

ENERGIESERIE

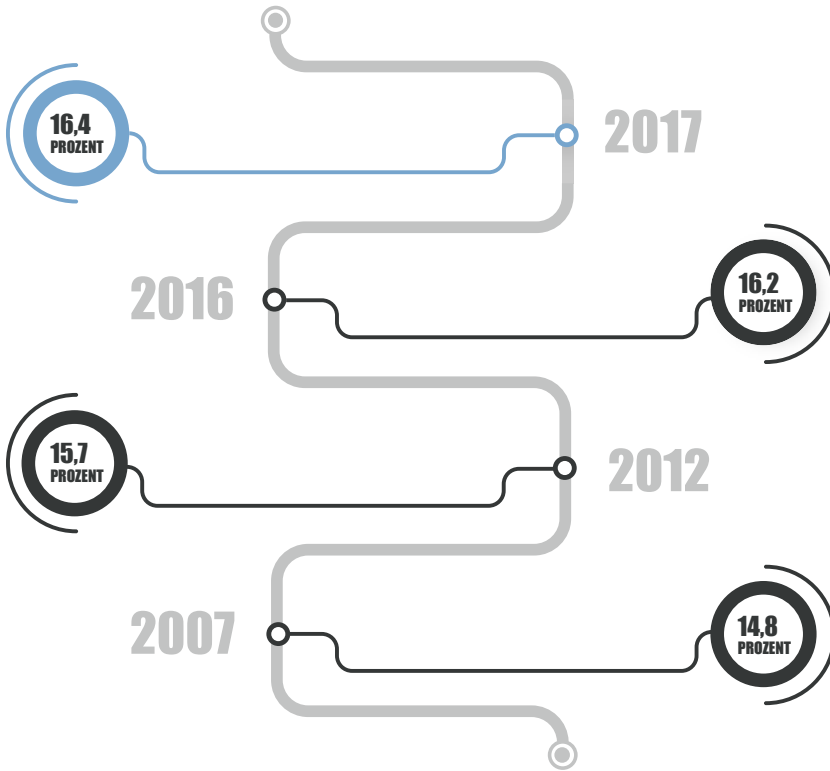
Laufendes Energiemonitoring
mit Gebäudevisualisierung



EIN CENTER FÜR EINE GANZE REGION

Der neue Neißepark in Görlitz sorgt für Begeisterung

Marktanteil von Fachmarktzentren am gesamten Einzelhandel



Quelle: IFH Retail Consultants/HDE Zahlenspiegel 2018

4,3 MRD. EURO

Investmentmarkt Einzelhandelsimmobilien im ersten Halbjahr 2018

⊖ minus 28 Prozent (2017)

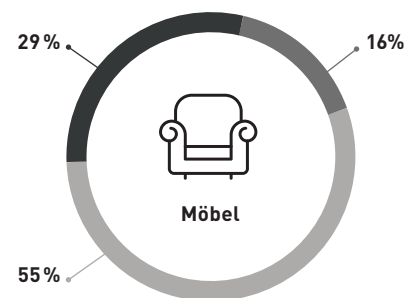
41%

Fachmärkte/ Fachmarktzentren machten dabei 41 Prozent (- 2 Prozent) des Gesamtvolumens aus.

Quelle: CBRE

Aktuelle Geschäftslage ausgewählter Branchen

HDE-Umfrage, Frühjahr 2018



■ gut ■ befriedigend ■ schlecht

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

es ist wieder soweit. Die neuste Auflage der CEV News liegt druckfrisch vor.

In dieser Ausgabe betrachten wir die Entwicklung der Fachmarktzentren aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Auf der Investorensseite verzeichnen Fachmarktzentren innerhalb des Segments der Handelsimmobilien eine erhöhte Nachfrage. Der stationäre Handel wappnet sich mit neuen oder angepassten Konzepten gegen den wachsenden Onlinehandel und nutzt seine Chancen. Der Kunde ist aufgeklärt und anspruchsvoller geworden.

Wie aus einem Fachmarktzentrum ein Treffpunkt für die ganze Region werden kann, zeigen wir Ihnen anhand der erfolgreichen Revitalisierung des Standortes NeißerPark in Görlitz auf.

Sie erhalten Einblick in aktuelle Projekte der CEV. Zudem setzen wir unsere Reihe rund um das Energiemonitoring fort. Ein Thema so aktuell wie spannend.

Lesen Sie Wissenswertes und Innovatives aus dem Bereich der Handelsimmobilien und treten Sie gern mit uns in den Dialog. Wir haben stets ein offenes Ohr für alle Themen rund um die Immobilie. Sprechen Sie uns einfach an.

Herzlichst, Ihr



Peter Gerlach



Peter Gerlach
Geschäftsführer CEV Handelsimmobilien GmbH

INHALT	
04	NEUES VON DER CEV
05	CENTER MANAGEMENT HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN BEIM MANAGEMENT VON FACHMARKTZENTREN
08	CENTER MANAGEMENT EIN MODERNES CENTER FÜR EINE GANZE REGION
10	INVESTMENT FACHMARKTZENTRUM SCHLÄGT EINKAUFSCENTER
11	REVITALISIERUNG FORUM SACHSENDORF IN COTTBUS ERFOLGREICHER START FÜR NETTO-MARKT IN WITTEN
12	PROJEKTENTWICKLUNG ARCHITEKTURSTUDENTEN ENTWERFEN INDIVIDUELLES KONZEPT FÜR NEUEN NETTO-MARKT
14	ENERGIESERIE LAUFENDES ENERGIEMONITORING MIT GEBÄUDEVISUALISIERUNG
15	CEV INTERN

CEV managt dresden.karree



Das ehemalige Grobitz Center wird zum dresden.karree

Über dieses neue Mandat freuen wir uns ganz besonders: Die CEV Handelsimmobilien ist seit August für das Center Management im dresden.karree mandatiert. Damit setzen wir unseren Wachstumskurs im Bereich Center Management fort.

Das ehemalige Grobitz Center wird seit rund zwei Jahren umfassend revitalisiert. Der Eigentümer, die Münchner Hirmer Gruppe, reagiert damit auf die veränderten Bedürfnisse von Konsumenten und Mietern und legt so den Grundstein für eine langfristige Standortsicherung.

