

BETEILIGUNG

exklusiv

Das innovative Sachwerte Magazin

NACHHALTIGE INVESTMENTS

Startschuss zur Energiewende ist gefallen

STUDENTENAPARTMENTS

Wachstumsmarkt, den einige
Emissionshäuser bereits entdeckt haben

SICHERE ERTRÄGE MIT EINZELHANDELS- IMMOBILIEN

*Interview
mit Rainer
Nonnengässer,
Vorstand der
YOUNIQ AG*





Habona 02: Hohe Sicherheit, kurze Laufzeit, starke Substanz

Das auf Einzelhandelsimmobilien spezialisierte Emissionshaus bringt den Habona 02 auf den Markt. Investiert wird in 15 bis 20 Objekte, zwei davon sind bereits im Portfolio. Vermietet wird langfristig.

Der Einstieg ist ab 5.000 Euro möglich. von Michael Görner

Habona Invest, das auf deutsche Einzelhandelsimmobilien spezialisierte Emissionshaus mit Sitz in Frankfurt am Main, platziert aktuell seinen zweiten geschlossenen Einzelhandelsimmobilienfonds. Das Fondskonzept ist auf Grund der kurzen Fondslaufzeit von nur fünf Jahren und Mietverträgen, die bis zu 15 Jahre laufen, einzigartig in dieser Anlageklasse. Im Fokus des Habona Fonds 02 stehen wie bereits beim Vorgängerfonds ausschließlich neue Einzelhandelsmärkte, die langfristig an deutsche Lebensmittel-einzelhändler mit erstklassiger Bonität vermietet sind.

Beim Vorgängerfonds wurden konzeptgemäß Objekte in ganz Deutschland erworben, wobei auf eine gesunde Mischung aus Objekten in größeren Städten und strukturstarke Gemeinden geachtet wurde. Durch das über Jahrzehnte aufgebaute Netzwerk konnten von verschiedenen Verkäufern die besten Märkte erworben werden – und das günstiger als geplant. Zusammen mit der Diversifikation der bo-

nitätsstarken Mieter aus dem Discount-Einzelhandel ist das Portfolio des ersten Fonds besonders stabil und sicher aufgestellt. Durch die ausgehandelten, besonders günstigen Finanzierungskonditionen konnte bereits ein großes Liquiditätspolster aufgebaut werden. Die erste Ausschüttung des Habona Fonds 01 ist planmäßig und fristgerecht erfolgt.

Der Habona Deutsche Einzelhandelsimmobilien Fonds 02 plant bereits während der Platzierungsphase insgesamt 15 bis 20 deutsche Einzelhandelsimmobilien zu erwerben. Die ersten beiden Objekte sind bereits im Portfolio. Es handelt sich dabei um ein Fachmarktzentrum im Stadtzentrum von Nortorf (Schleswig-Holstein), dessen Hauptmieter Penny bereits seit vielen Jahren am Standort vertreten ist. Mit der Erweiterung der Flächen von Penny und dem Abschluss eines neuen 15-Jahres-Mietvertrags sowie zusätzlichen Mietern wie NKD, einem Schuhfilialisten, einem Bäcker und einem Metzger gewinnt der Standort noch zusätzlich an Attraktivität.

Der Markt im Hettenleidelheim (Rheinland-Pfalz) hat ähnliche Rahmenbedingungen. Der bereits seit vielen Jahren am Standort vertretene Netto Markt erweitert seine Flächen an einer sehr exponierten Lage an der Bundesstraße. Auch hier wird der Mietvertrag mit einer Laufzeit von 15 Jahren weit über die geplante Fondslaufzeit hinaus laufen. Auf Grund des starken Platzierungsergebnisses werden in Kürze schon weitere Investitionen getätigt.

