

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

die Zahlen, die der Düsseldorfer **Metro-Konzern** nach Ende des 3. Quartals vorgelegt hat, **bieten eine aufschlussreiche Lagebestimmung für die Einzelhandelsmärkte in Mittel- und Osteuropa**. Kein deutscher Handelskonzern – und nur wenige Wettbewerber aus Westeuropa – war so frühzeitig in den Märkten Osteuropas aktiv, wie Metro. Vor allem mit dem Cash & Carry-Geschäft konnten die Düsseldorfer in den früheren Ländern der Planwirtschaft erfolgreich Fuß fassen: Mit ihrem Selbstbedienungs-Großhandel füllten sie die Lücken zwischen Herstellern und Einzelhandel, da ein funktionierender Großhandel fehlte.

So waren auch die rückläufigen Metro-Zahlen nach Ausbruch der Weltwirtschaftskrise im Jahr 2008 **ein wesentlicher Gradmesser für den drastischen Abschwung in den CEE-Staaten**. Mit zweistelligen Wachstumsraten hatte das Osteuropa-Geschäft im Metro-Konzern jahrelang als Zugpferd fungiert, während Deutschland schwächelte. Nach Ausbruch der Finanzmarktkrise hinterließ die Konsumschwäche im Osten, vor allem aber die **Abwertung der Landwährungen** deutliche Spuren in den Metro-Zahlen. **Insofern hat die Geschäftsentwicklung der Metro Group durchaus Symbolcharakter für die Einzelhandelsmärkte des Ostens**.

Nun lassen die Quartals-Zahlen aufhorchen: Im 3. Quartal registrierte das Unternehmen bedingt durch die **positive Wechselkursentwicklung** in einigen Ländern „eine klare Trendwende“. Und die Erlöse entwickelten sich deutlich besser als noch in der ersten Hälfte dieses Jahres (Seite 13). **Nach Einschätzung von Metro-Chef Eckhard Cordes kehrt Osteuropa „wieder als Wachstumstreiber“ zurück**. Dazu zählt er vor allem **Russland** und die **Ukraine**. Aber auch die Entwicklung in der **Türkei** sieht er positiv. Und **ECE-Chef Alexander Otto** bestätigt, **dass sich das Konsum- und Investitionsklima in Polen, Tschechien und Ungarn wieder normalisiert** (Seite 9).

Für den Einzelhandel sind das wichtige Botschaften, denn die Länder der ehemaligen Planwirtschaft mit ihren unterentwickelten Handelsstrukturen bleiben für den globalisierten Einzelhandel vor allem aus Westeuropa die Märkte der Zukunft - schon auf Grund der räumlichen Nähe. Und viele der großen Handelskonzerne haben zweifellos auch die finanziellen Mittel, ihre Expansion selbst zu finanzieren. Metro hat bereits vor geraumer Zeit angekündigt, dass Immobilien in Deutschland verkauft werden sollen, um die Expansion im Ausland voranzutreiben.

Denn bei allem Optimismus über die Zeichen der Belebung auf vielen Märkten ist eins klar: Die Kreditvergabe wird auf absehbare Zeit restriktiv bleiben. Nach den Zeiten leichtfertiger Vergaben ohne große Absicherungen sind die Aufräumarbeiten bei vielen Banken noch lange nicht abgeschlossen, da ein Teil der Kredite unter Wasser ist, d.h. der aktuelle Kapitalwert die Kredite unterschreitet. Das wird den Immobilienmarkt zweifellos noch weiter beeinflussen (Seite 4).



Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 83 vom 12.11.2010

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Revitalisierung: Auf die weichen Faktoren kommt es an	2
Finanzierung: Die Restriktionen haben nicht nur Schattenseiten	5
Interview mit Alexander Otto: Banken sollten nicht nur in Länderclustern denken	9
Investmentmarkt: Der Trend zur Handelsimmobilie ist von Dauer	12
Metro Group: Das 3. Quartal bringt im Osten die Trendwende	13
Mode-Kette Tom Tailor legt hohes Expansionstempo vor	15
Rewe: Auf der Suche nach Partnern mit Mut und Visionen	16
Impressum	17

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Werner Rohmert,
Herausgeber



und die Partner vom
Handelsimmobilien *Report*



KLUMPE + SCHROEDER
RECHTSANWÄLTE





Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 2 von 17

Sonstiges

Revitalisierung: Auf die „weichen“ Faktoren kommt es an

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Revitalisierungsbedarf bei Deutschen Shopping-Centern ist erheblich. Die GMA und Sonae Sierra sprechen in ihrer jüngsten Studie von 199 (48%) der 414 Einkaufszentren in Deutschland, die mehr oder weniger stark überarbeitet werden müssten. GfK Geomarketing spricht von 38% der in ihrer Datenbank erfassten 223 deutschen Center mit mehr als 10 000 qm Verkaufsfläche, die der Revitalisierung bedürfen. Gleichwohl: Der Bedarf ist groß, doch gibt es umfangreiche planungsrechtliche, organisatorische, wirtschaftliche und architektonische Probleme, die im Zuge des Umbaus zu lösen sind.

Mit diesen Fragenstellungen hat sich deshalb der **German Council of Shopping-Centers (GCSC)** in seinem **Forum Recht und Beratung** unter Leitung von **Johannes Grooterhorst** von **Grooterhorst & Partner Rechtsanwälte** in Düsseldorf auseinandergesetzt. Seit dem vergangenen Jahr sei das Thema verstärkt an Grooterhorst & Partner herangetragen worden, berichtet auch **Marc Christian Schwencke** von Grooterhorst & Partner in seinem Vortrag über „**Planungsrechtliche Fragestellungen**“. Denn die planungsrechtliche Lage bei der Revitalisierung ist nicht in jedem Fall klar.

Grundsätzlich seien viele der geplanten Revitalisierungsmaßnahmen durch die ursprünglichen Baugenehmigungen noch gedeckt, so der Rechtsanwalt. Insbesondere dann, wenn nur allgemein die Nutzungsart „Einzelhandel“ festgelegt wurde. Aber auch, wenn z. B. ein SB-Warenhaus zu einer Mall umgebaut werde, indem der Ankermieter verkleinert werde, um Raum für weitere kleinflächige Läden zu schaffen.



Revitalisierungsobjekt Ruhrpark in Bochum

Probleme gibt es laut Schwencke indessen grundsätzlich, wenn die geplanten Revitalisierungsmaßnahmen im Center so umfangreich sind, dass sie **statische Neuberechnungen** oder **Veränderungen des Brandschutzes** erfordern. Dann sind Veränderungen bei der Baugenehmigung notwendig. **Oder, wenn bei der Ansiedlung von Handelsflächen bestimmte Sortimente festgeschrieben wurden, die im**

Zuge der Modernisierung durch den Austausch des Mieters und den Branchenmixes verändert werden sollen.

Das **Zeitmodell**, wonach die Baugenehmigung für eine Handelsfläche erlischt, wenn die Fläche über mehrere Jahre leer gestanden hat, gilt laut Schwencke dagegen nicht. Die Baugenehmigung für eine Einzelhandelsfläche gelte weiter, sofern sie nicht widerrufen werde.

Für Unsicherheit sorgt auch das Spannungsfeld zwischen der **Landesplanung** und der **Planungshoheit der Kommunen**, da die Landesplaner immer stärker in den Bereich der Kommunen hinein regieren. So etwa auch mit **§ 24,a Landesentwicklungsprogramm (LEPro NRW)**, der die Ansiedlung des Einzelhandels in den Städten und Gemeinden im Sinne einer funktionierenden Nahversorgung steuern sollte. Demnach mussten die Kommunen verschiedene Stufen der zentralen Nahversorgung festlegen. Ziel war die Konzentration des Einzelhandels möglichst in Kerngebieten. Im April 2010 hat das **Bundesverwaltungsgericht § 24,a LEPro** kassiert. Wie diese Lücke künftig gefüllt wird, ist noch offen.

Weihnachten: Freude ohne Kaufrausch

Als Wirtschaftswunder wird der Aufschwung in Deutschland gefeiert. Das wirkt sich auch auf das Weihnachtsfest aus: 2010



wollen die Deutschen mit 470 Euro, davon allein 300 Euro für Geschenke, in etwa so viel Geld wie 2009 für das Fest ausgeben. Nach wie vor findet sich Nützliches ganz oben auf der Wunschliste, die von Büchern und Bargeld angeführt wird – an 3. Stelle steht mit dem „Gutschein“ ein überraschender Aufsteiger. Immer beliebter für das Christmas Shopping wird das Internet: Ein Viertel der Befragten verlegt den Einkauf in den virtuellen Raum und lässt sich die Waren per Versand liefern, wie der aktuelle **Deloitte-Report „Reason Prevails for X-Mas 2010“** zeigt. Dafür wurden europaweit über 20 500 Verbraucher befragt, darunter 1 759 Deutsche. „Deutsche gehören 2010 zusammen mit Schweizern, Luxemburgern und den Osteuropäern zu den Optimisten – ganz anders als Iren, Spanien oder Griechen“, bemerkt **Peter Thormann, Partner und Industry Leader Consumer Business bei Deloitte**. Dennoch liegt das durchschnittliche deutsche Weihnachtsbudget im unteren Drittel. Spitzenreiter sind mit rd. 1 200 Euro die Luxemburger und – bemerkenswerterweise – die Iren, die knapp über 1 000 Euro ausgeben wollen“



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 3 von 17

In **Baden-Württemberg** steht noch das **Landesentwicklungsplan (LEP)** auf dem Prüfstand, in dem festgelegt wird, dass nur noch Einzelhandelsflächen angesiedelt werden dürfen, deren Einzugsgebiet sich auf die jeweilige Gemeinde erstreckt. Auch über diese Regelung steht die endgültige Entscheidung noch aus.

Ein weiteres elementares Thema der Revitalisierung ist das „**Umzugs- resp. Umsiedlungs-Management**“ des Einzelhandels während der Umbauphase im laufenden Betrieb, das aus Sicht von **Uwe Timm, Geschäftsführer der Timm Retail Services GmbH** in Berlin vor allem „kreativ“ sein sollte. Es gilt, solche Prozesse im Vorfeld bis ins Detail zu planen, Verhandlungsgeschick und Improvisationstalent einzubringen. **Von der Strategie mancher Eigentümer, die Restrukturierung dem Käufer zu überlassen und deshalb im Vorfeld des Verkaufs keine langfristigen Mietverträge mehr abzuschließen, um das Objekt möglichst leer zu bekommen, rät Timm dringend ab.** Das würde zwar den Umbau erleichtern, doch würde das Center im Vorfeld der Revitalisierung bereits massiv an Attraktivität und damit an Ertrag verlieren. Es sei vielmehr sinnvoll, ein „Relocation-Budget“ zur Verfügung zu stellen, um allzu große Verluste zu verhindern, mahnt Timm.

Kleine Lücken im Mieter-Besatz sind dagegen von Vorteil, um während des Umbaus die Bewegungsfreiheit, d. h. den vorübergehenden Umzug einzelner Mieter, zu garantieren. Die entscheidenden Fragen, die bei der Relocation beantwortet werden müssen, sind: Welche Chancen bestehen bei der Nachvermietung? Welche Veränderungen sind geplant? Und was kostet das? Dabei ist es laut Timm wichtig, dass der Umzugs-Manager die Mieter sehr genau kennt und ein **Mieterkoordinator** bei akuten Proble-

Unternehmens- News

Brasilien: Die brasilianische Niederlassung von **Sonae Sierra** hat einen neuen Boulevard des Centers **Parque D. Pedro Shopping**, Campinas, Brasilien, eröffnet. In den Ausbau des Einkaufszentrums flossen 9,6 Milio. Euro. Auf 5 450 qm Gesamtmietfläche entstanden 34 neue Geschäfte. Mit dem Erweiterungsbau verfügt Parque D. Pedro Shopping nun über 410 Geschäfte auf 122 471 qm Mietfläche.

Düsseldorf: Das Stuttgarter Modeunternehmen **Uli Knecht** eröffnet noch in diesem Winter einen 2. Laden in der Innenstadt auf rd. 200 qm an der Grabenstraße 10. **Lührmann Düsseldorf** vermittelte.

Bunte Prospekte. Oder Handelsexpertise.

Fonds für Handelsimmobilien brauchen echte Experten.
Solche, die durchgängig verwalten, steuern und managen.
Mit Strukturwissen und Handelsbeziehungen.
Mit dem Asset-Verständnis-Gen.
Mit dem Sicherheitsblick auf Mieter und Märkte.
Mit dem richtigen Riecher für Trends.



www.hahnag.de

**Hahn AG. Gute Ideen für Investoren.
Weil wir können, was wir verwalten.**



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 4 von 17

Unternehmens- News

Deutsche EuroShop hebt die Jahresprognose an

Der Vorstand der **Deutschen EuroShop AG (DES)** will die Aktionäre am Geschäftserfolg des Shopping-Center-Investors beteiligen und plant für 2010 eine Erhöhung der Dividende auf 1,10 Euro. Der Umsatz, das Nettobetriebsergebnis und das Ergebnis von Zinsen und Steuern (Ebit) seien um jeweils etwa 13% gewachsen, begründet **CEO Claus -Matthias Böge**, das Vorhaben. Positive Impulse setzte der Kauf des **A10** im Januar für 265 Mio. Euro (inkl. Erweiterungsbau). Im Einzelnen erhöhte sich der Umsatz bis Ende September von 94,4 Mio. Euro (2009) auf 106,6 Mio. Euro und das Ebit von 80,9 Mio. auf 91,5 Mio. Euro. Dass das Konzernergebnis mit 38,3 Mio. Euro das Vorjahresniveau (38,5 Mio. Euro) unterbot, begründet die DES damit, dass das Konzernergebnis 2009 durch positi-



ve Sonder- und Währungseffekte im Bewertungsergebnis überzeichnet war. Da das Geschäft bislang über Plan liegt, erhöht der Vorstand die Gesamtjahresprognose: Den Umsatz sieht er bei 140-144 Mio. Euro (bisher: 139-142 Mio. Euro) und das Ebit bei 120-123 Mio. Euro (bisher 118-121 Mio. Euro). Der Kauf des **Billstedt Centers** (Foto) für 160 Mio. Euro dürfte zudem eine gute Basis für 2011 sein.

men jederzeit erreichbar ist. Zu den Erfolgsrezepten des Umzugs-Managements gehört es, den Mieter beim Umbau mitzunehmen. D.h. nicht mit fertigen Konzepten zum Mieter zu gehen und ihn vor vollendete Tatsachen zu stellen, sondern ihn in die Erarbeitung des Konzepts einzubeziehen. Es sei wichtig, dem Mieter immer zu signalisieren: „Wir sind die Guten“, rät Timm.

Gleichzeitig rät er dringend davon ab, mit den Umbauplänen an die Öffentlichkeit zu gehen, bevor die Mieter informiert wurden. Denn so könnten von vorne herein Fronten aufgebaut werden, die schwer wieder aufzubrechen sind. **Günstige Voraussetzungen für eine Restrukturierung ist ein agiler Vermietungsmarkt.** Angesichts der unverändert angespannten Lage am Kapitalmarkt gilt derzeit aber noch, dass Objekte mit Revitalisierungsbedarf schwer zu vermarkten sind.

Als häufige Gründe für Revitalisierungsbedarf hat **Manuel Jahn von GfK Geomarketing in Hamburg** vor allem **Mängel bei der Funktionalität des Centers** und dem **Mall-Konzept** mit 54% der Nennungen ausgemacht. Auf Position 2 folgen der



„**falsche Mieter- und Branchenmix**“ mit 48% der Nennungen, vor dem Problem „**Kritische Masse**“, sprich: zu kleine Center, mit 41%. Der **falsche Standort** (41%) folgt auf Rang 4 und das Thema „**Geschossigkeit**“ (29%) auf Rang 5.

Dabei wird der Begriff Revitalisierung laut Jahn je nach Verständnis sehr breit gefasst. Die einen verstehen darunter vornehmlich **die Nachvermietung eines Centers**, die anderen **den Totalumbau**. Eine wesentliche Indikation für die Modernisierung des Centers ist naturgemäß die „**Steigerung der Wirtschaftlichkeit**“, die sich wiederum zusammensetzt aus dem Faktor **Miete**, die ein Center abwirft. Die wird beeinflusst vom **Umsatz**, der wieder

derum vom **Konsum** des Kunden abhängt und der wird davon beeinflusst, wie wohl sich der Kunde in der Mall fühlt – sprich: Wie hoch die **Aufenthaltsqualität** ist.

Die grundlegende Revitalisierung – große Lösung- eines Centers wird demnach sehr stark auf **die weichen Faktoren** der Shopping-Center-Gestaltung abstellen müssen. „Nicht nur Preis und Positionierung“ sind das Thema, man muss sich vielmehr **ganzheitlich mit den Menschen** beschäftigen“, so Jahn. Als sozialer Treffpunkt müsse das Center Teil des Lebens, der Gefühle und der Identität werden.

Dies zeigt, welche Bedeutung die Architektur bei der Gestaltung eines Shopping-Centers und der Revitalisierung hat. Mit diesem Thema beschäftigte sich **Matthias Pfeiffer, Architekt von RKW Rhode Kellermann und Wawrowsky** in Düsseldorf. Er verknüpfte seinen Vortrag mit der Antwort auf die Frage, ob ein Center – wie etwa das **Loop 5** mit der **Luftfahrt** – heute grundsätzlich ein **Leitthema** braucht. Die Stichworte **Architektur** und **Design** leiten zunächst aber über zu der entschiedenen Frage bei der Revitalisierung eines Centers: Nach dem **Urheberrecht des Architekten**. Also: Wie viel darf im Zuge des Umbaus verändert werden. Wie Pfeiffer berichtet, gibt RKW die Urheberrechte nach Abschluss des Projekts an den Bauherren ab.

Da es immer mehr Shopping-Center gibt, die auch überwiegend von den gleichen Marken besiedelt werden, ist das Thema **Nachhaltigkeit** bereits bei der unverwechselbaren Gestaltung des Centers von Bedeutung. Positiv-Beispiel ist für Pfeiffer das **Centro** in **Oberhausen** (Foto), das auf dem Gelände der ehemaligen **Gute-Hoffnungshütte** an das Leitthema „Industrie“ anknüpfte und damit im Ruhrpott die richtige Identität geschaffen habe. „Authentizität“ ist laut Pfeiffer das entscheidende Stichwort. „Es gibt



Handelsimmobilien Report Nr.83

Cities & Center & Developments

VOM 12.11.10

Seite 5 von 17

Unternehmens
News

eine formale Nachhaltigkeit, die hat viel mit Authentizität zu tun, die man für ein solches Projekt von Anfang an braucht“, stellt Pfeifer fest.

Die Klemme bei der Finanzierung hat nicht nur Schattenseiten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Zeichen auf den europäischen Investmentmärkten für Gewerbeimmobilien stehen auf Erholung. Das Transaktionsvolumen in Deutschland dürfte 2010 wieder an die Vor-Krisen- und Vor-Boom-Zeiten von 2005 anknüpfen, das Transaktionsvolumen auf dem europäischen Markt für Handelsimmobilien hat sich verdoppelt. Und die wachsende Zahl größerer Shopping-Center-Deals zeigt, dass die Banken langsam von der Kreditbremse gehen und wieder größere Volumina finanzieren. Doch was den Markt weiter belasten wird, sind die verbleibenden Aufräumarbeiten der Kreditinstitute aus den Zeiten des Immobilien-Hypes.

Konkret: Die Kredite für Immobilien, die vor der Krise aufgenommen wurden, deren **aktueller Kapitalwert** aber unter dem Marktwert zum Zeitpunkt des Kaufes liegen. Die Problematik veranschaulicht **Mark Callender, Leiter Property Research bei Schroder Property**, zunächst am Beispiel **Großbritannien**. Hier stieg die Summe der Kredite für Gewerbeimmobilien zwischen Ende 2002 und Ende 2009 von 90 Mrd. auf 228 Mrd. Pfund und der Betrag offener, mit Gewerbeimmobilienkrediten besicherter Commercial Mortgage Backed Securities (CMBS) von rd. 12 Mrd. auf 50 Mrd. Pfund. Unter der Voraussetzung, dass die Kapitalwerte Ende des Vorjahres so hoch waren wie

Erster Schritt zur Deikon-Sanierung getan

Auf 3 Veranstaltungen haben alle Gläubiger der von der **Deikon GmbH** emittierten Anleihen (ISIN DE000A0EPM07, DE000A0JQAG2 und DE000A0KAHL9) mit einer Mehrheit von jeweils 95 bis 100% der Stimmen der Reduzierung des Zinssatzes von 6% p.a. auf 1% p.a. für den Zeitraum vom 1. Juli 2010 bis zum 30. Juni 2013 sowie dem Verzicht auf die Ausübung von Kündigungsrechten zugestimmt. Die Beseitigung der bilanziellen Überschuldung wird in einem nächsten Schritt erforderlich werden.



Unsere grünen Gebote

Was ist ein nachhaltiges Shopping-Center? Wir haben diese Frage bis ins Detail untersucht – und gemeinsam mit einem renommierten Institut Pionierarbeit geleistet: Die ECE und unabhängige Experten der Universität Karlsruhe (TH) legen jetzt ein Handbuch vor, das erstmals Nachhaltigkeitskriterien für den gesamten Lebenszyklus einer Shopping-Center-Immobilie aufstellt. Eine große Zahl von ECE-Mitarbeitern ist bereits auf der Grundlage dieses Handbuchs geschult worden und stellt sicher, dass bei uns in jeder Phase eines Projekts alles im grünen Bereich ist.
www.ece.de

Besuchen Sie uns auf
der MAPIC, Stand R32.23



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 6 von 17

Unternehmens News

2002, sei der Verschuldungsgrad britischer Anlageimmobilien von 15 auf 40% gestiegen, rechnet Callender vor.

Das Problem dabei: Die Kapitalwerte britischer Gewerbeimmobilien liegen auch nach der jüngsten Rallye im Durchschnitt betrachtet Ende Juni dieses Jahres laut Callender noch immer um 36% unter ihrem Höchststand im Jahr 2007. Hinzu kommt, dass die Mieteinnahmen bei Objekten minderer Qualität mit kurzfristigen Mietverträgen im Krisenjahr 2009 zwischen 5 und 10% nachgegeben haben, weil Mieter nicht bereit waren, die Verträge zu verlängern. Deshalb besteht die Gefahr, dass die in zweit- oder dritrangige Objekte investierten Anleger auf Grund sinkender Kapitalwerte und Mietausfällen ihre Zinsen nicht mehr zahlen können. Die Folge ist eine steigende Zahl notleidender Kredite in Großbritannien.



Mark Callender

Diese Problematik gilt freilich auch im übrigen Europa. Der Immobilien-Dienstleister **CB Richard Ellis (CBRE)** schätzt das insgesamt ausstehende Volumen der Gewerbeimmobilienkredite bis Ende 2009 auf etwa 640 Mrd. Euro, was laut Callender einem durchschnittlichen Verschuldungsgrad von 25% entsprechen dürfte. „Der größte Teil dieser offenen Verbindlichkeiten erscheint zwar sicher“, so der Schroders-Marktforscher, „da die Kapitalwerte in den meisten europäischen Märkten nur um 20 bis 25% von ihren Höchstständen gefallen sind und die Kreditquote (LTV) zum Zeitpunkt der Kreditaufnahme bei 60 bis 70% lag“.

Allerdings seien laut CBRE 15 bis 20% der Immobilienkredite in Europa – und vor allem in **Deutschland** – auf dem Zenit des Marktes **gegen relativ schwache Immobiliensicherheiten** aufgenommen worden. Bei diesen Darlehen – das sind in absoluten Zahlen zwischen 96 Mrd. und 128 Mrd. Euro - dürfte es nach Callenders Einschätzung am ehesten zu Ausfällen kommen.

Das Volumen neuer Kredite bleibt knapp

Dass sich die meisten europäischen Kreditinstitute solche Abschreibungen derzeit nicht leisten können, liegt auf der Hand. So bauen sie erst einmal auf das Prinzip Hoffnung: Nämlich darauf, dass die Kapitalwerte im Zuge der konjunkturellen Erholung steigen und verlängern die Kredite, solange die Zinszahlungen geleistet werden. Das verhindert bislang die vielfach erwarteten „fire sales“. Aber dass die Banken vor dem Hintergrund solcher Probleme, die noch für einige Jahre in ihren Büchern schlummern werden, bei der Finanzierung neuer Projekte Zurückhaltung üben, ist verständlich.

„Es gibt zwar Institute, die noch in der Finanzierung aktiv sind, doch das Volumen neuer Kredite wird auf absehbare Zeit kaum das Niveau vor der Krise erreichen“, ist sich Callender sicher: „Erstens haben zu viele europäische Immobilienfinanzierer in der Finanzkrise Kapital verloren, zweitens ist der europäische CMBS-Markt für Neuemissionen so gut wie geschlossen, und drittens dürfte sich die Regulierung für die Vergabe neuer Immobilienkredite verschärfen.“ Die Furcht vor einer Überregulierung des Kapitalmarktes als Reaktion auf die Krise hatte auch eine Experten-Runde unter Führung von **Westdeutsche Immobilien Bank** und **ZIA Zentralen Immobilien Ausschuss** auf der **Expo Real** thematisiert. **Der Schroders-Experte erwartet beim Blick auf die Zukunft, dass Neukredite in den nächsten 3 bis 5 Jahren mit großer Wahrscheinlichkeit Mangelware bleiben werden.**

Die Auswirkungen auf die europäischen Gewerbeimmobilienmärkte sind laut Callender vielfältig und werden **die Struktur der Anleger** und **die Anlagestrategien** zweifellos stark beeinflussen. So erwartet er, dass **Versicherungs- und Pensionsfonds** sowie andere kapitalstarke Investoren zur dominierenden Anlegergruppe werden und

RREEF investiert in das „Forum Mittelrhein“

Zum Baustart des „**Forum Mittelrhein**“ auf dem **Zentralplatz** in **Koblenz** haben die Projektpartner **ECE** und **Strabag Real Estate** mit der **RREEF Investment GmbH** eine Vereinbarung zur Übernahme eines 94,9-prozentigen Anteils an der Projektgesellschaft für den **offenen Immobilienfonds grundbesitz europa** getroffen. ECE und Strabag RE werden eine Minderheitsbeteiligung von zusammen 5,1% halten. Das Investitionsvolumen beträgt laut ECE rd. 145 Mio. Euro. Mit den Vorbereitungen für die Baumaßnahmen wurde



im August begonnen. Ab Herbst 2012 soll das „Forum Mittelrhein“ eine Mischung aus Kultur, Bildung, Handel und urbaner Platzgestaltung bieten. Das Projekt besteht aus einem fünfstöckigen Kulturgebäude mit ca. 12 000 qm Nutzfläche sowie einer Einkaufsgalerie mit rund 20 000 qm Verkaufsfläche und ca. 80 bis 90 Geschäften, Restaurants und Cafés. Es sollen 600 Arbeitsplätze entstehen. Zwischen beiden Gebäuden ist ein etwa 6 000 qm großer Platz geplant. Gebaut wird das „Forum Mittelrhein“ von der **Ed. Züblin AG** nach einem Entwurf der Architekten **Bentham Crowell**, die 2008 als Sieger aus einem Architektenwettbewerb hervorgegangen waren.

EINKAUFEN ÜBERMORGEN

In Leipzig beginnt bald eine neue Shopping Dimension



Simulation Höfe am Brühl: Grüntuch Ernst Architekten, Berlin



Die phantastischen 4 ...

HÖFE  **AM BRÜHL**
LEIPZIG

Perfekte Lage mitten in der City, am traditionsreichsten Handelsort der Stadt, städtebaulich optimal integriert. Einzigartiges Raumgefühl durch ein Ensemble aus überdachten Gassen und Höfen mit 25 Meter hohen Decken. Markenstarker Einzelhandel, konsumnahe Dienstleistungen, Gastronomie, Kunst, Kultur und regelmäßige Aktionen.

- Lattermann's Hof: Mode und hochwertige Artikel
- Drey Schwanen Hof: Kultur und Entertainment
- Goethe Hof / Plauenscher Hof: Gastronomie, Well-Being

Die Bauaktivitäten haben bereits begonnen. Geplante Eröffnung: Herbst 2012. Schon bald kann man sie wachsen sehen: die phantastischen 4 Höfe am Brühl. Mehr unter www.phantastische-geschaefte.de

mfi

management für immobilien AG

Bamlerstraße 1 · 45141 Essen
fon +49(0)201/820 810 · fax +49(0)201/820 8111
internet: www.mfi.eu · mail: mfi.essen@mfi.eu



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 8 von 17

kleinere Fonds sowie **Immobilienfirmen**, die stark von Bankdarlehen abhängen, an Bedeutung verlieren.

Das wiederum wirkt sich auf **die nachgefragten Zielobjekte** aus: Mit Blick auf ihren Geschäftszweck präferieren die genannten institutionellen Investoren **Premium-Objekte mit langfristig stabilen Cash-flows**. Deshalb erwartet Marktforscher Callender in diesem Marktsegment in vielen nordeuropäischen Märkten 2010 fallende Renditen und bei zweit- oder dritrangigen Immobilien entsprechend stabile bis steigende Renditen. Diese Fokussierung auf Core-Objekte bestätigt auch der Immobiliendienstleister **Jones Lang LaSalle**. „Auf kurze Sicht wird sich daran kaum etwas ändern“, ist sich Callender sicher.

Probleme für schwache Innenstadtbezirke

Der mangelnden Finanzierung von Neuentwicklungen kann der Marktforscher insofern positives abgewinnen, als sich dadurch das aktuelle Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage in den meisten Märkten nicht weiter verschärft. Mit Einsetzen des konjunkturellen Aufschwungs sollten dann auch die Leerstandsquoten sinken. Callender: „Marktsegmente mit derzeit eher niedrigen Leerstandsquoten wie französische Einkaufszentren oder Büros in Paris, Wien und dem Londoner West End scheinen für den nächsten Aufschwung bereit.“

Der Schatten der restriktiven Finanzierungs politik der Banken dürfte dagegen eher auf die Innenstädte fallen. **Denn für die Revitalisierung von schwachen Innenstadtbezirken könnte das Fehlen einer Finanzierung zum Hemmnis werden.** Dass staatliche Immobilienfinanzierer diese Lücke füllen, dürfte laut Callender mit Blick auf den Sparzwang in den Ländern Europas eher unwahrscheinlich sein.

