



GPEP WHITEPAPER

Unsere TOP 10

Warum sich Investments in Immobilien
des Lebensmitteleinzelhandels lohnen.



10 überzeugende Gründe, in Immobilien des Lebensmittel-einzelhandels zu investieren

Die von Zinserhöhungen geprägten Jahre 2022 und 2023 führten zu einer Neubewertung des Immobilienmarktes, aus der sich nun attraktive Investitionsmöglichkeiten ergeben. Besonders das Segment der Immobilien des Lebensmitteleinzelhandels - Supermärkte, Lebensmittel-Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser - sticht hervor.

Diese zeichnen sich durch ein exzellentes Rendite-Risiko-Verhältnis aus und bieten aufgrund der soliden wirtschaftlichen Performance ihrer Hauptmieter hohe Stabilität und Sicherheit für Investitionen. Im Folgenden erläutern wir zehn Schlüsselargumente, die für Investitionen in diese attraktive Assetklasse sprechen.

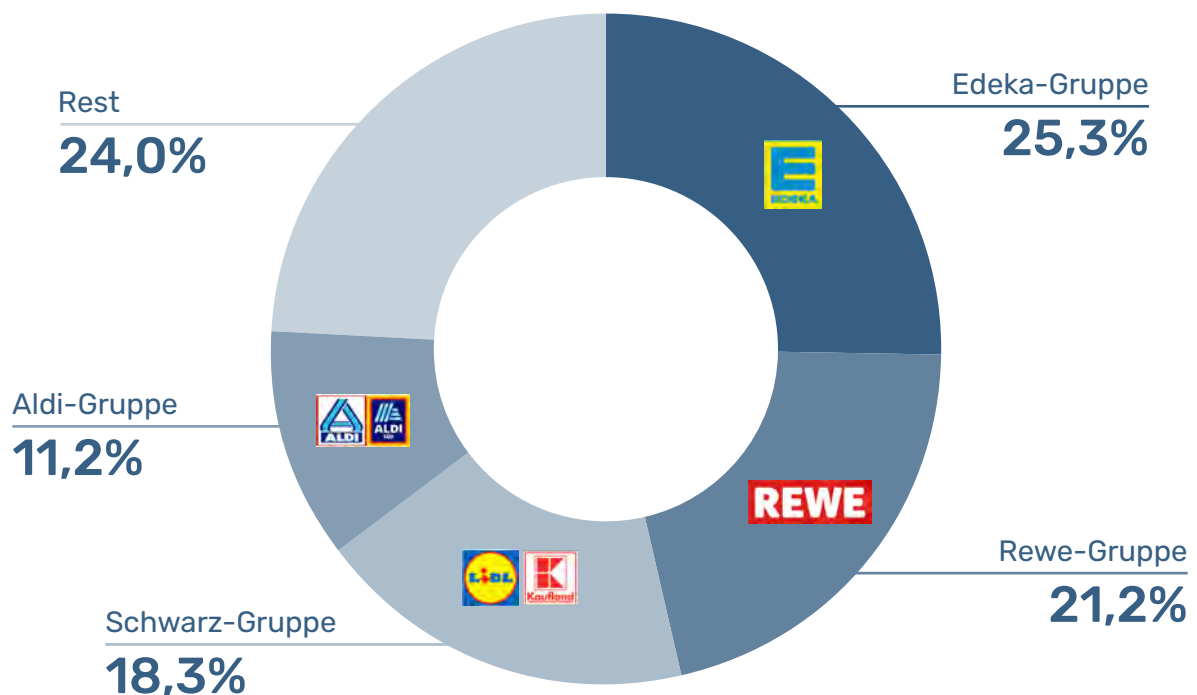


1 Wachstums- und bonitätsstarke Mieter

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist ein bedeutender Wirtschaftszweig, der mit einem Nettoumsatz von etwa 200 Mrd. Euro rund ein Drittel des gesamten deutschen Einzelhandelsumsatzes ausmacht. Der Markt wird von wenigen großen und bonitätsstarken Konzernen dominiert, darunter EDEKA (einschließlich Netto), REWE (einschließlich PENNY), die Schwarz-Gruppe (Kaufland und Lidl) sowie ALDI. Diese Unternehmen sind bundesweit aktiv und generieren zusammen etwa 75 Prozent des Branchenumsatzes (siehe Grafik).

