

# DIE IMMOBILIE

DAS MAGAZIN FÜR KUNDEN UND PARTNER DER HAHN GRUPPE



**AUSBLICK 2024  
WIRTSCHAFT UND INVESTITIONSKLIMA**

Seite 4

**HAHN GRUPPE**  
Erfolgreiches  
Geschäftsjahr  
Seite 7

**PORTRÄT**  
Dr. Peter Wüst –  
Geschäftsführer BHB  
Seite 14

**FONDS**  
Hahn Pluswertfonds 181  
Baumarkt Köln  
Seite 16

# INHALT

---

01	<b>EDITORIAL</b> Handelsimmobilien: Erfolge, Trends und Innovationen	Seite 3
02	<b>AUSBLICK 2024</b> Wirtschaft und Investitionsklima	Seite 4
03	<b>HAHN GRUPPE</b> Erfolgreiches Geschäftsjahr	Seite 7
04	<b>DER EINBLICK</b> Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel	Seite 10
05	<b>RECHTLICHER RAHMEN</b> Neues vom Gesetzgeber	Seite 12
06	<b>HAHN NACHRICHTEN</b> Aktuelle Meldungen	Seite 13
07	<b>PORTRÄT</b> Interview mit Dr. Wüst – Geschäftsführer BHB	Seite 14
08	<b>FONDS</b> Hahn Pluswertfonds 181 – Baumarkt Köln	Seite 16
09	<b>RESEARCH FOKUS</b> Das Phänomen des stagnierenden Online-Handels	Seite 18
10	<b>WUSSTEN SIE SCHON?</b> Wo kaufen Deutschlands „Gärtner“ ein?	Seite 19

---

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen und personenbezogene Hauptwörter gelten gleichermaßen für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keinerlei Wertung.

# HANDELSIMMOBILIEN: ERFOLGE, TRENDS UND INNOVATIONEN



Liebe Leserinnen und Leser,

willkommen zur neuesten Ausgabe unseres Kundenmagazins Immobilie. Wir bieten Ihnen wieder Einblicke in die aktuellen Entwicklungen der Handels- und Immobilienmärkte und wagen einen Ausblick auf die kommenden Monate. Vor dem Hintergrund des sich stabilisierenden Kapitalmarktumfelds zeichnet sich eine steigende Attraktivität von Immobilieninvestments ab. Erfahren Sie mehr über dieses wegweisende Thema in unserem Titelbeitrag ab Seite 4.

Doch blicken wir auch zurück und beleuchten das Geschäftsjahr 2023 der Hahn Gruppe, das durch positive Entwicklungen und Erfolge unserer Anleger und Investoren gekennzeichnet war. Mit steigenden Fondsausschüttungen und beeindruckenden Kennzahlen im Asset Management unterstreichen wir das Leitmotiv unseres diesjährigen Geschäftsberichts: „Vertrauensvoll investieren – gemeinsam erfolgreich“. Diesem Anspruch wollen wir auch zukünftig gerecht werden.

Sehr stolz sind wir auf die zügige Vermarktung unseres Pluswertfonds 180, Fachmarktzentrum Landshut, der Ende März, innerhalb von nur drei Monaten, vollständig gezeichnet wurde. Seit Mitte April bieten wir mit dem Hahn Pluswertfonds 181 – Baumarkt Köln eine neue attraktive Investitionsmöglichkeit. Anleger können damit an den langfristigen Megatrends „Wohnen, Garten & energetische

Sanierung“ partizipieren, die das Einkaufsverhalten beeinflussen. Weitere Details zum Fonds finden Sie auf den Seiten 18 und 19.

Sie möchten mehr über die Baumarktbranche erfahren? In einem aufschlussreichen Interview mit Dr. Peter Wüst, Hauptgeschäftsführer des Baumarktverbands BHB, das ab Seite 14 nachzulesen ist, diskutieren wir die Beweggründe der Menschen, verstärkt in ihr Zuhause zu investieren. Und wir erfahren, warum der Online-Handel in dieser Branche nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Doch nicht nur Baumärkte sind Trendsetter. Deshalb richten wir den Blick auf den deutschen Lebensmitteleinzelhandel, der durch hohe Innovations- und Investitionsfreudigkeit besticht. Die Transformation von einst tristen Supermärkten zu attraktiven Einkaufsstätten mit hoher Convenience hat die letzten Jahrzehnte geprägt. Mithilfe der künstlichen Intelligenz wird das Einkaufserlebnis weiter durch den Handel optimiert, wie wir auf den Seiten 10 und 11 erfahren können.

Genießen Sie die Lektüre und einen wunderbaren Frühling!

Ihr Thomas Kuhlmann  
Vorstandsvorsitzender

# AUSBLICK 2024

## WIRTSCHAFT UND INVESTITIONSKLIMA

### GESAMTWIRTSCHAFTLICHES UMFELD – BESSERUNG ZUR JAHRESMITTE

Preissteigerungen, hohe Zinsen, Konsumzurückhaltung, die Sparbeschlüsse der Bundesregierung sowie eine schwache Weltkonjunktur dämpfen derzeit die deutsche Konjunktur. Im vergangenen Jahr sank das BIP marginal (s. Abb.). Erwartete die Koalition im Herbst 2023 noch ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) in diesem Jahr um 1,3 Prozent, so prognostizieren führende Wirtschaftsforschungsinstitute nun nur ein Wachstum des BIP um 0,1 Prozent. „Eine konjunkturelle Erholung lässt weiter auf sich warten“, erklärte das Institut für Weltwirtschaft (IfW). „Die Frühindikatoren signalisieren, dass die Wirtschaftsleistung in der ersten Jahreshälfte kaum mehr als stagnieren wird.“ Gemäß des ifo Instituts werde

die Wirtschaftsleistung sich jedoch zur Jahresmitte beschleunigen, wenn die Belastungen bei Zinsen und Preisen allmählich nachließen und die Kaufkraft der Verbraucher steige.

Der Anstieg der Verbraucherpreise nahm im Jahresverlauf 2023 insbesondere infolge der deutlich rückläufigen Energie- und Rohstoffpreise ab. Belief sich die Inflationsrate im Dezember 2023 noch auf 3,7 Prozent, wies sie im Januar 2024 eine Höhe von 2,9 Prozent auf. Dies ist der niedrigste Wert seit Juni 2021. Im Februar hielt diese Entwicklung an.

### ARBEITSMARKT TROTZ WIRTSCHAFTS- STAGNATION WEITERHIN ROBUST

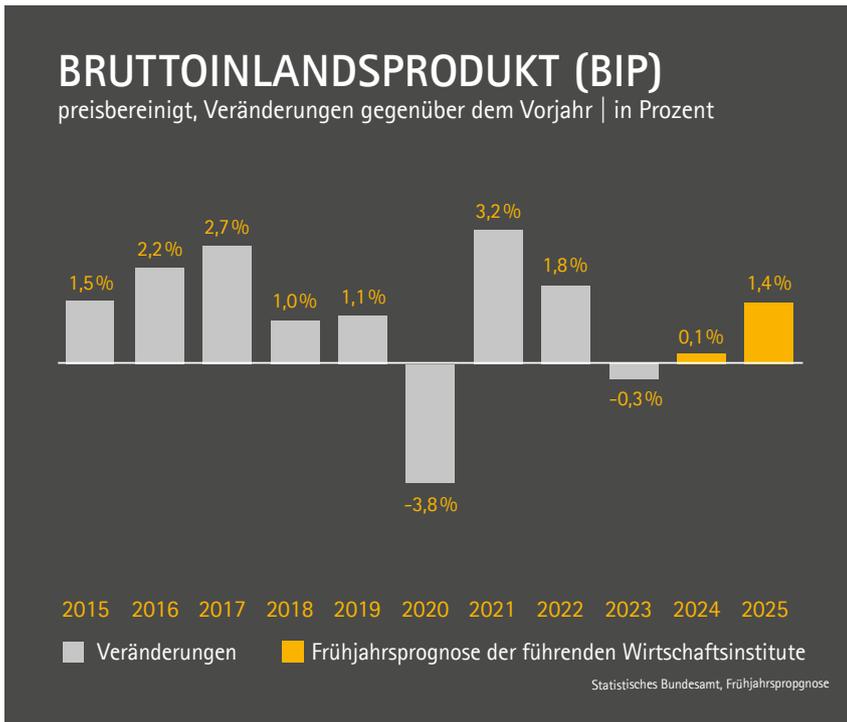
Die im Februar vorgestellten Zahlen der Bundesagentur für Arbeit (BA) zeigen, dass das geringe gesamtwirtschaftliche

Wachstum keine gravierende Auswirkung auf die derzeitige Arbeitsmarktentwicklung hat – der Arbeitsmarkt zeigt sich weiterhin robust. Laut BA waren im Februar 2,814 Millionen Menschen in Deutschland arbeitslos. Gegenüber dem Vormonat entspricht dies einem Anstieg um 8.000 Personen. Die Arbeitslosenquote beträgt unverändert 6,1 Prozent. Ein positiver Trend bei der Erwerbstätigkeit setzt sich ebenfalls fort. So waren im Januar rund 45,7 Millionen Personen mit Wohnort in Deutschland erwerbstätig. Dies sind 0,5 Prozent mehr als im entsprechenden Vorjahresmonat, wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilte.

