

VERBAND DEUTSCHER PFANDBRIEFBANKEN

Repräsentant
und Stimme seiner
Mitgliedsinstitute

Aareal Bank ... AHBR ... BayernLB ... Berlin Hyp ... Deutsche Hypo ... Deutsche Schiffsbank ... Dexia Kommunalbank ... DG HYP ... Düsseldorf Hypothekenbank ... Essen Hyp ... Eurohypo ... Hamburger Sparkasse ... Helaba Landesbank Hessen-Thüringen ... HSH Nordbank ... Hypo Real Estate Bank ... Hypo Real Estate Bank International ... Hypo Real Estate Holding ... HypoVereinsbank ... IKB Deutsche Industriebank ... Kreissparkasse Köln ... Landesbank Baden-Württemberg ... Münchener Hyp ... NORD/LB ... SEB ... Sparkasse KölnBonn ... VALOVIS BANK ... WarburgHyp ... Westdeutsche ImmobilienBank ... WestLB ... WL BANK ... Wüstenrot Bank ...

Aktuelle Entwicklungen bei Einzelhandelsimmobilien

Der Umsatz im deutschen Einzelhandel stagniert seit Beginn der 90er Jahre. Gleichzeitig steigen die privaten Konsumausgaben und das Verkaufsflächenangebot nimmt weiter zu. Welche Faktoren prägen den Markt für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland und wie sieht die zukünftige Entwicklung aus? Diesen Fragen geht Rochus Tschab von der Berlin-Hannoverschen Hypothekenbank nach.

Zunächst ein Blick auf die Nachfrage-seite: Die deutschen Realeinkommen stagnieren seit Jahren bei nur leichtem Rückgang der Arbeitslosigkeit. Zugleich sind die Ausgaben für Wohnung und Energie, Verkehr und Urlaub in den letzten Jahren überproportional angestiegen. Damit stehen diese Beträge für den Einzelhandelsumsatz nicht zur Verfügung. Der Anteil eigenverantwortlicher Vorsorgeleistungen nimmt zu, die demografische Entwicklung führt zu einem weiteren Sinken von Bedarfskäufen. Selbst das Jahr 2006 hat beim deutschen Einzelhandel trotz Fußballweltmeisterschaft und Vorzieheffekten aufgrund der Mehrwertsteueranhebung zu keinem Turnaround geführt.

Zahl der Shoppingcenter wächst weiter

Trotzdem geht das Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel weiter. Besonders gut ist dies an der Zunahme

der Shoppingcenter mit einer Verkaufsfläche ab 10.000 Quadratmeter zu quantifizieren: ihre Zahl stieg von 93 im Jahr 1990 auf 372 im vergangenen Jahr. Dieses Wachstum wird sich in den kommenden Jahren, wenn auch leicht abgeschwächt und regional unterschiedlich, fortsetzen: So ist der Bestand an Shoppingcentern im Verhältnis zur gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern relativ gering. Gleichzeitig ist die Bedeutung traditioneller Fachgeschäfte unverändert rückläufig.

Der Einzelhandel muss sich permanent dem gesellschaftlichen Wandel und damit den veränderten Konsumgewohnheiten anpassen. Das bedeutet, dass in den letzten Jahren Wachstumsimpulse vom Discountsegment und von Luxusprodukten ausgingen. Etliche Einzelhändler haben deshalb Strategien entwickelt, um aus dem unprofitablen mittleren Segment herauszukommen. Neben dem Ziel, eine bessere Flächenproduktivität zu realisieren, ist dabei gerade die

Rückbesinnung auf die Innenstädte von zentraler Bedeutung.

Was macht Einzelhändler erfolgreich?

Wodurch unterscheiden sich erfolgreiche Einzelhändler von anderen? Die Entwicklung der letzten Jahre hat klar gezeigt, dass hierbei die Faktoren Fokussierung, Vertikalisierung und Globalisierung von großer Bedeutung sind. Discounter wie Aldi und Lidl stehen für **Fokussierung**: Durch eine konsequente Ausrichtung auf die Zielgruppe und ein Angebot zusätzlicher, mit dem Sortiment korrespondierender Dienstleistungen sowie dem Aufbau einer Marke ist ihr Marktanteil in Deutschland auf mittlerweile 40 Prozent gewachsen. Ihr Wettbewerbsvorteil besteht in solider Produktqualität bei unterdurchschnittlichen Preisen, kombiniert mit hoher Effizienz von Prozessabläufen und internen Strukturen.

Bei der **Vertikalisierung** steht eine rasche Adaption an aktuelle Marktentwicklungen im Vordergrund, was zu einer beschleunigten und effizienzoptimierten Lieferkette führt. Solche Einzelhändler zum Beispiel aus der Textilbranche sind durch einen hohen Lagerumschlag gekennzeichnet: Während traditionelle Modeeinzelhändler zwei aktuelle Kollektionen im Jahr bieten liegt diese Zahl bei vertikal orientierten Einzelhändlern bei bis zu zehn oder noch mehr.

Schließlich stehen bei dem Faktor **Globalisierung** die Standardisierung von Konzepten und Erschließung neuer Märkte im Fokus. Eine Sonderentwicklung seh-

ist es sogar zu leichten Mietanstiegen bei 1A-Lagen gekommen - besonders in westdeutschen Großstädten.

Passend zum Trend zur Rückkehr in die Innenstädte geht es Investoren zunehmend darum, existente Shoppingcenter auszubauen und zu modernisieren. Unverändert niedrig präsentieren sich hier die Leerstandsquoten, was in erster Linie auf die allgemein hohe Kundenakzeptanz zurückzuführen ist.

Demgegenüber ist der Anteil traditioneller Fachmärkte an der Gesamteinzelhandelsfläche in Deutschland deutlich kleiner, das entsprechende Wachstum bewegt sich seit Jahren auf einem verhaltenen

dass sich das Neubaupotential für großflächigen Einzelhandel insgesamt in Grenzen hält und so die Sicherheit eines Investments erhöht.

Ausblick

Außer den Potentialen, die sich aus den erfreulichen Konjunkturdaten der jüngsten Vergangenheit ergeben, gibt es mittelfristig neben den bereits geschilderten noch weitere Einflussfaktoren:

- Der Umsatzanteil neuer Vertriebswege (etwa Online) dürfte sich weiter verstärken und den Einzelhandel vor neue Herausforderungen stellen.
- Die internationale Konsolidierung der Immobilienmärkte wird sich unverändert fortsetzen.
- Nationale Besonderheiten werden weiter an Bedeutung verlieren, globalisierte Arbeitsprozesse sich weiter intensivieren.

Der harte Wettbewerb und das hohe Sättigungsniveau dürften den bisherigen Relevanzverlust des Einzelhandels im Versorgungsbereich noch weiter treiben. Impulse sind nur noch durch die Verbindung mit Zusatznutzen (wie Dienstleistungen, Erlebniseinkauf) zu erwarten. Der zunehmende Flächenüberhang dürfte problematisch werden, da mehr Verkaufsfläche allein keinen zusätzlichen Umsatz generiert. Ferner wird sich erst nach und nach zeigen müssen, ob und wie sich die grundsätzlich positive Lockerung des Ladenschlusses in der Praxis auf den deutschen Einzelhandel auswirkt. Demografische Trends werden zukünftig eher belastend wirken. Hierzu gehören die rückläufige Einwohnerzahl, die sich verändernde Bevölkerungspyramide mit nur schwer vorhersehbaren Modifikationen der Einkaufsgewohnheiten, die nur noch verhalten steigenden verfügbaren Einkommen und die sich wandelnden Sparneigungen. Insgesamt dürfte trotzdem eher von einer steigenden Marktdynamik auszugehen sein, auch wenn wachsende Zinsen leicht abschwächend wirken könnten. Über den Erfolg der Einzelhändler werden zukünftig vor allem ihre Konzepte entscheiden.

„Das Schloss“ in Berlin-Steglitz als Beispiel eines Shoppingcenters modernster Ausgestaltung



Quelle: HFS

en wir auch für hochspezialisierte Einzelhändler (wie Fressnapf oder Globetrotter), die durch ein sehr in die Tiefe reichendes Sortiment und einen umfassenden Service charakterisiert sind.

Die Immobilienmärkte folgen der Einzelhandelsentwicklung

Grundsätzlich ist die Miethöhe das zentrale Maß für die Finanzierungsbeurteilung. In größeren Städten ist das Mietpreisniveau regelmäßig höher, da das Flächenangebot in Innenstadtlagen begrenzt ist. Weil der Neubau von Einzelhandelszentren auf der grünen Wiese in den letzten Jahren nahezu zum Erliegen gekommen ist, gelten größere Städte inzwischen als mietpreisstabil. Die Mietpreisentwicklung ist dabei maßgeblich von Stadtlagen abhängig. In den letzten zehn Jahren sind Preisrückgänge in städtischen Randlagen häufiger zu beobachten gewesen als in den Innenstädten. In jüngster Vergangenheit

Niveau. Gemeinsam mit den Shoppingcentern hinkt dieses Format im europäischen Vergleich ebenfalls hinterher, wenn auch nicht so stark. Hier existiert noch ein gewisses Neubaupotential vor allem an einstigen innerstädtischen Industrie- und Produktionsstandorten von Mittelstädten in bevölkerungsreichen Bundesländern.

Seit zwei bis drei Jahren nimmt das Interesse ausländischer Investoren an deutschen Einzelhandelsimmobilien stark zu. Dieser Nachfragezuwachs hat das Transaktionsvolumen von Einzelhandelsimmobilien 2005 in die Nähe des in Europa führenden britischen Niveaus gehoben. Die Gründe hierfür liegen in dem großen Anlagedruck und den hier noch realisierbaren Renditen, die über den Fremdkapitalkosten liegen. Andererseits führt die Planungspolitik der öffentlichen Hand dazu,



**VERBAND DEUTSCHER
PFANDBRIEFBANKEN**

| Immobilien- | Staats- | Schiffsfinanzierung |