

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	6
1 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	9
1.1 Solide Wirtschaftsentwicklung Deutschlands im krisengeschüttelten Europa	10
1.2 Privater Konsum weiterhin wichtiger Wachstumspfeiler	11
2 Entwicklungstendenzen im deutschen Einzelhandel	15
2.1 Entwicklungen und Trends in 2012 / 2013	16
2.2 Flächenentwicklung erstmals rückläufig – Raumleistungen steigen weiter an	18
2.3 Kampf um Marktanteile	19
2.4 Online-Handel auf der Überholspur	20
Exkurs: Online vs. stationär? Lieber komplementär!	22
3 Aktuelle Trends im Lebensmitteleinzelhandel	25
3.1 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel	26
3.2 Entwicklungen und Trends bei Drogeriefachmärkten	31
4 Entwicklungstendenzen im Deutschen Non-Food-Einzelhandel	37
4.1 Allgemeine Trends	38
4.2 Entwicklungen und Trends im Schuheinzelhandel	40
4.3 Trends bei Fachmärkten für Technik und Unterhaltungselektronik	43
4.4 Entwicklungen und Trends in der Baumarktbranche	45
Exkurs: Mittelstädte im Fokus – Erfolg wird in der Mitte entschieden	49

5	Deutscher Einzelhandelsinvestmentmarkt 2012 bis Sommer 2013	53
5.1	Gewerblicher Immobilienmarkt weiterhin im Aufwind	54
5.2	Handelsimmobilien bleiben gefragt	55
5.3	Akteure auf dem deutschen Retail-Investmentmarkt	62
5.4	Stabile Spitzenrenditen im Einzelhandelssegment	65
5.5	Ausblick	66
	Exkurs: Aktuelles Umfeld für die Immobilienfinanzierung	69
6	CBRE-Mietpreisanalyse deutscher Einzelhandelsimmobilien	73
6.1	Methodischer Ansatz	74
6.2	Mietpreisanalyse von Shopping-Centern	75
6.3	Mietpreisanalyse von Fachmarktzentren	81
7	Entwicklungen auf dem deutschen Einzelhandelsvermietungsmarkt	89
7.1	Die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen hält an	90
7.2	Die expansivsten Mieter im Überblick	94
8	Ergebnisse der Experten-Befragung durch die Hahn Gruppe im Sommer 2013	99
8.1	Expansionsvorhaben und grundlegende Zukunftsperspektiven von Einzelhändlern	100
8.2	Investitionsabsichten von Handelsimmobilien-Investoren	106
	Impressum	114



OBI, BODENSEE-CENTER FRIEDRICHSHAFEN

1,4
PROZENT

Anstieg des Non-Food-
Einzelhandelsumsatzes 2012

11,5
MRD. EURO

Umsatz im Schuheinzelhandel 2012

2.090
EURO PRO M²

höchste durchschnittliche
Flächenproduktivität in der
Baumarktbranche 2012 (Hornbach)

04

ENTWICKLUNGSTENDENZEN IM DEUTSCHEN NON-FOOD- EINZELHANDEL

- NON-FOOD-EINZELHANDEL BEENDET DAS JAHR 2012 MIT GEDÄMPFTER UMSATZENTWICKLUNG
- DEUTSCHLAND IST WEITERHIN IM FOKUS INTERNATIONALER MODE-FILIALISTEN
- HOHE WACHSTUMSRATEN SIND BESONDERS IM EINZELHANDEL MIT TELEKOMMUNIKATIONSGERÄTEN ZU BEOBACHTEN
- AUCH SPORTEINZELHANDEL UND TIERBEDARF MIT ÜBERDURCHSCHNITTLICHEM WACHSTUM
- INSOLVENZEN DER PRAKTIKER AG UND MAX BAHR BRINGEN BEWEGUNG IN DIE BAUMARKTBRANCHE

5.1 GEWERBLICHER IMMOBILIENMARKT WEITERHIN IM AUFWIND

Nach wie vor gilt der deutsche Investmentmarkt unter Investoren weltweit als sehr sicherer Anlagehafen. Basis dieses Vertrauens sind die guten Fundamentaldaten der deutschen Wirtschaft, welche zur Jahresmitte zwar hinter den Erwartungen zurückblieben, sich aber im Kontext einer krisengeprägten Eurozone weiterhin als vergleichsweise robust präsentieren.

Diese Stabilität zeigt sich besonders deutlich auf dem deutschen Arbeitsmarkt. Historisch hohe Beschäftigtenzahlen und gute Tarifabschlüsse haben die Einkommenserwartungen der Haushalte und somit ihre Konsumfreudigkeit weiter beflügelt und zu einer fortwährend optimistischen Verbraucherstimmung hierzulande geführt. Kaum überraschend gehören gut vermietete Handelsimmobilien daher unverändert zu den besonders begehrten Assetklassen.

