

# TRENDS IM DEUTSCHEN EINZELHANDELSMARKT 2014

**FOKUS LEBENSMITTELEINZELHANDEL**



---

# CONTENT

<b>1. Executive Summary</b>	<b>03</b>
<b>2. Deutsche Wirtschaft</b>	<b>04</b>
<b>3. Investmentmarkt</b>	<b>05</b>
<b>4. Vermietungsmarkt</b>	<b>06</b>
<b>5. Allgemeine Markttrends</b>	<b>08</b>
<b>6. Marktsegment Lebensmitteleinzelhandel</b>	<b>09</b>
<b>7. Standpunkt Asset Management</b>	<b>12</b>
<b>8. CORPUS SIREO Asset Management Retail</b>	<b>14</b>
<b>9. Kontakt</b>	<b>15</b>

## LEBENSMITTELEINZELHANDEL MIT STEIGENDER BEDEUTUNG

- Geringe Arbeitslosenquoten, steigende Einkommen und ein neues Lifestyle Bewusstsein führt zu größerer Konsumneigung in Deutschland und beeinflusst Einzelhandelsausgaben positiv
- Lebensmitteleinzelhandel mit einem Anteil von ca. einem Drittel an den Einzelhandelsausgaben bedeutendstes Einzelhandelssegment
- Einfluss von E-Commerce auf den Lebensmitteleinzelhandel unterscheidet sich vom Einzelhandel insgesamt; Multi-Channeling als Schlüsselfaktor für Erfolg im Lebensmitteleinzelhandel der Zukunft, momentaner Einfluss vernachlässigbar
- Konsolidierungsprozesse im deutschen Lebensmitteleinzelhandel; „Big 5“ dominieren und übernehmen kleine und unprofitable Konkurrenten
- Im Gegensatz zu den europäischen Nachbarstaaten keine nennenswerte Marktpräsenz internationaler Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland
- Großes Transaktionsvolumen am gewerblichen Immobilienmarkt mit einem Jahresergebnis von ca. 35 Mrd. € erwartet, bedeutender Anteil der Einzelhandelstransaktionen von ca. 10 Mrd. €
- Anhaltender Angebotsmangel im Core-Segment führt zu steigender Bereitschaft für Investitionen jenseits des Core-Segments

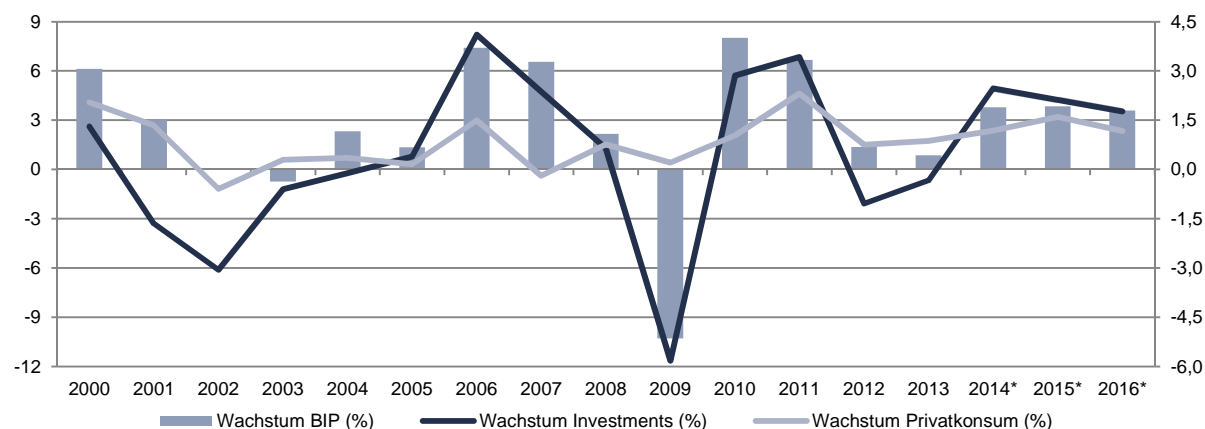
# GESUNDE WIRTSCHAFT BEGÜNSTIGT VERBRAUCHERVERTRAUEN

- Im europäischen Vergleich starkes Wachstum der deutschen Wirtschaft (2014: 1,9%)
- Niedrige Arbeitslosenquote von ca. 5,0% (ILO)
- Inflationsprognose von 1,4% in 2015 bleibt auf niedrigem Niveau
- Niedrigste Sparquote seit 2001 (aktuell ca.10%)
- Zunahme der Single-Haushalte (>40% bis 2025) führt zu steigender Nachfrage nach Konsumgütern
- Zunehmender Privatkonsum um ca. 1,3% p.a. bis 2017

**Positiver Ausblick des deutschen Einzelhandels dank gesunder wirtschaftlicher Entwicklung und steigender Konsumausgaben**

## Stabiles Wirtschaftswachstum und Privater Konsum

Wirtschaftliche Kennzahlen / Einzelhandelsdaten (2000-2016)



Quelle: Experian, CORPUS SIREO 2014

\*Prognose

## Deutschland übertrifft seine europäischen Nachbarstaaten

Fundamentaldaten der Europäischen und Deutschen Wirtschaft

Deutschland	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*
BIP Europa (%)	2,0	1,6	-0,7	-0,4	1,2	1,5
BIP Deutschland (%)	4,0	3,3	0,7	0,4	1,9	1,9
Privater Konsum Europa (%)	1,0	0,3	-1,3	-0,7	0,8	1,2
Privater Konsum Deutschland (%)	1,0	2,3	0,8	0,9	1,2	1,6
Arbeitslosenrate Deutschland (%)	7,1	6,0	5,5	5,3	5,0	5,1

Quelle: Experian, IMF, CORPUS SIREO 2014

\*Prognose

# DEUTSCHER INVESTMENTMARKT ZIEHT INTERNATIONALE INVESTOREN AN

Fundamentaldaten - Gewerbeimmobilien		
	Q2 2014	Q o Q
Transaktionsvolumen Mrd. €	6,98	↓
Anzahl Transaktionen	420	↑
<b>Spitzenrendite</b>		
Büro (Ø Top 5)	4,6%	→
Einzelhandel (Ø Top 5)	4,1%	↓
Shopping-Center	4,5%	→
Fachmarktzentrum	5,9%	→
Logistik	6,3%	→

Quelle: CBRE, CORPUS SIREO 2014

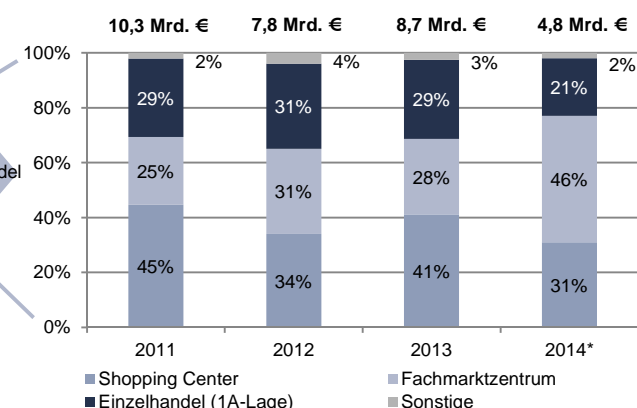
Transaktionsvolumen nach Sektor (Mrd. €)



Quelle: CBRE, CORPUS SIREO 2014

\* H1/2014

Transaktionsvolumen nach Einzelhandelsformat

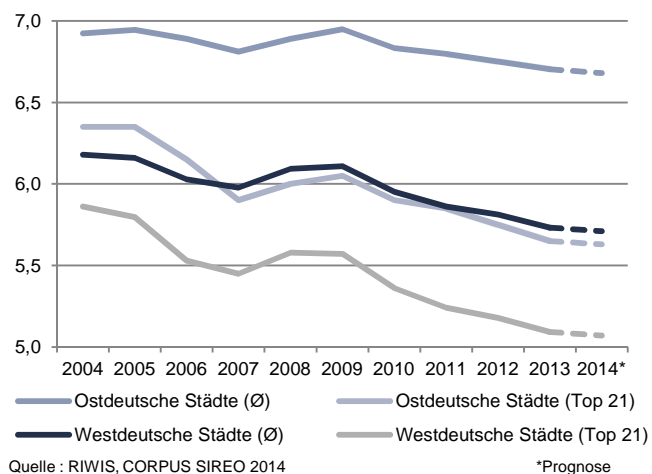


Quelle: CBRE, CORPUS SIREO 2014

\* H1/2014

- Zweitbestes Halbjahresergebnis seit 2007, weiterer Anstieg des Transaktionsvolumens auf 35 Mrd. € zum Jahresende erwartet
- Steigender Anteil internationaler Investoren am gesamten Transaktionsvolumen im ersten Halbjahr 2014 (ca. 50%)
- Lediglich 25% des Einzelhandelsvolumens entfallen auf „Big 5“, Investoren fokussieren sich zunehmend auf Regionalmärkte, z.B. ostdeutsche Städte
- Zunehmende Bereitschaft für Investitionen in Fach- und Supermarktsegment dank höherer Ankaufsrenditen im Vergleich zu Highstreet Retail
- Verschiebung des Investorenfokus zunehmend Richtung Non-Core-Investments, Renditerückgänge im Topsegment dürften über 2014 hinaus abflachen

Mittelwert Nettoanfangsrendite EH (%) - Zentrale Standorte



Quelle: RIWIS, CORPUS SIREO 2014

\*Prognose

# INVESTORENNACHFRAGE NACH CORE-IMMOBILIEN HÄLT SPITZENMIETEN AUF HOHEM NIVEAU

## Sinkendes Mietvolumen in Top 7 Standorten; Regionalmärkte zunehmend im Fokus

Mietvolumen (in m²)				
Stadt	H1/2012	H1/2013	H1/2014	Ø 2009-2013
Berlin	35.400	17.400	36.200	50.000
München	13.200	6.900	10.100	22.000
Stuttgart	12.900	7.100	11.700	10.500
Düsseldorf	8.900	7.200	2.800	18.500
Hamburg	9.000	5.300	21.900	15.500
Hannover	8.200	2.800	5.300	11.000
Köln	7.400	13.500	6.400	19.000
Frankfurt am Main	6.500	12.700	16.800	18.500
Leipzig	1.900	3.500	1.700	10.000
Nürnberg	1.900	1.100	1.000	3.000

Quelle: JLL, CORPUS SIREO 2014

## Stabile Spitzenmieten in Top 10 Städten

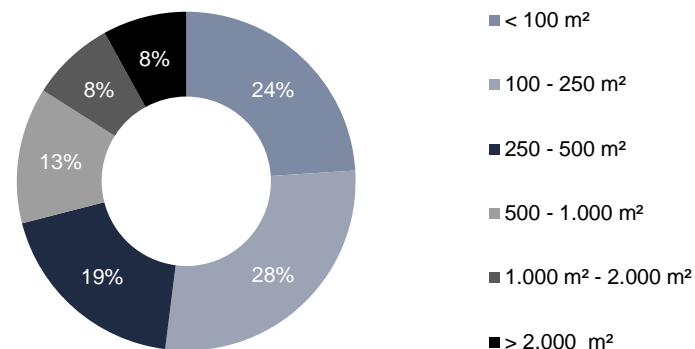
Spitzenmiete (EUR / m² / Monat)				
Stadt	H1/2012	H1/2013	H1/2014	Prognose*
München	330	350	360	360
Frankfurt am Main	290	290	300	300
Düsseldorf	255	265	285	285
Hamburg	250	255	255	275
Berlin	240	280	280	300
Köln	240	250	250	250
Stuttgart	235	240	245	250
Hannover	185	185	190	195
Nürnberg	160	165	165	160
Leipzig	115	120	120	120

Quelle: JLL, CORPUS SIREO 2014

\*Prognose H2/2014

## Kleine Einzelhandelsflächen bleiben gefragt

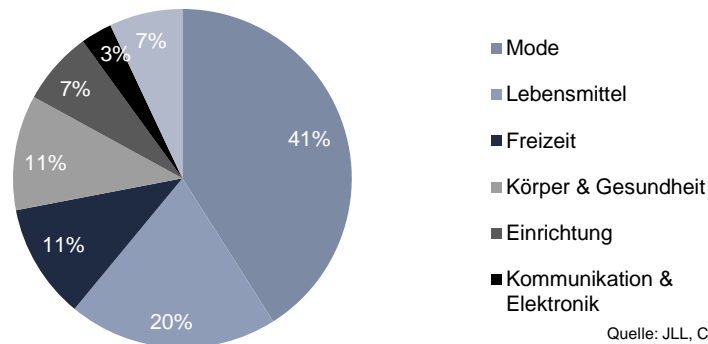
Flächenumsätze nach Größe (%)



Quelle: JLL, CORPUS SIREO 2014

## Mode und Lebensmittel Dominieren

Einzelhandelsumsatz nach Segmenten (%)



Quelle: JLL, CORPUS SIREO 2014

# LEBENSMITTELEINZELHANDEL WIRD VIELFÄLTIGER

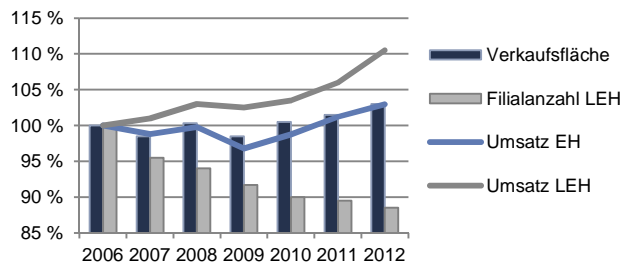
EINZELHANDELSFORMATE												
		Grundstücksgröße [m <sup>2</sup> ]	Verkaufsfläche					Preisniveau	Typische Mieter	Erreichbarkeit zu Fuß	Erreichbarkeit mit PKW	
			sehr klein	klein	mittel	groß	sehr groß					
Food	Mietfläche	-	< 500 m <sup>2</sup>	500 – 1.500 m <sup>2</sup>	1.500 -2.500 m <sup>2</sup>	2.500 – 5.000 m <sup>2</sup>	> 5.000 m <sup>2</sup>					
	SB-Warenhaus	> 15.000	X					mittel-hoch	Kaufland, Toom	Wichtig	Sehr Wichtig	
	Großer Supermarkt	> 3.000	X					mittel	REWE, Famila	Wichtig	Sehr Wichtig	
	Supermarkt	1.000 – 3.000	X					mittel	EDEKA, REWE	Sehr Wichtig	Wichtig	
	Kleiner Supermarkt	Fläche i.d.R. gemeinsam mit anderen Mietern	X						mittel	REWE City/to go, Tegut City, SPAR Express	Sehr Wichtig	Wichtig
	Discounter	> 5.000	X					niedrig	Aldi, Lidl, Netto, Penny	Wichtig	Sehr Wichtig	
	Biosupermarkt	300-800	X					hoch	Alnatura, Denn's	Sehr Wichtig	Unwichtig	
Non-Food	Fachmarktzentrum	Abhängig vom Konzept; > 1.000		X	X [Spielwaren; Elektronik]	X [Elektronik; Möbel]	X [Möbel]	niedrig – mittel	Saturn, Deichmann	Wichtig	Wichtig	
	Warenhaus	> 4.000						mittel	Karstadt, Galerie Kaufhof	Sehr Wichtig	Wichtig	
	Fachkaufhaus	1.000 – 4.000	X	X	X	X	X	mittel	C&A, H&M, Thalia, Müller	Sehr Wichtig	Wichtig	
	Boutique, Spezialshop	Abhängig vom Konzept	X	X	X	X	X	sehr hoch	Benetton	Wichtig	Wichtig	
	Baumarkt	> 1.000						niedrig - mittel	Obi, Bauhaus	Unwichtig	Sehr Wichtig	
	Drogerie	> 500	X					niedrig – mittel	DM, Rossmann	Wichtig	Wichtig	

Quelle: KPMG, CORPUS SIREO 2014

# WICHTIGE TRENDS IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

## 1. Ladenformate: Zunehmend Heterogener

Anstieg von Verkaufsfläche und Umsatz 2006-2012 (%)

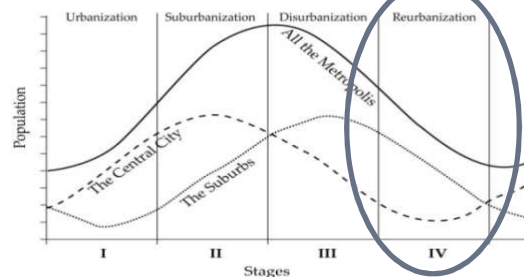


- Rückgang der Anzahl an Filialen bei gleichzeitig steigender Verkaufsfläche
- Zunahme spezieller Ladenformate (z.B. Convenience Märkte) infolge veränderter Kundenwünsche
- Qualitativ höherwertiges Warenangebot der Discounter („Trading up“)
- Im Einklang mit demografischen Veränderungen werden Formate vielfältiger, v.a. in Folge des wachsenden Einflusses von e-commerce

Quelle: bulwiengesa, Statista, CORPUS SIREO 2014

## 2. Standort: Steigende Zentralität

Phasenverlauf der Stadtentwicklung

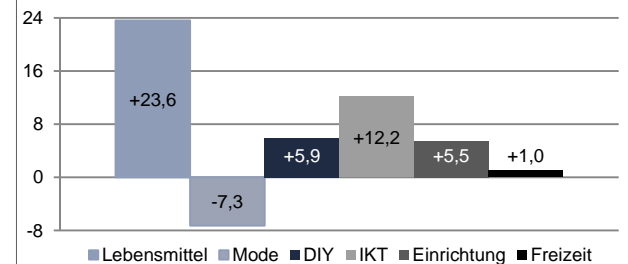


- Reurbanisierung: Bedeutungsgewinn der Städte mit positivem Effekt für innerstädtischen Einzelhandel
- Zentrale Standorte gewinnen auch im Lebensmitteleinzelhandel an Bedeutung
- Demografischer Einfluss: Alternde Bevölkerung sorgt für Wandel in der Lebensmitteleinzelhandelslandschaft
- Zentralität der Standorte wichtiger als Verkaufsfläche

