



Handelsimmobilien Report Nr.208

VOM 30.10.15

Cities & Center & Developments

Seite 9

Aus Sicht der Banken gilt die Gastronomie hierzulande aber nicht unbedingt als bonitätsstarke Branche, wie Hecht einräumt. In Großbritannien, wo der Markt von großen Ketten geprägt wird, ist das anders. Als Ankermieter stehen Lebensmittelhändler mit 88,6% der Nennungen heute an der Spitze vor Drogerie-Märkten und Elektrofachmärkten (35,8%). In puncto Betreuung durch den Immobilieneigentümer schätzt der Handel die persönliche Erreichbarkeit, das Angebot individueller Lösungen und regelmäßige Informationen. Dabei ist die Integration des Mieters in das Gesamtkonzept etwa eines Fachmarktzentrums auch aus Sicht der Finanzierer sehr wichtig.

CoRE Handelsimmobilientag:

Das Interesse an B-Städten und B-Lagen wächst

HIR MÜNCHEN. *Der Wandel im Handel und seine Bedeutung für Einzelhandelsinvestments in B-Städten und B-Lagen: Darüber debattierten Experten verschiedener Disziplinen beim 6. CoRE Handelsimmobilientag in München. Die einhellige Meinung: In deutschen Klein- und Mittelstädten bieten sich dem stationären Einzelhandel spannende Chancen – trotz eCommerce.*

Während im vergangenen Jahr eher Unsicherheit und Nervosität den **CoRE Handelsimmobilientag** in München prägten, standen in diesem Jahr vor allem die Stärken und Chancen des stationären Einzelhandels im Vordergrund. Die Herausforderungen,

Deals

Amsterdam: Die **Patrizia Immobilien AG** hat über ihre Tochter **Patrizia Netherlands** für 340 Mio. Euro ein Immobilienportfolio mit 145 Einzelhandels-, Wohn- und Büroeinheiten in den Niederlanden erworben. Der Kauf erfolgt für den neu aufgelegten Immobilien-Spezialfonds **Patrizia Dutch High Street Retail Fund 1**. Das Portfolio umfasst 107 Handelsimmobilien in erstklassigen Einkaufslagen in Ballungszentren wie die Kalverstraat in Amsterdam, die Spuistraat in Den Haag oder die Kettelstraat in Arnhem. Daneben gehören 35 Wohn- und 3 Bürohäuser zum Paket.



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.208*

VOM 30.10.15

Cities & Center & Developments

Seite 10

Veranstaltung

Wissenstransfer der Online City Wuppertal

Die Initiatoren des bundesweit einmaligen Pilotprojektes **Online City Wuppertal** veranstalten am **3. November** in Wuppertal den **1. Deutschen Local Commerce Kongress**. Das Einzelhandelsförderungsprojekt Online City Wuppertal hat viel Resonanz bei Städten, Verbänden und Institutionen aus Politik und Verwaltung gefunden. Allein **Atalanda**, technischer Partner für den lokalen Onlinemarktplatz der Online City Wuppertal (www.talmarkt.net), ist dank des "Wuppertal-Effektes" mit über 130 Städten im Gespräch. Sowohl Projektpartner **Andreas Haderlein** als auch Atalanda **Geschäftsführer Roman Heimbold** haben unzählige Städte besucht und Vorträge bei einschlägigen Veranstaltungen gehalten. „Nahezu täglich rufen uns Vertreter anderer Städte an“, berichtet **Projektmanagern Christiane ten Eicken**.

mit denen sich stationäre Händler durch den Online-Handel konfrontiert sehen, wurden weitestgehend erkannt und identifiziert. Der stationäre Handel muss nun Taten folgen lassen und die Maßnahmen umsetzen, die seine Attraktivität vergrößern. „Händler müssen Profil zeigen, ihre Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten, um in Zeiten des eCommerce wahrgenommen zu werden.“ Das ist eine der Empfehlungen, die **Joachim Stumpf, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung** und **IPH Handelsimmobilien**, den Vertretern des stationären Handels in seinem Vortrag über die Auswirkungen des Online-Handels auf Städte und Regionen an die Hand gab.

Er war neben **Prof. Winfried Schwatlo** von **Schwatlo Management** einer der Moderatoren der Veranstaltung, die von der **Campus of Real Estate** von der **HfWU** (Hochschule



Foto: Schwatlo

für Wirtschaft und Umwelt Nürtlingen-Geislingen) ausgerichtet wird und unter der fachlichen Leitung von BBE, IPH und Schwatlo Management steht.

Wie Stumpf deutlich machte, ist das Wachstum des Online-Handels auf Grund der immer größeren Markt-

Im Mittelpunkt der Diskussion: B-Städte und B-Lagen.

durchdringung von Smartphones nicht aufzuhalten. Die Auswirkung auf die Städte seien deutlich zu spüren: So würden die Frequenzen und der Flächenbedarf in den Städten merklich zurückgehen. Ob Groß- oder Kleinstädte – sie werden von den vorinformierten Konsumenten, insbesondere von der sogenannten „Smart-Native“-Generation laut Stumpf weniger zum Shoppen besucht. Eine Lösung des Problems sieht der Experte in einer gezielten Stadtentwicklung sowie guten Marketingmaßnahmen. Mittelstädte müssen die Aufenthaltsqualität und den Freizeitwert ihrer Innenstädte verbessern sowie verstärkt auf Sauberkeit und Sicherheit achten. Für kleinere Städte wird künftig die Nahversorgung eine wachsende Rolle spielen, da im Lebensmittel-Segment bislang kaum Marktanteile an den Online-Handel verloren gehen.

Mittelstädte müssen die Aufenthaltsqualität erhöhen

Im Anschluss erklärte **Axel Froese, Geschäftsführer der IPH Transactions GmbH**, warum das Interesse an Einzelhandelsinvestitionen in B-Städten und B-Lagen zunimmt. Nach seinen Beobachtungen verfolgen viele Investoren inzwischen immer mehr eine ABBA-Strategie (A-Lage in B-Städten und B-Lage in A-Städten), um ihr Renditeprofil zu verbessern. Denn die Renditen von klassischen Core-Immobilien gehen immer weiter zurück. Dabei liegen insbesondere SB-Warenhäuser, Shopping-Center sowie Wohn- und Geschäftshäuser im Fokus der Investoren. Froese sieht zudem eher geringe Auswirkungen des eCommerce auf die Immobilienwirtschaft, da diese eher kapitalmarktgetrieben ist.

Von der Vogel- in die Froschperspektive ging es bei den beiden Vorträgen von **Christoph Meier, Leiter Projektentwicklung** von **Max Bögl Bauservice** und **Benedikt Schmidt-Waechter, Geschäftsführer der iandus Unternehmensgruppe**, bei Vorstellung ihrer konkreten Projektentwicklungen in B-Städten. Sowohl beim Projekt

Deals

München: Auch in Münchener Spitzenlagen finden Fans des Golfsports modische Outfits fürs Green. Am Odeonsplatz 12 hat jetzt **Golfino**, bekannt für sportlich bequeme und elegante Golfmode, eine Ladenfläche gemietet. **Realkon Immobilien GmbH** vermittelte. Mit dem Eigentümer des Objekts, einem institutionellen Anleger, wurde ein langfristiger Mietvertrag abgeschlossen.



Handelsimmobilien Report Nr.208

VOM 30.10.15

Cities & Center & Developments

Seite 11

Deals

„Neuer Markt“ im oberpfälzischen Neumarkt als auch beim „Löwentor“ in Wolfenbüttel wurde klar, dass engagierte Projektentwickler den Bedeutungsverlust von Innenstädten für den Einzelhandel und Kaufkraftverluste aufhalten können.

Diese beiden Beispiele- genauso wie andere Programmpunkte des CoRE Handelsimmobilientages - verdeutlichen, dass eine kluge Verknüpfung von Einzelhandel mit anderen Angeboten wie Dienstleistung, Gastronomie, Hotellerie oder Unterhaltung mit Blick auf die Steigerung von Aufenthaltsqualität und Frequenz für die Immobilie - insbesondere wenn es um Shopping-Center oder Fachmarktzentren geht - von Vorteil ist. Auf großes Interesse stieß dabei die Verbindung von Kino und Einzelhandel, wie es in Neumarkt umgesetzt wird. Doch die Handelsexperten waren sich auch einig: Ein Plan B in Form einer Drittverwendung, zum Beispiel als Büro, muss bei solchen Spezialimmobilien eingeplant werden.

