den Werterhalt und die nachhaltige Entwicklung Ihres Centers immer im Blick. Wir gehen für Sie den einen Schritt weiter.

WISAG Facility Management Holding GmbH & Co. KG, 60528 Frankfurt am Main,
Anna Kozina, Tel. +49 69 505044-322, anna.kozina@wisag.de

WISAG heißt Wertschätzung! WISAG heißt Einsatz! WISAG heißt bunt!





Handelsimmobilien

Report Nr.231

vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 12

festgestellt hat, so konstatiert auch **Olaf Petersen, Chef-Researcher** bei Comfort: „Der Druck geht insbesondere vom Flächennachfrage-Schwergewicht Textil-Einzelhandel aus. Hier sind die Pro-Kopf-Ausgabebeträge seit Jahren rückläufig und der Verkauf zu Normalpreisen mit ‚normaler‘ Kalkulation wird von der Regel immer mehr zur Ausnahme.“

Die schwierige Lage in der Branche, die der maßgebliche Mieter in den Innenstädten ist, umschreiben auch die Zahlen des **BTE**, des **Statistischen Bundesamtes** und der **GfK**: Auf Basis der Zahlen des Statistischen Bundesamtes berechnete GfK für den gesamten Textileinzelhandel Erlösrückgänge von 4,9% im Jahr 2012, von 6,6% im Jahr 2013, von



Unterstützung durch internationale Handelsmarken.

Foto: Comfort

4,3% in 2014 und von 3,1% im Jahr 2015. Für das 1. Halbjahr 2016 ermittelte das Statistische Bundesamt nach vorläufigen Zahlen einen Rückgang von nominal 1,1 und real 1,5%. So sind laut GfK die Pro-Kopf-Ausgaben für Bekleidung zuletzt von 550 Euro auf 450 Euro gesunken.

Von Mietrückgängen wird keine Stadtgröße verschont

Hinzu kommt, dass Deutschland mit einer Verkaufsflächenausstattung von 1,45 qm pro Kopf im europäischen Vergleich zu den Ländern mit der meisten Verkaufsfläche gehört. Dadurch geraten schlechte Lagen oder unmoderne Verkaufsflächen noch stärker unter Druck. „Viele namhafte Marken wie z. B. **Geny Weber**, **Tom Tailor** und **Sinn Leffers**, um nur ein paar Namen zu nennen, optimieren ihre Flächen durch Bereinigungen ihres Filialnetzes bzw. Relocations oder verhandeln ihre Mietverträge nach“, erklärt Petersen Petersen weiter.

Deshalb geht er davon aus, dass der Markt für Highstreet-Mieten - nach Jahren stetigen Wachstums - vor einer Gezeiten-Wende steht. Von den 146 von Comfort untersuchten Städten ist eine Zunahme der Höchstmieten bei Kleinflächen (bis 120 qm) nur in 8 Städten zu registrieren. Das entspricht einem Anteil von 5%. Rückläufige Spitzenmieten fand der Dienstleister in 45 Städten (Anteil: 31%), wobei in dieser Gruppe bei drei Vierteln Rückgänge von über 5% zu verzeichnen waren.

Kein Grund für Weltuntergangsstimmung

Das betraf zwar nicht nur kleinere Städte, doch war diese Gruppe überproportional vertreten. „Von der Thematik der Mietrückgänge blieb allerdings generell keine Stadtgröße verschont“, so Petersen. Beim größten Teil der Städte - nämlich in 93 - gab es jedoch stabile Mieten. Das ist ein Anteil von 64% und damit der größte Teil.

Grund für eine Weltuntergangsstimmung gibt es laut Petersen denn auch nicht, da die Mieten insbesondere zwischen 2006 und 2011 stetig gestiegen sind. In den folgenden Jahren habe sich bereits ein differenzierteres Bild abgezeichnet. Gleichzeitig wird der

Personalien

Frank Emmerich neuer Head of Retail bei CBRE

Frank Emmerich ist ab sofort **Sprecher** und **Head of Retail Agency Germany** für die Business Line Retail des Immobilienberatungsunternehmens **CBRE**. Die Entscheidung hat das Team der deutschen Business Line Retail getroffen. Die Position Head of Retail Germany war zuvor unbesetzt. Emmerich verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Retailbereich. Seit 9 Jahren ist er für CBRE tätig. „Frank ist ein sehr erfahrener Kollege, der dem Unternehmen und den Kunden einen großen Mehrwert bietet. Auch unsere Mitarbeiter schätzen ihn sehr, was sich nicht zuletzt in der Entscheidung des Retail-Teams widerspiegelt, ihn als Leiter des Bereiches gewählt zu haben“, sagt **Alexander von Erdély**, CEO von CBRE in Deutschland.

Deals

Hamburg: Für sein Menswear-Label **Camp David** und seine Damenmode-Marke **Soccx** hat das inhabergeführte Modeunternehmen **Clinton** rd. 216 qm in Timmendorfer Strand gemietet. In der Strandallee 96-98 eröffnet der erste eigene Store des Unternehmens in der Stadt. Das Wohn- und Geschäftshaus gehört der Hausverwaltung **Lehmensieck** und befindet sich in der südöstlichen Verlängerung der Kurpromenade unweit des Zentrums. **Grossmann & Berger** vermittelte.



Handelsimmobilien *Report Nr.231*

vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 13

Vermietungsmarkt durch das Interesse internationaler Handelsmarken an einer Expansion auf dem stabilen deutschen Markt gestützt. Nach den Worten des für Vermietung zuständigen **Comfort-Geschäftsführers Manfred Schalk** dokumentieren die bereits vollzogenen oder angekündigten Markteintritte von Clas Ohlson, White Stuff, Sak's Fifth Off, Under Armour, Koton, Topshop, Uniqlo, American Vintage, Vilebrequin, Le Creuset, Sennheiser, Bodum oder New Balance das Interesse eindrucklich.

Zudem unterstützen Trends wie die Rückkehr der Nahversorger/Lebensmittelhändler mit neuen Konzepten in die innerstädtischen Lagen, das wachsende Interesse der Gastronomie an den Highstreets und die Expansion von Pop-up-Stores in Einkaufsstrassen das Vermietungsgeschäft. „Spätestens die Anmietung von **Rossmann** auf der Kölner Schildergasse wie auch die laufenden Eröffnungen von verschiedensten kompakten Lebensmittel-Konzepten (vom Vollsortimenter über Bio bis „to-Go“) zeigen ein „Rollback“ der zeitweise aus Deutschlands Innenstädten weitgehend verschwundenen Nahversorgung“, schreibt Comfort.

Die **Gastronomie** reite deutschlandweit und unabhängig von Stadtgrößen auf der Welle des Außerhausverzehrs, heißt es weiter: „Einerseits durch die Vertiefung der Expansion bewährter Player wie z. B. Vapiano, L'Osteria, Hans im Glück, Gin Yuu, etc. und andererseits durch eine Vielzahl von ganz neuen Filialkonzepten wie Custom Burger, bona me, Frittenwerk, Chilli's Group, Cotidiano.“ Last not least gehen die - nicht selten aus der Not geborenen - **Pop-up-Stores** aus den Shopping-Centern heraus und werden in klassischen 1A-Lagen zu etablierten Größen.

Deals

Hamburg: Die italienische Designerin **Fabiana Filippi** eröffnet ihre ersten deutschen Store in der Hamburger Top-Lage Hohe Bleichen 11 auf rd. 180 qm Einzelhandelsfläche. Vermieter ist der offene Immobilien Publikumsfonds **Deka-Immobilien Europa**. **BNP Paribas Real Estate** vermittelte. **Colliers International** beriet den Mieter. Vormieter der Fläche, die jetzt aufgeteilt wird, war das Modelabel Armani. Weiterer Mieter ist die Modemarke **Friendly Hunting**, die den Shop bereits Anfang September eröffnete. Sie wurde auch von BNP Paribas Real Estate beraten.

Besuchen Sie uns
auf der Expo Stand
B2.340

ECE

GRENZENLOS SHOPPEN IN SINGEN

Im Herzen von Singen – an Bahnhof und Fußgängerzone gelegen – plant die ECE ein neues Shopping- und Dienstleistungszentrum: das CANO. Auf 16.000 m² Verkaufsfläche entstehen hier in unmittelbarer Nähe zur Schweizer Grenze rund 80 hochwertige Shops und ein Foodcourt mit besonderem gastronomischen Angebot – der neue Hotspot der City. Geplante Eröffnung: Frühjahr 2019. www.ece.de





Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 14

Personalien

Trading-up im Lebensmittelhandel

Ein Quantensprung in der Konzeptentwicklung

**Markus Wotruba, Leiter Standortforschung
bei der BBE Handelsberatung GmbH**

Supermärkte und Discounter haben in den vergangenen zehn Jahren einen Quantensprung in der Weiterentwicklung ihrer Konzepte gemacht. Zweifellos haben die Discounter sich dabei vom ergänzenden Betriebstyp im Lebensmittelhandel selbst zum Nahversorger gewandelt. In vielen Orten übernehmen sie mittlerweile eine zentrale Funktion bei der Grundversorgung der Bevölkerung.

Obwohl es bei den Discountern - wie auch bei den Supermärkten - eine stetige Weiterentwicklung gibt, so kann man derzeit jedoch den seit Jahrzehnten größten Schub in puncto Erscheinungsbild erleben. Nicht nur, weil die Marktführer **Aldi** und **Lidl** neue Filialtypen vorgestellt haben, sondern auch weil **Netto Ponholz**, **Netto Stavenhagen** und **Penny** stetig an einem moderneren und hochwertigeren Marktauftritt arbeiten.



Die Supermärkte reagieren ebenfalls mit Trading-up-Strategien. Die Spitze des Eisbergs bilden hier punktuelle Premium-Filialen, in denen alles etwas edler gestaltet ist und die Profilierungsthemen der Branche - Frische und Gastronomie - noch stärker betont werden wie beispielsweise beim **Rewe Premium-Markt** im Münchner Shopping-Center **Fünf Höfe** mitten in der Innenstadt. Auch bei den Discountern spielen inzwischen Produkte zum Sofortverzehr (Convenience, Back-Shop, Heiß- und Kaltgetränke) eine immer größere Rolle.

