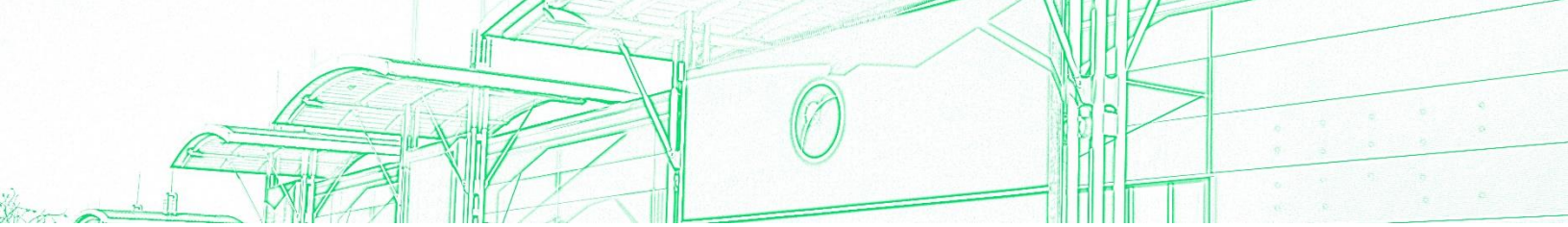


FACHMARKTZENTREN IN POLEN

Q1 2019 MARKTREPORT



**VENDO
PARK**



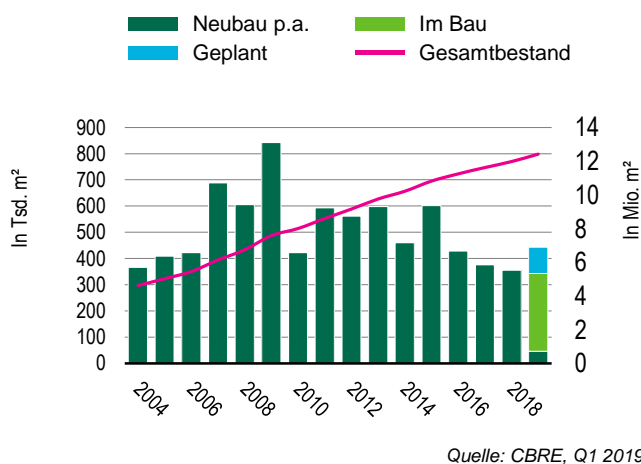
HANDELSIMMOBILIEN MARKT POLEN

ANGEBOT UND HANDELSIMMOBILIENTYPEN

Der Gesamtbestand an Einzelhandelsflächen in Polen belief sich zum Ende des Q1 2019 auf eine **Gesamtmietfläche von 12 Millionen m²**. Diese Zahl beinhaltet alle modernen Handelsimmobilien mit einer Gesamtmietfläche von mind. 5.000 m², die in eine der Kategorien passen, wie sie unten im Text definiert werden. Der polnische Handelsimmobilienmarkt weist eine starke Diversifikation in unterschiedliche Formate auf. Die Objekte können grob in zwei Gruppen aufgeteilt werden – **in klassische Einkaufszentren** und **spezielle Handelsimmobilientypen**. In der Gruppe der speziellen Objekte gibt es eine klare Trennung in zwei Typen: Outlets und Fachmarktzentren.

Der polnische Handelsimmobilienmarkt zeigt ein stabiles Wachstum. In den Jahren 2014 – 2018 lag das durchschnittliche Wachstum bei **4% p.a.** 2019 werden voraussichtlich mehr als 440.000 m² an neuen Flächen dazukommen, vorausgesetzt alle im Bau befindlichen Projekte werden rechtzeitig abgeschlossen und kleinere Projekte bald begonnen.

Abb.1. Neue Handelsflächen in Polen (2004-2019)

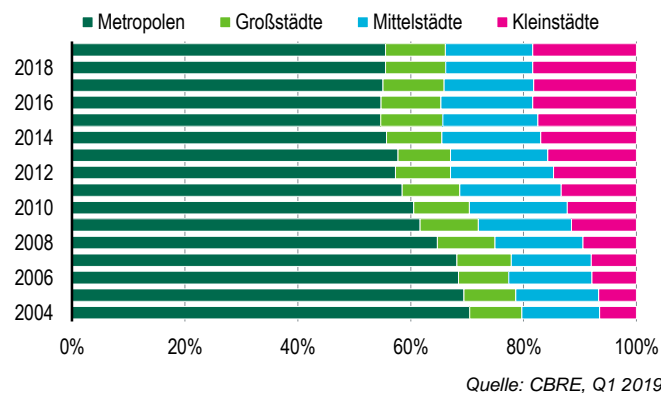


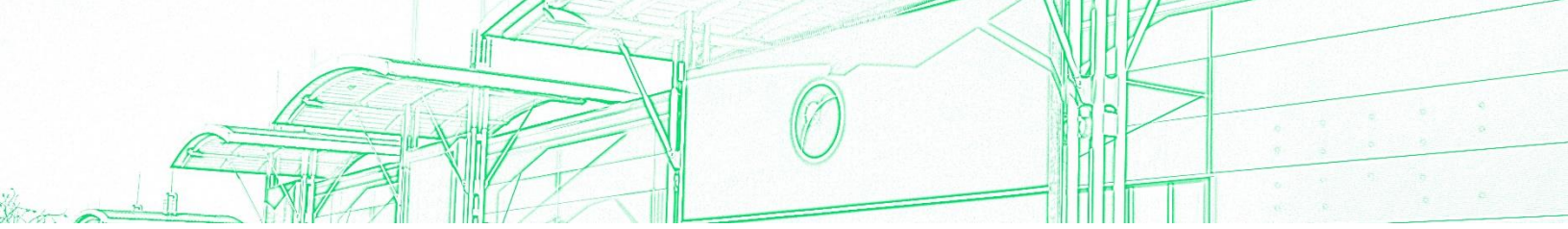
Seit in den 1990er Jahren die ersten Einkaufszentren eröffnet wurden, hat sich auf dem polnischen Handelsimmobilienmarkt ein umfassender Wandel

vollzogen und die Objekte haben sich schrittweise weiterentwickelt.

