



ImmoWert

**Mehr Sicherheit.  
Mehr Wert.**

# CORE 2017- The Future Risks

Der Einzelhandel im Wandel



Status Quo

Anforderungen des Kunden an den Einzelhandel

Handel ist Wandel

Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

Fazit

# 1. Status Quo

---



So weit wollen wir heute nicht zurück gehen.....



# 1. Status Quo



Am Anfang stand die Erkenntnis.....



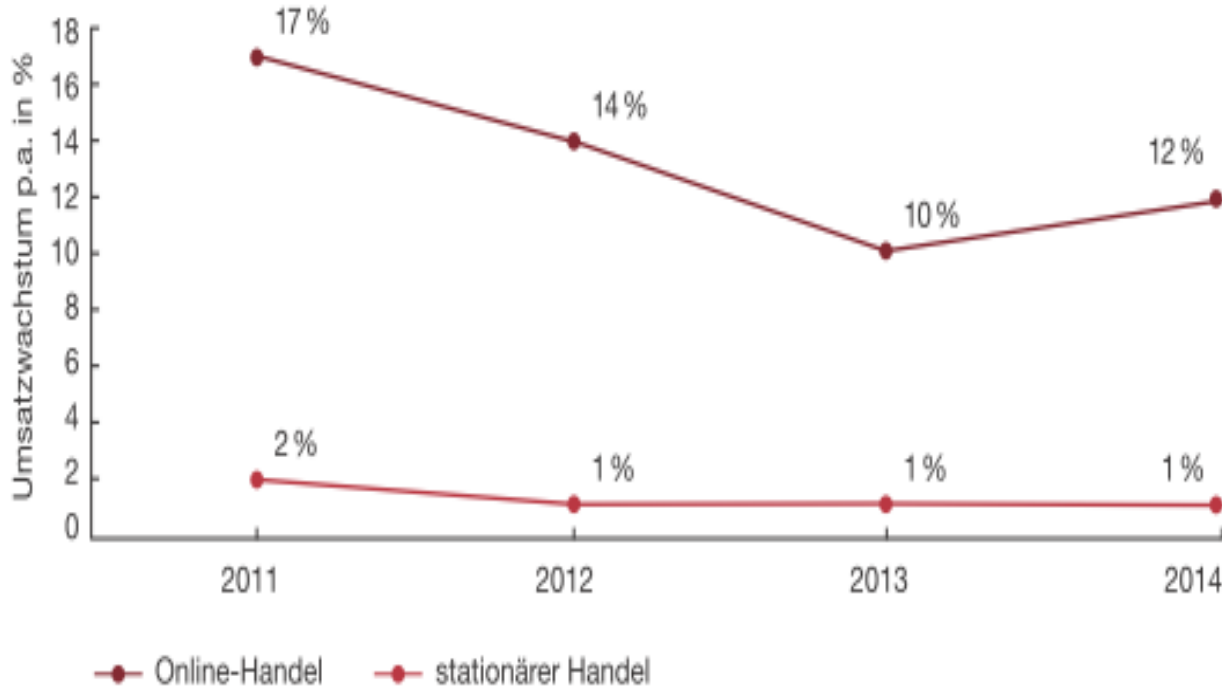
Der Wandel hat begonnen und wird sich beschleunigen.....

# 1. Status Quo



*Ohne Wachstum keine Zukunft!*

**Abb. 1** Wachstumsentwicklung stationärer Handel versus Online-Handel in Deutschland (2011-2014)<sup>3</sup>



Quelle: pwc, store 4.0, Zukunft des stationären Einzelhandels



*Online-Handel erobert weitere Produkt- und Kundengruppen.....*

**Reisen**

**85%**

der **18-34** jährigen tätigen  
mindestens einmal im Monat einen  
Einkauf über das Internet

