

3. Deutscher Fachmarkt-Immobilienkongress 2011

13. Oktober 2011, Wiesbaden

**Geht der Trend im Core-Bereich zu Fachmarktzentren?
Wo und wie lohnt sich die Restrukturierung?**

**Karl von der Lohe, COO
Treveria Asset Management GmbH**

- 1. Definition**
- 2. Marktumfeld**
- 3. Zieltyp**
- 4. Perspektive**
- 5. Was macht Treveria?**
- 6. Fazit**

Welche Fachmarkttypen lassen sich definieren?

1. Alleinstehende Fachmärkte

z.B. Lebensmittelmarkt mit Bäcker und Getränkemarkt

2. Fachmarktzentrum

- Lebensmittelanker
- Drogeriemarkt
- Schuhe und Textil
- kleines gastronomisches Angebot

Nahversorgungszentrum

Welche Fachmarkttypen lassen sich definieren?

3. Fachmarkttagglomeration

- Lebensmittelmarkt / Discounter
- Drogeriemarkt, erweitertes Textilangebot
- Schuhmarkt
- Fachmärkte wie Baby-, Fahrrad-, Bau-, Gartenmarkt, ggf. auch Sportmarkt

4. Großflächiger Lebensmittelvollsortimenter mit Vorkassenzone

z.B. Real, Kaufland, etc.

Worauf muss geachtet werden?

- Erhöhtes Ankaufinteresse internationaler Investoren, aber auch von inländischen family-offices.
- Renditeerwartung bei ca. 7-8% und einem durchschnittlichen Kaufpreis von ca. 1.200€/qm.
- Es besteht ein gewisser Anlagedruck; durchentwickelte, „frische“ Produkte sind rar.
- Innerstädtische Projekte in guten High-Street-Lagen sind derzeit nur zu Renditen von etwa 6%, in Topstädten nur bei 4-5% auf dem Markt.

Worauf muss geachtet werden?

NACHTEILE:

- Nachvermietung im Bereich der Fußgängerzone löst generell fast immer Investitionen aus.
- Hohe Auflagen an das Gebäude durch geänderte rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. Brandschutz, ENEC) bei baulicher Optimierung lösen ein hohes Kostenrisiko aus.

VORTEILE:

- Ein moderner Fachmarkt bietet Vorteile, da viele Filialisten ein weitgehend ähnliches Flächenprofil aufweisen!

Investoren suchen Standorte mit:

- langfristigen Mietverträgen
- bonitätsstarken Mietern
- sehr guten Lagen und hoher Zentralität

Für Investoren sind folgende Aspekte von Bedeutung:

- Nachvermietbarkeit
- geringe Investitionskosten und geringe Instandhaltungskosten („Retail Boxes“ = „Flachmänner“)
- geringe Leerstandswahrscheinlichkeit = Vollständige Umlage der anfallenden Nebenkosten
- verhältnismäßig geringer Betreuungs- und Verwaltungsaufwand

Generelle Voraussetzungen:

- Grundstücksgröße
- Parkplatzangebot
- Nutzungsgenehmigungen
- Erreichbarkeit

Konzeptionsplanung:

- Großflächiger Lebensmitteleinzelhandel (2.500-3.500 qm) und arrondierende Discounter (1.200-1.500 qm) versus Lebensmittelvollsortimenter (4.000- 10.000 qm)
- Konsumiges und höherwertiges Textilangebot für die ganze Familie (C&A, H&M, Young Fashion) wird zunehmend erwartet
- Großflächiger Elektronikmarkt (2.000 qm und mehr) wird weiterhin eine Ankerfunktion einnehmen
- Ein abwechslungsreiches Gastronomie-Angebot ist Pflicht!

These

- Das Fachmarkt-Center der Zukunft wird ein innerstädtisches, wenn auch reduziertes Angebot auf der „grünen“ Wiese widerspiegeln müssen.
- Es wird ein symbiotisches Angebot, sich gegenseitig ergänzende Sortimente abbilden.
- Die Verweildauer wird sich über höherwertige Gastronomie-Angebote und Entertainment erhöhen.

Im Idealfall wird das Fachmarkt-Center der Zukunft über folgende Bestandteile zwingend verfügen müssen:

- Lebensmittelmarkt mit Bio- und Frische-Abteilung
- 1 bis 2 große Textilfilialisten mit mehr als 1.500 qm sowie einen großen Schuhmarkt
- Elektronikmarkt
- Drogeriemarkt
- Discounter
- großflächige Fachmärkte (Zoo, Baby, Spielwaren, usw.)
- ein abwechslungsreiches Gastronomie-Angebot
- ggf. einen Bau- und Gartenmarkt
- ggf. auch einen Fitnessstudio-Betreiber
- Kino, Bowling, etc.

...oder wo geht die Reise hin?

**Was passiert mit großen Lebensmittelvollsortimentern?
Gibt es ein „Value add“- Szenario?**

- Restrukturierung / Optimierung / Aufteilung
- Bestehende Nutzungsgenehmigungen sind und bleiben das A und O

...oder wo geht die Reise hin?

Was passiert mit großen Lebensmittelvollsortimentern? Gibt es ein „Value add“- Szenario?

- Großflächiger Lebensmitteleinzelhandel („Vollsortimenter“) wird es als „stand alone“ in Zukunft schwer haben. Dennoch bieten diese Standorte für value-add Investoren ein erfolgsversprechendes Entwicklungsszenario:

Die Zukunft wird den Hybrid-Märkten gehören!

Durch ihr attraktives und komplexes Angebot sind diese Konzepte weitgehend lageunabhängig. Sie werden sowohl auf der „grünen“ Wiese, wie auch in einer Stadtteillage, als auch im unmittelbaren Innenstadtbereich funktionieren. Wichtig bleibt ein entsprechendes Parkplatzangebot und die Erreichbarkeit.

5. Was macht Treveria?

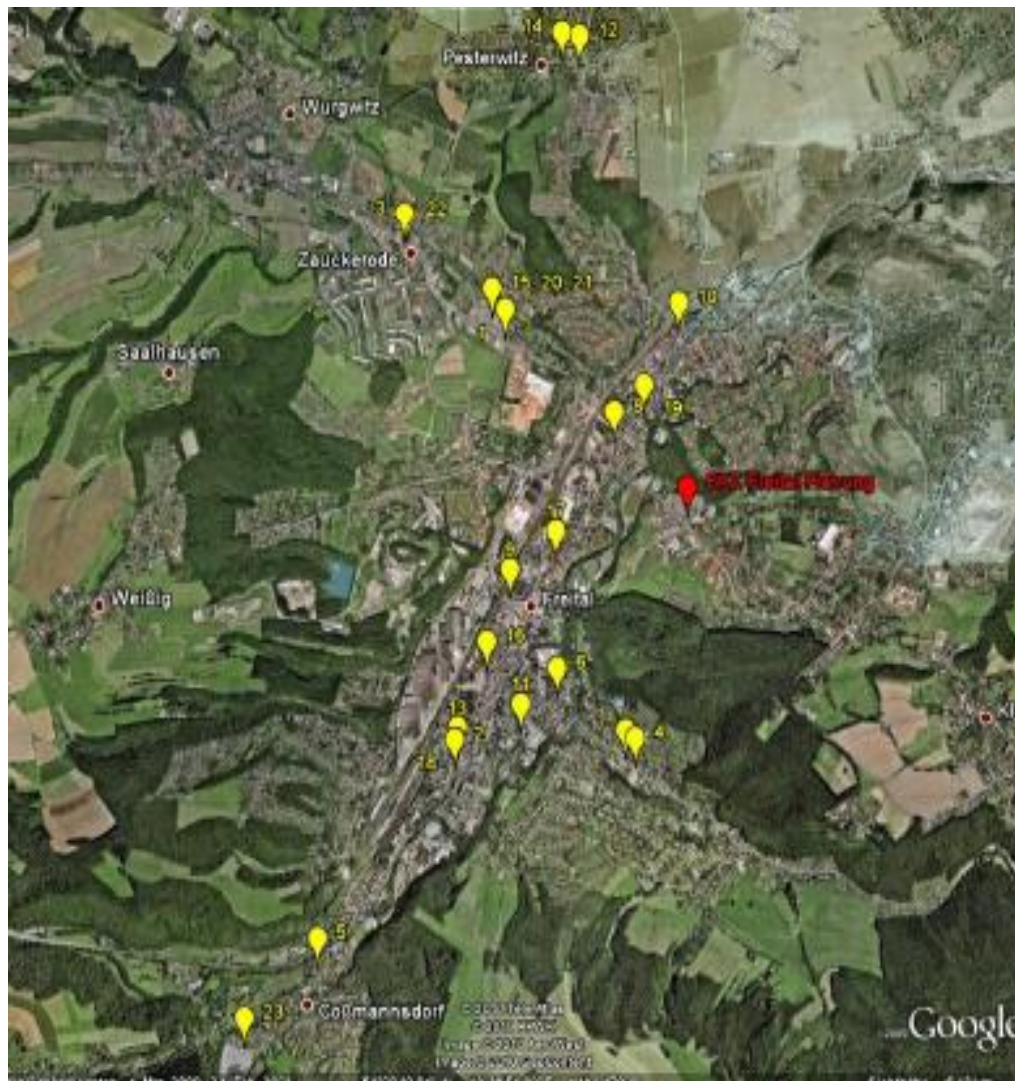
-Bestand

- 43 Lebensmittelmärkte (800 – 2.000 qm)
- 33 Getränkefachmärkte (650 – 1.600 qm)
- 13 Fachmarktzentren (2.500 – 6.800 qm)
- 10 Fachmärkte (600 – 6.500 qm)
- 8 Lebensmittelvollsortimenter (5.500 – 21.000 qm)
- 8 Baumärkte (3.000 – 13.000 qm)
- 5 Fachmarkt-Center (14.500 – 30.000 qm)

- Perspektiven

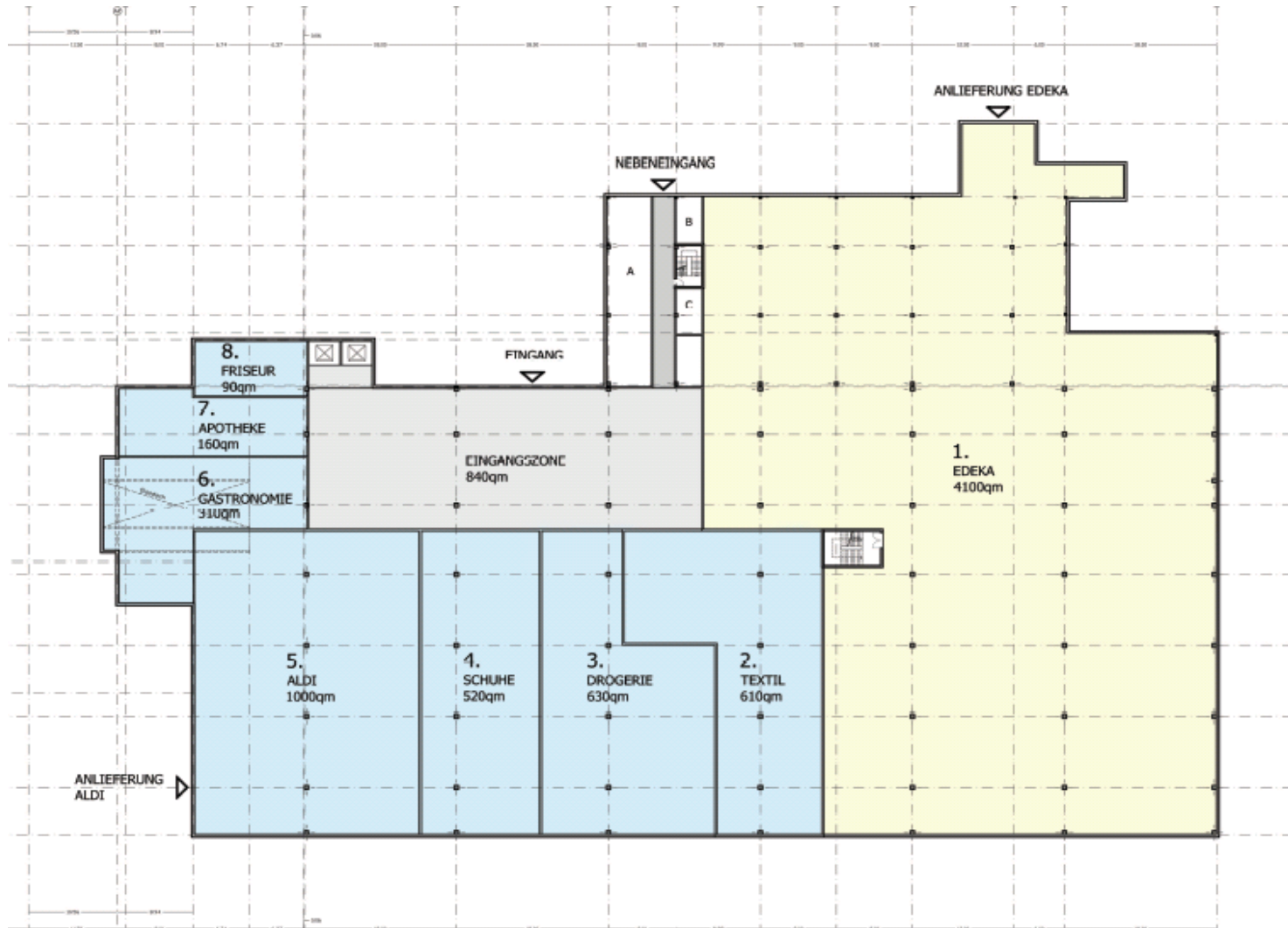
5. Was macht Treveria?

Beispiel Freital - Ansicht



5. Was macht Treveria?

Beispiel Freital – Planung im Bestand



5. Was macht Treveria?

Beispiel Freital – Große Planung (Umbau)



LEGENDE

	Neubaubereich (sonstige Bereiche Bestand)
	Ladenflächen unter 100m²
	Ladenflächen 100-1000m²
	Ladenflächen über 1000m²

1. Neue Spielregeln für alle:

- Kurze Laufzeiten kann es nur mit beidseitigem Optionsrecht geben

2. Verdrängungswettbewerb geht unvermindert voran

3. Der Kunde bestimmt:

- **Nahversorger** für den Tagesbedarf und große **Fachmarktcenter** mit arrondierendem Komplettangebot werden die Zukunft im Fachmarktbereich dominieren.

4. Was kann als Core-Investment funktionieren?

- Nachhaltig entwickelte, geschlossene Fachmarktzentren als Spiegelbild der Innenstadt
- Paket-Deals mit einem Mieter bei gleichlaufender Mietzeit insbesondere bei Durchsetzung der „neuen“ Spielregeln, also beidseitigem Optionsrecht

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Karl von der Lohe
COO / Geschäftsführer

Treveria Asset Management GmbH
Ulmenstraße 23 – 25, 60325 Frankfurt am Main

E-Mail: Karl.vonderLohe@treveria.de