

Das Immobilieninvestment als Determinante für den Strukturwandel im Einzelhandel

disP 169 · 2/2007 **31**

Ergebnisse aus Deutschland und Grossbritannien

Christopher Bahn und Petra Potz

Abstract: Large-scale retailing is gaining increasing prominence throughout Europe in spite of growing reluctance from city planners. In the research literature, this trend is mainly attributed to changing consumer preferences and retail strategies. Although these are undoubtedly important drivers of retail change, the emphasis in this article lies on the finding that investment preferences of institutional investors are key reasons for the cyclical patterns observed in these large-scale retail developments. The arguments focus on Germany and the UK. We believe that institutional investors and real estate markets should be given much more consideration in scholarly analyses of retail change than has been the case in the past.

Einleitung

Spätestens seit den 1960er-Jahren ist in allen westeuropäischen, seit Anfang der 1990er-Jahre auch in den meisten osteuropäischen Ländern ein nachhaltiger Strukturwandel im Einzelhandel zu beobachten, der in verschiedenen öffentlichen und fachdisziplinären Debatten intensiv diskutiert wird. Vor allem die Veränderung der Betriebsformate und damit unmittelbar zusammenhängend der Standortpräferenzen der Einzelhandelskonzerne ist aus stadtplanerischer Hinsicht besonders interessant und zugleich folgenreich für die ökonomische Lage der Kommunen. So dominieren anstelle einer kleinteiligen Struktur mit kleineren Supermärkten und traditionellen Geschäften in innerstädtischen Wohnlagen und Quartieren zunehmend grossflächige Einkaufszentren¹ und Fachmarkttagglomerationen. Aufgrund der Ausrichtung an Konsumenten mit PKWs befinden sich diese Betriebstypen überwiegend an nicht-integrierten Lagen mit negativen Konsequenzen für die Versorgungsmöglichkeiten und die öffentliche und private Infrastruktur. Als zentrale Determinanten für diese veränderten Standortpräferenzen gelten allgemein demografische und Konsumtrends sowie technische Innovationen in der Logistik und dem Betrieb von Immobilien, die sowohl grossflächige La-

deneinheiten ermöglichen als auch erfordern. Ohne die zentrale Bedeutung dieser Faktoren für den sektoralen Strukturwandel schmälern zu wollen, wird in dem folgenden Artikel ein spezifischer Blick auf die anhaltende und zugleich zyklische Zunahme von grossflächigen Betriebstypen gewählt. So erscheinen die Investitionspräferenzen und der Kapitalfluss von institutionellen Investoren auf den Markt für Einzelhandelsimmobilien von zunehmender Bedeutung – ein Aspekt, der bisher in der Literatur wenig beachtet wurde.

Das Segment des Handelsimmobilienmarkts ist aufgrund seiner starken Ortsgebundenheit und Prägung durch den Kundeneinzugsbereich des Standortes sowie seiner spezifischen Handlungslogiken von besonderer Relevanz für Stadtentwicklungsfragen, doch gibt es hierzu bisher nur wenige spezialisierte, vor allem US-amerikanische Veröffentlichungen (vgl. Benjamin 1996; DiPasquale, Wheaton 1996). Im deutschsprachigen Raum wurden Untersuchungen zu diesem Feld bislang vorrangig aus Unternehmenssicht in Form von Marktberichten und Standortanalysen durchgeführt (vgl. Westdeutsche Immobilienbank 2004).

Aufgrund der Auswertung von Zeitreihen zu Nettoinvestitionen und Zuwachsraten von Einzelhandelsimmobilien in Deutschland und Grossbritannien kommen wir zu dem Befund, dass die Investitionspräferenzen institutioneller Investoren für die Erklärung der Intensität des Strukturwandels im Einzelhandel von grosser Bedeutung sind. Regulative Veränderungen in der Raumplanung konnten hingegen eher als reaktive Faktoren gegenüber dem Strukturwandel im Einzelhandel identifiziert werden. Somit dient dieser Betrag als explorative Anregung auch in andere Richtungen zu denken.

1. Der Strukturwandel im Einzelhandel in seiner räumlichen Ausprägung in Deutschland und Grossbritannien

Der europäische Einzelhandel ist durch erhebliche Umstrukturierungen gekennzeichnet, die durch die voranschreitenden Integrations- und

Christopher Bahn ist Leiter des Center for Urban and Real Estate Management (CUREM) AG in Zürich.

Petra Potz ist Stadtplanerin und Inhaberin der Büros location³ Wissenstransfer: Stadt – Immobilien – Handel in Berlin.

Erweiterungsprozesse der Europäischen Union noch an Dynamik gewinnen werden. Einige Entwicklungstrends sind in unterschiedlicher Intensität in allen europäischen Staaten zu beobachten (Dawson 1998; Lingenfelder 1996; Tordjman 1995). So haben technologisch-organisatorische (Dörrenbächer, Dohle 2001) Innovationen wie das Efficient Consumer Response (ECR) die Koordination zwischen grossen Einzelhandelsunternehmen und den Produzenten verstärkt (Rudolph, Schüttpelz 2001) und Informationen über das Einkaufsverhalten der Konsumenten – gebündelt als Kundenprofile – zu einer begehrten Ware werden lassen, die Gegenstand vielfältiger Marketingaktionen der Einzelhandelskonzerne sind (Ruston 1999). Die zunehmende Konzentration von Verkaufsstellen und Marktanteilen auf wenige Einzelhandelskonzerne über alle Sortimentsklassen hinweg war häufig begleitet von der Implementation rationalisierender Personaleinsatzkonzepte (Schüttpelz, Deniz 2001) und einer Verschiebung von inhabergeführten zu filialisierten Geschäften (Rudolph, Schüttpelz 2001). Diese Trends scheinen in der Literatur im Wesentlichen für die Etablierung und Ausbreitung von grossflächigen Betriebstypen des Einzelhandels an nicht-integrierten Standorten verantwortlich zu sein (Dawson 1998; Tordjman 1995).

Ein weiterer Einflussfaktor wurde jedoch bisher nur in Ausnahmefällen beachtet (Bahn 2006; Guy 1994; Langston et al. 1998; Wrigley 1998): die sich in den Investmentpräferenzen ausdrückende Bereitschaft institutioneller Investoren, den Strukturwandel im Einzelhandel zu finanzieren. Aufgrund der Kapitalintensität grossflächiger Betriebstypen sind institutionelle Investoren zentrale, zugleich jedoch auch wenig beachtete Akteure im Einzelhandelssektor, die die Expansionsstrategien von Einzelhandelsunternehmen entweder direkt (durch die Finanzierung von Einzelhandelsprojekten) oder indirekt durch ein Investment in Aktien und Anleihen der entsprechenden Unternehmen finanzieren. Diesen Sachverhalt wollen wir im Folgenden exemplarisch an Deutschland und Grossbritannien diskutieren.

1.1 Deutschland

Im deutschen Einzelhandel lässt sich schon seit Mitte der 1960er-Jahre eine Intensivierung des Strukturwandels beobachten (Junker 1998; Kulke 1998). In allen Sortimentsbereichen finden sich steigende Konzentrationsgrade, die Marktanteilsverschiebungen von inhabergeführten zu Filialunternehmen implizieren. So

hat sich der stetig abnehmende Marktanteil kleinflächiger Fachgeschäfte von 2000 bis 2005 weiter von 27,4% auf 24,0% verringert (Metro 2006) und somit gegenüber 1980 halbiert. Die abnehmende Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Betriebe steht im Zusammenhang mit einem Betriebstypenwandel zu grossflächigen, personalarmen Vertriebsformen. Dieser hat ein starkes Flächenwachstum zur Folge (Bahn 2006; Blatt 1998; Bleyer 1999). Obwohl Deutschland im europäischen Vergleich über den höchsten Verkaufsflächenanteil pro Kopf der Bevölkerung verfügt, ist die Flächenexpansion im deutschen Einzelhandel weiterhin nahezu ungebrochen: Von 1993 bis 2004 nahm der Anteil von 1,12 auf 1,34 qm Verkaufsfläche pro Einwohner zu (BAG 2005). Die wachsende Ungleichheit zwischen Flächen- und Nachfrageentwicklung führt daher zu einer stetig sinkenden durchschnittlichen Flächenproduktivität (siehe Abbildung 1).

Der Betriebstypenwandel hatte auch eine Veränderung der räumlichen Versorgungsstruktur zur Folge: Während für kleinflächige Betriebsformate auch heute noch zentrale und wohnortnahe Streulagen von Interesse sind – dies gilt beispielsweise für die insbesondere in Deutschland erfolgreichen Discounter: sie erreichen im Lebensmitteleinzelhandel bereits einen Marktanteil von 40% (KPMG 2006) – präferieren grossflächige Betriebsformate aufgrund ihrer Anforderungen an Bau- und Parkplatzflächen überwiegend nicht integrierte Lagen ausserhalb der Städte (Kulke 2001). Der Flächenzuwachs im Einzelhandel fand daher seit Ende der 1970er-Jahre vorwiegend in diesem «sekundären Netz», an Autokunden orientiert am Rande oder ausserhalb von Siedlungsgebieten, statt (Junker 1998), während die Verkaufsflächenentwicklung im «primären Netz», an den innerstädtischen Standorten, stagnierte (Lademann 1999). Dieser Flächenzuwachs verlief jedoch nicht linear, sondern zyklisch. Während in den 1970er-Jahren hohe Zuwachsraten zu verzeichnen waren, schwächte sich die Entwicklung in den 1980er-Jahren ab. Spätestens ab der Wiedervereinigung ist jedoch ein erneuter Anstieg zu beobachten, der vor allem auf grossflächige Betriebsformate und die nachholende Entwicklung in den ostdeutschen Bundesländern zurückzuführen ist. So betrug zwischen 1993 und 2004 das durchschnittliche jährliche Verkaufsflächenwachstum 1,82 Mio. m² bzw. zirka 2% der Gesamtfläche (BAG 2005). Dieser insgesamt hohe Wert wird durch die Entwicklung bei grossflächigen Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern noch übertroffen, die

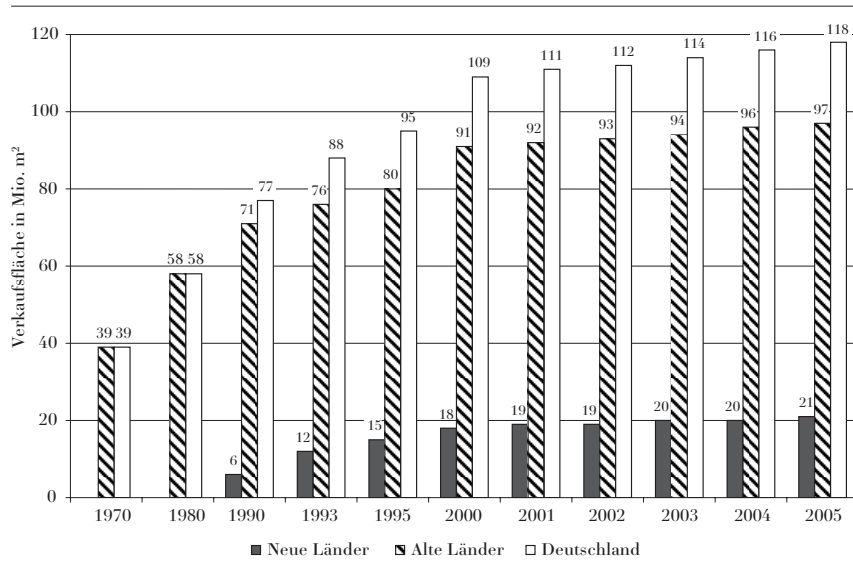


Abb. 1: Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland 1970–2005. Die Angaben in dieser und den folgenden Abbildungen beziehen sich bis 1990 ausschliesslich auf Westdeutschland, danach auf Gesamtdeutschland. (Quelle: http://www.bezregdues-seldorf.nrw.de/BezRegDdorf/autorenbereich/Dezernat_61/PDF/PDF_Einzelhandel/regional_handeln/vortragadamowitsch.pdf, download vom 14.05.2006; Lademann 1999)

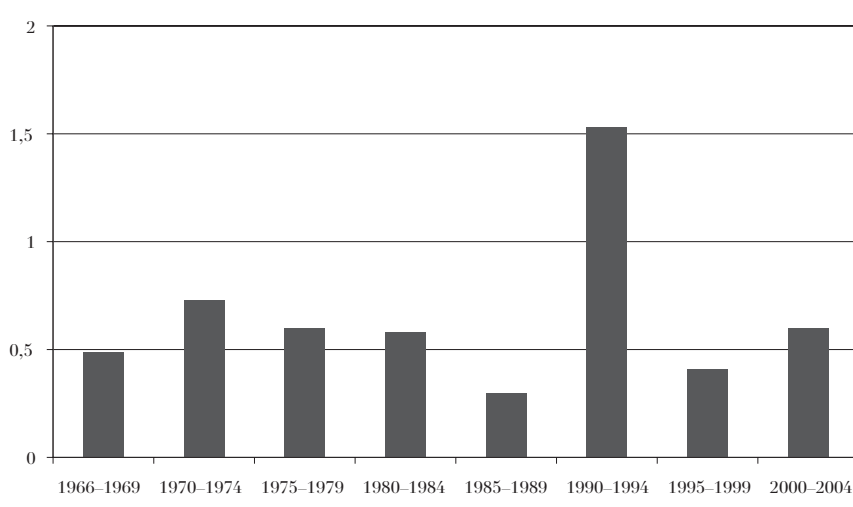


Abb. 2: Verkaufsflächenzuwachs Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (Food) (1967–2000). (Quelle: Eigene Darstellung nach EHI 2004)

