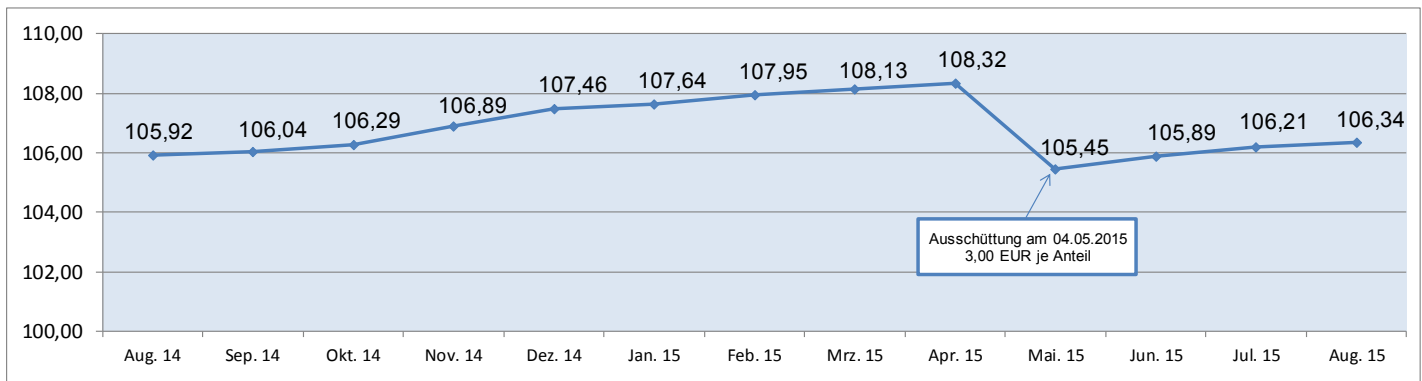
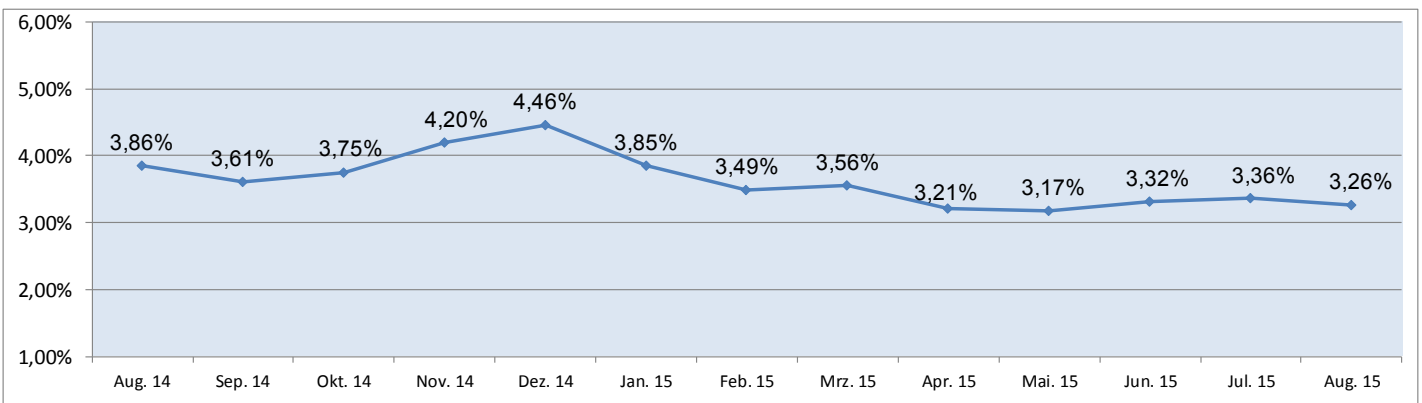




Entwicklung des Anteilpreises (EUR)



Entwicklung der BVI-Rendite (p.a.)



Thema des Monats

eCommerce: Anteil bei Lebensmitteln und Drogerieartikeln wird sich verdoppeln

GfK stellt Daten und Prognose zum eCommerce in den nächsten zehn Jahren vor

Bruchsal, 23. Juli 2015 – GfK hat eine umfassende quantitative und qualitative Analyse der aktuellen Online-Umsätze je Warengruppe erstellt. Darauf basierend hat GfK ein Prognosemodell für den eCommerce nach Warengruppen bis zum Jahr 2025 entwickelt. Demnach wird sich der Online-Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz verdoppeln.

„Wir zeigen mit unserer Prognose, dass der Online-Handel nicht das Ende des stationären Handels bedeutet. Auch im eCommerce ist ein natürlicher Sättigungsverlauf zu erkennen“, erläutert GfK-Handelsimmobilienexperte und Studienleiter Dr. Gerold Doplbauer die Ergebnisse der Analyse.