Quelle: Berg et al. 1982

## 3. Kundengruppen: Trendsetter LOHAS\*

Veränderung Privater Nachfrage (nach Segmenten) 2003-2013 (%)



- Lifestyle Konzepte gewinnen dank zunehmenden Gesundheitsbewusstseins an Bedeutung (LOHAS, bundesweit ca. 20% der Bevölkerung, +50% seit 2007)
- Zunehmende Produktdiversifikation: z.B. regional, fair trade, bio, allergiekonform
- Biosupermärkte florieren: Zweithöchste Filialanzahl weltweit
- Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel

Quelle: Metro, CORPUS SIREO 2014

\*Lifestyle of Health and Sustainability

- Zunehmende Diversifizierung der Kundenbedürfnisse
- Supermarkt- und Discounterformate nähern sich an

- Nachhaltige Energie- und Gebäudetechnik zunehmend wichtiger
- Steigende Konzentration der Lebensmitteleinzelhändler an zentralen Standorten erwartet



# ATTRAKTIVE EINZELHANDELSFORMATE AUF DEM VORMARSCH

## Discounter – Top 5 Unternehmen

Unternehmen	Umsatz 2013	Filialanzahl 2013	Ø Verkaufsfläche [m²]
1. Lidl	18,5 Mrd. €	3.257	818
2. Aldi-Süd	15,6 Mrd. €	1.810	812
3. Aldi-Nord	11,3 Mrd. €	2.424	819
4. Netto	12,9 Mrd. €	4.070	766
5. Penny	7,4 Mrd. €	2.247	692

### Marktsituation

- Mit einem Marktanteil von ca. 45% dominieren Discounter den Lebensmitteleinzelhandel
- Höchste Flächenproduktivität aller Lebensmitteleinzelhandelsformate; ca. 35% der Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel entfällt auf Discounter
- Aldi und Lidl bieten ausgedehntes Warenangebot von bis zu 1.700 Produkten
- Gestiegene Konsumentenansforderungen bezüglich Warenangebot und -vielfalt führt zu steigender Verkaufsfläche (> 1.000 m²)
- Wert von Gebäuden mit begrenzter Verkaufsfläche (< 1.000 m²) wird stark fallen

Quelle: Lebensmittelzeitung, EHI Retail Institute, CORPUS SIREO 2014

## Supermarket – Top 5 Unternehmen

Unternehmen*	Umsatz 2013	Filialanzahl 2013
1. EDEKA	31,2 Mrd. €	7.435
2. REWE	16,4 Mrd. €	1.762
3. Kaufland	13,4 Mrd. €	636
4. Real	9,1 Mrd. €	312
5. Kaiser´s Tengelmann	1,9 Mrd. €	501

\* Inkl. SB-Warenhaus

### Marktsituation

- Individuelle Ladenkonzepte zunehmend wichtiger (z.B. REWE mit mehr als 10 Konzepten)
- Von selbständigen Kaufleuten geführte Supermärkte übertreffen Regiebetriebe (nach Umsatz)
- Privatisierung der Läden (z.B. EDEKA / REWE) wird erleichtert und vorangetrieben
- Geringere Flächenproduktivität als Discounter
- Expansion oft durch Übernahme bereits existierender Flächen oder kleineren Ladenkonzepten

Quelle: Jahresberichte 2013, Lebensmittelzeitung, CORPUS SIREO 2014

## Organic Supermarket – Top 5 Unternehmen

Unternehmen	Umsatz 2013	Filialanzahl 2014*	Ø Verkaufsfläche [m²]
1. Denn' s Biomarkt	676 Mio. €	140	474
2. Alnatura	663 Mio. €	90	580
3. Basic	133 Mio. €	28	764
4. Bio Company	110 Mio. €	37	498
5. Ebl-Naturkost	50 Mio. €	23	509