### EINZELHANDEL BLICKT OPTIMISTISCH AUF DAS NEUE JAHR

Laut dem Handelsverband Deutschland (HDE) erzielten der stationäre





Einzelhandel und der Distanzhandel in Deutschland im Jahr 2023 einen Gesamtumsatz von 649,1 Mrd. Euro, was einer Steigerung von 2,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr (630,8 Milliarden Euro) entspricht. Trotz dieses Rekordumsatzes war eine preisbereinigte Abschwächung von 3,4 Prozent zu verzeichnen. Der stationäre Einzelhandel wuchs im Vorjahresvergleich nominal um 3,5 Prozent auf 564,9 Milliarden Euro (Vorjahr: 546,1 Milliarden Euro). Der Online-Handel entwickelte sich mit einem Umsatzrückgang von 0,4 Prozent (real -3,9 Prozent) auf 84,2 Milliarden Euro erneut schwächer als der stationäre Einzelhandel. Nach einem schwierigen Jahr 2023 für den Einzelhandel rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) mit einer zumindest leicht verbesserten Umsatzentwicklung für den Einzelhandel in 2024.

Zu Jahresbeginn wies die Verbraucherstimmung gemäß HDE-Konsumbarometer noch eine wie zum Ende des Vorjahres verhaltene Entwicklung auf. Gegen Ende des ersten Quartals ließ die Konsumzurückhaltung der Verbraucher hingegen, wenn auch in kleinen Schritt-

ten, spürbar nach. So erhöhte sich das HDE-Konsumbarometer um 1,9 Punkte gegenüber Februar. Damit liegt der Indikator bei einem Wert von 95,62 Punkten. Im Vergleich zum Vorjahresmonat entspricht dies ebenfalls einem Anstieg.

Laut Destatis setzten die deutschen Einzelhandelsunternehmen im Februar 2024 nominal 1,8 Prozent weniger um

als im Vormonat. Der Einzelhandelsumsatz mit Lebensmitteln sank im Februar 2024 gegenüber dem Vormonat nominal um 2 Prozent. Der nominale Non-Food-Umsatz stieg im Februar 2024 um 3,5 Prozent. Der Online-Handel verzeichnete im Februar 2024 ein geringes Umsatzplus von 2 Prozent gegenüber dem Vormonat.

### GEWERBE-TRANSAKTIONSVOLUMEN 2023 GESCHRUMPFT

Das Transaktionsvolumen mit deutschen Gewerbeimmobilien belief sich 2023 nach den Zahlen von CBRE auf 28,6 Milliarden Euro, rund 57 Prozent weniger als noch 2022. Auch der Zehnjahres-Schnitt wurde in ähnlich hohem Maße unterschritten. Im Assetklassen-Ranking belegten erstmals Logistikimmobilien mit fast sieben Milliarden Euro oder 24 Prozent des Gesamtvolumens den ersten Platz, gefolgt von Wohnimmobilien (ab 50 Wohneinheiten) mit rund 5,7 Milliarden Euro bzw. 20 Prozent sowie Einzelhandelsimmobilien mit knapp 5,4 Milliarden Euro und 19 Prozent. Der langjährige Branchenprimus, die Büroimmobilie lag knapp



dahinter auf Platz vier (5,3 Milliarden Euro oder 19 Prozent). Im Vorjahresvergleich ergeben sich dadurch über alle Assetklassen hinweg deutliche Transaktionsrückgänge.

Die Spitzenrenditen setzten ihren Aufwärtstrend in allen Assetklassen weiter fort, zeigten aber in Teilen auch Stabilisierungstendenzen. So verzeichneten Lebensmittelmärkte als auch Fachmarktzentren im zweiten Halbjahr 2023 keine Ausweitung der Spitzenrenditen mehr. Im Jahresverlauf stiegen die Renditen von Lebensmittelmärkten jedoch um 0,4 Prozentpunkte auf 4,7 Prozent und diejenigen von Fachmarktzentren um 0,7 Prozentpunkte auf 5 Prozent.

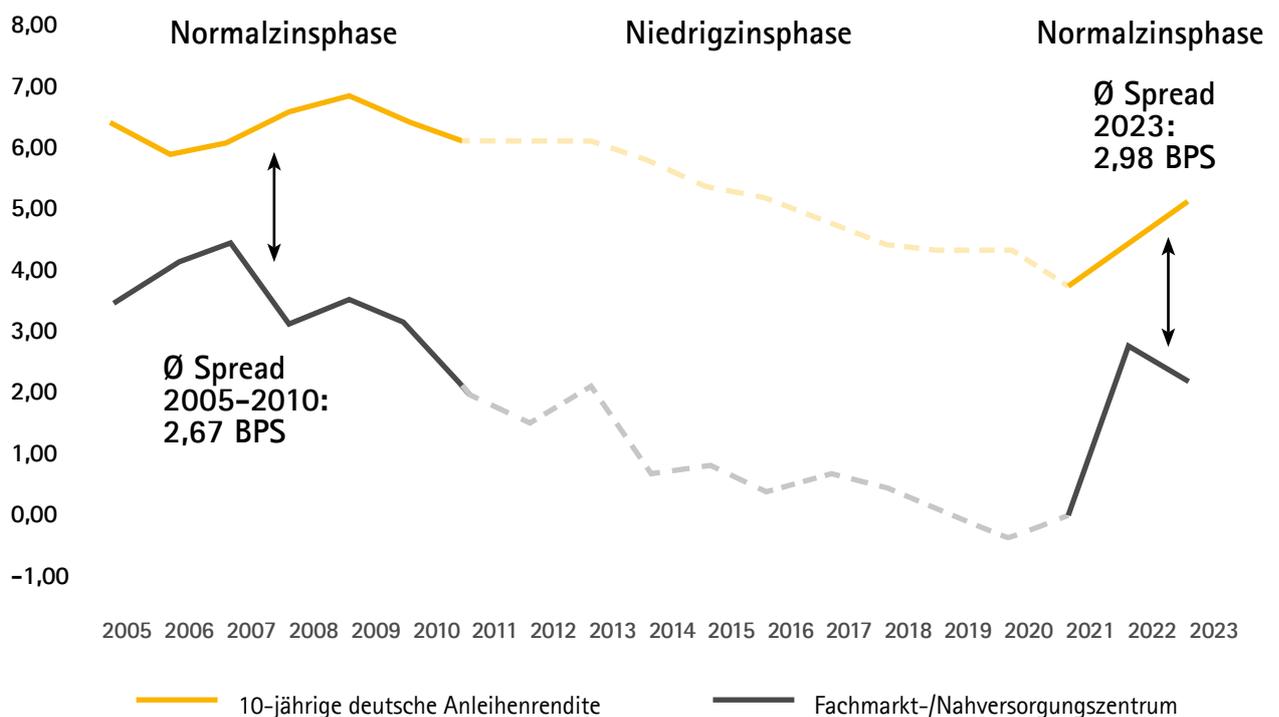
### ERWARTETE DYNAMIK IM INVESTMENTJAHR 2024

Unter Berücksichtigung der Inflationsprognosen der führenden Wirtschaftsinstitute für das laufende und kommende Jahr zeichnet sich mittelfristig eine wieder sinkende Inflationsrate ab, was aus ökonomischer Sichtweise ebenfalls eine Veränderung des Zinsniveaus nach sich ziehen werde. Die entsprechenden geldpolitischen Maßnahmen der EZB gegen die bisher anhaltend hohe Inflation entfalten schrittweise ihre Wirkung, sodass der Zinserhöhungszyklus möglicherweise einen Hochpunkt erreicht hat. Ein stabiles Zinsumfeld bedeutet für künftige Investitionsentscheidungen mehr Planungssicher-

heit. So rechnet CBRE 2024 mit einem Transaktionsvolumen bei Wohn- und Gewerbeimmobilien von mindestens 35 Milliarden Euro.

Auch unter dem Gesichtspunkt der Renditeentwicklung von Staatsanleihen ergeben sich für Immobilieninvestoren interessante Einstiegsmöglichkeiten, denn diese bilden die künftigen Inflationserwartungen ab. Hinsichtlich der Reduktion der durchschnittlichen Spreads zwischen Immobilienrenditen und der 10-jährigen Bundesanleihe in den „Normalzins-Phasen“ (s. Abb. unten) und der Erwartung an eine leichte Zinssenkung ab der Jahresmitte ergibt sich eine Konstellation, bei welcher Anreize zur Investition entstehen.