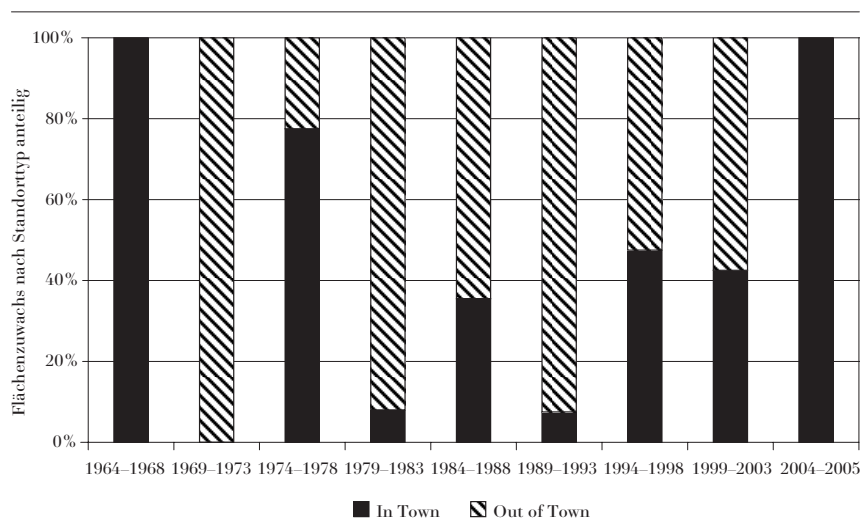
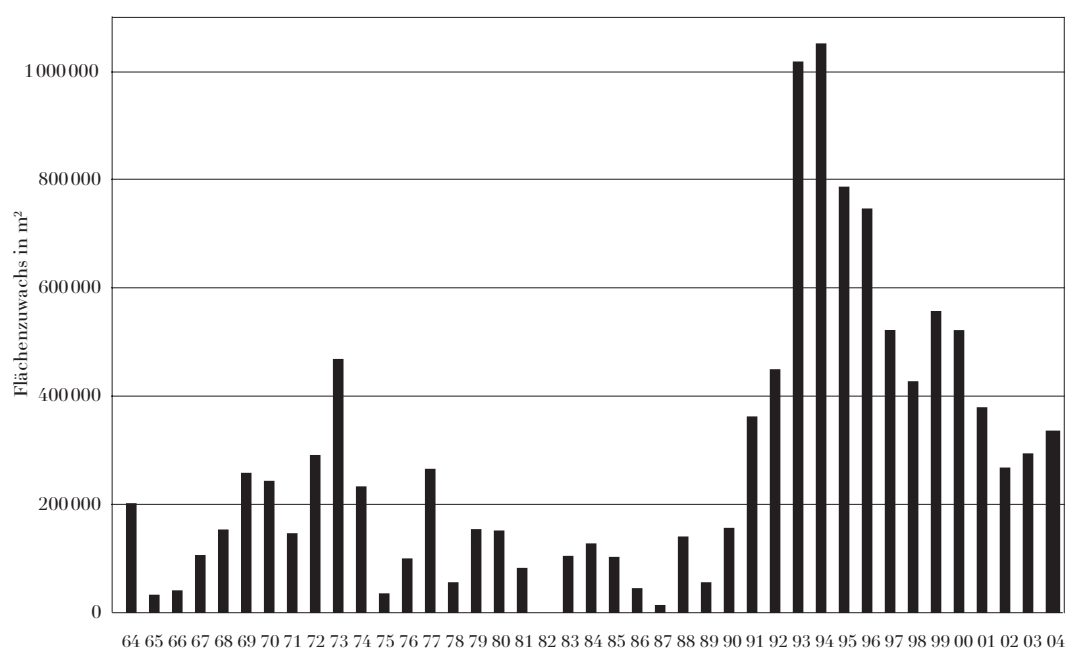


Abb. 3: Standortverteilung von Einkaufszentren in Deutschland (1964–2005). Die Daten für 2004–2005 sind Prognosen des EHI 2004. (Quelle: Eigene Darstellung nach EHI 2004)

Abb. 4: Flächenzuwachs bei Einkaufszentren in Deutschland (1964–2004).
(Quelle: Eigene Darstellung nach EHI 2004)



im Zeitraum von 1993 bis 1998 ein Flächenwachstum von annähernd 30% aufwiesen und bis 2005 ihren Marktanteil gegenüber 1980 um das 2,5-Fache steigern konnten (KPMG/EHI 2001, 2004) (siehe Abbildung 2).

Dieser zyklische Verlauf der Zuwachsraten ist insofern bemerkenswert, als – nach den gängigen Lebenszyklusmodellen für Betriebsformate des Einzelhandels (Berger 1977) – ein linearer Verlauf bzw. eine S-Kurve (zunächst stark zunehmende Zuwachsraten, die im späteren Verlauf abnehmen) zu erwarten wäre. In der Literatur wird diese Frage mit unterschiedlichen Perspektiven diskutiert. So spekulierte Falk (1973, 1982, 1998) mehrfach über eine potenzielle Sättigung an grossflächigen Betriebsstypen und Einzelhandelsflächen allgemein, um dann durch die nachfolgende Entwicklung wiederholt korrigiert zu werden. Diese Frage nach der Marktsättigung und damit implizit auch nach der Rationalität von Ansiedlungsentscheidungen wird in der Literatur zur Raumplanung, Immobilienwirtschaft und Einzelhandelsentwicklung zentral behandelt, ohne zu einer zufriedenstellenden Antwort zu gelangen (Difu 2006). Aus einer anderen Perspektive erscheinen Veränderungen in der regulativen Dichte der Raumplanung entscheidend, die die Verfügbarkeit geeigneter Lagen und damit die Ausbreitungsintensität grossflächiger Betriebsstypen bestimmen (Bleyer 1999; Fernie 1996; Lademann 1999).

Beiden Einschätzungen soll hier widerspro-

chen werden: Weder ist von einer bald einsetzenden Marktsättigung von grossflächigen Betriebsstypen auszugehen, noch sind die nationalen Raumplanungssysteme, wenn auch von wichtiger Bedeutung, die dominierenden Faktoren in der Erklärung der Zuwachsraten grossflächiger Betriebsstypen. So fällt zum Beispiel bei der Betrachtung der Standortverteilung (integrierte/nicht-integrierte Lagen) des Flächenzuwachses (nicht der Anzahl) neu entstandener Einkaufszentren im Zeitablauf auf, dass sich erst für 2004/2005 der in der Literatur postulierte «Trend in die Innenstädte» abzeichnet (siehe Abbildung 3), obwohl spätestens seit der enormen Ausweitung des «sekundären Netzes» in Ostdeutschland Mitte der 1990er-Jahre erhebliche regulative Verschärfungen des Planungsrechtes vorgenommen wurden (Kulke 2001). Die Ansiedlung von Centern auf der grünen Wiese oder in nicht-integrierten Stadtrandlagen ist kaum noch genehmigungsfähig. Nur noch 4% der seit 2002 neu entstandenen Einkaufszentren befinden sich an nicht-integrierten Standorten, 1995 waren es noch 25% (Just 2006: 12).

