



Vs.



Fachmarktzentren im Spagat

Die Zweiteilung des
Handelsimmobilienmarktes

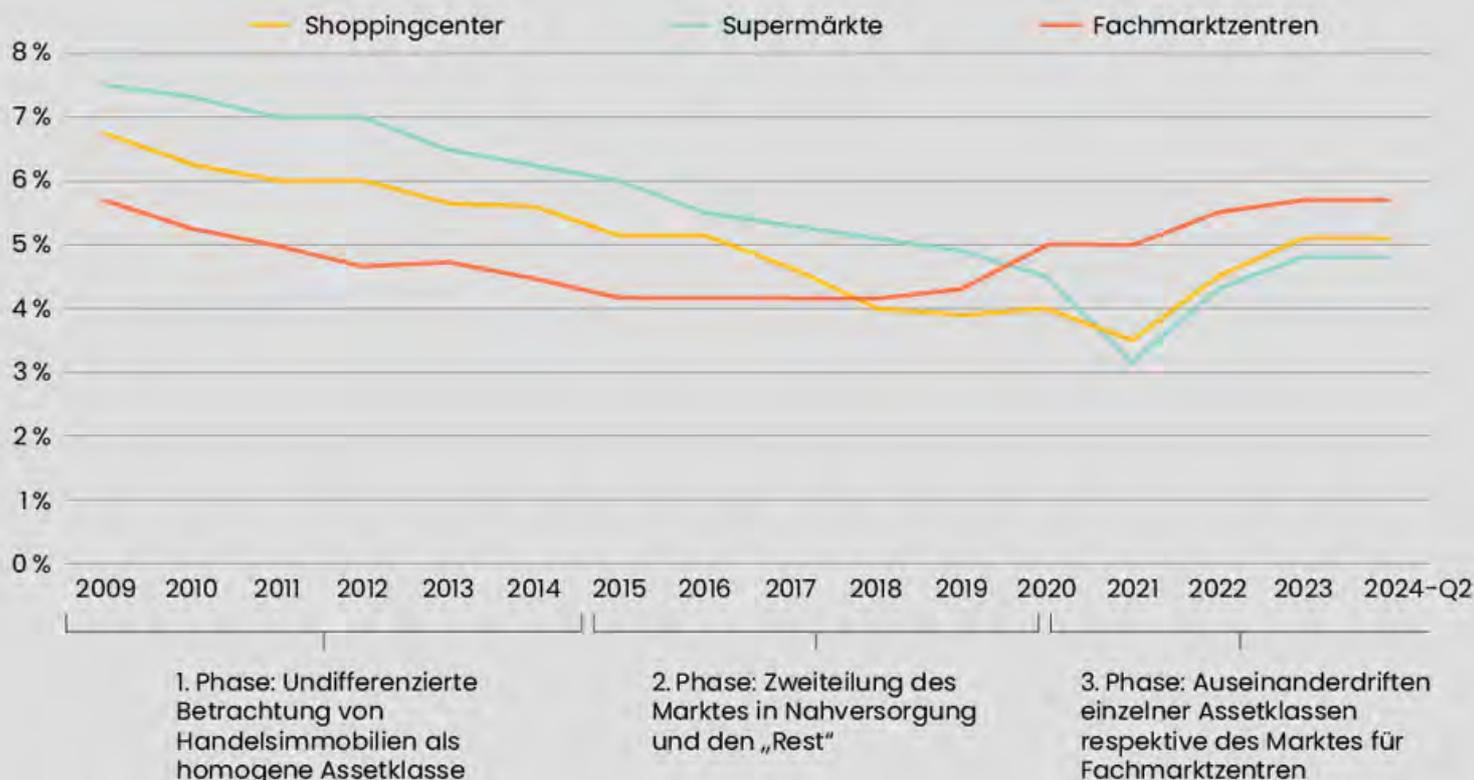
Noch zu Beginn des letzten Immobilienzyklus war der Handelsimmobilienmarkt das umsatzstärkste Segment des gewerblichen Investmentmarktes. An seinem Ende war weder die Spitzenposition erhalten geblieben, noch konnte man von „dem“ Handelsimmobilienmarkt als solchem sprechen. Denn was einst als homogene Assetklasse betrachtet wurde, hat sich im Laufe der Jahre in zwei Teile aufgespalten. Auf der einen Seite stehen Nahversorgungsimmobiliën, die spätestens mit der Pandemie zum Inbegriff risikoarmer und krisenresilienter Investments wurden. Auf der anderen Seite verbleibt der „Rest“ des Marktes, um den viele risikoaverse Investoren einen großen Bogen machen. Zugespißt gilt: Supermärkte hui, Shoppingcenter pfui. Doch wo positionieren sich Fachmarktzentren in diesem Spektrum?