**Kleidung**

**Schuhe**

**Elektronik**

**Bücher**

**Lebensmittel**

*Stationärer-Handel mit eigenem Onlineshop ist die Lösung ?*

**Es hilft!**

**Was wünscht der  
Verbraucher?**



Status Quo

Anforderungen des Kunden an den Einzelhandel

Handel ist Wandel

Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

Fazit



*Kundenverhalten treibt die digitale Transformation!*

**Ohne Zeitverlust**

**Einkaufs-  
erlebnis**

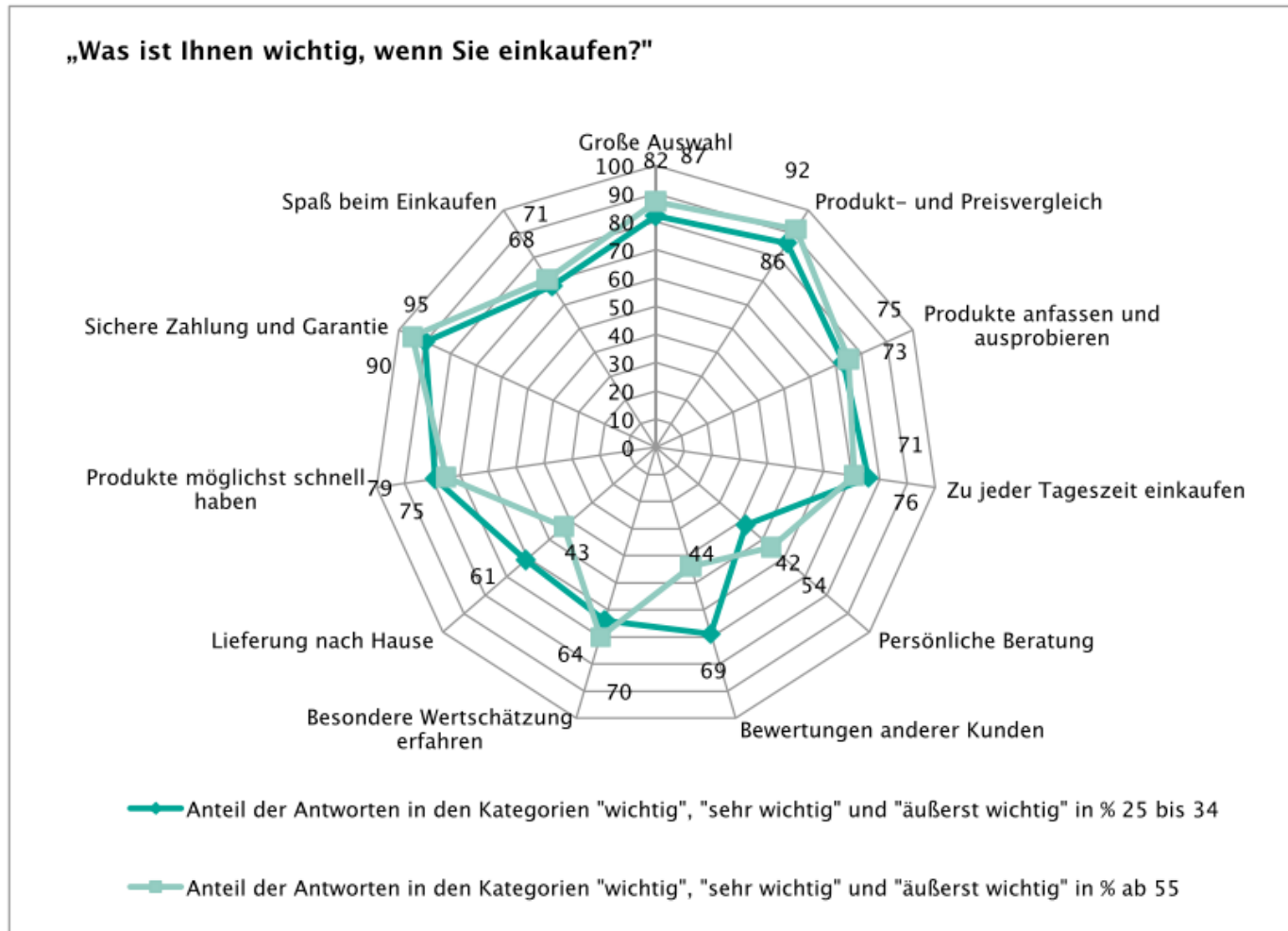
**Ohne Komfortverlust**

*Kommunikationskanal, soziale Medien und Einkaufskanal im kontinuierlichen Wechselspiel!*

# 2. Anforderungen des Kunden



*Kundengruppen handeln unterschiedlich!*



Quelle: Konsummonitor 2017 Handelsblatt ResearchInstitute Abbild.20

## 2. Anforderungen des Kunden



Stationärer Handel und Online-Handel sollen sich ergänzen / zusammenspielen

### Stationärer Einzelhandel:

- Kunde sucht nach sehr guter Beratung (Kunde ist aufgrund des Internets schon gut informiert)
- Kunde will Produkte testen bzw. in der Hand halten
- Kunde will das Einkaufserlebnis
- Kunde sucht nach Inspirationen



### Online-Handel:

- einfaches vergleichen von Produkten
- Bestellung ohne Abhängigkeit von Öffnungszeiten
- Bewertungen durch andere Kunden
- schnell verfügbaren Produkte
- Lieferung nach Hause





Status Quo

Anforderungen des Kunden an den Einzelhandel

Handel ist Wandel

Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

Fazit

*Stationärer Einzelhandel ist tot, es lebe der stationäre Einzelhandel*

- Expansionstrends 2017 (EHI)