Wichtige Ergebnisse im Überblick:

- **Aktueller Online-Anteil:** Im Jahr 2014 wurden 8,5 Prozent des gesamten deutschen Einzelhandelsumsatzes über das Internet abgewickelt. Dabei wird dieser Wert durch den niedrigen Online-Anteil im Lebensmitteleinzelhandel (inklusive Drogerieartikel) von

1,2 Prozent gedrückt. Bezogen auf den reinen Non-food-Umsatz betrug der Online-Anteil in 2014 bereits 15,3 Prozent.

- **Heutige eCommerce-Anteile nach Warengruppe:** Die Bedeutung des Online-Handels ist aktuell in den Sortimenten Technik & Medien, Sport & Freizeit sowie Fashion & Lifestyle am höchsten. In diesen drei Segmenten werden aktuell rund ein Fünftel der Einzelhandelsausgaben online getätigt.
- **Relative Bedeutung der Umsatzvolumina:** Die Notwendigkeit, beide Dimensionen – den Anteil der Warengruppe am Einzelhandel und den Anteil von Online innerhalb der Warengruppe – gegenüberzustellen, wird am Lebensmitteleinzelhandel deutlich: Obwohl der Online-Anteil mit 1,2 Prozent auf einem sehr niedrigen Niveau liegt, ist die Bedeutung des Online-Handels mit 2,6 Milliarden Euro Umsatz in 2014 nicht zu vernachlässigen. Der Verdrängungsdruck auf den stationären Handel ist noch gering. Für Branchen wie Logistikdienstleister, die mit dem Online-Handel eng verbunden sind, ist das Online-Geschäft aber bereits wichtig.
- **Soziodemografie:** Unter anderem hat die Familienstruktur einen Einfluss darauf, wie online-affin ein Haushalt ist: Mit wachsender Größe des Haushalts sinkt der Anteil der Online-Ausgaben. Und auch das Geschlecht spielt eine Rolle: Männer in Einpersonenhaushalten haben mit 17,8 Prozent beispielsweise einen doppelt so hohen Online-Ausgabenanteil wie alleinlebende Frauen (8,8 Prozent).



- Grenzen des Wachstums:** eCommerce wird eine natürliche Wachstumsgrenze erreichen, die sich je nach Reifegrad der Online-Erschließung der Warengruppen unterscheidet. Bei Online-Sortimenten erster Stunde sind bereits Sättigungstendenzen erkennbar. So konnte etwa der Online-Anteil für Bücher/Medien von 2013 auf 2014 nur noch marginal wachsen. Auch das Segment Technik & Medien wuchs im vergangenen Jahr mit nur knapp 8 Prozent im Vergleich zu den Vorjahren (20-30 Prozent p.a.) deutlich weniger. Ursachen dafür sind auch die Innovationskraft und Anpassungsfähigkeit des stationären Handels. Er hat bereits erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert und damit selbst die Online-Dynamik vorangetrieben.
- Prognose des Online-Anteils bis 2025:** Auch wenn sich die Wachstumsraten aufgrund von Sättigungstendenzen abschwächen werden, erwartet GfK bis zum Jahr 2025 nahezu eine Verdopplung des Online-Anteils am gesamten Einzelhandelsumsatz (d.h. Food und Nonfood) auf rund 15 Prozent. Bezogen auf Nonfood, also exklusive Lebensmittel & Drogerieartikel, erwartet GfK einen Anteil von sogar rund 20 Prozent.
- Künftige Verschiebung der Warengruppen-Gewichte:** Wenngleich alle Branchen bis zum Jahr 2025 absolut weiter wachsen werden und Technik & Medien auch künftig den Löwenanteil ausmachen wird, verschieben sich die Gewichte zugunsten der Online-Einsteiger im Bereich Lebensmittel & Drogerie, Einrichten & Wohnen sowie Garten & Heimwerken.
- Lebensmittel & Drogerie** wird den größten Anteilszuwachs erreichen. Das Sortiment dürfte seinen Anteil am Online-Handelsvolumen von derzeit 8 auf 16 Prozent verdoppeln.

