

# DIE IMMOBILIE

DAS MAGAZIN FÜR KUNDEN UND PARTNER DER HAHN GRUPPE

WIRTSCHAFT & MARKT

**Rekordwachstum im  
dritten Quartal**

*Seite 8*

DER EINBLICK

**Vernetztes Reporting im  
Immobilienmanagement**

*Seite 12*



TITELTHEMA

# HAHN RETAIL REAL ESTATE REPORT 2020/2021

*Seite 4*

01	<p>EDITORIAL <b>Gegen den Trend</b></p>	Seite 3
02	<p>TITELTHEMA: <b>HAHN RETAIL REAL ESTATE REPORT 2020/2021</b> <b>15. Ausgabe des Reports</b></p> <p>Grundversorgungsorientierter Handel entwickelt sich positiv</p>	Seite 4
03	<p>WIRTSCHAFT UND MARKT <b>Rekordwachstum im dritten Quartal</b></p> <p>Einsetzender Erholungstrend</p>	Seite 8
04	<p>RAHMEN <b>Recht und Vermögen</b></p> <p>Homeoffice und Wohneigentumsrecht</p>	Seite 11
05	<p>DER EINBLICK <b>Immobilienmanagement</b></p> <p>Vernetztes Reporting</p>	Seite 12
06	<p>HAHN NACHRICHTEN <b>Aktuelle Meldungen</b></p> <p>Mieteingangsquoten und CO<sub>2</sub>-Neutralität</p>	Seite 13
07	<p>PORTRÄT <b>Im Gespräch mit Westbridge</b></p> <p>Mehr Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit im Portfolio</p>	Seite 14
08	<p>FONDS <b>Investmentangebote für institutionelle Anleger</b></p> <p>Maßgeschneiderte Konzepte</p>	Seite 16
09	<p>RESEARCH-FOKUS <b>Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft</b></p> <p>Verantwortung in drei Dimensionen</p>	Seite 18
10	<p>WUSSTEN SIE SCHON? <b>60 Jahre One-Stop-Shopping</b></p> <p>Erfolgsgeschichte der SB-Warenhäuser</p>	Seite 19

# GEGEN DEN TREND

Liebe Leserinnen und Leser,

ein wechselhaftes Jahr neigt sich dem Ende zu. Es war geprägt von der sprunghaften Verbreitung der Corona-Pandemie. Die Auswirkungen auf das gesellschaftliche Leben und die Wirtschaft sind bis heute gravierend, wie uns der herbstliche Wiederanstieg der Corona-Neuinfektionen vor Augen geführt hat. Nach den kürzlichen Erfolgsmeldungen der Pharmaindustrie gibt es nun Hoffnung auf die baldige Verfügbarkeit eines Impfstoffes.

Für die Hahn Gruppe war es bisher ein arbeitsintensives und organisatorisch herausforderndes Jahr. Dabei sind unsere Anleger und der Konzern trotz der widrigen Umstände vergleichsweise gut durch diese Zeit gekommen. Selbst in Folge des Frühjahrs-Shutdowns verzeichneten wir nur geringe Mietausfälle. Der Grund: Unsere Mieter sind überwiegend auf die Grundversorgung der Bevölkerung ausgerichtet. Sie konnten ihre Umsätze nicht nur stabil halten, sondern sogar teilweise deutlich ausbauen – gegen den gesamtwirtschaftlichen Trend. Wo genau der Handel und die deutsche Wirtschaft aktuell stehen, erfahren Sie in unserem Wirtschaftskapitel auf [Seite 8](#).

War das erste Halbjahr 2020 noch von großer Unsicherheit geprägt, so sind die Wirtschaftsforscher und -akteure mittlerweile besser in der Lage, die neuen Rahmenbedingungen zu verstehen und daraus Prognosen abzuleiten. So gab es auf unserem Branchentreff German Retail Property Day viele interessante Markteinblicke. Im Mittelpunkt stand dabei die Vorstellung des HAHN Retail Real Estate Reports 2020/2021, dessen Inhalte wir Ihnen in der Titelseite ab [Seite 4](#) aufzeigen.

Im Fokus des Reports stehen u. a. die verstärkten Aktivitäten von Einzelhandel und Immobilienwirtschaft im Bereich des Umweltschutzes. Wir engagieren uns ebenfalls und haben für Teile des Immobilienportfolios sowie für unsere Unternehmenszentrale einen CO<sub>2</sub>-neutralen Energiebezug eingeführt. Damit ergibt sich allein in den ersten vier Jahren ein Einsparpotenzial von rund 34.000 Tonnen Kohlendioxid. Lesen Sie im Porträt ab [Seite 14](#) mehr über unseren langjährigen Energiepartner Westbridge, der uns bei der Umstellung auf Ökoenergie beraten hat.

In diesen Wochen wurde übrigens unser Pluswertfonds 175, der in ein SB-Warenhaus in Langenfeld investiert, so weit platziert, dass wir keine weiteren Zeichnungswünsche mehr entgegennehmen können. Wir bedanken uns bei den vielen Anlegern, die uns wieder ihr Vertrauen geschenkt haben, und arbeiten bereits am Nachfolgeprodukt, welches wir Ihnen gerne im ersten Quartal 2021 vorstellen möchten. Seien Sie gespannt!

Ihnen und Ihren Familien wünschen wir zum Jahresausklang frohe und gesunde Feiertage. Hoffen wir, dass wir 2021 schon bald in die Normalität zurückkehren können!

**Ihr Thomas Kuhlmann**  
Vorstandsvorsitzender





## 15. HAHN RETAIL REAL ESTATE REPORT

### Grundversorgungsorientierter Handel entwickelt sich positiv

Am 22. September war es endlich wieder so weit. Die Hahn Gruppe stellte den neuen HAHN Retail Real Estate Report vor – das Standardwerk für die Beschreibung des Handelsimmobilienmarktes in Deutschland. In diesem Jahr erfolgte die Präsentation vor einem Corona-bedingt deutlich reduzierten Fachpublikum, welches sich unter Einhaltung der Mindestabstandsregeln im Schloss Bensberg, Bergisch Gladbach, eingefunden hatte. Gesprächsbedarf gab es reichlich, denn die Corona-Krise weist weiterhin eine hohe Dynamik auf und die Auswirkungen auf die deutsche Wirtschaft, die Immobilienwirtschaft und den Einzelhandel sind vielfältig.

Die Begrüßung zur Veranstaltung erfolgte durch den Vorstandsvorsitzenden der Hahn Gruppe, Thomas Kuhlmann, der hervorhob, dass die Hahn Gruppe und ihre Anleger bisher vergleichsweise gut durch dieses schwierige Jahr gekommen sind. Durch den Fokus auf Güter der Grundversorgung liefen die Geschäfte der

Mieter überwiegend stabil. Viele Händler konnten sogar signifikante Umsatzzuwächse erzielen. Entsprechend sei es selbst während des Shutdowns nur zu geringfügigen Mietausfällen gekommen.

Nicht ganz so positiv fiel der Blick auf die Gesamtwirtschaft aus. Doch stellte Professor Tobias Just, Geschäftsführer der IREBS Immobilienakademie, fest, dass Deutschland zumindest im internationalen Vergleich bislang relativ glimpflich durch die Corona-Krise gekommen sei. Die derzeitige Lage bietet noch kein Umfeld für Wachstum. Beim Zinsniveau rechnet Professor Just aus diesem Grunde in absehbarer Zeit auch nicht mit einem Anstieg.

### Einzelhandel: Gewinner und Verlierer

Dr. Joseph Frechen, Niederlassungsleiter von bulwiengesa in Hamburg, befasste sich in seinem Vortrag mit der



Entwicklung des deutschen Einzelhandels. Weiterhin auf Wachstumskurs sind laut Dr. Frechen die Anbieter von Gütern der Grundversorgung – Lebensmittel, Drogerieartikel, aber auch Baumarktgüter. Es gibt hingegen auch zahlreiche Verlierer: Vor allem der Modehandel durchschreitet ein schwieriges Geschäftsjahr. Das mittlere Modesegment, das kein Profil hat, wird weiter ausgedünnt. Bekleidungs-Discounter kommen besser zurecht.

2021 rechnet Frechen wieder mit einer Stabilisierung der Lage. Mit den gravierenden Veränderungen im Einzelhandel – Stichwort Omnichannel-Handel, Verknüpfung von Online- und Offline-Handel – werden sich auch die Anforderungen an die Standorte ändern. So wird beispielsweise Click & Collect, also die Online-Bestellung mit anschließender Abholung im Markt, zukünftig stark an Bedeutung gewinnen.

Die eingetrübte gesamtwirtschaftliche Lage ist auch am Investmentmarkt spürbar. Jan Dirk Poppinga, Chairman im Retail Board bei CBRE, erkennt, dass die Investoren derzeit stark differenzieren. Der frühere Markt-Slogan „Lage, Lage,

Lage“, der bei Retail Assets mit Blick auf die Bedeutung des Immobilienstandorts für den Geschäftserfolg des Mieters besonders gilt, wird in der aktuellen Orientierungsphase durch den Dreiklang „Food, Food, Food“ abgelöst. Entsprechend sind SB-Warenhäuser, Verbraucher- und Supermärkte sowie Fachmarktzentren mit einem Ankermieter aus dem Lebensmitteleinzelhandel bei Investoren besonders beliebt. Shopping-Center und innerstädtische Handelsimmobilien werden weniger stark nachgefragt.

### Konsumstimmung wird wieder steigen

Doch wie wird sich die Pandemie langfristig auf unser Konsumverhalten auswirken? Mit dieser Frage befasst sich der Hirnforscher und Marketingexperte Dr. Hans-Georg Häusel. Er macht deutlich, dass 98,8 Prozent unserer Entscheidungen letztlich unbewusst getroffen werden: „Emotionen beherrschen uns.“ Nach Darlegung der Prinzipien erklärt er, dass es der Mensch „nie lange im Jammertal aushält“ und der Konsum einen wichtigen Teil der menschlichen Identität ausmacht. Entsprechend erwartet der Experte, dass es zu einer Gegenbewegung kommt, sobald die Pandemie abflaut bzw. es einen Impfstoff gibt.





Die Chancen des stationären Einzelhandels liegen darin, mit seinem Konzept alle Sinne der Kunden anzusprechen. Auch die Tatsache, dass die Menschen den Kontakt untereinander brauchen, sollte der Handel für sich nutzen.

### Die wichtigsten Details des HAHN Reports

Der HAHN Retail Real Estate Report 2020/2021 bietet einen umfassenden Marktüberblick über die Rahmenbedingungen für Handelsimmobilien-Investments. Der von der Hahn Gruppe jährlich herausgegebene Bericht wurde wieder in Kooperation mit CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute erstellt.

### Grund- und Nahversorger wollen weiter expandieren

Der Einzelhandel mit Gütern der Grund- und Nahversorgung ist bisher gut durch die Krise gekommen. Die Anbieter konnten ihre Umsätze teilweise deutlich ausbauen. Dies spiegelt sich auch in der Expansionsstrategie wider. Trotz der wirtschaftlich eingetrübten Lage und den Widrigkeiten durch die Corona-Pandemie zählen Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Bau- und Gartenmärkte, Möbel- sowie Hobby- und Freizeitmärkte weiterhin zu den expandie-

renden Einzelhandelsbranchen. Sie weisen zudem eine überwiegend optimistische Umsatzerwartung für die zweite Jahreshälfte 2020 auf, so das Ergebnis der im Rahmen des HAHN Retail Real Estate Reports durchgeführten Expertenbefragung.

### Fachmarktzentren sind die bevorzugten Standorte für den Handel

Bereits vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie waren divergierende Trends hinsichtlich der präferierten Einzelhandelslagen und Objekttypen zu erkennen, welche nun durch die Corona-Krise noch mal an Dynamik gewonnen haben. So gehen 77 Prozent der Befragten des Einzelhandels davon aus, dass sich Shopping-Center langfristig eher negativ entwickeln werden. 59 Prozent sind der Meinung, dass auch Nebenlagen von Oberzentren zukünftig an Attraktivität als bedeutende Einzelhandelsstandorte verlieren werden. Toplagen in Oberzentren (68 Prozent) und die Stadtkerne von Mittelzentren (64 Prozent) werden langfristig ähnlich positiv und als krisenresilient eingestuft. Noch besser schneiden Mixed-Use-Immobilien (84 Prozent) ab, die sich bereits prä-Corona als Assetklasse steigender Beliebtheit bei Investoren und Händlern

gleichermaßen etabliert haben. Die größte Zuversicht für eine langfristig positive bzw. stabile Entwicklung, auch nach Überwindung der Krise, haben die befragten Expansionsbeauftragten des Einzelhandels bei Fachmarktzentren (88 Prozent).

### Investoren wollen zukaufen – sind aber wählerisch

Trotz der wirtschaftlichen Sondersituation nehmen die im Rahmen des HAHN Retail Real Estate Reports befragten Investoren hinsichtlich ihrer derzeitigen Investmentstrategie eine optimistischere Haltung als im Vorjahr ein. So wollen 58 Prozent bis zum Jahresende 2020 zum bestehenden Immobilienbestand stark bzw. moderat hinzukaufen (Vorjahr: 44 Prozent). Weitere 33 Prozent der befragten Investoren möchten den verwalteten Immobilienbestand halten (Vorjahr: 32 Prozent). Ein im Vergleich

zu den Vorjahren geringerer Anteil von 8 Prozent möchte in den kommenden sechs Monaten den Immobilienbestand moderat beziehungsweise stark verkleinern (Vorjahr: 24 Prozent).

Die Investorennachfrage fokussiert sich dabei auf nur einige wenige Objekttypen, nämlich Lebensmittelformate oder Objekte mit einem Ankermieter aus dem Lebensmittel Einzelhandel. Auf der Wunschliste ganz oben stehen entsprechend Supermärkte und Lebensmitteldiscounter (65 Prozent), dahinter Fachmarktzentren (61 Prozent) und SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte (43 Prozent). Ein deutlich verringertes Investmentinteresse besteht in diesem Jahr an Geschäftshäusern in 1A-Lagen (26 Prozent). Das Schlusslicht bilden Shopping-Center, die derzeit als mögliche Neuinvestitionen kaum eine Rolle in den Überlegungen der Investoren spielen.

### Einzelhandelslandschaft wird durch Megatrends geprägt

Der Report stellt vier große Trends im Einzelhandel heraus, die durch die Corona-Krise noch beschleunigt worden sind:

#### Standortpolitik

*Insolvenzen bei Textil und Mode führen zu einem Flächenüberhang, gerade bei Shopping-Centern und Innenstadtlagen, und entsprechender Standortselektion des Handels. Die Gewinner sind gut eingeführte Standorte, die eine hohe Attraktivität auf die Kunden ausüben. Darüber hinaus gewinnen Nahversorgungszentren und Fachmärkte, die Lebensmittelhandel integriert haben.*

#### Omnichannel

*Stationärer Handel und Distanzhandel verschmelzen mit hoher Geschwindigkeit. Inzwischen setzen fast alle Händler auf einen funktionierenden Online-Kanal. Der wachsenden Konkurrenz aus dem Online-Handel begegnet man mit Internetpräsenz. Zudem erwartet der Kunde Multichannel-Services wie Click & Collect oder die Abgabe von Retouren im stationären Handel.*

#### Digitalisierung

*Der Motor für die Digitalisierung im Handel sind Kosteneinsparungen. Angefangen bei der Steuerung der Warenwirtschaft über Self-Check-out bis zum Einsatz von Algorithmen zur Erfassung von Kundenwünschen werden Abläufe im stationären Handel zunehmend digitalisiert.*

#### Nachhaltigkeit

*Verstärkte Anforderungen an die Nachhaltigkeit haben immensen Einfluss auf die Warenwirtschaft (Verkehr, Verpackungen, Recycling), Produkte und Produktentwicklung (Bio-Produkte, nachhaltige Modeproduktion und Unternehmensführung sowie der Umgang mit den Zulieferern).*

# REKORDWACHSTUM IM DRITTEN QUARTAL

## Einsetzender Erholungstrend

Bisher ist es nicht so schlimm gekommen, wie es viele Wirtschaftsexperten im Frühjahr befürchtet hatten. Nach dem Lockdown hat die deutsche Wirtschaft zu einer beeindruckenden Aufholjagd angesetzt. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamtes zwischen Juli und September 2020 um 8,2 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Die Wirtschaft befindet sich also trotz der weiterhin allgegenwärtigen Pandemie-Einflüsse auf einem deutlichen Erholungskurs, wenngleich im dritten Quartal 2020 in Relation zur Vorjahresperiode weiterhin ein Rückgang um mehr als vier Prozent zu verzeichnen war.

Die deutschen Unternehmen beurteilen die Lage wieder deutlich besser. Der ifo Geschäftsklimaindex ist seit Mai fünfmal in Folge gestiegen, zuletzt im September auf 93,2 Punkte. Allerdings gab es im Oktober einen leichten Index-Rückgang auf 92,7. Hier schlägt sich bereits der erneute Anstieg der Corona-Infektionen in Deutschland und der Welt nieder, der den Akteuren Sorgen bereitet. Der Pandemieverlauf birgt nach wie vor Risiken sowohl für die Binnennachfrage als auch für den Außenhandel. Die größte Herausforderung wird nun der vom Bund und den Bundesländern beschlossene „Lockdown light“ für die Monate November und Dezember.

Ungeachtet der Belastungen durch das neuerliche Herunterfahren der Wirtschaft ist die Bundesregierung für das Gesamtjahr 2020 optimistisch. Wurde Ende April noch ein Rückgang des BIP um 6,3 Prozent erwartet, so ist die Prognose Ende September auf minus 5,8 Prozent angehoben worden und steht Ende Oktober bei nur noch minus 5,5 Prozent. Der Arbeitsmarkt steht dennoch weiter unter Druck. Trotz Kurzarbeit fielen Mitte des Jahres schätzungsweise 820.000 Stellen weg. Seitdem steigt die Zahl der Erwerbstätigen wieder an. Die Zahl der Arbeitslosen ist im Zuge der einsetzenden Herbstbelebung erstmalig gesunken. Die Arbeitslosenquote belief sich im September auf 6,2 Prozent, jedoch hat sie sich im Vergleich zum

Vorjahr um 1,3 Prozentpunkte erhöht. Das Vorkrisenniveau wird vermutlich erst Mitte 2022 wieder erreicht werden. In diesem und im nächsten Jahr wird eine Arbeitslosenquote von 5,9 Prozent erwartet.

## Einzelhandel wächst auch im Pandemie-Jahr

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland entwickelt sich seit dem Frühjahrseinbruch positiv. Gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamtes setzten die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland von Januar bis September 2020 real (preisbereinigt) 3,3 Prozent und nominal (nicht preisbereinigt) 4,5 Prozent mehr um als im Vorjahreszeitraum. Im Vergleich zum Februar 2020, dem Monat vor Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland, war der Umsatz im September 2020 kalender- und saisonbereinigt real um 2,8 Prozent höher. Der Handel mit Lebensmitteln entwickelte sich insgesamt deutlich besser als der Non-Food-Einzelhandel.

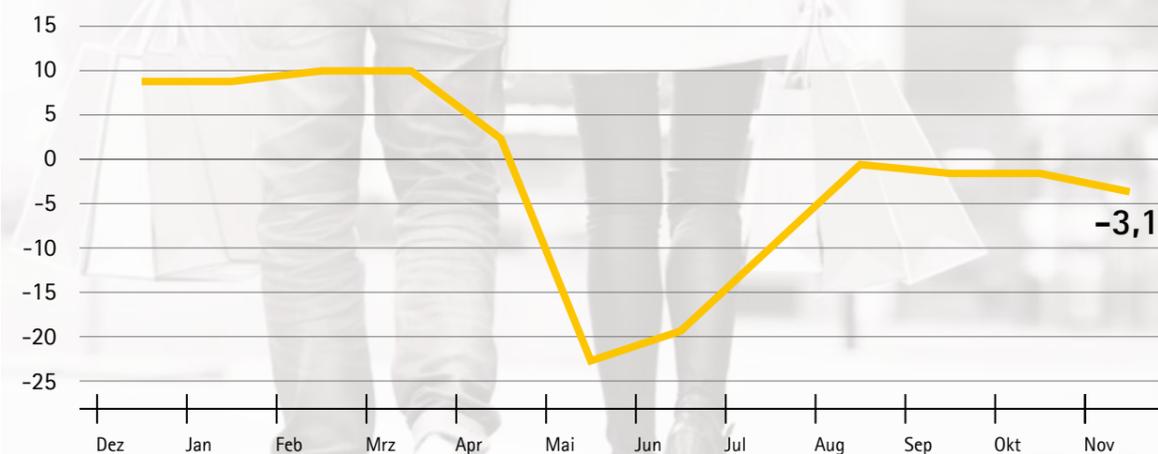
Für das Gesamtjahr 2020 erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) mit Stand Ende September einen Anstieg der Einzelhandelsumsätze um rund 1,5 Prozent. Das ist deutlich besser als ursprünglich erwartet und liegt in der guten Entwicklung des versorgungsorientierten Einzelhandels begründet. Die vom zwischenzeitlichen Lockdown betroffenen Teilbranchen des Non-Food-Einzelhandels sollen dagegen prognosegemäß an Umsatz einbüßen. Diese Entwicklung belastet insbesondere den innerstädtischen Einzelhandel und Shopping-Center.

Der seit November geltende Lockdown sollte den deutschen Einzelhandel jedoch weniger stark belasten als die Eindämmungsmaßnahmen aus dem Frühjahr. Von den Schließungsanweisungen sind lediglich Gastronomie- und Entertainmentbetriebe betroffen.

## Sommerliche Konsumlaune im Aufwind

Die im GfK-Konsumklima gemessenen wirtschaftlichen Erwartungen der Konsumenten haben sich von Mai bis Juli v-förmig erholt und wurden zuletzt durch die Mehrwertsteuersenkung beflügelt. Der Indexwert befand

## GfK-Konsumklimaindex 2020



Quelle: GfK

sich damit im Juli nur noch geringfügig unter dem Vorjahresniveau. Mit der steigenden Furcht vor einem erneuten Lockdown hat sich die Stimmung allerdings wieder eingetrübt. So bestätigte die Konsumstimmung im November einen seit August andauernden leichten Abwärtstrend. Nicht nur die Konsumbereitschaft ist wieder rückläufig, sondern auch die Konjunktur- und Einkommenserwartungen der Konsumenten. Aufgrund der jüngsten Entwicklungen wird für das Gesamtjahr ein Rückgang der privaten Konsumausgaben um 6,4 Prozent erwartet. Dem folgt prognosegemäß im Jahr 2021 wiederum ein kräftiges Wachstum mit 5,1 Prozent. Die Verbraucherpreisinflation wird im Jahr 2020 voraussichtlich, bedingt durch einen niedrigen Ölpreis im Vergleich zum Vorjahr, ebenfalls um 0,5 Prozent zurückgehen. Wie robust die private Konsumnachfrage mittelfristig auf die Auswirkungen der andauernden Corona-Krise reagiert, bleibt abzuwarten.

## Mehr Investitionen am Investmentmarkt für Handelsimmobilien

Die gegenwärtig angespannte wirtschaftliche Situation wirkt sich auch auf die Immobilien-Transaktionsmärkte aus. Während das erste Quartal 2020 über weite Teile noch unbeeindruckt von der sich verstärkenden Krise verlief, agierten Investoren im zweiten und im dritten Quartal vorsichtiger. Gemäß CBRE stieg in den ersten

drei Quartalen das Transaktionsvolumen am deutschen Einzelhandelsimmobilien-Investmentmarkt trotz dieser Herangehensweise im Vorjahresvergleich um 32 Prozent auf 9,4 Mrd. Euro. Treiber dieses Wachstums waren vor allem Großtransaktionen. Weiterhin im Investorenfokus standen Immobilien mit einem hohen Lebensmittel- und Drogerieanteil, bei denen es keine schließungsbedingten Umsatzeinbußen gab. Auf Immobilien aus dem Segment der Fachmärkte/Fachmarktzentren entfiel entsprechend ein hoher Anteil von 49 Prozent des gesamten Investitionsvolumens, gefolgt von innerstädtischen Geschäftshäusern mit einem Anteil von 29 Prozent und Shopping-Centern mit 12 Prozent.

Die Renditen für Handelsimmobilien zeigten weiterhin divergierende Entwicklungen. Die Spitzenrenditen für Shopping-Center stiegen sowohl für Objekte an A-Standorten wie auch an B-Standorten um jeweils 0,25 Prozentpunkte auf 4,75 Prozent bzw. 5,75 Prozent an, ein Zeichen eines zurückgehenden Interesses der Investoren. Im Gegensatz dazu war das Interesse der Investoren an Immobilien mit versorgungsorientierten Mietern weiterhin groß. Folgerichtig gingen die Nettoanfangsrenditen für Supermärkte um 0,20 Prozentpunkte auf 5,00 Prozent und für SB-Warenhäuser um 0,05 Prozentpunkte auf 4,70 Prozent zurück.

Wenngleich die signifikanten gesellschaftlichen und konjunkturellen Verwerfungen sowie die eingeschränkten Handlungsspielräume infolge von Covid-19 das Transaktionsvolumen beeinflusst haben, unterstrich dieses noch immer gute Ergebnis das große Vertrauen der Investoren in den deutschen Immobilienmarkt.

Im weiteren Jahresverlauf dürfte das Einzelhandelsimmobilien-Transaktionsvolumen in den verschiedenen Segmenten – zum einen durch mangelndes Angebot, zum anderen aufgrund einer verhaltenen Nachfrage – gebremst werden. Die größte Dynamik dürfte bei kleineren und mittelgroßen Fachmarktzentren zu erwarten sein, die keinen signifikanten Fashion-Anteil haben, sowie bei Supermärkten und Discountern. Die konkreten Auswirkungen auf den hiesigen Vermietungsmarkt dürften jedoch erst zum Jahresende oder sogar erst im ersten Halbjahr 2021 deutlich sichtbar werden. Der zunehmende Anlagedruck der Investoren steht weiterhin in starker Abhängigkeit zum weiteren Verlauf der Pandemie und zur Entwicklung der Gesamtwirtschaft; Faktoren, die für die tatsächliche Nachfrage ausschlaggebend sind.

### Ausblick: Weiter auf Erholungskurs in einem unsicheren Umfeld

Eine Vielzahl an Indikatoren deutet aktuell darauf hin, dass Deutschland die konjunkturelle Schockstarre überwunden hat und sich die Wirtschaft trotz des erneuten Lockdowns nach dem massiven Einbruch im Frühjahr tendenziell erholt. Die außenpolitischen Risiken, wie etwa der Handelsstreit zwischen den USA und China/Europa sowie die weiterhin ungeklärten Fragen zum EU-Austritt des Vereinigten Königreichs und die fragile Lage in anderen EU-Ländern, haben einen nicht unerheblichen Einfluss auf den zukünftigen Konjunkturverlauf der deutschen Wirtschaft. Zudem wird das historische Ausmaß der staatlichen Unterstützung einen spürbaren Einfluss auf die Wachstumsraten der Folgejahre nehmen.

# 8,2

Prozent Anstieg des BIP in Q3 ggü. dem Vorquartal 2020

# 5,1

Prozent Wirtschaftswachstumsprognose der Bundesregierung für 2021

## RECHT UND VERMÖGEN

### Corona-Homeoffice von der Steuer absetzen

Bislang konnten Arbeitnehmer bis zu 1.250 Euro Werbungskosten im Jahr für den heimischen Arbeitsplatz anrechnen, sofern sie im Unternehmen keinen zumutbaren Arbeitsplatz hatten. Diese Regelung traf bisher beispielsweise auf Berufsgruppen wie Lehrer oder Außendienstmitarbeiter zu. Galt das Arbeitszimmer als Mittelpunkt der beruflichen Tätigkeit, etwa bei Selbstständigen wie freien Journalisten, Mediengestaltern oder Schriftstellern, waren die gesamten Kosten absetzbar. Voraussetzung war, dass für die Homeoffice-Tätigkeiten ein separater, büromäßig ausgestatteter Raum zur Verfügung stand, der fast ausschließlich beruflich genutzt wurde. Eine Ecke mit Schreibtisch im Wohnzimmer wurde von den Finanzämtern bisher nicht anerkannt.

Laut Bundesfinanzministerium soll sich das jetzt ändern. Viele Steuerzahlerinnen und Steuerzahler arbeiten in der Corona-Krise teilweise oder größtenteils zu Hause. In zahlreichen Unternehmen ist Homeoffice ein fester Bestandteil des Corona-Sicherheitskonzepts. Politiker aus Bayern und Hessen haben eine Initiative zur Absetzbarkeit im Homeoffice angekündigt, wobei pro Tag ein Pauschalbetrag von fünf Euro als Werbungskosten absetzbar sei. Die Höhe der absetzbaren Kosten seien allerdings auf maximal 600 Euro jährlich begrenzt, was bei Arbeitnehmern mit einer Fünftagewoche eine Absetzbarkeit von 120 Tagen bedeuten würde. In der Regel arbeiten sie 230 Arbeitstage im Jahr.

Für die Anerkennung durch das Finanzamt seien nach ihren Plänen keine besonderen Voraussetzungen an den heimischen Arbeitsplatz notwendig.

### Neuer Passus im Baugesetzbuch

Das kürzlich beschlossene Umwandlungsverbot, das als § 250 ins Baugesetzbuch eingefügt wird, beschreibt das Verbot, Miet- zu Eigentumswohnungen umzuwandeln. Ziel des Umwandlungsverbotes ist es, Mieter zu schützen und

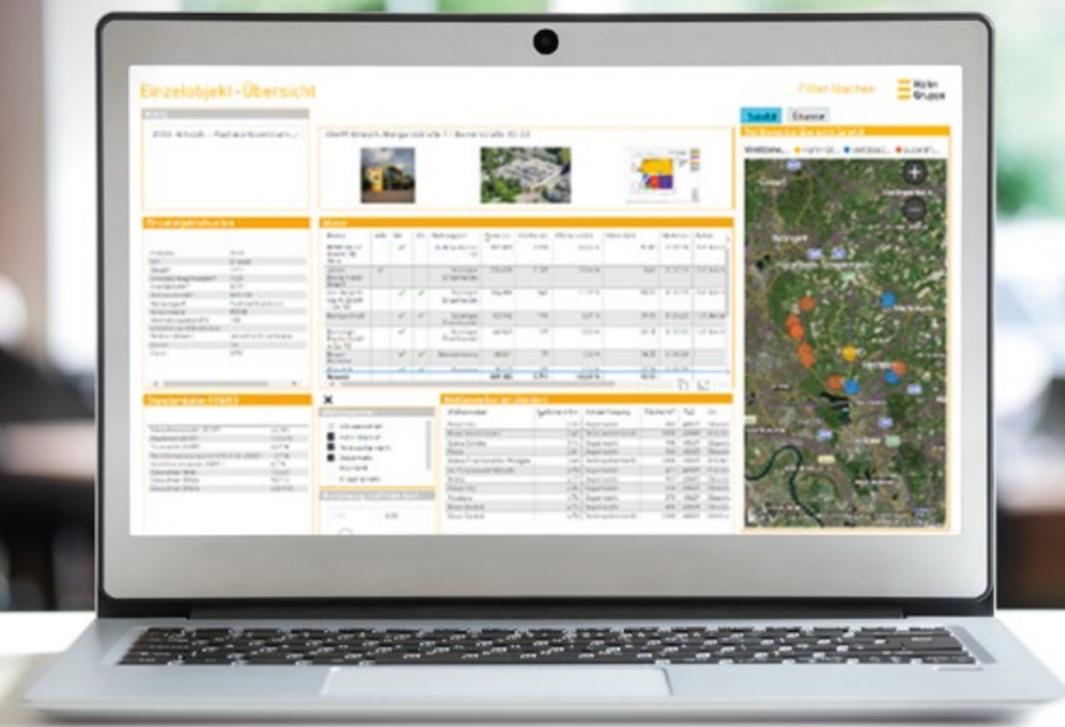
Wohnungssuchende zu stärken. Das Umwandlungsverbot erlaubt Landesregierungen für maximal fünf Jahre, Gebiete zu bestimmen, in denen die Umwandlung von Miet- zu Eigentumswohnungen durch die örtlichen Behörden genehmigt werden muss. Das ist in der Regel in Gebieten mit einem angespannten Wohnungsmarkt der Fall.

### Neue Rechtslage bei Eigentumswohnungen

Die Reform des Wohneigentumsrechts, zur Schaffung eines ausgewogenen Gesetzes für Wohnungseigentümer, tritt am 1. Dezember in Kraft. Die Reform zur Stärkung der Eigentümerrechte soll den Besitzern von rund 10 Mio. Wohnungen in Deutschland Modernisierungen und bauliche Veränderungen am Gemeinschaftseigentum erleichtern. Künftig ist eine einfache Mehrheit ausreichend, ohne Zustimmung aller Eigentümer. Eigentümerversammlungen werden durch die Reform erleichtert. So können Eigentümer auch online an Versammlungen teilnehmen.

Im Außenverhältnis, gegenüber Dritten, erhalten Verwalter zukünftig mehr Rechte. Sie können als Vertreter der Wohnungseigentümer sämtliche Verträge, abgesehen von Grundstücks- und Kreditgeschäften, abschließen. Dazu zählen neben kleineren Reparaturen zum Beispiel Abschlüsse von Versorgungs- und Dienstleistungsverträgen. Entscheidungen ohne Eigentümerbeschluss zu treffen, ist jedoch nicht möglich.

Ein zentraler Streitpunkt der WEG-Reform war, ob ein verpflichtender Sachkundenachweis für gewerbliche Verwalter eingeführt wird. Hier haben sich Union und SPD auf einen Kompromiss geeinigt. Auch nach Einführung der neuen Reform wird es keinen verbindlichen Sachkundenachweis geben, der die Qualifikation eines Verwalters nachweist. Allerdings haben Wohnungseigentümer das Recht, einen zertifizierten Verwalter und somit einen Sachkundenachweis über alle rechtlichen, technischen und kaufmännischen Kenntnisse für die Tätigkeit als Verwalter zu verlangen.



Hahn PowerBI-Dashboard

Quelle: Hahn Gruppe

## IMMOBILIENMANAGEMENT

### Vernetztes Reporting

Insbesondere in der Immobilienwirtschaft sind Berichtsumgebungen auch heute noch dadurch gekennzeichnet, dass eine Vielzahl von Informationen in verschiedenen Systemen vorliegt und unabhängig voneinander gepflegt wird. Für das Reporting in Excel oder PowerPoint müssen die Daten zuvor manuell verknüpft werden, wobei neben dem zeitlichen Aspekt auch eine generelle Anfälligkeit für Übertragungsfehler besteht. In unserer zunehmend digitalisierten Wirtschaftswelt ist der schnelle und ortsunabhängige Zugriff auf aktuelle Daten und Informationen deshalb zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden. Die übersichtliche Bereitstellung relevanter Real-Time-Kennzahlen kommt nun auch im Immobilienmanagement auf vielfältige Art und Weise verstärkt zum Einsatz.

### Zentraler Datenabgleich statt Insellösungen

So hat die Hahn Gruppe ihre einzelnen Datenquellen in eine cloudbasierte Reporting-Umgebung überführt. Ziel ist es, in dem zunehmend dynamischen Marktumfeld schneller,

flexibler, vernetzter und bereichsübergreifend agieren zu können, um die Verwaltung von deutschlandweit über rund 150 Handelsimmobilienstandorten effizienter zu gestalten. Dafür benötigen die einzelnen Unternehmensbereiche täglich aktuelle Informationen wie z. B. über das Portfolio, die Objekte und Mieter, diverse Kostenkennzahlen oder über die Wettbewerbssituation an den Standorten. Die dafür notwendigen Primär-/Basisdaten werden aus den originären internen Systemen (z. B. Buchhaltung, Property Management) automatisiert tagesaktuell abgezogen, bereinigt und für Reporting- und weiterführende Analyse-zwecke auf einem individuellen Dashboard bereitgestellt und gleichzeitig mit anderen relevanten Daten verknüpft [s. Abb. oben]. So erhält der Anwender in kürzester Zeit einen umfänglichen Überblick über Steuerungs- sowie Prozesskennzahlen und kann unter Zuhilfenahme weiterer Filterfunktionen in die Detailsuche einsteigen oder die Suchergebnisse direkt anderweitig exportieren. Als Reporting-Tool wurde das Business-Intelligence-Tool PowerBI von Microsoft ausgewählt. Es erleichtert den Datenzugriff aller Abteilungen und ersetzt „Insellösungen“.

## AKTUELLE MELDUNGEN

### Hahn Gruppe setzt auf CO<sub>2</sub>-neutrale Energieversorgung

Zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und zur Verbesserung der Ökobilanz hat die Hahn Gruppe ihre Bezugsquellen für Strom und Erdgas gewechselt. Zukünftig bezieht das Unternehmen für das eigene Verwaltungsgebäude sowie für die verwalteten Allgemein- und Nebenflächen im Handelsimmobilienportfolio ausschließlich Ökostrom und CO<sub>2</sub>-neutrales Erdgas. Damit ergibt sich allein bis zum Jahresende 2024 ein Einsparpotenzial von rund 34.000 Tonnen Kohlendioxid, davon 22.000 Tonnen beim Strom- und 12.000 Tonnen beim Erdgasbezug. Etwa 30 Prozent aller CO<sub>2</sub>-Emissionen in Deutschland entstehen beim Betrieb von Gebäuden. Die Verbesserung der Klimaverträglichkeit ist deshalb ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeitsagenda der Hahn Gruppe.

### Neubau auf zwei Grundstücken in Mönchengladbach

Die Hahn Gruppe hat von der Stadt Mönchengladbach grünes Licht für die Umsetzung einer Projektentwicklung erhalten. Die Ausgangslage des geplanten Bauvorhabens bilden zwei Grundstücke im Nordosten der Stadt. Die Maßnahmen beinhalten sowohl den Abriss von Altbauwerken als auch die Neuerrichtung eines modernen Gebäudekomplexes mit einer ansprechenden Außenfassade und neu konzipiertem PKW-Stellplatzangebot. Die Einzelhandelsunternehmen Adler Modemarkt und toom Baumarkt haben neue langfristige Mietverträge über 3.600 m<sup>2</sup> bzw. rund 11.000 m<sup>2</sup> Mietfläche abgeschlossen. Umweltschutzaspekten wird bei der Planung eine besondere Bedeutung beigemessen, was sich u. a. in einer hocheffizienten Haustechnik mit Wärmerückgewinnung, einer begrünten Schallschutzwand, E-Tankstellen und großen Gründachflächen widerspiegelt. Für den toom-Baumarkt ist eine Gold-Zertifizierung nach den Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) angestrebt.

### Fachmarktinvestoren vom Mietausfall kaum berührt

Die Immobilien Zeitung (IZ) berichtet in ihrer Ausgabe vom 1. Oktober über die Mietausfälle großer deutscher Handelsimmobilien-Investoren. Das Fazit der Zeitung ist, dass Manager von Fachmarktzentren deutlich besser dastehen würden als Shopping-Center-Betreiber. Hervorgehoben wird die Hahn Gruppe mit einer Collection-Rate von 99 Prozent im August. Im Lockdown-Monat April sind es 94 Prozent gewesen. Der größte europäische Shopping-Center-Investor Unibail-Rodamco-Westfield kommt hingegen selbst im Erholungsmonat August nur auf eine Collection-Rate von 70 Prozent, d. h., 30 Prozent der August-Mieten wurden bisher nicht gezahlt. Die Begründung der IZ: Der Einkauf im Fachmarktzentrum dient der notwendigen Nahversorgung und ist auch während der Corona-Pandemie nicht aufschiebbar, im Gegensatz zu den Einkäufen im Shopping-Center.

### Collection-Rate 2020 in %

Firma	März	April	Mai	Juni	Juli	August
Deutsche Euroshop (Einkaufszentren)	95	45	49	60	87	89
ECE (Einkaufszentren)	94	51	55	65	87	88
Unibail-Rodamco-Westfield (Einkaufszentren)	95	46	46	46	72	70
<b>Hahn Gruppe (Fachmarktimmobilen)</b>	<b>99</b>	<b>94</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>99</b>
Deutsche Konsum REIT (Fachmarktimmobilen)	ca. 100	70,3	95,5	96,4	98,1	99,7
Deutsche Fachmarkt (Fachmarktimmobilen)	97	90	95	99	99	99

\* Unter Collection-Rate wird verstanden, wie viel Prozent der vertraglich vereinbarten Miete des jeweiligen Unternehmens bis Mitte September 2020 eingegangen ist.  
© Immobilien Zeitung; Quelle: Unternehmensangaben

# MEHR ENERGIEEFFIZIENZ UND UMWELT-FREUNDLICHKEIT IM PORTFOLIO

Interview mit Christopher Feliks, Geschäftsführer der Westbridge Advisory GmbH

**Worum geht es bei Westbridge? Was macht Ihr Geschäftsmodell aus?**

Wir bei Westbridge sind ein unabhängiges Beratungsunternehmen aus Frankfurt am Main, das sich auf die Betriebskostensenkung von Immobilienportfolios sowie auf Facility- und Energy-Management-Consulting spezialisiert hat. Wir unterstützen Unternehmen, Investoren und Bestandshalter europaweit bei der Umsetzung ihrer ESG-Strategien. Dabei profitieren wir von unserer Betriebskosteneffizienz-Expertise und unserer langjährigen Erfahrung in der Immobilienwirtschaft. Das Ziel besteht darin, die Wertsteigerung der Immobilien durch eine energieeffiziente Ausrichtung der Assets zu erreichen. Für immer mehr Investoren ist das heute ein entscheidendes Anlagekriterium.

**Sie nennen Ihre Methode den „Westbridge-Prozess“. Was zeichnet diese Arbeitsweise aus?**

Der Westbridge-Prozess ist ein von uns entwickeltes und standardisiertes Modell, das auf Grundlage einer umfassenden Beratungsleistung eine effiziente, transparente und nachhaltige Gestaltung sämtlicher Betriebskosten von Immobilien darstellt. Den Prozess zeichnet es aus, dass dieser ganzheitlich aufgesetzt wird – von der anfänglichen Bestands- und Potenzialanalyse über die Entwicklung und Umsetzung einer individuellen Ausschreibungsstrategie bis zum Management des neuen Vertragswerks samt anschließender Mandatsbetreuung.



**Welche Ansatzpunkte sehen Sie grundsätzlich für Ihre Kunden, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu verringern und Klimaneutralität zu erreichen?**

Ein Blick auf die Zahlen reicht aus: Der Immobiliensektor ist weltweit für rund 40 Prozent aller CO<sub>2</sub>-Emissionen verantwortlich. Mehr als zwei Drittel dieser Emissionen sind dem laufenden Gebäudebetrieb zuzuschreiben: Heizung, Kühlung, Strom, Gas und Gebäudetechnik. Unsere Kunden sind diejenigen, die am längsten Hebel sitzen. Und deshalb sind sie angehalten, die Emissionshöhe zu reduzieren. Damit verringern die Unternehmen nicht nur ihren ökologischen Fußabdruck, sondern steigern den Wert ihrer Immobilien.

**Seit wann arbeiten Sie mit der Hahn Gruppe zusammen und woran?**

Wir arbeiten seit 2016 mit der Hahn Gruppe zusammen. Gemeinsam ist es uns gelungen, den CO<sub>2</sub>-Haushalt von Teilen des Immobilienportfolios zu reduzieren. Innerhalb der nächsten vier Jahre verringert die Hahn Gruppe ihren

CO<sub>2</sub>-Ausstoß um rund 34.000 Tonnen. Das betrifft den Bezug von Strom und von Wärmeenergie.

**Welche Ziele/Anforderungen hat die Hahn Gruppe an Ihr Unternehmen gehabt?**

Das Ziel bestand darin, den Carbon Footprint der Hahn Gruppe im Bereich der Betriebskosten zu verkleinern. Das haben wir für Teile des Immobilienportfolios erfolgreich umgesetzt.

**Welche Maßnahmen wurden bei der Hahn Gruppe zur Betriebskostensenkung vorgenommen?**

Wir haben die Energielieferverträge für Strom und Erdgas von Teilen des rund 150 Handelsimmobilien großen Portfolios neu strukturiert. Dazu haben wir anfangs im Rahmen einer umfassenden Ist-Analyse zunächst das allgemeine Preis- und Vertragsgefüge erfasst, um in einem zweiten Schritt nach Entwicklung der Ausschreibungsstrategie ein Marktscreening durchzuführen. Auf Basis einer



**Für immer mehr Investoren ist Energieeffizienz heute ein entscheidendes Anlagekriterium.**

Christopher Feliks, Geschäftsführer der Westbridge Advisory GmbH



Bewertungsmatrix sind wir abschließend in die Vertragsverhandlungen mit potenziellen Energieversorgern gegangen und haben die bestehenden Konditionen optimiert.

**Wie sehen Sie die weitere Zusammenarbeit mit der Hahn Gruppe?**

Wir betreuen die Hahn Gruppe über den Abschluss des Projekts hinaus und stehen als Berater für die weitere Umsetzung der hauseigenen ESG-Strategie auch in Zukunft zur Verfügung. Die Hahn Gruppe ist ständig auf der Suche nach innovativen Lösungsansätzen, die Klimaverträglichkeit und Energieeffizienz ihrer Immobilien zu verbessern. Mit unserer Expertise sind wir genau der richtige Partner dafür.

Vielen Dank für das Gespräch.



# INVESTMENTANGEBOTE FÜR INSTITUTIONELLE ANLEGER

## Maßgeschneiderte Konzepte

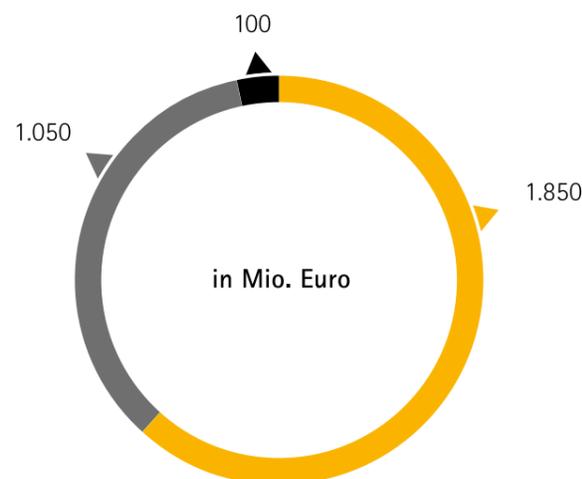
Mit rund 180 aufgelegten Immobilienfonds hat sich die Hahn Gruppe in den vergangenen 38 Jahren als Anbieter von Investmentlösungen für Privatanleger etabliert. Mittlerweile nimmt auch das Geschäft mit institutionellen Anlegern – beispielsweise Versicherungen, Versorgungswerken, Pensionskassen, Stiftungen, Banken und Sparkassen – einen großen Stellenwert ein.

So managt Hahn aktuell allein für diese Anlegergruppe ein Immobilienvermögen von rund 1,8 Mrd. Euro. Mit ihrer BaFin-lizenzierten Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert bietet die Hahn Gruppe maßgeschneiderte Fondskonzepte, die eine große Bandbreite von Anlegertypen, Risikoklassen und Laufzeiten abdecken. Das Produktportfolio reicht von offenen Spezial-AIFs über Club Deals bis hin zu Individualmandaten.

Die Hahn Gruppe verfügt über die erforderlichen Kompetenzen, um für ihre Investoren nachhaltig ertragsstarke

## Investorengruppen

- ▶ Institutionelle Anleger
- ▶ Privatanleger
- ▶ Mandate für Drittvermögen



Stand 31. Dezember 2019

## Institutionelle Investmentvehikel der Hahn Gruppe (Übersicht)

Kategorie	Bezeichnung	Assetklasse
FCP nach Luxemburger Recht	HAHN German Retail Fund I	Großflächige Handelsimmobilien
Offene Spezial-AIFs	HAHN German Retail Fund II	Großflächige Handelsimmobilien
	HAHN German Retail Fund III	Großflächige Handelsimmobilien
Club Deals	HAHN German Mixed-Use Fund I	Mixed-Use-Immobilien
Individualmandate	Diverse geschlossene Spezial-AIFs	Großflächige Handelsimmobilien

Investments zu konzipieren. Die Hahn-Fondsexperten stellen die Risikoklassen, Fondslaufzeiten und Fremdkapitalquoten individuell auf die Investmentziele der jeweiligen Investorengruppe ab.

### Langjähriger Track-Record

Seit über zehn Jahren managt die Hahn Gruppe Immobilienfonds für institutionelle Anleger. Den Anfang machte 2008 gemeinsam mit der LRI Invest S.A. gegründete HAHN FCP-FIS-German Retail Fund. Der vollständig platzierte Luxemburger Spezialfonds zählt mit einem Bruttoinvestitionsvolumen von rund 550 Mio. Euro, die in großflächige Einzelhandelsimmobilien investiert sind, auch heute noch zu den größten institutionellen Fonds dieser Assetklasse. Seitdem hat die Hahn Gruppe sowohl offene als auch geschlossene Spezial-AIFs aufgelegt.

### Investmentlösungen

#### Spezial-AIFs

- ≡ Diversifizierte Immobilienportfolios
- ≡ Professionelle bzw. semiprofessionelle Investoren
- ≡ Feste Anlagebedingungen, die sich an den gleich gerichteten Interessen der Investoren orientieren
- ≡ Zeichnungssumme 10–30 Mio. Euro je Investor

#### Club Deals

- ≡ Einzelinvestments oder Portfolios
- ≡ Homogener Kreis professioneller Investoren
- ≡ Gemeinsames Anlageziel
- ≡ Zeichnungssumme 20–70 Mio. Euro je Investor

#### Individualmandate

- ≡ Einzelinvestments oder Portfolios
- ≡ Großinvestor oder Investorenverbund
- ≡ Maßgeschneidertes, individuelles Anlageziel
- ≡ Zeichnungssumme ab 100 Mio. Euro je Investor



Für weitergehende Informationen sprechen Sie uns gerne an!

**Herr Jörg Thomsen**  
Geschäftsführer,  
DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH  
E-Mail: [jthomsen@de-wert.de](mailto:jthomsen@de-wert.de)

# NACHHALTIGKEIT IN DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT

## Verantwortung in drei Dimensionen

Die Begrenzung der Klimaerwärmung wird mittlerweile mehr denn je als eine der zentralen weltpolitischen und generationsübergreifenden Herausforderungen des Jahrhunderts angesehen. Nachhaltigkeit ist jedoch längst nicht mehr ein reines Umwelt-Thema, sondern umfasst darüber hinaus auch die soziale Komponente beziehungsweise die gesellschaftspolitische Verantwortung sowie den Bereich Governance auf der politischen und unternehmerischen Ebene.

## ESG – die internationale Nachhaltigkeitsformel

International und branchenübergreifend etabliert haben sich die sogenannten ESG-Parameter, welche als Orientierungshilfe bei der Integration und Implementierung von Nachhaltigkeitsaspekten in das wirtschaftliche Handeln dienen. ESG beschreibt die drei Nachhaltigkeitsdimensionen Environmental, Social und Governance. Diese umfassen beispielsweise den Umgang von Unternehmen mit ihren Mitarbeitern, das Thema Menschenrechte und den verantwortlichen Umgang mit den nötigen Ressourcen bei der Produktion und Warenbeschaffung oder die Grundsätze guter Unternehmensführung. Alle drei Aspekte beinhalten eine Reihe von Einzelkriterien, die in der Summe Auskunft darüber geben, wie nachhaltig ein Unternehmen arbeitet.

## Die Immobilie ist kritischer Einflussfaktor für Treibhausgasemissionen

Der Nachhaltigkeitsgedanke gewinnt auch in der deutschen Immobilienbranche seit geraumer Zeit zunehmend an Bedeutung und ist neben den Corona-bedingten Herausforderungen einer der elementaren Treiber für den sich gegenwärtig vollziehenden Wandlungsprozess. Gemäß Umweltbundesamt entfallen allein in Deutschland rund 35 Prozent des Endenergieverbrauchs und rund 30 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf den Betrieb von Immobilien. Das wachsende öffentliche Interesse und Engagement sowie

der politische Diskurs um die Themenfelder Klimaschutz und Nachhaltigkeit werden zukünftig einen prägenden Einfluss auf die regulatorischen Rahmenbedingungen als auch auf das Marktumfeld ausüben. Die ESG-Integration betrifft alle Ebenen im Immobilienmanagement und ist gleichermaßen entscheidend für die Weiterentwicklung der Immobilienbranche sowie für die jeweilige Unternehmensausrichtung. Die erhöhte Sensibilisierung verschiedener Stakeholder für Nachhaltigkeitsaspekte wirkt sich zudem auf deren Präferenzen aus und führt zu Veränderungen in der Marktbewertung. Verstärkt wird Nachhaltigkeit bei Investitionen und Anlageprodukten sowie in der Projektentwicklung als regulatorischer und wettbewerbsrelevanter Parameter nachzuweisen sein. Dies spiegelt sich bereits in bestehenden Initiativen wie in den Principles for Responsible Investment (PRI) oder GRESB wider. Weiterführend stehen Finanzierungen, Versicherungen und die erzielbaren Renditen von Immobilien in wachsender Abhängigkeit zu den genannten ESG-Kriterien.



Nachhaltigkeitsverständnis der Hahn Gruppe



## 60 JAHRE ONE-STOP-SHOPPING

### Erfolgsgeschichte der SB-Warenhäuser

Die ersten SB-Warenhäuser in Deutschland öffneten bereits in den 1960er-Jahren ihre Türen. Der Erfolgsfaktor dieses neuen Betriebstyps im Vergleich zur bestehenden Einzelhandelslandschaft war das bis dahin in dieser Fülle noch nicht angebotene breite Sortiment unter einem Dach. Sowohl bei Lebensmitteln und Drogeriewaren als auch bei verschiedenartigen Non-Food-Angeboten – die von Haushaltswaren über Elektroartikel, Schuhe, Bekleidung oder auch Spielwaren alles abdeckten – konnten die SB-Warenhäuser ihre Kunden von Beginn an mit Vielfalt und günstigen Preisen begeistern. Die oftmals verkehrsgünstige Lage sowie ein großes kostenloses Stellplatzangebot rundeten das Erfolgskonzept ab.

Schrittweise bildete sich eine große Anzahl an namhaften Betreibern heraus, die teils überregional, teils auch nur regional aktiv waren. Besonders erwähnenswerte Pioniere der Anfangsjahre waren SB-Warenhausbetreiber wie die Familie Mann mit Wertkauf oder die Familie Kipp mit Massa. Sie betrieben eindrucksvolle Objekte mit teilweise mehr als 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Ende der 1980er-Jahre entstand durch den Verkauf von Massa, Extra und Continent an die Asko Deutsche Kaufhaus AG der erste größere SB-Warenhauskonzern. Anfang der 1990er-Jahre erlebten die SB-Warenhäuser im Zuge der Wiedervereinigung einen weiteren Schub bei der Entwicklung neuer Standorte. Ab Mitte der 1990er-Jahre setzte eine Konzentrationswelle ein. Erfolgreiche inhabergeführte SB-Warenhausketten und -betreiber wie Asko, Allkauf und Multi-Center (Kriegbaum) wurden im Rahmen dieses Konsolidierungsprozesses von der Metro AG (real) übernommen. Die dynamischen Entwicklungen im Einzelhandel sowie das sich wandelnde Konsumverhalten veränderten gegen Ende der 1990er-Jahre das

Wettbewerbsumfeld für die SB-Warenhäuser. Insbesondere im Non-Food-Bereich traten neue Konkurrenten an den Markt. Als Reaktion verkleinerten einige SB-Warenhausketten in den nachfolgenden Jahren die Verkaufsfläche ihrer Standorte auf ca. 5.000 m<sup>2</sup> bis 7.000 m<sup>2</sup> und fokussierten sich wieder auf das einstige Kernsegment Lebensmittel. Im Zuge dieses Prozesses wandelten sich zahlreiche ehemals großflächige SB-Warenhausstandorte zu Fachmarktstandorten. Dabei wurden in Ergänzung auf den verkleinerten Non-Food-Flächen leistungsstarke Ankermieter angesiedelt. Hierzu zählen beispielsweise Drogeriemärkte, Lebensmittel-discounter und zugkräftige Fachmärkte mit Non-Food-Sortiment sowie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Freizeitangebote.

Dieser Trend setzt sich bis in die Gegenwart fort und wird möglicherweise durch den abgeschlossenen Verkauf der real-SB-Warenhäuser von der Metro AG an die SCP Group und durch die bevorstehende Umflagung dieser Standorte vorangetrieben werden. Das große Interesse beziehungsweise der Wettbewerb um diese Objekte verdeutlicht einmal mehr die Exklusivität der SB-Warenhaus-Standorte, die durch ihr individuelles Baurecht eine hohe Attraktivität aufweisen und weiterhin das Potenzial bieten, die Handelslandschaft zu prägen.

Neben einer Fortführung der SB-Warenhäuser als Solitär-Betrieb bieten sich auch zukünftig Chancen in der Weiterentwicklung zum Fachmarktzentrum mit einem verkleinerten SB-Warenhaus oder Verbrauchermarkt als Ankerbetrieb. Andererseits zeigen Betreiber wie die Globus-Gruppe – mit ihren Märkten jenseits der 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – auf, dass eine breite Sortimentsbasis sowie eine hohe Gastronomiekompetenz besonders gut in großen Märkten darstellbar sind.

**Herausgeber:**

Hahn Gruppe | Buddestraße 14 | 51429 Bergisch Gladbach  
Telefon: 02204 9490-0 | Telefax: 02204 9490-119  
E-Mail: [info@hahnag.de](mailto:info@hahnag.de) | [www.hahnag.de](http://www.hahnag.de)