



Studie

Bewertung von Einzelhandelsimmobilien

HypZert Fachgruppe Einzelhandel

Stand: April 2023, 6. Auflage

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der HypZert GmbH unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen und Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Abspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Autoren haben die Studie mit großer Sorgfalt erstellt, übernehmen aber keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit und Qualität der Studie. Schadensersatzansprüche gegen die Autoren oder HypZert GmbH sind ausgeschlossen, sofern seitens der Autoren oder HypZert GmbH kein vorsätzliches oder grobfahrlässiges Verschulden oder eine zurechenbare Körper- und Gesundheitsschädigung vorliegt.

Im gesamten Text wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit zum Teil nur die maskuline Schreibweise verwendet; sämtliche Personenbezeichnungen gelten jedoch für alle Geschlechter.

Vorwort der Fachgruppe

Eine fachkundige, fundierte und transparente Immobilienbewertung ist die Grundlage für jede Kauf- und Finanzierungsentscheidung. HypZert stellt hohe Ansprüche an die von ihr zertifizierten Gutachterinnen und Gutachter. Aktuell ist auch in der Immobilienwirtschaft deutlich zu vernehmen, wie sich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verändern, nicht nur aufgrund aktueller Krisen, sondern auch infolge langfristiger Megatrends, wie z. B. der Digitalisierung und des demografischen Wandels. Die Ansprüche von Nutzungen an Räume, Gebäude und Standorte verändern sich entsprechend. Im Ergebnis verändert sich die bisherige Vorstellung von Stadt – und letztlich die Stadt selber. Um dies zu unterstreichen, haben wir Sabine Georgi, Geschäftsführerin des ULI Urban Land Institutes, auf ein Grußwort eingeladen.

Zwar hieß es schon immer: Handel ist Wandel – allerdings gehen die Herausforderungen der Handelsimmobilie über bisherige Anpassungsprozesse deutlich hinaus. Ein schon sehr weitgehend verändertes Konsumverhalten setzt insbesondere weite Teile des Nonfood-Einzelhandels anhaltend unter Druck. Alte Qualitätskategorien im Einzelhandel – ob Laufflage oder 1a-Lage, Spitzenmiete und Spitzenrendite, Innenstadt oder Shoppingcenter – werden aktuell abgelöst durch harte branchen- und mieterspezifische Faktoren: Marketing und Zielgruppenansprache, Kunden- und Umsatzpotenzial, Online-wettbewerb und Multichannel-Optionen, Umsatzmiete und Sonderkündigungsrecht, Flächeneffizienz und Nebenkosten, Nachhaltigkeit und Energieversorgung u. v. w. m.

Die Bewertung von Einzelhandelsimmobilien erfordert deshalb immer häufiger den Blick über die Immobilie hinaus. Kenntnisse über die Entwicklung des Konsumverhaltens lassen Rückschlüsse auf Chancen und Risiken von Branchen und Standorte zu. Wissen über die Ansprüche der Mieter an Lagen und Immobilien ermöglicht Einschätzungen zur Mietertragssicherheit oder zu den Nachvermietungschancen.

Mit dem vorliegenden Update der Studie aus dem Jahr 2019 lenken wir mehr als bisher den Blick auf den Transformationsdruck, der die Einzelhandelsbranche und ihre Immobilien erfasst hat. Die Pandemie hat sich als Trendbeschleuniger erwiesen und lässt heute Entwicklungen klarer sehen und besser belegen als zuvor.

Wir wünschen eine interessante Lektüre,

Ihre HypZert Fachgruppe Einzelhandel

Grußwort – Urban Land Institute (ULI)

Die Coronakrise hat eine tiefgreifende Transformationsnotwendigkeit unserer Städte deutlich gemacht. In den Phasen des Lockdowns waren insbesondere diejenigen Teile der Stadt, die monofunktional ausgerichtet sind bzw. waren – wie reine Bürostandorte, aber auch klassische Shoppingmeilen –, regelrecht entvölkert. Die Metropole büßte ausgerechnet auch solche Funktionen und damit Nutzen ein, die exemplarisch für die Vorteile des Lebens in der Stadt sprechen, insbesondere die Vorteile aus Verbundeffekten und niedrigeren Transaktionskosten. Um Innovationen und Bildung voranzubringen, sind Städte jedoch von überaus wichtiger Bedeutung. Deshalb tritt zunehmend in den Vordergrund eine Funktion der Stadt, die es künftig gezielt zu stärken gilt: die soziale Interaktion. Die damit verbundenen Vorteile entstehen auch aus der Dichte, die es in den Städten gibt. Es wird folglich darum gehen müssen, die soziale Interaktion neu zu denken. Diese kann sowohl durch „gute“ Orte wie öffentliche Plätze als auch durch Quartiere, die funktionsgemischer werden müssen, erfolgen. Aufgrund der Wichtigkeit des Immobilienumfeldes für die Aufenthaltsqualität im Quartier werden sich Eigentümer ihrer Verantwortung mehr und mehr bewusst. In der Kreierung von „guten“ Orten, etwa dem Placemaking, verbinden sich damit auch gleichsam Chancen. Überdies wurde deutlich, dass Plätze in der Zukunft mehrfach codiert sein sollten, um mehreren Nutzungsanforderungen zu entsprechen. Hier wird es um ein besseres Verzahnen von attraktiven Außenflächen gehen, um einen Mehrwert für die Nutzer zu schaffen, der sich dann auch in der Miete auswirken kann.

