



Real Estate Special Herbst 2023:

Die Zukunft der Innenstädte: Kann der stationäre Einzelhandel überleben?

Inhalt

Einleitung	3
Einzelhandelsimmobilienmarkt Deutschland: Aktuelle Marktlage	4
Hohe Inflation belastet den privaten Konsum	4
Stabile Entwicklung des Vermietungsumsatzes, aber Spitzenmieten unter Druck.....	6
Robustes Transaktionsvolumen dank großvolumiger Anteilsübernahmen.....	7
Ausblick: Einzelhandel vor strukturellen und konjunkturellen Herausforderungen	7
Ausgewählte Trends auf dem Einzelhandelsimmobilienmarkt.....	8
Trends des Einzelhandelsimmobilienmarktes als Treiber des Wandels	8
Onlinehandel.....	9
Digitalisierung	10
Veränderte Konsumentenansprüche.....	11
Rural Retail.....	11
Nachhaltigkeit	12
Folgen und Lösungsansätze für den Einzelhandelsimmobilienmarkt in den Innenstädten	13
Innenstädte im Wandel	13
Bedeutungsgewinn von Mixed-Use Immobilien.....	15
Lösungsansätze zur Belebung der Innenstädte	16
Nachnutzung von Warenhäusern und großflächigem Einzelhandel.....	21
Herausforderungen, aber auch Chancen durch freiwerdenden großflächigen Einzelhandel	21
Erfahrungen bei der bisherigen Nachnutzung	22
Fazit und Ausblick.....	24
Anhang.....	27

Die Zukunft der Innenstädte: Kann der stationäre Einzelhandel überleben?

Analystinnen: Claudia Drangmeister // Julia Müller-Siekmann

Einleitung

Die sich an die Corona-Pandemie anschließende Erholungsphase am deutschen Einzelhandelsimmobilienmarkt war kurz. Denn nun steht der Markt angesichts verschiedener Belastungsfaktoren wie geopolitische Verwerfungen, Rekordinflation, konjunkturelle Schwächephase und allen voran die Zinswende erneut unter Anpassungsdruck. Die aktuelle, inflationsbedingte Konsumzurückhaltung trifft alle Segmente und Vertriebskanäle des Einzelhandels. Der stationäre Handel bleibt trotz des Aufschwungs des E-Commerce während der Pandemie auch in Zukunft der bevorzugte Einkaufskanal, die Frequenzen in den Innenstädten haben sich weitgehend erholt. Flächenkonsolidierungen durch den Online-Boom und verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher halten jedoch weiter an. Der Bedarf an Verkaufsflächen in den Innenstädten und Shopping-Centern wird in den kommenden Jahren deutlich sinken. In diesem Kontext ließ auch u.a. die erneute Schließungswelle weiterer Galeria-Standorte die Flächenverfügbarkeit auf dem Vermietungsmarkt im ersten Halbjahr 2023 auf einen neuen Höchststand ansteigen (Big 9: 19,7 %, Veränderung gegenüber H2 2022: +2,7 Prozentpunkte).¹ Zum rückläufigen Bedarf an innerstädtischen Einzelhandelsflächen trägt nicht zuletzt auch die infolge der Corona-Pandemie gestiegene Homeoffice-Quote bei, welche zu einer Verlagerung des Konsums aus den Stadtzentren in Wohngebiete und Vororte führt.²

Städte sind jedoch auf attraktive Handelsunternehmen angewiesen, damit sie lebendig und lebenswert bleiben. Die Handelslandschaft war selten so im Umbruch wie heute. Retailer, Marken und Hersteller suchen nicht nur nach Antworten auf die veränderten Kundenbedürfnisse und die steigende Konkurrenz durch den E-Commerce. Auch der Suche nach Konzepten und Ideen gegen das drohende Aussterben der Innenstädte kommt eine zentrale Bedeutung zu. Der bereits seit längerem in den Innenstädten zu beobachtende Strukturwandel wird aufgrund eines vermeintlichen Verlusts an (Einkaufs-) Vielfalt negativ bewertet. Dabei liegt in den aktuellen Entwicklungen auch die Chance der Gestaltung nachhaltiger, nachfragegerechter und zugleich lebendiger Innenstädte. An Stelle monofunktional ausgerichteter Innenstädte tritt ein nachhaltiger Mix aus Gastronomie, Wohnen, Büros, Gesundheits- und Bildungseinrichtungen in Kombination mit Einzelhandelsangeboten. Dieser Nutzungsmix gepaart mit einer erfolgreichen Mobilitätswende sind die wesentlichen Schlüssel der Veränderungsprozesse für die Innenstädte und tragen zur Steigerung ihrer Aufenthaltsqualität und Attraktivität bei.³ Der stationäre Einzelhandel hat in Deutschland somit eine Zukunft, muss sich in diesem Kontext aber neu erfinden.

¹ JLL: Einzelhandelsmarktüberblick H1 2023

² Alipour et al.: The Future of Work and Consumption in Cities after the Pandemic: Evidence from Germany, CESifo, 2022

³ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

Um den vielfältigen Herausforderungen der Innenstädte zu begegnen, reicht es nicht aus, mithilfe von Einzelmaßnahmen innerhalb einer Assetklasse ein langfristig tragfähiges Nutzungskonzept zu erarbeiten. Es ist vielmehr ein struktureller Veränderungsprozess unabdingbar, welcher nicht nur einen assetklassenübergreifenden Ansatz, sondern auch eine grundstücks- und objektübergreifende Umsetzung ermöglicht. Der Transformationsprozess der Innenstädte, welcher häufig als temporäre Aufgabe im Kontext der Corona-Pandemie eingestuft wurde, erweist sich somit als strukturelle Aufgabe für die nächsten Jahrzehnte und bedarf interdisziplinärer Lösungsansätze.⁴

Im Rahmen dieses Real Estate Specials geben wir zunächst einen kurzen Überblick über die aktuelle Marktlage des deutschen Einzelhandelsimmobilienmarktes unter Berücksichtigung der besonderen Herausforderungen, mit denen die Assetklasse gegenwärtig konfrontiert ist. Anschließend werden wesentliche Trends, die die Entwicklung des Einzelhandelsimmobilienmarktes prägen, skizziert. Darauf aufbauend wird der Frage nachgegangen, welche Folgen sich daraus für die deutschen Innenstädte ergeben und welche Lösungsansätze zur Stärkung der Attraktivität der urbanen Zentren sowie des innerstädtischen Einzelhandels herangezogen werden können. Abschließend wird ein kurzer Blick auf die bisher gemachten Erfahrungen bei der Nachnutzung speziell von Warenhäusern und großflächigem Einzelhandel geworfen, da ein entsprechender Leerstand mit besonderen Herausforderungen für die betroffenen Städte einher geht. Grundsätzlich wird der Frage nachgegangen: Kann der stationäre Einzelhandel überleben?

Einzelhandelsimmobilienmarkt Deutschland: Aktuelle Marktlage

Hohe Inflation belastet den privaten Konsum

Nach den Corona-Einschränkungen verspürten viele Konsumenten im vergangenen Jahr einen Nachholbedarf, ihre Einkäufe wieder beim entspannten Bummeln vor Ort zu tätigen. 2022 entwickelte sich daher der stationäre Einzelhandel etwas erfreulicher als der Onlinehandel und konnte seinen nominalen Wachstumspfad fortsetzen. Der stationäre Einzelhandelsumsatz stieg 2022 gegenüber 2020 um nominal 8,8 % auf rd. 546,9 Mrd. EUR an. Allerdings wurde das Umsatzwachstum durch die Rekordinflation in Folge des Ukraine-Krieges erneut spürbar belastet, so dass das reale Umsatzplus lediglich bei 1,0 % lag. Der Onlinehandel musste einen nominalen Rückgang von 2,5 % auf 84,5 Mrd. EUR hinnehmen, wobei dieser real mit einem Minus von 7,5 % noch deutlicher ausfiel. Für 2023 erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) für den Onlinehandel wieder eine positive Entwicklung. Während der stationäre Handel nominal um 2,6 % auf rd. 560,9 Mrd. EUR (real: -5,0 %) zulegen soll, wird für den Onlinehandel von einem nominalen Umsatzanstieg von 5,8 % auf rd. 89,4 Mrd. EUR (real: +2,0 %) ausgegangen.⁵

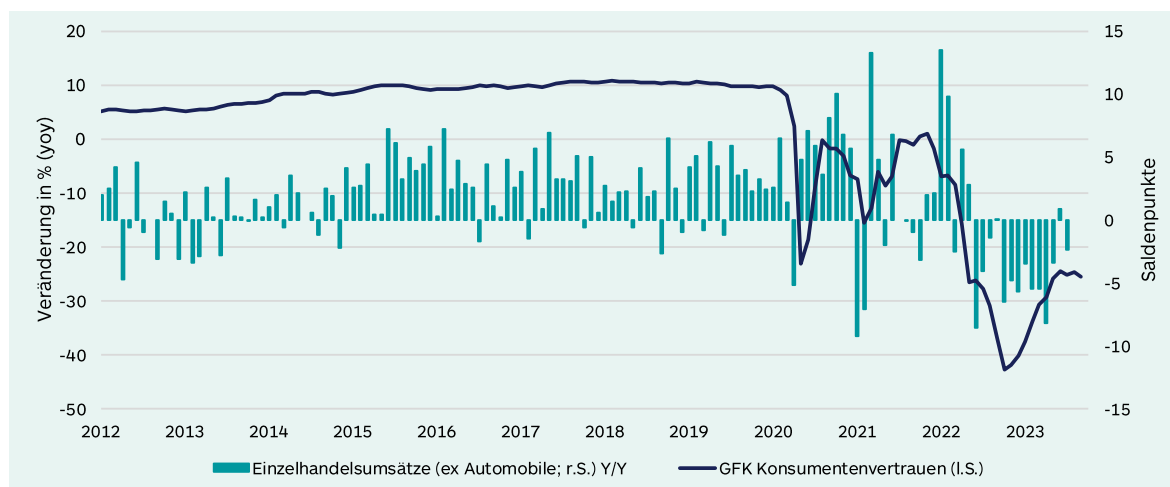
Die Konsumlaune hat sich seit Kriegsbeginn 2022 massiv verschlechtert. Nachdem im Oktober 2022 der Konsumklimaindex sein Allzeit-Tief von -42,8 Zählern erreichte (bisheriges Corona-Rekordtief 2022: -23,1 Zähler), war in der ersten Hälfte dieses Jahres zumindest eine leichte Aufwärtbewegung festzustellen, wenn auch auf niedrigem Niveau. Im August belief sich das Konsumklima auf -24,6 Zähler.

⁴ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

⁵ HDE (Prognose Stand Juni 2023)

Für September wird von der GfK wieder ein leichter Rückgang auf -25,5 Punkte erwartet. Einen klaren Trend nach oben oder unten zeigt das Konsumklima aktuell nicht auf. Die anhaltend hohe (wenn auch allmählich rückläufige) Inflation, vor allem für Lebensmittel und Energie, sorgt nach wie vor dafür, dass das Konsumklima auf niedrigem Niveau verharrt.⁶ Die Rahmenbedingungen bleiben insgesamt schwierig. Aufgrund sinkender Realeinkommen wird das aktuelle Konsumverhalten durch Verzicht, Verschieben und Ausweichen auf preisgünstige Alternativen geprägt.⁷ In den kommenden Monaten sollte die Inflation zwar nachgeben (Inflationsprognose (HVPI): 2023: 6,3 %; 2024: 3,3 %)⁸, jedoch dürfte der private Konsum in diesem Jahr keinen positiven Beitrag zur konjunkturellen Entwicklung leisten.⁹

Reale Einzelhandelsumsätze und Konsumentenvertrauen



Quelle: Macrobond, NORD/LB Sector Strategy

Erfreulicherweise konnte im ersten Halbjahr 2023 mit einem Plus von 4 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum bundesweit eine stabile Entwicklung der Passantenfrequenzen in den deutschen Innenstädten gemessen werden. Vor allem im Januar und Februar konnte ein deutlicher Anstieg gegenüber den entsprechenden Monaten des Vorjahres registriert werden, in denen die Einschränkungen in Folge der Corona-Pandemie noch wirkten. Der saisonbedingte Anstieg zum Beginn des Sommers fiel dieses Jahr allerdings nicht so stark wie im Vorjahr aus, was mit den Ergebnissen der GfK zum schwachen Konsumklima korrespondiert. Für Spitzenfrequenzen in den Innenstädten sorgten jedoch City-Events und Stadtfeste, die zur Belebung der Innenstädte beitrugen.¹⁰ Positiv wirkt sich zudem die steigende Bevölkerungszahl dank der Zuwanderung aus. Für den stationären Einzelhandel ist es allerdings letztendlich entscheidend, ob sich die Kundenfrequenzen in höheren Umsätzen niederschlagen. Angesichts der aktuell inflationsbedingten Konsumzurückhaltung ist der Spielraum zur Erholung der Umsätze im Handel jedoch begrenzt. Gleichzeitig wird der Einzelhandel durch höhere Betriebs- und Personalkosten sowie Mietpreissteigerungen, die aufgrund vertraglicher Indexierungen zum Tragen kommen, konfrontiert (siehe hierzu auch Abschnitt „Folgen und Lösungsansätze für den Einzelhandelsimmobilienmarkt in den Innenstädten“). Die insgesamt angespannte Situation zeigt sich auch in den Ergebnissen einer HDE-Umfrage unter 900 Handelsunternehmen. 35 % der Händler

⁶ GfK: Konsumklima weiterhin im Auf und Ab auf niedrigem Niveau, 29. August 2023

⁷ CBRE: Market Outlook H2 2023, Deutschland

⁸ NORD/LB Research: Economic Adviser, September 2023

⁹ GfK: Konsumklima weiterhin im Auf und Ab auf niedrigem Niveau, 29. August 2023

¹⁰ hystreet.com: Belebte Innenstädte trotz schwierigem Umfeld, Pressemitteilung Juli 2023

erwarten für das zweite Halbjahr 2023 Umsatzrückgänge. Für das Gesamtjahr rechnet nur jeder dritte Händler mit einem Anstieg der Erlöse im Vergleich zum Vorjahr.¹¹

Stabile Entwicklung des Vermietungsumsatzes, aber Spitzenmieten unter Druck

Das Marktgeschehen auf dem Einzelhandelsimmobilienmarkt wurde im ersten Halbjahr 2023 von Geschäftsschließungen in Verbindung mit umfangreichen Neupositionierungen geprägt. Während immer wieder Geschäftsschließungen bei Retailern wie z.B. Galeria, Görtz oder Gerry Weber die Diskussionen zum Überleben des stationären Einzelhandels prägten, haben die Nachvermietungen freierwerdender Großflächen die Marktdynamik in der ersten Jahreshälfte spürbar belebt. Hier ist anzumerken, dass die Kompromissbereitschaft von Vermietern zugenommen hat, die durch Risikobeteiligungen und Incentives zu einer spürbaren Erhöhung der Abschlussbereitschaft bei potenziellen Mietern beitragen konnte.¹² Daher entwickelte sich der Einzelhandelsvermietungsmarkt trotz der herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stabil. Im ersten Halbjahr 2023 lag der Vermietungsumsatz bundesweit bei 213.000 m² und damit nur um 2 % niedriger als im Vorjahreszeitraum. Hierbei vereinnahmten Großflächen von 2.000 m² und mehr einen Umsatzanteil von 38 %. Der stärkste Nachfragetreiber waren Bekleidungshäuser und Young Fashion Anbieter. Beim Flächenumsatz nach Branchen positionierte sich der Textilsektor mit einem Anteil von 46 % mit Abstand an der Spitze, wobei drei Viertel der Flächenanmietungen Bekleidungshäusern (z.B. Übernahme der Galeria-Flächen) und Young Fashion Anbietern (z.B. Zara) zu zuschreiben waren. Auf dem zweiten Platz lag die Gastronomie-/Foodbranche, deren Anteil allerdings auf 23 % schrumpfte und damit das schwächste Ergebnis der vergangenen vier Jahre erzielte. In dieser Sparte wurden vor allem Flächen im kleineren und mittleren Segment angemietet. Die Branche Gesundheit/Beauty erreichte mit einem Anteil am gesamten Flächenumsatz von 8 % den dritten Platz.¹³

Auch der Blick auf die zehn größten deutschen Retailmärkte zeigte eine deutliche dynamische Entwicklung auf. Der Vermietungsumsatz legte in den Big 10 im ersten Halbjahr 2023 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um rd. 22 % auf 106.500 m² zu. In Hamburg (30.400 m²) konnte, knapp vor Berlin (29.500 m²) der höchste Vermietungsumsatz erzielt werden. Stuttgart (9.500 m²) positionierte sich mit Abstand auf dem dritten Rang. Das Mittelfeld bildeten Frankfurt (8.900 m²), Düsseldorf (7.300 m²) und Köln (6.900 m²). In München (3.100 m²) blieben im Gegensatz zum vergangenen Halbjahr Großvermietungen aus.¹⁴ Gerade in den Top-Märkten können insbesondere Großflächen oftmals nur bei Freigabe neu vergeben werden.

Im Gegensatz zum Vermietungsumsatz entwickelten sich die Spitzenmieten weniger dynamisch und es kam zu weiteren Mietrückgängen. In den Big 10 ging die durchschnittliche Spitzenmiete in der ersten Hälfte dieses Jahres im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr um 2,1 % zurück. Einzig in München, Stuttgart, Nürnberg und Leipzig blieb die Spitzenmiete stabil. In den anderen sechs Städten lagen die Reduzierungen zwischen 2 % und 4 %. Vor dem Hintergrund der Schließungen der Galeria-Standorte stieg die Flächenverfügbarkeit in den Big 9¹⁵ im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 um 2,7 Prozentpunkte auf 19,7 % an, wobei Leipzig mit 9,9 % den niedrigsten Wert aufzeigte. Hingegen fiel der Anstieg bei der Verfügbarkeit nach Anzahl der Geschäfte (+0,7 Prozentpunkte auf 15,5 %) moderater aus. Nach Anzahl der verfügbaren Geschäfte erzielte München mit 9,5 % den niedrigsten Wert.¹⁶

¹¹ HDE: Weiterhin hohe Inflation: HDE passt Jahresumsatzprognose für den Einzelhandel an, Juni 2023

¹² BNP Paribas: Retail-Vermietungsmarkt Deutschland Q2 2023

¹³ JLL: Einzelhandelsmarktüberblick Deutschland H1 2023

¹⁴ ebd.

¹⁵ Big 10 ohne Nürnberg

¹⁶ JLL: Einzelhandelsmarktüberblick Deutschland H1 2023

Entwicklung des Vermietungsumsatzes und der Spitzenmiete der Top 10 in H1 2023

	Vermietungsumsatz (in m ²)	Δ H1 2023/H1 2022	Spitzenmiete (EUR/m ² /Monat)	Δ H1 2023/H1 2022
Hamburg	30.400	143%	255	-4%
Berlin	29.500	21%	290	-3%
Stuttgart	9.500	116%	250	0
Frankfurt/Main	8.900	48%	270	-4%
Düsseldorf	7.300	-19%	270	-2%
Köln	6.900	-43%	225	-4%
Nürnberg	5.400	184%	140	0
Hannover	3.800	245%	170	-3%
München	3.100	-54%	340	0
Leipzig	1.800	-59%	110	0

Quelle: JLL, NORD/LB Sector Strategy

Robustes Transaktionsgeschehen dank großvolumiger Anteilsübernahmen

Das gesamte Transaktionsvolumen des Einzelhandelsinvestmentmarktes lag zum ersten Halbjahr 2023 bei 2,6 Mrd. EUR, was einem Rückgang gegenüber dem Vorjahreshalbjahr von 36 % und gegenüber dem langjährigen Durchschnitt von 49 % entspricht.¹⁷ Im Vergleich zu den anderen gewerblichen Assetklassen ist dies unter den aktuellen unsicheren Marktbedingungen eine robuste Entwicklung.¹⁸ Positive Einflussfaktoren sind die aktuell großvolumigen Anteilsübernahmen, das stabile Nahversorgungssegment sowie die vergleichsweise fortgeschrittene Preisanpassung bei Handelsimmobilien.¹⁹ Das Marktgeschehen auf dem Retail-Investmentmarkt wurde im ersten Halbjahr 2023 besonders durch das Kaufhaussegment (Anteil rd. 43 %) und Fachmarkt-Investments (hier speziell die Lebensmitteleinzelhandelsobjekte mit einem Anteil von rd. 33 %) geprägt. Shoppingcenter (rd. 14 %) und Geschäftshäuser (rd. 10 %) vereinnahmten hingegen geringere Anteile. Die Spitzenrenditen bekamen weiterhin einen Aufwärtsdruck zu spüren. Bei den Objektarten legten Fachmarktzentren (4,60 %) und Supermärkte/Discounter (4,70 %) im zweiten Quartal 2023 jeweils um 20 Basispunkte zu. Bei Baumärkten (5,25 %) und Shoppingcentern (5,25 %) stiegen die Spitzenrenditen um 10 Basispunkte an.²⁰ In den Top-Märkten positionierte sich München (3,45 %) knapp vor Berlin (3,50 %) und Hamburg (3,65 %).

Ausblick: Einzelhandel vor konjunkturellen und strukturellen Herausforderungen

Nachfrage stationärer Einzelhandel	↘	Die konjunkturellen und strukturellen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel bleiben herausfordernd. Die Umsätze stehen trotz nachlassender Inflation angesichts der gedämpften Konsumlaune unter Druck. Zudem belasten die hohen Preise für Energie, Miete, Personal und den Einkauf für Handelswaren die Erlöse. Strukturell bedingt wird die Flächennachfrage weiter sinken. Mit den Insolvenzen und dem Sterben mancher Handelsketten wird insgesamt weniger Einzelhandelsfläche benötigt werden, die auch der lokale Einzelhandel nicht absorbieren kann. Begehrte Lagen und Objekte mit hohen Frequenzen dürften jedoch gefragt bleiben, wobei die Transformation zu Mixed-Use-Immobilien voranschreitet (siehe Abschnitt: „Folgen und Lösungsansätze für den Einzelhandelsimmobilienmarkt in den Innenstädten“). Der ausgeprägte Angebotsüberhang könnte durch weitere freiwillige Schließungen oder Insolvenzen
Spitzenmiete	↘	
Verfügbarkeitsquote	↗	
Investitionsvolumen	↘	
Spitzenrendite	↗	

¹⁷ Cushman & Wakefield: Market Retail Q2 2023

¹⁸ BNP Paribas: Retail-Investmentmarkt Deutschland, At a Glance Q2 2023

¹⁹ Savills: Handelsimmobilienmarkt, Juli 2023

²⁰ BNP Paribas: Retail-Investmentmarkt Deutschland, At a Glance Q2 2023

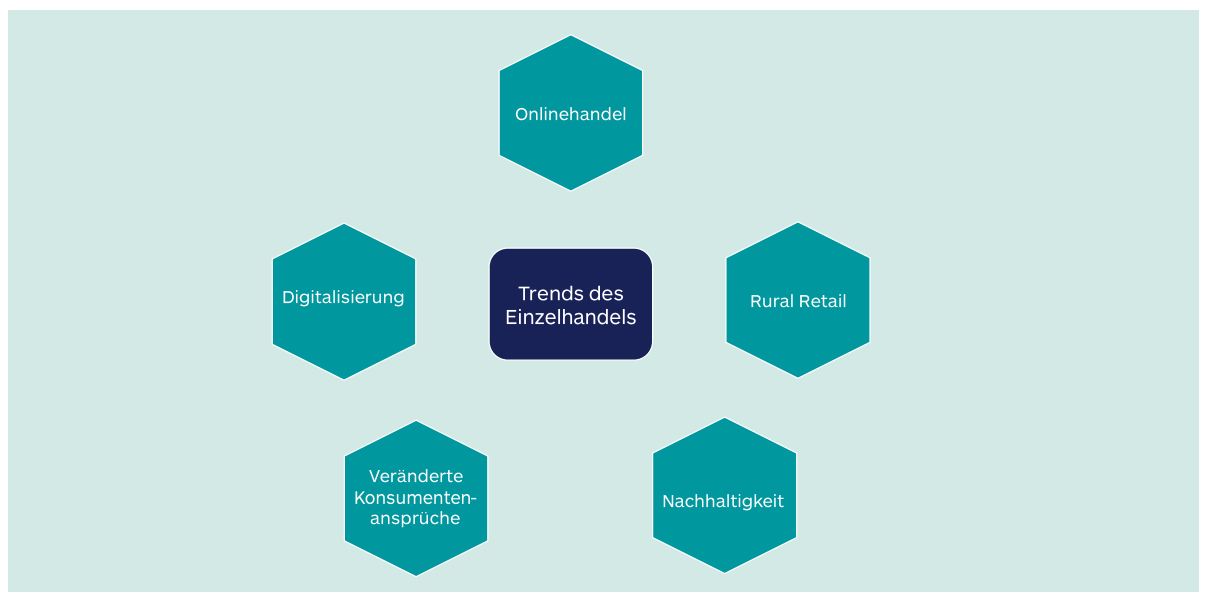
verschärft werden. Infolgedessen ist mit einem weiteren Rückgang der Spitzenmieten und einem Anstieg der Flächenverfügbarkeit zu rechnen. Eigentümer dürften bei freierwerdenden Flächen immer öfter alternative Nutzungsformen wie Büro- oder Lagerflächen in Betracht ziehen. Vor dem Hintergrund der unsicheren konjunkturellen Entwicklung, verbunden mit dem starken Zinsanstieg und hoher Inflation, ist bis Ende 2023 keine deutliche Belebung auf dem Investmentmarkt zu erwarten. Durch die zahlreichen Umstrukturierungen und Neupositionierungen sollte sich das relativ robuste Transaktionsgeschehen jedoch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen. Das Transaktionsvolumen dürfte im Gesamtjahr 2023 bei über 5 Mrd. EUR liegen.²¹ Bei den Spitzenrenditen ist im weiteren Jahresverlauf über alle Objektarten und Standorte hinweg mit weiteren leichten Anstiegen zu rechnen. Aufgrund der vergleichsweise hohen Renditen sind insbesondere die Vermarktungsperspektiven im Value-Add-Bereich gestiegen.

Ausgewählte Trends auf dem Einzelhandelsimmobilienmarkt

Trends des Einzelhandelsimmobilienmarktes als Treiber des Wandels

Der Wandel des Einzelhandelsimmobilienmarktes wird durch verschiedenste Trends vorangetrieben. Um Antworten auf die Frage zu finden, wie Innenstädte für Menschen attraktiver gestaltet werden können, ist es entscheidend, die wesentlichen Trendveränderungen des Einzelhandels und die damit einhergehenden Ansprüche der Konsumenten zu erkennen. Nutzeroptimierte Konzepte für die Gestaltung des Einzelhandels können letztendlich nur erfolgreich entwickelt werden, wenn die Veränderungen des Nutzerverhaltens und der Nutzerstrukturen bekannt sind und diese auch berücksichtigt werden. Im Folgenden beleuchten wir die ausgewählten Trends: Onlinehandel, Digitalisierung, veränderte Konsumentenansprüche, Rural Retail sowie Nachhaltigkeit.

Ausgewählte Trends des Einzelhandels



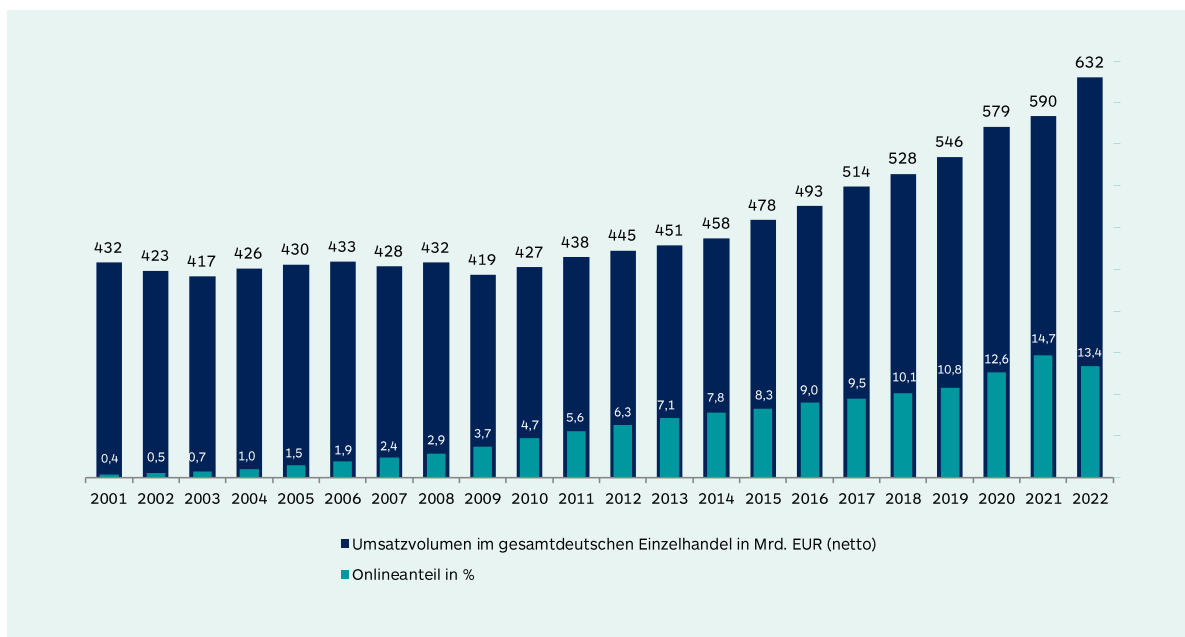
Quelle: NORD/LB Sector Strategy

²¹ Savills: Handelsimmobilienmarkt, Juli 2023

Onlinehandel

Der stationäre Einzelhandel steht seit Jahren durch die zunehmenden Anteile des Onlinehandels unter Veränderungsdruck. In Folge der Corona-Pandemie, verbunden mit temporären Filialschließungen und der Verbreitung von Homeoffice, beschleunigte sich der Trend zum Onlinehandel. Die Onlineumsätze legten in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 insgesamt um mehr als 25 Mrd. EUR (netto) zu. Hiervon flossen deutliche Umsatzanteile aus dem Stationär- in den Onlinehandel. Seit 2022 findet wieder eine Normalisierung im Onlinehandel statt.²² Im vergangenen Jahr kam es erstmals zu einem leichten Umsatzrückgang, wobei neben Nachholeffekten auch einige Umsätze mit der durchgehenden Öffnung der Ladengeschäfte aus dem Onlineshop in den stationären Handel zurückgekehrt sind. Der Onlineanteil am gesamten Einzelhandelsumsatz sank von 14,7 % in 2021 auf 13,4 % in 2022. Insgesamt lag der Umsatz im Onlinehandel aber immer noch deutlich über dem Niveau vor der Pandemie. Auch für die nächsten Jahre wird ein dynamischer Onlinehandel erwartet (siehe Abschnitt „Einzelhandelsimmobilienmarkt Deutschland: Aktuelle Marktlage“).