Die stärkere Listung von (einigen wenigen) Marken bei Aldi und die Betonung der Markenkompetenz (bei Industrie- und Handelsmarken) in der aktuellen Werbekampagne von Lidl unterstützen die höherwertige Positionierung. Dabei ergeben sich Wechselwirkungen und Ausstrahleffekte, bei denen die Eigenmarken von den Industriemarken profitieren. Beide profitieren zudem vom neuen Erscheinungsbild der Märkte. Die gute Konjunktur in Deutschland unterstützt diese Entwicklung und verringert die Gefahr, die mit dem Trading-up verbunden ist. Die vor einigen Jahren noch diskutierten Ansätze, dass sich Anbieter in der Preiswahrnehmung unterhalb der Discounter positionieren könnten, scheint derzeit kein Thema zu sein. Die entsprechende Initiative des SB-Warenhaus-Betreibers **Real** im Jahr 2013 - eine Eigenmarke mit reduzierter Produktqualität noch unterhalb der Eigenmarke der Discounter zu lancieren - hat keine großen Erfolge gezeigt.



Lidl in der Kistlerhofstraße in München.

Mfi-Gründer Roger Weiss gestorben

Am 21. September 2016 ist der Gründer der Essener **mfi AG**, **R. Roger Weiss**, überraschend im



Alter von 72 Jahren gestorben. Der gebürtige Danziger, der in Westdeutschland aufgewachsen ist, hatte den Shopping-Center-Spezialisten im Jahr 1987 gegründet und sich zunächst auf die Entwicklung von Büro- und Service-Parks konzentriert, bevor er 1995 sein erstes Einkaufszentrum in Thüringen entwickelte. Zwischen 2001 und 2006 hatte Weiss als Vorstandsvorsitzender die Geschicke der mfi AG geleitet und war danach als Vorsitzender in den Aufsichtsrat des Unternehmens gewechselt. Eine Zäsur erlebte das Unternehmen nach der Finanzmarktkrise als es 2010 das US-Private Equity-Unternehmen **Perella Weinberg** als maßgeblichen (90%) Teilhaber und Kapitalgeber ins Haus holte. Später verkaufte Perella Weinberg seine Anteile an den Center-Spezialisten **Unibail Rodamco**, der die Chance nutzte, um auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen. Weiss behielt eine kleine Beteiligung von 8,85%. Im Jahr 2015 wurde die mfi vollständig integriert und in Unibail Rodamco Germany umfirmiert. Weiss verließ den Aufsichtsrat, und war in erster Linie Privatier.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 15

Real versucht sich nun wieder genau in der entgegen gesetzten Richtung zu positionieren (Trading-up). So arbeitet das Unternehmen an einem ganz neuen Konzept, das in der Filiale in Krefeld implementiert und in diesem Herbst an den Start gehen wird.

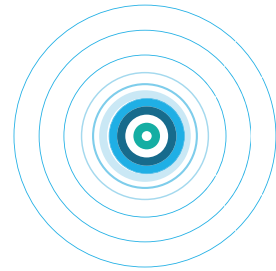
Auch die Gefahr durch die in Frankreich bekannteren Extrem-Discounter wie **Noz** scheint in Deutschland nicht (mehr) gegeben. Entsprechende Ansätze deutscher Betreiber haben bisher nicht zu einer nennenswerten Expansion geführt. Der jüngst eröffnete **Easy Foodstore** der bekannten Firmengruppe (Easy Jet) in London scheint nicht das Potenzial für einen Angriff auf deutsche Discounter zu haben.

Amazon startet mit City-Hubs in Berlin und München

Relevant für den Markt scheint derzeit der erwartete Durchbruch des Online-Lebensmittelhandels zu sein. Dieser scheint nach dem Start der **Amazon-City-Hubs** im Ku'damm Karree in Berlin und in der Hopfenpost in München wieder ein Stück näher gerückt. Nach Prognosen der **BBE Handelsberatung** wird der Marktanteil online vertriebener Produkte aus dem Bereich der „fast moving consumer goods“ (FMCG) bis 2025 auf 6,7% steigen (2014: 1,2%). Diese „Schnelldreher“ sind aber bisher die Domäne der Discounter und Supermärkte.

Einiges spricht dafür, dass sich führende Marktteilnehmer intensiv auf einen Eintritt in dieses Segment vorbereiten. Die Aktivitäten von **Rewe** und **Edeka** sind offensichtlich. Recht konkret sind zudem die Ankündigungen von **Kaufland**, in Berlin und München in größerem Stil in die Belieferung von Privathaushalten einzusteigen. Aber auch Aldi und Lidl testen entsprechende Lieferdienste bereits in ausländischen Märkten. Mit seiner Vorratsbox ist Lidl außerhalb des Frische-Bereichs bereits in Deutschland aktiv. Während Kaufland jedoch im Zuge der Weiterentwicklung seines Konzeptes die Verkaufsflächen pro Filiale eher reduziert, wächst diese bei den Discountern weiter. Fast unbemerkt wird auch in Nebenflächen investiert. Diese könnten bei einem Multichannel-Konzept eine wichtige Rolle spielen.

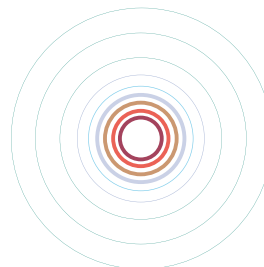
**SONAE
SIERRA**



EIGENTUM,
ENTWICKLUNG,
MANAGEMENT VON
EINKAUFSZENTREN
& PROFESSIONELLE
DIENSTLEISTUNGEN

SPEZIALISTEN
FÜR EINZIGARTIGE
EINKAUFSERLEBNISSE

SPEZIALISTEN
FÜR INNOVATION
IN VIELEN
LÄNDERN



www.sonaesierra.com



Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 16

Personalien

Shopping-Center Singen

Städtebaulicher Impuls für ein neues City-Quartier

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Städte an der Grenze zur Schweiz sind bei deutschen Einzelhändlern und Entwicklern sehr beliebt - insbesondere seit die Schweizer Nationalbank im Januar 2015 den Mindestkurs von 1,20 Franken je Euro aufgehoben und die Währung deutlich aufgewertet hat. Eine solche Stadt ist Singen am Hohentwiel, einem prägnanten Vulkankegel, die sich 5 km von der Schweizer Grenze und 20 km vom schweizerischen Schaffhausen entfernt befindet.

Durch die Aufwertung der heimischen Währung wurden die Waren im benachbarten Deutschland laut **GfK GeoMarketing** für die Schweizer quasi über Nacht deutlich günstiger, so dass seither einiges an Kaufkraft in die Städte der Grenzregion wie im Süden von Baden-Württemberg fließt. Das ist auch eine günstige Voraussetzung für das neue Shopping-Center-Projekt, das die Hamburger **ECE** in der 47 000 Einwohner-Stadt **Singen** plant. Nach einer früheren Studie der **GMA** (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung) in Ludwigsburg umfasst das Einzugsgebiet der Stadt etwa 274 850 Einwohner, darunter auch viele aus der Kaufkraftstarken Schweiz. Durch die Entscheidung der Schweizer Nationalbank könnte das Einzugsgebiet womöglich noch größer geworden sein. Die ECE schätzt es auf 370 000 Menschen. Nach der 30 km entfernten Kreisstadt Konstanz ist das Mittelzentrum Singen die zweitgrößte Stadt im Landkreis Konstanz.



Das **innerstädtische Center** (Bild: ECE) entsteht direkt an der Bahnhofstraße, gegenüber vom Bahnhof und an der Haupteinkaufsmeile **August Ruf Straße**. Dafür hatte sich die ECE bereits 2014 die notwendigen Grundstücke gesichert. Auf dem **Holzer Areal** müssen nach den Worten von **Marcus Janko, Projektleiter** bei der ECE, verschiedene denkmalgeschützte Häuser und Fassaden erhalten und umbaut werden. Wichtig ist auch bei diesem Projekt die Öffnung zur Innenstadt. Dafür sorgen z.B die 6 verschiedenen Ein- und Ausgänge sowie Restaurants und Cafés im Parterre mit Freiflächen im Außenbereich, die laut ECE den „fließenden Übergang zur Singener Innenstadt entstehen“ lassen. Der Foodcourt, der auch bei diesem Einkaufszentrum ein wesentliches Highlight bilden wird, befindet sich im Obergeschoss.

Bei Architektur und Design will der Hamburger Entwickler einerseits an das vom Hohentwiel geprägte vulkanischen Erbe und andererseits an die industrielle Tradition der Stadt anknüpfen. Die Elemente Feuer und Wasser finden sich in den beiden Lichthöfen wieder, von denen einer feurig, mineralisch-vulkanisch inspiriert ist und der andere von den Aspekten Wasser und Natur. Zudem sollen Brücken und Übergänge in Fels-Optik gestaltet werden und Wandfarben an geschichtetes Lavagestein erinnern.

Stabwechsel bei Development Partner

Winfried Siebers (62), der als **Gründungsgesellschafter** und **Alleinvorstand** die **Development Partner AG** über rd. 15 Jahre aufgebaut und geführt hat, übergab zum 1. September 2016 die Führung an **Ralf Niggemann** (50), der seine Tätigkeit als **Vorstand** und **Mitgesellschafter** bereits im September 2015 begonnen hatte. Zuvor verantwortete er das Deutschlandgeschäft von **Signa Real Estate Management**. In den vergangenen Monaten hatten Siebers und Niggemann das Unternehmen gemeinsam als Vorstände geführt. Wie geplant wird sich Siebers auf die Rolle als Gesellschafter und strategischer Berater von Development Partner zurückziehen. Zum 1. Dezember 2016 wird der Vorstand mit **Emmanuel Gantenberg** (52) als **CFO** komplettiert. Er bringt 20 Jahre Erfahrung in der Immobilienbranche mit, zuletzt als CFO von Klepierre Deutschland. Mit dem Eintritt von Gantenberg übernimmt Niggemann den Posten des CEO.