Beginnende Zweiteilung des Marktes

Blickt man auf die heutigen Spitzenrenditen, so scheinen Fachmarktzentren näher an den Supermärkten zu sein. Doch das war nicht immer so, sondern ist das Ergebnis eines fundamentalen Wandels am Handelsimmobilienmarkt. Um diesen Wandel und damit auch die Position der Fachmarktzentren zu verstehen, lohnt es sich, seine Entwicklung in drei Phasen zu betrachten (s. Abbildung). In der ersten Phase profitierte der gesamte Handelsimmobilienmarkt, einschließlich der Fachmarktzentren, von einem steigenden Investoreninteresse und die Renditen sanken in dieser Zeit im Gleichklang. Anhand derer lässt sich auch ablesen, wann sich der Markt für Handelsimmobilien zu differenzieren begann. So sanken die Renditen für Fachmarktzentren ab 2016 deutlich schneller und rutschten 2018 erstmals unter die der Shoppingcenter – ein klares Signal der veränderten Risikowahrnehmung der Investoren.

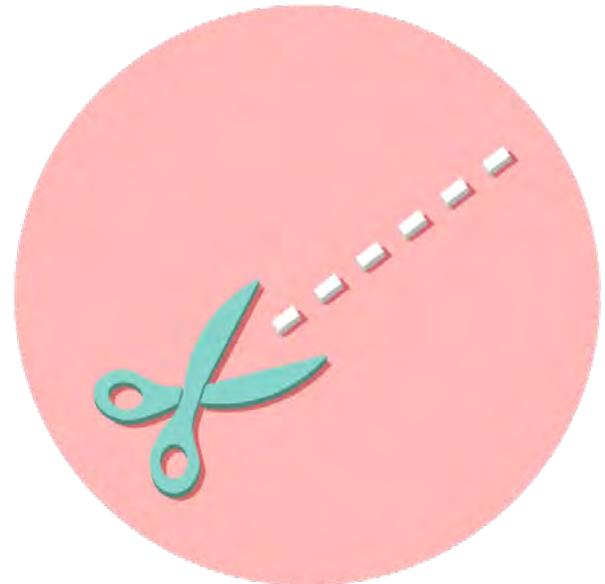
Renditeentwicklung und Phasen am Handelsimmobilienmarkt



In dieser zweiten Phase galten Fachmarktzentren als weitgehend resistent gegenüber dem Onlinehandel. Und während das Interesse an Immobilien, die weniger anfällig für das Wachstum des Onlinehandels waren, wuchs, lautete die Devise: Fachmarktzentren hui! Eine Unterscheidung zwischen Nahversorgungszentren und solchen mit einem höheren Anteil an langfristigen Bedarfsgütern spielte in der Risikobewertung der Investoren zu diesem Zeitpunkt noch kaum eine Rolle.

