

Handelsimmobilien 2010



Standort
Zeitgeschichtliche Entwicklung
Umwelt
Die Stadt als Chance

Der Standort

Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Standort

Handelsimmobilien und deren Standorte sind untrennbar mit den jeweiligen Lagen verknüpft. I.a. Lagen, eine gute Positionierung in der Innenstadt. Das ist ein zentrales Thema jeder kaufmännischen Überlegung im Geschäftsfeld der Einzelhandel- und Immobilienbranche.

Es sind häufig die finanzkräftigen Unternehmen wie H&M, Douglas oder Media Markt, die mit ihrem Netz aus Filialen an den begehrten Standorten anzutreffen sind. Die führenden Einzelhändler in Deutschland achten sehr stark darauf, in guten, d.h. in stark frequentierten Lagen vertreten zu sein. Immobilien mit einer hohen Laufkundschaft bringen potentiell den meisten Umsatz, haben aber auch gleichermaßen die höchsten Mieten. Der hohe Mietzins muss sich durch das hohe Aufkommen an Kunden relativieren.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

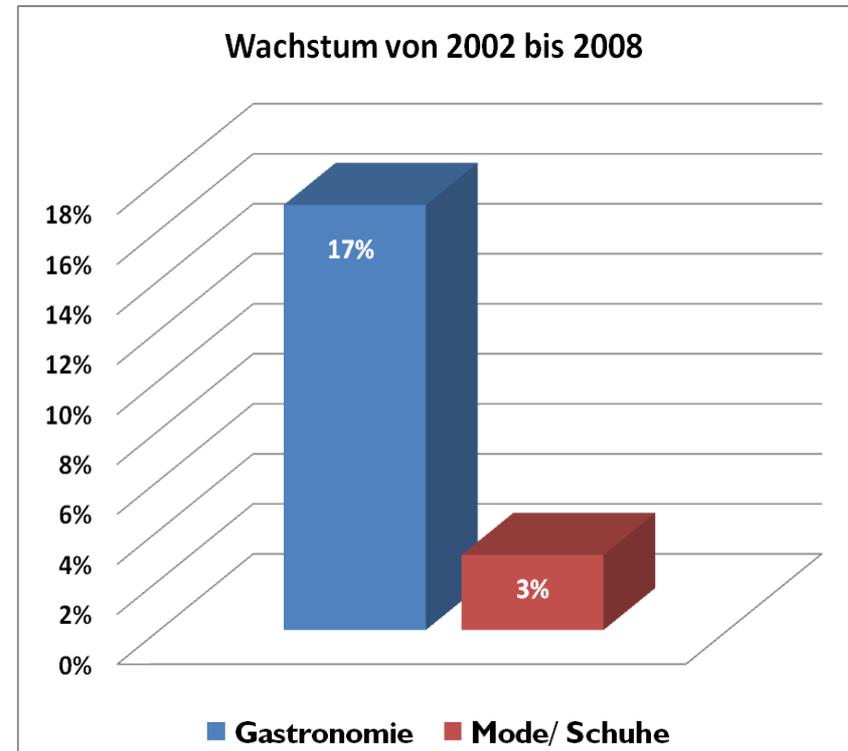
Handelsimmobilien 2010

Standort

In den Jahren 2002 bis 2008 ist das Wachstum für die Leitbranchen Mode und Schuhe mit 3 Prozent relativ gering ausgefallen.

Zum Vergleich: Die Mehrausgaben für Gastronomie stiegen im gleichen Zeitraum um 17 Prozent.

Vor diesem Hintergrund ist eine gute Positionierung in der Innenstadt umso wichtiger. Hinzu kommt, dass zunehmend ausländische Einzelhandelsketten in Deutschland expandieren. Insbesondere britische und nordamerikanische Unternehmen suchen Flächen in deutschen Lagen. Als Beispiel wäre hier Michael Kors und Hollister aus Amerika zu nennen. Beide haben Ihre erste Filiale in München bzw. Frankfurt eröffnet. Urban Outfitter und Bench aus England eröffneten in Hamburg bzw. deutschlandweit. Gina Tricot aus Schweden, Desigual aus Spanien oder TK Maxx haben schon in 1a-Lagen investiert. Barbor, Next und der spanische Textilkonzern Inditex sind ebenfalls mit einigen Filialen vertreten.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

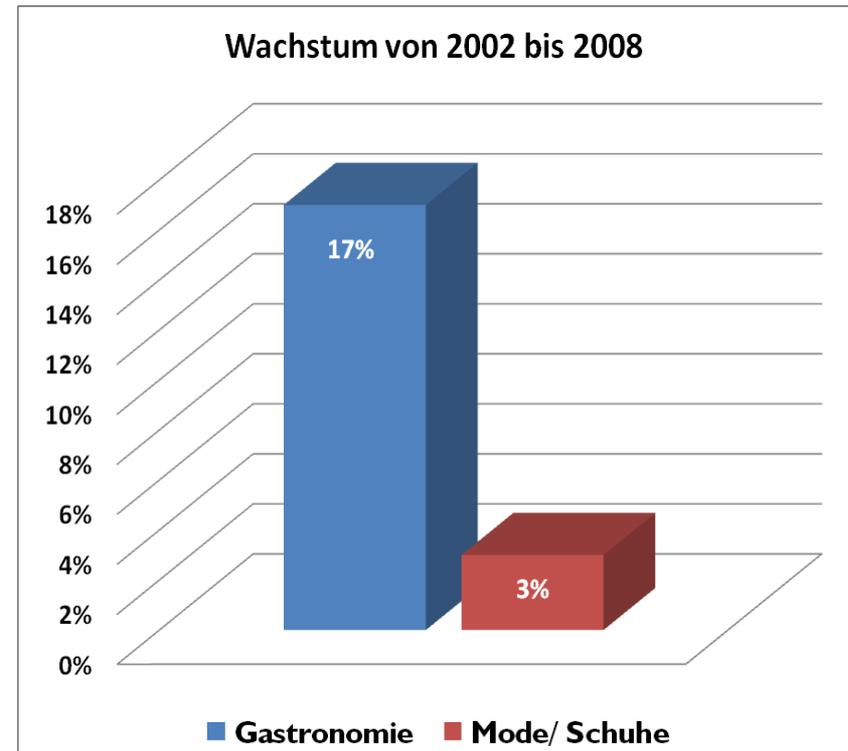
Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Standort

Eine hohe Konkurrenz erhöht den Erfolgsdruck. Eine ständige Marktanpassung und eine gute Kundeneinschätzung sind somit wichtiger Bestandteil jeder Markenstrategie. Der Hamburger Schuhkonzern Görtz beispielsweise expandiert nie länger als 1 Jahr mit dem gleichen Konzept. Tradition im Sinne von altbewährt und grundsolide sind nicht länger die Erfolgsfaktoren. „jung“ und „dynamisch“ geht es heute zu.

In dieser recht schnelllebigen Geschäftswelt gibt es aber auch Unternehmen, welche die Zeichen der Zeit nicht oder zu spät erkannt haben. Karstadt, Hertie oder Woolworth sind nur einige Beispiele dafür. Die Entwicklung und aktuelle Schlagzeilen beweisen das.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Karstadt – Ein Unternehmen mit einer über hundertjährigen Erfolgsgeschichte ist heute insolvent.

Karstadt war einer der ersten Warenhausbetreiber Deutschlands. Das Warenangebot umfasste nahezu jedes Produkt des täglichen Bedarfs. Über einhundert Jahre war das Unternehmen erfolgreich am Markt tätig. Doch der Betrieb wurde von der Zeit überholt. Die Warenhäuser und die Produktauswahl wirkten letztendlich etwas „angestaubt“. Auch die Präsentation der Waren war eher trist und unspektakulär. Die in die Mode gekommene Mentalität „Geiz ist Geil“ passte ebenfalls nicht in das verfolgte Konzept, die gehobene Mittelschicht anzusprechen. Die Angestellten waren uninformiert und verwiesen meist an den Kollegen „der kennt sich da aus“. Es mangelte sowohl bei den Mitarbeitern als auch bei den Produkten am Zeitgeist.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Heute wird Karstadt von dem Insolvenzverwalter Görg betreut. 900 Arbeitsplätze sind bereits durch die Schließung von 13 Warenhäusern weggefallen. Diese Immobilien fielen bereits an den Eigentümer Highstreet Konsortium zurück.

Nach diversen Verhandlungen hat Nicolas Berggruen, Sohn eines bekannten Kunstsammlers, den Kaufvertrag für das Unternehmen unterschrieben. Der Kauf wurde aber an bestimmte Mietbedingungen geknüpft, die bis jetzt noch nicht gelöst sind. Die Verhandlungen zwischen Berggruen und dem Vermieterkonsortium laufen derzeit. Das Amtsgericht Essen verschob deshalb seine Entscheidung über den Insolvenzantrag auf den 16. Juli 2010.



Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Die Schlagzeilen für Woolworth sehen in diesen Tagen auch nicht viel besser aus.

Dabei standen die Rettungschancen lange Zeit gut für den Billiganbieter. Direkt nach dem Insolvenzantrag 2009 hatte Insolvenzverwalter Ottmar Hermann die Weichen für einen Rettungsplan gestellt und die Sanierung eingeleitet. Das Filialnetz wurde von ehemals 310 um 150 Standorte fast halbiert. Die in Eigenregie weitergeführten 161 Woolworth Läden entwickelten sich unter der Führung von Heinz Thünemann, einem ehemaligen Karstadt-Topmanager, besser als geplant.

Schon für dieses Jahr versprach Insolvenzverwalter Hermann bei 430 Mio. Euro Umsatz die Rückkehr in die Gewinnzone.



Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Es wurden bisher 13 bis 14 Mio. Euro in eine Aufwertung der Läden investiert. Gleichzeitig erklärten sich Lieferanten zu Preissenkungen bereit und Mitarbeiter leisteten Sparbeiträge. Es lagen bereits drei Kaufunterschriften von ungenannten Investoren vor.

Dennoch war eine Rettung der Handelskette ungewiss. Die Finanzfirma Cerberus stellt mit 82 Immobilien den größten Vermieter für Woolworth dar und hatte für ihre Immobilien eigene Pläne. Die Tengelmann-Tochter KIK hatte Interesse an den Immobilien bekundet und führte zu diesem Zeitpunkt bereits Gespräche mit Cerberus über die Übernahme ihrer Ladenlokale.

Hätten sich Cerberus und der Insolvenzverwalter nicht einigen können, wäre das Unternehmen Woolworth liquidiert worden.



Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Der Übergang an die H.H. Holding, an der Tengelmann und KIK beteiligt sind, ist am 01. Juli 2010.

Für die operative Fortführung des Woolworth Geschäftes wurde die WOWO Handelsgesellschaft gegründet. Laut Aussage der Expansionsabteilung soll die Traditionsmarke an bestehenden Standorten erhalten bleiben und künftig weiter ausgebaut werden. Dabei soll das bestehende Kaufhaus-Konzept optimiert und durch Sortimentgestaltung verbessert werden.

Die WOWO Handelsgesellschaft mbH sucht derzeit deutschlandweit nach geeigneten Flächen.



Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Bei Hertie sah die Ausgangslage ähnlich aus. Der Insolvenzverwalter sah Chancen, den Warenhausbetrieb fortzuführen, wenn der Geschäftsbetrieb an einen Investor verkauft würde und die Mieten gesenkt werden.

Dennoch entschied sich der Investor für die Liquidation, in der Annahme, die Immobilien würden ihm aus den Händen gerissen. Dem war nicht so.

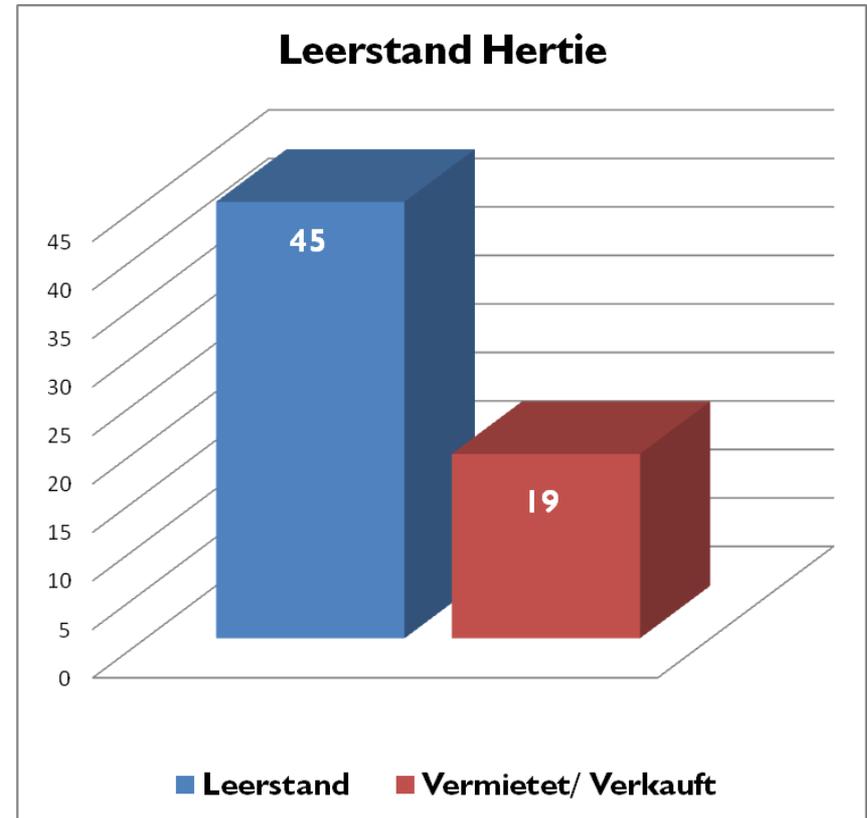


Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Noch heute stehen 45 der 64 Häuser leer.

Dies liegt unter anderem daran, dass es so gut wie keinen anderen Einzelhändler gibt, der einen so großen Platzbedarf wie die Warenhausketten von Hertie oder Karstadt hat. Somit sind diese Liegenschaften nicht mehr optimal nutzbar und eine finanzielle Belastung für den Eigentümer; eine Zumutung für die Kaufmannschaft in der City und Dorn im Auge der örtlichen Politik.



Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Diese Belastung ist so groß, dass es in Schleswig-Holstein eine Initiative gibt, die sich mit dem Thema Hertiehäuser befasst. Dort wurde die Angelegenheit zur Chefsache gemacht. Es kümmern sich, auf Anraten des Ministerpräsidenten, die Bürgermeister persönlich darum, die schwierig zu vermittelnden Immobilien der ehemaligen Hertie Häuser an den Mann zu bringen.

Sie sind die direkten Ansprechpartner für mögliche Investoren und versprechen eine rasche und unbürokratische Hilfe für die zukünftigen Eigentümer. Das Motto: „Gesicht zeigen für Hertie-Standorte“

Erstklassige Entwicklungschancen – Hertie Portfolio



Anzahl der Immobilien	Derzeit noch 44 Warenhäuser + 1 Büroobjekt – Teilverkauf möglich
Standorte	Stadtteilen von Großstädten, attraktive Mittel- und Kleinstädte
Lagen	Überwiegend 1-A-Handelslagen
Nutzung	Leerstand bzw. Interimsvermietungen
Entwicklungspotenzial	Sehr hoch bis hoch

Kontakt BNP Paribas Real Estate GmbH
 Christoph Meyer
 Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Retail Investment
 Telefon: +49-30-8 84 65-221
 christoph.meyer@bnpparibas.com

Noch verfügbare Standorte ...		
1 Berlin-Moabit	11 Geldern	21 Köln-Porz
2 Bingen	12 Gelsenkirchen-Buer	22 Lünen
3 Bocholt	13 Gladbeck	23 Meschede
4 Cuxhaven	14 Göttritz	24 Minden
5 Datteln	15 Gronau	25 Möln
6 Deggendorf	16 Hamburg-Barmbek	26 Neustadt-Lobberich
7 Delmenhorst	17 Herne	27 Neustadt a.d. Weinstr.
8 Detmold	18 Hilden	28 Niebüll
9 Elmsteden	19 Hückelhoven	29 Paderborn
10 Elmshorn	20 Husum	30 Renscheid-Lennep
11 Eschwege	21 Idar-Oberstein	31 Rendsburg
12 Eschweiler	22 Irtzhoe	32 Schriesheim
13 Essen-Kettwig (Büro)	23 Kamen	33 Stade
14 Essen-Rüttenscheid	24 Köln-Chorweiler	34 Tuttingen
15 Essen-Steele	25 Velbert	

Bislang verkauft wurden nur Berlin-Schöneberg, Berlin-Tegel, Bietighem-Bissingen, Dortmund-Aplerbeck, Duisburg-Walsum, Essen-Altenessen, Essen-Borbeck, Erkrath, Hamburg-Bramfeld, Hamburg-Langenhorn, Hameln, Hatingen, Herdecke, Laatzen, Lemgo, Mettmann, München-Giesing, München-Laim, Wesseling, Wolfenbüttel.



© BNP Paribas Real Estate GmbH 2010

Stand März 2010

Handelsimmobilien 2010

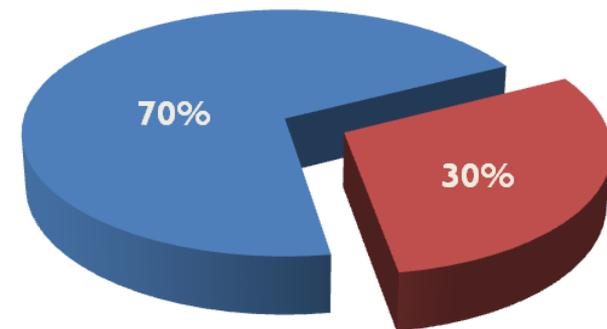
Zeitgeschichtliche Entwicklung

Die Expansion deutscher und internationaler Marken ist trotz der Warenhauskrise ungebremst.

Vor allem Filialisten finden sich überall in den Innenstädten wieder. Schon seit einiger Zeit herrscht deshalb Eintönigkeit in deutschen Innenstädten. Die meisten deutschen Städte haben in ihren 1a-Lagen einen Filialisierungsgrad von mittlerweile 70 Prozent. Während die Konsumgüterindustrie in die Innenstadtlagen drängt, treten Verbrauchermärkte die Flucht nach vorne an.

Seit den 70/80er Jahren siedeln sich großflächige SB Warenhäuser auf der grünen Wiese an und bilden, gerne im Konglomerat, neue Einkaufsmöglichkeiten.

Filialisierungsgrad in deutschen 1a-Lagen



■ Filialen ■ Freie Händler

Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Es folgte ein stetiger Strukturwandel. Oft sind Vollsortimenter wie Edeka direkt neben Discountern wie Lidl anzutreffen. Ergänzt durch eine Bäckerei oder einen Getränkefachmarkt.

Die Ansiedelung auf freien Flächen außerhalb der Innenstadt brachte zudem einen Wettbewerbsvorteil mit sich, denn das Problem der innerstädtischen Warenhäuser welche die in der Tiefe und Breite wachsenden Warenangebote nicht mehr voll anbieten können, bestand für die mit dem Produktangebot wachsenden Fachmärkte nicht. Somit konnten die Fachmärkte ihre Produktauswahl stets kundengerecht optimieren.

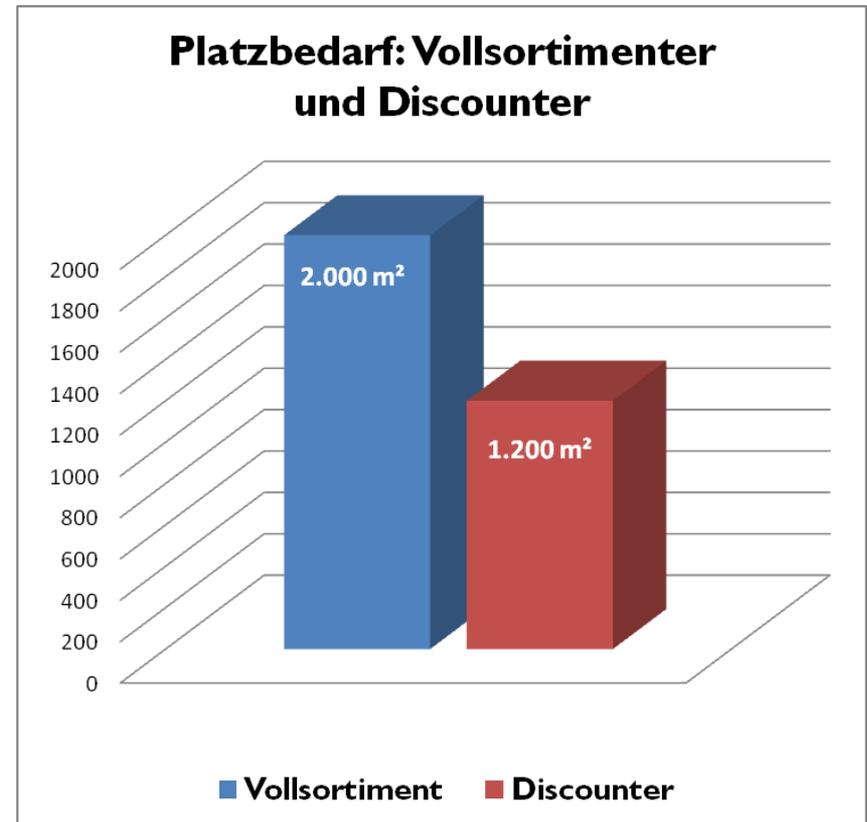


Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Lebensmitteldiscounter haben heute einen Sortimentsumfang von 1.000 bis 1.500 Artikeln und bieten neben Lebensmitteln verstärkt nonfood-Artikel als Aktionsware an. Sie kommen heute auf einen Platzbedarf von 1.200 m² Verkaufsfläche.

Bei Vollsortimentern wie Rewe oder Edeka liegt das Sortiment ungleich höher. 10.000 bis 15.000 Artikel bei einem Platzbedarf von mittlerweile 1.500 bis 2.000 m² VK.



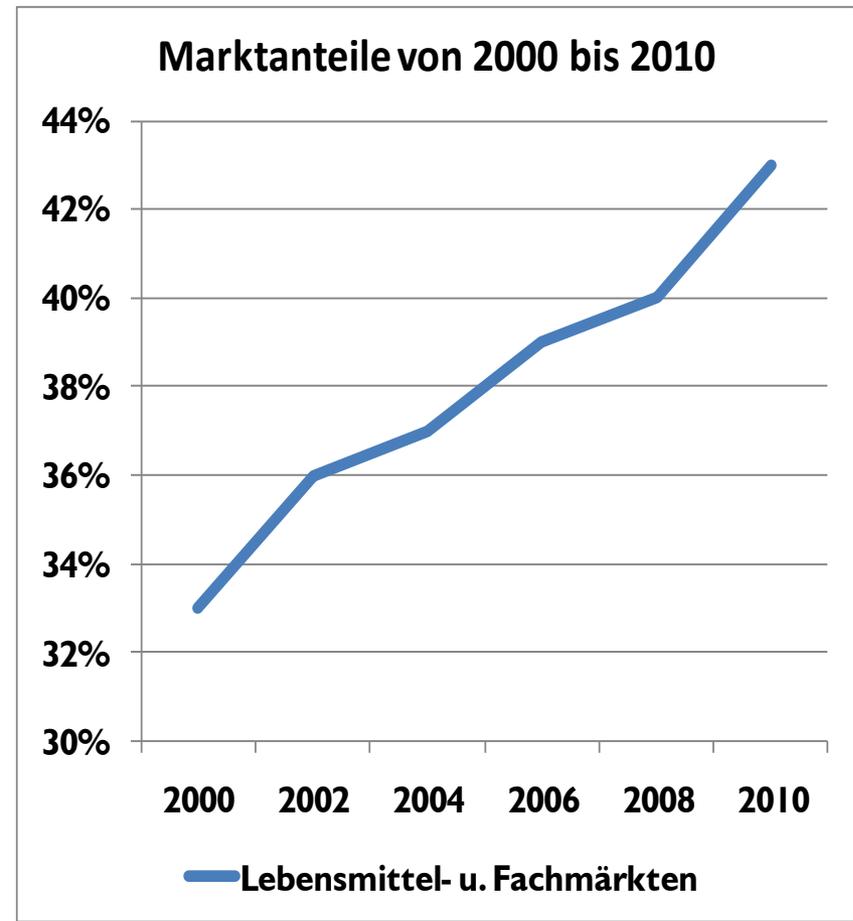
Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Außerhalb der Innenstädte stellen Discounter und Fachmärkte die größten Erfolgsformate in Deutschland dar. In den vergangenen 10 Jahren haben beide Betriebsformen ihre Anteile am gesamten Einzelhandelsumsatz kontinuierlich um 10 Prozent auf zusammen 43 Prozent gesteigert.

Neben Lagekomponente, praktischem Nutzen, guter Erreichbarkeit und günstigen Verkaufspreisen wurde im Laufe der Zeit ein weiterer Faktor immer wichtiger. Dieser Faktor hilft jedem Unternehmen, ob Warenhaus oder Lebensmitteldiscounter bei einer erfolgreichen Werbestrategie und trägt gleichermaßen dazu bei, den Umsatz zu steigern:

Das Image



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Das Bild in der Öffentlichkeit, durch gezielte Werbung oder durch die Warenpräsentation bzw. durch die Gestaltung der einzelnen Filialen ist in der heutigen Zeit von großer Bedeutung. Dazu gehört auch im verstärkten Maß die Schulung der Mitarbeiter. Es werden insbesondere Verbundenheit zum Unternehmen und Qualifizierung gefördert, sowie eine freundliche Arbeitsumgebung geschaffen. Ziel eines jeden Unternehmens muss es sein, dass der Kunde gerne einkaufen geht. Die Begeisterung der Mitarbeiter soll den Kunden anstecken und motivieren wiederkommen. Bei Produkten wie z.B. „Käse“ Emotionen zu wecken ist aber keine leichte Aufgabe. Wer denkt schon bei „Harzer Roller“ an Leidenschaft? Einer tut es:



Handelsimmobilien 2010

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Diese Werbung macht deutlich, dass nicht nur das Produkt beworben wird. Vielmehr wird ein Lebensgefühl vermittelt. Freude, Leidenschaft, Interesse und Kompetenz. Ein verständlicher Schritt, denn die immer gleichen Produkte können überall gekauft werden, also muss der Kunde auf einer anderen Ebene angesprochen werden. Emotion!

Die Unternehmen, ob Lidl, Edeka oder Rewe, haben dennoch alle eines gemeinsam. Eine Eigenschaft die es dem Verbraucher sehr leicht macht, sich zu Recht zu finden und sich wohl zu fühlen:

Jeder Markt ist gleich aufgebaut. Ob in Castrop-Rauxel oder in Nizza; wer einen Markt kennt, der kennt jeden Markt.



Umwelt

Handelsimmobilien 2010

Umwelt

Je nach Firmenausrichtung wird eine leicht differenzierte Positionierung am Markt und damit ihr Alleinstellungsmerkmal entwickelt. Wirbt Edeka mit Leidenschaft und Frische, präsentiert sich Tengelmann als „grünes“ Unternehmen. Die Werbebroschüre „...der Umwelt zuliebe“ macht es deutlich. „Die Klimainitiative der Unternehmensgruppe Tengelmann“ präsentiert in dieser Broschüre ihren „Supermarkt für den Klimaschutz“.

In der Tat hat Tengelmann einen Fachmarkt in Mülheim realisiert, der auf alternative Energie setzt. Nutzung von Erdwärme, heizen mit Kühlmöbeln, Glastüren für alle Kühlregale, Regenwassertanks zur Unterstützung der Kühlanlage, Sonnenkollektoren, Photovoltaik-Anlagen und Tageslichtnutzung statt Deckenlampen.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Umwelt

Das alles sind Sparmaßnahmen die Tengelmann mit Ihrem Markt verwirklicht. Dazu kommt noch, dass die Unternehmensgruppe ausschließlich mit „grünem“ Strom beliefert wird und bei der Auswahl ihrer Produkte schon seit einiger Zeit auf umweltgerechte Produktion achtet.

Tengelmann hat mit seinem „Klimamarkt“ versucht, alles zu realisieren was technisch möglich war. Der Ressourcenverbrauch sank um fast 50 Prozent. Dieses Pilotprojekt ist als Beispiel und als Erfahrungsgewinn zu sehen. Nach eigenen Aussagen muss sich der Markt nicht in kurzer Zeit amortisieren. Die Erfahrungen aus diesem Projekt sollen aber in die zukünftige Entwicklung der neuen Märkte mit einfließen.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Umwelt

McDonalds geht einen ähnlichen Weg. In Achim bei Bremen wurde Anfang 2009 eine energieeffiziente Filiale eröffnet. Bei laufendem Betrieb sollen neueste energiesparende Technologien und ressourcenschonende Maßnahmen getestet werden. McDonalds präsentiert sich so als umweltbewusstes Unternehmen. In dem Pilotprojekt wurden eine Photovoltaik-Anlage, Sonnenkollektoren und eine Windkraftanlage zur Energiegewinnung benutzt. LED-Beleuchtung, effizientere Küchentechnik, Betonkerntemperierung, Geothermie und adiabatische Kühlung wurden als energiesparende Maßnahmen verwendet. Die aus dem Betrieb dieser Filiale gewonnenen Erkenntnisse sollen ebenfalls in zukünftige Entwicklungen einfließen.



Standort

Zeitgeschichtliche Entwicklung

Umwelt

Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Umwelt

Auch die Gebäudemanagementfirma ECE in Hamburg setzt auf Ökostrom. 84 der von ihr verwalteten Einkaufszentren sind bereits umgestellt. Sparmaßnahmen sieht Frau Maria Hill, Nachhaltigkeitsbeauftragte von ECE, vor allem in der Lichttechnik. Licht ist Stromverbraucher und Wärmerzeuger. Eine intelligente Lichtkonzeption würde rund 25 Prozent Energie einsparen, so Hill.

Doch: Für einen in kaufmännischer Weise denkenden Geschäftsmann steht der „grüne“ Strom und alternative Energie in direkter Konkurrenz zur herkömmlichen Stromgewinnung.

Für Anleger geht es primär um den Kosten-/Nutzenfaktor. Die meisten alternativen Energien und energetischen Sanierungen sind immer noch recht teuer und rechtfertigen deshalb die Investition nicht immer.



Die Stadt als Chance

Handelsimmobilien 2010

Die Stadt als Chance

Von der imagefördernden Markenstrategie abgesehen ist heute ein weiterer, wichtiger Trend zu beobachten. Seit einiger Zeit, auch im Zuge des demografischen Wandels, ist eine Rückwanderung der Bevölkerung und somit eine Konzentration der Bevölkerungsdichte in den Städten festzustellen. Altengerechtes Wohnen, Barrierefreiheit, leichte Erreichbarkeit zum öffentlichen Nahverkehr, kurze Wege zu Ärzten und Ämtern. Diese Infrastruktur ist vornehmlich in den Städten zu finden und wird heute vermehrt nachgefragt. Diesen Trend zum innerstädtischen Wohnen haben auch die Lebensmittelketten festgestellt und sehen dort im häufig fehlenden Nahversorgungsangebot Expansionschancen. Verstärkt werden dabei auch Ia- und Stadtteillagen in Klein- und Mittelstädten in Betracht gezogen.



Handelsimmobilien 2010

Die Stadt als Chance

Immer öfter nutzen Lebensmitteldiscounter in Einkaufsstraßen die Flächen im Untergeschoss. Gleiches gilt seit langem für die Untergeschosse in Shoppingcentern.

Auch in problembehafteten Einkaufsstraßen ergeben sich derzeit vermehrt Standortoptionen für Lebensmitteldiscounter. Vorreiter in diesem Bereich war Tegut. Das Unternehmen eröffnete 2004 in Wiesbaden den ersten City-Tegut. Die Edeka-Gruppe setzt mit E-Centern auf kleinere Flächen in bevorzugten Innenstadtlagen. Die Rewe-Group folgt dem Trend mit den Rewe City Märkten mit Verkaufsflächen von 500 bis 1.000 m². Rewe und Edeka setzen dabei auf eine kleinere aber gezielte Produktauswahl. Während Rewe auf leicht zu verköstigende Convenience Produkte setzt, sichert sich Edeka die Spezialisierung auf die qualitativ hochwertige Frischeabteilung.



Rund 3.300 REWE Märkte stehen mit ihrem Namen für einen gut sortierten, freundlichen Supermarkt mit einem breiten und tiefen, frischeorientierten Lebensmittelsortiment in hochwertiger Produktqualität.

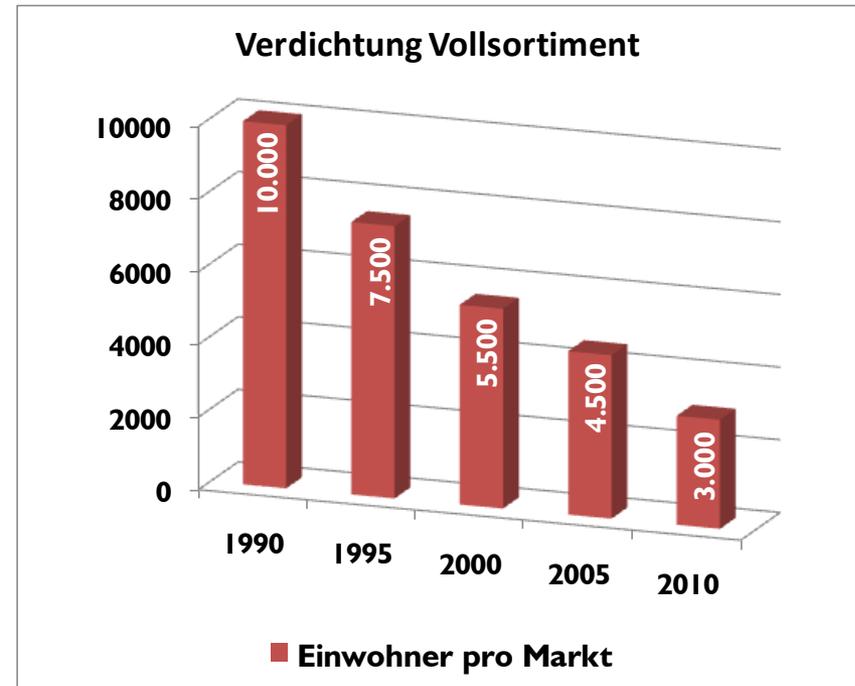
REWE Die modernen Vertriebskonzepte decken alle Kundenbedürfnisse ab: REWE CITY, der kleine, frische Supermarkt um die Ecke in der Innenstadt, die klassischen REWE Supermärkte als Vollversorger im Nahbereich und die großflächigen REWE CENTER mit einer umfangreichen Rundumversorgung. Auch das Sortiment ist eng an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet und wird im Hinblick auf Qualität, Sicherheit und Preis-Leistungs-Verhältnis immer weiter verbessert. Highlights aus dem Angebot sind die Eigenmarken wie "Ja!", "REWE", "REWE Bio" und die hochwertige Genuss-Marke "REWE Feine Welt".

Handelsimmobilien 2010

Die Stadt als Chance

Die Expansion durch kleinere Filialen wird auch durch die zunehmende Verdichtung positiv beeinflusst. Die Zweigstelle eines Vollsortimenters sollte noch vor einigen Jahren einer Bevölkerung von 10.000 Einwohnern als Einzugsgebiet entsprechen. Dann folgte eine Verdichtung auf zunächst 7.000 Einwohner, danach auf 5.000 und heute auf 3.000 Einwohner.

Damit eröffnen sich Möglichkeiten für die Nutzung der durch Insolvenz frei gewordenen Herti-, Karstadt- und Woolworthimmobilien.



Handelsimmobilien 2010

Die Stadt als Chance

Wie anfangs erwähnt gelten diese Immobilien als problematisch. Im Zusammenhang mit der Masse an Immobilien, die in kurzer Zeit auf den Markt geschwemmt wurden, entwickelt sich der Kauf- bzw. Mietpreis investmentfreundlich.

Zudem stehen die meisten Liegenschaften der insolventen Besitzer an guten bis sehr guten Einkaufslagen. Dies deckt sich hervorragend mit den Expansionsplänen der Lebensmittelhändler. Die begehrten Erdgeschosslagen stehen weiterhin für eine Nutzung der Leitbranchen zur Verfügung und sorgen in Verbindung mit den Lebensmitteldiscountern in der 1. Etage bzw. im Untergeschoss für ein attraktives Stadtbild.



Rund 3.300 REWE Märkte stehen mit ihrem Namen für einen gut sortierten, freundlichen Supermarkt mit einem breiten und tiefen, frischeorientierten Lebensmittelsortiment in hochwertiger Produktqualität.

REWE Die modernen Vertriebskonzepte decken alle Kundenbedürfnisse ab: REWE CITY, der kleine, frische Supermarkt um die Ecke in der Innenstadt, die klassischen REWE Supermärkte als Vollversorger im Nahbereich und die großflächigen REWE CENTER mit einer umfangreichen Rundumversorgung. Auch das Sortiment ist eng an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet und wird im Hinblick auf Qualität, Sicherheit und Preis-Leistungs-Verhältnis immer weiter verbessert. Highlights aus dem Angebot sind die Eigenmarken wie "jal", "REWE", "REWE Bio" und die hochwertige Genuss-Marke "REWE Feine Welt".

Handelsimmobilien 2010

Die Stadt als Chance

Beispiel: Umnutzung von Bestandsimmobilien insolvent gewordener Besitzer:

In den Jahren 2007 bis 2009 haben wir eine Liegenschaft entwickelt, die den insolventen Mieter Woolworth beherbergte. Das Warenhaus sollte in der Immobilie verbleiben, sich jedoch verkleinern und ein anderes Sortiment verkaufen – Woolworth Sport -. Wir haben ein zweigeschossiges Gebäude mit einer Quadratmeterzahl von rund 4.600 m² vorgefunden. Dieses mittlerweile für die Warenhauskette überdimensionierte Gebäude sollte von Grund auf erneuert werden. Dabei mussten wir die Ansprüche des bestehenden Mieters beachten und ein entsprechendes Konzept erarbeiten, welches den Mieter nicht schädigte und dem Standort einen Zuwachs an Attraktivität sichert.



Handelsimmobilien 2010

Die Stadt als Chance

Nach den üblichen Marktbeobachtungen und Einschätzungen des Potentials der Stadt sowie der direkten Nachbarschaft haben wir uns dazu entschlossen, den Warenhausbetreiber zusammen mit einem Vollsortiment in das Erdgeschoss zu integrieren.

Damit verringerte sich die Mietfläche und damit auch die absolute Miete von 4.600 auf 1.200 m² um ca. 1/4. Die QM-Miete konnte jedoch sowohl bei Woolworth auf 12,80€/m² als auch beim Vollsortimenter auf 12,50€/m² angepasst werden.

Zusätzlich haben wir für die erste Etage eine Umnutzung zur Wohnraumschaffung beschlossen und zur Steigerung des Publikumverkehrs im Erdgeschoss einen Bäcker integriert. Damit ist eine Sicherung der Rendite für den Eigentümer mittelfristig (MV 12,5 Jahre fest) gesichert.