Der verbleibende Anteil des Marktes wird von kleineren, regional operierenden Unternehmen besetzt. Insgesamt betreiben die Unternehmen in verschiedenen Betriebsformen - Discounter, Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser - über 35.000 Ladengeschäfte in Deutschland. Die Branche ist weiterhin auf Wachstumskurs. Die Unternehmen steigern stetig ihre Umsätze und treiben die Expansion ihres Geschäfts voran.

Marktanteile der führenden Einzelhändler 2022 in Deutschland



Quelle: Nielsen IQ Tradedimensions



2 Frequenzstarke Standorte

Der Lebensmitteleinzelhandel spielt eine zentrale Rolle bei der Deckung des täglichen Bedarfs der Menschen. Laut aktueller Marktumfragen des EHI Retail Institute sowie des IFH Köln kaufen über 50 Prozent der Verbraucher mehrmals wöchentlich Lebensmittel oder Getränke für ihren Haushalt ein. Dabei erfolgen rund 98 Prozent dieser Einkäufe in physischen Geschäften. Die hohe Besucherfrequenz macht den Lebensmitteleinzelhandel zu einem starken Anziehungspunkt und zu einem Frequenzbringer für jeden Einzelhandelsstandort.

Supermärkte, Lebensmittel-Discounter und Verbrauchermärkte ziehen Kunden an, die oft auch weitere Einkäufe am selben Ort tätigen. Durch diese Synergieeffekte ist die Nähe zum Lebensmitteleinzelhandel besonders wertvoll für Geschäfte des Non-Food-Handels, für medizinische Praxen und für Dienstleistungsunternehmen, die von Laufkundschaft profitieren. Ein Lebensmitteleinzelhändler als Nachbar steigert aus der Perspektive von Immobilieneigentümern und Nutzern den Wert des umliegenden Gebiets.



3 Resilienz gegenüber dem Onlinehandel

Im Jahr 2022 betrug der Anteil des Onlinehandels am gesamten Lebensmitteleinzelhandel laut HDE Online Monitor lediglich 2,4 Prozent. Bei Drogeriemärkten war der Anteil mit 3,2 Prozent nur geringfügig höher. Diese Zahlen verdeutlichen, dass Kunden den Einkauf in physischen Geschäften bevorzugen. Der nächste Lebensmittel- oder Drogeriemarkt liegt für sie meist in unmittelbarer Nähe. Das macht den Einkauf bequem. Dem Online-Lebensmittelhandel fällt ein Markteintritt schwer: er sieht sich mit Herausforderungen wie geringen Margen bei Lebensmitteln und einer hohen Preissensitivität der Kunden konfrontiert.

Im Gegensatz zu anderen Produktkategorien bietet der Online-Einkauf von Lebensmitteln keinen Preisvorteil, sondern ist teurer. Die meisten Verbraucher sind aber nicht bereit, zusätzliche Kosten für Lieferservices zu tragen. Traditionelle Einkaufsgewohnheiten, wie der wöchentliche Großeinkauf von Familien, sind zudem tief verwurzelt. Viele Verbraucher bevorzugen es zudem, Produkte vor dem Kauf zu sehen und anzufassen, und sie hinterfragen die Qualität und Frische von online bestellten Lebensmitteln.