Am Anfang war die Verbrauchermarktfunktion dominant, später nahm die Anzahl der kleineren Läden zu und schließlich gewann die Funktion als sozialer Treffpunkt mit dem Aufkommen von Food Courts an Bedeutung. In den Anfangsjahren fokussierten sich die Projektentwickler auf die größten polnischen Ballungsräume und entwickelten dort traditionelle Einkaufszentren, deren Ankermieter ein Verbraucher-großmarkt war. Diese ersten Einkaufszentren lagen häufig in den Vororten. Es folgten Zentren der zweiten und dritten Generation in den zentralen Lagen der großen Städte. Noch etwas später verlagerten die Entwickler ihre Aktivitäten in Mittelstädte und bauten dort traditionelle Einkaufszentren. Nach der Jahrtausendwende tauchten die ersten Outlets in Polen auf, das erste wurde 2002 eröffnet. Fachmarktzentren kamen bereits etwas früher – nämlich in den späten 1990er Jahren – nach Polen. Es handelte sich dabei um sehr großflächige Objekte, die häufig neben einem Supermarkt, einem Baumarkt oder einem Einkaufszentrum lagen. Mit der Zeit haben sich Fachmarktzentren zu kleineren Immobilien mit bis zu 10.000 m² Gesamtmietfläche weiterentwickelt. Im Q1 2019 lag der größte Teil des Flächenbestandes in den Metropolen (56%). Allerdings nehmen die Flächen in den Mittelstädten (100.000 bis 200.000 Einwohner) und kleineren Städten (unter 100.000 Einwohner) allmählich zu.

Abb. 2. Lage des Flächenbestandes in Polen (%)



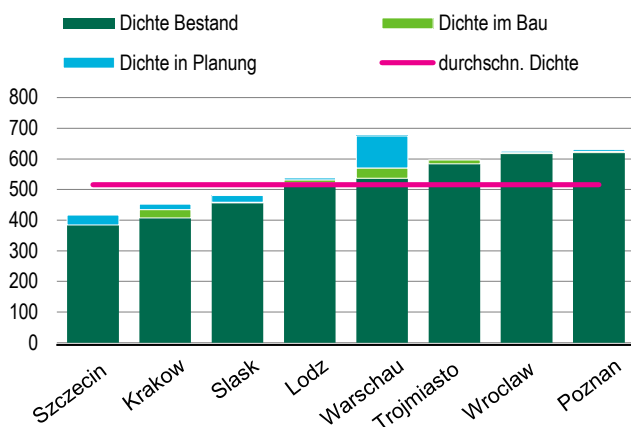


HANDELSIMMOBILIEN IN POLEN

VERSORGUNG MIT HANDELSFLÄCHEN

Der polnische Handelsimmobilienmarkt ist in den großen Städten relativ gesättigt. Betrachtet man die acht größten Städte, findet sich die höchste Dichte an modernen Handelsflächen in den Großräumen Poznan und Wroclaw (620 m² / 1.000 Einwohner bzw. 617 m² / 1.000 Einwohner). Die geringste Dichte findet sich im Raum Szczecin (384 m² / 1.000 Einwohner). Derzeit nimmt das Interesse der Projektentwickler an kleineren Städten zu, wobei der Fokus auf kleineren Einkaufszentren oder Fachmarktzentren liegt.

Abb. 3. Handelsflächenversorgung Ballungsräume (m² Gesamtmietfläche pro 1.000 Einwohner)



Quelle: CBRE, Q1 2019

NACHFRAGE

Die günstige wirtschaftliche Entwicklung und die wachsende Kaufkraft der polnischen Konsumenten machen Polen zu einem attraktiven Markt für internationale Marken. 2018 vollzogen eine Reihe von internationalen Unternehmen den Markteintritt in Polen. Die Mehrheit begann mit einem Geschäft in einem der Warschauer Einkaufszentren. Beispielsweise eröffneten die amerikanischen Modemarken *Bebe* und *Armani Exchange* in der Galeria Mokotow. Andere Marken, die in Warschau erstmals den polnischen Markt betraten, waren unter anderem *Fissman* (Wola Park), *Fit/One* (Blue City), *Ximi Vogue* (Galeria Wilenska) und *Kocca*

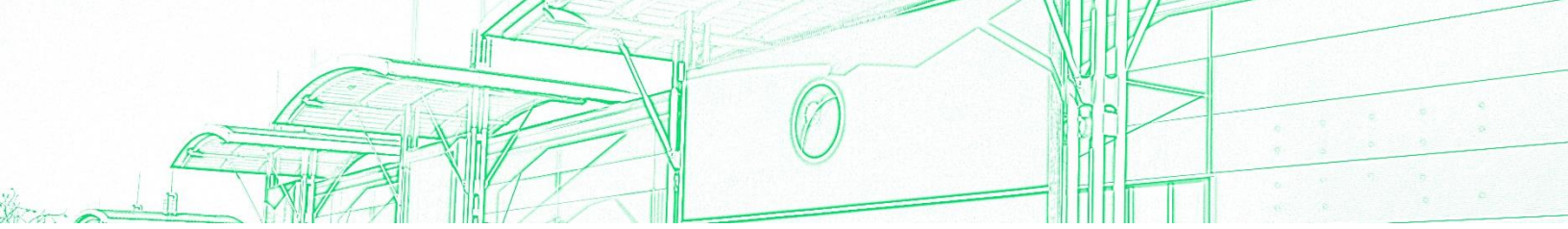
(Galeria Polnocna).