Viel Glas und ein freundliches Farbkonzept, abwechslungsreiche Einkaufsmöglichkeiten, eine hohe Aufenthaltsqualität und noch mehr Service für die Besucher – das ist das neue dresden.karree. Im Rahmen des Refurbishments wurde der Branchen- und Mietermix gezielt optimiert. Auf 12.000 m² Verkaufsfläche verteilen sich über drei Ebenen insgesamt 13 Geschäfte. Darunter sind Ankermieter wie Kaufland, Rossmann und Woolworth. Ein neuer Foodcourt im Erdgeschoss lädt künftig zum Genießen und Verweilen ein. Im zweiten Obergeschoss werden mehrere Arztpraxen und Büros angesiedelt. Damit runden die Eigentümer das Nahversorgungsangebot ab.

Die Eröffnung des neuen Centers ist im Herbst 2018 geplant.

Projektgruppe Digitalisierung

Innovation und Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft ist ein Themenfeld, welches den gesamten Lebenszyklus der Immobilie umfasst. Die am Markt angebotenen Lösungen zielen zumeist darauf ab, Information intelligent aufzubereiten, jederzeit verfügbar zu machen und immobilienbezogene Prozesse einfacher, effizienter und wirtschaftlicher zu gestalten.

Doch welche Lösungen sind wirklich für den konkreten Bedarf eine lohnende Investition? Können vorhandene Systeme sinnvoll ergänzt oder sollten neue Wege gegangen werden?

Die CEV hat Mitte 2018 ein unternehmensinternes Projekt initiiert, um individuelle Antworten auf diese Fragen geben zu können. Zwischenzeitlich wurden Prioritäten und Teilprojekte herausgearbeitet, für die eine Umsetzung in 2019 geprüft wird. In einzelnen Geschäftsprozessen der CEV wurden digitale Lösungen bereits zukunftsweisend imple-



mentiert. Ein Zwischenfazit der Projektgruppe ist jedenfalls nicht überraschend: Das Thema der Digitalisierung der Immobilienwirtschaft steht erst am Anfang und wird die Branche noch lange fordern.



**DIGITALISIERUNG,
NACHHALTIGKEIT,
ZEITMANGEL:**

Herausforderungen und Chancen beim Management von Fachmarktzentren

Fachmarktzentren mit ihren attraktiven Renditeversprechen sind bei Anlegern beliebt wie nie (s. auch Artikel Seite 10: „Fachmarktzentrum schlägt Einkaufszentrum“). Jedoch sind baurechtlich neue Standorte kaum durchsetzbar und so konzentrieren sich die Marktaktivitäten aktuell auf den Bestand. Fachmarktzentren wurden vielerorts bereits modernisiert oder sogar umfangreich revitalisiert. Doch in der überwiegenden Anzahl stehen Fachmarktzentren noch so da, wie sie vor 15, 20 oder sogar 30 Jahren errichtet wurden – mit möglicherweise erheblichen Potentialen, aber auch Risiken.

Der langjährige Erfolgsweg, Verkaufshallen, die sich durch schlichte Funktionalität in der Optik, preiswerte Bauweise, günstige Mieten und ausreichendes Stellplatzangebot auszeichnen, auf die grüne Wiese zu stellen, ist heute in vielerlei Hinsicht zu hinterfragen. Veränderte Rahmenbedingungen aus Verbraucher- und Händlersicht stellen Eigentümer und Betreiber von Fachmarktzentren vor neue Herausforderungen.

Verbraucher

Durch die alle Lebensbereiche durchdringende Digitalisierung verändern sich Einkaufsprozesse und Verhaltensweisen. Verbraucher erschließen sich selbst neue Informationskanäle, neue Möglichkeiten der Warenbeschaffung und des Konsums. Sie treten Händlern aufgeklärter und anspruchsvoller gegenüber.

Das Qualitätsbewusstsein steigt und geht mit einem Trend zum bewussten Konsumieren einher. Vorhandene Budgets werden vermehrt in die „schönen Dinge des Lebens“ investiert. Beim Lebensmitteleinkauf ist darüber hinaus eine stärkere Gesundheitsorientierung und ein Trend zur Nachhaltigkeit erkennbar: Die Herkunft eines Produktes (Bio / Regionalität), die Lieferkette oder auch das anschauliche Beispiel der Verbannung der Plastiktüte aus dem Einzelhandel belegen diese Trends.

Aber nicht nur das Einkaufen an sich erfolgt bewusster, sondern auch die Entscheidung, überhaupt einkaufen zu gehen. So ist zu beobachten, dass die Einkaufsfrequenzen kontinuierlich gesunken sind. Laut dem Marktforschungsinstitut GfK ist die Anzahl von Haushaltseinkäufen (im Bereich Fast Moving Consumer Goods) von 241 pro Jahr in 2012 auf 228 im Jahr 2016 gesunken.

Die Erwartungshaltung, die der Verbraucher heute mit einem Einkauf verbindet, geht häufig über die reine Bedarfsdeckung hinaus – umso mehr, wenn der zumeist weitere Weg in ein Fachmarktzentrum auf sich genommen wird. Der Faktor Zeit als wertvolles Gut nimmt eine bedeutende Rolle im Bewusstsein des Verbrauchers ein: Was bietet mir das Fachmarktzentrum neben der Bedarfsdeckung dafür, dass ich zwei bis drei Stunden meiner Lebenszeit investiere? Service, Entertainment, Erlebnis, Orientierung und Convenience sind Aspekte, die der Konsument heute mit dem Einkauf unmittelbar verbinden möchte.

Der Kunde verlangt also nicht nur nach einer gut erreichbaren Einkaufsstätte mit umfangreichen Warenangebot, sondern zugleich eine angenehme Einkaufsatmosphäre, wie sie noch bis vor einigen Jahren nur Shopping-Center in den Innenstädten boten. Neben einer wertigeren Gebäudearchitektur, in der Treffpunkt- und Marktplatzzatmosphäre gefördert werden, sollte ein Fachmarktzentrum heute ein qualitativ ausreichendes gastronomisches Angebot, Freizeit-, Unterhaltungs- und Dienstleistungsangebote vorweisen – je nach Standort und Kundenstruktur in unterschiedlicher Ausprägung.

Einzelhändler

Auch bei den Einzelhändlern spielt das Thema Digitalisierung eine immer größere Rolle. Sie investieren in den Ausbau der Kommunikationskanäle zum Kunden, in die Prozessoptimierung bei der Beschaffung und Belieferung oder den Ausbau der Verkaufskanäle. Damit stellt sich der stationäre Handel den aktuellen Herausforderungen.

Die seit einigen Jahren zu beobachtende Professionalisierung und Spezialisierung des Einzelhandels schreitet also weiter voran – und das sowohl branchenübergreifend als auch lagenunabhängig. So wird nicht nur in die Läden der Geschäftshäuser und Shopping Center in 1a-Lagen investiert, sondern auch in Fachmarktzentren.

Eine besondere Bedeutung kommt dabei dem Lebensmitteleinzelhandel zu. Diese Branche stellt den wichtigsten Ankermieter im Branchenmix von Fachmarktzentren dar. Währenddessen verlieren SB-Warenhäuser in ihrer bisherigen Form Marktanteile. So lag der Anteil der SB-Warenhäuser am deutschen Einzelhandelsumsatz in 2009 noch bei 13,2%; in 2017 ist er auf 11,3 % gesunken.

Ehemals großflächige SB-Warenhäuser mit umfangreichen Food- und Non-Food Sortimenten haben sich in den vergangenen Jahren einem strukturellen Wandel unterzogen: Viele Non-Food Sortimente sind entweder dem spezialisierten (stationären) Fachhandel oder dem konkurrierendem Onlinehandel und damit der Digitalisierung zum Opfer gefallen. Der Wegfall von ganzen Sortimentsgruppen führte zu einem verringerten Flächenbedarf. Andererseits wurde in Frischesortimente, ein größeres Angebot an hochwertigen Lebensmitteln, eine wertigere Warenpräsentation und insgesamt in eine emotionale Einkaufsatmosphäre investiert. Der Anteil der Gastronomieelemente auf den modernisierten Verkaufsflächen des Lebensmitteleinzelhandels nahm zugleich zu. Die Branche hat unbestritten eine Aufwertung, ein Trading-up, erlebt. Die Optimierungen zielen darauf ab, dass sich die reine Bedarfsdeckung zu einem Erlebniseinkauf mit hoher Verweildauer wandelt und Flächenproduktivitäten gesteigert werden.

Die Bedarfsdeckung von Gütern der Grundversorgung wird auch über die nächsten Jahre mehr oder weniger ausschließlich im stationären Einzelhandel stattfinden, so dass genau diese Ankermieter starke Anziehungskraft für ein Fachmarktzentrum entwickeln. Die gleichzeitigen Investitionen in eine höhere Attraktivität der Mietflächen für die periodische Bedarfsdeckung hat dazu geführt, dass moderne Fachmarktzentren auch in den Fokus von Händlern geraten sind, die zuvor einen Bogen um die „grüne Wiese“ gemacht haben. Somit hat sich die Attraktivität solcher Fachmarktzentren als Einkaufsstätte nochmals potenziert.

**Kontaktieren Sie
hierzu gerne:**

Dr. Daniel Siegert
Center Management,
Vermietung & Marketing

Tel.: 040/6377 2896
siegert.daniel@cev.de



Mit Blick auf die Bekleidungs- und Textilbranche zeigen sich aber auch deutliche Risiken in der Flächenvermarktung. Der stationäre Textilhandel durchläuft aktuell einen Schrumpfungsprozess. Während sich Akteure im mittleren Preissegment im Markt nur noch schwer behaupten können, wachsen die Marktanteile der Premium- und Discountanbieter. Aber auch andere Branchen wie die Unterhaltungselektronik oder die Spielzeugindustrie stehen unter Druck. Für alle gilt die Erkenntnis, dass eine intensive Auseinandersetzung mit dem veränderten Verbraucherverhalten und eine klare Positionierung in einem umkämpften Marktumfeld immer wichtiger für das Überleben im stationären Handel wird.

Folgen für den Betrieb der Fachmarktimmoblie

Die neuen Rahmenbedingungen haben erhebliche Auswirkungen auf das Management von Handelsimmobilien. Früher ging es aus Eigentümersicht mehr oder weniger nur darum, vorhandene (Groß-)Flächen mit langfristigen Generalmietverträgen – zum Teil sogar als Triple-Net-Vertrag ausgestaltet – zu vermarkten. Die Großflächenbetreiber selbst trugen das Risiko, vorhandene Kleinflächen im Vorkassenbereich durch Untervermietung zu vermarkten. Aus Eigentümersicht beschränkte sich der Aufwand im Betrieb auf ein Minimum.

Um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es mit kosmetischen Eingriffen bei revitalisierungsbedürftigen Standorten häufig nicht getan. Die Komplexität ist gestiegen, Mietverhandlungen dauern länger und ein erfahrenes Center Management, wie es die CEV mit angeschlossener Vermietungsabteilung anbietet, sollte bereits frühzeitig in der Planungsphase eines (Revitalisierungs-)Projektes mit einbezogen werden. So können von Beginn an aktuelle Entwicklungen des Verbraucherverhaltens, Trends des stationären Handels und dessen aktuelle Anforderungen an die Immobilie in die Überlegungen einfließen.

Vorhandene Strukturen sind grundlegend zu hinterfragen. Mängelbeseitigungsmaßnahmen, energetische Sanierung und die Neukonzeption der Mieteinheiten sollten immer auf dem Prüfungsstand stehen. Mit Bezug auf künftige Flächennutzungen sind folgende Themen relevant: Entspricht der vorhandene Mietermix vor dem Hintergrund möglicher Wettbewerbsveränderungen noch dem aktuellen und künftigen Bedarf? Passen die Mietflächen der Bestandsmieter zu den Flächenanforderungen eines zukunftsweisenden Betriebs? Welche Mietpotentiale können durch alternative Lösungsansätze gehoben werden? Welches gastronomische Angebot ist passend? Wie kann die Aufenthaltsqualität etwa durch die Implementierung von (digitalen) Serviceleistungen kosteneffizient gesteigert werden?

Mit der Entstehung moderner Fachmarkt- oder Hybridzentren wächst der Bedarf an individuellen Strategien zur erfolgreichen Positionierung und Vermarktung solcher Standorte. Die CEV hat hierzu einen branchenübergreifenden und kundenorientierten Überblick: Alle Aktivitäten des Handels, der Dienstleister, der Gastronomie und Marketingmaßnahmen sind aufeinander abzustimmen und intensiv im Rahmen einer Neupositionierung des Einkaufsstandorts zu beleuchten.

Bereits während der Umbauphase ist das Center Management vor Ort für Kunden- und Mieterinformation sowie Baustellenmarketing der richtige Ansprechpartner. Es nimmt zudem eine wichtige Rolle in der Koordinierung der unterschiedlichen Interessen der an der Revitalisierung Beteiligten wahr. Das Team um den Center Manager hat die Aufgabe, in Abstimmung mit den Standortgegebenheiten und den lokalen und regionalen Besonderheiten, ein Konzept zur nachhaltigen und erfolgreichen Positionierung des Fachmarktzentrums zu entwickeln. Die Investition in ein professionelles Management kann sich so in einer schnelleren Marktabtastung bzw. Kundenakzeptanz mit dem Ziel einer nachhaltigen Wertentwicklung auszahlen.

Dabei wird aus einem ehemaligen „EKZ“ nach Umsetzung eine eigene Marke mit besonderen Merkmalen, mit der der Verbraucher den Standort künftig mit zwischenmenschlichen Interaktionen und positiven Einkaufserlebnissen verbindet. Aktuell setzt die CEV solche Neupositionierungen an mehreren Fachmarktzentren erfolgreich um, und steht so mit ihrem umfassenden Knowhow und ganzheitlichem Verständnis von Handelsimmobilien Eigentümern und Investoren von Shopping Centern und Fachmarktzentren beratend zur Seite.



Ein modernes Center für eine ganze Region

Der neue Neißepark in Görlitz sorgt mit dem neuen erweiterten Angebot und seinem neuem Designkonzept für Begeisterung



Drei Tage, rund 100.000 Besucher – diese Zahlen sprechen für sich. Ende Mai haben wir nach rund zweijähriger Revitalisierung den Neißepark in Görlitz neu eröffnet. Anders kann man es nicht sagen: Das Projekt war und ist ein voller Erfolg. Auch mehrere Wochen nach der Eröffnung kommen immer noch Kunden und Mieter auf uns zu und äußern ihre Begeisterung über das neue Center.

Und in der Tat: Das ehemalige Einkaufszentrum Königshufen ist kaum wiederzuerkennen. Der Standort direkt an der Grenze zu Polen ist seit 1993 ein etablierter Anlaufpunkt für die Menschen in Görlitz und der Region. Aber das Einkaufszentrum war in die Jahre gekommen – hier waren mehr als kosmetische Eingriffe nötig.

Wir haben ganzheitlich angesetzt. Ziel war es, das Center so weiterzuentwi-

ckeln, dass es den heutigen Ansprüchen der Konsumenten genügt. Die wollen längst mehr als einfach nur einkaufen. Moderne Shopping-Destinationen müssen auch ein Erlebnis und ein Wohlfühl-Ambiente bieten. Deshalb haben wir ein neues Flächenkonzept ausgearbeitet, den Branchen- und Mietermix optimiert, einen abwechslungsreichen Foodcourt angelegt und durch ein freundliches Farbkonzept, eine ansprechende Möblierung und kostenloses WLAN im gesamten Center die Aufenthaltsqualität erhöht.

Unser Konzept ist aufgegangen. Nicht nur der Andrang am Eröffnungswochenende war groß. Der neue Neißepark wird insgesamt sehr gut angenommen. Im Rahmen der Repositionierung haben wir die zweisprachige Kommunikation verstärkt und werben gezielt nicht nur auf Deutsch, sondern auch auf Polnisch. Mehr



Mehr Abwechslung im neuen Foodcourt

Der neue NeißerPark in Zahlen

- Rund 282.000 Menschen im Einzugsgebiet
- 23.500 m² Gesamtmietfläche
- 42 Shops und gastronomische Angebote
- Mehr als 1.000 kostenlose Parkplätze
- Investitionssumme rund 27 Mio. Euro



noch: Die neue Center-Webseite, Plakate, Anzeigen, die Begrüßung und Verabschiedung im Eingangsbereich des NeißerParks: alles ist zweisprachig. Auch für unsere polnische Nachbarstadt Zgorzelec soll das Center an der Neißer ein Anlaufpunkt sein.

Angebot deutlich erweitert

Außerdem haben wir die Shopping- und gastronomische Auswahl deutlich erweitert. Mit dm-drogerie markt, MEDIMAX, ALDI Nord, TEDI, Woolworth, mister*lady, Takko Fashion und der easyApotheke – um nur eine Auswahl zu nennen – sind starke neue Mieter hinzugekommen. Auch 240 zusätzliche Parkplätze haben wir angelegt. Die Geschäfte haben sich längst auf die wachsende Zielgruppe eingestellt. An der Kasse wechselt so mancher Mitarbeiter vom fließenden Polnisch auf fließendes Deutsch und umgekehrt.

Highlight des NeißerParks ist aber vor allem der neu gestaltete Foodcourt. Hier ist ein sozialer Treffpunkt mitten im Center entstanden. Der Andrang ist so groß, dass wir bereits Tische und Stühle nachgeordert haben.

Und noch eine Besonderheit gibt es im neuen Center: Unter dem Motto

„Görliwood“ hat SANIFAIR eine ganz spezielle Toilettenanlage installiert. Nämlich mit Motiven aus der historischen Görliitzer Altstadt und mit pep-pigen Sprüchen an den Kabinentüren. Von ihrer Art und Gestaltung ist die Anlage deutschlandweit in einem Hybrid-Center einmalig. Wie so vieles im neuen NeißerPark.



Kontaktieren Sie hierzu gerne:

Christian Albrecht
Leiter Center Management

Tel.: 040/6377-5338
albrecht.christian@cev.de

Fachmarktzentrum schlägt Einkaufscenter

Immer mehr Investoren entscheiden sich für die Objektart – Lebensmittelanker, bonitätsstarke Mieter und der leichtere Exit locken

Langen Jahre war das Einkaufscenter der Klassenprimus im Retail-Immobilien-Investment. Investoren schätzten den fortwährenden Nachschub an neuen Projektentwicklungen, das vermeintlich geringe Ertragsausfallrisiko durch die hohe Anzahl von Mietern und das hohe Volumen pro Objekt. Mittlerweile wurde das klassische Shopping Center allerdings von Platz eins der Einkaufsliste verdrängt – und zwar vom Fachmarktzentrum. Insgesamt bleibt die Nachfrage nach Gewerbeimmobilien in Deutschland weiterhin ungebrochen und erreichte mit einem Transaktionsvolumen rund 57 Milliarden Euro in 2017 einen neuen Rekordwert. Auch 2018 rechnen viele Analysten mit einem ähnlich guten Ergebnis. Die Rahmenbedingungen in Zeiten niedriger Zinsen und einer florierenden Wirtschaft sind dafür weiterhin positiv. So sind zwar die Investments in Retail-Immobilien von 2016 auf 2017 leicht gesunken, jedoch nicht aufgrund mangelnder Nachfrage, sondern wegen des geringeren Produktangebots. Innerhalb der Assetklasse Retail-Immobilien ist ein Segment für Investoren klar beliebter geworden: Fachmarktzentren und Fachmärkte. Mittlerweile macht diese Nutzungsart fast die Hälfte des gesamten Einzelhandelstransaktionsvolumens aus. Insbesondere Objekte mit Lebensmittelanker sind besonders attraktiv.

Große Veränderungen prägen den Einzelhandel

Dafür gibt es eine Reihe von Gründen: Zum einen waren die Einzelhandelsstrukturen in den letzten Jahren von großen Veränderungen geprägt. Hier ist nicht nur der allgegenwärtige Einzug des Onlinehandels zu nennen, sondern insbesondere auch ein verändertes Verbraucherverhalten. Die stetig steigende Kaufkraft der Bevölkerung in Deutschland wird in Zeiten des Postmaterialismus nicht mehr in Konsumgüter, sondern zunehmend in den „Genuss“ investiert: Neben Ausgaben für Reisen und Wohnen betrifft dies vor allem Essen und Trinken. Während bei traditionellen Non-Food-Artikeln wie Textilien gespart und online bestellt wird, steigt der Anteil von Lebensmitteln, sowohl relativ als auch absolut, am Einzelhandelsumsatz. Nahrungsmittel werden weiterhin fast ausschließlich stationär und im Rahmen eines „Genuss- und Erlebniseinkaufs“ erworben. Somit haben insbesondere lebensmittelgeankerte Fachmarktzentren und Fachmärkte weiterhin ein großes Wachstumspotential.

Langfristig stabiler Cashflow

Zunehmend treten außerdem die Nachteile und Risiken bei Investitionen in Einkaufszentren immer mehr in den Vordergrund: Die Nachvermietung – insbesondere von größeren Textilflächen – erweist sich als schwierig, und Leerstand beeinträchtigt die Attraktivität des Centers für den Konsumenten stark. Das Objektvolumen des Einkaufscenters kann bei der Umsetzung der Exit-Strategie zum Bumerang werden, weil diese Losgrößen eben nur von wenigen institutionellen Investoren bedient werden können. Demgegenüber haben Fachmarktconzepte, insbesondere solche mit Lebensmittelschwerpunkt und sonstigen Konsumgütern für die kurzfristige Bedarfsdeckung, große Vorteile. Unter den Mietern sind in der Regel mehr Filialisten, die meist eine sehr gute Bonität aufweisen. Somit garantieren diese Mieter den Investoren einen langfristig stabilen und nachhaltigen Cashflow. Weitere Aspekte, die Fachmarktzentren im Vergleich zu Shopping Centers für eine Vielzahl an Investoren attraktiver machen, sind die deutlich niedrigere Investmentlosgröße – zumeist unter 50 Millionen Euro – und das relativ einfache Handling im Asset Management.

Wohin geht nun die Reise? Wir sind davon überzeugt, dass die genannten Faktoren auch in absehbarer Zukunft Fachmärkte und Fachmarktzentren zu besonders attraktiven Investitionen machen. Die starke Nachfrage und das geringe Angebot werden dazu führen, dass die Spitzenrenditen weiter unter Druck geraten und Ende 2018 bei etwa 4,5 Prozent liegen werden. Die Kaufpreise werden also weiter steigen.

**Kontaktieren Sie
hierzu gerne:**

Sven Goedecke
Teamleiter Transaktionen

Tel.: 040/6377-5381
goedecke.sven@cev.de





Erfolgreicher Start für neuen Netto-Markt in Witten

Ein ganz besonderes Projekt haben wir im vergangenen Jahr in Witten-Herbede vorgestellt. Dort haben wir eine gemischt genutzte Immobilie mit Einzelhandel im Erdgeschoss und Wohnungen im Obergeschoss realisiert. Am 19. Juni 2018 fand die erfolgreiche Eröffnung statt, die meisten Wohnungen waren zu diesem Zeitpunkt bereits vermietet. Die große Nachfrage für die Handelsfläche und die Wohnungen zeigt: Multi-Use trifft den Zahn der Zeit.

Mit 1.058 m² Verkaufsfläche ist der neue Netto Marken-Discount in Wittener Straße wesentlich größer als sein Vorgänger. Im Eingangsbereich empfängt eine Bäckerei die Kunden, denen jetzt 50 PKW-Stellplätze zur Verfügung stehen. Auch die Wohnflächen können sich sehen lassen: Zwölf barrierefreie Einheiten mit gehobener Ausstattung

befinden sich über dem Supermarkt. Ein Fahrstuhl bringt die Bewohner beinahe direkt in das Ladenlokal des Marktes – näher kann eine Einkaufsmöglichkeit nicht sein. Neben der zentralen Lage und einer guten Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr überzeugt die Wohngegend auch mit ihren Naherholungsqualitäten. Der Kemnader See liegt nur wenige Minuten entfernt.

Mit dem Projekt konnten wir nicht nur dringend benötigten neuen Wohnraum schaffen, sondern auch die Nahversorgung im Stadtquartier langfristig sichern. Nach der Schließung einer weiteren Einkaufsmöglichkeit im Quartier konnte der alte Netto-Markt auf seiner begrenzten Fläche die Nachfrage nicht mehr bedienen. Das Projekt ist also aus allen Blickwinkeln ein Gewinn. Für die Wittener bleibt der Netto-Markt eine bewährte Anlaufstelle und als Investition überzeugt das Gebäude durch sein gutes Rendite-Risiko-Verhältnis. Für uns ist der Projekterfolg Grund genug, die Realisierung weiterer Multi-Use-Projekte zu prüfen.

Forum Sachsendorf in Cottbus

Standortaufwertung durch Revitalisierung

Im Jahr 2006 eröffnete in Cottbus auf einem ca. 11.000 m² großen Grundstück das Nahversorgungszentrum „Forum Sachsendorf“. Das Center wurde ursprünglich mit 3.350 m² Einzelhandelsfläche, einem 680 m² großen Ärztehaus und rund 160 Stellplätzen geplant.

Über den Transaktionsbereich der CEV wurde dieses Objekt im Rahmen eines Portfolioankaufs für die neue Eigentümergesellschaft erworben. Ziel war es, einen Teil der Flächen zu revitalisieren, Leerstände zu vermieten und die Verträge mit den Bestandsmiethern zu verlängern.

Das CEV Asset Management wurde daher mit der Flächenoptimierung des Nahversorgungsstandortes beauftragt und setzt diese aktuell um. Neben den Mietern wie Netto, TEDI, dm und KiK runden auch zahlreiche kleinere Einheiten den Mietermix ab. In Zusammenarbeit mit dem Vermietungsbereich der CEV wurden ein Großteil der Leerstandsflächen neu vermietet und Bestandsverträge verlängert. Aktuell wird die Verkaufsfläche des Nettomarktes

erweitert und hochwertig modernisiert, so dass sie den heutigen Ansprüchen eines modernen Lebensmittelmarktes gerecht wird. Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft 2018 sollen die Arbeiten abgeschlossen sein.

Über den Bereich Transaktionen wurde die Handelsimmobilie als qualifizierter Nahversorger bereits wieder vermarktet.

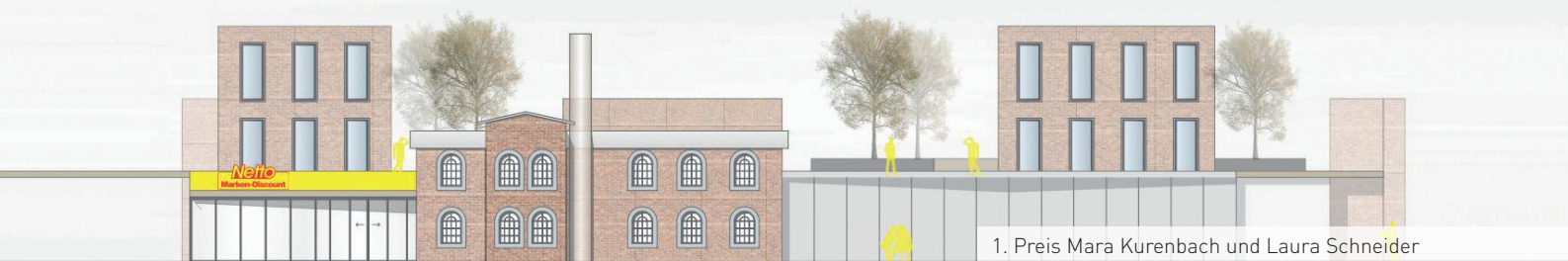


Kontaktieren Sie hierzu gerne:

Steffen Fischer
Asset Manager

Tel.: 040/6377-5342
fischer.steffen@cev.de

Architekturstudenten entwerfen individuelles Konzept für neuen Netto-Markt



40 Studierende der TU Köln beteiligten sich an einem Ideenwettbewerb, den die CEV zusammen mit dem Netto Marken-Discount für das Projekt auf dem Gelände einer alten Kölner Ziegelei ausgerufen hatte.

Wenn für das Konzept eines neuen Lebensmittelmarktes mehr als Standard-Lösungen gefragt sind, lohnt es sich, auch mal unkonventionelle Wege einzuschlagen. Heißt zum Beispiel: mit Architekturstudenten zusammenzuarbeiten, die bereits über fortgeschrittene planerische Kenntnisse verfügen, aber gleichzeitig ohne Scheu und unvoreingenommen an die entsprechende Herausforderung herangehen.

Wie gut und zielführend die Ergebnisse einer solchen Kooperation sein können, hat uns ein Projekt gezeigt, das wir als Eigentümervertreterin aktuell in Köln-Worringen planen. Dort sollen auf dem Gelände einer historischen Ziegelei ein neuer, größerer Netto-Markt und eine Bäckerei samt Café entstehen. In engem Dialog mit dem Discounter haben wir deutschlandweit schon mehrere Bestandsmärkte gemeinsam modernisiert und die neue, zeitgemäßere Formensprache vom Netto-Markt umgesetzt. Eine Revitalisierung des alten Marktes am selben Standort kommt in Worringen aber nicht in Frage.

Herausforderung durch Denkmalschutz

Diesmal ist die Herausforderung eine besondere, denn der Markt in Worringen muss einerseits den Anforderungen an einen modernen Lebensmittelmarkt gerecht werden, sich andererseits aber in die historische Kulisse einfügen. Ein altes Gebäude auf dem Gelände ist noch erhalten. Das denkmalgeschützte Objekt darf im Zuge des Neubaus nicht abgerissen werden, sondern muss aufgrund einer Erhaltungssatzung der Stadt Köln erhalten bleiben und soll in die Planung integriert werden. Aktuell wird es noch als Küchenstudio ge-

nutzt. Doch das ist nicht alles: Darüber hinaus gilt es auch zu prüfen, ob auf dem Gelände neuer Wohnraum geschaffen werden kann.

Kein einfaches Projekt also – jedenfalls keines, bei dem sonst so bewährte Methoden zum Ziel führen. Viele Lebensmitteleinzelhändler setzen heute beim Bau von neuen Märkten deutschlandweit auf eine gleichartige architektonische Formensprache. So wollen sie eine einheitliche Corporate Identity und einen hohen Wiedererkennungswert schaffen. Allerdings ist nicht in jedem Fall ein Typenbau die beste Variante – in Köln-Worringen jedenfalls war das keine Option.



Wettbewerbsteilnehmer der Technischen Hochschule Köln



2. Preis: Julian Lanser und Johanna Witzel

Fachjury wählt beste Entwürfe aus

Aufgrund der besonderen Rahmenbedingungen haben wir uns deshalb entschieden, mit der Technischen Hochschule Köln zu kooperieren und im Rahmen eines Wettbewerbs Entwürfe von Architekturstudenten zu sammeln. Über unser Netzwerk konnten wir Professor Fabian Storch und den Lehrstuhl Bau- und Immobilienökonomie und Entwerfen der TU Köln für unsere Idee gewinnen. 40 seiner Studenten beteiligten sich – alleine oder in Zweiertteams – daraufhin an unserem Wettbewerb. 24 Arbeiten wurden schließlich eingereicht.

In den Wochen darauf begutachtete die Fachjury aus Vertretern der TH Köln, Netto Marken-Discount und der CEV die Ansätze ganz genau. Die Ideen waren vielfältig und kreativ – und erfüllten die Erwartungen vollends.

Der erste Preis ging schließlich an einen Entwurf, der durch eine ausdrucksstarke und ortsbezogene Ergänzung mehrerer Wohnbaukörper auf dem Dach des neuen Marktes besticht. Die direkte Verbindung des Neubaukörpers mit der alten Ziegelei in prominenter Sichtachse von der Grundstückszufahrt rückt das historische Gebäude in den Fokus des Gesamtensembles und verschafft ihm die Aufmerksamkeit, die es verdient.

Planer entwickelt umsetzungsfähiges Konzept

Mit dem zweiten Preis wurde ein Entwurf belohnt, der nicht nur gut umzu-



Die Fachjury bewertet die Entwürfe

setzen ist, sondern auch durch seine besonders durchdachte Wahl architektonischer Mittel überzeugt hat. Bei diesem Konzept dient die alte Ziegelei als Haupteingang zum neuen Netto-Markt. Durch ihre ähnliche Fassadengestaltung bilden beide Gebäudeteile eine Einheit. Wohnbaukörper sind hier nicht integriert. Den dritten Preis vergab die Jury an eine Arbeit, die mit einer ganz eigenen, sehr ästhetischen architektonischen Haltung mit Ortsbezug begeisterte.

Darüber hinaus vergab die Jury noch drei Sonderpreise für Arbeiten, die sich in besonderer Tiefe und mit viel Kreativität mit einzelnen Aspekten der Planung – etwa der Freiflächengestaltung oder der Integration von Wohngebäuden – auseinandersetzen. Ein prämiierter Entwurf erzeugt beispielsweise den Eindruck einer einheitlichen, durch Versprünge aufgelockerten Wohnbaufront auf der rückwärtigen Gebäu-

3. Preis: Marco Bornemann und Paulina Kuhn



deseite, ohne dabei die Funktionalität und Eigenständigkeit des Marktes zu beeinträchtigen. Eine andere Arbeit greift das Thema Ziegel besonders intensiv in Form einer kleinen Parkanlage mit Aufenthaltsqualität auf.

Und wie geht es nun weiter? Auf Basis der Ideen der Studenten entwickelt ein Planer nun ein umsetzungsfähiges Konzept, das sowohl dem Denkmalschutz und dem Städtebau Rechnung trägt als auch den Anforderungen des zukünftigen Nutzers entspricht. Kreative Ansatzpunkte hat er durch den Wettbewerb mehr als genug.



Kontaktieren Sie hierzu gerne:

Alexander Peinelt
Asset Manager

Tel.: 040/6377-5384
peinelt.alexander@cev.de

Laufendes Energiemonitoring mit Gebäudevisualisierung

Die digitale Plattform der CEV vernetzt alle Akteure an der Immobilie



Sebastian Eberlein, Mitarbeiter im Team Nachhaltiges Bauen, beobachtet über den Monitor das EDL-Portal

Die zunehmende Komplexität der Anlagentechnik in Handelsimmobilien erfordert eine ebenso komplexe wie komfortable Lösung für das Energiemanagement der Gebäude. Es reicht längst nicht aus, Daten nur gezielt zu erheben. Vielmehr müssen die Informationen einfach, schnell und sicher den richtigen Personen zur Verfügung gestellt werden. Nur so sind die Voraussetzungen geschaffen, einen funktional, wirtschaftlich sowie ökologisch optimalen Betrieb der Immobilie zu erzielen.

Diese Vernetzung aller Akteure an der Immobilie wird bei der CEV vom cloudbasierten EDL-Portal (EnergieDienstleistung) bewerkstelligt. Nehmen wir eine Störung der zentralen Lüftungsanlage als Fallbeispiel: Diese hocheffizienten und hochtechnischen Anlagen erfordern spezielle Ingenieurs-Kenntnisse, die nicht vom Hausmeister vor Ort verlangt werden können. In Verbindung mit der installierten Zählerinfrastruktur (s. auch Teil zwei unserer

Energieserie), kommt nun unser webbasiertes Portal mit Gebäudevisualisierung ins Spiel.

