

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

die Aufräumarbeiten in den **Bilanzen der Banken** – sprich: die Abschreibungen auf **Altlasten der Finanzkrise** – sind noch lange nicht abgeschlossen. Niemand weiß, wie groß die Altlasten noch sind. Und niemand weiß, was auf die Kreditwirtschaft noch zukommt, wenn sich die Politiker zur Bewältigung der Schuldenkrise in Griechenland doch für einen „Haircut“ entscheiden. Andererseits aber ahnen viele, **dass sich die Politik der kleinen Schritte bei der Bewältigung der Schuldenkrise zur Endlosschleife entwickeln könnte**. Da dürften vielen ein klarer Schnitt und die klare Perspektive, wie es danach weiter geht, lieber sein.

Umso erstaunlicher ist es, dass die Stimmung in Deutschland – das zeigte auch die **Immobilienmesse Expo Real** – immer noch so gut ist. Jedem ist zwar klar, dass sich die hiesige Konjunktur abschwächen wird, wenn die Wirtschaftskraft auf den Exportmärkten abnimmt, **doch von Krisenstimmung ist vor allem bei den Bundesbürgern nichts zu spüren**.

Es mag schlicht daran liegen, dass seit der **Lehmann-Pleite** täglich mit riesigen Milliarden- und mit Billionenbeträgen jongliert wird, so dass inzwischen der realistische Maßstab für das Ausmaß der Schuldenberge verloren gegangen ist. Dreistellige Milliarden- und Billionenbeträge kann sich niemand mehr vorstellen. Hinzu kommt, dass **Deutschland**, die **Länder Asiens** und **Lateinamerikas** relativ schnell wieder aus der größten Weltwirtschaftskrise der vergangenen 80 Jahre herausgefunden haben. Das mildert die Angst vor dem Crash. Viele Immobilienunternehmen haben sich zudem damit abgefunden, dass sie jenseits der Bankendarlehen für die Finanzierung nach Alternativen suchen müssen. Das zeigten auch die Diskussionsrunden während der Expo Real (Seite 2).

Veränderungen sind wahrscheinlich auch beim **Metro-Konzern** zu erwarten, nachdem **Vorstandschef Eckhard Cordes** – nach der öffentlich ausgetragenen Diskussion über seine Vertragsverlängerung – von sich aus auf die Verlängerung verzichtet. Cordes hat zweifellos einiges angestoßen im Metro-Konzern, das überfällig war. So die forcierte Werbung für die SB-Warenhaus-Kette **Real**, die Wirkung gezeigt hat. Auch der Aufbau eines Margen-starken Eigenmarken-Programms, war ein Schritt in die richtige Richtung. Genauso wie der forcierte Einstieg ins Online-Geschäft oder der Betrieb der **Immobilien-Sparte** als „profit pool“.

Cordes hat einen Blick für die wichtige Detail-Arbeit gehabt, die im Metro-Konzern früher oft zu kurz gekommen war. Sofern – wie in den Medien kolportiert wird – Cordes vorgeworfen wird, er habe es nicht geschafft, den geplanten Verkauf von **Kaufhof** und **Real** abzuschließen, muss man die Frage in den Raum stellen, ob beide Unternehmen derzeit zu einem vernünftigen Preis verkäuflich sind?



Heimische Lebensmittelanbieter, die an Real interessiert sein könnten, kommen aus kartellrechtlichen Gründen nicht in Frage. Und ob sich ausländische Einzelhändler derzeit auf den schwierigen deutschen Markt wagen, darf bezweifelt werden. Das gilt auch für Kaufhof.

Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 106 vom 14.10.2010

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Expo Real: Optimismus und neue Lösungen gegen die Finanzmarktkrise	2
Metro Metering: Viele kleine Schritte zur Energieeffizienz	6
Kapitalmarkt: Reinitzhuber wird neuer Finanzvorstand bei mfi	9
Milaneo: Ein neuer Name und die Vorzertifizierung in Gold	10
Dinslaken: Helmich und Multi entwickeln Neutor-Passage	11
Metro findet Gefallen an Fonds	11
Architektur: Müssen Fachmärkte immer hässlich sein?	12
Revitalisierung: Aussitzen ist die falsche Strategie	14
Studie: Viele Center gehen an den Kundenwünschen vorbei	16
Gute Nahversorgung sichert die Wohnqualität auf dem Land	17
Impressum	18

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Werner Rohmert,
Herausgeber



und die Partner vom
Handelsimmobilien *Report*



Hahn
Gruppe

GfK GfK GeoMarketing

mfi



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens-
und Kommunalberatung mbH

Handelsimmobilien

Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 12 von 18

Unternehmens News

Hornbach-Gruppe toppt den Branchenschnitt

Die **Hornbach-Gruppe** hat im 1. Halbjahr 2011/2012 (31.8.) den Konzernumsatz um 7,5% auf 1,78 Mrd. Euro gesteigert. Überproportional – um 12,7% - erhöhte sich das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) auf 157,8 Mio. Euro. Im größten Teilkonzern, der **Hornbach-Baumarkt-AG**, stiegen die Erlöse in den 134 Filialen europaweit um 7,2% auf 1,67 Mrd. Euro und das Ebit um 12,5% auf 132,2 Mio. Euro. Flächen- und währungsbereinigt stieg der