Deals

Zürich: Ein Privatinvestor hat eine Immobilie an der Steinstraße in Zürich-Wiedikon erworben. Das Objekt bietet 584 qm Nutzfläche mit 11 Wohneinheiten und einer Gewerbeeinheit. Verkäufer war eine Erbengemeinschaft. **Engel & Völkers Commercial Zürich** vermittelte.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 17

Deals

Mit dem Projekt will die Stadt einen wichtigen städtebaulichen Impuls setzen für ein innerstädtisches Quartier mit einem neu gestalteten Bahnhofsvorplatz. In einer früheren Potenzialanalyse zur Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Singen hatte die GMA u.a. festgestellt, dass sich die City gegen die dezentralen Einkaufsstandorte und Fachmarkt-Agglomerationen in der Umgebung nur durch starke Haupteinkaufslagen profilieren könne. Dafür sei es notwendig, die Anbieter räumlich zu konzentrieren und natürlich einen gelungenen Branchen-, Betreiber- sowie Komplementärmix zu bieten und die Haupteinkaufsbereiche der Innenstadt attraktiver zu gestalten.

Die **BBE Handelsberatung** aus München hatte in ihrer Auswirkungsanalyse zwar festgestellt, dass die Einkaufsstadt Singen mit ihrem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich schon eine recht hohe regionale Ausstrahlung hat, die Größe des Planareals aber die Ansiedlung von weiteren größeren Betriebseinheiten zulasse, die angesichts der Angebotsstrukturen und des generellen Entwicklungstrends im Einzelhandel - wie der Bedeutungsverlust der inhabergeführten Fachgeschäfte und die wachsende Online-Konkurrenz - zur Weiterentwicklung der Singener City benötigt würden. Wichtig sind aus Sicht der GMA-Experten zudem eine gute Verkehrsanbindung und genügend Parkraum. Die ECE plant 500 Parkplätze im Shopping-Center.

Nachdem der Singener Stadtrat im Juni mit großer Mehrheit für die Realisierung des Projekts gestimmt und die Bürger im Rahmen eines Bürgerentscheids am 17. Juli 2016

Düsseldorf: Das belgische Modelabel **Caroline Biss** mietet für seinen ersten deutschen Store in der Düsseldorfer Grabenstraße 10 rd. 200 qm im ehemaligen Uli Knecht-Laden. Vermieter ist ein Privatinvestor aus Niedersachsen. Caroline Biss wurde 1963 gegründet. Der Name ist ein Phantasienamen. Heute wird das Familienunternehmen mit Sitz in Lebbeke in 3. Generation geführt und betreibt 26 eigene Stores in Belgien (15), den Niederlanden (9) und Luxemburg (2). Auch im Großhandel ist das Label aktiv, u.a. in Russland, Spanien und Italien. **Colliers International** vermittelte.



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Center-Digitalisierung
Kunden- und Zielgruppenanalysen
Multichannel-Strategieentwicklung
Umsetzung Multichannel-Strategie
Innovationsstrategien im Handel
Online-Marketing

Zukunftsthema Multichannel: Herausforderung und Chance

Handel ist unser Geschäft und unsere Stärke – durch Erfahrung und kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Kompetenzen. Als unabhängiges Beratungsunternehmen fokussieren wir unser Spezial-Know-how seit fast 30 Jahren für Projektentwickler, Investoren und den Handel selbst.

Als Ihr Berater in allen Fragen auf dem Weg zur Channel Excellence bieten wir Ihnen auch im Beratungsfeld Multichannel alle relevanten Beratungsprodukte an.

Wir können etwas für Sie tun?

Dann sprechen Sie uns an:
Gern stehen Ihnen Herr Uwe Seidel und
Herr Prof. Rainer P. Lademann zur Verfügung.

Dr. Lademann & Partner GmbH
Friedrich-Ebert-Damm 311
22159 Hamburg
Telefon (040) 64 55 77 0
Telefax (040) 64 55 77 33
info@dr-lademann-partner.de



www.dr-lademann-partner.de

Wissen bewegt.



Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 18

Personalien

gleichfalls mehrheitlich für das Einkaufszentrum votiert hatten, will die ECE das Projekt vorantreiben und plant die Fertigstellung für Herbst 2018.

Stadtentwicklung in Mittel- und Kleinstädten

Interessante Projekte jenseits des Mainstreams

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Seit die Preise für Geschäftshäuser oder Shopping-Center im Laufe des Immobilienzyklus bereits ein beachtliches Niveau erreicht haben und die Renditen immer weiter sinken, ist das Interesse an guten Objekten in B- und C-Städten gewachsen. Da hier aber oft die modern geschnittenen Flächen für den Einzelhandel fehlen, eröffnet das auch Chancen für Projektentwickler mit Fokus auf Mittel- und Kleinstädte, wie etwa die HBB GmbH aus Hamburg.

Dabei werden Projekte wie das offene Shopping-Center **Forum Hanau** (Foto: HBB) zur Neugestaltung des Stadtzentrums der gleichnamigen Stadt immer wichtiger, wie das Interesse anderer Kommunen an dem Projekt zeigt, von dem **Oberbürgermeister Claus**



Kaminsky zum 1. Geburtstag Anfang September berichtete. Auch für **Harald Ortner, Geschäftsführer** des Entwicklers und Eigentümers **Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH (HBB)**, war die Entscheidung zugunsten des offenen Konzepts aus mehreren Gebäudeteilen genau richtig. Das Unternehmen

will das in der 96 620 Einwohnern-Stadt erfolgreich erprobte Konzept nun auch in anderen Städten wie in **Villingen-Schwenningen**, vorstellen.

In der Doppelstadt im südlichen Schwarzwald geht es um ein grundlegendes Refurbishment - d.h., Abriss und Neubau eines Centers -, denn auch in Klein- und Mittelstädten prägt das Thema Revitalisierung den Markt. In der Innenstadt von Schwenningen, dem einen Teil der Doppelstadt, hat die HBB das seit 10 Jahren leer stehende Einkaufszentrum mit dem klangvollen Namen „s'Rössle“ erworben.

Dass sich der Gemeinderat der Stadt mit etwa 82 000 Einwohnern Ende Juli 2016 mit großer Mehrheit für das HBB-Konzept entschieden hat, liegt daran, dass die Hanseaten einen „zukunftsfähigen Neubau“ präsentierten, wie der „Schwarzwälder Bote“ berichtete. „Ein zukunftsfähiges und erfolgreiches Konzept lässt sich nur mit einem Neubau realisieren“, sagt Ortner. Zumal das alte Shopping-Center nach den Worten von **André Stromeier, Geschäftsführer der HBB Gewerbebau Projektgesellschaften mbH** eine fehlerhafte Konzeption hat und die geschlossene Fassade die von den Kommunen heute gewünschte „Kommunikation des Gebäudes mit der belebten Umgebung“ nicht ermöglicht. Zudem war die Anbindung an die Fußgängerzone mangelhaft, Kriterien, die beim Thema Stadtentwicklung heute wichtig sind.

Der GCSC hat einen neuen Beirat gewählt

Bei der Mitgliederversammlung des **German Council of Shopping Centers (GCSC)** Mitte September in Berlin wurde der siebenköpfige **Beirat** neu gewählt. Erstmals in der 23 jährigen



Geschichte des Verbands standen 17 Bewerber aus allen Bereichen der Shopping-Center- und Handelsimmobilienbranche zur Wahl. Nach den Worten von **Klaus Striebig, Vorsitzender des GCSC-Vorstands** engagieren sich schon heute mehr als 50 Fachleute in unterschiedlichen Funktionen und Aufgaben im German Council, mehr als je zuvor. Im neu gewählten Beirat sind nun vertreten: **Stephan Austrup** (TH Real Estate), **Dr. Johannes Grooterhorst** (Grooterhorst & Partner Rechtsanwälte), **Wolfgang Gruschwitz** (Gruschwitz GmbH), **Anna Kozina** (WISAG Facility Management Holding GmbH & Co. KG), **Sebastian Müller** (GfK), **Harald Ortner** (HBB GmbH) sowie **Thomas Römer** (Intersport Deutschland). „Mit dem neuen Beirat decken wir in ausgezeichnete Weise nicht nur die unterschiedlichen Branchen unserer Verbandsmitglieder ab, sondern wir haben zudem eine repräsentative Vertretung aller Altersklassen. Das ist neu und sehr gut“, zeigte sich Striebig mit dem Ergebnis zufrieden.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 19

Deals

Der Wettbewerber der HBB, das Investorenduo **Rosco und Geiger** von der **R + G GmbH** in Oberstdorf, wollte das bestehende Einkaufszentrum dagegen nur umbauen und die Stadtbibliothek gleich in die Planung mit einbeziehen.

Positiv ins Gewicht fiel für die Vertreter der Stadt zudem, dass die HBB, die etwa 80 Mio. Euro investieren will, beabsichtigt, das Einkaufszentrum langfristig selbst zu betreiben. Damit zeigen die Hanseaten, dass sie an das Projekt glauben und auch selbst am Erfolg des Centers interessiert sind: „Die Lage am Eingang zur Fußgängerzone hat aus unserer Sicht großes Potenzial“, ist Ortner überzeugt. „Mit einem guten Mietermix können wir hier einen Schwerpunkt setzen, der auch zur Belebung der Innenstadt und insbesondere der Fußgängerzone beiträgt.“ Laut Stromeyer, sollen denn auch fehlende Mieter aus dem Einzelhandel angesiedelt werden, die den Gesamtstandort stärken.

Das neue Center soll aus 2 Handelsebenen mit 15 000 qm Verkaufsfläche und 2 Park Ebenen bestehen. Da noch nicht entschieden ist, ob die Stadtbibliothek integriert wird, hat die HBB der Stadt als Entscheidungsgrundlage 2 alternative Konzepte eingereicht. Die Eröffnung des künftigen Einkaufsmagneten ist 2019 geplant.

Um die Erneuerung eines Einkaufsstandorts durch Abriss und Neubau eines Einkaufszentrums geht es auch in der 20 000-Einwoher-Stadt **Burghausen**, im oberbayerischen **Landkreis Altötting**. An diesem Projekt hatten sich vor der HBB bereits einige Investoren vergeblich versucht, so dass nach dem Bericht der Lokal-Zeitung

Berlin: Der Spezialist für Kinderwagen, Kindersitze, Baby und Kinderausstattung, die **Familien Bande GmbH**, hat für ihren ersten Berliner Standort einen langfristigen Mietvertrag für einen rd. 236 qm großen Laden im Erdgeschoss des Neubau-Ensembles **Puhmannhof** zwischen Kastanienallee 97-99 und Schönhauser Allee 148 in Berlin Prenzlauer Berg abgeschlossen. Entwickler ist die **Hamburg Team Gesellschaft für Projektentwicklung GmbH**. Aengevelt vermittelte. Die Eröffnung ist im Oktober 2016 geplant. Nach Hamburg, Freiburg und Rastatt ist das die 4. Filiale.

