



Fotos (3): DIR Deutsche Investment Retail GmbH

DIR Deutsche Investment Retail

Nahversorgung digital und nachhaltig

Ob Edeka mit seinem 24/7-Konzept oder Aldi Süd mit dem ersten Testmarkt in UK ohne Kassenzone: Der Trend im Lebensmitteleinzelhandel geht hin zu mehr Digitalisierung im stationären Handel. Einkaufen soll ein digitales Erlebnis werden.

Beispiele für die zunehmende Digitalisierung sind Bestellterminals oder die digitale Warenauszeichnung, die aus dem Marktleiterbüro oder der Unternehmenszentrale gesteuert werden kann. Die Warenauszeichnung mittels Barcodes erlaubt eine jederzeitige Preisänderung, wie es bereits seit lan-

gem bei Tankstellen üblich ist. Dies beinhaltet auch das Risiko mehrmaliger Preisänderungen im Laufe des Tages. Andererseits verzichtet die digitale Preisauszeichnung auf Papier, erspart das Anbringen von Preisschildern und reduziert das Müllaufkommen. Wenn digitale Screens die Aktionsware promoten, entfällt zudem der aufwändige Druck von Plakaten.

Die Kassenzone wird es in der uns bekannten Form in Zukunft nicht mehr geben. Aldi hat in Großbritannien den ersten Discountmarkt ohne Kassenzone eröffnet und Tesco einen Express-Markt, der ohne Kassenzone und ohne Self-Scanning auskommt: Die Kund:innen checken am Eingang mit dem Smartphone ein und dann wird die Ware, die aus dem Regal genommen wird, mittels Sensoren und Kameras erfasst und automatisch



Susanne Klaußner MRICS
Geschäftsführende Gesellschafterin
DIH Deutsche Investment Retail GmbH

Eine transparente Übersicht aller Energieverbrauchsdaten ist die Grundvoraussetzung, um Optimierungspotenziale zu erkennen und ausschöpfen zu können



einem digitalen Bon belastet. Mit Verlassen des Marktes wird der Bon geschlossen und der Betrag abgebucht. Fertig!

Das Smartphone ersetzt den Geldbeutel und digitales Bezahlen wird selbstverständlich. Self-scanning wird nur eine Übergangslösung sein, bis der digitale Laden auch bei den großen Formaten komplett ohne Kassenzone auskommt. Das erspart den Kund:innen das zeitraubende Anstehen und den lästigen Checkout-Prozess einschließlich des Auspackens und wieder Einpackens der Ware. Eine gute Ergänzung mit einem gänzlich konträren Ansatz könnte bei Märkten mit älterer Kundschaft die sog. „Flüsterkasse“ mit Mitarbeiterbesetzung sein. Sie ermöglicht den Kund:innen, die etwas Zeit mitbringen, einen Plausch. Man erfährt Neues, tauscht sich aus und kommt ins Gespräch. Der Supermarkt übernimmt so auch eine soziale Funktion: Menschen, die sonst wenig soziale Kontakte haben, wird ein Treffpunkt für den Austausch geboten – ein Angebot, das Kundenbindung schafft.

Der stationäre Handel wird digital, aber er bleibt stationär! Das ist die Botschaft für die Immobilienbranche, die ihre Standorte auf die zunehmend digitalere Ladengestaltung ausrichten muss und dafür braucht es eine andere Haustechnik und Infrastruktur. Zudem wird sich der Flächenbedarf durch den Wegfall der bisherigen Kassensysteme bei allen LEH-Formaten nicht erhöhen. Für die Immobilien ab einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 qm bedeutet dies, dass sie auch zukünftig ihre Funktion gut erfüllen können, wenn sie in Bezug auf die technische Ausstattung den heutigen Anforderungen angepasst werden.

NACHHALTIGKEIT IST MEGATREND Ein weiterer Megatrend ist die Nachhaltigkeit der Handelsimmobilien. Investments institutioneller Anleger müssen zukünftig den ESG-Kriterien der EU-Taxonomie entsprechen.

