

Bewertung von Fachmärkten



Georg Consulting
Bei den Mühlen 70 / 20457 Hamburg
www.georg-ic.de



**GEORG
CONSULTING**

Immobilienwirtschaft
Regionalökonomie

Ausgangslage

Anhaltender Strukturwandel und Dynamik durch Flächenexpansion und -umschichtung sowie Wettbewerbsdruck bei sinkender Flächenproduktivität – aber Fachmärkte sind nach wie vor auf der Gewinnerseite!



Kennzeichen

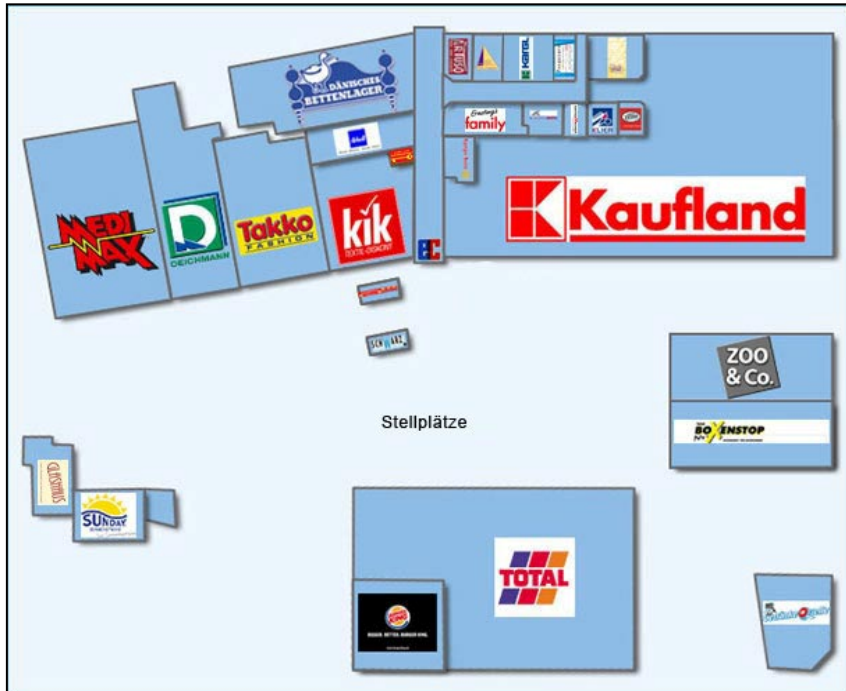
- In Deutschland gibt es über 600 Fachmarktstandorte und Fachmarktzentren
- Meist schlicht und von funktionaler Architektur (Ausnahme: Fachmarktorientierte Shoppingcenter)
- Überwiegend ebenerdige Verkaufsflächen und eine große Zahl an Parkplätzen in Ladennähe
- Sortiment mit hohem Anteil an Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs, das im Selbstbedienungsprinzip angeboten wird
- Bevorzugte Standorte sind Hauptaus-/einfallstraßen und Gewerbegebiete in Autobahnnähe
- Fachmarktorientierte Shoppingcenter liegen meist am Innenstadtrand z. B. auf Konversionsflächen



Kennzeichen

- Ab einer gewissen Größe tragen sich Fachmarktzentren unabhängig von der zentrenhierarchischen Stellung der Standortgemeinde
- Preisaggressive diskontierte Händler, die die Magnetfunktion übernehmen und meistens mehr als 3.000 m² Mietfläche haben
- 50 % haben einen großen Lebensmittelhändler (SB-Warenhaus oder großen. Verbrauchermarkt) als Anker
- 40 % gruppieren sich um einen großen Möbel- oder Baufachmarkt
- 10 % sind eher fachmarktorientierte Shoppingcenter
- Mieten in Fachmarkt- und in den Einkaufszentren folgen im Prinzip eigenen Gesetzen

Typisches Fachmarktzentrum



Standortaspekte

Mikrostandort

- Gute Erreichbarkeit (hauptsächlich mit PKW)
- Lage an gut frequentierter Ein-/Ausfallstraße oder gute Lage am Cityrand / oder Gewerbegebiet
- Gute Einsehbarkeit des Standortes
- Ausreichende Stellplatzzahl
- Weitere Synergien im Umfeld (Fachmarkttagglomeration)



Marktaspekte

Marktgebiet

- Demographische Entwicklung
- Ausreichend großes Markt- und Einzugsgebiet
- Kaufkraftvolumen
- Zentralitätskennziffer
- Tragfähiges Flächenpotenzial
- Positive Umsatzperspektiven am Standort