Die beliebte irische Marke *Primark* plant, 2019 in den polnischen Markt einzutreten. Das erste Geschäft soll in der Galeria Mlociny eröffnet werden. Die irische Marke *Dealz* begann ihre Expansion nach Polen mit einem Geschäft im ETC Swarzedz-Einkaufszentrum. Die Kette bietet eine große Bandbreite an Produkten wie beispielsweise Haushaltswaren, Gartenbedarf, Gesundheits- und Beauty-Produkte, Getränke und Nahrungsmittel sowie Dekoration. Die deutsche Marke *Tedi* mit ähnlicher Produktpalette gab ihr Debüt in Dabrowa Gornicza (Vendo Park).

FAZIT UND TRENDS

Der polnische Markt für Einkaufszentren hat mittlerweile ein reifes Stadium erreicht. Insbesondere in den Metropolen ist der Markt für klassische Einkaufszentren *zunehmend gesättigt* und mittlerweile bereit für *neue Formate* und Konzepte. Die polnischen Konsumenten stellen zunehmend höhere Ansprüche und sind immer besser informiert. Während sich Einkaufszentren zu sozialen Zentren, die Handel mit Entertainment verbinden, weiterentwickeln, gewinnt das Konzept des *Fachmarktzentrums* eine stärkere Marktposition, indem es die alternativen Bedürfnisse der Konsumenten befriedigt. Kunden in den großen Städten kaufen die Produkte des täglichen Einkaufs gerne schnell und bequem in Fachmarktzentren. Dagegen ersetzen Fachmarktzentren mit ihrem umfassenden Angebot in den kleineren Städten das lokale Einkaufszentrum.

Der kontinuierliche Anstieg der Konsumentennachfrage nach solchen Konzepten zieht Handelsmieter an, die vermehrt Fachmarktzentren als Standorte für ihre Geschäfte wählen und damit wiederum Anreize für die Entwickler setzen, weitere Objekte zu bauen. Vor allem kleine Städte bilden eine noch unterversorgte Nische. Aktuell befindet sich die Mehrheit der im Bau befindlichen Fachmarktzentren in Städten mit weniger als 100.000 Einwohnern.



FACHMARKTZENTREN IN POLEN

EIGENSCHAFTEN UND FUNKTIONEN VON FACHMARKTZENTREN

Neben klassischen Einkaufszentren und Outlets bilden **Fachmarktzentren** die dritte große Unterkategorie innerhalb der Handelsimmobilien. Die einfache Gebäudestruktur unterscheidet sie von anderen Handelsimmobilientypen. Bei Fachmarktzentren handelt es sich überwiegend um **ingeschossige Immobilien**. Im Gegensatz zu klassischen Einkaufszentren haben sie keine Gemeinschaftsflächen im Gebäudeinneren und die Geschäfte können vom Parkplatz aus erreicht werden.

Bei diesem Immobilientyp spielt die gute Erreichbarkeit mit dem privaten Pkw eine sehr wichtige Rolle. Die Kunden verbringen weniger Zeit beim Einkauf in einem Fachmarktzentrum als in einem Einkaufszentrum. Daher sind eine **verkehrsgünstige Lage** und ein großer **Outdoor-Parkplatz**, die beide eine bequeme Erreichbarkeit sicherstellen, von zentraler Bedeutung.

Fachmarktzentren verfügen üblicherweise über eine kleinere Gesamtmietfläche als Einkaufszentren. Allerdings ist die Fläche einer Ladeneinheit vergleichsweise größer – üblicherweise beginnen die Ladenflächen ab Größen von 300 m².

Unter Berücksichtigung von Größe und Hauptfunktion können Fachmarktzentren in drei Kategorien eingeteilt werden:

WENIGER ALS 3.000 m²

GESAMTMIETFLÄCHE: „Nahversorgermärkte“ mit einem begrenzten Sortiment. Fokus in der Regel auf Waren des täglichen Bedarfs und Kunden aus dem direkten Einzugsbereich.



ZWISCHEN 3.000 UND 10.000 m²

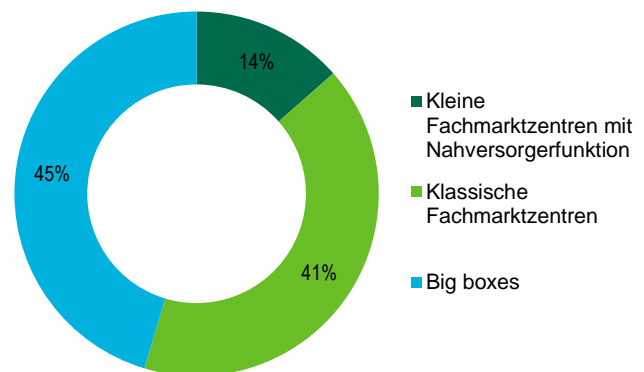
GESAMTMIETFLÄCHE: „Typische Fachmarktzentren“ mit einem umfangreichen und diversifizierten Angebot. Sie liegen entweder in günstiger Lage in dicht besiedelten Gegenden mit der Absicht, den schnellen Einkauf auf dem Heimweg zu ermöglichen oder sie fungieren als Einzelhandelszentrum und sozialer Treffpunkt in kleineren Städten, die nicht mit klassischen Einkaufszentren versorgt sind.

ANGEBOT

Der Bestand an Fachmarktzentren in Polen wird zum Ende des Q1 2019 auf rund **1,52 Mio. m² Gesamtmietfläche geschätzt**. Die Kategorie „big box“ dominiert aufgrund ihrer großen Durchschnittsgröße mit einem Anteil von 45% den aktuellen Fachmarktzentrenbestand. Die große Beliebtheit von Zentren mit einer Fläche zwischen 3.000 und 10.000 m² führt zu einem Anteil dieser Kategorie von 41% am Gesamtbestand.

Die Kategorie Nahversorger macht aufgrund der relativ kleinen Fläche der Immobilien nur 14 % des Bestands aus.

Abb. 4. Der Fachmarktzentrenbestand in Polen (%)



Quelle: CBRE, Q1 2019

MEHR ALS 10.000 m² GESAMTMIETFLÄCHE:

Die „Big Boxes“ oder „Power-Zentren“ liegen i.d.R. am Stadtrand oder außerhalb. Sie sind üblicherweise Teil einer größeren Ansammlung von Einzelhandelsimmobilien mit regionalem Einzugsgebiet. Diese großen Fachmarktzentren bilden oft Synergien mit anderen Handelsimmobilientypen wie Baumärkten, Lebensmittelversorgern (Vollsortimenter oder Supermärkte) oder klassischen Einkaufszentren. Aufgrund ihrer Lage am Stadtrand oder in der Vorstadt werden sie nicht täglich, sondern gelegentlich frequentiert – am stärksten an den Wochenenden. Beispiele sind die Städte Marki oder Janki im Großraum Warschau oder Bielany Wroclawskie im Großraum Wroclaw.

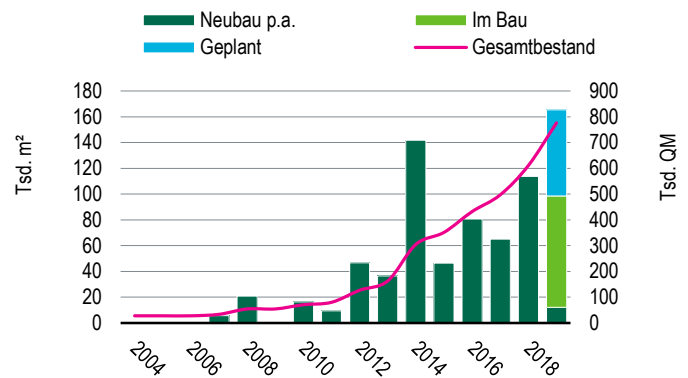
FACHMARKTZENTREN IN POLEN

Da es sich bei den Objekten mit einer *Gesamtmietfläche zwischen 3.000 und 10.000 m² um klassische Fachmarktzentren* handelt, haben wir diese Kategorie näher untersucht. Das Flächenangebot in diesem Segment wird Ende Q1 2019 auf über *620.000 m² Gesamtmietfläche* geschätzt. Das dynamische Wachstum in diesem Bereich begann 2012. In jenem Jahr wurden fast 50.000 m² Gesamtmietfläche fertiggestellt. Diese Entwicklung hielt in der Folge an, wobei das Jahr 2014 besonders positiv ausfiel (rund 140.000 m² neue Gesamtmietfläche).

Im Jahr 2018 wurden rund 110.000 m² neu auf den Markt gebracht. Diese Zahlen unterstreichen das anhaltende Interesse der Entwickler an Fachmarktzentren. Gründe für das Wachstum sind die relativ hohe Versorgung mit klassischen Einkaufszentren und Nachfrage nach Einkaufsmöglichkeiten, die Waren des täglichen Bedarfs bieten. 2018 war auch ein dynamisches Jahr für die Trei Real Estate. Der Entwickler stellte zwei neue Fachmarktzentren in *Dabrowa Gornicza* und *Chodziez* sowie ein kleines Nahversorgerzentrum in *Lodz* fertig. Im Q1 2019 folgte ein weiteres Projekt mit weniger als 3.000 m² in *Bytow*.

Die Pipeline für 2019 wird auf rund *170.000 m² Gesamtmietfläche* geschätzt. Im Jahr 2020 werden voraussichtlich weitere *120.000 m²* neue Flächen in Fachmarktzentren fertiggestellt. Aktuell entwickelt die Trei Real Estate zwei neue klassische Fachmarktzentren in *Lask* und *Pultusk* und einen Nahversorgermarkt mit weniger als 3.000 m² in *Ostroleka*. Zwei weitere für 2019 geplante Projekte sind in Vorbereitung und ihre Realisierung wird zeitnah beginnen.

Abb. 5. Die Fachmarktzentren-Pipeline in Polen im Segment 3.000-10.000 m² Fläche (2004-2019)



Quelle: CBRE, Q1 2019



Jacek Wesolowski
 Managing Director
 Trei Real Estate Polen

„Die Trei Real Estate managt aktuell in Polen elf Vendo Parks, 104 Biedronka-Supermärkte, einen Aldi-, zwei Tesco- und zwei Media-Expert-Märkte. Im Jahr 2018 haben wir drei Vendo Parks eröffnet und elf Baugrundstücke für den Bau von neuen Handelsimmobilien erworben. 2019 wollen wir die Anzahl der Fertigstellungen auf 6 Vendo Parks verdoppeln. Das Level von sechs Fertigstellungen pro Jahr wollen wir auch gerne in der Zukunft halten. Unser jüngst in Bytow eröffnetes Objekt war bereits mehrere Monate vor der Fertigstellung vollvermietet. Des weiteren zeigt die Vermietungsquote in unseren polnischen Fachmarktzentren-Portfolio von fast 100 % die starke Nachfrage nach diesem Handelsimmobilientyp in Polen.“

FACHMARKTZENTREN IN POLEN

Die größten Fertigstellungen im Jahr 2018 waren u.a. ein N-Park in Piaseczno, entwickelt von Napollo, Fachmarktzentren in Olawa und Brzeg (Erweiterung) von Saller, ein Vendo Park in Dabrowa Gornicza von Trei Real Estate und der Premium Park Lowicz von Developer Pro. Aktuell managt die Trei Real Estate elf bestehende Fachmarktzentren und ist zugleich einer der aktivsten Entwickler von Handelsimmobilien in Polen. 2018 stellte die Trei drei neue Fachmarktzentren in Dabrowa Gornicza, Chodziej und Lodz fertig.

Ein Vendo Park in Bytow wurde im Q1 2019 fertiggestellt. Aktuell befinden sich mehr als 100.000 m² Gesamtmietfläche im Bau. Die größten Entwicklungen erfolgen in Suwalki (Multishop, 10.000 m² Gesamtmietfläche) und Glogau (Multibox, 8.700 m² Gesamtmietfläche). Derzeit entwickelt die Trei Real Estate drei neue Projekte in Lask, Pultusk und Ostroleka. Zwei weitere Projekte (Jawor, Solec Kujawski) befinden sich im Planungsstadium. Ihre Realisierung ist ebenfalls noch 2019 geplant.

Abb. 6. Ausgewählte Fertigstellungen 2018-2019

| STADT | PROJEKTNAME | NEU/BAUAB-SCHNITT | GMV m ² | JAHR | QUARTAL | ENTWICKLER |
|------------------|-----------------------------|-------------------|--------------------|------|---------|------------------|
| Piaseczno | N-Park Piaseczno | Neu | 8,000 | 2018 | Q4 | Napollo |
| Olawa | Saller Olawa | Neu | 7,500 | 2018 | Q2 | Saller |
| Dabrowa Gornicza | Vendo Park Dabrowa Gornicza | Neu | 7,000 | 2018 | Q2 | Trei Real Estate |
| Krakow | Atut Krakow Ruczaj | Neu | 6,800 | 2019 | Q1 | KG Group |
| Lowicz | Premium Park Lowicz | Neu | 5,600 | 2018 | Q4 | Developer Pro |
| Brzeg | Saller Brzeg | Abschnitt | 5,500 | 2018 | Q4 | Saller |
| Polkowice | Park Handlowy Polkowice | Neu | 5,300 | 2018 | Q4 | Mgc Invest |
| Dzierzoniow | Saller Dzierzoniow | Neu | 5,300 | 2018 | Q4 | Saller |
| Radom | Galeria Nad Potokiem | Neu | 5,200 | 2018 | Q1 | BIK |
| Chodziej | Vendo Park Chodziej | Neu | 4,200 | 2018 | Q3 | Trei Real Estate |
| Lodz | Vendo Park Lodz Gorna | Neu | 2,900 | 2018 | Q4 | Trei Real Estate |
| Bytow | Vendo Park Bytow | Neu | 2,800 | 2019 | Q1 | Trei Real Estate |

Quelle: CBRE, Q1 2019

Abb. 7. Ausgewählte Projekte im Bau

| STADT | PROJEKTNAME | NEU/BAU-ABSCHNITT | GMV m ² | JAHR | QUARTAL | ENTWICKLER |
|-----------|----------------------------|-------------------|--------------------|------|---------|-----------------------|
| Suwalki | Multishop Suwalki | Neu | 10,000 | 2020 | Q4 | Multishop Development |
| Glogow | Multibox Glogow | Neu | 8,700 | 2019 | Q4 | Budrem |
| Sokolka | Galeria Sokolka | Neu | 5,900 | 2019 | Q2 | Redmill |
| Wroclaw | N-Park Wroclaw | Neu | 5,300 | 2019 | Q4 | Napollo |
| Czeladz | DL Shopping Center Czeladz | Neu | 5,200 | 2019 | Q3 | DL Invest |
| Lask | Vendo Park Lask | Neu | 4,400 | 2019 | Q4 | Trei Real Estate |
| Pultusk | Vendo Park Pultusk | Neu | 4,000 | 2019 | Q3 | Trei Real Estate |
| Ostroleka | Vendo Park Ostroleka | Neu | 2,900 | 2019 | Q3 | Trei Real Estate |

Quelle: CBRE, Q1 2019

FACHMARKTZENTREN IN POLEN

MIETER

Fachmarktzentren ziehen Mieter aus verschiedenen Einzelhandelsbereichen an. In der Regel fokussieren sie sich auf die *Grundbedürfnisse der Konsumenten*. Allerdings gibt es auch einige Beispiele für Fachmarktzentren mit einer bestimmten Themenorientierung, die sich etwa auf Haushaltswaren fokussieren. Diese Zentren wurden nicht en detail analysiert, da sie mehrheitlich den Big Boxes zuzuordnen sind. Der typischer Mietermix eines Fachmarktzentrums:

- Lebensmitteleinzelhändler wie Biedronka, Lidl, Stokrotka;
- Textilhändler wie H&M, Reserved, Sinsay, Takko;
- Schuhe wie CCC, Deichmann;
- Mutter-Kind-Bedarf wie Smyk;
- Sportartikel wie Martes Sport;
- Non-Food-Discounter wie Dealz, KiK, Pepco, Tedi;
- Elektronik wie Media Expert, Neonet, RTV Euro AGD;
- Drogerien wie Drogerie Natura, Hebe, Rossmann;
- Apotheken wie Apteka Cosmedica, Apteka Dr. Optima, Euroapteka, Ziko Apteka;
- Zoohandlungen wie Kakadu, Maxi Zoo.



VENDO PARK NYSA

Lage: 7 Pilsudskiego St., Nysa
Fläche: 9.300 m² Gesamtmietfläche
Fertigstellung: Oktober 2013
Entwickler: Trei Real Estate



VENDO PARK DABROWA GORNICZA

Lage: 1B Katowicka St.,
Dabrowa Gornicza
Fläche: 7.000 m²
Gesamtmietfläche
Fertigstellung : Juni 2018
Entwickler : Trei Real Estate

FACHMARKTZENTREN IN POLEN

MIETEN UND MIETVERTRÄGE

Im Vergleich zu anderen Handelsimmobilien zeichnen sich Fachmarktzentren durch *relativ geringe Baukosten* aus. Die Mieten hängen sowohl vom Mietermix als auch vom Umsatz ab, der das lokale Marktpotenzial widerspiegelt (Einzugsbereich, Kaufkraft und Einkaufsgewohnheiten).

Die geringsten Mieten werden in Ladeneinheiten mit mehr als 300 m² erreicht, die an Haushaltswaren-Geschäfte, Non-Food-Discounter, Elektronik-Händler, Drogerien oder Textilhändler vermietet sind.

Die höchsten Mieten werden dagegen auf Flächen mit weniger als 100 m² und speziellen Mietern wie Bäckereien, Dienstleistern (Banken) oder Apotheken erzielt.

Unter Berücksichtigung der Lage bewegen sich die Standardmieten in kleineren Städten zwischen *8 Euro und 12 Euro pro m² und Monat*, während in den größeren Städten – insbesondere in Warschau – Mieten bis zu 16 Euro pro m² und Monat erzielt werden.

Mietverträge werden im *Durchschnitt für fünf Jahre* unterschrieben. Die Miethöhe ist üblicherweise in Euro festgeschrieben und muss monatlich im Voraus in polnischen Zloty entrichtet werden. Umsatzmieten hängen in der Regel von der Kategorie des Einzelhändlers ab und bewegen sich zwischen 0 und 8 %. Als Sicherheit dient eine Mietkaution (drei Monatsmieten auf der Bank hinterlegt) oder eine Bankgarantie. Den Mietern können Incentives geboten werden wie zum Beispiel die Übernahme der Ausbaukosten, mietfreie Zeiten oder Staffelmieten.

RENDITEN

In den meisten Fällen bewegen sich die Renditen von gut vermieteten und gut frequentierten Fachmarktzentren mit Zukunftspotenzial *zwischen 8% und etwas über 9%*. In großen Städten können sie auch unterhalb von 8% liegen. Fachmarktzentren sind ein dynamisches Segment mit einem starken Angebotswachstum. Die Assetklasse wird in den kommenden Jahren eine weiter zunehmende Bedeutung als Investment erfahren. Derzeit lässt sich am Markt beobachten, dass die Anzahl der Transaktionen allmählich zunimmt und einige Investoren dazu tendieren, sich nur noch auf Fachmarktzentren zu spezialisieren.



JACEK WESOŁOWSKI
MANAGING DIRECTOR
TREI REAL ESTATE
POLEN

„Aufgrund der zunehmenden Sättigung des Handelsflächenmarktes in Einkaufszentren in Großstädten suchen Mieter nach alternativen Möglichkeiten. Einkaufszentren sind zudem am stärksten vom verkaufsfreien Sonntag in Polen betroffen. Denn in den Einkaufszentren in der Innenstadt ist das Besucheraufkommen von Freitag bis Sonntag am höchsten, während in den Fachmarktzentren dagegen unter der Woche die höchsten Umsätze erzielt werden. Erwähnenswert ist auch, dass Fachmarktzentren mit Service-Gebühren von 1,5 bis 2 Euro geringe Betriebskosten aufweisen, während in Einkaufszentren die Service-Gebühren über 20 Euro liegen können.“

FACHMARKTZENTREN IN POLEN

DIE WICHTIGSTEN MARKTAKTEURE

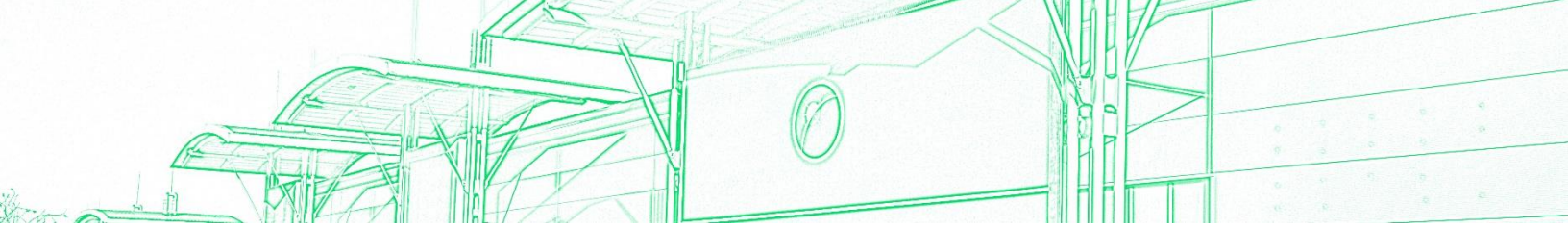
Einige Entwickler und Investoren haben sich auf Fachmarktzentren fokussiert. Damit macht dieser Handelsimmobilientyp einen größeren Anteil an ihren Portfolios aus.

Wichtige Entwickler, die auf dem polnischen Markt für Fachmarktzentren aktiv sind, finden sich in untenstehender Tabelle. Des Weiteren zeigt die Übersicht, in welchen benachbarten Geschäftsfeldern die einzelnen Unternehmen tätig sind.