\* Stand: 08/2014

### Marktsituation

- Bedeutungszunahme: Umsatzanstieg von 15% in 2013 auf 7,6 Mrd. € (vervierfacht seit 2000)
- Deutschland mit höchstem Umsatz in Europa
- Kundenseitig steigende Nachfrage nach Biosupermärkten
- Ketten- und Filialanzahl steigt, aber (noch) keine national operierende Kette
- Hohe Bedeutung der Mikrolage aufgrund von Kundenbedürfnissen und -gruppen
- Verkaufsfläche erheblich kleiner als bei klassischen Supermärkten und Discountern

Quelle: Jahresberichte 2013, bulwiengesa, CORPUS SIREO 2014

# UMKÄMPFTER DEUTSCHER LEBENSMITTELEINZELHANDELSMARKT – INLÄNDISCHE KETTEN DOMINIEREN

- 4 deutsche Lebensmitteleinzelhändler innerhalb der europäischen Top 5 (nach Umsatz)
- Deutsche Lebensmitteleinzelhändler weiten ihre Präsenz in Europa aus
- In Europas größten Lebensmitteleinzelhandelsmärkten ist mindestens ein deutscher Akteur unter den Top10
- Discounter sorgen für hohen Wettbewerb im deutschen Niedrigpreissegment
- Internationalen Lebensmitteleinzelhändlern fällt es schwer sich im deutschen Markt zu etablieren
- Kein internationaler Lebensmittel-einzelhändler in Deutschlands Top10

**Expansion deutscher Lebensmitteleinzelhändler im Ausland, aber hohe Eintrittsbarrieren für internationale Konkurrenten am deutschen Markt**

Europas wichtigste Lebensmitteleinzelhändler



Top 3 Lebensmitteleinzelhändler je Land 2013

	France	Germany	UK	Italy	Poland	Spain
1	Carrefour	EDEKA	Tesco	Coop Italia	Jéronimo Martins**	Mercadona
2	E. Leclerc	REWE	Sainsbury's	Conad	Schwarz Group*	Carrefour
3	ITM	Schwarz Group*	Asda	Auchan	Eurocash	Eroski

Quelle: Lebensmittelzeitung, Jahresberichte 2013

\*Kaufland & Lidl; \*\*Biedronka

# DEMOGRAFISCHE ENTWICKLUNG FÜHRT ZU REGIONALEN UNTERSCHIEDEN

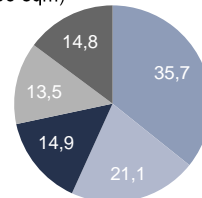
- Schrumpfende Bevölkerung, vor allem in Ostdeutschland erwartet
- Einwohnerrückgang mit sinkender Nachfrage verbunden, dennoch kein zwingender Rückgang an Lebensmitteleinzelhandelsgeschäften
- Discounter: Dominierende Betriebstypen in Deutschland; überproportional häufig in Ostdeutschland angesiedelt
- Standort und Einzugsgebiet sind für die Unternehmen wichtiger als die reine Größe des Ballungsraums

Der demografische Wandel führt zu veränderten Konsumentenbedürfnissen und somit zu Veränderungen bezüglich Einzelhandelsstandorten und -formaten

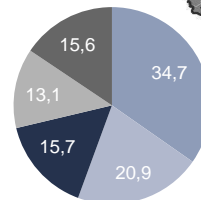
Anteile der Betriebstypen an der regionalen Gesamtverkaufsfläche (%)

- Discounter
- Small Supermarket (< 1,500 sqm)
- Supermarket (1,500 - < 2,500 sqm)
- Consumer Market / Large Supermarket (2,500 - < 5,000 sqm)
- Hypermarket

Nordwestdeutschland



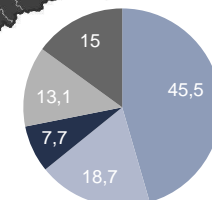
Südwestdeutschland



Bevölkerungsprognose – Veränderung 2020-2030 (%)

- > 7,5
- 2,5 bis 7,5
- 2,5 bis -2,5
- -2,5 bis -7,5
- < -7,5

Ostdeutschland



Quelle: bulwienges, CORPUS SIREO 2014

# WANDEL DES KUNDENVERHALTENS ALS AUSLÖSER NEUER EINZELHANDELS-KONZEPTE

## Nachfrage nach Differenzierten Asset Management Lösungen und Vielschichtigen Kenntnissen Steigt

### Investor

- Offene Immobilien- und Spezialfonds stellen die aktivste Investmentgruppe in H1 2014, gefolgt von privaten Investoren
- Internationale Investoren v.a. aus den USA, GB und Frankreich
- Höhere Risikobereitschaft und Tendenz für Investments in große und Asset Management intensive Portfolios
- Steigende Beliebtheit der Märkte abseits der Top 7, auch bei internationalen Investoren