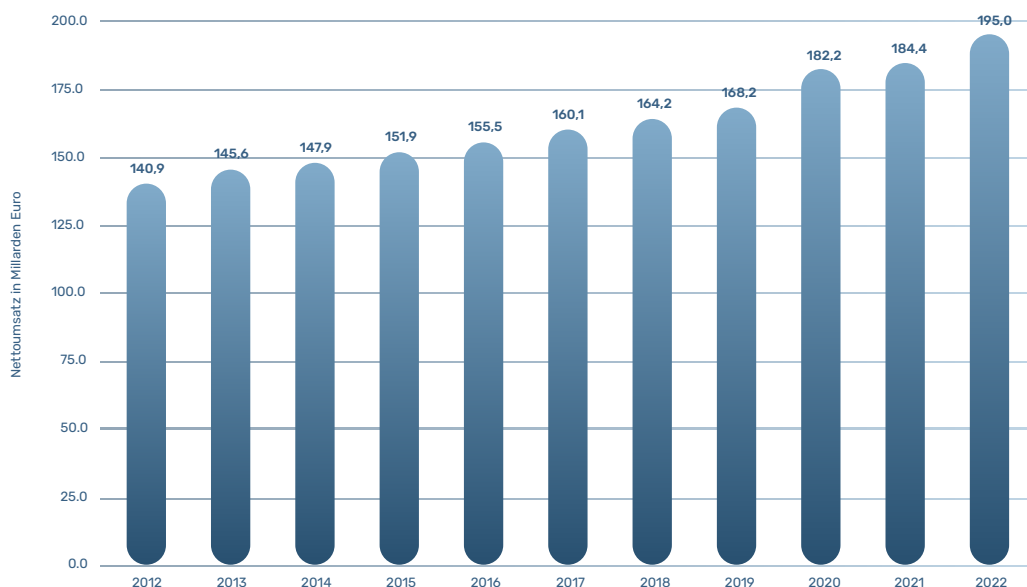


4 Stabile Performance und Konjunkturunabhängigkeit

In den letzten Jahrzehnten zeigten die Umsätze der Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) eine stetige Aufwärtstendenz, weitgehend unbeeinflusst von den konjunkturellen Schwankungen in Deutschland (siehe Grafik). Die Branche erwies sich stets als resilient gegenüber großen wirtschaftlichen Krisen - von der Dotcom-Blase über die Finanzkrise bis hin zur Pandemie. Trotz Veränderungen in den Essgewohnheiten und einer möglichen Tendenz zu günstigeren Einkäufen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, blieb die grundlegende Nachfrage nach Lebensmitteln stets stabil.

Dieser positive Trend zeichnet sich auch für die kommenden Jahrzehnte ab. Demografische Entwicklungen, wie eine tendenziell sinkende Bevölkerungszahl, werden durch Zuwanderung ausgeglichen. Nach Prognosen des Statistischen Bundesamtes wird die Bevölkerungszahl in Deutschland auch im Jahr 2070 bei rund 83 Mio. liegen.

Nettoumsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland 2012 bis 2022 (in Milliarden Euro)



Quelle: EHI Retail Institute



5 Wettbewerbsschutz durch Baurecht

Um Kaufkraftabflüsse aus den Innenstädten zu verhindern, unterliegt der Neubau von großflächigen Einzelhandelsimmobilien in Deutschland strikten gesetzlichen Regelungen. Einzelhandelsimmobilien mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 Quadratmetern dürfen außerhalb der innerstädtischen Kerngebiete nur in dafür vorgesehenen Sondergebieten errichtet werden. Es gibt zwar Ausnahmen, allerdings ist die Beurteilung der städtebaulichen Auswirkungen solcher Neubauten ein langwieriger Prozess.

In der Praxis führt dies dazu, dass Eigentümer bereits bestehender großflächiger Lebensmittelmärkte signifikante Wettbewerbsvorteile genießen. Diese Betriebe sind durch die gesetzlichen Rahmenbedingungen vor der Neuansiedlung konkurrierender Unternehmen in gewisser Weise geschützt.

