

DIE IMMOBILIE

DAS MAGAZIN FÜR KUNDEN UND PARTNER DER HAHN GRUPPE

DER EINBLICK

Projektentwicklung in
Mönchengladbach

Seite 10

FONDS

Neuer Hahn
Pluswertfonds 178

Seite 16



**WACHSTUM IM
STATIONÄREN EINZELHANDEL**

Seite 4

INHALT

01	EDITORIAL Erfolgreiche Vermögensentwicklung	Seite 3
02	TITELTHEMA Wachstum im stationären Einzelhandel	Seite 4
03	HAHN GRUPPE Erfolgreiches Geschäftsjahr der Hahn Gruppe	Seite 7
04	DER EINBLICK Projektentwicklung in Mönchengladbach	Seite 10
05	RECHTLICHER RAHMEN Neues vom Gesetzgeber	Seite 12
06	HAHN NACHRICHTEN Aktuelle Meldungen	Seite 13
07	PORTRÄT Adolf Scheck – mit Bauchgefühl zum Erfolg	Seite 14
08	FONDS Neuer Hahn Pluswertfonds 178	Seite 16
09	RESEARCH-FOKUS Mixed-Use-Immobilien	Seite 18
10	WUSSTEN SIE SCHON? „Geht weg wie geschnitten Brot“	Seite 19

ERFOLGREICHE VERMÖGENSENTWICKLUNG

Liebe Leserinnen und Leser,

die geopolitischen Rahmenbedingungen haben sich noch nicht wirklich aufgehellt gegenüber dem Vorjahr und doch gibt es mit Blick auf unsere Assetklasse der versorgungsorientierten Handels- und Mixed-Use-Immobilien eine Menge Gutes zu berichten. Unter schwierigen Bedingungen wird einmal mehr deutlich, wie belastbar das Geschäftsmodell unserer Mieter ist und wie auf dieser Grundlage erfolgreiches Vermögenswachstum möglich ist.

So werfen wir mit unserem Titelthema ab Seite 4 einen Blick auf das zurückliegende Wirtschaftsjahr. Der deutsche Einzelhandel verzeichnete 2022 einen kräftigen nominalen Umsatzanstieg von über 7 Prozent. Wachstumstreiber war der stationäre Einzelhandel, der sowohl nominal als auch real die Umsätze steigern konnte. Damit lief es für die Händler auf der Fläche deutlich besser als im Internet. Im Online-Handel gingen die Umsätze zurück, da die Kunden mit dem Auslaufen der Pandemie wieder verstärkt im Ladengeschäft einkaufen wollten.

Ebenfalls erfreulich entwickelten sich 2022 die Geschäfte der Hahn Gruppe und ihrer Anleger. Wir haben das vergangene Jahr genutzt, um die Werthaltigkeit der gemangten Fondsinvestments weiter zu steigern. Eine um 80 Prozent erhöhte Vermietungsleistung, inflationsgeschützte Mietverträge und ein aktives Asset Management haben die Basis für ein erneut sehr erfolgreiches Geschäftsjahr geschaffen. Lesen Sie mehr darüber in unserem Beitrag zur Hahn Gruppe ab Seite 7.

Die angeführten Vermietungserfolge beruhen auf einer sehr stabilen Mieternachfrage. Unsere Hauptmieter aus dem versorgungsorientierten Einzelhandel sind weiter auf Expansionskurs und investieren kontinuierlich, um den Einkauf für ihre Kunden noch attraktiver zu gestalten. Ein gutes Beispiel

für diese Strategie liefert der EDEKA-Kaufmann Adolf Scheck, den wir Ihnen in unserem Porträt ab Seite 14 vorstellen. Aus einem kleinen elterlichen Betrieb hat er einen regionalen Player im Lebensmitteleinzelhandel geformt, der regelmäßig neue Akzente setzen kann.

Bleiben wir bei EDEKA. Wir freuen uns, Ihnen in dieser Ausgabe einen neuen Publikumsfonds vorstellen zu dürfen. Unser Hahn Pluswertfonds 178 investiert in ein Nahversorgungszentrum in Voerde, Nordrhein-Westfalen. Der Hauptmieter von insgesamt über 11.500 m² Mietfläche ist hier ebenfalls die EDEKA-Gruppe. Das klingt ganz nach einer weiteren Erfolgsgeschichte.

Wir wünschen Ihnen eine entspannte Lesezeit und einen guten Start in den Frühsommer!

Ihr Thomas Kuhlmann
Vorstandsvorsitzender





WACHSTUM IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Die deutsche Wirtschaft hat sich 2022 trotz schwieriger Rahmenbedingungen gut behauptet. Beginnend im Februar prägte vor allem der Ukrainekrieg die politische Lage und belastete die Wirtschaftsentwicklung in Deutschland und der Welt nachhaltig. Material- und Lieferengpässe sowie eine eingeschränkte Energieversorgung wirkten sich inflations-treibend und wachstumsdämpfend aus. Der preisbereinigte Anstieg des Bruttoinlandsprodukts lag gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamts (Destatis) bei 1,9 Prozent (Vorjahr: 2,6 Prozent) und übertraf damit erstmalig wieder das Vor-Corona-Niveau aus dem Jahr 2019 um 0,7 Prozent.

Inflation dämpft Konsumausgaben der privaten Haushalte

Eine anhaltend hohe Inflation beeinflusste 2022 das Konsumverhalten privater Haushalte. Gemäß Destatis erhöhten sich die Verbraucherpreise im Jahresdurchschnitt um 6,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2021: 3,1 Prozent). Ursächlich für die Zunahme waren insbesondere überproportionale Anstiege der Preise für Energieprodukte und Nahrungsmittel. Verstärkt wurde der Preisauftrieb durch den Fachkräftemangel und ein zu geringes Arbeitsangebot im Dienstleistungssektor. Die infolge des Ukrainekriegs stark angestiegenen Preise für Strom und Gas führten zu höheren Ausgaben bei einem gleichzeitig reduzierten Energieverbrauch. Insgesamt lagen die preisbereinigten Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland hingegen um 3,4 Prozent über denen des Vorjahrs.

Erneut sehr stabil präsentierte sich 2022 der deutsche Arbeitsmarkt. Gemäß Destatis erreichte die Anzahl der in Deutschland durchschnittlich erwerbstätigen Personen mit 45,6 Millionen (+1,3 Prozent) einen neuen historischen Höchststand. Da sich das Arbeitsangebot ebenfalls erhöhte, legte die Arbeitslosenquote laut Bundesagentur für Arbeit per Ende Dezember 2022 auf 5,4 Prozent zu (Vorjahr: 5,1 Prozent).

Stationärer Einzelhandel wächst 2022 stärker als der Online-Handel

Der stationäre Einzelhandel und der Distanzhandel in Deutschland haben gemäß Handelsverband Deutschland (HDE) im vergangenen Jahr 2022 insgesamt 631,9 Milliarden Euro umgesetzt (Vorjahr: 589,5 Mrd. Euro). Obwohl der deutsche Einzelhandel damit erneut einen kräftigen Anstieg und Rekordumsatz verzeichnen konnte, lag preisbereinigt eine leichte Abschwächung um 0,8 Prozent vor. Ursächlich hierfür war nicht die Entwicklung der Ladengeschäfte, sondern ein realer Rückgang des Online-Handels. Der stationäre Einzelhandel legte hingegen real um 0,7 Prozent zu. Insgesamt belastend wirkten sich die hohe Inflation, ein gestiegenes Zinsniveau sowie die stark erhöhten Energie- und damit Lebenshaltungskosten aus, die bei den Verbrauchern in der zweiten Jahreshälfte zu einer Zurückhaltung bei den Konsumausgaben führten.

Lebensmitteleinzelhandel konsolidiert auf hohem Niveau

Die realen Umsätze im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln stiegen gemäß Destatis erstmalig nach den beiden Corona-geprägten Vorjahren wieder deutlich um 2,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr an. Dahingegen verzeichnete der Einzelhandel mit Lebensmitteln im Jahr 2022 im Vorjahresvergleich einen Umsatzrückgang real um 4,6 Prozent. Ursächlich hierfür könnte neben den grundsätzlichen Preissteigerungen für Lebensmittel und der anhaltenden Zurückhaltung der Verbraucher zudem der Wegfall der Corona-Beschränkungen in der Gastronomie gewesen sein.

Fachmärkte und Fachmarktzentren im Fokus der Investoren

Der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt verzeichnete 2022 gemäß den Angaben des Investmentmaklers CBRE einen Rückgang des Investitionsvolumens um rund 4 Prozent auf 9,4 Mrd. Euro. Sowohl die Portfolioquote als auch der Marktanteil internationaler Käufer lagen in etwa auf der Höhe des Vorjahres. Ebenfalls stabil entwickelte sich der Anteil der Top-7-Märkte.

Wie in den Jahren zuvor waren Fachmärkte und Fachmarktzentren mit einem Anteil von 48 Prozent (Vorjahr: 60 Prozent) am Investitionsvolumen die wichtigste Subassetklasse. Zu dieser Kategorie zählen unter anderem Lebensmittel- und Baumärkte. Weitere rund 29 Prozent des Transaktionsvolumens entfielen auf Shopping-Center. Der Anteil innerstädtischer Geschäftshäuser in Top-Lagen lag bei rund 15 Prozent. Die Subassetklasse „Sonstiger Einzelhandel“ lag mit 8 Prozent Marktanteil dahinter.

2023: Geringfügiges Wachstum erwartet

Gemäß ifo-Institut dürfte 2023 zunächst schwach starten. Für das Gesamtjahr wird keine große gesamtwirtschaftliche Dynamik prognostiziert. Volkswirte rechnen im laufenden Jahr zwar mit einer gewissen Entspannung bei den Preisen, das Inflationsniveau dürfte jedoch auch 2023 vergleichsweise hoch sein.

Denn auch das gesamtwirtschaftliche Umfeld ist weiterhin durch eine Heterogenität gekennzeichnet: Einerseits hängt die konjunkturelle Entwicklung maßgeblich von der weiteren, zum jetzigen Zeitpunkt nicht absehbaren Entwicklung im Ukrainekrieg sowie von der Lage auf den internationalen Energiemärkten ab. Andererseits ist die Rolle Chinas im Ukrainekrieg bzw. die Bedeutung als Handelspartner von enormer Bedeutung.

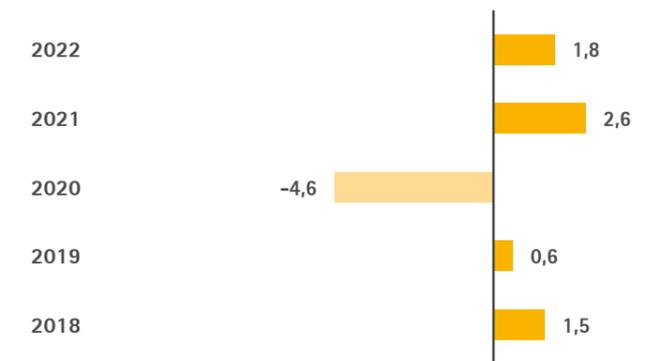
Die Bundesregierung rechnet in ihrem Jahreswirtschaftsbericht mit einem realen Wirtschaftswachstum von 0,2 Prozent für das Jahr 2023. Es wird erwartet, dass die Löhne und Gehälter in diesem Jahr um durchschnittlich 5,2 Prozent ansteigen werden. Für das Jahr 2023 wird ein Rückgang der Inflationsrate auf 6,0 Prozent prognostiziert, welcher teilweise auf die Energiekosten-Entlastungsprogramme der Bundesregierung zurückzuführen sein dürfte. Zu Jahresbeginn stieg der ifo Geschäftsklimaindex von 90,1 Punkten im Januar um einen Punkt auf nun 91,1 Punkte im Februar.

Die Arbeitslosenquote betrug im Februar 2023, wie auch im Vormonat, unverändert 5,7 Prozent. Darüber hinaus vermeldete das Statistische Bundesamt am 1. März, dass im Januar ungefähr 45,5 Millionen Personen mit Wohnort in Deutschland erwerbstätig waren. Die Erwerbstätigkeit ist damit in den vergangenen zwölf Monaten um ein Prozent angestiegen.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) erwartet für 2023, dass eine verhaltene Konsumstimmung und sinkende Realeinkommen die Umsätze im deutschen Einzelhandel beeinträchtigen werden. Das prognostizierte Umsatzwachstum liegt bei nominal 2,0 Prozent. Als Teilsegment soll der Online-Handel stärker wachsen, wobei die voraussichtliche Wachstumsrate voraussichtlich nicht an die Dynamik früherer Jahre anknüpfen kann.

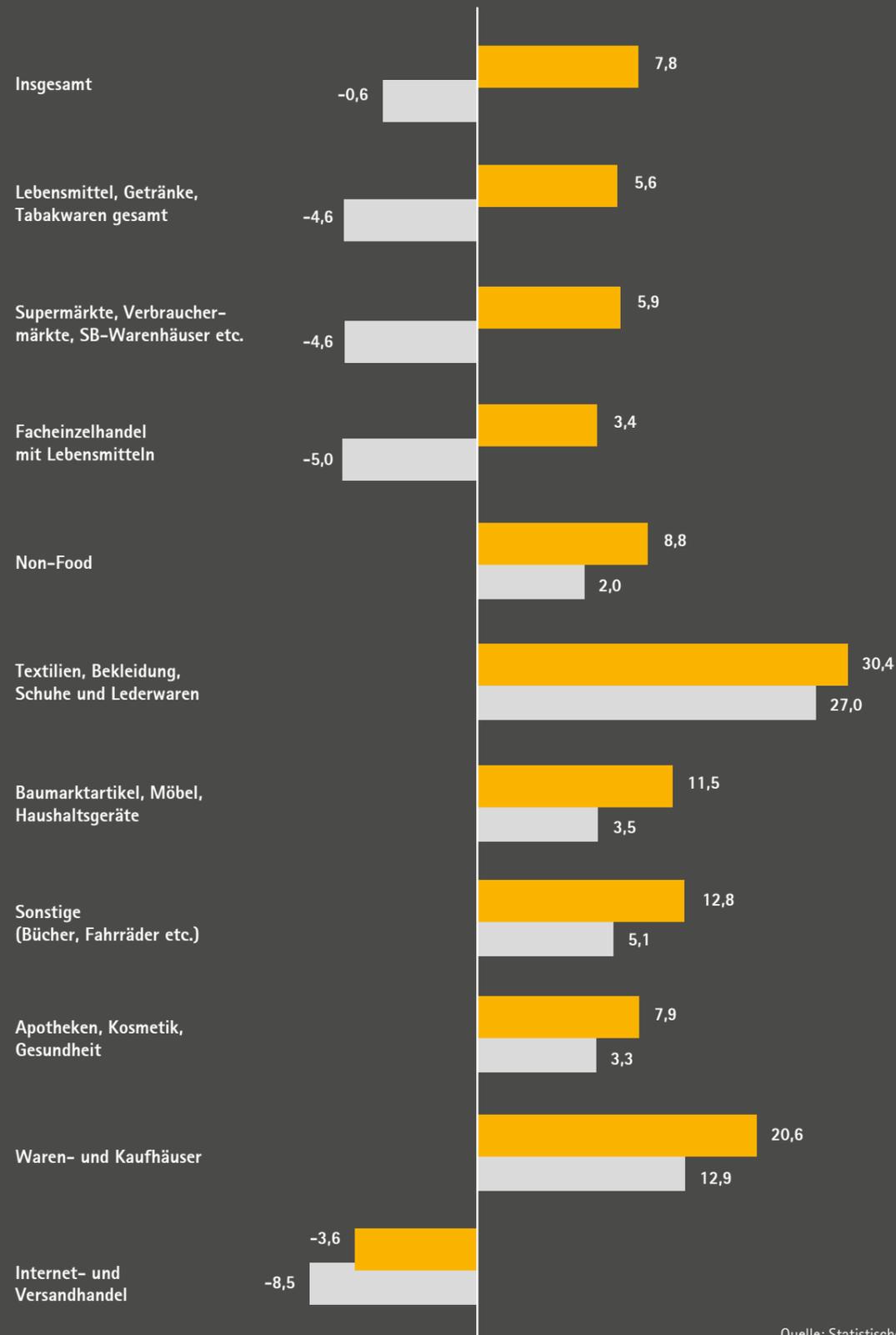
Für die Immobilien-Investmentmärkte erwartet der Investmentmakler CBRE, dass ab Mitte 2023 eine stetige Erholung des deutschen Markts einsetzen wird. Voraussetzung dafür ist, dass sich die Immobilienrenditen angesichts höherer Finanzierungskosten und gestiegener Renditen für Alternativenanlagen auf einem neuen Niveau eingependelt haben werden.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland in Prozent (preisbereinigt, verkettet)



Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2022
in Prozent

● nominal ● real



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

ERFOLGREICHES GESCHÄFTS- JAHR DER HAHN GRUPPE

In einem dynamischen Marktumfeld haben wir 2022 alle Möglichkeiten genutzt, um die Werthaltigkeit unserer Fondsinvestments weiter zu steigern. So ist es uns gelungen, mit Neuvermietungen und vorzeitigen Vertragsverlängerungen die Vermietungsleistung deutlich zu erhöhen und die Vermietungsquote oberhalb der 98-Prozent-Marke zu etablieren. Gleichzeitig haben wir durch die Verkäufe von Immobilienobjekten Opportunitäten genutzt und damit überdurchschnittliche Renditen für unsere Anleger erzielt. Versorgungsorientierte Handels- und Mixed-Use-Immobilien bieten auch in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld gute Aussichten für Mieter und Investoren sowie ein hohes Maß an Stabilität.

Verstärkte Vermietungstätigkeit und ESG-Optimierungen

Im Jahresverlauf hat die Hahn Gruppe die Vermietungsleistung um 80 Prozent auf 226.000 m² gesteigert (Vorjahr: 126.000 m²). So konnten u. a. 14 REWE- und 7 OBI-Mietverträge vorzeitig und langfristig verlängert werden. Im Property Management wurden zudem wichtige ESG-Initiativen initiiert und begleitet, um insbesondere die Klimaverträglichkeit der Immobilien zu verbessern.

2022 sind Immobilieninvestitionen mit einem Volumen von 106 Mio. Euro getätigt worden. Zugleich wurden Objektverkäufe mit einem Volumen von 409 Mio. Euro beurkundet. Zu den verkauften Immobilienobjekten zählte ein großes Teilportfolio eines Hahn-Immobilienfonds. Das Transaktionsvolumen belief sich entsprechend auf insgesamt 515 Mio. Euro (Vorjahr: 551 Mio. Euro).

Assets under Management in Mrd. Euro



Zum Jahresende 2022 verwaltete die Hahn Gruppe ein Immobilienvermögen von rund 8 Mrd. Euro. Die Summe setzt sich zusammen aus rund 3,3 Mrd. Euro verwaltetem Immobilienfondsvermögen und weiteren rund 4,7 Mrd. Euro Assets, die über unsere Immobilien-Tochtergesellschaften für Dritte gemanagt werden.

Steigende Mieterträge und strategische Verkäufe

Die Performance der verwalteten Immobilienfonds war gekennzeichnet durch eine erfreulich stabile Wertentwicklung der Portfolios und tendenziell steigende Mieterträge. Zudem wurden Chancen am Transaktionsmarkt wahrgenommen. So hat die Hahn Gruppe Ende Dezember 2022 für den institutionellen Immobilienfonds HAHN FCP-FIS – German Retail Fund ein Core-Investmentportfolio mit 13 Fachmarktzentren veräußert und Wertzuwächse realisiert. Über die Laufzeit von rund 15 Jahren weist der HAHN FCP nunmehr eine durchschnittliche jährliche Rendite (IRR) von rund 7,4 Prozent auf.

515 MIO. EURO

Transaktionsvolumen im Jahr 2022

Im Neugeschäft mit Privatanlegern ist 2022 ein neuer Publikumsfonds aufgelegt worden. Der im Jahresverlauf vollständig platzierte Pluswertfonds 179 investiert rund 58 Mio. Euro in ein Baumarktportfolio. Im Zuge der Platzierungstätigkeit konnte das Netzwerk an Vertriebspartnern signifikant ausgebaut werden. Insgesamt wurden rund 50 Mio. Euro im privaten und institutionellen Fondsgeschäft eingeworben.

Die Hahn Gruppe hat im Jahresverlauf die Vertriebsgenehmigung für einen neuen offenen Immobilienfonds aus der erfolgreichen German-Retail-Fund-Reihe erhalten. Der institutionelle Immobilienfonds HAHN German Retail Fund V wird in großflächige Handelsimmobilien wie etwa Fachmarktzentren, SB-Warenhäuser oder Verbrauchermärkte investieren. Als Artikel-8-Plus-Fonds berücksichtigt der Spezial-AIF gemäß EU-Offenlegungsverordnung zudem ökologische und soziale Merkmale und strebt nachhaltige Investitionen an.

Ausblick 2023: Neuinvestitionen in Höhe von mehr als 200 Mio. Euro geplant

Die Investitionsbereitschaft der Anleger bleibt bei unserer Assetklasse hoch. Wir sind zuversichtlich, unser Geschäft weiter ausbauen zu können. Für 2023 ist geplant, neue Immobilienfonds aufzulegen und Immobilieninvestitionen mit einem Volumen von mehr als 200 Mio. Euro zu tätigen. Zusätzlich arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere Geschäftsprozesse zu optimieren und noch effizienter zu gestalten.

Hahn Immobilienfondsgeschäft

	2022	2021
Immobilien-Neuinvestitionen in Mio. Euro	106	318
Transaktionsvolumen in Mio. Euro	516	608
Anzahl aufgelegte Immobilienfonds seit 1982	194	193
Verwaltetes Immobilienfondsvermögen in Mrd. Euro*	3,3	3,2
Verwaltetes jährliches Mietvolumen in Mio. Euro*	188	179
Vermietungsleistung in m ²	226.000	126.000

* per 31.12.2022



Starke Basis

Gerade in einem dynamischen und wechselhaften Marktumfeld kommt es auf starke Partner an, die das weitere Gelingen dauerhaft sichern. Auf Partner wie die Hahn Gruppe, die verlässlich Orientierung bieten und für die zielstrebige Umsetzung von Anlagestrategien stehen. Mit ihrem integrierten Geschäftsmodell sowie der langjährigen Investment- und Managementexpertise bietet die Hahn Gruppe eine starke Basis für den langfristigen Erfolg ihrer Investoren, Anleger und Mieter.

Ganzheitliches Immobilien Management

Das Management von Immobilien beinhaltet viele Arbeitsschritte – vom Ankauf über die Vermietung bis hin zur technischen Betreuung. Wer für die Umsetzung die richtigen Experten einbindet, positioniert Immobilienobjekte erfolgreich im Markt und sichert den größtmöglichen Investmenterfolg. Das erforderliche Know-how haben wir nicht ausgelagert, sondern konsequent unter dem Dach der Hahn Gruppe aufgebaut. So erreichen wir ein Höchstmaß an Prozesskontrolle und Effizienz – für dauerhaft gute Resultate.

Kapitalverwaltung

Mit unserer Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment verfügen wir über die erforderlichen Kompetenzen und die Erlaubnis, Alternative Investmentfonds (AIFs) zu konzipieren und zu managen. Unsere Kapitalmarktexperten kümmern sich um die Verwaltung des Investmentvermögens sowie um das Portfolio und das Risiko Management. Der gesetzliche Rahmen des Kapitalanlagegesetzbuchs (KAGB) schafft Transparenz und erhöht den Anlegerschutz.

Unternehmerische Verantwortung

Die Grundlage unseres langfristigen Erfolges ist verantwortliches Handeln. Wir engagieren uns auf vielfältige Weise und stehen in engem Austausch mit unseren Anspruchsgruppen. Dabei sind wir bestrebt, im Rahmen einer guten Unternehmensführung die Belange des Umweltschutzes, soziale Aspekte sowie wirtschaftliche Erfordernisse bestmöglich in Einklang zu bringen. Als Arbeitgeber bieten wir unseren Mitarbeitenden ein vertrauensvolles Umfeld und eine werteorientierte Zusammenarbeit.



Wir bedanken uns bei der Stadt Mönchengladbach für die konstruktive Begleitung unserer Projektentwicklung. In enger Abstimmung konnten so auch die Nachhaltigkeitsthemen u. a. Ökologie, Umweltschutz und Ressourcennutzung unserer Immobilie initiiert und umgesetzt werden.

Stephanie Szyrba,
Senior Projektentwicklerin

PROJEKTENTWICKLUNG IN MÖNCHENGLADBACH

Vom Spatenstich bis zur erfolgreichen Eröffnung: Am 27. Februar eröffnete die neue toom-Baumarktfiliale in Mönchengladbach und lädt nun Kunden und Besucher zum Einkauf auf hochmodernen und großzügigen Verkaufsflächen ein. Vorgegangen sind zwei Bauabschnitte, in denen die Projektentwickler der Hahn Gruppe den attraktiven Einzelhandelsstandort neu entwickelt haben. Der Adler Modemarkt eröffnete bereits im September 2021, nach Vollendung des

ersten Bauabschnitts. Die nun erfolgte Fertigstellung und Neueröffnung der toom-Baumarktfächen ist Teil des zweiten Bauabschnitts. Damit ist die Projektentwicklung an diesem Standort vollständig abgeschlossen. Die insgesamt vermietete Fläche beträgt rund 14.900 Quadratmeter. Die Hahn Gruppe managt die Immobilie im Portfolio eines institutionellen Immobilienfonds.

Die Hahn Gruppe hat eine attraktive Fachmarktansiedlung geschaffen, die nun mit der Neueröffnung des toom Baumarkts das Angebot im Bau- und Gartensortiment im Einzugsgebiet deutlich verbessern wird.

Kio Tindl,
Geschäftsführer der HAHN Fonds
und Asset Management GmbH

ECKDATEN DES IMMOBILIENPROJEKTS

Immobilienobjekt	Fachmarkttagglomeration Mönchengladbach
Adresse	Lürriper Straße 208, Mönchengladbach, Nordrhein-Westfalen
Miet-/Grundstücksfläche	ca. 14.900 m ² /24.600 m ²
PKW-Stellplätze	rund 280
Mieter	toom-Baumarkt und Adler Modemärkte
Planung/Architektur	ottenarchitekten, Korschenbroich
Generalunternehmer	Bolckmans GmbH, Schwalmtal



Der Spatenstich für das neue Fachmarktzentrum in Mönchengladbach im Dezember 2020.

Der Mönchengladbacher Stadtdirektor und technische Beigeordnete Dr. Gregor Bonin zeigt sich sehr zufrieden mit dem neuen Stadtbild: „Der neugestaltete Platz der Republik, die ersten bezugsfertigen Wohnungen in der Seestadt mg+ und nun das neue Fachmarktzentrum an der Lürriper Straße. Im Bereich östlich des Hauptbahnhofs entwickelt sich Stück für Stück ein lebendiges und attraktives Quartier mitten in der Stadt. Das neue Fachmarktzentrum an der Lürriper Straße ist eine gute Ergänzung des innerstädtischen Einkaufsangebots und trägt mit kurzen Wegen zu weniger Verkehr bei. Deshalb freuen wir uns sehr, dass dieser Standort erhalten und von den Projektentwicklern mit einem modernen und nachhaltigen Neubau in die Zukunft geführt wurde.“

Starker Fokus auf Umweltschutz und Energieeffizienz

Bei der Neuentwicklung standen Nachhaltigkeitsaspekte im Vordergrund, was sich beispielsweise in einer hocheffizienten Haustechnik, begrünten Schallschutzwänden, E-Tankstellen sowie Photovoltaikflächen für die Erzeugung erneuerbarer Energie widerspiegelt. Eine Regenwasserrückgewinnungsanlage, umfangreich begrünte Dachflächen sowie großzügige Versickerungsflächen im Bereich der PKW-Stellplatzflächen sind weitere Nachhaltigkeitsmerkmale. Für das Objekt ist eine Gold-Zertifizierung nach den Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) angestrebt.

NEUES VOM GESETZGEBER

Lieferkettengesetz stärkt Menschenrechte und Umweltschutz

Zum 1. Januar 2023 ist das Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz, kurz Lieferkettengesetz, in Kraft getreten. Darin ist die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten in den globalen Lieferketten geregelt. Unternehmen in Deutschland mit mehr als 3.000, ab dem kommenden Jahr mehr als 1.000 Beschäftigten verpflichten sich u. a. zum Schutz vor Kinder- und Zwangsarbeit, zum Schutz der Umwelt und zum Recht auf faire Löhne. Durch die Umsetzung definierter Sorgfaltspflichten, die für den eigenen Geschäftsbereich, das Handeln der Vertragspartner und Zulieferer gelten, profitieren Menschen in den Lieferketten, Unternehmen und Konsumenten. Dabei besteht die Verantwortung der Unternehmen entlang der gesamten Lieferketten und endet nicht wie bisher am eigenen Betrieb.

Auf Basis einer Risikoprüfung und anschließenden Bewertung innerhalb ihrer Lieferketten müssen Unternehmen eine Grundsatzklärung veröffentlichen. Daraus werden Maßnahmen abgeleitet, um Schädigungen der Umwelt zu vermeiden und Menschenrechte zu achten. Auch Beschwerdekanäle müssen eingerichtet werden sowie eine regelmäßige Berichterstattung über das Lieferkettenmanagement stattfinden. Das Gesetz gibt vor, welche Präventionsmaßnahmen notwendig sind. Es bietet eine verlässliche Handlungsgrundlage für ein nachhaltiges Lieferkettenmanagement zum Vorteil von Menschen und Unternehmen in den Lieferketten. Konsumenten können sicher sein, dass große Unternehmen in Deutschland einen noch stärkeren Fokus auf faire Produktion legen müssen.

EU stimmt für energetische Sanierungspflicht von Häusern und Gebäuden

Gebäude sind für 40 Prozent des Energieverbrauchs und rund ein Drittel der Treibhausgasemissionen in der EU verantwortlich. Um den voranschreitenden Klimawandel zu bekämpfen, sollen deshalb in den kommenden Jahren Millionen von Gebäuden in der EU renoviert werden. Bis 2050 sollen alte Gebäude klimaneutral sein, neue Häuser vom Jahr 2030 an. Der Vorschlag der Europäischen Kommission, neue Standards für die Energieeffizienz von Gebäuden zu definieren und z. B. Solaranlagen aufs Dach oder alte Öl- oder Gasheizungen durch moderne Wärmepumpen auszutauschen, stößt in der Öffentlichkeit auf Kritik. Nicht wenige befürchten, dass die hohen Sanierungskosten für viele Eigentümer nicht bezahlbar sind. Betroffen sind europaweit schätzungsweise 35 Millionen Gebäude.

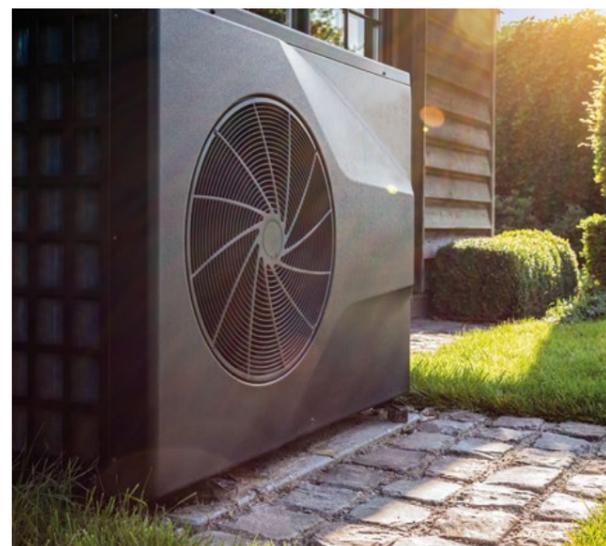
Bis 2033 sollen Wohngebäude auf einer Skala von A bis G, ähnlich wie bei Haushaltsgeräten, mindestens die Energieeff-

izienzklasse D erreichen. Die geplanten Maßnahmen sind Teil des Klimapakets „Fit for 55“, das Vorgaben für die Reduzierung der Nettotreibhausgasemissionen in der EU bis 2030 um mindestens 55 Prozent im Vergleich zum Jahr 1990 vorsieht. Nach Schätzungen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) liegen die Sanierungskosten in Deutschland in den kommenden Jahren bei bis zu 254 Milliarden Euro. Ob und wann das geplante Gesetz in Kraft tritt, steht noch nicht fest.

Gesetzentwurf für klimafreundliche Heizungen

Bereits ab 2024 wollen Wirtschaftsminister Habeck und Bauministerin Geywitz den Einbau von neuen Gasheizungen verbieten. Dafür soll das Gebäudeenergiegesetz (GEG) geändert werden. Neu eingebaute Heizungen sollen dann zu 65 Prozent mit erneuerbaren Energien betrieben werden. Bestehende Öl- und Gasheizungen sollen spätestens 30 Jahre nach Einbau gegen eine Erneuerbare-Energien-Heizung ausgetauscht werden. Jedoch sind hier eine Reihe von Ausnahmen und Übergangsfristen vorgesehen, um die Wärmewende sozial abzufedern.

Auch für Brennwert- und Niedrigtemperaturkessel gelten weiterhin Ausnahmeregelungen. Zudem soll künftig der Einbau von Gasheizungen gestattet sein, wenn diese ebenfalls rein mit Wasserstoff betrieben werden können. Die Vorgaben sollen so gestaltet werden, dass Eigentümer über die Art der Heizung, etwa Fernwärme, Wärmepumpe, Stromdirekt-Heizung oder auch Hybridheizung mit grünem Gas, selbst entscheiden können. Bundesbauministerin Geywitz hält in der Diskussion über die Förderung beim Heizungsaustausch eine Abwrackprämie für alte Ölheizungen für sinnvoll.



HAHN NACHRICHTEN

Erfolgreicher Exit für den HAHN FCP

Die Hahn Gruppe hat für den institutionellen Immobilienfonds HAHN FCP-FIS – German Retail Fund ein Core-Investmentportfolio mit 13 Fachmarktzentren veräußert. Käufer der Objekte sind die CEV Handelsimmobilien GmbH sowie mehrere EDEKA-Regionalgesellschaften. Die langjährig etablierten Fachmarktzentren sind auf sechs westdeutsche Bundesländer verteilt. Die Mietfläche des mit 98 Prozent nahezu vollvermieteten Portfolios beläuft sich auf insgesamt 174.000 m². Die durchschnittliche gewichtete Restlaufzeit der Mietverträge (WAULT) liegt bei mehr als 7 Jahren. Der HAHN FCP bestätigt durch den Verkauf des Immobilienportfolios seine langjährig überdurchschnittliche Performance. Über die Laufzeit von rund 15 Jahren hat der HAHN FCP eine durchschnittliche jährliche Rendite (IRR) von rund 7,4 Prozent erzielt und war zugleich einer der ersten institutionellen Immobilienfonds, der sich auf die Assetklasse Fachmarktzentren, SB-Warenhäuser und Baumärkte fokussiert hat.



Neuer Kaufland-Markt in Nordhorn

Kaufland eröffnet im RAWE-Ring-Center, Nordhorn, auf 8.400 m² Mietfläche einen neuen Lebensmittelmarkt. Zuvor war ein Marktkauf in dem Fachmarktzentrum angesiedelt. Der erfolgreichen Neueröffnung sind mehrere Monate Umbauzeit vorangegangen, in denen die Mietflächen umfassend modernisiert und komplett neu ausgerichtet worden sind. Zu den weiteren Einzelhandelsmietern des 2007 erbauten Immobilienobjekts zählen u. a. ein toom Baumarkt, dm-drogerie, MBC Mode, TAKKO und Deichmann. Mit dem vielseitigen Mix aus Waren des täglichen Bedarfs sowie preisgünstiger Mode zählt das Center zu einem beliebten und etablierten Einkaufsziel in der Region. Der neue, hochmoderne Lebensmittelmarkt steigert die Attraktivität der Handelsimmobilie und erhöht ihre Werthaltigkeit. Die Hahn Gruppe managt das Objekt für einen Privatkundenfonds.

Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023

„ESG – Gekommen, um zu bleiben“, so lautet das Leitmotiv des neuen Hahn-Nachhaltigkeitsberichts, der nunmehr in seiner bereits dritten Ausgabe erschienen ist. Nachhaltigkeit ist keine Zeiterscheinung mehr, sondern die Triebfeder wirtschaftlichen Handels in den kommenden Jahrzehnten. Die politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen 2022 haben das breit gefächerte Themenfeld der Nachhaltigkeit nochmals erweitert und stellen die Branche vor neue Herausforderungen. Dem stellt sich die Hahn Gruppe. Wir setzen auf den vertrauensvollen Dialog und auf die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Anspruchsgruppen. Der Weg zu mehr Klimafreundlichkeit und sozialer Verantwortung verlangt nach gemeinsamen Anstrengungen.

Hahn
Gruppe
Wertarbeit mit Immobilien

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2022 | 2023

ESG – Gekommen, um zu bleiben



ADOLF SCHECK – MIT BAUCHGEFÜHL ZUM ERFOLG

Adolf Scheck ist Geschäftsführer des Familienunternehmens Scheck, In-Einkaufscenter Achern GmbH. 1951 in Achern geboren, übernahm er 1979 den 1946 gegründeten kleinen Lebensmittelladen der Eltern mit einer Verkaufsfläche von 60 Quadratmetern. Heute betreibt das Familienunternehmen 15 Filialen in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen.

Herr Scheck, Sie sind schon lange im Geschäft. Erzählen Sie uns etwas zu den Anfängen Ihres Unternehmens.

Adolf Scheck: Meine Eltern hatten ein kleines Milchgeschäft in Achern, das ich nach meiner im Jahre 1965 begonnenen Kaufmannslehre 1979 weitergeführt habe. Anschließend begann ich mit der Expansion. Bereits 1982 übernahm ich ein weiteres Geschäft, 1988 habe ich die erste größere Verkaufsfläche mit über 800 Quadratmeter übernommen. Zum damaligen Zeitpunkt war es für einen selbstständigen Kaufmann bei EDEKA nicht üblich, große Flächen über 400 Quadratmeter hinaus zu bewirtschaften. Doch der Erfolg gab mir recht. Innerhalb kürzester Zeit konnte ich den Umsatz verdreifachen. Daraufhin betrieb ich mehrere Märkte bis 1.000 Quadratmeter und eröffnete 1997 das erste Scheck-In Center in Achern, die erste Großfläche in selbstständiger Hand bei EDEKA Baden-Württemberg. So folgten dann weitere Märkte und es ging stürmisch weiter.

Im Wandel der Zeit: Wie sah Ihr erster Markt von damals aus und was sind die großen Unterschiede zur heutigen Zeit?

Adolf Scheck: Ein ganz wesentlicher Unterschied ist die Größe unserer heutigen Märkte, im Vergleich zu damals sind sie überdimensioniert. Wir geben dem Bereich „frische Produkte“ viel Raum, wir sind sozusagen Frischespezialisten. Wir haben sehr große Fisch- und Fleischabteilungen, die der Auswahl von Fachgeschäften in nichts nachstehen. Sehr viel Wert legen wir auf unsere Mitarbeiter, bilden größtenteils selbst aus und haben aktuell ca. 100 Lehrlinge. Unser Kapital ist unsere Mannschaft.

Worauf sind Sie heute besonders stolz?

Adolf Scheck: Ich bin ja schon im Rentenalter, aber ich bin sehr stolz, wenn ich dann gelegentlich einen unserer Märkte besuche. Es ging mir in meinem Leben nie um Profit. Mein Antrieb bestand immer darin, besser zu sein als die anderen und eine sehr gute Leistung zu erbringen.

Mittlerweile ist die ganze Familie im Betrieb. Stolz bin ich auf meine drei Töchter, die gemeinsam mit ihren Ehemännern unterschiedliche Geschäftsbereiche unseres Unternehmens weiterführen. Es funktioniert hervorragend. Meine Kinder und Schwiegertöchter lieben den Beruf genauso sehr wie ich.

Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, ob ein Objekt für Ihre Pläne geeignet ist? Vor welchen Herausforderungen stehen Sie in der Regel?

Adolf Scheck: Nach so vielen Jahren habe ich viel Erfahrung. Allerdings war ich mein ganzes Leben über „Bauchmensch“. Wenn ich einen Standort ansehe, interessiert mich weniger der Wettbewerb. Ich schaue mir zwar die entsprechenden Analysen an, aber letzten Endes verlasse ich mich auf mein Bauchgefühl.

Wie hat sich das Konsumentenverhalten in den letzten Jahren verändert?

Adolf Scheck: Wenn ich mit meiner Frau in der Stadt unterwegs bin und die Leerstände im Handel sehe, gehe ich davon aus, dass dies sicherlich auch positive Auswirkungen auf den Lebensmitteleinzelhandel haben wird. Da der Fachhandel meiner Meinung nach dezimiert wird, können wir die entstehenden Lücken füllen. Aktuell habe ich dementsprechend auch zwei Objekte der Hahn Gruppe in Planung, die wir auch mit ergänzendem Non-Food-Bereich umsetzen.

Viele unserer Kunden sind sehr anspruchsvoll. Anders als in den Medien dargestellt, geht es nicht immer nur um das Sparen. Wir haben während der Corona-Krise top Umsätze gemacht und verkaufen auch jetzt erfolgreich qualitativ hochwertige Produkte und erzielen entsprechend gute Umsätze. Ich denke, dass Kunden bereit sind, den Preis zu zahlen, den gute Ware kostet. Das zeigt sich auch im Rahmen unserer Scheck-In Manufaktur, in der wir qualitativ sehr hochwertige Produkte für unsere Kunden produzieren und u. a. mit dem „Papst“ der Pâtisseries Pierre Lingelser und dem 3-Sterne-Koch Harald Wohlfahrt zusammenarbeiten. Essen in guter Qualität ist unseren Kunden nach wie vor sehr wichtig.

Ihr Ziel ist es, eine deutsche Esskultur zu erreichen, die der der Franzosen und Italiener in nichts nachsteht. Was genau verstehen Sie darunter? Inwiefern wirkt sich das auf Ihre Märkte aus?

Adolf Scheck: Diese Aussage besteht schon lange. Als ich in Achern 1997 gebaut habe, habe ich mich immer geärgert, dass Freunde und Bekannte nach Frankreich fahren, um dort gute Produkte einzukaufen (Anm. der Redaktion: Achern liegt 13 km entfernt zur frz. Grenze). Mittlerweile kommen die Franzosen zu uns. Wir haben eine tolle Fischtheke, mit großer Auswahl und qualitativ hochwertigen Produkten, die besser ist als im Fachgeschäft. Ich würde sagen, dass unsere Auswahl besser ist als die der Nachbarn.

Sie sind im Sinne zufriedener Kunden unterwegs. Was tun Sie, um Ihre Märkte langfristig attraktiv für die Kunden zu gestalten?



Scheck-In Center Achern

Adolf Scheck: Wir halten unsere Märkte in Schuss, sie werden laufend modernisiert. Mit jedem neuen Markt kommen neue Erkenntnisse hinzu, die wir umsetzen, wenn sie sich bewähren. Außerdem sind wir viel unterwegs und schauen, was im Ausland passiert. Wir fahren z. B. regelmäßig nach London, weil dort das Essverhalten anders ist und wir vor allem im Bereich Convenience sehr viel lernen können. Auch von Italien und der Schweiz können wir uns einiges abschauen.

Ich denke, dass Kunden bereit sind, den Preis zu zahlen, den gute Ware kostet.

Adolf Scheck,
Geschäftsführer der Scheck,
In-Einkaufscenter Achern GmbH



Ihre nächsten Objekte in Brühl und Sinzheim – die in Zusammenarbeit mit der Hahn Gruppe entstehen – werden nach umfassenden Umbaumaßnahmen bald eröffnet. Welche Perspektiven sehen Sie für diese Märkte? Worauf können sich die Kunden freuen?

