

2/21

DIE IMMOBILIE

DAS MAGAZIN FÜR KUNDEN UND PARTNER DER HAHN GRUPPE

WIRTSCHAFT

Auswirkungen der Wahl
auf die Immobilienwelt

Seite 4

DER EINBLICK

Projektentwicklung –
Nachhaltig in die Zukunft

Seite 10



**HAHN RETAIL REAL ESTATE
REPORT 2021/2022**

Seite 6

INHALT

01	EDITORIAL Mehr Klarheit für 2022	Seite 3
02	WIRTSCHAFT & MARKT Erste Einschätzung: Auswirkungen der Wahl auf die Immobilienwelt	Seite 4
03	TITELTHEMA Vorstellung HAHN Retail Real Estate Report 2021/2022	Seite 6
04	DER EINBLICK Projektentwicklung – Nachhaltig in die Zukunft	Seite 10
05	RECHTLICHER RAHMEN Neues vom Gesetzgeber	Seite 12
06	HAHN NACHRICHTEN Aktuelle Meldungen	Seite 13
07	PORTRÄT OBI verteidigt seine Spitzenposition	Seite 14
08	FONDS Langfristig gute Wertentwicklung	Seite 16
09	RESEARCH-FOKUS Hahn Händlerbefragung 2021	Seite 18
10	WUSSTEN SIE SCHON? Erfolgsmodell Lebensmitteldiscounter	Seite 19

MEHR KLARHEIT FÜR 2022

Liebe Leserinnen und Leser,

ein bis zuletzt turbulentes Jahr neigt sich dem Ende zu. Die Pandemie hält uns leider weiter fest im Griff. Nach einem hoffnungsvollen Spätsommer befindet sich Deutschland mitten in der vierten Welle. Zumindest hat sich das Geschäfts- und Einkaufsleben im Jahresverlauf weitestgehend normalisiert. Es bleibt zu hoffen, dass es nicht erneut zu größeren Einschränkungen kommt und, dass sich die Planbarkeit für die Wirtschaft und den Einzelhandel im kommenden Jahr bei günstigeren Rahmenbedingungen wieder verbessern wird.

So wollen wir uns in dieser Ausgabe etwas detaillierter damit beschäftigen, wie der Handel mit den Sondereinflüssen des Jahres 2021 umgegangen ist und welche Aussichten die nähere Zukunft verspricht. Im Rahmen unseres Titelthemas, welches sich ab Seite 6 mit dem frisch veröffentlichten HAHN Retail Real Estate Report befasst, lesen Sie mehr. Zudem wagen wir ab Seite 4 eine Einschätzung zu den Auswirkungen der Bundestagswahl auf die Immobilienwelt. Wenngleich die Koalitionsverhandlungen zum Redaktionsschluss noch nicht beendet sind, so lässt der Blick auf die Wahlprogramme und den Verlauf der Gespräche doch schon erste Rückschlüsse darauf zu, was die Branche erwartet.

In unserem Kapitel Einblick auf den Seiten 14 bis 15 möchten wir Ihnen die Aktivitäten unseres Unternehmensbereichs Projektentwicklung vorstellen. Am Beispiel der Fachmarkt-agglomeration Mönchengladbach zeigen wir Ihnen auf, wie wir planen und wie wichtig bei Neubauten und Revitalisierungen der Umweltschutz geworden ist. Die Handelsimmobilie wird u. a. über eine umweltfreundliche Haustechnik und großzügige Gründachflächen verfügen. Das Bauvorhaben soll bei Fertigstellung von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) geprüft und zertifiziert werden. Beim Umweltschutz ziehen der Einzelhandel und die Immobilienwirtschaft erfreulicherweise freiwillig an einem Strang: Klimaschutz und ökologisches Bauen stehen auf der Agenda jeweils weit oben.

Doch nicht nur beim Thema Nachhaltigkeit gehen vom deutschen Einzelhandel positive Impulse aus.

An vielen Stellen dieses Magazins berichten wir über erfolgreiche Händler. Ob ALDI, Lidl oder OBI, sie alle nehmen die vielfältigen Herausforderungen der Zukunft engagiert an. Diese dynamische Branche versteht es, durch Investitionen in Service & Kundenorientierung im stationären Geschäft fortlaufend erfolgreich zu sein. Das ist eine gute Grundlage für zukünftige Handelsimmobilien-Investments.

Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie schon jetzt einen gesunden und zufriedenen Jahresausklang! Genießen Sie die Weihnachtsfeiertage und kommen Sie gut in das neue Jahr!

Ihr Thomas Kuhlmann
Vorstand (CEO)



ERSTE EINSCHÄTZUNG: AUSWIRKUNGEN DER WAHL AUF DIE IMMOBILIENWELT

Zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe dauerten die Koalitionsgespräche noch an. Es zeichnet sich aber ein Dreierbündnis aus SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP ab, mit der CDU als stärkster Oppositionspartei. Die größten Sorgen der Immobilienbranche und vieler Investoren vor einem rot-rot-grünen Bündnis haben sich im Wahlausgang der Bundestagswahl vom 26. September zumindest nicht bewahrheiten können. Die Linke blieb sogar unter der Fünf-Prozent-Hürde, zieht aber dank dreier Direktmandate entsprechend ihrem Zweitstimmenergebnis von 4,9 Prozent in den Bundestag ein. Doch auch die in der Branche favorisierte Union erreichte mit lediglich 24,1 Prozent – 1,6 Prozentpunkte hinter der SPD – ein historisch schlechtes Wahlergebnis

Branche wählt mehrheitlich die Union

Nur wenige Tage vor der Wahl hatten sich demgegenüber 52 Prozent der rund 5.000 teilnehmenden Branchenvertreter beim Wahlhelfer „Immomat“ des Zentralen Immobilien Ausschusses (ZIA) und der Immobilien Zeitung (IZ) für die Union ausgesprochen. Die SPD lag bei 6,4 Prozent und die Grünen bei 13,5 Prozent. Die Realität sieht bekanntlich anders aus, denn die Regierungsbildung und künftige politische Führung hängt nun von den tatsächlichen Gewinnern der Wahl, den Grünen mit 14,8 Prozent und der FDP mit 11,5 Prozent, ab. Doch was bedeutet die Wahl tatsächlich für die Immobilienbranche? Die möglichen „Volks-Koalitionen“ aus Union, FDP, SPD und Grünen versprechen Innovation und Kontinuität zugleich.

Wirtschaft fordert Subventionen für mehr Klimaschutz

Klimaschutz war eines der dominierenden Wahlkampfthemen der diesjährigen Bundestagswahl. Doch mit Ausnahme vom Bündnis 90/Die Grünen sind die Parteien in ihren Klimaschutzzielsetzungen oftmals zurückhaltender, als dies von Experten und großen Teilen der Bevölkerung eingefordert wird. So beantworten sowohl die CDU als auch die FDP und SPD die Frage, ob das deutsche Klimaziel weiter verschärft werden sollte, mit einem Nein. Geschlossen einig zeigen sich die Parteien hingegen, allerdings zum Leidwesen der Immobilienbranche, im Punkt der CO₂-Besteuerung. Die Erträge sollen weitestgehend zur Senkung der EEG-Umlage eingesetzt werden. Die Immobilienbranche wünscht sich stattdessen weitere Subventionen bzw. die Reinvestition von Teilen der Einnahmen aus der CO₂-Be-

preisung für eine sozialverträgliche energetische Sanierung des Gebäudebestands. Dazu bedarf es aus Branchensicht zudem der Schaffung von Anreizen für Heizsysteme, die auf erneuerbaren Energien basieren, sowie der Installation digitaler Technik, um Energieverbräuche von Gebäuden zu senken. In Bezug auf die energetische Sanierung von Wohngebäuden spricht sich die Union als einzige Partei für das steuerliche Instrument einer Sonder-AfA (Absetzung für Abnutzung) für Vermieter aus. Die Grünen und die SPD lehnen dieses Instrument ab, da sie direkte Fördermaßnahmen für besser geeignet halten als steuerliche Maßnahmen.

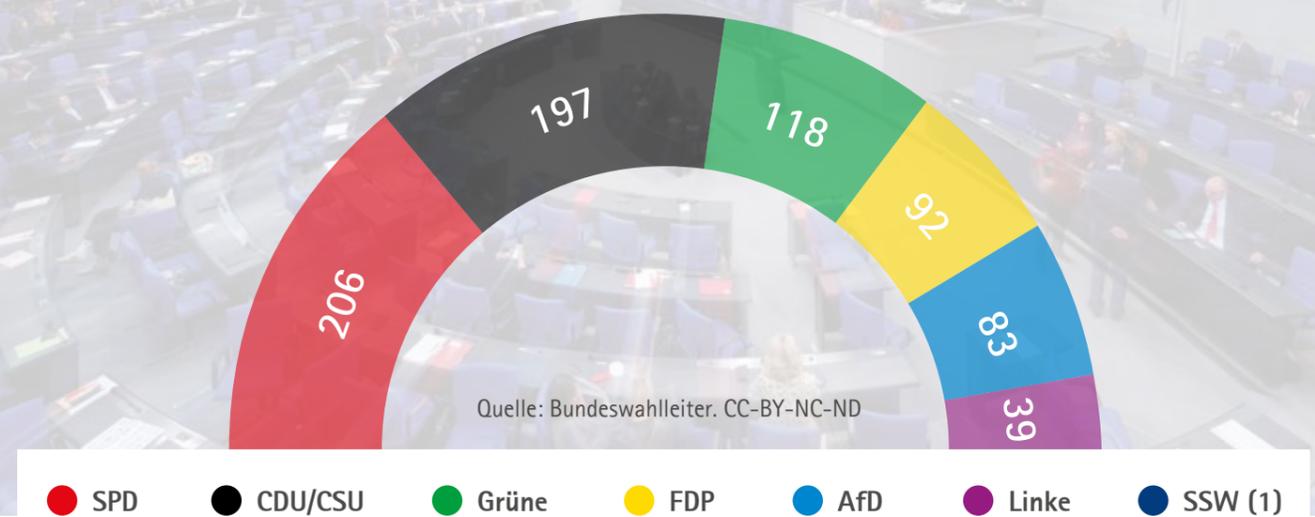
Fest steht also, dass eine verstärkt klimapolitisch orientierte Politik der neuen Bundesregierung unabhängig vom Ausgang der laufenden Koalitionsverhandlungen weitreichende Implikationen für die Immobilienwirtschaft haben wird. Allen voran steht entsprechend der Kostenfaktor Klimaschutz.

Mietregulierungen, das Zusammenspiel von Bürofläche und Homeoffice, die Bewältigung der Krisenfolgen für Hotels, Gastronomie und den innerstädtischen Handel sind darüber hinaus weitere zentrale Herausforderungen und Betätigungsfelder, die in den kommenden vier Jahren und darüber hinaus in Angriff zu nehmen sind. Vor diesem Hintergrund formuliert die Branche ihrerseits ihre Erwartungshaltung an die zukünftige Bundesregierung. Aus Sicht des Immobilienverbands Deutschland (IVD) sollten vor allem drei Themenfelder im Fokus stehen. Dazu zählt, dass Klimaschutzmaßnahmen als gesamtgesellschaftliche Aufgabe verträglich für Mieter und Eigentümer in Einklang gebracht werden müssten. Darüber hinaus brauche Deutschland einen bundesweiten Masterplan für unbürokratisches Bauen und Umbauen. Als Drittes müsse die Förderung von Wohneigentum deutlich forciert werden. In Ergänzung empfiehlt die Immobilienwirtschaft die Schaffung eines eigenen Bau- und Immobilien-Ministeriums, um wirklich etwas zu bewegen. Bislang ist für die Immobilien- und Bauwirtschaft das Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat verantwortlich.

736

Abgeordnete im
Deutschen Bundestag

Sitzverteilung im 20. Deutschen Bundestag



Digitalisierung fehlt in keinem Parteiprogramm

Die Felder Entbürokratisierung und Digitalisierung der Bauwirtschaft sind fester Bestandteil der Parteiprogramme. Dabei stehen insbesondere der Abbau von planungsrechtlichen Restriktionen und die Digitalisierung von Bauämtern bei einigen Parteien ganz oben auf der Agenda. Die Einführung des digitalen Bauantrags und einer bundeseinheitlichen Musterbauordnung zur Beschleunigung von Bauvorhaben sind hierbei von zentraler Bedeutung. Dadurch könnten beispielsweise Nutzungsänderungen vereinfacht vollzogen und Anträge für Neubauvorhaben beschleunigt werden. Ebenso könnten innerstädtische Flächen künftig schneller und mit geringem Aufwand in Nutzungsdurchmischte Quartiere umgewandelt werden.

Bei den kontrovers diskutierten Thematiken eines womöglich bundesweit geltenden Mietendeckels bzw. der Mietpreisbremse sowie bei der Vergesellschaftung großer Wohnungsbestände von Unternehmen dürfte es bei künftigen Koalitionen immer mindestens eine Partei geben, die diese Vorhaben ablehnt. Im Hinblick auf die grundsätzliche programmatische Distanz, etwa zwischen FDP und Grünen, ist es schwer vorstellbar, dass der deutsche Mietmarkt in Zukunft auf diese Weise strenger reguliert wird. Die grundsätzliche Einigkeit der Parteien in Bezug auf Bürokratieabbau und die Einleitung von Maßnahmen zur Prozessbeschleunigung spricht zusätzlich gegen einen Mietendeckel und eine bundesweite Mietpreisbremse.

Gleichwohl möchte die SPD steigende Mieten mithilfe eines zeitlich begrenzten Mietmoratoriums in angespannten Wohnungsmärkten und durch die Begrenzung von Mieterhöhungen auf die Inflationsrate bekämpfen. Die CDU hingegen hält die Ausweitung und Förderung von Wohnungsangeboten und damit die Stabilisierung der Mieten für den adäquaten Mieterschutz. Die FDP möchte die Erhöhung von Wohnraum als einzige Partei durch eine Erhöhung der linearen Abschreibung für Abnutzung von Gebäuden (AfA) von 2 Prozent auf 3 Prozent erzielen.

Beim Erwerb von Wohneigentum sowie bei gewerblich genutzten Immobilien stellen die steigenden Nebenkosten ein wichtiges Hemmnis dar. Zur Entlastung der Käuferseite wird in den Wahlprogrammen vielfach eine Reform der Grunderwerbssteuer angestrebt. Gleichmaßen sprechen sich die Parteien mit Ausnahme der FDP und der CDU im Kampf gegen Geldwäsche und Korruption für die Einführung eines zentralen Immobilienregisters aus, das die Eigentümerstrukturen dokumentieren soll.

Vor dem Hintergrund dieser Tendenzen bleibt uns nun nichts anderes übrig, als die finale Regierungsbildung und die Inhalte des Koalitionsvertrags abzuwarten.

VORSTELLUNG HAHN RETAIL REAL ESTATE REPORT 2021/2022

Einzelhandel und Investoren sind optimistisch

Im September 2021 stellten wir unseren neuen Marktbericht HAHN Retail Real Estate Report der Öffentlichkeit vor. Mit umfangreichen Analysen und Expertenbefragungen zum Einzelhandel und zum Markt für Handelsimmobilien-Investments geben wir mit dem jährlich erscheinenden Report allen Akteuren wichtige Grundlagen an die Hand, um langfristige Investmententscheidungen zu treffen. Der diesjährige Bericht wurde wieder in Kooperation mit CBRE, bulwiengesa und dem EHI Retail Institute erstellt.

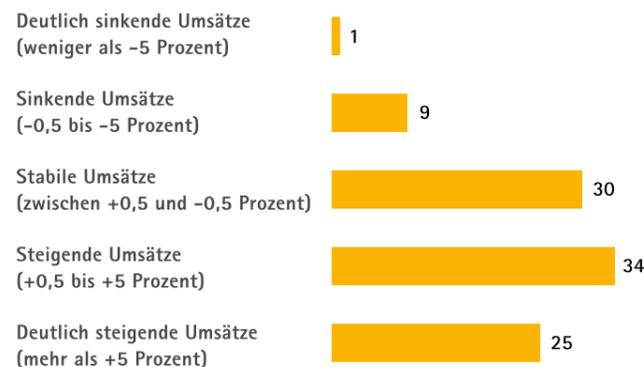
Die Ergebnisse des Reports zeigen auf, dass sich die negativen realwirtschaftlichen Auswirkungen abgeschwächt haben. Die Befragung von Entscheidungsträgern des Einzelhandels und der Investmentbranche gibt zudem Aufschluss darüber, dass sich die Stimmungslage weiter aufhellt:

Einzelhändler erwarten mehr Umsatz und wollen verstärkt expandieren

Die durchgängige Wiederöffnung des stationären Einzelhandels und der Gastronomie sowie eine gestiegene Konsumneigung stärken den Optimismus der Einzelhändler. So rechnen insgesamt 34 Prozent (Vorjahr: 20 Prozent) der Händler mit steigenden und ein Viertel (Vorjahr: 11 Prozent) sogar mit deutlich steigenden Umsätzen im zweiten Halbjahr 2021 im Vergleich zur umsatzschwachen Vorjahresperiode. Hierzu zählen insbesondere die Branchen, die über längere Zeiträume pandemiebedingte Umsatzeinbußen zu verzeichnen hatten (Bekleidung/Textil, Gastronomie, Gesundheit/Beauty, Möbel, Hobby/Freizeit). 30 Prozent der Befragten (Vorjahr: 24 Prozent) erwarten eine zumindest stabile Umsatzentwicklung in der zweiten Jahreshälfte. Dies trifft in besonderem Maße auf den nicht von Schließungen betroffenen Lebensmitteleinzelhandel zu. Der Anteil an Experten, der zusammengefasst sinkende beziehungsweise deutlich sinkende Umsätze prognostiziert, ist im Vergleich zur Vorjahresperiode von 45 Prozent auf 10 Prozent gesunken.

Prognostizierte Entwicklung der Vertriebslinien-Umsätze für das 2. Halbjahr 2021

Angaben in Prozent



Quelle: EHI Retail Institute, Hahn Gruppe

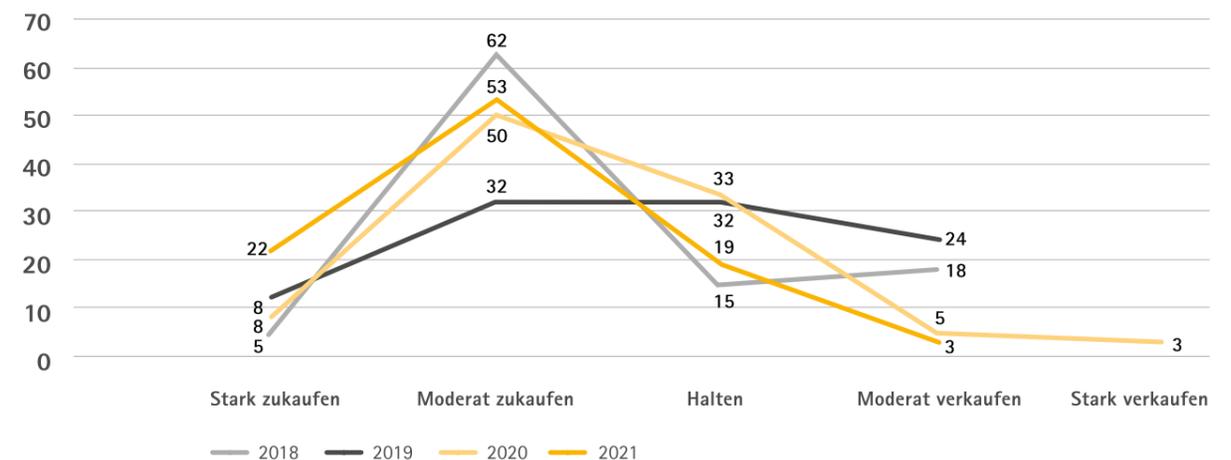
Die positiven Umsatzerwartungen spiegeln sich auch in der verstärkten Expansionsneigung des Handels wider. So plant über die Hälfte der Expansionsverantwortlichen (52 Prozent), die Standortanzahl bis zum Jahresende 2021 gegenüber dem Vorjahr zu erhöhen. Der Anteil der expansiven Filialisten ist im Vorjahresvergleich um zehn Prozent angestiegen. Ein Viertel möchte das bestehende Filialnetz halten (Vorjahr: 27 Prozent) und 23 Prozent (Vorjahr: 31 Prozent) rechnen zum Jahresende mit weniger Filialstandorten.

Investitionsneigung der Investoren befindet sich auf Mehrjahreshoch

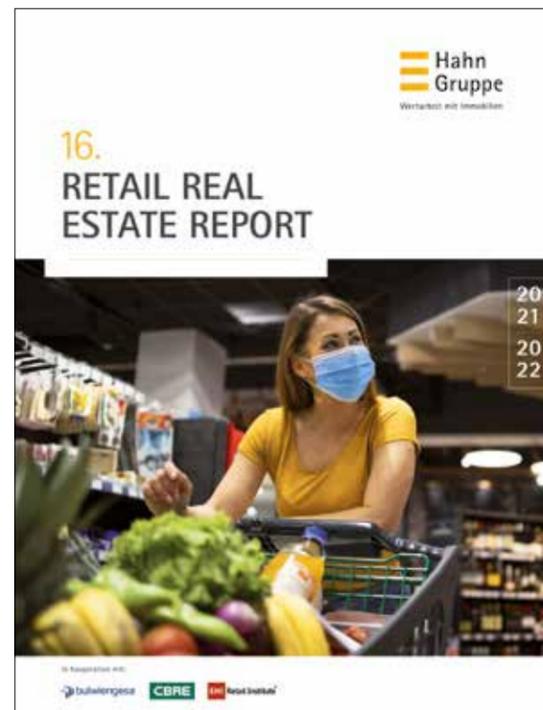
Die Kaufneigung der Investoren ist so hoch wie seit vielen Jahren nicht mehr. Angesichts der noch andauernden Pandemie ist dies eine überraschend positive Haltung. So wollen 75 Prozent (Vorjahr: 58 Prozent) der Investoren in den kommenden Monaten bis Jahresende 2021 zum Immobilienbestand stark beziehungsweise moderat hinzukaufen. Entsprechend beabsichtigen in diesem Jahr nur 19 Prozent (Vorjahr: 33 Prozent) der Investoren, den verwalteten Immobilienbestand auf Vorjahresniveau zu halten. Ein geringfügiger Anteil von 3 Prozent möchte den Immobilienbestand in den kommenden Monaten moderat verkleinern.

Durchschnittliche Investmentstrategie der Investoren im deutschen Einzelhandelsimmobilienmarkt

Angaben in Prozent (N = 32)



Quelle: Hahn Gruppe



Fachmarktzentren sind gemeinsamer Liebling des Handels und der Investoren

In der Befragung räumt weit über die Hälfte der Einzelhändler (63 Prozent) dem Objekttyp Fachmarktzentrum die langfristig besten Entwicklungschancen ein (Vorjahr: 56 Prozent). Mit ihrer versorgungsorientierten Ausrichtung und der vorrangig lebensmittelgeankerten Mieterstruktur haben Fachmarktzentren während der Pandemie ihre Resilienz unter Beweis gestellt. Ebenfalls hinsichtlich ihrer künftigen Entwicklung positiv eingeschätzt werden Quartierslagen (51 Prozent), Stadtkerne von Mittelzentren und Mixed-Use-Immobilien (jeweils 36 Prozent; Vorjahr: 26 bzw. 31 Prozent). Trotz der zeitweise reduzierten Passantenfrequenzen werden auch Toplagen in Oberzentren von den Befragten teilweise als langfristig stabil und resilient eingestuft (25 Prozent; Vorjahr 25 Prozent). Hingegen werden Shopping-Center (67 Prozent; Vorjahr: 77 Prozent) und Nebenlagen in Oberzentren (58 Prozent; Vorjahr: 59 Prozent) laut Einschätzung der Händler an Attraktivität als bedeutende Einzelhandelsstandorte verlieren.

Nach einem zweiten Platz im Vorjahr stehen in diesem Jahr auch bei den teilnehmenden Handelsimmobilien-Investoren sowie bei den Banken und Finanzinstituten erstmals Fachmarktzentren an der Spitze des Objekttyp-Rankings und verdrängten damit Supermärkte und Lebensmitteldiscounter. Bei den Investoren stehen SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte an dritter Stelle, gefolgt von Mixed-Use-Immobilien (Platz 4) und Geschäftshäusern in 1A-Lagen beziehungsweise von Bau- und Heimwerkermärkten (Platz 5). Banken und Finanzinstitute präferieren auf Rang 3 Mixed-Use-Immobilien. Anhaltendes Interesse besteht zudem bei den Objekttypen SB-Warenhaus und Verbrauchermarkt (Platz 4).

Objekttyp-Ranking der Investoren
Angaben in Prozent
Mehrfachnennungen möglich

1 (Vj. 2)	Fachmarktzentren (92)
2 (Vj. 1)	Supermärkte/LM-Discounter (71)
3 (Vj. 3)	SB-Warenhäuser/ Verbrauchermärkte (50)
4 (Vj. 4)	Mixed-Use-Immobilien (29)
5 (Vj. 6)	Bau- und Heimwerkermärkte (17)
6 (Vj. 5)	Geschäftshäuser 1A-Lage (17)

Objekttyp-Ranking der Banken und Finanzinstitute
Angaben in Prozent
Mehrfachnennungen möglich

1 (Vj. 3)	Fachmarktzentren (100)
2 (Vj. 1)	Supermärkte/LM-Discounter (50)
3 (Vj. 2)	Mixed-Use-Immobilien (50)
4 (Vj. 4)	SB-Warenhäuser/ Verbrauchermärkte (33)
5 (Vj. -/-)	Bau- und Heimwerkermärkte (17)
6 (Vj. -/-)	Geschäftshäuser 1A-Lage (17)

Quelle: Hahn Gruppe



ESG-Kriterien gewinnen im Immobilienportfolio an Bedeutung

Mittlerweile sind bereits für 62 Prozent der befragten Handelsimmobilien-Investoren ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance) sehr relevant bei ihren Investitionsentscheidungen. Es gibt zahlreiche Stellschrauben, um die ESG-Performance des Immobilienportfolios zu verbessern. Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung und Optimierung des Ressourcenverbrauchs wird von den befragten Investoren und Finanzinstituten die größte Bedeutung für das Immobilienportfolio eingeräumt. Die Förderung der E-Mobilität hat ebenfalls einen hohen Stellenwert, danach folgen Nachhaltigkeitszertifizierungen, Dachbegrünungen, Photovoltaik und die digitale Verbrauchsmessung bzw. Smart Metering.

Bedeutung von Nachhaltigkeitsansätzen für Immobilienportfolios

Angaben in Prozent



Quelle: Hahn Gruppe

Die hier aufgezeigten Ergebnisse und weitere Highlights des Hahn Reports haben wir am 9. September auf unserer jährlichen Fachkonferenz German Retail Property Day im Schloss Bensberg, Bergisch Gladbach, über 150 Gästen aus der Immobilien- und Finanzwirtschaft, dem Einzelhandel und der Marktforschung präsentiert. Zu Beginn fassten Dr. Joseph Frechen, bulwiengesa AG, und Jan Dirk Poppinga, CBRE, die Entwicklung der einzelnen Handelsformate und die Nachfragesituation der Handelsimmobilien-Investoren für die Teilnehmer zusammen. Ergänzt wurde das Programm dann durch weitere Fachvorträge.

Wann kommt die Zinswende?

Dr. Michael Heise, Chefökonom der HQ Trust, warf die Frage auf, wann die Zinsen nun endlich ihren Abwärtstrend beenden würden. Während die Meinungen unter den Gästen gemäß TED-Umfrage geteilt waren, wagte Heise die Prognose, dass die Zinswende auch in Europa bald kommen würde, doch nicht sofort und nur in einem moderaten Ausmaß. Aufgrund der hohen Staatsverschuldung vieler EU-Länder würden die Notenbanken auf eine sanfte Entschuldung über die Inflation setzen. Falls es so eintrifft, könnte dies tendenziell Investments in Sachwerte begünstigen.

Klimaschutz bedingt klimafreundliche Immobilien

In einer Grundsatzrede betonte Yvonne Zwick, Vorsitzende des Bundesdeutschen Arbeitskreises für umweltbewusstes Management, B.A.U.M. e.V., die Bedeutung des Klimaschutzes für den Immobiliensektor. Sie bemängelte im Besonderen den bundesweiten Sanierungsstau. Um beim Klimaschutz voranzukommen, müsse es vorrangig darum gehen, Bestandsgebäude zu modernisieren und deren Effizienz zu erhöhen. Die aktuelle Sanierungsquote von jährlich ca. 1 Prozent des Bestandes sei viel zu niedrig und sollte vielmehr auf 3 bis 4 Prozent angehoben werden, um etwas zu bewirken. Im Anschluss diskutierte sie mit Dr. Jan Linsin, CBRE, und Marcel Wiening, Hahn Gruppe, über effiziente Wege, die Unternehmenstransformation zu mehr Klimaschutz strategisch anzugehen.

Innovationsstärke als Erfolgsfaktor

Stephan Fetsch, Head of Retail bei der KPMG AG, zeigte in seinem Vortrag auf, wie wichtig Innovationsstärke für den Einzelhandel ist, um den Kunden zu gewinnen und zu halten. Die digitalen Kanäle müssten gerade im Non-Food-Handel, aber zunehmend auch im Lebensmitteleinzelhandel gezielt eingesetzt werden, um den Konsumenten besser zu informieren, die Kundenbeziehung und das Einkaufserlebnis zu verbessern sowie die Convenience zu erhöhen.

Helden des Handels

Schließlich berichtete Rainer Gallus, Geschäftsführer des Handelsverbands NRW, von der Initiative Helden des Handels 2021. Der Handelsverband hat Unternehmen ausgezeichnet, die während der Pandemie mit Ideenreichtum, Leidenschaft und Unternehmertum neue Wege gegangen sind, um ihr stationäres Geschäft während der Handelsbeschränkungen weiter zu betreiben. Die zehn Preisträger wussten durch kreative Ansätze und Multichannel-Vertrieb zu überzeugen.

Fazit: Die Geschäftsentwicklung und die sich daraus ableitenden Expansionsabsichten vieler Einzelhandelsbranchen geben verstärkt Anlass für Optimismus. Der Investmentmarkt ist entsprechend positiv gestimmt und die Nachfrage der Investoren nach versorgungsorientierten Handelsimmobilien nimmt weiter zu. Die heterogene Marktentwicklung – Shopping-Center werden gemieden – zeigt aber auch auf, dass es wichtig ist, klare Investmentkriterien für die Standort- und Objekt- und Mieterauswahl anzuwenden und die Auswirkungen von Zukunftstrends wie Digitalisierung und Klimaschutz frühzeitig zu berücksichtigen.

PROJEKTENTWICKLUNG – NACHHALTIG IN DIE ZUKUNFT

Als Asset und Investment Manager verwalten wir nicht nur Immobilien, sondern wir passen die Objekte im Laufe ihres Lebenszyklus an, um neuen Anforderungen und Nutzungsszenarien gerecht zu werden. So bleiben sie fortlaufend marktfähig und attraktiv. Unsere Maßnahmen beinhalten beispielsweise die Modernisierung von Flächen, die Neuaufteilung und ggf. die Neuvermietung. Bei der Projektentwicklung an der Lürriper Straße – Maurus-Ahn-Straße, Mönchengladbach, gehen wir noch einen Schritt weiter. Hier entsteht im Rahmen einer Projektentwicklung ein komplett neuer Einzelhandelsstandort.

Bau- und Fachmarkt auf 14.500 m² Mietfläche

Unser Entwicklungskonzept beinhaltet den Neubau eines modernen Gebäudekomplexes mit einer ansprechenden Außenfassade und neu konzipiertem PKW-Stellplatzangebot. Ein Teil des Grundstücks wurde bereits von uns verwaltet. Allerdings war die Fläche zu klein, um darauf einen bedarfsgerechten Bau- und Gartenmarkt zu errichten. Deshalb haben wir ein weiteres Grundstück hinzugekauft. Für das Vorhaben konnten sowohl der Mieter der Altimmoblie, Adler Modemarkt, als auch der neue Mieter toom Baumarkt gewonnen werden. Beide Einzelhandelsunternehmen haben langfristige Mietverträge über insgesamt 14.500 m² Mietfläche abgeschlossen.

Der Neubau wird in zwei Bauabschnitten durchgeführt, damit der Bestandsmieter Adler Modemarkt seinen Betrieb

am Standort ohne Unterbrechung weiterführen kann. Der erste Bauabschnitt der Projektentwicklung wurde Anfang September erfolgreich abgeschlossen.

Der Mieter Adler Modemärkte ist eingezogen und hat den Betrieb erfolgreich aufgenommen! Nun geht es an den Neubau der Baumarktflächen inkl. Gartenmarkt und Bäcker-Café. Der geplante vollständige Fertigstellungstermin ist für Herbst 2022 geplant.



Wichtig ist uns bei unseren Projekten der Nachhaltigkeitsaspekt. So arbeiten wir in Mönchengladbach überwiegend mit regionalen Partnern zusammen und setzen bei den baulichen Merkmalen in hohem Maße auf Umweltschutz.

Stephanie Szyrba,
Senior-Projektentwicklerin der Hahn Gruppe

Umweltschutz im Fokus

Das Thema Nachhaltigkeit spielt eine entscheidende Rolle. Zu den Ausstattungsmerkmalen der Neuentwicklung zählen eine hocheffiziente Haustechnik, begrünte Schallschutzwände, E-Tankstellen und große Gründachflächen. Weitere Merkmale der Immobilie sind eine Regenwasserrückgewinnungsanlage, viel Grün im Außenbereich, die minimierte Flächenversiegelung sowie eine umweltfreundliche LED-Beleuchtung. Zudem ist eine Gold-Zertifizierung nach den Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) angestrebt. Ziel ist es, ein modernes Einkaufserlebnis mit ansprechender architektonischer Bauweise und viel Komfort zu schaffen.

Unser Bauvorhaben stellt dabei einen Teil der aktuell laufenden städtebaulichen Neuordnung des Stadtquartiers dar. Der Standort an der Korschenbroicher Straße eignet sich hervorragend. Zum einen profitiert er von der integrierten Lage und zum anderen von der hohen Frequenz (Ein- und Ausfallstraße) durch die überregionale Anbindung.

Mit dem Neubau verbessert sich die Versorgungslage insbesondere im Bereich der bau- und gartenmarktspezifischen Sortimente für die Bürgerinnen und Bürger Mönchengladbachs.

Felix Heinrichs,
Oberbürgermeister Mönchengladbach

Immobilienobjekt	Fachmarkttagglomeration Mönchengladbach
Adresse	Lürriper Straße/Moritz-Ahn-Straße, Mönchengladbach, Nordrhein-Westfalen
Mietfläche	ca. 14.500 m ²
Grundstücksfläche	24.600 m ²
PKW-Stellplätze	rund 280
Mieter	Toom Baumarkt und Adler Modemärkte
Baubeginn	Ende 2020
Planung/Architektur	ottenarchitekten, Korschenbroich
Generalunternehmer	Bolckmans GmbH, Schwalmtal
Fertigstellung	September 2021 (1. BA) und Ende 2022 (2. BA)



NEUES VOM GESETZGEBER

Berliner Volksentscheid nicht bindend

Beim Berliner Volksentscheid über die Enteignung von Immobilienkonzernen stimmten 56,4 Prozent der Wähler für das Vorhaben. Konkret betrifft das alle Wohnungskonzerne mit mehr als 3.000 Wohneinheiten, die zugleich Gewinnerzielungsabsichten verfolgen. Unklar ist, wie die Entschädigungskosten finanziert werden sollen. Es geht um etwa 240.000 Wohnungen. Kostenschätzungen des Berliner Senats aus dem März 2019 belaufen sich auf 28,8 Mrd. Euro bis 36 Mrd. Euro. Das Votum ist für die Politik rechtlich nicht bindend. Trotzdem ist zu erwarten, dass sich die Berliner Politik mit den Forderungen auseinandersetzen wird. Von allen Parteien, die im neuen Abgeordnetenhaus vertreten sein werden, hat sich allein die Linke klar für Enteignungen ausgesprochen. Für die Grünen sind sie nur die letzte Lösung. Klar gegen die Enteignung haben sich CDU, FDP und SPD ausgesprochen. Wenngleich der Enteignungs-Entscheid voraussichtlich deshalb nicht in letzter Konsequenz umgesetzt werden wird, so könnte dieser doch negative Auswirkungen auf die Attraktivität der Stadt als Investitionsstandort haben.

Gewerbemietpreisbremse ist vom Tisch

Eine Mietpreisbremse für Gewerbeimmobilien wird es bis auf Weiteres nicht geben. Die Forderung der Parteien Bündnis 90/Die Grünen und Linke fand im Rechtsausschuss des Bundestags keine Mehrheit. Die Grundidee der Parteien war es, kleinere gewerbliche Mieter, wie etwa Kleingewerbetreibende und soziale oder kulturelle Träger zu schützen. Vorbild war die Regulierung der Mietpreisbremse im Wohnbereich, deren Erfolg umstritten ist. Aus Sicht vieler Immobilien- und Handlungsexperten hätte eine Gewerbemietpreisbremse den Markt nicht positiv beeinflusst. So wird darauf hingewiesen, dass das Gewerbemietrecht in Verbindung mit dem BGB aktuell eine relative Gleichbehandlung der Vertragsparteien gewährleistet. Das Eingreifen des Staates könnte zu unerwünschten Nebeneffekten führen, in einem Markt, der, anders als bei Wohnimmobilien, überwiegend moderate Mietpreissteigerungen aufweist.

Mehr Rechte für Sparer mit variablen Zinssätzen

Laut Verbraucherschützern enthalten viele ältere Prämien-sparverträge unzulässige Klauseln zu variablen Zinssätzen. Als Folge wurden den Kunden zu geringe Zinsen ausgezahlt. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat in einem Grundsatzurteil im Oktober entschieden, dass Kreditinstitute Zinsen in Sparverträgen nur nach klaren Kriterien anpassen dürfen. Die in den betroffenen Sparverträgen vorhandenen Regelungslücken seien durch eine ergänzende Vertragsauslegung zu schließen.

Das Urteil stärkt die Rechte der Kunden. Sie können nun vielfach von ihrer Bank oder Sparkasse Nachzahlungen fordern. Der konkreten Musterfeststellungsklage der Verbraucherzentrale Sachsen gegen die Sparkasse Leipzig haben sich rund 1.300 Sparer angeschlossen. Nach Berechnungen der Verbraucherzentrale geht es im Durchschnitt um 3.100 Euro pro Sparvertrag. Betroffene Kunden sollten vor einer möglichen Geltendmachung von Ansprüchen prüfen, ob diese nicht bereits verjährt sind. Die Verjährung beginnt mit Ende des Sparvertrags. Es wird von einer dreijährigen Verjährungsfrist ausgegangen.

AKTUELLE MELDUNGEN

E-Mobilität in Unterhaching

Im Vorfeld der Internationalen Automobilausstellung (IAA) hat die Hahn Gruppe zusammen mit dem Versorgungsunternehmen EnBW eine der aktuell größten deutschen E-Tankstellen eröffnet. Der neue Schnellladepark München-Unterhaching befindet sich auf dem Grundstück eines EDEKA-Verbrauchermarkts. Ausgestattet mit insgesamt 20 Hochleistungs-Ladepunkten für Elektroautos ist der Standort zukünftig sowohl für regionale Kunden als auch für Nutzer der nahe liegenden Autobahnen interessant. In Anwesenheit von Kerstin Schreyer, Bayerische Staatsministerin für Wohnen, Bau und Verkehr, betonte Thomas Kuhlmann, CEO der Hahn Gruppe, bei der Eröffnung die Vorzüge des neuen Angebotes: „Das Laden funktioniert im Alltag grundsätzlich anders als das Tanken: Das Fahrzeug lädt da, wo es steht. Das macht Ladeinfrastruktur auch für den Einzelhandel zum Standortfaktor.“ Die systematische Aufrüstung der deutschlandweit über 140 von uns gemanagten Handelsimmobilien-Standorte mit E-Ladesäulen ist ein wichtiger Baustein der Hahn-Nachhaltigkeitsstrategie.

Ausgezeichnetes Research der Hahn Gruppe

Seit 2008 vergibt das Fachmagazin Beteiligungs Report den Deutschen Beteiligungspreis, mit dem Akteure der Sachwertinvestmentbranche für ihre Aktivitäten und Finanzprodukte ausgezeichnet werden. Nun wurde die Hahn Gruppe für ihren jahrzehntelangen Beitrag im Bereich Marktresearch geehrt. Der 2006 erstmals veröffentlichte Marktbericht Hahn Retail Real Estate Report ist innerhalb weniger Jahre zum Standardwerk für deutsche Handelsimmobilien-Investments avanciert. Heute umfasst er regelmäßig über 150 Seiten und ist ein viel beachtetes Nachschlagewerk für den Handel, Investoren, Asset Manager und Dienstleistungsunternehmen, um in dynamischen Zeiten den Überblick zu behalten. Mitte September hat unser Leiter Vertrieb, Paschalis Christodoulidis, die Ehrung des Verlages in Erlangen entgegengenommen.

Neuerwerb Kaufland Wendelstein

Die Hahn Gruppe hat für den institutionellen Immobilienfonds HAHN German Retail Fund II ein Kaufland-SB-Warenhaus in Wendelstein, Bayern, erworben. Das im Jahr 2004 erbaute SB-Warenhaus Wendelstein verfügt über eine Mietfläche von insgesamt rund 10.200 m², welche vollständig und langfristig an Kaufland vermietet ist. Der Generalmieter betreibt auf dem größten Teil der Fläche einen Kaufland-Markt und hat weitere Flächen an Fachmarktbetreiber, Shops, Gastronomie- und Dienstleistungsunternehmen untervermietet. Auf dem über 40.000 m² großen Grundstück stehen ca. 510 ebenerdige PKW-Stellplätze zur Verfügung sowie eine Tankstelle.

HAHN German Retail Fund II voll investiert

Die Hahn Gruppe hat für den institutionellen Immobilienfonds HAHN German Retail Fund II zwei Handelsimmobilien, jeweils in Coburg, Bayern, und Krefeld, Nordrhein-Westfalen, mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von mehr als 60 Mio. Euro erworben. Die erste Akquisition ist ein im Jahr 2007 erbautes Fachmarktzentrum im Norden von Coburg, welches eine Mietfläche von rund 17.500 m² aufweist. Zu den Hauptmietern zählen die bonitätsstarken Betreiber EDEKA, OBI, ALDI und ROSSMANN. Die zweite Akquisition, ein E-Center-SB-Warenhaus, liegt östlich des Stadtzentrums von Krefeld-Uerdingen. Der Hauptmieter EDEKA hat mehrere Konzessionäre im Objekt angesiedelt, darunter eine Bäckerei und eine Apotheke. Im Obergeschoss der Immobilie befinden sich ein Ärztezentrum mit fünf Arztpraxen sowie drei Büroflächen. Die Mietfläche beläuft sich auf insgesamt rund 7.200 m². Mit den Zukäufen wird die Investitionsphase des Spezialfonds erfolgreich abgeschlossen. Der Fonds ist nun mit einem Investitionsvolumen von rund 370 Mio. Euro voll investiert.





12,2%
Umsatzsteigerung im Jahr 2020

OBI VERTEIDIGT SEINE SPITZENPOSITION

Umsatz erneut gesteigert

Die Pandemie hat gezeigt: Das Interesse an Bau- und Gartenartikeln ist robust und konjunkturunabhängig. Die Branche profitierte im Jahr 2020 vom großen Corona-Home-Improvement-Boom mit zum Teil zweistelligen Umsatzzuwächsen. Auch das Jahr zuvor war für die Branche bereits ein Rekordjahr: 2019 verzeichneten die Baumarkt-Ketten den stärksten Umsatzanstieg der letzten Jahre und glänzten mit einer durchweg positiven Entwicklung der Flächenproduktivität. Vorn dabei: Branchen-Primus OBI. Mit insgesamt zwölf Mietverträgen im Hahn-Immobilienportfolio zählt die Baumarktkette zu unseren bedeutendsten Mietpartnern.

Stetiges Wachstum

OBI ließ 2020 wieder alle anderen Baumarktketten hinter sich und verteidigte die Spitzenposition: Das Unternehmen steigerte seinen Umsatz um 12,2 Prozent auf 4,60 Mrd. Euro. Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) führt die langfristig positive Branchenentwicklung unter anderem auf die andauernde Niedrigzinsphase zurück: Sie verstärkt den Trend, das eigene Haus zukunftsfest zu sanieren und zu renovieren. Zudem erfreut sich der Do-it-yourself-Trend weiter großer Beliebtheit.

Zukunftsfähig aufgestellt

Trendforscher prognostizieren, dass auch künftig die stationäre Fläche von Bau- und Gartenmärkten eine wichtige Umsatzbasis sein wird. OBI positioniert sich hier als Lösungsanbieter für komplexe Vorhaben wie Renovierung und kreative sowie individuelle DIY-Projekte. Gleichzeitig arbeitet OBI daran, ebenfalls zum führenden Cross-Channel-Baumarkt zu werden – in einem eigenen Innovationslabor in Köln. OBI next und OBI Digital schaffen neue, digitale Kundenerlebnisse und ein umfassendes Service-Ökosystem. Ein gutes Beispiel ist die heyOBI App, die kostenlos heruntergeladen werden kann. Hier finden registrierte Nutzer eine Vielfalt von Service-Angeboten – wie z. B. die Unterstützung bei der zielgerichteten Navigation durch die OBI-Märkte sowie Aktionen, individuelle Coupons und Sofortrabatte für den Einkauf.

Wir beschäftigen uns mit dem Wohnen. Ein Grundbedürfnis jedes Menschen.

Manfred Maus,
OBI Mitbegründer

Europaweit engagiert

Allein in Deutschland hat OBI 350 Standorte. Das Unternehmen zählt auch europaweit zur Spitze und hat u. a. Baumärkte in Österreich, Ungarn, der Tschechischen Republik, Italien, Polen und Russland. Insgesamt beschäftigt OBI derzeit mehr als 48.000 Mitarbeiter.

Doch das war nicht immer so: Im ersten OBI-Markt arbeiteten gerade mal zwölf Mitarbeiter. Die Erfolgsgeschichte von OBI startete 1970 mit dem ersten, 870 m² großen Markt im Einkaufszentrum Alstertal in Hamburg-Poppenbüttel. Das Konzept des Komplettanbieters für alles rund ums Bauen und Heimwerken brachten die beiden OBI-Gründer Dr. Emil Lux und Manfred Maus aus den USA mit. Zu einer Zeit, als es in Deutschland noch üblich war, Bau- und Heimwerkerbedarf in einzelnen Fachgeschäften wie einem Holz- oder Eisenwarenhandel zu kaufen. Die Geschäftsidee wurde bekanntlich ein voller Erfolg.

Franchisemodell etabliert

Nach einer Testphase wurde die Idee des Bau- und Heimwerkermarktes franchisiert. Die Anzahl der OBI-Märkte stieg rasant: 1975 gab es bereits 16 OBI-Märkte in Deutschland. In den Folgejahren nahm die Zahl weiter zu. 1985 übernahm die Unternehmensgruppe Tengemann die Mehrheit an OBI. Bis heute ist Tengemann Mehrheitseigner: OBI Deutschland ist Teil der OBI Group Holding GmbH Wermelskirchen, die ihrerseits zu 100 Prozent von der Olympics Baumarkt Holding GmbH Wermelskirchen gehalten wird. An der Olympics Baumarkt Holding GmbH sind die Unternehmensgruppe Tengemann mit 74,23 Prozent und die Lueg-Gruppe beteiligt.

Beste Rahmenbedingungen gesetzt

Nachhaltigkeit und Arbeitgeberverantwortung stehen bei OBI ebenfalls im Fokus. Das Unternehmen stellt sicher, dass seine Produkte und deren Herstellungsprozesse den Anforderungen an eine nachhaltige Entwicklung gerecht werden – basierend auf den drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und soziale Verantwortung. Laut einem Ranking des Top Employer Institute zählt OBI zudem zu den besten Arbeitgebern in Deutschland. Um diese Auszeichnung zu erhalten, müssen Unternehmen unter anderem in den Bereichen Personalentwicklung, Gesundheitsmanagement, Arbeitsumfeld und Unternehmenskultur überzeugen. Unterm Strich bestehen also beste Voraussetzungen dafür, dass OBI künftig seine führende Stellung in der Baumarktbranche weiter festigen kann.

Wenn wir als Händler unsere Werte wie hohe Sortiments- und Beratungskompetenz mit einer konsequent gelebten Nachhaltigkeit verbinden, werden wir auch künftig erste Ansprechpartner für unsere Kunden in allen Bereichen des Home-Improvements bleiben.

Franz-Peter Tapaß,
Sprecher BHB-Vorstand und Geschäftsführer
OBI GmbH & Co. Deutschland KG

OBI Eckdaten für das Jahr 2020

Standortanzahl Deutschland	350
Verkaufsfläche (m ²)	2.773.667
Raumleistung (Euro/m ²)	1.658
Umsatz in Mio. Euro	4.600
Veränderung ggü. Vorjahr	12,2 %

Quelle: Dähne, bulwiengesa AG, Geschäftsberichte



LANGFRISTIG GUTE WERTENTWICKLUNG

Performancebericht zieht positives Investmentfazit

Im November hat unsere Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH ihren neuen Performancebericht 2020 veröffentlicht. In dieser Publikation berichten wir über den Anlageerfolg unserer Fondsprodukte und weisen die im Zusammenhang mit den Investments geleisteten Ausschüttungen und Veräußerungserlöse aus. Ein wichtiger Berichtsbestandteil sind dabei Gesamtergebnis- und Einzeldarstellungen, die über viele Jahrzehnte zurückreichen. Der Umfang und das Detailreichtum, mit dem wir unsere Anlageergebnisse dokumentieren, gehen über den Branchenstandard weit hinaus und übertrifft vielfach auch die Berichtstiefe, die Anleger von Investment Managern anderer Vermögensklassen gewohnt sind.

Performance aufgelöster Investmentvermögen

Anzahl verkaufter Publikumsfonds:	109
Gesamtaufwand:	1.299,4 Mio. €
Gesamteigenkapital:	537,7 Mio. €
Durchschnittliche Laufzeit:	15,3 Jahre
Gesamtrückfluss nach Steuern: ¹⁾	1.039,8 Mio. €
Anzahl verkaufter Publikumsfonds: ^{1) 2)}	5,60 % p. a.

1) Unterstellt wurde ein Spitzensteuersatz von 50 Prozent.

2) Summen aller Ausschüttungen zzgl. Schlussauszahlung abzgl. Kapitaleinsatz (ohne Agio), dividiert durch die Laufzeit bis zur Auflösung.

5,6 Prozent p. a. durchschnittlicher Vermögenszuwachs

Bis zum 31.12.2020 hat die Hahn Gruppe 192 Immobilien-Investmentvermögen aufgelegt. Dabei handelt es sich um 156 Publikumsfonds, 28 Private Placements, 2 Rücklagenfonds nach § 6b/6c EStG und weitere 6 Spezialfonds.

Die Gesamtbilanz kann sich sehen lassen. Anleger, die sich an den 109 bereits aufgelösten Pluswertfonds beteiligt haben, erzielten einen durchschnittlichen jährlichen Vermögenszuwachs nach Steuern in Höhe von 5,6 Prozent ^{1) 2)}. Bei einem Gesamteigenkapital in Höhe von 537,7 Mio. Euro wurden Gesamtrückflüsse nach Steuern in Höhe von rd. 1,04 Mrd. Euro erzielt.

Die besten Fonds haben den Kapitaleinsatz mehr als verdoppelt

Die Performance der einzelnen Fondsinvestments fällt naturgemäß unterschiedlich aus. So gibt es leider sechs in den 80er- und 90er-Jahren aufgelegte Pluswertfonds, bei denen die Anleger unter dem Strich nach Auflösung weniger zurückerhalten haben, als zuvor von ihnen eingezahlt worden ist. Am anderen Ende der Skala stehen die erfolgreichen Fonds, bei denen der Kapitaleinsatz teilweise fast verdreifacht und zweistellige Renditen erzielt werden konnten. Die nebenstehende Tabelle zeigt die Performance unserer erfolgreichsten Publikumsfonds auf.

5,6 %

p. a. durchschnittlicher Vermögenszuwachs



DIE BISHER ERFOLGREICHSTEN AUFGELÖSTEN HAHN PUBLIKUMSFONDS

PWF	Standort	Emissionsjahr	Fondsvolumen in Euro	Auflösungszeitpunkt	Überschuss p. a.
5	Hamburg-Wandsbek	1983	7.505.765	1992	15,1 %
135	Fulda	2004	54.000.000	2019	14,8 %
131	Bad Kissingen	2004	9.310.000	2020	11,8 %
14	Sobernheim	1987	8.052.847	2005	10,4 %
150	Portfoliofonds	2010	15.750.000	2020	9,7 %
134	Jülich	2004	10.450.000	2015	9,5 %
137	Kaiserslautern	2005	13.200.000	2017	9,4 %
25	Kirchheimbolanden	1988	2.658.718	2004	9,4 %

Neuzugang Pluswertfonds 177 – City Markt Center Mönchengladbach

Nach Abzug der bereits verkauften/aufgelösten Fonds befanden sich 66 Investmentvermögen zum Stichtag 31. Dezember 2020 in der aktiven Bewirtschaftungsphase. Darin enthalten sind auch Private Placements. Neu in die Statistik einfließen wird der Pluswertfonds 177, der im dritten Quartal 2021 vollständig platziert worden ist. Die Mixed-Use-Immobilie City Markt Center Mönchengladbach weist eine besonders zukunftsfähige Mischung aus nahversorgungsorientiertem Einzelhandel und Dienstleistungsangeboten der Gesundheitsbranche auf. Langfristiger Ankermieter ist der Lebensmitteleinzelhändler EDEKA, der am Standort einen Verbrauchermarkt betreibt. Einen Teil der Flächen hat EDEKA an ALDI, dm, Ernesting's Family sowie Shops, Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe untervermietet. In den weiteren Gebäudeteilen befinden sich ein Ärztezentrum mit breit diversifizierten Facharztpraxen, eine große Reha-Einrichtung sowie die Büroflächen der Techniker Krankenkasse.



Das anteilige Eigenkapital des Pluswertfonds 177 beläuft sich auf 33,6 Mio. Euro. Insgesamt rund 360 Anleger haben sich an dem Publikums-AIF beteiligt. Der Beitritt der Anleger zur Fondsgesellschaft erfolgte zu Ende September, sodass diese bereits für das vierte Quartal 2021 Ausschüttungserträge erhalten, die sich auf anfänglich 4,5 Prozent p. a. (anteilig) belaufen. Die Zeichen stehen also gut, dass auch bei diesem Investment im Gesamtergebnis eine ordentliche Rendite erzielt werden wird.

HAHN HÄNDLER-BEFRAGUNG 2021

Wiederkehrende Stabilität und branchenübergreifender Optimismus prägen die Ergebnisse der Hahn Händlerbefragung aus dem Sommer 2021, welche erneut in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute durchgeführt wurde. An der Panelumfrage im Juni haben insgesamt 106 Expansionsverantwortliche aus dem Handel teilgenommen. Die Umfrageteilnehmer lassen sich entsprechend ihrer Zugehörigkeit in 13 Branchen einordnen. Mit 20 Prozent sind die Repräsentanten aus der Lebensmittelbranche, gefolgt von der Bekleidungs- und Textilbranche (16 Prozent), am stärksten vertreten.

Nach über anderthalb Jahren Pandemie-Einschränkungen und den zurückliegenden mehrmonatigen Schließungen während der Lockdown-Phasen, die vor allem Segmente aus dem stationären Non-Food-Handel, bspw. den modischen Bedarf, sowie die Gastronomie existenziell betroffen haben, tragen nun die Lockerungen der Bundesnotbremse und die steigende Impfquote in der Bevölkerung sowie eine sich aufhellende Konsumstimmung maßgeblich zur Zuversicht im Einzelhandel bei.

Einen wesentlichen Indikator hierfür stellen die positiven Umsatzerwartungen der teilnehmenden Unternehmen dar. So rechnen insgesamt 34 Prozent mit steigenden Umsätzen (+0,5 bis +5 Prozent) respektive ein Viertel der Unternehmen sogar mit deutlich steigenden Umsätzen von mehr als fünf Prozent für das zweite Halbjahr 2021 gegenüber der Vorjahresperiode. Dazu zählen u. a. die Branchen Bekleidung/Textil, Gesundheit und Beauty, Möbel, Hobby und Freizeit, Gastronomie sowie filialisierte Dienstleistungen, die im Vorjahr zum Teil massive Umsatzeinbußen verzeichneten.

Teilnehmende Vertriebslinien nach Branchen
Angaben in Prozent

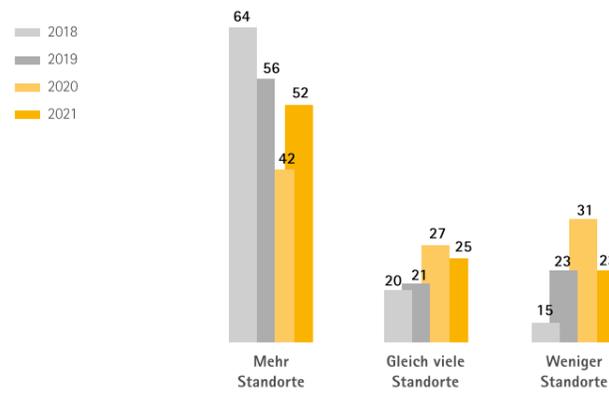


Quelle: EHI Retail Institute, Hahn Gruppe

Expansionsneigung nimmt zu

Ebenfalls deuten die Expansionsbestrebungen der Händler auf eine stabile bzw. positive Entwicklung der Vertriebslinien bis zum Jahresende hin. Nachdem sich viele Filialisten in den zurückliegenden Pandemienmonaten in punkto Expansion defensiv verhalten haben, plant über die Hälfte der Unternehmen, trotz gestiegener Bau- und Modernisierungskosten ihr Filialnetz bis zum Jahresende zu vergrößern. Dabei zählen Lebensmittel-einzelhandelsunternehmen, die Bekleidungs- und Textilbranche, Gesundheit und Beauty sowie auch Händler aus dem Hobby- und Freizeitsegment zu den expansivsten Branchen. Nichtsdestotrotz kam es neben der vollständigen Öffnung des gesamten stationären Einzelhandels im Frühjahr dieses Jahres auch zu coronabedingten dauerhaften Schließungen von Filialen bzw. Ladenlokalen. 42 Prozent der Befragten geben an, dass sie im Jahr 2021 aufgrund von coronabedingten Schließungen einen besseren Zugang zu attraktiven Mietflächen erhalten haben. Erfreulich: Insgesamt ist der Anteil jener Unternehmen, die ihr Filialnetz bis zum Jahresende ausdünnen möchten, im Vergleich zum Vorjahr gesunken.

Geplante Anzahl der Standorte zum Jahresende 2021 ggü. Vorjahr
Angaben in %



Quelle: EHI Retail Institute, Hahn Gruppe

Herausforderungen für die Zukunft

Finanzielle Verbindlichkeiten aus den Lockdown-Phasen, steigende Immobilienkosten, der durch die Pandemie beschleunigte Wandel des Einkaufsverhaltens sowie die Konkurrenz durch den E-Commerce sind nur einige der Herausforderungen, mit denen sich die Unternehmen gegenwärtig konfrontiert sehen. Die zu ihrer Bewältigung erforderlichen Maßnahmen sind ebenso anspruchsvoll wie vielfältig. Sie ordnen sich ein in den fortlaufenden Anpassungsprozess, den der stationäre Einzelhandel in Deutschland vollziehen muss, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Insbesondere die Themenfelder Nachhaltigkeit und Digitalisierung werden hierbei eine zentrale Rolle einnehmen.

ERFOLGSMODELL LEBENSMITTELDISCOUNTER

Das Ruhrgebiet: Wiege des Lebensmitteldiscounts

Das bis heute familiengeführte Unternehmen ALDI wurde im Jahr 1913 durch den Bäckergehilfen Karl Albrecht in Essen gegründet, wo dieser zunächst mit dem Handel von Backwaren begann. Im Jahr darauf eröffnete Karls Frau Anna Albrecht den ersten Lebensmittelladen in Essen-Schonnebeck. Mit der Übernahme des elterlichen Betriebs 1945 durch die beiden Söhne Karl und Theo Albrecht begann der Ausbau zum Filialbetrieb. 1954 folgte durch die beiden Brüder der innovative und erfolgsbringende Schritt in der Umgestaltung des Stammgeschäfts zu einem Selbstbedienungsladen, sodass Kunden erstmalig bei ihrem Einkauf selbst Lebensmittel aus den Regalen nehmen konnten. Das Filialnetz vergrößerte sich 1955 auf bereits 100 Filialen in Nordrhein-Westfalen. 1961 gründeten Karl und Theo Albrecht die heutigen Unternehmensgruppen ALDI SÜD und ALDI Nord, die gemeinsam deutschlandweit über rund 4.160 Filialen verfügen.



Die erste ALDI (Albrecht Diskont) Filiale im Discount-Prinzip, 1962

Der Erfolg des Discount- und Selbstbedienungskonzepts wurde wenige Jahre später von anderen Vertriebslinien in ähnlicher Weise adaptiert. So eröffnete 1973 die erste Lidl-Filiale im deutschen Ludwigshafen-Mundenheim und 1983 wurde in Regensburg erstmalig das Netto-Discountkonzept mit der ersten Netto-Filiale umgesetzt.

In den Folgejahren stieg die Anzahl der Lebensmitteldiscounter in Deutschland trotz zunehmenden Wettbewerbs auch zu anderen Betriebsformen kontinuierlich bis heute auf rund 15.800 Filialen und einen Verkaufsflächenanteil von 34,4 Prozent bei den Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels an. Der Erfolg von ALDI, Lidl, Netto, PENNY und Norma – um die Größten zu nennen – spiegelt sich ebenfalls im jährlichen Umsatzwachstum

wider. Als systemrelevanter Wirtschaftszweig, der im Corona-Jahr 2020 nicht von Ladenschließungen betroffen war, lag das Umsatzplus der Discounter mit 6,5 Prozent an zweiter Stelle hinter den ebenfalls profitierenden Verbrauchermärkten mit einem Zuwachs von 9 Prozent. Mit einem Umsatzanteil von über 40 Prozent dominieren die diversen Discounter seit Anfang der 2000er-Jahre trotz ihrer zumeist kleinen Verkaufsflächen den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.

Weltweite Expansion von ALDI & Lidl

Die Erfolgsgeschichte der deutschen Discounter wird seit mehreren Jahren durch Milliarden-Investitionen auch im europäischen Ausland, z. B. in England, Spanien, Ungarn, Irland, Griechenland und sogar in den USA und in Australien, wie im Falle von ALDI und Lidl, fortgeschrieben. Hinzu kommt, dass die Konzerne zum einen ihr ursprünglich lebensmittellorientiertes Sortiment stückweise um Non-Food-Angebote und zusätzliche Service-Dienstleistungen wie etwa einen Fotoservice erweitert haben. Zum anderen sind in den letzten Jahren neue Geschäftsfelder unter anderem durch den Vertrieb von Pauschalreisen und Mobilfunkangeboten hinzugekommen. Eine Vorreiterrolle übernehmen die Discounter zugleich im Bereich Nachhaltigkeit. Hierzu zählen die Ausstattung von Dachflächen mit Photovoltaik zur regenerativen Stromerzeugung, die Förderung von E-Mobilität durch die Installation von Ladesäulen auf den Kundenparkplätzen sowie ein innovatives Abfallmanagement, das zu einer Erhöhung der Recyclingquote von Wertstoffen beiträgt.



Griechenland, Syros