Am Investmentmarkt für gewerbliche Immobilien in Deutschland wurden im Jahr 2012 mit rund 25,2 Mrd. Euro nicht nur gut 11 Prozent mehr investiert als im Vorjahr, sondern auch das beste Ergebnis seit den beiden Rekordjahren 2006 und 2007 erzielt. Mit knapp 13,7 Mrd. Euro entfiel dabei mehr als die Hälfte des investierten Kapitals auf die Top 5-Investmentzentren Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München – eine Steigerung um mehr als 23 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Handelsimmobilien stellten 2012 mit 8,8 Mrd. Euro und rund 35 Prozent des gewerblichen Transaktionsvolumens die zweitstärkste Assetklasse hinter Büroimmobilien mit rund 11 Mrd. Euro (rund 45 Prozent) dar. Der positive Trend am deutschen Investmentmarkt setzte sich auch 2013 fort: In der ersten Jahreshälfte wurden rund 12,6 Mrd. Euro in gewerbliche Immobilien investiert. Damit konnte ein um 34 Prozent oder 3,2 Mrd. Euro höheres Transaktionsvolumen als im Vorjahreszeitraum erzielt und das höchste Halbjahresergebnis seit dem Boomjahr 2007 registriert werden. Mit einem Investitionsvolumen von 5,6 Mrd. Euro oder einem Anteil von 44 Prozent am Gesamtvolumen waren Büroimmobilien erneut die dominierende Nutzungsart.

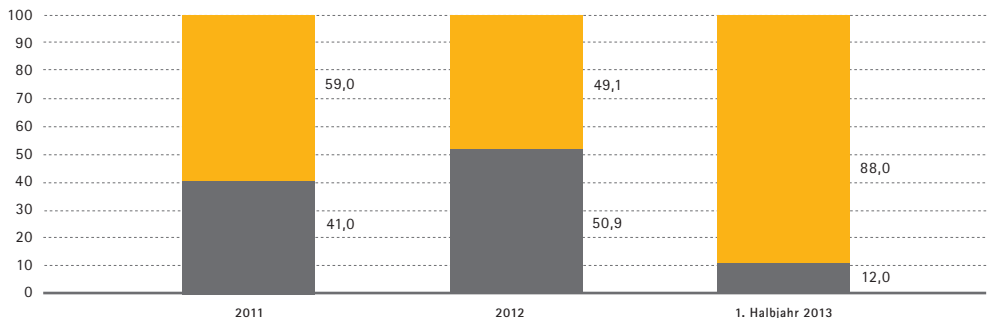
Doch auch Einzelhandelsimmobilien untermauern ihre anhaltende Attraktivität im deutschen Investmentmarkt: Das Einzelhandelsinvestmentvolumen erhöhte sich im ersten Halbjahr 2013 gegenüber dem Vorjahreszeitraum trotz des knappen Angebots im nachgefragten Core-Segment um 33 Prozent auf 4,2 Mrd. Euro. Insbesondere in den Top 5-Standorten stieg das investierte Volumen im Vorjahresvergleich deutlich um 142 Prozent auf gut 1,5 Mrd. Euro an, was etwa 37 Prozent der gesamten Retail-Investments entspricht.

Nachdem sie im Jahr 2012 noch mit 4,5 Mrd. Euro für über die Hälfte aller Einzelhandelsinvestments standen, zeigten sich internationale Investoren im ersten Halbjahr 2013 mit einem Anteil von 12 Prozent deutlich verhaltener. Für den Rückgang ist jedoch kein nachlassendes Interesse am deutschen Markt verantwortlich – im Gegenteil, der deutsche Immobilienmarkt wird in Befragungen von internationalen Investoren regelmäßig als sehr positiv und ausgesprochen attraktiv angesehen.

Insbesondere US-amerikanische und österreichische Akteure waren am deutschen Retailmarkt aktiv, wobei dies teilweise durch große Einzeldeals wie z.B. den Erwerb des Highstreet-Portfolios durch die österreichische Signa Holding, Portfoliodeals von Lone Star (TLG-Portfolio) und Cerberus Capital Management (JER Partners-Portfolio) bedingt wurde. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach Core-Immobilien in den Top-Standorten bei gleichzeitiger Produktnaptheit weichen die ausländischen Investoren zunehmend auf Regionalzentren und B-Standorte aus. Hier lag ihr Anteil am Gesamtvolumen im ersten Halbjahr 2013 mit 17 Prozent deutlich über dem gesamtdeutschen Wert.