Habona wendet bei der Due-Diligence-(Ankaufs-)Prüfung der Immobilien Maßstäbe an, wie sie sonst nur institutionelle Investoren einsetzen. Europas größtes Konsumforschungsinstitut GfK prüft jeden Standort auf seine Nachhaltigkeit. Die Objekte in Nortorf und Hettenleidelheim wurden in einer ausführlichen Standort-Analyse für äußerst nachhaltig befunden. Daneben erwirbt Habona ein Objekt erst dann, wenn auch der hochrangig besetzte Beirat zugestimmt hat.

Anleger können sich bereits ab einer Beteiligungssumme von 5.000 Euro an dem Habona Deutsche Einzelhandelsimmobilien Fonds 02 beteiligen. Bei einem geplanten Eigenkapital in Höhe von etwa 15 Millionen Euro beträgt das Gesamtinvestitionsvolumen inklusive Agio rund 43 Millionen Euro. Der Fonds prognostiziert eine Ausschüttung in Höhe von sieben Prozent p.a. bei halbjährlicher Auszahlung. Inklusiv des Verkaufserlöses nach fünf Jahren wird die durchschnittliche Gesamtrendite 7,3 Prozent p.a. betragen.

BETEILIGUNG exklusiv Urteil

Das Emissionshaus Habona Invest stellt für den Habona 02 eine durchschnittliche Gesamtrendite von 7,3 Prozent p.a. in Aussicht – bei einer kurzen Laufzeit von nur fünf Jahren. Die Objekte werden nach strengen Maßstäben ausgewählt, GfK prüft jeden Standort auf seine Nachhaltigkeit. Zwei der schon in der Platzierungsphase geplanten 15 bis 20 Objekte wurden bereits erworben. Beim Vorgängerfonds, dem Habona 01, wurde bereits plangemäß ausgeschüttet.



Einzelhandel: Gute Standorte sind nicht beliebig vermehrbar

Büroimmobilien verfügen über ein gutes Image. Dies betrifft auch die äußere Hülle, beispielsweise ein schlank dimensioniertes Hochhaus mit Glitzerfassade aus Glas und Marmor. Supermärkte und Shoppingcenter dagegen können rein optisch selten mithalten, werden sie doch häufig in erster Linie nach funktionalen Gesichtspunkten konstruiert. Einzelhandelsimmobilien werden jedoch immer begehrter. Mit gutem Grund.

von Leo Fischer

Bürogebäude beherrschten lange Zeit den gewerblichen Immobilienmarkt. Doch mit dieser Vormachtstellung scheint es nun vorbei zu sein. „Einzelhandel dominiert aktuell den Immobilien-Investmentmarkt“, überschreiben die internationalen Immobilienmakler- und Consulting-Unternehmen derzeit ihre Marktberichte.

Die Zahlen sprechen für sich: In den ersten drei Quartalen des laufenden Jahres wurden in Deutschland 8,4 Milliarden Euro in Einzelhandelsimmobilien investiert, ermittelte das weltweit führende Maklerunternehmen CB Richard Ellis. Das bedeutet ein Plus von 44 Prozent gegenüber den ersten neun Monaten des Jahres 2010. Zum Jahresende 2011 dürfte das hohe Niveau, das vor

der Weltwirtschaftskrise herrschte, die mit der Lehman-Pleite im Herbst 2008 zu wüten begann, zumindest eingeholt werden.

„Der Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien hat sich als sehr robuste Anlageklasse im aktuellen Marktumfeld behauptet“, unterstreicht Jan Dirk Poppinga, Head of Retail Investment bei CBRE in Deutschland. Und auf der Expo Real 2011 Anfang Oktober meldeten die Auguren: Neben Projektentwicklungen bei Wohnen sind vor allem Developments im Einzelhandel gefragt. Und beide Bereiche befruchten sich gegenseitig. Denn wo neue Wohnprojekte entwickelt werden, müssen auch Nahversorgungszentren entstehen.