Umsatz des Baumarkt-Teilkonzerns um 3,8%. Wachstumsmotor waren die inländischen Bau- und Gartenmärkte. Der Teilkonzern **Hornbach Baustoff Union GmbH** verzeichnete nach Angaben des Unternehmens in den ersten 6 Monaten ebenfalls eine erfreuliche Umsatz- und Ertragsentwicklung. „Als Partner für Projektkunden profitierte Hornbach in diesem Jahr überdurchschnittlich vom boomenden Wohnungsbau und Renovierungsmarkt in Deutschland“, berichtet **Albrecht Hornbach, Vorstandsvorsitzender der Hornbach Holding AG**. Zwischen März und August seien die flächenbereinigten Umsätze im Inland um 7,1% gestiegen und hätten gut 7 Prozentpunkte über dem Branchenschnitt gelegen. Hornbach betreibt europaweit 134 Bau- und Gartenmärkte.

an Investoren verkauft werden: „Der Brutto-Transaktionserlös beläuft sich auf rund 300 Mio. Euro und der Ergebnisbeitrag (Ebit) vor Portfolio-Maßnahmen sowie Wertberichtigungen auf mehr als 100 Mio. Euro“, heißt es weiter. An dieser Strategie findet der Düsseldorfer Handelskonzern zunehmend Gefallen, wie Ziegler deutlich macht: „Wir prüfen derzeit, ob wir auch in weiteren europäischen Märkten Immobilienfonds auflegen werden.“



Foto: Metro

Die **italienische Landesgesellschaft von Metro Cash & Carry** hat die 20 Großmärkte nach Angaben des Unternehmens langfristig zurück gemietet. Die Standorte befinden sich vornehmlich in **Nord- und**

Mittelitalien. Die Cash & Carry-Standorte des ersten Fonds „Venti M“ sind vor allem im Norden der Apenninen-Halbinsel.

Die Metro Group hat mehr als 850 Immobilien im Eigentum oder in eigentumsähnlichen Verhältnissen. Der Bilanzwert beträgt nach Angaben des Handelskonzerns rd. 8 Mrd. Euro und der Verkehrswert wird von Analysten auf gut 10 Mrd. Euro geschätzt. **Zum Portfolio gehören Teile des deutschen Filialnetzes von Kaufhof, der größte Teil der Real-Standorte sowie die meisten Cash & Carry-Märkte im Ausland.** Zudem betreut Metro Properties 70 Center-Standorte mit Mietpartnern in Deutschland, Polen und der Türkei. In diesem Jahr sollen rd. 110 neue Standorte - vor allem in Osteuropa und Asien – eröffnet werden. Die Investitionen in neue Immobilien übersteigen laut Metro Properties das Volumen der Desinvestitionen deutlich, d.h. das Immobilienvermögen wird per Saldo wachsen.

„Müssen Fachmärkte immer hässlich sein?“

**Thomas Mattesich, Geschäftsführer
ATP Architekten und Ingenieure München**

„Ein Fachmarktzentrum (FMZ) ist eine Ansammlung von mindestens 4 mittel- bis großflächigen Fachmarkt- oder fachmarktähnlichen Geschäften aus verschiedenen Einzelhandelsbranchen. Meist besteht ein Fachmarktzentrum aus einem Gebäudekomplex und wird in der Regel von einem Betreiber verwaltet und vermarktet. Ferner wird ein Fachmarktzentrum durch ein großes und kostenloses Parkplatzangebot gekennzeichnet. Ein Fachmarktzentrum ist eine „Sonderform des Einkaufszentrums.“



Foto: ATP

So oder so ähnlich werden Fachmarktzentren in einschlägigen Medien charakterisiert. Und genau so trocken und unspektakulär sehen sie leider meistens auch aus. Oft an großen Straßen oder Tangenten von Groß- und Kleinstädten gelegen, kaum sichtbar auf Grund der Fülle von Parkplätzen und der Tatsache, dass diese Gebäude meist als „Flachmänner“ konzipiert sind.

Möglichst unauffällig, günstig und einfach – ja geradezu „hässlich“ – definieren sie oft den ersten oder letzten Eindruck an den Toren unserer Städte. Ökologische und nachhaltige Ansätze werden durch rein wirtschaftliche Aspekte unterdrückt. **Eine Kultur des „Schnäppchen-Machens“ überträgt sich immer öfter auf Planungskonzepte und damit auf das äußere Erscheinungsbild.** Diese und andere Tatsachen waren für uns Grund genug, dass wir uns diesem sehr spannenden Thema im Rahmen eines In-

...



Handelsimmobilien

Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 13 von 18

Auszeichnungen

Immobilien Marken Award für ATP Architekten

Die **ATP Architekten und Ingenieure** wurde mit dem **Immobilien Marken-Award Österreich** in der Kategorie „Architektur“ ausgezeichnet. Damit zählt ATP zu den wertvollsten Immobilienmarken Österreichs. Dass ATP als Marke wahrgenommen wird, ist das Ergebnis der seit über 30 Jahren in unseren Studios praktizierten „Integralen Planung“ von Architekten und Ingenieuren im gemeinsamen Team. Dies wurde im Rahmen des AT-GA Facility Kongresses in Wien mit der Auszeichnung „Architekt des Jahres 2011“ prämiert.

Deals

Köln: Die Shopping-Center Spezialisten der **Comfort Center Consulting GmbH** sind von der internationalen Kapitalanlagegesellschaft **Signature Capital** mit der Neukonzeption und Vermarktung der **Neumarkt-Galerie** in Köln beauftragt worden. Eine von Signature Capital verwaltete Gesellschaft hatte das Center mit 33 000 qm Gesamtfläche und 60 Geschäften in der Kölner Innenstadt im Juni 2011 erworben und will das Objekt im Zuge der Revitalisierung neu am Markt positionieren. Der Umbau soll während des laufenden Betriebs vorgenommen werden. Die ersten Umbauten sind für die 2. Hälfte des Jahres 2012 geplant. Signature Capital wurde 2004 von den geschäftsführenden Gesellschaftern **Ciaran McNamara** und **Enda Woods** gegründet. Deutschlandchef ist **Timo Herzberg**.

vestoren- und Architektenverfahrens in Murnau am Staffelsee/Bayern für das Fachmarktzentrum **Kemmelpark** gestellt haben. Der vorliegende Entwurf sieht einen **markanten Baukörper** als Auftakt für das Entwicklungsgebiet Kemmelpark vor. Die einzelnen Gebäudeteile werden in einem horizontalen Volumen zusammengefasst. Entlang der Kemmelallee wird die Straßenflucht durch zweigeschossige Bereiche gefasst. Durch die Positionierung der Gebäudeköpfe werden die Besucher zu den Eingängen geführt. Eine homogene Verkleidung umschließt das Gebäude. **Entlang der Kemmelallee entsteht so ein ruhiger, moderner Baukörper.** Die Verkleidung ist als horizontale Lärchenholzlattung geplant. Der lokale Bezug entsteht durch den Baustoff Holz.

Durch Einschnitte an den Zugängen wird die Hülle geöffnet. Die Schrägstellung jeweils einer Seite erzeugt eine dynamische Form als gestalterisches Merkmal und Signet für das Fachmarktzentrum.



Visualisierung: ATP Architekten u. Ingenieure

Im Innenbereich wird das Konzept weitergeführt. Ein langer Einschnitt öffnet das Gebäude zum Parkplatz hin. Durch einen

Versatz zwischen Holzverschalung und Gebäudekante entsteht ein Vordach, das die Kunden zu den Eingängen der beiden Märkte führt.

Zwischen den beiden Großmietern werden kleinere Flächen für Dienstleister angeordnet. Durch einen Rücksprung an der Kemmelallee kann der Solitärbau erhalten werden. Gleichzeitig entstehen durch die Verengung des Baukörpers bessere Wegebeziehungen in Ost-West- und Nord-Südrichtung. Die Erschließung des Grundstückes erfolgt sowohl für den Pkw- als auch für den Lieferverkehr über die Nordostecke. Die Andienung der beiden Hauptmieter erfolgt separat über eigene, geschützte Anlieferbereiche. Auf dem zentralen, begrünten Parkplatz werden ca. 155 Stellplätze angeboten.

Nachhaltige Konzepte mindern den Energiebedarf

Oberstes Ziel des Energiekonzeptes ist es, den Zukauf von Energie so gering wie möglich zu halten. **Dies wird durch den Einsatz von Fernwärme aus der gemeindeeigenen Holzhackschnitzelwärmeerzeugung umgesetzt.** Die Wärmeübergabe erfolgt mit Wärmetauschern. Eine gebäudeeigene Wärmeerzeugung und der dafür erforderliche Platz werden dadurch überflüssig. **Die Abwärme aus der Kälteerzeugung für Raumkühlung und Kühltruhen wird bei Bedarf vollständig zur Raumheizung verwendet und nicht an die Umgebung abgeleitet.** Die Grundlast der Kälteerzeugung wird mit Absorptionskältemaschinen ausgeführt.

Durch das Zusammenführen vieler Maßnahmen der intelligenten Gebäude- und Technikseite ist ein Aushängeschild für nachhaltiges Bauen, für ein ökologisches und nachhaltiges Energiekonzept, für die Unterschreitung der EnEV um mind. 40%, für geringe Betriebskosten und für einen niedrigen Verbrauch bei hoher Behaglichkeit entstanden.

Dieses nachhaltige Energiekonzept wird mit folgenden Mitteln und technischen Einrichtungen erreicht:

- Verzicht auf eine Vollverglasung und Einsatz von opaken Bauelementen
- Kompakte Bauform und kleines A / V – Verhältnis
- Hoher Dämmstandard und Dreifachverglasung
- Microlamellen in der Verglasung, dadurch witterungsunabhängiger Sonnen- und Sichtschutz zur Tageslichtlenkung (Bürozonen)



Handelsimmobilien

Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 14 von 18

- Fernwärme aus Holzhackschnitzelwärmeerzeugung zum Heizen
- Nutzung der Abwärme aus Kälteerzeugung für Heizzwecke
- Reduzierung der Heizlast durch maschinelle Lüftung mit hocheffizienter Wärmerückgewinnung
- Kleinwärmepumpen zur Erzeugung des optimalen Temperaturniveaus für Mieter-Sonderausbauten (optional)
- Deckung der Grundlast des Kältebedarfs mit Absorptionskältemaschinen
- Regenwassernutzung
- Erzeugung des Warmwassers dezentral zur Minimierung von Auskühlverlusten
- Nachtauskühlung durch maschinelle Lüftung
- Einsatz von PCM-Materialien

Den Wettbewerb konnten wir gemeinsam mit dem niederländischen Projektentwickler **Ten Brinke** für uns entscheiden, eingereicht wird noch im Herbst diesen Jahres und der Baubeginn steht für Anfang des kommenden Jahres fest.