520.000 Euro zu verschenken?*

*Diesen Nettobetrag hat ein großer Fashion-Retailer mit 230 Filialen deutschlandweit in einem Wirtschaftsjahr mit uns eingespart. Und, wieviel verschenken Sie?

Recco, der
Kostenspürhund
für Retailer

reccom[®]
Retail Cost and Contract Management





Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 20

Unternehmens News

Sandersdorf-Brehna:

Das **Fashion Outlet Halle Leipzig** firmiert ab 1. Oktober 2016 unter dem Namen „Halle Leipzig The Style Outlets“. Der Outlet-Betreiber **Neinver** hat das Center als Pächter und Betreiber im Zuge der Eröffnung der ersten Bauphase mit 10 000 qm Verkaufsfläche am 21. April 2016 übernommen. Nun wird das erste Outlet-Center in Mitteldeutschland in das erfolgreiche internationale Markenkonzept „The Style Outlets“ überführt.

Handelsimmobilien *Report*

Besuchen Sie uns
auch auf unserer
neuen Homepage:

www.hi-report.de

Leipzig: Die Drogeriekette **dm** hat in der Leipziger „Hainspitze“, in der Hainstraße 21-29, ihre 4. Filiale in der Leipziger City eröffnet und ist damit in fast allen wichtigen Einkaufsstraßen vertreten. Das Geschäftshaus „Hainspitze“ befindet sich im Kreuzungsbereich Hainstraße/ Brühl und vis à vis vom Haupteingang des Einkaufszentrums „Höfe am Brühl“. **Comfort** vermittelt den Mietvertrag für das Ladenlokal in der Ausrichtung zur Hainstraße.

„Wochenblatt“ die Bürger kaum noch daran glaubten, dass aus dem Projekt jemals etwas werden würde. Zuletzt war laut Stromeyer nur noch ein Edeka-Markt im **Salzachzentrum** verblieben, nachdem der Voreigentümer das Center entmietet hatte, da damals mit einem zeitnahen Baustart gerechnet wurde. Mit den ersten Baumaßnahmen am Salzachzentrum war bereits im Herbst 2012 begonnen worden, sie ruhten danach jedoch, da die Projektpartnerschaften mehrfach wechselten.

Deshalb bemühte die HBB auch das altbekannte Motto: „Was lange währt, wird endlich gut“, als sie bekannt gab,



Bild: HBB

So soll das neue Center in Burghausen aussehen.

als sie bekannt gab, dass sich die Stadt entschieden hatte, mit dem Hamburger Projektentwickler und Investor eine **Projektgesellschaft zur Entwicklung des Areal**s an der Markter Straße im Norden von Burghausen zu gründen. Laut Stromeyer war die gemeinsame Gesellschaft eine wichtige Voraussetzung dafür, dass die HBB die Chance sieht, das Einkaufszentrum zu realisieren. Günstige Bedingungen

bieten aus seiner Sicht auch die marktgerechten Mieten vor Ort, ein ausgefeiltes Konzept und die Tatsache, dass die Hanseaten bereits „erfolgreich Konzepte in vergleichbaren Größenordnungen und Städtegrößen umgesetzt“ haben.

Ein ganz neues Salzachzentrum für Burghausen

Mit seinen 20 000 qm für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen und der auf 400 Plätze erweiterten Tiefgarage soll das Einkaufszentrum ein Bindeglied zwischen Innenstadt und Bahnhof bilden. Der Baustart ist 2017 geplant und die Fertigstellung Ende 2018/Anfang 2019.

Die alte Herzogstadt an der Grenze zu Österreich zählt mit ihren 20 000 Einwohnern zu den führenden Chemiestandorten mit Unternehmen wie **Wacker Chemie**, **OMV** und **Linde** und gehört zu den wohlhabendsten Kommunen in Bayern. Burghausen bietet über 17 000 Arbeitsplätze und erzielt ein Bruttoinlandsprodukt von 9 Mrd. Euro. Für den Einzelhandelsstandort interessant sind die hohen Zentralitäts-, Kaufkraft- und Umsatzkennziffern und die etwa 400 000 Touristen, die jährlich in die Stadt kommen, wie Stromeyer aufzählt. Und auch die gute Verkehrslage begünstigt die Magnetwirkung auf das Umland.

Projekte in Kleinstädten sind keine Selbstläufer

Auch wenn die HBB viele gute Erfahrungen mit Einkaufszentren, Geschäftshäusern und Fachmarktzentren in Klein- und Mittelstädten gesammelt hat, ein Selbstläufer sind solche Projekte nicht. „Wir haben auch einige Städte geprüft und dabei gesehen, dass aus unterschiedlichen Gründen eine Einzelhandelsentwicklung nicht nachhaltig wäre. Daher haben wir die Finger davon gelassen“, konstatiert Stromeyer.



Handelsimmobilien *Report Nr.231*

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 21

Unternehmens News

Weil am Rhein

Stadtentwicklung über die Grenzen hinweg

rv DÜSSELDORF: Für die Neugestaltung des Europaplatzes im Zentrum von Weil am Rhein hat die 30 000 Einwohner-Stadt gleich mehrere Anläufe unternehmen müssen. Geplant ist, eine Innenstadt zu entwickeln, die der Funktion innerhalb des gemeinsamen Oberzentrums „Lörrach - Weil am Rhein“, die ihr durch die Landesplanung zugewiesen wurde, auch gerecht wird. Einen zentralen Mosaikstein bildet in diesem Kontext das Einkaufs- und Dienstleistungszentrum „Dreiländergalerie“.

Den Anstoß für das Bestreben, den Einzelhandelsstandort mit einem größeren Angebot aufzuwerten, gab die Feststellung des Beraters für Stadtentwicklung **Cima GmbH**, dass die Kaufkraftbindung der Stadt zwischen 2009 und 2013 leicht zurückgegangen war, während benachbarte Städte Kaufkraft hinzu gewonnen hatten. Kurz: **Weil am Rhein** verlor Kaufkraft an die Nachbarstädte. Durch die geplante **Dreiländergalerie** mit ihren etwa 16 500 qm für rund 60 Einzelhandelsgeschäft plus Gastronomie-Konzepte sollen 52 Mio. Euro an Kaufkraft zusätzlich in die Stadt geholt werden. Dabei setzen die Verantwortlichen darauf, durch einen Kaufkraftzufluss aus der Umgebung eine Umverteilung von Einzelhandelsumsatz innerhalb der Stadt zu verhindern.

Mit dem Plan, die innerstädtische Belebung durch ein Shopping-Center voranzubrin-

Bergisch Gladbach: In Bergisch Gladbach, im Strundepark in der Kürten-er Straße, wurde der erste **Alnatura Super Natur Markt** der Stadt mit knapp 660 qm Verkaufsfläche eröffnet. Der Markt bietet ein Bio-Sortiment mit 6 000 Artikeln, darunter viele Produkte aus der Region. In der Nähe halten auch die Buslinien 426, 427 und N43. Der neue Natur Markt ist die Nummer 13 im Alnatura-Netz in Nordrhein Westfalen und die 107. Filiale deutschlandweit. Erst vor 2 Wochen wurde der erste Alnatura Markt in Meerbusch eröffnet.



WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN

EINZELOBJEKTE AB 3 MIO. EURO UND PORTFOLIOS
AB CA. 20 MIO. EURO

Geeignet sind Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Fachmarkt- und Nahversorgungszentren sowie Einkaufszentren, die ihren Angebotsschwerpunkt auf Gütern des täglichen Bedarfs haben und bonitätsstarke Filialisten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels als Ankermieter aufweisen.

Ein detailliertes Ankaufprofil finden Sie im Internet unter
www.grr-group.de

Bitte richten Sie Ihre Angebote an

Claudia Ohlschmid

Transaktionsmanagement

Tel +49 911 955 126 - 32

claudia.ohlschmid@grr-group.de



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 22

Finanzierung

Allianz refinanziert Center in Schweden

Allianz Real Estate hat erstmals ein Finanzierungsgeschäft in Schweden abgeschlossen und einen Kredit in Höhe von umgerechnet ca. 73 Mio. Euro für die Refinanzierung des **Bergvik Einkaufszentrums** in Karlstad zur Verfügung gestellt. Partner bei diesem Projekt ist die **Euro-commercial Properties**, ein in Amsterdam gelistetes Euronext-Unternehmen mit einer Marktkapitalisierung von rd. 2 Mrd. Euro. Eurocommercial ist seit 25 Jahren auf Investitionen in Einkaufszentren spezialisiert und konzentriert sich dabei ausschließlich auf Frankreich, Italien und Schweden. Zu den Mietern des fast 33 000 qm großen Centers gehören neben der Supermarktkette Coop noch 70 weitere Mieter. Zudem befindet sich eine Ikea-Filiale in der Nachbarschaft. Den Kreditgeber beriet **DLA Piper**, die Kreditnehmer **Wigge & Partners**.

Deals

Bensheim: Für das 2015 von der **Publity AG** verkaufte „Neumarkt Center Bensheim“, für das sie weiter als Asset-Manager fungiert, hat sie mit der **FIHD GmbH** einen neuen Mieter gefunden. Sie ist Mitglied der **Fit4you Gruppe**. Die Mieter beträgt 1 500 qm. Das Unternehmen wird ab April 2017 für die nächsten 10 Jahre im Neumarkt Center ansässig sein.

gen, trägt sich die Stadt schon seit einigen Jahren. 2011 scheiterte der Anlauf eines Investors auf dem so Hangkanten-Grundstück ein Einkaufszentrum zu errichten, an einem Bürgerentscheid, berichtet **Barbara Linnemann, Director Asset Management** bei **Bilfinger Real Estate**. Zwei Jahre später wurde der Verkauf des Grundstücks von der Stadt erneut ausgeschrieben. Diesmal mit mehr Erfolg.

So beschloss der Gemeinderat von Weil am Rhein am 21. Oktober 2014, die Grundstücke am Europaplatz an den Shopping-Center-Investor **Cemagg** in Karlsruhe zu verkaufen. Das Unternehmen hatte seine Bewerbungsunterlagen für das Projekt im Januar 2014 eingereicht. Damit konnte die Stadt das europaweite Ausschreibungsverfahren,



Bild: Bilfinger Real Estate

das der Gemeinderat im Juni 2013 eingeleitet hatte, erfolgreich beenden. Als Berater hatte sich Cemagg die **Bilfinger Real Estate** ins Boot geholt und als Architekt **Chapman Taylor**. Nach der Präsentation des neuen Konzepts vor den Stadtvertretern habe das Projekt im Herbst 2015 bei der Stadt und bei den Bürgern von Weil am Rhein Zustimmung gefunden, berichtet Linnemann weiter. Im

Mai dieses Jahres hat Bilfinger Real Estate schließlich – nach Beauftragung und Auswertung aller erforderlichen Gutachten zu Verkehr, Emissionen, Schall und Einzelhandel – die **Einleitung des Raumordnungsverfahrens** beantragt.

Bei ihrem Projekt „Dreiländergalerie“ (Bild) setzten die Projektpartner - wie der Name schon sagt - auf die Lage der Stadt an der Grenze zu Frankreich und insbesondere zur Schweiz. Nachdem die Schweizer Notenbank im Januar 2015 den Mindestkurs von 1,20 Franken je Euro aufgehoben und die schweizerische Währung deutlich aufgewertet hat, waren die Einkäufe im benachbarten Euro-Raum für die Schweizer deutlich günstiger geworden. Von diesem Effekt profitieren die deutschen Shopping-Center und Einzelhändler im grenznahen Bereich schon seit geraumer Zeit.

Vor diesem Hintergrund ist Linnemann überzeugt, dass sich die Dreiländergalerie nicht nur in der Region um Weil am Rhein herum schnell zum Einkaufsmagnet entwickeln wird. „Auch aus dem Ausland, vor allem aus der Schweiz, wird - unterstützt durch den günstigen Wechselkurs von Franken zu Euro - ein großer Zustrom kaufkräftiger Kundschaft erwartet.“ Dabei ist es von Vorteil, dass die Schweizer Stadt Basel und Weil am Rhein mit einer Straßenbahnlinie verbunden sind, die dann im Minutentakt vor dem neuen Shopping-Center halten wird.

Für zusätzliche Anziehungskraft soll die aufwändige Architektur der Dreiländergalerie nach den Entwürfen von Chapman Taylor sorgen. Geplant ist ein geschwungener Gebäudekomplex, der sich aus zwei miteinander verbundenen Baukörpern zusammensetzt. „Große Glasfronten und perforierte Metallpaneele mit unterschiedlicher Transparenz prägen die Fassade“, so Linnemann. Geplant sind neben Einzelhandel und Gastronomie eine Kindertagesstätte sowie eine dreistöckige Tiefgarage.



Handelsimmobilien Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 23

Facility Management Services

Flexibilität und Qualität erfordern viel Fachwissen und Kompetenz im eigenen Unternehmen

rv DÜSSELDORF. Im deutschen Markt für Facility Management zeichnet sich ein Paradigmenwechsel ab. Wurde noch vor wenigen Jahren die Diskussion im Markt vom Thema „niedrige Preise“ bestimmt, so sind heute eine steigende Nachfrage nach gebündelten Services, Service-Management, Qualitätsdienstleistungen und komplexere Services wie Beratungsleistungen gefragt. Zudem wandeln sich die Facility Services auch durch die zunehmende Digitalisierung.

Das sind Ergebnisse der **Lünendonk-Studie 2016 „Facility-Service-Unternehmen in Deutschland“**. In diese Studie hat das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Lünendonk mit Sitz in Mindelheim 70 Dienstleister mit einer Marktabdeckung von 28,5% einbezogen. Diesen Trend zu mehr Qualität bestätigt auch eine weitere Studie des Unternehmens über die „Fremdvergabe von Facility Services“, wonach Themen wie Zuverlässigkeit, Qualität, Kompetenz und hohe Eigenleistung heute stärker im Vordergrund stehen: „Zahlreiche Nutzer sehen aktuell Risiken bei der Vergabe an die preisgünstigsten Dienstleister und orientieren sich bereits in der Präqualifikation an Qualitätskriterien.“ Aus Sicht der Experten befindet sich der Markt für Facility-

Berlin: Die **Tiger Trading GmbH** hat von einem privaten Investor einen Shop am Alexanderplatz 8 in Berlin gemietet. **Com-fort** vermittelte den Vertrag. Das Ladenlokal entsteht durch die Zusammenlegung von 2 Handelsflächen und bietet rd. 370 qm Mietfläche mit einer Schaufensterfront von 12 m. Der Alexanderplatz ist nicht nur einer der attraktivsten Touris-musspots von Berlin, sondern auch aus Einzelhandels-sicht mit Galeria Kaufhof, Primark, Saturn und dem Einkaufszentrum „Alexa“ begehrt. Die Shop-Eröffnung ist im Herbst 2016 geplant.

BESUCHEN SIE UNS AUF DER EXPO REAL, MESSE MÜNCHEN
04. – 06.10.2016 – Halle B2, Stand 241

SAVE THE DATE – PANELDISKUSSION
Fachmarktzentren, High Street, Shopping Center
& Co. – weiterhin gute Aussichten für Investoren?
Dienstag 04.10.2016 / 13.30 – 14.30 Uhr / Halle B2, Raum B21

IPH

Handelsimmobilien

Centermanagement

Ihre Alternative für individuelles Center Management.

IHRE VORTEILE

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

VON DEUTSCHLANDS GRÖSSTEM UNABHÄNGIGEN
CENTER MANAGER – FLÄCHENDECKEND VERTRETEN

www.iph-cm.de

Wissen schafft Werte.





Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 24

Stadt News

Services in Deutschland im Übergang zu einer neuen „Reifegradphase.“ Auf diesen Trend zu Qualität und Facility Services aus einer Hand setzt auch die WISAG, wie **Anna Kozina** (Foto: Wisag) **Key Account Managerin Shopping Center** der **WISAG Facility Management Holding GmbH** bestätigt. „Bereits seit einigen Jahren richten wir im Bereich Facility Service unser Portfolio konsequent auf den Bedarf bestimmter Marktsegmente wie Handelsimmobilien aus. Dafür stellen wir spezialisierte



Kompetenzteams mit Experten aus allen für das Segment relevanten Dienstleistungsbereichen der WISAG zusammen. Sie arbeiten eng vernetzt daran, bestehende Services auszubauen und neue Dienstleistungen zu entwickeln.“

Für **Handelsimmobilien** sind das laut Kozina vor allem Kolleginnen und Kollegen aus den Bereichen Technik, Reinigung und Sicherheit: „Unabhängig davon, welche Services wir letztlich für einen Kunden erbringen: betreut wird er aus einer Hand. Diese Spezialisierung macht es uns unter anderem möglich, Services stärker auf regionale Besonderheiten hin zu individualisieren – ein Aspekt, der gerade für den Erfolg von Handelsimmobilien enorm wichtig ist. Durch den fortlaufenden Erfahrungsaustausch unserer Mitarbeiter bundesweit

können wir unsere Leistungen und Prozesse kontinuierlich optimieren.“

Dazu ein Beispiel der WISAG aus dem Bereich Reinigung: Statt in festen Intervallen werden Flächen bedarfsorientiert gereinigt – also genau dann, wenn es vonnöten ist. Dadurch steigt die Aufenthaltsqualität für den Besucher und er kommt gerne wieder. Der Auftraggeber hat einen für ihn positiven Kosteneffekt, weil nur noch dann gereinigt wird, wenn es notwendig ist.

Immer wichtiger wird nach Kozinas Erfahrung heute auch das Thema **Sicherheit**: „Terror-Warnungen und Anschläge erhöhen das Sicherheitsbedürfnis von Menschen – auch beim Besuch von Shopping-Centern. Um diesem zu entsprechen, reicht der Einbau einer zusätzlichen Kamera bei weitem nicht aus. „Vielmehr bedarf es aus Sicht der Key Account Managerin einer umfassenden Überprüfung bestehender Sicherheitskonzepte und gegebenenfalls der Entwicklung eines völlig neuen Sicherheitskonzepts. Dabei sei eine zielführende Lösung hier nur im engen Schulterschluss mit allen Beteiligten – allen voran den Eigentümern, dem Center-Management und den Sicherheitsdienstleistern – möglich: „Dazu stehen wir in sehr engem Dialog mit Verantwortlichen der Branche“, so Kozina.

Auch die Digitalisierung der Shopping-Center stellt neue Anforderungen an den Facility Manager. „Die zunehmende Digitalisierung macht neue Services für Besucher von Shopping-Centern möglich und wird sich auch auf die Arbeitsprozesse im Facility Management auswirken“, bestätigt Anna Kozina. „Für den Facility Manager und alle Mitarbeiter im Facility Service heißt das beispielsweise, in puncto technologischer Entwicklung ‚am Ball‘ zu bleiben und diese Entwicklung mitzugehen. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter dabei, sensibilisieren und qualifizieren sie für das Thema.“

Q6 Q7 in Mannheim geht an den Start

Die Woche Ende September 2016 stand ganz im Zeichen der Eröffnung der Handels- und Gastronomie-Flächen im **Quartier Q 6 Q 7** in Mannheim. Nach vierjähriger Bauzeit öffneten am 29. September, um 10 Uhr die Türen der neuen Shopping-Adresse Nummer 1 in der Metropolregion Rhein-Neckar. Weitere Highlights der Eröffnungswoche sind das Midnight-Shopping am Freitag und der verkaufsoffene Sonntag am 2. Oktober. Los ging die Eröffnungswoche am Mittwoch mit einer feierlichen Abendveranstaltung für geladene Gäste. Betreiber des „Q 6 Q 7 Mannheim ist die **CRM – Center- und Retail Management GmbH**, einer Tochterfirma der **Diringer & Scheidel** Unternehmensgruppe.

Deals

Berlin: Die Berliner Kiezbuchhandlung **Buch-box!** hat ca. 197qm im Puhlmannhof in der Kastanienallee 97 - 99 gemietet. Die Filialen ersetzen traditionellen Buchhandel durch literarische Erlebniswelten. Lesungen, Konzerte und der Empfang von Schulklassen wecken Lust aufs Lesen. Geschenkartikel, Papeterie und eine Kinderspielwelt runden das Angebot ab. Zudem gibt es ein literarisches Café. Bei den Standorten setzen die Gründer auf beliebte Lauf-lagen im Stadtteil. **Engel & Völkers Commercial Berlin** vermittelte.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 25

Deals

Elz b. Limburg, a.d.