Entwicklung des Onlineanteils am Einzelhandel im engeren Sinne*



Quelle: HDE, NORD/LB Sector Strategy

*Einzelhandel im engeren Sinne bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformate in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brenn- und Kraftstoffhandel

Allerdings dürften sich die verschiedenen Warengruppen differenziert entwickeln. Insbesondere für Lebensmittel wird ein nachhaltiges Onlinewachstum erwartet. Bereits 2022 ist diese Warengruppe mit einem Plus von 8,3 % (netto) überdurchschnittlich gewachsen. Insgesamt liegt der Onlineanteil am Umsatz bei Lebensmitteln und Drogerieartikeln allerdings weiterhin mit 4,3 % auf einem niedrigen Niveau. Bei den Warengruppen „Heimwerken und Garten“, „Consumer Electronic/Elektro“ und „Wohnen“, die während der Pandemie online stark nachgefragt wurden, wurden in 2022 deutliche Umsatzrückgänge registriert. Besonders hoch und mit Abstand zu den anderen Branchen fiel der Rückgang mit einem Minus von 14,7 % (netto) bei „Heimwerken und Garten“ aus. Hier dürfte die Normalisierung weiter anhalten und es zeigt sich, dass das Wachstum des Onlinehandels seine Grenzen

²² Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

hat. Insgesamt bleibt der Onlineanteil am jeweiligen Gesamtmarkt in den Branchen „Fashion & Accessoires“ sowie „Consumer Electronic/Elektro“ mit zusammen über rd. 45,0 % am höchsten.²³ Generell ist festzuhalten, dass bei Produkten des täglichen Bedarfs der stationäre Einkauf weiterhin mit deutlicher Mehrheit bevorzugt wird, während bei Elektronik- und Spezialprodukten sowie Geschenken der Onlinehandel dominiert.²⁴ Allerdings sollte der Onlinehandel nicht nur als Konkurrent gegenüber dem stationären Handel verstanden werden. Es gibt Studienbelege, die zeigen, dass der Onlinehandel einer Marke dort zunimmt, wo sie auch stationär vertreten ist. Eine Marke kann sich vor Ort im Geschäft weitaus besser inszenieren. Das Erleben und Ausprobieren von Produkten wirken nahezu als Katalysator für das Wachstum des E-Commerce. Reine Onlinehändler erkennen daher zunehmend die Bedeutung der direkten Nähe zum Kunden und eröffnen bevorzugt Filialen in Citylagen, die eine hohe Passantenfrequenz aufweisen.²⁵

Digitalisierung

Die Digitalisierung im Handel hat in den letzten Jahren eine immer größere Bedeutung erlangt, wobei die Corona-Pandemie diesen Trend deutlich vorangetrieben hat. Werbung in sozialen Medien, Verkauf über Online-Plattformen sowie kontaktloses Bezahlen per Smartphone im Geschäft gehören mittlerweile zum Alltag. Während der Pandemie wurde jedem Einzelhändler bewusst, dass eine Online-Präsenz kein Nice-to-have, sondern im Rahmen der digitalen Konsumwelt quasi ein Pflichtprogramm ist.²⁶ Die Pandemie verhalf dem Omnichannelling zum flächendeckenden Durchbruch. Die Verknüpfung digitaler Angebote und Technologien mit dem Point-of-Sale wird als Voraussetzung für einen wesentlichen Erfolgsfaktor des Handels in Zukunft angesehen. Mit Hilfe der digitalen Möglichkeiten wachsen Vertriebskanäle immer enger zusammen. Kunden nutzen verschiedenste Einkaufsmöglichkeiten parallel und verschaffen sich durch die individuelle Kombination des On- und Offlinehandels ein nahtloses Shopperlebnis.²⁷ Allerdings verkaufen bisher erst knapp die Hälfte der stationären Händler Produkte über das Internet, obwohl sowohl die Zahl der Einzelhandelsunternehmen als auch die Zahl der stationären Geschäfte zurückgeht. Überwiegend sind stationäre Händler über Online-Marktplätze präsent und seltener in eigenen Online-Shops. Wie wichtig die Verzahnung des klassischen stationären Einzelhandels mit digitalen Angeboten ist, zeigen folgende Zahlen: 2022 lag der Anteil der Click & Collect-Nutzer im Allgemeinen bei 39 %. Die Bekanntheit dieses Begriffs, bei dem eine Onlinebestellung in einem stationären Einzelhandelsgeschäft abgeholt wird, ist seit der Pandemie-Zeit deutlich gestiegen. Auf die Warengruppen „Fashion & Accessoires“ sowie „CE/Elektro“ entfielen 2022 rd. 52 % (bzw. mehr als 2,5 Mrd. EUR von rd. 5,0 Mrd. EUR Gesamtumsatz) der Click & Collect-Umsätze.²⁸ Auch Dropshipping, bei der die im Laden bestellte Ware direkt durch den Hersteller oder Großhändler an den Kunden geliefert wird, stellt eine wichtige Komponente bei der Omnichannel-Strategie dar. Mittlerweile bietet jeder dritte Einzelhändler diese Variante an, was einer Verdopplung gegenüber des Vorkrisenniveaus entspricht.²⁹ Neben den verschiedenen digitalen Services kann auch mithilfe künstlicher Intelligenz oder Augmented Reality das Einkaufserlebnis im Onlinehandel verbessert werden. Als weitere Beispiele zur Steigerung des Erlebnisfaktors sind u.a. digitale Regalverlängerungen, mobile Checkout-Lösungen oder aber auch durch Tablets vernetztes Verkaufspersonal, das Informationen in Echtzeit liefern kann, hervorzuheben.³⁰ Zudem spielt die Digitalisierung beim Marketing mittels Social Media eine entscheidende Rolle für die Bildung und Stärkung einer Marke, da über diesen Kanal der direkte Zugang zu einer breiten

²³ HDE: Online-Monitor 2023

²⁴ CBRE: Cross-Generational Attitudes That Will Transform the Built Environment, March 2023

²⁵ KPMG: Trends im Handel 2025, 2016

²⁶ Bitkom: Corona-Effekt: Deutscher Handel so digital wie nie, Oktober 2021

²⁷ Zukunftsinstitut: Retail Report 2023, Theresa Schleicher

²⁸ HDE: Online-Monitor 2023

²⁹ Bitkom: So digital ist der deutsche Handel seit Corona, Oktober 2021

³⁰ HDE: Online-Monitor 2023

Öffentlichkeit ermöglicht wird. In den kommenden Jahren dürften je nach Branche und Unternehmen weitere innovative Lösungen dazu kommen. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Nicht zuletzt können digitale Technologien bei der Neu- und Wiederbelebung des stationären Einzelhandels unterstützen. Dem Einzelhandel bietet sich hierdurch die Chance, kreative Konzepte zu entwickeln und somit seine Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Veränderte Konsumentenansprüche

Durch den Trend der Digitalisierung hat sich die Erwartungshaltung von Konsumenten an den Einkauf, Service und die Kommunikation deutlich geändert. Die Gesellschaft bewegt sich von einer Konsum- zu einer Erlebnisgesellschaft. Vor diesem Hintergrund hat der Erlebnischarakter als Teil des Einkaufs in den letzten Jahren immer stärker an Bedeutung gewonnen. Die Herausforderung und zugleich die Chance für den Einzelhandel liegt darin, Freizeit- und Shoppingangebote zu verzahnen und somit einen langfristigen Erfolgsfaktor zu generieren. Die Intention der Menschen, die Innenstadt zu besuchen, hat sich in den letzten Jahren verändert. Insbesondere jüngere Generationen erwarten heute mehr als nur das reine Shopperlebnis. Durch die Corona-Pandemie hat zudem das „Socialising“ durch den Einkaufsbummel eine hohe Relevanz gewonnen. Dies verändert das Kaufverhalten nachhaltig und bietet zugleich die Chance, dass Innenstadtlagen zukünftig beliebt bleiben.³¹ Vor diesem Hintergrund wird der Verbesserung der Aufenthaltsqualität der Innenstädte eine besonders hohe Bedeutung beigemessen (siehe Abschnitt „Folgen und Lösungsansätze“). Letztendlich ist es das Gesamterlebnis Innenstadt, was die Menschen anzieht.

Rural Retail

Die Corona-Pandemie hat die Verbreitung von Homeoffice massiv beschleunigt. Hierdurch hat sich der Konsum nachweislich aus den Stadtzentren in Wohngebiete und Vororte verlagert. Die Studie von Alipour et al. (2022)³² belegt, dass der Umsatz in den Innenstädten Ende Mai 2022 rd. 10 % unter dem Vorkrisenniveau lag. Wohngebiete, die einen hohen Zuwachs an Home-Office-Beschäftigten aufwiesen, verzeichneten hingegen einen bis zu rd. 20 % höheren Konsum als vor der Pandemie. Auch zukünftig planen sowohl Beschäftigte als auch Unternehmen mit einem deutlich größeren Umfang an Homeoffice. Aktuell verbringen laut einer Umfrage von CBRE lediglich rd. 39 % aller Büroangestellten in Deutschland jeden Arbeitstag im Büro, wobei hiervon rd. 65 % eine hybride Variante bevorzugen würden.³³ Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass sich die privaten Konsumausgaben auch teilweise langfristig in Wohnbezirke und suburbane Gebiete verschieben werden, was das Erscheinungsbild der Städte nachhaltig beeinflussen kann. Es findet weniger Konsum im Zentrum statt, jedoch dafür mehr Konsum in Wohngebieten und Vororten („Donut-Effekt“). Dies trifft auf alle Warengruppen zu. Lebensmitteleinkäufe werden z.B. am Ende des Arbeitstages häufiger in Wohngebieten erledigt als in zentralen Lagen. Allerdings ist diese Verschiebung nicht nur bei alltäglichen Einkäufen zu beobachten, sondern auch bei langlebigen Gütern, die traditionell in Einkaufsstraßen und -zentren erworben werden. Auch Kleidungsstücke werden demnach häufiger in weniger zentralen Gebieten erworben. An dieser Entwicklung zeigt sich, dass sich im ländlichen Raum neue Potenziale und Märkte erschließen lassen.³⁴ Es ist davon auszugehen, dass insbesondere der unterwöchige Konsum in den Innenstädten hinter dem Vorkrisenniveau zurückbleiben wird. Vor allem der Einzelhandel und die Gastronomie in zentralen Lagen und im Umfeld großer Bürokomplexe dürften hiervon beeinträchtigt werden. Allerdings ist anzumerken, dass Innenstädte ihre Attraktivität als Einkaufsziele an Wochenenden nicht verloren

³¹ JLL: Gute Aussichten für den stationären Handel, Januar 2022

³² Alipour et al.: The Future of Work and Consumption in Cities after the Pandemic: Evidence from Germany, CESifo, 2022

³³ CBRE: Cross-Generational Attitudes That Will Transform the Built Environment, March 2023 (im Rahmen dieser Studie wurden 1.080 Personen aus Deutschland sowie 20.000 Menschen weltweit aus allen Altersklassen befragt)

³⁴ Zukunftsinstitut: Retail-Trends 2023: Die Zukunft von Handel, Konsum und Einkaufen

haben.³⁵ Auch eine aktuelle Studie vom McKinsey bestätigt den Trend, dass als Folge der verstärkten Verbreitung von Homeoffice die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in den untersuchten globalen Metropolen langfristig unter dem Vor-Pandemie-Niveau liegen wird. Das Einkaufsverhalten wird dezentraler. Konkret für die Stadt München wird die quantitative Prognose aufgestellt, dass in einem moderaten Szenario bis 2030 die Einzelhandelsfläche um 4 % und in einem negativen Szenario um 11 % zurückgehen könnte. Gegenüber den US-Metropolen ist dieses Ergebnis jedoch noch relativ stabil. Vorteilhaft zur Erhaltung der Dynamik in den Innenstädten erweisen sich die stärkere Mischnutzung der Innenstädte sowie die zunehmenden flexiblen Nutzungskonzepte von Büro- und Einzelhandelsflächen (siehe auch Abschnitt „Folgen und Lösungsansätze“).³⁶

Nachhaltigkeit

Die Anforderungen an die ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit im Einzelhandel haben in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Um diesen Anforderungen gerecht werden zu können, sind Betreiber, Investoren, Eigentümer sowie Entwickler von Einzelhandelsimmobilien gleichermaßen gefragt. Der Fokus liegt verstärkt auf ESG-konformen Immobilien. Mit nachprüfbareren Kriterien in den Bereichen Umwelt (Environment), Soziales (Social) und verantwortungsvoller Unternehmensführung (Governance) wird hierbei das Leitbild für zukünftige Investitionen definiert. Die baulichen Anforderungen an die Einzelhandelsimmobilie steigen hierdurch erheblich. In diesem Zusammenhang haben Gebäudezertifizierungen, wie z.B. DGNB, als verlässlicher Hinweis auf die Berücksichtigung von ESG-Kriterien in den letzten Jahren signifikant an Bedeutung gewonnen. Ende 2022 waren rd. 2.800 Gebäude (2021: rd. 2.600 Gebäude) in Deutschland zertifiziert. Der relative Anteil des Einzelhandels an den bundesweiten zertifizierten Gebäuden lag bei 25,2 % (2021: 26,0 %), wobei dieser Wert seit 2019 leicht rückläufig ist.³⁷

Die Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeitsperformance einer Immobilie sind vielfältig. Im Fokus stehen Initiativen zur CO₂-Reduzierung sowie zur Minimierung des Ressourcenverbrauchs. Auch die Förderung von Photovoltaikanlagen, Smart Metering sowie „grüne“ Mietverträge spielen eine wichtige Rolle. Einzelhändler können ihren Flächen-, Energie und Materialverbrauch durch einen kompakteren Ladenbau oder z.B. eine Innenausstattung aus nachwachsenden Rohstoffen reduzieren.³⁸ Zugleich erfährt die Bewirtschaftung der Flächen vor dem Hintergrund der steigenden Nebenkostenentwicklung eine immer höhere Bedeutung. In den letzten Jahren hat der Handel durch verschiedenste energetische Maßnahmen, z.B. LED-Beleuchtung sowie effiziente Kühlung und Klimatisierung, den Energieverbrauch deutlich reduzieren können. Außerdem investieren sowohl Investoren als auch Eigentümer schon seit Jahren in die energetische Sanierung von Gebäuden. Zum einen zur Reduzierung von Nebenkosten, zum anderen um Bestandsabwertungen zu vermeiden. Insgesamt ist der Handel auf dem richtigen Weg, aber weitere Anstrengungen zur Erreichung eines nachhaltigen Handelsstandortes werden weiterhin notwendig sein.³⁹

Angestoßen wird das Thema der Nachhaltigkeit auch mittlerweile von den Kunden selbst, die immer höheren Wert auf Nachhaltigkeitsstandards legen. Vor diesem Hintergrund ergänzen Textilhändler z.B. verstärkt ihr Sortiment um nachhaltig produzierte Mode. Zudem beabsichtigen die Verbraucher nach einer Umfrage von CBRE zukünftig tendenziell weniger online einzukaufen, um zusätzlichen

³⁵ Alipour et al.: The Future of Work and Consumption in Cities after the Pandemic: Evidence from Germany, CESifo, 2022

³⁶ McKinsey Global Institute: Empty spaces and hybrid places, July 2023. Für diese Studie wurden neun globale Wirtschaftsmetropolen in den Vereinigten Staaten, Asien und Europa analysiert.

³⁷ BNP Paribas Real Estate: Investmentmarkt Green Buildings: Market Focus 2023, 31.12.2022

³⁸ BNP Paribas: Retail & ESG: Platz für neue Konzepte im Handel, November 2021

³⁹ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

Verpackungsmüll zu reduzieren und Emissionen zu vermeiden.⁴⁰ Somit bietet sich dem stationären Handel auch durch das zunehmende Umweltbewusstsein der Kunden die Chance, seine Attraktivität zu stärken.

Insgesamt steht der Einzelhandel in der Pflicht, auf die verschiedenen Entwicklungen zu reagieren, um sein Überleben zu sichern. Mehr denn je sind kreative Ideen und Konzepte gefragt, die den unterschiedlichen Trends Rechnung tragen. Im folgenden Abschnitt werden die sich daraus ergebenden Folgen sowie mögliche Lösungsansätze für den Einzelhandelsimmobilienmarkt in den Innenstädten dargestellt.

Folgen und Lösungsansätze für den Einzelhandelsimmobilienmarkt in den Innenstädten

Innenstädte im Wandel

Innenstädte unterliegen seit jeher einem stetigen Wandel. Als Orte des urbanen Lebens sind sie geprägt durch Handel, Wohnen, Arbeit, Kultur, Tourismus und das Aufeinandertreffen sowie Zusammenkommen von Menschen. Durch die damit einhergehende Lebendigkeit und Nutzungsmischung befinden sie sich in einem kontinuierlichen Transformationsprozess.⁴¹ Dies zeigt auch ein Blick auf ihre Historie: In der Phase der Industrialisierung gehörten die Produktion und das Wohnen zu den beiden wesentlichen Elementen der Städte. Ab den 1920er Jahren waren in den Innenstädten insbesondere Kaufhäuser vorzufinden, welche als architektonische Meisterwerke die Stadtbilder prägten. Diese zählten in der Nachkriegszeit nicht nur städtebaulich, sondern auch funktional zu den zentralen Elementen der Innenstadtentwicklung und dominierten teilweise auch den eingesessenen eigentümergeführten Einzelhandel. In den 1980er Jahren hielten die zunehmende Filialisierung des Einzelhandels und die Shopping Center verstärkt Einzug in die Innenstädte.⁴² Die fortschreitende Digitalisierung sowie die Corona-Pandemie haben den anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel noch einmal beschleunigt (siehe Abschnitt „Trends“). Die nach dem Ende der Corona-Pandemie erhoffte Normalisierung des Lebens in den Innenstädten wurde jedoch durch den Ukraine-Krieg unterbrochen und hat zu einer Verstärkung des Veränderungsdrucks sowie der Erkenntnis, dass es eines grundlegenden Strukturwandels in den Innenstädten bedarf, geführt. Die Energiekrise, die hohe Inflation sowie der damit einhergehende Kaufkraftverlust stellen die Innenstädte auch weiterhin vor große branchen- und nutzungsklassenübergreifende Herausforderungen.⁴³ Nicht zuletzt prägen auch weitere, bereits dargestellte gesellschaftliche Trends (wie veränderte Kundenansprüche, die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit sowie das Arbeiten im Homeoffice) aktuell die urbanen Zentren und decken drängende Handlungsbedarfe auf. Wachsenden Leerständen, Filialschließungen, längere Vermarktungszeiten von Immobilien, Preissteigerungen sowohl im Bereich des Dienstleistungsangebots als auch im Bereich des Einzelhandels stehen Wertkorrekturen im Immobilienbereich gegenüber. Der Wandel der deutschen Innenstädte ist offensichtlich.⁴⁴

⁴⁰ CBRE: Cross-Generational Attitudes That Will Transform the Built Environment, March 2023

⁴¹ Deutscher Städtetag: Zukunft der Innenstadt. Februar 2021.

⁴² ebd.

⁴³ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 229

⁴⁴ ebd.

Um dem befürchteten, langsamen Aussterben der Innenstädte entgegen zu wirken und die Funktion der Innenstädte langfristig zu sichern, sind zum Teil erhebliche funktionale, städtebauliche und immobilienwirtschaftliche Anpassungen erforderlich. Mit dem notwendigen Transformationsprozess gehen jedoch nicht nur Herausforderungen, sondern auch zahlreiche Chancen einher. So ergeben sich durch die Neugestaltung von bislang stark einzelhandelsgeprägten Innenstädten und Quartieren hin zu neuen multifunktionalen Nutzungen mit einer Vielzahl von Akteuren auch neue Möglichkeitsräume.⁴⁵

Das Thema der Nutzungsmischung hat sich spätestens seit der „Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt“ (2007) als übergeordnetes Leitbild etabliert. Im Rahmen der Fortschreibung des Leitdokuments für die nationale Stadtentwicklungspolitik („Neue Leipzig Charta“ (2020)) wurden die Transformationsprozesse der Städte mit aufgegriffen und die Forderung nach einer nachhaltigen Mischung im Sinne des Gemeinwohls untermauert.⁴⁶ Die städtische Transformation basiert auf der Integration der sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Dimension nachhaltiger Entwicklung. Darauf aufbauend wurden drei Handlungsdimensionen für die Stadtentwicklungspolitik formuliert. Die Dimension der „gerechten Stadt“ zielt u.a. auf den gleichberechtigten Zugang zu Bildung, sozialen Dienstleistungen, Gesundheitsversorgung und zu Kultur sowie auf eine angemessene, sichere und bezahlbare Wohnraum- und Energieversorgung ab. Bei der Dimension der „grünen Stadt“ steht der Zugang zu Grün- und Freizeitflächen, eine klimaneutrale Energieversorgung, die Nutzung erneuerbarer Ressourcen, die Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen sowie klimabeständige und CO₂-neutrale Gebäude im Mittelpunkt. Zudem sollten die städtischen Verkehrs- und Mobilitätssysteme effizient, klimaneutral, sicher und multimodal sein. Neben Konzepten zur Personenbeförderung sind auch verstärkt neue Logistikkonzepte gefragt (z.B. die Belieferung der letzten Meile durch E-Fahrzeuge und Lastenräder). Durch das eingeforderte Leitmotiv der „Stadt der kurzen Wege“ wird somit die Nutzungsmischung aus Wohnen, Einzelhandel und Produktion gefördert.⁴⁷ Die dritte Dimension „Die produktive Stadt“ stellt darauf ab, die Produktion wieder stärker in die Innenstädte und damit an die Endkunden heranzubringen. Dies wird durch neue emissionsreduzierte Produktionstechnologien und den Trend zu maßgeschneiderten Produkten in Kleinstserien ermöglicht. Auch Großunternehmen testen Konzepte, bei denen maßgeschneiderte Produkte direkt vor Ort konfiguriert und produziert werden können.⁴⁸ Die Digitalisierung trägt als Querschnittsthema maßgeblich zu den aktuellen Veränderungen bei und betrifft alle drei Dimensionen der nachhaltigen Stadtentwicklung. Sie bietet in vielerlei Hinsicht eine Chance für den Transformationsprozess der Städte. Mit Hilfe digitaler Lösungen können innovative und qualitativ anspruchsvolle Dienstleistungen für die Bürger sowie Unternehmen bereitgestellt werden (z.B. smarte städtische Mobilität, Energieeffizienz, nachhaltiges Wohnen, öffentliche Dienstleistungen).⁴⁹

Die Nutzungsmischung ist somit als zentrales städtebauliches Leitbild grundsätzlich unumstritten. Dennoch ist sie in der Planungspraxis kein Selbstläufer, wie zahlreiche monofunktionale Strukturen zeigen. Der Veränderungsdruck ist jedoch aufgrund des beschriebenen Struktur- und Funktionswandels der Innenstädte hoch.⁵⁰ Eigentümer sowie Städte und Gemeinden müssen sich verstärkt mit drohendem Leerstand und möglichen Nachnutzungen auseinandersetzen.⁵¹ Eine vielfältige Nutzungsmischung kann einzelne Stadträume beleben und stabilisieren, da Vielfalt und Kleinteiligkeit resilienter sind als Monostrukturen. In Zukunft ist ein Mix aus Wohnen, Bildung, Gewerbe, öffentlichen Infrastrukturen,

⁴⁵ <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/programme/ziz/zukunftsfaehige-innenstaedte-zentren-node.html>, abgerufen am 7. Juni 2023

⁴⁶ https://www.nationale-stadtentwicklungspolitik.de/NSPWeb/DE/Initiative/Leipzig-Charta/leipzig-charta_node.html, abgerufen am 13. Juni 2023

⁴⁷ Deutscher Städtetag: Zukunft der Innenstadt. Februar 2021.

⁴⁸ Bundesministerium des Innern und für die Heimat (BMI): NEUE LEIPZIG CHARTA: Die transformative Kraft der Städte für das Gemeinwohl, verabschiedet beim Informellen Ministertreffen Stadtentwicklung am 30. November 2020

⁴⁹ Nationale Stadtentwicklungspolitik: Neue Leipzig Charta: Die transformative Kraft der Städte für das Gemeinwohl. 2020.

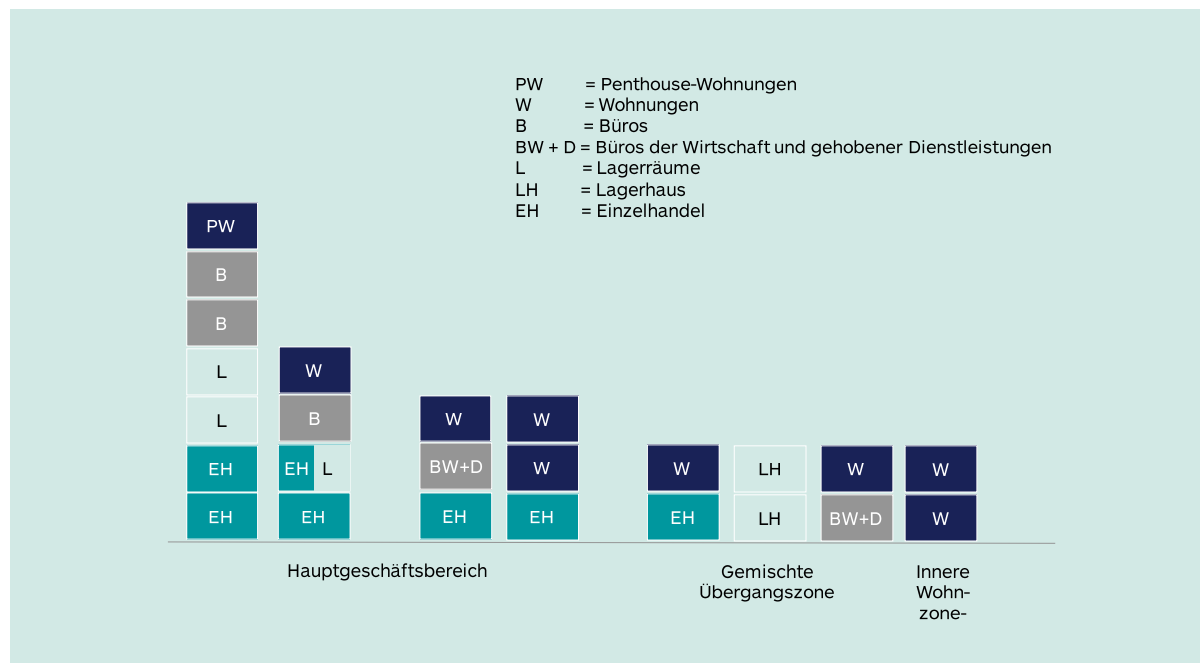
⁵⁰ GRR Basic Retail Report 2022, S. 40

⁵¹ bulwiengesa: Die große Transformation - welche Nutzungen machen Handelsimmobilien resilienter? Artikel vom 23. Februar 2021

Dienstleistungen, Handwerk, Produktion, Co-Working sowie Freizeit- und Gesundheitseinrichtungen gefragt.

Bei den Bestrebungen, die Attraktivität der Innenstädte zu erhöhen bzw. diese wieder zu beleben, kommt der Erdgeschossnutzung eine zentrale Bedeutung zu. Sie dient als „Entrée“ zwischen der Einzelhandelsnutzung und dem öffentlichen Straßenraum und übernimmt eine wichtige Funktion bei der Erschließung von Mixed-Use-Objekten und deren Obergeschossen. So kann eine attraktiv gestaltete Fläche zum erlebnisreichen Einkaufen einladen. Kleinere Objekte zeichnen sich beispielsweise durch ein räumlich begrenztes, ergänzendes Warenangebot in sogenannten Vorkassenmalls aus und bieten eine hohe Aufenthaltsqualität. In Fußgängerzonen mit hoher Passantenfrequenz kann so auf kurzer Strecke die gewerblich genutzte Fläche zusätzlich rückwärtig erschlossen werden.⁵²

Modell der vertikalen und horizontalen Nutzungsdifferenzierung in städtischen Zonen



Quelle: in Anlehnung an Carter 2017⁵³, NORD/LB Sector Strategy

Der Ansatz der Nutzungsmischung geht jedoch auch mit Herausforderungen einher, da unterschiedliche Anforderungen an Gebäude, den öffentlichen Raum und deren Bewohner bestehen. So erfordert die Schaffung von mehr Wohnraum in den Innenstädten eine verträgliche Mischung mit bestehenden sowie zukünftig geplanten Nutzungen. Zudem existieren Zielkonflikte zwischen der Wohnnutzung (Ruhe, gesunde Lebensverhältnisse) und anderen innerstädtischen Nutzungen, welche mit Lärm-, Geruchs- und anderen Emissionen einhergehen. Es muss daher genau geplant sein, wann und wo welche Nutzungen – unter Betrachtung des Tages- und Nachtverlaufs hinweg – zueinander passen.⁵⁴

Bedeutungsgewinn von Mixed-Use Immobilien

Im Kontext der angestrebten Nutzungsmischung in den Innenstädten gewinnen Mixed-Use-Immobilien verstärkt an Bedeutung. Für Mixed-Use-Immobilien gibt es keine eindeutige Begriffsdefinition. Sie

⁵² GRR Basic Retail Report 2022, S. 38

⁵³ Carter: Stadtgeographie 2017

⁵⁴ Deutscher Städtetag: Zukunft der Innenstadt. Februar 2021.

können jedoch primär unter dem Begriff des urbanen Quartiers subsumiert werden. Zudem ist eine weitere Untergliederung in vertikale Mixed-Use-Immobilien (Nutzungen in Form von Hochhäusern), horizontale Mixed-Use-Immobilien (z.B. Geschäftshaus mit Wohneinheiten) oder autarke Quartiere, welche neben Wohnen und Büro weitere Assetklassen miteinander verbinden, möglich. In urbanen Quartieren sind neben Wohneinheiten auch Gewerbebetriebe, soziale, kulturelle und weitere Einrichtungen vorhanden, welche die Wohnnutzung nicht beeinträchtigen. Eine Gewichtung der Nutzungsmischung ist nicht erforderlich.⁵⁵

Mit Mixed-Use-Immobilien sind zahlreiche Vorteile verbunden. Sie bieten dem Nutzer kurze Wege zwischen dem Wohnort, der Arbeitsstätte, Einkaufsmöglichkeiten und Freizeitaktivitäten. Sie sorgen für ein urbanes Flair und ermöglichen eine nachhaltige Lebensweise. Zudem ist in den Metropolen aufgrund fehlender Baulandreserven der Bedarf nach Verdichtung und der sich daraus ergebenden Nachfrage nach innovativen Konzepten, welche einzelne Assetklassen unter einem Dach vereinen, groß. Auch angesichts des Strukturwandels im Einzelhandel bieten Mixed-Use-Objekte große Potenziale.⁵⁶ Die Kombination von Handelsnutzungen mit anderen Nutzungsarten (z.B. Gastronomie, Bibliothek, Kino oder Fitnessstudio) hat sich seit Jahren im Betrieb und bei der Entwicklung von Handelsimmobilien bewährt. Eine gute Mischung macht die Orte auch für Kunden attraktiver und steigert die Frequenz in den Innenstädten.⁵⁷ Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung und des Onlinehandels sowie der zunehmenden Verdichtung in den Städten werden Nutzungsarten verschmelzen und durch kurze Wege miteinander verbunden sein. Dies wird die Nachfrage nach urbanen Immobilien und Raumkonzepten befeuern. Ein Vorteil für Investitionen in Mixed-Use-Immobilien sind außerdem die erhöhte Wirtschaftlichkeit, Synergieeffekte sowie eine erhöhte Flächeneffizienz. Darüber hinaus bieten gemischt genutzte Immobilien einen Lösungsansatz im Hinblick auf den Flächenmangel in den Innenstädten sowie bei der Konversion von Problemobjekten (siehe Abschnitt „Nachnutzung von Warenhäusern und großflächigem Einzelhandel“). Nicht zuletzt können Mixed-Use-Immobilien im Rahmen einer Investition einen Diversifikationsvorteil bieten. Als Nachteile von Mixed-Use-Objekten können hingegen u.a. erhöhte Anstrengungen für Nutzungszuweisung und Logistik, die Aufteilung der Betriebskosten für die Allgemeinflächen, ein erhöhter Koordinierungsaufwand und eine geringere Drittverwendungsfähigkeit genannt werden.⁵⁸

Lösungsansätze zur Belebung der Innenstädte

Um den vielfältigen Herausforderungen der Innenstädte zu begegnen, reicht es nicht aus, mithilfe von Einzelmaßnahmen in einzelnen Assetklassen ein langfristig tragfähiges Nutzungskonzept zu erarbeiten. Für eine nachhaltige, zukunftsgerichtete Entwicklung der Innenstädte ist vielmehr ein struktureller Veränderungsprozess unabdingbar, welcher nicht nur einen assetklassenübergreifenden Ansatz, sondern auch eine grundstücks- und objektübergreifende Umsetzung ermöglicht. Es bedarf letztlich einer abgestimmten Innenstadt-Strategie, die auf die spezifische Situation vor Ort zugeschnitten ist und gemeinsam von allen beteiligten Akteuren getragen wird. Um diesen Veränderungsprozess zu managen, ist eine neutrale, professionelle Prozesssteuerung erforderlich.⁵⁹ Die bereits genannte neue Leipzig-Charta als Leitbild für eine nachhaltige, gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung kann hier Orientierung bieten.⁶⁰ Ebenso unterstützt die Auseinandersetzung der im vorangegangenen Abschnitt beschriebenen Trends im Einzelhandel, übergeordnete Entwicklungen mit in den Blick zu nehmen.

⁵⁵ GRR Basic Retail Report 2022, S. 33

⁵⁶ GRR Basic Retail Report 2022, S. 34

⁵⁷ bulwiengesa: Die große Transformation - welche Nutzungen machen Handelsimmobilien resilienter? Artikel vom 23. Februar 2021

⁵⁸ GRR Basic Retail Report 2022, S. 34

⁵⁹ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 238

⁶⁰ GRR Basic Retail Report 2022, S. 42

Im Folgenden werden wichtige Bausteine bzw. Lösungsansätze dargestellt, die zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstädte beitragen und somit auch Investoren, Eigentümern und Nutzern zugute kommen:

// Multifunktionale Innenstädte

Ein zentraler Ansatzpunkt ist, wie bereits dargestellt, die stark monostrukturelle Ausrichtung der innenstädtischen Nutzungsstrukturen zu beheben. Für die Gestaltung des optimalen Nutzungsmixes gibt es jedoch kein Patentrezept. Vielmehr bedarf es individueller, lokalspezifischer Gestaltungskonzepte. Durch einen breiten Nutzungsmix kann eine gewisse Resilienz gegenüber zukünftigen Krisen aufgebaut werden. In multifunktional genutzten Innenstädten würde der Einzelhandel neben weiteren Nutzungen wie Büros, Wohnen, Hotels und Gastronomie zukünftig gleichberechtigt berücksichtigt und um weitere öffentliche und gemeinwohlorientierte Nutzungen (öffentliche Verwaltung, Bildung, Kultur, Handwerk, Kleingewerbe und soziale Einrichtungen) ergänzt werden. Infolge des hohen Nachfragedrucks sollte insbesondere die Wohnfunktion einen Bedeutungsgewinn erfahren und zu mehr Frequenz in den Innenstädten beitragen.⁶¹

// Raum für Ideen und Experimente

Der zunehmende Leerstand bietet Chancen für kreative und innovative Ansätze. Lokale, gemeinwohlorientierte Investoren können eine wesentliche Rolle bei Schlüsselprojekten in den Innenstädten entfalten. Die Kultur- und Kreativwirtschaft, gemeinwohlorientierte Initiativen oder Start-Ups können neue Impulse liefern und bedürfen einer gesonderten Unterstützung. Eine am Gemeinwohl ausgerichtete Innenstadtentwicklung erfordert Mut zum Experiment und schafft zusätzlichen Raum für Ideen. Während der Corona-Pandemie konnte beispielsweise frei zugänglicher öffentlicher Raum in kreativer Weise dazu genutzt werden, das Leben nach draußen zu verlagern. So haben Kulturschaffende mit Unterstützung der Kommunen neue Plätze im öffentlichen Raum für Kunst und Kultur erschlossen, um trotz coronabedingter Einschränkungen ein Kulturangebot bereitzuhalten.⁶²

Die reduzierten Flächenbedarfe im Einzelhandel bieten zudem Raum für neue Nutzungen. Bereits heute kehren wieder verstärkt Warensortimente in die Innenstadt zurück, die in der Vergangenheit aufgrund der hohen Preise in Nebenlagen und Fachmarktzentren gedrängt wurden (z.B. Drogerie, Gesundheit & Beauty, Möbel, Hobby & Freizeit und Gastronomie). Zudem werden in den Innenstadtlagen neue flächensparende Geschäftskonzepte erprobt. Die Innenstädte sind somit als „Labor zum Experimentieren“ sehr begehrt. Hierzu zählen beispielsweise Planungsbüros oder Showrooms.⁶³ Darüber hinaus können temporäre Nutzungen vorangetrieben werden. So existieren Geschäftsmodelle, welche explizit auf kurzfristige Nutzungen von wenigen Wochen bis hin zu verschiedenen Nutzungen im Tagesverlauf abzielen (z.B. die Kombination von Buchladen, Café und Veranstaltungsort oder die Nutzung eines bestehenden Restaurants tagsüber als Frühstücksbistro mit Co-Working-Spaces).⁶⁴ Der damit neu zusammengesetzte Nutzungsmix bietet großes Potenzial für die Wiederbelebung der Innenstädte.

// Innovative Retail-Konzepte und Trends

Der Einzelhandel muss zukünftig verstärkt auf neue Ideen setzen. Dabei sollten der Trend zu kleineren Ladenlokalen und breiter aufgestellte Vertriebskonzepte (Omnichanneling), die auch den

⁶¹ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

⁶² Deutscher Städtetag: Zukunft der Innenstadt. Februar 2021.

⁶³ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 232

⁶⁴ Deutscher Städtetag: Zukunft der Innenstadt. Februar 2021.

Onlinehandel und Showrooms sowie Events umfasst werden.⁶⁵ Ein zentrales Thema im stationären Einzelhandel ist die Schaffung von Erlebnissen, durch die zusätzliche Frequenzen entstehen. So gelingt es Dior in Paris beispielsweise, Kunden nicht nur ins Erdgeschoss zu locken, sondern diese gleich über zwei Stockwerke von ihren Produkten zu überzeugen (u.a. durch zwei Bars innerhalb des Stores). Die Kommunikation mit der Kundschaft und das glaubhafte Erzählen einer „Story“ sind wichtiger denn je.⁶⁶

Ein weiteres Beispiel für die Schaffung von Erlebnissen im Store und den Aufbau einer (Online-) Community ist der Trend zur Eröffnung von Autoshowrooms in europäischen Innenstädten in stark frequentierten Lagen. Asiatische Hersteller von Elektroautos wie z.B. Nio oder Lynk & Co. nutzen diese Ladenlokale für ihren Markteintritt in Europa. In Oslo wurde 2021 das erste Nio House im Stadtzentrum eröffnet. Die Flächen bieten Raum für Events, Co-Working, Filmvorführungen, Kinderspielbereiche, ein Nio Café und einen Shop für Accessoires.⁶⁷ Einen ähnlichen Community-basierten Weg wie Nio geht die Marke Lynk & Co. Der erste deutsche Standort, der sich nicht Showroom, sondern "Lynk & Co Club" nennt, befindet sich in den trendigen Hackeschen Höfen in Berlin. Sie bieten zwar auch Elektro-Fahrzeuge im Laden an, im Vordergrund stehen jedoch die Themen Mobilität und urban Lifestyle. Der Club bietet neben einem Café auch Co-Working-Möglichkeiten sowie Accessoires und E-Bikes an. Im Sinne einer Sharing Economy können dort Eigentümer oder Abonnenten der Fahrzeuge diese auch an Kurznutzer mithilfe einer App „verleihen“. So entwickelt sich rund um die Marke eine Gemeinschaft mit ähnlichen Werten und Lebensgefühl.⁶⁸

// Schaffung von Besucherfrequenzen

Auch wenn sich die Besucherfrequenzen in den Innenstädten von der Corona-Pandemie wieder erholt haben, müssen vielfältige Anlässe geschaffen werden, damit dauerhaft eine ausreichende Nutzungsfrequenz sichergestellt wird, welche bestenfalls Umsatzsteigerungen nach sich zieht.⁶⁹ Den Befragungsergebnissen des EHI Retail Instituts aus dem Jahr 2022 zufolge sind beispielsweise die Förderung verkaufsoffener Sonntage und die Organisation regelmäßiger Events in der Stadt weit verbreitete Maßnahmen unter den Kommunen. Nahezu alle Kommunen arbeiten zudem an der Kooperation und dem Austausch zwischen der Stadtverwaltung, dem Einzelhandel und regionalen Akteuren. Rund zwei Drittel der Kommunen haben oder planen eine Kommunikationsplattform, um den Einzelhandel in der Innenstadt zu stützen. Ebenso arbeiten so gut wie alle Kommunen daran, die Attraktivität ihrer Innenstadt zu erhöhen und investieren über die reine Instandhaltung hinaus in bauliche oder infrastrukturelle Maßnahmen.⁷⁰

// Schaffung attraktiver Kommunikationsorte und Treffpunkte

Bei der konkreten Erarbeitung einer (Innen-)Stadtentwicklungsstrategie wird immer wieder deutlich, dass Bürger sich verstärkt „Dritte Orte“ als Begegnungsstätten und Kommunikationsorte wünschen, an denen der Konsum bzw. Verzehr nicht verpflichtend ist. Derartige für alle Zielgruppen frei zugängliche Aufenthalts- und Kommunikationsmöglichkeiten können an vorhandene Einrichtungen angedockt bzw. durch Bündelung verschiedener Angebote geschaffen werden. Chancen ergeben sich beispielsweise durch Ansiedlung von multifunktionalen Einrichtungen des Gemeinwesens mit Unterstützung durch die Privatwirtschaft. Hierzu können sowohl frei werdende großflächige

⁶⁵ Jones Lang LaSalle: Wie sieht die Zukunft der Innenstädte aus? Artikel vom 14. Oktober 2021

⁶⁶ BNP Paribas Real Estate: Aus Erlebnissen entstehen Frequenzen – Neue Retail-Konzepte und Trends. Podcast vom 12. Juni 2023

⁶⁷ <https://www.linkedin.com/pulse/autoshowrooms-den-innenst%25C3%25A4den-eine-betrachtung-aus-dressen-mrics/>, abgerufen am 27. Juni 2023

⁶⁸ ebd.

⁶⁹ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 236

⁷⁰ EHI-Whitepaper: Aktuelle Entwicklung des Einzelhandels aus der Sicht der Städte und Gemeinden. April 2022

Einzelhandelsimmobilien oder auch frei werdende Erdgeschossflächen genutzt werden. Es bieten sich beispielsweise Bibliotheken, Bildungseinrichtungen, Co-Working-Konzepte, Betreuungseinrichtungen für verschiedene Zielgruppen oder durch Vereine betriebene gastronomische Angebote an. Ankernutzungen können aber auch Einrichtungen der Stadtverwaltung sein (z.B. Bürgerzentren, Beratungsstellen oder Tourismusbüros). Nicht zuletzt tragen auch Maßnahmen im Zuge der Mobilitätswende (siehe unten) zur Schaffung von Begegnungsstätten im öffentlichen Raum bei (z.B. flexibel nutzbares Stadtmobiliar sowie Sport- und Veranstaltungsflächen).⁷¹ Durch die Umwandlung von Verkehrs- zu Shared-Space-Flächen kann das Wohnumfeld deutlich verbessert werden. So können beispielsweise neue Fußgängerwege und Plätze entstehen, welche die Attraktivität und Aufenthaltsqualität spürbar erhöhen und sich positiv auf den Einzelhandel auswirken.⁷²

// **Mobilitätswende**

Einen weiteren Beitrag zur Revitalisierung der Innenstädte leistet die Mobilitätswende, die seitens der Einzelhändler nicht mehr grundsätzlich als Hemmnis eingestuft wird. Sie kann durch verkehrsartenübergreifende Mobilitätskonzepte gefördert werden. Für rund 63 % der Innenstadtbesucher ist das Auto zwar noch das Hauptverkehrsmittel.⁷³ Es sollten zukünftig jedoch dem Fuß- und Radverkehr sowie dem ÖPNV eine höhere Priorität eingeräumt werden. Zudem sollte die klimagerechte Erreichbarkeit der Innenstädte für Bewohner und Besucher sichergestellt werden.⁷⁴ Durch die Neuordnung öffentlicher Räume können beispielsweise höhere Aufenthaltsqualitäten geschaffen werden und multifunktionale Orte entstehen, die Begegnung, Sport, Bildung und Kultur für viele ermöglichen.⁷⁵ Konkrete Maßnahmen können u.a. eine höhere Taktung und bessere Anbindung, Fahrradwege, Fahrradparkplätze oder Dienstleistungen wie Schließfächer für Einkäufe, Gepäck oder den Fahrradhelm sein. Zudem werden seitens der Händler z.T. bereits Lieferservices für die im Geschäft gekaufte Ware angeboten.⁷⁶ Ein Best Practice Beispiel für die Stärkung des nichtmotorisierten Verkehrs ist ein vollautomatisiertes Fahrradparkhaus am Hauptbahnhof der Stadt Heilbronn. Hier wird das Fahrrad am Eingang des Parkturms abgegeben, automatisch verladen und anschließend per Knopfdruck wieder entladen.⁷⁷

// **Anpassung der Innenstädte an den Klimawandel**

Innenstädte müssen sich zukünftig den veränderten klimatischen Rahmenbedingungen stellen. In diesem Kontext kommt der Optimierung des Gebäudebestandes, der Anpassung der Freiflächen sowie der Infrastruktur im Zuge der kommunalen Wärmeplanung eine wesentliche Rolle zu (siehe hierzu auch Abschnitt „Trends“). Weitere Handlungsfelder sind der Umgang mit Starkregenereignissen (z.B. durch zusätzliche Entwässerungsmöglichkeiten) sowie die Vermeidung von Hitzeinseln (u.a. Verschattung durch zusätzliche Baumpflanzungen). Diese Maßnahmen tragen zugleich zur Steigerung der Aufenthaltsqualität der häufig stark versiegelten Innenstädte bei.⁷⁸

// **Interdisziplinäre Ansätze**

Um den Strukturwandel erfolgreich zu gestalten und Multifunktionalität in den Innenstädten umzusetzen, ist ein aktiver Transformationsprozess unter Einbeziehung aller relevanten Akteure erforderlich. Hierzu müssen eine Vielzahl an Akteuren aus den Bereichen Gewerkschaften und

⁷¹ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 238

⁷² GRR Basic Retail Report 2022, S. 38

⁷³ Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und Handelsverband Deutschland: STANDORTMONITOR Mobilität beim Innenstadtbesuch 2022

⁷⁴ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 237

⁷⁵ GRR Basic Retail Report 2022, S. 41

⁷⁶ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 169

⁷⁷ <https://www.heilbronn.de/umwelt-mobilitaet/mobilitaet/radverkehr/fahrradparkhaus.html>, abgerufen am 22. Juni 2023

⁷⁸ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 239

Wirtschaft (insb. Handel, Immobilienwirtschaft, Gastronomie, Hotellerie, Tourismus), Handwerk und ortsansässige Industrie, Bildungs- und Kultureinrichtungen, Gesundheitsversorger, die Kreativwirtschaft, städtische Akteure (Citymanager, kommunale Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung- und planung sowie das City- und Stadtmarketing) sowie interessierte Bürger integriert werden.⁷⁹

// **Kommunikations- und Kooperationskultur leben**

Zur erfolgreichen Begleitung des Strukturwandels bedarf es einer neuen Kommunikations- und Kooperationskultur. In der Vergangenheit wurde die Akteursbeteiligung häufig als projektverzögernd bewertet. Eine gelebte Kultur der Akteurskooperation kann jedoch zu einem abgestimmten Handeln, Akzeptanz und Identifikation führen.⁸⁰ Wie bereits erwähnt, ist hierfür ein professionelles Transformationsmanagement erforderlich.

Um das Fortbestehen einzelner Einzelhandelsgeschäfte in den Innenstädten zu sichern, sollten auch Mieter und Vermieter langfristig miteinander kooperieren. In diesem Zusammenhang werden beispielsweise die Indexklauseln in Mietverträgen kontrovers diskutiert. Sie sind einerseits für die Wertsicherung von Immobilien wichtig, andererseits kann eine flächendeckende umfassende Erhöhung der Mieten im aktuellen Marktumfeld auch kontraproduktiv sein, da erhöhte Kosten für Energie, Produktion, Wareneinsatz, Personal und Miete auf Kaufzurückhaltung seitens der Konsumenten stoßen. Damit Mieter nicht in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten, bedarf es partnerschaftlicher Lösungen, wie die lediglich teilweise Realisierung der vertraglich vereinbarten Indexerhöhungen. Bereits während der Pandemie hat sich gezeigt, wie wichtig Kooperation und Partnerschaft zwischen einzelnen Akteuren ist. Der Trend der vergangenen Jahre zu kürzeren und flexibleren Mietverträgen ist eine gute Grundlage, bestehende Indexklauseln zu überprüfen.⁸¹ In diesem Kontext empfiehlt sich jedoch auch die frühzeitige Einbindung und Mitwirkung von Finanzierungspartnern, da diese abweichende Anforderungen an Mindestmieten und fest geplante Indexerhöhungen haben.

Auch Umsatzmieten kommen immer häufiger zum Einsatz und sind ein Indiz dafür, dass die wirtschaftlichen Risiken hin zu den Vermietern verlagert werden.⁸² Sie sind keine neue Erfindung, werden aber zunehmend im Bereich von High Street-Objekten sowie Shopping Centern, in denen Vermieter in einer schwächeren Position sind, vereinbart.⁸³ Herausforderungen dabei sind jedoch, dass sich die Umsatzmieten anhand von Verkaufsflächen bemessen, die sich zukünftig in immer kürzeren Zyklen als bisher an den Markt anpassen werden. Zudem ist die Verteilung der Umsätze aus dem Onlinehandel auf die einzelnen Filialen schwierig.⁸⁴ Nicht zuletzt gilt auch hier zu bedenken, dass Immobilienfinanzierer gerade angesichts der herausfordernden Marktsituation nur selten zu Zugeständnissen wie Umsatzmieten bereit sein dürften. Diese sind jedoch eine Voraussetzung für marktgerechte und freie Gestaltungsmöglichkeiten zwischen Mieter und Vermieter.

⁷⁹ Deutscher Städtetag: Zukunft der Innenstadt. Februar 2021.

⁸⁰ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

⁸¹ ebd.

⁸² Haufe Online Redaktion: Einzelhandel: Höchstmieten in 1A-Lagen steigen kaum noch. 28. März 2018

⁸³ <https://www.patrizia.ag/de/news-detail/retail-finding-a-different-mix-of-assets-to-drive-returns/>, abgerufen am 27. Juni 2023

⁸⁴ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023

Nachnutzung von Warenhäusern und großflächigem Einzelhandel

Herausforderungen, aber auch Chancen durch freiwerdenden großflächigen Einzelhandel

Das herausfordernde Marktumfeld hat im Einzelhandel zu Filialschließungen, Geschäftsaufgaben und hohen Leerständen geführt. Auch im vergangenen Jahr sind die Leerstandsquoten in den deutschen Städten leicht angestiegen und weitere Insolvenzen wurden bekannt (siehe Abschnitt „Aktuelle Marktlage“). Vor allem die erneute Insolvenz des Warenhauskonzerns Galeria, die mit zahlreichen Standortschließungen verbunden ist, wirkt sich auf die Innenstädte aus. Galeria hat in den vergangenen fünf Jahren 25 Häuser geschlossen. Heute werden noch 129 Filialen betrieben. Nach 19 Schließungen Ende Juni dieses Jahres werden nach aktuellem Stand im Januar 2024 noch einmal 20 Filialen geschlossen. Dadurch werden große Einzelhandelsflächen in meist sehr zentralen Lagen frei. Die übrigen 90 Häuser sollen zunächst weitergeführt und modernisiert werden.⁸⁵ Dies verdeutlicht, dass sich die Innenstädte städtebaulich und funktional neu sortieren und neue Anlaufstellen und Bezugspunkte entwickeln müssen⁸⁶ (siehe auch Abschnitt „Folgen und Lösungsansätze“). Um negative Folgewirkungen für die Innenstädte zu vermeiden, sind schnellstmöglich Nutzungsalternativen zu finden. Hierbei sind kreative Lösungen gefragt, welche über zeitlich begrenzte Zwischenlösungen hinausreichen.⁸⁷

Eine Analyse von bulwiengesa auf der Basis von RIWIS-Daten zeigt, dass die Galeria Schließungen die Städte in unterschiedlichem Ausmaß treffen. Während einige Städte die Filialschließung vergleichsweise gut verkraften, ringen andere sehr um ein tragfähiges Nachnutzungskonzept. Entscheidend ist dabei u.a., wie viel innerstädtische Verkaufsfläche in Relation zur gesamten dortigen Verkaufsfläche wegfallen könnte. Gegenwärtig nimmt die Verkaufsfläche von Galeria zwischen 6 % und 37 % der gesamten innerstädtischen Verkaufsfläche in den untersuchten Städten ein. So würde beispielsweise in der Stadt Heidelberg im Worst-Case Szenario durch die Schließung der beiden Warenhäuser 37 % der innerstädtischen Verkaufsfläche wegfallen. Es soll jedoch eine Filiale erhalten bleiben. Bei der Interpretation der Daten gilt zudem zu beachten, dass in der Stadt Heidelberg viel Tourismus, ein insgesamt attraktiver Einzelhandelsbesatz und hohe Mietpreise zu geringeren Folgewirkungen führen würden. Die Herausforderungen in Städten wie Celle (31 %), oder Goslar (29 %) sind hier deutlich höher.⁸⁸

Eine kostengünstige und flexible Nachnutzung von Warenhausimmobilien ist aufgrund ihrer Kubatur und Substanz oft schwierig. Sie sind meist für einen bestimmten einzelhandelswirtschaftlichen Nutzen geplant und errichtet worden.⁸⁹ Ein Umbau geht oftmals mit genauso hohen Kosten einher wie ein Neubau. Ein Umbau ist jedoch aus Gründen der Nachhaltigkeit sinnvoller, da er u.a. weniger Abbruch erzeugt. Er kann jedoch auch zu unvorhergesehenen Widrigkeiten führen, welche es beim Neubau nicht gibt. Eine weitere Herausforderung sind zudem die in zentralen Innenstadtlagen geltenden strikten planungsrechtlichen Vorgaben, so dass zunächst bauplanungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Genehmigungen erforderlich sind. Diese gestalten sich insbesondere bei Mixed-Use-Immobilien als

⁸⁵ bulwiengesa: Galeria Schließungen sind nicht für alle Innenstädte schädlich. Artikel vom 26. Juni 2023

⁸⁶ bulwiengesa: Wenn Karstadt und Kaufhof schließen... Artikel vom 7. September 2021

⁸⁷ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 231

⁸⁸ bulwiengesa: Galeria Schließungen sind nicht für alle Innenstädte schädlich. Artikel vom 26. Juni 2023

⁸⁹ PwC: Die Zukunft der Warenhaus-Immobilien. Eine PwC-Studie zu aktuellen Nachnutzungskonzepten. August 2020.

schwierig (z.B. die Implementierung von Wohnnutzungen in Kerngebieten). Hier bedarf es einer Anpassung und Flexibilisierung des Baurechts.⁹⁰

Mit den Schließungswellen gehen jedoch auch Chancen einher, da nun überwiegend Standorte in 1A-Innenstadtlagen an den Markt kommen. Hierdurch bieten sich vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten für den Städtebau und die Immobilienwirtschaft. Auch für erdgeschossige Handelsnutzungen bleiben diese Objekte gefragt. Es gewinnen bei der Nachnutzung jedoch zunehmend auch andere Nutzungsarten wie Büro, Hotel und Gastronomie an Bedeutung. Zudem setzen sich Kommunalverwaltungen und Politik immer häufiger auch mit der Frage auseinander, inwieweit Wohnen (z.B. in Form von Mikroapartments, Seniorenwohnen oder Wohnraum für Familien) als Nutzungsoption in Frage kommt. Warenhausimmobilien können somit einen wesentlichen Beitrag zum Aufbrechen monofunktionaler Innenstädte leisten, indem sie einen spannenden Mikrokosmos in einer durchmischten Innenstadt abbilden. Erfolgreiche Nachnutzungskonzepte leisten nicht zuletzt auch einen positiven Beitrag für den übrigen innerstädtischen Einzelhandel.⁹¹

Erfahrungen bei der bisherigen Nachnutzung

Angesichts der nach wie vor steigenden Anzahl an Kaufhaus-Schließungen wird im Folgenden der Frage nachgegangen, wie sich leerstehende Warenhäuser sinnvoll nachnutzen lassen. PwC hat im Rahmen einer Studie die Nachnutzung ehemaliger Warenhäuser untersucht.⁹² Dabei wurden zwischen 2009 und 2020 52 geschlossene deutsche Kaufhäuser in Bezug auf ihre heutige Nutzung analysiert. Der Großteil der Objekte (80 %) wurde abgerissen oder umgebaut. Dies zeigt, dass die meisten Warenhäuser vom Konzept und ihrer Bausubstanz her nicht mehr als zeitgemäß angesehen werden, da sie keine Grundlage für moderne, flexible Flächenlösungen bieten. Zwei Formen der Nachnutzung kamen hingegen besonders häufig vor:

- // **Solitäre Einzelhandelskonzepte:** Aufgrund der guten Lage in der Innenstadt ist es naheliegend, eine ehemalige Warenhausimmobilie als Einzelhandelsimmobilie zu nutzen. Als erfolgsversprechend werden neuere Vertriebsarten wie SB-Warenhäuser (z.B. Kaufland, Real), Lebensmittelmärkte, Filialbetriebe oder neugebaute Shopping Center angesehen. Dabei gilt zu bedenken, dass neue Mieter hohe Ansprüche an die Immobilie haben (wie z.B. Raumhöhe, Klimatisierung, sonstige technische Ausstattung).
- // **Mixed-Use-Konzepte:** Angesichts ihrer Größe lassen sich ehemalige Warenhäuser besonders gut als Mixed-Use-Objekte nutzen. Dabei ist im Erdgeschoss klassischerweise eine Einzelhandelsnutzung vorgesehen und in den Obergeschossen eine handelsfremde Nutzung durch publikumsorientierte Dienstleistungsangebote (z.B. Büros, Praxen, Fitnessstudios, Gastronomiebetriebe). Durch die Mischung verschiedener Nutzungsformen können sich Kopplungseffekte ergeben, d.h. Kunden nehmen vor Ort zusätzliche Dienstleistungsangebote in Anspruch. Darüber hinaus ist auch die wohnwirtschaftliche Nutzung ein denkbarer Baustein bei einem solchen Konzept. Der Umbau einer Warehausimmobilie in ein Mixed-Use Konzept ist technisch anspruchsvoll, aber vielversprechend (siehe Abschnitt „Bedeutungsgewinn von Mixed-Use-Immobilien“).

49 % der untersuchten Warenhäuser wurden als Mixed-Use Immobilien nachgenutzt, 47 % als reine Einzelhandelsnutzung und 4 % der Objekte standen zum Analysezeitpunkt leer. Bei differenzierter

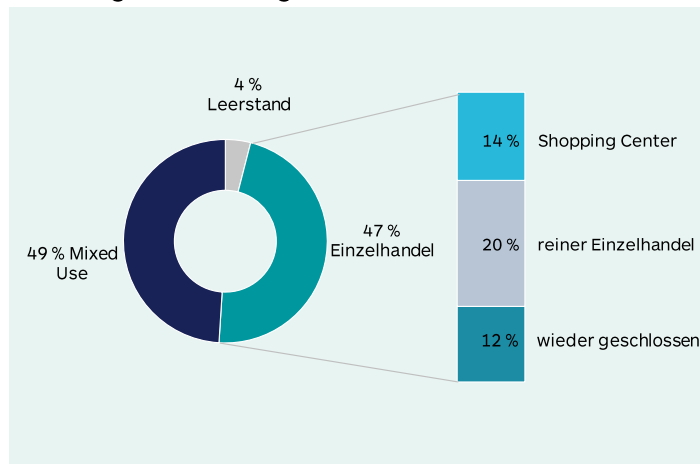
⁹⁰ bulwiengesa: Die große Transformation - welche Nutzungen machen Handelsimmobilien resilienter? Artikel vom 23. Februar 2021

⁹¹ bulwiengesa: Wenn Karstadt und Kaufhof schließen... Artikel vom 7. September 2021

⁹² PwC: Die Zukunft der Warenhaus-Immobilien. Eine PwC-Studie zu aktuellen Nachnutzungskonzepten. August 2020.

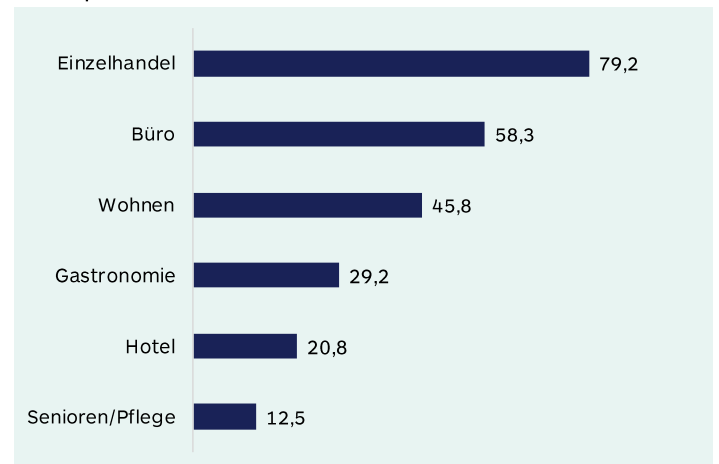
Betrachtung der reinen Einzelhandelsnutzungen zeigt sich, dass ein Drittel der Objekte in einer anderen Immobilienklasse, d.h. Shopping Center, wiedereröffnet wurden.⁹³ Diese konnten sich seither am Markt behaupten. Von den übrigen 16 Immobilien, die als reine Einzelhandelsnutzungen geführt wurden, sind sechs wieder geschlossen worden. Bei den Mixed-Use-Objekten zeichnete sich hingegen eine deutlich günstigere Entwicklung ab. Kein einziges Objekt musste seither schließen. In rd. 60 % der betrachteten Immobilien kam es zu einer Kombination von zwei bis drei verschiedenen Nutzungsarten. Zu den Top-Nutzungsarten zählten Einzelhandel (79 %), Büro (58 %) und Wohnen (46 %). Nicht zuletzt finden sich auch gastronomische Betriebe, Hotels sowie ein geringer Anteil an Pflegeplätzen in den Mixed-Use-Konzepten wieder, welche die klassischen Nutzungsarten in einigen Regionen sinnvoll ergänzen können. Diese Ergebnisse untermauern, dass sich reine Einzelhandelskonzepte in den Großstädten auf dem Rückzug befinden, während diversifizierte Nutzungskonzepte den größten Erfolg in den Innenstädten aufweisen.

Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien:
Verteilung nach Nutzungsarten



Quelle: PwC, NORD/LB Sector Strategy

Relative Häufigkeit der Nutzungsarten in einem Mixed-Use-Konzept (in %)



Quelle: PwC, NORD/LB Sector Strategy

Für die Nachnutzung von Warenhäusern gibt es kein Patentrezept. Bei der Suche nach geeigneten Nachnutzungsmöglichkeiten müssen die Gegebenheiten des Makro- und Mikrostandorts ebenso mit einbezogen werden wie das lokale Marktgefüge, die gewünschte Positionierung oder mögliche Nachbarschaftskonflikte. Selbst innerhalb einer Assetklasse müssen Nutzungsmöglichkeiten genau geprüft werden. Während ein Budget-Hotel beispielsweise eine gute Ergänzung im Nutzungsmix darstellen kann, kann ein Upscale-Hotel zwar positiv auf Wohnnutzungen abstrahlen, sich aber nicht mit einem Micro-Logistik-Hub vertragen.⁹⁴

Es gibt inzwischen viele gute Beispiele für die kreative Nachnutzung von ehemaligen Warenhausimmobilien. Ein gelungenes Beispiel für eine bereits abgeschlossene Umnutzung einer Warenhausimmobilie ist der Umbau der ehemaligen Hertie-Filiale in der Mittelstadt Lünen. Hier wurde die Fläche durch einen rd. 5.000 m² großen Teilabriss verkleinert. Anschließend wurde eine Mixed-Use-Immobilie geschaffen, welche neben 20 barrierefreien Mietwohnungen, einem Sportfachgeschäft und zwei Gastronomiebetrieben auch ein Bankinstitut sowie zwei Arztpraxen unter einem Dach vereint. Die

⁹³ PwC: Die Zukunft der Warenhaus-Immobilien. Eine PwC-Studie zu aktuellen Nachnutzungskonzepten. August 2020.

⁹⁴ bulwiengesa: Die große Transformation - welche Nutzungen machen Handelsimmobilien resilienter? Artikel vom 23. Februar 2021

Umbauarbeiten begannen 2014. Drei Jahre später wurde die Fertigstellung mit einem „Stadtumbaufest“ gefeiert.⁹⁵

In Berlin-Neukölln entsteht gegenwärtig mit dem Projekt „KALLE“ in einem ehemaligen Warenhaus ein neuer Kreativkosmos. Von der 40.000 m² großen Gesamtfläche entfallen zukünftig 4.000 m² auf einen Dachgarten, 26.000 m² auf Büros sowie 4.000 m² auf Retail. Darüber hinaus entsteht eine 6.000 m² große Halle für Gastronomie, Events und einen Indoor-Foodmarket. Baubeginn war im Jahr 2019, ab 2024 kann der Erstbezug erfolgen.⁹⁶

Ein Beispiel für eine innovative Zwischennutzung eines leerstehenden Kaufhauses des Galeria Konzerns ist derzeit in der Stadt Hannover zu finden. Hier ist im Juni 2023 im Erdgeschoss des Gebäudes unter dem Projektnamen „aufhof“ ein Forum für Stadtentwicklung und Baukultur, für innovative und greifbare Wissenschaft und für einen kreativen Umgang mit den zukünftigen Herausforderungen der Stadt entstanden. Die Stadtverwaltung präsentiert hier u.a. ihr neues, Ende September 2022 beschlossenes Konzept für die Entwicklung hin zu einer klimaneutralen, resilienten Innenstadt im Jahre 2035.⁹⁷ Zudem werden verschiedene Veranstaltungs- und Beteiligungsformate erprobt. Ein Teil der Fläche wird mit Kunst, Kultur und eSports bespielt. Ab 2024 plant der Eigentümer der Immobilie (Signa Real Estate) an der Stelle ein gemischt genutztes, nachhaltiges Gebäudeensemble. Durch Gastronomie, inhabergeführten Fachhandel, Flächen für erlebbare Manufakturen lokaler Marken und Shops junger, innovativer Händler soll das gesamte Quartier belebt werden. Zudem werden dort Büroflächen und Wohnungen sowie Künstlerateliers und Ausstellungsräume vorzufinden sein. Das Dach soll begrünt und anschließend öffentlich zugänglich sein. Nach dem Abriss des Kaufhauses sollen Teile der verbauten Materialien und Elemente nach Möglichkeit in den neuen Gebäuden Wiederverwendung finden.⁹⁸

Fazit und Ausblick

Die deutschen Innenstädte und ihre Einzelhandelslandschaft unterliegen seit jeher einem kontinuierlichen Wandel. Die fortschreitende Digitalisierung sowie die Corona-Pandemie haben den Strukturwandel im Einzelhandel noch einmal beschleunigt. Zuletzt haben die Energiekrise, die hohe Inflation sowie der damit einhergehende Kaufkraftverlust den Veränderungsdruck verstärkt und stellen die Innenstädte vor große Herausforderungen. Diese Belastungsfaktoren dürften mit der nachlassenden Inflation und höheren Tarifabschlüssen geringer werden, jedoch hinterlassen die strukturellen Veränderungen tiefgreifende Spuren in den Innenstädten. Der Einzelhandel leidet erheblich. In der Folge kommt es zu Filienschließungen, Insolvenzen und Preissteigerungen im Bereich des Dienstleistungsangebots sowie des Einzelhandels bei gleichzeitigen zinsbedingten Wertkorrekturen von Einzelhandelsimmobilien. Es ist insgesamt mit einem weiteren Nachfragerückgang nach Einzelhandelsflächen zu rechnen, wobei zentrale und attraktive Flächen mit einer hohen Passantenfrequenz und ESG-Konformität im Fokus stehen.

Für die Zukunftsfähigkeit einer Immobilie ist es wichtiger denn je, die aktuellen Trends des Einzelhandels im Blick zu haben wie die Verschmelzung von Online- und Stationärhandel im Rahmen

⁹⁵ <https://www.luenen.de/aktuelles/detailansicht/stadimpulse-auszeichnung-hertie>, abgerufen am 13. Juni 2023

⁹⁶ <https://www.kalle-neukoelln.com/>, abgerufen am 12. Juli 2023

⁹⁷ Das detaillierte Innenstadtkonzept der Stadt Hannover kann hier heruntergeladen werden: <https://www.hannover.de/Service/Presse-Medien/Landeshauptstadt-Hannover/Meldungsarchiv-f%C3%BCr-das-Jahr-2022/Eine-Br%C3%BCcke-in-die-Zukunft-Innenstadtkonzept-liegt-vor>

⁹⁸ <https://www.hannover.de/Service/Presse-Medien/Landeshauptstadt-Hannover/Aktuelle-Meldungen-und-Veranstaltungen/Zwischennutzung-des-ehemaligen-Kaufhof-Geb%C3%A4udes-ab-Juni>, abgerufen am 13. Juli 2023

der Digitalisierung, die veränderten Kundenansprüche, die wachsende Bedeutung von ESG sowie das Arbeiten im Homeoffice verbunden mit niedrigeren Einzelhandelsumsätzen rund um die Bürostandorte und höheren Umsätzen in Wohnbezirken. In diesem Gesamtkontext sollte auch die Flexibilisierung bzw. Ausweitung der aktuellen Ladenöffnungszeiten überdacht werden, um eine breitere Kundengruppe anzusprechen und sich gegenüber dem Onlinehandel besser behaupten zu können.

Pauschale Lösungsansätze, um dem Aussterben der Stadtzentren entgegenzuwirken und den innerstädtischen Einzelhandel nachhaltig zu retten, gibt es nicht. Es müssen vielmehr geeignete Strategien bzw. Konzepte erarbeitet werden, die sich an der spezifischen Situation des jeweiligen Standortes orientieren. Als wesentliches Leitbild einer nachhaltigen, gemeinwohlorientierten Stadt hat sich das Thema der Nutzungsmischung etabliert. Anders als krisenanfällige Monostrukturen kann eine vielfältige Nutzungsmischung Stadträume beleben und stabilisieren. Gefragt ist zukünftig ein Mix aus Wohnen, Bildung, Gewerbe, öffentlichen Infrastrukturen, Dienstleistungen, Handwerk, Produktion, Co-Working sowie Freizeit- und Gesundheitseinrichtungen. Einzelmaßnahmen innerhalb einer Assetklasse sind somit wenig zielführend. Es bedarf eines assetklassenübergreifenden Ansatzes, welcher auch grundstücks- und objektübergreifende Planungen ermöglicht. Neben der multifunktionalen Ausrichtung der Innenstädte stellt auch die Schaffung von Raum für Ideen und Experimente einen Ansatz zur Wiederbelebung der Innenstädte dar. Während der Corona-Pandemie wurden im öffentlichen Raum beispielsweise neue Plätze für Kunst- und Kultur-Projekte geschaffen. Zudem können neue flächensparende Geschäftsmodelle, die auf temporären Nutzungen basieren (z.B. die Nutzung eines bestehenden Restaurants tagsüber als Frühstücksbistro mit Co-Working-Spaces), erprobt werden. Darüber hinaus muss zukünftig verstärkt auf neue Retailkonzepte und Trends gesetzt werden. So können durch das Schaffen von Erlebnissen und den Aufbau einer Community zusätzliche Frequenzen entstehen (z.B. Integration von zwei Bars in den Dior Shop von Paris, die Eröffnung von Showrooms seitens asiatischer Hersteller von Elektroautos). Weitere Hebel zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels sind die Schaffung von Besucherfrequenzen (z.B. durch Events, verkaufsoffene Sonntage) sowie attraktiver Kommunikationsorte und Treffpunkte an denen der Konsum bzw. Verzehr nicht verpflichtend ist (z.B. flexibel nutzbares Stadtmobiliar sowie Sport- und Veranstaltungsflächen). Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in den Innenstädten können einerseits eine erfolgreiche Mobilitätswende und andererseits Maßnahmen im Kontext der Anpassung der Städte an den Klimawandel (z.B. Vermeidung von Hitzeinseln u.a. durch zusätzliche Baumpflanzungen) beitragen. Um den Strukturwandel erfolgreich zu gestalten und Multifunktionalität in den Innenstädten umzusetzen, ist letztlich ein aktiver Transformationsprozess erforderlich, welcher alle relevanten Akteure aus den Bereichen Gewerkschaften und Wirtschaft (insb. Handel, Immobilienwirtschaft, Gastronomie, Hotellerie, Tourismus), Handwerk und ortsansässige Industrie, Bildungs- und Kultureinrichtungen, Gesundheitsversorger, die Kreativwirtschaft, kommunale Akteure sowie interessierte Bürger integriert. In diesem Kontext ist eine neue Kommunikations- und Kooperationskultur unerlässlich, welche idealerweise durch ein professionelles Transformationsmanagement initiiert und begleitet wird.