Revitalisierung: „Aussitzen“ ist die falsche Strategie

Jörg Zirlewagen, Partner und Geschäftsführer bei Drees & Sommer in München

Der Revitalisierungsbedarf in deutschen Shopping-Centern wird in den nächsten Jahren nach einer Studie von GMA und Sonae Sierra über Shopping-Center Revitalisierungen in Deutschland stark an Bedeutung gewinnen. Rund ein Drittel aller Center ist mehr als 30 Jahre alt und es gibt Schätzungen, wonach in den nächsten Jahren ca. 5,2 Mio. qm Fläche revitalisiert werden muss. Die notwendigen Maßnahmen reichen von kosmetischen Updates über einen Teilabriss bis hin zur Entkernung.



Der Handlungsbedarf resultiert einerseits daraus, dass ca. 70% des Gesamtbestandes an Shopping-Centern und Fachmarktzentren in Deutschland vor 2000 errichtet wurden und heute in die Jahre gekommen sind. Ein nicht unwesentlicher Teil dieser Immobilien wurde in Ostdeutschland im Laufe der 1990er-Jahre errichtet. Auf Grund unterlassener Sanierungen ist bei Shopping Malls ein **Instandhaltungsrückstau** festzustellen, der zu **baulichen Mängeln** und **Nutzungseinschränkungen** insbesondere im Bereich der **technischen Gebäudeausrüstung** führt.

Hinzu kommt, dass sich die Anforderungen an Handelsimmobilien durch **neue Verkaufskonzepte** und **Kundenbedürfnisse** in den vergangenen Jahrzehnten verändert haben. Das **Bewusstsein für Energieeffizienz und Energieverbrauch** führt gleichfalls zu höheren Gebäudeanforderungen. Der Revitalisierungsstau eines Centers kann nicht „ausgesessen“ werden. Denn durch das „Aussitzen“ wird ein **Teufelskreis** aus mangelnder Umsatzperformance, dem Auszug von Mietern, Leerständen, Mietausfällen und Wertverlust induziert.

Sobald die Entscheidung gefallen ist, das Center zu revitalisieren, ist eine Neupositionierung notwendig. **Denn es ist davon auszugehen, dass bei nachhaltiger Optimierung des Shopping-Center-Bestandes auch eine neue Positionierung des Produkts, eine neue Zieldefinition des künftigen Branchen- und Mietermix erfolgen muss.** Hinzu kommen ggf. eine Neupositionierung der Ankermieter, der Mall-Führung sowie des Clusterings von Shops. So werden z.B. in den zuletzt errichteten Centern **verstärkt Kultur- und Freizeitangebote offeriert** wie Kinderbetreuung, Ruhezeiten, Fitnessclubs oder eine Bücherei. Heute gehen Experten davon aus, dass alle 7 bis 12 Jahre

Unternehmens News

Galeria Kaskada in Stettin eröffnet

Das modernste und eleganteste Einkaufszentrum **Galeria Kaskada** im polnischen **Stettin** und in der Region Westpommern hat



Ende September in bester Innenstadtlage seine Pforten eröffnet. In der neuen Innenstadt-Attraktion präsentieren rund 140 Fachgeschäfte, Cafés, Restaurants und Servicebetriebe einen auf die Stadt zugeschnittenen Branchen- und Dienstleistungsmix. Das Center bietet auf 3 Etagen ca. 43 000 qm Mietfläche und bietet den Kunden rund 1 000 Parkplätze. Zusätzlich wird der europaweit tätige Betreiber „Pure“ auf rund 1 800 qm das größte Fitness-Studio Stettins eröffnen. Eigentümer des ca. 190-Mio.-Euro-Projekts ist der paneuropäische Immobilienfonds **„ECE European Prime Shopping Centre Fund“**. Die ECE betreibt auch das langfristige Management der Galeria Kaskada.

Deals

Bonn: Ein Wohn- und Geschäftshaus in der Kaiserstraße in Bonn hat einen neuen Eigentümer gefunden. Das Objekt hat 4 Gewerbeeinheiten (Büro und Handel) mit 630 qm und eine Wohneinheit.. Käufer ist eine GmbH & Co. KG. Verkäufer ist eine Eigentümergemeinschaft. **Engel & Völkers Commercial Bonn** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 15 von 18

Auszeichnungen

Köpfe des Jahres: Award für mfi-Chef Böning

Matthias Böning, Vorstandschef der mfi management für immobilien AG wurde von der Jury der Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft“ anlässlich der **Expo Real** in München zu einem der „Immobilien-Köpfe des Jahres 2011“ gewählt.



Den Award der Fachzeitschrift gibt es seit 8 Jahren. Eine Jury aus renommierten Immobilien-Journalisten wählte insgesamt 12 „Helden des Jahres“. In der Kategorie „Helden im Handel(n)“ erhielt Böning die Auszeichnung neben **Alain Caparos (Rewe), Rolf Elgeti (TAG Immobilien)** und **Ingrid Matthäus-Maier** (Kommission „Wohnen im Alter“). Die Jury honorierte, dass Böning den Essener Shopping-Center-Spezialisten in einer schwierigen Phase entscheidend voran gebracht habe. Die Beteiligung des **Perella Weinberg Fund** an mfi gehe auf sein Engagement zurück.

eine solche Neupositionierung erforderlich ist (vgl. Shopping Center Handbuch 2009). Gleichzeitig kann damit unter Berücksichtigung der Performance eine nachhaltige Gebäudesubstanz sichergestellt und einer Überalterung vorgebeugt werden.

Eine **nachhaltige Optimierung des Gebäudebestandes** muss sich daran messen lassen, inwieweit die Immobilie danach wieder erfolgreich ist. Im Revitalisierungsprozess steht dabei stets **die Gesamtstrategie des Bestandhalters** im Vordergrund. Dabei werden zu Beginn alle wichtigen Details des Gebäudes erfasst. Bei der Gebäudestruktur sind folgende Aufgaben zu berücksichtigen: Erfüllung gesetzlicher Auflagen, vor allem zum Brandschutz; Wiedergewinnung zeitgemäßer Funktionalitäten, i.d.R. im Bereich technische Gebäudeausrüstung bzw. zeitgemäßem Einsatz von Ressourcen; Flächen- und/oder Gebäudestrukturoptimierung d.h. Erhöhung der vermietbaren Fläche bzw. Steigerung der Mieterträge



Foto: indigo Studio für Werbefotografie

Revitalisierungsobjekt Gerngross-Center

Dabei ist zu beachten, dass je nach Eingriffstiefe die Shopping-Center bei Revitalisierungen den Bestandsschutz verlieren und neben den notwendigen Genehmigungsprozessen die entsprechend gültigen **Energieeinsparverordnungen** einzuhalten sind. Generell ist davon auszugehen,

dass sich die Anforderungen an Bestandsbauten bzgl. ihrer Nachhaltigkeit und ihres Energieverbrauchs weiter verschärfen werden. Die Einleitung entsprechender Gesetzesverfahren wurde bei der **EU** bereits angestoßen.

Die Kosten sind von der Eingriffstiefe abhängig

Je nach Umfang der Maßnahmen schwanken die Investitionen zwischen 300 und 2 000 Euro je qm Mietfläche. **Wesentlicher Kostentreiber sind natürlich die Eingriffstiefe** in die bestehende Bausubstanz, in die technischen Installationen und insbesondere die Auflagen für den Brandschutz und andere Genehmigungen. Durch den Einsatz moderner und energieeffizienter **TGA-Konzepte** lässt sich bei Revitalisierungen natürlich viel Energie sparen. Eine nachhaltige Optimierung des Bestandes, die den Energieverbrauch reduzieren kann, beinhaltet z.B.:

- Die Anpassung der Gebäudehülle an den aktuellen Stand der Technik; durch hochgradig wärmedämmendes verglastes Material, um den Hitzeeintrag zu verringern oder durch Verschattung von großen Glasflächen mit Folien/Lamellen
- Den Einsatz von Energiesparleuchten und/oder LED-Beleuchtungen
- Schaltkreismanagement der beleuchteten Areale
- Vollständig programmierbare Gebäude-Management-Systeme, z. B. für Spitzenleistungsüberwachung
- bedarfsgeführte, raumluftechnische Anlagen
- Einsatz alternativer Energien: Geothermie, Regenwassernutzung, Solarpaneele
- Wärmerückgewinnungssysteme z. B. bei der Abluft der Kühlanlagen

Werden Heizungs- und Lüftungssysteme nachhaltig ausgelegt, können **Einsparungen von 20 bis 70%** erzielt werden. Durch Simulationen und Berechnungen kann das Einsparpotenzial für die einzelnen Varianten bereits in der Planungsphase ermittelt und als Grundlage für Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen herangezogen werden. Die **Zertifizierungen von Shopping-Centern** in den vergangenen Jahren deuten darauf hin, dass diese Optimierung der Umweltverträglichkeit und der Nachhaltigkeit auch bei Han-

Deals

Berlin: Die **Deka Immobilien GmbH** hat 2 weitere Teile des Gebäudeensembles „Friedrich Carré“ in Berlin für rund 53 Mio. Euro gekauft. Die Objekte werden in den Offenen Immobilien-Publikumsfonds **Deka Immobilien-Europa** eingebracht. Insgesamt besteht das „Friedrich Carré“ aus 7 Gebäuden, von denen sich seit Anfang des Jahres 2011 bereits 4 im Eigentum der Deka Immobilien befinden.



