

DIE IMMOBILIE 2-18

Das Magazin für Kunden und Partner der Hahn Gruppe

DIE WIRTSCHAFT.

Die Weltwirtschaft wird durch Handelskonflikte belastet. Muss Deutschland umdenken?

DAS TITELTHEMA.

Der HAHN Retail Real Estate Report bietet Orientierung für erfolgreiche Investments.

DER EINBLICK.

Jörg Thomsen stellt das institutionelle Fondsgeschäft der Hahn Gruppe und seine Aufgaben vor.

13
. AUSGABE

RETAIL REAL ESTATE REPORT
GERMANY 2018 / 2019

MULTZENTRUM

REWE
CENTER



DER INHALT.

Impressum

Herausgeber: Hahn Gruppe
Anschrift: Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: 02204 9490-0
Telefax: 02204 9490-119
E-Mail: info@hahnag.de
Internet: www.hahnag.de



**13. HAHN RETAIL
REAL ESTATE REPORT.**
Marktbericht zum Einzelhandel und
Handelsimmobilien-Investmentmarkt.

DAS EDITORIAL

Der Handel setzt auf Wachstum und Innovation. Seite 3

DIE WIRTSCHAFT

Neue Blicke braucht das Land.
Muss der Exportweltmeister Deutschland umdenken? Seite 4

DER MARKT

Dem Leben so nah.
Multifunktionale Nutzungskonzepte bieten viele Vorteile. Seite 6

DAS TITELTHEMA

13. HAHN Retail Real Estate Report 2018/2019.
Marktbericht zum Einzelhandel und Handelsimmobilien-Investmentmarkt. Seite 8

DIE PARTNER

Einmal hin, alles drin.
Die Supermarktkette real blickt positiv in die Zukunft. Seite 12

DER EINBLICK

Spezialfonds für Spezialisten von Spezialisten.
Der institutionelle Bereich der Hahn Gruppe. Seite 13

DER RAHMEN

Baukindergeld und Mietpreisbremse.
Womit müssen Familien und Mieter jetzt rechnen? Seite 14

DIE NEUIGKEITEN

Positive Aussichten.
Neuakquisition, Flächenausbau, Fondsplatzierung und Strategie
der Markenhersteller. Seite 15

DAS PORTRÄT

Der Rat der Immobilienweisen.
Gebündelte Expertise für den Markt. Seite 16

DIE FONDS

Konservative Konzeption.
Ein Qualitätsansatz, der Anleger überzeugt. Seite 18

DIE FAKTEN

Wussten Sie eigentlich, dass ... Seite 19

DER HANDEL SETZT AUF WACHSTUM UND INNOVATION.

Liebe Leserinnen und Leser,

unser Titelthema beschäftigt sich ausführlich mit der Vorstellung des neuen Marktberichts HAHN Retail Real Estate Report, der in Zusammenarbeit mit unseren Research-Partnern CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute entstanden ist. Auf 146 Seiten zeichnen wir dort ein detailliertes Bild der Entwicklungen im deutschen Einzelhandel und dem Investmentmarkt für Handelsimmobilien. Ergänzt werden die Analysen durch Befragungen von bedeutenden Immobilieninvestoren sowie Expansionsentscheidern der größten deutschen Einzelhandelsunternehmen.

Die Ergebnisse stimmen sehr zuversichtlich: Der stationäre Einzelhandel in Deutschland hat ein gutes Geschäftsjahr hinter sich und befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs. Die Branche gibt sich optimistisch sowie innovationsstark, und sie investiert in die Zukunft. Allen voran der deutsche Lebensmitteleinzelhandel, dessen Vertreter auch auf ausländischen Märkten zunehmend erfolgreich agieren. Die vielversprechende Erkenntnis lautet, dass der physische Einzelhandel seine Kunden mit Einkaufsatmosphäre, Komfort und digitalen Services zu begeistern weiß. Lesen Sie mehr dazu ab Seite 8.

Ein gutes Beispiel für die Innovationsstärke des deutschen Einzelhandels finden Sie zudem in unserem Beitrag „Dem Leben so nah“, der sich ab Seite 6 mit der flexiblen Nutzung der modernen Innenstadtimmobilie auseinandersetzt. Der Trend, Einzelhandel, Wohnen und Büro in einer Immobilie abzubilden, hat nicht zuletzt durch die Ankündigungen von ALDI und LIDL, einige ihrer Standorte entsprechend mit alternativen Nutzungsarten auszubauen, an Bedeutung gewonnen.

Ab Seite 12 erfahren Sie, was sich bei einem anderen großen Lebensmitteleinzelhändler, der Metro-Tochter real, so tut. Der Leiter des Wittener real-Markts berichtet aus erster Hand über die Erfolgsfaktoren an seinem Standort. Das ist auch die ideale Überleitung zu unserem aktuellen Pluswertfonds 172, der in Witten investiert. Auf Seite 18 berichten wir über die Eckdaten des Investments, das sich bereits seit Anfang August in der Platzierung befindet.

Wir wünschen Ihnen einen erfolgreichen Jahresausklang und viel Spaß bei der Lektüre!

Ihr Michael Hahn
Mitglied des Vorstands



NEUE BLICKE BRAUCHT DAS LAND.

Muss der Exportweltmeister Deutschland umdenken?



Ruhen sich die Deutschen auf ihren Export-Lorbeeren aus?

Die Welt ist im Umbruch. Vieles scheint nicht mehr so, wie es war. Regeln, Vereinbarungen und Gewohntes werden infrage gestellt. Dazu kommt ein sich anbahnender Handelsstreit. Und plötzlich braucht es mehr von Ländern, Politikern und Wirtschaft als der Blick zurück auf Altbewährtes. Das gilt auch für den Exportweltmeister Deutschland.

Trump sagt es wenig charmant, Christine Lagarde vom Internationalen Währungsfonds nachdrücklich und die Partner der EU mehr oder weniger dezent: Wir exportieren zu viel. Oder anders, unser Leistungsbilanzüberschuss von 8 Prozent des Bruttoinlandproduktes macht uns zur Nummer 1 der Welt im Verhältnis von Export zu Import. Jetzt könnte man sich fragen: Was können wir dafür, dass alle unsere guten Produkte kaufen möchten? Da ist sicherlich ein Körnchen Wahrheit dran, tatsächlich aber wäre dieser Blick auf die Dinge ein wenig zu einfach.

■ Festhalten gilt nicht mehr.

Wirtschaftswissenschaftler bringen es auf den Punkt. Wir Deutschen konsumieren zu wenig und sparen zu viel. Deutsche Unternehmen investieren zu wenig und wenn, dann eher im Ausland. Und die Politik hält ängstlich fest an Altbewährtem, ohne mutig zukunftssträchtige, wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu definieren und sie auch entsprechend zu budgetieren.

Was wir sehen, ist eine bunte Mischung aus kultureller Prägung, politischer Starre, mangelnden zukunftsorientierten Rahmenbedingungen und fehlenden Visionen und Strategien. Wir befinden uns in einer Hängepartie, auch wenn die Bilanzen es noch nicht zeigen. Unternehmer kennen das, es sind die kritischen Phasen am Scheideweg geplanten Zukunftserfolgs. Wenn hier die Weichen zu spät gestellt werden, kann man leicht aufs Abstellgleis geraten. Und so ruhen wir uns aus auf unseren Export-Lorbeerblättern und sitzen den internationalen Druck auf eine Verhaltensänderung erst einmal aus. Ob das aber auf Dauer gut geht, steht in den Handelsternen.



Zeit für neues Denken.

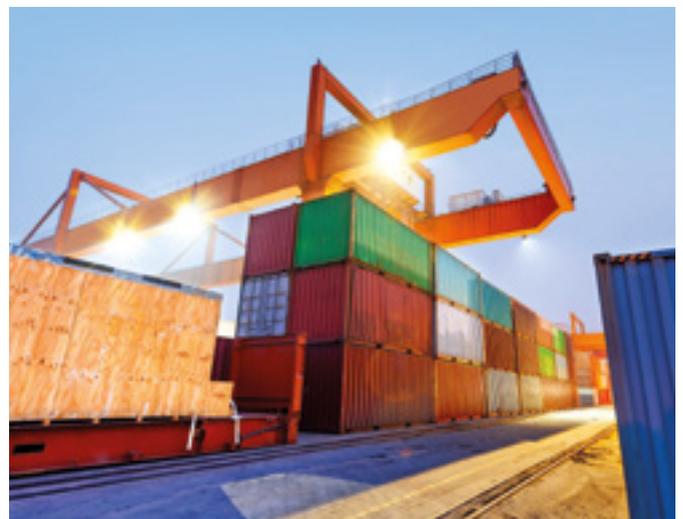
Noch bewirft man sich auf internationalem Parkett mit Scheindiskussionen um Zahlenspiele und Begriffsdefinitionen, um aufzuzeigen, dass die Defizite gar nicht so groß sind wie kritisiert. Der eine beziehe sich nur auf den Warenhandel und klammere dabei die Dienstleistungen aus und sei deswegen altmodisch, der andere unterschlage die Vermögensanlagen, und was sei denn überhaupt mit den Gewinnen, die ausländische Tochtergesellschaften aus Deutschland wieder zurück in ihre Heimatländer überwiesen ... Man kann nicht umhin, sich zu wünschen, das Gegeneinander-Aufrechnen würde eingestellt, um der echten Debatte Raum zu geben. Einer, die die Probleme adressiert und die Lösungen schafft. Stellt man sich die weiteren Möglichkeiten des ausufernden Handelsstreits vor, durchaus eine Option. Denn restriktiver Protektionismus, das zeigt die Historie, produziert nur Verlierer.