### Bank

- Höhere Eigenkapitalanforderungen aufgrund des Basel III Reformpakets
- Investmentmöglichkeiten werden genauer auf potentielle Risiken geprüft
- Günstige Darlehenskonditionen als Folge der Geldpolitik der EZB
- Steigender Wettbewerb bei Portfoliofinanzierungen, v.a. bei Core-Immobilien

### Mieter

- Mieter im Lebensmitteleinzelhandel gelten i.d.R. als kreditwürdig
- Mieter bevorzugen langfristige Mietverträge
- Geschäftskonzepte müssen die sich ändernden Kundenbedürfnisse berücksichtigen
- Allgemein zunehmender Wettbewerb um kleine Einzelhandelsflächen

### Konsument

- Alter der Konsumenten steigt, Anzahl sinkt
- Kunden werden kritischer und sind besser informiert
- Kunden haben leichteren Zugang zu Informationen und Vergleichsmöglichkeiten
- Zunehmende Anzahl an Shoppingkanälen
- Die Auswahl wird durch Preis, Angebot und Komfort bestimmt

### Wichtige Faktoren für Stakeholder (Auswahl)

- |                                   |                                |   |                             |
|-----------------------------------|--------------------------------|---|-----------------------------|
| ▪ <b>Vervielfacher</b>            | ▪ <b>Bonität des Investors</b> | ▪ <b>Standort (mikro / makro)</b>         | ▪ <b>Preisniveau</b>        |
| ▪ <b>Standort (mikro / makro)</b> | ▪ <b>LTV / covenants</b>       | ▪ <b>Lokaler Wettbewerb</b>               | ▪ <b>Qualität der Waren</b> |
| ▪ <b>Bonität des Mieters</b>      | ▪ <b>WALT</b>                  | ▪ <b>Verkaufsfläche / Grundstückgröße</b> | ▪ <b>Ladenformat</b>        |

Quelle: CORPUS SIREO 2014

## NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM EINZELHANDELSMARKT



### INVESTOREN PERSPEKTIVE:

Der deutsche Einzelhandelsmarkt bleibt weiterhin im Fokus nationaler und internationaler Investoren. Für Investoren ist der Lebensmitteleinzelhandelssektor aufgrund der stabilen Mieten, langfristigen Mietverträgen und der Unabhängigkeit von der konjunkturellen Entwicklung von besonderem Interesse. Im Gegensatz zu anderen Marktsegmenten, sind die Anfangsrenditen für Objekte im Lebensmitteleinzelhandel höher. Steigendes Investoren-Interesse lässt sich an den Regionalmärkten beobachten, die aufgrund von Angebots- und Preisniveau in den Fokus rücken.

**Douglas Edwards**  
Managing Director  
CS Investment Management



### MARKT PERSPEKTIVE:

In der ersten Hälfte 2014 wurden 4,8 Mrd. € in deutsche Einzelhandelsimmobilien investiert, 20% mehr als in H1 2013 und fast 60% der Gesamtsumme von 8,7 Mrd. € im Jahr 2013. Da das Angebot von geeigneten Core-Immobilien im Einzelhandelssektor nach wie vor begrenzt ist, legt das steigende Transaktionsvolumen eine höhere Risikobereitschaft der Investoren nahe. Es lässt sich eine zunehmende Fokussierung der Investoren auf gut positionierte Objekte in Regionalzentren beobachten. Durch diese Ausweichbewegung erwarten wir eine Seitwärtsentwicklung der Spitzenrenditen in den kommenden Monaten.

**Thorsten Prior**  
Managing Director  
CS Asset Management Retail



### MIETER PERSPEKTIVE:

Deutschland gilt aufgrund seiner dezentralen Struktur, großer Bevölkerung und hohem Wohlstand nach wie vor als attraktives Expansionsziel internationaler Einzelhandelsketten. Neben dem Wachstum von Biosupermärkten wie Alnatura oder Denn's wird den Lebensmitteleinzelhandel trotz sich wandelnder Anforderungen alternder Konsumenten einen Einfluss auf Marktakteure und Wettbewerb nehmen. Ungeachtet des allgemeinen Anstiegs von Lebensmittelverkäufen und gestiegener Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel, versuchen v. a. internationale Lebensmittel-einzelhändler selten im deutschen Markt Fuß zu fassen.

