

Die Zukunft der Warenhaus-Immobilien

Eine PwC-Studie zu aktuellen
Nachnutzungskonzepten

Die Zukunft der Warenhaus-Immobilien

Herausgegeben von der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Von Florian Hackelberg, Jan Dirkes und Benjamin Schrödl

August 2020, 48 Seiten, 21 Abbildungen, 5 Tabellen, Softcover

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung des Herausgebers nicht gestattet.

Die Inhalte dieser Publikation sind zur Information unserer Mandanten bestimmt. Sie entsprechen dem Kenntnisstand der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die in der Publikation angegebenen Quellen zurück oder wenden sich an die genannten Ansprechpartner. Meinungsbeiträge geben die Auffassung der einzelnen Autoren wieder. In den Grafiken kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

Vorwort

Das Warenhaus, einst Symbol des deutschen Wirtschaftswunders, vereint mit dem Konzept des Vollsortimenters „Alles unter einem Dach“ und wurde so bis zu seiner Blütezeit Anfang der 1970er-Jahre zentraler Anlaufpunkt vieler deutscher Innenstädte.

Das sich in den folgenden Jahren wandelnde Verbraucherverhalten und der später aufkommende Onlinehandel führten zu einer tief greifenden Veränderung des stationären Einzelhandels. Das Konzept der Warenhäuser ist von diesen Entwicklungen besonders betroffen. Infolge dieser Entwicklungen wurden in den vergangenen Dekaden etliche Warenhäuser geschlossen und die dadurch frei gewordenen Immobilien einer Nachnutzung zugeführt. Aufgrund ihrer prominenten Innenstadtlagen kommt den Immobilien eine zentrale Bedeutung zu. Die Nachnutzung besonders in kleinen und mittelgroßen Städten kann daher tief greifende Auswirkungen auf die jeweiligen innerstädtischen Strukturen haben.

Trotz der hervorragenden Lage in der jeweiligen Stadt, die regelmäßig ein Hauptgrund für das Engagement von Investoren und Projektentwicklern ist, stellt die inklusive Architektur der Immobilien mit ihren großen Raumtiefen und zumeist fensterlosen Fassadenfronten Investoren vor bauliche Herausforderungen. Welche Nachnutzungskonzepte sind unter diesen gegebenen Rahmenbedingungen erfolgreich? Welche haben sich in der Vergangenheit als weniger nachhaltig erwiesen und was können wir zukünftig von den Warenhausimmobilien in deutschen Innenstädten erwarten?

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden die Nachnutzungen aller 52 geschlossenen Warenhäusern der letzten zehn Jahre dezidiert nachverfolgt und ausgewertet. Aus der individuellen Beobachtung der jeweils umgesetzten Konzepte wurden grundsätzliche Tendenzen und Faktoren für erfolgreiche Nachnutzungen von Warenhäusern herausgearbeitet. Es zeigt sich, dass die Warenhausimmobilien Raum für spannende Nachnutzungskonzepte auch abseits ihrer bisherigen Monostruktur bieten. Ein erfolgreiches Konzept kann eine Strahlkraft weit über die Immobilie hinaus entwickeln und dazu beitragen, die vielerorts unter dem Wandel des Einzelhandels leidenden deutschen Innenstädte neu zu prägen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der spannenden Lektüre und stehen Ihnen für Anmerkungen, Rückfragen oder Gespräche jederzeit gern zur Verfügung.

Berlin, August 2020



Thomas Veith
German Real Assets Leader



Dr. Harald Heim
Partner Real Estate Transactions



Benjamin Schrödl
Director, PwC Germany

Abstract

Das einst erfolgreiche Geschäftsmodell des Warenhauses, ein großes Produktangebot an einem zentralen Ort zu schaffen, ist durch die Entwicklung neuer Vertriebsformen sowie durch die Neuausrichtung von Konsumenteninteressen zunehmend in eine schwierige Situation gelangt. Zum einen ist der Wettbewerb im stationären Einzelhandel durch Fachmarkzentren und Shoppingcenter größer geworden, zum anderen ist der Onlinehandel ein wesentlicher Faktor für sinkende Umsätze im Einzelhandel. In der Folge wurden in den vergangenen Dekaden eine Vielzahl von Warenhäusern geschlossen und die frei gewordenen Immobilien nachgenutzt.

Das Erscheinungsbild von Waren- und Kaufhausimmobilien ist heute immer noch vielerorts städteprägend, da diese zumeist prominent im Herzen deutscher Innenstädte vertreten sind. Waren- und Kaufhausimmobilien sind zumeist extra für einen bestimmten einzelhandelswirtschaftlichen Nutzen geplant und erbaut worden. Aufgrund ihrer Kubatur und Substanz ist eine kostengünstige und flexible Umnutzung daher oft sehr schwierig. Hinzu kommt, dass ihre zentrale Innenstadtlage oft sehr genaue und strikte planungsrechtliche Vorlagen zur dortigen Bebauung vorgibt. Für die vorliegende Studie wurden im Rahmen einer empirischen Erhebung die Nachnutzungen aller 52 in den vergangenen zehn Jahren geschlossenen deutschen Warenhäuser einzeln nachverfolgt, aufbereitet und analysiert. Die Erkenntnisse der Datenanalyse werden durch Experteninterviews mit führenden Marktteilnehmern und deren Praxiserfahrung ergänzt.

Der Schwerpunkt der Untersuchungen lag dabei auf einer Analyse der Nachnutzungskonzepte hinsichtlich ihrer Probleme und Erfolgsfaktoren. Im Ergebnis der Analysen lassen sich die Erkenntnisse für ein Erfolg versprechendes Nachnutzungskonzept wie folgt zusammenfassen:

Solitäre Einzelhandelsnachnutzung im Warenhausinne selten erfolgreich
Festzuhalten ist die Tatsache, dass nur wenige Immobilien tatsächlich ohne größeren Aufwand einer warenhausähnlichen Einzelhandelsnachnutzung zugeführt werden konnten. Von 23 reinen Einzelhandelsnachnutzungen gibt es insgesamt nur zehn Immobilien, die ohne Schließungen in dieser Nachnutzungsform noch betrieben werden. Dies sind rund 20 % aller geschlossenen Warenhäuser. Eine Einzelhandelsnutzung ist jedoch trotzdem in fast allen nachgenutzten Formen gegenwärtig, entweder in Form eines Shoppingcenters oder als fester Bestandteil eines Mixed-Use-Konzepts im Erdgeschoss eines Gebäudes.

Bauliche Veränderungen der Immobilie zumeist erforderlich

Festgestellt wurde, dass über 80 % der nachgenutzten Warenhäuser baulich verändert wurden, das heißt, dass entweder große Umbauvorhaben umgesetzt wurden oder das Gebäude sogar abgerissen wurde. Dies zeigt, dass die Güte und Qualität der Immobilie selbst nicht mehr den Anforderungen aktueller Standards genügt und daher verändert werden muss. Dies bezieht sich insbesondere auf Umnutzungen, hier war eine vorherige bauliche Veränderung immer notwendig. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass der Großteil der Immobilien umgebaut und nicht abgerissen wurde. Wesentliche Gründe hierfür werden in Kapitel D 1 näher erläutert. Im Vordergrund dieser Beobachtung stehen wahrscheinlich Kosten- und Effizienzgründe.

Gemischt genutztes Innenstadtquartier als nachhaltige Alternative

In der Analyse der Nachnutzungsarten wird deutlich, dass mehr als die Hälfte der geschlossenen Warenhausimmobilien in ein Mixed-Use-Konzept, das heißt mindestens zwei verschiedene Nutzungsarten, überführt worden ist. Anders als bei den reinen Einzelhandelsnachnutzungen ist keines dieser Konzepte wieder eingestellt oder geschlossen worden.

Für Projektentwickler und Investoren scheint daher ein innerstädtisches gemischtgenutztes Quartier eine attraktive Alternative darzustellen, die ebenfalls nachhaltiger als eine reine Einzelhandelsnutzung scheint.

Der Erfolg der Nachnutzung hängt vom Nutzungsmix ab

Analysiert wurden ebenfalls die expliziten Zusammensetzungen der verschiedenen Mixed-Use-Konzepte. Daraus wurde ersichtlich, dass in fast jeder Immobilie eine Einzelhandelsfläche im Erdgeschoss bestehen blieb, die sich aufgrund der Innenstadtlage oftmals anbietet. Überproportional häufig wurde darüber hinaus eine Beimischung von Büroflächen und Wohnungen in den darüber liegenden Geschossen festgestellt. Das optimale gemischt genutzte Quartier sieht hier zwei bis drei verschiedene Nutzungsarten vor, wovon das Erdgeschoss Einzelhandel bleibt. Als Mieter wurden hier oftmals Drogerieketten oder kleinere Filialen beobachtet.

Neben den dargestellten generellen Trends zur erfolgreichen Nachnutzung haben die Analysen aber auch gezeigt, dass aufgrund der hohen Heterogenität einer Immobilie ein entsprechendes Nachnutzungskonzept immer an die vorgefundenen Umstände angepasst werden muss. Dies bezieht sich sowohl auf die jeweiligen baulichen Voraussetzungen der Immobilie als auch auf die Struktur und Nachfrage am örtlichen Immobilienmarkt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	8
Tabellenverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis	9
A Einleitung	10
1 Problemstellung.....	10
2 Zielsetzung	11
3 Gang der Untersuchung.....	12
B Definitorische Abgrenzung von Warenhausimmobilien	13
1 Abgrenzung zu anderen Einzelhandelsimmobilien	13
2 Beschreibung des Immobilien- und Baukonzepts.....	15
C Analyse des Warehausmarktes in Deutschland.....	17
1 Aufstieg und Niedergang des Warenhauskonzepts.....	17
2 Entwicklung des deutschen Einzelhandels unter Berücksichtigung des E-Commerce	19
3 Entwicklung des Warenhausmarktes in Deutschland	21
D Strategien zur Nachnutzung und Revitalisierung von Warenhausimmobilien	23
1 Umbau oder Abriss	24
2 Nachnutzungskonzepte.....	25
2.1 Einzelhandel.....	25
2.2 Gemischtgenutzt (Mixed Use)	26
2.3 Öffentliche Nutzungskonzepte	26
3 Prozesse und städtebaulicher Einfluss auf die Umsetzung von Nachnutzungskonzepten.....	27

E	Analyse von Warenhausnachnutzungskonzepten der Jahre 2010 bis 2020	28
1	Empirie.....	28
2	Standortanalyse der geschlossenen Warenhäuser.....	28
2.1	Geografische Clusterung nach Städtegröße und Entwicklung	29
2.2	Analyse der Kaufkraft und einzelhandelsspezifischer Kennzahl	32
2.3	Analyse der Bodenwertentwicklung der Standorte.....	33
3	Analyse der Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien.....	35
3.1	Zeitliche Betrachtung von Schließungen und Wiedereröffnungen	35
3.2	Analyse der Immobilienverwertung – Abriss oder Umbau	36
3.3	Analyse der Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien.....	37
3.4	Analyse der Nachnutzungskonzepte nach Städtegröße.....	41
F	Zusammenfassung.....	44
	Quellenverzeichnis	46
	Ihre Ansprechpartner	47

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Untersuchungsgang	12
Abb. 2	Formen von Einzelhandelsimmobilien.....	14
Abb. 3	Merkmale einer Warenhausimmobilie.....	16
Abb. 4	Entwicklungsphasen von Einzelhandelsbetriebsformen	18
Abb. 5	Entwicklung von Einzelhandelsumsätzen und Bruttogewinnspannen mit Handelswaren.....	19
Abb. 6	E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland	20
Abb. 7	Anzahl der Kauf- und Warenhäuser in Deutschland in den Jahren 2004–2019	21
Abb. 8	Bruttoumsatz und Marktanteil von Warenhäusern in Deutschland.....	22
Abb. 9	Geografische Verteilung der geschlossenen Warenhäuser.....	29
Abb. 10	Verteilung der Warenhausschließungen nach Städtegröße.....	31
Abb. 11	Verteilung der geschlossenen Warenhäuser nach Städtegröße und Wachstum	31
Abb. 12	Verteilung der geschlossenen Warenhäuser nach Kaufkraft und Einzelhandelszentralität	33
Abb. 13	Verteilung der geschlossenen Warenhäuser nach Bodenrichtwert und Wachstum	34
Abb. 14	Zeitliche Verteilung von Warenhausschließungen und Starts von Nachnutzungen	35
Abb. 15	Verteilung der Revitalisierungsmaßnahmen.....	37
Abb. 16	Verteilung der Nachnutzungenarten, insbesondere Einzelhandel.....	38
Abb. 17	Analyse der reinen Einzelhandelsnachnutzungen	38
Abb. 18	Verteilung der Nachnutzungenarten, insbesondere Mixed Use.....	39
Abb. 19	Absolute relative Häufigkeit der Nutzungsarten in einem Mixed-Use-Konzept	40
Abb. 20	Verteilung von Nachnutzungen in Städteclustern.....	41
Abb. 21	Verteilung der Nachnutzungsarten von Mixed-Used nach Städteclustern	43

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Verteilung der Städtecluster nach Bevölkerungsgröße	30
Tab. 2	Verteilung der Städtecluster nach Kaufkraft und Einzelhandelszentralität.....	32
Tab. 3	Bodenrichtwerte nach Städtekatgorie	34
Tab. 4	Übersicht der Verteilung von Nachnutzungen in Städteclustern.....	41
Tab. 5	Zählung der Nachnutzungsarten je Städtecluster	42

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
bzw.	beziehungsweise
CAGR	Compound Annual Growth Rate
EG	Erdgeschoss
exkl.	exklusive
Hrsg.	Herausgeber
i. A. a.	in Anlehnung an
k. A.	keine Angabe
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
p. a.	per anno
S.	Seite
SB	Selbstbedienung
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

A Einleitung

Das Erscheinungsbild von Waren- und Kaufhäusern ist heute immer noch vielerorts städteprägend, da diese besondere Form von Immobilien zumeist prominent im Herzen deutscher Innenstädte vertreten ist.

Das Grundkonzept des Warenhauses wurde nach Ende des Zweiten Weltkriegs etwa Mitte des 20. Jahrhunderts entwickelt, mit dem Ziel, einer breiten Käuferschicht ein möglichst großes Warenangebot an einem zentralen Ort anzubieten. Waren- und Kaufhäuser wurden zu neuen Fixpunkten in vielen durch den Krieg zerstörten Innenstädten und zu einem Symbol des Wirtschaftswachstums und des Wiederaufbaus in Deutschland. Ihre baulichen Markenzeichen waren Schlichtheit und Funktionalität, sowohl bei der Fassaden- als auch bei der Flächengestaltung. Anfang der 1970er-Jahre erreichten Warenhäuser ihre Hochzeit, mit knapp 1.150 Kaufhäusern in Westdeutschland und einem Umsatzanteil am gesamtdeutschen Einzelhandel von circa 10 %.¹

In den Folgejahren drängten neue Wettbewerber in Form von Fachmarktzentren und Shoppingcentern auf den Markt. Zwei der damals vier großen Kaufhausketten, Hertie und Horten, verschwanden im Zuge einer Konsolidierung. Sowohl die Anzahl als auch der Umsatzanteil der verbliebenen Warenhäuser geht seitdem kontinuierlich zurück. Mit dem Aufkommen des Onlinehandels nimmt diese Entwicklung weiter zu.

Trotz des weit gereiften Immobilienzyklus, der steigende Kauf- und Mietpreise über viele Immobilienklassen impliziert, sind es Einzelhandelsimmobilien, die zuletzt eine eher stagnierende Entwicklung verzeichneten. Die Fusion der zwei verbliebenen großen Kaufhausketten weist auf eine weitere Konsolidierung des Marktes sowie zukünftig tief greifende Veränderungen des deutschen Kauf- und Warenhausmarktes hin.² Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie hat diese Entwicklung schließender Warenhäuser weiter beschleunigt und die Frage nach erfolgreichen Nachnutzungskonzepten erneut in den Fokus gerückt.

1 Problemstellung

Das einst erfolgreiche Geschäftsmodell des Warenhauses, ein großes Produktangebot an einem zentralen Ort zu schaffen, ist durch die Entwicklung anderer Vertriebsformen sowie durch die Neuausrichtung von Konsumenteninteressen zunehmend in eine schwierige Situation gelangt.

