



12. Mai 2017

Trends im Handel

Die Einzelhandelsumsätze in Europa profitieren von der rückläufigen Arbeitslosigkeit. Im Mode- und Textilhandel ist die Dynamik sehr schwach angesichts der großen Konkurrenz durch den boomenden Online-Handel. Statt auf Expansion setzen viele Händler eher auf die Optimierung bestehender Filialen. Von der Konsolidierung im Einzelhandel insbesondere auch bei Textilfilialisten sind selbst die Spitzenlagen betroffen. Gleichzeitig hat sich das Segment Health & Beauty zu einem bedeutenden Nachfragetreiber in den 1a-Lagen entwickelt. Erfolgreiche internationale Labels sind generell weiterhin auf der Suche nach Ladenlokalen in Hochfrequenzlagen ausgewählter Städte für neue Flagship Stores. Die Verzahnung von stationärem Handel und Online-Handel nimmt weiter zu durch den Ausbau von Omnichannel-Geschäftsmodellen traditioneller Einzelhändler sowie durch physische Läden ehemals reiner Online-Händler. Die Vorliebe für Online-Käufe über das mobile Internet via Smartphones insbesondere bei der jungen Generation hat stark zugenommen. Mittels moderner Technologien können Kunden zielgerichtet mit für sie interessanten Angeboten versorgt werden. Trotz rückläufiger Kundenfrequenz bleibt der stationäre Handel mit Waren zum Anfassen und Anprobieren auch im Zeitalter der Digitalisierung bedeutend, allerdings nicht nur als Point of Sale sondern auch als Showroom und Ort für Entertainment, Informationen und Inspiration. Der Erlebniswert des Einkaufens rückt auch in Einkaufszentren in den Fokus. Der Bedeutungsgewinn der Gastronomie zeigt sich in der Entstehung moderner Markthallen. Die Fertigstellungen von Shopping-Centern bleiben weiterhin insgesamt moderat, die Modernisierung bzw. Erweiterung bestehender Center gewinnt europaweit an Bedeutung. Der Mietausblick für die 1a-Lagen ist für die kommenden Jahre weiterhin positiv. Durch die Umsetzung neuer Technologien steigt allerdings der Kostendruck der Händler, was das Wachstumspotenzial der Mieten generell limitieren dürfte. In Deutschland ist der Spielraum für weitere Anstiege angesichts der hohen Ausgangsniveaus generell begrenzt. In UK dämpft das Brexit-Votum den Ausblick für die Miet- und Investmentmärkte. Europaweit dürfte die Nachfrage nach Investments sehr rege bleiben, auch wenn die Rekordvolumina der Vorjahre angesichts des limitierten Angebots an adäquaten Produkten und der Preisralley der letzten Jahre infolge des Niedrigzinsumfeldes nicht wiederholbar erscheinen. Mit Ausnahme von London gaben die Renditen in allen Segmenten 2016 weiter nach. Angesichts der großen Nachfrage auch aus dem außereuropäischen Ausland stehen die Renditen unter anhaltendem Abwärtsdruck trotz der z.T. bereits sehr niedrigen Niveaus.



Inhalt

Volkswirtschaftliches Umfeld	2
Trends im Handel	3
Mietmärkte	4
Investmentmärkte	5
Belgien	6
Dänemark	7
Deutschland	8
Finnland	9
Frankreich	10
Italien	11
Niederlande	12
Norwegen	13
Österreich	14
Polen	15
Portugal	16
Schweden	17
Spanien	18
Tschechien	19
UK	20
Tabellenanhang	21

Ansprechpartner

Chefvolkswirt:

Dr. Ulrich Kater: Tel. 069/7147-2381; E-Mail: ulrich.kater@deka.de

Immobilienresearch

Daniela Fischer: -7549; E-Mail: daniela.fischer@deka.de

Gunnar Meyke: Tel. -5802; E-Mail: gunnar.meyke@deka.de

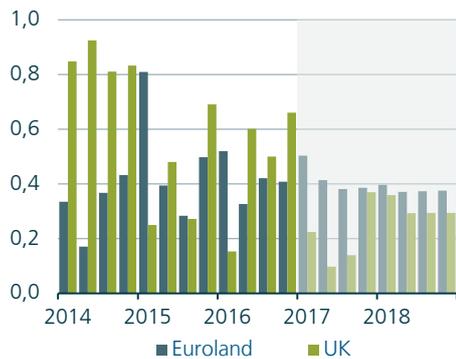
Andreas Wellstein: Tel. -3850; E-Mail: andreas.wellstein@deka.de



12. Mai 2017

Volkswirtschaftliches Umfeld

Bruttoinlandsprodukt (% ggü. Vorquart.)*

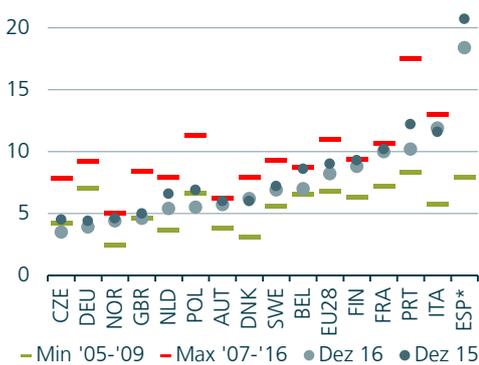


Quelle: Eurostat, Prognose DekaBank, *saisonbereinigt

Bruttoinlandsprodukt

Wie schon im Vorjahr war auch 2016 das Wirtschaftswachstum in Euroland auf viele Schultern verteilt. Dabei ragte einmal mehr Spanien mit einem Zuwachs von 3,2% heraus. Weitere Wachstumstützen waren die Niederlande und Deutschland mit jeweils rund 2%, in Frankreich und Italien war die Dynamik nur etwa halb so hoch. Einen maßgeblichen Wachstumsbeitrag im Euroraum leistete in den vergangenen beiden Jahren der private Konsum. In Deutschland wurde ein Zuwachs von rund 2% pro Jahr erreicht, in Euroland nur geringfügig weniger. Hierzulande gab es zuletzt Anfang der 2000er Jahre einen Zweijahreszeitraum mit ähnlich hohem Wachstum. Im Vereinigten Königreich zeigte sich die Wirtschaft wenig beeindruckt vom Brexit-Votum, mit 1,8% wuchs das BIP etwas stärker als in Euroland. 2017/18 erwarten wir jedoch eine Abschwächung des Wirtschaftswachstums, wohingegen die Dynamik in Euroland nahezu konstant bleiben dürfte.

Arbeitslosenquoten, saisonbereinigt in %



Quelle: Eurostat, DekaBank, *ESP: Max 26,3%

Arbeitsmarkt

Die wirtschaftliche Erholung spiegelt sich an den europäischen Arbeitsmärkten wider. In den meisten Ländern sank die Arbeitslosenquote im Laufe des vergangenen Jahres. In der Europäischen Union ergab sich ein Rückgang von 9,0 auf 8,2%. In Euroland wurde mit 9,6% der niedrigste Wert seit Mitte 2009 erreicht. Die stärksten Rückgänge verzeichneten Irland, Portugal und Spanien. Spanien weist nach Griechenland aber noch immer die zweithöchste Arbeitslosenquote der EU auf. In Italien war das Wirtschaftswachstum zu schwach, sodass die Arbeitslosigkeit entgegen dem europäischen Trend im Jahresverlauf sogar leicht anstieg. Kaum verbessert hat sich die Situation am französischen Arbeitsmarkt, die Quote sank nicht unter die Marke von 10%. Dagegen fiel die Arbeitslosenquote in Deutschland sogar unter 4%, nur Tschechien weist in der EU einen niedrigeren Wert auf. Zu den Ländern mit der geringsten Arbeitslosigkeit gehören außerdem Norwegen und das Vereinigte Königreich.

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank, *preis- und saisonbereinigt, ohne Kfz/Kraftstoffe, NLD inkl. Kraftstoffe

Einzelhandelsumsätze

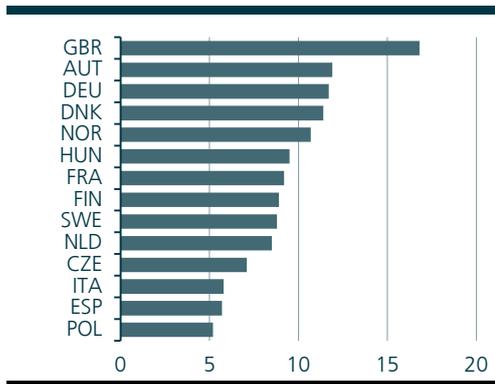
Die Einzelhandelsumsätze stiegen 2016 in der EU preisbereinigt um 3%, im Euroraum um 2,2%. Neben den osteuropäischen Ländern wies UK den stärksten Umsatzanstieg auf. Nach dem Brexit-Votum zogen die Umsätze in der zweiten Jahreshälfte kräftig an. Allerdings wurde dies anscheinend mit deutlichen Preisnachlässen „erkauf“, worauf ein verhaltener nominaler Anstieg hindeutet. In Deutschland stiegen die Umsätze 2016 um 2% und damit ähnlich stark wie der private Konsum. Langfristig ist allerdings ein sinkender Anteil der Einzelhandelsumsätze an den gesamten Konsumausgaben zu beobachten. Nicht nur in Deutschland fließen anteilig immer mehr Mittel in die übrigen Konsumbereiche einschließlich der Aufwendungen für Wohnungen inklusive Nebenkosten. Unter den Einzelhandelssegmenten weist der Versand- und Internethandel weiterhin die höchste Dynamik auf, EU-weit lag der Zuwachs erneut im zweistelligen Bereich. Nur noch geringe Anstiege des Umsatzvolumens konnte die Textilbranche verzeichnen. Hier waren es vor allem die osteuropäischen Länder, die mit z.T. zweistelligen Wachstumsraten den europäischen Wert im Expansionsbereich hielten.



12. Mai 2017

Trends im Handel

Online-Umsatz* in Relation zum Einzelhandelsumsatz nach Ländern



Quelle: RegioData, DekaBank, *Umsätze in- und ausländischer Online-Shops inkl. Konsumausgaben für Reisen, Versicherungen etc.

Asymmetrische Online-Durchdringung Europas

Auch wenn der Online-Handel nahezu überall boomt, besteht insbesondere in Süd- und Osteuropa Nachholpotenzial. Betrachtet man die Umsätze in- und ausländischer Online-Shops inklusive nicht einzelhandelsrelevanter Konsumausgaben wie Reisen in Relation zum Einzelhandelsumsatz, weist UK mit fast 17% die höchste E-Commerce-Durchdringung auf. Ein Grund hierfür ist die im Gegensatz z.B. zu Deutschland hohe Akzeptanz der Bevölkerung auch für Online-Käufe von Lebensmitteln, wofür ausgereifte Angebote großer Ketten wie Tesco sorgen. Der Einstieg von Amazon in den deutschen Markt könnte dies ändern. Weitere Gründe für die Unterschiede bezüglich der Online-Durchdringung zwischen den Ländern sind neben der Anbieterverfügbarkeit das Kaufkraftniveau und die Logistikvoraussetzungen. Online-Händler sind auf die rasche Zustellung der bestellten Waren angewiesen, was eine gut funktionierende Logistik voraussetzt. Der Anteil der Online-Umsätze ist zudem umso größer, je höher die Kaufkraft der Bevölkerung ist. Eine hohe Kaufkraft lässt mehr Raum für nicht lebensnotwendige Dinge wie Urlaubsreisen und Versicherungen, deren Angebot im Internet sehr ausgereift ist.



Digitalisierung im stationären Handel

Trotz rückläufiger Kundenfrequenz bleibt der stationäre Handel auch im Zeitalter der Digitalisierung bedeutend, allerdings nicht nur als Point of Sale sondern auch als Showroom und Ort für Entertainment, Informationen und Inspiration. Die Vorliebe für Online-Käufe über das mobile Internet via Smartphones und Tablets insbesondere bei der jungen Generation hat stark zugenommen, Social Media-Plattformen haben erheblichen Einfluss auf das Einkaufsverhalten. Gewünscht werden personalisierte Angebote für die speziellen Bedürfnisse des Nutzers. Mittels moderner Technologien, die auf der Aggregation und intelligenten Auswertung von Daten basieren, können Händler den Kunden zielgerichtet mit für ihn interessanten Angeboten und Inhalten versorgen. Omnichanneling bietet dem hochvernetzten Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg. Durch die Umsetzung der neuen Technologien steigt allerdings auch der Kostendruck auf die Händler.