Handelsimmobilien Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 16 von 18

Unternehmens
News

delsimmobilien eine wachsende Rolle spielen werden – analog zu den Entwicklungen im Bürobereich. Der schonende Umgang mit Ressourcen und der Einsatz von regenerativen Energien und Materialien sind nicht nur von ökologischem Nutzen. Eine nachhaltige Revitalisierung wird zudem den **Immobilienwert sichern** bzw. das Wertänderungsrisiko und die Kosten künftiger Nachrüstungen minimieren. Zudem erhöht sich in Verbindung mit entsprechenden Zertifizierungen auch die Fungibilität einer Handelsimmobilie. Der Ansatzpunkt zur Revitalisierung und die Eingriffstiefe sind also stets **unter ökonomischen, ökologischen, und sozialen Gesichtspunkten** abzuwägen.

Studie: Viele Center gehen an den Kundenwünschen vorbei

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Zahlen sprechen für sich: Auch nach Ende des 3. Quartals liegen Einzelhandelsimmobilien mit 8,37 Mrd. Euro (CB Richard Ellis) oder knapp 50% des Transaktionsvolumens mit Gewerbeimmobilien ganz oben auf der Liste der Investoren. Shopping-Center sind dabei die beliebteste und größte Anlage-Gruppe - auch bei Investoren, die keine Spezialisten für Handelsimmobilien sind. Doch Shopping-Center sind komplexe Spezialimmobilien und es erfordert viel Know-how, die richtigen Objekte auszuwählen und bestehende Center für den Kunden attraktiv zu halten.

Der Shopping-Center-Spezialist **Sonae Sierra** hat in Zusammenarbeit mit der **Gesellschaft für Markt und Absatzforschung (GMA)** anhand bestehender, sanierungsbedürftiger Objekte die **Kriterien für erfolgreiche Einkaufszentren** herausgearbeitet und in einer Studie zusammengetragen. Sie ergänzt damit andere



Positivbeispiel Loop5

Foto: Sonae Sierra

Untersuchungen, die sich dem Thema vor allem mit Blick auf die „richtige“ resp. „erfolgsversprechende“ Größe eines Centers nähern. In der kontroversen Diskussion um Stadtentwicklung und innerstädtische Verträglichkeit von Shopping-Centern nimmt vor allem die Diskussion über **die verträgliche Größe** großen Raum ein.

Sonae Sierra und GMA haben sich dem Thema unter dem Aspekt

der Revitalisierung genähert und anhand von **renovierungsbedürftigen Zentren** einen Katalog erstellt, in dem die **beeinflussbaren** und **weniger beeinflussbaren Erfolgskriterien** zusammengetragen wurden: als „Center-Erfolgs-Check“ und Handwerkskasten für die Identifizierung von Problemen, aber auch für die Aufdeckung bestehender Potenziale. Dabei wurden die Center nach den 4 Kategorien „**Marktumfeld**“, „**Standort**“, „**Größe**“ sowie „**Management**“ untersucht, die auf 12 Kriterien herunter gebrochen wurden: In die **vom Betreiber weniger beeinflussbaren Kriterien** wie die **demographische Struktur der Anwohner**, den **Wettbewerb** und das **Einzugsgebiet** des Centers.

Zu den **bedingt beeinflussbaren Erfolgskriterien** zählt **Raimund Ellrott, Mitglied des Management Board der GMA**, den **Mikrostandort** des Centers, die **Verkehrsanbindung**, die **Größe** und die **Zahl der Stockwerke**, die nicht ohne Weiteres verändert werden können. Direkt beeinflussbar sind laut **Stephan Austrup, Manager New Business bei Sierra Developments Germany**, die Erfolgskriterien **Center-Layout/baulich funktionales Konzept**, der **bauliche Zustand** des Centers, der **Branchen- und Mieter-Mix**, die **Betreiber-Qualität** sowie der **Marken- und Internet-Auftritt**.

Treveria verlängert CBMS-Darlehen

Treveria konnte die Verlängerung des **Silo E-CBMS-Darlehen** (mit dem Servicer Hatfield Philips) um bis zu 3 Jahre erreichen. Die Prolongation umfasst einen ersten Zeitraum von 12 Monaten; weitere zweimal 12 Monate schließen sich an, wenn bestimmte Darlehensziele, Kredit-Covenants und weitere Bedingungen eingehalten werden. Die Darlehensverlängerung und ihre Bedingungen unterstützt nach Angaben des Unternehmens die Treveria-Strategie zur **Reduzierung der Verschuldungsquote** durch **Revitalisierungen** und **selektive Verkäufe**. Ziel bleibt weiterhin, das loan-to-value-Verhältnis 2014 auf 65% zu verringern. Mit der Prolongation drückt der Servicer Hatfield Philips seine Unterstützung für das „active asset management“ von Treveria aus. Laut **Bernhard Fuhrmann, CEO der Treveria Asset Management GmbH**, bringt die Prolongation des Silo E-Darlehens das Unternehmen ein entscheidendes Stück weiter, die Kapitalstruktur von Treveria zu stabilisieren.

Deals

Augsburg: Der Schuhfilialist **Osco** aus Berlin mietete rund 200 qm Einzelhandelsfläche in der Augsburger City über die Münchener Retail-Berater von **BNP Paribas Real Estate**. Das Schuhhandelsunternehmen wird den Store in der Maximilianstraße 6 im Dezember eröffnen. Eigentümerin ist die **Aachener Grundvermögen** aus Köln. Osco betreibt 30 Filialen.