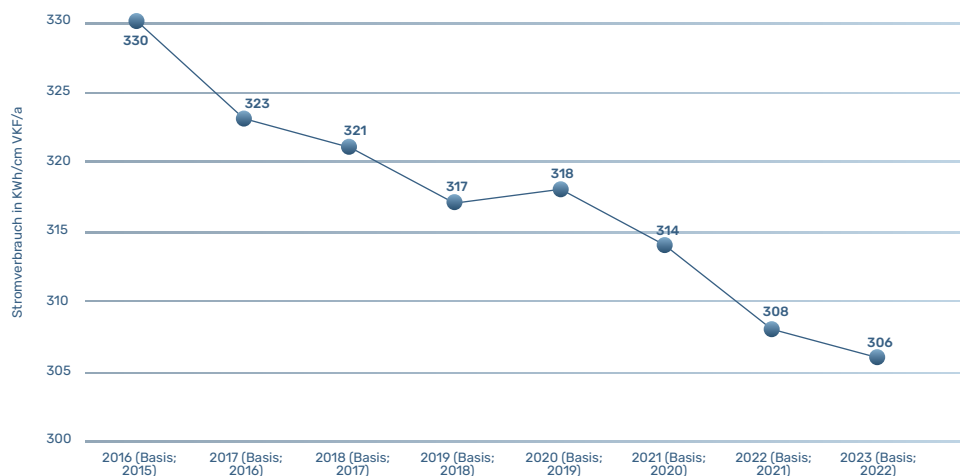
6 Starke ESG-Orientierung der Mieter

Der Lebensmitteleinzelhandel engagiert sich zunehmend für Nachhaltigkeit, sowohl in Bezug auf die Produkte und Lieferketten als auch durch lokale ESG-Maßnahmen (Environmental, Social, and Governance). Die Händler setzen innovative Ansätze um, wie moderne Gebäudetechnologien, energieeffiziente Kühlsysteme, den Einsatz von Photovoltaik- und Gründächern sowie die ökologische Gestaltung der Außenbereiche.

Ein konkretes Ergebnis dieser Bemühungen ist beispielsweise die kontinuierliche Reduktion des Stromverbrauchs je Quadratmeter Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren (siehe Grafik). Ein weiterer Bereich ist die Förderung der Elektromobilität. Besonders Lebensmitteleinzelhändler sind hier aktiv und investieren in die Errichtung von E-Ladesäulen, um ihre Standorte attraktiver zu gestalten.

Die ausgeprägte Nachhaltigkeitsorientierung des Lebensmitteleinzelhandels und die fortschrittlichen Ansätze in Sachen Umwelt- und Sozialverantwortung machen die Branche zu einem starken Partner in der Immobilienwirtschaft.

Sinkender Stromverbrauch im Food-Handel in den Jahren 2016 bis 2023 (in Kilowattstunden pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Jahr)



Quelle EHI Retail Institute

7 Hohe Systemrelevanz

Während der Corona-Pandemie hat der Lebensmitteleinzelhandel seine essenzielle Bedeutung für die Gesellschaft unter Beweis gestellt. So liegt der Fokus vornehmlich auf Angeboten, die die grundlegenden Bedürfnisse der Menschen erfüllen.

Lebensmittel und Drogerieartikel, als zentrale Elemente des täglichen Bedarfs, werden dementsprechend regelmäßig nachgefragt. Für die Zukunft ist zu erwarten, dass gut funktionierende Lebensmittelmärkte weiterhin eine hohe Priorität bei Gesellschaft und Politik genießen werden. Das sind beste Voraussetzungen für einen reibungslosen Betrieb dieser Märkte und für nachhaltige Einnahmen aus der Vermietung der Immobilienobjekte.

8 Langfristige und indexierte Mietverträge

Attraktive Standorte sind vom Lebensmitteleinzelhandel stark nachgefragt und treffen auf ein begrenztes Angebot, welches durch baurechtliche Reglementierungen weiter eingeschränkt wird. Viele Akteure im Lebensmitteleinzelhandel sind deshalb aus strategischen Überlegungen daran interessiert, ihre Standorte langfristig zu sichern.

Im Gegensatz zum Non-Food-Einzelhandel schließen sie häufig langfristige Mietverträge ab, die bis zu 15 Jahre Laufzeit und zusätzliche Verlängerungsoptionen beinhalten. In Mietverträgen mit Akteuren aus dem Lebensmitteleinzelhandel wird in der Regel eine Indexierung der Miete vereinbart. Diese bedeutet, dass die Mietbeträge in regelmäßigen Abständen zu einem gewissen Teil die Verbraucherpreisentwicklung nachvollziehen. So soll der reale Wert der Mieteinnahmen für den Vermieter weitgehend erhalten bleiben und das Inflationsrisiko gemindert werden.