Lifestyle im Fokus der jungen Generation

Stark im Trend sind Designmärkte, Markthallen und Street-Food-Märkte. Der Kunde wird auf der emotionalen Ebene angesprochen, sein Wunsch nach Erlebnisorientierung und Entschleunigung erfüllt. Weniger Anonymität und der Austausch mit Gleichgesinnten stehen im Fokus. Designmärkte bieten eine Kombination aus durchgestylten Waren, Kulinarik und Konzert. Einkaufen ist ein Erlebnis, das als buntes Festival inszeniert wird. Im Mittelpunkt der Street-Food-Märkte stehen qualitativ hochwertiges Essen: bio, fair, selbstgemacht, regional und am liebsten saisonal. Eine Sonderform sind Street-Food-Trucks, die ihre Kunden gezielt im öffentlichen Raum aufsuchen. Ein Revival erfährt die traditionelle Markthalle mit kleinen Läden, Ständen, Kaffeezeilen und Slowfood für Güter des täglichen Bedarfs. Auch Supermärkte bieten zunehmend Frischetheken und Cooking-Stations an. Und auch der Markt für Food Delivery boomt. Anbieter wie Foodora oder Deliveroo liefern Essen von Restaurants ohne eigene Zustellung aus, Lieferheld und Lieferando vermitteln online Bestellungen an Restaurants mit eigenen Kurieren.



12. Mai 2017

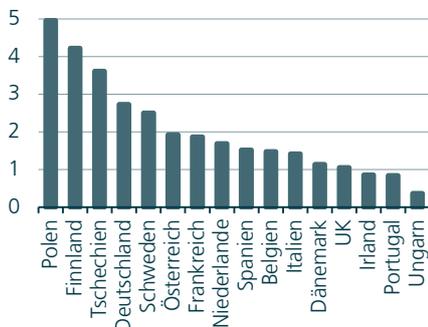
Mietmärkte



Nachfrage

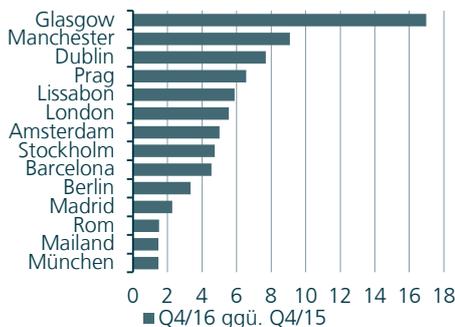
Das Internet mit Informationen über Produktvielfalt und –preise und die Konkurrenz durch E-Commerce erhöhen den Druck auf den stationären Handel. Statt auf Expansion setzen viele Einzelhändler eher auf die Optimierung bestehender Filialen. Von der Konsolidierung im Einzelhandel insbesondere auch bei Textilfilialisten sind selbst Spitzenlagen betroffen. Health & Beauty hat sich zu einem Nachfrage-treiber in den begehrten 1a-Lagen entwickelt. Erfolgreiche internationale Händler sind generell weiterhin auf der Suche nach Flächen in Toplagen und etablierten Shopping-Centern zur Eröffnung von Flagship Stores. Discounter wie TK Maxx oder Primark, die angesichts niedriger Preise wenig Konkurrenz durch den Online-Handel haben, sind auf Expansionskurs. Stationäre Händler mit traditionell großem Flächenbedarf wie Decathlon setzen auf eine Verkleinerung der Verkaufsräume und Einrichtung von Online-Terminals oder auch auf die Eröffnung kleiner „urban stores“ in Citylagen. Reine E-Commerce-Anbieter (pure player) hingegen setzen zur Generierung von Synergieeffekten auf temporäre oder dauerhafte physische Läden, was zu einer weiteren Verzahnung von stationärem und Online-Handel führt.

**Bestandswachstum Shopping-Center-
 flächen in % p.a. 2011-16**



Quelle: PMA, DekaBank

Spitzenmieten* 1a-Lage 2016 in %



Quelle: PMA, DekaBank; *nicht absolutes Topsegment, breitere Bemessungsbasis

Angebot

In Deutschland wurden 2016 im Vergleich zum Vorjahr nur wenige neue inner-städtische Shopping-Center eröffnet, vorwiegend in kleinen und mittleren Städten wie z.B. Bingen, Dorsten und Rheine. Die Pipeline bleibt überschaubar. Größere Projekte sind das Dorotheen-Quartier in Stuttgart, das Loom Bielefeld sowie die East Side Mall und das Schultheiss Quartier in Berlin. In den Fokus rücken die Neu-positionierung und Modernisierung älterer Objekte sowie Maßnahmen zur Steige-rung der Kundenfrequenz insbesondere durch die Gestaltung attraktiver Gastro-nomie- und Freizeitbereiche. Die Erweiterung bestehender Center gewinnt in vielen Ländern an Bedeutung (u.a. Westfield in London um 69.000 m²). Die Fertig-stellungen in Europa (ohne Russland und Türkei) bleiben in den kommenden drei Jahren moderat. Von den 13,1 Mio. m² in der Pipeline waren im ersten Quartal 2017 erst 3,5 Mio. m² in Bau. Schwerpunkte mit über 0,8 Mio. bzw. 0,6 Mio. m² waren Frankreich und Polen. Polen hatte bereits in den zurückliegenden fünf Jah-ren das stärkste Flächenwachstum gefolgt von Finnland und Tschechien.

Mieten

Die Spitzenmieten in 1a-Lagen in Deutschland stagnierten 2016 überwiegend mit wenigen Ausnahmen wie Berlin oder München. Rückläufige Umsätze machen es vor allem dem Textilhandel zunehmend schwer, das stark gestiegene Mietniveau in den Haupteinkaufslagen zu erwirtschaften. Der Ausblick für die kommenden Jahre ist eher verhalten. In UK hatten die Mieten in den Regionalzentren nach mehrjäh-riger Stagnation 2016 die im europaweiten Vergleich kräftigsten Mietanstiege verzeichnet. Auch dort dürfte der Ausblick verhalten sein. Stärkere Zuwächse im vergangenen Jahr betrafen zudem Dublin, Lissabon sowie insbesondere auch Prag, wo die 1a-Lagen ihre Position nachhaltig stärken konnten. In Warschau und in Frankreich stagnierten die Mieten. Das höchste Steigerungspotenzial für die näch-sten Jahre wird für Dublin, Barcelona, Madrid, Warschau und Budapest erwartet. Auch Shopping-Center in Spanien, Irland sowie in Schweden dürften im europa-weiten Vergleich überdurchschnittlich performen.



12. Mai 2017

Investmentmärkte

**Investmentvolumen Einzelhandel
 (in Mrd. EUR)**

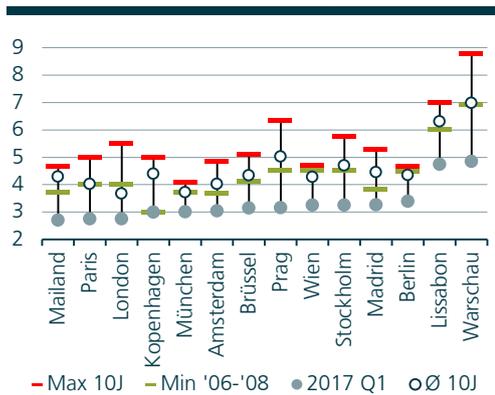


Quelle: CBRE, DekaBank

Investmentvolumen

Das europaweit mit Einzelhandelsimmobilien generierte Investmentvolumen belief sich 2016 auf 54,5 Mrd. EUR und war damit leicht höher als das Ergebnis von 2014. Das dank großer Unternehmens- und Portfoliideals erzielte Rekordhoch von 2015 mit mehr als 69 Mrd. EUR wurde erwartungsgemäß verfehlt. Einzelhandelsobjekte trugen 2016 mit gut einem Fünftel weniger zum Gesamtumsatz von Gewerbeimmobilien bei als in den Vorjahren. Das Vereinigte Königreich blieb 2016 mit einem Investmentvolumen von 13 Mrd. EUR der stärkste Markt, trotz eines Einbruchs um ein Drittel im Vorjahresvergleich. Mit 12,8 Mrd. EUR hat Deutschland allerdings stark aufgeholt trotz des Rückgangs um 20% gegenüber dem Vorjahr. Frankreich landet mit 4,3 Mrd. EUR auf Rang 3 gefolgt von Spanien mit 3,8 Mrd. EUR. Im ersten Quartal 2017 wurden europaweit weitere 12,9 Mrd. EUR in Einzelhandelsimmobilien investiert und somit ein Fünftel mehr als im ersten Quartal 2016. Mehr als einer Verdopplung auf 3,8 Mrd. EUR in Deutschland steht ein Rückgang um 30% auf 2 Mrd. EUR in UK gegenüber (-23% auf Pfundbasis).

Spitzenrendite (netto) 1a-Lage in %

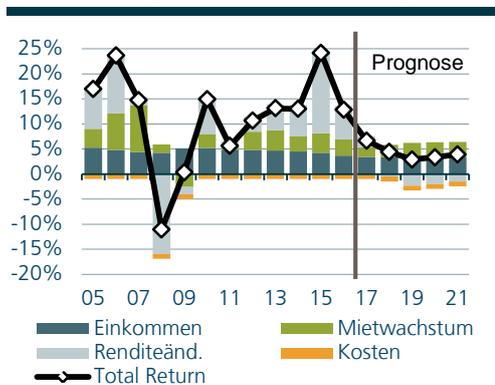


Quelle: PMA, DekaBank

Renditen

Sowohl Geschäftshäuser in 1a-Lagen als auch Shopping-Center und Fachmarktzentren verzeichneten 2016 weitere Renditerückgänge. Nur in London kam es nach dem Brexit-Votum in allen Segmenten zu Anstiegen um 25 bis 40 Basispunkte. Die Spitzenrendite für Geschäftshäuser am Pariser Champs-Élysées gab nach einigen Quartalen mit Stagnation Ende 2016 um weitere 25 Bp. auf 2,75% nach. Die stärksten Renditerückgänge um 90 bis 110 Bp. ergaben sich 2016 in Budapest und Prag. Die Tiefstände aus den Jahren 2006 bis 2008 werden mittlerweile an den meisten Standorten stark unterschritten. In den wichtigsten deutschen Städten reichte die Spanne im ersten Quartal 2017 von 3,1% in München über 3,5% in Berlin bis hin zu 3,8% in Stuttgart. In Mailand ergab sich nach einer Stagnation in 2016 zum Jahresauftakt ein kräftiger Rückgang um 50 Bp. auf 2,7%. In Madrid und Barcelona fielen die Renditen in besten Lagen zum Jahresauftakt 2017 nochmals leicht unter 3,3%, ansonsten stagnierten die Niveaus überwiegend. Im Jahresverlauf dürfte der Abwärtsdruck jedoch anhalten.

Gesamterträge Einzelhandel 1a-Lagen



Quelle: PMA, DekaBank, jeweils flächengewichtete Mittelwerte über 26 europäische Standorte

Erträge

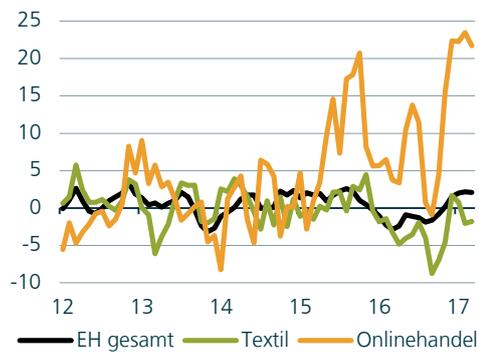
Auch 2016 war die Renditekompression die wichtigste Einnahmequelle für Investoren. Allerdings verringerte sich der (theoretische) Wertzuwachs im Vergleich zum Vorjahr deutlich. Ergab sich 2015 aufgrund sinkender Renditen und steigender Mieten rechnerisch ein Kapitalwertzuwachs von durchschnittlich gut 20%, so lag dieser 2016 bei rund 10%. Damit übertraf der Gesamtertrag im europäischen Aggregat zum sechsten Mal innerhalb der vergangenen sieben Jahre die Marke von 10%. Erträge in ähnlicher Größenordnung werden in den kommenden Jahren kaum zu erwirtschaften sein. Erwarten wir im laufenden Jahr noch geringe positive Beiträge durch eine Fortsetzung der Renditekompression, so dürften sich diese in den nächsten Jahren – im Umfeld langsam steigender Zinsen – in leichte Verluste umkehren. Da aber nur geringe Renditeanstiege bei weiterhin steigenden Mieten erwartet werden, sollten die Erträge im europäischen Mittelwert zwar deutlich schwächer als bisher ausfallen aber voraussichtlich nicht in die Verlustzone sinken.