In der anschließenden Podiumsdiskussion wurde pointiert diagnostiziert, dass gerade in Mittelstädten Vermieten ein „Knochenjob“ ist. Um diese Herausforderung als Projektentwickler zu meistern gilt es, die Händler mit Hieb- und Stich-festen Prognosen und Analysen von der Standortqualität zu überzeugen. Letzten Endes sind aber oft die Erfahrung und der Track Record des Projektentwicklers entscheidend.

Nach dem Themenblock „Projektentwicklung und Recht“, in dem unter anderem **Christian Wiggers, Partner bei Peters, Schöneberg & Partner**, und **Mark Butt, Partner bei GSK Stockmann + Kollegen**, über die rechtlichen Fragen bei der Re-

Hamburg: Der südkoreanische Investor **ADF Asset Management** hat das **H&M Distributionszentrum Hamburg-Allermöhe** von **CA Immo** erworben. Die **BayernLB** konnte für das erste Investment von ADF in Deutschland als Sole Lender die Gesamtfinanzierung darstellen. Die Transaktion unterstreicht die Strategie der Bank, auch asiatische Investitionen bei ihrem Markteintritt in Deutschland zu beraten und weiter zu begleiten. Die Immobilie ist mit ca. 114 800 qm das größte Logistikzentrum von H&M, das die Filialen in Deutschland, den Niederlanden, Österreich und Slowenien beliefert.

PAMERA ist jetzt **CORNERSTONE**
Real Estate Advisers



CORNERSTONE

Wir akquirieren, repositionieren, vermieten und betreuen erfolgreich Handelsimmobilien in ganz Deutschland

Cornerstone Real Estate Advisers ist einer der größten Investment Manager weltweit mit rund 42 Milliarden Euro Assets under Management, davon 3,1 Milliarden Euro in Europa. In Deutschland zählen Retail-Immobilien zu unseren zentralen Assetklassen. Wir begleiten und beraten Investoren kontinuierlich während des Transaktionsprozesses und bieten ihnen danach ein effizientes und nachhaltiges Asset Management, das von der Vermietung bis hin zu umfassenden Revitalisierungen reicht. Unsere erfahrenen und motivierten Retail-Experten orientieren sich dabei stets an Wertschöpfung und Werterhalt und stehen Ihnen jederzeit kompetent als Ansprechpartner zur Seite.



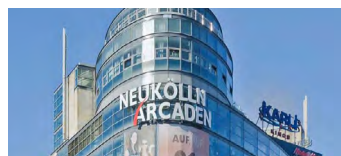
Ansprechpartner:

Simon Lauinger
Senior Asset Manager
T.: 089 210 256-12
SLauinger@cornerstoneadvisers.com

Eine Auswahl unserer aktuellen Referenzen:



Düsseldorf, Dieterich Karree



Berlin, Neukölln Arcaden



Erfurt, Karree am Südpark



Bad Homburg, Geschäftshaus Louisestr.



Hamburg, Jenfeld Center



Halle, Neustadt Centrum



Handelsimmobilien Report Nr.208

VOM 30.10.15

Cities & Center & Developments

Seite 12

Deals

Bilfinger Real Estate erhält neuen Auftrag

Bilfinger Real Estate ist mit dem Management von 13 deutschen Einzelhandelsobjekten aus den Portfolios von 2 offenen Spezial-AIFs der **TH Real Estate** beauftragt worden. Sie verantwortet das Vermietungs- und Property-Management. Je nach Bedarf ist Bilfinger Real Estate zusätzlich für das Center-Management zuständig. Die Fachmarktzentren und Hybriden Malls gehören zu den Spezial-AIFs **German Retail Income Fund** und **Core German Retail Fund**, die von der Service-KVG **IntReal** administriert werden. Die Objekte befinden sich in Niedersachsen, Berlin, Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg und Bayern und haben zusammen rd. 130.000 qm Mietfläche.

Lippstadt: Das auf Marktextilien und wertige Eigenmarken spezialisierte Modehaus **van Heus** hat im **Südertor-Center** Lippstadt auf 700 qm sein fünftes Outlet eröffnet. Die Vermittlung der vormals von einem Drogeriemarkt genutzten Fläche hat die **Hillemeyer Immobilien GmbH**, die auch mit der Vermietung des Centers exklusiv beauftragt wurde, übernommen. Mit dieser Eröffnung ist der Vermietungsstand des Centers auf 80% gestiegen. Die Revitalisierung der Immobilie soll bis Anfang 2016 abgeschlossen werden.

