



Kaufhäuser als erweitertes Wohnzimmer

Käufer und Handel entwickeln sich weiter – also muss auch die Handelsimmobilie mitziehen. Sie ist heute mehr als nur ein Warenhaus, sie ist Treffpunkt, Erlebniswelt und muss in puncto Nachhaltigkeit die höchsten Standards erfüllen.

Autorin: Christina Grieser

Eine Branche ist im Umbruch. Das hat nicht nur etwas mit Covid-19 zu tun, auch zuvor ließen sich Veränderungen im Konsumverhalten beobachten, die den Handel zum Umdenken zwingen. Das betrifft sowohl die Digitalisierung als auch die Themen Nachhaltigkeit und Erleben. Darauf müssen sowohl Händler als auch Immobilien reagieren.

Stationäre Erlebniswelt

Beim Einkaufen geht es schon länger nicht mehr darum, schnell einen Bedarf zu decken, vielmehr wird der Handel zu einem Hotspot des gesellschaftlichen Treibens. „Das Kaufhaus hat sich von einem funktionalen Ort zu einem emotionalen Ort gewandelt. Einkaufen ist dabei eine Tätigkeit, mit der man gerne seine Freizeit verbringt, deshalb werden Kaufhäuser zu Freizeitorten – wie erweiterte Wohnzimmer, in denen man auch einkaufen kann“, sagt dazu Erich Bernard, Gründer BWM Architekten. Mit dieser Einschätzung steht er in der Immobilienwelt nicht alleine da. Christoph M. Achammer, CEO ATP architekten ingenieure, erzählt im CASH-Interview (auf Seite 39f) von der Schaffung eines Mehrwerts für das Leben. „Wenn ich drei Stunden Zeit habe, möchte ich nicht nur einen Bedarf mit möglichst wenig Aufwand decken. Das kann ich auch online machen. Ich möchte Freunde treffen, etwas essen, mich in einem schönen Ambiente bewegen, wo ich im Fall auch etwas kaufen kann.“ Der Erlebnisfaktor ist damit ganz klar der Vorteil des stationäre Handels gegenüber dem Onlinehandel. Kaufhäuser sind Freizeitorte, die Gastronomie, Entertainment und Einkaufen vereinen – das bedeutet mehr

Aufenthaltsqualität, mehr Unterhaltungsqualität und mehr Cross-Selling.

Ein gutes Gebäude ist ein nachhaltiges Gebäude

Ein Thema, um das keine Branche mehr herumkommen wird, ist die Nachhaltigkeit. Sogenannte Green Buildings werden mehr und mehr auch von der Politik vorangetrieben. Aktuelles Beispiel ist dabei der Green Deal der EU, mit dem Ziel bis 2050 klimaneutral zu werden. Wenn man bedenkt, dass rund 40 Prozent des gesamten Energieverbrauchs durch Gebäude verursacht wird, hat das vor allem für diesen Sektor massive Konsequenzen. Zahlreiche Sanierungsarbeiten sowie neue Standards im Bereich der Energieeffizienz werden auf die Branche zukommen.

Eine Stimme für die Handelsimmobilie

Um die Interessen der Handelsimmobilienwirtschaft in diesem Sinne zu vertreten, wurde im Oktober das European Council of Shopping Places, kurz ECSP, in Brüssel ins Leben gerufen. Damit erhält die Branche eine europäische Stimme, die Orte für den Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung kreiert, mitgestaltet, finanziert, entwickelt, baut und instand hält und damit das gesellschaftliche Leben maßgeblich mitgestaltet. „Die Handelsimmobilienwirtschaft benötigt eine einheitliche und vereinende Stimme“, sagt Vorstandsvorsitzender des ECSP Peter Wilhelm. „Jetzt, wo sich der Blick in die Zukunft und auf eine wirtschaftliche Erholung richtet, wollen wir Werte und Ziele dieses dynamischen Sektors hervorheben, der so viel zur europäischen Gesellschaft beiträgt.“