TRANSAKTIONSVOLUMEN VON HANDELSIMMOBILIEN NACH KÄUFERNATIONALITÄT

Angaben in Prozent



Quelle: CBRE

■ Inland

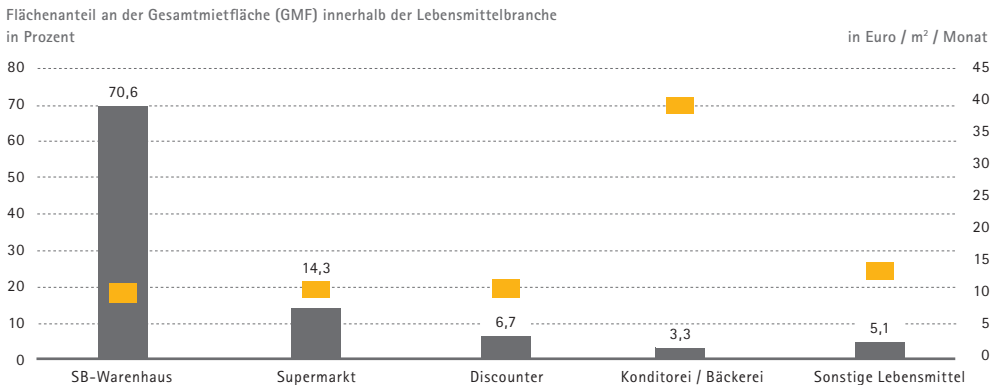
■ Ausland

Die Durchschnittsmiete der großen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser in Fachmarktzentren bewegt sich ebenso wie die von Supermärkten und Discountern auf einem Niveau von rund 10,50 Euro / m² / Monat.

Aufgrund der geringeren durchschnittlichen Flächengröße von Supermärkten und Discountern, die zugleich auch eine geringere Anker- bzw. Sogwirkung entfaltet, bleiben diese Betriebstypen in Bezug auf die Flächenanteile in den untersuchten Objekten deutlich hinter den großen Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern zurück.

Deutlich höhere Durchschnittsmieten werden in der Subkategorie Bäckerei und Konditorei erzielt. Mieter aus diesem Segment zahlen mit rund 40,00 Euro / m² deutlich höhere Mieten, belegen in der Regel jedoch sehr kleine Flächen (typischerweise zwischen 30 und 200 m²).

DURCHSCHNITTLICHE EINZELHANDELSMIETEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN DEN UNTERSUCHTEN FACHMARKTZENTREN



Quelle: CBRE; Auswertung ohne Berücksichtigung von Extremwerten des 10 Prozent- und 90 Prozent-Quantils

■ Flächenanteil ■ Durchschnittsmiete

Mit Blick auf die Umsatzerwartung für das zweite Halbjahr 2013 fallen die Ergebnisse der aktuellen Befragung gegenüber den Vorjahren verhaltener, aber immer noch sehr robust aus. Gingen im letzten Jahr noch rund 58 Prozent von steigenden oder stark steigenden Umsätzen aus, sind es aktuell rund 38 Prozent. Über die Hälfte der Einzelhändler rechnet bis Ende dieses Jahres mit stabilen Umsätzen. Der größte Optimismus unter den verschiedenen Branchen besteht bei Drogerie- und Baumarktbetreibern. Hier erwarten 100 bzw. 50 Prozent der Händler steigende Umsätze. Die Expansionsverantwortlichen der Lebensmittel-, Bekleidungs-, Schuh- und Unterhaltungselektronikbranchen rechnen überwiegend mit gleichbleibenden Umsätzen für das zweite Halbjahr 2013.

Trotz der überwiegenden Einschätzung, dass die Umsätze in den kommenden sechs Monaten stabil bleiben werden, planen rund 65 Prozent der interviewten Einzelhändler, Ende des Jahres 2013 mehr Standorte als 2012 realisiert zu haben. Somit hält die positive Expansionsstimmung der Kaufleute aus den vergangenen Jahren weiter an und zieht sich dabei durch alle Branchen.

Mit Blick auf die kommenden zwölf Monate lässt sich ebenfalls eine positive Tendenz bei der Flächennachfrage aus den Ergebnissen ablesen, die aber im Gegensatz zu den Vorjahren etwas zurückhaltender

ERWARTETE UMSÄTZE FÜR DAS ZWEITE GESCHÄFTSHALBJAHR

Befragung im Sommer	2013	2012	2011	2010	2009
Basis	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Stark steigende Umsätze	3 %	5 %	–	5 %	3 %
Steigende Umsätze	35 %	53 %	49 %	72 %	8 %
Stabile Umsätze	52 %	40 %	42 %	20 %	70 %
Sinkende Umsätze	8 %	2 %	2 %	3 %	13 %
keine Angabe	2 %	–	7 %	–	8 %