Auch sind die Flächenzuwachsraten bei den Einkaufszentren seit der Wiedervereinigung trotz eines in der Literatur allgemein konstatierten Flächenüberhangs im Einzelhandel auf bisher ungeahnte Höhen geschneilt (siehe Abbildung 4). Fast zwei Drittel der 50 Einkaufszentren, die in den nächsten drei Jahren eröffnet werden sollen, liegen in den Innenstädten (Walther

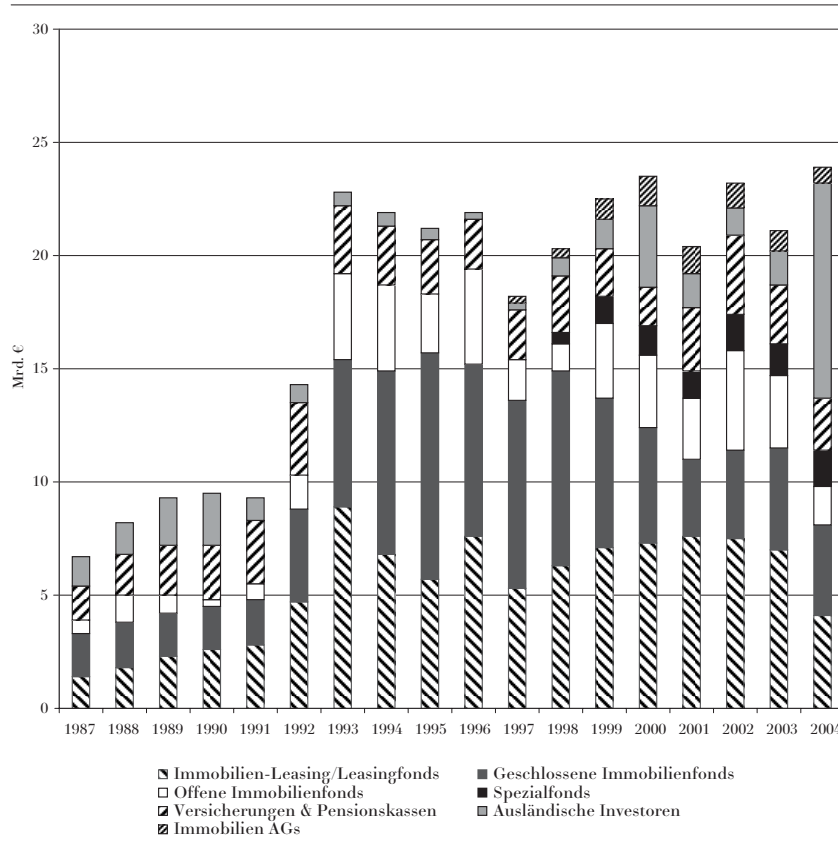


Abb. 5: Jährliche Nettoinvestitionen in den Gewerbeimmobiliensektor in Deutschland (1987-2004). (Quelle: Bahn 2006, nach BulwienGesa AG)

2006) bzw. am Rand der 1a-Lagen, auch von kleineren und Mittelstädten, was zunehmend als Konkurrenzsituation zur Innenstadt gelten kann (Brune et al. 2006). Trotz eines konstatierten «Problems des Werterhalts» für die Innenstädte (Potz 2005) kann aus unserer Sicht der Raumplanung ein nur geringer, zeitverzögerter Einfluss auf die Standortverteilung von grossflächigen Betriebstypen konzediert werden. Auf den zyklischen Verlauf der Zuwachsraten und damit auch der Intensität des Strukturwandels im Einzelhandel hat sie hingegen keinen Einfluss.

Da sich weder die Raumplanung noch der insgesamt vorhandene Flächenbestand als zentrale Steuerungsgrößen für die Zuwachsraten von grossflächigen Betriebstypen, hier speziell Einkaufszentren, erweisen, stellt sich die Frage nach den dominierenden Einflussfaktoren. Im Rahmen unserer Untersuchungen sind die Investmentpräferenzen institutioneller Investoren als entscheidender Faktor identifiziert worden. Erkennbar besteht eine starke Korrelation zwischen den Zuwachsraten von Einkaufszentren und den Veränderungen in den Nettoinvestitionen in Immobilien insgesamt² durch institutionelle Investoren (siehe Abbildung 5). Vor allem hat auch die Bedeutung von ausländischen In-

vestoren und damit von grenzüberschreitenden Investments stark zugenommen und wird in den nächsten Jahren noch an Bedeutung gewinnen. Ein Europäisierungstrend lässt sich daher auch im Bereich des Immobilieninvestments und allgemeiner der Immobilienwirtschaft beobachten (KPMG, EHI 2006). Aus Sicht institutioneller Investoren spricht vor allem der Abstand zwischen den Zinsen der zur Finanzierung aufgenommenen Kredite und den Erträgen von (grossflächigen) Einzelhandelsimmobilien für weitere Investments. Zudem gilt Deutschland im internationalen Vergleich keineswegs als überversorgt mit grossflächigen Betriebstypen (Just 2006).

Insbesondere international agierende Handelsunternehmen bevorzugen vor allem 1a-Lagen, die nur sehr begrenzt zur Verfügung stehen. Aus diesem Grund weichen nicht wenige Flächennachfrager auf (vor allem neu erstellte und damit aktuellen Konsumentenansprüchen gerecht werdende) Einkaufszentren aus, die aufgrund der Konzentration von attraktiven, komplementären Sortimenten eine ähnliche Zentralität wie 1a-Lagen generieren können. Die Nachfrage stark expandierender internationaler Handelsunternehmen nach solchen Flächen wird in den nächsten Jahren die

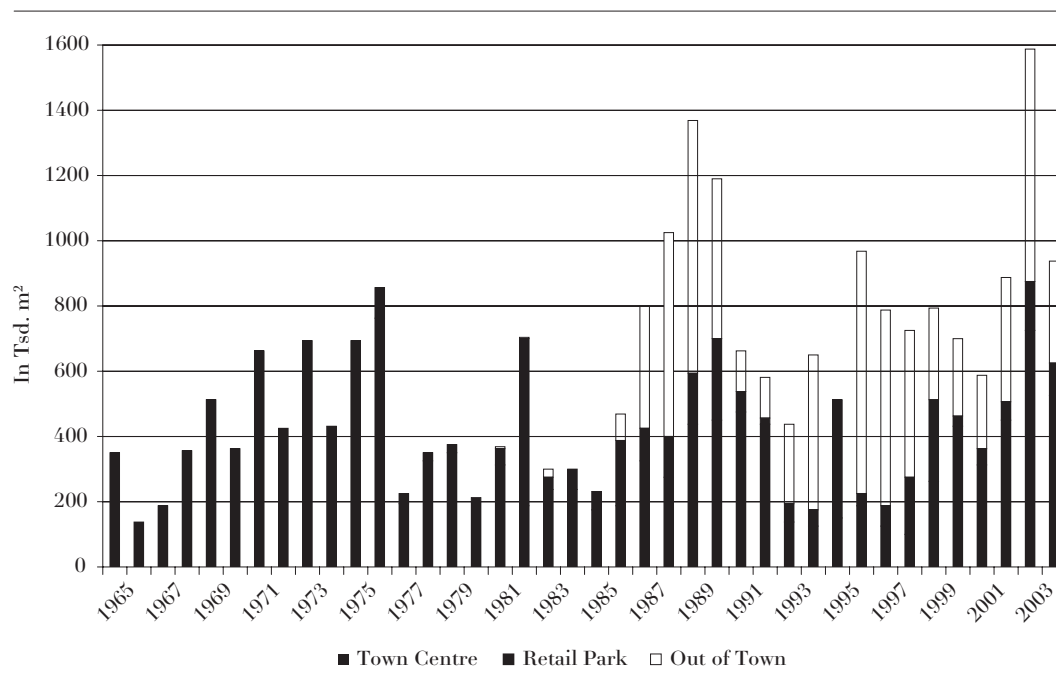


Abb. 6: Verkaufsflächenzuwachs in Grossbritannien 1965–2004 (in Tsd. m²).
(Quelle: Dii Retail Strategy Group 2004)

Immobilien nachfrage im deutschen Einzelhandel nachhaltig beeinflussen. Trotz der Flächenexpansion übersteigt auch die Nachfrage der Investoren nach attraktiven, d. h. nach internationalen Kapitalkriterien investmentfähigen Immobilien das Angebot bei weitem. Nicht zuletzt daraus resultiert eine verstärkte Nachfrage nach gewerblichen Immobilien innerhalb und ausserhalb der grossen Ballungsräume. Trotz des allgemeinen Flächenüberhangs erweisen sich Einzelhandelsflächen in 1a-Lagen als überdurchschnittlich wert- und ertragsstabil und werden es auch in Zukunft aufgrund der oben skizzierten Angebots- und Nachfragesituation in diesem Teilsegment sein. Da sich im Vergleich zu anderen Immobilienarten mit Einzelhandelsflächen in 1a-Lagen höhere Renditen erzielen lassen (Blatt 1998; Rüter, Famulok 2000; Weber 2004) und zugleich der Markt wenige Schwankungen ausweist, kann eine abnehmende Investitionstätigkeit nur aufgrund von konjunkturellen Schwankungen auf den Kapital- und Immobilienmärkten, nicht jedoch wegen einer scheinbaren und letztendlich nicht vorhandenen «Übersättigung» des Marktes für Einzelhandelsimmobilien erfolgen.

1.2 Grossbritannien

Für Grossbritannien stellt sich der Sachverhalt ähnlich dar. Der britische Einzelhandel ist im europäischen Vergleich relativ stark konzentriert und von relativ wenigen Gross-

unternehmen dominiert. Im Jahr 1973 hatten die fünf grössten britischen Lebensmittelhandelsunternehmen einen Anteil von 30 % am Gesamtmarkt, 1988 waren es bereits 56 %, bis 1997 stieg der Marktanteil bis auf 70 % an (Ogbonna, Harris 2002). Im Laufe dieses Prozesses sank die Zahl der Verkaufsstellen, die durchschnittliche Verkaufsfläche nahm hingegen zu. Die marktbeherrschende Stellung der Superstores (mehr als 2500 m² Verkaufsfläche), die bei den fünf grössten britischen Handelsketten im Jahr 1994 zwischen 80 und 100 % der Umsätze erwirtschafteten, ist im europäischen Vergleich singulär (Ferne 1995). Insgesamt gilt der Sektor als weit entwickelt, d. h. moderne Betriebsformate wurden hier früh eingeführt und bestimmen inzwischen die Struktur der Branche. Bereits ab Mitte der 1960er-Jahre, nach der Aufhebung des Prinzips der Preisbindung (*Retail Price Maintenance*) im Jahr 1964, wurden die ersten Superstores eröffnet. Auch in Grossbritannien verlief der Flächenzuwachs jedoch nicht linear, sondern in mehreren Zyklen (siehe Abbildung 6).

Auch hier zeigen sich bei einem Vergleich mit den Nettoinvestitionen starke Korrelationen zwischen den Zuwachsraten grossflächiger Betriebstypen (zusammengefasst aus den Kategorien «Out of Town» und «Retail Parks») und den Investmentaktivitäten institutioneller Investoren (siehe Abbildung 7). Aufgrund des grösseren direkten Einflusses der nationalstaatlichen Ebene als koordinierender und intervenierender Ins-

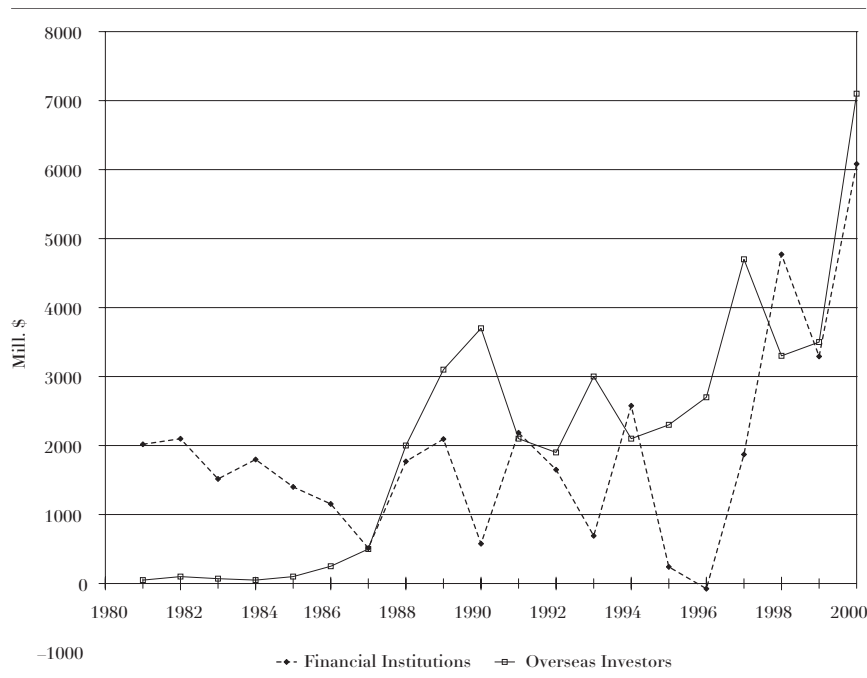


Abb. 7: Nettoinvestitionen institutioneller Investoren aus Grossbritannien und dem Ausland in britische Immobilien (1980–2000). (Quelle: Eigene Darstellung nach Investment Property Databank Ltd., April 2002 und Skinner, Juni 2001)

