

DISCOUNTER MIT CORE-QUALITÄTEN AN B-STANDORTEN

05.04.2012



Roland Reimuth MRICS

Discounter dominieren mit einem Marktanteil von über 43% den Lebensmitteleinzelhandel und weiten ihre Filialnetze stetig aus. Dass große SB-Supermärkte und Vollversorger mit eigenen Billigprodukten zu den direkten Konkurrenten um die preissensiblen Verbraucher zählen stört dabei wenig. Im Gegenteil kommt es immer häufiger sogar zu einer Symbiose zwischen Discountern und Vollversorgern. Beide Marktteilnehmer profitieren von der hohen Anziehungskraft eines solchen Agglomerats, denn die Einteilung der einzelnen Verbraucher-Typen ist fließend. Jeder von uns war schon einmal in einem Aldi oder Lidl und jeder von uns kennt auch das vielfältige und hochwertig präsentierte Warenangebot eines Edeka und eines Rewe. Nahversorgungszentren dieser Art ziehen also all jene Verbraucher an, die gerne preisbewusst für die Grundversorgung sorgen aber auch eine Vielzahl von Marken-Produkten erwerben möchte

Der weitaus größere Teil des Expansionsdrangs der Discounter zieht die Anbieter jedoch an Einzelstandorte. Hintergrund ist vor allem die strikte Genehmigungspolitik der lokalen Behörden. Und das ist keineswegs ein Nachteil für die Anbieter. Noch immer gibt es in Deutschland viele B- und C-Standorte, die zwar über gesunde wirtschaftliche Rahmenbedingungen verfügen, aber noch keine investmentfähigen Einzelhandelsimmobilien vorweisen können. Hinzu kommt die Erkenntnis, dass scheinbar schwächere Standorte in kleineren und mittelgroßen Städten überproportional gute Entwicklungspotenziale aufweisen können. Voraussetzung dafür sind eine besonders hohe Kaufkraftbindung und eine bestehende Unterdeckung an Handelsimmobilien vor Ort. Eine solche Konstellation ist aus Sicht eines Investors natürlich besonders reizvoll.

Ein Investment an einem Standort in B-Lagen mit solcherart Charakteristika kann denen an einem Top-Standort – gemeinhin als „Core“ bezeichnet – durchaus nahekommen. Aber dafür müssen einige Kriterien erfüllt werden, die sogar ein gutes Stück über diejenigen einer Core-Immobilie hinausgehen.

Ganz entscheidend für die Akzeptanz beim Endkunden ist, dass sich das Warenangebot und das gesamte Erscheinungsbild sehr eng an den Einkaufsbedürfnissen des Verbrauchers orientiert – deutlich stärker als bei hübschen Core-Immobilien auf den Shoppingmeilen Deutschlands. Anders als bei einschlägigen Innenstadtlagen resultiert das Umsatzpotenzial nicht zu allererst aus der zentralen Lage, sondern ergibt sich in erster Linie aus dem Verhältnis von Angebotspalette, Erreichbarkeit und Wettbewerbsumfeld.

Maßgeblich für die Nachhaltigkeit eines Standortes – und damit für die langfristige Einnahmensicherheit aus einem Investment – ist das Verhältnis aus dem Umsatzpotenzial der Immobilie und der vereinbarten Miethöhe. Nur wenn dieses Verhältnis für den Mieter stimmt, kann davon ausgegangen werden, dass der Standort zukunftsfähig ist. Dank belastbarer Daten zu fast jeder deutschen Stadt, können heutzutage sogar sortimentspezifisch erzielbare Umsätze ermittelt werden, wodurch natürlich zum einen Informationen über ein nachhaltiges

Mietpotential von passenden Einzelhandelsbranchen oder Ankermietern ermittelt werden können und zum anderen die Auswahl von geeigneten Investmentstandorten erleichtert wird.

Sind Standortmerkmale, Kaufverhalten und Umsatzpotenziale ausreichend geprüft, und sind gute und faire Mietverträge ausgehandelt, so könnte man fast von einer Sorglosimmobilie sprechen. Fast, denn das Streben nach einer besonders hohen Ertragssicherheit verlangt noch mehr: Ein aktives Asset-Management. Eine Erkenntnis, die sich immer mehr durchsetzt. Dazu zählt vor allem der Dialog mit den Mietern über deren Erkenntnisse und Bedürfnisse, um gegebenenfalls frühzeitig auf Wünsche des Mieters eingehen zu können. So lassen sich Mietverhältnisse optimieren, Leerstände vermeiden und Vertragsverhältnisse vorzeitig verlängern und nachhaltig sichern. Genau wie bei einer Core-Immobilie in einer deutschen Fußgängerzone.

Autor:

Roland Reimuth MRICS
Geschäftsführender Gesellschafter
Habona Invest GmbH, Frankfurt
Internet: www.habona.de