## SPITZENRENDITE VON FACHMARKT-NAHVERSORGUNGSZENTREN IM VERGLEICH ZUR 10-JÄHRIGEN BUNDESANLEIHE





# HAHN GRUPPE

## ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR MIT HÖHEREN FONDS-AUSSCHÜTTUNGEN

In einem dynamischen Umfeld verzeichnete die Hahn Gruppe 2023 erneut ein erfolgreiches Geschäftsjahr. Wir erreichten durch aktives und vorausschauendes Management eine erfreulich wertstabile Vermögensentwicklung der Fondsportfolios unserer Anleger und Investoren.

### ZWEI NEUE PUBLIKUMSFONDS AUFGELEGT

Im Neugeschäft mit Privatanlegern sind zwei Publikums-AIF erfolgreich neu aufgelegt worden: Die Pluswertfonds 178 und Pluswertfonds 180 investieren in ein Nahversorgungszentrum in Voerde, Nordrhein-Westfalen, bzw. in ein Fachmarktzentrum in Landshut, Bayern. Beide Immobilienfonds wurden von den Kun-

den sehr gut aufgenommen: Der Hahn Pluswertfonds 178 ist bereits vollständig platziert und der erst im Dezember aufgelegte Hahn Pluswertfonds 180 wurde bereits Ende März 2024 vollständig vermarktet.

# 3.500

Anleger und Investoren

### ERFOLGREICH IM PORTFOLIO- UND ASSET MANAGEMENT

Die letzten beiden Jahre haben wir genutzt, um im Rahmen des Portfolio Managements verstärkt Verkaufsgewinne

für unsere Kunden zu realisieren: So sind Immobilienobjekte mit einem Gesamtvolumen von rund 630 Mio. Euro an Dritte veräußert worden. Die Verkaufserlöse lagen deutlich über den Einstandspreisen.

### AUSWEITUNG DES ESG-ENGAGEMENTS

Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Immobilienportfolio wurden forciert. Dank strategischer Partnerschaften mit wichtigen Mietern und der Einführung innovativer Betriebsmodelle wurden PV-Installationen neu in Betrieb genommen und die Ladesäuleninfrastruktur weiter ausgebaut. Über die flächendeckende Ausrüstung der Standorte mit Smart-Metern haben wir die Grundlage geschaffen,

Verbrauchsdaten der Immobilienobjekte für die ESG-Optimierung systematisch zu nutzen. Desweiteren wurde mit Teilen des Immobilienportfolios am international anerkannten GRESB-Benchmarking teilgenommen, um Anhaltspunkte für weitere ESG-Optimierungen des Immobilienbestands zu erhalten.

Durch eine Vermietungsleistung von 108.000 m<sup>2</sup> (Vorjahr: 226.000 m<sup>2</sup>) verbesserte sich die Vermietungsquote im Immobilienfondsportfolio auf rund 99 Prozent (Vorjahr: 98 Prozent). Zum Jahres-

ende 2023 verwaltete die Hahn Gruppe ein Immobilienvermögen von über 7 Mrd. Euro.

**99** Prozent  
Vermietungsquote

#### HAHN TRACK-RECORD

Die institutionellen Immobilienfonds der Hahn Gruppe konnten in der Vergangenheit im nationalen Fonds-Benchmarking in ihrer Assetklasse teilweise deutlich überdurchschnittliche Renditen erzielen. Über die Laufzeit von rund 15 Jahren weist beispielsweise der 2008 gegründete HAHN German Retail Fund I, der erste Fonds der German-Retail-Fund-Reihe, eine durchschnittliche jährliche Rendite (IRR) von rund 7 Prozent auf. Auch für die Zukunft sind die Portfolios der institutionellen Immobilienfonds gut aufgestellt, um nachhaltig attraktive Renditen zu erwirtschaften.

Im Privatkundengeschäft dokumentiert die Leistungsbilanz der Hahn Gruppe

#### KENNZAHLEN IMMOBILIEN-FONDSPORTFOLIO

	2023
Vermietungsquote in Prozent	99
Verwaltete Mietfläche in Mio. m <sup>2</sup>	1,360
Verwaltetes jährliches Mietvolumen in Mio. Euro	168,4
Immobilienstandorte	123
Assets under Management in Mrd. Euro	2,9
Vermietungsleistung in m <sup>2</sup>	108.000

bei den bisher aufgelösten Fondsvermögen einen durchschnittlichen jährlichen Vermögenszuwachs nach Steuern in Höhe von 5,4 Prozent\*. Das Jahr 2023 reihte sich nahtlos in die gute Erfolgsbilanz ein: Wir konnten bei rund 30 Prozent der Privatkundenfonds die Ausschüttungen im Vergleich zum Vorjahr erhöhen. Es gab keine Rückgänge zu verzeichnen. Die regulierten Publikums-AIFs der Hahn

#### ASSETS UNDER MANAGEMENT in Mrd. Euro

Immobilienfonds	2,9
Property Management für Dritte	4,5

#### LEISTUNGSBILANZ PRIVATKUNDENGESCHÄFT

Aufgelegte Publikumsfonds für private und semiprofessionelle Anleger	190
Anzahl Kunden/Privatanleger	rund 3.500
Anzahl laufende Zeichnungen	rund 6.500
Aufgelöste Publikumsfonds	120
Durchschnittliche Laufzeit der aufgelösten Investmentvermögen	15,9 Jahre
Summe der Gesamtrückflüsse inkl. Schlusszahlung nach Steuern auf Investorebene bezogen auf das eingezahlte Eigenkapital	180 Prozent
Durchschnittlicher jährlicher Vermögenszuwachs nach Steuern*	5,39 Prozent

\* Summe aller Ausschüttungen zzgl. Schlusszahlung abzgl. Kapitaleinsatz (ohne Agio), dividiert durch die Laufzeit bis zur Auflösung; bei angenommenem Spitzensteuersatz von 50 Prozent.

Gruppe lagen per Ende 2023 mit ihren kumulierten Ausschüttungen im Durchschnitt um rund 7 Prozent über der Prospektprognose.

### WERTVOLLE IMMOBILIENSTANDORTE

An über 120 Immobilienstandorten mit einer Mietfläche von rund 1,4 Mio. m<sup>2</sup> werden jährliche Mieterträge von rund 170 Mio. Euro für unsere Fondsinvestoren generiert. Die Hauptmieter der Objekte sind überwiegend große und international tätige Einzelhandelskonzerne. Diese Unternehmen verfügen grundsätzlich über eine sehr gute Bonität und gehen langfristige Mietverträge mit Laufzeiten von zehn Jahren und mehr ein.

# 720

Mietverträge

### 2024 MIT NEUEN FONDSPRODUKTEN AM START

Fachmarktzentren, Verbrauchermärkte, Baumärkte und Mixed-Use-Immobilien bleiben aufgrund ihrer soliden und langfristigen Ertragsaussichten äußerst attraktiv für Mieter und Investoren. Wir sind bestens positioniert, um sicherzustellen, dass unsere Investoren von diesen Chancen profitieren können. Daher planen wir auch im Jahr 2024 die Vermarktung neuer Immobilienfonds für institutionelle Investoren und private Anleger. Mit attraktiven Investmentprodukten stehen wir an der Seite unserer Anleger, um sie beim Aufbau ihres Vermögens zu unterstützen.

# 168

Mio. Euro Mietvolumen generieren unsere Fonds-Investmentstandorte jährlich

## HAHN MAGAZIN ZUM GESCHÄFTSBERICHT

Unser neues Magazin folgt dem Leitgedanken „Vertrauensvoll investieren – gemeinsam erfolgreich“.

Seit über 40 Jahren begleiten wir Investoren und Anleger. Von der ersten Investitionsentscheidung bis hin zur Generierung von Ausschüttungen und Veräußerungsgewinnen sind wir der verlässliche Partner. Für uns bedeutet vertrauensvolles Investieren, transparent zu berichten, Werte zu maximieren, Herausforderungen zu meistern und mit Immobilien eine Einkaufswelt zu schaffen, in der Menschen sich bequem mit den wesentlichen Dingen des Lebens versorgen können.

Das uns entgegengebrachte Vertrauen als Asset und Investment Manager honorieren wir mit stabilen Erträgen in den Portfolios unserer Kunden. **Gemeinsamer Erfolg** steht dafür, in enger Partnerschaft mit unseren Stakeholdern das bestmögliche Ergebnis zu erzielen: hohe Renditen für unsere Fondsanleger, optimal aufgestellte Immobilien für unsere Mieter und ein Arbeitsumfeld, das unsere Mitarbeiter zu leistungsorientiertem und profitabilem Handeln inspiriert.

Im neuen Hahn-Magazin beleuchten wir ausführlich die Highlights des letzten Jahres und geben Ihnen wertvolle Einblicke in das Hahn Geschäftsmodell, mit dem wir unsere Anleger und Investoren zum Erfolg führen.