„Die Handelsakteure wollen wissen, wie viel ihres verfügbaren Einkommens die Verbraucher für Käufe im Internet und wie viel sie in stationären Läden ausgeben werden“, erklärt Doplbauer. „Einzelhändler, Entwickler und Investoren müssen langfristige und kostenintensive Entscheidungen treffen. Unsere Analyse der Online-Umsatzanteile je Warengruppe sowie unsere 10-Jahres-Prognose helfen Händlern, Investoren und Entwicklern als objektive Grundlage für langfristige Entscheidungen.“

Christina Bunten nach einem Artikel der GfK vom 23.07.2015

Übersicht der Liegenschaften (Stand: 31.08.2015)

Rang	Ort	Straße	Aktueller Verkehrswert EUR ¹⁾
(laut Vermögensaufstellung)			
1	NL-Den Haag	Wagenstraat 9	37.500.000
2	Rostock	Kröpeliner Straße 57/Hinter Lange Straße 32, 33, 34, 35	22.100.000
3	Berlin	Neue Schönhäuser Straße 10/Rosenthaler Straße 46, 4	16.425.000
4	Augsburg	Bürgermeister-Fischer-Straße 5/Moritzplatz 7	14.750.000
5	CH-Biel	Florastraße 11/Nidaugasse 50/Neugasse 42 u. 48	14.388.822
6	Leipzig	Hainstraße 5-7	13.225.000
7	Krefeld	Rheinstraße 121	6.400.000
8	Saarbrücken	Bahnhofstraße 72	4.800.000
9	Darmstadt	Ernst-Ludwig-Straße 11	4.500.000
10	Oldenburg	Achternstraße 52	4.000.000
SUMME			138.088.822
GESAMTES IMMOBILIENVERMÖGEN			138.088.822

1) Arithmetisches Mittel der Verkehrswerte, die von zwei Bewertern zu einem Bewertungsstichtag unabhängig voneinander ermittelt wurden.

2) Devisenkurs CHF per 28.08.2015 (1 EUR =) 1,0807 CHF

Mieter mit der höchsten Miete (TOP 10)

Rang	Mieter	Monatl. Miete EUR
1	ZARA	138.636
2	WÖHRL	100.586
3	H&M	66.860
4	TK Maxx	49.167
5	Globus-Gruppe (einschl. SCHILD)	36.571
6	P&C Düsseldorf	33.087
7	GRIES DECO	25.000
8	BESTSELLER	20.750
9	4EVER	18.758
10	FRED PERRY	15.500
SUMME TOP 10		504.916
GESAMTE MONATSMIETE		650.498

Fondsdaten zum Stichtag

	Ende abgelaufenes Geschäftsjahr 31.03.2015	Aktuell 31.08.2015
Fondsvermögen	174.648.408 €	184.930.301 €
Immobilienquote	78,9%	74,7%
BVI-Rendite p.a. (Zeitraum 31.03.2014-31.03.2015)	3,56%	3,26%
Anteilpreis/Rücknahmepreis	108,13 €	106,34 €



Hauptmieter der Verkaufs- und Verkaufsnebenfläche im Erd- und Untergeschoss ist die Robert Ley Damen- und Herrenmoden GmbH & Co. KG mit dem Einzelhandelsgeschäft Closed. Mietvertrag hat eine feste Laufzeit bis zum 30.01.2024 mit einer Option zur Verlängerung von zwei Mal fünf Jahren.

Neuerwerb Köln, Apostelstraße 15-17

Am 12.08.2015 konnten wir für den Aachener Spar- und Stiftungs-Fonds die Liegenschaft in Köln erwerben.

Ausgehend vom Neumarkt als Verlängerung der Schildergasse erstreckt sich die Apostelstraße zwischen Mittelstraße und Ehrenstraße und liegt damit inmitten des boomenden Einkaufsviertels. Sie dient als Verbindung zwischen der Schildergasse und vor allem der Ehrenstraße und hat sich in den letzten Jahren sehr dynamisch entwickelt. Auch wenn die Apostelstraße derzeit noch nicht zu der gewachsenen 1a-Einzelhandelslage in Köln gehört, so hat sie doch ein großes Potential, sich als solche zu etablieren. Eine vielfältige Mischung aus Einzelhandelsfilialisten, individuellen Einzelhändlern, Gastronomie und Büroflächen zeichnet dieses sehr über die Grenzen von Köln hinaus beliebte Einkaufs- und Verweilzentrum aus.

Das neu erworbene Objekt befindet sich im frequenzstärksten Abschnitt der Apostelstraße sowie in direkter Nähe zum Gloria Theater (Apostelstraße 11) mit rund 400 Sitz- oder 900 Stehplätzen.

Bei der Immobilie handelt es sich um ein fünf geschossiges modernes Wohn- und Geschäftshaus welches ursprünglich 1950 auf einem 441 m² großen Grundstück errichtet wurde. 1990 und 2013 fanden einige Modernisierungsmaßnahmen statt.

Die Handelsflächen befinden sich im Erdgeschoss auf 346,66 m². Die Lagerflächen befinden sich im Untergeschoss auf 281,14 m². Die Büroflächen mit 872 m² liegen im ersten bis vierten Obergeschoss. Im vierten Obergeschoss ist eine Wohnung mit einer Größe von 57 m² vorhanden.