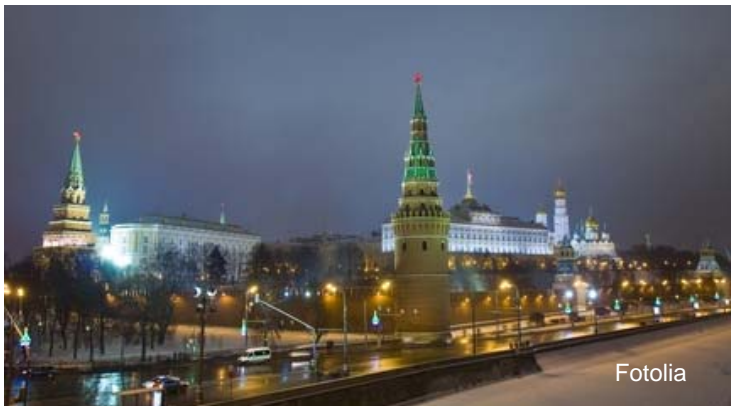
vitalisierung von Handelsimmobilien und rechtliche Anforderungen an Einzelhandels-gutachten referierten, wurde eine weitere komplementäre Nutzung zum Handel thematisiert: Fitness. **Stefan Tilk**, Geschäftsführer der **Fitness First Germany GmbH** veranschaulichte in seinem Vortrag die Anziehungskraft von Fitness-Centern in Shopping-Centern und zeigte auf, wie damit z.B. die mittleren und oberen Etagen, aber auch Kellergeschosse sinnvoll besetzt werden können.

Ikea Centres Russia

Das Mega Mytitschi wird neue Maßstäbe setzen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Zuletzt ist es wieder ruhiger geworden um den russischen Shopping-Center-Markt. Das hält die Ikea Group nicht davon ab, im Land mit seinen großen Möglichkeiten ein neues Mega-Projekt zu realisieren. Besonders interessant für den internationalen Einzel-



Fotolia

handel: Die Mietverträge werden in Rubel gemacht.

Der russische Markt mit seinen Metropolen **Moskau** (Foto) und **St. Petersburg** sowie weiteren zahlreichen Millionenstädten bietet für die westeuropäische Konsumgüterindustrie und

den Einzelhandel noch ein riesiges Potenzial. Vor allem mit Blick auf den Nachholbedarf, den die russische Föderation beispielsweise bei der Pro-Kopf-Ausstattung mit Verkaufsflächen hat. Mit durchschnittlich 0,69 qm steht das Land in der GfK-Rangliste der 28 EU-Länder plus Russland, Türkei, Norwegen und Schweiz vor der **Türkei** (0,67 qm) und **Rumänien** (0,68 qm) auf dem drittletzten Platz.

Gleichzeitig geben die Russen von ihrem **verfügbaren Einkommen** anteilig mehr Geld im Einzelhandel aus, als die Bürger irgendeines anderen Landes der Gruppe der 32 Länder. Denn laut **GfK Geomarketing** liegt der Einzelhandelsanteil am privaten Konsum in Russland bei 57%. Das zweitplatzierte Land **Ungarn** folgt erst mit einem Anteil von 46%. In Deutschland sind es nur noch 28%.

Positiv ins Gewicht fällt vor allem aus Sicht der Shopping-Center-Industrie, dass die Russen gerne ausgehen und sich mit Freunden bevorzugt außer Haus - etwa in Restaurants - treffen, wie **Armin Michaely**, **General Director** von **Ikea Centres Russia**, berichtet: Kundenparties in Restaurants seien sehr verbreitet. Da sich ein funktionierender innerstädtischer Einzelhandel in den Jahren der Staatsplanwirtschaft kaum entwickeln konnte, spielen Shopping-Center eine bevorzugte Rolle als Stätte des Einkaufens, der Restaurantbesuche und der Freizeitgestaltung.

Objekte mit weit über 100 000 qm sind in der russischen Föderation deshalb die Regel und nicht die Ausnahme. Die schwedische **Ikea Group**, die über ihre Tochter **Ikea Centers** auch Shopping-Center entwickelt und betreibt, hat in den 11 größten Städten