Aber nicht nur auf der Nachfrageseite sind Veränderungen zu erwarten, auch auf der



Angebotsseite könnte sich einiges ändern: Denn auch in der übrigen Wirtschaft dürften Kredite knapp bleiben und immer mehr

Unternehmen ihre Chance nutzen, im Rahmen einer **Sale-and-lease-back-Konstruktion** durch den Verkauf ihrer Immobilien Geld fürs Kerngeschäft zu mobilisieren. „Im letzten Jahr gab es eine Reihe solcher Transaktionen von europäischen Einzelhändlern wie **Casino, Kesko, Sainsbury** oder **Tesco**“, listet Callender auf. Und sie trafen auf einen interessierten Markt von institutionellen Investoren, die nach Objekten mit langfristigen Mietverträgen und bonitätsstarken Mietern suchen - die Stärken des Segments „Einzelhandelsimmobilien“.

Und last not least sieht Callender positive Effekte mit Blick auf die Diversifizierungseffekte der Immobilien, wenn die Fremdfinanzierungen in den nächsten Jahren abgebaut werden. „Traditionell konnte man sich mit Immobilien gut gegen Aktienrisiken absichern, wenn die Gesamterträge vor allem von einem Anstieg der Mietwerte getrieben wurden, wie es etwa in den 1980er-Jahren oder der zweiten Hälfte der 1990er Jahre der Fall war“, so Callender. Diese Effekte hätten in den vergangenen 8 Jahren nachgelassen. „Mit einer Stabilisierung des Liegenschafts-Zinses, werden Immobilien aber voraussichtlich wieder eine gute Diversifizierungsmöglichkeit gegenüber Aktien bieten.“

Unternehmens News

Hornbach eröffnete 2 Märkte in Tschechien

Der **Hornbach-Konzern** wird im Frühjahr 2011 in **Tschechien** gleich 2 kombinierte Bau- und Gartenmärkte mit Drive in-Baustoffzentren eröffnen. Mit den Standorten in **Pilsen** und **Ostrava** schreitet die Flächenabdeckung weiter voran. Damit entstehen 250 neue Arbeitsplätze. Das familiengeführte Unternehmen wird dann 8 Märkte im tschechischen Nachbarland betreiben. In den nächsten 5 Jahren sollen bis zu 3 weitere Filialen gebaut werden. Langfristig kann sich Hornbach 13 bis 15 Bau- und Gartenmärkte in Tschechien vorstellen. „Die schwierige wirtschaftliche Lage Tschechiens nach der Finanzmarktkrise hat unsere Expansionspläne nicht gestoppt, höchstens ein wenig verlangsamt“, erläuterte **May Meulenber**, **Landesgeschäftsführer der Hornbach Baumarkt CS spol s.r.o.**: Inzwischen sei in der Wirtschaft eine gewisse Normalisierung eingetreten und auch Einzelhandel erhole sich ganz allmählich.

Deals

Hilden: Die **Intersport Borgmann** aus Krefeld hat knapp 700 qm in der Fußgängerzone von Hilden über **BNP Paribas Real Estate** gemietet. Das Sportfachgeschäft wird in der Mittelstraße 89 im Frühjahr 2011 seinen 4. Intersport-Shop eröffnen. Die Fläche bestand vorher aus 2 Läden und einem Passagendurchgang und wird derzeit **zusammengelegt und modernisiert**.



Handelsimmobilien Report Nr.83

Cities & Center & Developments

VOM 12.11.10

Seite 9 von 17

Das Interview

Banken sollten nicht nur in Länderclustern denken

Gespräch mit Alexander Otto, Vorsitzender der Geschäftsführung der ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co KG: Kurz nach Ausbruch der Finanzmarktkrise, sprach der Handelsimmobilien Report mit Alexander Otto über die möglichen Folgen der Krise. Inzwischen mehren sich die Anzeichen für eine Marktbelebung. Grund genug, eine Zwischenbilanz zu ziehen.



Handelsimmobilien Report: Herr Otto, vor fast genau zwei Jahren, nach Ausbruch der Finanzkrise, haben wir über die Konsequenzen für die Immobilienwirtschaft gesprochen. Damals sahen Sie Parallelen zum Börsen-Crash auf dem High-Tech-Markt 2002, als sich die Banken mit der Kreditvergabe gleichfalls stark zurück hielten.

„Banken sind derzeit daran interessiert alle möglichen Produkte zu verkaufen, nur keine Kredite“, sagten Sie damals. Wie hat sich der Markt seither entwickelt?

Alexander Otto: Während wir im Konsum einen ebenso überraschenden wie erfreulichen Aufschwung erleben, hat sich die Situation bei der Kreditvergabe nur langsam verbessert. Hier gibt es allerdings große Unterschiede innerhalb Europas. Während es in Deutschland oder auch Polen für qualitativ hochwertige Projekte an Top-Standorten wieder ausreichend Finanzierungen gibt, bleibt es weiter Richtung Osten eher schwierig, etwa in Russland oder der Türkei.

Deals

Hildesheim: Das zum dänischen Bekleidungskonzern IC Companys gehörende DOB-Label Jackpot eröffnet einen Store in der Hildesheimer 1a-Lage Hoher Weg 34. Die Gesamtfläche liegt bei rund 270 qm. Vermieter ist ein niederländischer Investor. Die Einzelhandelsspezialisten von Jones Lang LaSalle haben die Vermietung beratend begleitet. Der an der Börse Kopenhagen gelistete Bekleidungskonzern IC Companys zählt zu den größten Modeunternehmen Nordeuropas und betreibt in weltweit über 40 Ländern 11 Markenlabels, darunter neben Jackpot u.a. Peak Performance, Tiger of Sweden, InWear, Cottonfield, Matinique, Part Two und By Malene Birger.

KLUMPE + SCHROEDER RECHTSANWÄLTE

Luxemburger Str. 282e • 50937 Köln • Tel.: 0221/942094-0 • Fax: 0221/942094-25
info@rechtsanwaelte-klumpe.de • www.rechtsanwaelte-klumpe.de

MEHR ALS 30 JAHRE ERFAHRUNG IM KAPITALANLAGE- UND IMMOBILIENRECHT

- RECHT DER KAPITALANLAGEN
- ANLEGERSCHUTZ / INTERESSENGEMEINSCHAFTEN
- SANIERUNG

Schon gehört?

Die Vermutung aufklärungsrichtigen Verhaltens gilt grundsätzlich für alle Aufklärungspflichten eines Anlageberaters, also auch über die fehlende Aufklärung über Rückvergütungen (BGH, Urt. V. 12.05.2009, XI ZR 586/07)

**KOMMEN SIE ZU UNS, BEVOR DIE
PROBLEME ZU IHNEN KOMMEN!**

Fragen Sie uns und abonnieren kostenlos unseren RECHTSNEWSLETTER unter: www.rechtsanwaelte-klumpe.de



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 10 von 17

Deals

Hürth Park bringt Degi Europa 157,3 Mio. Euro

Die **Aberdeen Immobilien Kapitalanlagegesellschaft** hat Ende Oktober den **Hürth Park** mit einer Verkaufsfläche von 63 000 qm aus dem Portfolio des **Degi Europa** für 157,3 Mio. Euro an ein internationales Joint Venture verkauft. Die Transaktion sei bereits in der schwierigen Marktphase zu Beginn des Jahres 2010 vorbereitet worden, teilt das Unternehmen mit. So sei es möglich gewesen, die Erholung auf dem



Investmentmarkt im Jahresverlauf auszunutzen. Der Verkaufserlös habe nur knapp unter dem zuletzt von den unabhängigen Gutachtern ermittelten Verkehrswert gelegen. Der Nettoverkaufserlös abzüglich der Tilgung von Krediten führt laut Aberdeen zu einer Erhöhung der Liquiditätsquote des Publikumsfonds Degi Europa um 3%. Der Verkaufserlös – abzüglich der Fremdfinanzierung und der Transaktionsnebenkosten – werde im Rahmen der Auflösung des Degi Europa bei der ersten halbjährlichen Rückzahlung an die Anleger im Januar 2011 berücksichtigt. Aberdeen hat sich für die halbjährliche Rückzahlung an die Anleger entschieden, um bereits frühzeitig Teilbeträge auszahlen zu können. Die Auflösung des Fonds ist bis 30. September 2013 geplant.

HIR: Sie sagten damals mit Blick auf die ECE, dass Vertrauen wichtig sei. Ihrem Unternehmen ist es gelungen, einige spektakuläre Finanzierungen zu stemmen. Wie stark wurde das Geschäft ihres Unternehmens tatsächlich von der Krise beeinträchtigt?

Otto: Nicht so stark, wie wir es vielleicht zu Beginn der Krise befürchtet haben. Zwar haben wir zwei Projekte in Russland auf Eis gelegt, aber in Deutschland, Polen oder auch Bulgarien konnten wir auch während der Krise Projekte starten oder Finanzierungen festzurren. Gerade in Deutschland ist die Lage im Investorenbereich derzeit wieder sehr erfreulich.

HIR: Noch ein weiterer kurzer Blick zurück auf 2008: Sie sagten damals auch, dass sich bei den Banken letztlich die Erkenntnis durchsetzen werde, dass die Kreditvergabe nun einmal zu ihrem Geschäft gehöre. Diese Hoffnung haben derzeit viele in der Branche, die weniger leicht an Kredite kommen. Was glauben Sie, wie lange die Verunsicherung bei den Banken noch andauern wird?

Otto: Die Verunsicherung legt sich gerade wieder. Aber die Banken sind - zu Recht - vorsichtiger geworden. Sie schauen viel genauer hin, welche Erfolge ein Entwickler vorweisen kann und ob ein Projekt qualitativ hochwertig und an einem Top-Standort geplant wird. Auch ein signifikanter Vorvermietungsstand gehört zu den Kriterien. All dies kommt uns eher zugute, da diese Vorgaben ohnehin unserem Geschäftsmodell entsprechen.

HIR: Was müsste sich aus Ihrer Sicht ändern, damit im Kreditgeschäft und bei der Immobilienfinanzierung wieder mehr Vertrauen entsteht?