Die Nutzungsmischung ist darüber hinaus nicht nur für eine größere Resilienz erforderlich, sondern auch wegen der Notwendigkeit der Dekarbonisierung geboten, um den Individualverkehr einzudämmen. Diese Mischung sollte dabei sowohl im Quartier als auch im Gebäude erfolgen. Diese Erkenntnisse, die im Übrigen auch in der Studie von IREBS und ULI „Die Europäische Stadt nach Corona“ untermauert wurden, stehen damit im Zusammenhang mit der Charta von Leipzig. Dies bedingt, das Wohnen wieder stärker mit anderen Nutzungsklassen zu mischen und auch erneut in den Innenstädten zu ermöglichen.

Herausforderung und Potenzial zugleich stellen die Erdgeschosslagen dar, insbesondere dort, wo sich der klassische Einzelhandel zurückzieht. Dabei könnte hier der Schlüssel für mehr soziale Interaktion liegen. Wie können wir das „Lagerfeuer“ entfachen, um das sich die Menschen zusammenfinden?

In diesem Zusammenhang werden vermehrt Mehrfachnutzungen diskutiert, die kuratiert einen Mehrwert für das Gebäude bzw. das Quartier leisten sollen. Das könnte schon bald eine Bewertungsfrage sein, wie sich diese Mehrfachnutzungen und die daraus entstehenden Mehrwerte für die Mieter abbilden lassen. Ein weiteres Handlungsfeld ergibt sich aus der Anforderung, unser Wirtschaften insgesamt nachhaltiger auszurichten; es gilt dabei nicht nur ESG-konforme Immobilien zu entwickeln und zu betreiben, sondern auch die Einzelhandelsimmobilien in ESG-konforme Quartiere einzugliedern. Bei den ökologischen Faktoren stehen dabei der CO₂-Fußabdruck sowie der Energieverbrauch ganz oben auf der Agenda. Führende Investoren der Branche betrachten bei ihrer Kaufpreisfindung schon heute auch notwendige Capex-Ausgaben, CO₂-Steuern und andere Faktoren, um die Transformationsrisiken richtig bewerten zu können. Hier bietet sich mit der ULI-Guideline, die im Rahmen der Initiative „C Change“ entwickelt wurde, eine Idee zum standardisierten Umgang unter der Einbindung der sogenannten CREM-Pfade. Hinsichtlich des „S“ in ESG wird es mittlerweile auch deutlich, dass Gebäude einen unmittelbaren Social Impact auf ihre Umgebung haben. Gerade Einzelhandelsimmobilien verfügen über ein starkes Potenzial, einen positiven sozialen Einfluss auf das Quartier auszuüben. Auch im Verbund mit anderen Nutzungsklassen (wie beispielsweise Gesundheits- und Sozialeinrichtungen) können vormalige reine Handelsimmobilien mit einem Mixed-Use-Ansatz einen positiven Beitrag zu mehr Vielfalt und mehr Resilienz leisten – der Idee eines kuratierten Quartiers folgend.

Die ersten Transformationsimmobilien, die heute noch reine Einzelhandelsimmobilien sind, geben hier die Richtung an und zeigen, wie es gelingen kann, weiterhin oder wieder Orte zu schaffen, mit denen man positive Erinnerungen verbindet. Denn es geht ja schließlich bei den Einzelhandelsimmobilien um gute Einkaufserlebnisse.

