

PRESSEINFORMATION

Amsterdam/Cannes, 15 November 2017

Redevco-Studie: Mietwachstum im Einzelhandel stark abhängig von „sozialer Attraktivität“ einer Stadt

Ob sich eine Stadt in Europa als erfolgreiche Einzelhandels-Destination etablieren kann oder nicht, ist in hohem Maße von ihrer „sozialen Attraktivität“ abhängig. Wie die Studie „City Attractiveness 2017“ des auf Einzelhandel spezialisierten Immobilien-Investment-Managers Redevco zeigt, erhöhen sich die Qualität einer Stadt und mit ihr die Chancen auf Mietwachstum, je größer der Anteil der Kreativschaffenden innerhalb der Bevölkerung sowie die Anzahl der Touristenattraktionen sind.

Starke Kräfte wie fortschreitende Urbanisierung, Online-Handel und die zunehmende Konsumenten-nachfrage nach „Erlebnis-Shopping“ zwingen sowohl Investoren als auch Einzelhändler zu immer genauerer und ausgefeilterer Standortselektion. Die Wahl der falschen Stadt oder sogar der falschen Location innerhalb einer Stadt kann sich als Kostenfalle erweisen. Während sich die schon heute attraktiven Standorte immer besser entwickeln, fällt eine erhebliche Zahl weniger interessanter Städte immer weiter ab. Die Volatilität der Renditen sowie die Polarisierung zwischen Top- und anderen Standorten intensivieren sich. Aus diesem Grunde wird es immer wichtiger, die relative Anziehungskraft von weniger prominenten Städten messen zu können.

„Investitionen in Handelsimmobilien haben sich zu einem Feld für echte Spezialisten entwickelt“, erläutert Marrit Laning, Head of Research & Strategy bei Redevco, „und zwar nicht nur, weil die Art und Weise, wie Einzelhandel heutzutage funktioniert, so komplex geworden ist, sondern auch aufgrund der fortschreitenden Polarisierung und einer sich rasant entwickelnden Retail-Landschaft. Man muss schon ein absoluter Experte sein, um beurteilen zu können, welcher Einzelhändler erfolgversprechend ist, und wie man ein Umfeld schaffen kann, das dem Konsumentenverlangen nach ‚Genuss‘ über das reine Warenangebot hinaus gerecht wird.“

Das „Redevco City Attractiveness Model“ fußt auf einer Vielzahl von Datenquellen sowie einer sich stets verbreiternden Datenbasis. Es setzt sich aus 19 verschiedenen Indikatoren zusammen, die wiederum in vier Hauptkategorien gruppiert sind: Einwohnerzahl, Wirtschaft, Handelsimmobilienmarkt und Qualität einer Stadt. Aus der entsprechenden Gewichtung der Indikatoren leitet sich das jeweilige Ranking ab. Ergänzt wird diese Bewertung durch die spezifischen Orts- und Fachkenntnisse der Experten der Redevco-Landesgesellschaften, die ein Portfolio von High-Street-Immobilien in elf Ländern betreuen, das mit einem Wert von 7,5 Milliarden Euro zu den größten in Europa zählt. Auf dieser Gesamtbasis werden die Locations in fünf Qualitätskategorien von „exzellent“ („excellent“) bis „gering“ („poor“) eingeteilt, woraus ein Investment-Grade-Pool mit den Top 20 Prozent der europäischen Städte resultiert, die zu den Kategorien „gut und besser“ zählen.

Durch die im „Redevco City Attractiveness Model“ genutzten Variablen lassen sich statistisch gesehen rund 80 Prozent der Unterschiede in den Mietpreisentwicklungen zwischen Städten erklären. Das Aufkommen der statistischen Analyse von „big data“, das durch die große Menge online zur Verfügung stehender Daten beflügelt wurde, sowie das Anwenden der Verhaltensökonomie auf Immobilien-Investitions-Strategien machen es möglich, „soziale“ bzw. „weiche“ Faktoren sinnvoller zu quantifizieren.

„Als wir 2012 mit unseren Untersuchungen starteten, lag der Fokus eindeutig auf traditionellen Kennzahlen wie Einwohner und Wirtschaftskraft einer Stadt. Im Verlauf der letzten Jahre gewannen die

PRESSEINFORMATION

Qualität einer Stadt und die Charakteristika des jeweiligen lokalen Immobilienmarktes jedoch an Bedeutung für unser Modell und damit für unsere Investitionsentscheidungen“, erklärt der Redevco Research Analyst Jeffrey Boerebach. „Seit der globalen Finanzkrise 2008 und der damit einhergehenden Marktpolarisierung ist es einfach nicht mehr sinnvoll, ein Objekt zu kaufen und dann darauf zu warten, dass die Miete steigt. Während wir in den Top-Städten Mietwachstum gesehen haben, hat unsere Analyse dramatische Mietrückgänge in den schwachen Locations aufgezeigt“, so Boerebach abschließend.

Weitere Informationen über das Redevco City Attractiveness Model erhalten Sie unter:
<https://www.redevco.com/about/our-strategy/>

ÜBER REDEVCO:

Redevco ist eine unabhängige, europaweit tätige und auf Einzelhandel spezialisierte Immobilien-Investment-Management-Gesellschaft. Das verwaltete Vermögen besteht aus ca. 400 Objekten an den wichtigsten europäischen Retail-Standorten. Ein Team aus erfahrenen Fachleuten erwirbt, entwickelt, vermietet und managt die Objekte und stellt sicher, dass die Portfolien den Kundenanforderungen optimal gerecht werden. Redevco verfolgt eine von Qualität und Nachhaltigkeit geprägte langfristige Investitionsstrategie. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.redevco.com.

Ihr 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
Twitter: @redevco