Otto: Noch mehr Banken und Investoren sollten noch genauer auf die Chancen und Risiken von Einzelprojekten schauen und nicht nur in Länderclustern oder ähnlichen Kategorien denken. Denn auch in vermeintlich „schwierigen“ Ländern gibt es nachhaltig erfolversprechende Projekte. Durch die individuellere Prüfung werden weniger schlechte Projekte finanziert, es gibt weniger Kreditausfälle und das Vertrauen in die verbliebenen, konstanten Player steigt.

HIR: Sie haben Anfang 2009 Ihre Beteiligung am führenden US-Shopping-Center-Spezialist Developers Diversified Realty Corp. (DDR) auf über 20% ausgebaut. War das mutig?

Otto: Mutig vielleicht, aber nicht unüberlegt. Es gab eine einmalige Gelegenheit, eine namhafte Beteiligung bei einem der größten Shopping-Center-Betreiber in den USA zu bekommen. Darüber erhalten wir auch viel Know-how aus dem amerikanischen Markt.

HIR: Wie entwickelt sich das Unternehmen heute?

Otto: Der Aktienkurs zeigt, dass sich das Unternehmen sehr gut entwickelt hat. Aus rechtlichen Gründen darf ich mich zur Entwicklung von DDR leider nicht weiter äußern.

HIR: Wie schätzen Sie den US-Markt für Handelsimmobilien derzeit ein?

Otto: Er bleibt meines Erachtens schwierig, weil die Konsolidierung noch nicht abgeschlossen ist. Viel hängt davon ab, wie sich die Konjunktur und der private Konsum in den USA in den nächsten Monaten entwickeln.

HIR: Wird die Entwicklung auf dem US-Markt den deutschen Markt berühren?

Otto: Ich denke, eher weniger - das hat sich schon in den vergangenen zwei Jahren der Krise gezeigt. Deutschland ist als Markt wesentlich stabiler und wird sich eher unbeeindruckt zeigen - weder von einer erneuten Krise noch von einem neuen Hype in den USA.

HIR: Im Sommer hat die ECE von der **ING Real Estate Development** die führende



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 11 von 17

spanische Center-Management-Gesellschaft Auxideico Gestion S.A.U. in Madrid übernommen. Wie entwickelt sich das Geschäft in Spanien derzeit?

Otto: Wir haben in Spanien bewusst in einer Zeit gekauft, wo der Markt schwierig ist. Mit der Auxideico haben wir eine hochkompetente Mannschaft übernommen und wollen demnächst weitere Center ins Management übernehmen. Da sind wir auf einem guten Weg.

HIR: *Wie sehen Sie die weitere Entwicklung in Osteuropa?*

Otto: Vor allem kann man nicht mehr pauschal von „Osteuropa“ sprechen. Gerade durch die Krise ist die Entwicklung in den einzelnen Ländern noch viel ungleichzeitiger geworden. Während sich Konsum- und Investitionsklima in Polen, Tschechien und Ungarn weitgehend normalisiert haben, bleibt es weiter östlich noch schwierig. Aber auch in Bulgarien oder der Türkei bessert sich die Lage zusehends. Lediglich in Russland oder Rumänien ist wenig Bewegung erkennbar.

HIR: *Zurück zum stabilen deutschen Markt. Wie entwickelt sich das Geschäft des Einzelhandels in Ihren Shopping-Centern? Und wie schätzen Sie das wichtige Weihnachtsgeschäft ein?*

Otto: Wie anfangs angedeutet, sind wir mit den Einzelhandelsumsätzen in unseren Centern extrem zufrieden. Schon seit Anfang des Jahres liegen wir deutlich über unseren Erwartungen - die Umsätze sind flächenbereinigt im ersten Halbjahr um 2,5% gestiegen. Nach den guten letzten Monaten gehen wir auch von einem sehr zufriedenstellenden Weihnachtsgeschäft aus.

HIR: *Herr Otto, vielen Dank für das Interview!*

Deals

Frankfurt: **Jones Lang LaSalle (JLL)** hat den Auftrag erhalten, das Deutschlandportfolio des niederländischen Immobilienunternehmens **D&R Investment** aus Objekten in 1A-Lagen deutscher Großstädte wie **Frankfurt, Nürnberg, Köln** und **Dortmund**, zu managen. Damit erweitert sich das Mandat laut JLL von 41 auf 60 Einzelhandelsimmobilien. Mieter sind u.a. **Ansons, C&A, H&M, Zara, Bestseller** und **Douglas**.

Saarbrücken: Die Lifestyle-Marke **Fossil** hat Ende Oktober in Saarbrücken in der **Europa-Galerie**, Trierer Straße 1, einen neuen **Fossil Accessoire-Store** eröffnen. Auf rd. 87 qm bietet Fossil das komplette Accessoire-Angebot.

»WE ARE WHAT WE REPEATEDLY DO.
EXCELLENCE, THEREFORE, IS NOT AN ACT,
BUT A HABIT.« ARISTOTLE

Targacom Advisory, ein Unternehmen von Werner Rohmert und Jochen Goetzelmann, entwickelt für deutsche und internationale Mandanten integrierte Kommunikationsstrategien und Lösungen rund um die Immobilie. Mit einem interdisziplinären Team aus Immobilien- und Kommunikationsspezialisten umfasst das Leistungsspektrum von Targacom Advisory die ganze Bandbreite der Kommunikation für Immobilien-Aktiengesellschaften, offene und geschlossene Fonds, Immobilienbanken und Dienstleistern in der Immobilienbranche.





Handelsimmobilien Report Nr.83

Cities & Center & Developments

vom 12.11.10

Seite 12 von 17

Unternehmens
News

Der Trend zur Handelsimmobilie ist von Dauer

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Das nüchterne Statement von **Jörg Ritter, Leiter Einzelhandelsinvestment Deutschland bei Jones Lang LaSalle** sagt derzeit viel aus über Handelsimmobilien als Anlageklasse: „Der Trend zur Handelsimmobilie ist von Dauer“, stellt er bei seiner Analyse des deutschen Investmentmarktes fest. Bis Ende September 2010 haben Handelsimmobilien mit einem Anteil von 44% am hiesigen Investmentmarkt für Gewerbeimmobilien die klassische Immobilien-Anlage der Deutschen – die Büroimmobilie (35%) – vom Spitzenplatz verdrängt (Grafik).

Anfang November hat der Verkauf des **Hürth Parks** bei Köln durch **Aberdeen** an ein internationales Joint Venture für über 150 Mio. Euro, den Trend nochmals unterstrichen. Und das Interesse dürfte auch über das 4. Quartal 2010 hinaus weiter bestehen. **Geschlossene Immobilien-Fonds** suchen Fachmärkte, die **Deutsche EuroShop** sucht weitere Shopping-Center für ihr Portfolio, die Heidelberger **IFM AG** sucht weitere Revitalisierungsobjekte und der **Perella Weinberg Real Estate Fund I LP** dokumentierte sein Interesse an dieser Asset-Klasse, indem er sich mehrheitlich an der Essener **mfi AG** beteiligte. So sind auch im ohnehin traditionell starken 4. Quartal noch einige Deals zu erwarten.

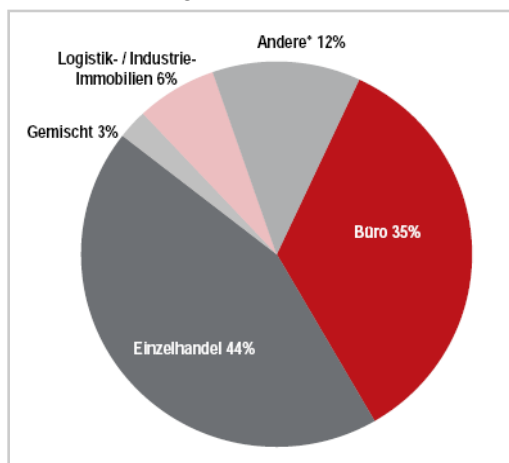
Ritter rechnet für das Gesamtjahr 2010 mit einem Retail-Transaktionsvolumen von 7 bis 8 Mrd. Euro, nachdem sich das Volumen in den ersten 3 Quartalen bereits auf 5,8 Mrd. Euro summiert hat. Einbezogen in die Berechnung wurden Geschäftshäuser in 1a-Lagen, Shopping Center, Warenhäuser und Fachmärkte. Für das Jahr 2011 wäre für Ritter eine weitere Steigerung auf 8 bis 9 Mrd. Euro „keine Überraschung“. Europaweit haben sich Einzelhandelsimmobilien bei einem Anteil von etwa einem Drittel des Investmentmarkts für Gewerbeimmobilien eingependelt.

In den ersten 3 Monaten des Vorjahres summierte sich das Transaktionsvolumen in Deutschland noch auf 2,2 Mrd. Euro und Investments in Büroimmobilien lagen mit einem Anteil von 42 % an der Spitze.

Innerhalb des Segments Handelsimmobilien waren **Shopping-Center** mit einem Volumen von 2,6 Mrd. Euro das stärkste Geschäftsfeld, was mit Blick auf die großen Volumina zu Jahresbeginn allerdings auch nicht verwundert. Hier zeigt auch der Verkauf des **Multi-Portfolios** an die niederländische **Corio** im 1. Quartal mit einem Volumen von mehr als 1 Mrd. Euro immer noch Wirkung. Doch dürften auch in Zukunft noch weitere größere Deals folgen. Derzeit wirkt allerdings das limitierte Angebot an Top-Objekten, auf das derzeit alle Investoren ihr Augenmerk richten, eher als Bremse.

Dass die Investitionen in Shopping-Center im gesamten Vorjahreszeitraum dagegen nur ein Volumen von 784 Mio. Euro erreichten, zeigt, dass sich die Kreditfinanzierung doch deutlich verbessert hat. An der Spitze des Rankings mit knapp 70% stand das Segment Retail Assets laut Jones Lang LaSalle auch bei den in „**Form von Portfolios**“ gehandelte Transaktionen mit 3,4 Mrd. Euro über alle Anlageklassen.