Der Teufel steckt im Detail. Wie immer.

Fragt man Unternehmen, warum sie denn in Deutschland unterdurchschnittlich investieren, so zeigt eine Umfrage des IW, dass mehr als 50 Prozent die Bürokratie mit ihren Kosten dafür verantwortlich machen. Und weitere 45 Prozent den Fachkräftemangel ins Feld führen. Warum in Anlagen investieren, wenn man niemanden findet, der sie bedient? Und so fordern nicht wenige Experten, dass der Staat endlich in Bildung, aber auch in Infrastruktur investiert. Vernünftige Schulen für Kinder, schnelles Internet, Bauflächen für attraktiven und bezahlbaren Wohnraum. Dazu kommt – ebenfalls endlich – eine Digitalisierungsoffensive, die Bürokratieabbau möglich macht.

Mit dem Finger auf andere zu zeigen, ist natürlich immer recht einfach. Darum gehen die Forderungen auch in Richtung der Unternehmen selbst. Denn wenn Menschen für ihre Arbeit nicht genug verdienen, wie sollen sie dann konsumieren? Da reicht der Quartalshorizont auf den Shareholder Value nicht aus, um langfristige Binnenmarktexpansion zum eigenen Vorteil zu entdecken.

Natürlich ist es ein komplexer Sachverhalt: Infrastruktur, Bildung, Wohnraum, Löhne ... Wenn jedoch das Ziel definiert ist und daraus ein passender Fächer von Maßnahmen abgeleitet wird, dann funktioniert das Zusammenspiel aller Instrumente. Und ja, es stecken so viele Chancen in dem Weg, den Inlandskonsum zu stärken, sich auf mehr Beine zu stellen, staatliche wie private Investitionen anzukurbeln. Wirtschaftliche wie psychologische, denn es gibt Auftrieb, Mut und weniger Ängste oder Unsicherheit. Was unweigerlich zu mehr Konsum führt. Nicht wenige Investoren haben diese Entwicklung inzwischen für sich entdeckt, und es ist kein Geheimtipp mehr, bewusst auf Assets zu setzen, die diese Zukunft in sich tragen. Deutsche Handelsimmobilien sind da ein gutes Beispiel.



Wirtschaftswissenschaftler attestieren: Die Deutschen konsumieren zu wenig.

DEM LEBEN SO NAH.

Multifunktionale Nutzungskonzepte bieten viele Vorteile.



Menschen suchen bezahlbaren Wohnraum, Städten fehlen Flächen zum Bauen, und Supermärkte dürfen sich mit ihrer eingeschossigen Bauweise und ihren großen Parkplätzen schon lange nicht mehr so ausbreiten, wie sie es gerne täten. Was liegt da näher, als neue Wege einzuschlagen, die all diese Bedürfnisse in neuen Konzepten zusammenbringen?

Und ja, das geht tatsächlich. Von Aldi über Lidl bis Ikea ist der deutsche Einzelhandel dabei, sich neu zu erfinden. Angeschoben von der Politik, die von München bis Berlin zu sogenannten Supermarktgifeln einlädt, um das zu diskutieren, was ihnen unter den Fingernägeln brennt: die Schaffung von bezahlbarem Wohnraum. Heraus kommt eine Win-win-Lösung, die nicht nur allseits zufriedene Gesichter produziert, sondern gleichzeitig neue Kooperationsmodelle entstehen lässt.

Das Zauberwort heißt Nachverdichtung.

Das Wort selbst lenkt den Blick schon auf den Kern der Sache. Es wird etwas verdichtet, was es schon gibt. Also z. B. ein Supermarkt mit einem Flachdach. Mit ausgeklügelter Statik und kreativer Architektenleistung entsteht nun über diesem Flachdach ein Überbau mit Wohnungen, Arztpraxen, Büros oder Kitas. Und plötzlich wird aus totem Raum ein eigener kleiner Planet voller Leben. Das „Win“ für die Händler besteht in der Erlaubnis, sich in guter Innenstadtlage zu präsentieren, eine Flächenerweiterung durchsetzen zu können, die ansonsten heute nicht mehr genehmigt würde, und dazu noch neue Kundenpotenziale zu erschließen und sie auf schlaue Art auch an sich zu binden. Das „Win“ der Städte liegt in einer effizienteren Wohnraumnutzung, in einem beeindruckenden Flächengewinn, einer Belebung der Innenstädte und einer zunehmenden sozialen Kontrolle durch neue Nachbarschaften. Dazu kommt auch eine verkehrspolitische Betrachtung, denn die immer weitere Ausfransung in Randlagen führt zu immer höheren Mobilitätsströmen. Bei all den Diskussionen um Emissionen nicht unbedingt ein Traumszenario. Das „Win“ der Bevölkerung liegt einfach in bedeutend mehr Wohnraum in attraktiven Lagen. Und da die Städte in ihren Verhandlungen auf prozentuale Anteile an sozialem Wohnungsbau achten, auch noch bezahlbar.



Durch die Nachverdichtung bereits bestehender Strukturen profitieren alle Seiten: Händler, Städte und Bevölkerung. Image Credit: ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG

Funktionale Trennungen in Städten sind überholt.

Wie so vieles in heutigen Zeiten ändert sich auch der Blick auf die Nutzung von Raum. Man spricht von multifunktionalen Nutzungskonzepten. Und wie angenehm, mitten in der Stadt zu wohnen, der Supermarkt womöglich im Haus, wo die Waren einfach mit dem Aufzug in das eigene Stockwerk reisen, dazu die Kita und der Arzt in Sprungweite. Wie erste Projekte z. B. von Aldi und Lidl in Deutschland zeigen, muss das in keiner Weise bedeuten, dass auf einfache Supermärkte Wohnklötze gesetzt werden. Im Gegenteil. Zum Image der Discounter gehört Kreativität und eine attraktive Umgebung mit Grünflächen, kleinen Parks und Innenhöfen oder Spielplätzen ganz oben auf dem Dach.

Das Potenzial ist riesig.

Aktuelle Berechnungen sprechen von bis zu 1 Million Wohnungen, die so in Deutschland nur in Kombination mit Supermärkten neu entstehen könnten. Nimmt man z. B. die Zentren der 70 größten deutschen Städte, dann gibt es dort zurzeit etwa 11.000 Supermärkte. Etwa 3.700 davon erfüllten die Kriterien, die ein aufstockender Wohnungsbau braucht. Das muss aber nicht der Weisheit letzter Schluss sein, denn es gibt schon Projekte über Parkhäusern oder beim Neubau von Supermarktfilialen. Wobei natürlich die nachträgliche Aufstockung auf bereits bestehenden Gebäuden viele Vorteile mit sich bringt. Infrastruktur, Straßen, Elektrizität, Wasserleitungen ... alles ist schon vorhanden. Allein Aldi bereichert gerade Berlin um 2.000 Wohnungen.

Bahnbrechende Veränderungen führen in der Regel zu neuen Konstellationen.

Wer hätte gedacht, dass ein Supermarkt einmal Wohnungen baut und vermietet? Auf der anderen Seite, bei aller Innovation, ist es natürlich nicht seine Kernkompetenz. In erster Linie will er nichts anderes als erfolgreich verkaufen. Und so finden sich Entwickler, Bauträger, Einzelhändler und Investoren zu neuen Konstrukten zusammen, die mit ihren jeweiligen Kompetenzen zu einem Gesamterfolg beitragen. Handelsimmobilienprofis wie die Hahn AG sind da natürlich im Vorteil, denn sie bringen die Expertise von Asset, Property und Center Managern zusammen mit dem Wissen um nachhaltige Investitionen und kalkulierter Rendite. Denn die eigentliche Kunst liegt in der Einschätzung und der Hebung von Standortpotenzialen. Das braucht Erfahrung und tiefes Wissen, um innovative Visionen zum Erfolg zu führen.

13. HAHN RETAIL REAL ESTATE REPORT 2018/2019.

Marktbericht zum Einzelhandel und Handelsimmobilien-Investmentmarkt in Deutschland.

Im Rahmen des HAHN German Retail Property Day, zu dem im September rund 230 Branchenspezialisten auf Schloss Bensberg zusammenkamen, stellte die Hahn Gruppe ihren jährlich erscheinenden HAHN Retail Real Estate Report vor, der in diesem Jahr bereits in seiner 13. Ausgabe vorliegt. Der Marktbericht wurde in Kooperation mit CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute erstellt.

Der HAHN Retail Real Estate Report beschreibt die aktuellen Entwicklungen und die wichtigsten Trends im deutschen Einzelhandel und im Investmentmarkt für Handelsimmobilien. Im Rahmen der Untersuchungen führte die Hahn Gruppe im Sommer 2018 eine Expertenbefragung bei 66 Expansionsverantwortlichen des Einzelhandels sowie 40 Entscheidungsträgern von institutionellen Immobilieninvestoren durch. Die befragten Handelsunternehmen sind führende Akteure des Einzelhandels in Deutschland. Über die Hälfte von ihnen verfügt über mehr als 100 Filialen. Bei den befragten Investoren von Handelsimmobilien handelt es sich beispielsweise um Immobilienfonds, Immobilien-Aktiengesellschaften, Versicherungen und Banken. Rund die Hälfte der teilnehmenden Investoren verwaltet ein Immobilienvermögen von über 3 Mrd. Euro. Den vollständigen Report finden Sie online unter www.hahnag.de.

DIE TOP-THEMEN DES HAHN RETAIL REAL ESTATE REPORTS AUF EINEN BLICK

- Stationärer Einzelhandel ist optimistisch und expansionsstark
- Investoren wollen tendenziell weiter Handelsimmobilien zukaufen
- Interesse an opportunistischen Investments nimmt deutlich zu
- Kaum weiter sinkende Renditen erwartet
- Lebensmitteleinzelhandel führt die Vermietungsstatistiken an

Positive Umsatzerwartungen und gesteigener Optimismus im Einzelhandel.

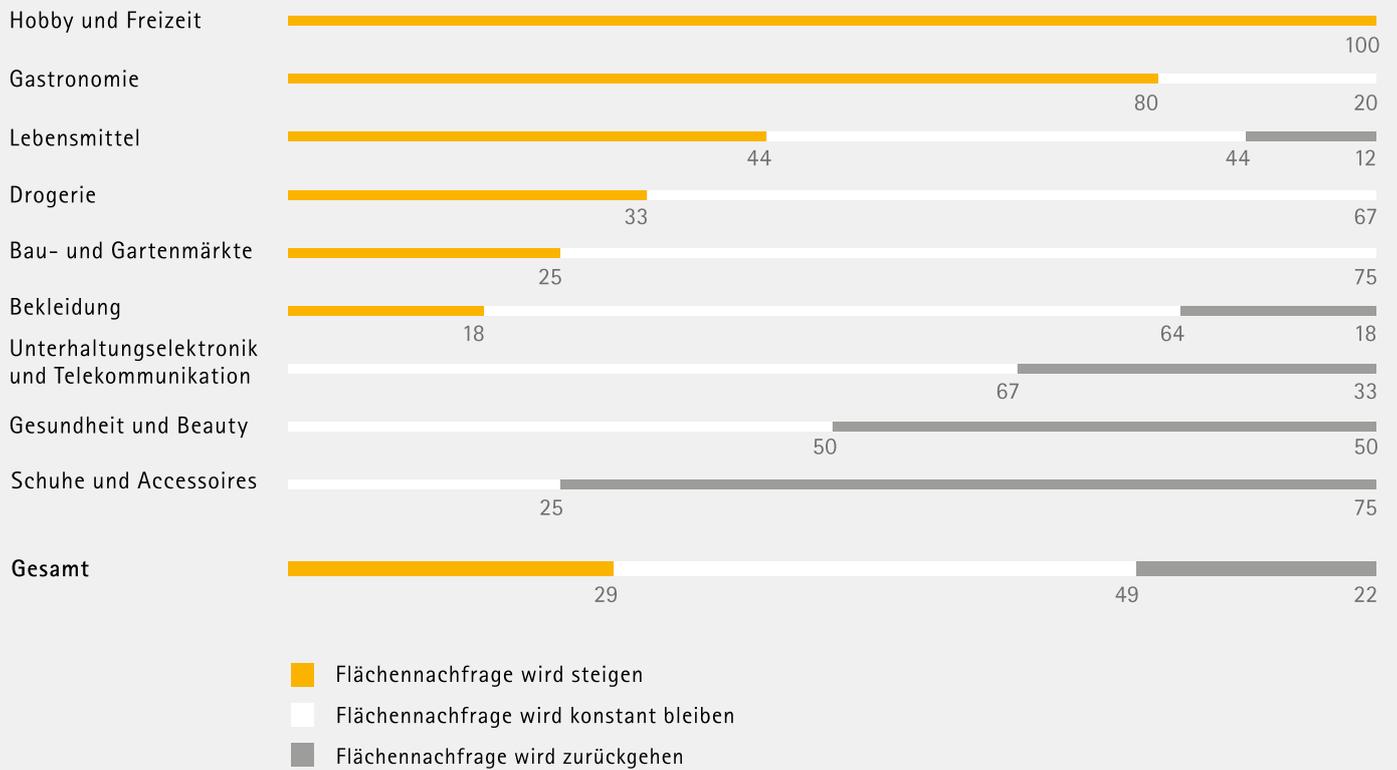
Der Optimismus im stationären Einzelhandel hat gegenüber dem Vorjahr zugenommen. Rund 52 Prozent der befragten Entscheidungsträger des Einzelhandels erwarten für das zweite Halbjahr 2018 steigende Umsätze im Vergleich zur Vorjahresperiode (2017: 43 Prozent). Mit zumindest stabilen Umsätzen rechnen 37 Prozent (2017: 49 Prozent). Umsatzrückgänge erwarten nur 11 Prozent der Einzelhändler (2017: 8 Prozent). In Bezug auf die Flächennachfrage planen die Vertreter der Branchen Hobby / Freizeit und Gastronomie für die kommenden zwölf Monate besonders häufig mit einem Anstieg. So berichten 100 bzw. 80 Prozent von einer steigenden Flächennachfrage. Ebenfalls expansiv eingestellt sind die Branchen Lebensmittel und Drogerie, die zu 44 bzw. 33 Prozent von einer zunehmenden Flächennachfrage ausgehen. Tendenziell weniger Fläche fragen insbesondere die Branchen Schuhe / Accessoires und Gesundheit / Beauty nach. Rund 75 bzw. 50 Prozent der Befragten prognostizieren hier einen Rückgang der Nachfrage.

Investoren wollen weiter zukaufen – kaum noch sinkende Renditen erwartet.

Entsprechend zuversichtlich beurteilen die Handelsimmobilieninvestoren den Markt: 68 Prozent der im Rahmen der HAHN-Befragungen interviewten Investoren wollen in den kommenden zwölf Monaten weiter Handelsimmobilien zukaufen (2017: 63 Prozent). Nur 17 Prozent (2017: 15 Prozent) wollen tendenziell verkaufen und 15 Prozent (2017: 22 Prozent) beabsichtigen, ihren Immobilienbestand zu halten. Bezüglich der Renditeentwicklung rechnen 68 Prozent der befragten Investoren mit stabilen Renditen in den kommenden sechs bis zwölf Monaten (Vorjahr: 73 Prozent). Nach den langjährigen Renditerückgängen am Investmentmarkt erwarten nun 17 Prozent eine Trendumkehr (Vorjahr: 5 Prozent), indem sie von steigenden Renditen ausgehen. 15 Prozent erwarten weiter sinkende Renditen (Vorjahr: 22 Prozent).

Flächennachfrage für die kommenden 12 Monate unterteilt nach Branchen

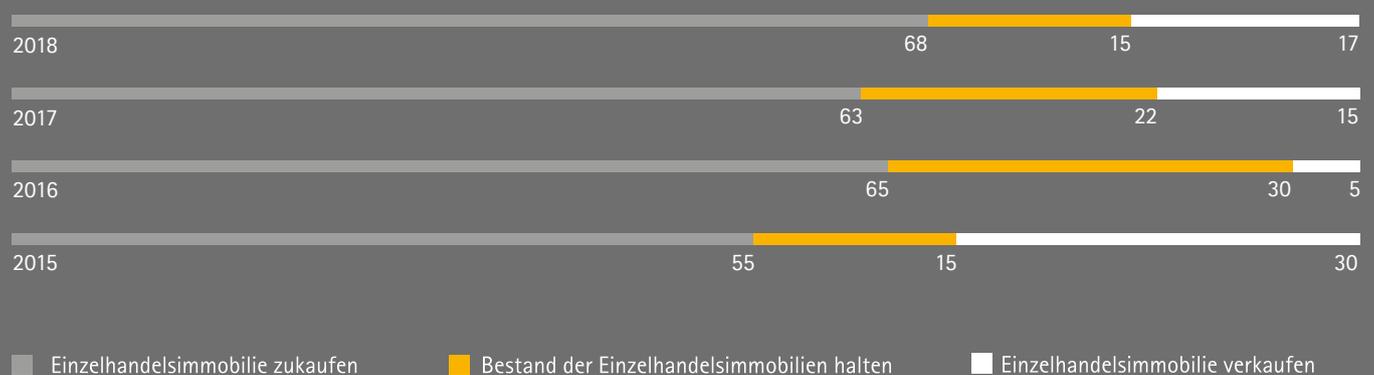
Angaben in Prozent



Quelle: EHI Retail Institute, Hahn Gruppe

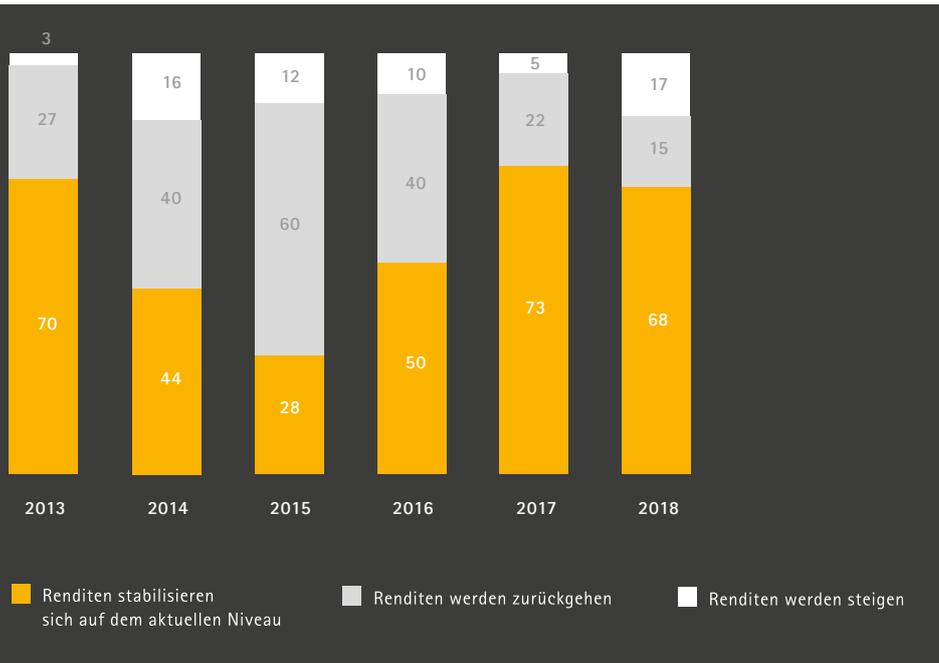
Geplante Investmentstrategien in den nächsten 12 Monaten

Angaben in Prozent



Erwartete Renditeentwicklung für Handelsimmobilien

Angaben in Prozent



Investoren suchen ihre Chancen auch jenseits der Core-Immobilien.

Da ein Nachfrageüberhang im Investmentmarkt besteht und das Angebot bei erstklassigen Handelsimmobilien, sogenannten Core-Objekten, nicht ausreicht, ist der Anteil der Investoren, die bereit sind, in Immobilien mit Entwicklungs- und Optimierungspotenzial zu investieren, so groß wie noch nie seit dem Start der Umfragen in 2010. So erwägen bei der diesjährigen Befragung 55 Prozent der Akteure Core-Plus-Investments, 45 Prozent Value-Add-Investments und 40 Prozent gar opportunistische Projekte (Mehrfachnennungen möglich). 2017 lag der Anteil der risikogerechten Investoren bei lediglich 35, 38 bzw. 13 Prozent.

Lebensmitteleinzelhandel führt die Vermietungsstatistik an.

Im ersten Halbjahr 2018 hat sich ein langjähriger Trend fortgesetzt. Mieter aus dem Lebensmitteleinzelhandel und Drogerien waren in der Vermietungsstatistik von CBRE die aktivsten Neumieter von Handelsflächen. REWE, EDEKA, ALDI, ROSSMANN und dm belegen die ersten fünf Plätze. Im Non-Food-Bereich rangieren preis-

orientierte Fachmärkte auf den vorderen Plätzen der Vermietungsstatistik. Bei Betrachtung der aktivsten Anmieter von Flächen in Fachmarktzentren fällt auf, dass diese weitgehend deckungsgleich mit den aktivsten Mietern über alle Objekttypen sind.

Expansivste Einzelhändler nach allen Lagen und Fachmarktzentren im Vergleich 2010–2017 und 1. Halbjahr 2018

Alle Lagen				Fachmarktzentren			
2010–2017	Rang	1. Halbjahr 2018	Rang	2010–2017	Rang	1. Halbjahr 2018	Rang
REWE	1	REWE	1	dm	1	REWE	1
dm	2	EDEKA	2	REWE	2	dm	2
ROSSMANN	3	ALDI	3	ROSSMANN	3	Woolworth	2
EDEKA	4	ROSSMANN	4	Takko	4	Action	3
ALDI	5	dm	5	ALDI	5	Decathlon	3
PENNY	6	Netto	6	DEICHMANN	6	KiK	3
Netto	7	TEDi	7	EDEKA	7	Takko	3
Woolworth	8	Action	8	Ernsting's family	8	ALDI	4
Das Depot	9	Woolworth	9	KiK	9	EDEKA	5
Ernsting's family	10	Decathlon	10	Fressnapf	10	Miller&Monroe	5

Quelle: CBRE

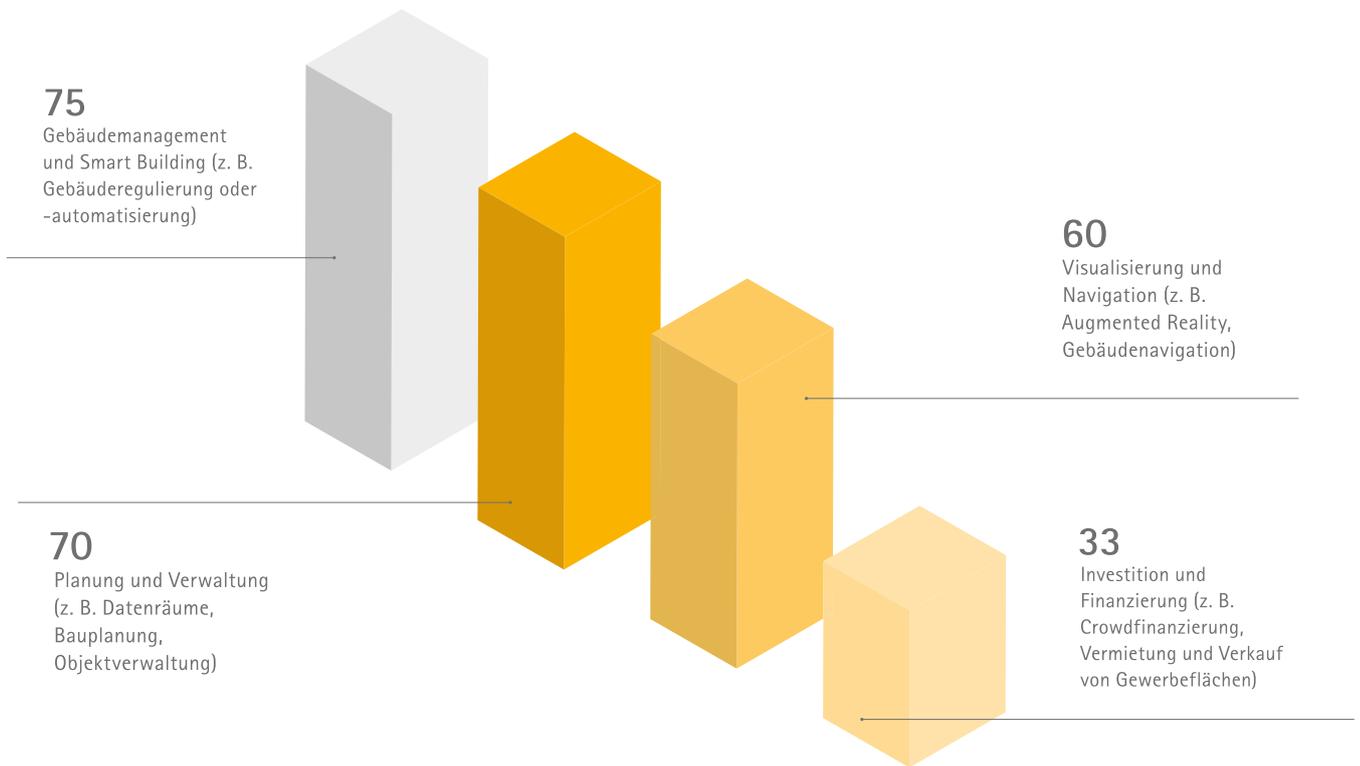
Einzelhandel und Investoren bewerten zukünftige Risikofaktoren unterschiedlich.

Die Veränderung des Konsumverhaltens wird von über der Hälfte der befragten Einzelhändler als größtes wirtschaftliches Risiko der kommenden zwölf Monate eingestuft. Respekt vor dieser Entwicklung haben u. a. die Handelsbranchen Bekleidung, Schuhe / Accessoires sowie Unterhaltungselektronik, wohingegen Lebensmittel- und Drogeriemarkthändler für die Zukunft kaum einen Wandel des Einkaufsverhaltens ihrer Kunden sehen. Die zuletzt genannten Branchen sind auch diejenigen, die sich mit ihren stationären Dependenzen gut gegenüber dem Online-Handel aufgestellt fühlen, da sie diesen nur zu 13 und 33 Prozent als

potenziellen Risikofaktor einstufen. Insgesamt schätzen rund 47 Prozent der Einzelhändler E-Commerce als Risiko ein. Weitere 38 Prozent sehen steigende Immobilienkosten als kritisch an. Mehr Respekt vor dem E-Commerce haben hingegen die Immobilieninvestoren, die zu 88 Prozent eine zunehmende Verbreitung als Risikofaktor für ihr Investment ansehen. Weniger häufig werden von den Investoren Sorgen in Bezug auf einen deutlichen Zinsanstieg (53 Prozent) oder eine wirtschaftliche Eintrübung (53 Prozent) genannt.

Zukünftiges Potenzial durch Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Immobilienwirtschaft ist offen für Digitalisierung.

Die Immobilieninvestoren stehen Neuerungen sehr offen gegenüber und sagen zu 75 Prozent Innovationen im Gebäudemanagement bzw. bei Smart Buildings großes Potenzial für die Zukunft voraus. 70 Prozent erhoffen sich bei Planung und Verwaltung, 60 Prozent bei Visualisierung und Navigation Chancen für Effizienzsteigerungen.


 Weitere Informationen zum Retail Real Estate Report finden Sie unter:
<https://www.hahnag.de/research/>

EINMAL HIN, ALLES DRIN.

Die Supermarktkette real blickt positiv in die Zukunft.



real Krefeld - Neues Markthallenkonzept lockt Kunden mit Gastronomie und großem Frischbereich.

Schon lange arbeitet die Hahn Gruppe mit der Metro-Tochter real zusammen. Derzeit erst wieder bei ihrem aktuellen Beteiligungsangebot Pluswertfonds 172. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 18.

7,1 Milliarden Euro Umsatz, mehr als 30.000 Mitarbeiter und 279 Märkte in Deutschland: real ist einer der führenden Hypermärkte in Deutschland. Egal ob Salat für das schnelle Abendessen oder Waschmaschine für die neue Wohnung: Mit Verkaufsflächen in der Regel zwischen 4.000 und 8.000 m² und einem Angebot von rund 80.000 Artikeln finden Kunden alle Produkte des täglichen Bedarfs unter einem Dach. Den weitaus größten Teil des Umsatzes wird mit Lebensmitteln erzielt, darunter ein hoher Anteil mit Ultrafrischeprodukten.

real bietet als „bester Wochenmarkt Deutschlands“ seinen Kunden nicht nur frische und qualitativ hochwertige Produkte, sondern eben auch den entsprechenden Service, wie es der Kunde von den heimischen Wochenmärkten kennt. Hier kann er zum einen seinen Wocheneinkauf zu günstigen Preisen erledigen, zum anderen findet er aber auch kulinarische Highlights, wie Tomahawk-Steaks, Balik-Lachs oder Kobe-Rind. Neben hausgemachten Produkten bietet real auch eine vielfältige Auswahl an Produkten aus biologischem Anbau. Mit der Aufnahme von Demeter-Produkten und dem Angebot an Permakulturprodukten ist der Hypermarkt zukunftsorientiert aufgestellt und bedient den weiter ansteigenden Trend hin zu einer gesünderen und umweltbewussteren Ernährung.

Das Markthallen Konzept, welches in Perfektion ein emotionales Einkaufserlebnis in modernster Atmosphäre mit hochwertiger Gastronomie und einem Fokus auf nachhaltige Produkte und besten Service verbindet, wurde an den Standorten Krefeld und Braunschweig bereits erfolgreich umgesetzt. Eine weitere Markthalle ist in Bielefeld geplant und noch in diesem Geschäftsjahr werden weitere Standorte mit Markthallen-Elementen folgen.

Im Weiteren gibt es den Emmas-Enkel-Markt in Düsseldorf und ausgefeilte digitale Angebote. So ist das Hypermarktunternehmen gut gerüstet für die Zukunft. Insbesondere das Online-Geschäft konnte ein starkes Wachstum verzeichnen. Auf dem Marktplatz real.de werden mittlerweile 13 Millionen Artikel angeboten. Und auch das Angebot im Lebensmittel-Onlineshop real.de/lebensmittelshop/ wächst kontinuierlich. Abgerundet wird das Lebensmittelangebot von real vielerorts mit einem Click and Collect Service sowie einem Lieferservice.

Eine Entwicklung, die auch Dirk Dening, seit Oktober 2016 Geschäftsleiter im real Markt Witten, begrüßt. Die hiesige Filiale bietet den Wittenern 5.500 Quadratmeter Einkaufsfläche. Deutlich mehr als die Hälfte der Produkte im Markt sind Lebensmittel, darunter auch sehr viele Frischeprodukte wie Obst und Gemüse, bestes Fleisch und Käse. Regionale Produkte kommen bei den Wittenern besonders gut an. Dening freut sich über die Treue seiner Kunden: „Wir haben hier seit Jahren sehr viele Stammkunden in unterschiedlichen Kundengruppen. So gibt es die Familien, die regelmäßig ihren Wocheneinkauf bei uns erledigen und sich vor allem auf unsere saisonalen frischen Angebote freuen. Dann gibt es die Geschäftsleute und Handwerker, die sich morgens schnell vor dem Arbeitsbeginn noch etwas für den Tag kaufen oder aber die Kunden, die seit vielen Jahren schon in der Mittagspause bei uns vorbei kommen und an unserer heißen Theke einen Snack, wie das beliebte Fleischkäsebrötchen, kaufen.“

Mitte September hat die Metro AG bekanntgegeben, ihre Tochtergesellschaft real verkaufen zu wollen. Beabsichtigt ist, dass Hypermarktunternehmen als Ganzes zu veräußern. Wir werden Sie über die weitere Entwicklung im Rahmen der nächsten Ausgaben der Immobilie informieren.



JÖRG THOMSEN
 Leiter Produktentwicklung
 Institutionelle Kunden
 Tel.: 02204 9490-129
 Fax: 02204 9490-201

SPEZIALFONDS VON SPEZIALISTEN FÜR SPEZIALISTEN.

Der institutionelle Bereich der Hahn Gruppe.

Jörg Thomsen ist mit seinem Team für die Produktentwicklung und den Vertrieb der institutionellen Fondsprodukte zuständig. Die Zielgruppe der potenziellen Investoren ist vielschichtig und reicht von der kleineren Vermögensverwaltung über Stiftungen, Banken und Pensionskassen bis hin zu Einzelmandaten großer Versicherungen. Im Abgleich mit den Präferenzen und Anlagesummen der Anleger ermöglicht er die Zeichnung bestehender institutioneller Fondsvehikel oder leitet die Konzeption und Neuaufgabe des passenden Fondsprodukts ein. Selbst Immobilien-Joint Venture und die Verwaltung von Drittvermögen zählen zu den möglichen Dienstleistungen, die für institutionelle Kunden erbracht werden. Institutionelle Anleger sind beständig auf der Suche nach alternativen Anlagen, um mit einer regelmäßigen und natürlich positiven Jahresrendite bei geringen Wertschwankungen stabile Ausschüttungen zu erzielen. Ja klar, möchte man sagen, wer will schon etwas anderes? Was sich so selbstverständlich anhört, unterliegt komplexen Parametern. Vor allem, wenn man über Milliarden spricht.

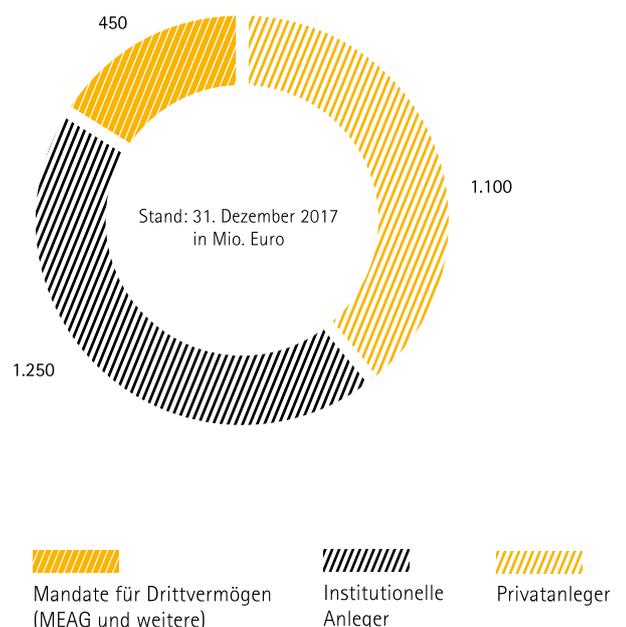
Und über Milliarden spricht man wirklich.

Seit mehr als einem Jahrzehnt managt die Hahn Gruppe Immobilienfonds für institutionelle Anleger. Den Anfang machte 2008 der gemeinsam mit der LRI Invest S.A. gegründete HAHN FCP-FIS - German Retail Fund. Der vollständig platzierte Luxemburger Spezialfonds hat ein Bruttoinvestitionsvolumen von rund 660 Mio. Euro in großflächige Einzelhandelsimmobilien investiert und zählt zu den größten institutionellen Fonds mit deutschen Einzelhandelsimmobilien.

Mit ihrer Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH hat die Hahn Gruppe u. a. zwei geschlossene Spezial-AIFs aufgelegt. Es handelt sich um einen Poolfonds und einen Individualfonds mit einem Investitionsvolumen von insgesamt rund 350 Mio. Euro. Diese Spezialfonds nehmen keine neuen Zeichner mehr auf.

Anfang 2017 wurde der offene Spezial-AIF HAHN German Retail Fund II mit einem geplanten Investitionsvolumen von bis zu 500 Millionen Euro aufgelegt. Der Nachfolgefonds für den HAHN FCP richtet sich mit einem Ziel-Eigenkapitalvolumen von 250 Mio. Euro insbesondere an Stiftungen, Versorgungseinrichtungen und Pensionskassen. Angesiedelt in der Risikoklasse Core-Plus wird eine Rendite von 6,0 Prozent (IRR) angestrebt. Der HAHN German Retail Fund II steht neuen Investoren aktuell zur Zeichnung zur Verfügung. Die Mindestzeichnungssumme liegt bei 10 Mio. Euro.

Investorengruppen (Aufteilung nach Investitionsvolumen)



BAUKINDERGELD UND MIETPREISBREMSE.

Womit müssen Familien und Mieter jetzt rechnen?

Baukindergeld.

Nun steht es fest: Das Baukindergeld kommt noch in diesem Jahr. Und nicht nur das, es kann rückwirkend ab dem 1. Januar beantragt werden. Dennoch gibt es noch etliche unklare Punkte, abgesehen von der kontroversen Expertendiskussion, die im Hinblick auf die Wirksamkeit dieser Maßnahme zu ganz unterschiedlichen Einschätzungen kommt.

Die Fakten:

Familien mit mindestens einem Kind und einem zu versteuernden Einkommen von bis zu 75.000 Euro pro Jahr plus 15.000 Euro pro Kind erhalten für einen Zeitraum von 10 Jahren insgesamt pro Kind 12.000 Euro. Die ursprüngliche Begrenzung des Wohnraums auf 120 m² ist vom Tisch. Das Baukindergeld muss nicht zurückgezahlt werden. Die Förderung ist erst einmal auf drei Jahre begrenzt, d. h., sie kann nur bis 2021 beantragt werden.

Noch zu klären ist:

Etliche Details stehen noch gar nicht fest und verunsichern. Obwohl schon jetzt die Aussage im Raum steht, dass der Antrag rückwirkend zum 01.01.2018 gilt, wird das Bundeskabinett wohl erst im Herbst über Details entscheiden. Zum Beispiel darüber, wann eigentlich beantragt werden kann und vor allem auch wie und wo bzw. bei wem. Im Gespräch ist die KfW. Diskutiert wird auch noch, ob Familien dazu 20 oder 30 Prozent Eigenkapital mitbringen müssen, um überhaupt in den Genuss einer Förderung zu kommen. In Frage steht auch noch, ob Kinder noch minderjährig sein müssen. Und natürlich, einer der wesentlichen Eckpunkte, in welchem Rhythmus soll das Fördergeld ausbezahlt werden, bekommt man es jährlich oder monatlich?

Die Meinungen:

Die Maßnahme kostet den Bund wohl mehrere Milliarden Euro. Unterschiedliche Studien kommen zu abweichenden Ergebnissen in der Betrachtung der Wirksamkeit dieser politischen Entscheidung, und die Diskussionen verlaufen hitzig bis kontrovers. Das Gros der Meinungen tendiert dazu, dass das Baukindergeld im Hinblick auf die beabsichtigte Wirkung, in teuren Ballungsgebieten für Erleichterung zu sorgen, nicht sein Ziel erfüllen wird. Das Gegenteil scheint der Fall zu sein, da die

Förderung so angelegt ist, dass günstigere Objekte in preiswerten oder ländlichen Lagen mehr profitieren. Der Immobilienverband Deutschland sieht aber auf jeden Fall eine positive Wirkung und je nach Lage Einsparungspotenziale für Familien. Wie immer gibt es kein eindeutiges Für und Wider. Denn bewahrt sich der Anreiz vor allem auf dem Land, so erhöhen sich Pendlerquote und Verkehrsaufkommen.

Erste Berechnungen ergeben, dass etwa 600.000 Familien den Anspruch auf das Baugeld beantragen könnten. Nach drei Jahren kommt das Ganze auf den Prüfstand.

Mietpreisbremse erfährt Nachbesserungen.

Sie haben verstanden. So jedenfalls sieht es aus, nachdem Justizministerin Barley angekündigt hat, dass sie einen neuen Gesetzentwurf der Mietpreisbremse mit strengeren Vorschriften für Vermieter und für Modernisierungen vorlegen will. Was genau hat sie im Sinn?

- Eine aktive Information der Mieter, wenn die Miete höher liegt als die übliche Vergleichsmiete. Bisher mussten Mieter diese Information einfordern.
- Mieter haben es zukünftig leichter, eine teure Miete zu rügen.
- Es wird eine Obergrenze von 3 Euro/m² für Mieterhöhungen aufgrund einer Modernisierung geben, die bis zu sechs Jahre nach Abschluss einer Modernisierung erhoben werden kann.
- Sogenannte missbräuchliche Motive einer Modernisierung, wie z. B. die Verdrängung von Mietern aus Wohnungen, sollen demnächst als Ordnungswidrigkeit gelten. Es reicht, eine solche Modernisierung anzukündigen, um Schadensersatzansprüche geltend machen zu können.
- Vermieter können jährlich nur noch 8 statt der bisherigen 11 Prozent der Renovierungskosten von ihren Mietern einfordern. Eine Regelung, die auf fünf Jahre befristet werden soll und lediglich für Gebiete mit angespanntem Wohnungsmarkt gilt. Welche das sind, legt die jeweilige Landesregierung fest.

Es liegt in der Natur der Sache, dass die politischen Parteien den Entwurf sehr unterschiedlich beurteilen. Der CDU geht er zu weit, den Grünen ist er zu lasch. Da der Entwurf noch vom Bundeskabinett beschlossen und im Anschluss zu Beratungen in den Bundestag eingebracht werden muss, sind Änderungen bis zum Abschluss des Gesetzgebungsverfahrens zu erwarten.

POSITIVE AUSSICHTEN.

Neuakquisition, Flächenausbau, Fondsplatzierung und Strategie der Markenhersteller.

Hahn Gruppe kauft Retail Park in Hamburg.

Die Hahn Gruppe hat für den institutionellen HAHN German Retail Fund II einen Retail Park in Hamburg erworben. Die akquirierte Handelsimmobilie weist ein Investitionsvolumen von rund 17,5 Mio. Euro auf. Der im Jahr 2001 erbaute Retail Park befindet sich im Hamburger Stadtteil Lohbrügge. Die langfristig vermietete Fläche des Ankermieters EDEKA soll noch in diesem Jahr von rund 1.200 m² auf über 2.000 m² erweitert und zugleich modernisiert werden. An dem aus zwei Teilgrundstücken bestehenden Standort sind weiterhin der Drogeriemarkt BUDNIKOWSKY, Jacques' Wein-Depot, eine BURGER KING-Filiale sowie ein Restaurant und diverse Büro- und Praxisnutzungen vertreten. Die Mietfläche beläuft sich auf insgesamt rund 4.200 m². Das Gesamtareal bietet mit rund 11.100 m² Platz für insgesamt 134 PKW-Stellplätze. Mit der Akquisition des Retail Parks in Hamburg-Lohbrügge baut der HAHN German Retail Fund II sein Immobilienportfolio auf neun großflächige Einzelhandelsimmobilien mit einem Bruttofondsvermögen von 185 Mio. Euro aus.



SB-Warenhaus Kaufland Delmenhorst.