Im System sind Soll- und Grenzwerte, zum Beispiel zum CO₂-Gehalt oder der Temperatur, hinterlegt. Wird ein Grenzwert überschritten, sendet das System eine Störungsmeldung via SMS oder E-Mail. In unserem Störungsbeispiel wird die Lüftungsanlage manuell abgeschaltet, woraufhin der CO₂-Wert in den Räumen ansteigt.

Nachdem der Facility Management-Dienstleister den automatisierten Alarm erhalten hat, kann er sich über die Gebäudevisualisierung im EDL-Portal einen genauen Überblick verschaffen. Der Manager sieht nun, dass der CO₂-Wert überschritten wurde, und dass offenbar die manuelle Abschaltung der Grund dafür ist. In diesem Fall ist die Störung leicht vor Ort – entweder mit telefonischer Anleitung durch den Mieter oder den FM-Dienstleister – zu beheben.



Falls sich eine Störung nicht auf Anhieb vom Personal vor Ort beheben lässt, kann man mit Hilfe der Gebäudevisualisierung mögliche Fehler an der Anlagentechnik im Ausschlussverfahren durchgehen. Eine entsprechende Fachfirma kann daraufhin sehr genau und zeitsparend im Hinblick auf die Störung gebrieft werden. Egal welche Probleme auftreten, die Gebäudevisualisierung zeigt dem Betreiber alles im Detail auf.

Das EDL-Portal kann aber viel mehr. Neben der Meldung von Grenzwertüberschreitungen von bestimmten Parametern – also dem Störfall – erkennt das Portal auch unverhältnismäßige Wärmeverluste in kleinerem Umfang und über einen längeren Zeitraum hinweg. Es sorgt vor allem für die Transparenz der technischen Prozesse, führt Plausibilitätsprüfungen durch, macht Soll- und Istwert-Abgleiche, Regel- und Funktionsprüfungen und optimiert damit Prozesse – technisch wie betriebswirtschaftlich.

Natürlich kann das System nicht alle Herausforderungen des Energiemanagements autark lösen. Aber es zeigt auf, wo überhaupt mögliche Herausforderungen bestehen. Es macht Ineffizienzen, Mängel und Optimierungspotentiale sichtbar. Genau die Schaffung dieser Transparenz ist angesichts der hohen betriebswirtschaftlichen sowie ökologischen Bedeutung des Energiemanagements unverzichtbar. Das CEV-Team stellt sich dann gerne den Aufgaben, die sich aus dem Energiemonitoring ergeben.

Kontaktieren Sie hierzu gerne:

Oliver Veigl
Bereichsleiter
Nachhaltiges Bauen
Tel.: 040/6377-5309
veigl.oliver@cev.de



Veranstaltungen 2018

08.–10.10.2018	EXPO REAL, Halle C1/Stand 420, München
05.–06.11.2018	10. Deutscher Fachmarkt-Immobilienkongress, Düsseldorf
08.–09.11.2018	EHI Energiemanagement Kongress, Köln
19.–20.11.2018	DENA Kongress, Berlin
06.–07.12.2018	Deutscher Nachhaltigkeitspreis, Düsseldorf

WERDEN SIE EIN TEIL UNSERES TEAMS!

Ihre Einstiegsmöglichkeiten bei uns:

- ✓ **Trainee**
- ✓ **Werkstudent/-in**
- ✓ **Auszubildende/-r**
- ✓ **Praktikum**
- ✓ **Direkteinstieg**

Kontaktieren Sie uns unter: 040/6377-5302

Wir freuen uns auf ein Gespräch mit Ihnen.

Impressum

Herausgeber:

CEV Handelsimmobilien GmbH

New-York-Ring 6, 22297 Hamburg, Tel.: +49 (0) 40/6377-5338
www.cev.de

Geschäftsführer: Peter Gerlach, Norbert Krümpelmann

Redaktionsleitung: Dr. Daniel Siegert, Gisela Roy

Konzeption, Text: CEV Handelsimmobilien GmbH

Layout: damm.design

Druck: Klimaneutral gedruckt

Bildnachweis:

CEV Handelsimmobilien GmbH; EDEKA AG;
Hirmer Immobilien; shutterstock



Unsere Geschäftsfelder

Der Bereich **Projektentwicklung** konzeptioniert und realisiert innovative Nutzungskonzepte nach den individuellen Anforderungen der Immobilie und der Kunden.

Das **Baumanagement** der CEV realisiert mit einem professionellen Projektmanagement Eigen- und Fremdprojekte. Credo der Umsetzung: Funktions-, Termin- und Kostentreue, um den unterschiedlichen Auftraggebern gerecht zu werden.

Mit den Nachhaltigkeitsexperten im EDEKA-Verbund erarbeitet der Bereich **Green Building/Energiemanagement** praxisorientierte Lösungen für Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien sowie den Fachmarkt- und Shopping-Centerbereich.

Das **Center Management** betreut Shopping-Center standortspezifisch und individuell mit Blick auf eine nachhaltig positive Entwicklung. Sowohl im Fulltime-Management als auch temporär im Tageseinsatz.

Die **Vermietung** ist mit exzellenten Kontakten zum nationalen Einzelhandel ausgestattet und sorgt für die optimale Erst- und Nachvermietung von Handelsflächen sowie für den bedarfsspezifischen Handels-Mix.

Das kaufmännische **Objektmanagement** sichert durch Kontrolle und Optimierung der Vertragsstrukturen die Wirtschaftlichkeit der Immobilie.

Als Partner im **Facility Management** sorgt die CEV für den langfristigen Erhalt oder die Erhöhung der Werte der betreuten Immobilien. Durch vorausschauendes Planen und den effizienten Einsatz von Ressourcen optimiert sie die Instandhaltungs- und servicebedingte Kosten.

Mit dem Bereich **Asset Management** rundet die CEV ihr Leistungsspektrum im Hinblick auf die klassische Eigentümervertretung ab. Wertschöpfung durch strategisches Handeln, Optimierung der Datengrundlagen und cashflow-orientierte Investitionsentscheidungen stehen im Fokus.

Für den Verkauf von revitalisierten Immobilien wie SB-Märkten sowie die Akquisition neuer Fachmarktcenter, Supermarkt- und Discountportfolien ist der Bereich **Transaktion** verantwortlich.