Die zweitstärkste Asset-Klasse bilden in den ersten 3 Quartalen die **innerstädtischen Geschäftshäuser** in 1a-Lagen mit einem Gesamtvolumen von 1,1 Mrd. Euro (i.Vj: 655 Mio. Euro) oder einem Anteil von 19%. Allein im 3. Quartal erreichte dieses Segment



Handelsimmobilien dominieren den Investmentmarkt
Quelle: JLL

AVW Immobilien AG schafft die Trendwende

AVW-Vorstand Willy Koch (Foto) hatte den Aktionären während der Hauptversammlung positives zu berichten. Nachdem die **AVW Immobilien AG** im



Vorjahr einen Fehlbeitrag von 2,8 Mio. Euro hinnehmen musste, konnte sie für

2009/10 einen Konzernüberschuss von 1,3 Mio. Euro präsentieren. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,10 Euro. Der Umsatz erhöhte sich um 18,1% auf 28,7 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote der AG konnte laut Koch von 29,1% im Jahr 2008/09 auf 32,9% (Konzern: 26,9%) erhöht werden, eine gute Grundlage für die weitere Expansion. Als Grund für die Trendwende sieht Koch die Neuausrichtung des Unternehmens - vor allem in geographischer Hinsicht: So hat die AVW mit dem Bau der **Neumarkt Arkaden** in **Meißen** und der Erweiterung der **Ludwig Passage** in **Selb** die Grenzen Norddeutschlands überschritten. Außerdem konnten die Kosten optimiert werden. Im laufenden Geschäftsjahr will der Vorstand die positive Geschäftsentwicklung fort-schreiben. Zumal noch einige Projekte in der Pipeline sind. Für 2010 sollen die Aktionäre auch wieder eine Dividende erhalten. Die AVW AG hat seit 1978 insgesamt 125 Objekte mit einem Volumen von 921 Mio. Euro realisiert.



Handelsimmobilien Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 13 von 17

Stadt News

ein Volumen von 537 Mio. Euro. Das stark nachgefragte Segment **Supermärkte/Discounter** zeigte ebenfalls im 3. Quartal mit 458 Mio. Euro einen deutlichen Aufwärtstrend und das Transaktionsvolumen summiert sich bis Ende September auf 755 Mio. Euro. Vor allem der Verkauf von **Aldi-Filialen** an die **Allianz Real Estate** und die **MGPA** prägten hier das Geschehen maßgeblich. In **Fachmarktzentren** flossen bis Ende September 547 Mio. Euro und 234 Mio. Euro in einzelne Fachmärkte. Allerdings wirkt auch hier der Mangel an Angeboten restriktiv: „Bei weiterhin guter Nachfrage ist das Transaktionsvolumen im bisherigen Jahresverlauf jedoch mangels Angebot von Quartal zu Quartal rückläufig“, stellt JLL zu diesem Thema fest.

Im Segment **Warenhäuser**, das mit den **Karstadt-Deals** in den Jahren 2005 und 2006 bis 2008 die Schlagzeilen beherrschte und hierzulande den Boom der Handelsimmobilien einläutete, dominieren heute Einzelverkäufe das Transaktionsgeschehen. Es wird vorwiegend von den Verkäufen einzelner **Hertie-** und **Karstadt-Filialen** beherrscht. Bis Ende September erhöhte sich das Transaktionsvolumen von 184 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf nunmehr 526 Mio. Euro. „Nach einem schwächeren zweiten Quartal lässt die Kategorie mit knapp 190 Mio. Euro im dritten Quartal wieder einen Aufwärtstrend erkennen“, stellt Jones Lang LaSalle fest.

Unter den Investoren bilden **Immobilien-AGs** – schwerpunktmäßig im 1. Quartal – und die **Asset- und Fonds-Manager** mit gleichbleibendem Engagement in allen Quartalen mit einem Transaktionsvolumen von jeweils mehr als 1. Mrd. Euro die Spitzengruppe, vor den **offenen Publikumsfondsgesellschaften** mit 808 Mio. Euro. Mit jeweils mehr als 400 Mio. Euro folgen **Geschlossene Fonds** und **Versicherungen**. **Privatinvestoren** investierten 273 Mio. Euro.

Metro Group: Das 3. Quartal bringt im Osten die Trendwende

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Bei Deutschlands größtem Handelskonzern, der **Düsseldorfer Metro Group**, macht sich Optimismus breit. Nach Abschluss des 3. Quartals sieht **Vorstandschef Eckhard Cordes** (Foto) Anlass genug, die **Ergebnis-Prognose für 2010** von bisher 2,2 Mrd. auf 2,3 Mrd. Euro nach oben zu setzen. Einer der wesentlichen Gründe dafür ist die Erholung der Märkte Mittel- und Osteuropas. Hier ist Metro mit seinen **Cash & Carry-**



Märkten, die bei der Auslandsexpansion die Pionierrolle übernehmen, sowie mit der **SB-Warenhaus-Tochter Real** stark vertreten.

Nach Ausbruch der Finanzmarktkrise vor 2 Jahren hatte der **Düsseldorfer Handelskonzern** vor allem mit der Abwertung der Landeswährungen in den **CEE-Staaten** zu kämpfen, da sich der ungünstige Wechselkurs bei der Bilanzierung in Euro negativ auf Umsatz- und Ertragsentwicklung auswirkte. Zum Ende des 3. Quartals kann Cordes nunmehr feststellen. „**Unsere Einschätzung bestätigt sich, dass auch Osteuropa wieder als Wachstumstreiber zurückkehrt.** Unsere starke Position in dieser Region zahlt sich bereits wieder

aus.“ So wuchs der Metro-Umsatz in Osteuropa bis Ende September um 7,1% auf 12 Mrd. Euro. Der Anstieg sei vor allem auf die positive Wechselkursentwicklung zurückzuführen, heißt es im Quartalsbericht.

In einigen Ländern der Region, die von der Krise stark gebeutelt wurden, zeigte sich nach Beobachtung des Metro-Konzerns vor allem im 3. Quartal „eine klare Trendwende“. Darunter sind **Russland**, die **Ukraine** und die **Türkei**. Mit einem Plus von 4,8% (in Landeswährung) entwickelten sich die Erlöse in den 3 Sommermonaten laut Metro deutlich besser als in der 1. Jahreshälfte. „In Euro stiegen die Erlöse sogar um 10,1%“, teilte Metro weiter mit. In der Region **Asien/Afrika** legte der Umsatz bis

Umbau des Metropol in Bonn ist abgeschlossen

Das ehemalige **Kino Metropol am Bonner Marktplatz** ist nach 14-monatiger Umbauzeit fertiggestellt und an die Mieter



übergeben worden. Hinter der denkmalgeschützten Fassade am Markt 24 und dem angrenzenden Neubau an der Wenzelgasse 9 sind rund 3 700 qm Nutzfläche für Einzelhandel, Büros und 3 Wohnungen entstanden. Eigentümer und Bauherr ist die **Metropol Immobilien Management GmbH**, hinter der mit jeweils 50%-Anteil die **Interboden Innovative Gewerbellien** aus Ratingen und der Bonner **Kaufmann Klaus Töpfer** stehen. Hauptmieter auf 3 300 qm ist die **Thalia-Buchgruppe**. Die Flächen an der Wenzelgasse 9 sind u.a. an den Optiker **eyes & more** im EG und die Personalmanagementgesellschaft **step2step** vermietet.

Deals

Lübeck: Das Modelabel **Street One** hat rd. 200 qm Einzelhandelsfläche in der Breiten Straße 48 in Lübeck eröffnet. Der Mietvertrag wurde durch **Comfort Hamburg** vermittelt. Street One eröffnete den Standort mit einem neuen Ladenbaudesign und stärkt damit die Attraktivität des hinteren Bereiches der Breiten Straße weiter.



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 14 von 17

Unternehmens News

Ende September um 13,4% auf 2 Mrd. Euro zu und beschleunigte sich im 3. Quartal sogar auf 23,8% (vor Währungseffekten: 13,8%).

Wie wichtig diese Trendwende bei den Wechselkursen für den drittgrößten Handelskonzern der Welt ist, zeigt die Tatsache, dass der Metro-Konzern mit 61,5% den größten Teil seines Umsatzes im Ausland erzielt und auf Osteuropa etwa ein Viertel entfällt.

Insgesamt legte der Konzernumsatz in den ersten 3 Quartalen 2010 um 3,1% auf 47,5 Mrd. Euro zu und erreichte damit wieder das Niveau von vor der Weltwirtschaftskrise: **Ende September 2008** lag der Umsatz bei 47,8 Mrd. Euro. Im 3. Quartal 2010 allein stiegen die Erlöse sogar um 4,5% auf 16,3 Mrd. Euro. Auch beim **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Sonderfaktoren (Ebit)** stand ein Wachstum von 21,4% auf 915 Mio. Euro zu Buche. Im 3. Quartal allein war es ein Plus von 26,9% auf 445 Mio. Euro. Das bestätigt, dass insbesondere die Sommermonate die Trendwende gebracht haben. Außerdem entfalteten das Kostenparprogramm „**Shape 2012**“ seine Wirkung.

Bei seiner Prognose für das wichtige **Weihnachtsgeschäft** gibt sich der Metro-Chef „Vorsichtig optimistisch“, doch spricht die Heraufsetzung der Ergebnis-Prognose dafür, dass er einen weiterhin günstigen Geschäftsverlauf erwartet.

In **Westeuropa** (ohne Deutschland) stieg der Umsatz um 3,7% auf 15,2 Mrd. Euro, im 3. Quartal lag das Umsatzwachstum bei 3,3%. **Im gesamten internationalen Metro-Geschäft stieg der Umsatz um 5,7% auf 29,2 Mrd. Euro und übernahm damit wieder die Antriebsfunktion.** In Deutschland lagen die Erlöse dagegen nach der Aufgabe von Standorten mit 18,3 Mrd. Euro um 0,9% unter Vorjahresniveau. Flächenbereinigt stand ein kleines Plus von 0,3% zu Buche.

In den einzelnen Geschäftsfeldern zeigte das Kernbereich Cash & Carry, der stark im Osten vertreten ist, immer noch Spuren der Krise. Bis Ende September 2010 stiegen

Metro Group	9 M 2009	9M 2010	Veränd.
Umsatz	46,1 Mrd. €	47,5 Mrd. €	3,10%
Deutschland	18,4 Mrd. €	18,3 Mrd. €	-0,90%
Westeuropa (o.D.)	14,7 Mrd. €	15,2 Mrd. €	3,70%
Osteuropa	11,2 Mrd. €	12,0 Mrd. €	7,10%
Asien/Afrika	1,8 Mrd. €	2,0 Mrd. €	13,40%
EBIT vor Sonderf.	753 Mio. €	915 Mio. €	21,40%

die Erlöse um 1,4% auf 22,5 Mrd. Euro, **wobei nach Mitteilung von Metro vor allem das Nonfood-Geschäft unter der Kaufzurückhaltung der Kunden litt**, während sich der Lebensmittel-

Bereich besonders im 3. Quartal deutlich verbesserte. In Osteuropa stieg der C & C-Umsatz um 3,2% auf 8,2 Mrd. Euro.

Dass der Umsatz von **Real** um 2% auf 8,2 Mrd. Euro gesteigert werden konnte, verdankt die Sparte laut Quartalsbericht der „dynamischen Expansion in den osteuropäischen Wachstumsmärkten und positiven Wechselkurseffekten“. In Deutschland bewirkte die Aufgabe von Filialen, dass die Erlöse um 2,3% auf 6 Mrd. Euro sanken. In Osteuropa allein lag das Plus bei 16,3% auf 2,2 Mrd. Euro.

Wie Cordes mitteilte, steht die SB-Warenhaus-Tochter jedoch auf dem Prüfstand. Ende 2010 oder Anfang 2011 solle über ihren Verbleib im Konzern entschieden werden. Bleibt die Frage, wer Real kaufen könnte? Wettbewerber wie **Edeka** oder **Rewe** würden vom **Kartellamt** keine Genehmigung erhalten. Und ob sich ausländische Lebensmittel-Händler auf den schwierigen deutschen Markt trauen, ist offen.

Das Wachstum der Fachmarkt-Tochter **Media Markt/Saturn** wird, wie die flächenbereinigten Zahlen zeigen, sehr stark durch die Flächenexpansion beeinflusst. Unbereinigt wuchs die Kette bis Ende September um 7,7% auf 14,2 Mrd. Euro, flächenbereinigt um 0,8%. Zu den großen Zielen der Metro-Tochter gehört die Expansion auf dem chinesischen Markt, für die mit der Eröffnung des 1. Marktes in **Shanghai** noch im

Coop Schweiz übernimmt trans-Gourmet-Gruppe

Die Schweizer **Coop Genossenschaft** erweitert ihr Auslandsengagement im Gastronomie- und Gewerbe-großhandel und setzt damit auf die beiden Geschäftsfelder Groß- und Einzelhandel. Vor diesem Hintergrund übernimmt das



Unternehmen die **trans-Gourmet-Gruppe** mit 21 000 Mitarbeitern und einem Umsatz von 5,8 Mrd. Euro (2009) zu 100%. Partner **Rewe** wird sich aus dem Engagement zurückziehen. Damit avanciert die Coop nach eigenen Angaben zum zweitgrößten europäischen Cash & Carry Foodservice-Unternehmen. Mit der Übernahme gehören der **transGourmet-Gruppe** die **Formate HÖWEG, Prodega/Growa CC, TransGourmet France, Fegro/Selgros** sowie die **Rewe-Foodservice** an. Diese sind in der Schweiz, in Frankreich, Deutschland, Polen, Rumänien und Russland tätig. Die Coop-Gruppe und die Rewe Group führen ihre übrige weitreichende Partnerschaft weiter. Mit der vollständigen Übernahme der transGourmet-Gruppe setzt Coop voll auf ein 2. Standbein im B2B-Geschäft mit Zukunftsperspektiven. Die Rewe Group hat sich entschieden, ihr Geschäft auf Einzelhandel und Touristik zu fokussieren.



Handelsimmobilien

Report Nr.83

VOM 12.11.10

Cities & Center & Developments

Seite 15 von 17

Sonstiges

Energiekosten drücken niedrige Handelsmargen

Auf den deutschen Einzelhandel kommen im nächsten Jahr Mehrbelastungen von mehr als 500 Mio. Euro infolge gestiegener Energiesteuern zu. **HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth** kritisierte deshalb die Pläne der **Bundesregierung**, dem Einzelhandel künftig **keine Entlastung von der Ökosteuern** mehr zu gewähren. Hier sehe sich der Einzelhandel gegenüber anderen Branchen klar benachteiligt. Als Binnen-Wirtschaftszweig könne er die entstehenden Verluste nicht durch Aktivitäten im Ausland kompensieren. Für einen durchschnittlichen Supermarkt belaufen sich laut Genth die zusätzlichen Energiekosten auf bis zu 15 000 Euro im Jahr. „Dieser Mehraufwand kann bis zu einem Viertel der ohnehin niedrigen Marge eines Händlers verschlingen.“ Angesichts des enormen Kostendrucks in der Branche blieben den Unternehmen keine anderen Möglichkeiten als Preiserhöhungen oder Einsparungen beim Personal. Genth forderte die Bundesregierung auf, für mehr Planungssicherheit bei den Energiekosten zu sorgen.

Deals

Halle: Das zum niederländischen Einzelhandelskonzern **Maxeda** gehörende Wäschelabel **Hunkemöller** eröffnet auf rd. 170 qm Gesamtfläche einen Store in Halle, in der Leipziger Straße 12. Die Einzelhandelspezialisten von **Jones Lang LaSalle** haben die Vermietung beratend begleitet.

November der Startschuss fallen wird. Problematisch verläuft das Geschäft, so berichtete die FAZ, von **Saturn in Frankreich**. In Deutschland stieg der Umsatz dagegen um 2,1% auf 6,2 Mrd. Euro (flächenbereinigt: +0,8%).

Das **Segment Immobilien**, das nunmehr als Profit Pool und verstärkt auch für Dritte arbeitet, erreichte ein Ebit von 399 Mio. Euro, nach 375 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Grund für die Verbesserung waren laut Metro vor allem die im Zuge der Expansion von Cash & Carry gestiegenen Mieteinnahmen.

Last not least konnte die Warenhaus-Tochter **Galeria Kaufhof** die Erlöse um 1,4% auf 2,4 Mrd. Euro steigern (flächenbereinigt: +1,4%). Besonders erfreulich für diese Sparte: Im 3. Quartal stieg der Umsatz flächenbereinigt sogar um 4,2%. Das lässt für das so wichtige Weihnachtsgeschäft hoffen. Das Ebit verbesserte sich von -45 Mio. auf -27 Mio. Euro. (Bekanntlich dreht sich bei den Warenhäusern erst mit dem Weihnachtsgeschäft das Ergebnis ins Plus.)

Für den Metro-Konzern ist diese Entwicklung erfreulich, wird er an dem Unternehmen offenbar doch noch eine Weile festhalten. Denn um den Verkauf der Tochter ist es wieder still geworden.

Mode-Kette Tom Tailor legt hohes Expansionstempo vor

Christine Scharrenbroch, Korrespondentin Köln

*Die jüngste Einweihungsparty hat **Tom Tailor** an prominenter Stelle gefeiert: Auf der Frankfurter Einkaufsmeile **Zeil** eröffnete die Modekette aus Hamburg Mitte Oktober ihren ersten Flagships-Store für die Marke „Tom Tailor Denim“. Mit dem 400 qm großen Geschäft im Industrie-Design, das sich über 2 Etagen erstreckt, will der Konzern vor allem junge Kunden ansprechen. **Vorstandschef Dieter Holzer** sieht den Vorzeigeshop als „weiteres Zeichen für unsere fortlaufende Expansion“.*

Der seit Frühjahr 2010 börsennotierte Anbieter von sportlicher Mode im mittleren Preissegment hat sich ein hohes Wachstumstempo vorgenommen. Vor allem den **eigenen Einzelhandel** will Holzer mit Erlösen aus dem Börsengang ausbauen. Jeweils 60 bis 70 neue Filialen sollen in den kommenden beiden Jahren in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** eröffnet werden.



Dabei wird für die Marke Denim (Zielgruppe: die 15- bis 25-Jährigen) nach Ladenlokalen in der Größe von 150 bis 200 qm gesucht. Die Geschäfte der zweiten Marke „Tom Tailor Casual“, die auf die Zielgruppe der 20- bis

45-Jährigen zielt, sind zwischen 200 und 250 qm groß. Für eine Ansiedlung kommen Städte mit mindestens 50.000 Einwohnern in Frage, wie **Sprecherin Viola Brandt** berichtet. Meist ist das Modeunternehmen im Umfeld von Wettbewerbern wie **Esprit, Zara, Street One** oder **s.Oliver** zu finden.

In diesem Jahr wird das Netz aus eigenen Geschäften laut Brandt um 35 auf 122 Standorte wachsen, wobei sich nach wie vor die Mehrzahl der Standorte in Deutschland befindet. Im November und Dezember stehen noch 6 Neueröffnungen an, unter anderem in **Braunschweig** und **Zürich**. Auch die Zahl der von **Franchisenehmern** betriebenen Filialen (derzeit rd. 200) soll in den nächsten beiden Jahren um je 25 wachsen. Zudem verfügt Tom Tailor über rund 1 250 Shop-in-Shop-Flächen. Insgesamt wird die Mode



Handelsimmobilien

Report Nr.83

Cities & Center & Developments

VOM 12.11.10

Seite 16 von 17

Deals

an 6 000 Verkaufsstellen in 35 Ländern angeboten. Für das Gesamtjahr 2010 rechnet der Konzern mit einer Steigerung des Umsatzes (2009: 300 Mio. Euro) um 8 bis 12%. **Als Wachstumstreiber erweist sich dabei der selbstbetriebene Einzelhandel.** Die Sparte, die auch den stark expandierenden **Online-Shop** umfasst, steigerte den Umsatz im 1. Halbjahr um knapp 40% auf 42,3 Mio. Euro. Flächenbereinigt betrug das Plus der in Eigenregie betriebenen Geschäfte knapp 6% und lag damit über dem Branchenwachstum von 2%. Das Großhandelsgeschäft konnte mit einem Umsatz von 104,9 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr nur leicht zulegen.

Mittelfristig wird beim Umsatz ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen dem eigenen Netz und dem Weiterverkauf (Wholesale) angestrebt. Ihren um Einmaleffekte bereinigten operativen Gewinn (Ebitda) verbesserte die Modekette in der ersten Jahreshälfte um 74% auf 13,5 Mio. Euro.

Pro Jahr bringt der Modekonzern 12 Kollektionen für Damen und Herren heraus. Zudem wird Mode für Kinder angeboten. Produzieren lässt Tom Tailor zu 85% in Asien und zu 15% in Europa.

2005 hatte der Finanzinvestor **Alpha** die Mehrheit an dem 1962 von **Uwe Schröder** gegründeten Unternehmen erworben. Gerüchten zufolge sollen in den vergangenen Jahren mehrfach Verkaufsverhandlungen, unter anderem mit der **Otto-Gruppe**, gescheitert sein. Im Frühjahr brachte Alpha Tom Tailor schließlich zu einem Preis von 13 Euro an die Börse. Erlöst wurden dabei 143 Mio. Euro. Davon sollen 20 Mio. Euro in die Expansion fließen, der Rest dient dem Schuldenabbau. Derzeit befinden sich 70% der Aktien in Streubesitz.

Rewe: Auf der Suche nach Partnern mit Mut und Visionen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Mit wenig will sich Frank Wiemer, Vorstand der Kölner Rewe Group nicht zufrieden geben. „Wir werden auf dem hart umkämpften deutschen Markt weiter wachsen“, hatte er während der Immobilien-Messe Expo Real potenziellen Investoren mitgeteilt. Die Rewe-Gruppe wirtschaftet überwiegend in gemieteten Immobilien. Nur bei den großflächigen Objekten wie den Verbrauchermärkten oder bei Einkaufszentren setzt Deutschlands zweitgrößter Lebensmittelhändler auf Eigentum. Für die weitere Expansion will Rewe nach Wiemers Worten „die besten Standorte in den besten Lagen“.



Darum bemühen sich aber auch die Wettbewerber **Edeka** oder die **Schwarz-Gruppe** mit den Vertriebslinien **Lidl** und **Kaufland**. Begünstigt wird die Expansion von Deutschlands Lebensmittel-Anbietern durch das wieder erwachte Interesse der **Investoren** am Segment Fachmärkte, Fachmarktzentren, Supermärkte und Discounter, das nach dem Boom während des **Immobilien-Hypes** nach Aus-

bruch der Finanzkrise an Bedeutung verloren hatte. Die Meinungen über diese Anlageklasse gehen auseinander.

Vor allem Geschlossene Immobilienfonds zeigen hier großes Interesse. Hinzu kommt, dass der Lebensmitteleinzelhandel gut durch die Krise gekommen ist und sich weiter anschießt, die Lücken in der Nahversorgung insbesondere in Westdeutschland zu schließen. Rewe wirbt für sich deshalb damit, „höchste Betreiber-Qualität“ und „auf Jahrzehnte sichere Mieteinnahmen“ zu bieten, wie Wiemer betont. Allein 2010 will

Hamburg: Die Premium-Jeansmarke **7 For All Mankind** aus Los Angeles präsentiert seine Kollektionen künftig auf rd. 110 qm in der Hamburger Neustadt. Die Ladenfläche im Tettenbom-Haus liegt am oberen Ende der Poststraße und befindet sich in direkter Nachbarschaft von **Strenesse, Closed, Red Wing, Feldenkirchen** und **Polo Ralph Lauren**. Vermittelt wurde der Mietvertrag durch **Colliers G&B**.

Hanau: Die **HBB** aus Lübeck hat für ihr Bürogebäude, das direkt an das innerstädtische Fachmarktzentrum **Postcarré**, das die HBB am 25.11. 2010 eröffnen wird, einen Mietvertrag mit der **Barmer GEK Krankenkasse** für eine Fläche von über 3 500 qm abgeschlossen. Neben Verwaltungsflächen wird dort auch ein Servicecenter für Kunden untergebracht sein. Die Barmer GEK wird hier 160 Mitarbeiter beschäftigen.

Speyer: Das Drogerieunternehmen **Müller** hat das Geschäftshaus an der Ecke Maximilianstraße 34 in der Innenstadt von Speyer gekauft. Der Kaufpreis für die Immobilie lag nach Auskunft des für den Verkaufsprozess verantwortlichen Immobilienunternehmens **Lührmann Frankfurt** im mittleren einstelligen Millionenbereich.

Hannover: Die **Pandora Jewelry GmbH** mietet rd. 70 qm Verkaufsfläche im neuen Kröpcke an der Karmarschstraße in Hannover. Der Shop soll im Frühjahr 2013 eröffnet werden. Das neue Kröpcke mit dem Hauptmieter **Peek & Cloppenburg** wird von dem Düsseldorfer Projektentwickler **Centrum** realisiert. Vermittelt wurde der Deal von **Comfort Hamburg**.



Handelsimmobilien

Report Nr.83

Cities & Center & Developments

VOM 12.11.10

Seite 17 von 17

Deals

EPM managt künftig „THE SQAIRE“

Die EPM, ein Unternehmen der **Bilfinger Berger Facility Services**, übernimmt das Center-Management für THE SQAIRE am Frankfurter Flughafen. Das Gebäude der IVG ist durch seine Bauweise, seiner Lage inmitten der **Airport City Frankfurt** und seine Konzeption einmalig. Neben Büroflächen auf 95 000 qm und 2 Hotels der **Hilton Gruppe** bieten etwa 40 Handels- und Gastronomiebetriebe Möglichkeiten zum Einkaufen. EPM betreut seit 2009 den Großteil der Immobilien der **IVG im Property Management** und übernimmt mit THE SQAIRE das erste Center-Management-Mandat für die IVG.

IMPRESSUM

Chefredaktion:

Dr. Ruth Vierbuchen
(V.i.S.d.P.);

Kontakt:

vierbuchen@rohmert.de

Herausgeber:

Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:

Christine Scharrenbroch

Verlag:

Research Medien AG,
Postfach 2203,
33350 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),
Univ. Prof. Dr. jur. habil. Karl
-Georg Loritz.

Bank: KSK Wiedenbrück
BLZ 478 535 20
Kto.-Nr.: 53 207

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

Rewe mehr als 240 Filialen eröffnen, verteilt auf ihre Vertriebslinien **Rewe-Vollsortimenter**, **Toom-Verbrauchermärkte** und **Penny-Discounter**, die zuletzt durch das Ausscheiden des zuständigen Vorstands **Armin Rehberg** nach - Meinungsverschiedenheiten über das Konzept - in die Schlagzeilen geraten waren.

Das Netz seiner **Toom-Baumärkte**, hinter **Obi** und **Praktiker** die Nummer 3 in Deutschland, und der **ProMarkt-Elektrofachmärkte** soll jährlich um etwa 10 Standorte verdichtet werden. Dabei sind für die Kölner Flächen mit 500 qm Größe – für die kleinflächigen Nahversorger **Citymarkt** – bis zur Großfläche mit 5 000 qm interessant. Für die Expansion sucht Rewe „**Partner mit Mut und Visionen**“, wie Wiemer betont.

Im Einzelnen sollen etwa 120 neue **Supermärkte** errichtet werden, darunter auch City-Märkte, deren Zahl sich inzwischen auf 180 summiert. Wichtig ist dem Unternehmen, das beim Wettbewerb „**Umweltfreundliche Handelsimmobilien**“ des **Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V.** mit seinem **Rewe Green Building in Berlin** den 1. Preis gewonnen hatte, dass bei den Objekten die Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle spielt. Im prämierten Rewe-Markt wird 50% weniger Energie verbraucht, wie **Stephan Koof**, **nationaler Expansionsleiter Rewe** betont. Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt in der Rewe Group in allen Bereichen wachsende Bedeutung.

Der Discounter Penny mit seinen 2 400 deutschen Standorten will in diesem Jahr 120 neue Filialen mit etwa 800 qm Verkaufsfläche eröffnen. Auch hier setzt Rewe, im Interesse der Umwelt aber auch mit Blick auf die „zweite Miete“, beim Bau auf das Thema Nachhaltigkeit und die Nutzung von Grünstrom. Einen ökologischen Pilotmarkt eröffnete Penny im Oktober 2009 in **Werne im Kreis Unna**. Highlight des Objektes ist die extensive Dachbegrünung, die bewirkt, dass das Regenwasser auf natürlichem Wege versickert. Zudem setzt der Markt – ein Novum beim Discount-Bau – auf Tageslichtarchitektur und damit auf eine helle Atmosphäre im Markt. **Bei der Beleuchtung werde damit bis zu 40% Strom gespart, heißt es.**



Lange Zeit setzte der Einzelhandel prinzipiell auf fensterlose Immobilien, um die Ware in den Mittelpunkt der künstlichen Beleuchtung zu rücken und so den Verkauf zu fördern. Hier setzt inzwischen aber ein Umdenken ein, da sich die Erkenntnis durchsetzt, dass Tageslicht das Wohlbefinden der Kunden steigert und so den Verkauf fördert. Bereits vor Jahren hatten die Warenhäuser damit begonnen, verstärkt Tageslicht in die Verkaufsräume zu lassen. Mit Blick auf die steigenden Energie-Kosten birgt das einen positiven Nebeneffekt bei der Beleuchtung.

Um den Penny-Ökomarkt zu beheizen, wird die Abwärme einer Kälte-Wärme-Kopplungsanlage genutzt. Wie **Dietmar Burtzlaff**, **nationaler Expansionsleiter von Penny** betont, ist die Filiale von fossilen Brennstoffen völlig unabhängig.

Die Rewe-Tochter Toom-Baumärkte, die von der **Edeka** die **Marktkauf-Baumärkte** übernommen und integriert hatte, setzt neben der Modernisierung ihres Filialnetzes auf die Eröffnung von jährlich etwa 5 neuen Standorten. Bislang betreibt das Unternehmen mehr als 370 Heimwerker-Märkte. Zielgröße: Zwischen 4 500 und 8 000 qm mit Parkplätzen. Auch die Tochter ProMarkt will ihr Vertriebsnetz, das bislang aus 70 Märkten mit jeweils etwa 1 800 qm Fläche besteht, jährlich um 5 – 10 Märkte ausbauen.

Die Fokussierung auf organisches Wachstum ist aus Sicht der Rewe Group heute unerlässlich, da die Entscheidungen des **Bundeskartellamts** (z.B. bei Übernahme der Plus-Discounter durch Edeka) zeigen, dass für die großen Handelskonzerne (Rewe-Umsatz 50 Mrd. Euro) dem Wachstum durch Unternehmensübernahmen Grenzen gesetzt sind.