12. Mai 2017

Belgien

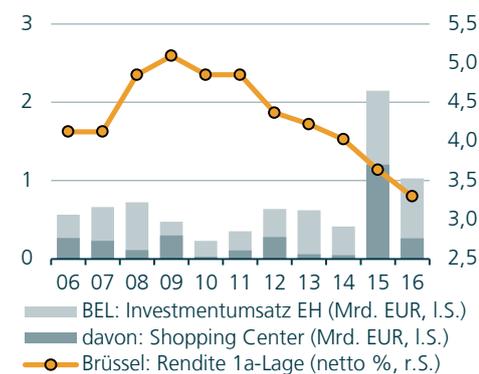
Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank, *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandel in Belgien verzeichnete wegen der Anschläge einen Dämpfer. Während der Online-Handel auch 2016 wie im Vorjahr um 9,5% zulegen konnte, war der stationäre Handel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen negativ betroffen. Die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen war 2016 dennoch robust. Internationale Retailer waren auf der Suche nach Flächen zur Eröffnung von Flagship Stores in Core-Lagen. Insolvente oder nicht mehr tragfähige Marken wurden durch Newcomer wie die Kosmetikmarke NYX ersetzt. Regere Nachfrage erfreuten sich Fachmärkte. Zunehmend mieten sich auch klassische 1a-Lagen-Anbieter in Fachmarktzentren ein, um neue Kunden zu gewinnen und von niedrigeren Mieten zu profitieren. Der landesweite Leerstand von Retail Parks erhöhte sich 2016 wegen der regen Entwicklungstätigkeit dennoch von 6,5% auf 7,5%. Der Leerstand über alle Segmente stieg nur leicht auf 9,6%. Der Großraum Brüssel verzeichnete einen Anstieg auf 9,7%. Der Leerstand in den innerstädtischen Einkaufslagen Brüssels inklusive der Rue Neuve erreichte ein neues Allzeithoch. Im Gegensatz zu anderen europäischen Städten war die Spitzenmiete in Brüssel in den zurückliegenden Jahren weitgehend durch Stagnation geprägt. Das vergleichsweise niedrige Ausgangsniveau lässt auf ein gewisses Nachholpotenzial schließen. Allerdings ist die Konkurrenz für die Citylagen seit langer Zeit erstmals wieder gestiegen. Im Herbst 2016 eröffnete mit Docks Brussel die derzeit mit 47.000 m² größte Shopping-Mall im Norden der Hauptstadtregion. Mit Néo und Uplace befinden sich im Norden Brüssels zwei weitere Großprojekte in Planung. Die Spitzenmiete in der Meir in Antwerpen übertrifft mit 1.900 EUR/m²/Jahr erstmals die Rue Neuve in Brüssel. Dank der qualitativen und architektonischen Aufwertung verzeichnete die Spitzenmiete von Retail Parks eine leichte Aufwärtstendenz. Je nach Standort variiert die Miete zwischen 100 und 170 EUR/m²/Jahr.

Investmentmärkte

Der Investmentumsatz mit Einzelhandelsimmobilien hat sich 2016 gegenüber dem Rekordhoch von 2015 mehr als halbiert auf gut eine Milliarde EUR. Das zehnjährige Mittel von 0,7 Mrd. EUR wurde jedoch deutlich übertroffen. 52% des Investmentvolumens entfielen auf die 1a-Lagen. Größter Einzeldeal war der Verkauf des Shopping-Centers Médiacité in Lüttich (250 Mio. EUR). Auf belgische Anleger entfielen mit 68% maßgebliche Umsatzanteile. Im ersten Quartal 2017 ergab sich beim Investmentvolumen ein Plus von 17% auf 177 Mio. EUR gegenüber Q1/16. Die Spitzenrenditen für Geschäftshäuser in 1a-Lagen von Brüssel und Antwerpen gaben 2016 und im ersten Quartal 2017 um 35 bzw. weitere 15 Bp. nach auf 3,25%. Retail Parks im Topsegment rentierten in Brüssel im ersten Quartal 2017 mit 5,25% und somit leicht niedriger als Ende 2015. Die Rendite für erstklassige Shopping-Center lag unverändert bei 4,25%.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (brutto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Brüssel	Rue Neuve	1.850	0,0	3,25	3,75	4,25	5,25
Antwerpen	Meir	1.900	2,7	3,25	3,75	4,25	5,25
Lüttich	Vinave d'Ille	1.125	0,0	4,80	4,90	5,00	6,00
Ghent	Veldstraat	1.375	0,0	3,75	4,00	4,75	5,50
Brügge	Steenstraat	1.100	0,0	3,95	4,35	4,75	5,50

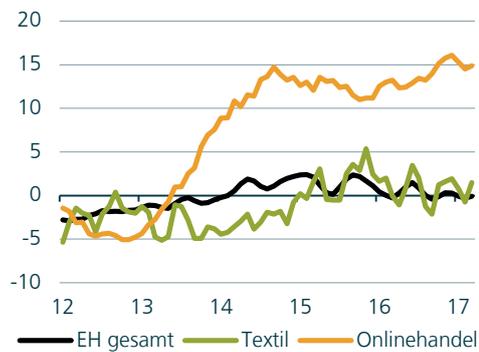
Quelle: Cushman & Wakefield, PMA, DekaBank



12. Mai 2017

Dänemark

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Der dänische Einzelhandel verzeichnete 2016 preisbereinigt einen leichten Umsatzanstieg von 0,3%. Auf Sicht der vergangenen fünf Jahre stagnierte das Umsatzvolumen. Sehr hohe Zuwächse generierte in den vergangenen drei Jahren der Versand- und Internethandel. Der stationäre Handel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen verzeichnete nach langen Jahren sinkender Umsätze 2015/16 wieder leichte Anstiege. Ein starker Anstieg der Touristenzahlen und das Bevölkerungswachstum insbesondere durch den Zuzug junger Menschen haben dazu geführt, dass im Zentrum von Kopenhagen die Flächennachfrage aus den Segmenten Freizeit und Gastronomie gestiegen ist. In den vergangenen Jahren zog auch die Flächennachfrage internationaler Einzelhändler, insbesondere aus dem Luxus-Segment, spürbar an. Die Leerstandsquote in Kopenhagens zentraler Einkaufslage sank Mitte 2016 auf sehr niedrige 1,9%. Die Spitzenmiete stieg 2016 um 5,5% auf 23.000 DKK/m²/Jahr (Zone A). In sekundären Lagen der Haupteinkaufsstraße Strøget blieb die Nachfrage dagegen schwach. Das mittlerweile hohe Niveau in der vergleichsweise kleinen zentralen 1a-Lage dürfte einige Einzelhändler dazu veranlassen, auch Lagen außerhalb des Prime-Segments in Betracht zu ziehen. Die meisten Shopping-Center in der Hauptstadtregion verzeichneten seit Beginn der globalen Finanzkrise 2008 im Trend sinkende Umsätze und steigende Leerstände. Auch wenn sich die Umsätze 2015 überwiegend stabilisiert haben oder leicht gestiegen sind und die Leerstandsquote der größten Center 2016 wieder leicht gesunken ist, liegt die Quote noch immer oberhalb des europäischen Durchschnitts.

Investmentmärkte

Mit einem Transaktionsvolumen von 926 Mio. EUR im Jahr 2016 ist der dänische Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien der umsatzschwächste unter den skandinavischen Ländern. Gegenüber dem Vorjahresergebnis entspricht dies einem Rückgang um 11%. Der Mittelwert der vorangegangenen zehn Jahre (770 Mio. EUR) wurde aber deutlich übertroffen. Shopping-Center trugen mit 257 Mio. EUR gut ein Viertel zum Umsatz bei. Mit etwa 148 Mio. EUR war der Verkauf des BIG Shopping-Centers an einen US-Investor der größte Einzeldeal des Jahres. Der dänische Investmentmarkt für Gewerbeimmobilien insgesamt ist relativ stark international geprägt, mit 43% war der Umsatzanteil ausländischer Investoren 2016 vergleichsweise hoch. Die 1a-Lage von Kopenhagen gehört, gemessen am Niveau der Spitzenrendite, zu den teuersten Lagen Europas. Im Verlauf von 2016 sank die Rendite um weitere 60 Bp. auf 3,0% und verharrte im ersten Quartal 2017 auf diesem Niveau. Damit ist der Tiefstand des vorangegangenen Zyklus wieder erreicht. Abseits der 1a-Lagen sind die Renditen aufgrund erheblicher (Nach-) Vermietungsrisiken deutlich höher. Hochwertige Shopping-Center rentierten Anfang 2017 mit 4,25% und lagen ebenfalls auf dem Niveau des bisherigen Tiefstands.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Zone A Q1/17			Spitzenrendite (netto) in %			
		DKK/ m²/Jahr	% ggü. Vj.	€/m²/ Jahr*	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Kopenhagen	Strøget	23.000	4,1	3.093	3,00	3,60	3,00	5,00
Aarhus	Sondersgade	7.000	4,5	941	4,00	5,00	4,25	5,25
Odense	Vestergade	5.000	0,0	672	5,25	5,50	4,50	5,75

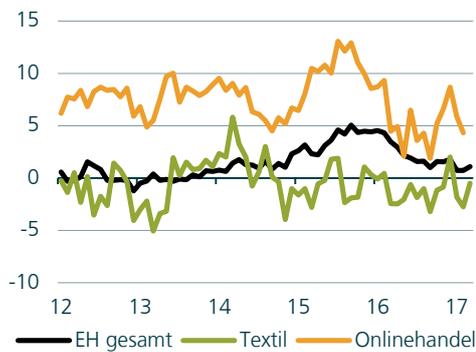
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank, *Wechselkurs Dez. 2016



12. Mai 2017

Deutschland

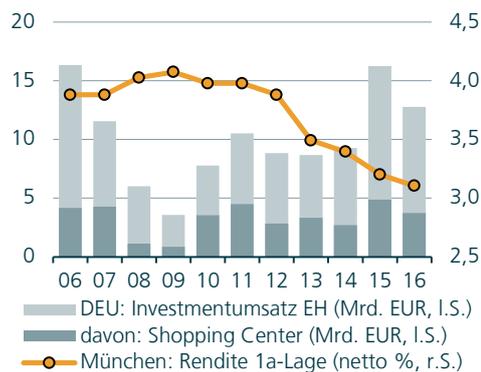
Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj. *



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz hat 2016 um 2,0% zugelegt nach 3,9% im Vorjahr. Die Nachfrage in den 1a-Lagen ist robust, allerdings führt das durch den Online-Handel veränderte Kaufverhalten zu Anpassungsprozessen. Während kleinere Ladenflächen kaum Einbußen bei der Nachfrage registrierten, war bei Flächen über mehr als 1.000 m² generell eine rückläufige Nachfrage festzustellen. Bei vielen Textilfilialisten stand eher Flächenoptimierung als Expansion im Vordergrund. Die Textilbranche steuerte rund ein Drittel zur Nachfrage bei. Im Vordergrund standen dabei Discountanbieter wie TK Maxx oder Primark. Sehr aktiv waren Drogeriemärkte, Kosmetikmarken und Fitness-Studios sowie die Gastronomie, die als Nachrücker in die 1a-Lagen drängen. 2016 wurden im Vergleich zum Vorjahr nur wenige neue innerstädtische Shopping-Center eröffnet, vorwiegend in kleinen und mittleren Städten wie z.B. Bingen, Dorsten und Rheine. Die Pipeline bleibt überschaubar. In den Fokus rückt die Sanierung und Neupositionierung älterer Objekte. Die zunehmende Preissensibilität vieler Mieter vor dem Hintergrund rückläufiger Umsätze spiegelte sich in der Mietentwicklung wider. Die Spitzenmieten in 1a-Lagen blieben in den A-Standorten 2016 überwiegend stabil, lediglich in Berlin gab es einen stärkeren Anstieg. Bis 2021 sollte das Mietwachstum im Mittel bei rund 2% pro Jahr liegen. Die B-Städte registrierten bis auf wenige Ausnahmen kein Mietwachstum.

Investmentmärkte

2016 wurden mit rund 13 Mrd. EUR 21% weniger als im Vorjahr in Einzelhandelsimmobilien investiert. Der Portfolio-Anteil verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr, das durch außergewöhnlich große Abschlüsse geprägt war, von 58% auf 38%. Bevorzugt wurden Fachmärkte und Fachmarktzentren mit einem Anteil von 41% am Investmentvolumen, gefolgt von Shopping-Centern mit 31% und innerstädtischen Geschäftshäusern in 1a-Lagen mit 18%. 28% des Transaktionsvolumens entfielen auf Städte unter 100.000 Einwohnern, was die Attraktivität auch kleinerer Standorte unterstreicht. Einheimische Investoren engagierten sich im Vergleich zum Vorjahr mit 61% wieder stärker bei Handelsimmobilien. Die Spitzenrenditen für Geschäftshäuser in 1a-Lagen haben sich 2016 weiter vermindert. In den A-Städten betrug der Rückgang im Durchschnitt 25 Bp. ebenso wie in den B-Städten. Die Spitzenrendite für gut positionierte größere Einkaufszentren bzw. Fachmarktzentren in den A-Städten verringerte sich 2016 um 25 Bp. auf 4,0 bzw. 5,0%. Im ersten Quartal 2017 erreichte das Transaktionsvolumen 3,8 Mrd. EUR und damit mehr als doppelt so viel wie im Vergleichsquarter 2016. Die Renditen blieben weitgehend unverändert.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (netto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Berlin	Tauentzienstraße	3.780	3,3	3,50	3,80	4,60	4,80
Düsseldorf	Königsallee	3.420	1,8	3,70	3,90	4,50	4,70
Frankfurt	Zeil	3.780	0,0	3,60	3,80	4,45	4,65
Hamburg	Spitalerstraße	3.720	0,0	3,50	3,90	4,40	4,60
Köln	Schildergasse	3.540	0,0	3,70	3,90	4,40	4,65
München	Kaufinger/Neuhauser Str.	4.440	0,0	3,10	3,30	3,85	4,20
Stuttgart	Königstraße	3.300	-1,8	3,80	4,10	4,60	4,85

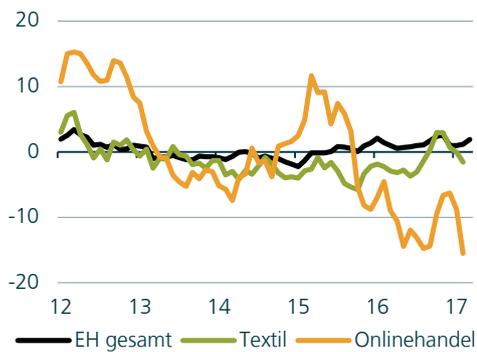
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

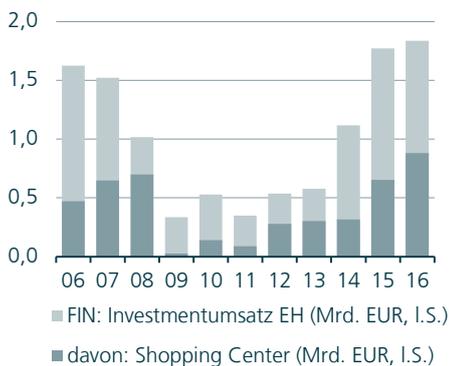
Finnland

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe

Investmentumsatz



Quelle: CBRE, DekaBank



Mietmärkte

Mit einem Umsatzanstieg um preisbereinigt 1,1% war 2016 für den finnischen Einzelhandel das beste Jahr seit 2012. Weiterhin im Minus liegt der Handel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen, in diesem Segment schrumpfte das Umsatzvolumen das vierte Jahr in Folge. Der kräftige Umsatzrückgang im finnischen Versand- und Internethandel dürfte weniger auf einen Bedeutungsverlust des E-Commerce als auf eine Zunahme der Lieferungen aus dem Ausland zurückzuführen sein. Zahlen für den grenzüberschreitenden Handel liegen nicht vor. Die Wirtschaftskrise und der generelle Trend zum E-Commerce haben dazu geführt, dass für kleinere Ladeneinheiten die Leerstandsquote angestiegen ist. Shopping-Center schnitten im Vergleich zu den übrigen Einzelhandelssegmenten besser ab, sie verzeichneten steigende Besucherzahlen und Umsätze. Größere Läden konnten auch von einer Verlängerung der Öffnungszeiten profitieren, dies ging zu Lasten der Umsätze kleinerer Läden. In den vergangenen Jahren stieg die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen insgesamt spürbar an. Auch in Finnland ist ein Trend hin zu Gastronomiebetrieben in den Einkaufstraßen zu beobachten. Luxusmarken sind im Land bislang kaum vertreten. Es wird vermutet, dass in näherer Zukunft einige Luxuslabels den Markteintritt wagen werden, allerdings eher durch Shop-in-Shop-Konzepte in den großen Warenhäusern als durch eigene Läden. Die Spitzenmieten waren 2016 größtenteils durch Stagnation geprägt, moderate Anstiege betrafen die 1a-Lage der Hauptstadt (+1,9%) sowie hochwertige Shopping-Center. Im Shopping-Center-Segment ist die landesweite Projektpipeline gut gefüllt. Bis 2019 dürften mehr als 0,4 Mio. m² neue Flächen fertiggestellt werden. Der Schwerpunkt der Bautätigkeit liegt in der Hauptstadtregion, mit RED1 (60.000 m², 2018) und Mall of Tripla (85.000 m², 2019) entstehen derzeit zwei große Shopping-Center im Stadtgebiet Helsinkis.

Investmentmärkte

Der Umsatz mit Einzelhandelsimmobilien zog in Finnland 2016 um 4% leicht an und erreichte mit gut 1,8 Mrd. EUR den höchsten Wert der vergangenen 14 Jahre. Shopping-Center trugen mit gut 880 Mio. EUR knapp die Hälfte zum Umsatz bei. Auch für dieses Segment wurde bisher (Daten verfügbar seit 2006) kein höherer Wert erzielt. Hauptverantwortlich für dieses Ergebnis war der Kauf des Shopping-Centers Forum für 576 Mio. EUR durch einen finnischen Investor. Am gesamten Investmentmarkt für Gewerbeimmobilien betrug der Anteil inländischer Investoren rund 70%. Die Spitzenrendite für Einzelhandelsobjekte in 1a-Lage in Helsinki gab 2016 nur leicht um 10 Bp. nach. Mit 4,40% wird der Tiefstand, der vor Ausbruch der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise erreicht wurde, aber bereits deutlich unterschritten. Hochwertige finnische Shopping-Center verzeichneten 2016 und im ersten Quartal 2017 eine Renditekompression um insgesamt 30 Bp. und stellten mit 4,50% den bisherigen Rekord ein.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (netto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Helsinki	Aleksanterinkatu / Pohjoisesplanadi	1.590	1,9	4,40	4,50	5,30	5,80
Tampere	Hämeenkatu	840	0,0	5,75	5,75	6,20	6,95
Turku	Yliopistonkatu	780	0,0	6,00	6,00	6,20	7,20

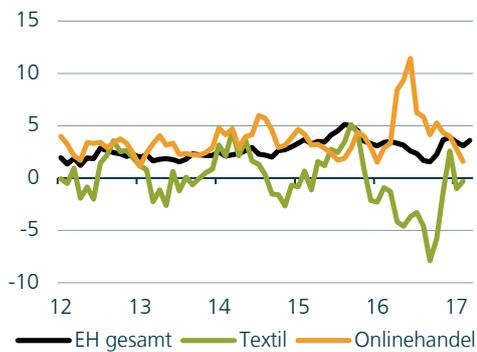
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

Frankreich

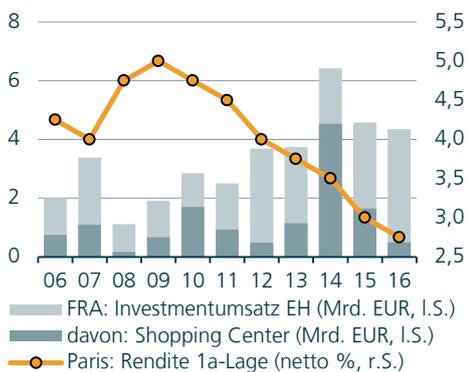
Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Auch wenn sich das Wachstum der Einzelhandelsumsätze 2016 gegenüber dem Vorjahr von 3,9% auf 2,9% verlangsamt hat, liegt der Anstieg deutlich über dem Euroland-Wert von 2,2%. Von den Anschlägen besonders belastet wurden die Umsätze im Bereich Bekleidung, Textilien und Schuhe. Internationale Modefilialisten erwiesen sich dennoch zusammen mit den Bereichen Freizeit/Sport sowie Gesundheit/Kosmetik als bedeutende Nachfragetreiber. Einige etablierte Retailer leiden unter der zunehmenden Konkurrenz durch neue Marken und Konzepte. Die Unternehmen sind bei der Standortoptimierung und im Bereich Expansion selektiv und konzentrieren sich auf die Hochfrequenzlagen insbesondere in Paris aber auch in den wichtigsten Regionalmetropolen. In Paris haben weiterhin Luxuslabels Flächenbedarf. Trotz steigender Leerstände waren französische Malls im europaweiten Vergleich weiterhin gut vermietet. Nach einem Fünfjahrestief in 2016 kommen 2017/18 wieder deutlich mehr Shopping-Center auf den Markt u.a. in Paris sowie in Metz und Lille im Norden. Marseille weist zudem eine volle Planungspipeline auf. Weiterhin befinden sich in Frankreich viele Fachmarktzentren oftmals als sog. Hybridprojekte in der Pipeline. Die Spitzenmiete im Topsegment auf der Avenue des Champs-Élysées ist mit 18.000 EUR/m²/Jahr für die Zone A bzw. 13.255 EUR/m²/Jahr für ein idealtypisches Ladenlokal nicht nur im nationalen sondern auch im internationalen Vergleich sehr hoch. 2013 war aufgrund des Markteintritts internationaler Marken ein starker Anstieg erfolgt. Für Ladenlokale in Toplagen werden sehr hohe Ablösesummen (Key Money) gezahlt. Für Paris werden für die kommenden Jahre etwas stärkere Mietanstiege als für die Regionalmetropolen erwartet. In Marseille war die Spitzenmiete 2015 wegen der Konkurrenz durch Projekte in Eurroméditerranée zurückgegangen. Ansonsten waren die Regionalmetropolen in der Vergangenheit durch eine hohe Stabilität geprägt.

Investmentmärkte

Mit 4,3 Mrd. EUR in 2016 wurde der Investmentumsatz vom Vorjahr leicht und das Rekordhoch von 6,4 Mrd. EUR in 2014 deutlich verfehlt. Anleger wichen wegen des fehlenden Angebotes an adäquaten Einkaufszentren vermehrt auf Fachmarktzentren aus, die mit 0,8 Mrd. EUR ein neues Rekordhoch verzeichneten. Mit 42% entfiel der Großteil auf innerstädtische Einzelhandelslagen. Im Vergleich zu den anderen Nutzungsarten war der Anteil ausländischer Anleger am Investmentvolumen mit insgesamt 44% weiterhin sehr hoch. Im ersten Quartal 2017 wurden nur 0,4 Mrd. EUR in Einzelhandelsobjekte investiert (-69% ggü. Q1/16). Nach einem Rückgang um 25 Bp. im vierten Quartal 2016 stagnierte die Spitzenrendite von Geschäftshäusern in 1a-Lage in Paris im ersten Quartal 2017 bei niedrigen 2,75%. Retail Parks im Spitzensegment rentierten im Vorjahresvergleich unverändert mit 5,0%, Einkaufszentren in Paris mit 3,65% und somit 35 Bp. niedriger.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17			Spitzenrendite (netto) in %			
		Zone A		idealtyp. Ladenlokal	Q1/17		Tief Hoch	
		€/m²/Jahr	% ggü. Vj.		Q1/17	Q4/15	06-08	10J
Paris	Champs Elysées	18.000	13.255	0,0	2,75*	3,00	4,00	5,00
Lille	R. Neuve	1.800	1.326	0,0	4,25	4,25	4,75	6,25
Lyon	R. de la Republique	2.500	1.841	0,0	3,85	4,00	4,75	6,25
Marseille	R. St Ferréol	1.500	1.105	0,0	4,75	4,75	4,75	6,25

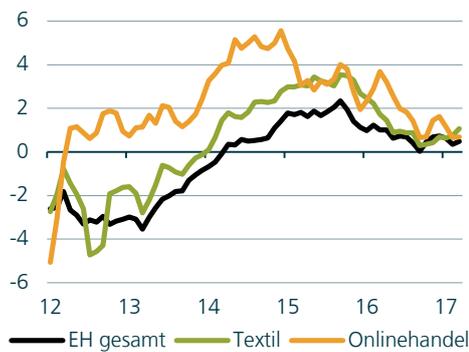
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank; *Rue Montaigne: 2,25%



12. Mai 2017

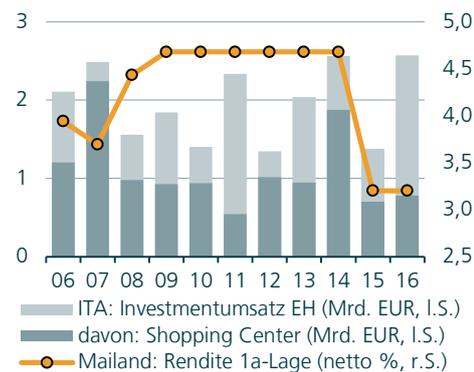
Italien

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe

Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank



Mietmärkte

Das Konsumentenvertrauen hat sich in der zweiten Jahreshälfte 2016 eingetrübt mit negativen Auswirkungen für den Einzelhandelsumsatz. Dieser verzeichnete 2016 ein Wachstum von 0,6% nach 1,7% im Vorjahr. Internationale Einzelhändler verhielten sich vorsichtig expansiv. Dies betraf sowohl bereits in Italien präsente als auch neue Marken. Die Nachfrage konzentrierte sich in erster Linie auf Mailand und Rom sowie die Tourismus-Hochburgen Florenz und Venedig mit einem hohen Anteil an Gästen aus den USA und Asien. Außerdem gefragt waren gut etablierte Shopping-Center und die 1a-Lagen der größeren Städte im Norden und Nordosten mit kaufkräftiger Bevölkerung, z.B. Padua oder Verona. Der Online-Handel gewinnt an Bedeutung, auch wenn der Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz noch vergleichsweise gering ist. 2016 betrug der Flächenzuwachs bei Shopping-Centern rund 0,3 Mio. m² in fünf neuen Centern und einer Erweiterung. Im ersten Quartal 2017 befanden sich 0,3 Mio. m² in Bau. Zu den größten Projekten zählen Maximo Shop & Fun mit 60.000 m² in Rom und Centro Adigeo in Verona mit 42.000 m². Ein Schwerpunkt wird in den kommenden Jahren auf der Erweiterung und Sanierung bestehender Objekte liegen, die bereits eine hohe Marktakzeptanz aufweisen. Mailand und Rom gehören neben London und Paris zu den teuersten Einzelhandelsstandorten Europas. Nach mehrjähriger Stagnation sind die Mieten in den Top-Lagen insbesondere 2015 kräftig gestiegen. 2016 schwächte sich das Mietwachstum ab. Ablösezahlungen (Key money) für Ladenlokale spielen eine große Rolle. Die Höhe der Zahlungen hat insbesondere in Mailand zugenommen, erreicht aber noch nicht wieder das Vorkrisenniveau. Bei den Spitzenmieten in 1a-Lagen werden zwischen 2017 und 2021 Anstiege von durchschnittlich knapp 3% pro Jahr erwartet.

