

PRESSEINFORMATION

Amsterdam/Cannes, 10. März 2015 | Seite 1/3

Redevco: Weiche Faktoren wichtig für den Erfolg von Investitionen in europäische Handelsimmobilien

- **„Redevco City Attractiveness Research Model“ zeigt, dass Unterschiede in Einzelhandelsmieten und Renditen stark von weichen Faktoren abhängen**
 - **Kreatives Umfeld und Touristenattraktionen sind Schlüsselemente für den Erfolg**
 - **Redevco untersucht knapp 800 Städte und 1.450 Regionen in 25 europäischen Ländern**
-

Die Unterschiede bei Mietniveau und Renditen von Einzelhandelsobjekten in Hunderten europäischen Städten sind in hohem Maße von sogenannten weichen Faktoren abhängig. Dies besagt eine von dem Handelsimmobilienspezialisten Redevco durchgeführte interne Studie. Das von dem Investmentmanager entwickelte „City Attractiveness“-Analysemodell belegt, dass fundamentale Markttreiber wie wirtschaftliche und demografische Daten allein kein scharfes Bild über die Gesamtattraktivität für Investitionen in Highstreet-Immobilien in einer bestimmten Stadt zeichnen. Vielmehr gewinnen weiche Faktoren zunehmend an Bedeutung. Hierzu zählt unter anderem, wie interessant eine Stadt für Kreativschaffende und Touristen ist.

„E-Commerce verändert die Einzelhandelslandschaft in Europa derzeit mit atemberaubender Geschwindigkeit“, so Marrit Laning, Head of Research & Strategy bei Redevco. „Daher hat das Thema ‚Standortrisiko‘ erheblich an Wichtigkeit gewonnen. In dem volatilen Markt, in dem wir uns derzeit bewegen, benötigen sowohl der Einzelhandel als auch Immobilieninvestoren eine Navigationshilfe wie das ‚Redevco City Attractiveness Model‘. Mit unserem Tool können wir zukünftige Gewinner- und Verliererstandorte identifizieren, denn neben klassischen Kennzahlen misst es auch die immer wichtigeren weichen Faktoren.“

Der Analyse und Einstufung von annähernd 800 Highstreet-Standorten und 1.450 Regionen in 25 europäischen Ländern liegt eine Vielzahl von Datenquellen zugrunde. Das „City Attractiveness Model“ setzt sich aus 19 verschiedenen Indikatoren zusammen, die wiederum in vier Hauptkategorien gruppiert wurden: Qualität einer Stadt, Einwohner, Wirtschaft und Handelsimmobilienmarkt. Aus der entsprechenden Gewichtung der Indikatoren leitet sich das jeweilige Ranking einer Stadt oder Region ab. Ergänzt wird diese Bewertung durch die spezifischen Orts- und Fachkenntnisse der Experten der sieben Redevco-Landesgesellschaften. Auf dieser Gesamtbasis werden die Locations in fünf Qualitätskategorien von „exzellent“ („excellent“) bis „gering“ („poor“) eingeteilt, woraus ein Pool von rund 200 europäischen Städten mit Investment-Grade-Rating resultiert.

Die weitere statistische Auswertung zeigt, dass neben einer starken Bevölkerungsbasis und guten Wirtschaftskennzahlen die „soft factors“ für die Erklärung der Unterschiede bei Einzelhandelsmieten und Renditeniveau in den verschiedenen Städten von erheblicher Bedeutung sind. Eine weitere interessante Erkenntnis der Redevco-Untersuchung ist, dass Mietwertveränderungen und Wertsteigerung im Laufe der Zeit am stärksten in Städten mit zahlreichen historischen Sehenswürdigkeiten zu Buche schlagen. Der dargestellte Zusammenhang gilt für größere Städte, da es einen offensichtlichen

PRESSEINFORMATION

Amsterdam/Cannes, 10. März 2015 | Seite 2/3

Zusammenhang zwischen der Größe eines Stadtgebietes und der wahrscheinlichen Anzahl an historischen Sehenswürdigkeiten gibt, aber auch für kleinere Städte mit überdurchschnittlich vielen Sehenswürdigkeiten, die mehr Käufer anziehen.

Mit dem „City Attractiveness Model“ ist Redevco in der Lage, klassische Methoden zur Einschätzung der Retail-Mietpreisentwicklung in einer bestimmten Stadt anzuwenden und Abweichungen von diesen Schätzwerten darüber hinaus mit Variablen weicher Faktoren zu verknüpfen. Zur Verdeutlichung: Die durchschnittliche Miete in den Haupteinkaufsstraßen der südfranzösischen Metropole Cannes liegt bei über 5.000 Euro pro Einzelhandelsquadratmeter p. a. – und damit mehr als doppelt so hoch als klassische Indikatoren wie Bevölkerungszahl und Mietwerte in vergleichbaren europäischen Städten nahelegen, die auf lediglich 2.297 Euro pro Quadratmeter kommen. Die Gründe für diese Abweichung liegen zum einen in der starken Anziehungskraft, die Cannes auf sehr Wohlhabende ausübt, und zum anderen an internationalen Events wie dem Film Festival oder auch der Immobilien-Fachmesse MIPIM.

Ein weiteres gutes Beispiel für die Sinnhaftigkeit des „Redevco City Attractiveness Model“ ist Berlin: Die deutsche Bundeshauptstadt erfreut sich in den letzten Jahren eines starken Anstiegs an Attraktivitätsindikatoren und zwar trotz einer im Vergleich mit anderen hoch eingestuften deutschen Städten schwächeren wirtschaftlichen Basis. Dies resultiert aus der hohen Qualität des Lebensumfelds, der jungen Bevölkerung sowie schnell steigender Immobilienpreise. Insbesondere haben sich zahlreiche Medienunternehmen in Berlin niedergelassen – woraus anschaulich ersichtlich ist, wie sehr ein hoher Anteil an Kreativschaffenden die Ausstrahlung und das kulturelle Leben einer Stadt beeinflusst.

Sieben deutsche Städte unter den Top 20

Von den 200 Städten im „Redevco City Attractiveness“-Ranking mit Investment-Grade-Rating haben die Top 20 in den vergangenen beiden Jahren signifikantes Mietwachstum sowie Wertsteigerung erfahren. Als globale Einzelhandelsmärkte mit den höchsten Preisen und Mieten im europäischen Vergleich rangieren London und Paris auf den Plätzen eins und zwei. Dass sich sieben deutsche Städte unter den ersten 20 befinden, ist der hohen Investorennachfrage nach Immobilien in Deutschland geschuldet, die zu einer soliden Performance bei Retail-Objekten geführt hat.

1. London	8. Madrid	15. Stuttgart
2. Paris	9. Amsterdam	16. Kopenhagen
3. München	10. Mailand	17. Barcelona
4. Hamburg	11. Düsseldorf	18. Prag
5. Wien	12. Frankfurt	19. Zürich
6. Berlin	13. Stockholm	20. Lyon
7. Köln	14. Rom	

Bestenliste: Die laut Redevco 20 attraktivsten europäischen Städte für Investitionen in Handelsimmobilien.

ÜBER REDEVCO:

Redevco ist eine unabhängige, europaweit tätige und auf Einzelhandel spezialisierte Immobilien-Investment-Management-Gesellschaft. Das Gesamtportfolio besteht aus mehr als 450 Objekten an den wichtigsten Retail-Standorten in Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich, Portugal, der Schweiz, Spanien und Ungarn. Zu den Partnern gehören über 1.000 Einzelhändler.



PRESSEINFORMATION

Amsterdam/Cannes, 10. März 2015 | Seite 3/3

Kontakt für weitere Informationen:

Priscilla Tomaso
Head of PR & Corporate Communications
Redevco B.V.
Wibautstraat 224, 1097 DN Amsterdam, Niederlande
Tel.: +31 20 599 6262
Fax: +31 20 599 6263
E.Mail: priscilla.tomaso@redevco.com
Website: www.redevco.com