Sabine Georgi, *Geschäftsführerin des ULI in Deutschland*

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Fachgruppe	3	
Grußwort – Urban Land Institute (ULI)	5	
Vorstellung der Fachgruppe	11	
1	Veränderungen im Konsumverhalten und Einfluss auf die Handelsimmobilien	15
<hr/>		
1.1	Technologische und gesellschaftliche Entwicklungen	15
1.2	Entwicklungen im Einzelhandel	17
1.2.1	Der stationäre Nonfood-Handel unter Druck	17
1.2.2	Der Onlinehandel steht vor der Sättigungsgrenze	19
1.2.3	Der krisenresiliente Lebensmitteleinzelhandel	26
1.3	Herausforderungen für die Immobilienbewertung	35
2	Definitionen im Einzelhandel	36
<hr/>		
2.1	Fachbegriffe	36
2.2	Betriebstypen	45
2.2.1	Betriebstypen und ihre Bedeutung	45
2.2.2	Kategorisierung von Handelsimmobilien	46
2.3	Flächendefinitionen für Einzelhandelsimmobilien	58
2.3.1	Ausgangslage	58
2.3.2	Behandlung in der Wertermittlung	59
2.3.3	Flächendefinitionen	59
2.4	Baurecht	68
2.4.1	Allgemeine Aspekte	68
2.4.2	Großflächigkeit	69

3	Analysen	71
3.1	Standort-, Lage- und Konkurrenzanalyse	71
3.1.1	Makrostandortfaktoren	71
3.1.2	Mikrostandortfaktoren	72
3.1.3	Konkurrenzsituation	73
3.2	Objektanalyse	74
3.3	Mietvertragsanalyse	75
3.3.1	Aktuelle Trends bei Mietverträgen	75
3.3.2	Analyse des Cashflows und der Mietverträge	78
3.3.3	Mietobjekt und Flächenangaben	79
3.3.4	Mietzeit	80
3.3.5	Kündigungsrechte	80
3.3.6	Mietzins und Miethöhe	81
3.3.7	Zoning	83
3.3.8	Mietanpassungen und Wertsicherungsklausel	86
3.3.9	Incentives und mietfreie Zeiten	90
3.3.10	Betriebskosten (Mieter- und Vermieterzuordnung)	90
3.3.11	Instandhaltung	91
3.3.12	Mieterdienstbarkeit	92
3.3.13	Betreiberpflicht und Betriebspflicht	92
3.3.14	Konkurrenz- und Sortimentsschutz	92
3.3.15	Untervermietung	93
3.3.16	Werbegemeinschaft	93
3.4	Grundbuchanalyse	94
3.4.1	Mieterdienstbarkeit	94
3.4.2	Nutzungsbeschränkungen oder -verbote	100
4	Sonderfall Teileigentum	102
5	Revitalisierung von Einzelhandelsimmobilien	106
5.1	Allgemeine Aspekte	106
5.2	Kriterien zur Einschätzung des Revitalisierungsbedarfs	107
5.3	Begriffliche Abgrenzung und Definitionen	108

5.4	Auswirkungen auf die Immobilienbewertung	109
5.5	Revitalisierungszyklen	110
5.6	Revitalisierung in der Wertermittlung	110
6	EU-Taxonomie, ESG-Kriterien und Green-Building	112
<hr/>		
7	Aktuelles, Entwicklungen und Trends	113
<hr/>		
7.1	BeWertV Novelle 2022/2023	113
7.2	Allgemeine Trends im Einzelhandel	115
7.3	Entwicklungstrends bei Warenhäusern	117
7.4	Entwicklungstrends bei Shoppingcentern	121
8	Datenblätter	126
<hr/>		
8.1	City-Supermarkt	130
8.2	Supermarkt/Verbrauchermarkt	132
8.3	Discounter	134
8.4	SB-Warenhaus	136
8.5	Drogeriemarkt	138
8.6	Fachmärkte	140
8.6.1	Elektrofachmarkt	143
8.6.2	Betten-/Matratzenfachmarkt	144
8.6.3	Bekleidungs-/Schuhfachmarkt	145
8.6.4	Tier-/Zoobedarffachmarkt	146
8.6.5	Aktionsmarkt/Nonfood-Discounter	147
8.6.6	Getränkfachmarkt	148
8.6.7	Sportfachmarkt	149
8.7	Nahversorgungszentrum	150
8.8	Fachmarktzentrum	152
8.9	Baumarkt	154
8.10	Möbel(fach)markt	156
8.11	Warenhaus	158

8.12	Kaufhaus (themenbezogen)	159
8.13	Shoppingcenter	162
8.14	Factory-Outlet-Center	164
8.15	Highstreet Geschäftshaus/Mixed-Use-Immobilie	166
9	Checkliste	168
9.1	Makrostandort	168
9.2	Mikrostandort	169
9.3	Gebäudezustand	169
9.4	Mietflächen	170
9.5	Nutzer	170
10	Anlagen	171
	Abbildungsverzeichnis	172