Investmentmärkte

Einzelhandelsimmobilien generierten 2016 rund 28% des gesamten Transaktionsvolumens. Mit 2,6 Mrd. EUR lag der Investmentumsatz fast 90% über dem Vergleichswert des Vorjahres. Zu den größten Abschlüssen zählte der Verkauf eines Portfolios mit zwölf Geschäftsgebäuden in 1a-Lagen und zweier Outlet-Center als Teil eines paneuropäischen Portfolios. Für Outlets ist Italien nach UK der zweitgrößte Markt in Europa. Ein Drittel des gesamten Transaktionsvolumens entfiel auf Liegenschaften in 1a-Lagen, 31% auf Shopping-Center, 14% auf Fachmarktzentren und 13% auf Outlets. Die Spitzenrendite für gut positionierte größere Einkaufszentren blieb 2016 mit 5,0% stabil, bei Fachmarktzentren betrug der Rückgang 10 Bp. auf 5,9%. In den 1a-Lagen von Mailand und Rom kam es nach den starken Rückgängen im Vorjahr 2016 zu keinen Veränderungen. Im ersten Quartal 2017 gaben die Werte jedoch stark um 50 Bp. auf 2,75% nach.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (netto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Mailand	Via Montenapoleone	13.000	8,3	2,75	3,25	3,75	4,75
Rom	Via Condotti	11.000	0,0	2,75	3,25	4,00	4,75

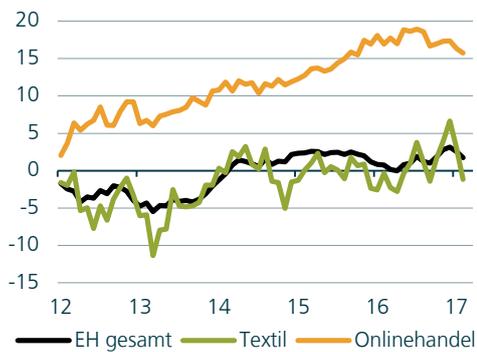
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

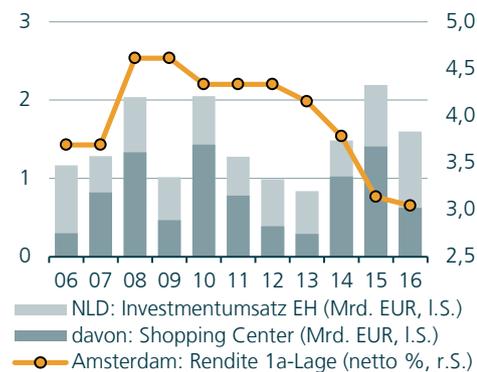
Niederlande

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*

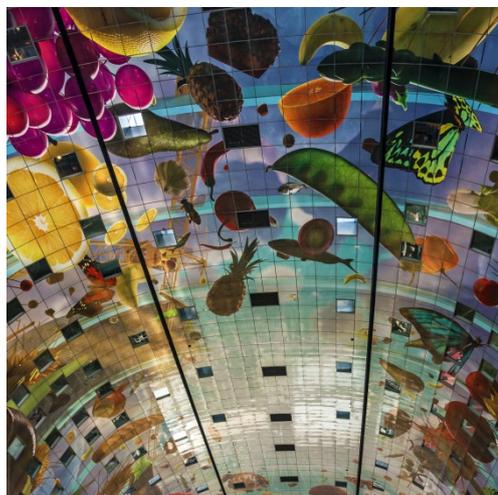


Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kraftfahrzeuge

Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank



Mietmärkte

Die Einzelhandelsumsätze expandierten 2016 um 1,3% und somit weniger dynamisch als 2015 mit 2,2%. Die Bereiche Textil, Bekleidung, Schuhe (+0,9%) sowie der seit Jahren boomende Online-Handel haben im Vorjahresvergleich hingegen an Dynamik gewonnen. Umsatzeinbrüche infolge der letzten Rezession insbesondere aber der E-Commerce-Boom und die damit einhergehenden strukturellen Umbrüche belasten den Einzelhandel und führten in den zurückliegenden Jahren zu zahlreichen Insolvenzen. Ende 2015 traf es die große traditionsreiche Warenhauskette V&D. Internationale Retailer auf Expansionskurs in den Toplagen der Großstädte profitieren hiervon. In Amsterdam waren insbesondere Modefilialisten auf der Suche nach Läden zur Eröffnung von Flagship Stores. Auch die Tourismus- und Shopping-Metropole konnte sich den Entwicklungen im Einzelhandel nicht entziehen: Der Leerstand in Malls erhöhte sich 2016 auf über 10% der Ladeneinheiten. Auch in den innerstädtischen Spitzenlagen stieg der Leerstand 2016 weiter an auf 4,4%. Die Spitzenmiete in der Toplage dürfte auch in den kommenden Jahren weiter steigen. Einige der einheimischen Händler können sich das hohe Mietniveau nicht mehr leisten und müssen auf angrenzende Lagen ausweichen. Parallel zur Toplage entwickelt sich ein neuer Einzelhandelskorridor im Bereich Rokin/Damrak. Neue Shopping-Center-Projekte gibt es in den Niederlanden wenige, die Entwicklertätigkeit konzentriert sich auf Sanierungen und Erweiterungen (u.a. Hoog Catherijne, Leidsenhage/Mall of the Netherlands). Moderne Markthallen wie in Rotterdam spiegeln den Bedeutungsgewinn von Lebensmitteln und der Gastronomie wider und tragen dem Zeitgeist der Konsumenten nach mehr Erlebnisorientierung Rechnung. In Gegenden mit Bevölkerungszuzug expandieren Supermarktketten.

Investmentmärkte

2016 wurden landesweit 1,6 Mrd. EUR in Einzelhandelsobjekte investiert und somit 27% weniger als 2015. Mit 2,2 Mrd. EUR war das Ergebnis von 2015 auch dank größerer Portfolioverkäufe an das Rekordhoch von 2005 herangerückt. Im ersten Quartal 2017 wurden mit 0,4 Mrd. EUR 12% weniger investiert als im Jahresauftaktquartal 2016. Etablierte große Einkaufszentren sind bei einheimischen und ausländischen Investoren begehrt, auch wenn der Anteil von Shopping-Centern seit 2014 rückläufig ist. Die Anleger konzentrieren sich insbesondere auch auf die innerstädtischen Toplagen in den Großstädten, wo das Angebot allerdings sehr knapp ist. Die Spitzenrendite für Geschäftshäuser in der 1a-Lage von Amsterdam gab auf Jahressicht um weitere 10 Bp. nach auf 3,3% und liegt somit deutlich unter dem Tiefstand von 2006/07. Auf Jahressicht kräftigere Rückgänge verzeichneten die übrigen Großstädte mit weiterhin allerdings deutlich höheren Niveaus. Hochwertige Retail Parks rentierten im ersten Quartal 2017 mit 6,5% und im Vorjahresvergleich somit 25 Bp. niedriger, Shopping-Center unverändert mit 5,25%.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (brutto) in %			
		€/m²/Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q1/16	Tief 06-08	Hoch 10J
Amsterdam	Kalverstraat	3.000	0,0	3,30	3,40	4,00	5,25
Rotterdam	Lijnbaan	1.600	0,0	3,80	4,10	4,75	5,50
Den Haag	Spuistraat	1.250	0,0	4,00	4,60	4,75	5,60
Utrecht	Lange Elisabethstraat	1.600	0,0	4,50	4,75	4,75	5,60
Eindhoven	Demer	1.200	0,0	4,75	4,75	4,75	5,60
Maastricht	Grote Straat	1.600	0,0	4,50	4,50	4,75	5,60

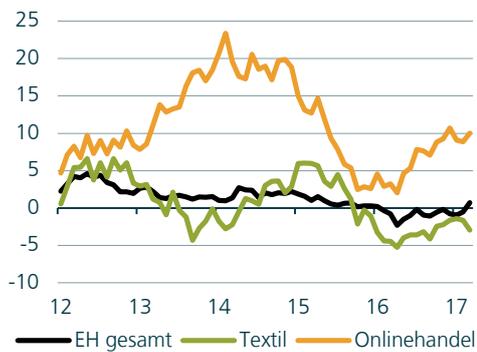
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

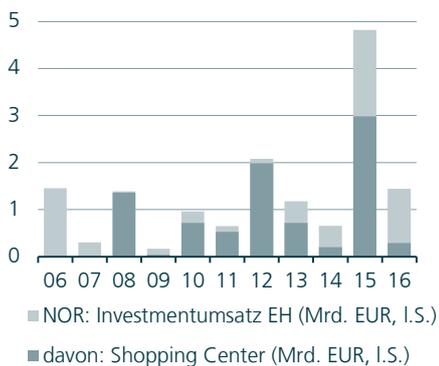
Norwegen

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe

Investmentumsatz



Quelle: CBRE, DekaBank



Mietmärkte

In Norwegen schrumpfte der Einzelhandelsumsatz 2016 preisbereinigt um 0,9%. Im stationären Handel fiel das Minus noch stärker aus, denn der Versand- und Internethandel stützte das Gesamtergebnis mit einem deutlichen Plus. Vor allem die vergleichsweise hohe Inflation dürfte den Handel belastet haben. Besonders schlecht schnitt der Handel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen ab, der 2016 nach Zuwächsen in den Vorjahren Einbußen von 3,5% hinnehmen musste. In der zweiten Jahreshälfte 2016 zeigten sich Einzelhändler zunehmend zögerlich bei Mietvertragsverhandlungen für hochpreisige Ladeneinheiten. Grundsätzlich verzeichnen die beiden wichtigsten 1a-Lagen Oslos, Karl Johans gate und Bogstadveien, seit geraumer Zeit eine hohe Nachfrage sowohl von heimischen als auch internationalen Einzelhändlern. Dies hat angesichts der begrenzten Verfügbarkeit von Ladenlokalen in den Top-Lagen dazu geführt, dass der Leerstand sehr gering ist. Nach kräftigen Anstiegen in den Vorjahren stagnierte die Spitzenmiete in Oslo (Karl Johans gate) bei 27.000 NOK/m²/Jahr. Aufgrund des mittlerweile hohen Niveaus dürfte der Spielraum für weitere Anstiege begrenzt sein. Bogstadveien hat in den Vorjahren keine vergleichbaren Mietanstiege erfahren, aktuell liegt das Niveau bei etwa 45% der Spitzenmiete. Angesichts der anhaltenden Nachfrage dürfte diese Lage 2017/18 Mietanstiege verzeichnen können und somit den Abstand zu Karl Johans gate etwas verringern. Hinsichtlich des Besatzes mit Shopping-Center-Flächen in Relation zur Einwohnerzahl nimmt Norwegen in Europa den Spitzenplatz ein. Mit etwa 65.000 m² befinden sich relativ wenige Flächen in Bau, überwiegend handelt es sich um Erweiterungen oder Sanierungen bestehender Center.

Investmentmärkte

Nach dem außergewöhnlichen Rekordjahr 2015, in dem mit gut 4,8 Mrd. EUR das Transaktionsvolumen höher war als in den vorangegangenen vier Jahren zusammen, normalisierte sich der Investmentumsatz in Norwegen 2016 mit einer Gesamtsumme von 1,4 Mrd. EUR wieder. Im Vorjahresvergleich bedeutet dies einen Rückgang um 70%. Dennoch liegt das Ergebnis noch 5% über dem Mittelwert der vorangegangenen zehn Jahre. Betrachtet man ausschließlich das Segment der Shopping-Center, so war der Rückgang im Vorjahresvergleich noch deutlicher: Nach fast 3 Mrd. EUR im Vorjahr betrug das Investmentvolumen 2016 nicht einmal mehr ein Zehntel. Der Anteil inländischer Investoren am Transaktionsvolumen aller gewerblichen Immobilien war 2016 mit rund 80% im europäischen Vergleich relativ hoch. Oslos Top-Einkaufslage verzeichnete 2016 einen Rückgang der Spitzenrendite um 50 Bp. auf 3,75%, sodass der Tiefstand von 2007/08 um 75 Bp. unterschritten wurde. Die Spitzenrendite für norwegische Shopping-Center gab im Jahresverlauf leicht nach auf 4,25%. Im ersten Quartal 2017 stagnierten die Spitzenrenditen sowohl für Oslos 1a-Lagen als auch für Shopping-Center.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (netto) in %				
		NOK/ m²/Jahr	% ggü. Vj.	€/m²/ Jahr*	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Oslo	Karl Johans gate	27.000	0,0	2.992	3,75	4,25	4,50	6,00
Oslo	Bogstadveien	12.000	0,0	1.330	4,00	4,75	4,50	6,00

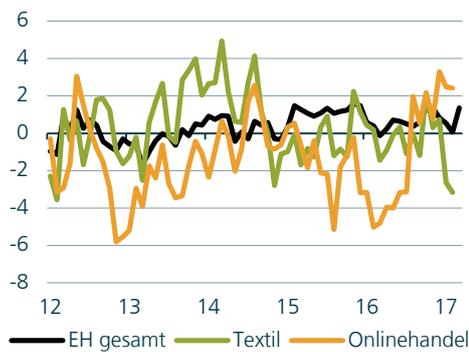
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank, *Wechselkurs Dez. 2016



12. Mai 2017

Österreich

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz verzeichnete 2016 ein Wachstum von 0,5% nach 1,6% im Vorjahr. Bei Textilien, Bekleidung und Schuhen waren bereits im zweiten Jahr in Folge Umsatzrückgänge zu verzeichnen bedingt durch die Konkurrenz des Onlinehandels. Die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen war 2016 stabil, gefragt waren insbesondere zentrale Citylagen und etablierte Shopping-Center. Wien ist für die Mehrheit der Newcomer der bevorzugte Standort für den Markteintritt. 2016 kamen landesweit zwei neue Einkaufszentren und zwei Erweiterungen bestehender Center mit rund 70.000 m² neu auf den Markt. In Wien eröffnete der erste Bauabschnitt von Huma eleven. Dabei handelt es sich um die Komplettsanierung und Erweiterung eines früheren Fachmarktzentums, das im Endausbau über rund 50.000 m² verfügen wird. Umbau, Erweiterung und Neupositionierung bestehender Objekte spielen aktuell eine größere Rolle als der Neubau von Shopping-Centern. Die Spitzenmiete in 1a-Lagen von Wien hat zwischen 2012 und 2014 ein im europaweiten Vergleich sehr dynamisches Wachstum von durchschnittlich gut 9% pro Jahr registriert. 2015 und 2016 schwächte sich das Mietwachstum ab. Der internationale Tourismus spielt für den Einzelhandel eine große Rolle vor allem in den teuersten Lagen Graben, Kohlmarkt und Kärntner Straße. Die Mariahilfer Straße orientiert sich eher an den einheimischen Konsumenten und profitiert von der Umwandlung in eine Fußgänger- bzw. Begegnungszone. Auf Fünfjahressicht dürfte der Mietanstieg in 1a-Lagen bei 1,5% pro Jahr liegen. In den Landeshauptstädten blieben die Spitzenmieten 2016 stabil.

Investmentmärkte

Nur rund 0,35 Mrd. EUR wurden 2016 in Einzelhandelsimmobilien investiert, ein Rückgang von 65% gegenüber dem Vorjahr, das durch einige große Portfolio-Transaktionen geprägt war. Der Anteil am Gesamtvolumen von Gewerbeimmobilien lag bei 13% (Vorjahr: 25%). Das Angebot an Top-Objekten in Wien ist knapp, sodass auch Liegenschaften in sekundären Lagen bzw. kleineren Standorten auf Interesse stoßen. Geschäftshäuser hatten einen Anteil von drei Vierteln am Investmentvolumen. Zu erwähnen ist der Verkauf des Stafa Towers an der Mariahilfer Straße. Die Rendite in den Toplagen von Wien verringerte sich 2016 um 50 Bp. auf 3,25%. In den 1a-Lagen der Landeshauptstädte lagen die Spitzenrenditen ca. 100 bis 150 Bp. höher als in Wien. Die Renditen für Shopping-Center und Fachmarktzentren gaben 2016 um jeweils 15 Bp. nach auf 4,1% bzw. 5,75%. Im ersten Quartal 2017 blieben die Renditen stabil.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q4/16		Spitzenrendite (netto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q4/16	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Wien	Kärntner Straße	3.660	1,7	3,25	3,75	4,50	4,70
Salzburg	Getreidegasse	1.500	0,0	4,70	4,90	4,70	5,30
Graz	Herrengasse	1.320	0,0	4,30	4,60	5,10	5,60

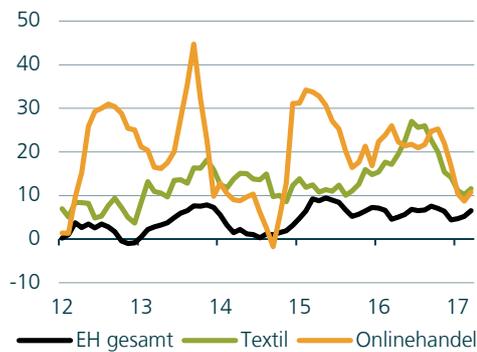
Quelle: Cushman & Wakefield, PMA, DekaBank



12. Mai 2017

Polen

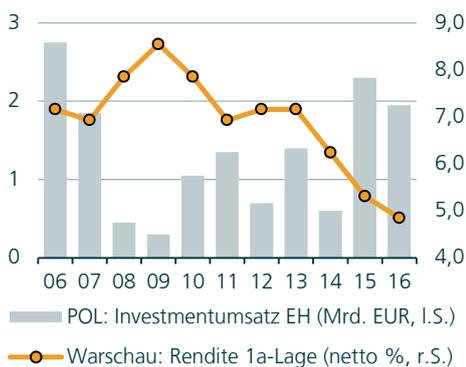
Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj. *



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, DekaBank

Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz verzeichnete 2016 ein Wachstum von 5,8% und blieb damit unter dem Vorjahreswert von 7,6%. Vor allem die Schlüsselbranchen Mode und Gesundheit/Kosmetik wuchsen zweistellig. Vor diesem Hintergrund hielt die Expansion nationaler und internationaler Filialisten unvermindert an. Etwa 40% der Markteintritte entfielen auf Luxusmarken. Warschau ist für 80% der Newcomer der bevorzugte Standort, vor allem in etablierten Shopping-Centern. Trotz hoher Zuwachsraten spielt der Online-Handel im europäischen Vergleich eine bescheidene Rolle. Das Fertigstellungsvolumen für Shopping-Center lag mit 0,25 Mio. m² in acht Objekten deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt. Im ersten Quartal 2017 befanden sich 0,65 Mio. m² in Bau mit Schwerpunkt auf Großformaten über 60.000 m² in Warschau (Galeria Polnocna), Breslau (Wroclavia) und Danzig (Forum Gdansk). Dadurch dürfte sich die bereits sehr hohe Flächendichte einiger Top-Standorte weiter erhöhen. Die Leerstandsquote in den Einkaufszentren der sechs größten Städte lag Ende 2016 bei durchschnittlich 6,4% (bezogen auf die Anzahl der Ladenlokale). Die Mieten für Shopping-Center blieben 2016 überwiegend stabil. Aufgrund des hohen Neubauvolumens sollte sich die Polarisierung weiter verstärken. Während Objekte mit optimalem Standort und Mietermix aufgrund der hohen Nachfrage leichte Mietzuwächse verbuchen dürften, sind in schlecht konzipierten Centern in sekundären Lagen steigende Leerstände und Mieterückgänge zu erwarten. Im Gegensatz zu Breslau und Krakau sind in Warschau, Posen und Lodz die Mieten in innerstädtischen Shopping-Centern höher als in 1a-Lagen, deren Filialisierungsgrad sehr niedrig ist. Durch die Etablierung neuer Lagen in Warschau, z.B. Mokotowska, besteht jedoch Mietwachstumspotenzial, das auf Fünfjahressicht bei gut 4% pro Jahr liegen dürfte.

Investmentmärkte

Einzelhandelsimmobilien generierten im vergangenen Jahr 42% des gesamten gewerblichen Transaktionsvolumens. Mit 1,9 Mrd. EUR fiel der Umsatz in diesem Marktsegment 14% niedriger aus als im Vorjahr. Verkauft wurden u.a. die Shopping-Center Bonarka in Krakau (361 Mio. EUR) und das Echo Investment Portfolio mit 10 Objekten (641 Mio. EUR). Das Interesse an gut positionierten Shopping-Centern richtete sich jedoch auch auf kleinere Großstädte und Mittelstädte. Dies belegen Akquisitionen in Olsztyn (Galeria Warminska, 150 Mio. EUR) und Slupsk (Jantar, 92 Mio. EUR). Die Spitzenrenditen für Shopping-Center und Fachmarktzentren haben sich 2016 um jeweils 25 Bp. auf 5,25 bzw. 7,25% vermindert. In den 1a-Lagen der Innenstädte betrug der Renditerückgang 50 Bp. auf Werte zwischen 5,25% in Warschau bis hin zu 6,75% in Breslau. Im ersten Quartal 2017 gab es keine Veränderungen.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (brutto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Warschau	Novy Swiat	1.080	0,0	5,25	5,75	7,50	9,50
Krakau	Florianska	900	0,0	5,75	6,25	7,75	9,75
Breslau	Swidnicka	480	0,0	6,75	7,25	8,25	10,00

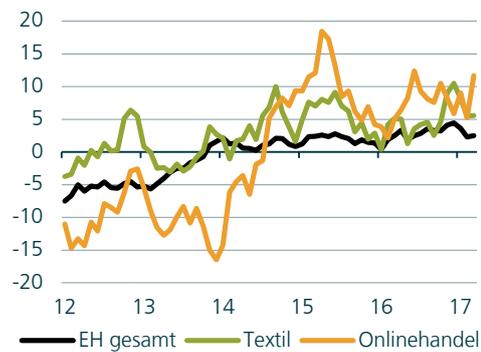
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

Portugal

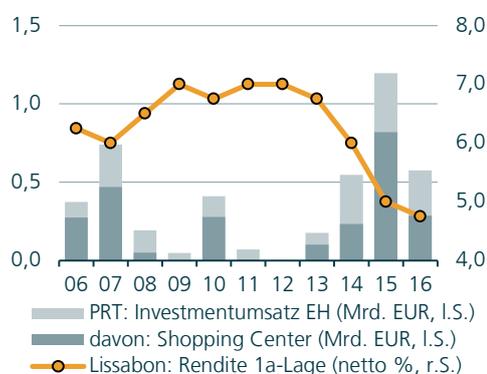
Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Die Expansion der Einzelhandelsumsätze hat 2016 weiter an Dynamik gewonnen. Der Textilhandel (+5,2% ggü. 2015) hat sich deutlich dynamischer als im Euroraum (-0,1%) entwickelt. Der Nachholbedarf im Online-Handel zeigt sich in seit 2015 hohen Zuwachsraten. Die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen hat sich im Laufe 2016 von den Toplagen auf weitere innerstädtische Einkaufslagen in Lissabon und in Porto sowie auf Shopping-Center generell ausgeweitet. Wie schon 2015 war die Gastronomie ein wichtiger Wachstumstreiber gefolgt von der Modebranche. Der innerstädtische Einzelhandel Lissabons hat große Konkurrenz durch etablierte Einkaufszentren in Vorortlagen. Durch die zunehmende Präsenz internationaler Modefilialisten in der Rua Garrett im Bezirk Chiado sowie durch gehobene Modeanbieter entlang der Avenida da Liberdade wurde der innerstädtische Einzelhandel jedoch aufgewertet. Insbesondere das historische Zentrum profitiert vom Tourismusboom. Die Spitzenmiete in Lissabon verzeichnete in den zurückliegenden drei Jahren Anstiege um insgesamt 20%. Der Leerstand portugiesischer Malls ging 2016 weiter auf 6,5% zurück. Große Center (> 40.000 m²) hatten einen niedrigen Leerstand von 5,4% der Ladeneinheiten, Center bis 40.000 m² mit 8,1% einen deutlich höheren. Nachdem die Bautätigkeit krisenbedingt jahrelang nahezu zum Erliegen kam, wurde 2016 mit Nova Arcada in Braga ein 69.000 m² großes Einkaufszentrum im Norden des Landes fertiggestellt. 2017/18 dürften die Neubauvolumina überschaubar bleiben. In den Krisenjahren waren die Mieten für Shopping-Center zurückgegangen, konnten sich dann 2014 stabilisieren. Bis 2021 wird für moderne Malls eine ähnliche Dynamik wie 2015/16 mit Anstiegen von durchschnittlich etwa 3% pro Jahr erwartet. Die Miete in etablierten Shopping-Centern stieg 2016 in der Spitze auf 100 EUR/m²/Monat und lag für Retail-Parks unverändert bei 10 EUR/m²/Monat.