Um den Strukturwandel in den Innenstädten zu bewältigen, bedarf es eines breiten Instrumentenmixes. Neben den Soforthilfen, welche im Zuge der Corona-Pandemie und zur Abfederung der Preissteigerungen im Kontext der Energiekrise zum Einsatz kamen, sind auch mittel- und langfristige ausgerichtete Förderprogramme erforderlich, um den multiplen Herausforderungen zu begegnen. Es existieren bereits mehrere fachspezifische Förderprogramme auf Bundes- und Länderebene (z.B. „Bundesprogramm Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“) sowie Instrumente der Städtebauförderung (z.B. Programmkulisse „Lebendige Zentren“), die sich gegenseitig ergänzen sollten. Die Förderprogramme sind zudem mit ausreichenden Finanzmitteln auszustatten, da die finanziellen und personellen Ressourcen in den Kommunen begrenzt sind und die teilweise geforderten Eigenanteile nicht geleistet werden können. Um diese fehlenden Eigenanteile zu ersetzen, können auch die Möglichkeiten der Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Akteuren durch eine Öffnung der

Städtebauförderung für private Ko-Finanzierungen von Stadtentwicklungsmaßnahmen ausgeschöpft werden.⁹⁹

Eine besondere Herausforderung stellen vor diesem Hintergrund auch frei werdende Warenhäuser bzw. der Leerstand von großen Einzelhandelsflächen dar. Diese nehmen oft einen nicht unerheblichen Anteil an der gesamten innerstädtischen Einzelhandelsfläche ein. Um negative Folgewirkungen für die Städte zu vermeiden, sind kreative Nutzungsalternativen gefragt. Wesentliche Herausforderungen bei der Nachnutzung liegen u.a. in der Größe und Bausubstanz von Warenhausimmobilien, welche eine kostengünstige und flexible Nachnutzung erschweren. Hinzu kommen strikte planungsrechtliche Vorgaben in den Innenstadtlagen. Die Schließung von Warenhäusern bietet jedoch auch Chancen. Erfolgreiche Nachnutzungskonzepte können maßgeblich dazu beitragen, monofunktionale Strukturen in den Städten aufzubrechen, in dem sie einen spannenden Nutzungsmix bereithalten. Erfahrungen bei der Nachnutzung haben gezeigt, dass das Erdgeschoss aufgrund der innerstädtischen Lage weiterhin für eine Einzelhandelsnutzung prädestiniert ist. Dabei hat sich vor allem ihre Integration in ein Mixed-Use-Konzept als nachhaltig bewährt. Dieses gilt als das vielversprechendste Konzept für die Nachnutzung einer Warenhausimmobilie. Letztlich gibt es für die Nachnutzung kein Patentrezept. Es müssen vielmehr die individuellen Gegebenheiten des Makro- und Mikrostandortes berücksichtigt und mögliche Nachbarschaftskonflikte vermieden werden. Die Nachfrage nach gemischt genutzten Immobilien dürfte in Zukunft weiter steigen, da diese Assetklasse in sich diversifiziert und langfristiger vermietbar ist. Es gibt inzwischen viele gelungene Beispiele für die kreative Zwischen- oder Nachnutzung von ehemaligen Warenhausimmobilien, wie die dargestellten Projekte „aufhof“ (im leerstehenden Kaufhaus des Galeria Konzerns in der Stadt Hannover), der in Berlin-Neukölln entstehende Kreativkosmos „KALLE“ oder der Umbau der ehemaligen Hertie-Filiale in der Mittelstadt Lünen zeigen.

Diese Beispiele untermauern, dass es für die Handelsimmobilie der Zukunft kein Schema-F, sondern nur kreative Individuallösungen gibt. Die Insolvenzwelle im Einzelhandel dürfte noch nicht abgeschlossen sein. Dies kann jedoch auch eine passende Gelegenheit für Neueröffnungen und Neupositionierungen sein, um Freiraum für neue Ideen zu haben und den Erlebnishandel sowie Produktinzenierungen in den Vordergrund zu rücken. Für die Einzelhändler wird ein attraktives Omnichannel-Angebot entscheidend sein, um gegenüber dem E-Commerce standzuhalten. Unter den aktuellen Belastungsfaktoren bleibt allerdings die grundsätzliche Finanzierung der verschiedenen Gestaltungsideen herausfordernd. Eins ist aber sicher: Ohne erfolgreichen Einzelhandel haben die Stadtzentren wenig Hoffnung auf ein nachhaltiges Überleben.

⁹⁹ Zentraler Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA): Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2023, S. 240 ff.

Anhang

Ansprechpartner in der NORD/LB



Dr. Martina Noß
Leiterin Research/Volkswirtschaft
+49 511 361 - 2008
+49 172 512 2742
martina.noss@nordlb.de



Claudia Drangmeister
Sector Research Real Estate
+49 511 361 - 6564
+49 172 451 6503
claudia.drangmeister@nordlb.de



Julia Müller-Siekmann
Sector Research Real Estate
+49 511 361 - 5375
+49 174 189 7790
julia.mueller-siekmann@nordlb.de

Weitere Ansprechpartner der Deutsche Hypo – NORD/LB Real Estate Finance:

Die Deutsche Hypo – NORD/LB Real Estate Finance – ist das Kompetenzzentrum der NORD/LB für die Finanzierung gewerblicher Immobilien. Die Einheit ist in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Benelux, Spanien, Polen und Österreich geschäftlich aktiv und hat ihren Hauptsitz in Hannover. Zudem ist sie in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München sowie in Amsterdam, London, Madrid, Paris und Warschau präsent. Die NORD/LB zählt zu den großen deutschen Immobilienfinanzierern. Weitere Informationen unter www.deutsche-hypo.de

Ingo Martin

Bankdirektor

Leiter Real Estate Finance

Origination

+49 511 361-2217

+49 172 140 2847

ingo.martin@deutsche-hypo.de

José Luis Calderón Martínez

Leiter Zentralakquisition, Leiter Geschäftsstelle Berlin und

Leiter Geschäftsstelle Hannover/Verbundgeschäft

+49 511 361 - 6701

+49 173 236 5065

jose.calderon@deutsche-hypo.de

Detlev Grote

Real Estate Finance

+49 511 361 - 9140

+49 157 853 29477

detlev.grote@deutsche-hypo.de

Stefan Treptow

Real Estate Finance

+49 511 361 - 9164

+49 157 855 00735

stefan.treptow@deutsche-hypo.de

Nicole Bölscher

Leiterin Bewertungsmanagement

+49 511 361- 8790

+49 174 319 1927

nicole.boelscher@nordlb.de

Wichtige rechtliche Rahmenbedingungen

Dieses Informationsschreiben (nachfolgend als „Information“ bezeichnet) ist von der **NORDDEUTSCHEN LANDESBANK GIROZENTRALE („NORD/LB“)** erstellt worden. Die für die NORD/LB zuständigen Aufsichtsbehörden sind die Europäische Zentralbank („EZB“), Sonnemannstraße 20, D-60314 Frankfurt am Main, und die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („BaFin“), Graurheindorfer Str. 108, D-53117 Bonn und Marie-Curie-Str. 24-28, D-60439 Frankfurt am Main. Sofern Ihnen diese Information durch Ihre Sparkasse überreicht worden ist, unterliegt auch diese Sparkasse der Aufsicht der BaFin und ggf. auch der EZB. Eine Überprüfung oder Billigung dieser Präsentation oder der hierin beschriebenen Produkte oder Dienstleistungen durch die zuständige Aufsichtsbehörde ist grundsätzlich nicht erfolgt.

Diese Information richtet sich ausschließlich an Empfänger in Deutschland (nachfolgend als „relevante Personen“ oder „Empfänger“ bezeichnet). Die Inhalte dieser Information werden den Empfängern auf streng vertraulicher Basis gewährt und die Empfänger erklären mit der Entgegennahme dieser Information ihr Einverständnis, diese nicht ohne die vorherige schriftliche Zustimmung der NORD/LB an Dritte weiterzugeben, zu kopieren und/oder zu reproduzieren. Andere Personen als die relevanten Personen dürfen nicht auf die Angaben in dieser Information vertrauen. Insbesondere darf weder diese Information noch eine Kopie hiervon nach Japan oder in die Vereinigten Staaten von Amerika oder in ihre Territorien oder Besitztümer gebracht oder übertragen oder an Mitarbeitende oder an verbundene Gesellschaften in diesen Rechtsordnungen ansässiger Empfänger verteilt werden.

Bei dieser Information handelt es sich nicht um eine Anlageempfehlung/Anlagestrategieempfehlung, sondern um eine lediglich Ihrer allgemeinen Information dienende Kundeninformation. Aus diesem Grund ist diese Information nicht unter Berücksichtigung aller besonderen gesetzlichen Anforderungen an die Gewährleistung der Unvoreingenommenheit von Anlageempfehlungen/Anlagestrategieempfehlungen erstellt worden. Ebenso wenig unterliegt diese Information dem Verbot des Handels vor der Veröffentlichung, wie dies für Anlageempfehlungen/Anlagestrategieempfehlungen gilt.

Die hierin enthaltenen Informationen wurden ausschließlich zu Informationszwecken erstellt und werden ausschließlich zu Informationszwecken bereitgestellt. Es ist nicht beabsichtigt, dass diese Information einen Anreiz für Investitionstätigkeiten darstellt. Sie wird für die persönliche Information des Empfängers mit dem ausdrücklichen, durch den Empfänger anerkannten Verständnis bereitgestellt, dass sie kein direktes oder indirektes Angebot, keine Empfehlung, keine Aufforderung zum Kauf, Halten oder Verkauf sowie keine Aufforderung zur Zeichnung oder zum Erwerb von Wertpapieren oder anderen Finanzinstrumenten und keine Maßnahme, durch die Finanzinstrumente angeboten oder verkauft werden könnten, darstellt.

Alle hierin enthaltenen tatsächlichen Angaben, Informationen und getroffenen Aussagen sind Quellen entnommen, die von der NORD/LB für zuverlässig erachtet wurden. Für die Erstellung dieser Information nutzen wir emittentenspezifisch jeweils Finanzdatenanbieter, eigene Schätzungen, Unternehmensangaben und öffentlich zugängliche Medien. Da insoweit allerdings keine neutrale Überprüfung dieser Quellen vorgenommen wird, kann die NORD/LB keine Gewähr oder Verantwortung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der hierin enthaltenen Informationen übernehmen. Die aufgrund dieser Quellen in der vorstehenden Information geäußerten Meinungen und Prognosen stellen unverbindliche Werturteile der Mitarbeitenden der NORD/LB dar. Veränderungen der Prämissen können einen erheblichen Einfluss auf die dargestellten Entwicklungen haben. Weder die NORD/LB, noch ihre Organe oder Mitarbeitende können für die Richtigkeit, Angemessenheit und Vollständigkeit der Informationen oder für einen Renditeverlust, indirekte Schäden, Folge- oder sonstige Schäden, die Personen entstehen, die auf die Informationen, Aussagen oder Meinungen in dieser Information vertrauen (unabhängig davon, ob diese Verluste durch Fahrlässigkeit dieser Personen oder auf andere Weise entstanden sind), die Gewähr, Verantwortung oder Haftung übernehmen.

Frühere Wertentwicklungen sind kein verlässlicher Indikator für künftige Wertentwicklungen. Währungskurse, Kursschwankungen der Finanzinstrumente und ähnliche Faktoren können den Wert, Preis und die Rendite der in dieser Information in Bezug genommenen Finanzinstrumente oder darauf bezogener Instrumente negativ beeinflussen. Im Zusammenhang mit Wertpapieren (Kauf, Verkauf, Verwahrung) fallen Gebühren und Provisionen an, welche die Rendite des Investments mindern. Die Bewertung aufgrund der historischen Wertentwicklung eines Wertpapiers oder Finanzinstruments lässt sich nicht zwingend auf dessen zukünftige Entwicklung übertragen.

Diese Information stellt keine Anlage-, Rechts-, Bilanzierungs- oder Steuerberatung sowie keine Zusicherung dar, dass ein Investment oder eine Strategie für die individuellen Verhältnisse des Empfängers geeignet oder angemessen ist, und kein Teil dieser Information stellt eine persönliche Empfehlung an einen Empfänger der Information dar. Auf die in dieser Information Bezug genommenen Wertpapiere oder sonstigen Finanzinstrumente sind möglicherweise nicht für die persönlichen Anlagestrategien und -ziele, die finanzielle Situation oder individuellen Bedürfnisse des Empfängers geeignet.

Ebenso wenig handelt es sich bei dieser Information im Ganzen oder in Teilen um einen Verkaufs- oder anderweitigen Prospekt. Dementsprechend stellen die in dieser Information enthaltenen Informationen lediglich eine Übersicht dar und dienen nicht als Grundlage einer möglichen Kauf- oder Verkaufsentscheidung eines Investors. Eine vollständige Beschreibung der Einzelheiten von Finanzinstrumenten oder Geschäften, die im Zusammenhang mit dem Gegenstand dieser Information stehen könnten, ist der jeweiligen (Finanzierungs-) Dokumentation zu entnehmen. Soweit es sich bei den in dieser Information dargestellten Finanzinstrumenten um prospektpflichtige eigene Emissionen der NORD/LB handelt, sind allein verbindlich die für das konkrete Finanzinstrument geltenden Anleihebedingungen sowie der jeweilig veröffentlichte Prospekt der NORD/LB, die insgesamt unter www.nordlb.de heruntergeladen werden können und die bei der NORD/LB, Friedrichswall 10, 30159 Hannover kostenlos erhältlich sind. Eine eventuelle Anlageentscheidung sollte in jedem Fall nur auf Grundlage dieser (Finanzierungs-) Dokumentation getroffen werden. Diese Information ersetzt nicht die persönliche Beratung. Jeder Empfänger sollte, bevor er eine Anlageentscheidung trifft, im Hinblick auf die Angemessenheit von Investitionen in Finanzinstrumente oder Anlagestrategien, die Gegenstand dieser Information sind, sowie für weitere und aktuellere Informationen im Hinblick auf bestimmte Anlagemöglichkeiten sowie für eine individuelle Anlageberatung einen unabhängigen Anlageberater konsultieren.

Jedes in dieser Information in Bezug genommene Finanzinstrument kann ein hohes Risiko einschließlich des Kapital-, Zins-, Index-, Währungs- und Kreditrisikos, politischer Risiken, Zeitwert-, Rohstoff- und Marktrisiken aufweisen. Die Finanzinstrumente können einen plötzlichen und großen Wertverlust bis hin zum Totalverlust des Investments erfahren. Jede Transaktion sollte nur aufgrund einer eigenen Beurteilung der individuellen finanziellen Situation, der Angemessenheit und der Risiken des Investments erfolgen.

Die in dieser Information enthaltenen Angaben ersetzen alle vorherigen Versionen einer entsprechenden Information und beziehen sich ausschließlich auf den Zeitpunkt der Erstellung der Information. Zukünftige Versionen dieser Information ersetzen die vorliegende Fassung. Eine Verpflichtung der NORD/LB, die Angaben in dieser Information zu aktualisieren und/oder in regelmäßigen Abständen zu überprüfen, besteht nicht. Eine Garantie für die Aktualität und fortgeltende Richtigkeit kann daher nicht gegeben werden. Mit der Verwendung dieser Information erkennt der Empfänger die obigen Bedingungen an.

Die NORD/LB gehört dem Sicherungssystem der Deutschen Sparkassen-Finanzgruppe an. Weitere Informationen erhält der Empfänger unter Nr. 28 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen der NORD/LB oder unter www.dsgv.de/sicherungssystem.

Redaktionsschluss und letzte Aktualisierung aller Marktdaten: Freitag, 22. September 2023, 10:00 Uhr

Für die in unseren Studien verwendeten sprachlichen Formulierungen verweisen wir auf die Erklärung zur gendersensiblen Sprache auf www.nordlb.de/impresum.