

Pressemitteilung

Datum
2. Februar 2009

Pressekontakt:
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

E-Mail
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
D-76646 Bruchsal
Tel + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 100
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel + 49 (0) 40 / 227 112 - 0
Fax + 49 (0) 40 / 227 728 2

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

GfK Einzelhandelsexperte Olaf Petersen: „Einzelhandelsimmobilien schneiden in der Finanzkrise vergleichsweise gut ab“

Auf der Cimmit in Frankfurt/Main, dem Kongress der Immobilienwirtschaft, stellte Olaf Petersen, Immobilien- und Einzelhandelsexperte von GfK GeoMarketing, seine Prognose für das Segment der Einzelhandelsimmobilien in 2009 vor. Sein Fazit: Die Einzelhandelsimmobilien stehen im Vergleich trotz Finanzkrise recht gut da. Eine differenzierte Prüfung und nachhaltige Planung von Projekten ist aber dennoch weiterhin erfolgsentscheidend.

Der Real Estate Spezialist betonte, dass aktuelle Themen wie die Krise des Finanzmarktes sichtbar auch auf Einzelhandelsimmobilien durchschlagen. Dennoch sieht Olaf Petersen das Segment der Einzelhandelsimmobilien generell am besseren Ende des Marktes, insbesondere in Hauptlagen von Einkaufsmetropolen und in Shoppingcentern.

Laut seiner Prognose stehen expansionswillige und -fähige Einzelhandelsunternehmen nach wie vor als Mieter zur Verfügung. In Richtung Finanzierer und Investoren warnte er jedoch zugleich, dass preisliche Übertreibungen des Verkäufermarktes während des vorangegangenen Immobilienbooms der letzten Jahre zu einem großen Handlungsdruck für viele Bestandhalter und Finanzierer geführt hätten. Hier gelte es, die Assets detailliert auf ihre Chancen und Risiken abzuklopfen, so Petersen.

In Bezug auf den Einzelhandel selbst erwartet Petersen, dass der kurz- bis mittelfristige Bedarf – wie z. B. Lebensmittel und Bekleidung – besser abschneiden wird als der langfristige; ebenso sieht er in 2009 ungünstige Perspektiven für das Luxus-Genre. Ebenfalls prognostiziert er, dass sich leistungsstarke Filialsysteme zu Lasten des mittelständischen Einzelhandels gerade angesichts des Drucks durch die Finanzkrise weiter durchsetzen dürften.

In einer rückblickenden Analyse des Einzelhandels seit dem Jahr 2000 beleuchtete er kurz die Entwicklung der nominalen und inflationsbereinigten Einzelhandelsumsätze, den Vergleich der Verkaufsflächen im Verhältnis zum Einzelhandelsumsatz sowie den Anteil der verschiedenen Betriebsformen am Gesamtumsatz des Einzelhandels. Dabei zeichnete er einen leichten realen Rückgang der Umsätze seit 2004 nach, den konstanten Zuwachs der Lebensmitteldiscounter sowie die rückläufigen Umsatzanteile in den traditionellen Fachgeschäften.

Mit ihren in Deutschland relativ konstanten Trends dürfte die Einzelhandels-Branche angesichts der massiven Schwierigkeiten in vielen anderen Wirtschaftsbereichen in 2009 aber zu den gesamtwirtschaftlichen Stabilisatoren gehören.





Weitere Informationen zur Prognose von Olaf Petersen und Kontaktperson für Rückfragen bzw. Interview: Cornelia Lichtner, GfK GeoMarketing Public Relations: c.lichtner@gfk-geomarketing.com oder +49 (0)7251/ 9295 270.

Zu Olaf Petersen

Olaf Petersen ist Mitglied des Management Boards von GfK GeoMarketing und leitet den Bereich Real Estate Consulting. Er ist seit 1998 im Bereich der Standort- und Immobilienforschung bei der GfK tätig. Zuvor war er Chefvolkswirt des Handelsverbands BAG.

Zu GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat Anwender und Kunden aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

-  Beratung und Gutachten
-  Marktdaten
-  Digitale Landkarten
-  GeoMarketing-Software RegioGraph

GfK GeoMarketing ist im Geschäftsbereich Real Estate Consulting einer der führenden Anbieter für wirtschaftlich unabhängige Beratungsleistungen zu Immobilien und Standorten. GfK GeoMarketing erstellt Studien und Gutachten für Kunden aus den Bereichen Handel, Kommunen, Investoren und Banken sowie Projektentwickler.



Das Unternehmen ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.