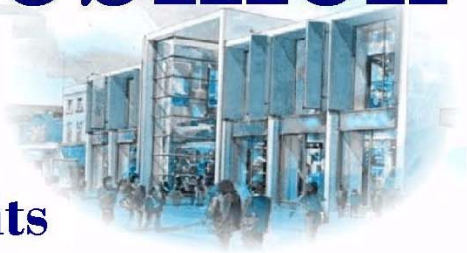
Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Nr. 139 vom 08.02.2013
Kostenlos per E-Mail
ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Vermietungsmarkt: Gesunde Basis für den Investmentmarkt 2013	2
Binnenkonjunktur: Die Volkswirtschaft braucht einen starken Einzelhandel	4
ECE Nachhaltigkeitskongress: Wandel bei Stadt und Mensch	7
Studie: Immobilienbranche fasst erstmals wieder Optimismus	10
Market Intelligence: Der Kunde wird zum aktiven Part in der Strategie	14
Skyline Plaza: Wie ein Spaziergang durch Frankfurt	15
Einzelhandelskonjunktur: Abgekoppelt vom Wirtschaftswachstum	17
Impressum	20

Ihr direkter Weg zu uns!

Liebe Leser,

die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Zwischen 1994 und 2011 ist das **Brutto-Inlands-Produkt** (BIP) in Deutschland um 45% gewachsen. Auch der **private Konsum** hat in dieser Zeit um etwa 45% zugelegt (siehe Artikel Seite 17). Dass der **Einzelhandelsumsatz** in dieser Zeit nur um 4,5% gestiegen ist, belegt, was seit Jahren beklagt wird: Der Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum nimmt stetig ab. Seit 1994 ist er von 38% auf zuletzt 28% gesunken – Tendenz weiter fallend. In **Frankreich,** den **Niederlanden** und **Belgien** sind es noch 36 - 37%.

Diese Zahlen belegen, dass sich das Wirtschaftswachstum in Deutschland kaum im **Einzelhandel** niederschlägt. Ein plakatives Beispiel liefert das **Boomjahr 2007**: Das BIP wuchs um rund 5%, der Einzelhandelsumsatz sank um 1,2%. Daraus den Schluss zu ziehen, Deutschland sei ein gesättigter Markt, die Kleiderschränke seien voll und viele Bürger würden ihr Geld lieber in Restaurants, für Reisen und Produkte der Telekommunikation ausgeben, wäre aber falsch. Tatsachlich bewirkte z.B. die Mehrwertsteuererhöhung im Januar 2007 um satte 3 Prozentpunkte auf 19%, dass 8 Mrd. Euro an Kaufkraft abgezogen wurden, die im Einzelhandel nicht mehr ausgegeben werden konnten.

Auch der Blick auf die **Verwendungszwecke des privaten Konsums** zeigt, dass viel Geld in die **Staatskassen** fließt. So sind neben den Mieten die Nebenkosten – die „der zweiten Miete“ – stark gestiegen, wobei die Kosten für Energie regelrecht explodiert sind. Hier befeuert der Steueranteil die Preissteigerungen zusätzlich. Bei Benzin gilt das gleiche. Für Wohnen und die tägliche Fahrt zum Arbeitsplatz müssen die Bürger immer mehr Geld aufwenden. Das fehlt für große Extras im Einzelhandel.

Das erklärt auch, warum sich der deutsche Einzelhandel nach der Finanzmarktkrise so unglaublich schnell stabilisiert hat. Die Branche war zuvor kaum gewachsen und konnte entsprechend nicht tief fallen. Die stabile Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels zeigt, dass sich die meisten Bürger vor allem auf das Lebensnotwendige konzentrieren (muss).

Auf Basis eines solchen Grundkonsums kann sich keine großartige Binnenkonjunktur aufbauen, wenn der Staat nicht endlich durch die Abschaffung der kalten Progression und weiterer Steuern **die Massenkaufkraft stärkt**. Denn auch von den **Gehaltserhöhungen**, die als Lösung gefordert werden, fließt das meiste Geld wieder in den Staatssäckel und die Sozialsysteme.

Mit Blick auf ein harmonisches Miteinander im Euro-Raum muss den Bundespolitikern klar sein, dass eine fast ausschließlich auf den Export ausgerichtete deutsche Wirtschaft darauf angewiesen ist, dass die Exportländer ihren Bürgern mehr Geld für den Kauf deutscher Produkte lassen.

Das ist den betroffenen Zielländern auch klar. So hatte Christine Lagarde als französische Finanzministerin bereits darauf hingewiesen, dass Deutschland den Konsum stärken müsse. Der deutsche Staat kann nicht dauerhaft auf Kosten anderer Länder leben.

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Partner des Handelsimmobilien Report

Der Berliner Vermietungsmarkt boomt Foto: Fotalia

Ausblick Vermietungsmarkt

Eine gesunde Basis für den Investmentmarkt 2013

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilie Report“

Der Einzelhandel ist ständig auf der Suche nach einem besseren Standort oder einer neuen Verkaufsfläche. Denn die neue Lage kann mehr Umsatz bringen. Oder der Händler braucht einen größeren oder kleineren Laden. Einzig in schwierigen Zeiten – wie etwa der Finanzmarktkrise 2008/09 – werden die Expansionspläne zurückgefahren. Doch 2013 wird die Suche auf dem relativ stabilen deutschen Markt fortgesetzt, so dass sich die Mieten insbesondere in den Top-Lagen der Metropolen aus Sicht der Marktexperten positiv entwickeln.

Dirk Wichner, **Leiter Einzelhandelsvermietung** Deutschland bei **Jones Lang LaSalle** (JLL), erwartet auf Grund der Nachfrage nach erstklassigen Einzelhandelsflächen in zentralen Lagen, dass die Spitzenmieten im 1. Halbjahr 2013 moderat steigend werden: Das gelte insbesondere für die Städte **Berlin**, **Düsseldorf**, **Hamburg**, **Köln, Leipzig** und **München**, wobei die Bayern-Metropole mit 340 Euro je qm und Monat die Rangliste derzeit weiter anführen werde.

Allerdings sind solch beeindruckende Spitzenmieten eher „Zielmarken“, die bei perfekter Lage und perfektem Ladenschnitt für Flächen bis 200 qm bezahlt werden. Die Verkaufsflächen, für die der Einzelhandel tatsächlich bereit sei, so hohe Spitzenmieten zu bezahlen, sind nach Beobachtung von **Karsten Burbach**, **Head of Retail** beim Immobiliendienstleister **CBRE** in Deutschland, aber rar.

Bezahlt werden sie, wenn die Handelsimmobilie alle Anforderungen des Mieters an einen Laden erfüllt wie eine ideale Deckenhöhe, eine breite Fensterfront und keine Stufen am Eingang. Und auch in Münchens Top-Lage Kaufingerstraße/Neuhauser Straße gilt laut **Matthias Stich**, Berater der **IPH Handelsimmobilien GmbH,** vor allem der Bereich Marienplatz als Spitzenlage. Danach fallen die Mieten ab. Und bei Großflächen mit einigen hundert qm und mehr können die Preise auch in der Kaufinger Straße laut Stich bei nur 80 bis 90 Euro liegen. Hinzu kommen Mietabschläge für Flächen im Unter- oder dem 1. Obergeschoss. Ideal ist für den Mieter nur das Erdgeschoss.

Mit eher konstanten Mieten rechnet JLL-Experte Wichner 2013 in **Frankfurt/M.**, **Hannover**, **Nürnberg** und **Stuttgart**. Der insgesamt stabile Nutzermarkt sollte aus seiner Sicht 2013 eine gesunde Basis für den deutschen Investmentmarkt für Handelsimmobilien darstellen, der 2012 ein Transaktionsvolumen erreichte, das CBRE mit 9,15 Mrd. Euro und Jones Lang LaSalle mit 7,9 Mrd. Euro bezifferte - je nach Zurechnung von gemischt genutzten Objekten.

Auch **Olaf Petersen**, **Chef-Researcher** des Makler- und Beratungsunternehmens **Comfort**, geht in seinem Ausblick davon aus, dass Deutschland derzeit der mit Ab-

Marktbericht

Immobilienklima zum Jahresauftakt verbessert

Anfang 2013 zeigt der **Immobilienkonjunktur-Index** erneut leicht nach oben. Damit werden seit 3 Monaten in Folge leichte Entspannungssignale aus der deutschen Immobilienwirtschaft gesendet, was man fast als Trendwende interpretieren könnte. Die fundamentalen Marktdaten aus Europa stützen diese These. Dies zeigt sich sowohl bei zurückgehenden Target2-Salden als auch bei geringeren Risikoaufschlägen bei den europäischen Staatsanleihen, z. B. für Spanien an. Damit deutet sich zunächst eine Entspannung an. Das **Immobilienklima** erholt sich im Januar und steigt um 2,6% auf 121,5 Zählerpunkte an. Haupttreiber ist das **Investmentklima**, das um 4,9% auf 125,6 Punkte steigt, ein Wert, der zuletzt im April 2012 erreicht wurde. Der Investmentmarkt ist demnach in guter Verfassung, die Anleger in Kauflaune. Das **Ertragsklima** steigt dagegen nur marginal von 117,1 auf 117,4 Zähler (+0,2 %). Viel Entwicklungspotenzial sehen die befragten Immobilienexperten demnach nicht mehr bei der Mietpreisentwicklung. Das Büroklima schließt mit einem Anstieg von 7,2 % auf 105,1 wieder zum Industrie- und Handelsklima (114,8) auf und kompensiert damit die Verluste der vergangenen Monate. Das Wohnklima verzeichnet eine Seitwärtsbewegung von -1,1 auf 170,2, da aktuelle Studien andeuten, dass weitere deutliche Steigerungen bei den Mieten und den Preisen im deutschen Wohnimmobilienmarkt nicht mehr unbedingt gesehen werden.

stand wichtigste Einzelhandelsmarkt in Europa ist und das Interesse nationaler wie internationaler Marken an einer Expansion in attraktiven Innenstädten hoch bleibe. Denn im **Euroraum** werde Stagnation und in **Großbritannien**, **Italien** und **Spanien** sogar eine negative gesamtwirtschaftliche Entwicklung erwartet.

Im vergangenen Jahr prägten vor allem kleinere Deals (Mietabschlüsse) den deutschen Vermietungsmarkt. Laut Jones Lang LaSalle stieg die Zahl der Abschlüsse von 980 auf 990. Die vermittelte Gesamtfläche ging gegenüber dem Rekordjahr 2011 dagegen von 678 000 qm auf etwa 590 000 qm zurück. Die im Sommer 2011 einsetzende Erkenntnis und Sorge, dass die Euro-Krise nicht kurzfristig zu beheben sei, machte sich demnach auch hier bemerkbar. Allerdings registrierte JLL in den beiden letzten Quartalen 2012 wieder anziehende Vermietungsumsätze.

Zudem war eine Verschiebung in der Nachfragegruppe zu beobachten. Der **Anteil der internationalen Einzelhandelsmarken**, auf die 2011 noch 60% der vermittelten Abschlüsse entfielen, ist im vergangenen Jahr auf 55% gesunken. Nach Wichners Beobachtung sind die vielen **systemgastronomischen Konzepte** die stärkste Konkurrenz für die internationalen Einzelhändler. Die Zahl der abgeschlossenen Mietverträge hat sich 2012 in diesem Bereich demnach fast verdoppelt. Für die innerstädtischen 1a-Lagen ist das durchaus positiv, da Gastronomie die Atmosphäre einer Einkaufsstraße verbessert und die Aufenthaltsqualität erhöht. Aus diesem Grund erhöhen auch die Shopping-Center-Betreiber den Anteil an Restaurants und Cafés.