Adolf Scheck: Beide Märkte eröffnen nun nach 1,5-jähriger Umbauzeit. Die Objekte waren in die Jahre gekommen und als Häuser in dieser Form nicht mehr zeitgemäß. Bei beiden Objekten haben wir nun einen Neubeginn gewagt. Sinzheim gehört für uns quasi zur Heimat, wir sind bekannt, haben einen guten Ruf und werden mit diesem Haus sicherlich erfolgreich sein. Auch in Bezug auf den Standort Brühl mache ich mir da keine Sorgen, drei weitere Häuser sind in der Nähe und man kennt uns. Die Kunden kommen gerne und können sich auf hochwertig ausgestattete, moderne Märkte freuen.

Sie haben in Ihrem Leben und Ihrer unternehmerischen Tätigkeit schon viel erreicht. Zahlreiche Auszeichnungen für Ihre Märkte, sogar den „Goldenen Zuckerhut 2004“, die höchste Auszeichnung im Handel sowie das Bundesverdienstkreuz für Ihre unternehmerischen Leistungen und soziales Engagement wurden Ihnen verliehen. Was reizt Sie noch? Was möchten Sie noch erreichen?

Adolf Scheck: Da muss ich an die alte Sparkassenwerbung – „Mein Haus, mein Auto, mein Boot“ – denken und habe mich immer darüber gefreut, wenn ich etwas abhaken konnte. Also insofern bin ich zufrieden. Aber meine Kinder wollen natürlich auch erfolgreich sein. Meine Familie ist nach wie vor heiß auf Erfolg.

Neben Ihren Märkten haben Sie u. a. eine Scheck-In Kochfabrik und eine Scheck-In Manufaktur gegründet, in der qualitativ hochwertige Lebensmittel für die eigenen Gastronomiebetriebe und den Verkauf in Ihren Märkten hergestellt werden. Verraten Sie uns Ihre nächsten Pläne?

Adolf Scheck: Wir befassen uns mit dem Bau weiterer Objekte, z. B. in Oberndorf (ehemalig EKZ) und Bühlertal. Die Kochfabrik bleibt einmalig, sie läuft sehr gut und bereitet uns viel Freude. Mit einem dekorierten Küchenteam und Jan Pettke, Koch des Jahres 2017, konnten wir eine tolle Mannschaft für uns gewinnen. Diese Exklusivität möchten wir durch die Einzigartigkeit behalten.

Vielen Dank für das Gespräch.

HAHN PLUSWERTFONDS 178

NAHVERSORGUNGSZENTRUM VOERDE

Endlich ist es so weit!

Wir freuen uns, Ihnen heute unser aktuelles Beteiligungsangebot, den Hahn Pluswertfonds 178 Voerde, vorzustellen.

Das Nahversorgungszentrum hat über viele Jahre eine erfolgreiche Markt- und Markenpositionierung aufgebaut und ist für die Kunden ein wichtiger regionaler Einkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs.

Der bonitätsstarke Ankermieter EDEKA hat im letzten Jahr den Mietvertrag bis 2037 verlängert, zzgl. der Verlängerungsoptionen: 3 x 5 Jahre. Des Weiteren befinden sich in dem Objekt mehrere Untermieter, darunter dm-drogerie markt, Deichmann, Action, Jeans Fritz, Takko, Apotheke sowie weitere Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.

Übrigens: EDEKA ist seit Errichtung des Nahversorgungszentrums und damit seit fast 30 Jahren Hauptmieter in dem Objekt. Ein klares Bekenntnis zum Standort und zum Objekt.

OBJEKTDATEN

Baujahr/Modernisierung	1994/2010
Grundstücksfläche (m ²)	24.847
Gesamtmietfläche (m ²)	11.513 m ² (inkl. Konzessionärsflächen)
Mieter	EDEKA seit 1994 vor Ort (rd. 96,9 % der Mieteinnahmen) Büro (rd. 2,2 % der Mieteinnahmen) Wohnen (rd. 0,9 % der Mieteinnahmen)
Mietvertragslaufzeit	30.04.2037
Verlängerungsoptionen	3 x 5 Jahre
PKW-Stellplätze	ca. 390

INFORMATIONEN ZUM BETEILIGUNGSANGEBOT

Produktgattung	Geschlossener Immobilienfonds Investmentfokus: Großflächiger Einzelhandel
Prognostiziertes Jahresmieteufkommen	1.530.080,88 Euro
Fondsvolumen ohne Agio	29.536.262 Euro
Eigenkapital	19.500.000 Euro
Fremdkapital	10.036.262 Euro (entspricht einer Quote von 32,89 Prozent, bezogen auf die Gesamtinvestition inkl. Ausgabeaufschlag) – Zinssatz p. a. (nominal/effektiv): 3,31 Prozent / 3,40 Prozent – Zinsfestschreibung bis zum 30.09.2032 – Anfänglicher Tilgungssatz: 1,59 Prozent p.a. zzgl. ersparte Zinsen ab dem 01.10.2022 Kalkulierte Restverschuldung zum Ende der Zinsfestschreibung im Verhältnis zu den dann prognostizierten Mieteinnahmen: 5,65-fach
Prognostizierte laufende Ausschüttung (bezogen auf die Zeichnungssumme ohne Ausgabeaufschlag) ¹⁾	4,25 Prozent p. a. ab Beitritt zur Fondsgesellschaft und bezogen auf die Zeichnungssumme/Kaufpreis ohne Ausgabeaufschlag (Agio); quartalsweise Auszahlung; erstmals vorgesehen zeitanteilig ab Beitritt der Anleger für das 3. Quartal 2023 zum 30.09.2023
Rechtsform/Einkunftsart ²⁾	GmbH & Co. geschlossene-Investment-KG/Vermietung und Verpachtung
Haftungsbeschränkung	Auf 0,2 Prozent des Zeichnungsbetrages ohne Ausgabeaufschlag
Mindestbeteiligung ³⁾	20.000 Euro (zzgl. 5 Prozent Ausgabeaufschlag)



Weitere Informationen zu zukünftigen Beteiligungsangeboten finden Sie rechtzeitig auf unserer Website unter: www.hahnag.de

Sie haben Fragen? Melden Sie sich gerne bei uns:

Paschalis Christodoulidis
Telefon: 02204 9490-262 | pchristodoulidis@de-wert.de

DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH
die Kapitalverwaltungsgesellschaft der HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG



www.hahnag.de

¹⁾ Warnhinweis: Prognosen und die getroffenen Annahmen sind kein verlässlicher Indikator für die künftige Entwicklung. Bezüglich der Prognoseannahmen wird auf den Verkaufsprospekt verwiesen. Die Prognose von Ausschüttungen ist von der Ausprägung der zugrunde liegenden Prognoseparameter abhängig. Die Ausschüttungen können im Prognosezeitraum Schwankungen unterliegen. Im Verkaufsprospekt findet sich auf den Seiten 60 ff. eine umfassende Sensitivitätsanalyse, die mögliche abweichende Ausschüttungsverläufe und Wertentwicklungen bei veränderten Prognoseparametern abbildet.

²⁾ Die steuerliche Behandlung ist von den persönlichen Verhältnissen des jeweiligen Anlegers abhängig und kann künftigen Änderungen unterworfen sein. Zur Klärung individueller Fragen empfehlen wir, den Rat eines persönlichen Steuerberaters einzuholen.

³⁾ Neben dem Ausgabeaufschlag fallen ggf. weitere Gebühren für den Anleger an, die dem Verkaufsprospekt entnommen werden können.

Nicht nachhaltige Produkte nach Art. 6 der Offenlegungsverordnung:

Die HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG mit ihrer Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH verfolgt zum aktuellen Zeitpunkt keine Bewerbung ökologischer oder sozialer Merkmale oder eine Kombination dieser Merkmale im Rahmen von definierten ESG-Zielsetzungen oder ESG-Strategien für konkrete Investmentprodukte. Entsprechend sind weitergehende Transparenzvorgaben aus Art. 8 und 9 i. S. d. Offenlegungsverordnung für uns nicht relevant.



MIXED-USE-IMMOBILIE STUTT-GART-KILLESBERGHÖHE – DIE IMMOBILIE VEREINT BÜRO, HANDEL, WOHNEN, DIENSTLEISTUNGEN UND GESUNDHEIT AN EINEM STANDORT

MIXED-USE-IMMOBILIEN – ETABLIERTES KONZEPT NEU GEDACHT

Begriffliche Einordnung

Eine allgemein anerkannte Definition der Mixed-Use-Immobilie gibt es im deutschsprachigen Raum nicht. Im Immobilienjargon wird sie in ihrer begrifflichen Einordnung häufig unter urbane Quartiere eingeordnet. Gleichwohl besteht eine grundsätzliche Einigkeit darüber, dass sich eine Mixed-Use-Immobilie aus mindestens zwei unterschiedlichen und voneinander unabhängigen Nutzungsarten mit relevanten Flächenanteilen zusammensetzt, die ihrerseits gleichzeitig in einem räumlich-baulichen Zusammenhang stehen. In der baulichen Ausprägung kann eine weitere Untergliederung in eine vertikale Nutzung in Form von Hochhäusern oder in eine horizontale Nutzung, beispielsweise ein zusammenhängendes Gebäudeensemble (z. B. Geschäftshaus mit Büroflächen und Wohneinheiten), vorgenommen werden. Mixed-Use-Immobilien können zudem Bestandteil eines autarken Quartiers sein, das verschiedene Assetklassen und Nutzungsformen miteinander kombiniert.

Gemischt genutzte Quartiere – die Mischung macht's

Eine multifunktionale Durchmischung aus Wohn-, Arbeits-, Kultur- und Freizeitflächen und die Vereinigung aller Grunddaseinsfunktionen an einem Ort unter Berücksichtigung des demografischen Wandels und des Mobilitätsverhaltens, das Prinzip der kurzen Wege, gilt als Ausdruck der modernen Urbanisierung. Der Immobilientypus der Mixed-Use-Immobilie, ob in zentralen Lagen, in einem urbanen Nahversorgungszentrum oder als Bestandteil eines Quartiers, bündelt in diesem Sinne Synergien durch einen vielfältigen Mieterbesatz, typischerweise mit einem versorgungsorientierten Ankermieter im Erdgeschoss und darüber liegenden ergänzenden Nutzungsformen. In Mischimmobilien wird gewohnt, gearbeitet, geshopp und gelebt. Weitere Dienstleistungen und Einrichtungen z. B. der Gesundheitsvorsorge bzw. -versorgung komplettieren derartige Immobilien. So verknüpft das Konzept der Mixed-Use-Immobilie Effizienz und Nachhaltigkeit miteinander. Stadteillagen können belebt und die Aufenthaltsqualität gesteigert werden sowie Ressourcen eingespart und Wertschöpfungspotenziale gehoben werden. Darüber hinaus verfügt der Immobilientypus über die große Stärke, sich in einem dynamischen Umfeld stets an neue Bedarfe anzupassen. Diversifikation und Ertragsstabilität führen zu einer Minimierung der Investitionsrisiken, was unter Rendite-Risiko-Gesichtspunkten als positiv und resilient zu werten ist.

GEHT WEG WIE GESCHNITTEN BROT

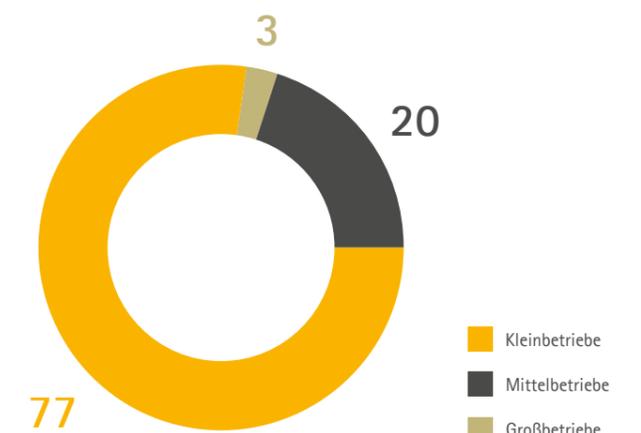
Diese Redewendung ist eng mit dem traditionsreichen deutschen Bäckerhandwerk und der bedeutsamen Position in der lokalen und regionalen Versorgung verbunden. Gleichmaßen drückt sie die einzigartige Vorliebe der Deutschen für Brot und die regionale Vielfalt aus. In den deutschlandweit 45.000 Verkaufsstellen, ob beim regionalen, ortsansässigen Bäcker, bei filialisierten Bäckereien, im Backshop oder beim Bäcker in der Vorkassenzonen des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels, erfreut sich das Brot stets einer großen Beliebtheit bei den Konsumenten. Im Jahr 2014 wurde die deutsche Brotkultur mit ca. 3.200 eingetragenen Brotsorten sogar durch die nationale UNESCO-Kommission in das Bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes aufgenommen. Mit rund 9.970 Meisterbetrieben und einem im Jahr 2021 erwirtschafteten Umsatz von 14,89 Mrd. Euro zählt das deutsche Bäckerhandwerk mit seinen 240.800 Mitarbeitenden als relevanter Wirtschaftsfaktor (Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.).

Auch wenn der Wandel der Gesellschaft und die kulinarische Vielfalt durch das Hinzukommen zahlreicher alternativer Snacks weiter voranschreitet, so zählt Brot unangefochten zu den gesetzten Grundnahrungsmitteln der Deutschen. Gemäß der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) kauften 2021 die privaten Haushalte in Deutschland 1.704.630 Tonnen Brot. Dabei lag die durchschnittliche Einkaufsmenge von Brot je Käuferhaushalt bei 42,6 Kilogramm, das sind rund 820 Gramm pro Woche.

Bäckerhandwerk im Wandel

Die Branchenstruktur des Bäckerhandwerks ist in Deutschland äußerst heterogen geprägt. Zum einen gibt es Großbetriebe bzw. Bäckereifilialisten mit Franchise- und Partnerkonzepten, die großräumig agieren und in mehreren Bundesländern vertreten sind. Hierzu zählen unter anderem Kamps, Schwalmtal, mit rund 400 und die Wiener Feinbäckerei Heberer, Mühlheim a. M., mit 220 Verkaufsstellen (Back.Business 2022). Zum anderen gibt es Mittelbetriebe und regional bzw. lokal ansässige Kleinbetriebe, die den Löwenanteil der Branche darstellen. Insgesamt ist die Zahl der eingetragenen Betriebe in den vergangenen zehn Jahren konstant rückläufig, wohingegen die Anzahl der Verkaufsstellen nahezu unverändert bleibt. Die Filialanzahl der Mittel- und Großbetriebe erhöhte sich pro Betrieb und die Betriebsgrößen wuchsen. Der härter gewordene Wettbewerb und Nachwuchsprobleme führten dazu, dass vorrangig familiär- und inhabergeführte Kleinbetriebe schließen mussten. Im Jahr 2021 gab es nichtsdetrotz 388 Neugründungen (Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.).

Betriebsanzahl 2020 in Prozent



Herausgeber:

Hahn Gruppe | Buddestraße 14 | 51429 Bergisch Gladbach
Telefon: 02204 9490-0 | Fax: 02204 9490-119
E-Mail: info@hahnag.de | www.hahnag.de