Und die Ampeln für den Einzelhandel stehen weiter auf Grün: Denn nach dem Krisenjahr 2009 und der Zurückhaltung der Verbraucher zieht die Konsumbereitschaft der Bundesbürger wieder an. „Das erste Halbjahr 2011 war das stärkste für den deutschen Einzelhandel seit sechs Jahren“, konstatiert der Handelsverband Deutschland (HDE). Nach einer aktuellen Umfrage sehen 40 Prozent der Einzelhandelsunternehmen ihre Geschäftslage positiver als im Vorjahr. „Einzelhandel trotz Eurokrise“, heißt es beim HDE.

Geschlossene Immobilienfonds haben Trend frühzeitig vorweggenommen

Die geschlossenen Immobilienfonds scheinen dies bereits vorweggenommen zu haben. Im Jahr 2009 erreichte

der Anteil der Nutzungsart Einzelhandel am platzierten Kommanditkapital der geschlossenen Fonds mit 32,2 Prozent einen Rekord, der Einzelhandel übertraf sogar die Büros. 2010 lag der Anteil zwar über dem langfristigen Durchschnitt, aber wieder deutlich unter dem der Büros (siehe Grafik). Im laufenden Jahr dürfte der Anteil der Nutzungsart Einzelhandel wieder zurückgehen. Am Investitionsboom beteiligten sich die geschlossenen Fonds nicht mehr so sehr, in den ersten drei Quartalen schrumpfte deren Anteil auf wenig mehr als 7 Prozent des Investmentvolumens, konstatiert Richard Ellis.

Kritik mussten die Emissionshäuser jüngst von Florian Schöller, Chef des Analysehauses Scope, einstecken: Sie sehen sich allzu sehr als Konzeptionäre und Verkäufer von geschlossenen Fonds, die ihren Erfolg an den Platzierungszahlen messen, sich selbst aber weniger als als Assetmanager wahrnehmen. Gerade bei Einzelhandelsfonds mit zahlreichen Mietern und unter Umständen häufigeren Mieterwechseln steht aber vor allem das Assetmanagement – anders als bei Büroengagements – im Vordergrund. Ein Einkaufs- oder Fachmarktzentrum erfordert immer wieder eine Anpassung des Konzepts, die Immobilie muss jederzeit richtig positioniert sein, um Erfolg zu haben.

Bei Einzelhandelsfonds kaum Anbieter mit „me-too-Produkten“

Und so kommt es, dass sich unter den Anbietern von Einzelhandelsfonds – auch wiederum anders als bei Büroimmobilienfonds – einige wahre Spezialisten befinden, die nichts anderes tun, als Einzelhandelsimmobilien zu managen. Anders als bei Büros gibt es kaum Anbieter mit „me-too-Produkten“. Dabei trifft das Argument des Inflationsschutzes, mit dem heute gern Gelder eingeworben werden, wegen der langfristigen Umsatzabhängigkeit der Mieten hier in verstärktem Maße zu.

Interessant ist auch, dass Einzelhandelsimmobilienfonds am Zweitmarkt wahre Perlen darstellen. Für den DWS Access DGA Einkaufs-Center-Immobilienfonds (aufgelegt 1975), der zwölf Einkaufszentren enthält, werden am Zweitmarkt Preise von derzeit 530 Prozent des Kommanditkapitals genannt. Bei diesem Produkt gibt es aber auch Ausschüttungen von 27 Prozent. Gerade wechselten Anteile des DG Anlage Einkaufs-Center-Fonds aus dem Jahr 1977, der in ein gutes Dutzend Shoppincenter investiert ist, für 262 Prozent den Besitzer. Daher Christoph Kahl, Chef des Emissionshauses Jamestown: „Einzelhandelsobjekte sind die wahren Core-Immobilien, zumindest wenn der Standort gepflegt wird.“ Bezeichnend: Banken beleihen Einzelhandelsimmobilien mit bis zu 70 und 75 Prozent, Büroobjekte dagegen lediglich zu etwa 50 Prozent.