Abb. 8. Die wichtigsten Entwickler von Fachmarktzentren

| UNTERNEHMEN | FACHMARKT-ZENTREN-MARKE | ENTWICKLER | INVESTOR | VERMIETUNG | PROPERTY MANAGEMENT |
|-------------------------|-------------------------|------------|----------|------------|---------------------|
| Adept Investment | n/a | JA | JA | JA | JA |
| BIK | n/a | JA | JA | JA | JA |
| BUDREM | Multibox | JA | JA | | |
| Capital Park | Vis a Vis | JA | JA | | |
| Dekada | Dekada | JA | JA | JA | JA |
| Developer Pro | Premium Park | JA | JA | JA | JA |
| DL Invest | DL Shopping Center | JA | JA | JA | JA |
| Immofinanz | Stop.Shop | JA | JA | JA | |
| JB Development | Karuzela | JA | JA | JA | JA |
| KG Group | Atut | JA | JA | | JA |
| Metropolitan Investment | Metro Park | JA | JA | JA | JA |
| Mitiska | n/a | JA | JA | | |
| Multishop Development | Multishop | JA | JA | | JA |
| Napollo | N-Park | JA | JA | JA | JA |
| P.A. Nova | n/a | JA | JA | JA | JA |
| Rank Progress | n/a | JA | JA | JA | JA |
| RWS Group | n/a | JA | JA | JA | JA |
| Saller | Saller | JA | JA | JA | JA |
| Trei Real Estate | Vendo Park | JA | JA | JA | JA |

Quelle: CBRE, Q1 2019



FACHMARKTZENTREN IN POLEN

WETTBEWERBSVORTEILE UND KÜNFTIGES POTENZIAL VON FACHMARKTZENTREN

Fachmarktzentren sind der *nächste Schritt in der Evolution der Handelsimmobilien* in Polen. Sie haben großes Potenzial, sich auch künftig dynamisch weiterzuentwickeln. Nach dem Entstehen von großflächigen Einkaufszentren in den Metropolen, dem Aufkommen der Handels-Hubs am Stadtrand und dem Bau der regionalen Einkaufszentren in den Mittelstädten suchen Entwickler und Investoren derzeit nach neuen Handelsimmobilientypen.

Generell werden Fachmarktzentren unter den Konsumenten immer beliebter. Dies gilt sowohl für große Städte (als Möglichkeit, die Güter des täglichen Bedarfs rasch einzukaufen) als auch für kleine Städte (wo Fachmarktzentren das Einzelhandelszentrum ersetzen und alle Geschäfte bieten, die notwendig sind, um den täglichen Einkauf an einem Ort erledigen zu können). Kunden schätzen die *einfache Erreichbarkeit* und das umfassende Angebot an *ausreichend Parkplätzen*. Außerdem liegen Fachmarktzentren häufig direkt neben *weiteren Service-Einrichtungen, die für die Nutzer wichtig und praktisch* sind. Dies sind beispielsweise Autowaschanlagen, Tankstellen oder ÖPNV-Haltestellen. Des Weiteren wird das Ladenangebot der Fachmarktzentren gelegentlich durch Fitnessstudios, die im Obergeschoss liegen, ergänzt.

Fachmarktzentren locken Mieter mit *attraktiven Vertragsbedingungen*: Die Mieten und Service-Gebühren sind relativ niedrig. In den meisten Fällen garantiert die *verkehrsgünstige und verkehrssensitive Lage* eine hohe Kundenfrequenz, was

wiederum ihre Beliebtheit bei den Händlern steigert. Darüber hinaus sind Fachmarktzentren für viele Händler in kleineren Städten die einzige Möglichkeit überhaupt, eine größere Ladeneinheit anzumieten.

Investoren schätzen die *relativ geringen Bau- und Entstehungskosten* im Vergleich zu klassischen Einkaufszentren, die in der Regel Tiefgaragenparkplätze, Aufzüge etc. aufweisen. Zudem können sich Investoren und Entwickler ein Stück weit den hohen Kosten für Baugrund entziehen. Fachmarktzentren liegen oft in kleineren Städten, wo die Bodenpreise deutlich geringer sind, als in den polnischen Metropolen. Die Mieter sind zudem beständiger und machen das Investment so aus der Perspektive der Anleger sicherer.

Aufgrund ihrer *Nutzerfreundlichkeit* und ihres *umfassenden Warenangebots* können Fachmarktzentren den Wettbewerb zum Online-Handel aufnehmen. Das Segment wird im Vergleich zu klassischen Einkaufszentren als resistenter gegenüber dem E-Commerce angesehen. 'Omnichanneling' (dt. alle Kanäle) gilt als wichtiger Trend der Zukunft und Fachmarktzentren können davon profitieren. Außerdem fungieren in einigen Fachmarktzentren Lebensmittelhändler als Ankermieter, die vergleichsweise weniger von der Online-Revolution betroffen sind. Zudem sollen die Umsätze in diesem Segment Prognosen zufolge auch künftig dynamisch wachsen.