Objektaspekte

Objekt und Mieten

- Größe und Anzahl Mieter (positiver Nutzungsmix)
- Anzahl Ankermieter
- Langfristige Mietvertragslaufzeiten (> 8 Jahre)
- Gute Chancen der Anschlussvermietung
- Leerstand unter 10 %
- Akzeptabler durchschnittlicher Mietansatz/Mietertrag
- Zeitgemäße und ansprechende Objektqualitäten
- Keine oder nur geringe baurechtliche Restriktionen



Flächengrößen Nutzer

Branche	Marktübliche Flächengröße in m ²
SB-Warenhaus	6.000 - 15.000
Verbrauchermarkt Lebensmittel	1.500 - 4.500
Discounter Lebensmittel	800 - 1.500
Möbelmarkt	3.000 - 30.000
Elektro-/Mediamarkt	2.000 - 6.000
Textil-Discounter	800 - 4.000
Baumarkt	5.000 - 18.000
Schuh-Discounter	450 - 1.200
Drogerie-Discounter	300 - 800
Freizeit-/Sportmarkt	1.500 - 6.000
Zoofachmarkt	300 - 900

Bewertung nach Flächenmodell

- Aspekte Tragfähigkeit und Nachhaltigkeit im Fokus
- Basis: Einwohner-Äquivalenz von 10.000 Einwohner im Marktgebiet – zeigt, wie viel m² VKF tragfähig ist
- Je nach Größe des Marktgebietes muss ein Multiplikator eingesetzt werden
- Basis: Durchschnittliche Kaufkraft – hier entsprechende Zu- oder Abschläge
- Im Abgleich mit der Angebotssituation zeigt sich eine Über- oder eine Unterversorgung nach Sortimentsbereichen
- In Kombination mit Scoring-Modell lassen sich standort- oder objektbezogene Wettbewerbsvorteile herausfiltern

Bewertung nach Flächenmodell

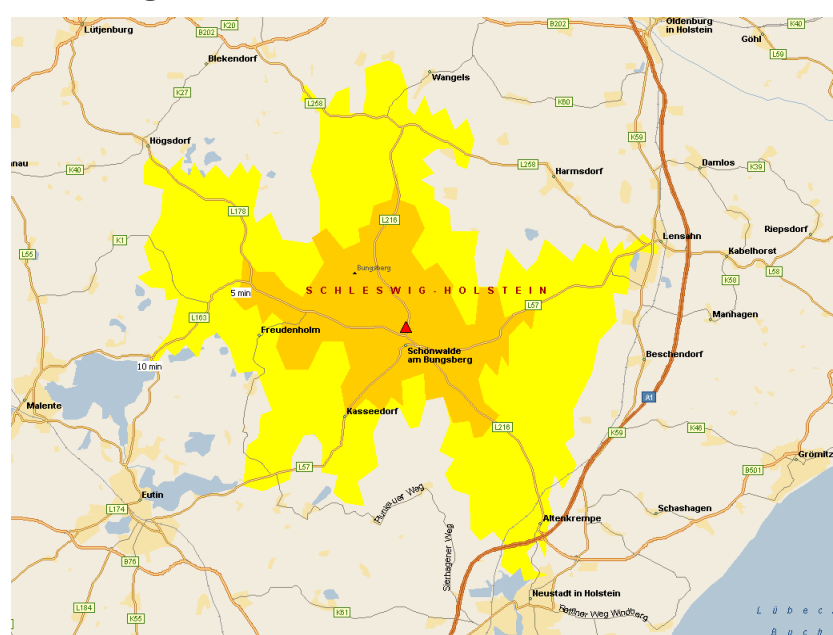
Vorteil des Flächenmodells:

- Schnelle und einfache Erstbewertung
- Kann im Prinzip einfach auf Standorte und Marktgebiete „aufgelegt“ werden
- Allerdings: Marktgebiet muss „richtig“ definiert werden und die Angebotssituation muss quantitativ bekannt sein bzw. muss eruiert werden