¹ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020).

² Vgl. Kolf (2019).

Zum einen ist der Wettbewerb im stationären Einzelhandel durch Fachmarkzentren und Shoppingcenter größer geworden. Kunden präferieren ein differenziertes und spezialisiertes Produktangebot sowie die Möglichkeit, bequem an oder im Gebäude parken zu können. Zum anderen ist der Onlinehandel, also der Vertrieb von Produkten über das Internet, ein wesentlicher Faktor für sinkende Umsätze im Einzelhandel und ein weiterer Grund für eine negative Entwicklung im Warenhaussegment.

Neben den marktwirtschaftlichen Problematiken und Tendenzen besteht ebenfalls eine besondere Schwierigkeit in der Art der Immobilie selbst. Waren- und Kaufhausimmobilien sind meist extra für einen bestimmten einzelhandelswirtschaftlichen Nutzen geplant und erbaut worden. Ihre Kubatur und Substanz machen eine kostengünstige und flexible Umnutzung daher oft sehr schwierig.

Hinzu kommt, dass ihre zentrale Innenstadtlage oft sehr genaue und strikte planungsrechtliche Vorlagen zur dortigen Bebauung vorgibt, sodass zunächst bauplanungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Genehmigungen eingeholt werden müssen, um Neubauten oder Umnutzungen realisieren zu können. Dies ist ein zutiefst kommunalpolitisch geprägter Prozess, in dem verschiedene Interessen der Beteiligten verhandelt und abgewogen werden müssen.

Wie dargestellt ist die Problematik der Waren- und Kaufhäuser somit mehrdimensional und interaktiv. Sowohl marktwirtschaftliche, objektspezifische als auch politische Aspekte spielen eine Rolle in der Nachnutzung und Repositionierung großflächiger Einzelhandelsimmobilien in deutschen Innenstädten.

2 Zielsetzung

Ziel der Untersuchung war es, die Nachnutzungskonzepte aller geschlossenen Warenhäuser in Deutschland der letzten zehn Jahre zu analysieren und Erfolgsfaktoren abzuleiten. Zur Informationsgewinnung wurden insbesondere lokale und fachspezifische Medienberichte im Zuge von Standortschließungen recherchiert und zusammengetragen. Basierend auf diesen Informationen erfolgte eine vollständige Verfolgung der Nachnutzung von geschlossenen Warenhäusern. Dabei wurden Informationen über bauliche Veränderungen, Neubebauungen sowie spätere Nutzungen und Mieter im Zeitverlauf gesammelt.

Zusätzlich wurden fundamentale Daten zur Bevölkerungsgröße und -entwicklung, Kaufkraft und Einzelhandelszentralitätskennziffern der betroffenen Standorte ermittelt, um eine Gliederung von Standorten, die von Warenhausschließungen betroffen waren, vorzunehmen.

Der Schwerpunkt der Untersuchungen lag dann auf einer Analyse der Nachnutzungskonzepte hinsichtlich ihrer Verteilung und Häufigkeit sowie in Bezug zu den oben genannten Standortdaten. Hierbei galt es, die Beobachtungen und Feststellungen in den immobilienwirtschaftlichen Kontext einzuordnen und Muster oder Besonderheiten in den Konzepten für Nachnutzungen von alten Warenhausimmobilien zu erörtern.

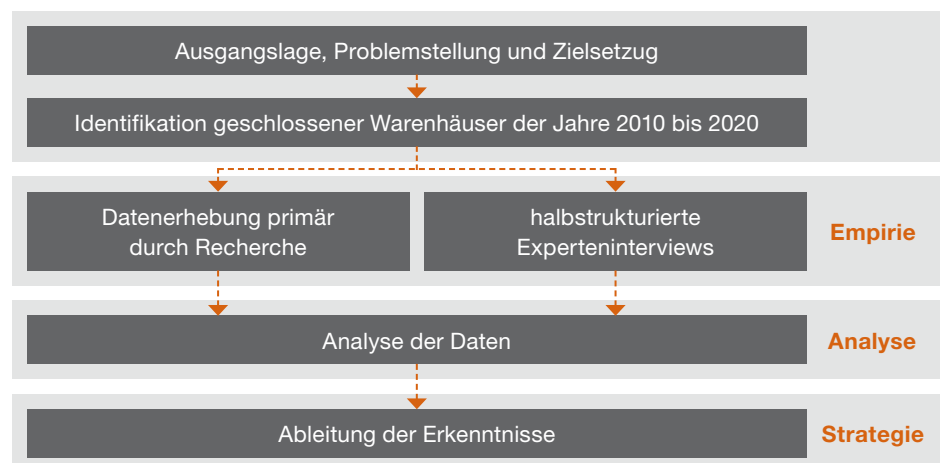
Darüber hinaus wurden durch Experteninterviews weitere Informationen von führenden Unternehmen und Persönlichkeiten hinsichtlich ihrer Einschätzung zur Marktentwicklung, den Nachnutzungskonzepten und daraus erwachsenden Problematiken gewonnen. In Kombination mit und in Bezug auf die durchgeführte Analyse konnten sodann Kernaussagen gebildet werden.

3 Gang der Untersuchung

Zu Beginn der Untersuchung stand zunächst der Aufbau einer umfassenden Datenbank, die sich im Kern aus verschiedenen Informationssegmenten zusammensetzt. Die Daten, die in der Analyse berücksichtigt wurden, stammen sowohl aus lokalen Medienberichten über die Schließungen und Nachnutzungen der örtlichen Warenhausimmobilien als auch aus immobilienwirtschaftlichen Fachpublikationen. Ferner wurden makroökonomische Daten sowie Einzelhandels- und Immobilienmarktdaten zu den jeweiligen Standorten miteinbezogen. Um die empirisch erhobenen Daten um Praxiserfahrungen zu ergänzen, wurden zusätzlich strukturierte Interviews mit Experten aus dem Bereich Einzelhandelsimmobilien geführt. (Abbildung 1)

Die Informationen über die Nachnutzungen der Warenhäuser wurden dann analysiert. Hierbei war zunächst festzustellen, ob die Immobilie baulich verändert oder weitervermietet wurde. Darüber hinaus war festzustellen, welche Assetklassen und Nachnutzungskonzepte umgesetzt wurden und wie sich diese am Markt behaupten konnten; mithin, welche Nachnutzungskonzepte in Bezug auf bisherige Erfahrungswerte am erfolgreichsten erscheinen.

Abb. 1 Untersuchungsgang



Quelle: eigene Darstellung.

B Definitiorische Abgrenzung von Warenhausimmobilien

Im Folgenden werden zunächst die Warenhausimmobilie selbst sowie die Besonderheiten des Warenhauskonzepts erläutert und definiert. Insbesondere ist zunächst eine Abgrenzung zu anderen Einzelhandelsformen vorzunehmen und sind die immobilienwirtschaftlichen Besonderheiten dieser Gebäudeart festzustellen.

1 Abgrenzung zu anderen Einzelhandelsimmobilien

Deutsche Innenstädte sind geprägt durch verschiedene Einzelhandelssysteme und -immobilien, die in ihrer Ausgestaltung und Art unterschiedliche Einzelhändler und Vermarktungskonzepte führen. Nach Baunutzungsverordnung sind Handelsimmobilien zunächst in drei Untersegmente zu unterteilen: großflächiger Einzelhandel, kleinflächiger Einzelhandel und Geschäftshäuser.³

Unter „großflächigem Einzelhandel“ werden nach § 11 Abs. 3 BauNVO alle Einzelhandelsformen mit einer Geschossfläche größer/gleich 1.200 Quadratmeter geführt.⁴ Zu dieser Kategorie zählen Einkaufs-, Shopping- und Fachmarktzentren, Kauf- und Warenhäuser sowie Fachmärkte oder Selbstbedienungswarenhäuser (SB-Warenhäuser).

Alle reinen Einzelhandelsimmobilien mit einer geringeren Geschossfläche bzw. einer Verkaufsfläche kleiner/gleich 800 Quadratmeter werden als „kleinflächiger Einzelhandel“ definiert. Zu dieser Kategorie zählen insbesondere auch Supermärkte und Discounter sowie kleinere Fachgeschäfte und Drogeriemärkte. Abzugrenzen hiervon sind jedoch Nutzungsformen wie zum Beispiel Tankstellen oder Verkaufsflächen in Flug- oder Bahnhöfen.⁵

Geschäftshäuser hingegen sind Immobilien, die eine schwerpunktmäßige Einzelhandelsnutzung, insbesondere in den niedergelegenen Flächen, vorweisen, darüber hinaus aber noch andere Nutzungsarten beherbergen. Um als Geschäftshaus klassifiziert zu werden, müssen jedoch mindestens 50 % der Mieterträge aus dem Einzelhandel erwirtschaftet werden.⁶ Da sich das Untersuchungsobjekt Warenhaus im Segment des großflächigen Einzelhandels klassifiziert, folgt eine detailliertere Abgrenzung zu weiteren großflächigen Einzelhandelsformen und wird auf die Besonderheiten der Einzelhandelsform Warenhaus eingegangen.

³ Vgl. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 22.

⁴ Vgl. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 23.

⁵ Vgl. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 24.

⁶ Vgl. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 25.

Center (Einkaufs-, Shopping- und Fachmarktcenter)

Ein Einzelhandelscenter wird als großflächige Einzelhandelsimmobilie oder Gebäudeagglomeration definiert, die mehrere Mieter aus dem Einzelhandel führt. Unter „Gebäudeagglomeration“ wird der baulich-funktionale Zusammenschluss mehrerer Gebäude in einheitlicher Gestaltung verstanden.

Darüber hinaus zeichnet sich ein Center durch ein zentrales Management sowie eine gesteuerte Branchenbesetzung, ein einheitliches Marketing und einen gemeinsam genutzten Parkbereich aus.⁷

Fachmärkte und SB-Warenhäuser

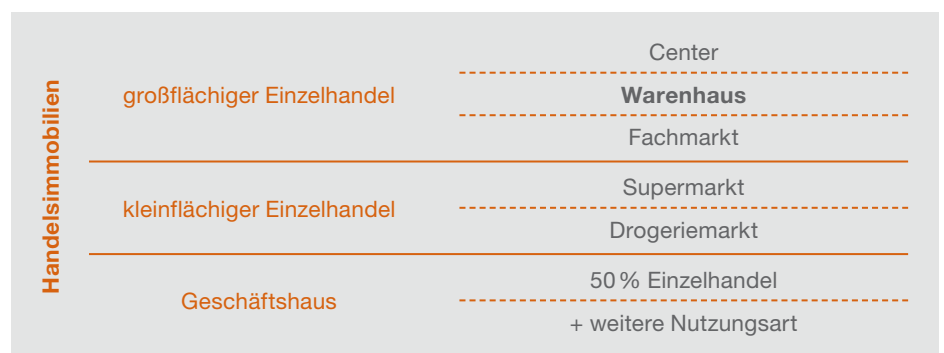
Zu dieser Kategorie werden alle großflächigen Einzelhandelsflächen aller Branchen und Warenarten gezählt, zum Beispiel Möbel, Textilien oder auch Bau- und Heimwerkerbedarf. Auch Verbrauchermärkte mit Lebensmittelschwerpunkt fallen in dieses Segment. Anders als bei Centern entstehen Fachmärkte oft aus gewachsenen Strukturen, die keine Funktionseinheit darstellen und somit alle autark betrieben werden können, dennoch aber einen räumlich-funktionalen Zusammenhang bilden.⁸

Kauf- und Warenhäuser

Von den bereits definierten Formen des großflächigen Einzelhandels grenzen sich Kauf- und Warenhäuser insbesondere durch folgende Merkmale ab:

„Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Ebenen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und mittlerem bis hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nichtlebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen. Die Verkaufsmethode reicht von der Bedienung (z. B. Unterhaltungselektronikbereich) über das Vorwahlsystem (z. B. Bekleidung) bis zur Selbstbedienung (z. B. bei Lebensmitteln).“⁹

Abb. 2 Formen von Einzelhandelsimmobilien



Quelle: eigene Darstellung i. A. a. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 22.

⁷ Vgl. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 23

⁸ Vgl. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 24.

⁹ Hessert (2012), S. 1.

Diese kurze Definition und Übersicht der großflächigen Einzelhandelsimmobilien zeigt, dass sich das Kauf- und Warenhaus insbesondere in den Bereichen der Sortimentsbreite und -tiefe sowie in der Intensität und dem Umfang des angebotenen Services von den Formen Center und Fachmarkt abgrenzt.

2 Beschreibung des Immobilien- und Baukonzepts

In diesem Abschnitt wird nun gesondert auf das Immobilien- und Baukonzept der Warenhausimmobilie eingegangen, da es eine zentrale Rolle in der späteren Analyse des Bedeutungsverlusts sowie in der Untersuchung von Nachnutzungskonzepten spielen kann.

Insbesondere die Größe und Ausgestaltung des Baukörpers bildet eine Besonderheit in der Beschaffenheit dieser Immobilienart, weshalb Warenhäuser nur schwer mit anderen Immobilien und Einzelhandelsformen vergleichbar sind.

Warenhäuser sind symbolhaft für das Spannungsfeld zwischen dem Wiederaufbau und dem städtebaulichen Neubeginn nach dem Zweiten Weltkrieg, nach dem diese Einzelhandelsform ihre Blütezeit erlebte.¹⁰

Während des Wiederaufbaus sollten Innenstädte funktional gegliedert, aufgelockert und zugleich autogerecht gestaltet sein, hierbei spielten Warenhäuser eine zentrale Rolle als Fixpunkte des Citylebens. Sie sollten als Anziehungspunkte die Innenstädte beleben, sodass auch umliegende Geschäfte und Gegenden durch den Zustrom von Passanten profitieren konnten. Dadurch geleitet erhielten viele Warenhäuser trotz verschiedener Städte und Regionen ein recht einheitliches Erscheinungsbild.¹¹

Durch die steigende Mobilität und die erhöhte Geschwindigkeit im Straßenverkehr sollte das Warenhaus dennoch als Blickfang fungieren und Wiedererkennungswerte vermitteln. Eine charakteristische Fassadengestaltung und simplifizierte Formsprache hoben die Immobilien in den Innenstädten hervor. Darüber hinaus boten neue Parkkonzepte wie Parkhäuser oder Tiefgaragen Platz für viele Kunden.¹²

Als Markenzeichen der Immobilienart diente die baulich demonstrative Geschlossenheit sowie eine schlichte und funktionale Fassade. Je nach Unternehmenszugehörigkeit erhielten die Baukörper einen einheitlichen Stil, dieser war gleichzeitig Werbeträger und Erkennungszeichen.¹³ Absetzen hiervon konnte sich die Erdgeschoss- etage, die als Kontakt- und Kommunikationsbereich mit Fußgängern und Passanten diente. Bodentiefe Schaufenster ermöglichten den Einblick in die Verkaufsräume und die Präsentation der Waren zur Außenwelt.¹⁴

Aufgrund der Geschlossenheit der Immobilie mit wenig Fenstern in den oberen Geschosslagen sowie der Großflächigkeit bedurfte es eines umfangreichen klimatechnischen Konzepts, um das Aufheizen des Gebäudes zu verhindern.

„Die Warenhausimmobilien sind sehr schwierig, da ist baulich oft nichts zu machen.“

Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

„Die Lage ist entscheidend für die Nachnutzung.“

Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

„Die Ladentiefe ist ein zentrales bauliches Problem der Warenhausimmobilien, Tageslicht und Flächenöffnung sind wesentliche Herausforderungen.“

Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

¹⁰ Vgl. Imorde; Junker (2016), S. 25.

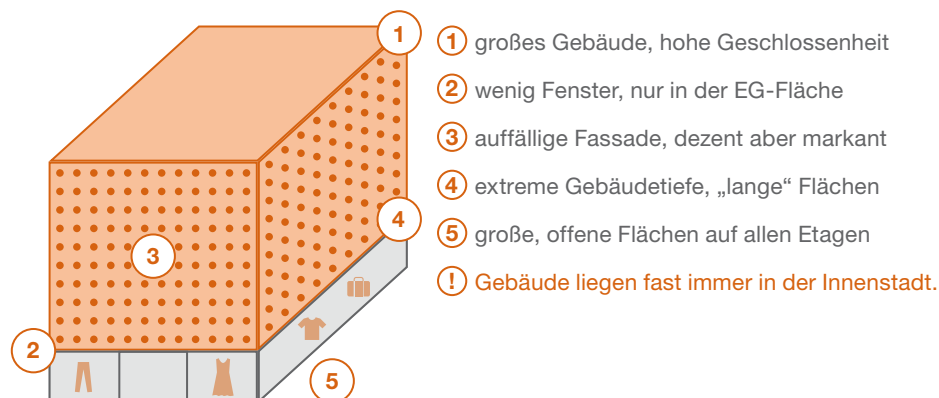
¹¹ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 9.

¹² Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 9.

¹³ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 9.

¹⁴ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 10.

Abb. 3 Merkmale einer Warenhausimmobilie



Quelle: eigene Darstellung i. A. a. Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (Hrsg.) (2016), S. 22.

Nicht nur das äußerliche Erscheinungsbild der Warenhausimmobilie diente dazu, sich im Wesentlichen von anderen Geschäften abzugrenzen, auch im Innenraum und auf den Verkaufsflächen wurde versucht, einen entsprechenden Stil zu etablieren.

„Die Gebäudesubstanz der Warenhäuser ist oftmals gut: langlebig mit hoher Traglast und Potenzial für zusätzliche Flächenaktivierung.“
Head of Asset Management eines internationalen Fondhauses

Um die Präsentation der Waren möglichst zu perfektionieren, wurde ein klares ästhetisches Konzept befolgt, das großflächige Raumabgrenzungen in bestimmten Bereichen beinhaltete.¹⁵

Mit in das Raumprogramm aufgenommen wurden Gastronomiebetriebe, Verkehrselemente wie Rolltreppen oder Fahrstühle. Das Verkehrselement Rolltreppe wird seitdem zentral im Gebäude platziert, sodass die Kunden beim Durchfahren der Etagen langsam an den Waren vorbeigeführt werden, während Fahrstühle eher dezentral angesiedelt und dem schnellen und eher funktionalen Transport dienlich sind.¹⁶

Das Immobilien- und Baukonzept eines Warenhauses verfolgt seither die Strategie, von außen schlicht und wiedererkennbar zu sein, während der Innenraum von der Außenwelt abgeschirmt wird und der Kunde sich nur auf die Warenpräsentation konzentrieren kann. Restaurants und taktisch platzierte Rolltreppen sollen zudem das Konzept der Warenpräsentation unterstützen, um den Aufenthalt des Kunden innerhalb der Immobilie angenehmer zu gestalten und gleichzeitig zu verlängern.

Die Warenhausimmobilie hat daher einen ganz eigenen, auf die Bedürfnisse des Einzelhandelsunternehmens zugeschnittenen Baustil, der bisher ausschließlich auf den großflächigen Warenvertrieb ausgelegt war.

¹⁵ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 10.

¹⁶ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 10.

C Analyse des Warehousemarktes in Deutschland

1 Aufstieg und Niedergang des Warenhauskonzepts

Die Erfolgsgeschichte des Konzepts Warenhaus begann etwa Mitte des 20. Jahrhunderts, nach dem Zweiten Weltkrieg. Die Zeit des Wiederaufbaus deutscher Innenstädte prägte ebenfalls die Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser. Die großen Flächen sowie das breit gefächerte Angebot repräsentierten das Erstarren der deutschen Wirtschaft und die angesprochene breite Käufer-schicht empfand das Wiedererlangen eines um sich greifenden wachsenden Wohlstands.¹⁷

In den 1960er-Jahren boomte das Konzept Waren- und Kaufhaus in Deutschland.¹⁸ Damals gab es noch mehr als 1.150 Warenhäuser in Deutschland, die insgesamt einen Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz von teilweise mehr als 10 % ausmachten.¹⁹ Doch bereits Anfang der 1970er-Jahre begann der Bedeutungsverlust dieses Vertriebskonzepts und Kunden verloren zunehmend das Interesse am Warenhaus.

Dies hatte seine Ursache insbesondere in zwei wesentlichen Faktoren: Durch den wirtschaftlichen Aufschwung Deutschlands änderte sich auch das Kaufverhalten. Die gestiegene Mobilität und Bequemlichkeit führten dazu, dass die Kunden lieber mit dem Auto direkt vor das Geschäft fahren wollten.

Die gewachsenen Innenstädte, in deren Herzen zumeist die großen Warenhäuser standen, verhinderten dies. Der einst hervorragende Standortvorteil wurde somit zum Nachteil. Hinzu kam, dass die Kunden vermehrt nach spezialisierten Geschäften suchten und sich zunehmend weniger von dem Konzept „Alles unter einem Dach“ angesprochen fühlten.²⁰

Profiteur dieses neuen Kaufverhaltens waren zwei neue Vertriebsformen nach amerikanischem Vorbild: Shoppingcenter und Fachmärkte. Beide bedienten diesen Trend und die neuen Bedürfnisse der Konsumenten. Das Verkaufsfächenwachstum sowie der steigende Wettbewerb leiteten den Start für den langen Niedergang des Warenhauskonzepts ein.²¹

„Für das traditionelle Warenhauskonzept sehe ich zukünftig absolut keine Erfolgsaussichten in Deutschland.“

Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

¹⁷ Vgl. Imorde; Junker (2016), S. 25.

¹⁸ Vgl. Tenberg; Hielscher (2020).

¹⁹ Vgl. Imorde; Junker (2016), S. 25.

²⁰ Vgl. Imorde; Junker (2016), S. 25–26.

²¹ Vgl. Imorde; Junker (2016), S. 25.

Während im Jahr 1993 die vier großen Warenhauskonzerne Karstadt, Kaufhof, Horten und Hertie noch 375 Waren- und Kaufhäuser mit einer Verkaufsfläche von circa 3,5 Millionen Quadratmeter betrieben, waren es im Jahr 2010 nur noch 196 Filialen mit einer gesamten Verkaufsfläche von circa 2,5 Millionen Quadratmeter.²² Der Umsatz ging im selben Zeitraum um mehr als 60 % zurück, was ebenfalls einen starken Rückgang dieses Einzelhandelskonzepts veranschaulicht.²³

Interessant zu beobachten ist, dass im Jahr 2010 nur noch 52 % der damaligen Filialen Bestand hatten, aber immer noch circa 79 % der Verkaufsfläche vorhanden waren. Dies deutet darauf hin, dass insbesondere kleine Filialen in diesem Zeitraum schließen mussten und wahrscheinlich weitere Nebenflächen als zusätzliche Verkaufsfläche in geöffneten Filialen aktiviert wurden.²⁴

Des Weiteren war zu beobachten, dass sich der Anteil der Verkaufsfläche besonders in Städten kleiner 100.000 Einwohnern von 39,5 % (1993) auf 27 % (2010) stark verringerte, wohingegen die Zahlen in größeren Städteclustern stabil geblieben sind. Ein stärkerer Wettbewerbsdruck sowie geringeres Marktpotenzial schienen hier insbesondere zum Rückgang des Warenhauses in Klein- und Mittelstädten geführt zu haben.²⁵

Abb. 4 Entwicklungsphasen von Einzelhandelsbetriebsformen



Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) (2016), S. 8.

²² Vgl. Hessert (2012), S. 3.

²³ Vgl. Imorde; Junker (2016), S. 25.

²⁴ Vgl. Hessert (2012), S. 3.

²⁵ Vgl. Hessert (2012), S. 4.

Abbildung 4 veranschaulicht die Lebenszyklusphasen verschiedener Betriebsformen im Einzelhandel (mit und ohne Lebensmitteleinzelhandel) in Deutschland.

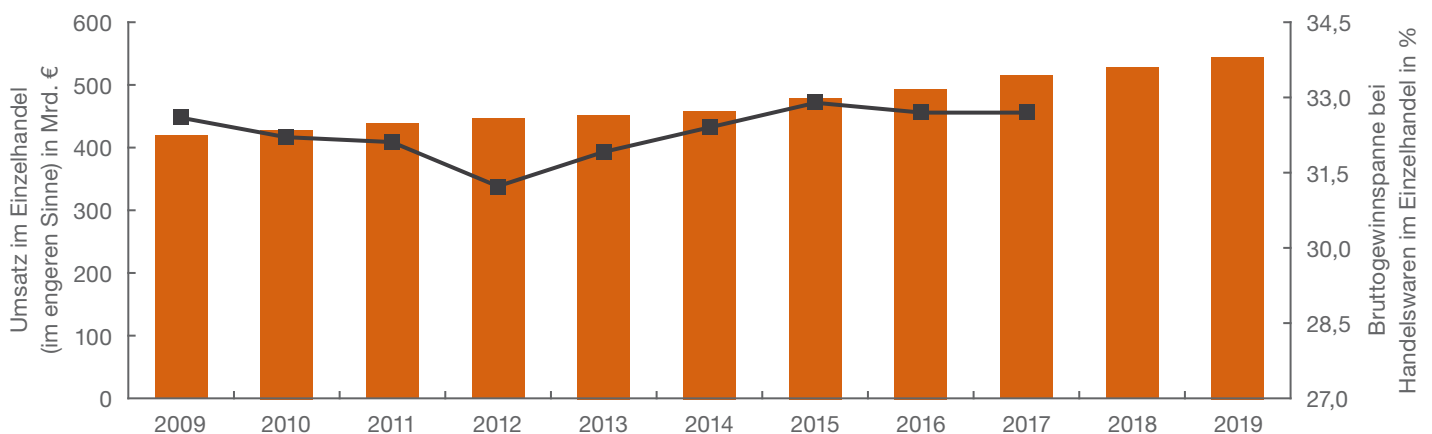
Gut zu erkennen ist, dass Shoppingcenter und Fachmärkte zwar ihren Peak bereits hinter sich haben, sich aber immer noch in einem früheren Reifestadium befinden und somit Gewinne über Marktanteile abschöpfen können. Das Waren- und Kaufhaus hingegen befindet sich mitten im Abschwung. Dies unterstreicht zusätzlich den aktuell schwierigen Stand des Warenhauses am Einzelhandelsmarkt.

Waren- und Kaufhausunternehmen haben es demnach versäumt, sich den Marktentwicklungen und veränderten Kundenbedürfnissen anzupassen, um Marktanteile zu halten.

2 Entwicklung des deutschen Einzelhandels unter Berücksichtigung des E-Commerce

Der deutsche Einzelhandelsmarkt unterliegt bereits seit Jahren einem starken Strukturwandel, der geprägt von dynamischen Veränderungen ist. Unternehmen und Marken müssen sich ständig neu auf aufkommende Trends und die wechselnden Bedürfnisse ihrer Kunden einstellen, um weiterhin am Markt bestehen zu können. Etablierte Strukturen können schnell gekippt werden. Trotz alledem ist zu erkennen, dass die Umsätze im deutschen Einzelhandel in den letzten zehn Jahren konstant gestiegen sind, was mitunter auch mit dem starken wirtschaftlichen Aufschwung nach der Finanzkrise 2008 zu tun hat. Die generell gute konjunkturelle Lage spiegelt sich daher auch in den Einzelhandelsumsätzen wider.

Abb. 5 Entwicklung von Einzelhandelsumsätzen und Bruttogewinnspannen mit Handelswaren

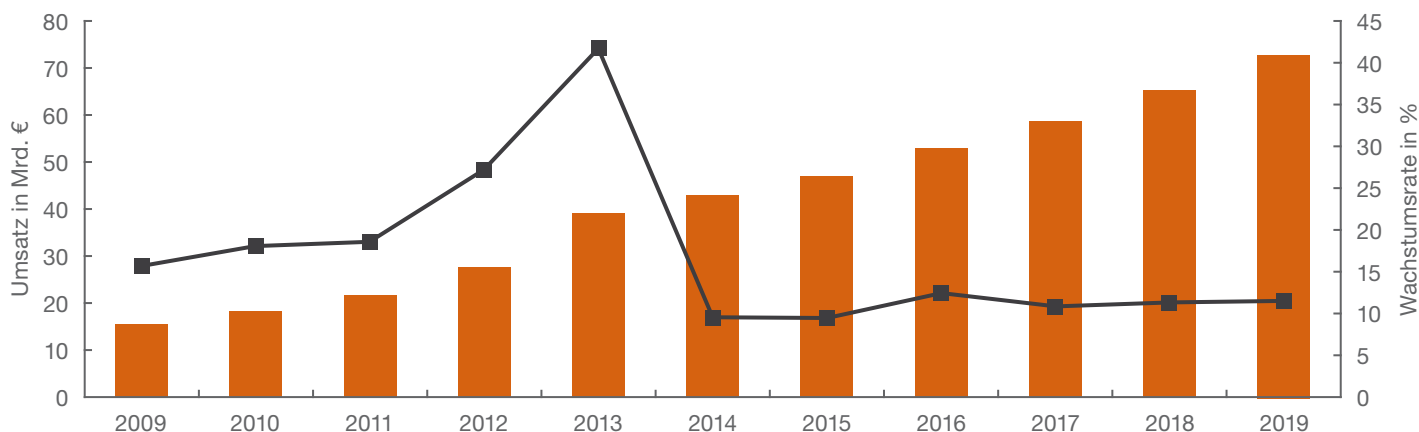


Quelle: eigene Darstellung i. A. a. Henrich (2019/2020).

Zu beobachten ist ebenfalls, dass im selben Zeitraum die Bruttogewinnmargen bei klassischen Handelswaren relativ konstant bei über 30 % geblieben sind. Dies zeigt auch, dass die Profitabilität der meisten Einzelhändler erhalten ist und sie durch höhere Umsätze steigende Gewinne verzeichnen können. Die durchschnittliche Wachstumsrate der letzten zehn Jahre lag bei knapp 1,7 % p. a., eine moderate Wachstumsrate.

Die größte Herausforderung für den Einzelhandel ist der Umgang mit dem immer stärker werdenden Onlinehandel. Wie in Abbildung 6 zu sehen ist, sind die Umsätze im Onlinehandel in den letzten Jahren sehr stark gestiegen.

Abb. 6 E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung i. A. a. Rabe (2019).

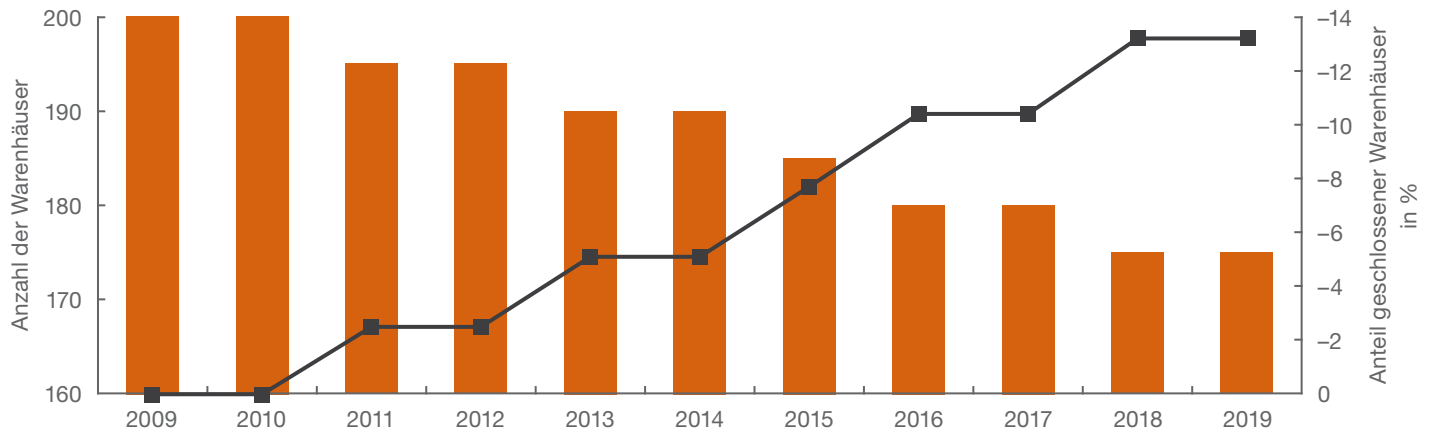
Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) im deutschen Onlinehandel lag in den letzten zehn Jahren bei 16,9 % p. a., dadurch wird deutlich, dass die Wachstumsdynamik dieser Vertriebsform um ein Vielfaches höher ist als im stationären Einzelhandel.