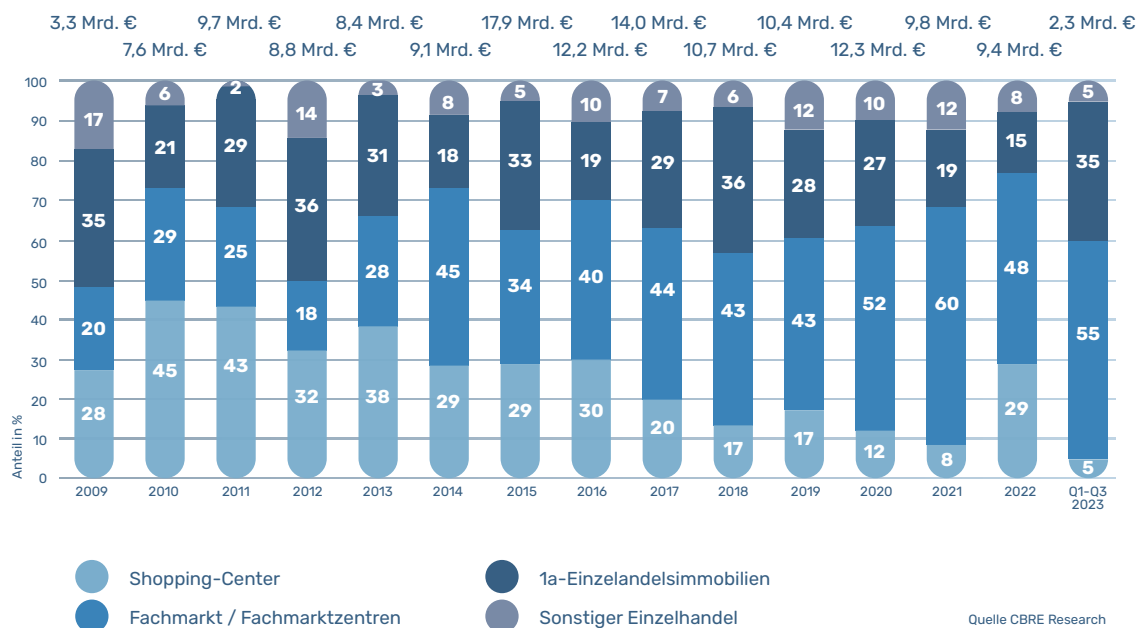
Für Immobilieneigentümer resultieren daraus stabile Cashflows und eine sehr gute Finanzierbarkeit der Immobilien. Die langfristigen Verträge bieten eine Win-Win-Situation sowohl für die Lebensmitteleinzelhändler als auch für die Immobilienbesitzer.

9 Hohe Fungibilität der Assets

Am Investmentmarkt für Handelsimmobilien haben sich Fachmärkte und Fachmarktzentren, zu denen auch Lebensmittelmärkte zählen, in den letzten Jahren eine wachsende Marktpräsenz erarbeitet. Während ihr Anteil vor zehn Jahren noch bei etwa einem Viertel lag, beanspruchen sie mittlerweile rund 50 Prozent des Marktes, der im Jahr 2022 rund 9,4 Mrd. Euro Transaktionsvolumen ausmachte (siehe Grafik).

Die Bedeutungszunahme hat zu einer effizienteren und schnelleren Handelbarkeit der Assets geführt. Das Segment der rund 35.000 deutschen Lebensmittelmärkte zeichnet sich aus heutiger Sicht durch eine beträchtliche Größe und eine große Markttransparenz aus. Aufgrund der tendenziell kleinteiligen Struktur der einzelnen Objekte werden diese oft nicht einzeln, sondern gebündelt in Portfolios gehandelt und verwaltet. Diese Diversifikation mindert Risiken bzw. erhöht die Investitionssicherheit.

Prozentualer Anteil der verschiedenen Assetklassen am Gesamttransaktionsvolumen





10 **Ausgeprägte Innovationsstärke**

Der Lebensmitteleinzelhandel ist innovativ und anpassungsfähig. Die Branche lebt den Grundsatz „Handel ist Wandel“. Technologische, gesellschaftliche und demographische Veränderungen beeinflussen das Einkaufsverhalten und die Erwartungen der Kunden erheblich.

Die großen Betreiber im LEH-Segment reagieren darauf mit kontinuierlichen Investitionen. Technische Entwicklungen wie Click & Collect, digitale Coupons und Produktempfehlungen oder Self-Checkout-Kassen sind beispielhafte Maßnahmen, die das Bestreben der Händler untermauern, das Einkaufserlebnis für die Kunden und die Effizienz zu steigern.

In Bezug auf die Ladengestaltung entwickeln sich die Filialen zu ansprechenden Marktplätzen mit einer einladenden Atmosphäre und umfangreichen Frische- und Bedienbereichen, die einen persönlichen Service bieten. All diese Faktoren sind entscheidend im Wettbewerb der Händler und sie tragen zugleich zur Werterhaltung bzw. Wertsteigerung entsprechender Immobilieninvestitionen bei.

GPEP GmbH
www.g-pep.com
kontakt@g-pep.com