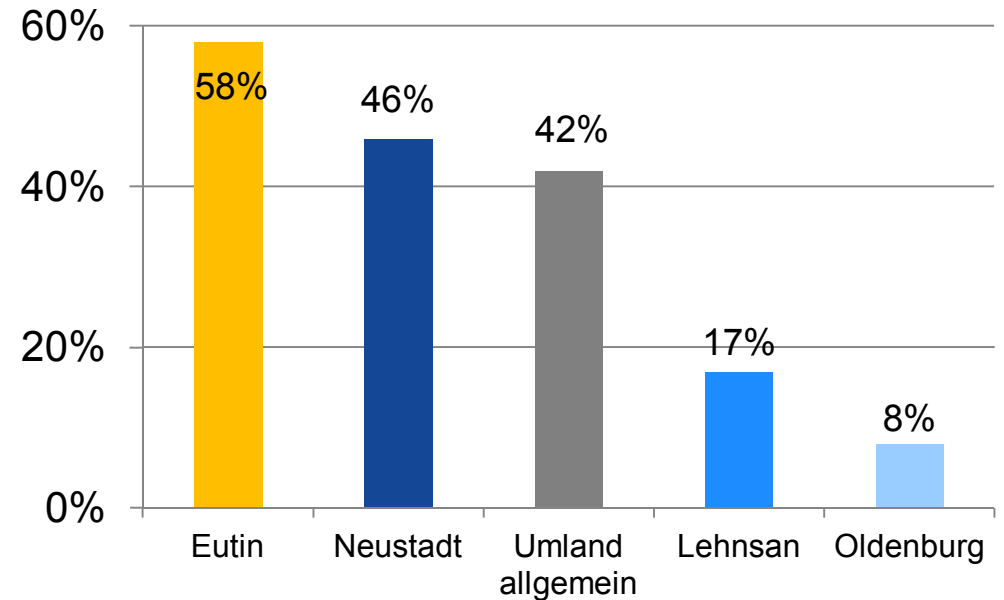


Projektbeispiel Tragfähigkeits- und Verträglichkeitsanalyse für die Ansiedlung eines Lebensmittel-Discounters

Marktgebiet

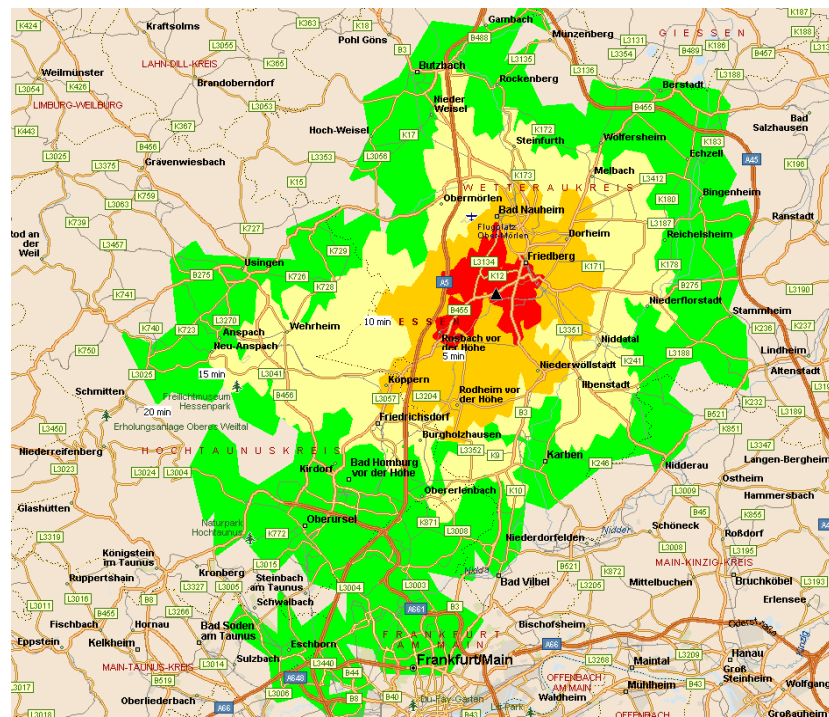


Einkaufsverhalten Lebensmittel/Kundenbefragung



Projektbeispiel Potenzialanalyse für einen Baufachmarkt

Erreichbarkeit Baumarkt-Standort



Daten/Potenziale im Marktgebiet

Zone	Bevölkerung	Fläche in km ²	Dichte	Ankünfte	Übernachtungen	Kaufkraft
A (0-5 Min.)	27.600	50	550	14.300	28.200	108,9
B (6-10 Min.)	18.000	61	296	3.300	7.200	122,6
A+B (0-10 Min.)	45.500	111	411	17.600	35.400	114,3
C (11-15 Min.)	61.900	90	686	126.100	708.300	121,1
A+B+C (0-15 Min.)	107.500	201	534	143.600	743.700	118,2
D (16-20 Min.)	438.300	505	867	324.700	931.000	121,5
EZG gesamt (0-20 Min.)	545.800	706	772	468.300	1.674.800	120,8