

Führung und Kommunikation

Wohnimmobilien, Wertsteigerung durch Einzelhandelsflächen – Standort-Experte Markus Wotruba erklärt wie

Wer langfristig erfolgreich in Wohnimmobilien investieren möchte, sollte sich intensiv mit seinen Gewerbeflächen beschäftigen. Was zunächst paradox klingen mag, hat einen einfachen Hintergrund: Menschen stellen verschiedene Ansprüche an ihre Umwelt, insbesondere auch an ihr Wohnumfeld. Dazu gehören neben dem Wohnen auch Arbeit, Erholung, Bildung und Versorgung. Die Ansprüche variieren je nach Altersgruppe und Sozialstatus. Sie sind jedoch in jedem Fall ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des Wohnortes. Für die Angebotsplanung von Wohnimmobilien oder ganzen Wohnquartieren ist es deshalb sehr wichtig, all diese Aspekte im Blick zu haben.



Leerstand neben dem Schreibwarengeschäft, hier muss die Vermietungsabteilung aktiv werden; alle Fotos BBE

Da gerade der Versorgungseinkauf – im Gegensatz zum Einkaufsbummel – zu den Grundbedürfnissen der Menschen gehört, wirkt sich ein Fehlen von Versorgungseinrichtungen oder eine Verschlechterung der Versorgungssituation durch den Wegfall von Ladeneinheiten negativ auf die Wohnqualität und damit auf das Wohlbefinden und die Zufriedenheit der Bewohner aus. Dem gilt es gezielt entgegenzuwirken.

Fehlendes Geschäft für die Grundversorgung verschlechtert die Wohnqualität

Abwärtsspirale verhindern

Da Einzelhandelsflächen oft nur einen sehr kleinen Teil der Gesamtfläche eines Wohnimmobilienportfolios ausmachen, werden sie häufig eher hinten angestellt – ein Fehler, blickt man auf die Negativspirale, die eine leerstehende Handelsfläche in einem Wohngebiet auslösen kann. Durch Leerstand oder Versorgungsdefizite kann sich das Image des Viertels und das subjektive Sicherheitsgefühl verschlechtern – eine Situation, die sich negativ auf die Wohnzufriedenheit auswirkt.



Sichtbarer Leerstand im Gewerbebereich

Eine sinkende Zufriedenheit der Anwohner, sichtbare Leerstände und ein damit einhergehendes Negativ-Image führen wiederum zur Verringerung der Nachvermietbarkeit und damit zum Wertverlust der Gesamtimmobilie. Betroffen sind davon nicht nur die wenigen Gewerbeeinheiten, sondern insbesondere auch die Wohneinheiten. Hält oder entwickelt ein Unternehmen große Volumina an Wohneinheiten, aber nur eine geringe Zahl an Gewerbeeinheiten, so sind – verständlicherweise – alle Prozesse im Unternehmen und die Kompetenz der Mitarbeiter auf das Wohnsegment ausgerichtet. Dabei droht jedoch die Gefahr, dass die Gewerbeeinheiten sukzessive und fast unbemerkt zunächst an Qualität verlieren und später brachfallen. Um

Vermietungsmanagement muss den Unterschied zwischen Wohnungs- und Gewerbevermietung erkennen

eine solche Abwärtsspirale zu verhindern, ist ein kontinuierliches Monitoring der Handelstrends im Allgemeinen und der Veränderungen im eigenen Wohnungsbestand unabdingbar. Hierbei gilt es zunächst die grundlegenden Unterschiede zwischen Einzelhandels- und Wohnimmobilien zu erkennen.

Handelsdynamik trifft auf Wohnimmobilie



Drogeriemarkt und Fleischerei – ein attraktiver Mix für ein Wohngebiet

Der Einzelhandel, insbesondere der Einzelhandel mit Lebensmitteln und Drogerieartikeln, ist eine der dynamischsten Branchen. Er arbeitet ständig an der Verbesserung und Diversifizierung seiner Konzepte und ist dabei auch bereit, Standorte gemäß seinen Anforderungen zu verlagern. Wohnimmobilien dagegen sind auf eine lange Nutzungsdauer bei gegebenen Grundrissen angelegt. Obwohl Wohnlagen sich aufgrund von Veränderungen in der Sozialstruktur innerhalb relativ kurzer Zeiträume stark verändern können und die Haushaltsgrößen sinken, verändern sich aus Sicht des Gesamtbestandes die Anforderungen an die Wohnfläche der einzelnen Wohneinheit nur langsam. Durch den Trend zu größeren Flächen bei Lebensmittel- und Drogeriemärkten besteht die Gefahr, dass wohnungsnahе Versorgungsangebote – also

Gezielte Strategien entwickeln, um eine nachhaltige Handelsnutzung zu erreichen.

Bestandsmärkte – zu Gunsten neuer Ansiedlungen geschlossen werden. Bei Wohnanlagen mit Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoß ergibt sich daraus, dass der Einzelhandelsanteil der Immobilie wesentlich früher seine Marktfähigkeit verliert als der wohngenutzte Bereich. Das wiederum hat Auswirkungen sowohl auf Neubauten als auch auf Bestandsimmobilien. Für beide Fälle lassen sich gezielte Strategien entwickeln, um eine nachhaltige Handelsnutzung zu erreichen.

Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen. Henry Ford

Wir lassen Ihre Uhr weiterlaufen!

Geht es um den Neubau von Ladeneinheiten im Rahmen eines Wohnungsbauprojektes, so treffen zwei Planungsphilosophien aufeinander: Während ein Wohnungsbauunternehmen von oben nach unten denkt, ist es der Projektentwickler von Einzelhandelsimmobilien gewohnt von unten nach oben zu planen. Kein Erschließungskern, keine tragende Wand und kein Stützpfiler sollen die möglichst regelmäßig geschnittene Verkaufsfläche unterbrechen. Professionelle Entwickler denken dabei bereits an die Drittverwertbarkeit der Gewerbeeinheiten. Diese müssen möglichst so geplant werden, dass nach Jahren der Nutzung durch Discounter A und weiteren Jahren der Nutzung durch Drogeriemarkt B später durch die Zusammenlegung von benachbarten Ladeneinheiten gegebenenfalls auch Supermarkt C einziehen kann. Gleichzeitig sollte auch eine Aufteilung der Verkaufsfläche in mehrere kleinere Einheiten möglich sein. Dies erfordert ein umfangreiches Wissen über Trends im Einzelhandel und die Bereitschaft aus der Vergangenheit zu lernen.

Als entscheidend für die spätere Flexibilität hat sich zudem die Zugriffsmöglichkeit auf die einzelnen Ladeneinheiten herausgestellt. Sobald die Ladeneinheiten einzeln an Ladeneigentümer veräußert werden, lässt sich eine Flächenzusammenlegung nur mehr schwer realisieren. Zudem entstehen beim Einzelverkauf an Dritte schnell Defizite im Branchen- und Betriebstypenmix. Jeder Eigentümer ist bestrebt seinen Ertrag aus der Vermietung der Ladeneinheit zu optimieren. Hierdurch kommt es tendenziell zur Mehrfachansiedlung von Anbietern aus zahlungskräftigen Branchen. Da ein Bäckerei-Café pro Quadratmeter mehr Miete bezahlen kann als eine Reinigung, besteht die Gefahr im Wohnquartier mehrere Bäcker vorzufinden. Anbieter aus dem Dienstleistungsbereich dagegen fehlen regelmäßig.

Zudem muss zwischen Neuplanungen im urbanen Raum und solchen in ländlichen Gebieten unterschieden werden. Bei der Neuplanung von Wohnimmobilien im urbanen Raum steigt aufgrund der zentralen Lagen von vielen Projekten der Anteil an gemischt genutzten Immobilien stark an. Häufig ist im Erdgeschoss eine Einzelhandelsnutzung vorgesehen. Nur wenn sich das Vorhaben in gewachsene Versorgungsstrukturen einfügt, besteht die Option mit kleinen Flächen zu arbeiten. Soll die Einzelhandelsnutzung dagegen eine Versorgungsfunktion für eine größere Zahl an Wohneinheiten übernehmen, für die bislang kein entsprechend fußläufig erreichbares Angebot besteht, so ist darauf zu achten, dass bei der Planung bestimmte Mindestgrößen erreicht werden. Das Angebot muss in diesem Fall so attraktiv sein, dass es eine eigene Anziehungskraft entwickeln kann.

Projektentwickler von Einzelhandelsimmobilien planen von unten nach oben. Kein Erschließungskern, keine tragende Wand und kein Stützpfiler sollen die möglichst regelmäßig geschnittene Verkaufsfläche unterbrechen



LED



Flur und Keller - das sichere Licht für Vermieter

LEDs CHANGE THE WORLD GMBH, Weilerweg 30, D-53639 Königswinter

www.leds-change-the-world.com

Alternative Flächenkonzepte schaffen: Strategien im Bestand



Bereits existierenden Flächen optimal zu nutzen. Hier Lebensmitteladen, der die Grundversorgung übernimmt

fläche kann durch die Zusammenlegung mehrerer Ladeneinheiten, durch Anbauten oder auch durch die Auslagerung bestimmter Bereiche in andere Gebäudeteile erfolgen. So lassen sich erforderliche Sozialräume für die Mitarbeiter unter Umständen in ein benachbartes Stockwerk verlegen. Im Falle eines zu klein gewordenen Supermarktes kann es auch möglich sein, das Getränkesortiment teilweise in ein räumlich benachbartes Ladenlokal auszulagern.

Generell sollte ein Vermietungskonzept erarbeitet werden, welches die benachbarten Ladeneinheiten aufeinander abstimmt. Der nicht mehr vermietbare Lebensmittelmarkt wird so durch mehrere andere Anbieter ersetzt, die ähnliche Sortimente anbieten. Bereits bei zwei aufeinander abgestimmten Anbietern können entsprechende Kopplungseffekte erzielt werden, die zu einer gegenseitigen Stärkung führen. Bei mehr als zwei entsprechenden Anbietern kann man von einer Clusterbildung sprechen. So kann ein Getränkemarkt in Verbindung mit einem Metzger, einem Bäcker und einem Obst- und Gemüseladen eine gewisse Grundversorgung bieten. Dienstleistungen, die eine Kopplungsmöglichkeit mit dem Einkaufen erreichen (Postdienste, Ärzte und Gesundheitsdienstleistungen, Banken etc.), sind ein wichtiges Element dieser Strategie. Dabei ist ihr Wert umso größer, je stärker sie zur Frequentierung beitragen können. Schwach frequentierte Dienstleister mit, im Vergleich zum Einzelhandel, eingeschränkten Öffnungszeiten (z.B. Versicherungsbüros) sollten dabei nicht in Ladenlokalen mit der besten Standortqualität platziert werden. Diese so genannten Ankerlagen sind geeignet um das gesamte Quartier bzw. Cluster positiv zu beeinflussen und daher bevorzugt mit zugkräftigen und frequenzstarken Magnetbetrieben zu besetzen.

Fazit

Die Integration des Bausteins Einzelhandel in eine Wohnimmobilie erfordert sowohl bei der Planung neuer Gebäude als auch im Bestand eine gründliche Analyse und strategische Planung. Da sich die Flächenanforderungen im Einzelhandel vergleichsweise dynamisch entwickeln, gilt es regelmäßig zu prüfen, ob die eigenen Flächen zukunftsfähig sind. Auch wenn die Zahl der Gewerbeeinheiten und ihr Ertrag im Vergleich zu den Wohneinheiten nur einen Bruchteil ausmachen, ist der Blick auf die Handelsflächen entscheidend, da sie zur Wohnzufriedenheit der Bewohner und damit auch zum nachhaltigen Werterhalt der Immobilie beitragen.

Markus Wotruba

Während bei Neubauprojekten noch mit einer gewissen Flexibilität auf die Gestaltung der Einzelhandelsflächen eingegangen werden kann, gilt es im Bestand die bereits existierenden Flächen optimal zu nutzen. Viele der entscheidenden Aspekte im Neubau gelten ebenso bei der Flächenentwicklung bestehender Handelsflächen in Wohnimmobilien. Aufgrund der höheren Flächenbedarfe moderner Handelskonzepte im Vergleich zu ihren Vorgängern besteht gerade im Bestand die Gefahr, dass Mietverträge in Wohnanlagen nicht mehr verlängert werden und Leerstand auftritt. Daher gilt es, potenzielle Leerstände frühzeitig zu identifizieren und Möglichkeiten der Erweiterung der Verkaufsflächen zu prüfen, um dem Mieter rechtzeitig Alternativen zu einer Standortaufgabe aufzeigen zu können. Die Vergrößerung der Verkaufs-

Potenzielle Leerstände frühzeitig zu identifizieren und Möglichkeiten der Erweiterung der Verkaufsflächen zu prüfen

Leiter Standortforschung der
BBE Handelsberatung GmbH