Eine **Verschiebung war 2012 auch bei den Zielstädten** zu beobachten. Als Grund dafür vermuten die Experten von Jones Lang LaSalle, dass geeignete moderne Verkaufsflächen in den oben genannten 10 Top-Städten schwer zu finden waren. Deshalb

Unternehmens News

Douglas Holding legt im 1. Quartal leicht zu

Der Konzernumsatz der **Douglas-Gruppe** ist im 1. Quartal des Geschäftsjahres 2012/13 (1.10. bis 31.12. 2012) mit dem Weihnachtsgeschäft um 1,5% auf 1,21 Mrd. Euro (i.Vj: 1,19 Mrd. Euro) gestiegen. In Deutschland stieg der Umsatz um 0,3% auf 816,5 Mio. Euro, im Ausland um 4,1% auf 395,1 Mio. Euro. Die Online-Umsätze erreichen einen Umsatzanteil von 7%. Das **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda)** erreichte mit 171,7 Mio. Euro in etwa das Vorjahresergebnis von 173,6 Mio. Euro.

IPH
Handelsimmobilien

Eine Handelsimmobilie steht, damit der Laden läuft.

- Revitalisierung
- Vermietung & Verkauf
- Center Management

Handelsimmobilien, die funktionieren – vom Genehmigungsverfahren bis zum Mietvertrag, vom Nutzungskonzept bis zur Nebenkostenabrechnung, von der Reinigung bis zur Rendite; vom Kiosk bis zur Shopping Mall. Von Deutschlands Immobilienspezialist unter den Handelsexperten.

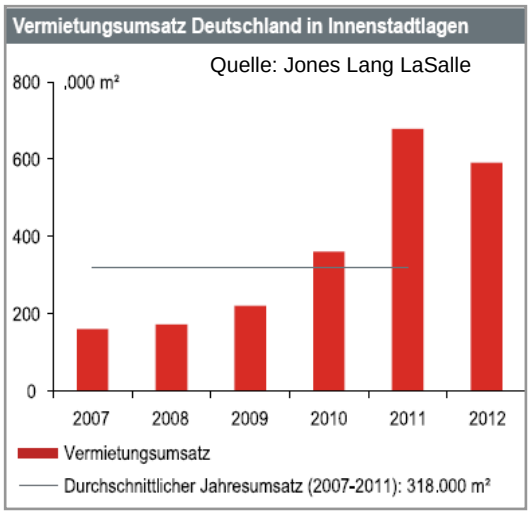
München · Hamburg · Köln · Leipzig | www.iph-online.de

Wissen schafft Werte.

Shopping Center Tempelhofer Hafen, Berlin

seien andere Großstädte und auch Klein- und Mittelstädte stärker in den Fokus der expansionswilligen Retailer gerückt. In diesem Kontext verweist auch Petersen darauf, dass mittelgroße Städte teilweise über ein Einzugsgebiet verfügen, das ihre Einwohnerzahl um ein Vielfaches übersteigt. **Braunschweig** ist ein solches Beispiel. Die Stadt hat etwa 250 000 Einwohner, im Einzugsgebiet leben aber mehr als 1 Mio. Menschen.

Zudem beobachtet **Manuel Jahn**, **Head of Retail Consulting** bei **GfK Geomarketing**, dass viele Einzelhandelskonzepte – als Antwort auf den Online-Handel – immer näher an ihre Kunden heranrücken und auch in Mittelstädten mit weniger als 100 000 Einwohnern aber großem Einzugsgebiet expandieren. So bringt es die Stadt **Weiden in der Oberpfalz** mit ihren 42 000 Einwohnern auf ein Einzugsgebiet von 250 000. Die **Zentralitätskennziffer** ist mit 216,1 entsprechend hoch.



Laut Petersen sind die Mieten im vergangenen Jahr im Durchschnitt der von Comfort im aktuellen **Marktbericht** untersuchten 62 Städte um 1,7% gestiegen. Allerdings gibt es ganz erhebliche Abweichungen von diesem Durchschnittswert, wie etwa der Blick auf Berlin zeigt. Mit 76 000 qm vermittelter Fläche steht die Stadt laut JLL an der Spitze der deutschen Rangliste. Und die Spitzenmiete in der **Tauentzienstraße** erhöhte sich nach Feststellung von Petersen um über 14% auf inzwischen 320 Euro je qm und Monat für die perfekte Fläche mit 80 bis 120 qm. Damit steht die Stadt in der Comfort-Rangliste hinter München auf Platz 2 und vor Frankfurt/M. mit 280 Euro je qm. In Köln und Hamburg sind es je 275 Euro je qm. Frühere Mietvergleiche zeigen, dass die Spitzenmieten der verschiedenen Maklerunternehmen voneinander abweichen können.

In der Rangliste der 2012 vermieteten Fläche findet sich **Köln** mit 26 000 qm hinter Berlin auf Rang 2, vor München mit 24 000 qm auf Rang 3. In **Leipzig** lag das Volumen mit 7 000 qm über dem Vorjahresniveau, genau wie in Nürnberg mit 4 000 qm.

Binnenkonjunktur 2013

Die Volkswirtschaft braucht einen starken Handel

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Handelsverband Deutschland HDE erwartet 2013 ein recht stabiles Einzelhandelsjahr. Und auch die Bundesbürger blicken mit mehr Optimismus in die Zukunft, nachdem die Euro-Krise zum Jahreswechsel aus den Schlagzeilen verschwunden ist.

Der Einzelhandel mahnt aber, dass durch die Energiewende nicht zu viel Kaufkraft abgeschöpft werden darf. Denn das schwächt die wichtige Binnenkonjunktur.

„Die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel werden sich 2013 nicht substanziell verändern“, glaubt **Stefan Genth** (Foto), **Hauptgeschäftsführer** des **Handelsverbands Deutschland** (HDE) zur Jahresauftakt-Pressekonferenz, mit Blick auf den **Arbeitsmarkt** und die **Einkommensentwicklung** in Deutschland. Im Jahr 2012 hat vor allem die günstige Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt den Konsum gestützt. Denn die Angst um den Arbeitsplatz ist der größte Konsumkiller. Vor diesem Hintergrund erwartet der HDE 2013 einen Einzelhandelsumsatz auf Vorjahresniveau,

Deals

GRR REM kauft Nahversorgungszentrum

Die **GRR Real Estate Management GmbH** (GRR REM) hat für den **GRR German Retail Fund No.1** das neue Nahversorgungszentrum „Büchenbach-West“ in Erlangen mit gut 5 000 qm Mietfläche und Rewe als Ankermieter erworben. Verkäufer ist die **Ten Brinke Projektentwicklung**. Das Zentrum, schließt eine Versorgungslücke im Stadtteil Büchenbach und ist Bestandteil einer städtebaulichen Gesamtmaßnahme, die Wohnbebauung, den Bau eines Bürgerzentrums und einer Stadtteilbücherei vorsieht. Das Nahversorgungszentrum besteht aus einem **Rewe**-Supermarkt der neuesten Generation und einem Dienstleistungszentrum mit **Rossmann**, **Frisör Klier**, einer Apotheke sowie mehreren Praxen als Mieter. Weitere Käufe stehen vor dem Abschluss.

„Wir sind zuversichtlich, in den nächsten Wochen die Akquisition von weiteren 10-12 Einzelhandelsimmobilien für den GRR German Retail Fund No.1 melden zu können", sagt **Susanne Klaußner, Vorsitzende der Geschäftsführung.** Zudem konnte die GRR REM einen weiteren Zeichner für seinen Fonds gewinnen. Der institutionelle Investor aus Deutschland beteiligt sich mit 30 Mio. Euro. Beim ersten Closing konnte GRR REM 50 Mio. Euro in der deutschen Versicherungswirtschaft einsammeln, so dass dem Fonds Eigenmittel in Höhe von 80 Mio. Euro zur Verfügung stehen.

was preisbereinigt einen leichten Rückgang bedeuten wird. Im vergangenen Jahr waren die Branchenerlöse nominal um 1,5% auf 427,9 Mrd. Euro gewachsen und preisbereinigt um 0,6% gesunken.

Nachdem die **Weihnachtssaison 2012** um 2 Tage kürzer war als im Jahr 2011 blieb auch das wichtige Weihnachtsgeschäft um 0,7% unter dem Vorjahreswert, den der HDE mit 78,8 Mrd. Euro bezifferte. Summa summarum sieht HDE-Hauptgeschäftsführer Genth den Einzelhandel auch in diesem Jahr als **stabilisierenden Faktor** für die deutsche Volkswirtschaft, zumal die Branche im Vorjahr **35 000 neue sozialversicherungspflichtige Jobs** geschaffen hat.

Doch der Branche bläst derzeit von Seiten der Politik der Wind kräftig ins Gesicht. Die **Auswirkungen des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG)** durch die Erhöhung der **EEG-Umlage** wird die Branche doppelt belasten. Zum einen müssen die Verbraucher nochmals höhere Strompreise zahlen, nachdem die **Preise für Haushaltsenergie** seit 2005 bereits um gut 44% gestiegen sind. Das wird weitere Kaufkraft abschöpfen.

Zum andern werden auch die **Energiekosten im Einzelhandel** selbst beachtlich steigen. Laut Genth „erhöhen sich die EEG-Kosten eines **durchschnittlichen Supermarktes** durch die Anhebung der Umlage von 17 000 Euro im Jahr 2012 auf 28 000 Euro“. Zwar gehen die jüngst vorgelegten Vorschläge von Bundesumweltminister Peter Altmaier aus seiner Sicht in die richtige Richtung, doch plädiert der Hauptgeschäftsführer ganz grundsätzlich für eine Reform des EEG.

Denn die Ausgestaltung des EEG führt dazu, dass die Stromkosten für die Bundesbürger steigen, wenn die Marktpreise für Strom an den Börsen sinken. Wie sehr der deut-

Deals

Madrid: Auxideico, die spanische Tochter der **ECE**, hat 16. Center ins Management genommen. Das 1991 eröffnete und 2012 modernisierte **Albufera Plaza** in Madrid bietet auf ca. 8 200 qm Mietfläche rd. 25 Geschäfte, Cafés und Restaurants. Zu den Ankermietern gehören u.a. **Pull & Bear**, **Oysho**, **Mercadona**, **Lefties**, **Burger King**, **Foster´s Hollywood** und **Health City**. Für die über 2 Mio. Besucher im Jahr gibt es rd. 210 Parkplätze. Das Center befindet sich in Vallecas, einem dicht besiedelten Stadtteil von Madrid in verkehrsgünstiger Lage. Das benachbarte Bürogebäude (7 255 qm) wird ebenfalls von der Auxideico verwaltet.

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Markt- und Standortanalysen
Tragfähigkeitsstudien
Konzeptentwicklung und -evaluierung
Verträglichkeitsgutachten
Nahversorgungskonzepte
Zentrenkonzepte
Netzanalysen
Befragungen

25 Jahre exzellente Beratung und gerichtsfeste Gutachten

Seit 1986 sind wir als unabhängiges Beratungsunternehmen an der Schnittstelle von Stadtentwicklung und Einzelhandel erfolgreich tätig. Fokussiert auf Handelsthemen bündeln wir unser Spezial-Know-how zum Vorteil von namhaften Städten und Gemeinden, Projektentwicklern, Investoren und dem Handel selbst.

Unsere enge Anbindung zum Beispiel an die Universitäten Göttingen und Zürich sorgt darüber hinaus für einen stetigen, wechselseitigen Transfer von Methoden und Verfahren.

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.

sche Einzelhandel u.a. durch die steigenden Energiekosten, Ausgaben für die Altersvorsorge und Wohnen belastet wird, zeigt die Tatsache, dass der Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum seit 1994 von 38% auf 28% gesunken ist.

„Die Konsumgüternachfrage erlebt einen relativen Bedeutungsverlust“, konstatiert Genth. Und mit Blick auf die weiter steigenden Belastungen der Haushalte mahnt er: „Eine Stagnation im Einzelhandel als drittgrößtem Wirtschaftszweig kann sich unsere Volkswirtschaft auf Dauer nicht leisten. Schon allein, weil der Handel trotz Technik und Rationalisierung ein arbeitsintensiver Wirtschaftszweig ist und bleibt.“

Im deutschen Einzelhandel werden aktuell 3 Millionen Menschen beschäftigt und die Branche hat die Beschäftigung auch in den Krisenjahren gehalten. Zudem ist der Einzelhandel der größte Lieferbereich des privaten Konsums und damit die Schlüsselgröße der Binnenwirtschaft. Genth: **„Daher ist es wichtig, die finanziellen Handlungsspielräume der Verbraucher zu erweitern. Steuererhöhungen sind Gift für den Konsum und damit für die Binnenkonjunktur.“**

Die Branche selbst wird auch 2013 unter dem Druck des Strukturwandels bleiben, der durch Multi Channeling, Mobile Commerce, neue Technologien und neue Betriebsformen, neue Verbraucherstrukturen und –bedürfnisse sowie veränderte Anforderungen an die Kundenkommunikation ausgelöst wird. In diesem Umfeld konnten laut HDE die **Multi-Channel-Anbieter**, die stationär und online verkaufen, Erfolge für sich verbuchen: Nach einer Verbandsumfrage konnten 13% dieser Einzelhändler einen Umsatzanteil von über 10% via Internet erzielen, bei etwa 50% lag der Internet-Anteil zwischen einem und 10%.

Bundesbürger erwarten für 2013 Konjunkturbelebung

Der reine Online-Umsatz wuchs 2012 auf 29,5 Mrd. Euro und dürfe nach HDE-Schätzung in diesem Jahr nochmals um 12% auf 33,1 Mrd. Euro steigen.

Auch wenn die Branche unter Druck bleibt, so ergab der **HDE-Handelskonjunkturindex** doch, dass die Unternehmen im weiteren Verlauf des Jahres 2013 mit einer deutlichen Verbesserung ihrer Situation rechnen. Auch die **deutschen Verbraucher** sind nach Feststellung der **GfK** mit **neuem Optimismus** ins Jahr 2013 gestartet. So ist der **GfK-Konsumklimaindex** – nach leichten Einbußen zum Jahresende – im Januar wieder leicht gestiegen.

Der Grund: Nachdem es in den Medien um die **Staatsschuldenkrise in Europa** weitgehend still geworden ist, konzentrieren sich die Verbraucher aus Sicht der Forscher wieder stärker auf die relativ günstigen Rahmenbedingungen in Deutschland. „Die momentan ruhige Lage an den Finanzmärkten stimmt die deutschen Konsumenten zu Beginn des Jahres 2013 offenbar wieder zuversichtlicher“, schreibt die GfK in ihren Marktbericht, trotz des eher schwierigen 4. Quartals 2012. Auch die Bundesbürger erwarten 2013 eine **Konjunkturbelebung**, einen **stabilen Arbeitsmarkt** und **nur moderate Preissteigerungen**. Das erhöht die **Konsumneigung**. Bleibt die Frage, wie viel Kaufkraft der Staat ihnen lässt.

Deals

IPH managt künftig die Rahlstedt Arcaden

Die **IPH Handelsimmobilien GmbH** hat von der **MEAG** das Center-Management-Mandat für die **Rahlstedt Arcaden** erhalten. Das 26 000 qm große Center wurde 1984 erbaut, 2010 modernisiert und hat ein Parkhaus mit über 500 Stellplätzen. Eine der Hauptaufgaben der IPH wird die Verbesserung der unbefriedigenden Vermietungssituation sein. „Wir freuen uns sehr, dass uns unser langjähriger Kunde MEAG nach dem Eidelstedt Center nun auch die Rahlstedt Arcaden anvertraut“, sagt **Joachim Stumpf**, **Geschäftsführer** der IPH Handelsimmobilien: „Zusammen mit der **BBE Handelsberatung** können wir als einer von sehr wenigen Anbietern mit wirklich allen Schwierigkeitsgraden des Managements von Einzelhandelsimmobilien umgehen.“ In

den Rahlstedt Arcaden gibt es neben dem Einkaufszentrum noch 8 Büros und Praxen sowie knapp 60 Wohnungen. Nach den Worten von Center-Manager **Marcus Czerwionka**, sind die Rahlstedt Arcaden mehr als ein Nahversorgungszentrum für den bevölkerungsreichsten Hamburger Stadtteil Rahlstedt. Bei ihrer Arbeit kann sich die IPH auf die langjährige Erfahrung mit dem Eidelstedt Center in Hamburg stützen. Die IPH managt bundesweit 14 Shopping-Center, darunter auch den Tempelhofer Hafen in Berlin.

ECE-Nachhaltigkeitskongress

Stadt im Klimawandel – Menschen im Wertewandel?

Sabine Richter, freie Wirtschafts- und Immobilienjournalistin

Ressourcenknappheit, Extremwitterungen, Erderwärmung – der Klimawandel ist Tatsache. Die ECE sieht sich als europäische Shopping-Center-Marktführerin auch in punkto Umweltschutz im öffentlichen Fokus. Deshalb will das Unternehmen nicht nur im eigenen Unternehmen nachhaltiges Denken und Handeln umsetzen, sondern auch Projektpartner, Dienstleister, Mieter und Kunden dafür gewinnen.

Bei dieser Aufgabe lässt sich die **ECE** auch von einem **Nachhaltigkeitsbeirat** unterstützen, der unter Leitung von **Philips-Chef Andreas Wente** mit Persönlichkeiten wie dem Polarforscher **Arved Fuchs**, dem ehemaligen Hamburger Bürgermeister **Ole van Beust**, der Immobilienexpertin **Bärbel Schomberg** und dem FM-Experten **Prof. Dr. Kunibert Lennartz** besetzt ist.

Sie alle kamen zum **ersten Nachhaltigkeitskongress der ECE** am 24. und 25. Januar 2013 in Hamburg zu Wort. Unter dem Motto **„Die Stadt im Klimawandel – der Mensch im Wertewandel“** informierten und diskutierten noch eine Reihe weiterer bekannter Persönlichkeiten, die sich auf dem „grünen“ Podium Ruhm erworben haben, darunter **Dr. Dieter Salomon**, **Oberbürgermeister der Stadt Freiburg** oder **Monika Griefahn**, ehemalige Umweltministerin von Niedersachsen.

„Unsere Veranstaltung hat zum Ziel, Städte und Wirtschaft über nachhaltige Konzepte zu informieren, Best-Practice-Beispiele aufzuzeigen, den gegenseitigen Know-how-

Personalien

Metro AG erweitert ihren Vorstand

Die Führung der **Metro AG** wird um ein Mitglied auf 5 Vorstände zu erweitert: **Pieter Haas**, noch Mitglied der Geschäftsführung und COO der **Media-Saturn-Holding GmbH,** wird im 2. Quartal als neues Vorstandsmitglied der Metro mit Zuständigkeit für Media-Saturn und Business Innovation berufen. Mit der Einrichtung des neuen Vorstandsressorts unterstreicht die Metro Group die hohe strategische Bedeutung von Media-Saturn für den Konzern. In seiner neuen Rolle wird Haas eng mit der Geschäftsführung von Media-Saturn in Ingolstadt zusammenarbeiten.

Austausch anzuregen und gemeinsame Lösungsansätze zu finden“ sagte **Alexander Otto** (Foto), **Vorsitzender** der **ECE-Geschäftsführung**, in seinem Eingangsstatement. Es reiche nicht, Sonntagsreden zu halten. Nachhaltigkeit müsse in Unternehmensprozessen verankert werden. Häufig seien das kleine, unspektakuläre Beispiele wie Beleuchtung und Luftsteuerung.

Dabei ist der ECE-Chef überzeugt, „dass wir nicht nur einen Klimawandel, sondern auch einen Wertewandel erleben“. Man müsse aber kluge Lösungen finden, um ihn den Menschen zu erleichtern. „Wir müssen Bürger, Unternehmer und Politiker da abholen, wo der Nutzen für sie begreifbar wird“.

Die Bürger der Stadt **Freiburg im Breisgau** jedenfalls sind vom Nutzen ihres **umweltfreundlichen Verkehrskonzepts** längst überzeugt. „Wir haben schon vor 30 Jahren begonnen, die Weichen für sozialverträgliche Mobilität zu stellen“, sagte Oberbürgermeister Salomon. Dafür wurden das Straßenbahn- und Bussystem ausgebaut und die Tarife einfach und günstig gestaltet. Im Gegenzug wurde das Parken teuer gemacht. „Damit haben wir die Menschen überzeugt, ihr Auto stehen zu lassen, damals ein revolutionärer Ansatz“, sagt Salomon.

Foto: ECE

Bis 2050 soll Freiburg eine komplett emissionsfreie Energiewirtschaft haben. Dafür werden das Stadtbahnnetz und die Radwege weiter ausgebaut, neue Verbrauchermärkte oder Wohnungen, die nur per Auto zu erreichen sind, werden nicht genehmigt. „Ohne Verkehrswende keine Energiewende“, lautet Salomons Fazit.

Der ÖPNV muss besser und bequemer werden

Car Sharing als ein Teil der Lösung für Klimaschutz und gegen Verkehrsinfarkt stellte **Rainer Becker**, **Chief Operating Officer** der **car2Go GmbH** vor. „Urbane Lebensräume brauchen heute Sharing-Programme“, lautet seine These und zwar wegen der einfachen Gleichung: „Mehr Menschen und Autos = weniger Parkplätze“. Jedes Mietauto könne bis zu 15 private Fahrzeuge ersetzen. Der private Autobesitz verliere für jüngere Menschen ohnehin an Reiz, ist er überzeugt, geteilter Konsum statt demonstrativer Konsum sei einer der Megatrends von heute. Zu den Erfolgsrezepten seines Unternehmens mit weltweit 275 000 Kunden gehört, „dass wir die Nutzung so einfach und flexibel wie irgend möglich gestaltet haben“.

„Je besser und bequemer das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln, desto eher wird es genutzt“, ist auch die an sich wenig überraschende Erfahrung von **Günter Elste**, **Vorstandschef** der **Hamburger Hochbahn AG**. Wie bringen wir den Deutschen dazu, von seinem liebsten Kind, dem Auto, in den öffentlichen Nahverkehr umzusteigen, sei die viele bewegende Frage, zumal dieser mit Elektroantrieb und Brennstoffzelle immer umweltfreundlicher werde.

Dafür brauche man keine neuen Konzepte, so Elste, „wir müssen nur die Bestehenden ausbauen und verbessern“. Die Lösung sei ein höherer Takt und bessere Vernetzung der Verkehrsmittel sowie bessere Auskunfts-, Bezahl- und Abrechnungssysteme. Vor allem müssten unterschiedliche Verkehrsträger besser verknüpft werden. „Wir brauchen mehr Park & Ride-Anlagen im Umland, mehr Bike & Ride, Taxistände, Mietautos- und Leih-Fahrräder an den Bahnhöfen“.

Deals

Art-Invest kauft den Düsseldorfer Kö-Bogen

Die **Art-Invest Real Estate Funds GmbH** hat den **Kö-Bogen** von Architekt **Daniel Libeskind** für ein Sondervermögen von 2 berufsständischen Versorgungswerken erworben. Wie das Kölner Unternehmen mitteilte, bleibt der Entwickler **die developer** bis zur endgültigen Fertigstellung in der Verantwortung für die ganzheitliche Umsetzung dieser hochkomplexen städtebaulichen Projektentwicklung. Der Kaufpreis liegt im dreistelligen Millionenbereich. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit dem Kö-Bogen ein nachhaltiges Langfristinvestment für unsere Anleger tätigen konnten“, erklärte **Jan Dührkoop**, **Geschäftsführer** bei Art-Invest Real Estate. Die hochwertige Architektur in nicht-reproduzierbarer 1A-Lage verbunden mit stabilen Erträgen ist aus seiner Sicht eine herausragende Investitionschance. Der Kö-Bogens soll im Herbst 2013 fertig werden. „Die developer“ und Art-Invest Real Estate sind über die **Deutsche Immobilien Holding AG** als Beteiligungsunternehmen der **Zech Group GmbH** verbunden.

Deals

Berlin: Das US-Designerlabel **Michael Kors** hat eine Boutique in Berlin-Mitte, in der Rosenthaler Straße 52 auf rd. 75 qm Verkaufsfläche eröffnet. **Jones Lang LaSalle** vermittelte.

„In vielen Großstädten besitzen schon 50% der Menschen kein Auto mehr“, sagt **Till Steffen**, **MdHB Bündnis 90/Die Grünen**, aber auf dem Land und in Kleinstädten seien die Bürger nach wie vor auf ihr Auto angewiesen. Politik und Wohnungswirtschaft seien aufgefordert, autofreies und autoarmes Wohnen zu fördern, „aber ohne ein gutes Angebot an komplementären Verkehrsmitteln - Stichwort: Multi- und Intermodalität - wird das von den Bürgern nicht angenommen“.

Dass viele Wege nicht anfallen, wenn Wohnen und Arbeiten näher zusammen liegen, zeigte Prof. Kunibert Lennerts vom **Karlsruher Institut für Technologie** mit dem Best Practice-Beispiel **Milaneo**, eine Quartiersentwicklung im Stuttgarter Europaviertel. Hier seien die Grundprinzipien der europäischen Stadt verwirklicht worden, sagt Lennerts, Einkaufen, Wohnen und Arbeiten liegen nah beieinander.

Monika Griefahn, frühere Umweltministerin Niedersachsens, präsentierte den von **B.A.U.M** (Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management) initiierten Report **„Intelligent Cities – Wege zu einer nachhaltigen, effizienten und lebenswerten Stadt“.** (Die Management-Zusammenfassung ist auf der Website www.intelligent-cities.net erhältlich.)

Der Report erläutert, wie eine intelligente, effiziente und gleichzeitig lebenswerte Stadt aussehen kann, welche Möglichkeiten sich eröffnen und welche Erfahrungen bei der Planung nützlich sein können. Zahlreiche Beispiele machen deutlich, dass bereits kleine Schritte auf dem Weg zu einer nachhaltigen Stadt zum Erfolg führen.

Die **Verantwortung des Handels** für die Gesellschaft betonte **Cord Wöhlke**, **Geschäftsführer** der Drogeriekette **Budnikowsky**: „Unsere auf Wachstum ausgerichteten Konsummuster sind nicht zukunftsfähig. Der Preiswettkampf im Einzelhandel und die Geiz ist geil-Mentalität zerstört durch ihre falschen Anreizsysteme die Menschen und die Umwelt.“ Auch **Heinz Fuchs**, **Vorsitzender** von **TransFair e.V.,** bestätigte, dass der Preis als alleiniger Parameter im Einzelhandel in die falsche Richtung weist. Der Erfolg von TransFair, (Verein zur Förderung des fairen Handels mit der Ditten Welt) belege, dass immer mehr Kunden ethisch einkaufen – und etwas mehr dafür zahlen. 1,2 Mio. Beschäftigte in 60 Ländern profitieren vom fairen Handel, 6 Mio. Kunden werden erreicht. „Wir müssen das Wachstum vom Ressourcenverbrauch abkoppeln und nach qualitativem Wachstum suchen“, resümiert Heinz Fuchs.

Henrie W. Kötter, **Managing Director ECE** bestätigt, dass die Gruppe derjenigen, die mit dem Konsum bewusst umgehen, wächst. „Diese Kunden achten auch darauf, wie der Einzelhandel den Müll entsorgt und wie er mit Energie und Wasser umgeht".

PwC/ULI: Trends in den europäischen Immobilienmärkten

Erstmals wieder mehr Optimismus in der Branche

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report"

*Das Ergebnis der Studie „Emerging Trends in Real Estate Europe 2013" kommt nicht wirklich überraschend: Erstmals sind 2 deutsche Städte, **München** und **Berlin**, nach Einschätzung der internationalen Branchenexperten „die attraktivsten Immobilienmärkte Europas". Und zum ersten Mal seit 5 Jahren blicken die befragten Immobilienexperten auch wieder optimistisch in die Zukunft. Aber: Die Finanzierung von Immobilieninvestments über Bankkredite ist ungeachtet der niedrigen Leitzinsen schwieriger geworden.*

Das sind die Ergebnisse der seit 2004 jährlich erhobenen Studie, für die das **Urban Land Institute** (ULI) und die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft **Price Waterhouse Coopers** (PwC) 500 Immobilienexperten über ihre Einschätzungen für 2013 befragt haben. Der Tenor: Die Branche hat sich mit den volatileren Gegebenheiten in Europa arrangiert. Denn 80% der Befragten gab an, dass sich durch die Krise in der Eurozone **neue Möglichkeiten** für ihr Geschäft ergeben haben.

Dafür haben sie aber auch ihre Strategie geändert. Das neue Stichwort heißt **Diversifizierung**. Statt sich wie bisher großräumig auf ganze Regionen oder Sektoren zu konzentrieren, wird sehr sorgfältig ausgewählt, welche Investments noch Erträge und Sicherheit versprechen. So merkte auch **Frank Pörschke**, **CEO von Jones Lang LaSalle**, in seiner Einschätzung über den Investmentmarkt an, dass Entscheidungsprozesse heute länger dauern. Und – wie bereits berichtet – der Run auf die sicheren „Core-Objekte" schränkt den Anlagehorizont ein und schmälert das Transaktionsvolumen, wie das Jahresergebnis im Markt für Handelsimmobilien zeigt. Da hier Geschäftshäuser und große Shopping-Center in den Top-Lagen der deutschen Metropolen zur die Core-Definition gehören, fallen zahlreiche interessante Objekte in kleineren – aber gleichfalls attraktiven Städten – durchs Raster.

Foto: Comfort

München steht in der Gunst der Immobilienexperten ganz oben

Im der Euro-Krise steht Deutschland bekanntlich relativ gut da. Das Land hat sich recht schnell von der Finanzmarktkrise erholt und leidet nicht unter einer geplatzten Immobilienblase. Auch die Staatsverschuldung ist gemessen an anderen Ländern noch moderat. So registriert **Jochen Brücken**, **verantwortlicher Partner** für **Real Estate bei PwC Deutschland**, dass der deutsche Immobilienmarkt „von einer Sonderkonjunktur" profitiert.

Wobei es auch hierzulande auf die regionalen Unterschiede zu achten gilt. So seien in **Frankfurt/M.** die Büromieten als Folge der Bankenkrise unter Druck geraten und **Berlin** müsse noch beweisen, dass der Immobilienboom in der Stadt nachhaltig sei und „nicht nur vom bislang vergleichsweise niedrigen Preisniveau angeheizt wurde", so

Personalien

Neuer Finanzvorstand bei Douglas Holding

Dr. Dennis Schulze (43) wurde mit sofortiger Wirkung zum **Finanzvorstand** der **Douglas Holding AG** berufen. Schulze war seit 1999 für die **Carlyle Group** tätig und leitete von München aus die Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zuvor war er Assistenzprofessor und Projektmanager am Institut für Revisionswesen in Münster. Schulze tritt die Nachfolge von **Dr. Burkhard Bamberger** an. Der Douglas-Aufsichtsrat und Dr. Bamberger haben sich nach Auskunft des Unternehmens Ende vergangener Woche „in gutem Einvernehmen" auf eine Beendigung des Vorstandsmandats zum 31. Januar 2013 verständigt. Der Vorstand der Douglas Holding AG besteht nun aus: **Dr. Henning Kreke** (Vorsitzender), **Dr. Dennis Schulze** (CFO), **Manfred Kroneder** (Parfümerien), **Michael Busch** (Bücher) sowie dem Bereichsvorstand **Nicholas Denissen** (E-Commerce).

Deals

Darmstadt: Die **aik Immobilien Kapitalanlagegesellschaft** (aik) aus Düsseldorf erwirbt das **C&A-Gebäude** am Ludwigsplatz in Darmstadt mit 6 700 qm Verkaufs- und 1 400 qm Lagerfläche. Damit erweitert sie das Portfolio ihres auf deutsche Einzelhandelsimmobilien fokussierten Fonds **Retail Germany Plus.** Verkäuferin ist eine Gesellschaft der **HLG** aus Münster. Die zentral gelegene Immobilie ist bis 2023 vollständig an die **C&A Mode GmbH & Co. KG** vermietet.

Hahn Gruppe

Gute Ideen für große Flächen.

Hahn Gruppe –
Spezialist für Einzelhandelsimmobilien

- Fonds Manager seit 1982
- Größter unabhängiger Asset Manager im Segment großflächiger Einzelhandel
- Full-Service-Anbieter

Hahn Gruppe
Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: + 49 (0) 2204 94 90 – 0
Telefax: + 49 (0) 2204 94 90 – 119
info@hahnag.de
www.hahnag.de

Brücken. In der Bundeshauptstadt wird bevorzugt in Wohnimmobilien investiert: „Für keine andere europäische Metropole haben mehr Befragte eine Kaufempfehlung für Wohnungen ausgesprochen als für Berlin“, berichtet der Experte.

Den Ruf als „sicheren Hafen“ auch in turbulenten Zeiten genießt dagegen die Bayern-Metropole München. Laut Studie garantieren hier eine **„ausgewogene Wirtschaftsstruktur und niedrige Leerstandsquoten** mindestens stabile Immobilienpreise“. Nicht zu unterschätzen ist auch der Hotelmarkt der Stadt, der vom Tourismus-Boom profitieren kann. Aber auch in Berlin raten die von PwC und ULI befragten Experten zu Investitionen im Hotel- und Tourismussektor. Neben München und Berlin findet sich noch **Hamburg** als attraktiver Immobilienmarkt mit Platz 5 unter den 10 beliebtesten europäischen Städten.

Die britische Metropole **London**, die in der Befragung für 2012 auf Platz 10 abgeschmiert war, konnte dagegen ein regelrechtes Comeback zurück in die Spitzengruppe Europas auf Rang 3 schaffen. Die Stadt profitiert dabei zum einen von ihrem **„Status als einer der wertstabilsten Immobilienmärkte weltweit“** (Studie), zum andern von dem steigenden Platzbedarf der Technologie- und Kreativbranche.

Auch für die türkische Metropole **Istanbul**, die gegenüber 2012 aber vom Spitzenplatz auf Rang 4 gerutscht ist, sehen die Immobilienexperten „gute“ Perspektiven, während sie die Aussichten für **Athen, Lissabon** und die **spanischen Metropolen** ausgesprochen kritisch beurteilen. Doch auch hier gibt es den berühmten Silberstreif am Horizont. So mehren sich laut **Claudia C. Gotz**, **Geschäftsführerin** von ULI Germany „die Anzeichen dafür, dass die Immobilienmärkte in Südeuropa das Schlimmste hinter sich haben“. Denn 4 von 5 Befragten würden auf dem aktuellen Preisniveau Chancen für Investitionen sehen. Gotz: „Allerdings brauchen Immobilienkäufer in den Krisenstaaten wohl einen langen Atem.“ Nach der tiefgreifenden Krise ist die Erholung eine Frage der Zeit.

Deutliche Preisaufschläge bei nachhaltigen Immobilien

Der **Zeitfaktor** spielt auch eine wichtige Rolle bei der Bewältigung des bestehenden Refinanzierungsproblems bei den Investments aus den Boom-Jahren 2006 bis 2007. Die würden sich nicht schnell lösen, schätzt PwC-Partner Brücken. Hier ist bei so manchen Objekten der Marktwert unter die Darlehenssumme gesunken. Und die Frage, ob und wann der alte Preis wieder erreicht werden kann, ist derzeit offen. Im Segment Handelsimmobilien beginnen die Banken allmählich damit, Objekte auf den Markt zu bringen oder Spezialisten für Work-outs zu suchen.

Schwierig bleibt aber auch die Finanzierung von Neuinvestitionen. So gaben 38% der Befragten an, dass sich die Konditionen verschlechtert haben, nur 17% konnten laut Studie eine Verbesserung gegenüber 2012 feststellen. Einer der Gründe könnte im Rückzug etlicher Banken aus der gewerblichen Immobilienfinanzierung sein. Vor diesem Hintergrund nimmt die Bedeutung eigenkapitalfinanzierter Investitionen zu und 3 von 4 Befragten erwarten 2013 vor allem bei **börsennotierten Immobiliengesellschaften und REITs ein stärkeres Engagement als 2012. Rund 60% glauben auch wieder an eine größere Rolle von Immobilienfonds** bzw. **Private-Equity-Investoren.**

Unternehmens News

Hahn-Gruppe steigert Vermietungsleistung

Das **Asset Management** der **Hahn Gruppe** konnte 2012 Einzelhandelsflächen mit einem Volumen von über 136 000 qm vermieten, 35% mehr als im Vorjahr (101 000 qm). Im Mittelpunkt der Vermietungsaktivitäten standen Vertragsabschlüsse mit Lebensmitteleinzelhändlern wie etwa SB-Warenhaus- oder Verbrauchermarktbetreibern. Das vermittelte Flächenvolumen belief sich für diese Branche auf über 73 000 qm. Baumärkte hatten mit rund 38 000 qm vermittelter Mietfläche ebenfalls einen bedeutenden Anteil an dem erfreulichen Vermietungsergebnis. Laut Hahn-Gruppe ist die Flächennachfrage der Handelsunternehmen in den wichtigsten Branchen mehr als stabil, denn gute Handelsflächen sind knapp.

Deals

Düsseldorf: Die **Zwilling J.A. Henckels AG** hat durch Vermittlung von **Reuland Retail-Service** ein Ladenlokal mit 300 qm an der Königsallee 92a gemietet. Der weltweit erste Flagship-Store für Zwilling wurde am 17. Januar 2013 eröffnet. Die seit 1731 eingetragene Marke Zwilling hat ihren Hauptsitz mit dem Unternehmen **Zwilling J.A. Henckels AG** in Solingen und gehört zur **Wilh. Werhahn KG** mit Sitz in Neuss. Zwilling ist international in mehr als 100 Länder der Welt vertreten und nimmt eine führende Position bei Messern, Haushaltsscheren, Beauty-Instrumenten und Profi-Haarscheren ein.

Der Top-Jahreskongress für Handel, Entwickler und Immobilienvertreter in Deutschland

9. Deutscher Handelsimmobilien-Kongress 2013

Das Original!

Der „virtuelle Standort" – Chance oder Wettbewerb für die Immobilie?

Highlight: 2 Preisverleihungen
Stores of the year
Händler machen Stadt

20. und 21. März 2013 · Esplanade Grand Hotel Berlin

Keynote

Prof. Dr. Dr. Klaus Töpfer,
Bundesumweltminister a.D.

Politische Keynote

Bundesministerium für Verkehr, Bau u. Stadtentwicklung
Jan Mücke,
Parlamentarischer Staatssekretär

Keynote aus dem Handel

GALERIA Kaufhof
Lovro Mandac,
Vorsitzender der Geschäftsführung

Keynote aus der Trendforschung

GDI Gottlieb Duttweiler Institute
Dr. David Bosshart,
Geschäftsführer

Weitere Keynotes und Diskutanten, u.a.

Handelsverband Deutschland (HDE)
Stefan Genth,
Hauptgeschäftsführer

German Council of Shopping Centers (GCSC)
Stephan Jung,
Vorstandsvorsitzender

Otto Group
Frank Bremer,
Manager Multichannel Retail, Expansion & Standortmanagement

adidas
Jens May,
Head of Real Estate European Markets, Center of Excellence Retail

fashion4home
Marc Appelhoff,
Geschäftsführer

Takko
André Pleines,
Bereichsleiter Expansion

JOE & THE JUICE
Kaspar Basse,
Founder & CEO

Kitson
Christopher Lee,
CEO

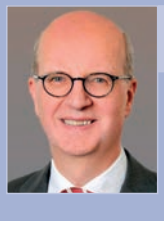
Stadt Chemnitz
Petra Wesseler,
Bürgermeisterin und Leiterin des Dezernates Stadtentwicklung und Bau

ECE Projektmanagement
Josip Kardun,
Chief Investment Officer

Value Retail
John T. Quinn,
Director of Germany

Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB)
Dr. Christine Lemaitre,
Managing Director

McKinsey
Dr. Steffen Greubel,
Partner



Grooterhorst & Partner
Dr. Johannes Grooterhorst,
Partner

Universität Leipzig
Prof. Michael Cesarz,
Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft (ISB)

Moderation
CM Best Retail Properties
Christoph Meyer,
Geschäftsführer

Träger der Veranstaltung
HDE Handelsverband Deutschland
BFW Bundesverband Freier Immobilien und Wohnungsunternehmen e.V.

Veranstalter
management forum
Verlagsgruppe Handelsblatt

Kooperationspartner
IPH Handelsimmobilien
SH SELECTION

Silber-Sponsoren
ComIn Consulting + Solutions
GROOTERHORST & PARTNER RECHTSANWÄLTE
REWE GROUP

www.managementforum.com/handelsimmobilien

Neben der Abarbeitung von Altlasten und Finanzierungsproblemen bieten sich aber auch neue, attraktive Geschäftschancen wie das „Greening“. So berichtet ULI-Geschäftsführerin Gotz, dass sich für „ökologisch nachhaltige Immobilien, die sich beispielsweise durch einen besonders niedrigen Energieverbrauch oder auch besonders umweltfreundliche Baustoffe auszeichnen“, am Markt **deutliche Preisaufschläge erzielen** lassen. Das gelte nicht nur in Deutschland.

Sonae Sierra Market Intelligence

Der Kunde wird zum aktiven Part in der Strategie

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

In der Industrie ist der Auftragseingang ein wichtiger Indikator. Er zeigt, wie hoch die Kapazitätsauslastung des Unternehmens sein wird. Im Einzelhandel resp. im Geschäft mit dem Konsumenten gibt es einen solchen Indikator nicht. Die Kunden besuchen im Vorfeld einer Verkaufssaison keine Messen, um anschließend beim Einzelhändler ihre Bestellungen aufzugeben. Der Händler stellt vielmehr ein modernes Angebot zusammen – überlegt, was seiner Kundschaft gefallen könnte – und hofft, dass er den Geschmack möglichst vieler Kunden trifft. Dieses Geschäft ist von großen Unsicherheiten geprägt.

Deshalb ist es für den Einzelhandel und die Handelsimmobilien- und Shopping-Center-Betreiber so wichtig, trotzdem schlüssige Antworten auf die Frage zu finden: „Was will der Kunde wirklich?“ Möglichst viele Informationen über die Konsumenten, ihre Kaufmuster und die Marktentwicklung zusammenzutragen, ist deshalb ein wichtiger Baustein des Marketings im Einzelhandel.

Aus Sicht des portugiesischen Shopping-Center-Spezialisten **Sonae Sierra** ist **Information in diesem Geschäft daher der Schlüssel**, um Risiken zu minimieren, wichtige Chancen für das eigene Geschäft zu identifizieren und erfolgreich zu nutzen. Mit der Sparte **Market Intelligence** (MI) setzt der Konzern deshalb auf ein System, das exakte Informationen über den Markt und die Konsumenten sammelt, speichert und aufbereitet, um die Entscheidungsprozesse in den Sparten Entwicklung, Management und Property-Management zu unterstützen, wie **Rafael Gomes Pelote**, (Foto) **Leiter der Abteilung Market Intelligence**, erläutert. Es handelt sich um einen Pool, in dem alles gesammelt, aufbereitet und an die relevanten Abteilungen verteilt wird.

Bei einem internationalen Spezialisten wie Sonae Sierra, der 49 Einkaufszentren in 7 Ländern auf 2 Kontinenten im Bestand hält und Objekte in weiteren 4 Ländern managt, besteht die Notwendigkeit, sich auf immer neue, unbekannte Märkte einzustellen. Denn auch in der Shopping-Center-Industrie gilt der Grundsatz des Einzelhändlers: „All retail is local“ – Einzelhandel ist ein lokales Geschäft. Exakte Marktstudien vor dem Markteintritt und die Arbeit einer Abteilung wie Market Intelligence werden deshalb als Basis gesehen. Die Sparte teilt sich auf in die Bereiche „Marktforschung“, „Daten-Analyse und Reporting“ sowie „Competitive Intelligence“ (Analyse der Märkte und des Wettbewerbs).

Hier wird alles gesammelt - von den Daten über die makroökonomischen Rahmenbedingungen, Trend-Analysen, Unternehmens-Daten, Zahlen über den Einzelhandel, Krisen-Barometer und interne Studien -, um sie zu einem Gesamtbild über die Märkte, Konsumenten und Mieter zu verknüpfen.

Mit Instrumenten wie Geotracking und Malltracking können laut Pelote die Kaufgewohnheiten im Einzugsgebiet eines Centers erfasst, die Altersstruktur der Kunden und auch die Zufriedenheit der Shopping-Center-Besucher genau ermittelt werden, um he-

Personalien

Multi übergibt Corio Boulevard Berlin

Corio hat für 366 Mio. Euro das Shopping-Center **Boulevard Berlin** von **Multi Corporation** erworben. Dies entspricht laut Corio einer Nettoanfangsrendite

von 6%. Boulevard Berlin in der Schloßstraße in Steglitz ist mit einer Bruttogeschossfläche von 86 000 qm und 850 Parkplätzen eines der größten Einkaufszentren in Berlin. Die Vermietungsquote liegt bei 88%. Die Übernahme ist Teil des Portfolio-Deals mit Multi, der am 25. März 2010 bekannt gegeben wurde. Mit der Übergabe des Centers beenden Corio und Multi ihre Zusammenarbeit in Deutschland und werden ihre Aktivitäten selbständig weiterführen. Für **Gerard Groener**, **CEO** von **Corio** wurde mit der Übernahme des Boulevard Berlin „für unser Portfolio in Deutschland eine starke Plattform geschaffen“. Kurzfristiges Ziel sei es nun, das junge Portfolio durch steigende Kundenfrequenz und Mieterumsätze zu verbessern, um den Unternehmenswert zu steigern. Corio will seine Präsenz in Deutschland ausbauen. Für die freien Ladenflächen gibt Multi eine Mietgarantie von bis zu 15,25 Mio. Euro für 3 Jahren. Die Garantie umfasst auch unvermietete Flächen in der Königsgalerie in Duisburg und der Arneken Galerie in Hildesheim.

rauszufinden, welche Einstellung sie zum Sonae-Sierra-Center und zu den Wettbewerbern haben. Wie der Marktforscher betont, lässt sich mit Hilfe dieser Indizes genau messen, **ob das Center korrekt auf das Profil der Konsumenten im Einzugsgebiet ausgerichtet ist**. Und auch der Einfluss des Wettbewerbs lässt sich quantifizieren. So lassen sich die Vermietungs- Marketing- und Produktstrategien exakt an den Standort und das Wettbewerbsumfeld anpassen.

Ziel ist es, die **Performance eines neuen Shopping-Centers** beim erwarteten Umsatz, der Frequenz und dem Mietniveau ziemlich exakt, mit nur geringen Abweichungen, vorauszusagen. Im besten Fall hat diese Abweichung laut Pelote bei nur minus 0,3% gelegen. Wichtig sind für einen langfristig orientierten Bestandshalter wie Sonae Sierra aber vor allem die Prognosen über den Lebenszyklus eines Centers.

Bestätigung für ihre Arbeit fanden Rafael Pelote und sein Team im Jahr 2011durch die Auszeichnung des **International Council of Shopping Centers** (ICSC) mit dem im Jahr 2007 ins Leben gerufenen "**Research Award für herausragende Leistungen**". Ausgezeichnet wurde Pelotes Beitrag für die **Verbesserung von Marktstudien** und **Marketing-Strategien** in der weltweiten Shopping-Center-Branche. Der Marktforscher ist seit 1992 bei Sonae Sierra. Zwischen 2006 und 2009 war er **Chairman der ICSC Research Group**, einem Pan-europäischen Netzwerk aus Marktforschern, dem der Experte seit 2002 abgehört.

Aus Pelotes Sicht besteht das Ziel darin, zu einem Teil des neuen Marktes zu werden,

Market Intelligence: Zwiegespräch mit dem Kunden

Verhaltensmuster der Konsumenten genau zu verstehen, um so auch Veränderungen antizipieren zu können. Denn die Kunst bei der Expansion eines multinationalen Unternehmens in fremde Länder und Kulturen besteht darin, sich immer wieder auf die Besonderheiten des Landes und seiner Konsumenten einzustellen. Dabei eröffnen die **Social Media** wie **Facebook** oder **Twitter** der Shopping-Center-Industrie heute die einmalige Möglichkeit, mit den Kunden direkt in Kontakt zu treten, wie etwa **BulwienGesa** in seiner Studie **Reaktion der Shopping-Center auf E-Commerce** betont.

Auch Sonae Sierras setzt auf die Möglichkeiten, die sich durch die Forschung in Internet-Communities ergeben, um seine Kunden genau kennenzulernen. Die Menschen zu kontaktieren, ist aus Pelotes Sicht wichtiger denn je, um wertvolle und innovative Einblicke in die Verhaltensmuster zu gewinnen. Dafür hat der Center-Spezialist eine „Brücke" gebaut, um „die Stimme der Kunden" in die Geschäftsführung bzw. die Geschäftsräume zu holen – gemäß dem Motto: Lasst uns unsere geschätzten Kunden einbeziehen, um ein außergewöhnliches Ergebnis zu erzielen.

Das setzt aus Pelotes Sicht aber voraus, dass in einem Unternehmen viel Offenheit besteht und die Mitarbeiter bereit sind, Barrieren einzureißen und „den Blick auf die Forschung zu reformieren". **Der Konsument wandelt sich dabei vom Teilnehmer zum Co-Forscher und schließlich zum Co-Schöpfer.** Für Pelote geht es darum, das gute Gefühl des Kunden zum guten Gefühl für das Unternehmen zu machen. Das zeigt er anhand einer Feld-Studie, bei der es um die geplante Renovierung von Toiletten ging.

Personalien

Pamera baut Sparte Handelsimmobilien auf

Die **Pamera Asset Management GmbH** wird ihre Aktivitäten im Transaktions- und Asset-Management von Einzelhandelsimmobilien ausbauen und hat den Handelsimmobilienexperten **Filipe Costa** (49) als **Geschäftsführe**r der neu

gegründeten **Pamera Retail GmbH** verpflichten. Von 2006 bis 2008 hat der Diplom-Betriebswirt und Immobilienökonom (ebs) den Aufbau der deutschen Asset-Management-Plattform der Garigal Asset Management GmbH geleitet. Zuvor hat er Investoren und Verkäufer bei Vermietungen und Transaktionen beraten. Zudem war er an bundesweiten Projekten für Fachmarktzentren, Shopping-Center und Geschäftshäusern beteiligt. **Pamera-Geschäftsführer Christoph Wittkop** begründet den Schritt damit, dass Handelsimmobilien bei Kunden und Co-Investoren an Bedeutung gewinnen. Zudem will er von der steigenden Zahl von Workout-Objekten mit Einzelhandelsnutzung profitieren.

Deals

Erfurt: Ein Privatinvestor hat ein Wohn- und Geschäftshaus in Erfurt-Löbervorstadt erworben. Das Objekt hat eine Gesamtnutzfläche von 862 qm und verfügt über 12 Wohneinheiten (ca. 664 qm) und 2 Gewerbeeinheiten (ca. 198 qm). Verkäufer ist ein institutioneller Investor. Vermittelnd tätig war **Engel & Völkers Commercial Erfurt**.

Die Kunden wurden gebeten, die schlimmste und die beste Toilette zu fotografieren und die für sie perfekte Vision von einer Shopping-Center-Toilette zu entwickeln.

Einen Lichtblick für den stationären Einzelhandel und die Shopping-Center-Industrie haben die Marktforscher zudem im Wettbewerb mit dem dynamischen Internet-Handel ausgemacht: Sie sehen eine „Retail Renaissance“, die davon zeugt, dass die Konsumenten den Einkaufsbummel in einer realen Welt wieder mehr zu schätzen wissen.

Skyline Plaza

Wie ein Spaziergang durch die Stadt Frankfurt

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Nicht weniger als das neue Herz des Frankfurter Europaviertels soll das Skyline Plaza nach den Vorstellungen seiner Entwickler werden. Am 29. August dieses Jahres ist die Eröffnung geplant. Gut ein halbes Jahr vorher sind 96% der Flächen vermietet – darunter an interessante Konzepte, die in Frankfurt noch nicht vertreten sind. Wie das Milaneo in Stuttgart, der Potsdamer Platz in Berlin oder das Mittelrhein Forum in Koblenz sind das Skyline Plaza und das Europaviertel ein wichtiges Stück Stadtentwicklung auf dem Areal des ehemaligen Hauptgüterbahnhofs.

Im Jahr 1996 hatte die **Deutsche Bahn** die Stilllegung des Hauptgüterbahnhofs mangels Auslastung beschlossen und entschieden, die restlichen Güteraktivitäten auf den Ostbahnhof zu verlagern. 1998 wurde der Betrieb eingestellt. Bereits ein Jahr später ließ die Deutsche Bahn von dem Frankfurter Planungsbüro **Albert Speer & Partner** einen Rahmenplan für die Entwicklung des großen Areals in der Nähe des Frankfurter Hauptbahnhofs erstellen.

Geplant wurden ein Europaviertel Ost und ein Europaviertel West – ein neues Stadtquartier mit 30 000 Arbeitsplätzen, Wohnungen für etwa 5 000 Einwohner, Büros, Hotels und dem Skyline Plaza (Foto: ECE), das mit seinen 38 000 qm für 180 Fachgeschäfte, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe **das urbane Stadtteilzentrum bilden wird**. Das neue Center, das laut **ECE Projektmanagement** für seine nachhaltige Planung und städtebauliche Integration mit dem **goldenen Vorzertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen** (DGNB) ausgezeichnet wurde, befindet sich an zentraler Stelle im Europaviertel Ost, zwischen der **Messe Frankfurt**, dem **Bankenviertel** und dem **Hauptbahnhof**.

Wichtig mit Blick auf das Thema städtebauliche Integration war für die Entwickler die **Vernetzung des Skyline Plaza** mit seinem Umfeld, indem die 5 Haupteingänge in das umlaufende Straßen- und Wegesystem eingebunden wurden. Außerdem war es ihnen wichtig, das Center an den ÖPNV genauso anzubinden wie an den PKW-Verkehr aus der Innenstadt und von den Autobahnen.

Das Skyline Plaza wird von einem Joint-Venture aus **ECE** und **CA Immo** realisiert. Die Investitionssumme beläuft sich auf 360 Mio. Euro. Mit der Fertigstellung Ende August wird die **Allianz** mit 80% der größte Anteilseigner. CA Immo und ECE behalten jeweils 10% und die ECE übernimmt das langfristige Center-Management.

Deals

Neuer Leiter bei JLL in Hamburg

Richard Winter (50), diplomierter Wirtschaftswissenschaftler, übernimmt zum 1. Juni 2013 als **National Director** die Leitung der Hamburger Niederlassung von **Jones Lang LaSalle**. Winter war zuletzt Geschäftsführer der **ING Real Estate Germany** und u.a. verantwortlich für deren Hamburger Büro. Vor diesem Hintergrund ist er in der Hansestadt gut vernetzt. Winter tritt die Nachfolge von **Andreas Wende** an, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen wird.

Personalien

Dirk Adriaenssen neuer Managing Director

Dirk Adriaenssen übernimmt ab 15. Mai 2013 die

Position des **Managing Director** von **Redevco Central Europe** und **Redevco Switzerland**. Er tritt die Nachfolge von **Adam Starr** an, der zum Managing Director von Redevco United Kingdom ernannt wurde. Adriaenssen ist seit 2004 für Redevco Belgium tätig, wo er als Mitglied der Geschäftsleitung das Property Management verantwortete. Als neuer Managing Director für Zentraleuropa und die Schweiz wird er sich von Zürich aus auf Österreich und Schweiz konzentrieren. Bis Mitte Mai wird Adam Starr neben seiner Funktion in UK die Geschäfte von Redevco Central Europe und Switzerland kommissarisch weiterführen.