Die Hahn Gruppe hat den aktuellen Publikums-AIF HAHN Pluswertfonds 171 erfolgreich platzieren können. Der Mitte April von der Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH aufgelegte Immobilien-Investmentfonds weist ein Gesamtvolumen von 17 Mio. Euro auf und investiert in einen Kaufland-Markt in Delmenhorst, Niedersachsen. Das Zeichnungsvolumen von 10 Mio. Euro wurde von insgesamt 88 qualifizierten Privatanlegern eingeworben, die durchschnittlich rund 114.000 Euro Eigenkapital einzahlten. Die anfängliche jährliche Ausschüttung liegt bei 5,0 Prozent und wird bereits zum 30. September 2018 erstmals anteilig ausgezahlt werden.

HAHN-Herstellerbefragung: Einzelhandelsimmobilie bleibt Vertriebsplattform der Zukunft.

Die Hahn Gruppe veröffentlicht die Ergebnisse einer erstmalig durchgeführten Befragung von Konsumgüterlieferanten für den Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel, die sie in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute durchgeführt hat. Es wurde ein aktuelles Stimmungsbild bei Vertretern der Markenartikelindustrie eingeholt, um einen zusätzlichen Blickwinkel auf die Entwicklungen im deutschen Einzelhandel zu gewinnen und daraus Auswirkungen auf die Einzelhandelsimmobilie abzuleiten. Wichtige Aussage: Die Markenartikelhersteller setzen weiterhin vornehmlich auf den stationären Einzelhandel, wenn es um den Vertrieb ihrer Produkte geht. Die individuellen Vorteile des stationären Vertriebs werden weithin anerkannt. Für Investoren, die langfristig in Einzelhandelsimmobilien investieren wollen, sind dies attraktive, verlässliche und stabile Rahmenbedingungen. Gerade großflächige Einzelhandelsimmobilien bieten gemäß Einschätzung der Markenhersteller mit ihren Möglichkeiten der Warenpräsentation besonders gute Voraussetzungen, um erfolgreich Umsatz zu generieren. Andererseits steht der Wunsch der Markenartikelindustrie im Raum, dass die Einzelhändler die Hersteller noch stärker mit Daten, Informationen und Verkaufsförderungsmaßnahmen unterstützen. Der Einzelhandel sollte diese Wünsche ernst nehmen, die durch die fortschreitende Digitalisierung zukünftig leichter zu erfüllen sein werden. So könnten die Händler zudem ihre Vormachtstellung gegenüber potenziellen Wettbewerbern aus den Reihen der E-Commerce-Spezialisten noch besser absichern.

Erfolgreiche EDEKA-Erweiterung in Hamburg-Lohbrügge.

Kurz nach der Neuakquisition des Retail Parks Hamburg-Lohbrügge im Frühjahr 2018 startete im August die Erweiterung des EDEKA-Markts. Nach rund zwei Monaten Umbauzeit erwartet die Kunden des etablierten Lebensmittelmarkts seit dem 17. Oktober eine aufwendig modernisierte und vor allem merklich vergrößerte Verkaufsfläche mit viel Komfort und Atmosphäre. Der Eigentümer der Immobilie, der HAHN German Retail Fund II, und der Mieter EDEKA haben gemeinsam rund 3 Mio. Euro investiert, um den Lebensmittelmarkt mit der benachbarten Fläche des ehemaligen ALDI-Markts erfolgreich zu verschmelzen und damit von rund 1.200 m² auf über 2.000 m² Gesamtfläche zu erweitern. Die für die Kunden wichtige Verkaufsflächengröße verdoppelt sich dabei auf rund 1.600 m². Die geplanten Investitionen betreffen nicht nur die bauliche Erweiterung, sondern auch die umfangreiche Modernisierung der Gebäudetechnik und des Ladenbaus.



Die ausführlichen Ergebnisse
finden Sie unter:
<https://www.hahnag.de/research/>

DER RAT DER IMMOBILIENWEISEN.

Gebündelte Expertise für den Markt.

Weise Menschen stellt man sich irgendwie eher alt, grauhaarig und den Blick auf das Leben im Gesicht tragend vor. Nun, davon ist der Rat der Immobilienweisen noch recht weit entfernt. Aber weise sind sie schon. Alle 5 berufenen Mitglieder zeichnen sich durch viel Erfahrung und eine hohe Expertise zum Thema Immobilien aus. Mit diesem gebündelten Wissen und verschiedenen Blickwinkeln veröffentlichen sie einmal jährlich ihr Frühjahrsgutachten.

Seit 2002 gibt es ihn, den Rat der Immobilienweisen. Ursprünglich wurde er gegründet, um in einem jährlichen Gutachten mit Daten wie dem Bruttoproduktionswert, Beschäftigten und Immobilienbestand für mehr Transparenz auf den Immobilienmärkten zu sorgen und auch deutlich

zu machen, welche wichtige Rolle die Immobilienwirtschaft in Deutschland spielt. Seitdem hat sich das Frühjahrsgutachten der Weisen im Markt etabliert, dient als Trendbarometer und ist heute selbst für die Politik eine Entscheidungsgrundlage. Herausgeber ist der Zentrale Immobilien Ausschuss (ZIA).

Prof. Dr. Dr. h. c. Lars P. Feld ist Universitätsprofessor für Volkswirtschaftslehre sowie Mitglied des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats beim Bundesministerium der Finanzen und Mitglied des Unabhängigen Beirats beim Stabilitätsrat. Er schaut auf den wirtschaftlichen Rahmen und meint: „Gegenwärtig deutet wenig auf einen sich verändernden Preistrend der Miet- und Immobilienpreise für das Jahr 2018 hin. Daher dürften sich diese Preise 2018 weiterhin heterogen entwickeln und durch starke Miet- und Immobilienpreisanstiege in beliebten Städten sowie deren Umland und stagnierende oder sinkende Preise in ländlichen Regionen gekennzeichnet sein. Der Urbanisierungstrend wird weiter anhalten, der anhaltend expansive geldpolitische Kurs führt zu einem nicht geringen Interesse an Geldanlagen in Immobilien.“

Andreas Schulten ist seit 2005 Vorstand der bulwiengesa AG und verantwortet dort die Bereiche Büro- und Wohnimmobilienmarkt. Die bulwiengesa AG ist mit knapp 90 Mitarbeitern eines der größten unabhängigen Beratungs- und Marktforschungsunternehmen Deutschlands in den Themenfeldern Immobilien, Stadtentwicklung und Regionalökonomie. Andreas Schulten vertritt im Rat der Immobilienweisen den Aspekt der Büro-, Unternehmens-, Logistik- und Hotelimmobilien. „Bei Wirtschaftsimmobilien wird auch im aktuellen Jahr die Entkoppelung von Investment- und Mietmärkten anhalten. Die niedrigen Nettoanfangsrenditen sind vor allem zinsinduziert und weniger durch die Fundamentaldaten gerechtfertigt. Die Suche nach rentierlichen Anlagen generiert seit 2010 eine anhaltend hohe Nachfrage nach renditeorientierten Objekten in Deutschland. Da nicht davon auszugehen ist, dass ein größerer Zinsanstieg eintreten wird, der sich auf die Anfangsrenditen für Gewerbeobjekte signifikant auswirken könnte, werden die Preise vielerorts noch weiter steigen bzw. sich mindestens auf dem hohen Niveau seitwärts bewegen. Vor allem das zu erwartende Mietpreiswachstum dürfte der entscheidende Indikator für den Preisanstieg sein.“



Sebastian Müller ist verantwortlich für die Einzelhandels- und Immobilienberatung bei der GfK. Er studierte Städtebau an den Technischen Universitäten Berlin, Hamburg und Valladolid sowie Immobilienökonomie an der International Real Estate Business School (IRE|BS) und ist seit 2006 für GfK tätig. Er blickt für den Rat auf Einzelhandelsimmobilien. „Die Verkaufsfläche ist zum Jahresende 2017 nach GfK-Schätzungen gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,4 Prozent auf rund 119,1 Mio. m² gewachsen. Dabei ist der Zuwachs erneut auf Erweiterungen im Zuge von Modernisierungen im Lebensmitteleinzelhandel sowie auf die Expansionsfreude von Biomärkten, Drogerien und Kosmetikgeschäften zurückzuführen. Aber auch Baumärkte profitieren von der anhaltenden Konsumlaune, beanspruchen größere Flächen für sich und sorgen somit per Saldo für den leichten Zuwachs. Wir gehen auch für 2018 von einer anhaltenden Marktdynamik und einem erneut guten Ergebnis auf dem Einzelhandelsinvestmentmarkt aus.“