Der Umsatzanteil des Onlinehandels am deutschen Gesamthandel lag im Jahr 2020 bei circa 20,0% und ist damit in den letzten sechs Jahren um 10,1 % p. a. gestiegen. Bei der Gegenüberstellung der Entwicklung des stationären Einzelhandels zum Onlinehandel wird deutlich, dass Letzterer immer bedeutender für die Konsumenten in Deutschland wird. Daher wird es für klassische Einzelhändler immer wichtiger, sich auf die veränderten Marktentwicklungen einzustellen, um Umsätze und Marktanteile zu sichern.

3 Entwicklung des Warenhausmarktes in Deutschland

Dass das damalige Kernkonzept des Waren- und Kaufhauses „Alles unter einem Dach“ nicht mehr zeitgemäß ist, wurde bereits in der historischen Marktbeschreibung erläutert. Diese Erkenntnis wird durch die Zahlen in Abbildung 6 unterlegt. Von circa 280 Warenhäusern im Jahr 2004 waren zehn Jahre später im Jahr 2015 nur noch 175 geöffnet.

Abb. 7 Anzahl der Kauf- und Warenhäuser in Deutschland in den Jahren 2004–2019



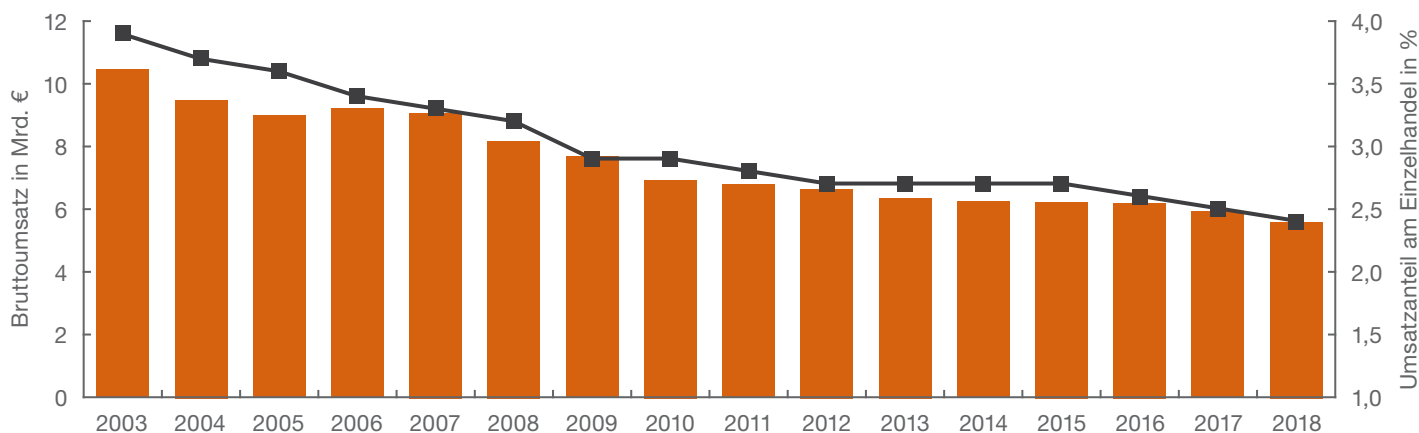
Quelle: eigene Darstellung i. A. a. Henrich (2019 A).

Diese Zahlen weichen zum Teil von denen anderer Quellen ab, da es keine offizielle Statistik über die Anzahl geschlossener Warenhäuser in Deutschland gibt. Dennoch ist der Trend deutlich zu erkennen, dass viele Warenhäuser in den vergangenen Jahren schließen mussten und oftmals leer stehende Gebäude hinterließen.

Der Grund dafür lässt sich aus der wirtschaftlichen Gesamtsituation der Warenhausunternehmen ableiten. Gut zu erkennen ist, dass der Umsatz aller Warenhäuser in Deutschland in den letzten Jahren dramatisch zurückgegangen ist, von über 10 Milliarden Euro im Jahr 2003 hat sich der Gesamtumsatz auf circa 5,5 Milliarden Euro im Jahr 2018 halbiert.

Und dies vor dem Hintergrund, dass die Umsätze im gesamten deutschen Einzelhandel insgesamt leicht gestiegen sind.

Abb. 8 Bruttoumsatz und Marktanteil von Warenhäusern in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung i. A. a. Henrich (2019 B/C).

Daraus resultiert ebenfalls, dass der Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz in Deutschland von über 10,0% auf unter 2,5% extrem stark gesunken ist. Die Warenhausketten haben sowohl an wirtschaftlicher Stärke als auch ihre ehemalige Vormachtstellung im stationären Einzelhandel verloren.

Insgesamt lässt sich dadurch festhalten, dass Warenhäuser in der Vergangenheit an Bedeutung verloren haben und von anderen Einzelhandelsformen abgehängt wurden. Aufgrund der stark gesunkenen Umsätze mussten zahlreiche Standorte schließen, sodass auch die physische Präsenz von Warenhäusern in deutschen Innenstädten immer weiter in den Hintergrund rückte.

D Strategien zur Nachnutzung und Revitalisierung von Warenhausimmobilien

Im vorangegangenen Teil dieser wissenschaftlichen Arbeit wurden die historische Entwicklung von Warenhäusern sowie die Markttrends im stationären Einzelhandel umfangreich beschrieben. Es wurde dabei festgestellt, dass Warenhausunternehmen seit Jahrzehnten Umsatzrückgänge verzeichnen und dies auch das Schließen von Filialen zur Konsequenz hatte. Daraus folgt, dass die Unternehmen oft großflächige und sehr markante Immobilien in zentralen Innenstadtlagen zurücklassen.

Die Immobilie selbst wurde seinerzeit oft maßgeschneidert, ausschließlich für die Nutzung eines Warenhauses erbaut. Die wichtigsten Gebäudemerkmale sind dabei große, offene Verkaufsflächen, eine Rolltreppenerschließung im Kern, ein markantes äußeres Erscheinungsbild sowie meist eine unmittelbare Innenstadtlage. Nicht nur das Vertriebskonzept des Warenhauses ist wenig nachhaltig aufgebaut, sondern ebenfalls das der Immobilien. Um ein sinnvolles und nachhaltiges Nutzungskonzept für eine Warenhausimmobilie zu entwickeln und umzusetzen, sind daher zahlreiche Faktoren und Bedingungen zu berücksichtigen.

Die schwierige Marktsituation im großflächigen Einzelhandel lässt einen Nutzungsklassenwechsel implizieren, die baulichen Voraussetzungen machen dies aber besonders anspruchsvoll. Daher sollen nun vor der Durchführung der empirischen Analyse der Nachnutzungskonzepte die möglichen Varianten einer Nachnutzung erörtert werden.

Zu Beginn muss geklärt werden, ob das Gebäude selbst erhaltenswert ist oder nur ein Abriss und Neubau die bestmögliche Nutzung des Grundstücks ermöglichen. Darüber hinaus muss ein zukünftiges Nutzungskonzept entwickelt und dessen Umsetzung geprüft werden.

„Die hohe Akzeptanz der Lage ist ein positives Merkmal für die Repositionierung. Die Leute sind gewohnt, dort einkaufen zu gehen.“
Head of Asset Management eines internationalen Fondhauses

1 Umbau oder Abriss

„Besonders in den C-Standorten sind die Baukosten oftmals zu hoch für die lokal erzielbaren Einzelhandelsmieten.“
Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

Am Anfang der Revitalisierung eines Warenhausstandorts ist zu entscheiden, ob der Immobilienbestand teilweise oder komplett abgerissen werden soll. Oftmals sprechen verschiedene Gründe für einen Abriss und Neubau, wenn beispielsweise ein Umbau und eine Sanierung der Immobilie besonders unwirtschaftlich sind. Die Entscheidung hängt oftmals vom gesamten Gebäudezustand ab. Die Implementierung eines komplexen und vielseitigen Neubaukonzepts kann daher für die Weiterentwicklung der Innenstadt von zentraler Rolle sein.²⁶

Trotz des bestehenden Neubaupotenzials sprechen jedoch wesentliche Gründe für einen Erhalt des Immobilienbestands und einen Umbau des Bestandsgebäudes. Als ökologischer Aspekt ist hier zu nennen, dass der Erhalt der wesentlichen Bausubstanz vor allem umweltfreundlicher ist, da insbesondere in Tragwerkselementen allein 40 % der grauen Energie eines Objekts stecken.²⁷ Eine Sanierung würde das Freisetzen dieser verhindern.

Für den Erhalt eines Bestandsgebäudes spricht ebenfalls ein weiterer architektonischer Aspekt: Alte Warenhausimmobilien besitzen oft einen stadt-bildprägenden Charakter, der auch unter Denkmalschutz stehen kann. Eine Revitalisierung der alten Architektur kann zu einer ansprechenden Gebäudequalität beitragen und dabei das Stadtbild selbst aufwerten, ohne es zu verändern.

Aus rein ökonomischer Sicht ist ein Gebäudeerhalt und -umbau auch oftmals der wirtschaftlichere Weg, die Immobilie und den Standort wieder nachnutzbar zu machen. Dies zeigen auch zahlreiche Beispiele, auf die später genauer eingegangen wird. Insgesamt ist bereits bei vergangenen Betrachtungen von Nachnutzungskonzepten beobachtet worden, dass die Immobilien selbst überwiegend erhalten blieben.²⁸

Zu berücksichtigen ist jedoch, dass ein Umbau oftmals einen umfangreichen Rückbau und eine Entkernung der bestehenden Gebäudeteile sowie eine sehr aufwendige Sanierung aller Flächen und der Gebäudetechnik beinhaltet. Auch wenn das Mauerwerk bestehen bleibt, ist eine Wiederbelebung eines Standorts nur mit hohen Aufwendungen möglich.

²⁶ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 43.

²⁷ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 43.

²⁸ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 43.

2 Nachnutzungskonzepte

Um ein nachhaltiges Nachnutzungskonzept für eine Warenhausimmobilie entwickeln zu können, müssen zunächst individuell folgende zwei Ausgangspunkte analysiert werden: zum einen grundstücks- und immobilienbezogene Vorgaben, zum anderen örtliche Verhältnisse und wirtschaftliche Entwicklungen.

Unter grundstücks- und immobilienbezogenen Ausgangspunkten sind hier zunächst die Grundstücksgröße, bestehende Geschosshöhe sowie baulicher Zustand des Bestandsgebäudes, baurechtliche Rahmenbedingungen sowie die städtebauliche Einbindung in die Umgebung zu nennen. Diese Punkte sind dahingehend zu evaluieren, inwiefern eine bauliche Nutzung zukünftig gestaltet werden kann.²⁹

Unter orts- und marktbezogenen Ausgangspunkten sind hier die Eigentumsverhältnisse, die Entwicklung von Kauf- und Mietpreisen, die Standortgröße sowie die wirtschaftliche Situation der Stadt oder Kommune zu nennen.³⁰ Ein potenzieller Investor sollte versuchen, eine entsprechende Nachfrage für zum Beispiel innerstädtische Büros zu erkennen und zu antizipieren. Auf Basis dieser grundlegenden Ausgangsfaktoren sind nachfolgende Nutzungskonzepte wahrscheinlich: reiner Einzelhandel, Mixed-Use-Konzept oder die Nutzung durch eine öffentliche Einrichtung.

2.1 Einzelhandel

Eine ehemalige Warenhausimmobilie erneuert nach ihrer Schließung weiterhin als Einzelhandelsimmobilie zu nutzen ist naheliegend, da die gute Lagequalität in der Innenstadt dies anbietet. Ein modernes Handelskonzept und eine funktionale Innenstadtnutzung sehen hier jedoch nur andere Vertriebsarten des großflächigen Einzelhandels als Erfolg versprechend an: eine Nutzung als SB-Warenhaus, ein Lebensmittelmarkt, mehrere Filialbetriebe oder der Neubau eines Shoppingcenters. Eine neue Einzelhandelskonzeptionierung sieht von dem Modell Warenhaus ab. Dadurch wird deutlich, dass diese Form der Handelsimmobilie nicht mehr zeitgemäß ist.³¹

Bei der Herstellung einer solchen Nachnutzung ist zu berücksichtigen, dass neue Mietinteressenten hohe Anforderungen an die Immobilie haben, insbesondere an die Raumhöhe, die Klimatisierung sowie die sonstige technische Ausstattung.³²

„Wenn Licht geschaffen werden kann, dann Kultur und Freizeit in die Obergeschosse, als Frequenzbringer für den Einzelhandel im Erdgeschoß.“
Head of Asset Management eines internationalen Fondhauses

„Durch die Herausforderungen im stationären Einzelhandel erscheint eine Umsetzung von Single-Tenant-Konzepten zunehmend erschwert.“
Head of Asset Management eines internationalen Fondhauses

„Aufgrund der guten Lage wird jedes Nachnutzungskonzept eine Form von Einzelhandel im Erdgeschoß berücksichtigen.“
Head of Asset Management eines internationalen Fondhauses

²⁹ Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) (2016), S. 55.

³⁰ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 41.

³¹ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 41.

³² Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) (2016), S. 56.

2.2 Gemischtgenutzt (Mixed Use)

„Je größer die Immobilie, desto besser sind Mixed-Use-Konzepte umsetzbar.“

Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

Eine weitere Nachnutzungsmöglichkeit für eine alten Warenhausimmobilie ist beispielsweise das multifunktionale Nutzerkonzept. Durch die Größe eines Warenhauses lassen sich verschiedene Nutzungskonzepte auf verschiedenen Geschossebenen realisieren. Ein klassisches Mixed-Use-Konzept sieht im Erdgeschoss oftmals eine Einzelhandelsnutzung vor, da, wie bereits im vorangegangenen Abschnitt beschrieben, die Innenstadtlage hierfür prädestiniert ist. In den Obergeschossen ist eine handelsfremde Nutzung durch publikumsorientierte Dienstleistungen möglich. Beispielfhaft zu nennen sind Büros, Praxen, Fitnessstudios oder Gastronomiebetriebe.³³

„Die Mixed-Use-Nutzung ist ein starkes Konzept, um die bauliche Schwäche der Warenhäuser mit den vielen hoch gelegenen Flächen auszugleichen.“

Head of Asset Management eines internationalen Fondhauses

Eine Mischung verschiedener Nutzungsformen verspricht Kopplungseffekte, das heißt, dass Kunden, die zweckmäßig eine der Räumlichkeiten aufsuchen, bei der Gelegenheit ebenfalls andere in der Immobilie befindlichen Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Ein Umbau einer Warenhausimmobilie in ein Mixed-Use-Gebäude ist technisch anspruchsvoll, aber vielversprechend. Darüber hinaus ist eine wohnwirtschaftliche Nutzung, zumindest in Teilen, ebenfalls ein denkbarer Baustein in einem solchen Konzept.³⁴

2.3 Öffentliche Nutzungskonzepte

Als Alternative zu einer privatwirtschaftlichen Nachnutzung ist ebenfalls ein öffentliches Konzept denkbar, um eine Immobilie vor dem Leerstand zu bewahren. Ein solches Nutzungskonzept kommt insbesondere für am Innenstadtrand gelegene Immobilien infrage und sieht beispielsweise Bibliotheken oder Kulturinstitute als Nutzer vor. Städte und Kommunen können so ungenutzte Flächen einer zeitgemäßen und energetisch optimierten Nutzung zuführen und ihr Angebot an den Innenstadtbereich der Stadt anschließen.

³³ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 42.

³⁴ Vgl. Junker; Pöppelmann; Pump-Uhlmann (2020), S. 42.

3 Prozesse und städtebaulicher Einfluss auf die Umsetzung von Nachnutzungskonzepten

Bei der erfolgreichen Projektentwicklung eines komplexen Bauvorhabens sind verschiedene Akteure und Interessensgruppen miteinzubeziehen. Insbesondere Warenhäuser haben aufgrund ihrer innerstädtischen Lage sowie der oft stadtbildprägenden Architektur eine besondere Bedeutung. Folgende drei wesentliche Interessensgruppen gilt es daher bei der Umsetzung einer Nachnutzung miteinzubeziehen.

„Ein Risiko bei der Nachnutzung von Warenhausimmobilien sind definitiv die hohen Kosten bei der Aufteilung.“
Senior Manager eines europäischen Retail Entwicklers

Eigentümer: Dies können private Personen, institutionelle Anleger oder auch die öffentliche Hand sein. Im Vordergrund dieser Gruppe steht zumeist die Gewinnerzielungsabsicht. Ihr Ziel ist es somit, den Leerstand möglichst schnell zu beenden und ein nachhaltiges und rentierliches Nachnutzungskonzept umzusetzen.

Kommune: Politik und Verwaltung haben ein großes Interesse, den Leerstand solcher zumeist prominenter Immobilien zu vermeiden, da sich dies negativ auf die Innenstadt auswirkt und zu Unmut in der Bevölkerung führen kann.

Öffentlichkeit: Bürger, Medien- und Interessensvertreter nehmen die Schließung von Warenhäusern und den damit verbundenen Leerstand oft negativ auf. Insbesondere die Medien haben eine zentrale Rolle in der lokalen Informationssteuerung der Nachnutzung und der damit einhergehenden Akzeptanz.

Um eine Warenhausnachnutzung erfolgreich, schnell und nachhaltig gestalten zu können, ist es besonders wichtig, die Ziele der drei Interessensgruppen abzuwägen. In Kombination muss die Nachnutzung eine sinnvolle Investition für den Eigentümer darstellen, die das Stadtbild und die Innenstadt aufwertet und von der Verwaltung baurechtlich unterstützt wird. Zudem sollte das zukünftige Angebot die Nachfrage der Bürger treffen und auf Akzeptanz in der Bevölkerung stoßen.

Um dies gewährleisten zu können, sind vor dem Beginn der Umsetzung eines Nachnutzungskonzepts wesentliche Punkte in einem definierten Prozess zu klären. Erst dann kann eine allseitig akzeptierte Lösung umgesetzt werden.

E Analyse von Warenhausnachnutzungskonzepten der Jahre 2010 bis 2020

In diesem Kapitel geht es nun primär um den Aufbau der zugrundeliegenden Datenbank, die Analyse der Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien sowie die Synthese der wesentlichen Erkenntnisse aus der Analyse der Ergebnisse. Dieser Abschnitt bildet unter anderem den Kern dieser wissenschaftlichen Arbeit.

Zu berücksichtigen ist, dass es bisher keine zentrale Datensammlung über die Anzahl von geschlossenen Warenhäusern sowie deren Nachnutzungen gibt. Das Ziel dieser Arbeit ist es daher auch, erstmals eine solche Datenbank aufzubauen, um als Grundlage für zukünftige Nachnutzungsentscheidungen von Warenhausimmobilien behilflich sein kann.

1 Empirie

Grundlage der Analyse von Nachnutzungskonzepten der Warenhausimmobilien zwischen den Jahren 2010 und 2020 ist zunächst die Identifikation geschlossener Warenhäuser sowie eine qualitative Erhebung von deren Nachnutzungskonzepten. Auf Basis einer Auflistung aller Warenhausstandorte aus dem Jahr 2010 sowie aus dem Jahr 2019 konnten zahlreiche nicht mehr existente Standorte identifiziert werden. Zusätzlich wurden weitere geschlossene Warenhäuser durch Informationen über die Homepage der genannten Unternehmen oder örtlicher Medien gefunden.

In Summe sind 52 zwischen den Jahren 2009 und 2020 geschlossene Warenhausstandorte identifiziert worden, die im Nachgang auf ihre Nachnutzung untersucht wurden. Zentrale Informationen zu den jeweiligen Nachnutzungen sind nicht frei zugänglich verfügbar. Daher bilden in erster Linie lokale Medien die Informationsquelle für Bürger und die Öffentlichkeit über die Nachnutzung dieser innenstadtprägenden Immobilien. Durch eine umfangreiche und ausgedehnte Quellenrecherche konnte so die Nachnutzung fast aller identifizierten Immobilien ermittelt werden.

Primäre Merkmale wie Schließung des Warenhauses, Wiedereröffnung der Nachnutzung, Umbau oder Abriss der Immobilie, Nachnutzungsart sowie Namen der Mieter konnten so evaluiert werden und bilden die Grundlage der nachfolgenden Analysen.

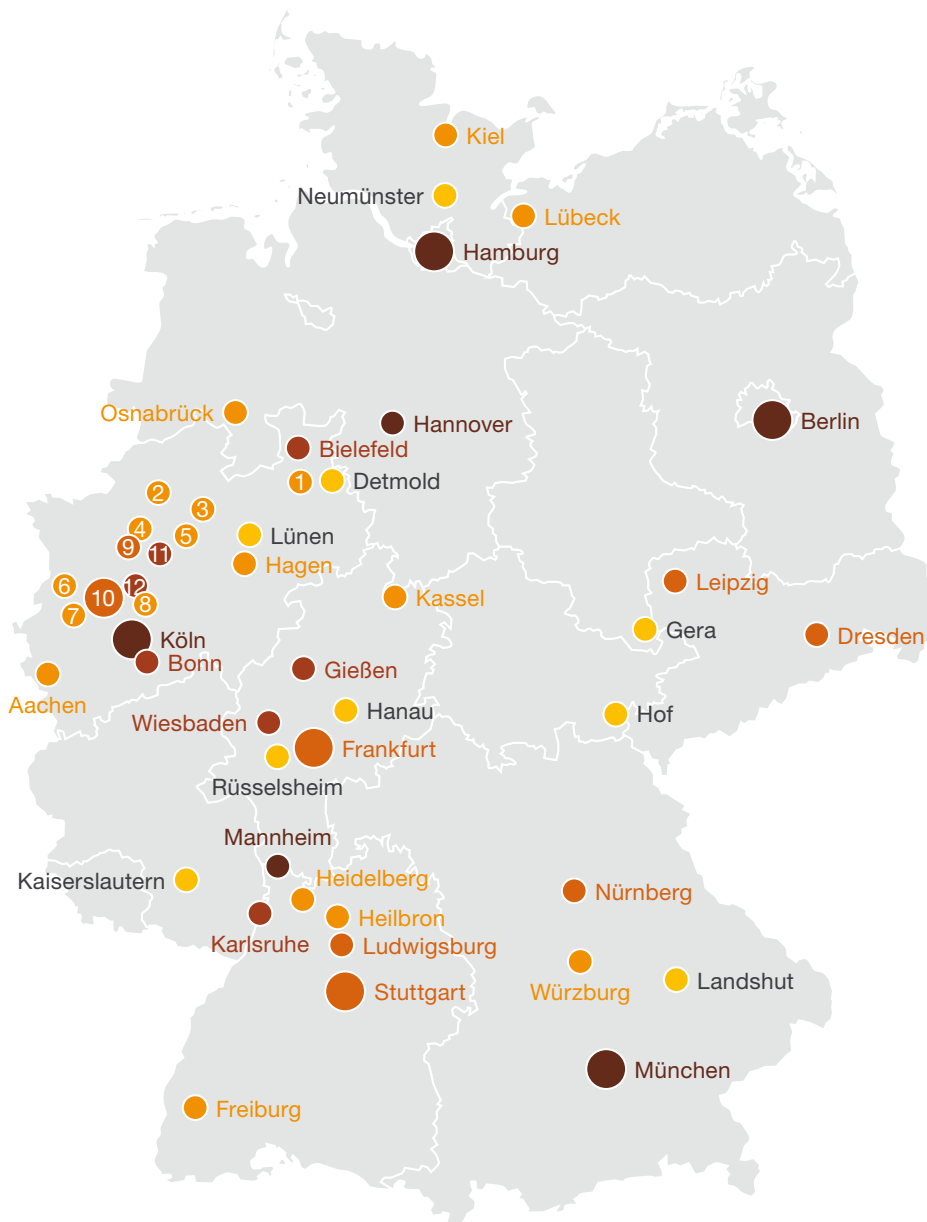
2 Standortanalyse der geschlossenen Warenhäuser

Um zunächst die Gründe für die Schließungen von Warenhäusern sowie die spätere Nachnutzung besser in einen übergreifenden Kontext einordnen zu können, werden nun im ersten Schritt die geschlossenen Warenhausstandorte hinsichtlich ihrer Städtegröße, der Kaufkraft sowie der Entwicklung der Bodenwerte geclustert. Insbesondere die Gliederung der Warenhausimmobilien nach Städtegröße wird in der nachfolgenden Analyse wieder aufgegriffen.

2.1 Geografische Clustering nach Städtegröße und Entwicklung

Um eine Übersicht über die geografische Verteilung der geschlossenen und nachgenutzten Warenhausimmobilien zu erhalten, sind alle analysierten Standorte und Immobilien nachfolgend grafisch auf einer Deutschlandkarte kenntlich gemacht worden.

Abb. 9 Geografische Verteilung der geschlossenen Warenhäuser



- | | | | |
|-------------|--------------|------------------|------------------|
| 1 Paderborn | 4 Oberhausen | 7 Neuss | 10 Düsseldorf |
| 2 Bottrop | 5 Mühlheim | 8 Solingen | 11 Gelsenkirchen |
| 3 Herne | 6 Krefeld | 9 Recklinghausen | 12 Wuppertal |

- | | | |
|-------------------|---------------------|--------------|
| ● <100.000 | ● 250.000–500.000 | ● >1.000.000 |
| ● 100.000–250.000 | ● 500.000–1.000.000 | |

Quelle: eigene Darstellung.

Dabei wurden die gesetzten Städtemarkierungen auf der Karte entsprechend der Städtegröße farblich gekennzeichnet. Auf den ersten Blick wird hier bereits ersichtlich, dass insbesondere im Westen Deutschlands, Nordrhein-Westfalen und das Ruhrgebiet im Besonderen von Standortschließungen betroffen gewesen sind.

Ebenfalls rund um Frankfurt am Main sowie nördlich Stuttgarts wurden vermehrt Warenhäuser geschlossen. Dies liegt unter anderem daran, dass historisch bedingt besonders viele Warenhäuser in diesen dicht besiedelten Regionen erbaut und betrieben wurden. Zudem handelt es sich dabei oft um Städte- regionen, in denen ein weiteres Warenhaus in der Nähe zu finden gewesen ist oder sogar doppelt in einem Stadtgebiet vorkam.

Im Weiteren wurde die Verteilung der Standortschließungen nach der Städte- gröÙe analysiert. Dabei wurden fünf Cluster zur Einordnung der Städtegröße festgelegt, um zu prüfen, welche Städtegrößen besonders durch Warenhaus- schließungen in den letzten Jahren betroffen gewesen sind. Als Größenspannen wurden festgesetzt:

< 100.000 Einwohner, 100.000–250.000 Einwohner, 250.000–500.000 Einwohner, 500.000–1.000.000 Einwohner und > 1.000.000 Einwohner. Die Zuordnung erfolgt durch die aktuelle Bevölkerungszahl der jeweiligen Stadt. Zusätzlich wurde diese für das Jahr 2010/2011 erhoben, um das Bevölkerungswachstum im genannten Betrachtungszeitraum zu analysieren.

Tab. 1 Verteilung der Städtecluster nach Bevölkerungsgröße

Kategorie	Städtegröße	Klassen- mittelwert	Anzahl der geschlossenen Warenhäuser	in %	Mittelwert Bevölkerungs- wachstum	Median Bevölkerungs- wachstum
●	< 100.000	79.729	9	17 %	3,04 %	2,00 %
●	100.000–250.000	182.716	18	35 %	0,65 %	0,52 %
●	250.000–500.000	285.565	7	13 %	2,79 %	2,29 %
●	500.000–1.000.000	618.826	11	21 %	5,83 %	5,19 %
●	> 1.000.000	2.453.500	7	13 %	5,79 %	5,32 %
			52	100 %		

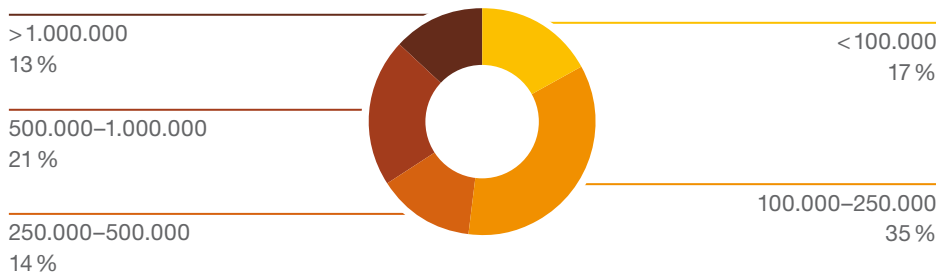
Quelle: eigene Darstellung.

„In guten Lagen und guten Städten wird die Nachfrage nach den Warenhausimmobilien hoch sein.“
Head of Development eines pan-europäischen Investors

Die zusammengefassten Informationen zu den einzelnen Städteclustern sind Grundlage der grafischen Darstellung der Ergebnisse in Abbildung 10, auf die in der daraus resultierenden Interpretation referiert werden kann.

Zunächst wird die Verteilung nach Städtegröße analysiert, dazu nachfolgend wie bereits geschildert auf Grundlage der oben genannten Daten wie folgt zusammengefasst.

Abb. 10 Verteilung der Warenhausschließungen nach Städtegröße



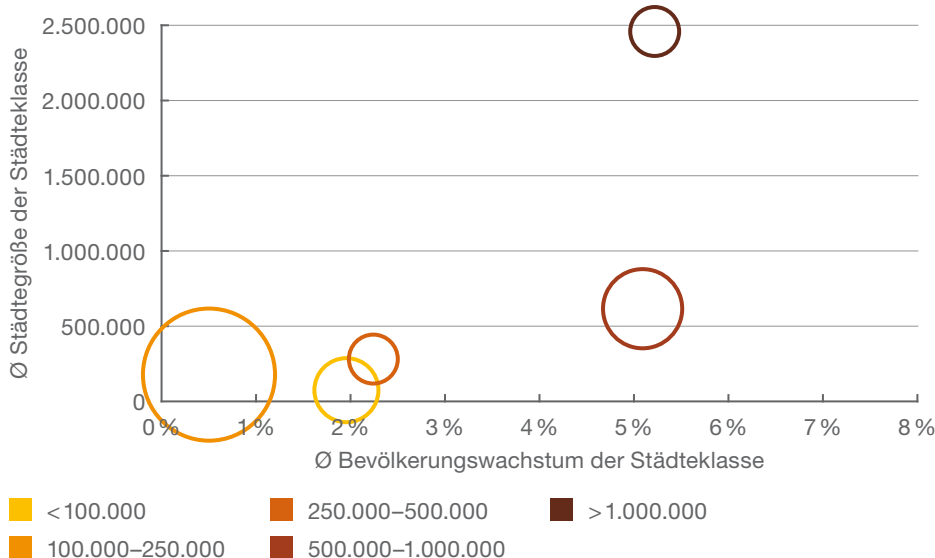
Quelle: eigene Darstellung.

Deutlich erkennbar wird, dass insbesondere kleine und mittlere Städte von Warenhausschließungen betroffen waren. Mehr als 50 % aller untersuchten Warenhäuser befanden sich in Städten, die weniger als 250.000 Einwohner besitzen. 14 % der Warenhäuser wurden in Städten mit zwischen 250.000 und 500.000 Einwohnern geschlossen. Zu berücksichtigen ist hier, dass der Klassenmittelwert am unteren Ende der Skala bei 285.000 Einwohnern liegt. Daher sind viele der Städte in dieser Kategorie ebenfalls eher als Klein- bis Mittelstädte anzusehen. Unter statistischen Gesichtspunkten muss berücksichtigt werden, dass diese Städtegrößen die am häufigsten vorkommenden in Deutschland sind.

Jedes fünfte der geschlossenen Warenhäuser befand sich in einer Stadt, die zwischen 500.000 und 1.000.000 Einwohner groß ist. Die wenigsten Warenhäuser schlossen in Großstädten mit mehr als 1.000.000 Einwohnern, hier zu nennen sind insbesondere Berlin, Hamburg, München und Köln. Doch weil nicht nur die Städtegröße eine wichtige Kenngröße zur Einordnung und Clusterung der Datengrundlage darstellt, soll nachfolgend diese auch anhand des Bevölkerungswachstums umgesetzt werden. Dazu wurde das Bevölkerungswachstum zwischen 2010 und 2020 berechnet und der Median der jeweiligen Städteklasse daraus ermittelt.

Nachfolgend wurde nun der Klassenmittelwert der Einwohneranzahl der entsprechenden Kategorie in das Verhältnis zum Median des Bevölkerungswachstums gesetzt.

Abb. 11 Verteilung der geschlossenen Warenhäuser nach Städtegröße und Wachstum



Quelle: eigene Darstellung.

„Ich sehe ein großes Potenzial für die Quartiersentwicklung bei der Nachnutzung der Warenhausimmobilien.“
Head of Development eines pan-europäischen Investors

Erkennbar ist, dass insbesondere die größeren Städtegruppen, hier größer 500.000 Einwohner, ein deutlich höheres Bevölkerungswachstum verzeichnen als die kleineren Städtegruppen. Zwei Drittel aller geschlossenen Warenhäuser befanden sich demnach in einer Stadt mit einem verhältnismäßig geringen Bevölkerungswachstum in kleinen bis mittleren Städten.

Resultierend aus den Ergebnissen dieser Betrachtung ist festzuhalten, dass Warenhäuser überproportional häufig in Städten, die kleiner als 250.000 Einwohner sind und zudem ein geringeres Bevölkerungswachstum verzeichneten als die weiteren analysierten Standorte, geschlossen wurden. Die Größe einer Stadt und damit auch die potenziell verfügbaren Kundenkreise im Gebiet scheinen daher ein wichtiges Kriterium für die eines Warenhausstandorts zu sein.

2.2 Analyse der Kaufkraft und einzelhandelsspezifischer Kennzahl

Nachdem eine Einordnung der Standorte nach Größe und Wachstum der Bevölkerung vorgenommen wurde, soll nun eine Analyse der Kaufkraft und der Einzelhandelszentralität erfolgen. Dabei werden die gebildeten Städtecluster beibehalten und die genannten Kennzahlen für die jeweilige Städteklasse gebildet.

Die Kaufkraft wird hier als die Gesamtkaufkraft der Stadt in Millionen Euro angegeben, sowie die Zentralitätskennziffer als absoluter Wert. 100 bedeutet, dass alle Einwohner ihre Umsätze in der Stadt selbst tätigen, liegt dieser Wert unter 100, fließen Umsätze in andere Städten ab; liegt dieser Wert über 100, gewinnt die Stadt Umsätze hinzu. Umsatzzuflüsse und -abflüsse werden so saldiert.

Tab. 2 Verteilung der Städtecluster nach Kaufkraft und Einzelhandelszentralität

Kategorie	Städtegröße	Anzahl der geschlossenen Warenhäuser	in %	Mittelwert Kaufkraft	Mittelwert Einzelhandelszentralität
●	< 100.000	9	17 %	2.549 €	136,26
●	100.000–250.000	18	35 %	4.139 €	127,76
●	250.000–500.000	7	13 %	6.755 €	124,33
●	500.000–1.000.000	11	21 %	15.157 €	120,42
●	> 1.000.000	7	13 %	59.675 €	110,91
		52	100 %		

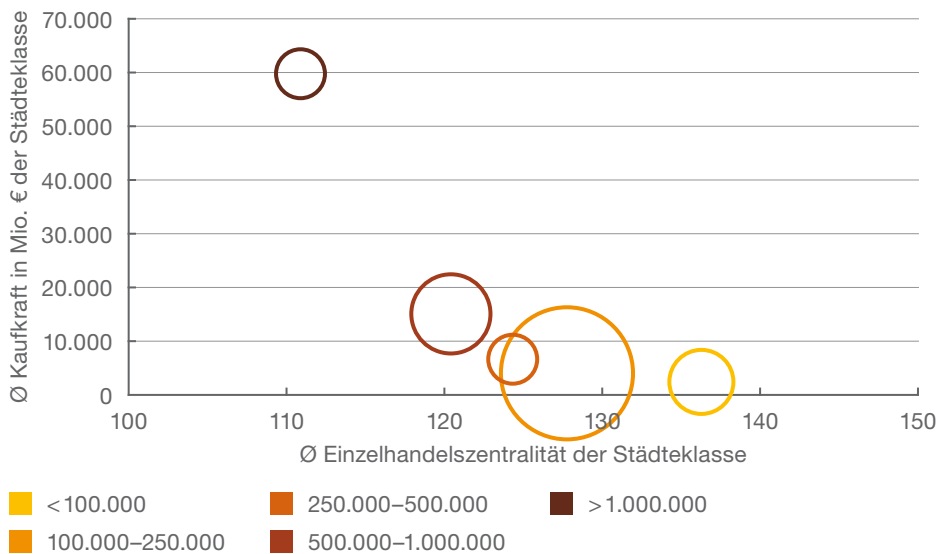
Quelle: eigene Darstellung.

Die zusammengefassten Informationen zu den einzelnen Städteclustern sind Grundlage der grafischen Darstellung der Ergebnisse in Abbildung 12, auf die in der daraus resultierenden Interpretation referiert werden kann.

Insbesondere das Ins-Verhältnis-Setzen der Kaufkraft zur Einzelhandelszentralität soll Aufschluss darüber geben, ob es einen erkennbaren Zusammenhang zwischen den einzelhandelsspezifischen Kennzahlen und der Verteilung der Warenhausschließungen gibt.

Nachfolgend wurde nun ein Klassenmittelwert der Kaufkraft in den entsprechenden Kategorien gebildet und in das Verhältnis zum Mittelwert der Einzelhandelszentralität gesetzt.

Abb. 12 Verteilung der geschlossenen Warenhäuser nach Kaufkraft und Einzelhandelszentralität



Quelle: eigene Darstellung.

Erkennbar ist, dass logischerweise Großstädte die absolut höchste Kaufkraft aufweisen. Jedoch verfügen diese Standorte ebenfalls über eine niedrige Einzelhandelszentralitätskennziffer, die immer noch über 100 liegt und damit als positives Umsatzsaldo gekennzeichnet ist, aber ein deutlich niedrigeres Niveau als in kleineren Städte kategorien verzeichnet.

Insgesamt ergibt sich ein gegenläufiges Bild: Die kleinsten Städtecluster mit der geringsten absoluten Kaufkraft verzeichnen die höchste Einzelhandelszentralität und die häufigsten Warenhausschließungen. Dies zeigt erstens, dass trotz des anscheinend extrem positiven Umsatzsaldo und des weiten Einzugsgebiets dieser Klein- und Mittelstädte die absolute Kaufkraft nicht ausreicht, um oftmals mehr als ein Warenhaus betreiben zu können.

Zweitens wird deutlich, dass Klein- und Mittelstädte aufgrund ihrer hohen Einzelhandelszentralität wichtige Knotenpunkte für die umliegenden Städte und Gemeinden darstellen und damit auch ihre in der Innenstadt gelegenen Immobilien eine hohe Bedeutung für die Städte und Regionen besitzen.

2.3 Analyse der Bodenwertentwicklung der Standorte

Bezugnehmend auf die bisherigen standortbezogenen Analysen wurden im Nachfolgenden die Bodenrichtwerte der entsprechenden Grundstücke und deren Entwicklung untersucht. Da die genauen Adressen der einzelnen Immobilien bekannt sind, konnte durch Einsicht in die öffentlichen Bodenwertkarten der aktuelle Bodenrichtwert sowie der Bodenrichtwert des Jahres 2010/2011 ermittelt und bezogen auf die Städtecluster analysiert werden.

Tab. 3 Bodenrichtwerte nach Städtegröße

Kategorie	Städtegröße	Anzahl der geschlossenen Warenhäuser	in %	Bodenwert 2019/2020	Bodenwertwachstum
●	< 100.000	9	17 %	554 €	7 %
●	100.000–250.000	18	35 %	1.693 €	1 %
●	250.000–500.000	7	13 %	3.121 €	24 %
●	500.000–1.000.000	11	21 %	10.376 €	80 %
●	> 1.000.000	7	13 %	11.836 €	475 %
		52	100 %	5.516 €	117 %

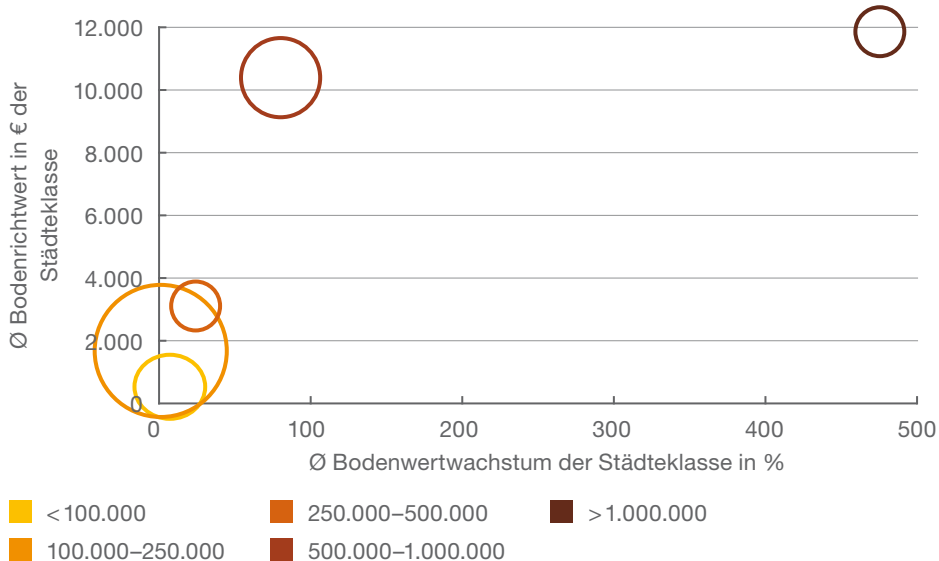
Quelle: eigene Darstellung.

Die zusammengefassten Informationen zu den einzelnen Städteclustern sind Grundlage der grafischen Darstellung der Ergebnisse in Abbildung 13, auf die in der daraus resultierenden Interpretation referiert werden kann.

Es ist nicht verwunderlich, dass insbesondere die Großstädte und Metropolen hohe durchschnittliche Bodenrichtwerte sowie eine starke Steigerung zwischen den Jahren 2010/2011 und 2019/2020 verzeichnen konnten. Deutlich sichtbar wird jedoch auch, dass insbesondere die Bodenwerte der Klein- und Mittelstädte wesentlich geringer sind und in den letzten zehn Jahren kaum an Wert gewonnen haben. Die reine immobilienwirtschaftliche Entwicklung dieser Städtegrößenkategorien indiziert daher einen deutlich schlechteren Verlauf.

Nachfolgend wurde nun der Klassenmittelwert der Bodenrichtwerte der entsprechenden Kategorie in das Verhältnis zum Mittelwert des Bodenwertwachstums gesetzt.

Abb. 13 Verteilung der geschlossenen Warenhäuser nach Bodenrichtwert und Wachstum



Quelle: eigene Darstellung.

Grafisch veranschaulicht ist ein sehr ähnliches Bild wie die Verteilung der Warenhausschließungen nach Städtegröße und Bevölkerungswachstum zu erkennen. Der Großteil der Warenhäuser schloss in Regionen mit verhältnismäßig geringen Bodenwerten und schwachen Wertwachstum.

Abgeleitet auf eine potenzielle Immobilienstrategie ist diesbezüglich zur Kenntnis zu nehmen, dass die Immobilie selbst in den Städteclustern bis 500.000 Einwohner nur bedingt von einem Wertwachstum profitieren kann. Vermutlich kann nur eine aktive Umnutzung und Verbesserung der Immobilie selbst zu einer Wertsteigerung beitragen.

Immobilieninvestoren und Bestandshalter brauchen daher eine objektbezogene Strategie, um Wertsteigerungen in einem schwierigen immobilienwirtschaftlichen Umfeld erzielen zu können. Eine entsprechende Umnutzungs- oder Nachnutzungsanalyse kann hier dazu beitragen, einen stagnierenden Bodenwert auszugleichen.

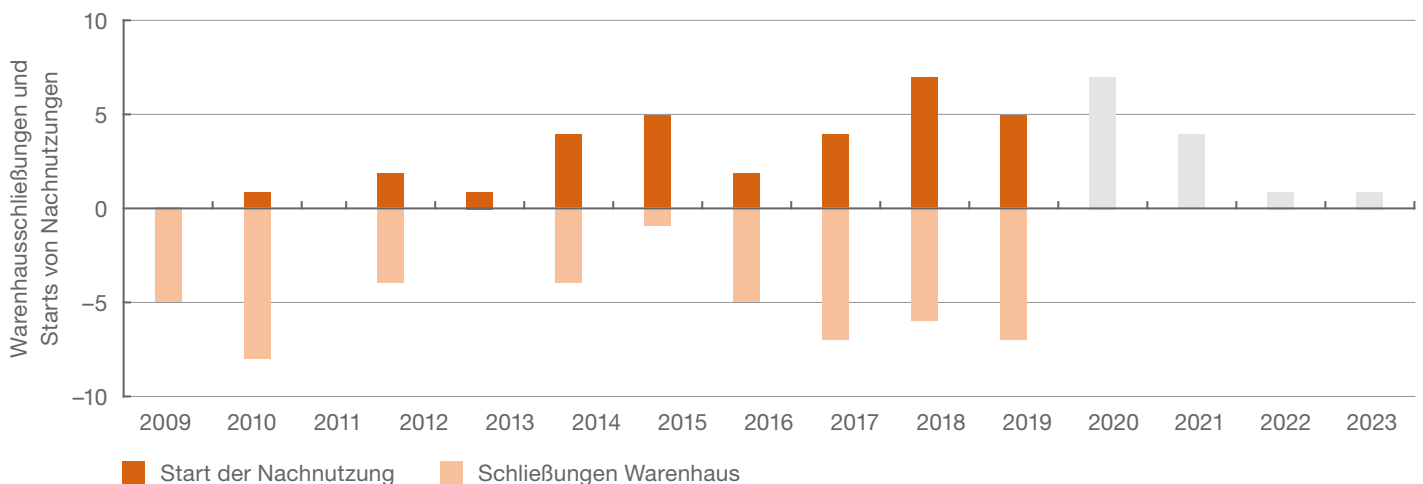
3 Analyse der Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien

Im Folgenden werden die Nachnutzungskonzepte und Repositionierungen der geschlossenen Warenhausimmobilien analysiert. Dazu wurde recherchiert, wann die Standortschließungen vorgenommen wurden, welche Umbauten oder sonstigen baulichen Veränderungen stattfanden und welche Nutzungsarten und Mieter im Anschluss die alten Kaufhäuser bezogen.

3.1 Zeitliche Betrachtung von Schließungen und Wiedereröffnungen

Zuerst wird eine kurze zeitliche Betrachtung der Schließungszeitpunkte sowie des Starts der Nachnutzungen vorgenommen. Dabei ist das Datum der Schließung das Jahr, in dem das Warenhaus den Betrieb einstellte, und das Datum des Starts der Nachnutzung das Jahr, in dem die nachgefolgten Mieter den Betrieb aufnahmen.

Abb. 14 Zeitliche Verteilung von Warenhausschließungen und Starts von Nachnutzungen



Quelle: eigene Darstellung.

Es wird ersichtlich, dass zahlreiche Standortschließungen zu Beginn des Betrachtungszeitraums durchgeführt wurden, unter anderem begründet durch die vorangegangene Finanz- und Wirtschaftskrise in den Jahren 2008 und 2009. Darüber hinaus ist ersichtlich, dass die ersten wenigen Nachnutzungen in den Jahren 2012 und 2013 am Markt platziert wurden. Weitere Standortschließungen folgten, die Zahl der Neueröffnungen von Nachnutzungen stieg in den Jahren 2014 und 2015 stärker an. Hier ist eine zeitliche Verzögerung zwischen den zahlreichen Schließungen und den Starts der Neueröffnungen zu erkennen.

In den vergangenen Jahren schlossen immer mehr Warenhäuser. Ab dem Jahr 2016 ist jedoch zu erkennen, dass viele Nachnutzungen wieder öffneten. Zu vermuten ist, dass Projektentwickler und Investoren das Potenzial der oftmals attraktiven Innenstadtimmobilien erkannten und sich möglicherweise auch getrieben durch Alternativlosigkeit an solche Projekte heranwagten.

Viele der alten Waren- und Kaufhäuser, die in den letzten drei Jahren geschlossen wurden, befinden sich derzeit im Umbau oder Neubau und werden in den kommenden Jahren als repositionierte Objekte auf den Markt gelangen. Dies zeigt auch, dass die Nachfrage nach solchen Immobilienprojekten vorhanden und gestiegen ist, Entwickler und Investoren ebenfalls Potenziale hier erkannt haben und bereit sind, diese zu nutzen.