Handelsimmobilien

Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 17 von 18

Auszeichnungen

Unter den Aspekten „Marktumfeld“ und „Management“ haben Sonae Sierra/GMA 199 Center und unter den Aspekten „Standort“ und „Objekt“ 110 Center aller Größen untersucht. Mit Hilfe des Analysetools sei es erstmals möglich, alle bestehenden Einkaufszentren – GMA rechnet dazu 420 Center ab 10 000 qm – auf ihr künftiges Wertschöpfungs- und Entwicklungspotenzial hin zu untersuchen, so Ellrott.

Genauso wie etwa **GfK Geomarketing** und die Unternehmensberatung **Lademann & Partner** kommen auch Sonae Sierra/GMA zu dem Ergebnis, dass die **mangelnde kritische Größe** und die **geringe Vielfalt** oft Ursachen für schwächelnde Shopping-Center sind. Einkaufszentren mit weniger als 60 Läden tun sich laut Ellrott schwer. Erstaunlich ist aus Austrups Sicht, dass ein großer Teil der Center **kein wahrnehmbares Center-Management** haben. Das gelte vor allem für die kleineren Center mit Fachmarkt-Charakter. Und auch die **Mängel beim Marken- und Internet-Auftritt** mancher Center haben die Experten mit Erstaunen zur Kenntnis genommen. Es sei für manche Center „5 vor 12 Uhr“, ist Ellrott überzeugt, und wenn nicht rechtzeitig gegen gesteuert werde, dann könnten manche vom Markt verschwinden.

Oft ist die Lage des Centers ungünstig oder schlecht

Weitere Ergebnisse der Studie: Über die Hälfte der revitalisierungsbedürftigen Shopping-Center hat **kein überzeugendes Konzept**, ein großer Teil hat eine **ungünstige** oder gar **schlechte Lage** und kann **nicht von der Frequenz des benachbarten Bestandseinzelhandel profitieren**. Hier kann laut Studie „nur bedingt und dann mit sehr hohem Mittelaufwand“ korrigierend eingegriffen werden.

Bei vielen der kleinen und mittelgroßen Einkaufszentren konstatierten die Forscher **Mängel am „baulich-funktionalen Konzept“**, die einher gehen mit Durchflutungsproblemen und Leerständen. Auch die **Auswahl der Ankermieter** sei bei vielen nicht überzeugend genauso wie die **mangelnde Breite und Tiefe des Sortiments**, die viele Kundenwünsche offen ließen. „Nicht einmal 10 der untersuchten Center erfüllen die Erwartungen der Kunden an einen breiten und tiefen Mietermix in einem Shopping-Center“, lautet das ernüchternde Urteil.

Gute Nahversorgung sichert die Wohnqualität auf dem Land

Dipl.-Geogr. Markus Wotruba, Leiter Standortforschung bei der BBE Handelsberatung, München

Die Wohnqualität im ländlichen Raum ist auch abhängig von der Möglichkeit, sich vor Ort mit den Waren des täglichen Bedarfs zu versorgen. Damit wirkt sich ein attraktives Einzelhandelsangebot auch positiv auf den Wert der Wohnimmobilien aus.



Häufig bestehen - gerade in kleineren Gemeinden - Schwierigkeiten, die Nahversorgung, also die Versorgung mit Lebensmitteln, Drogeriewaren, Medikamenten und anderen Waren des täglichen Bedarfs, aufrecht zu erhalten. Dies liegt zum einen daran, dass filialisierte Betriebstypen wie **Supermärkte** und **Discounter** eine gewisse Mindesteinwohnerzahl benötigen, um wirtschaftlich arbeiten zu können.

Zum anderen sind die **traditionellen Strukturen**, also die Tante-Emma-Läden oder SB-Läden (**nah&gut, nahkauf**), mit dem Wechsel des Betreibers (Kaufmann) in den Ruhestand meist nicht mehr verfügbar. Die **Nachfolgersuche** gestaltet sich oft problematisch, da der Betrieb eines solchen Ladens für den Nachwuchs nicht gerade zu den interessantesten Berufsfeldern gehört.

Die **Landesplanung** bemüht sich durch **eine Anpassung der Genehmigungsvoraussetzungen** einerseits und **eine restriktive Haltung** andererseits, die Nahversorgung zu sichern. So erlaubt **Bayern** seit Anfang 2011 ein Überschreiten der Grenze von 800 qm

DGNB-Gold für die Pasing Arcaden

Die **Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges**



Bauen (DGNB) hat die **Pasing Arcaden** der **mfi AG** bei der Expo Real mit dem Zertifikat in Gold prämiert. Nach den Worten von **Thomas Kleist** von der DGNB wurde das multifunktionale Einkaufszentrum, das vor einem Jahr bereits in Gold vorzertifiziert worden war, auch bei der Realisierung allen Nachhaltigkeitskriterien in vorbildlicher Art und Weise gerecht.

Deals

Leipzig: Die **Centrum Hainspitze GmbH** hat das letzte große Grundstück an der Hainstraße 21-29 in der Leipziger Innenstadt gekauft. Verkäufer des 4 515 qm großen Areals, auf dem sich noch 2 Flachbauten befinden, ist ein Konsortium aus der **BHF Immobilien GmbH** und 2 privaten Parteien. Das Investment-Team von **Comfort Berlin-Leipzig** vermittelte. Das Grundstück befindet sich zwischen dem ÖPNV-Knotenpunkt Tröndlingring und dem Marktplatz, an dem eine Station des 2013 in Betrieb gehenden City-Tunnels geplant ist. Unmittelbar gegenüber entsteht derzeit das neue Shopping-Center „Höfe am Brühl“, das mit Mietern wie Media Markt, Müller Drogerie und New Yorker das erhebliche Entwicklungspotenzial des attraktiven Standortes unterstreicht.



Handelsimmobilien

Report Nr. 106

VOM 14.10.11

Cities & Center & Developments

Seite 18 von 18

Deals

Frankfurt/M.: Für das Projekt **The Sqaire** am Frankfurter Flughafen konnte die bestehende Finanzierung in unveränderter Höhe und mit den bisherigen Konsortialbanken um über 2 Jahre bis 2013 verbindlich verlängert werden. Die Laufzeit der Finanzierung wurde an der geplanten Exit-Strategie für The Sqaire ausgerichtet. Die **IVG** beabsichtigt, diese außergewöhnliche 660 m lange Landmark-Immobilie mit rd. 140 000 qm vermietbarer Büro-, Hotel- und Einzelhandelsfläche, nach Vollvermietung im Jahr 2013 zu vermarkten. Das Finanzierungsvolumen und der Loan-to-Value bei Fertigstellung bleiben unverändert bei 500 Mio. Euro bzw. rd. 62%.

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,
Repkestr. 5,
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert

Aufsichtsrat: Senator E.h.
Volker Hardegen (Vorsitz).

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

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

Verkaufsfläche in Gemeinden, die im vom **Landesentwicklungsprogramm** ausgewiesenen ländlichen Raum liegen, sofern es sich beim Planvorhaben um einen Supermarkt handelt. 1 200 qm sind nun erlaubt. Das hat freilich nicht dazu geführt, dass die Interessenten Schlange stehen. Nach wie vor muss das **Bevölkerungspotenzial** aus Sicht des Betreibers ausreichen, um eine Neueröffnung attraktiv zu machen. Andernorts beschränkt die Landesplanung die Verkaufsflächen, damit große Märkte in einem Ort den umliegenden kleinen Gemeinden nicht das Wasser abgraben.

Soziales und bürgerschaftliches Engagement gefragt

Dort, wo sich mangels Bevölkerungspotenzial kein Filialist findet und die Versorgung insgesamt gefährdet ist, greifen **alternative Nahversorgungskonzepte**, die oft gestützt werden durch **Engagement sozialer Initiativen** oder **ehrenamtliche Tätigkeit** der Bürger. Unterstützung kommt häufig von der Gemeinde, die beispielsweise die Ladenflächen zur Verfügung stellt. Während bei **sozialen Trägern** in der Regel die Beschäftigung benachteiligter Arbeitnehmer im Vordergrund steht, ist bei den **bürgerschaftlich und kommunal organisierten Projekten** meist der Erhalt des Wohnwertes und der Versorgung die treibende Kraft. Beim erfolgreichen Projekt „MarktTreff“ (Foto: BBE) in Schleswig-Holstein (http://www.markttreff-sh.de) besteht eine besonders umfangreiche Kooperation



Foto: BBE

tion verschiedenster Akteure, angefangen bei der **Landesregierung**, über verschiedene **Medienpartner** bis hin zu verschiedensten **Verbänden** und **Vereinen**.

Dorfläden: Zwischen Nahversorgung und sozialem Treffpunkt

Diese kleinen Lebensmittelläden werden als „Dorfläden“ bezeichnet. Neben der Versorgung mit Lebensmitteln dienen sie außerdem als **sozialer Treffpunkt** aber auch als **Anbieter diverser Dienstleistungen**, wie z.B. Postdiensten oder Lotto-Aannahmestellen. Damit haben die Konzepte meist einen hybriden Charakter. Der Innovation in Form von zusätzlichen Dienstleistungen sind kaum Grenzen gesetzt. Bereits umgesetzt - aber noch ausbaufähig - ist die **Integration medizinischer Dienstleistungen** durch eine Kombination aus Fachpersonal und Telemedizin.

Die „**DORV**“-Initiative in **Nordrhein-Westfalen** setzt explizit auf den Aufbau von Zentren „mit Lebensmitteln des täglichen Bedarfs (...), die mit **Dienstleistungen und bürgernahen sozialen Bereichen gekoppelt**“ werden (vgl. www.dorv.de).

Die Eigentümer von Wohnimmobilien sind im eigenen Interesse aufgerufen, sich bei entsprechenden Konzepten im Rahmen ihrer Möglichkeiten zu engagieren. Schließlich profitieren sie in einem erheblichem Maße von den positiven Begleiterscheinungen einer funktionierenden Nahversorgung vor Ort – ob als Bewohner oder als Vermieter.

Der **Verband Wohneigentum Siedlerbund Schleswig-Holstein** ist nicht umsonst einer der Kooperationspartner beim Projekt „MarktTreff“ in seinem Bundesland. Dorfladen-Konzepte lassen sich nachweislich kostendeckend betreiben. Sie sind ein wichtiger Baustein für die Versorgung im ländlichen Raum und werden in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen.