

11. Januar 2022

PRESSEMITTEILUNG

COMFORT zieht Bilanz für 2021 - Entwicklungen von Einzelhandel und Handelsimmobilien - Erster Ausblick auf 2022

Olaf Petersen, Geschäftsführer und Chefresearcher des Einzelhandelsspezialisten COMFORT nimmt den Beginn des Jahres 2022 turnusgemäß zum Anlass, den Blick bilanzierend auf das Jahr 2021 ebenso zu richten wie auf die Erwartungen für das Jahr 2022. Dabei lässt sich zunächst konstatieren, dass die Bilanz für 2021 noch immer nicht unter normalen Umständen erfolgen kann. Zwar verlief das Jahr nicht so negativ wie das Vorjahr, weil der fortschreitende Impffortschritt ab dem Juni 2021 einen spürbaren Wiederaufschwung ebenso verursachte wie einen starken Anstieg der Passantenfrequenz in den Innenstädten; die Bilanz bleibt dennoch für große Teile des Nonfood-Einzelhandels insgesamt ernüchternd und vor dem Hintergrund zweier völlig verschiedener Jahreshälften ein Wechselbad der Gefühle.



Neueröffnung von Canada Goose an der an der Theatinerstraße 8-16 in München, Vermittlung durch COMFORT
Foto: COMFORT

„Während das Gros des ersten Halbjahrs durch den Lockdown dominiert wurde“, sagt Olaf Petersen, „kam ab dem Juni große Hoffnung auf, die jedoch zum Jahresende wieder

zunächst dem Delta- und anschließend dem bevorstehenden Omikron-Blues wich.“ Das zwischenzeitliche Aufleben des innerstädtischen Handels habe seiner Ansicht nach dessen ungeachtet eindrücklich verdeutlicht, dass unter Normalbedingungen der permanente Empfang und Versand von Paketen bzw. die Nahversorgungserledigungen im eigenen Heim einen echten Shopping-Bummel in einer Einkaufsmetropole nicht nachhaltig zu ersetzen vermöge. Anders als früher zähle hierzu heute deutlich mehr als nur Shoppen, sondern auch entsprechende Gastronomie- und Nahversorgungsangebote. Eben dieser Umstand, so Petersen, werde das Gesicht der Innenstädte künftig positiv ändern.



Neuer Standort für MIELE im Kö-Bogen in Düsseldorf, Vermittlung durch COMFORT
Foto: COMFORT

Aber zunächst zu den Zahlen: Insgesamt erreichte der Einzelhandel im Jahr 2021 ein Umsatzplus. Die erste Schätzung des Statistischen Bundesamtes für das Gesamtjahr 2021, die sich auf die vorliegenden Ergebnisse für die ersten elf Monate des Jahres stützt, prognostiziert eine Steigerung gegenüber 2020 um nominal 3,1 Prozent. Preisbereinigt (real) verbleibt ein Plus von 0,9 Prozent. Hierbei, erklärt Olaf Petersen, müsse allerdings deutlich zwischen Gewinnern und Verlierern differenziert werden. Denn es lief längst nicht überall rund. So habe etwa der stationäre Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren auch im zweiten Jahr der Corona-Krise spürbare Umsatzeinbußen hinnehmen müssen.

Online-Geschäft wächst erneut zweistellig, aber deutlich schwächer als 2020

Der Online-Handel zähle erneut zu den Gewinnern, ebenso wie der systemrelevante stationäre Nahversorgungs-Einzelhandel durch seine Unabhängigkeit von Lockdowns oder Zugangsbeschränkungen. Im Falle des Online-Handels werde nun jedoch auch deutlich, dass Wachstum auch in diesem Segment an seine Grenzen stößt. Während die Umsätze in 2020 noch um rund 25 % gewachsen waren, betrug das voraussichtliche Umsatzwachstum trotz des deutlich längeren Lockdowns in 2021 aufgelaufen bis November nur etwa 15 %.

Und im November selber waren die Umsätze trotz Rabatt-Aktionen wie "Black Friday" und "Cyber Monday" mit einem Umsatzminus von 3,1 Prozent im Vergleich zum Vormonat sogar rückläufig.

2G und Lieferprobleme beeinträchtigten den stationären Einzelhandel im Weihnachtsgeschäft

Belastet wurden die stationären Händler zuletzt und damit eben auch im Weihnachtsgeschäft erneut durch verschärfte Corona-Regeln. Mit Ausnahme der Geschäfte des täglichen Bedarfs wie Supermärkte, Drogerien aber auch Buchläden durften in den vergangenen Wochen wegen der vierten Corona-Welle nur Geimpfte oder Genesene (2G) die Läden betreten.

Zudem, ergänzt Petersen, kämpfe die Branche nun auch noch mit anhaltenden Lieferproblemen. Ausgerechnet in der umsatzstarken Zeit vor Weihnachten klagten fast 82 Prozent der Einzelhändler, nicht alle Produkte anbieten zu können. Besonders elektronische Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik waren Mangelware. Dennoch reichte es zu Beginn des Weihnachtsgeschäfts zunächst für ein Umsatzwachstum. Im November nahmen die Einzelhändler real 0,6 Prozent mehr ein als im Vormonat Oktober. Zu diesem Zeitpunkt, so Petersen, waren aber die Geschäfte noch überwiegend ganz normal geöffnet.

Vermietungsmarkt

Auf dem Feld der Handelsimmobilien stimme der Verlauf von 2021 insgesamt zuversichtlich für das neue Jahr, was insbesondere auf das erfolgte Wiederanziehen des Vermietungsmarkts seit Ende des Lockdowns zurückzuführen sei. Dies konnte man, so Petersen, auch am eigenen Geschäftsverlauf erkennen. Vor dem Hintergrund der Krise müsse das eigene Vermietungsergebnis im abgelaufenen Jahr als außerordentlich gut betrachtet werden.

Denn durch die Corona-Krise hatte sich bis in das Frühjahr 2021 hinein der Rückgang der Mieternachfrage verstärkt, der bereits vor der Krise den Markt erfasst hatte. So hat sich der ehemalige Vermietermarkt zu einem Mietermarkt gewandelt. Mit signifikantem Druck auf die Mieten - insbesondere bei Großflächen ab ca. 1.000 m² sowie vertikaler Geschossstruktur. Aber auch mit einem Trend zur Flexibilisierung von Mietverträgen – mit kürzeren Festlaufzeiten, Umsatzmieten, Sonderkündigungsrechten, Baukostenzuschüssen etc. oder der Bezahlung von Makler-Innenprovisionen.

In diesem schwierigen Markt habe sich aber schließlich auch gezeigt, dass die Entwicklung keineswegs ins Bodenlose gehe, sondern differenziert betrachtet werden müsse und zudem zunehmend auch wieder positive Perspektiven aufweise. Denn selbst zu den Corona-Hochzeiten fanden eine Reihe von namhaften Vermietungen statt.

Mittlerweile hat der Markt wieder deutlich mehr Fahrt aufgenommen und immer mehr Mieter nutzen die neuen Chancen für gute Geschäfte in attraktiven Innenstädten. Hierfür gibt es mehrere Gründe. Zum einen ist die Verunsicherung unter den Händlern nicht mehr so stark wie im Jahr 2020, als Prognosen für den weiteren Verlauf der Pandemie und damit auch der Auswirkungen auf das eigene Geschäft noch sehr schwerfielen. Die wenigen „normalen“ Monate in 2021 stellten zudem das Potenzial für den Einzelhandel unter Beweis. Gleichzeitig haben sich auch die Vermieter mittlerweile mehrheitlich von dem Schock erholt, den ihnen das Jahr 2020 beschert hatte. Die Erkenntnis, dass sich die Mietpreise nun nicht wieder ohne Weiteres erholen und auf ein Vor-Coronaniveau steigen würden, hat sich auf breiter Front durchgesetzt. Auf diesem neuen Niveau fanden in 2021 denn auch deutlich mehr Vermietungen statt als noch 2020.

Hilfreich ist auch die durch Corona forcierte verstärkte Omni-Channel-Orientierung der klassischen stationären Händler ebenso wie die Tatsache, dass mehr Einzelhändler mit Online-DNA, wie beispielsweise zalando, Mr. Spex, cyberport oder ABOUT YOU eigene Läden eröffnen. Last not least drängen auch Gastronomie und Lebensmittelhandel sowie das Branding von Herstellern via Flagship Stores (z.B. M&M's, Xiaomi, MIELE oder Polestar) vor dem Hintergrund der neuen moderateren Mieten in die Innenstädte.

Generell deutlich stabiler beziehungsweise teilweise sogar mit Mietpreissteigerungen stellen sich die Mieten in den Toplagen der Luxusmeilen wie der Düsseldorfer Königsallee, Frankfurter Goethestraße oder Münchner Maximilianstraße dar. Das Segment zeigt sich - wie schon in der Vergangenheit - als außerordentlich krisen- und konjunkturresistent. Zu dieser Vermietungsthematik wird COMFORT im Einzelnen demnächst eine ausführlichere Analyse vorlegen.



Das Fachmarktzentrum am Hademareplatz in Hemer mit dem Ankermieter EDEKA, Vermittlung durch COMFORT
Foto: COMFORT

Investmentmarkt

Im Jahr 2021 hat das Transaktionsvolumen für Handelsimmobilien erstmals seit 2014 die 10 Mrd. EUR-Grenze unterschritten. „Nach unseren vorläufigen Zahlen sind Retail-Assets in einer Größenordnung von rund 9 Mrd. EUR transferiert worden“, sagt Olaf Petersen. Korrespondierend zu der zuvor skizzierten Einzelhandelsentwicklung stelle sich der Markt ausgesprochen zweigeteilt dar. So habe sich das Investoreninteresse tendenziell in Richtung Lebensmittel / lebensmittelbeankerte Objekte / Projekte verschoben. Highstreet-Immobilien und klassische Shoppingcenter hatten demgegenüber einen schwierigen Stand.

„In der aktuellen Pandemie-Situation halten sich Core-Investoren dort eher zurück“, erklärt Petersen. „Hier werden ältere Mietverträge sehr kritisch hinterfragt, ebenso wie die bisherige einzelhandelsdominierte Nutzungsstruktur. Es gilt, die Machbarkeit von Neuaufteilungen der Objekte und Neubelegungen mit anderen Nutzungsarten (von Gastronomie, Büro, Wohnen, Hotel, Entertainment bis hin zu City-Logistik) - gerade auch in den Obergeschossen - zu überprüfen.“ Vor diesem Hintergrund versuchten Core+- und opportunistische Investoren ebenso wie Eigennutzer verstärkt, Investment-Chancen in Toplagen zu nutzen, um mit gezieltem ‚manage-to-core‘ oder auch Eigenbelegungen zu reüssieren.

„Damit Core-Investoren aktiv werden“, schränkt er ein, „müssen allerdings die Retail-Mieten zum aktuellen Mietermarkt passen. Sofern dies der Fall ist, sind die Investoren auch bereit, für nachhaltige Retail-Standorte in Top-Städten hohe Kaufpreisfaktoren zu bezahlen. Für nicht mehr marktgerechte Mieten müssen naturgemäß signifikante Preisabschläge hingenommen werden.“

Die wieder angezogene Mieternachfrage für innerstädtische Toplagen dürfte seiner Ansicht nach mittelbar auch positiven Einfluss auf die Investmentnachfrage für dieses Marktsegment nehmen. Entsprechend der prognostizierten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung des privaten Konsums von real bis zu + 6,5 Prozent werden diese voraussichtlich ab dem 2. Quartal des Jahres 2022 verstärkt wirksam werden. Auf der Basis der Korrektur der Retail-Mieten, so Petersen abschließend, werde auch das Interesse an Einzelhandelsimmobilien wieder steigen.

Die COMFORT-Gruppe ist seit ihrer Gründung im Jahr 1979 auf die Vermittlung von Geschäftshäusern und Ladenlokalen in den 1A-Lagen deutscher Innenstädte ebenso spezialisiert wie auf die Vermittlung von Fachmärkten und Warenhäusern. Als anerkannter Experte für Handelsimmobilien jedweder Art fungiert COMFORT zudem als exklusiver Kooperationspartner des international tätigen Maklerunternehmens Cushman & Wakefield bei der Vermietung von Ladenlokalen in Deutschland.

Darüber hinaus stellt COMFORT sein Know-how als Beratungsdienstleistung in Form von Expertisen, Gutachten oder einer Due Diligence auch Dritten zur Verfügung. Die COMFORT-Gruppe mit Hauptsitz in Düsseldorf unterhält Büros in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Leipzig, München und Wien.

Für Rückfragen steht Ihnen Herr Ralf Bettges, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, unter der Rufnummer +49 211 9550-144 oder +49 172 233 73 90 gerne zur Verfügung. Weitere Informationen zur COMFORT-Gruppe erhalten Sie auch im Internet unter www.comfort.de.

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten.