

## **Gemeinsam durch die Krise: Auswirkungen, Herausforderungen und Perspektiven für die Handels(immobilien)branche**

**Von Alexander Otto, CEO der ECE**

Nach Wochen des Shutdowns und der inzwischen begonnenen schrittweisen Lockerung der Einschränkungen in vielen Bereichen macht sich eine gewisse Ungeduld bemerkbar. Zunehmend verbreitet sich die Hoffnung und der Wunsch, dass das Größte bereits überstanden ist und wir schon bald wieder zu einer weitgehenden Normalität zurückkehren können.

Diese Hoffnung ist nachvollziehbar und verständlich – aber sie dürfte zu früh kommen und sie unterschätzt die Wucht der Krise und ihrer Auswirkungen auf bestimmte Wirtschaftsbereiche, gerade auf den Handel. Denn die Krise bedeutet insbesondere gerade für die Einzelhandelsbranche einen tiefen Einschnitt. Sie wird starke und langfristige Auswirkungen nach sich ziehen, die uns – wie das Virus selbst – noch eine Weile beschäftigen werden.

Denn die Folgen für den Einzelhandel sind hart:

- Während des Shutdowns sind die Umsätze vielfach komplett ausgeblieben. Aber auch nach dem Restart werden viele Händler auch auf längere Sicht nicht zum Umsatzniveau von vor der Krise zurückkehren.
- Die Frequenzen sind stark zurückgegangen – an vielen Standorten erreichen sie auch in den ersten Wochen nach dem Restart nur 40 bis 60 Prozent des üblichen Niveaus – und steigen nur langsam wieder an.
- Nach wie vor ist eine starke Zurückhaltung der Verbraucher beim Konsum zu spüren, das Konsumklima ist auf einem Rekordtief. Die Menschen kaufen, wenn überhaupt, zielorientiert ein. Und diese Kaufzurückhaltung wird sich nicht kurzfristig auflösen. Vielmehr wird sie fortbestehen, und das je stärker, desto mehr sich die drohende Wirtschaftskrise verschärft.
- Die ausbleibenden Umsätze führen zu einem akuten weiteren Verlust von Liquidität. Dadurch drohen zum einen weitere Insolvenzen. Und selbst starke Unternehmen verlieren das dringend benötigte Kapital, um angesichts der sehr grundsätzlichen Herausforderungen im stationären Handel in die Zukunft zu investieren.
- Die Eigentümer von Handelsimmobilien sehen sich in der Krise mit ausbleibenden Mieten konfrontiert, müssen aber weiterhin das Gebäude instandhalten, öffentliche Abgaben zahlen und natürlich ihre Darlehen bedienen.

Die Lage ist also extrem herausfordernd. Aber: Nichtsdestotrotz müssen wir damit umgehen und gemeinsam Wege finden, wie wir die Krise zusammen bestmöglich bewältigen.

In den ersten Wochen und Monaten der Krise haben sich dabei bereits erste Notwendigkeiten, aber auch erfolgreiche Ansätze gezeigt:

- Kurzfristig ist staatliche Unterstützung erforderlich und unumgänglich. Um den Handel zu stützen, kommen eine Reihe von Maßnahmen in Betracht, etwa nur kurzzeitig gültige Konsumgutscheine, eine Senkung der Mehrwertsteuer und eine Lockerung der Öffnungszeiten, insbesondere im vierten Quartal.
- Parallel sind Partnerschaftlichkeit und Vertrauen gerade in der Krise von höchster Bedeutung. Händler und Immobilieneigentümer haben beide sowohl ein Interesse an einem nachhaltig erfolgreichen Einzelhandel wie an einem funktionierenden Gebäude in einer lebendigen Stadt. Es muss daher miteinander an smarten und fairen Lösungen gearbeitet werden, wie die Nebenkosten gesenkt und die Miete insbesondere für die Schließungszeit auf mehr Schultern verteilt werden kann. Dabei wäre es sehr hilfreich, wenn der Staat nach internationalem Vorbild einen Zuschuss zu solchen partnerschaftlichen Lösungen leisten würde.
- Kompetenz im Betrieb von Handelsimmobilien und ein professionelles Management haben sich in der Krise als Erfolgsfaktor erwiesen, etwa beim koordinierten Wiederhochfahren der Geschäfte oder bei der Umsetzung einheitlicher Hygienekonzepte.

Langfristig wird die Krise die bereits bestehenden Entwicklungen und Veränderungsprozesse im Handel weiter beschleunigen und intensivieren. Daraus ergeben sich für die Handels(immobilien)branche mehrere Handlungsfelder:

- Die Vernetzung von Online- und Offline-Aktivitäten wird von den Kunden und Händlern immer stärker nachgefragt werden. Ein Omnichannel-fähiges Angebot ist kein Kann mehr, sondern wird zum Muss für den Handel. Gerade für kleinere Händler ohne eigene Online-Plattform wird es in Zukunft besonders wichtig sein, an eine größere, partnerschaftlich ausgerichtete Plattform angeschlossen zu sein und die eigenen Geschäfte auch als Lager für eine Auslieferung aus dem Store zu nutzen.
- Die Planung und Umsetzung kluger strategischer Konzepte zur Weiterentwicklung von Handelsstandorten wird noch wichtiger. Dazu gehören die Diversifizierung des Branchenmix mit ergänzenden Angeboten aus dem Gastronomie- und Entertainment-Bereich, aber auch die Erweiterung und Kombination bestehender Handelsstandorte um zusätzliche Nutzungsformen wie Hotels, Wohnen oder Büros, um sich gegenseitig zu stärken und aufzuwerten – Stichwort „Placemaking“.
- Die Forderungen nach einer höheren Flexibilität von Mietverträgen, mit kürzeren oder flexibleren Laufzeiten und einer stärkeren Ausrichtung am Umsatz, werden weiter zunehmen. Aber es kann auch hier keine einseitigen, sondern nur partnerschaftliche Lösungen geben. Forderungen nach hohen Baukostenzuschüssen kombiniert mit einer reinen Umsatzmiete und kurzfristigen Kündigungsrechten werden nachhaltig nicht durchsetzbar sein und gefährden die Qualität genau der Standorte, die der Einzelhandel auch in Zukunft braucht.
- Einzelhändler und Immobilieneigentümer müssen sehr grundlegend verstehen, dass für ein langwieriges Feilschen um Vertragsdetails schlicht keine Zeit mehr ist. Beide brauchen alle Energie, um im Wettbewerb mit einem kapitalkräftigen Quasimonopolisten die Kunden auch in Zukunft zu begeistern und zu überzeugen. Manch heute insolventes Unternehmen hat in den letzten Jahren zu viel Geld in Juristen und zu wenig Geld in Zukunftsideen investiert.

- Langfristig setzt sich Qualität durch – das gilt für Handelskonzepte ebenso wie für Betreiber und Handelsstandorte. Gerade bei den Standorten werden sich attraktive Lagen, große innerstädtische Objekte und Standorte mit Nahversorgungs-Charakter auch zukünftig gut schlagen und voraussichtlich nur wenig Schwierigkeiten in der Nachvermietung haben. Weniger attraktive Standorte und Lagen werden hingegen keine Zukunft haben.
- Und nicht zuletzt müssen wir in der gesamten Branche den Weg aus der Krise dafür nutzen, mehr und stärker auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu setzen. Neben der Digitalisierung ist und bleibt der Klimaschutz das große Zukunftsthema – und wir können hier gemeinsam einen großen Beitrag leisten. Gerade hier kommt es aber auch auf intelligente Lösungen und ein partnerschaftliches Miteinander von Mietern, Eigentümern und dem Staat an. Solange der Betrieb einer Solaranlage auf dem Dach dazu führt, dass die Mieteinnahmen aus dem Gebäude gewerbesteuerpflichtig werden und solange der Eigentümer investiert, aber der Mieter die Nebenkosten spart, wird viel Potential ungenutzt bleiben. Hier wäre es zudem sinnvoll, die geplanten nationalen und europäischen Konjunkturprogramme mit Maßnahmen zum Klimaschutz zu verknüpfen und dabei die Belange der Immobilienwirtschaft zu berücksichtigen.

Ich weiß, dass es sehr viele kluge Köpfe im Einzelhandel, in der Immobilienbranche und in der Politik gibt. Und dass der ZIA es versteht, diese Köpfe zusammenzubringen, um gemeinsam Wege aus der Krise zu finden. Daher bin ich bei aller aktuellen Sorge optimistisch, dass es uns gelingt, auch diese Krise hinter uns zu lassen und mit neuen Ideen und Ansätzen die Zukunft zu gestalten.