Investmentmärkte

Der Investmentumsatz mit Einzelhandelsimmobilien hat sich 2016 im Vergleich zum Vorjahr auf 575 Mio. Euro halbiert. Die hohe Liquidität, das im europaweiten Vergleich sehr attraktive Renditeniveau und die Verfügbarkeit von Core-Objekten hatten dem Investmentmarkt 2015 zu einem außergewöhnlichen Umsatzrekord von 1,2 Mrd. EUR verholfen. Das zehnjährige Mittel von 375 Mio. Euro bis einschließlich 2015 wurde auch 2016 bei weitem übertroffen. Im ersten Quartal 2017 hat sich der Umsatz gegenüber dem ersten Quartal 2016 erneut mehr als halbiert auf 155 Mio. EUR. Der Einzelhandelsanteil am gesamten Gewerbe-Transaktionsvolumen lag wie schon in 2016 bei 44% und somit deutlich niedriger als in den drei vorangegangenen Jahren mit durchschnittlich 60%. Geschäftshäuser in der 1a-Lage von Lissabon rentierten im ersten Quartal 2017 mit 4,75% in der Spitze und somit 25 Bp. niedriger als im vierten Quartal 2015. Die Spitzenrenditen für hochwertige Shopping-Center und Fachmarktzentren gaben auf Jahressicht um 50 bzw. 25 Bp. nach auf 5,0 respektive 7,0%.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (netto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Lissabon	Chiado	1.260	7,7	4,75	5,00	k.A.	7,00
Lissabon	Av. Liberdade	1.140	5,6	4,75	5,00	6,00	7,25
Oporto	R.d. Santa Catarina	720	k.A.	6,00	6,50	6,75	9,00

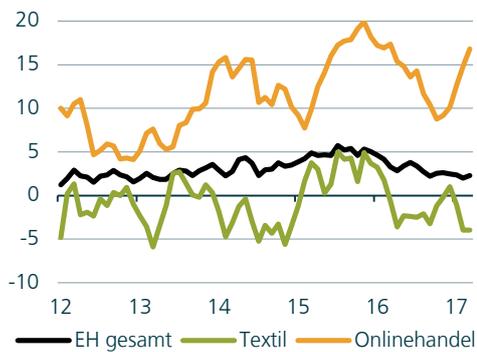
Quelle: Cushman & Wakefield, JLL, PMA, DekaBank



12. Mai 2017

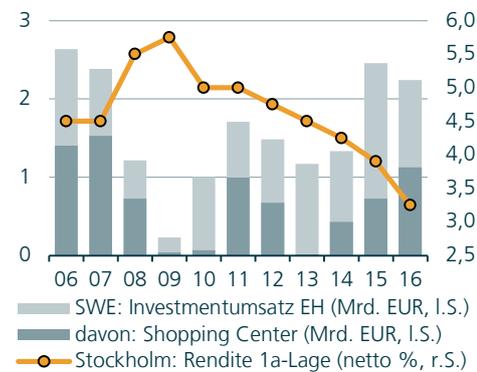
Schweden

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe

Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank



Mietmärkte

Der schwedische Einzelhandel entwickelte sich in den vergangenen Jahren sehr dynamisch. Mit einem Plus von preisbereinigt 2,9% entsprach der Umsatzanstieg 2016 dem durchschnittlichen Zuwachs der vorangegangenen fünf Jahre. Der Versand- und Internethandel wuchs zuletzt mit zweistelligen Raten, wohingegen der stationäre Handel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen Umsatzrückgänge hinnehmen musste. Europaweit gehört der Großraum Stockholm zu den Regionen mit dem höchsten Bestand an Shopping-Center-Flächen in Relation zur Einwohnerzahl. Dennoch weisen die innerstädtischen Lagen einen attraktiven Mix an Einzelhändlern und eine hohe Passantenfrequenz auf. Mit der Mall of Scandinavia wurde im November 2015 in Solna, nördlich der Hauptstadt, das größte Shopping-Center des Landes eröffnet. Während sich dadurch die Konkurrenzsituation für andere Center im Norden des Einzugsgebiets verschärft hat, wurden bisher keine signifikanten Auswirkungen auf die innerstädtischen Einkaufslagen festgestellt. Die Leerstandsquote im Stadtzentrum ist weiterhin niedrig. Die Spitzenmiete in der 1a-Lage der Hauptstadt zog 2016 um 4% auf 15.500 SEK/m²/Jahr an. Angesichts des Stockholmer Mietniveaus, das noch immer deutlich unterhalb der Werte vergleichbarer Städte wie Kopenhagen oder Oslo liegt, erscheint ein Anstieg der Spitzenmiete von gut 3% pro Jahr auf Sicht der nächsten fünf Jahre realisierbar. Landesweit sieht sich der stationäre Einzelhandel allerdings großen Herausforderungen gegenüber. Neben der hohen Dynamik des E-Commerce belastet auch der niedrige Außenwert der Schwedischen Krone die Profitabilität, z.B. über höhere Importpreise. Einige Händler versuchen über Omnichannel-Strategien, in einigen Fachmarktzentren aber auch über eine Verkleinerung der Verkaufsflächen, darauf zu reagieren.

Investmentmärkte

Trotz eines Umsatzrückgangs um 9% im Vergleich zum Vorjahr konnte sich der schwedische Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien 2016 wieder an die Spitze der skandinavischen Länder setzen. Mit einem Transaktionsvolumen von gut 2,2 Mrd. EUR konnte die Pole Position von Norwegen zurückgeholt werden. Das Segment Shopping-Center trug rund die Hälfte zum Umsatz bei. Der größte Deal war der Kauf eines sechs Fachmarkt- und Einkaufszentren umfassenden Portfolios für knapp 335 Mio. EUR durch einen schwedischen Investor. Hinsichtlich des gesamten Gewerbeimmobilienmarktes war der Anteil inländischer Investoren 2016 in Schweden im europäischen Vergleich mit 88% besonders hoch. In Stockholms 1a-Lage sank die Spitzenrendite 2016 um 65 Bp. auf 3,25% und verharrte im ersten Quartal 2017 auf diesem Niveau. Der Tiefstand aus der Zeit vor Ausbruch der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise wurde um 125 Bp. unterschritten. Die Spitzenrendite schwedischer Shopping-Center stagnierte 2016 und zu Jahresbeginn 2017 bei 4,25% und lag damit nur 25 Bp. unter dem Tiefstand des vorherigen Zyklus.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17			Spitzenrendite (netto) in %			
		SEK/ m²/Jahr	% ggü. Vj.	€/m²/ Jahr*	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Stockholm	Biblioteksgatan	15.500	4,0	1.596	3,25	3,90	4,50	5,75
Göteborg	Hamngatan/Ostra Nord	8.100	0,0	834	3,75	4,25	5,25	6,00
Malmö	Hansakompaniet	6.200	0,0	639	4,50	4,75	5,50	6,00

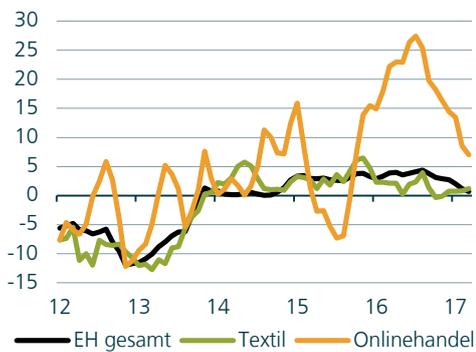
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank, *Wechselkurs Dez. 2016



12. Mai 2017

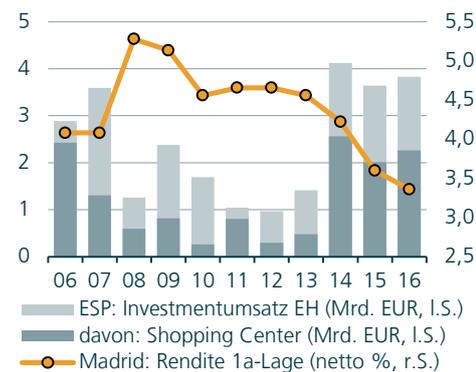
Spanien

Einzelhandelsumsätze ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe

Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank



Mietmärkte

Der Einzelhandel in Spanien profitiert von der rückläufigen Arbeitslosigkeit, die Umsätze legten 2015/16 um 3,0% bzw. 3,5% zu. Während die Textil-, Bekleidungs- und Schuhbranche 2016 eine schwache Entwicklung verzeichnete (+1,5%), boomte der Online-Handel (+20,4%). Als Reaktion auf die stark steigenden Online-Umsätze setzen typische Mieter großer Flächen in Fachmärkten und Shopping-Centern wie z.B. Decathlon auf den Omnichannel-Ausbau und auf die Eröffnung kleiner urban stores. Internationale Retailer, oftmals aus dem Fashionsegment, sind weiterhin auf der Suche nach Ladenflächen in den begehrten Lagen der Großstädte. Die Nachfrage ist jedoch selektiv. Im Fokus der Unternehmen sind Läden in etablierten Einkaufszentren und insbesondere in den Hochfrequenzlagen von Madrid und der Tourismusmetropole Barcelona. Diese verzeichneten 2015/16 steigende Mieten. Für Ladenlokale in Toplagen werden z.T. sehr hohe Ablösesummen (Key Money) gezahlt. In Madrid bietet die Gran Vía - im Gegensatz zur traditionellen Toplage Calle Preciados - von internationalen Filialisten gefragte große Flächeneinheiten zur Eröffnung von Flagship Stores, was sich in den vergangenen Jahren in kräftigen Mietsteigerungen widerspiegelte. In Spanien werden sowohl für die 1a-Lagen in den beiden Städten als auch für moderne etablierte Shopping-Center bis 2021 im europaweiten Vergleich überdurchschnittliche Mietanstiege von 4% pro Jahr und mehr erwartet. Große und dominante Center haben die niedrigsten Leerstände und die besten Perspektiven. Die Fertigstellungen haben 2016 gegenüber den schwachen Vorjahren angezogen, bleiben mittelfristig aber moderat. Auf längere Sicht könnten allerdings sehr große Malls realisiert werden.

Investmentmärkte

Mit 3,8 Mrd. EUR verzeichnete das mit spanischen Einzelhandelsimmobilien generierte Investmentvolumen 2016 ein Plus von 5% gegenüber dem Vorjahresniveau. Der bisherige Rekordumsatz von 4,1 Mrd. EUR in 2014 wurde angebotsbedingt leicht verfehlt, das zehnjährige Mittel von 2,3 Mrd. EUR hingegen bei weitem übertroffen. Auf Shopping-Center entfielen im vergangenen Jahr 59% des Umsatzes, 2014/15 waren es 62% bzw. 55%. Im Jahresauftaktquartal 2017 wurden weitere 1,2 Mrd. EUR in Einzelhandelsimmobilien investiert und somit 49% mehr als im ersten Quartal 2016. Die Spitzenrenditen von Geschäftshäusern in 1a-Lagen von Barcelona und Madrid gaben 2016 und im ersten Quartal 2017 um jeweils 25 bzw. 10 Bp. auf 3,4% nach. In den anderen Großstädten gaben die Renditen im gleichen Zeitraum ähnlich stark nach, die Niveaus sind mit 4,6% und mehr weiterhin deutlich höher. Der Nachfrageüberhang nach hochwertigen Shopping-Centern führte 2016 zu einem Renditerückgang um 75 Bp. auf 4,25%, bei Retail Parks um 50 Bp. auf 5,5% in der Spitze. Im ersten Quartal 2017 ergaben sich keine Änderungen.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (brutto) in %			
		€/m²/Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Madrid	Preciados	3.180	3,9	3,40	3,75	4,00	5,50
Barcelona	Portal de L'Angel	3.360	1,8	3,40	3,75	4,00	5,50
Sevilla	Tetuan	1.500	0,0	4,70	5,00	4,50	6,00
Bilbao	Gran Vía	1.500	0,0	4,60	5,00	4,50	6,25
Valencia	Colon	1.560	0,0	4,70	5,00	4,50	6,00

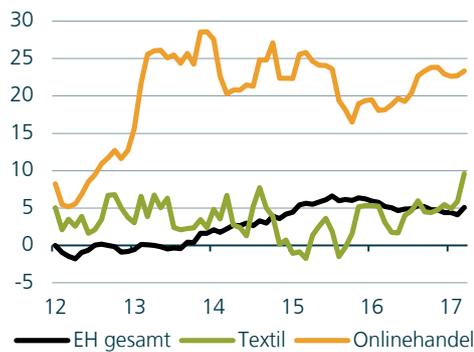
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

