

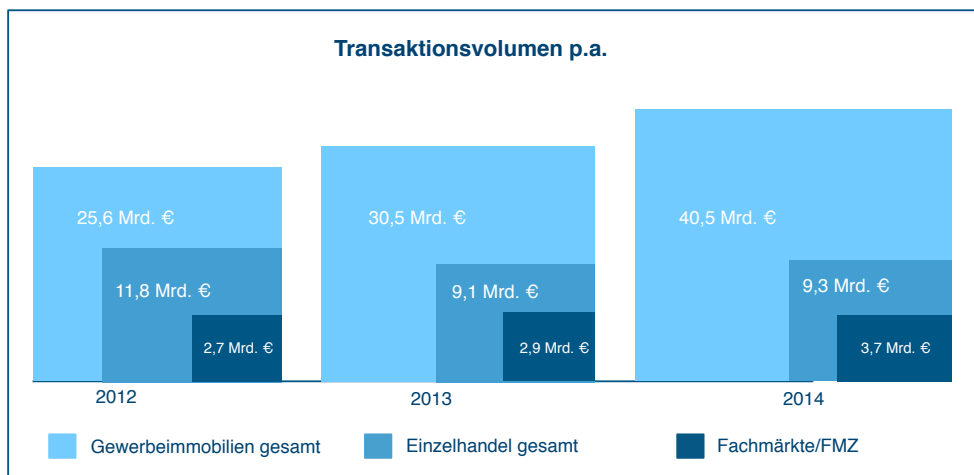
Investors Liebling

10 Gründe, warum sich Investitionen in Fachmarktzentren und Fachmärkte lohnen

- **Fachmärkte immun gegen Online-Handel**
- **Bei Anlegern inzwischen beliebter als Shoppingcenter**
- **Renditen sinken auf unter 6 %**
- **Positive Entwicklung setzt sich im ersten Halbjahr 2015 fort**

Berlin, 19. August 2015

Die steigenden Preise und sinkenden Renditen haben die Anlagestrategien der Investoren auch in Bezug auf Einzelhandelsimmobilien erheblich beeinflusst. bulwiengesa hat für eine aktuelle strategische Analyse von Fachmärkten¹ als Assetklasse über 1.000 Fachmarktlagen betrachtet. Denn das Interesse an diesem bis dahin wenig beachteten, robusten Immobilientyp, den Fachmarktzentren und Fachmärkten sowie Nahversorgungszentren und Lebensmittelmärkten, steigt noch immer – nicht zuletzt, so Ralf-Peter Koschny, Vorstand bei bulwiengesa „weil sich Geschäftshäuser in 1a-Lage und Shoppingcenter in Großstädten mittlerweile zu teuren Trophäen-Immobilien entwickelt haben“.



Quelle: RIWIS, bulwiengesa

¹ **Fachmarktzentrum:** Sonderform eines Einzelhandelszentrums in meist verkehrsorientierter Stadtrandlage, das einheitlich geplant und zentral verwaltet wird (Vermietung/Management). Hauptmieter sind mittel- bis großflächige Fachmärkte oder fachmarktähnliche Einzelhandelsbetriebe (z. B. Drogeriemärkte, Schuhcenter, Elektromärkte etc.). **Fachmarkt:** Meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Waren- oder Bedarfsbereich (z. B. Baufachmarkt) bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert und häufig in Stadtrandlagen.

Im vergangenen Jahr war der Fachmarktbereich die umsatzstärkste Assetklasse im Einzelhandelssegment mit rund 3,7 Mrd. Euro Investitionsvolumen von insgesamt 9,3 Mrd. Euro. Für das 1. Halbjahr 2015 setzte sich diese positive Entwicklung mit rund 2 Mrd. Euro Investmentvolumen fort. Damit haben Fachmärkte und Fachmarkzentren aus Investment-sicht Shoppingcenter im Beliebtheitsranking überholt, auch wenn der Verkauf von 43 Kaufhof-Warenhäusern in diesem Jahr einen gravierenden Ausreißer aufweist.

10 Gründe, die für ein Fachmarktinvestment sprechen:

1. Nach wie vor gute Renditeaussichten, der robuste und wenig verwaltungsintensive Betriebstyp stellt die bedeutendste Assetklasse im deutschen Einzelhandel dar.
2. Die restriktive Genehmigungspraxis schränkt zwar den Neubau von Fachmarktflächen ein, lässt aber die Werte von Bestandsobjekten steigen.
3. Aufgrund der Mieterstruktur mit dem vergleichsweise hohen Flächenanteil von Lebensmittelanbietern werden branchenüblich eher langfristige Mietverträge (15 Jahre plus Option) mit bonitätsstarken Mietern abgeschlossen. Kontinuierliche Mieteinnahmen können so über einen längeren Zeitraum gewährleistet werden.
4. Das Mietinteresse in Fachmarktlagen ist hoch. Das erhöht die Chancen, die Mieteinnahmen zu steigern, insbesondere in Verbindung mit Revitalisierungs- und Renovierungsmaßnahmen. Derzeit bewegen sich die Mieten meist auf einem niedrigen Niveau, teilweise deutlich unter 10 Euro/qm monatlich.
5. Nach einem schon weit fortgeschrittenen Konsolidierungsprozess nehmen die heutigen Mieter eine stabile Marktposition ein und betreiben langfristige Standort-sicherung, etwa durch frühzeitige Vertragsverlängerung.
6. Durch die gute Erreichbarkeit per Pkw und kostenfreies Parken sind die Objekte gut gerüstet, ihren Kunden mit den im Zuge des Online-Einzelhandels entwickelten Click & Collect-Konzepten einen echten Mehrwert zu bieten. Denn die Fachmärkte liegen oftmals auf dem Weg der Kunden und profilieren sich als Orte des effizienten, rationalen Einkaufs.
7. Fachmärkte und Fachmarkzentren sind preisorientiert. Als Gegenpol zum Erlebnis-einkauf mobilisiert der preiswerte Einkauf nach wie vor Konsumenten in erheblichem Umfang. Auch künftig wird eine große Anzahl von Kundengruppen den preiswerten Einkauf tätigen müssen.
8. Einzelhandelsfilialisten besetzen Frequenzlagen. Diese auch in der Innenstadt anzutreffenden Mieter wie C&A, Deichmann, Depot oder Ernsting's Family mieten Ladenflächen in Fachmarkzentren an, um alle ihre Kundengruppen erreichen zu können. Durch eine Aufwertung von Fachmarkzentren und Fachmarktlagen können Vermieter so auf eine steigende Anzahl potenzieller Mieter setzen.
9. Fachmarkzentren und Fachmärkte wurden in der Vergangenheit nur extensiv, also zögerlich, gemanagt. Insbesondere durch ein aktives Center- und Assetmanagement können oftmals überfällige Umbauten und Anpassungen im Branchenmix angegangen werden. Hier liegen Chancen zur Werterhöhung und zur Steigerung des Cash-flows.

10. Der Flächenbedarf der Einzelhandelsmieter wandelt sich. Auf der einen Seite besteht der Trend zu größeren Verkaufsflächen, z. B. bei Drogerie- oder Baumärkten, auf der anderen Seite verkleinern sich etwa SB-Warenhäuser oder Elektronikmärkte aufgrund des vom Internethandel ausgehenden Anpassungsdrucks. Die mit der Verkleinerung einhergehende "Freisetzung" von Sortimenten kann zum Teil für die Ansiedlung branchengleicher Betriebe genutzt werden. Die vergrößerte Angebotsbreite trägt zu einer Attraktivitätssteigerung des Fachmarktzentums bei. Als weiterer Effekt steigt durch eine Flächenverkleinerung oftmals die Flächenproduktivität, was für die (verkleinerte) Ladenfläche zu Mietsteigerungen genutzt werden kann.

Risiken, die vermeintliche Renditevorteile wieder zunichte machen können:

1. Die vielerorts geltende restriktive Genehmigungspraxis beschränkt die Umstrukturierung oder Nachnutzung von Zentren und Fachmärkten. So sind von Baumärkten aufgegebenen Flächen in Fachmarktzentren häufig nur mit Anbietern von Baumarktsortimenten neu zu belegen.
2. Die Anbieterdifferenzierung zwischen typischen Innenstadtkonzepten und Fachmarktkonzepten wird weiter aufgeweicht. So treten Fachmarktkonzepte, die an peripheren Standorten groß geworden sind, mit neuen Konzepten in der Innenstadt an (z. B. IKEA, Decathlon).
3. Mögliche Flächenanpassungen, verursacht durch ein hohes, prognostiziertes Online-Wachstum, sind bislang noch nicht absehbar.

Ausblick

In der Vergangenheit befanden sich Fachmärkte solitär, außerhalb von Innenstädten an peripheren Stadtrandlagen und dienten dem schnellen Versorgungseinkauf. Qualität und Erscheinungsbild der Immobilien waren weniger wichtig. Doch als eine Reaktion auf das Erstarken des Online-Handels gewinnt der Erlebniseinkauf beim Konsumenten an Bedeutung. Aktuell integrieren sich Fachmärkte in Form von Fachmarktzentren und treten nach außen homogen wie Shoppingcenter auf. Durch diese Aufwertung stoßen Fachmärkte auch bei bisher skeptischen Käufern auf Interesse. Die Folge: Die Renditen sinken auf unter 6 %.

Weitere Potenziale liegen in einem aktiven Center- und Assetmanagement, denn Fachmarktzentren und Fachmärkte wurden in der Vergangenheit nur extensiv, also zögerlich gemanagt. Dadurch können oftmals überfällige Umbauten und Anpassungen im Branchenmix angegangen werden. Hier liegen Chancen zur Werterhöhung und zur Steigerung des Cashflows.



Pressekontakt

bulwiengesa AG
Andreas Schulten
Wallstr. 61
10179 Berlin
Tel.: 030-2787680
schulten@bulwiengesa.de

Über bulwiengesa:

bulwiengesa ist in Kontinentaleuropa eines der großen unabhängigen Analyseunternehmen der Immobilienbranche. Seit über 30 Jahren unterstützt bulwiengesa seine Partner und Kunden in Fragestellungen der Immobilienwirtschaft, Standort- und Marktanalyse, u. a. durch fundierte Datenservices, strategische Beratung und maßgeschneiderte Gutachten. Die Daten von bulwiengesa werden u. a. von der Deutschen Bundesbank für die EZB, BIZ und OECD verwendet. Aussagekräftige Einzeldaten, Zeitreihen, Prognosen und Transaktionsdaten liefert das Informationssystem RIWIS online. bulwiengesa ist beteiligt an bulwiengesa appraisal GmbH und Zivilarena GmbH.