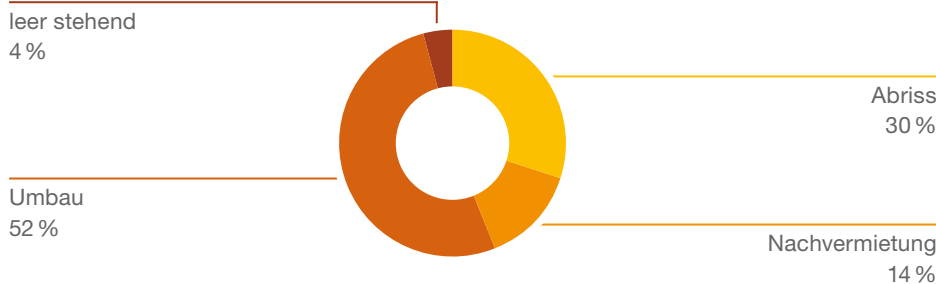
Ebenfalls deutlich wird der „Entwicklungslag“, also die Zeit zwischen Schließung und Neustart. Aufgrund der oft umfangreichen baulichen Sanierungen oder Neubauvorhaben dauert es im Durchschnitt fast vier Jahre, bis eine Immobilie dieser Güteklasse wieder genutzt wird. Diese lange Entwicklungszeit ist für die Innenstädte, insbesondere in Klein- und Mittelstädten, eine schwer zu überbrückende Zeit.

3.2 Analyse der Immobilienverwertung – Abriss oder Umbau

Zur weiteren Auswertung der Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien wird nun zunächst festgestellt, wie sich die grundlegenden Maßnahmen zur Nachnutzung verteilen. Dazu wurden die vier möglichen Ausprägungen Abriss, Nachvermietung, Umbau oder Leerstand definiert.

Festgestellt wurde diese Ausprägung zum Zeitpunkt der Erhebung auf Grundlage der öffentlich zugänglichen Informationen über die Vorhaben der geschlossenen Warenhausimmobilien. Unter dem Punkt „Nachvermietung“ ist zu verstehen, dass die Immobilien ohne große bauliche Veränderungen oder sonstige Umbauten an einen Einzelhandelsmieter weitervermietet wurden. Unter „Umbau“ werden die Immobilien geführt, bei denen umfangreiche Investitionen getätigt wurden, denen oftmals eine Nutzungsänderung zugrunde lag.

Unter „Leerstand“ sind die Immobilien zusammengefasst, die zum Erhebungszeitpunkt noch leer stehend waren und zu denen keine zukünftige Projektierung ermittelt werden konnte.

Abb. 15 Verteilung der Revitalisierungsmaßnahmen

Quelle: eigene Darstellung.

Erkennbar ist, dass über 80 % der untersuchten Immobilien abgerissen oder umgebaut wurden. Dies ist ein Indikator dafür, dass die meisten Warenhausimmobilien kein zeitgemäßes Konzept und keine Grundlage für die Nutzung moderner und flexibler Flächenlösungen bieten. Eine bauliche Veränderung zur weiteren Nutzung einer solchen Immobilie scheint daher zumeist unumgänglich.

Ebenfalls interessant ist, dass derzeit nur ein geringer Teil aller untersuchten Immobilien leer steht. Wie aus der zeitlichen Analyse von Schließung und Neustarts bereits ersichtlich, ist hier auch eine zeitliche Verzögerung zwischen Schließung und Neustart als Leerstandsgrund in Betracht zu ziehen.

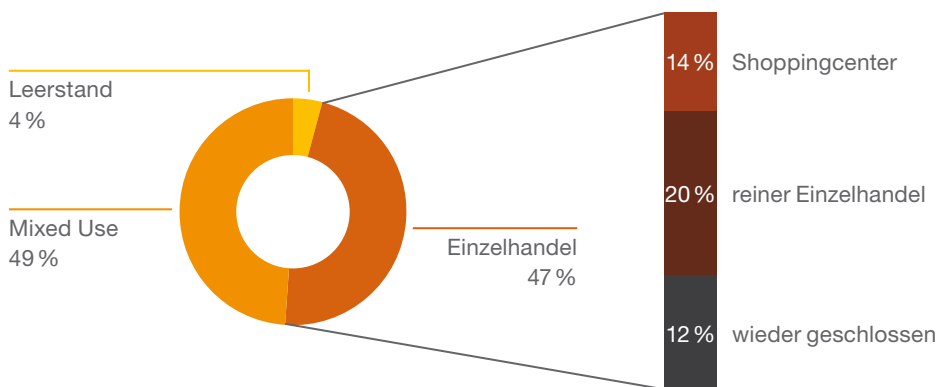
3.3 Analyse der Nachnutzungskonzepte von Warenhausimmobilien

Nachdem nun ermittelt wurde, wie sich die verschiedenen baulichen Maßnahmen hinsichtlich der Nachnutzung verteilen, ist nachfolgend genauer zu analysieren, welche Nachnutzungsarten in den alten Warenhausimmobilien etabliert wurden. Dabei wurde zunächst in die Kategorien Einzelhandelsnachnutzung, Leerstand oder Mixed Use untergliedert.

In der Kategorie „Einzelhandel“ sind alle reinen Einzelhandelsnachnutzungen zusammengefasst, die unter anderem auch Shoppingcenter beinhalten können. In der Kategorie „Mixed Use“ sind alle Konzepte mit mindestens zwei verschiedenen Nutzungsarten zusammengefasst, in der Kategorie „Leerstand“ sind alle noch leer stehenden Immobilien erfasst worden.

„Der Vorteil von Mixed-Use-Quartieren gegenüber anderen Assetklassen ist die diversifizierte Einnahmenstruktur, besonders in Krisenzeiten.“
Head of Development eines pan-europäischen Investors

Abb. 16 Verteilung der Nachnutzungenarten, insbesondere Einzelhandel



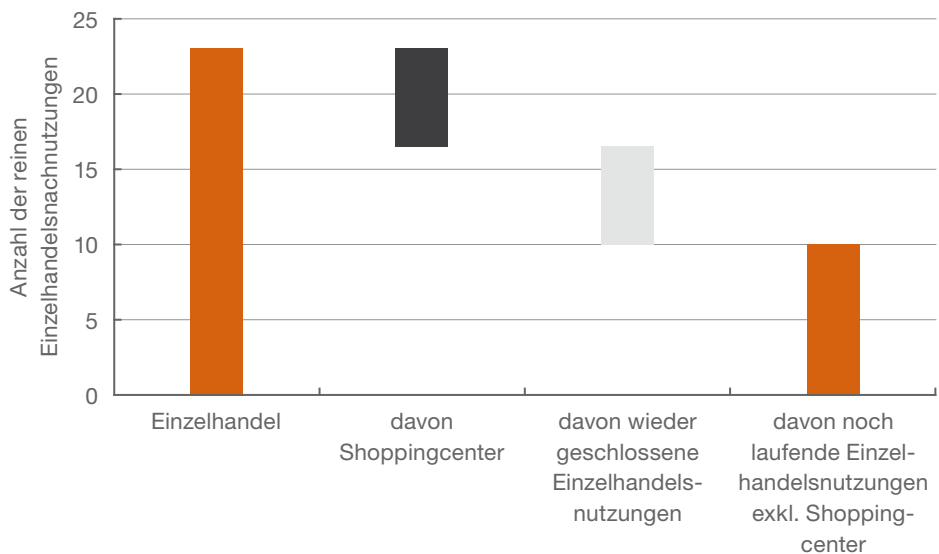
Quelle: eigene Darstellung.

Deutlich wird, dass es absolut betrachtet mehr Mixed-Use-Nachnutzungen als reine Einzelhandelsnachnutzungen gibt, auch wenn beide Nachnutzungsvarianten fast gleich häufig vorkommen.

Betrachtet man nun die Einzelhandelsnachnutzungen genauer, wird deutlich, dass circa ein Drittel dieser in Form einer anderen Immobilienklasse, hier Shoppingcenter, wiedereröffnet wurden. Von den weiteren 16 Immobilien, die als reiner Einzelhandel weitergeführt wurden, sind sechs wieder geschlossen worden.

Daraus wird deutlich, dass ein reines Einzelhandelskonzept nur unter bestimmten Bedingungen nachhaltig funktioniert oder indem die Vertriebsart hin zu einem Shoppingcenter gewechselt wird.

Abb. 17 Analyse der reinen Einzelhandelsnachnutzungen



Quelle: eigene Darstellung.

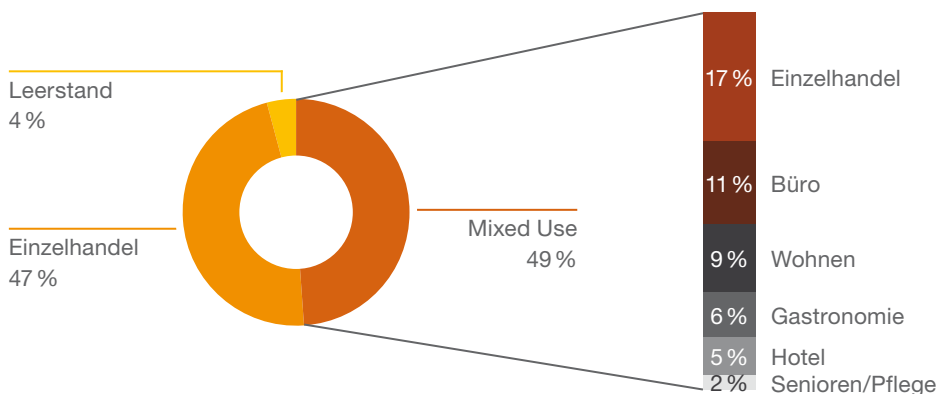
Von 16 reinen Einzelhandelsnachnutzungen, die kein Shoppingcenter oder Supermarkt sind, wurden sechs wieder geschlossen. Vier von sechs dieser wieder geschlossenen Standorte liegen in Städten mit weniger als 500.000 Einwohnern und damit an Standorten, die insgesamt auch überproportional von Standortschließungen der Warenhäuser betroffen waren.

Indikativ wird sichtbar, dass die klassischen Einzelhandelskonzepte eines einzelnen Anbieters hier nicht nachhaltig wieder etabliert werden konnten. Zu berücksichtigen ist hier auch, dass es sich bei den Nachnutzungen oftmals um Tochterunternehmen der ehemaligen Betreiber gehandelt hat, die vergebens versuchten, mit einem anderen Warenangebot und -sortiment den Standort weiter zu betreiben.

Nachdem nun die Nachnutzungen des Einzelhandels genauer analysiert worden sind, soll im Nachfolgenden auf die Mixed-Use-Konzepte eingegangen werden. Da mehr Immobilien in ein solches Konzept umgewandelt wurden, ist hier zu analysieren, welche Nutzungsarten in ein solches Konzept eingeflossen sind.

Festgestellt wurde, dass insbesondere die Nutzungsarten Einzelhandel, Büro, Wohnen, Gastronomie sowie Hotel und Pflege in solchen Konzepten etabliert worden sind.

Abb. 18 Verteilung der Nachnutzungenarten, insbesondere Mixed Use



Quelle: eigene Darstellung.

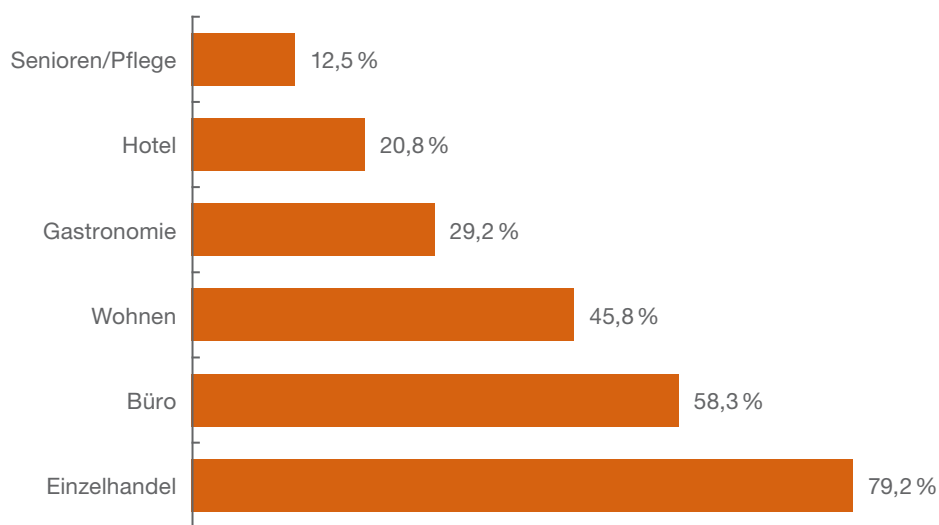
Abbildung 18 zeigt neben der Verteilung von Einzelhandel, Leerstand und Mixed-Use-Nachnutzungen ebenfalls auf der rechten Bildseite den durchschnittlichen Anteil der genannten Nutzungsarten innerhalb eines Mixed-Use-Konzepts.

Bei der Analyse der Nutzungsarten in Mixed-Use-Konzepten wird ein breit gestreutes Bild ersichtlich. Insbesondere die Nutzungsarten Einzelhandel, Büro und Wohnen scheinen wichtige Elemente eines Mixed-Use-Gebäudes zu sein. Darüber hinaus finden sich gastronomische Betriebe, Hotels und auch ein geringer Anteil an Pflegeplätzen in diesen Konzepten wieder; eine Beimischung dieser Nutzungsarten scheint in manchen Regionen eine sinnvolle Ergänzung zu den klassischen Nutzungsarten zu sein.

Um nun noch genauer zu analysieren, welche der oben genannten Nutzungsarten innerhalb eines Mixed-Use-Konzepts favorisiert werden, soll nachfolgend die relative Häufigkeit der Nutzungsklassen bezogen auf alle Mixed-Use-Konzepte ermittelt und dargestellt werden.

Erkennbar wird, dass mit fast 90-prozentiger Wahrscheinlichkeit eine Einzelhandelsnutzung Bestandteil eines Mixed-Use-Gebäudes ist. Dies liegt daran, dass sich die Erdgeschossfläche aufgrund der oftmals direkten Innenstadtlage der Kaufhäuser für keine andere Nutzungsart besser eignet. Mieter sind hier häufig Drogeriemärkte oder andere kleine Filialbetriebe.

Abb. 19 Absolute relative Häufigkeit der Nutzungsarten in einem Mixed-Use-Konzept



Quelle: eigene Darstellung.

In den darüberliegenden Geschossen befindet sich meist ein Mix aus Büro und Wohnen, unter anderem ergänzt durch Hotel oder Pflegeplätze. Da insbesondere innerstädtische Arbeitsplätze und Wohnungen gefragt sind, sind diese Nutzungen verhältnismäßig häufig Bestandteil eines Mixed-Use-Gebäudes.

Zu berücksichtigen ist auch, dass nur ein einziges Mixed-Use-Konzept bisher in Teilen wieder schließen musste. Dies lag daran, dass der Einzelhandelsmieter vorzeitig Insolvenz anmelden musste. Zu allen anderen Projekten konnten seit Start keine gegenteiligen Informationen ermittelt werden. Dies unterstreicht die Nachhaltigkeit eines ausgewogenen Objektkonzepts, das nicht allein auf Einzelhandel setzt.

3.4 Analyse der Nachnutzungskonzepte nach Städtegröße

Nachfolgend wird analysiert, welche Nachnutzungen je Städtegröße umgesetzt wurden. Dazu wurde zunächst analysiert, in welchen Städten Einzelhandelsnachnutzungen, Mixed-Use-Konzepte und Shoppingcenter etabliert wurden.

Tab. 4 Übersicht der Verteilung von Nachnutzungen in Städteclustern

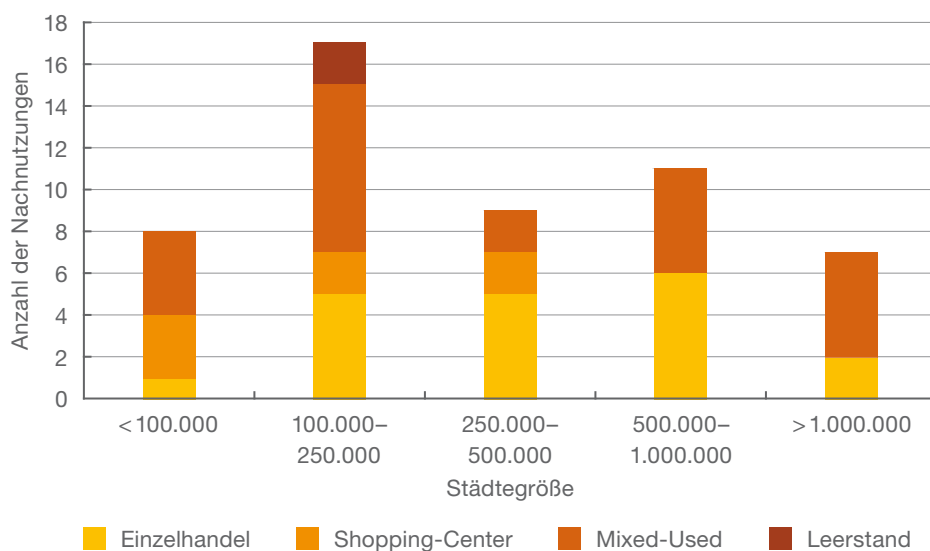
Kategorie	Städtegröße	Einzelhandel ¹	Anteil in %	Shoppingcenter	Anteil in %	Mixed Use	Anteil in %
●	< 100.000	1	5 %	3	43 %	4	17 %
●	100.000–250.000	5	26 %	2	29 %	8	33 %
●	250.000–500.000	5	26 %	2	29 %	2	8 %
●	500.000–1.000.000	6	32 %	0	0 %	5	21 %
●	> 1.000.000	2	11 %	0	0 %	5	21 %
		19	100 %	7	100 %	24	100 %

¹ reine Einzelhandelsnachnutzung

Quelle: eigene Darstellung.

Unter Einzelhandel wurden hier nur die reinen Einzelhandelsnutzungen verstanden, ausgenommen hiervon sind Shoppingcenter. Analysiert wurde, ob es einen Hinweis auf den Zusammenhang der Städtegröße und dieser Nachnutzungsvariante gibt.

Abb. 20 Verteilung von Nachnutzungen in Städteclustern



Quelle: eigene Darstellung.

Folgende Erkenntnisse sind hieraus zu schließen: Reine Einzelhandelsnachnutzungen wurden überwiegend in den Städtekategorien 2 bis 3 (siehe Tabelle 5) umgesetzt. In den Kleinstädten sowie Großstädten kam diese Nachnutzungsform nur selten zum Tragen.

Shoppingcenternachnutzungen wurden jedoch ausschließlich in Städten kleiner 500.000 Einwohner umgesetzt. Dies lässt darauf hindeuten, dass insbesondere in den Städteclustern, in denen auch eine höhere durchschnittliche Einzelhandelszentralität gemessen wurde, ein Shoppingcenter eine attraktive Nachnutzung darstellen kann. Der Zustrom an Umsatzkraft aus den umliegenden Regionen dieser Städtekategorien könnte ein zentrales Argument für die Errichtung eines Shoppingcenters darstellen.

Zwei Leerstände wurden im zweiten Städtecluster festgestellt, das jedoch statistisch auch das größte Cluster darstellt. Mixed-Use-Konzepte wurden dagegen in allen Städtekategorien beobachtet, insbesondere in Groß- und Mittelstädten scheint diese Nachnutzungsform eine Lösung zu eröffnen.

Um nun genauer festzustellen, welche Nutzungsarten die Mixed-Use-Konzepte in den verschiedenen Städteclustern beinhalten, wird dies im Nachfolgenden genauer analysiert.

Tab. 5 Zählung der Nachnutzungsarten je Städtecluster

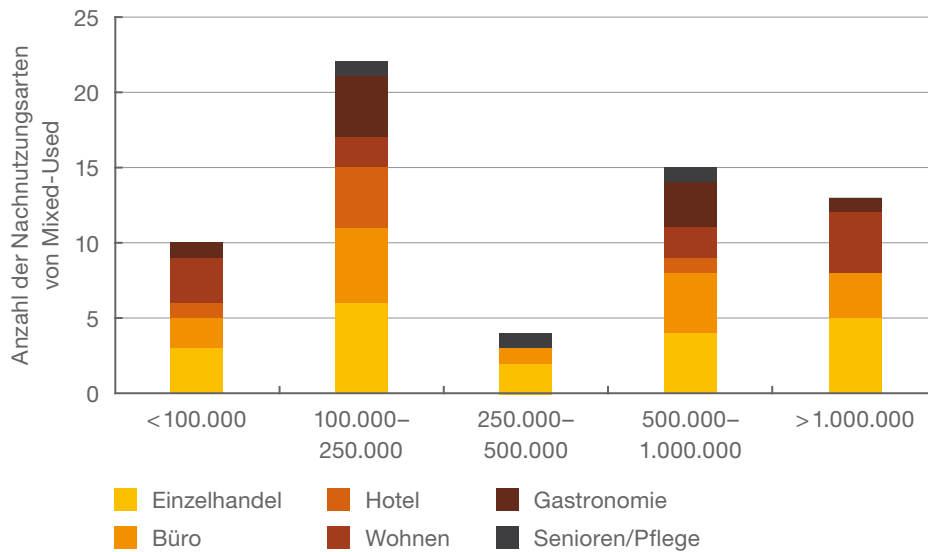
Kategorie	Städtegröße	Einzelhandel	Büro	Hotel	Wohnen	Gastronomie	Senioren/Pflege
●	< 100.000	3	2	1	3	1	0
●	100.000–250.000	6	5	4	2	4	1
●	250.000–500.000	2	1	0	0	0	1
●	500.000–1.000.000	4	4	1	2	3	1
●	> 1.000.000	5	3	0	4	1	0
		20	15	6	11	9	3

Quelle: eigene Darstellung.

Ermittelt wurde die absolute Häufigkeit der beobachteten Nutzungsklassen Einzelhandel, Büro, Hotel, Wohnen, Gastronomie und Pflege innerhalb von Mixed-Use-Objekten. Zunächst ist erkennbar, dass die Nutzungsklassen Einzelhandel und Büro am häufigsten die Bestandteile eines solchen Konzepts darstellen, wie bereits im obigen Abschnitt analysiert.

Inwiefern ein möglicher Zusammenhang zwischen den Städteclustern und den jeweiligen Konzepten besteht, soll nun nachfolgend grafisch dargestellt werden.

Ersichtlich wird zunächst, dass in allen Städteclustern vorwiegend sowohl Einzelhandelsnutzungen als auch Büronutzungen vorhanden sind. Dies unterstreicht damit auch die Beobachtung, dass diese Nutzungsarten die höchste Gesamthäufigkeit in Mixed-Use-Gebäuden aufweisen.

Abb. 21 Verteilung der Nachnutzungsarten von Mixed-Used nach Städteclustern

Quelle: eigene Darstellung.

Hotelnutzungen als Baustein eines Mixed-Use-Konzepts sind in den Städte-kategorien eins, zwei, vier und fünf zu finden. Gastronomische Nutzungen scheinen auch unabhängig von der Städtegröße als Teil eines solchen Misch-konzepts infrage zu kommen, ebenso Wohnungen.

Pflegeplätze bzw. Seniorenappartements sind dagegen nur in den Clustern zwei bis vier zu finden, nicht in den Kleinstädten und den Großstädten. Dies könnte daran liegen, dass der Bedarf in Kleinstädten insgesamt zu gering ist und die Innenstadtlagen in Großstädten zu attraktiv sind, um diese für Pflegeplätze zu nutzen.

Insgesamt auffällig zu beobachten ist, dass sich eine leichte Präferenz hinsichtlich einzelner Nutzungsarten in Verbindung mit den Städtegrößen abzeichnet, beispielsweise dass Shoppingcenter ausschließlich in Klein- bis Mittelstädten gebaut wurden, Pflegeplätze nur in Mittelstädten vorkommen oder der Anteil an Mixed Use in Großstädten verhältnismäßig größer ist.

F Zusammenfassung

„Meines Erachtens ist die Überführung in eine Mixed-Use-Nutzung das vielversprechendste Konzept für die Nachnutzung einer Warenhausimmobilie.“

Director Investment eines börsennotierten Retail Investors

In der zunächst literaturbasierten Betrachtung der Warenhausimmobilie wurde festgestellt, dass diese ein Sinnbild des Wiederaufbaus nach dem Zweiten Weltkrieg darstellte. Das Konzept „Alles unter einem Dach“ im Herzen der deutschen Innenstädte symbolisierte ein breites Warenangebot, das einer breiten Käuferschicht zugänglich gemacht werden sollte. Die bauliche Geschlossenheit sorgte für Abschirmung von der Außenwelt, sodass sich die Konsumenten nur auf die Warenpräsentation fokussieren konnten. Die markante, aber dezente Fassadengestaltung sorgte für einen Wiedererkennungswert und architektonisches Hervorstellungsmerkmal in der Innenstadt. Eine Rolltreppenerschließung führte die Besucher an allen Waren langsam vorbei, ergänzende Angebote wie Gastronomiebetriebe sorgten für die Verlängerung des Aufenthalts im Warenhaus. Somit war die Warenhausimmobilie ein maßgeschneidertes Konzept für den großflächigen Einzelhandel und Konsum.

„Wir sehen einen Trend hin zur deutlich steigenden Nachfrage nach Quartiersentwicklungen.“

Director Investment eines börsennotierten Retail Investors

Die Blütezeit des Warenhauses hielt jedoch nicht lange an. Neue Konzepte wie Verbrauchermärkte oder Shoppingcenter drängten auf den Markt und erhöhten den Wettbewerb im Einzelhandel stark. Dies führte in den vergangenen Jahrzehnten dazu, dass Warenhäuser von anderen Konzepten überholt wurden und ihre Marktanteile fast vollständig an die Konkurrenz abgeben mussten. Eine Konsolidierungswelle am Markt konnte diesen Bedeutungsverlust jedoch ebenfalls nicht stoppen. Erschwerend hinzu kommt, dass besonders der Onlinehandel dem stationären Einzelhandel und dem Warenhaus schwer zusetzt. In den wichtigsten Segmenten der Warenhäuser haben die Onlineshops ihre höchsten Wachstumsquoten. Im Zuge dieses Bedeutungsverlusts wurden zahlreiche Warenhäuser geschlossen, sodass oft große Immobilienkomplexe in deutschen Innenstädten leer stehend zurückgelassen wurden.

Eine Analyse von über 50 Immobilien hinsichtlich der späteren Nachnutzung hat interessante Erkenntnisse über die Möglichkeiten einer Repositionierung der Immobilie eröffnet.

Festgestellt wurde, dass zwar wenig Immobilien abgerissen, aber fast alle Immobilien baulich verändert werden mussten, um eine Nachnutzung möglich zu machen. Dabei wurde beobachtet, dass es mehr Mixed-Use-Nachnutzungen als Einzelhandelslösungen gab. Ebenfalls sind diese auch nachhaltiger gewesen, während circa ein Drittel der reinen Einzelhandelsnachnutzungen wieder schließen musste, sind alle Mixed-Use-Konzepte noch am Markt. Festgestellt wurde auch, dass besonders eine Kombination aus Einzelhandel im Erdgeschoss und Büro- und Wohnflächen in den Obergeschossen ein vielversprechendes Konzept darstellt. Jedoch wurden auch Konzepte mit Hotel-, Gastronomie- oder Pflegenutzungen beobachtet.

Die Ergebnisse der Analyse konnten durch Expertenaussagen unterlegt werden. Diese sehen insbesondere aufgrund der guten Innenstadtlage der Immobilien Potenziale für die Nachnutzung. Sie favorisieren dabei ein Mixed-Use-Konzept; in solitären Einzelhandelskonzepten sehen die Experten keine nachhaltige Alternative mehr. Dies betrifft ebenfalls Shoppingcenter. Den Markt für gemischt genutzte Immobilien sieht die Mehrzahl der Interviewten vor einem starken Anstieg, insbesondere da diese Assetklasse in sich diversifiziert und langfristiger vermietet ist. Es ist davon auszugehen, dass durch die erhöhte Liquidität im Markt sowie tendenzielle makroökonomische sowie immobilienwirtschaftliche Trends sowohl semiprofessionelle als auch institutionelle Investoren zukünftig vermehrt in dieses Immobilienprodukt investieren werden.

Quellenverzeichnis

Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, (Hrsg.) (2018)

Studie zur Nachnutzungen von Warenhäusern und großflächigen Einzelhandelsimmobilien; München 2018.

Henrich, Philipp (2019 A)

Anzahl der Kauf- und Warenhäuser in Deutschland in den Jahren 2004 bis 2019; online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/343146/umfrage/kauf-und-warenhaeuser-in-deutschland/>; zuletzt aktualisiert: 09.2019; zuletzt geprüft 27.05.2020.

Henrich, Philipp (2019 B)

Bruttoumsatz von Kauf- und Warenhäuser in Deutschland in den Jahren 2003 bis 2018; online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/343149/umfrage/umsatz-von-kauf-und-warenhaeusern-in-deutschland/>; zuletzt aktualisiert: 15.10.2019; zuletzt geprüft 27.05.2020.

Henrich, Philipp (2019 C)

Marktanteil von Kauf- und Warenhäusern im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018; online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/452888/umfrage/marktanteil-von-kauf-und-warenhaeusern-im-einzelhandel-in-deutschland/>; zuletzt aktualisiert: 29.08.2019; zuletzt geprüft 27.05.2020.

Henrich, Philipp (2019)

Bruttogewinnspanne bei Handelswaren im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2005 bis 2017; online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/261418/umfrage/bruttogewinnspanne-im-einzelhandel-in-deutschland/>; zuletzt aktualisiert: 09.08.2019; zuletzt geprüft 27.05.2020.

Henrich, Philipp (2020)

Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020; online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/70190/umfrage/umsatz-im-deutschen-einzelhandel-zeitreihe/>; zuletzt aktualisiert: 31.01.2020; zuletzt geprüft 27.05.2020.

Hessert, Gerd (2012)

Zukunft der Warenhausstandorte in Deutschland; Leipzig 2012.

Imorde, Jens/Junker, Rolf (2016)

Stadtentwicklung – Shoppen – nur nicht das Warenhaus; in: Forum für Wohnen- und Stadtentwicklung; Nr. 1; 2016; S. 25–28.

Junker, Rolf/Pöppelmann, Nicole/Pump-Uhlmann, Holger (2020)

Neueröffnung nach Umbau – Konzepte zum Umbau von Warenhäuser und Einkaufszentren; Gelsenkirchen 2020.

Kolf, Florian (2019)

Karstadt-Eigner René Benko wird Deutschlands Warenhaus-König; online verfügbar unter: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/mittelstand/familienunternehmer/warenhauskette-karstadt-eigner-rene-benko-wird-deutschlands-warenhaus-koenig/24441344.html>; zuletzt aktualisiert: 10.06.2019; zuletzt geprüft 29.05.2020.

Rabe, L. (2019)

Umsatz durch E-Commerce (B2C) in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2018 sowie eine Prognose für 2019; online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3979/umfrage/e-commerce-umsatz-in-deutschland-seit-1999/>; zuletzt aktualisiert: 20.05.2019; zuletzt geprüft 27.05.2020.

Tenberg, Lucas/Hielscher, Henryk (2020)

Die Karstadt-Kaufhof-Chronik: Von Aufstieg und Absturz; online verfügbar unter: <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/deutsche-warenhaus-riesen-die-karstadt-kaufhof-chronik-von-aufstieg-und-absturz/25704944.html>; zuletzt aktualisiert: 01.04.2020; zuletzt geprüft 29.05.2020.

Zentraler Immobilien Ausschuss e. V. (2016)

Strukturierung des sachlichen Teilmarktes wirtschaftlich genutzter Immobilien für die Zwecke der Marktbeobachtung und Wertermittlung; Berlin 2016.

Ihre Ansprechpartner

Thomas Veith

German Real Assets Leader
Tel.: +49 69 9585-5909
thomas.veith@pwc.com

Dr. Harald Heim

Partner Real Estate Transactions
Tel.: +49 30 2636-1354
harald.heim@pwc.com

Benjamin Schrödl

Director, PwC Germany
Tel.: +49 30 2636-1331
benjamin.schroedl@pwc.com

Über uns

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expertennetzwerks in 157 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC. Fast 12.000 engagierte Menschen an 21 Standorten. 2,3 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.

