

Thorsten Beckmann

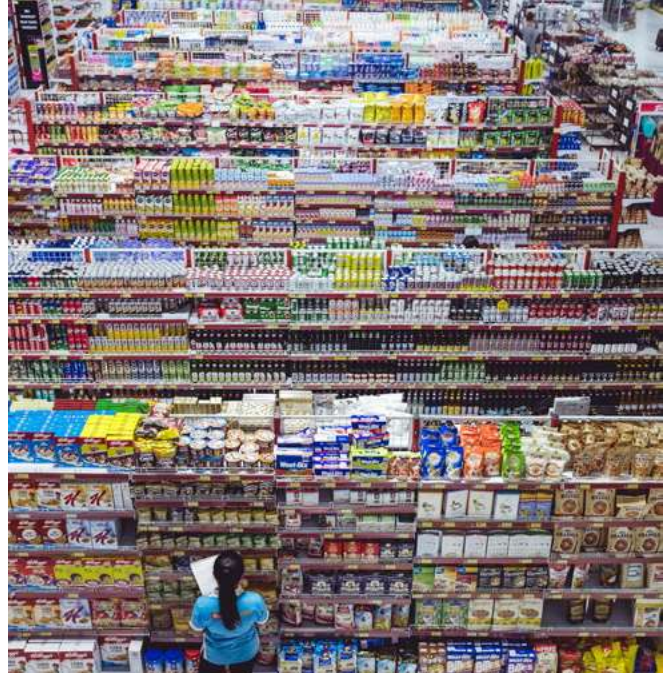
Lebensmittel: Fels der Handelsbrandung!

Die Entwicklung der Assetklasse „Handel“ ist in Deutschland zweigeteilt: auf der einen Seite zeigen sich weiter steigende Umsätze sowie eine erneute Zunahme der Verkaufsflächen. Auf der anderen Seite sind die Auswirkungen eines veränderten Konsumverhaltens sowie die Einflüsse des Online-Handels stark spürbar.

Die Branche erwartet eine Abnahme der Bedeutung des stationären Handels für den Einkauf sowie einen damit verbundenen Rückgang der benötigten Verkaufsflächen. Jedoch entwickeln sich die einzelnen Betriebstypen wie Highstreet-Immobilien, Shoppingcenter und Fachmarktzentren sehr unterschiedlich. Investoren sind der Assetklasse „Handel“ daher grundsätzlich eher skeptisch gegenüber eingestellt.

Für die Spezialbranche der Lebensmittelanbieter ist dies jedoch nicht zutreffend. Die Einkommen in Deutschland sowie das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte sind in den letzten 10 Jahren kontinuierlich gestiegen. Durch die Einkommensentwicklungen haben die Konsumausgaben zugenommen, was unter anderem zu kontinuierlichen Umsatzsteigerungen im Einzelhandel und überproportional im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland führte. Das zeigen die Konsumausgaben für Nahrungsmittel seit 2016, welche die größte Steigerung erfuhren. So konnte sich der deutsche Lebensmittelhandel nachhaltig etablieren und ist damit der größte Profiteur der Steigerung der Konsumausgaben. Des Weiteren ist bei den Konsumenten in den letzten Jahren das Bewusstsein für eine gesunde Ernährung gestiegen und die Preissensibilität dafür gesunken. Darüber hinaus zeigen Analysen, dass Menschen heutzutage bei Geldknappheit nicht mehr so stark an Lebensmittelausgaben sparen würden wie noch vor 10 Jahren. Die Qualität der Ernährung hat somit in der Gesellschaft einen wesentlich höheren Stellenwert eingenommen.

Diese Entwicklungen haben auch den Immobilienmarkt verändert. Die Anzahl neuer Lebensmittelgeschäfte, die sich mit neuen Sortimenten, größeren Flächen und modernen Shopkonzepten präsentieren, hat sich erhöht. Bei den Sortimenten zeigte sich in den letzten Jahren, dass Produkte aus dem Bereich „Food“ stärker im Umsatz wachsen als Produkte aus dem Bereich „Nonfood“. Eine Besonderheit hat sich bei Lebensmitteln herausgestellt: Der Marktanteil für den Umsatz durch Onlinekäufe ist mit weniger als 4% weiterhin sehr gering. Auch wenn ein gewisses Aufholpotenzial nicht ausgeschlossen werden kann, so werden Lebensmittel nach Expertenschätzungen weiterhin vorrangig persönlich im Laden eingekauft.



Nicht zuletzt liegt dies am „Touch & Feel“ vor allem der Frischwaren und damit an der persönlichen Beurteilung der Produkte während des Kaufs. Obst, Gemüse, Fleisch und Fisch wollen beim Ankauf selbst ausgesucht werden, um in den Augen des Kunden die beste Qualität zu erhalten. Auch die schwierige Vereinbarkeit des Kundenalltags mit den Auslieferungszeitfenstern der wenigen Onlineanbieter sorgt für weiterhin geringen Konkurrenzdruck. Nicht zuletzt entscheidet sich der Konsument bewusst zwischen dem Kochen zuhause, inklusive des persönlichen Einkaufs, oder dem Restaurantbesuch bzw. der Lieferung per Lieferando und Co. Die Bedeutung des stationären Lebensmitteleinzelhandels wird daher auch in Zukunft groß bleiben.

Nach dem Grundsatz „Gegessen wird immer“ bieten Handelsimmobilien mit Lebensmittelfokus daher nachhaltige Investmentchancen für Immobilieninvestoren. Dafür sprechen auch die fast ausschließlich sehr guten Bonitäten der Lebensmittelanbieter, die nur ein geringes Ausfallrisiko besitzen.

Ebenso zeigt die Heico-interne Auswertung der eingehenden Objektangebote eine stabile und teilweise leicht rückläufige Entwicklung der Fachmarktpreise seit Beginn des Jahres. Gespräche mit weiteren Marktteilnehmern bestätigen dieses Bild. Insgesamt zeigt sich zwar ein erhöhtes Preisniveau, jedoch präsentieren sich Lebensmittelimmobilien weiterhin als nachhaltiges Investment mit guten Voraussetzungen für direkte und indirekte Investmentchancen vor allem im Vergleich zu anderen Assetklassen.



Thorsten Beckmann

Leiter Fondsmanagement
HEICO Investment Management GmbH

Weitere Angaben zum Autor S. 77

Weitere Angaben zum Unternehmen S. 172