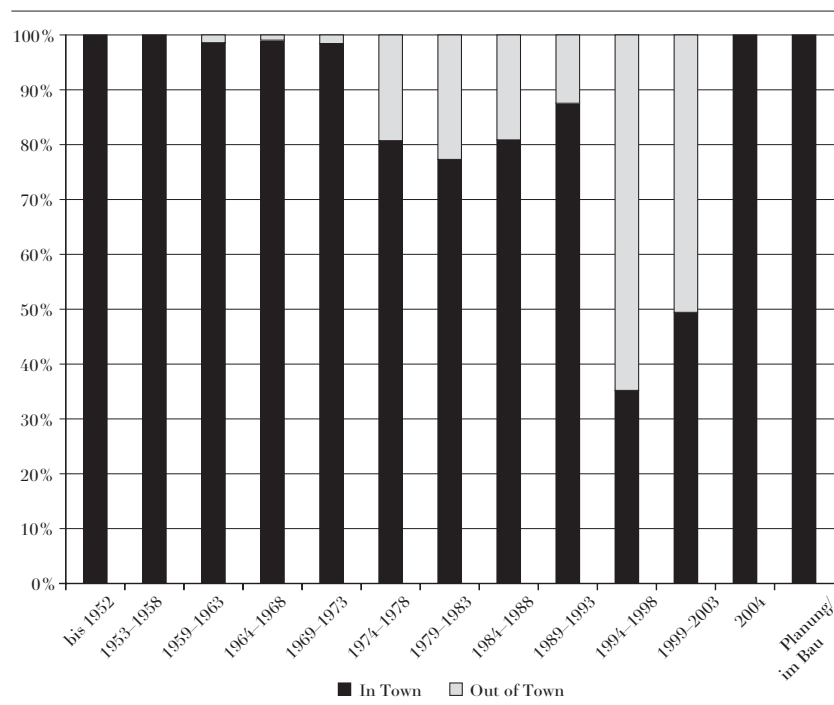
tanz im britischen Planungssystem scheinen auf den ersten Blick veränderte Regulierungsintensitäten der dominierende Faktor für die Variation der Zuwachsraten zu sein.

So haben die Politik der Deregulierung und ökonomischen Aktivierung sowie die Lockerung der Planungsgesetzgebung unter der konservativen Regierung Thatcher zu der Polarisierung und starken Konzentration grossflächiger Formate erheblich beigetragen. Die 1980er-Jahre werden bezogen auf die Handelsentwicklung und ihre Regulierung durch den Freibrief für jede Form von Handelsansiedlung auch als *free-for-all* bezeichnet (Guy 2007). Zwischen 1983 und 1994 stieg der Anteil der grossflächigen Betriebe an nicht-integrierten Standorten von 8,5% auf 22% der britischen Gesamtverkaufsfläche. Noch 1993 lagen in einem britischen Ranking die klassischen Innenstadtlagen in London, Edinburgh und Newcastle an der Spitze der umsatzstärksten Einkaufsstandorte. Bereits 1995 hatten dagegen drei grosse regionale Shopping-Center, Meadowhall, MetroCentre und Merry Hill, die City-Standorte von den vorderen Plätzen verdrängt. Im Ergebnis hat sich die oligopolartige Struktur des britischen Einzelhandels (auch) aufgrund der institutionellen Reformschübe gefestigt (Pötz 2003).

Aufgrund der auch in der konservativen Wählerschaft und Presse diskutierten negativen ökologischen Folgen des zunehmenden Flächenverbrauchs und des motorisierten Indivi-

dualverkehrs verschärfte noch die konservative Regierung unter John Major die bestehenden Planungsrichtlinien³ (Pötz 2003, 2004; Rydin 2003; Wrigley 1998). Kern der revidierten Bestimmungen ist der so genannte *Sequential Approach*, der die Genehmigung von Standorten ausserhalb der bestehenden Innenstadtzentren an den Nachweis der Nichtverfügbarkeit innerstädtischer Lagen bindet. Damit wird die Entwicklung nicht-integrierter Projekte laut der von uns interviewten Experten ausserordentlich erschwert. Diese Einschätzung relativiert sich jedoch bei der Betrachtung des zeitlichen Verlaufs der Zuwachsraten (d.h. der neu erstellten Flächen, nicht der Anzahl von Einkaufszentren): Obwohl seit Mitte der 1990er-Jahre als Reaktion auf den zunehmenden Anteil von nicht-integrierten Betriebstypen ein Politikwechsel in der Raumplanung unverkennbar ist (Pötz 2003; Ruston 1999), sind die Zuwachsraten für solche Betriebstypen nicht – wie zu erwarten gewesen wäre – zurückgegangen, sondern im Gegenteil noch gestiegen. Eine Analyse der Standortwahl für Einkaufszentren im Zeitablauf bestätigt diesen Befund (siehe Abbildung 8): Erst 2004 endete die Periode aussergewöhnlich hoher Zuwachsraten von Einkaufszentren an nicht-integrierten Standorten. Diese Entwicklung deutet auf umfangreiche Verzögerungs- und Ausweicheffekte regulatorischer Veränderungen hin. So werden beim erwähnten *Sequential Approach* die Begriffe *suitable sites* (geeignete Lagen) und *available sites* (verfügbare Lagen) in den In-

Abb. 8: Verteilung des Gesamtflächenwachses von Einkaufszentren auf Standorttypen (1952–2004).
(Quelle: Eigene Darstellung nach William Reed Publishing 2005)



nenstädten von den Investoren nach den baulichen Gegebenheiten für ihre Betriebsformate, von den Kommunen eher nach innenstadtrelevanten Warensortimenten interpretiert (Guy 2007: 87). Die Datenanalyse bestätigt auch – bezogen auf Einkaufszentren – die in der Literatur diskutierten umfangreichen «Vorratsanträge» von Einzelhandelskonzernen und Projektentwicklungsgesellschaften für grossflächige Betriebstypen unter der Regierung Thatcher (Langston et al. 1998; Wrigley 1998).

Im Jahr 2005 wird das *Planning Policy Statement 6* (PPS 6) (ODPM 2005) erlassen, das die Zielvorgaben für Handels- und Innenstadtentwicklung weiterentwickelt. Danach wird unter anderem auch für Erweiterungen vorhandener Ladenlokale um mehr als 200 m² ein Nachweis gemäss dem Prinzip des *Sequential Approach* nötig. Die Interpretation nach innenstadtrelevanten Sortimenten wird durch eine allgemeine Formulierung ersetzt, wonach Antragsteller und öffentliche Hand die Anträge «flexibel» formulieren bzw. bescheiden sollen (Guy 2007: 93).

Noch aufschlussreicher hinsichtlich des Einflusses der Raumplanung ist jedoch das Standortverhalten der Unternehmen in der Zeit der Labour-Regierung vor Thatcher. Trotz einer vergleichsweise restriktiv gehandhabten Genehmigungspraxis entstanden knapp 20% der neuen Einkaufszentren an nicht-integrierten Standorten. Diese Verteilung der Makrostandorte blieb fast ein Jahrzehnt (bis 1993) trotz

umfangreicher Veränderungen in den regulativen Rahmenbedingungen konstant. Bei der ausschliesslichen Betrachtung der Standortwahl können daher insgesamt zwar erhebliche Variationen im Zeitablauf identifiziert werden, die jedoch mit den Veränderungen auf der regulativen Ebene der Raumplanungssysteme allenfalls zeitverzögert korrelieren.

2. Ausblick

Insgesamt wird deutlich, dass Entwicklungen und Trends auf dem spezialisierten Teilmarkt für Handelsimmobilien den Strukturwandel im Einzelhandel unmittelbar beeinflussen (wie natürlich auch umgekehrt). Diese Trends ergeben sich aus den Anforderungen der Einzelhandelsunternehmen, sind jedoch in ihrer Realisierung von den Investmentpräferenzen institutioneller Investoren abhängig, die zunehmend grenzüberschreitend operieren. Die Internationalisierung des Tätigkeitshorizontes von institutionellen Investoren und Projektentwicklungsgesellschaften wird den Stellenwert ihrer Investmententscheidungen für den Strukturwandel des Einzelhandels noch zunehmen lassen (Guy 2001). Der Einfluss von institutionellen Investoren auf die Steuerung und den Verlauf des Strukturwandels im Einzelhandel und damit auch auf die Stadtentwicklung wird in der Literatur jedoch bisher vernachlässigt,

erwies sich aber in unseren explorativen Untersuchungen als signifikant. Dazu sind weitergehende vertiefende Untersuchungen wünschenswert. Die Bedeutung und der Einfluss der Grundstückseigentümer, Projektentwickler und institutionellen Investoren als private Akteure in der Handelsimmobilienwirtschaft sind bei raumplanerischen Steuerungsprozessen wesentlich zentraler zu bewerten als in der Literatur bisher üblich.

Anmerkungen

- 1 Für Deutschland kann folgende Definition gelten: «Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete grossflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken... Sie verfügen über eine Mietfläche inklusive Nebenfläche von mindestens 10 000 m²» (EHI 2004, S. V.4).
- 2 Aufgrund der ungenügenden Datenlage werden hier als Annäherung die Nettoinvestitionen in Immobilien insgesamt, nicht nur in Einzelhandelsimmobilien oder Einkaufszentren als Bezugspunkt herangezogen. Auf die methodisch gegebenen Einschränkungen der Aussagen sei daher explizit verwiesen: Die Allokation von Investitionen innerhalb der Anlageklasse «Immobilien» kann im Zeitablauf variieren, d.h. hohe Nettoinvestitionen in Immobilien insgesamt müssen nicht zwangsläufig mit hohen Investitionen in Einkaufszentren einhergehen und umgekehrt. Die verfügbaren Daten lassen jedoch eine hohe Konstanz sowohl der Renditen der einzelnen Immobilienarten als auch der Anteile innerhalb der Immobilienportfolios institutioneller Investoren vermuten (Bahn 2006: 74), so dass eine hohe Korrelation zwischen Nettoinvestitionen in Immobilien insgesamt und in Einzelhandelsimmobilien unterstellt werden kann.
- 3 Die Aussage bezieht sich auf die 1993 und 1996 revidierte Version der *Department of the Environment's Planning Policy Guidance (PPG) Note 6 Town Centres and Retail Development* und auf die 1996 von der gleichen Institution herausgebrachte *PPG Note 13 Transport*.

Literatur

BAG (BUNDESARBEITSGEMEINSCHAFT DER MITTEL- UND GROSSBETRIEBE DES EINZELHANDELS) (2005): *Vademecum des Einzelhandels 2005*. Berlin: BAG.

BAHN, C. (2006): *Investition und Planung im Einzelhandel. Einfluss von Raumplanungssystemen und institutionellen Investoren auf den Strukturwandel des metropolitanen Einzelhandels*. Reihe: Stadtforschung aktuell, Bd. 108. Wiesbaden: VS Verlag.

BAHN, C. (2004): Die Bedeutung des Immobiliensektors für den Einzelhandel. Institutionelle Investoren als zentrale Akteure im Betriebstypenwandel. *RaumPlanung* 113: 63–66.

BELL, D. (1999): British food retailing: A comparative analysis. *European Retail Digest* 21: 30–35.

BENJAMIN, J. D. (ed.) (1996): *Megatrends in Retail Real Estate*. Boston/Dordrecht/London: Kluwer Academic.

BERGER, S. (1977): *Ladenverschleiss. Ein Beitrag zur Theorie des Lebenszyklus von Einzelhandelsgeschäften*. Göttingen: O. Schwartz.

BLATT, L.; RACZECK, G. VON (1998): *Wirtschaftsstandort Innenstadt und «Grüne Wiese». Europäische Fakten und Erfahrungen*. Bonn: Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.

BLEYER, B. (1999): Standort- und Flächentrends bei Einzelhandelsgrossprojekten. Grenzen landesplanerischer Steuerungsinstrumentarien und Möglichkeiten konsensueller Regelungen der kommunalen Plangeber. *Raumforschung und Raumordnung* 57 (2/3): 132–142.

BRUNE, W.; JUNKER, R.; PUMP-UHLMANN, H. (Hrsg.) (2006): *Angriff auf die City*. Düsseldorf: Droste.

DAWSON, J. (1998): *Trade and competition orientated developments in retailing in the EEA*. Brüssel.

DIFU (DEUTSCHES INSTITUT FÜR URBANISTIK) (2006): Positionspapier Innerstädtische Einkaufszentren. www.difu.de/presse/060406/positionspapier-einkaufszentren.pdf, download vom 30.09.2006.

DIPASQUALE, D.; WHEATON, W. C. (1996): *Urban Economics and Real Estate Markets*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

DÖRRENBÄCHER, C.; DOHLE, M. (2001): E-Commerce und Erlebnisshopping: Revolution an der Kundenschnittstelle oder business as usual im europäischen Einzelhandel? In RUDOLPH, H. unter Mitarbeit von SCHÜTTPELZ, A. (Hrsg.): *Aldi oder Arkaden? Unternehmen und Arbeit im europäischen Einzelhandel*. Berlin: edition sigma, S. 177–194.

DTI RETAIL STRATEGY GROUP (2004): *The Retail Development Process & Land Assembly. Volume 1 – Report (February)*. London: DTZ Pieda Consulting.

EHI (EUROHANDELSINSTITUT GMBH) (Hrsg.) (2004): *Shopping-Center-Report*. Köln: EHI.

FALK, B. R. (Hrsg.) (1973): *Shopping-Center-Handbuch*. München: GWI.

FALK, B. R. (Hrsg.) (1982): *Einkaufszentren: Planung, Entwicklung, Realisierung und Management*. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie.

FALK, B. R. (Hrsg.) (1998): *Das grosse Handbuch Shopping-Center. Einkaufspassagen, Factory-Outlet-Malls, Urban-Entertainment-Center*. Landsberg/Lech: Verlag Moderne Industrie.

FERNIE, J. (1995): International comparisons of supply chain management in grocery retailing. In AKEHURST, G.; ALEXANDER, N. (Hrsg.): *The Internationalisation of Retailing*. London: Frank Cass, S. 134–147.

FERNIE, S. (1996): The future for factory outlet centres in the UK: The impact of changes in planning policy guidance on the growth of a new retail format. *International Journal of Retail &*

- Distribution Management* 24 (6): 11–21.
- GUY, C. (1994): *The Retail Development Process. Location, Property and Planning*. London/New York: Routledge.
- GUY, C. (2001): Internationalisation of large-format retailers and leisure providers in Western Europe: planning and property impacts. *International Journal of Retail & Distribution Management* 29 (10): 452–461.
- GUY, C. (2007): *Planning for Retail Development. A Critical View of the British Experience*. London/New York: Routledge.
- HOWE, S. (ed.) (2003): *Retailing in the European Union. Structures, Competition and Performance*. London: Routledge.
- INVESTMENT PROPERTY DATABANK, LTD. (eds.) (2002): *The UK Property Investors Digest 2002*. April. London: Investment Property Databank Ltd.
- JUNKER, R. (1998): Stadtmarketing. Der Stand der Dinge aus Sicht der Stadtplanung. *RaumPlanung* 82: 151–156.
- JUST, T. (2006): German retail property. Opportunities despite oversupply. *Deutsche Bank Research. Current Issues*, 23.08.2006.
- KPMG, EHI (2001): *Status Quo und Perspektiven im deutschen Lebensmittelhandel*. Köln: KPMG, EHI.
- KPMG, EHI (2004): *Status Quo und Perspektiven im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2004*. Köln: KPMG, EHI.
- KPMG, EHI (2006): *Trends im Handel 2010*. Köln: KPMG, EHI.
- KULKE, E. (1998): Einzelhandel und Versorgung. In KULKE, E. (Hrsg.): *Wirtschaftsgeographie Deutschlands*. Gotha/Stuttgart: Klett-Perthes, S. 162–182.
- KULKE, E. (2001): Entwicklungstendenzen suburbaner Einzelhandelslandschaften. In BRAKE, K.; DANGSCHAT, J.; HERFERT, G. (Hrsg.): *Suburbanisierung in Deutschland. Aktuelle Tendenzen*. Opladen: Leske + Budrich, 57–69.
- LADEMANN, R. P. (1999): Verkaufsflächenexpansion als Herausforderung der Stadtplanung. In BEISHEIM, O. (Hrsg.): *Distribution im Aufbruch. Bestandsaufnahmen und Perspektiven*. München: Vahlen, S. 527–544.
- LANGSTON, P.; CLARKE, G. P.; CLARKE, D. (1998): Retail saturation: the debate in the mid-1990s. *Environment and Planning A*, 30 (1): 49–66.
- LINGENFELDER, M. (1996): *Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel. Ursachen, Formen und Wirkungen im Lichte einer theoretischen Analyse und empirischen Bestandsaufnahme*. Berlin: Duncker & Humblot.
- METRO GROUP (2006): *Metro Handels-Lexikon 2006/2007*. Düsseldorf: Metro.
- ODPM (OFFICE OF THE DEPUTY PRIME MINISTER) (2005): *Planning Policy Statement 6: Planning for Town Centres*. London: TSO.
- OGBONNA, E.; HARRIS, L.C. (2002): Organizational culture: A ten year, two-phase study of change in the UK food retailing sector. *Journal of Management Studies* 39 (5): 673–706.
- POTZ, P. (2003): *Die Regulierung des Einzelhandels im Grossraum London*. Discussion paper SP III 2003-203 des Wissenschaftszentrums für Sozialforschung, Berlin: WZB.
- POTZ, P. (2004): Strukturwandel im Einzelhandel europäischer Metropolen. Rahmenbedingungen und Perspektiven für die Stadtentwicklung in Berlin, London und Mailand. *RaumPlanung* 113: 57–62.
- POTZ, P. (2005): Handels-Immobilienkongress in Köln. *RaumPlanung* 120: 161–162.
- RUDOLPH, H.; SCHÜTTPPELZ, A. (2001): Europäische Strukturen im Einzelhandel – Einleitung. In: RUDOLPH, H. unter Mitarbeit von SCHÜTTPPELZ, A. (Hrsg.): *Aldi oder Arkaden? Unternehmen und Arbeit im europäischen Einzelhandel*. Berlin: edition sigma, S. 7–21.
- RUSTON, P. (1999): *Out of Town Shopping. The Future of Retailing*. London: The British Library Board.
- RÜTER, A.; FAMULOK, R. (2000): *Einzelhandel in Europa*. Mainz: Westdeutsche Immobilienbank, S. 15–29.
- SCHÜTTPPELZ, A.; DENIZ, A. (2001): Beschäftigungsentwicklung im europäischen Einzelhandel. In RUDOLPH, H. UNTER MITARBEIT VON A. SCHÜTTPPELZ (Hrsg.): *Aldi oder Arkaden? Unternehmen und Arbeit im europäischen Einzelhandel*. Berlin: edition sigma, 103–129.
- SKINNER, D. (2001): *Overseas Investment in UK Commercial Property*, DTZ Debenham Tie Leung Research Alert, June. London.
- TORDJMAN, A. (1995): European retailing: convergences, differences and perspectives. In MCGOLDRICK, P. J.; DAVIES, G. (eds.): *International Retailing. Trends and Strategies*. Harlow: Pearson, S. 17–50.
- WALTHER, M. (2006): Shoppingcenter – Fluch oder Segen für die Innenstadt? *Immobilien-Zeitung* Nr. 22, 19.10.2006: 19
- WEBER, S. (2004): Fonds investieren in neue Verkaufsflächen. Expansion trotz steigender Leerstände in vielen Städten. *Süddeutsche Zeitung* 22.03.2004.
- WESTDEUTSCHE IMMOBILIENBANK (2004): *Handelsimmobilien – Entwicklungen, Prognosen, Trends im Einzelhandel*. Mainz: Westdeutsche Immobilienbank.
- WILLIAM REED PUBLISHING, LTD. (ed.) (2004): *Retail & Shopping Centre Directory 2005*. Crawley, West Sussex: William Reed Publishing Ltd.
- WRIGLEY, N. (1998): Understanding store development programmes in post-property-crisis UK food retailing. *Environment and Planning A* 30 (1): 15–35.

Dr. phil. Christopher Bahn
CUREM AG
Schanzeneggstr. 1
8002 Zürich
Schweiz
c.bahn@curem.ch

Dr. Dipl.-Ing. Petra Potz
location³
Binger Str. 23
14197 Berlin
Deutschland
potz@location3.de