  - **Optimismus im Einzelhandel:** Der stationäre Einzelhandel in Deutschland hat positive Zukunftserwartungen: 49 Prozent der befragten Handelsunternehmen rechnen demnach für 2017 mit steigenden Umsätzen. 41 Prozent erwarten stabile Umsätze und nur 10 Prozent rechnen mit Umsatzrückgängen. Damit bestätigt sich der Optimismus der Vorjahresbefragungen aus 2016 und 2015, bei denen jeweils 44 beziehungsweise 48 Prozent der Händler mit steigenden Umsätzen rechneten. Differenziert nach Branchenzweigen rechnen überdurchschnittlich viele Umfrageteilnehmer aus den Bereichen Gesundheit/Beauty (100 Prozent), Lebensmittel (73 Prozent), Drogerie (67 Prozent) und Hobby/Freizeit (67 Prozent) mit steigenden Umsätzen.



## *Expansion mit Augenmaß*

- **Expansionstrends 2017 (EHI)**
  - **Expansionstempo leicht abgeschwächt:** Rund 56 Prozent der befragten Handelsunternehmen planen, bis Ende 2017 über mehr Filialen als noch zum Jahresbeginn zu verfügen. Im vergangenen Jahr erwarteten dies noch 63 Prozent der Einzelhändler für 2016. Bei der Expansionsneigung liegen die Branchen Gesundheit/Beauty, Drogerie sowie Bau- und Gartenmärkte vorne, die jeweils zu 100 Prozent die Anzahl ihrer Standorte in 2017 ausbauen wollen. Nur 17 Prozent aller befragten Handelsunternehmen beabsichtigen, die Anzahl ihrer Standorte zu reduzieren. Hierzu zählen insbesondere die Branchen Bekleidung und Unterhaltungselektronik, die zu jeweils einem Drittel planen, ihre Filialstärke in 2017 zu reduzieren.



### 3. Handel ist Wandel

---



*Stationärer Einzelhandel geht zurück, jedoch aus heutiger Sicht die wichtigste Säule im Einzelhandel!*

- Stationärer Handel ist kein Auslaufmodell
- Stationärer Handel wird sich stark verändern
- Werbemedien werden sich ändern (zentrale Rolle „Mobiltelefon“)
- Neue Anforderungen an Betreiber, *Kommunen* und Immobilien(besitzer)!

*Es wird der stationäre Händler überleben, der sich schnell an die Kundenbedürfnisse anpasst und flexibel auf Veränderungen reagiert!*

# 3. Handel ist Wandel



Kreativität der Betreiber ist gefordert

- Digitalisierung auch im Geschäft
- „Erlebniskauf“/emotionale Ansprache des Kunden
- Kundenbindung verstärken
- Werbekanäle anpassen
- Vernetzung des Einzelhandels mit anderen Branchen → mehr Service (z.B. Brautmode, Beauty-Service, Entspannung )
- Verknüpfung von Online- und stationärem Handel  
***Omni-Channel-Geschäftsmodell***



# 3. Handel ist Wandel



Die Anforderungen an Immobilien(besitzer) werden sich ändern.

- flexibel nutzbare Flächen müssen errichtet werden
- Ausstattungsstandard wird sich ändern (Digitalisierung braucht Infrastruktur)
- u.U. Rückgang des Vermietungsvolumens in Innenstadtlagen



# 3. Handel ist Wandel



*Kommunale Flexibilität ist ein Schlüssel zur Entwicklung vom stationären Einzelhandel*

- stationärer Einzelhandel darf durch bestehendes Recht gegenüber dem Onlinehandel nicht benachteiligt werden (Festlegungen im Bebauungs- und Flächennutzungsplan, Sortimentsbeschränkungen, Öffnungszeiten, etc.)
- mehr Augenmaß bei Verkaufsflächenbeschränkungen
- Städtebauförderung für attraktive Innenstädte nutzen
- kooperieren statt Reglementierungen
- Infrastruktur schaffen





Status Quo

Anforderungen des Kunden an den Einzelhandel

Handel ist Wandel

Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

Fazit

# 4. Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

---



*Flächen werden neu gedacht*

- Flächenanforderungen werden sich ändern
- nicht nur zentrale Innenstadtlagen sind interessant
- Investitionsbedarf bei Bestandsimmobilien
- Verkaufsflächen werden kleiner
- Flächenproduktivität „Mietfläche od. Verkaufsfläche“
- u.U. Rückgang des Vermietungsvolumens in den Innenstädten



# 4. Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

Potentiale entdecken!

- Erschließung neuer Verkaufsorte z.B. Orte „des Wartens“, „Communities auf Zeit“-Orte (Stadion, etc.)



- Kunden müssen Produkte vor Ort näher gebracht werden durch Events bzw. durch Ausprobieren (Erlebnis)!
- Einrichtung von Eventflächen für Filmvorführungen, spielerisches Entdecken, Modenschauen, Kurse, etc.



- zentraler Einzelhandel wird evtl. zur „Risikoposition“



Status Quo

Anforderungen des Kunden an den Einzelhandel

Handel ist Wandel

Auswirkungen auf den Immobilienmarkt bzw. die Immobilienbewertung

Fazit

## Für die Immobilienbewertung

- Einordnung des Bewertungsobjekts definiert das indikative Teilgebiet
- aus der Wettbewerbsanalyse wird ersichtlich, welches relevante Einzugsgebiet (Ist-Potential) konkret zu betrachten ist
- Objektanalyse
- flexible Nutzbarkeit → geänderte Anforderungen der Betreiber (z.B. Non-Food-Artikel in Discount-Läden)
- Drittverwendungsfähigkeit (Orientierung bieten Expansionsstrategien)
- Standortrisiken
- Planungsrecht beachten, Einzelhandels- u. Zentrenkonzepte
- Fixmiete vs. Umsatzmiete (Wie werden Umsätze berechnet in der Zukunft?)
- mietvertragliche Inhalte

---

Ich wünsche Ihnen anregende Diskussionen

**Herzlichen Dank  
für Ihr Interesse.**