VENDO PARK SKIERNIEWICE

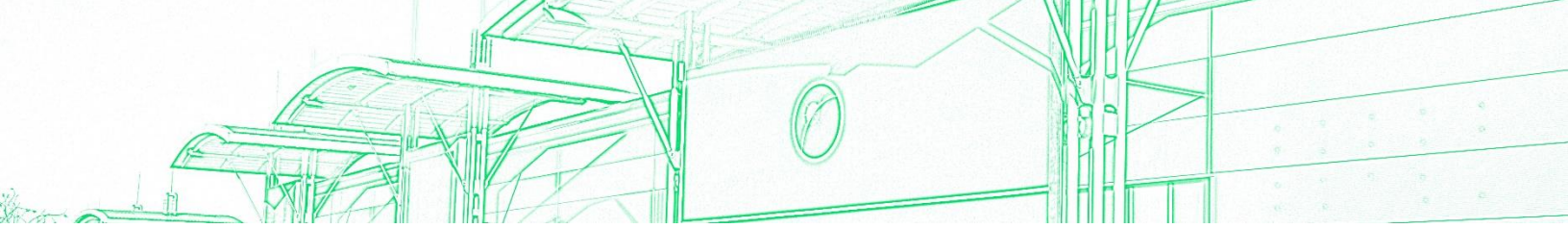
Lage: 17 Wyszynskiego St.,
Skierniewice

Größe: 2.700 m² Gesamtmietfläche

Fertigstellung: November 2017

Entwickler: Trei Real Estate








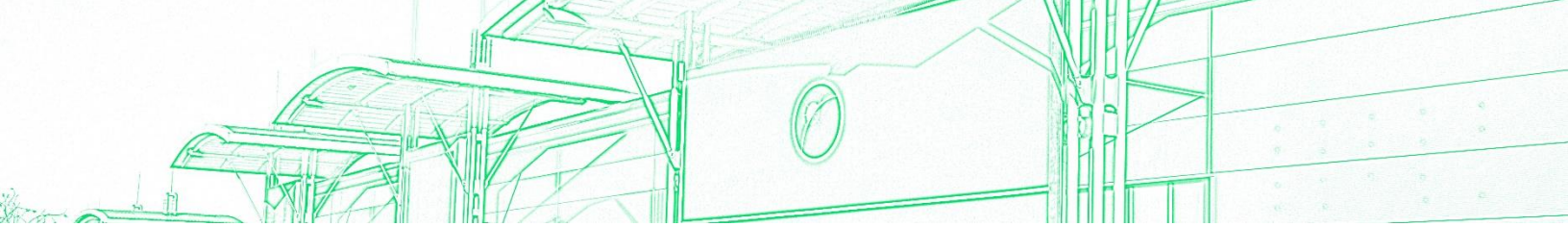
FACHMARKTZENTREN IN POLEN

Der Markt für Fachmarktzentren in Polen wächst mit zunehmender Geschwindigkeit. 2019 werden voraussichtlich *170.000 m² Gesamtmietfläche* neu auf

den Markt kommen. Die große Mehrheit der Projekte, die sich derzeit im Bau befinden, wird das Angebot in kleineren Städten ergänzen.

Abb. 8. Fachmarktzentren vs Einkaufszentren - Vergleich

| | FACHMARKTZENTREN | EINKAUFSZENTREN |
|---|--|--|
| KUNDEN  | <ul style="list-style-type: none">• kundenfreundlich, ermöglichen schnelles und effizientes tägliches Einkaufen• erfüllen die Bedürfnisse der Kunden in kleinen Städten – oft die einzige moderne Einkaufsdestination innerhalb der Stadt | <ul style="list-style-type: none">• typischerweise für größere Einkäufe konzipiert, zeitintensiver• häufig für Konsumenten in kleineren Städten nicht erreichbar |
| EINZELHÄNDLER  | <ul style="list-style-type: none">• relativ niedrige Mieten und Service-Gebühren• lokales Einzugsgebiet – kaum Effekte von anderen Handelsimmobilientypen | <ul style="list-style-type: none">• vergleichsweise höheres Mietniveau und höhere Service-Gebühren• aufgrund des großen Einzugsgebietes oft höhere Abhängigkeit von Wettbewerbsobjekten |
| INVESTOREN  | <ul style="list-style-type: none">• relativ geringe Herstellungskosten (keine Tiefgaragen, Aufzüge etc.)• größere Resistenz ggü. dem Online-Handel | <ul style="list-style-type: none">• höhere Komplexität des Baukörpers – häufig mit Tiefgaragen, Aufzügen, Gemeinschaftsflächen mit spezifischem Layout.• stehen in starkem Wettbewerb zum Online-Handel, großes Gewicht auf Gastronomie und Entertainment |



KONTAKT

TREI REAL ESTATE POLAND SP. Z O.O.

Jacek Wesołowski

Managing Director

+48 605 480 555

jwesolowski@treirealestate.com

Anna Grygorczyk

Marketing Manager

+48 508 017 430

agrygorczyk@treirealestate.com

CBRE SERVICES FÜR DEN BEREICH EINZELHANDELSIMMOBILIEN

Magdalena Frątczak

Senior Director

Head of Retail Sector

Advisory & Transactions

+48 508 083 498 magda.fratzak@cbre.com

RESEARCH UND BERATUNG

Agata Czarnecka

+48 500 000 053

agata.czarnecka@cbre.com

INVESTMENT PROPERTIES

Sean Doyle

+48 500 070 744

sean.doyle@cbre.com

ASSET SERVICES

Piotr Karpiński

+48 608 658 474

piotr.karpinski@cbre.com

RESEARCH UND BERATUNG

Emilia Filimoniuk

+48 728 437 614

emilia.filimoniuk@cbre.com

VALUATION ADVISORY

Maciej Wójcikiewicz

+48 501 746 503

maciej.wojcikiewicz@cbre.com

CEE RETAIL

Walter Wölfler

+43 1 533 40 80 97

walter.woelfler@cbre.com

Um mehr über CBRE Research zu erfahren oder Zugang zu weiteren Reports zu erhalten, besuchen Sie bitte den Global Research Gateway unter: www.cbre.com/researchgateway, oder andere CBRE-Seiten unten www.officego.pl oder www.industrialgo.pl.



CBRE RESEARCH

Disclaimer: Die Informationen in diesem Report, inklusive Prognosen, basieren auf glaubwürdigen Quellen. Wir zweifeln deren Richtigkeit nicht an. Allerdings haben wir sie nicht überprüft und geben keine Garantie oder Gewähr ab. Es liegt in Ihrer Verantwortung, die Richtigkeit und Vollständigkeit unabhängig nachzuprüfen. Die Informationen in diesem Report sind exklusiv für die Nutzung durch Kunden von CBRE oder andere professionelle Akteure in der Immobilienbranche bestimmt. CBRE behält sich alle Rechte an den Inhalten vor. Diese dürfen nicht ohne vorherige schriftliche Zustimmung von CBRE reproduziert werden.