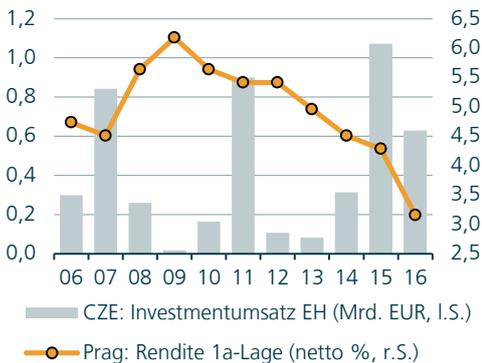
Tschechische Republik

Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj. *



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe

Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: PMA, DekaBank



Mietmärkte

Der Einzelhandelsumsatz verzeichnete 2016 ein Wachstum von 4,9% nach 6,0% im Vorjahr. Während die Lebensmittelbranche einen geringeren Umsatzzuwachs erreichte, registrierten Textilien, Bekleidung und Schuhe den stärksten Zuwachs seit acht Jahren. Unerreichbar blieb jedoch wie in den Vorjahren der Online-Handel, dessen Umsatz 2016 um 21% zulegte. Nationale und internationale Filialisten konzentrieren sich bei ihrer Expansion in erster Linie auf die 1a-Lagen von Prag und die besten Shopping-Center, z.B. Centrum Chodov, Centrum Cerny Most, Novy Smichov und Palladium. Die Regionalzentren haben dagegen nachrangige Bedeutung. Das Neubauvolumen bei Shopping-Centern hat seit 2015 deutlich abgenommen. 2016 kamen ein neues Objekt und eine Sanierung mit zusammen rund 35.000 m² auf den Markt. In Bau befanden sich im ersten Quartal 2017 rund 50.000 m², wovon allein 38.000 m² auf die Erweiterung von Centrum Chodov in Prag entfielen. Angesichts des Sättigungsgrades, der in Prag und den Regionalzentren bereits erreicht ist, dürfte sich der Verkaufsflächenzuwachs weiter verlangsamen. Der Schwerpunkt verlagert sich in Richtung Refurbishment und Erweiterung bestehender Shopping-Center. Die Leerstandsquote in den Einkaufszentren von Prag, Brünn und Pilsen lag Ende 2016 bei durchschnittlich knapp 6% (bezogen auf die Anzahl der Ladenlokale). Die Spitzenmiete in der 1a-Lage von Prag erhöhte sich 2016 um gut 5%. In den kommenden fünf Jahren dürfte das Mietwachstum bei rund 3,5% pro Jahr liegen. In den Regionalzentren blieb das Mietniveau in 1a-Lagen unverändert. Das Mietniveau in gut etablierten Shopping-Centern liegt in Prag mit Ausnahme des Palladium deutlich unter den 1a-Lagen, in den Regionalzentren gibt es dagegen kaum Unterschiede.

Investmentmärkte

Auf Einzelhandelsimmobilien entfielen 2016 knapp 16% des landesweiten Transaktionsvolumens. Mit 0,6 Mrd. EUR fiel der Umsatz in diesem Marktsegment 45% niedriger aus als im Vorjahr, in das der Verkauf des Palladium fiel. Verkauft wurden 2016 u.a. Shopping-Center in Prag (Galeria Harfa), Liberec (Forum) und Usti nad Labem (Forum) sowie Geschäftshäuser in der Prager Altstadt. Die Spitzenrendite für Shopping-Center und Fachmarktzentren hat sich 2016 um 50 bzw. 75 Bp. auf 5,0 bzw. 6,25% vermindert. In der 1a-Lage von Prag betrug der Renditerückgang hohe 125 Bp. auf 3,5%. In den Regionalmetropolen, deren 1a-Lagen ein deutlich höheres Renditeniveau aufweisen, fiel der Rückgang geringer aus. Im ersten Quartal 2017 kam es bei Shopping-Centern zu einem weiteren Renditerückgang um 25 Bp.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Q1/17		Spitzenrendite (brutto) in %			
		€/m ² /Jahr	% ggü. Vj.	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
Prag	Na Přikopě	2.520	5,0	3,50	4,75	5,00	7,00
Brünn	Náměstí Svobody	840	0,0	7,00	7,75	6,50	8,50

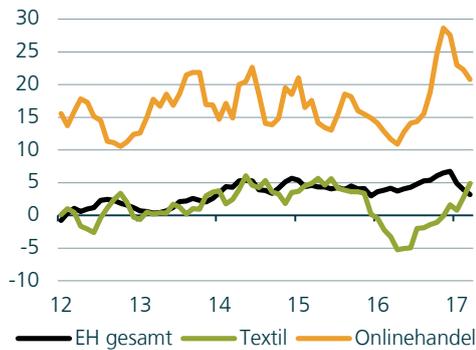
Quelle: Cushman & Wakefield, DekaBank



12. Mai 2017

Vereinigtes Königreich

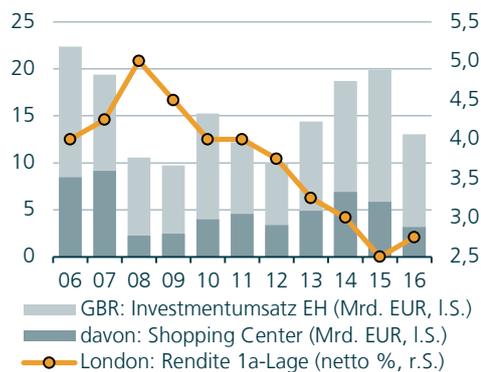
Einzelhandelsumsätze in % ggü. Vj.*



Quelle: Eurostat, DekaBank; *preis- und saisonbereinigt, rollierender Dreimonatsdurchschnitt, ohne Kfz/Kraftstoffe



Investmentumsatz und Spitzenrendite



Quelle: CBRE, PMA, DekaBank

Mietmärkte

Das Konsumentenvertrauen schwächte sich 2016 im Umfeld des EU-Referendums zwar ab, dennoch blieb das Umsatzwachstum im Einzelhandel relativ robust. Es lag bei 5,1% nach 4,0% im Vorjahr und wurde durch Preisnachlässe beeinflusst. Diese lassen sich nach der Abwertung des britischen Pfunds jedoch nur noch schwer aufrechterhalten. Der Anstieg der Inflation dürfte das Umsatzwachstum im laufenden Jahr dämpfen. Der Versand- und Internet-Handel hat sich weiter dynamisch entwickelt, UK weist die höchste Online-Durchdringung Europas auf. Der Bereinigungsprozess unter den britischen Filialisten hielt an. In den großen überregionalen Shopping-Centern sowie in den besten Lagen Londons und der Regionalzentren war die Nachfrage seitens nationaler und internationaler Filialisten stabil. Der für Ausländer günstige Wechselkurs sorgte insbesondere in London für zusätzliche Impulse. Dahingegen litten sekundäre Shopping-Center ebenso wie Nebenlagen in den Stadtzentren unter konstant abnehmender Nachfrage. 2016 wurden vier neue Shopping-Center und eine Erweiterung mit zusammen 0,1 Mio. m² eingeweiht. Im laufenden Jahr wird das Neubauvolumen ca. 0,2 Mio. m² erreichen, wobei Sanierungen und Erweiterungen bestehender großer etablierter Center im Vordergrund stehen wie z.B. Westgate in Oxford und Westfield London. London zählt neben Paris zu den teuersten Einzelhandelsstandorten Europas und dient vielen internationalen Filialisten als Basis für ihre Expansion in Europa. Der Mietanstieg in der Oxford Street lag zwischen 2011 und 2016 bei knapp 6% pro Jahr. In den Regionalstädten fiel das Mietwachstum 2016 in Glasgow und Manchester besonders kräftig aus. Für die kommenden Jahre wird eine verhaltene Entwicklung erwartet.

Investmentmärkte

Die Verunsicherung der Investoren nach dem Brexit-Votum spiegelte sich auch im rückläufigen Transaktionsvolumen und steigenden Renditen wider. 2016 wurden 13,1 Mrd. EUR in Handelsimmobilien investiert, ein Drittel weniger als im Vorjahr. Davon entfielen 3,2 Mrd. EUR auf Shopping-Center (Vorjahr: 5,9 Mrd. EUR). Zu den größten Abschlüssen zählten Grand Central und Intu Merry Hill (50%) in bzw. bei Birmingham. Im ersten Quartal 2017 ergab sich im Vorjahresvergleich ein weiterer Rückgang um 30% auf 2 Mrd. EUR (-23% auf Pfund-Basis). Die Spitzenrendite für Shopping-Center erhöhte sich 2016 um 15 Bp. auf 4,65%, die Spannbreite zwischen prime und secondary hat sich auf 310 Bp. ausgeweitet. Bei Fachmarktzentren stieg die Rendite um 40 Bp. auf 4,75%. In den 1a-Lagen von London erhöhte sich die Spitzenrendite im dritten Quartal um 25 Bp. auf 2,75%. In den beiden folgenden Quartalen blieben die Renditen in London und den Regionalstandorten stabil.

Einzelhandel 1a-Lagen

Standort	1a-Lage	Spitzenmiete Zone A Q4/16			Spitzenrendite (netto) in %			
		GBP/ sf/Jahr	% ggü. Vj.	€/m ² / Jahr*	Q1/17	Q4/15	Tief 06-08	Hoch 10J
London	Oxford Street	950	5,6	12.110	2,75	2,50	4,00	5,25
Birmingham	High Street	320	0,0	4.079	4,50	4,75	4,25	6,50
Glasgow	Buchanan Street	310	17,0	3.952	4,25	4,50	4,00	6,75
Manchester	Market Square	300	9,1	3.824	4,00	4,50	4,25	6,75

Quelle: Cushman & Wakefield, PMA, DekaBank; *Wechselkurs Dez. 2016



12. Mai 2017

Tabellenanhang

Shopping-Center-Strukturen im europaweiten Vergleich per Q1/2017

Land	Flächenbestand			Flächen nach Größe in m² (%)			Flächen nach Baujahr (%)				
	Mio. m²	% p.a. 2011-16	m²/Tsd. Einw.	5.000-15.000	15.000-40.000	über 40.000	vor 1980	80-89	90-99	00-09	seit 2010
Belgien	1,6	1,5	144	20	42	38	39	6	19	25	12
Dänemark	1,8	1,1	316	34	42	24	42	5	15	29	9
Deutschland	12,5	2,7	154	19	51	30	16	6	33	29	16
Finnland	2,4	4,2	442	24	43	33	7	9	17	41	25
Frankreich	17,9	1,9	268	23	49	28	44	19	13	13	11
Italien	15,0	1,5	247	25	55	20	5	6	29	46	15
Niederlande	6,0	1,8	354	47	35	18	43	13	12	19	12
Österreich	3,0	1,9	342	20	40	40	16	13	27	28	16
Polen	9,3	4,9	244	15	49	36	1	0	19	50	31
Portugal	3,1	0,9	303	11	42	47	3	3	32	53	8
Schweden	5,0	2,5	512	29	40	31	36	14	16	19	15
Spanien	13,2	1,6	284	19	37	43	3	10	29	46	12
Tschechien	2,5	3,6	234	11	50	39	0	0	12	67	21
Vereinigtes Königreich	18,2	1,2	279	22	40	38	34	16	21	23	7

Quelle: PMA, DekaBank

Redaktionsschluss

12. Mai 2017

Internet: <https://deka.de/deka-gruppe/research>

Impressum: <https://deka.de/deka-gruppe/impressum>

Rechtliche Hinweise:

Diese Informationen inklusive Einschätzungen wurden von der DekaBank nur zum Zwecke der Information des jeweiligen Empfängers erstellt. Die Informationen stellen weder ein Angebot, eine Einladung zur Zeichnung oder zum Erwerb von Finanzinstrumenten noch eine Empfehlung zum Erwerb dar. Die Informationen oder Dokumente sind nicht als Grundlage für eine vertragliche oder anderweitige Verpflichtung gedacht. Auch eine Übersendung dieser Information stellt kein Angebot, Einladung oder Empfehlung dar. Diese Information ersetzt nicht eine (Rechts-, Steuer- und / oder Finanz-) Beratung. Jeder Empfänger sollte eine eigene unabhängige Beurteilung, eine eigene Einschätzung und Entscheidung vornehmen. Insbesondere wird jeder Empfänger aufgefordert, eine unabhängige Prüfung vorzunehmen und/oder sich unabhängig fachlich beraten zu lassen und seine eigenen Schlussfolgerungen im Hinblick auf wirtschaftliche Vorteile und Risiken unter Berücksichtigung der rechtlichen, regulatorischen, finanziellen, steuerlichen und bilanziellen Aspekte zu ziehen. Es handelt sich bei dieser Information um unsere im Zeitpunkt der Veröffentlichung aktuellen Einschätzungen. Die Einschätzungen können sich jederzeit ohne Ankündigung ändern. Die hier abgegebenen Einschätzungen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen und stammen oder beruhen (teilweise) aus von uns nicht überprüfbar, allgemein zugänglichen Quellen. Eine Haftung für die Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der gemachten Angaben und Einschätzungen, einschließlich etwaiger rechtlichen Ausführungen, ist ausgeschlossen. Diese Information inklusive Einschätzungen dürfen weder in Auszügen noch als Ganzes ohne schriftliche Genehmigung durch die DekaBank vervielfältigt oder an andere Personen weitergegeben werden.