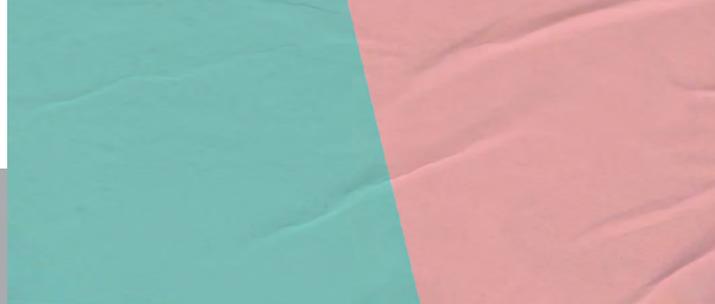
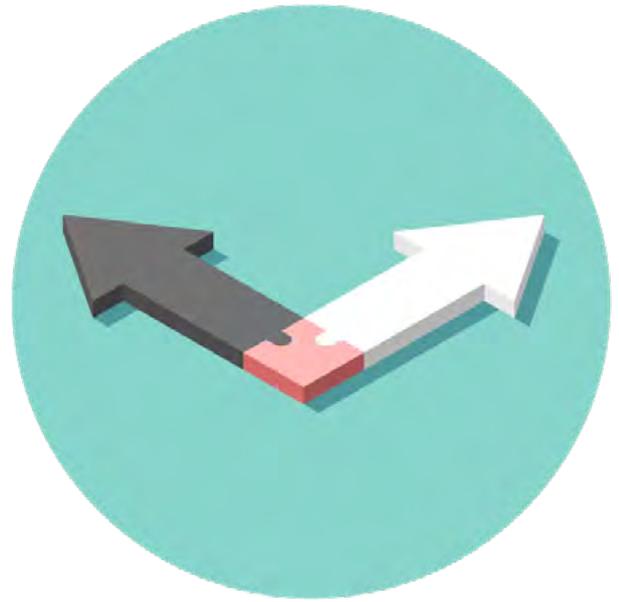
Verfestigte Zweiteilung – auch bei Fachmarktzentren

Das sollte sich mit Beginn der dritten Phase ändern, die durch die Pandemie eingeleitet wurde. Sie spaltete den Handelsimmobilienmarkt endgültig in die Kategorien „Nahversorgung“ und den „Rest“ und da Fachmarktzentren weder eindeutig dem einen noch dem anderen Segment angehören, wurden auch sie gespalten. Je nach Branchenbesatz und Ausrichtung werden sie entweder als Nahversorgungszentrum oder als Fachmarktzentrum ohne einen solchen Nahversorgungsschwerpunkt klassifiziert. Beiden Typen werden eindeutig unterschiedliche Risikoprofile zugeschrieben, die jeweils völlig andere Investorentypen ansprechen.



Nahversorgungszentren bleiben aus Sicht risikoaverser Investoren die stabilen Performer. Sie bieten weiterhin einen verlässlichen Cashflow und ihre kleineren Volumina passen gut zu den Ankaufskriterien im neuen Marktumfeld. Ihre Spitzenrenditen liegen daher gleichauf mit denen der Supermärkte.

Fachmarktzentren ohne Nahversorgungscharakter werden demgegenüber mit hohen Risikoaufschlägen bewertet – ihre Renditen liegen eher auf dem Niveau von Shoppingcentern. Das liegt unter anderem am onlineanfälligeren Branchenmix, der bei Shoppingcentern bereits in den letzten Jahren Fragen zur Repositionierung aufwarf. Diese Fragen stellen sich nun auch für zahlreiche Fachmarktzentren. Da dieser Prozess bei Shoppingcentern schon länger im Gange ist, können die dort gemachten Erfahrungen wertvolle Erkenntnisse für die Repositionierung von Fachmarktzentren liefern. Doch zuvor müssen sich Bestandshalter zunächst die Frage stellen: Wo steht mein Fachmarktzentrum?



Positionsbestimmung!

Auf die eingangs gestellte Frage nach der Positionierung von Fachmarktzentren gibt es keine pauschale Antwort – auch sie sind längst kein homogenes Segment mehr, sondern haben die gleiche Zweiteilung erfahren wie der Handelsimmobilienmarkt. Die präzisere Frage lautet daher: Handelt es sich bei meinem Objekt um ein Nahversorgungszentrum oder um ein Fachmarktzentrum ohne Nahversorgungscharakter? Erst wenn diese Frage geklärt ist, kann gezielt gehandelt werden – denn um in dieser Phase richtig am Markt agieren zu können, muss man erst einmal am richtigen Markt agieren.



Autorin

Rebecca Hummel
Senior Consultant Research
rhummel@savills.de



Autor

Marcus Lemli
CEO Germany
mlemli@savills.de

Savills