

Thomas Kuhlmann

Investmentserfolg mit Einzelhandelsimmobilien

Die Aussichten für Handelsimmobilieninvestments sind vielversprechend. Wer als Immobilieninvestor zukunftsorientiert auf die richtigen Objekttypen und Branchen setzt, investiert in einen stabil wachsenden stationären Einzelhandel und solide Immobilien-erträge.

Steigende Realeinkommen, eine hohe Erwerbstätigenquote und ein positives Konsumklima beflügeln die Einzelhandelsumsätze in Deutschland und sind Grundlage für eine stabile Nachfrage nach Handelsflächen. Der deutsche Einzelhandel setzte gemäß Statistischem Bundesamt im Jahr 2017 preisbereinigt 2,3 Prozent mehr um als im Vorjahr. Nominal waren es sogar 4,2 Prozent Umsatzsteigerung, die erreicht wurden.

Stationärer Einzelhandel weiter auf Wachstumskurs

Die Zukunftsaussichten sind ebenfalls gut: So rechnet der Handelsverband HDE für den stationären Einzelhandel in 2018 mit einem Umsatzanstieg von 1,2 Prozent. Gute Aussichten hat insbesondere der Markt für Lebensmittel/Drogerieartikel, der im Wesentlichen die Produktgruppe der schnelllebigen Konsumgüter zusammenfasst. Dazu zählen Nahrungsmittel, Körperpflegeprodukte, Reinigungsmittel etc., die Konsumenten häufig spontan, täglich bis wöchentlich, in der Regel routiniert und ohne lange zu überlegen einkaufen. Neben der robusten Nachfrage ist in diesem Segment der Anteil der Waren, die online gekauft werden sehr gering. Er liegt bei knapp über einem Prozent und wächst nur langsam: Konnte der stationäre Einzelhandel in Deutschland seine Umsätze mit Lebensmitteln in 2017 um rund 8 Mrd. steigern, waren es im Online-Geschäft lediglich 0,3 Mrd. Lebensmittel-Umsatzzuwachs, die erzielt wurden. Die geringe Bedeutung des Online-Handels bei schnelllebigen Konsumgütern begründet sich u.a. darin, dass in Deutschland eine sehr gute Infrastruktur leistungsfähiger stationärer Lebensmittelhändler und Drogeriemärkte vorhanden ist. So liegt der nächste Verbrauchermarkt mit frischen Waren oftmals näher am Wohnort als die nächste Paketstation. Die Mehrwerte, die der Online-Handel in diesem Wettbewerbsumfeld bieten kann, sind aus Sicht der Verbraucher gering, zumal die höheren Kosten für die Nachhause-Lieferung von Frischeprodukten (gerade außerhalb der Ballungsgebiete) den Online-Handel klar benachteiligen. Hinzu kommt die Kundenpräferenz für das stationäre Einkaufserlebnis und die persönliche Produktauswahl, die in Umfragen immer wieder bestätigt wird.

Lebensmittel-, Drogerie und Fachmärkte expandieren

So überrascht es nicht, dass gemäß den Erhebungen des Investmentmaklers CBRE aktuell insbesondere Unternehmen, die der Lebensmittel- oder Drogeriemarkt-

branche angehören, expandieren und verstärkt neue Mietverträge abschließen. An der Spitze stand 2017 die Drogeriemarktkette Rossmann gefolgt von dm, Rewe, Edeka und Aldi. In der Langfristbetrachtung seit 2010 ergibt sich ein ganz ähnliches Bild. Doch nicht nur Lebensmittel- und Drogeriemärkte, sondern auch preisorientierte Non-Food-Fachmärkte sind sehr expansionsstark. Discount- oder Aktionsware wird nämlich ebenfalls kaum online geordert, da der Versandkostenanteil relativ hoch ist und die Kunden sehr preissensibel agieren. Unternehmen wie Deichmann, Tedi, KiK und Woolworth rangieren folgerichtig in den Vermietungsstatistiken ebenfalls regelmäßig unter den Top 10 der expansionsstärksten Einzelhändler, weil der Absatzkanal Internet für sie keine wirkliche Alternative ist.

Für Fondsinvestoren empfiehlt es sich folglich, in Spezialfonds zu investieren, die auf Handelsimmobilien mit einer starken Versorgungs- und Fachmarktorientierung fokussiert sind. Dazu zählen die Objekttypen Fachmarktzentrum, SB-Warenhaus und Verbrauchermarkt, die überwiegend Waren des täglichen Bedarfs offerieren, d. h. vorzugsweise Lebensmittel und Drogerieartikel. Ergänzend sollte als Mieterbeimischung auf discountorientierte Fachmärkte gesetzt werden.

Marktdominante Standorte bieten Investitionssicherheit

Langfristig sind als Investment vor allem Standorte aussichtsreich, die eine marktführende Stellung in ihrem Einzugsgebiet einnehmen. Sollte es in einer Region zu Konsolidierungen der Handelslandschaft kommen, sind diese Formate die Gewinner und können ggf. ihre Besucherfrequenzen sogar weiter steigern. Alleinstehende Supermärkte, Discounter oder kleinere Fachmarkt-agglomerationen mit schwacher Wettbewerbsstellung bieten diese Perspektive grundsätzlich nicht. Die Immobilien sollten zudem eine hohe Sichtbarkeit, eine gute Verkehrsanbindung und ausreichende PKW-Stellplätze aufweisen.

Werden die aufgezeigten Investmentregeln zielsicher eingehalten, so belohnt die Assetklasse mit der geringen Zyklizität des Konsums, die den Einzelhandel robuster gegenüber Konjunkturlagen macht als andere Wirtschaftssektoren. Durch die starke Orientierung auf stabile und langfristig gesicherte Ausschüttungen bietet sie unabhängig von immobilienwirtschaftlichen Marktphasen eine besonders nachhaltige Wertentwicklung.



Thomas Kuhlmann
Mitglied des Vorstands
Hahn Gruppe

Weitere Angaben zum Unternehmen S.154