Für den Hamburger Shopping-Center-Spezialist ECE und die CA Immo ist das Skyline Plaza ein Prestige-Projekt, wie die Projektpartner bei der Pressekonferenz Ende Januar sagten. In punkto Design soll im Inneren die Idee von einem Spaziergang durch Frankfurt verwirklicht werden, so **ECE-Chef-Designer Mark Gurney**: Auf der einen Seite das **urbane Leben**, auf der anderen das **Thema Nachbarschaft** und **Wohngebiete**.

Ein großflächiger Platz mit **Baumskulpturen** und **Holzelementen** soll einen Naturpark symbolisieren. Und hier wird „Frankfurts größter Foodcourt mit mehreren Restaurants“ entstehen, berichtet Gourney, als „Mittelpunkt einer zentralen Wegebeziehung zwischen den Eingängen an der Europa-Allee und am Platz der Einheit“. Dieser Bereich wird auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten zugänglich bleiben.

Damit das Shopping-Center nicht nur nach innen, sondern auch nach außen die richtige Optik bietet – das ist bei Centern der neuen Generation wichtig – haben die Frankfurter Architekten **Jourdan und Müller** für die Außenfassade Metall-Lamellen in wechselnden Farben entwickelt, die das Gebäude für die Passanten lebendig erscheinen lassen. Ein Highlight soll zudem der 10 000 qm große, öffentlich zugängliche **Dachgarten** mit seinen wechselnden Events vor der Kulisse der Frankfurter Skyline und einem 1 000 qm großen Restaurant sein.

Wichtig für die Frankfurter, die im Skyline Plaza auch Einkaufen wollen, sind die neuen Angebote. Dazu gehört laut ECE das **Inditex**-Label **Pull & Bear** mit einem der ersten Shops in Deutschland. Auch die Marken **Mango Touch** (Accessoires), **Strellson**, **Frooters** (Frozen Yogurt, Säfte), **Chipotle Mexican Grill** (erstes Geschäft in Deutschland), die Buchhandlung **Osiander**, 7 Camicie (für Hemden und Krawatten), **Pylones** (Designobjekte) und **Colin’s Jeans** sind neu in der Mainmetropole.

Neben dem Skyline Plaza realisieren CA Immo und ECE für die Messe Frankfurt zudem das Kongress-Zentrum **„Kap Europa“,** das 2014 fertig sein soll. Es bietet auf 4 Etagen Raum für 2 400 Personen. Wichtig waren den Bauherren die Flexibilität des Objekts und dass es als erstes Kongresszentrum überhaupt für seine hohen ökologischen Standards das **Vorzertifikat in Gold** von der DGNB erhalten hat.

Einzelhandelskonjunktur: Abgekoppelt

Eine florierende Konjunktur führt nicht zwangsläufig zur Prosperität des Einzelhandels

Dr. Gerold Doplbauer, Projektleiter bei Dr. Lademann & Partner GmbH, Hamburg

Die deutsche Konjunktur konnte der rauen Entwicklung auf den Finanzmärkten recht gut trotzen und Deutschland wird deshalb zu Recht als „sicherer Hafen“ bezeichnet. Denn keine Volkswirtschaft zeigt sich derzeit ähnlich stabil. Deutschland gilt für Anleger damit als risikoarmer Markt mit hohem Wachstumspotenzial: Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist seit Beginn der gesamtdeutschen Statistik im Jahr 1994 jährlich um durchschnittlich rd. 2,2% gestiegen. Dies ist ein konstanter, positiver Wert (R^2 von 97%), wenn man bedenkt, dass darin auch die schlimmste Wirtschaftskrise seit Bestehen der Bundesrepublik enthalten ist.

Die **Entwicklung des BIP** wird üblicherweise mit der **Entwicklung der Einzelhandelskonjunktur** in **Zusammenhang gebracht**. Intuitiv wird angenommen, dass der Einzelhandelsumsatz mit dem BIP wächst und bei schlechter Konjunktur schrumpft. Auf den ersten Blick müsste der Einzelhandel demnach von der positiven Entwicklung des BIPs profitiert haben. Doch die Realität sieht anders aus: Während das BIP 1997 um 1,9% stieg, sank der Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken)

Nominierung

Mipim: ECE mit zwei Projekten nominiert

Mit gleich zwei Projekten ist die **ECE** in der Endausscheidung der **MIPIM Awards 2013** gelandet: Als einziges europäisches Einkaufszentrum wurde in der Kategorie „Best Shopping Centre” der im Oktober 2012 eröffnete **Marmara Park** in Istanbul nominiert. Zusätzlich geht die ECE mit dem **Milaneo** in Stuttgart als **„Best Futura Mega Project“** ins Finale. Es ist damit eine von insgesamt

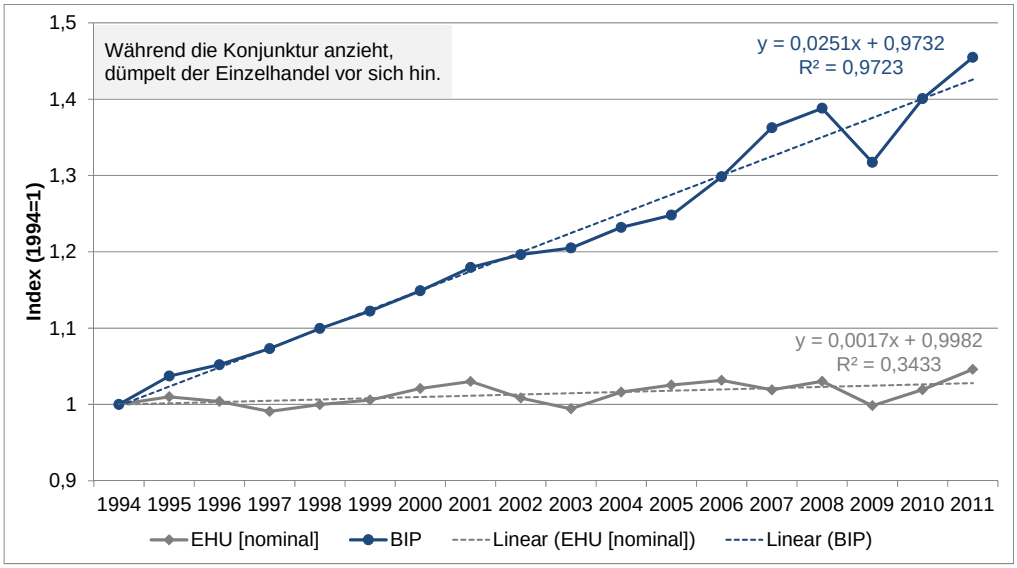
nur 3 deutschen Nominierungen für die MIPIM Awards in diesem Jahr. Für jede Preiskategorie wurden von einer Jury jeweils 4 „Finalisten“ ausgewählt. Der MIPIM-Award gilt als eine der größten Auszeichnungen der Immobilienbranche.

Deals

Stuttgart: Das deutsche Premium-Designerlabel **Strenesse** eröffnete am 31. Januar einen neuen Shop am Stuttgarter Flughafen, Terminal 1, Besucherbereich. Auf rd. 80 qm Verkaufsfläche finden Strenesse Fans dort künftig ihre Lieblingsstücke aus der Damenkollektion der Designermarke aus Süddeutschland. Das Strenesse-Shopkonzept verspricht Besuchern ein einmaliges Einkaufserlebnis.

um 1,3%. Und 2007, als das BIP um +5,0% wuchs, ging der Einzelhandelsumsatz (EHU) um 1,2% zurück. Die Liste der Beispiele ließe sich problemlos verlängern. Das bedeutet aber: **Eine florierende Konjunktur führt nicht zwangsläufig zur Prosperität des Einzelhandels.**

Eine indexierte Darstellung beider Konjunkturverläufe offenbart die große Kluft, die sich zwischen Gesamtwirtschaft und Einzelhandel ausgebildet hat. Mit knapp 2,6 Bio. Euro ist die **deutsche Wirtschaftskraft** seit 1994 um rd. 45% gewachsen. Dagegen liegt der **Einzelhandelsumsatz** mit insgesamt 422 Mrd. Euro (2011) nur um magere 4,5% über dem Wert des Jahres 1994 von 403 Mrd. Euro. Das entspricht gerade



mal einem Wachstum von unter 0,3% per anno bzw. nur rd. einem Zehntel des BIP-Wachstums.

Zum Hintergrund: Das BIP setzt sich gemäß **Verwendungsrechnung** aus der Summe von **Nettoexporten**, **Bruttoinvestitionen**, **staatlichen und privaten Konsumausgaben** zusammen. Aus Sicht des Einzelhandels müssten aber zumindest die privaten Konsumausgaben (PKA) direkten Einfluss auf die Höhe seiner Umsätze haben. Doch auch das ist ein Trugschluss. Im Gegenteil: Die privaten Konsumausgaben entwickelten sich nahezu synchron zum BIP-Verlauf, der private Konsum ist folglich von 1994 bis 2011 ebenfalls um knapp 45% gestiegen.

Wie ist es aber möglich, dass der deutsche Einzelhandel von diesem Verlauf des privaten Konsums nicht profitieren konnte? Hier ist zum einen zu erwähnen, dass in den privaten Konsumausgaben auch Ausgaben für **Energie**, **Wohnen** und **Verkehr** enthalten sind, also ausnahmslos Ausgabenblöcke, die zuletzt starke Preissteigerungen aufwiesen, an denen der Einzelhandel aber nicht partizipieren konnte.

Zudem weisen **Ausgaben für Energie und Wohnen** eine traditionell **unelastische Nachfrage** auf, da trotz steigender Preise nicht auf deren Konsum verzichtet werden kann: Ein Dach über dem Kopf und beheizte vier Wände stechen im Härtefall die Anschaffung eines neuen Fernsehers oder neuer Kleidung aus**. Nominal ist somit ein Großteil des Wachstums bei den privaten Konsumausgaben auf Preiseffekte bei unelastischen Gütern zurückzuführen.**

Der andere Grund für die Abkoppelung des Einzelhandels vom Wachstum des privaten Konsums lässt sich aus der unmittelbare Folge dieser Entwicklungen ableiten: Die Preissteigerungen führen zu einer **Umschichtung des verfügbaren Haushaltseinkommens in die lebensnotwendigen Bereiche**, so dass der Anteil für Ausgaben im Einzelhandel knapper wird. Das spürt vor allem der Nonfood-Handel, der immerhin gut die Hälfte des gesamten Einzelhandels ausmacht. (siehe Grafik 2)