So verwundert es nicht, dass derzeit bei den Investoren überwiegend Einkaufszentren, mit denen in der Vergangenheit auch die Spitzenfonds des Zweitmarkts reüssiert haben, besonders gefragt sind. 3,48 Milliarden Euro (+41%) wurden in den ersten drei Quartalen 2011 hier investiert. Allerdings wechselten überwie-

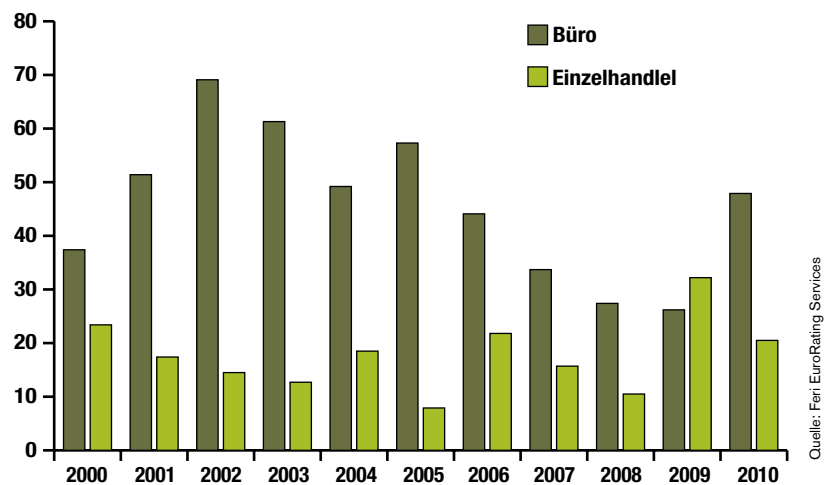
gend Bestandsimmobilien den Besitzer. Die Zahl der Neuentwicklungen ist wegen der restriktiven Genehmigungspraxis limitiert. Derzeit ist nur ein geschlossener Fonds auf dem Markt, der in ein Einkaufszentrum investiert, im letzten Jahr wurde auch nur einer platziert.

Erheblicher Revitalisierungsbedarf

Einkaufszentren sind sehr attraktiv und ziehen viel Kapital an. Das treibt die Preise und drückt die Rendite. Mit 5,10 Prozent ist diese bei Shoppingcentern an A-Standorten am geringsten. Noch niedriger ist diese nur bei Einzelobjekten in den bekannten Einkaufsstraßen von Düsseldorf (Königsallee), Hamburg (Spittaler Straße) und München (Kaufingerstraße) mit 4,40 bis 4,75 Prozent.

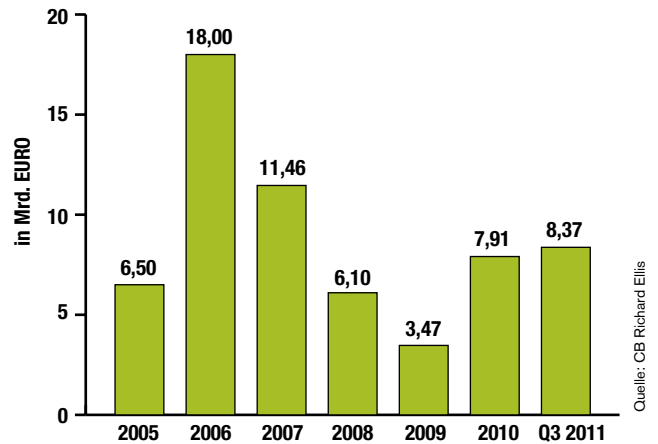
Bei Shoppingcentern, die in die Jahre gekommen sind, besteht aber ein erheblicher Revitalisierungsbedarf. Sonae Sierra, der internationale Spezialist für Shoppingcenter, und die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH schätzen, dass mehr als 70 Prozent der Einkaufszentren in Deutschland (280 von derzeit etwa 420 Centern) über acht Jahre alt sind; nötig werden Revitalisierungen spätestens nach zehn Jahren.

Anteile von Büro und Einzelhandel am Eigenkapital deutscher Immobilienfonds





Transaktionsvolumen von Einzelhandelsimmobilien



Fachmarktzentren: höhere und stabilere Renditen

Am zweitmeisten gefragt sind Fachmarktzentren, die mit sechs Prozent eine deutlich höhere Rendite aufweisen. In den ersten drei Quartalen 2011 wurden hier mit 2,54 Milliarden Euro gut 44 Prozent mehr als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum investiert. Fachmarktzentren sind die bevorzugten Investitionsobjekte geschlossener Fonds.

Ein Fachmarktzentrum ist eigentlich eine Sonderform des Einkaufszentrums, es ist kleiner als das typische Shoppingcenter, hat mindestens einen Hauptmieter, der auch Ankermieter genannt wird, wie etwa Rewe, Kaufland, Edeka, Tengelmann, Aldi und Lidl. Als Ankermieter kommen vor allem führende Unternehmen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels in Frage. Denn nach den Ausgaben für Miete und Heizung stellen Nahrungsmittel und Getränke mit einem Anteil von 14 Prozent die zweitgrößte Position unter den privaten Konsumausgaben dar. Die Mietverträge laufen anfänglich über zehn bis 15 Jahre.

Die Errichtung großflächiger Einzelhandelsobjekte (ab 800 m²) bedarf nach der Baunutzungsverordnung einer Genehmigung durch die Kommune. Dabei

sind die Gemeinden sehr restriktiv, um den bestehenden örtlichen Einzelhandel zu schützen. Daher sind Einzelhandelsstandorte praktisch nicht vermehrbar, und damit sind die Renditen sehr stabil. Einen solchen Schutz kennen Bürostandorte nicht.

Läden profitieren vom Online-Angebot

Als Wachstumstreiber im Einzelhandel erweist sich derzeit der Online-Handel, auf den bereits die Hälfte des Versandhandels entfällt. Der Einzelhandelsverband HDE erwartet für 2012 (wie auch für 2011) einen Zuwachs von zwölf Prozent. Allerdings wirkt sich dies nicht unmittelbar in einer höheren Nachfrage nach Einzelhandelsimmobilien aus. Aber auch der stationäre Einzelhandel kann vom Internet profitieren, weil die Käufer sich zwar über das Internet informieren, aber am Ende ihre Käufe dann doch im Ladengeschäft abwickeln. Insofern erhöht das Online-Geschäft die Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel. Nur wenige Marktteilnehmer befürchten, dass der Online-Handel dem stationären Handel schaden und zu einer spürbaren Reduzierung stationärer Angebote führen wird.

Insgesamt sind auch die Immobilien-Experten überrascht, dass derzeit starke

Nachfrage nach Einzelhandelsimmobilien besteht. Im Grunde ist nämlich seit 1991 der Anteil des Einzelhandels an den gesamten Konsumausgaben von 36,5 auf 30,2 Prozent in 2010 gesunken. Seit rund 20 Jahren erzielt der deutsche Einzelhandel keine realen Umsatzzuwächse mehr. Gleichzeitig wurden die Flächen ausgeweitet, was zu einer sinkenden Flächenproduktivität führte. Auch von der Bevölkerungsentwicklung sind bei schrumpfender Zahl der Bundesbürger keine Impulse zu erwarten. Allerdings: Es besteht kein Zweifel, dass sich die negativen Auswirkungen der sinkenden Einwohnerzahl bei den Büroimmobilien wegen des Rückgangs der Beschäftigung viel früher und stärker zeigen wird als im Einzelhandel.

Resümee:

Die Nachfrage nach Einzelhandelsimmobilien boomt, aber so ganz trauen die Experten diesem Boom nicht. Die aktuellen Zahlen für den Einzelhandel sind sehr gut, aber seit Jahren stagniert der reale Umsatz. Dabei stellen Einzelhandelsimmobilien höhere Anforderungen an das Assetmanagement als Büroobjekte. Anbieter von geschlossenen Einzelhandelsimmobilienfonds sind daher um einiges spezialisierter und i.d.R. auch sehr erfolgreich. Neue Einzelhandelsflächen werden nur zögerlich ausgewiesen, die bestehenden werden dadurch wertvoller.