Lahn: Ein Multi-Family-Office mit Sitz in Hamburg und Wesel am Niederrhein hat das Fachmarktzentrum in Elz bei Limburg, an der Hadamer Straße 15, an einen mittelständischen Unternehmer verkauft. **City Jung Einzelhandelsmakler** Essen vermittelt. Das Objekt in verkehrsgünstiger Lage bietet 1 042 qm Mietfläche und ein Grundstück mit 3 498 qm sowie zahlreiche Parkplätze. Neben einem Ankermieter aus dem Lebensmittelhandel, nutzen ein Design Möbelhändler und 3 Systemgastronomen die ebenerdigen Einzelhandelsflächen.

Die zunehmende Nachfrage nach höherwertigen Dienstleistungen hat laut Lünendonk-Studie - neben der Einführung des allgemeingültigen Mindestlohns sowie Sondereffekten durch den Betreuungsbedarf für Flüchtlinge - auch weiteres Wachstum generiert. Demnach ist das Marktvolumen im Facility Management seit 2014 um 5,0% von 48,1 Mrd. auf 50,5 Mrd. Euro gestiegen. Nach Einschätzung von **Thomas Ball, Consultant** bei Lünendonk und **Studienautor** deutet die stärkere Nachfrage nach Qualität und komplexen Dienstleistungen auf einen Paradigmenwechsel hin. So würden die Facility-Service-Anbieter mehr als professionelle Partner für das Gebäudemanagement gesehen. Die Einzelgewerke würden dagegen stärker in den Hintergrund treten.

Die verstärkte Kundennachfrage nach Gebäudedienstleistungen aus einer Hand treibt laut Studie auch die Übernahme von mittelgroßen und kleinen technischen Dienstleistern an. Die Entwicklung hin zum Multidienstleister mit breitem Portfolio in Eigenleistung setzt sich fort. „Der Trend zum Multidienstleister ist für uns nicht neu“, berichtet Kozina: „Bereits in den 1970er Jahren hat die WISAG diesen Weg eingeschlagen und ihr Portfolio kontinuierlich ausgebaut: Es reicht heute allein im Bereich ‚Facility Service‘ von Facility Management über Gebäudetechnik, Reinigung, Sicherheit, Catering bis hin zu Garten- und Landschaftspflege.“

Dabei hat die WISAG nach ihren Worten von Beginn an auf ein besonderes Dienstleistungsverständnis gesetzt, das sich unter anderem in seiner hohen Eigenleistungsquote widerspiegelt. „Wir erbringen unsere Dienstleistungen überwiegend mit eigenen Mitar-



STANDORT- EXPERTISE

Standortinvestments sind chancen- und risikoreich zugleich. Wir trennen für Sie die Spreu vom Weizen: Unsere Experten kombinieren langjährige Branchenexpertise mit innovativen Methoden. Und unterstützen Sie mit konkreten Handlungsempfehlungen, die richtige Standortentscheidung zu treffen.

Growth from Knowledge

www.gfk-geomarketing.de/handelsimmobilien





Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 26

Deals

beitern. Denn um Flexibilität und Qualität der Services sicherzustellen, bedarf es Fachwissen und Kompetenz im eigenen Unternehmen.“

So resümiert auch Lünendonk-Berater Ball: „Qualität und Konzepte gewinnen aktuell bei der Vergabe von Facility Services an Bedeutung.“ Er ist überzeugt, dass aus der aktuellen Marktphase der Konsolidierung die Anbieter gestärkt hervorgehen, „die sich an den Kundenbedürfnissen orientieren, ein offenes Verhältnis mit ihren Kunden pflegen und die Möglichkeiten der Digitalisierung konsequent nutzen“.

Verträglichkeitsgutachten

Höhere Anforderungen nach Urteil des OVG Münster

**Uwe Seidel, Geschäftsführender Gesellschafter
der Dr. Lademann & Partner GmbH, Hamburg**

Bei Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten sind im Rahmen der Bauleitplanverfahren oder der Beurteilung von Projekten im „unbeplanten Innenbereich“ regelmäßig Verträglichkeitsgutachten erforderlich. Sie dienen der Politik und den Genehmigungsbehörden als Abwägungsgrundlage für ihre Entscheidungen. In den vergangenen Jahren waren hinsichtlich der Anforderungen an die Gutachter vor allem zwei Tendenzen zu beobachten:

- Der juristische Widerstand der etablierten Eigentümer von Fachmarktzentren und großflächigen einzelnen Standorten gegen neue Projekte oder Erweiterungen nimmt deutlich zu. Zudem intervenieren insbesondere die Nachbarkommunen frühzeitig und versuchen später im Rahmen von Normenkontrollklagen auf missliebige Entwicklungen Einfluss zu nehmen.
- Die Arbeit der Gutachter wird zunehmend juristisch überformt. Neben den klassischen Prüfschemata und den unterschiedlichen Anforderungen durch die Bundesländer besteht ein großer Einfluss durch Gerichtsentscheidungen und Urteile.



Mit anderen Worten: Insbesondere die Urteile der höheren Gerichtsstufen haben einen maßgeblichen Einfluss auf die zwingend notwendigen Inhalte und letztlich auf die Rechtssicherheit von Verträglichkeitsgutachten. Daher ist es sowohl für die Gutachterbranche als auch für die Projektentwickler notwendig, wichtige Gerichtsurteile zu erkennen und für ihre Arbeit zu berücksichtigen.

Ein solch weit reichendes Urteil mit wichtigen Folgewirkungen für die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben und für neue Standards für Verträglichkeitsgutachten (im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO) ist im Dezember 2015 durch das **Oberverwaltungsgericht Münster** (OVG) ergangen. Gegenstand war die Umstrukturierung und Erweiterung des innerstädtischen Einkaufszentrums **Huma-Einkaufspark** in Sankt Augustin. Dazu hatte **Dr. Lademann & Partner** das Verträglichkeitsgutachten erarbeitet.

Im Rahmen einer Normenkontrollklage hatten die Nachbarstädte **Siegburg** und **Troisdorf** gegen das Refurbishment geklagt (Gegengutachten des Planungsbüros Jun-

Berlin: Der Design-Möbelshop **Cult Interiors Home & Living** hat im Puhlmannhof in der Kastanienallee 97-99 einen Store auf ca. 116 qm eröffnet. Cult Interiors verkauft sorgfältig ausgewählte Designmöbel, unter denen sich einige Klassiker wie Leuchten von Arne Jacobsen, aber auch viele Stücke von Nachwuchs-Designern finden. Cult Interiors betreibt außerdem einen Onlineshop. **Engel & Völkers Commercial Berlin** vermittelte.

+++++

Lippstadt: Die niederländische **Arancia Participaties B.V.** hat das Geschäftshaus Lange Straße 16-18 / Ecke Rathausstraße in der 1A-Lage von Lippstadt an einen Privatinvestor und Projektentwickler aus Hamburg vermittelt. **City Jung Einzelhandelsmakler Essen** vermittelte. Das Objekt bietet 1 380 qm Mietfläche. 125 qm im Erdgeschoss sind an die Bäckerei **Kamp's** vermietet.

+++++

Düsseldorf: Der Anbieter von hochwertigen Boxspringbetten und Matratzen, **Swiss Sense**, hat 1 000 qm Einzelhandelsfläche in der Berliner Allee 45 in Düsseldorf gemietet. Vermieter ist ein privater Eigentümer. **Swiss Sense** ist ein inhabergeführtes Unternehmen aus den Niederlanden mit 70 Standorten, Tendenz steigend. **Colliers International** vermittelte.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 27

Deals

ker + Kruse). Im Ergebnis hat das OVG Münster die Normenkontrollanträge der Städte Siegburg und Troisdorf abgelehnt und die Revision ausgeschlossen.

Nachfolgend soll zunächst für zwei Aspekte erläutert werden, welche Implikationen das OVG-Urteil für die Gutachterpraxis hat und worauf die Auftraggeber von Vertraglichkeitsgutachten im Rahmen von Vergabeprozessen und der eigenen Würdigung dieser Abwägungsunterlagen besonders achten sollten. Denn letztlich entscheidet die Rechtssicherheit von Vertraglichkeitsgutachten über den Erfolg im Verfahren. Die wohl entschiedenste Implikation des OVG-Urteils betrifft die Prognose selbst. Im Kern führt das Gericht aus, dass eine dynamische Prognose zu verwenden ist, also eine Prognose über die Auswirkungen des neuen Projekts oder die Erweiterung im Bezugsjahr nach Markteintritt.

Was auf den ersten Blick einleuchtend erscheint, ist keineswegs Standard: Viele Gutachter arbeiten immer noch mit einer „**statischen Prognose**“, d.h., man unterstellt, das neue Vorhaben ginge sofort an den Markt und würde unmittelbar zu Auswirkungen führen. Da durch die zunehmende Dauer der Bauleitplanverfahren, aber auch durch die Baumaßnahmen selbst mehrere Jahre vergehen, bis das Projekt an den Start gegangen ist, ist ein Vorlauf von regelmäßig 3 bis 4 Jahren nicht ungewöhnlich.

Das OVG Münster stellt in seinem Urteil unmissverständlich klar, dass alle Veränderungen auf der Nachfrageseite - vor allem die Einwohnerentwicklung und die daraus

Bochum: Die **Corestate Capital Group** hat das Wohn-, Büro- und Geschäftshaus in der Top-Einkaufslage Kortumstraße 95 in Bochum erworben. Verkäufer ist eine Objektgesellschaft aus dem Ruhrgebiet. Die Immobilie hat eine Gesamtnutzfläche von gut 2 500 qm und 7 Stellplätze. Hauptmieter der Einzelhandelsfläche ist **CCC Shoes**. Des Weiteren verfügt die Immobilie über 3 Praxisflächen und 7 Wohnungen. Der Kaufpreis wurde nicht genannt. Das Objekt befindet sich in der Fußgängerzone, nahe der Einkaufszentren City-Point und Drehscheibe.

BBE
Handelsberatung

brand eins Thema
B
2016
BESTE
BERATER

BESUCHEN SIE UNS AUF DER EXPO REAL, MESSE MÜNCHEN
04. – 06.10.2016 – Halle B2, Stand 241

SAVE THE DATE – PRESENTATION

German Retail Market: Megatrend Revitalization?