Professor Dr. Harald Simons studierte Volkswirtschaft in Bamberg, Colchester GB und in Bonn und arbeitet seit 1993 bei empirica, seit 2002 als Vorstand. Die empirica ag ist ein unabhängiges wirtschafts- und sozialwissenschaftliches Forschungs- und Beratungsunternehmen mit den Haupttätigkeitsfeldern Wohnungsmärkte- und politik, Wirtschaftsforschung und -politik, Immobilienmarktanalysen, Standortgutachten, Nutzungskonzepte und Machbarkeitsstudien. Sein Statement: „Der nunmehr seit acht Jahren andauernde Anstieg der Kaufpreise dürfte sich bald beruhigen, wobei natürlich erhebliche regionale Unterschiede zu beachten sind; Ähnliches gilt für die Miete. Der Wohnungsmarkt nähert sich endlich einer gleichgewichtigen Entwicklung,

sodass der Druck auf die Mieten geringer wird. Da zudem ein weiteres Sinken der Zinsen ausgeschlossen sein dürfte, fällt auch auf dem Kaufmarkt dessen preistreibende Wirkung weg.“

Neu im Rat ist seit Frühjahr 2018 Carolin Wandzik, die als studierte Wirtschaftsgeografin und als Geschäftsführerin der GEWOS spezialisiert ist auf Wohnungsmärkte und Stadtentwicklungskonzepte. GEWOS ist ein unabhängiges Beratungsunternehmen rund um die Themenfelder Immobilienmarkt, Wohnungsmarkt, Stadtentwicklung und Daseinsvorsorge. Für das diesjährige Frühjahrsgutachten steuerte Frau Wandzik das Spezialthema der Investitionschancen in großen Mittelstädten bei. Ihr Fazit: „Hinsichtlich des Wohnungsmarktes weisen die 10 großen Mittelstädte mit der besten Entwicklungsdynamik attraktive Investitions- und Renditechancen auf. Die Nettoanfangsrendite, die ein Investor bei dem Erwerb einer Eigentumswohnung zu Vermietungszwecken realisieren kann, liegt hier zwischen 3,1 Prozent und 4,3 Prozent. In den sieben A-Städten kann lediglich eine Nettoanfangsrendite von durchschnittlich 2,8 Prozent erzielt werden. Die Haushaltsprognosen bis zum Jahr 2030 zeigen, dass in allen ausgewählten Mittelstädten die Wohnungsnachfrage auch zukünftig zunimmt und zu einem erheblichen Neubaubedarf führt. Aufgrund der hohen Nettoanfangsrenditen und des hohen Neubaubedarfs im Segment der Mehrfamilienhäuser ragen vor allem Flensburg und Fulda als besonders interessante Investitionsstandorte heraus.“

Dr. Andreas Mattner, Präsident des ZIA, sieht das Frühjahrsgutachten als wichtiger denn je an: „Die Immobilienmärkte der fragten Groß- und Universitätsstädte sind nach wie vor angespannt – das ist schon längst kein reines Wohnungsthema mehr. Die anhaltende Niedrigzinspolitik der EZB hat die internationale Nachfrage nach deutschen Immobilien auf ein neues Allzeithoch geführt. Die fortschreitende Digitalisierung verändert die bestehenden Prozesse und erschafft neue Berufsbilder und Unternehmen. Der Wettbewerb um gut ausgebildete Nachwuchskräfte ist angesichts der starken Konkurrenz durch andere Wirtschaftssektoren spürbar schwieriger geworden.“ Das ist nur ein kleiner Einblick in die Marktherausforderungen der Immobilienbranche, mit denen sich der Rat der Immobilienweisen täglich beschäftigt.



KONSERVATIVE KONZEPTION.

Ein Qualitätsansatz,
der Anleger überzeugt.

Bereits über
90 %
platziert.

Der neue HAHN Pluswertfonds 172 ist aktuell in der Vermarktung. Das Beteiligungsangebot, ein Investment in ein SB-Warenhaus in Witten, hat bereits viele Anleger überzeugt. Der Platzierungsstand liegt bei rund 90 Prozent.

Grüne Universitätsstadt und Mittelzentrum der Metropolregion Ruhr – Witten liegt günstig in einem der wirtschaftlich wichtigen Zentren Europas. Inmitten des Städtedreiecks Bochum, Dortmund und Hagen angesiedelt, findet man hier eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität und Kaufkraftzuflüsse aus der Region. Das Beteiligungsobjekt ist ein seit über 20 Jahren etablierter und dominierender Lebensmittel-Versorgungsstandort im Stadtteil Annen. Die Nähe zu verdichteten Wohngebieten und die Lage inmitten einer Fachmarkttagglomeration mit positiv wirkenden Synergie- und Kopplungseffekten sorgt für eine hohe Kundenfrequenz und positiven Kundenzuspruch. Täglich besuchen rd. 3.000 Kunden das real SB-Warenhaus in Witten – an den Wochenenden werden sogar zwischen 5.000 und 6.000 Besucher gezählt. Der bonitätsstarke Mieter real qualifiziert sich laut Creditreform mit einem sehr guten Bonitätsindex von 196 (auf einer Skala von 100 als bester und 600 als schlechtester Wert). Mit einem Festmietvertrag bis zum 30.09.2029 sowie zwei Verlängerungsoptionen von einmal acht und einmal sieben Jahren beweist der Lebensmittel-Riese sein Vertrauen in den Standort.

Über 8.700 m² Mietfläche auf einem 24.000 m² großen Gelände mit guter Parkplatzsituation laden zum sogenannten One-Stop-Shopping ein. Rund 65.000 Sortimentsartikel bietet real auf der Fläche an, und die Kunden (mehr als die Hälfte der Kunden sind Stammkunden) können ihre Einkaufswünsche verwirklichen. Das am häufigsten verkaufte Produkt vom Wittener real-Markt ist übrigens die Banane: Täglich werden ca. 100 kg der Früchte von den Kunden aus dem Markt getragen.

Das renditeorientierte Beteiligungsangebot Pluswertfonds 172 richtet sich an qualifizierte Privatanleger mit einer Mindestbeteiligungssumme ab 20.000 EUR zzgl. Agio. Die anfängliche Ausschüttung, die bereits erstmalig anteilig für das Quartal 04/2018 und danach im Quartalsrhythmus ausbezahlt wird, beträgt jährlich 5 Prozent.



Weitere Informationen zu unserem Beteiligungsangebot finden Sie hier:
<https://www.hahnag.de/investmentfonds/aktuelles-beteiligungsangebot/>

Sie haben Fragen? Melden Sie sich gerne bei:

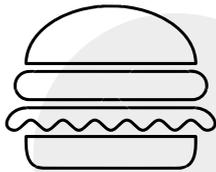
Raffaella Aimola, Vertriebsmanagerin Privatkunden
Telefon 02204 9490-105 E-Mail raimola@de-wert.de



Objektart	SB-Warenhaus
Baujahr	1996 / 1997
Standort	Annenstraße 133, 58453 Witten
Grundstück	rund 24.000 m ²
Mietfläche	rund 8.700 m ²
PKW-Stellplätze	ca. 420
Hauptmieter	Real GmbH
Fondsvolumen	24,4 Mio. Euro (ohne Ausgabeaufschlag)
Eigenkapital	13 Mio. Euro zzgl. 5 Prozent Ausgabeauf- schlag
Fremdkapital	11,4 Mio. Euro (ent- spricht einer Quote von 45,41 Prozent, bezogen auf die Gesamt- investition inkl. Ausgabeaufschlag)

WUSSTEN SIE EIGENTLICH, DASS ...

Wissen kann man nie genug. Interessanterweise sind es oft besonders skurrile Fakten, die uns am längsten im Gedächtnis bleiben. Und genau die geben wir Ihnen in dieser Rubrik an die Hand. Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und noch mehr beim Weitererzählen.



Schweden hat mehr McDonald's-Restaurants pro Kopf als jedes andere europäische Land.



Moderne Euro-Scheine bestehen aus Baumwolle, damit sie beim Mitwaschen in der Waschmaschine nicht zerstört werden.



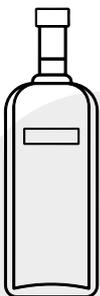
Eine einzelne Wolke kann mehr als eine halbe Tonne wiegen.



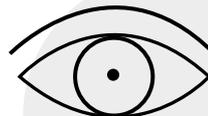
Um ein halbes Kilo Honig zu produzieren, müsste eine einzelne Biene 2 Millionen Blumen besuchen.



Das Einhorn ist das offizielle Nationaltier Schottlands.



1 Prozent der Einnahmen der russischen Regierung kommen aus dem Verkauf von Wodka.



Nur 2 Prozent der Weltbevölkerung hat grüne Augen.



Das erste Lebensmittel, das in einer Mikrowelle erhitzt wurde, war Popcorn.

Folgen Sie uns auf den Social-
Media-Kanälen der Hahn Ag:



Hahn Gruppe
Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: 02204 9490-0
E-Mail: info@hahnag.de

 **Hahn
Gruppe**
Wertarbeit mit Handelsflächen