**Hans Stuckart**  
Executive Director  
CS Investment Management



### ASSET MANAGEMENT PERSPEKTIVE:

Die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in Deutschland konzentriert sich nach wie vor auf kleinere Einheiten. Mehr als 50% der beanspruchten Ladenflächen waren kleiner als 250 m<sup>2</sup>. Insbesondere internationale Einzelhändler verlangen kleine flexible Einheiten, während Lebensmitteleinzelhändler größere Verkaufsflächen bevorzugen. In diesem Marktsegment steigen die Anforderungen an die Ladengröße konstant. Außerdem wächst die Bedeutung von zentralen Standorten. Einhergehend mit diesem Trend, wird nachhaltige Energie- und Gebäudetechnik ein zunehmend wichtigeres Thema für Mieter.

**Sebastian Köbele**  
Manager  
CS Asset Management Commercial

# VOLLSTÄNDIGES ASSET MANAGEMENT LEISTUNGSSPEKTRUM MIT FOKUS AUF RETAIL ASSETS

## CORPUS SIREO Asset Management Retail

- CORPUS SIREO bietet das komplette Asset Management Leistungsspektrum für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland vom Erwerb bis zur Veräußerung an
- Mit einem Team namhafter Einzelhandels-Experten hat CORPUS SIREO seine Position als führender Asset Management Dienstleister nun auch auf das Marktsegment Retail ausgeweitet
- CORPUS SIREO verbindet lokales Markt-Know-how mit einem bundesweiten Netzwerk, welche das Fundament für ein erfolgreiches Immobilienmanagement einschließlich Analyse und Konzeption bilden
- CORPUS SIREOs maßgeschneidertes, wertorientiertes Asset Management und die individuelle, flexible Betreuung unterschiedlicher Anlegergruppen und Portfolios durch ein spezialisiertes Client Management heben nachhaltig die Werte von Einzelhandelsimmobilien

## CORPUS SIREO Retail Leistungsspektrum (Auszug)

### Asset Management

- Wertsicherung und Wertschöpfung durch proaktives Asset Management
- Aktives Management zur Optimierung der Flächennutzung
- Konzeptoptimierung insbesondere für Shopping-Center und Fachmarktzentren

### Vermietung

- Erstellung von Vermietungskonzepten bei Einzelhandelsflächen
- Entwicklung und Implementierung von Vermarktungskonzepten
- Weiterentwicklung der Mietvertragsstruktur

### Transaction Management

- Markt- und Standort- sowie Wettbewerbsanalyse
- Auswahl geeigneter Retail-Standorte
- An- und Verkauf von Einzelhandelsimmobilien

### Beratung, Analyse und Center Management

- Beratung in Fragen der Entwicklung, Bewirtschaftung und Nutzung von Einzelhandelsimmobilien
- Analyse der Betriebs- und Eigentümerkosten
- Optimierung des Mietermixes, Mieter-Rotation, Marketing

## IHR KONTAKT



**Douglas Edwards**  
Managing Director

International Institutionals

4a rue Albert Borschette  
Plateau de Kirchberg  
L – 1246 Luxembourg  
T: +352 24528 150  
M: +49 170 7688 127  
Douglas.Edwards@corpussireo.com



**Thorsten Prior**  
Managing Director

Head of Asset Management Retail

Goethestraße 83-85  
40237 Dusseldorf  
T: +49 211 6877 6222  
M: +49 151 6582 9918  
Thorsten.Prior@corpussireo.com

### Inhaltliche Ansprechpartner



**Martin Lippmann**  
Senior Manager, Advisory

Jahnstraße 64  
63150 Heusenstamm  
T: +49 6104 664 171  
M: +49 170 7693 196  
Martin.Lippmann@corpussireo.com



**Sebastian Köbele**  
Manager

Jahnstraße 64  
63150 Heusenstamm  
T: +49 6104 664 134  
M: +49 151 1408 9431  
Sebastian.Koebele@corpussireo.com

## WICHTIGER HINWEIS

Die in dieser Publikation enthaltenen Daten und Informationen beruhen auf öffentlich zugänglichen Quellen, die der Herausgeber für zuverlässig hält. Eine Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben kann die CORPUS SIREO Unternehmensgruppe nicht übernehmen. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Herausgebers wieder. Für den Inhalt dieser Meinungsäußerungen und Prognosen kann keine Gewähr übernommen werden. Insbesondere kann keine Haftung für zukünftige immobilienwirtschaftliche Entwicklungen übernommen werden. Die in dieser Publikation enthaltenen Daten und Informationen können sich im Publikationszeitraum sowie in der Zukunft ohne vorherige Ankündigung ändern.