Dienstag 04.10.2016 / 11.00 – 12.00 Uhr / Halle B1, Raum B11

Entscheidungssicherheit bei Handelsimmobilien.

- Markt- & Standortanalysen
- Auswirkungenanalysen
- Research & Due Diligence

Gewissheit für Entscheider – seit über 50 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.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt | www.bbe.de

Wissen schafft Zukunft.



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 28

Personalien

BNP Paribas Real Estate stärkt Retail-Team

Der Bereich **Retail Advisory** von **BNP Paribas Real Estate** wird in Frankfurt weiter verstärkt und noch breiter aufgestellt. **Emanuel Bubner** (34) und **Boris Kozul** (32) sind seit Anfang September an Bord und werden die Retail-Aktivitäten sowohl in der Mainmetropole als auch in der gesamten Rhein-Main-Region, in Rheinland-Pfalz und dem Saarland vorantreiben und weiter ausbauen. Bubner war vor seinem Wechsel gut dreieinhalb Jahre lang im Retail-Vermietungsteam von **JLL** in Frankfurt tätig. Hier war der Diplom-Geograph im Bereich Retail Leasing beschäftigt und vermittelte u.a. Einzelhandelsflächen in 1A-City- und Stadtteillagen in Frankfurt, der Region Rhein-Main sowie in Rheinland-Pfalz. Der Immobilienökonom Kozul (32) kommt ebenfalls von der Frankfurter JLL-Niederlassung, in der er als Senior Consultant im Retail-Bereich tätig war.

Deals

Berlin: Das Berliner Kosmetikinstitut **Berlin Aesthetics** hat ca. 95 qm im Puhlmannhof in der Kastienallee 97-99 in Berlin gemietet. Berlin Aesthetics besteht seit 14 Jahren und ist Pionier auf dem Gebiet der dauerhaften Haarentfernung. Zudem hat sich das Institut u.a. auf Akne Behandlung und Hautverjüngung spezialisiert. **Engel & Völkers** vermittelte

resultierenden Veränderungen des vorhabenrelevanten Nachfragepotenzials - in die Prognose für das entsprechende Jahr nach Marktwirksamkeit einzustellen sind und alle Veränderungen auf der Angebotsseite, so sie den Untersuchungsraum und die Zentren betreffen, dann zu berücksichtigen sind, wenn diese mit hoher Sicherheit innerhalb des Prognose-Zeitraums eintreten. Was heißt das konkret? Die Veränderungen auf der Nachfrageseite betreffen vor allem die Einwohnerentwicklung im Untersuchungsraum und die Entwicklung der **Pro-Kopf-Ausgabesätze** für die unterschiedlichen Branchen im Einzelhandel. Dabei geht es sowohl darum, Einwohnerrückgänge in der Zukunft an-



Bild: Chapman Taylor

Huma-Einkaufspark in St. Augustin.

Shopping-Center in der Nachbarstadt mit dessen Verkaufsfläche und Umsatz in die Wirkungsprognose einbezogen wird oder nicht.

Das Gericht stellt also klar, dass gerade die bis zum Prognose-Zeitpunkt in den Markt eintretenden, gesicherten Planvorhaben zu berücksichtigen sind (legitimiert durch einen positiven Bauvorbescheid, durch eine Baugenehmigung oder den faktischen Bau), also zwingend in die Prognose hinein gehören. Konkret sagt das OVG in seinem Urteil: „Ließe man derart absehbare Entwicklungen unberücksichtigt, könnte die Prognose ihren Zweck, eine bestimmte Marktsituation für einen bestimmten Zeitpunkt einigermaßen realistisch vorherzusagen, nicht erfüllen“.

Ein klassischer, immer wiederkehrender Streitpunkt betrifft das gesamte Thema „Flächenproduktivitäten“ (Umsatz je qm Verkaufsfläche), und das sowohl bezogen auf die aktuelle Bestandssituation als auch bezogen auf die Umsatzabschätzung für das neue Vorhaben oder die Erweiterung. Das OVG Münster stellt in seinem Urteil klar, dass die gutachterliche Wirkungs-Prognose einen realistischen, standortadäquaten „worst case“ abbilden muss. Anders gesagt: Es geht nicht um eine völlig überhöhte, abwegig unrealistische Prognose ohne Standortbezug. Das Gericht führt dazu aus: „Maßgeblich für die Beurteilung der durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzverluste im Einzugsgebiet ist eine realitätsnahe Betrachtung des ‚worst case‘, also des aus Sicht der Nachbargemeinden unter realistischen Annahmen ungünstigen Falles.“

Hintergrund der konkreten Auseinandersetzung war die Argumentation des Gutachters der Projektgegner, dass z. B. der Textildiscounter **Primark** nach Presseberichten extrem hohe Flächenproduktivitäten generieren würde, die man ja auch auf den anhängigen Fall anwenden könne. Diese Klarstellung ist von enormer Bedeutung für die Arbeit der Gutachter. Denn damit rückt die Frage, welche Umsatzleistungen im Einzelhandel in der

hand der offiziellen Prognosen wirkungsverschärfend zu berücksichtigen als auch Aspekte des Marktwachstums sachgerecht in der Prognose abzubilden.

Auf der Angebotsseite gilt es Planvorhaben mit fortgeschrittener Genehmigungsreife zu erfassen und in der Prognose zu berücksichtigen. Denn es ist ein großer Unterschied, ob ein entstehendes

WERTARBEIT MIT HANDELSFLÄCHEN

- Als Asset und Investment Manager mit einem verwalteten Vermögen von rund 2,5 Mrd. Euro an über 150 Standorten.
- Seit 1882 mit einer übergreifenden Expertise aus Immobilien- und Vermögensmanagement.
- Für Anleger, Investoren, Banken, Immobilienverkäufer und Mieter.

**expo
real**

Besuchen Sie uns:
Gemeinschaftsstand
der Region Köln/Bonn
Halle B.2
Stand 341



Hahn Gruppe
Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach

Tel: 02204 9490-0
E-Mail: info@hahnag.de
www.hahnag.de



Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 30

Region derzeit erzielt werden und wie diese gegebenenfalls plausibilisiert werden können, noch mehr in den Vordergrund.

Hier sind mehr denn je die Fachkenntnis des Gutachters, die jeweilige Basis verfügbarer Echt Daten und die Kenntnisse über die Streuung von Produktivität für unterschiedliche Handelsformate gefragt. Zusätzlich helfen Nachfragestromanalysen, die auf den empirischen Befunden von Verbraucherbefragungen im Untersuchungsraum basieren, Umsätze und Flächenproduktivitäten zu plausibilisieren.

Im Ergebnis ist also festzustellen, dass mit dem OVG-Urteil neue Maßstäbe an Umfang, Methoden, Prognoseanforderungen und inhaltliche Schwerpunkte für Vertraglichkeitsgutachten gesetzt werden, die künftig für eine rechtssichere Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben und Erweiterungen zwingend zu berücksichtigen sind.

Bau- und Planungsrecht

Komplexe und starre Planungssystematik passt nicht zur dynamischen Entwicklung im Einzelhandel

**Jörg Wege, Head of Strategic Development, M & A
bei der MEC Metro ECE Centermanagement**

Die hochdynamische Entwicklung im Einzelhandel und im Einkaufsverhalten der Verbraucher macht es heute nötig, den Umgang mit den eingeübten Planungsinstrumentarien zu überdenken.

Der sprichwörtliche Wandel im Handel ist so alt, wie die Handelstätigkeit an sich: Maßgeblich geprägt wird er vom Angebot an Waren und der Nachfrage, d.h. dem Bedarf und den Wünschen der Kunden. Wesentlich verändert hat sich die Dynamik der Anpassungsprozesse, die teilweise parallel verlaufen, aber auch deren Ausprägungen. Beispielhaft ist der Wandel im Lebensmittelhandel vom Tante Emma Laden zu großflächigen Selbstbedienungskonzepten und dem engen Netz der Discounter. Die Marktbereinigung im Baumarktsegment ist bis heute nicht abgeschlossen.



Hinzu kommt der Druck durch den mit zweistelligen Raten wachsenden Online-Handel, dessen weitere Entwicklung auch von Lösungen für die letzte Meile bis zum Kunden abhängt. Hier sind große Innovationen zu erwarten. Gleichzeitig bestimmt die Bereitschaft des Kunden, auf das klassische Einkaufserlebnis zu verzichten, das Wachstum ebenso wie intelligente Kombinationen, die der Handel kurzfristig entwickeln kann. Diese Entwicklung läuft 24 Stunden an 7 Tagen in der Woche.

So stehen im Einzelhandel hochdynamische Prozesse einer sehr komplexen und über Jahrzehnte verfeinerten deutschen Planungssystematik gegenüber. Eine allgemeine Betrachtung des **Fraunhofer Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO)** über die Innovationszyklen urbaner Systeme zeigt, dass ein solcher Zyklus um 1750 noch ca. 50 Jahre dauerte, während ähnlich gravierende Innovationen aktuell nur noch etwa zwei Jahre benötigen. Dem steht der Planungshorizont in der Planungspraxis von 10 bis 15 Jahren gegenüber. Stark vereinfacht ausgedrückt: Seit der Jahrtausendwende setzen sich Innovationen schneller durch, als wir Planung betreiben!

Unternehmens News

Gute Bilanz für das neue Nidder Forum

Nicht einmal vier Monate nach der Eröffnung am 2. Juni 2016 kann das neue Einkaufszentrum **Nidder Forum** bereits mehr als



eine halbe Million Besucher verzeichnen. Laut **Harald Ortner, Geschäftsführer der HBB** verzeichnet das Center täglich etwa 10 000 Besucher. Mit mehr als 20 Geschäften auf rd. 6 000 qm Verkaufsfläche sowie 270 kostenfreien Parkplätzen ist das Nidder Forum eines der Highlights in der neuen Stadtmitte zwischen den Ortschaften Windecken und Heldenbergen. „Durch seine zentrale Lage und die einladende, offene Gestaltung zieht das Nidder Forum nicht nur die Nidderauer, sondern auch Besucher aus den Nachbargemeinden an“, so Ortner. Die HBB hat das 30 Mio. Euro-Projekt entwickelt und gebaut. Anfang September ging die Immobilie an die **ILG Vertriebs GmbH** über.

+++++

Münster: Die Marke für Make-up-, Gesichts- und Körperpflege, **Kiko Milano**, eröffnet im Frühjahr 2017 einen Flagship-Store in der Ludgeristraße 79 in Münster. **Comfort** vermittelte.

