



Mieten bleiben unter Abwärtsdruck

Die hohe Inflation verstärkt den Druck auf den Handel. Im laufenden Jahr ist mit anhaltenden Mietrückgängen zu rechnen. Wegen der sinkenden Kaufkraft der Haushalte verstärkt durch die Energiepreissprünge infolge des Ukraine-Kriegs erwarten wir beim Güterkonsum eine Umverteilung zulasten nicht lebensnotwendiger Sortimente wie Haushaltsgüter, Elektro und Bekleidung. Insbesondere die Modebranche leidet schon seit Jahren unter dem E-Commerce-Boom. Die Pandemie ist nur ein Verstärker. Auch wenn der Vermietungsmarkt 2021 im Vergleich zum schwachen Vorjahr etwas angezogen hat - auch weil erschwinglichere Mieten in Toplagen traditionell nicht innenstadtrelevanten Anbietern die Präsenz in der City ermöglichen - ist langfristig von einer geringeren Absorption auszugehen. Der gesunkene Bedarf trifft auf einen überdimensionierten Verkaufsflächenbestand, sowohl in den Innenstädten als auch bei Shopping-Centern. Viele Filialisten reduzieren ihr in der Vergangenheit z.T. stark aufgeblähtes Netz signifikant und fokussieren sich auf prestigeträchtige Flagship Stores. Der Ausblick für die Mieten bleibt auch auf mittlere und längere Sicht verhalten. Das stationäre Ladengeschäft vor Ort behält jedoch auch in Zukunft seine Daseinsberechtigung, wenngleich sich seine Bedeutung wandelt, weg vom Point of Sale mit großem und tiefem Sortiment zum Showroom mit Erlebnis-Charakter. Die Pandemie und damit verbundene Lockdown-Maßnahmen haben diesen schon länger währenden Prozess beschleunigt. Die 1a-Lagen dürften sich verkleinern, Nebenlagen anderweitig auch für Wohnen und Arbeiten genutzt werden. Generell geht der Trend von einer monofunktionalen zu einer weniger risikoreichen Mischnutzung, sowohl auf Objekt- als auch auf Quartiersebene.

Der Lebensmittelhandel hat seine Sonderstellung in der Pandemie offenbart und konnte seinen Umsatz auch zulasten der Gastronomie steigern. Hiervon profitierten Nahversorgungszentren und lebensmittelgeankerte Fachmarktzentren, die dank der guten Erreichbarkeit, vielen Parkplätzen und erschwinglicheren Mieten vergleichsweise robust durch die Krise kamen und je nach Sortiment auch steigende Mieten verzeichneten. Bei Shopping-Centern ist von einer stärkeren Marktbereinigung auszugehen insbesondere bei den schon vor der Krise strauchelnden und wenig differenzierten Objekten, während Nachbarschafts-Center häufig in Stadteillagen mit großem Angebot an Waren des täglichen Bedarfs gefragt bleiben. Nahversorgung ist ein wichtiger Frequenzbringer und Stabilitätsanker. Auch regionale Malls mit vielen internationalen Filialisten sowie attraktivem Freizeit- und Gastronomieangebot dürften weiter im Fokus von Kunden und Anbietern bleiben, wobei der Steigerung der Aufenthaltsqualität durch Nutzungsanreicherung große Bedeutung zukommt. Bei Shopping-Centern scheint nach den starken Anpassungen der vergangenen Jahre eine Stabilisierung der Anfangsrenditen eingetreten zu sein bei allerdings weiterhin dünner Datenbasis. Zukunftsfähige Objekte können bei dem im langfristigen Vergleich hohen Renditeniveau attraktive Einstiegsgelegenheiten darstellen. Bei Investoren weiterhin hoch im Kurs stehen krisenrobuste lebensmittelgeankerte Objekte, der Abwärtstrend der Ankaufsrenditen von Supermärkten hält an. Auch bei Fachmarktzentren gab die Spitzenrendite im europäischen Mittel wieder nach. Die Spitzenrenditen in 1a-Lagen haben sich stabilisiert bzw. moderat nachgegeben. In den nächsten Jahren erwarten wir eine Seitwärtsbewegung der Renditen.

Inhalt

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| Volkswirtschaftliches Umfeld | 2 |
| Strukturwandel im Handel | 3 |
| Trends im Handel | 4 |
| Mietmärkte | 5 |
| Investmentmärkte | 6 |
| Deutschland | 7 |
| Frankreich | 8 |
| Italien | 9 |
| Niederlande | 10 |
| Polen | 11 |
| Spanien | 12 |
| UK | 13 |

Auf einen Blick

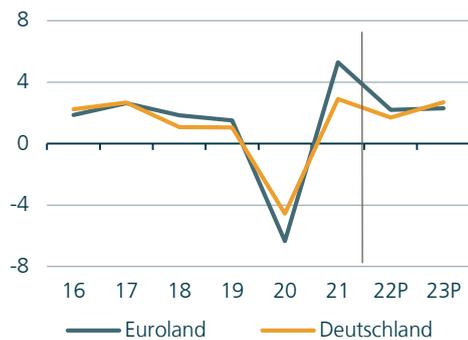
- Mieten bleiben unter Abwärtsdruck
- Hohe Inflation belastet Verbraucher und schmälert Kaufkraft
- Rückläufiger Bedarf an Verkaufsflächen in Innenstädten und Shopping-Centern durch Online-Boom
- Trend geht weg von monofunktionaler Retailstruktur hin zu Mixed-Used-Objekten mit mehr Risikostreuung
- Nahversorgung als Frequenzanker mit weiterem Mietwachstum und anhaltender Renditekompression
- Stabilisierung der Anfangsrenditen bei Shopping-Centern auf hohem Niveau, Seitwärtsbewegung auch in 1a-Lagen erwartet



Makro Research
April 2022

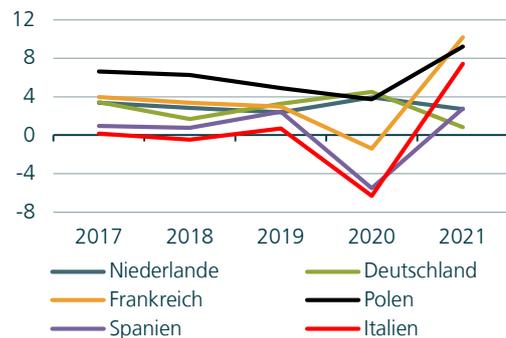
Volkswirtschaftliches Umfeld

Bruttoinlandsprodukt, % ggü. Vj.



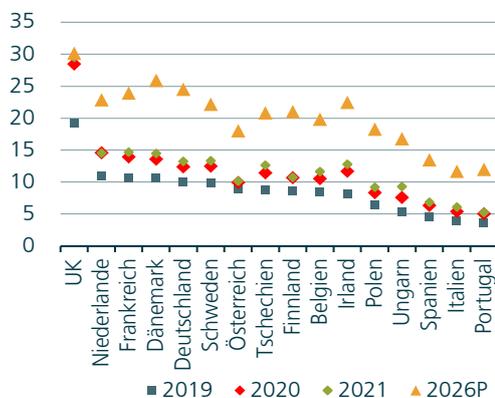
Quelle: Eurostat, Prognose DekaBank

Einzelhandelsumsätze, % ggü. Vj.



Quelle: Eurostat, DekaBank; ohne Kfz und Kraftstoffe, bereinigt

Onlineanteile Einzelhandelsausgaben, %



Quelle: PMA, DekaBank

Konjunktur und Kapitalmarkt

Die wichtigsten Frühindikatoren für den März geben erste Informationen über die Reaktionen der Unternehmen und Haushalte auf den Krieg in der Ukraine. Sie signalisieren eine Verringerung der Konjunktur, jedoch kein vollständiges Abbremsen, das vergleichbar wäre mit der Situation zu Beginn der Corona-Pandemie im ersten Quartal 2020. Durch den Krieg sind neue Probleme für die Konjunktur entstanden, und bestehende Probleme werden verschärft. Dazu gehört die hohe Inflation. Mit 7,5% erreichte die EWU-Inflationsrate im März ein Allzeithoch. Hauptverantwortlich war die Energiepreisentwicklung mit einem Plus von 44,7%. Für die EZB ist die Kombination von Abwärtsrevisionen bei den Konjunkturprognosen und Aufwärtsrevisionen bei den Inflationsprognosen eine besondere Herausforderung. Der Blick auf die Rentenmärkte zeigt, dass die Zinswende im Gange ist und negative Renditen deutscher Bundesanleihen der Vergangenheit angehören. Wir rechnen Ende 2022 mit einer ersten Zinserhöhung.

Konsum und Einzelhandelsumsätze

Die Einzelhandelsumsätze erholten sich 2021 kräftig. Überdurchschnittliches Wachstum realisierten Frankreich, Polen und Italien, das wie Spanien 2020 dramatische Rückgänge hinnehmen musste. Der deutsche Einzelhandel wuchs hingegen nur moderat nach einem kräftigen Wachstum im Pandemiejahr 2020 dank Online-Boom sowie Rekordumsätzen im Lebensmitteleinzelhandel auch zulasten der Gastronomie. Entgegen dem langfristigen Trend stieg der Güterkonsum in der Gesundheitskrise stärker als der Dienstleistungskonsum. Trotz Ukraine-Konflikt erwarten wir zunächst stärkere Nachholeffekte beim angestauten Dienstleistungskonsum. Die sinkende Kaufkraft der Konsumenten wegen der hohen Inflation dürfte beim Güterkonsum eine Umverteilung zulasten nicht lebensnotwendiger Sortimente wie Mode und Elektronik zur Folge haben. Perspektivisch dürfte der Trend eines tendenziell leicht steigenden Dienstleistungskonsums zulasten des Güterkonsums anhalten.

Online-Durchdringung in Europa

Der Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben in der EU stieg seit Ausbruch der Pandemie von 7,9% auf 11% und dürfte bis 2026 sukzessive in Richtung 20% zunehmen. Die Spannweite zwischen den Ländern bleibt jedoch groß. Der steigende Online-Anteil geht zulasten der Umsätze im stationären Handel. Mit wenigen Ausnahmen wie UK stieg der Online-Umsatzanteil 2020 pandemiebedingt weniger stark als zunächst erwartet. Auch wenn der Lebensmitteleinzelhandel mit Ausnahme von UK oder Frankreich bislang eine vergleichsweise hohe Resilienz gegenüber dem Online-Geschäft aufweist, hat die Gesundheitskrise auch hier zu einem beschleunigten Wachstum und zum Ausbau der Online-Lieferkapazitäten der großen Handelsketten geführt sowie die Entstehung neuer Geschäftsmodelle begünstigt. Quick-Commerce-Unternehmen wie Gorillas oder Flink agieren mit begrenztem Sortiment an Supermarktartikeln und geringen Lieferzeiten. In Deutschland wird der Online-Anteil bei Lebensmitteln jedoch voraussichtlich auch künftig keine Größenordnung wie bei Mode oder Elektronik und Medien erreichen.

Trends im Handel



Omnichanneling

Die Pandemie beschleunigt den Trend zum Omnichanneling. Es geht um die Verschmelzung der Vertriebswege. Ziel ist eine nahtlose Erfahrung des Kunden ohne Medienbrüche zwischen der physischen und der virtuellen Ebene mit ineinandergreifenden Anwendungen wie Instore Order, Pick-up-in-Store oder Instore Returns. Das stationäre Ladengeschäft wandelt sich vom Point of Sale mit großem und tiefem Sortiment zum Showroom mit Erlebnis-Charakter. In Zukunft werden vermehrt immersive Technologien, die die Realität entweder komplett virtuell abbilden (Virtual Reality, VR) oder sie mit virtuellen Informationen anreichern (Augmented Reality, AR), die Erlebnisorientierung im Laden dank interaktiver Erfahrungen in einer realen Umgebung steigern. In ihrem neuen weltweit größten Flagship Store in Madrid verbindet die spanische Modekette Zara die Welten von Onlineshopping und stationärem Erlebnis. Die Kunden können während des Shoppings vor Ort auf der Zara-Plattform surfen, Warenbestände im Laden einsehen und Artikel bestellen. Ein robotergesteuertes Lager sorgt dafür, dass die Waren innerhalb von zwei Stunden im hierfür eingerichteten Click & Collect-Service abholbereit sind. Mit der Pay & Go-Technologie können die Einkäufe neben Self-Checkout-Kassen und herkömmlichen Kassen auch per Smartphone gescannt und bezahlt werden. Für Online-Retouren bietet Zara einen automatisierten Rückgabepunkt. Digitale Tools mit Mehrwert für den Kunden bietet auch S.Oliver in seinen neuen Flagship Stores. Großflächige Screens sorgen für Outfitinspirationen, multimediale Tische vermitteln die Markenwelt. Den Schritt vom Internet in die deutsche Einzelhandelsszene vollzogen hat das dänische Männermode-Label Shaping New Tomorrow. Rund 70% werden im E-Commerce verkauft. Um den Kunden ein physisches Einkaufserlebnis zu bieten, sind neben Hamburg und Köln weitere Monobrand-Läden in Planung. Auch Dienstleister wie Vaund oder blaenk (Retail-as-a-service) bieten reinen Online-Marken den Weg in den stationären Handel in Hochfrequenzlagen. Concept Stores umfassen einen Laden mit einer meist hochwertigen Kombination von Sortimenten und Marken. Mit der Machbar betreibt die Handelskette Obi in der Kölner Breite Straße ihr kleinstes Baumarkt-Format, ein neues Do-it-yourself-Konzept mit einem monatlich wechselnden Programm aus Workshops und Events, um eine Zielgruppe zu aktivieren, die bisher vorwiegend digital erreicht wird.

Automatisierung in der Nahversorgung

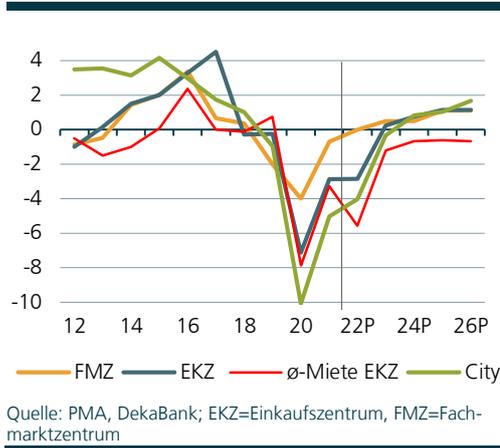
Nach dem US-Vorbild Amazon Go testen Anbieter wie Aldi, Tesco, Rewe oder Netto kassenlose Lebensmittelmärkte (grab & go) in Europa, dabei gibt es hybride und komplett autonome Stores. Unter dem Namen „Josefs nahkauf BOX“ testet Rewe in Oberfranken ein neues Kleinformat zur Nahversorgung in ländlichen Siedlungsgebieten. Auf 39 m² kann der Kunde in dem „Walk-In-Store“ rund um die Uhr einkaufen. Vollautomatische Shops können kleine, traditionell geführte Läden in ländlichen, strukturschwachen Regionen ergänzen oder ersetzen, sind aber auch an frequentierten Plätzen in zentralen Lagen zu finden (z.B. Roberta Goods in Stuttgart). Selbstbedienungsräume ohne Ladenschlusszeiten (24/7-Mikromärkte) sind eine technologiegestützte Mischung aus Verkaufsautomaten, Selbstbedienungscafé und Lebensmittelläden. Das Warensortiment ist auf den jeweiligen Standort abgestimmt.



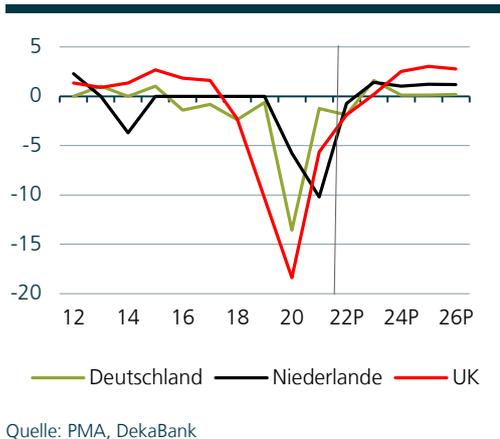
Makro Research
April 2022

Mietentwicklung

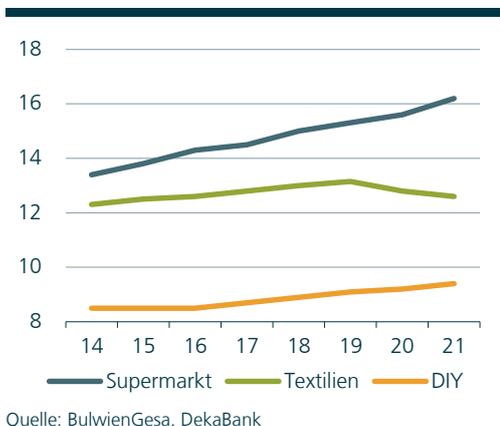
Mieten Europa, % ggü. Vj.



Shopping-Center-Mieten, % ggü. Vj.



Fachmarktmiete DEU, EUR/m²/Monat



Citylagen

Die Spitzenmieten in den auch unter ausbleibenden Touristen und Bürobeschäftigten leidenden 1a-Lagen der Metropolen verzeichneten in der Pandemie starke Mietrückgänge. Europaweit ergab sich 2020/21 ein Minus von insgesamt 15%. Überproportionale Korrekturen verbuchten vor allem UK (-27%) und Spanien (-19%), während die Nordeuropäer und die deutschen A-Städte (-10%) unterdurchschnittlich betroffen waren. 2022 ist mit weiteren z.T. nochmals stärkeren Korrekturen zu rechnen. Die hohe Inflation schmälert die Kaufkraft der Konsumenten. Wegen der räumlichen Nähe zur Ukraine hat sich insbesondere in Warschau der Ausblick stark eingetrübt. Die pandemiebedingt beschleunigte Digitalisierung und Online-Nutzung lasten auch auf dem weiteren Ausblick für die nächsten Jahre. Die in der Vergangenheit sehr hohen Mieten werden nicht mehr erreicht werden. Die Mietvertragslaufzeiten werden kürzer und die Festmiete muss immer häufiger einer Umsatzmiete bzw. einem hohen Umsatzmietanteil weichen. Dies gilt vermehrt bereits im Fashion-Segment.

Shopping-Center

Einem Rückgang um europaweit durchschnittlich 7% in 2020 schloss sich 2021 eine weitere Mietkorrektur um rund 3% an. Überproportional betroffen neben Schweden war insbesondere UK, wo bereits 2019 kräftige Einbrüche erfolgt waren. Auch in Deutschland stehen die Mieten schon länger unter Abwärtsdruck, der sich 2020 extrem beschleunigt hat. 2021 traf es zudem verstärkt niederländische Shopping-Center. Nach einer deutlichen Korrektur in 2020 und einer Stabilisierung in 2021 drohen im laufenden Jahr insbesondere in Polen nochmals deutliche Einbußen. Im europaweiten Mittel dürfte sich 2022 ein ähnlicher Rückgang wie im zurückliegenden Jahr ergeben, bevor ab 2023 mit einer Konsolidierung gerechnet werden kann. Das Mietwachstumspotenzial der Folgejahre bleibt jedoch extrem verhalten, dies gilt verstärkt für Italien aber auch Deutschland. Die Durchschnittsmieten in sekundären Objekten und Lagen bleiben mit wenigen Ausnahmen auch perspektivisch unter Abwärtsdruck. Etablierte Center in UK bieten nach schwerem Aderlass in der Vergangenheit europaweit überdurchschnittliches Wachstumspotenzial.

Fachmarktformate

Trotz größerer Resilienz blieben auch die Mieten in Fachmarktzentren nicht gänzlich von Korrekturen verschont. Am Beispiel Deutschlands zeigt sich allerdings eine heterogene Entwicklung je nach Segment. Während die Spitzenmieten bei Textildiscountern seit Ende 2019 leicht rückläufig sind, verzeichneten Baumärkte/DIY und insbesondere der Lebensmittelhandel Zuwächse. Entsprechend kamen lebensmittelgeankerte Retail Parks sowie Nahversorgungszentren besser durch die Krise. Die Spitzenmieten für Fachmarktflächen in Europa liegen überwiegend zwischen 10 und 20 EUR/m²/Monat. Fachmarktformate bieten für die Händler im Vergleich zu anderen Handelsssegmenten vergleichsweise erschwingliche Mieten und in Pandemie-Zeiten zudem Vorteile wie eine großzügige Ladengestaltung, die gute Erreichbarkeit mit dem Auto und kostenlose Parkplätze und profitieren im Rahmen von Click & Collect auch vom Online-Boom. Ein erheblicher Anteil des Flächenbestandes in Retail Parks in Westeuropa wurde allerdings vor mehr als 15 Jahren entwickelt, sodass sich mit Blick auf die gestiegenen Umwelthanforderungen Sanierungsbedarf ergibt.



Makro Research
April 2022

Investmentmarkt

Investmentumsatz Europa, Mrd. EUR



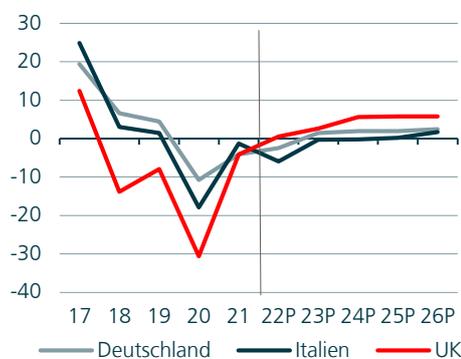
Quelle: CBRE, DekaBank

Spitzenrenditen Europa, %



Quelle: PMA, DekaBank

Marktgesamterträge, % p.a.



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentmarkt

Der Investmentumsatz mit Handelsimmobilien belief sich im Gesamtjahr 2021 auf 35,2 Mrd. EUR, dies sind 11% weniger als im Vorjahr. Die hierin enthaltenen Verkäufe von Shopping-Centern verzeichneten einen überproportionalen Rückgang um 25%. Der Anteil von Shopping-Centern am Gesamtumsatz mit Handelsimmobilien sank von 27% auf 23%. Der Anteil vom Handel am Gesamtvolumen mit Gewerbeimmobilien fiel unter 10% (2017/18: 17%). Umsatzstärkste Märkte 2021 beim Handelsvolumen waren Deutschland und UK mit 9,5 bzw. 7,4 Mrd. EUR (-22% bzw. +51% ggü. Vj.). Insbesondere auch in Deutschland hat sich die Nachfrage zugunsten von Fachmärkten inklusive Nahversorgungszentren verschoben, was ein Umsatzanteil von 60% zeigt. Davon entfielen wiederum 42% auf Lebensmittelmärkte (Discounter, Supermarkt, SB-Warenhaus). Der Anteil von Geschäftshäusern in innerstädtischen Einkaufslagen erreichte 20%, Shopping-Center lediglich 10%. 2018 bis 2020 hatte sich der Anteil von Shopping-Centern in Deutschland im Vergleich zu den vorangegangenen fünf Jahren bereits mehr als halbiert auf 15%.

Anfangsrenditen

Bei Geschäftshäusern in 1a-Lagen dürfte der krisenbedingte Anstieg der Anfangsrenditen abgeschlossen sein, hier erwarten wir überwiegend eine Seitwärtsbewegung. Auch bei Shopping-Centern scheint nach den starken Anpassungen eine Stabilisierung auf hohen Niveaus eingetreten zu sein, wenngleich die Datenbasis weiterhin dünn ist. Zukunftsfähige Objekte können bei dem im langfristigen Vergleich hohen Renditeniveau jedoch attraktive Einstiegsgelegenheiten darstellen, auch wenn Shopping-Center bei Händlern und Kunden nicht mehr im Fokus stehen. Im Gegensatz zu klassischen Shopping-Centern stehen lebensmittelgeankerte Objekte mit i.d.R. langfristigen Mietverträgen weiterhin hoch im Kurs bei Investoren, was sich in weiter nachgebenden Ankaufsrenditen widerspiegelt, insbesondere bei Supermärkten. Nach Anstiegen in 2020 gaben auch die Anfangsrenditen von Fachmarktzentren je nach Land 2021 und im ersten Quartal 2022 wieder nach. Das Segment hat sich in der Pandemie als vergleichsweise krisenfest erwiesen, insbesondere Objekte mit starkem Lebensmittelanker.

Gesamtertragsperspektiven

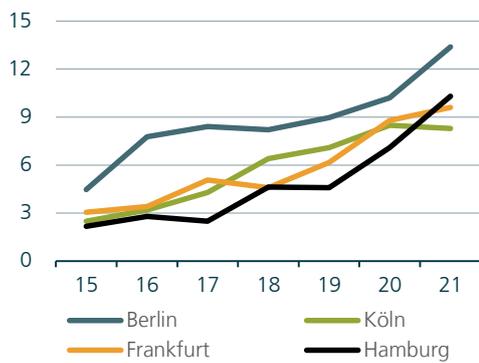
Steigende Anfangsrenditen und kräftige Mietrückgänge ließen die Kapitalwerte von Geschäftshäusern in 1a-Lagen 2020 in den Keller rauschen. 2021 ergaben sich weitere Verluste vor allem wegen anhaltender Mietrückgänge, während sich die Anfangsrenditen stabilisiert haben. Auch im laufenden Jahr dürfte die Korrektur anhalten. Die Erträge sollten ab 2023 die Verlustzone wieder verlassen, bis 2026 ist dann mit einem durchschnittlichen Marktgesamtertrag in Europa von jährlich rund 3% pro Jahr zu rechnen. Bei Shopping-Centern wird ein etwas höherer Gesamtertrag von jährlich 4% erwartet. Nach überproportionalen Mietkorrekturen und Renditeanstiegen bietet UK in beiden Marktsegmenten überdurchschnittliche Perspektiven, Italien wiederum die schwächsten. 2022 dürften polnische Shopping-Center nach einer positiven Entwicklung in 2021 angesichts der Nähe zur Ukraine einen erneut kräftigen Dämpfer hinnehmen müssen.



Makro Research
April 2022

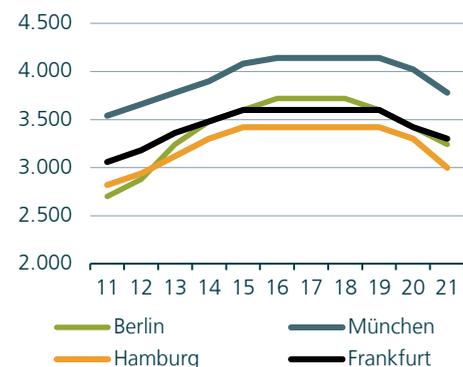
Deutschland

Leerstand City, % Ladenlokale



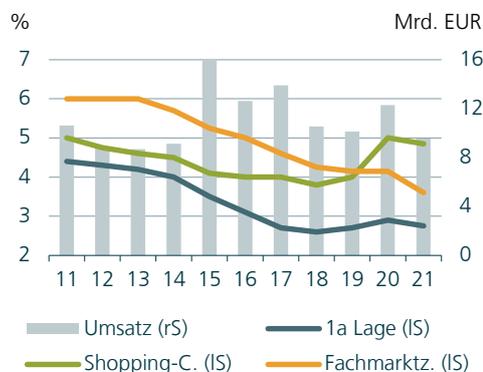
Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete 1a Lage, EUR/m²/Jahr



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz hat 2021 um knapp 1% zugelegt nach 4,4% im Vorjahr. Der stationäre Handel verbuchte aufgrund der Corona-Pandemie erneut spürbare Rückgänge, hervorgerufen durch den Lockdown bis Mai 2021 und die anschließenden Zugangsbeschränkungen je nach Impfstatus. Auch das Weihnachtsgeschäft verlief erneut enttäuschend. Umsatzeinbußen von knapp 6% bzw. über 8% auf Jahressicht verzeichneten der Handel mit Bekleidung und Schuhen bzw. Einrichtung und Baubedarf. Der Lebensmittelhandel lag mit knapp 1% leicht im Minus. Das Wachstum des Online-Handels verlangsamte sich 2021 auf 13% nach sehr hohen 24% im Vorjahr. Der Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz insgesamt dürfte 2021 auf gut 13% gestiegen sein. In den Innenstadtlagen nahm die Flächennachfrage im Vergleich zum Vorjahr leicht zu, blieb aber deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Unter den Top-Standorten verzeichneten bis auf Hamburg und Leipzig alle Standorte Zuwächse bei der Vermietung. Lebensmittel und Gastronomie setzten sich landesweit mit 29% erneut an die Spitze des Flächenumsatzes gefolgt von der Textilbranche mit 24%. Die Schließung nicht profitabler Filialen großer Ketten und von privatgeführten Geschäften hat die Leerstände in den Innenstädten weiter steigen lassen, z.B. in Berlin auf knapp 14%. Bei mehrgeschossigen Betrieben werden die oberen Etagen tendenziell umgewidmet zu Büroflächen. Nur ein neues Shopping-Center ging 2021 landesweit in Betrieb. Auch 2022 wird es kaum Neubauten geben. Netto betrachtet, d.h. nach Abzug von Umnutzung und Abriss, dürfte der Bestand sogar leicht sinken. Die Spitzenmieten in den 1a-Lagen der Top-Standorte verminderten sich 2021 zwischen 3% und 9%. 2022 ist von weiteren Rückgängen auszugehen, 2023 rechnen wir mit einer Konsolidierung. Die Spitzenmieten in Shopping-Centern, die zwischen 2016 und 2019 bereits um durchschnittlich knapp 1,5% pro Jahr gesunken waren, gaben 2020 um fast 14% nach. 2021 betrug der Rückgang nur gut 1%. Die Mieten in Fachmärkten hielten sich dagegen stabil bzw. zogen im Lebensmittelhandel und bei Baumärkten weiter an.

Investmentmärkte

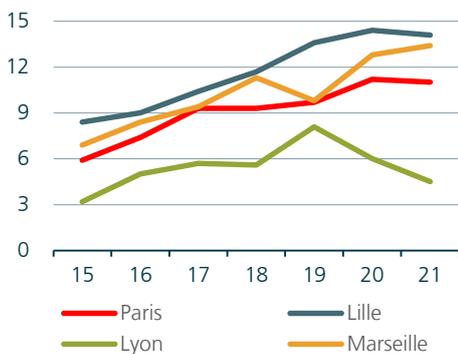
2021 wurden 9,5 Mrd. EUR in Einzelhandelsimmobilien investiert, 22% weniger als im Vorjahr. Größere Portfolioverkäufe, Unternehmensübernahmen oder auch größere Einzeltransaktionen fanden nicht statt. Der Anteil ausländischer Anleger belief sich auf 32%. Fachmärkte und Fachmarktzentren konnten ihren Anteil erneut steigern und erreichten 60% des Gesamtvolumens. 42% davon wiederum entfielen auf Lebensmittelmärkte. Innerstädtische Geschäftshäuser generierten 20% und Shopping-Center 10% des landesweiten Transaktionsvolumens. Die Spitzenrenditen für Handelsimmobilien in 1a-Lagen verminderten sich 2021 in den A-Städten um durchschnittlich 10 Bp. auf 3,2% und stiegen in den B-Städten um 10 Bp. auf 4,4%. Die Spitzenrendite für Fachmarktzentren verringerte sich um 65 Bp. auf 3,6%. Sie lag damit 125 Bp. unter der Spitzenrendite für Shopping-Center in den A-Städten. Bei Supermärkten sank die Spitzenrendite aufgrund der sehr hohen Nachfrage um 120 Bp. auf 3,6%. 2022 dürften die Renditen bei Fachmarktzentren und Supermärkten weiter zurückgehen, in 1a-Lagen und bei Shopping-Centern seitwärts tendieren.



Makro Research
April 2022

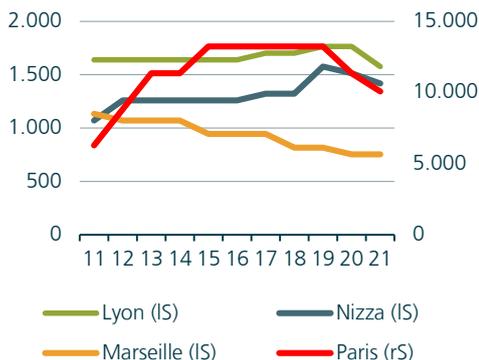
Frankreich

Leerstand Shopping-C. % Ladenlokale



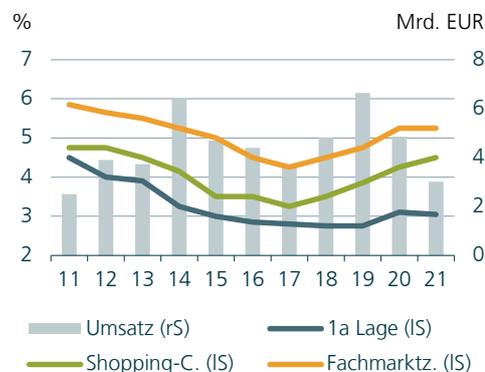
Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete 1a Lage, EUR/m²/Jahr



Quelle: CBRE, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Die Einzelhandelsumsätze haben sich 2021 von den strikten Lockdown-Maßnahmen im Vorjahr erholt mit einem Zuwachs um gut 10%, auch wegen des Nachholbedarfs im stationären Handel. Nach dem herben Einbruch um 25% hat sich auch der Handel mit Bekleidung, Textilien und Schuhen (+15%) wiederbelebt. Allerdings hat der Wachstumskurs im Versand- und Internethandel 2021 nochmals an Dynamik gewonnen. Die Online-Umsätze werden weiter steigen zulasten des Stationärhandels. Die Optimierung von Konzepten und Vertriebswegen als Folge des Online-Booms hat sich krisenbedingt beschleunigt. 2020 stark gestiegene Insolvenzen und Geschäftsaufgaben sorgten für steigende Leerstände und sinkende Mieten. Während bei Shopping-Centern 2021 landesweit ein weiterer Anstieg auf über 14% stattfand, sank der Leerstand bei den krisenrobusteren Fachmärkten zuletzt wieder leicht unter 8%. Das in Frankreich im Lebensmittelhandel etablierte Drive-In-Konzept boomt weiter, auch kleinere Formate eröffnen in zentralen Lagen. Auch Anbieter wie Decathlon und IKEA eröffnen kleinere Innenstadtfilialen. Die Pipeline ist überschaubar, bei den wenigen großen Projekten handelt es sich um Fachmarktzentren (Retail Parks) mit hohem Anteil von Food & Beverage. Auch in Frankreich geht der Trend zu Mixed-Used-Objekten z.B. durch den Umbau und die Umwidmung historischer Gebäude. Das zuvor sehr hohe Mietniveau im Topsegment in Paris gab seit Ende 2019 um insgesamt 24% nach. Die Spitzenmiete für Zone A-Flächen sank von 21.000 auf 16.000 EUR/m²/Jahr. Incentives und kurze Mietvertragslaufzeiten werden vermehrt gewährt. Die traditionell von internationalen Touristen stark frequentierten Spitzenlagen wie die Champs-Élysées litten besonders unter den Reiseeinschränkungen, während sich Lagen mit endogener Nachfrage und einer geringeren Abhängigkeit von Berufspendlern robuster zeigten. Auch in den Regionalmetropolen ergaben sich in den 1a-Lagen und bei Shopping-Centern Mietrückgänge. Der Abwärtsdruck auf die Mieten hält im laufenden Jahr an, ab nächstem Jahr erwarten wir die Bodenbildung. Der Ausblick für die kommenden Jahre bleibt angesichts der Krise im Stationärhandel jedoch verhalten.

Investmentmärkte

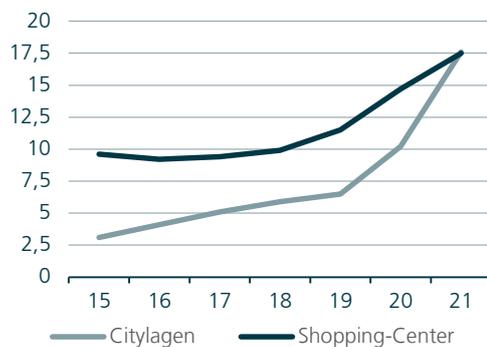
Der landesweite Umsatz mit Handelsimmobilien belief sich 2021 auf gut 3 Mrd. EUR, (-38% ggü. Vorjahr). 74% vom Umsatz entfielen auf das zweite Halbjahr. Nach 51% im Vorjahr trug die Hauptstadtregion nur 30% zum landesweiten Umsatz bei. Nach hohen 35% aufgrund eines großen Portfoliodeals (URW) in 2020 generierten Shopping-Center im vergangenen Jahr nur 20% vom landesweiten Investmentumsatz. Weitere 33% entfielen auf Geschäftshäuser in innerstädtischen Lagen. Fachmarktformate und Retail Parks waren mit 47% das stärkste Segment. Der Nachfrageüberhang nach krisenrobusten Nahversorgern hielt die Anfangsrenditen unter Abwärtsdruck, im ersten Quartal 2022 ergab sich ein weiterer Rückgang der Renditen von Supermärkten auf 3,7%. Die Spitzenrendite innerstädtischer Geschäftsgebäude in 1a-Lage hat sich 2021 stabilisiert bei 3%. Auch die Ankaufsrenditen moderner Fachmarktzentren hielten sich im vergangenen Jahr stabil bei 5,25%, wohingegen etablierte Shopping-Center einen weiteren Anstieg auf 4,5% verzeichneten. Nach den starken Anpassungen seit 2017 scheint jedoch die Konsolidierung eingetreten zu sein, darauf deutet auch das erste Quartal 2022 hin.



Makro Research
April 2022

Italien

Leerstand Rom, % Ladenlokale



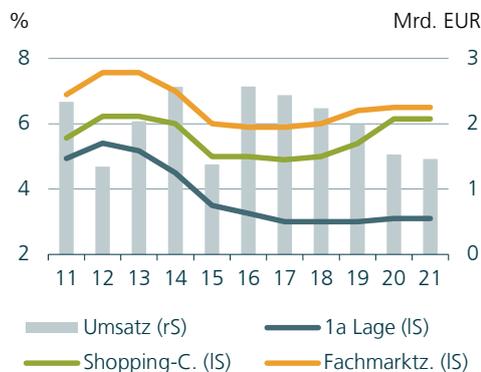
Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete, 1a Lage, EUR/m²/Jahr



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz verzeichnete 2021 einen Zuwachs von gut 8% nach einem Rückgang von knapp 8% im Vorjahr. Italien war von der Corona-Pandemie 2020 besonders hart betroffen und verzeichnete einen längeren und schärferen Lock-down. Die Branchen Bekleidung und Schuhe registrierten 2021 mit über 17% den stärksten Anstieg gefolgt von Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Einrichtung und Elektronik. Im Versand- und Internethandel verlangsamte sich das Wachstum von 27% im Vorjahr auf immer noch überdurchschnittliche 17%. Mit einem Online-Anteil von gut 6% am gesamten Einzelhandelsumsatz lag Italien allerdings deutlich unter dem EU-Durchschnitt von 11%. Außer den pandemiebedingten Einschränkungen hat der nach wie vor schwache Auslandstourismus die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in den 1a-Lagen deutlich beeinträchtigt. Viele Filialisten strafften ihr Filialnetz und bauten ihre Online-Präsenz aus. Die Leerstände sind deutlich gestiegen, z.B. in Mailand auf 9% und in Rom auf fast 18%. Bei der Neubelegung von Flächen dominieren Non-Food-Anbieter im unteren und mittleren Preissegment, Lebensmittelketten und Gastronomie. 2021 wurde kein neues Shopping-Center eröffnet. Im ersten Quartal 2022 befanden sich rund 0,35 Mio. m² in Bau, darunter Merlata Bloom in Mailand. Bei vielen Projekten sind zeitliche Verschiebungen und in Einzelfällen auch die komplette Aufgabe zu erwarten. Aufgrund des hohen Anteils von veraltetem und qualitativ minderwertigem Shopping-Center-Bestand kommt der Sanierung und Aufwertung bestehender Objekte eine große Bedeutung zu, gerade auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. In Mailand und Rom verzeichneten die Spitzenmieten in 1a-Lagen 2021 Rückgänge von jeweils 3%. Ablösezahlungen (Key money) für Ladenlokale sind nicht komplett verschwunden, spielen aber eine untergeordnete Rolle. Vermieter zeigten sich offen für Incentives bzw. Anpassungen der Miete an den Umsatz. 2022 ist von weiteren Mietrückgängen auszugehen, 2023 sollte eine Konsolidierung erfolgen. Bei Shopping-Centern gab es 2021 Rückgänge von durchschnittlich 3% bei den Durchschnittsmieten, im laufenden Jahr ist aufgrund steigender Energiekosten vor dem Hintergrund des Krieges in der Ukraine mit stärkeren Rückgängen auch bei den Spitzenmieten zu rechnen. Der Ausblick ist auch im europaweiten Vergleich zudem sehr schwach.

Investmentmärkte

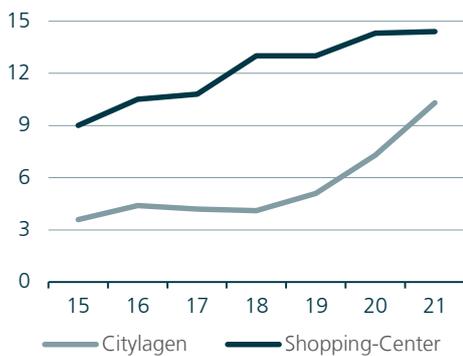
Auf Einzelhandelsimmobilien entfielen 2021 mit 1,4 Mrd. EUR 14% des gesamten Transaktionsvolumens gewerblicher Immobilien. Damit wurde der Vorjahresumsatz nur um 5% verfehlt, das Ergebnis blieb jedoch 40% unter dem Durchschnitt der Vorkrisenjahre 2016-2019. Gründe für die Zurückhaltung der Investoren waren sowohl die Unsicherheit durch die Corona-Pandemie als auch die Skepsis hinsichtlich der Zukunft des stationären Handels. 68% des Investmentvolumens betrafen innerstädtische Geschäftshäuser. 14% entfielen auf Supermärkte und 11% auf Fachmarktzentren, wobei das Angebot an größeren erstklassigen Objekten in diesem Segment landesweit überschaubar ist. Shopping-Center hatten einen Anteil von lediglich 7%. In den 1a-Lagen von Mailand und Rom verharrten die Renditen 2021 auf dem Niveau von 3,0% und dürften auch im laufenden Jahr seitwärts tendieren. Ebenfalls unverändert blieben die Spitzenrendite für gut positionierte größere Einkaufszentren mit 6,15% und der Renditeabstand zu Sekundärobjekten mit 160 Bp. Die Rendite für Shopping-Center sollte im laufenden Jahr leicht steigen. Bei Fachmarktzentren gab die Rendite im ersten Quartal 2022 um 10 Bp. nach auf 6,4%. Eine weitere Kompression dürfte auch die Rendite von Supermärkten erfahren, die sich 2021 um 40 Bp. auf 5,0% verringerte.



Makro Research
April 2022

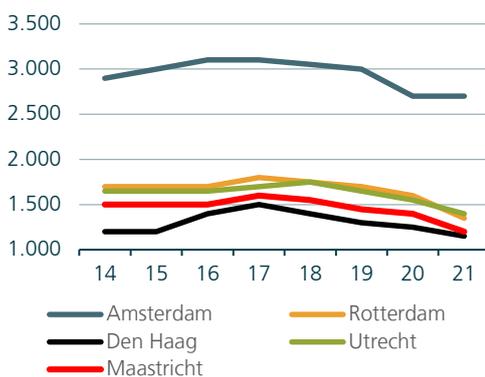
Niederlande

Leerstand Amsterdam, % Ladenlokale



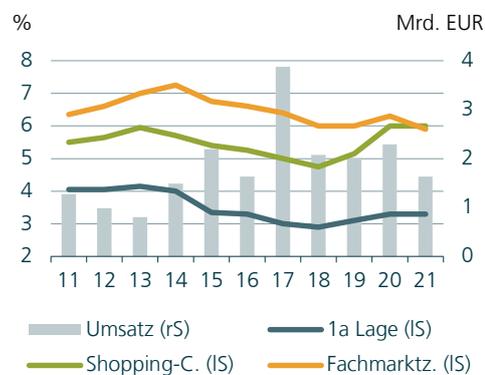
Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete 1a Lage, EUR/m²/Jahr



Quelle: CBRE, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Aufgrund des beschleunigten Online-Booms expandierten die Einzelhandelsumsätze in den beiden Corona-Jahren um 4,0% bzw. um 2,7% und somit dynamischer als im Mittel der vorangegangenen fünf Jahre (2,5% p.a.). 2021 machte sich allerdings auch im Stationärhandel Nachholbedarf bemerkbar. Während der Lebensmittelhandel und die Bereiche Elektrowaren und Baumärkte/DIY sehr robust durch das erste Pandemiejahr kamen und das Wachstum gegenüber dem Vorkrisenzeitraum zulegen konnte, war die schon länger unter dem Online-Boom leidende Modebranche der klare Verlierer. Die Anzahl der Läden ist seit Jahren rückläufig angesichts von Insolvenzen insbesondere einheimischer Händler. Die Pandemie wirkt nur wie ein Beschleuniger. Trotz der Konzentration internationaler Retailer auf Top-Standorte wie Amsterdam blieb auch die Hauptstadt nicht von kräftig steigenden Leerständen und sinkenden Mieten verschont. Der Anteil leerstehender Ladeneinheiten in der City hat sich seit Ende 2019 von 5% auf über 10% verdoppelt. Bei den schon länger unter dem Strukturwandel leidenden Shopping-Centern hat sich die Situation 2021 auf hohem Niveau stabilisiert. Die Spitzenmieten sowohl in den innerstädtischen Lagen als auch bei Shopping-Centern stehen im laufenden Jahr insgesamt unter weiterem Abwärtsdruck. Maastricht, Rotterdam und Utrecht verzeichneten in den beiden zurückliegenden Jahren Rückgänge bei den Spitzenmieten in 1a-Lagen um 15 bis 20%. In Amsterdam gab die Spitzenmiete in 1a-Lage um 10% nach und bei Shopping-Centern um 14% auf 600 EUR/m²/Jahr. Die weiterhin höchste Shopping-Center-Miete mit 1.400 EUR/m²/Jahr (-10%) weist Utrecht auf, in Den Haag ergab sich 2020/21 entgegen dem Trend ein kräftiger Mietanstieg auf 1.050 EUR/m²/Jahr. 2021 hat die 116.000 m² umfassende Westfield Mall of the Netherlands in Leidschendam eröffnet. Die Mieten in Fachmarktzentren waren stabil bzw. sind in den kleineren lebensmittelgeankerten Stadtteilzentren weiter gestiegen. Der Bestand an Shopping-Centerflächen in den Niederlanden ist im europaweiten Vergleich überaltert und durch kleine Objekte geprägt. Im Fokus der Entwickler sind Upgrades bestehender Center inklusive Flächenumwidmungen und mehr Mischnutzung insbesondere auch mit Wohnen.

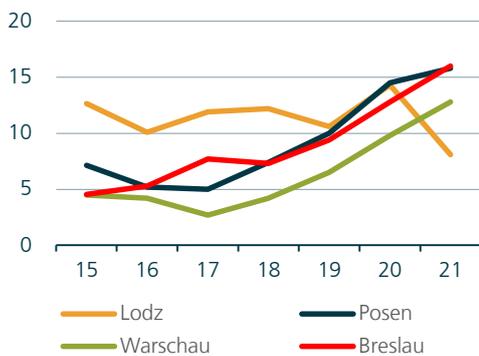
Investmentmärkte

Der landesweite Investmentumsatz mit Einzelhandelsimmobilien belief sich 2021 auf 1,6 Mrd. EUR, dies entspricht einem Rückgang um 29% gegenüber dem Vorjahr. Shopping-Center-Deals trugen zur Hälfte vom Umsatz bei, mit durchschnittlich 0,8 Mrd. EUR in 2020/21 entsprach der Umsatz fast den drei Vorkrisenjahren. Die Spitzenrendite für Geschäftshäuser in der 1a-Lage von Amsterdam hielt sich nach leichten Anstiegen 2019/20 bis einschließlich dem ersten Quartal 2022 stabil bei 3,3%. Innerstädtische Geschäftsgebäude in Utrecht, Rotterdam und Den Haag verzeichneten 2020 stärkere Anstiege und rentierten zuletzt in der Spitze zwischen 4,3% und 4,5%. Der Renditeabstand auf die Hauptstadt hat sich von 50 auf 100 Bp. und mehr ausgeweitet. Die Anfangsrenditen gut positionierter Shopping-Center haben sich nach kräftigen Anstiegen stabilisiert bei 6%. Nach einem Rückgang Ende 2021 um 40 Bp. rentierten moderne Fachmarktzentren im ersten Quartal 2022 mit 5,9% leicht niedriger als Shopping-Center. Angesichts der Krisenresistenz von Nahversorgern und der damit einhergehenden großen Nachfrage gaben die Renditen für Supermärkte 2021 um 85 Bp. nach auf 4,0%.



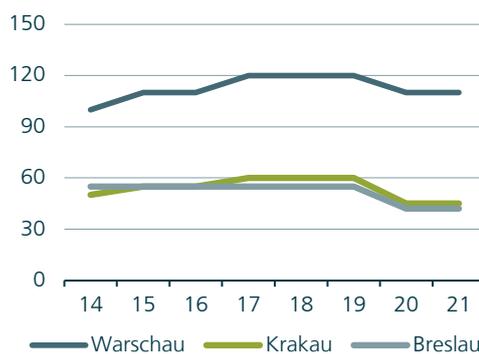
Polen

Leerstand Shopping-C., % Ladenlokale



Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete Shopping-C., EUR/m²/Monat



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Nach einem vergleichsweise schwachen Wachstum von knapp 3% in 2020 erhöhte sich der Umsatz im Einzelhandel 2021 trotz Pandemie und temporärer Lockdowns im Januar und März/April um knapp 9%. Der Zuwachs lag deutlich über dem EU-Durchschnitt von 5,5%. Der Versand- und Internethandel steigerte seinen Umsatz 2021 um knapp 23% nach dem Rekordanstieg von 55% im Vorjahr. Damit dürfte der Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben auf über 9% gestiegen sein, womit im europäischen Vergleich nach wie vor Aufholpotenzial besteht. In Tschechien liegt der Anteil bei knapp 13%, in Ungarn bei 9%. Die Markteintritte internationaler Filialisten haben sich gegenüber dem Niveau vor Corona merklich verringert. Als sehr expansiv erweisen sich weiterhin Non-Food-Discounter, z.B. Action, Dealz, Kik oder Pepco. Das Fertigstellungsvolumen für Shopping-Center erreichte 2021 rund 80.000 m² in fünf kleineren Objekten, darunter drei Neubauten. Im ersten Quartal 2022 befanden sich 150.000 m² in Bau. Der Fokus liegt dabei auf Mittel- und Kleinstädten unter 100.000 Einwohnern. Der Leerstand in den Einkaufszentren der sechs größten Städte betrug Ende 2021 durchschnittlich 12,2% (bezogen auf die Anzahl der Ladenlokale). An der Spitze standen Breslau und Posen mit jeweils 16% vor Warschau mit knapp 13%. Generell ist der Leerstand in vor 2000 bzw. nach 2008 eröffneten Objekten am höchsten. Einige geschlossene Objekte werden umgewandelt in profitablere Handelsformate oder anderen Nutzungen zugeführt, z.B. großflächiger Wohnbebauung. Die landesweite Neubautätigkeit verlagert sich in den Bereich der Fachmarktzentren aufgrund deren höherer Online-Resilienz. Ein Schwerpunkt liegt auf Nahversorgungszentren bis zu 5.000 m² mit Lebensmittelanker in peripheren Lagen. Die Pandemie hat den Bedarf an wohnungsnaher dezentraler Versorgung erhöht. Die Spitzenmieten in Shopping-Centern blieben 2021 stabil und erreichten 110 EUR/m²/Monat in Warschau und 40 bis 45 EUR/m²/Monat in den Regionalzentren. In fast allen polnischen Standorten sind die Mieten in innerstädtischen Shopping-Centern höher als in 1a-Lagen, deren Filialisierungsgrad immer noch niedrig ist. 2022 wird bei den Spitzenmieten in Shopping-Centern und 1a-Lagen mit stärkeren Rückgängen gerechnet. Hier schlagen sich die räumliche Nähe zum Kriegsschauplatz Ukraine und die Abhängigkeit von russischen Energielieferungen nieder.

Investmentmärkte

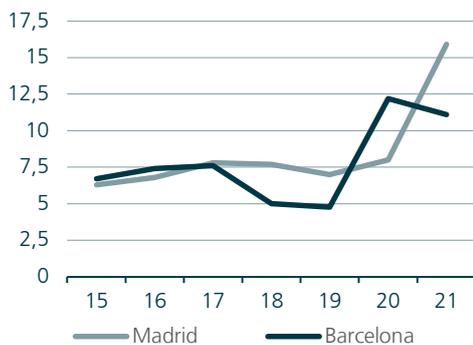
Einzelhandelsimmobilien trugen 2021 rund 16% zum gesamten gewerblichen Transaktionsvolumen bei. Mit 900 Mio. EUR fiel der Umsatz in diesem Marktsegment 36% höher aus als im Vorjahr. Das Interesse galt zum einen Shopping-Centern mit Potenzial zur Neupositionierung oder Umnutzung und zum anderen kleineren Fachmarktzentren. Größter Abschluss war der Kauf des M1 Marki Shopping-Centers bei Warschau durch Redefine Europe. Die Spitzenrenditen für Shopping-Center im Spitzensegment und in sekundären Lagen verharrten 2021 auf den Vorjahresniveaus von 5,75% bzw. 6,75%. Auch bei Fachmarktzentren blieb die Spitzenrendite mit 7,25% stabil, während sie bei Supermärkten um 125 Bp. auf 6,5% nachgab. 2022 ist bei Shopping-Centern mit steigenden Renditen zu rechnen, bei Fachmarktzentren und Supermärkten mit Stagnation.



Makro Research
April 2022

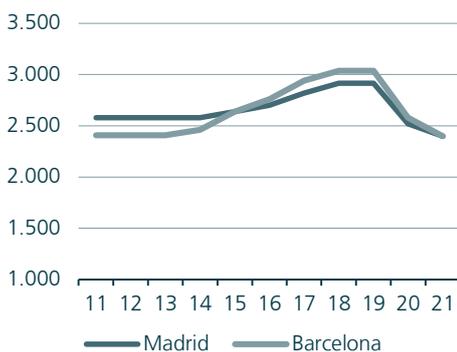
Spanien

Leerstand Citylagen, % Ladenlokale



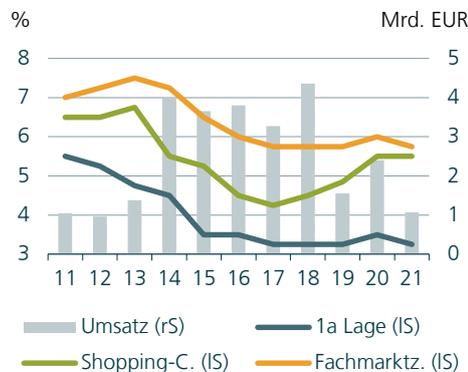
Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete 1a Lage, EUR/m²/Jahr



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Nach dem Einbruch 2020 um 5,5% als Folge der dramatischen Auswirkungen der Pandemie und restriktiven Lockdown-Maßnahmen verzeichneten die Einzelhandelsumsätze 2021 ein gegenüber den Vorkrisenjahren überdurchschnittliches Wachstum um 2,8%. Am stärksten zulegen konnten die Segmente Mode, Elektro und DIY. Der Versand- und Internethandel wuchs um 11,6% und damit deutlich geringer als 2019/20 (18,4% bzw. 39%). Der Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben erhöhte sich 2020 von 4,6% auf 6,4% und dürfte sich bis 2026 noch mehr als verdoppeln, im europaweiten Mittel aber unterdurchschnittlich bleiben. Die Pandemie hat sich als Beschleuniger der Digitalisierung und Online-Nutzung im Handel erwiesen. Viele überwiegend einheimische Händler insbesondere aus der Modebranche haben schwer zu kämpfen, ziehen sich vom Markt zurück oder reduzieren ihr Filialnetz. Internationale Touristenhochburgen wie Barcelona haben die Reiseeinschränkungen schwer getroffen. Nach einem steilen Anstieg 2020 sank der Anteil leerstehender Ladenlokale in der City 2021 zwar wieder leicht, war mit 11% aber noch immer mehr als doppelt so hoch wie vor der Pandemie. Überproportionale Anstiege verzeichneten die bei Touristen beliebten Lagen Las Ramblas und Porta Ferrissa. In Madrid ist der Leerstand 2021 weiter stark gestiegen auf insgesamt 16%, besonders betroffen ist u.a. die Gran Vía. Lagen mit höherem Filialisierungsgrad weisen in beiden Städten tendenziell geringere Leerstände auf. Bei Shopping-Centern ergaben sich in beiden Städten 2021 weitere Anstiege in Richtung 14%. Die Spitzenmiete in der Touristenmetropole Barcelona sank in den beiden Pandemie Jahren um insgesamt 21%, in der Hauptstadt um 18%. In den anderen Großstädten ergaben sich z.T. noch stärkere Rückgänge. Nach einem kräftigen Rückgang in 2020 stagnierten die Spitzenmieten von Shopping-Centern in Barcelona und Madrid. Die erheblich günstigeren Spitzenmieten in Fachmarktzentren hingegen erwiesen sich in der Gesundheitskrise als vergleichsweise robust. Im laufenden Jahr hält der Abwärtsdruck auf die Spitzenmieten in 1a-Lage an, ab 2023 erwarten wir dann die Bodenbildung. Der Ausblick für die kommenden Jahre bleibt wegen des anhaltenden Strukturwandels und rückläufiger Ausgaben im Stationärhandel verhalten. Die Bautätigkeit ist überschaubar, die Pandemie hat zudem zu Verzögerungen bei den Fertigstellungen und zum Zurückstellen von Projekten geführt. Die Entwicklung kleiner und mittlerer Retail Parks hat zugenommen.

Investmentmärkte

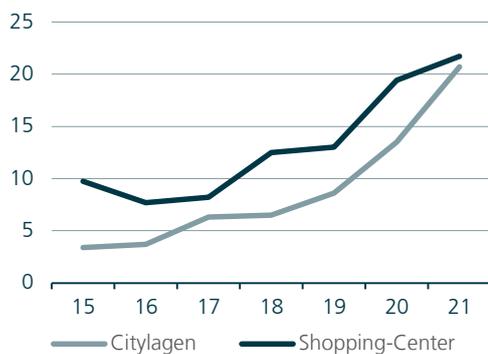
Mit 1,1 Mrd. EUR verzeichnete der Investmentumsatz mit Handelsimmobilien 2021 mehr als eine Halbierung gegenüber dem starken Vorjahresergebnis, der Umsatz von 2019 wurde um 31% verfehlt. Nach 46% in 2020 bzw. durchschnittlich gut 40% in den Jahren 2017 bis 2019 trugen Shopping-Center 2021 nur zu 7,4% vom Umsatz mit Handelsobjekten bei. Angesichts der Krisenresistenz von Nahversorgern wechselten einige Portfolios den Besitzer und die Spitzenrendite von Supermärkten gab erneut deutlich nach auf 4,25%. Nach einem weiteren Rückgang um 25 Bp. auf 5,5% im Jahresauftaktquartal 2022 rentierten moderne Fachmarktzentren erstmals auf dem Niveau gut positionierter Shopping-Center, deren Renditen sich nach kräftigen Anstiegen stabilisiert haben. Auch die Renditen in 1a-Lagen haben sich in den Großstädten stabilisiert bzw. z.T. leicht nachgegeben.



Makro Research
April 2022

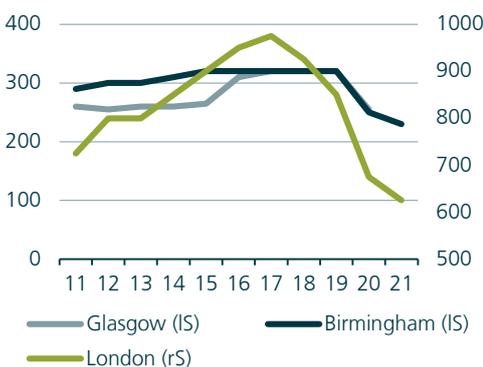
UK

Leerstand London, % Ladenlokale



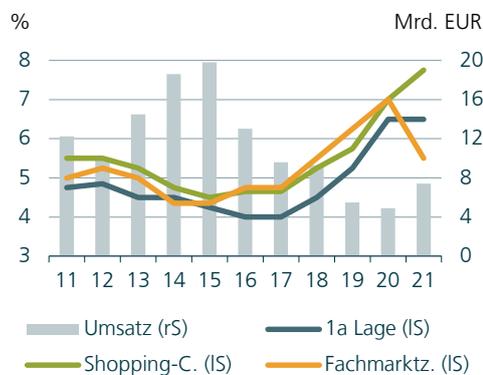
Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmiete City (Zone A), GBP/sf/Jahr



Quelle: PMA, DekaBank

Investmentumsatz und Renditen



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz verzeichnete 2021 ein Wachstum von gut 5% nach einem Rückgang von knapp 2% im Vorjahr. Nach dem Lockdown im ersten Quartal 2021 stiegen die Umsätze vor allem im zweiten Quartal kräftig an, blieben aber insbesondere bei Bekleidung und Schuhen weiterhin deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Viele durch die Pandemie hervorgerufene Änderungen der Konsumgewohnheiten dürften sich als dauerhafter erweisen, wovon in erster Linie der Online-Handel profitiert. Nach dem großen Umsatzsprung 2020 verlangsamte sich das Wachstum beim Versand- und Internethandel 2021. Aufgrund des im europäischen Vergleich bereits sehr hohen Online-Anteils am gesamten Einzelhandel von knapp 30% dürften die Wachstumsraten in den kommenden Jahren geringer ausfallen. Im Lebensmittelhandel liegt der Online-Anteil in UK inzwischen bei rund 11%. Nach dem starken Anwachsen bereits seit 2018 ist die Welle der Insolvenzen und Schließungen bei Handelsunternehmen 2021 deutlich abgeebbt. Großvermieter wie z.B. Landsec oder British Land kommen den Mietern bei der Vertragsgestaltung entgegen und diversifizieren ihre Einkommensbasis durch Expansion in andere Segmente, z.B. Citylogistik. Die Leerstände in den Innenstädten haben sich weiter erhöht, z.B. in London auf knapp 21%, in Glasgow auf 22% und in Manchester auf 17%. Bei Shopping-Centern in London und den Regionalmetropolen lag die Leerstandsquote bei durchschnittlich 21%. 2021 wurden drei Shopping-Center mit zusammen 100.000 m² in Betrieb genommen, darunter das sanierte St. James Quarter in Edinburgh. Aktuell befinden sich rund 0,2 Mio. m² in Bau. Durch Umnutzungen und Abriss dürfte der Bestand an innerstädtischer Shopping-Center-Fläche bis 2026 um rund 3 Mio. m² bzw. 5% schrumpfen. Bei Fachmarktzentren ist die Pipeline im Vergleich zum Vorkrisenniveau stark geschrumpft, Umnutzungen älterer Bestandsobjekte nehmen zu. Die Spitzenmieten in 1a-Lagen verzeichneten 2021 weniger starke Rückgänge als im Vorjahr. Im laufenden Jahr sind noch weitere Korrekturen zu erwarten, ab 2023 sollte eine Konsolidierung eintreten. Bei Shopping-Centern verringerten sich die Spitzen- und Durchschnittsmieten 2021 zwischen 3% und 6%, nachdem in den Vorjahren Rückgänge um bis zu 22% stattgefunden hatten. Im laufenden Jahr ist mit weiteren Rückgängen zu rechnen. Bei Fachmarktzentren dürften sich die Mieten dagegen stabilisieren.

Investmentmärkte

Das Transaktionsvolumen von Handelsimmobilien war 2021 mit 7,4 Mrd. EUR rund 51% höher als im Vorjahr und entsprach 11% des Gesamtvolumens gewerblicher Immobilien. Fachmarktzentren und Supermärkte legten in der Gunst der Investoren weiter zu. Immerhin gut 1 Mrd. EUR entfiel auf Shopping-Center, was nach dem Tiefpunkt 2020 wieder dem Niveau von 2019 entsprach. In Central London wurden 1,5 Mrd. EUR in Einzelhandelsobjekte investiert, 54% mehr als im Vorjahr. Im Gegensatz zum Vorjahr blieben die Renditen in den 1a-Lagen weitgehend stabil. Der Unterschied zwischen London und den Regionalstandorten betrug 3 Pp. und mehr. Die Spitzenrendite für Shopping-Center im Prime-Segment erhöhte sich 2021 um 75 Bp. auf 7,75%, der Abstand zu „best secondary“ erhöhte sich auf 4,25 Pp. Die Rendite für Fachmarktzentren verringerte sich um 1,5 Pp. auf 5,5%, bei Supermärkten betrug der Rückgang 50 Bp. auf 3,5%. 2022 dürften die Renditen in 1a-Lagen und Shopping-Centern leicht und bei Fachmarktzentren und Supermärkten stärker nachgeben.



Impressum:

<https://deka.de/deka-gruppe/impressum>

Herausgeber:

DekaBank, Makro Research

Ansprechpartner:

Daniela Fischer: (069) 71 47 - 75 49; E-Mail: daniela.fischer@deka.de
Andreas Wellstein: (069) 71 47 - 38 50; E-Mail: andreas.wellstein@deka.de

Redaktionsschluss: 20. April 2022

Rechtliche Hinweise:

Diese Darstellungen inklusive Einschätzungen wurden von der DekaBank nur zum Zwecke der Information des jeweiligen Empfängers erstellt. Die Informationen stellen weder ein Angebot, eine Einladung zur Zeichnung oder zum Erwerb von Finanzinstrumenten noch eine Empfehlung zum Erwerb dar. Die Informationen oder Dokumente sind nicht als Grundlage für irgendeine vertragliche oder anderweitige Verpflichtung gedacht. Sie ersetzen keine (Rechts- und / oder Steuer-) Beratung. Auch die Übersendung dieser Darstellungen stellt keine derartige beschriebene Beratung dar. Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Die hier abgegebenen Einschätzungen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen und stammen aus oder beruhen (teilweise) auf von uns als vertrauenswürdig erachteten, aber von uns nicht überprüfbaren, allgemein zugänglichen Quellen. Eine Haftung für die Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der gemachten Angaben und Einschätzungen, einschließlich der rechtlichen Ausführungen, ist ausgeschlossen. Die enthaltenen Meinungsäußerungen geben die aktuellen Einschätzungen der DekaBank zum Zeitpunkt der Erstellung wieder, die sich jederzeit ohne vorherige Ankündigung ändern können. Jeder Empfänger sollte eine eigene unabhängige Beurteilung, eine eigene Einschätzung und Entscheidung vornehmen. Insbesondere wird jeder Empfänger aufgefordert, eine unabhängige Prüfung vorzunehmen und/oder sich unabhängig fachlich beraten zu lassen und seine eigenen Schlussfolgerungen im Hinblick auf wirtschaftliche Vorteile und Risiken unter Berücksichtigung der rechtlichen, regulatorischen, finanziellen, steuerlichen und bilanziellen Aspekte zu ziehen. Sollten Kurse/Preise genannt sein, sind diese freibleibend und dienen nicht als Indikation handelbarer Kurse/Preise. Bitte beachten Sie: Die frühere Wertentwicklung ist kein verlässlicher Indikator für die künftige Wertentwicklung. Diese Informationen inklusive Einschätzungen dürfen weder in Auszügen noch als Ganzes ohne schriftliche Genehmigung durch die DekaBank vervielfältigt oder an andere Personen weitergegeben werden.