Sie finden das neue Magazin auf unserer Website:

[www.hahnag.de](http://www.hahnag.de).

Auf Wunsch senden wir Ihnen auch gerne ein gedrucktes Exemplar zu.

Fordern Sie die Publikation am besten per E-Mail ([info@hahnag.de](mailto:info@hahnag.de)) an.





## EINSATZ VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IM EINZELHANDEL

Der Einsatz generativer künstlicher Intelligenz (KI) gewinnt im Einzelhandel zunehmend an Bedeutung. Diese fortschrittlichen IT-Systeme sind in der Lage, neue Inhalte wie Texte, Bilder, Musik oder Videos zu erzeugen, die auf maschinellem Lernen basieren. Sie nutzen umfangreiche Datensätze, um originelle Inhalte zu schaffen, und bieten somit vielfältige Anwendungsmöglichkeiten im Einzelhandel.

Die deutschen Einzelhändler integrieren generative KI als Arbeitshilfe für ihre Mitarbeiter, um die Produktivität zu steigern und Routinetätigkeiten effizienter zu automatisieren. Darüber hinaus eignen sich KI-Tools auch zur Lösung kreativer Aufgaben, etwa in Marketingabteilungen. So war dm eines der ersten Unternehmen,

das mit der Einführung von „dmGPT“ KI für die Erstellung von IT-Testdaten, die Übersetzung von Dokumenten und die Zusammenfassung komplexer Texte nutzte. Kurz darauf präsentierte die REWE Group ihren KI-Chatbot „REWE Group GPT“, der Mitarbeitern in der Verwaltung zur Verfügung gestellt wurde. Sowohl dm als auch REWE setzen dabei auf proprietäre ChatGPT-Versionen, die losgelöst von öffentlich zugänglichen Versionen betrieben werden, um die Datenkontrolle zu gewährleisten. Diese Strategie dürfte Vorbild für weitere Unternehmen sein, die ihre Mitarbeiter mit leistungsstarken Tools ausstatten wollen, um Arbeitsprozesse zu optimieren.

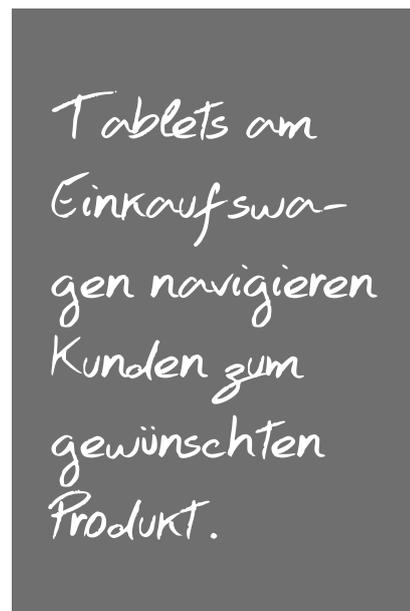
Der Einsatz von KI im Einzelhandel hat jedoch nicht nur für die Mitarbeiter, sondern auch für die Kunden direkte positive Auswirkungen, indem er das Einkaufserlebnis verbessert und personalisiert.

#### REWE SCHAFFT NAVIGATION FÜR DEN EINKAUFSWAGEN

REWE startet ein innovatives Pilotprojekt, um Kunden mittels Displays an Einkaufswagen direkt zu den gesuchten Artikeln zu führen. Für dieses Vorhaben rüstet der drittgrößte Lebensmitteleinzelhändler Deutschlands eine seiner Filialen in Köln-Bickendorf mit speziellen Tablets an Einkaufswagen aus. Diese Tablets, ausgestattet mit Rückseitenkameras, ermöglichen es Kunden, ihre Einkaufszettel einzuscannen und sich von der KI-gestützten Technologie zu den identifizierten Produkten leiten zu lassen. Während der Navigation werden auf dem Bildschirm zudem rabattierte Waren und Sonderangebote angezeigt. Entwickelt wurde die Technologie vom israelischen Spezialisten für KI-Technologien im Einzelhandel, Catch Retail Inc. Das Projekt, das in Partnerschaft mit den Betreibern der REWE-Filiale in Bickendorf, einem Brüderpaar, durchgeführt wird, ist von März 2024 bis zum Sommer angesetzt. Damit ist die

Kölner Filiale die erste in Europa, die ein solches Navigationssystem testet.

Zusätzlich betreibt REWE mehrere Pick&Go-Filialen, die ein kassenloses Einkaufen durch fortschrittliche KI-Technologie ermöglichen. Diese Systeme nutzen eine Vielzahl von Kameras und Gewichtssensoren in den Regalen zusammen mit einer leistungsstarken Datenverarbeitungssoftware, die es ermöglicht, jeden Artikel, den ein Kunde aus dem Regal nimmt, sofort zu erfassen und zu registrieren.



#### VIelfältige Einsatzmöglichkeiten für generative KI

Die Technologie revolutioniert weitere Schlüsselbereiche des Einzelhandels wie Lieferkettenmanagement, Marketing, E-Commerce und interne Kommunikation, indem sie komplexe Datenströme aus globalen Nachrichten, Wettervorhersagen, Ernteprognozen und Risikoanalysen verbindet. Dienstleister wie Sourcemap, Integrity Next und Osapiens nutzen bereits KI, um für Unternehmen wie Tchibo,

Markant, dm, Müller-Drogerie und Netto Nord Lieferketten transparenter und effizienter zu gestalten.

Im Bereich der Prognostik arbeitet ALDI Nord mit dem Regionalbäcker Ruch und dem Startup Food Forecast zusammen, um mithilfe von KI die Retouren zu minimieren und die Umsätze sowie die Prozesseffizienz am Brotregal zu optimieren. Das System analysiert Verkaufsdaten und berücksichtigt Variablen wie Wetter und Feiertage, was gemäß Berichterstattung der Lebensmittelzeitung zu einer Reduktion der Retouren um 12 Prozent und einem Umsatzwachstum von etwa 9 Prozent geführt hat.

#### KAUFLAND UND LIDL INVESTIEREN IN KI-STARTUP

Die Schwarz Gruppe experimentiert nicht nur intensiv mit KI, sondern hat sich gleich direkt an dem deutschen KI-Startup „Aleph Alpha“ beteiligt. 500 Millionen Euro sammelte die deutsche Konkurrenz von Open AI und ChatGPT ein. Der Löwenanteil stammt von der Schwarz Gruppe und vom Bosch-Konzern. Die Mutterfirma von Lidl und Kaufland will nun gemeinsam mit Aleph Alpha und dem Bundesland Baden-Württemberg in Heilbronn ein KI-Zentrum aufbauen, den sogenannten Innovation Park Artificial Intelligence (Ipa). Auf einem 23 Hektar großen Gelände am Rande Heilbronn soll bis 2027 laut Reinhold Geilsdörfer, Geschäftsführer der Schwarz Stiftung, ein „kleines, smartes Dorf“ entstehen: mit Forschungslaboren, Rechenzentrum und Platz für Unternehmen und Startups.

Man darf gespannt sein, auf welche Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzbereiche der zweitgrößte deutsche Lebensmitteleinzelhändler zukünftig setzt. Ganz sicher dürfen wir viele interessante Innovationen der Branche erwarten, die die Organisation und den Einkauf zukünftig auf ein neues Level heben werden.

# NEUES VOM GESETZGEBER

## PFANDPFLICHT FÜR MILCH UND MILCH-ERZEUGNISSE

Seit dem 1. Januar 2024 wird mindestens 25 Cent Pfand auf Milch, Milchmixgetränke und Milchprodukte in Einwegkunststoffflaschen erhoben. Neben Milch betrifft dies z. B. auch Joghurt, Kaffee und Kakao.

Bereits vor zwei Jahren wurde die Pfandregelung für einen Großteil der Einweggetränkeflaschen aus Kunststoff eingeführt, Milch und Milcherzeugnisse ausgenommen. Grund für diese Ausnahme war bisher die besondere hygienische Herausforderung bei der Rückgabe dieser Flaschen an den Pfandautomaten.

Von rund 5 Mrd. Litern Milchprodukten, die 2020 in Deutschland verkauft wurden, waren knapp 10 Prozent in Kunststoffflaschen abgefüllt, somit sind nun geschätzt bis zu 500 Mio. Liter durch die neue Pfandpflicht betroffen.

Ziel der neuen Pfandregelung ist die Reduzierung von Verpackungsmüll. Mit einem Rücknahmesystem für diese Produkte wird ein großer Anteil weiterer Ressourcen für das Recycling zur Verfügung gestellt. Die Rückgabe kann an allen handelsüblichen Pfandautomaten erfolgen.



## VERSCHÄRFTES LIEFERKETTENGESETZ

Bereits im Kundenmagazin 01/2023 wurde über das Lieferkettensorgfaltsgesetz informiert. Zu Beginn des Jahres 2024 hat sich das Gesetz insofern verändert, als dass nun auch Unternehmen ab 1.000 Beschäftigten (bisher: ab 3.000 Mitarbeitern) zur Einhaltung verpflichtet sind.

Das Gesetz regelt die Einhaltung von Menschenrechten innerhalb der globalen Lieferketten. Unternehmen verpflichten sich zum Schutz der Umwelt, zum Schutz vor Kinder- und Zwangsarbeit und zur Zahlung von fairen Löhnen.

So sind deutsche Unternehmen gemäß Gesetz verpflichtet, ihrer unternehmerischen Verantwortung innerhalb der weltweiten Lieferketten nachzukommen. Parallel sorgt das Gesetz für mehr Rechtssicherheit und den Abbau von Wettbewerbsnachteilen für Unternehmen, die bereits freiwillig in ein nachhaltiges Lieferkettenmanagement investieren.

Auch das Thema Umweltschutz findet sich im Lieferkettengesetz wieder, soweit Umweltrisiken zu Menschenrechtsverletzungen führen können. Umweltzerstörung wie Wasser- und Luftverschmutzung so-

wie illegale Abholzung werden ebenso beobachtet wie der Schutz vor Gesundheits- und Umweltgefahren durch Quecksilber und langlebige organische Schadstoffe.

In der deutschen Wirtschaft trifft der bürokratische Aufwand des Lieferkettengesetzes auf Vorbehalte, dennoch sind viele Unternehmen aktiv tätig, um ihre menschenrechtlichen und ökologischen Pflichten zu erfüllen.

## NEUES HEIZUNGSGESETZ TRITT IN KRAFT

Das neue Heizungsgesetz, das zu Beginn des Jahres in Kraft getreten ist, sieht vor, dass jede neu eingebaute Heizung zu 65 Prozent mit erneuerbaren Energien betrieben werden muss. Für den Großteil der Hauseigentümer ändert sich zunächst nichts, da die Regelung sich nur auf Neubauten in Neubaugebieten bezieht. In Neubauten werden bereits viele Wärmepumpen eingebaut, auch alternative Heizungsmodelle sind möglich. Die Bundesregierung beabsichtigt mit der Reform, das Klima besser zu schützen und die Verbraucher vor Preisanstiegen von Öl und Gas zu schützen.

Für bestehende Gebäude erfolgt die Umstellung innerhalb einer verpflichtenden und flächendeckenden kommunalen Wärmeplanung. In Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern wird eine Planung ab 2026, für die übrigen Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern ab 2028 eingeführt werden.

Auch in der EU gibt es neue Sanierungsvorgaben. Der Energieverbrauch von Wohngebäuden soll bis zum Jahr 2030 um 16 Prozent sinken, bis 2025 um 20 bis 22 Prozent. Bei den Nichtwohngebäuden soll ein Sechstel der am wenigsten energieeffizienten Gebäude bis 2023, ein Viertel bis 2033 entsprechend saniert werden. Ab 2030 sollen alle Neubauten emissionsfrei sein, ab 2050 klimaneutral.

# AKTUELLE MELDUNGEN

## DGNB-GOLD-ZERTIFIZIERUNG FÜR NACHHALTIGES BAUEN

Für den Bau des toom Baumarkts an der Lürriper Straße in Mönchengladbach wurden unserem Mieter und der Hahn Gruppe das Gold-Zertifikat für nachhaltige Verbrauchermärkte durch das DGNB German Sustainable Building Council (DGNB) überreicht. Wir freuen uns über diese Auszeichnung, die die umfangreichen ESG-Ambitionen der Hahn Gruppe widerspiegelt. Bei der Entwicklung des Baumarkts standen von Beginn an Nachhaltigkeitsaspekte im Vordergrund. Das Immobilienobjekt überzeugt nach Fertigstellung durch eine hocheffiziente Haustechnik, begrünte Schallschutzwände, E-Ladesäulen sowie Photovoltaikflächen für die Erzeugung erneuerbarer Energie. Eine Regenwasserrückgewinnungsanlage, umfangreich begrünte Dachflächen sowie großzügige Versickerungsflächen im Bereich der Pkw-Stellplatzflächen sind weitere Nachhaltigkeitsmerkmale.



## NEUERÖFFNUNG REWE-MARKT IN LANGELSHEIM

Die REWE-Filiale im Nahversorgungszentrum Langelsheim präsentiert sich auf einer Fläche von 3.000 m<sup>2</sup> in neuem Glanz. Vorangegangen sind intensive Modernisierungsarbeiten, die vier Monate andauerten. Zentrale Elemente des Relaunchs beinhalten die energetische Sanierung mit Einbau von Wärmepumpentechnik sowie die Modernisierung der Gebäudetechnik und Installation energiesparender LED-Beleuchtung. Außerdem wurden der Fassadenanstrich sowie Decken und Böden erneuert. In Verbindung mit der Aktualisierung auf das neueste REWE-Ladendesign wird ein verbessertes Einkaufserlebnis geschaffen, das viel Komfort und eine hohe Aufenthaltsqualität bietet. Im Zuge der Modernisierungsmaßnahmen wurde ein neuer, langfristiger Mietvertrag abgeschlossen.

## SERVICE-AWARD 2024: TOP-5-PLATZIERUNG FÜR DIE HAHN GRUPPE

Das Kapitalmarktmagazin Fonds professionell hat die Ergebnisse des Service Awards 2024 veröffentlicht. Zwischen September 2023 und Januar 2024 wurden über 400 Berater und Finanzprofis aus allen relevanten Vertriebsstrukturen im Sachwertesegment befragt: Wie bewerten Sie die Betreuung und Kommunikation durch ihre Sachwerteanbieter? Das Ergebnis ist erfreulich für die Hahn Gruppe: Die Vertriebspartner geben uns in den Kategorien Vertriebsunterstützung, Internet & Kommunikation, Marketing, Produktzuverlässigkeit und Entwicklung jeweils sehr gute Noten. Von 74 Anbietern erreichen wir mit diesem guten Feedback insgesamt Rang 4. Bezogen auf die Anbieter im Segment der Gewerbeimmobilien liegen wir sogar auf Platz 1! Das gute Votum bestätigt uns in unserer Arbeit und unserer ausgeprägten Serviceorientierung.

## NEUER NACHHALTIGKEITSBERICHT: ESG – WIR ZEIGEN INITIATIVE!

Die Immobilienfonds der Hahn Gruppe stehen für hohe Investitionssicherheit und die Zielsetzung, Anlegern und Investoren kontinuierlich stabile Erträge zu gewährleisten. Diese wirtschaftliche Robustheit bildet zugleich das solide Fundament, von dem aus wir unsere ambitionierten Ziele im Bereich der Nachhaltigkeit verfolgen. Über sämtliche Fachbereiche hinweg wird den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Umwelt (Environmental), soziale Verantwortung (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance) – eine hohe Priorität eingeräumt und sichergestellt, dass sie tief in unseren Geschäftsprozessen verankert sind. Durch detaillierte Einblicke in unsere Projekte und Maßnahmen erläutern wir, wie Nachhaltigkeit in der Praxis umgesetzt wird und welchen positiven Einfluss unser Engagement auf die Umwelt, die Gesellschaft und die Unternehmensführung hat. Wir zeigen Initiative!





## INTERVIEW MIT DR. PETER WÜST

HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER  
DES HANDELSVERBANDS  
HEIMWERKEN, BAUEN UND  
GARTEN E. V. (BHB)

**Herr Dr. Wüst, Sie sind seit 2010 beim BHB tätig und waren vorab in gleicher Funktion für die Herstellervereinigung Bau+DIY tätig. Was macht für Sie den Reiz dieser Branche aus?**

**Dr. Peter Wüst:** Da gehöre ich ja nun eindeutig schon zu den alten Hasen der Branche.

Wenn ich mir die Entwicklung anschau, ist die Branche durch kreative und auch pfiffige Menschen geprägt. Es macht einfach Spaß, mit diesen Menschen, die immer nach vorne blicken, zusammenzuarbeiten. Außerdem beschäftigt sich die Branche mit Werterhalt, Individualisierung und dem Heim für alle. Das sind ehrenwerte Motive und Inhalte, die die Arbeit hier wirklich spannend machen.

**Was war in diesem Zeitraum für Sie (die Branche) die größte Herausforderung? Was haben Sie daraus gelernt?**

**Dr. Peter Wüst:** Die spannendste und auch größte Herausforderung war die ungewöhnliche Zeit unter Corona. Hier galt es das Verständnis der Politik für die Bedeutung des Handels zu schärfen. Auch müssen wir gegenüber den Konsumenten noch besser vermitteln, dass das eigene Zuhause ständiger Investments bedarf.

**Der Baumarkthandel in Deutschland ist 2023 nicht gewachsen. Sind Sie zufrieden mit diesem Ergebnis?**

**Dr. Peter Wüst:** Ein ganz klares Nein! Die gehandelten Stückzahlen lagen deutlich unter denen des Vorjahres und das ist für alle unbefriedigend. Wir hatten volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, die uns daran gehindert haben, besser zu sein. Insbesondere das Wetter hat dazu geführt, dass wir nicht mehr erreichen konnten.

**Warum blicken Sie optimistisch auf**

**das Jahr 2024? Welche Rolle spielt dabei das Thema Garten?**

**Dr. Peter Wüst:** Unsere Prognosen aus März bestätigen sich aktuell. Die Konsumenten wollen wieder an ihrem Zuhause arbeiten, das Zuhause verschönern. Dazu gehört natürlich auch, dass Dinge repariert, verbessert und modernisiert werden müssen. Zurzeit sind es weniger größere Projekte, was auf die aktuellen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen zurückzuführen ist.

Der Bereich Garten ist ein Frequenzbringer in der Saison. 2023 war eine unterdurchschnittliche Gartensaison. Insofern sind wir optimistisch, dass es allein schon deswegen dieses Jahr besser wird.

**Die Baumarktbranche steht im Wettbewerb mit Discountern, die ergänzend DIY-Segmente anbieten. Wie heben Sie sich ab?**

**Dr. Peter Wüst:** Die Kunden wünschen sich Auswahl und suchen nach haptischen Erlebnissen bei unseren Produkten. Deswegen ist das stationäre Angebot weiterhin im Baumarkt und im Baufachhandel unverzichtbar. Dazu gehört auch fachliches Know-how. Beide Komponenten erhalten sie nicht beim Discounter.

Grundsätzlich sind die Produkte, die im Discount, zumindest bei den großen Discountanbietern, angeboten werden, qualitativ hochwertig und können nur aufgrund der gehandelten Volumina zu diesen entsprechenden Preisen angeboten werden. Aber es ist eben immer nur ein Teilbereich, den Konsumenten dort kaufen können. Der Baumarkt bietet im Gegensatz dazu die große Auswahl und professionelle Beratung zusätzlich an.

**Was sind die Stärken des DIY-Handels?**

**Dr. Peter Wüst:** Die Stärken liegen in der Auswahl der Produkte, in der Verfügbarkeit, in der Beratung, in der Möglichkeit, Vergleiche zwischen verschiedenen Qualitätsstufen und Preisen machen zu können. Auch in diversen Serviceleistungen, direkt vor Ort, wie etwa das Ausprobieren, Ausleihen und Umtauschen von Produkten.

Für den komfortablen Einkauf sorgen geräumige Parkflächen, Drive-In-Arenen und barrierefreie Zugänge. In vielen Baumärkten gibt es Reparatur- und Recyclingmöglichkeiten, mit mittlerweile einer ganzen Bandbreite von Produkten, die dort abgegeben und gesammelt werden können. Last but not least sind an dieser Stelle die vielen kompetenten und engagierten Mitarbeitenden zu erwähnen.

**Der Online-Anteil in Ihrer Branche ist relativ gering und zuletzt sogar zurückgegangen. Warum setzen die Baumarktkunden so engagiert auf den stationären Einkauf?**

**Dr. Peter Wüst:** Online ist heutzutage integraler Bestandteil des Handels, auch für Baumärkte und Gartencenter. In einer Branche mit mehr als 500.000

sehr unterschiedlichen Produkten ist der Online-Handel allerdings logistisch schwierig und komplex. Ein umfassendes Angebot ist daher kaum darstellbar und nicht mit anderen Einzelhandelszweigen, die deutlich kleinere Sortimente aufweisen, zu vergleichen. Das spricht für den stationären Handel.

**Was muss der Handel tun, um seine Märkte (und Sortimente) langfristig attraktiv für die Kunden zu gestalten?**

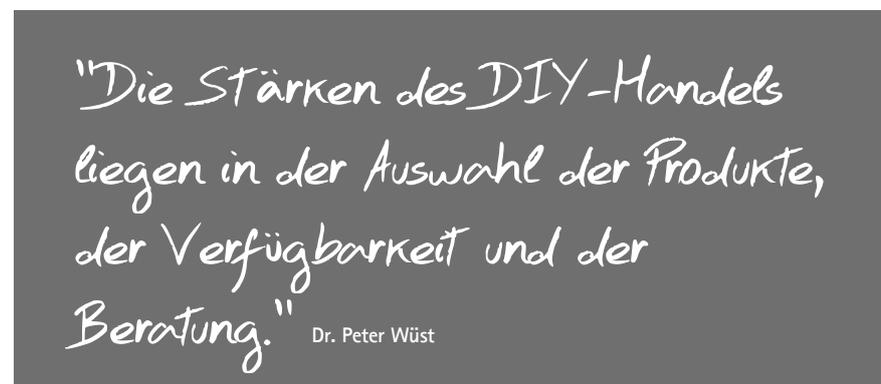
**Dr. Peter Wüst:** Ich denke, das Wesentliche für den Händler ist schlicht und ergreifend, nah am Kunden zu bleiben. Das heißt, wir müssen die Probleme der Kunden verstehen, einfache, praktikable Lösungen anbieten, und zwar Lösungen, die aus Produkt und Service gleichzeitig bestehen. Das ist nur möglich, wenn man mit der Industrie zusammenarbeitet. Denn Produktentwicklungen und -veränderungen müssen so erfolgen,

zählen Ressourcen schonen, beziehungsweise Energie produzieren, Wasserrückgewinnung und nachhaltige Wiederverwendung. Auch Balkonkraftwerke gehören dazu.

Der dritte große Punkt ist das Thema Individualität. Wir müssen verstehen, dass Upcycling und die Kreativität von Menschen Auswirkungen auf die Gestaltung ihres Zuhauses haben, dass es wichtig ist, hier sehr individuelle Lösungen anzubieten. Wir sind ein ganz wichtiger Player für diesen Trend.

**In einer Pressemitteilung des BHB heißt es, dass sich auch die Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land positiv auf die Konsumstimmung der Menschen auswirken kann. Wie lautet denn Ihr Tipp für die EM?**

**Dr. Peter Wüst:** Fußball ist für mich persönlich als auch für die Branche



dass sie für den Verbraucher schlussendlich eine Lösung darstellen.

Wichtig sind an dieser Stelle auch service- und kundenorientierte, freundliche Mitarbeiter, die den Kunden kompetent und umfassend beraten.

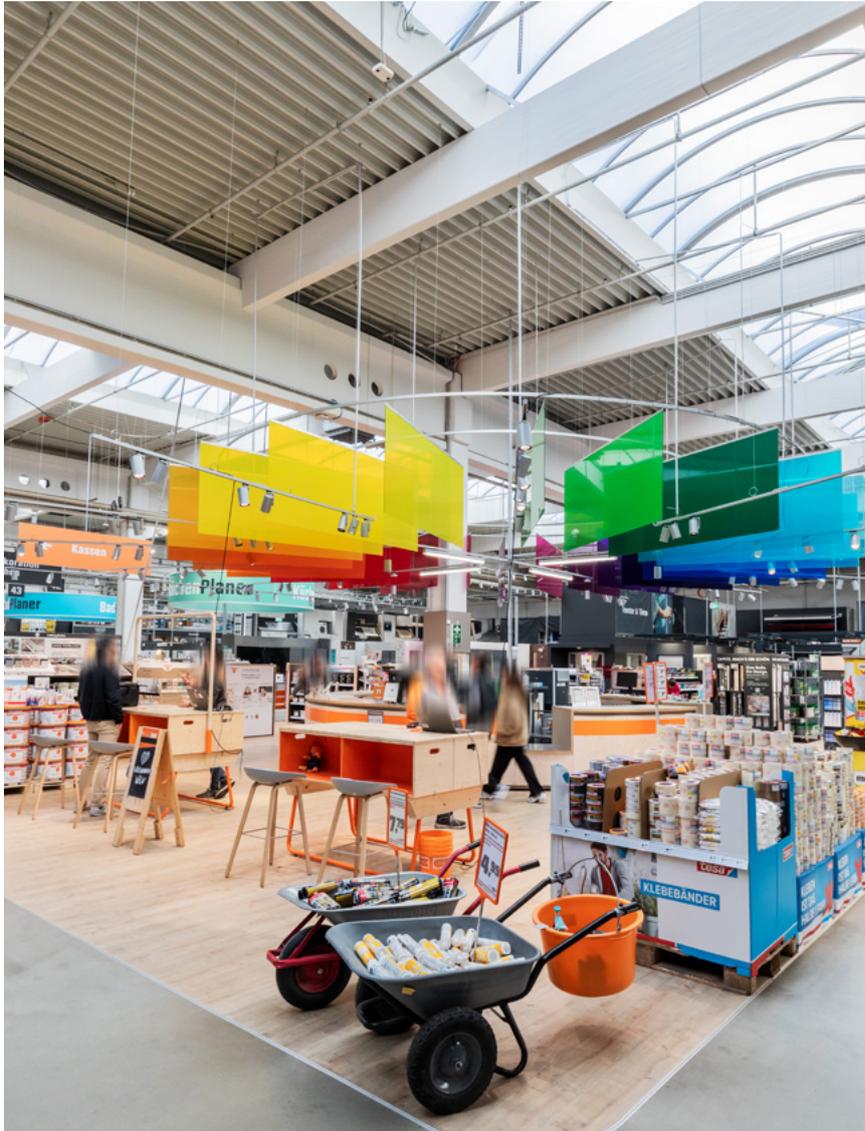
**Welche neuen Trends sehen Sie in den kommenden Jahren im Besonderen für die Branche?**

**Dr. Peter Wüst:** Wenn man die nächsten 2-3 Jahre als Zielvorstellung nimmt, sind die wichtigen Themen Energie und Nachhaltigkeit. Dazu

ein wichtiges Thema. Allerdings habe ich gelernt, beim Thema Fußball Demut zu zeigen. Ich bin Wahl-Kölnler und gebürtiger Bochumer und da ist man leider an Kummer gewöhnt.

Wenn unsere Nationalmannschaft engagiert und freudig spielt und wie in den vergangenen beiden Testspielen als Team auftritt, dann haben wir sicherlich Freude beim Zuschauen. Ich bin optimistisch. Mein Tipp ist, dass sie es bis ins Viertelfinale schaffen.

**Vielen Dank für das Gespräch.**



## HAHN PLUSWERTFONDS 181 BAUMARKT KÖLN

Die Hahn Gruppe startete im April 2024 erfolgreich mit einem neuen Beteiligungsangebot. Der „Hahn Pluswertfonds 181 – Baumarkt Köln“ investiert mit einem Gesamtvolumen von rund 36 Mio. Euro (inkl. Agio) in einen Bau- und Gartenmarkt in Köln, der an den Baumarktbetreiber OBI vermietet ist.

OBI zählt zu Deutschlands führenden Baumarktketten. Mit über 640 Märkten

in zehn Ländern – rund 350 davon in Deutschland – nimmt OBI den Top-3 Platz unter den großen europäischen Baumarktbetreibern ein. Der Standort profitiert von seiner herausragenden Positionierung und Verkehrsanbindung in der Millionenstadt Köln, die eine überdurchschnittliche Einzelhandelskaufkraft und ein großes Einzugsgebiet mit vielen potenziellen Konsumenten bietet.

### FLAGSHIP-BAUMARKT IN DER METROPOLE KÖLN

Das 2006 erbaute Objekt liegt strategisch günstig in einem Gewerbegebiet im Südwesten Kölns, umgeben von Fachmärkten und Nahversorgern, die wertvolle Synergien bieten. Die markante Größe und auffällige Präsenz sichern dem Bau- und Gartenmarkt eine ausgezeichnete Sichtbarkeit. Die Metropole Köln ist einer der bedeutendsten Wirtschaftsstandorte im dicht besiedelten Rheinland und zeichnet sich durch ihre Innovationsfreude und Dynamik aus.

Mit einer Mietfläche von etwa 15.300 m<sup>2</sup> zählt dieser Standort zu den größten OBI-Filialen in Deutschland. Er präsentiert ein umfangreiches Produktangebot – von Baustoffen und Werkzeugen bis hin zum Gartencenter – für Hobbyhandwerker und Profis gleichermaßen. Der Markt zeichnet sich durch moderne und lichtdurchflutete Verkaufsflächen aus, auf denen Kunden nicht nur erstklassige Beratung erhalten, sondern auch Werkzeuge direkt ausprobieren können, was ein interaktives Einkaufserlebnis garantiert.

### ATTRAKTIVE AUSSCHÜTTUNGS-RENDITE – PROGNOSEGEMÄSS STEIGEND AB 2036

Das Fondsinvestment folgt unserer bewährten konservativen Strategie und schafft eine solide Basis für langfristige Wertzuwächse und stabile Ausschüttungen.

Das anteilige Eigenkapital des Pluswertfonds 181 beträgt rund 26 Mio. Euro (inkl. Agio). Qualifizierte Privatanleger können ab einer Mindesteinlage von 20.000 Euro zzgl. 5 Prozent Ausgabeaufschlag in diesen Publikums-AIF investieren. Der langfristige Mietvertrag mit mehreren Verlängerungsmöglichkeiten bietet eine dauerhaft attraktive Renditeaussicht. Die anfängliche jährliche Ausschüttung beträgt 4,50 Prozent, die ab dem Jahr 2036 auf 4,75 Prozent pro Jahr ansteigt. Die Beteiligung ist bis zum 31. Dezember 2038 geplant, mit einem prognostizierten Gesamtmittelrückfluss von 175 Prozent vor Steuern.



### OBI: EINE FÜHRENDE BAUMARKTKETTE

40.000 Mitarbeitende

Über 640 Märkte in zehn Ländern

Rund 350 Märkte in Deutschland

Mehr als fünf Millionen registrierte  
heyOBI-Nutzer

8,7 Milliarden Euro Gesamtumsatz  
im Geschäftsjahr 2022

Fonds	Hahn Pluswertfonds 181 GmbH & Co. geschlossene- Investment-KG
Fondstyp	Inländischer Publikums-AIF (geschlossener Immobilien- fonds), nicht risikogemischt
Immobilientyp	Bau- und Gartenmarkt
Investmentfokus	Großflächiger Einzelhandel
Investitionsvolumen	35.725.000 Euro (inkl. Ausgabeaufschlag)
Eigenkapitalvolumen	25.725.000 Euro (inkl. Ausgabeaufschlag)
Mieter, Mietanteil	OBI (OBI GmbH & Co. Deutschland KG), 100 Prozent der Mieteinnahmen
Vermietungsquote	100 Prozent
Laufzeit des Mietvertrags	31.05.2035, zzgl. Optionsrecht von 3 x 5 Jahren
Mietfläche gesamt	15.342 m <sup>2</sup>
Baujahr	2006
Mindestbeteiligung	20.000 Euro zzgl. 5 Prozent Agio
Prognostizierte Ausschüttung	4,50 Prozent p. a. ab Beitritt zur Fondsgesellschaft und bezogen auf die Zeichnungssumme / Kaufpreis ohne Ausgabeaufschlag (Agio) ansteigend auf 4,75 Prozent ab dem Jahr 2036; quartalsweise Auszahlung; erstmals vorgesehen zeitanteilig ab Beitritt der Anleger für das 3. Quartal 2024 zum 30.09.2024, keine Ausschüttung für das Jahr 2035
Geplante Fondslaufzeit	31.12.2038

Weitere Informationen zu  
Beteiligungsangeboten finden  
Sie hier:



[www.hahnag.de/fonds/  
hahn-pluswertfonds-181/](http://www.hahnag.de/fonds/hahn-pluswertfonds-181/)

Sie haben Fragen?  
Melden Sie sich gerne bei uns.

Paschalis Christodoulidis

Prokurist  
Leiter Vertrieb Privatkunden

Telefon: 02204 9490-262  
Mobil: 0151 15062262  
[pchristodoulidis@de-wert.de](mailto:pchristodoulidis@de-wert.de)

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

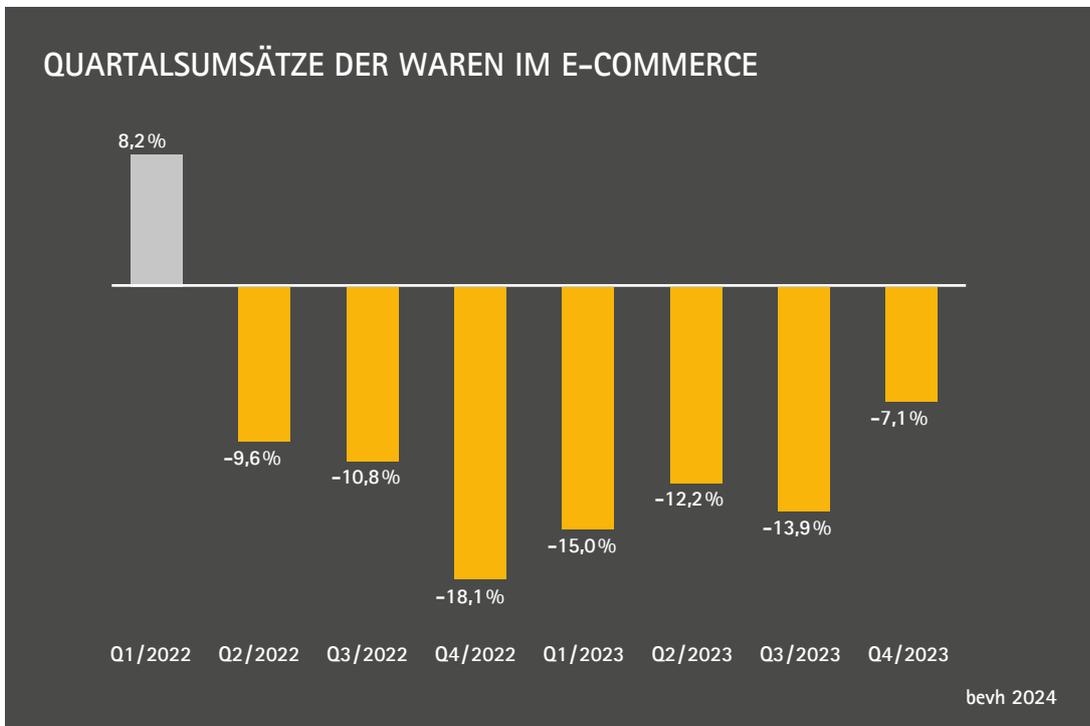
#### Warnhinweis:

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 58 ff. eine umfassende Sensitivitätsanalyse, die mögliche abweichende Ausschüttungsverläufe und Wertentwicklungen bei veränderten Prognoseparametern abbildet.

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 Bewertung 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.

# DAS PHÄNOMEN DES STAGNIERENDEN ONLINE-HANDELS



In den Jahren vor der Pandemie verzeichnete der Online-Handel jährliche Wachstumsraten von 10 bis 14 Prozent – ein Wachstum, das zulasten des stationären Einzelhandels ging, da es sich um Umsatzverschiebungen handelte und nicht zwangsläufig um mehr Umsatzerlöse. Einen ersten Dämpfer erfuhr der Online-Handel im 1. Quartal 2020, als die Wachstumsrate knapp unter zwei Prozent sank. Zu diesem Zeitpunkt schien bereits ein gewisser Grad an Marktsättigung erreicht worden zu sein. Zwar steigerte die darauffolgende Pandemie bekanntlich temporär die Zahl der Online-Einkäufe bzw. -Bestellungen in Deutschland, doch setzte kurz danach wieder ein bis heute anhaltender Rückgang ein.

Gemäß Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh) sanken die Online-Umsätze im dritten Quartal 2023 gegenüber dem Vorjahreszeitraum branchenweit um 13,9 Prozent

auf rund 17 Milliarden Euro. Damit liegen sie im dritten Quartal nominal sogar unter dem Niveau des Vergleichszeitraums im Jahr 2019.

## EINKAUFSERLEBNIS STÄRKT STATIONÄREN HANDEL

Dieser Negativtrend ist über alle Segmente hinweg insbesondere auf die gewachsene Sehnsucht der Konsumenten nach dem physischen Einkaufserlebnis zurückzuführen. Dies spiegelt sich auch in den nach Überwindung der Pandemie gestiegenen Passantenfrequenzen wider. Zudem hat der stationäre Einzelhandel die Zeit der temporären Schließungen intensiv genutzt, um den sich wandelnden Bedürfnissen und Anforderungen der Konsumenten zu begegnen und die Attraktivität beim Einkauf vor Ort zu steigern.

So musste der Online-Handel für das Gesamtjahr 2023 ein Rekord-Umsatzmi-

nus hinnehmen. Der Brutto-Umsatz mit Waren fiel erstmalig zweistellig um 11,8 Prozent auf 79,7 Milliarden Euro, nach 90,4 Milliarden Euro im Vorjahr. Insbesondere der Anteil des Online-Handels mit Waren am gesamten Einzelhandel im engeren Sinn (inkl. Lebensmittel, aber ohne Apotheken-Umsätze) ging vergangen Jahres voraussichtlich auf 10,2 Prozent zurück (2022: 11,8 Prozent).

Ob der ehemals wachstumsverwöhnte Online-Handel seine Stagnation wieder überwinden kann, bleibt abzuwarten. Aktuell sieht es nicht danach aus. Gemäß den jüngsten Prognosen der Wirtschaftsforscher wird der stationäre Einzelhandel erneut stärker zulegen. Der Handelsverband Deutschland (HDE) erwartet für 2024 ein Wachstum des stationären Einzelhandels um 3,6 Prozent. Beim Online-Handel wird nur mit 3,0 Prozent Wachstum gerechnet. Der Distanzhandel scheint bis auf Weiteres die Dynamik früherer Jahre abgelegt zu haben.



## WO KAUFEN DEUTSCHLANDS „GÄRTNER“ EIN?

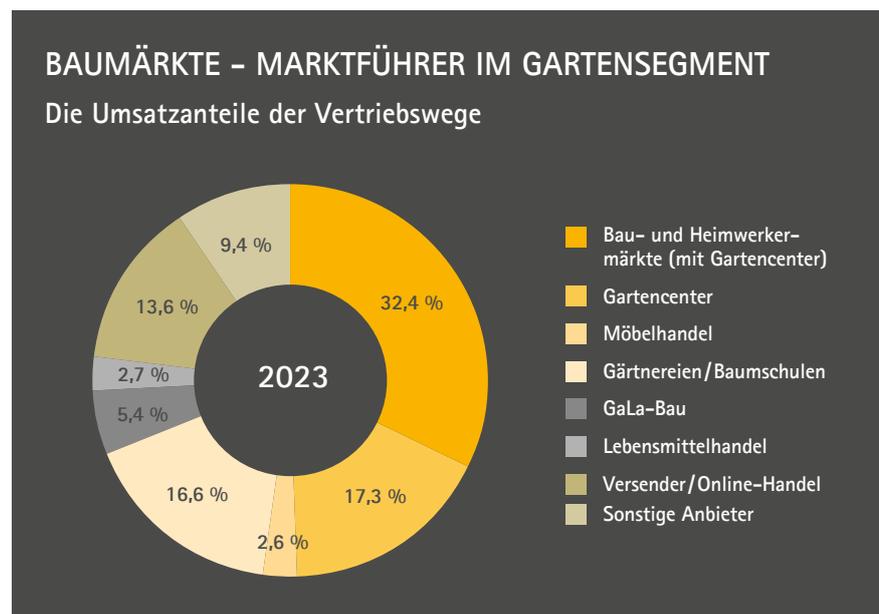
Im Frühling wird die Garten- bzw. Pflanzensaison eingeläutet. Egal ob auf dem Balkon, im Schrebergarten, auf der Terrasse oder im eigenen Garten. Diese Orte zählen in den Sommermonaten zu den liebsten Aufenthaltsorten der Deutschen und werden gerne als private Erholungsstätte genutzt. Ebenso werkelt jeder Vierte dort regelmäßig - Erde umgraben, Saat ausstreuen, Zwiebeln einsetzen sowie das Anpflanzen von Gemüse und Blumen im eigenen Beet. Ebenfalls beliebt sind individuell geplante DIY-Projekte wie die eigene Grillecke, Gartenhausbau oder Früh- und Hochbeete.

An den Orten, wo sich Blumen und Pflanzen befinden, sind Produkte aus den Bereichen Gartenzubehör und -ausstattung nicht weit. Der Kauf von Pflanzen und Gartenbedarf kann stationär auf dem Wochenmarkt, bei lokalen Gärtnereien/Baumschulen oder auch immer häufiger als angebotene Saisonware im Supermarkt bzw. Discounter erfolgen. Der Favorit der deutschen Hobbygärtner sind

jedoch die Bau- und Heimwerkermärkte und ihre angeschlossenen Gartencenter. Dies liegt insbesondere an den Synergieeffekten, die sich zum einen aus den ergänzenden Sortimenten und Auswahl-

möglichkeiten und zum anderen aus der Beratung und dem Service an einem Ort ergeben. Branchenbeispiele hierfür sind der BAUHAUS Stadtgarten oder die bundesweit rund 350 OBI Gartencenter.

Dabei existiert mittlerweile eine sehr breite Produktpalette. Neben klassischen Produkten wie Pflanzgefäßen, Blumenerden oder Dekorationsartikeln werden auch zahlreiche Gartenhilfen und Gestaltungselemente wie beispielsweise Zäune, Garten- und Gerätehäuser, Komposter, Wasserbehälter oder Spielgeräte angeboten. Auch das Thema Nachhaltigkeit, das für viele Verbraucher einen wichtigen Aspekt darstellt, wird verstärkt bei Produkten und in der Beratung berücksichtigt. Unterstützende Technik und Werkzeuge für die Gartenarbeit aus dem Baumarktsortiment komplementieren das Marktsegment. Zusätzlich zur Beratung und Planungshilfe im Markt setzt in der Baumarktbranche besonders OBI auf eine ausgeprägte Social-Media-Präsenz unter anderem auf Youtube und Instagram. Neben Inspiration rund um den Garten werden auch DIY-Projekte mit detaillierten Anleitungen zur Verfügung gestellt.



---

HERAUSGEBER

Hahn Gruppe | Buddestraße 14 | 51429 Bergisch Gladbach

Telefon 02204 9490-0 | Fax: 02204 9490-119

E-Mail: [info@hahnag.de](mailto:info@hahnag.de) | [www.hahnag.de](http://www.hahnag.de)