Nominierung

The Squaire nominiert für Mipim Awards 2013

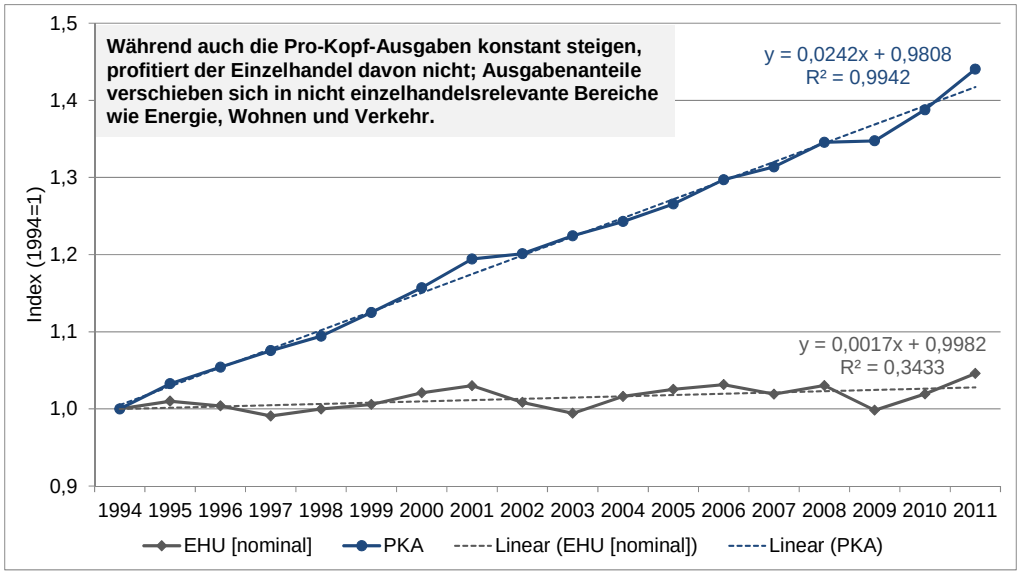
Das Gebäudeensemble **The Squaire** am Frankfurter Flughafen ist für die **Mipim Awards** in der Kategorie **Best Office & Business Development** nominiert. „Wir freuen uns über die Nominierung für die Mipim Awards. Sie bestätigt uns darin, mit The Squaire eine der spektakulärsten Immobilien im Herzen von Europa verwirklicht zu haben“, kommentiert **Wolfgang Schäfers**, **Sprecher des Vorstands der IVG Immobilien AG** die Entscheidung der Jury. Die Immobilie befindet sich auf dem Dach des ICE-Fernbahnhofs am Frankfur-

ter Flughafen, mit direkter Anbindung an eines der wichtigsten Autobahnkreuze Deutschlands. Zu den Ankermietern gehören u.a. die Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaft **KPMG**, **Lufthansa** und 2 **Hilton Hotels**. Im Mai 2012 erhielt The Squaire das LEED Gold Zertifikat.

Deals

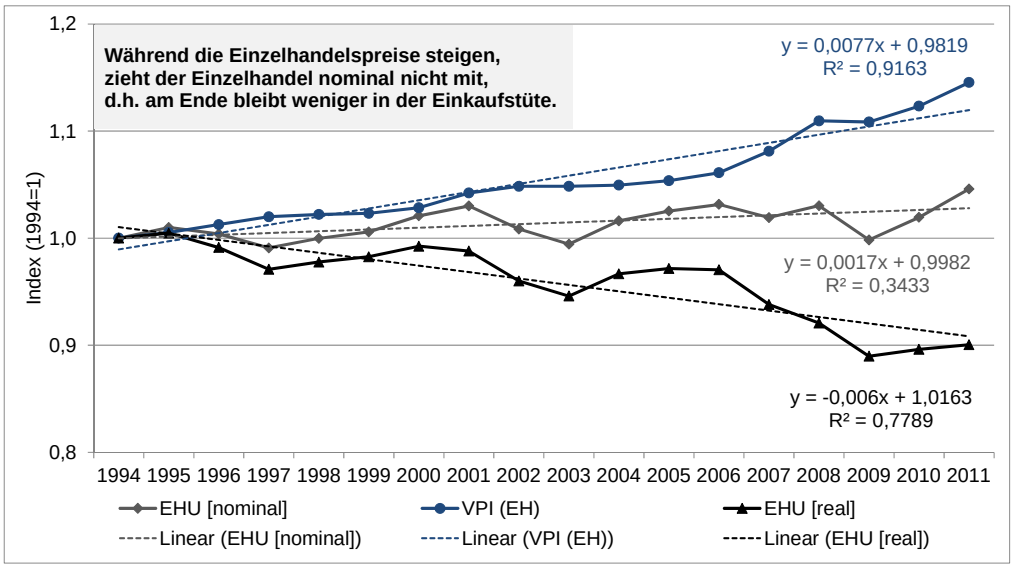
Aachen: Die Investmentspezialisten von **Aengevelt** vermitteln im Auftrag eines bundesweit tätigen Projektentwicklers den Verkauf eines voll vermieteten Fachmarktes mit rd. 1 700 qm Mietfläche in der Region Aachen für einen siebenstelligen Euro-Betrag an 2 Privatinvestoren. Die Bruttoanfangsrendite wird mit knapp 8% angegeben.

Wer nun aber denkt, die Einzelhandelskonjunktur verliefe auf Grund konstanter Preise seitwärts, der irrt. Nicht so stark, dafür aber stetig hat der Einzelhandel seine Preise



über die Jahre angehoben, wie ein Blick auf den Index der Einzelhandelspreise (VPI [EH]) zeigt. Für einen identischen Warenkorb mussten die Verbraucher 2011 etwa 15% mehr ausgeben als 1994. Mit Blick auf die nominal stagnierenden Einzelhandelsumsätze ist diese Preissteigerung um jährlich rd. 0,8 % **ein alarmierendes Signal für Handel und Verbraucher zugleich**. Denn für den Einzelhandel bedeutet es, dass er preisbereinigt jährlich rd. 0,6% verloren hat, für die Verbraucher, dass ihr Warenkorb 2011 nur noch 90% der Artikel-Menge beinhaltet, die sie 1994 für das tägliche Leben noch einkaufen konnten.

Das wird noch interessanter, bezieht man die Tatsache in die Betrachtung mit ein, **dass in derselben Zeit die discountorientierten Formate stark gewachsen sind** und sie in Zeiten von Preissteigerungen günstige Ausweichmöglichkeiten boten. Es liegt dem-



nach der Schluss nahe, dass der Verzicht auf Menge bewusst von den Verbrauchern in Kauf genommen wurde, **um neben einer Gütergrundversorgung in der Summe weniger, dafür aber hochwertigere Produkte zu kaufen. (Grafik 3)**

Personalien

JLL verstärkt Bereich Center-Management

Christoph Stoll, 45, Diplom-Betriebswirt, hat im Dezember 2012 im Bereich Shopping-Center-Management die Verantwortung für die Mandate von **Jones Lang LaSalle in Deutschland** übernommen. Stoll ist seit ca. 25 Jahren im Retail- und Shopping Center-Geschäft tätig, zuletzt bei **Unibail Rodamco**. Ebenfalls im Bereich Shopping-Center-Management Deutschland hat **Frank Chafizadeh**, 46, Diplom-Ökonom, zum 1. Januar 2013 die Vermietungsleitung der Center-Mandate übernommen. Chafizadeh kommt von der **SEPA** .

*****

Neuer Geschäftsführer bei Multi und MultiSec

Casper Vernooy (34) ist Anfang 2013 in die Geschäftsführung der **Multi Development Germany** und der **MultiSec Mall Management GmbH** berufen worden. Vernooy nimmt in beiden Gesellschaften, die

zur niederländischen Multi Corporation gehören, die Funktion des **COO** (Chief Operating Officer) ein. Neben dem Bereich Investor Relations gehört die Akquise neuer Centermanagementaufträge in Zusammenarbeit mit **Stefan Andraschak** (CEO, MultiSec Mall Management) zu seinen Aufgaben. Zuvor war Vernooy als Associate Director Investment Management für die Multi Corporation in Gouda/ Niederlande tätig.

Dieser Trend hat sich auch 2012 fortgesetzt: Während der **Handelsverband Deutschland** (HDE) eine nominale Umsatzsteigerung von 1,5% meldet, berichtet das **Statistische Bundesamt** über eine Preiserhöhung für Waren des Einzelhandels von 2,9%. Preisbereinigt bedeutet das erneut, dass der Einzelhandel auch 2012 an Absatz – minus 1,4% – verloren hat. Ein trüber Ausblick für den Einzelhandel, insbesondere aber für den stationären Handel, der durch den Vormarsch des stark wachsenden Online-Handels weiter unter Druck gerät.

Die Historie zeigt allerdings, dass der Handel anpassungsfähig ist und schwierige Situationen kreativ meistern kann. Nicht ganz zufällig sind so zahlreiche Konzepte entstanden, die heute prägend für die Handelslandschaft sind. Es gibt sie also noch, die Lichtmomente, und wird sie auch weiter geben. Eine Antwort des stationären Einzelhandels auf den Online-Boom ist beispielsweise **die Multichannel-Strategie, die online mit offline verknüpft** und für den Handel eine Möglichkeit darstellt, sich ein Stück vom Online-Kuchen zurückzuholen. Der Betriebsformenwandel folgt inzwischen dem rasanten Tempo des technischen Fortschritts, was dazu führt, dass Konzepte, die heute noch als innovativ gelten, morgen schon veraltet sein können.

Click & Collect: Zwischen Shop und Internet

Ein junges Konzept, das von einigen Händlern am Markt erprobt wird, ist das sogenannte **„Click & Collect“** – eine Angebotsform, **bei der ein Verbraucher im Internet bestellt und die Ware im Laden abholt.** Auf den ersten Blick nicht unbedingt kundenfreundlich: Einerseits entfällt die Lieferung zum Kunden, andererseits verzichtet der Verbraucher darauf, die Ware während des Auswahlprozesses intensiv begutachten zu können. Genauer betrachtet ist Click & Collect jedoch ein Konzept, das dem Kunden auf verschiedenen Ebenen einen Mehrwert bietet. So kann ein Warenkorb schnell und bequem von Zuhause aus zusammengestellt werden, Artikel vor Ort anprobiert oder getestet und bei Nichtgefallen zurückgelegt werden.

Zudem **entfällt der Aufwand für eine Warenrücksendung**, was vor allem die Retouren-Problematik des Online-Handels löst. Dennoch bleibt abzuwarten, ob diese Vertriebsform, die noch in den Kinderschuhen steckt, erfolgreich ist. Das kann aber schneller passieren, als man denkt, denn Kinderfüße wachsen bekanntlich schnell.

****

Sie suchen

- neue Flächen
- oder Mitarbeiter?

Rufen Sie uns an!
05242/90 12 50

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

Handelsimmobilien
Report

Deutschlands führendes Medium für Retail Assets

****

Unternehmens News

Hamborner zieht gute Bilanz für 2012

Die **Hamborner REIT AG** hat nach vorläufigen Zahlen die Miet- und Pachterlöse auf 37,0 Mio. Euro (Vorjahr: 32,2 Mio. Euro) gesteigert. Hier haben sich die Neuerwerbe ausgewirkt. Die durchschnittliche Leerstandsquote bewegt sich mit 1,9% (1,7% inkl. Mietgarantien) auf niedrigem Niveau. Das Betriebsergebnis beträgt 17,5 Milo. Euro nach 14,9 Mio. Euro 2011. Der Anstieg um rd. 18% ist im Wesentlichen auf die höheren Mieterlöse zurückzuführen. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern liegt mit 18,4 Mio. Euro um 7% über Vorjahr .

Deals

Chefredaktion:
Dr. Ruth Vierbuchen (V.i.S.d.P.);
Kontakt:
vierbuchen@rohmert.de
Herausgeber:
Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:
Christine Scharrenbroch

Anzeigen:
Marion Götza
05242/901-250

Verlag:
Research Medien AG,
Rietberger Str. 18
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert
Aufsichtsrat: Senator E.h. Volker Hardegen (Vorsitz).

Bankverbindung:
auf Anfrage

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