8. Deutscher Fachmarkt-Immobilienkongress

2016

© MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG

Jetzt anmelden und
Sonderkonditionen sichern!
www.dfvcg.de/fachmarkt16

17./18. Oktober 2016

Umdenken. Neudenken. Investieren – Die Suche nach der richtigen Größe

Van der Valk Airporthotel | Düsseldorf

Erleben Sie live u. a.:



Jonas Lensing
Kaufland



Thomas Krämer
Werkers Welt / hagebau



Marc Philip Kaufmann
Decathlon



Christian Schneider
REWE



Ulrich Dausien
McTREK

Gold Partner:



Silber Partner:



Medienpartner:



Internationaler Medienpartner:



Neu:

Verleihung der
Fachmarkt Stars 2016

Eine Veranstaltung von:





Handelsimmobilien

Report Nr.231

Cities & Center & Developments

vom 29.09.16

Seite 32

Sonstiges

Metro bleibt Partner bei den Tafeln

Die **Metro Group** hat beim **Deutschen Tafeltag** die Bedeutung der Partnerschaft mit dem **Bundesverband der Tafeln** durch eine vorzeitige Vertragsverlängerung bis 2020 unterstrichen. Damit unterstützt Metro die seit 10 Jahren laufende Kooperation. Der jährliche Deutsche Tafeltag, soll auf die Belange und Errungenschaften der Tafeln aufmerksam machen, den Sponsoren und Spendern danken und neue Unterstützung akquirieren. Seit mehr als 20 Jahren spenden **Metro Cash & Carry** und **Real** täglich Lebensmittel für die Arbeit der örtlichen Tafeln. Dabei handelt es sich um Waren, die qualitativ noch gut sind, aber wegen absehbarer Haltbarkeit nicht mehr in den Märkten verkauft werden können.

Deals

Berlin: Die Premium-Wäschemarke **Mey** eröffnet einen Store in der Berliner Fasanenstraße. Der Anbieter für hochwertige Damen- und Herrenwäsche hat dafür ein Geschäft mit 84 qm Verkaufsfläche gemietet. Die Eröffnung ist für Herbst 2017 geplant. Derzeit hat das familiengeführte Unternehmen 17 Stores in Deutschland. Vormieter des Standorts war das Accessoires-Geschäft **Brigitte von Boch**. Der Vermieter der Fläche ist **Becker & Kries**. **JLL** betriet und vermittelte.

Daraus wird man - bezogen auf die Lage im Handel - sicher nicht ableiten können, dass die in weiten Teilen bewährte bundesdeutsche Planungshierarchie auf derart kurze Zyklen verkürzt werden könnte und sollte. Da sich der OnlineHandel aber nicht durch Vorgaben des öffentlichen Baurechts steuern lässt, sollten die bau- und raumordnungsrechtlichen Regeln für den stationären Handel ebenso wie deren praktische Auslegung und Anwendung einer grundlegenden Überprüfung unterzogen werden.

Dabei sollte zwischen der System- und der Steuerungsebene unterschieden werden. In diesem Sinne hielt auch **Dr. Lademann & Partner** im Rahmen der **Dialogplattform Einzelhandel** des **Bundeswirtschaftsministeriums** fest, dass es sicher unstrittig sei, am hierarchisch gestuften System der Raumordnung aus Ober-, Mittel- und Grundzentren festzuhalten. Der induzierte Änderungsdruck sei jedoch abzuschätzen und im Hinblick auf einen Änderungsbedarf bisheriger zentralörtlicher Funktionsteilung und Genehmigungsverfahren zu überprüfen.



Der Förde Park Flensburg soll erweitert werden.

Bild: MEC

So haben die Umbrüche im Handel zusammen mit dem demographischen Wandel Auswirkungen auf das Zentrale-Orte-System. Besonders im ländlichen und kleinstädtischen Raum reduzieren Re-Urbanisierung und Onlineanteil die Wirtschaftlichkeit der Verkaufsflächen. Ohne Gegenmaßnahmen des stationären Handels verschlechtert sich dessen Attraktivität für den Kunden. Diese wandern tendenziell in höherrangige und besser ausgestattete Zentren ab. Die Versorgungsfunktion vor Ort wird schlechter.

Gegenreaktionen des Handels könnten Verkaufsflächenerweiterungen zur Vergrößerung des Einzugsgebietes sein. Spätestens an diesem Punkt wird deutlich, dass hier sowohl das zentrale-Orte-Prinzip als auch der Prozess der raumordnerischen Bewertung von Vorhaben tangiert wird. So kann z.B. die Vergrößerung eines Einzugsgebietes gegen die vier Bewertungsprinzipien, Kongruenz-, Konzentrations- und Integrationsgebot sowie das Beeinträchtigungsverbot verstoßen. Mit Verweis auf diese Prinzipien werden aktuell häufig markt- und wettbewerbsgetriebene, zum nachhaltigen unternehmerischen Fortbestand notwendige Anbieterreaktionen als Störung des raumordnerischen Gleichgewichts interpretiert.

Der Beitrag der Erweiterung zum Erhalt oder zur Wiederherstellung der Funktionsfähigkeit des verankerten zentralen-Orte-Systems und der damit verbundene Versorgungsauftrag wird nicht gesehen bzw. nicht gewürdigt. Positiv betrachtet könnte der digitale Wandel im Einzelhandel dagegen übergemeindliche, eher kooperative Planungsprozesse begünstigen, indem interkommunale Funktionsteilungen unter Berücksichtigung von Lagevorteilen individuell berücksichtigt werden.

Auf kommunaler Ebene ist der Umgang mit dem Planungsrecht für Handelsimmobilien die größte Herausforderung. Restriktive Flächenbegrenzungen und Sortimentsfestset-

DER HANDEL STEHT KOPF!

NEUE HERAUSFORDERUNGEN ERFORDERN
MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR IHRE HANDELSIMMOBILIE.

www.di-gruppe.de

Nachhaltiges Centermanagement ■ Erfolgreiche Projektentwicklung

DI Deutsche Immobilien Gruppe · Kölnstraße 89 · 52351 Düren



Handelsimmobilien

Report Nr.231

vom 29.09.16

Cities & Center & Developments

Seite 34

zungen behindern eine markt- und kundenorientierte Anpassung von Handelsstrukturen. Änderungsprozesse sind nicht nur der kommunalen Planungshoheit unterworfen, sondern auch an langwierige Verfahren gebunden. In der Praxis ist selten erkennbar, dass sich die Stadtplanung die wirtschaftlichen Kalküle von Investoren im Sinne von ökonomischer Nachhaltigkeit für die Stadtentwicklung nutzbar macht.

Noch mehr erstaunt die **mangelnde Einbeziehung von Konsumentenpräferenzen** in die



Lockerere Sortimentsgrenzen im Shopping Cité.

Entscheidungen. Zu oft ist der Umgang mit Sortimentsbeschränkungen von dem Versuch geprägt, den direkten Wettbewerb um Kunden mit dem Bestandseinzelhandel zu vermeiden. Planer und Gutachter vertreten die Meinung, dass nur die Regulierung geminderter Sortimentsüberschneidungen geringe Umsatzumverteilungen - und Verdrängungseffekte gewährleisten. Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner belegen dagegen

reduzierte Umverteilungseffekte bei substitutiven und komplementären innenstadttypischen Angeboten im Vergleich zu ungebundenen Sortimenten.

Leider werden Sortimentslisten und -festsetzungen oft aus Mangel an Kenntnis über raumökonomische Wettbewerbseffekte bzw. einer unzureichenden absatzwirtschaftlichen Analyse oder auch bewusst als Instrument der Wettbewerbssteuerung durch lokale Koalitionen aus Politik, Stadtverwaltung und Interessengruppen genutzt. Die Unterschiedlichkeit aktueller Planungsverfahren unterstreicht die These. Das Spektrum reicht von Kommunen, die die Anpassung (inklusive zukunftsgerichteter Flexibilisierungsquoten) extrem restriktiver Sortimentsfestsetzungen an den aktuellen Bedarf, innerhalb von elf Monaten vom Aufstellungs- bis zum Satzungsbeschluss durchführen, bis hin zu Kommunen, die bei der Umstrukturierung eines ehemaligen Baumarktes an einem seit Jahrzehnten etablierten Handelsstandort am Rande einer Landeshauptstadt nach rund vier Jahren noch am Beginn des ergebnisoffenen Verfahrens stehen. Insgesamt lässt sich deshalb **Handlungsbedarf in 3 Kernpunkten** feststellen:

- Die rahmengegebende Langfristigkeit der Bundesdeutschen Planungssystematik hat sich bewährt, darf jedoch nicht zu einer starren Handhabung in der Anwendung führen.
- Im Sinne der bedarfsgerechten Flexibilität sollte die Langfristigkeit einer Handlungsfähigkeit weichen. Die entsprechende Anwendung vorhandener Instrumentarien würde bereits viele Fälle lösen helfen.
- Die Unterschiedlichkeit der Regelungen auf Landes- und kommunaler Ebene und insbesondere deren Anwendung muss zu einem fachlichen Dialog mit dem nötigen Anpassungswillen führen.

Fazit: Da trotz der wünschenswerten Anpassungen im Sinne einer Flexibilisierung nicht mit einer kurzfristigen Reform zu rechnen ist, der Handlungsdruck an diversen etablierten Handelsstandorten jedoch spürbar steigt, ist kurzfristig insbesondere der selbstbewusste Weitblick der handelnden Kommunen gefragt.

Deals

Düsseldorf: Prime Shoes hat rund 180 qm Einzelhandelsfläche in der Düsseldorfer Blumenstraße 11 gemietet. Vermieter ist ein institutioneller Eigentümer. Die Eröffnung des Shops ist bereits erfolgt. Prime Shoes ist ein Anbieter hochwertiger Schuhmodelle, die alle im traditionellen Goodyear-Verfahren rahmengenäht werden, und ist mit eigenen Stores bereits in Zürich, Wien, München und Stuttgart vertreten. **Colliers International** war bei der Anmietung für Prime Shoes beratend tätig.

Impressum

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

Herausgeber:
Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:
Christine Scharrenbroch

Anzeigen:
Marion Götza,
05242-901-250

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

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

Bankverbindung: erhalten Sie auf Anfrage

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