Dies erfordert einen ressourcenschonenden Betrieb der Immobilien, dem die zunehmende Digitalisierung durch ihren Energieverbrauch durchaus im Wege steht. Dazu gehören u. A. Mülltrennung und -vermeidung, die Reduktion von Verpackungsmüll oder Verzicht auf Verpackung. Inzwischen wird an essbaren Verpackungen geforscht, die keine Rückstände enthalten. Kaufland verzichtet beim Verkauf der Ware in der „unverpackt“-Station als erstes Lebensmittel-Filialunternehmen, das nicht dem Biosegment zugeordnet wird, bei einem Teilsortiment auf jegliche Verpackung. Die Kund:innen stellen ihren Warenkorb selbst zusammen und füllen die benötigte Menge in eigens mitgebrachte Behältnisse. Dies ermöglicht ihnen, genau die Menge einzukaufen, die sie benötigen. Die EU, die die Taxonomievorgaben erarbeitet und verabschiedet hat, muss nun auch überlegen, ob Verpackung überall dort, wo sie aus Hygienegründen derzeit vorgeschrieben ist, auch wirklich benötigt wird oder ob nicht viel mehr Waren „unverpackt“ verkauft werden könnten.

Das ist ein Aspekt, der zu mehr Nachhaltigkeit auf Seiten der Lebensmittler, also der Standortbetreiber, führt. Nun bedarf es auch einer klaren Strategie auf der Immobilienseite, um den Einzelhandelsstandort nachhaltig zu betreiben. Das Bestreben, Verbräuche zu reduzieren ist ein wesentlicher Baustein. Die größte Herausforderung wird



Foto: DIR Deutsche Investment Retail GmbH

Bild links: Immer mehr Lebensmittelhändler stellen (Teil-)Sortimente auf das Zero-Waste-Prinzip um und verzichten damit auf Verpackungen zugunsten der Müllreduktion

Bild unten: Unter dem Namen „Shop & Go“ startete Aldi zu Beginn des Jahres mit seinem ersten kassenfreien Konzept in London. Das Einkaufserlebnis ist rein appbasiert



Foto: ALDI

es sein, Heizkonzepte zu entwickeln, die einerseits mieterunabhängig betrieben werden können und andererseits auf fossile Brennstoffe verzichten. Hier ist die Entwicklung noch nicht weit vorangeschritten.

Investment- und Asset Manager befassen sich mit Konzepten zur Verbesserung der Dämmung, energiesparender Warmwasseraufbereitung und Reduktion des Wasserverbrauchs, mit dem Einsatz von PV-Modulen zur Energiegewinnung, beispielsweise für die Parkplatzbeleuchtung und mit der Installation von E-Ladesäulen zur Stärkung der Infrastruktur für E-Mobilität in Deutschland. Sinnvolle Konzepte müssen umgesetzt und in die Maßnahmenplanung für Bestandsobjekte aufgenommen werden.

Um am Ende einen kompletten Überblick über die Energieeffizienz des Handelsstandortes zu bekommen und gezielt Maßnahmen einleiten zu können, bedarf es der Erfassung aller Verbrauchsdaten. Doch gerade bei Handelsimmobilien besteht meist die Problematik, dass dem Investor genau dieser vollständige Überblick fehlt. Die Handelsunternehmen haben Energielieferverträge und rechnen ihre Verbrauchskosten direkt ab. Dem Investor fehlen diese Informationen, um gezielt Gegenmaßnahmen planen und umsetzen zu können. Es

braucht daher einen kontinuierlichen Austausch zwischen Einzelhändlern und Immobilienunternehmen, um diese Lücke zu schließen und die Anforderungen an eine modern und energieeffizient betriebene Immobilie in der Zukunft erfüllen zu können. Aufgrund der Vielzahl der Handelsimmobilien in diesem Segment wird dies eine Entwicklung über einen langen Zeitraum sein müssen, denn die Branche wird gerade in dieser turbulenten Zeit massiver Preissteigerungen wirtschaftlich nicht in der Lage sein, große Portfolios adhoc grüner werden zu lassen. Dies ist eine Aufgabenstellung, die gezielt in Etappen angegangen werden muss.

Die Forderung vieler Anleger, nur noch in Artikel 9-Fonds anzulegen, steht im Widerspruch zur Realität in den Industrienationen, deren Immobilien in großer Mehrheit Bestandsimmobilien sind, und in der Cradle-to-Cradle-Betrachtung dauert es viele Jahre, bis man durch ökologisch sinnvolle Maßnahmen einen Abbruch oder eine Gebäudeentkernung wieder kompensiert. Man nimmt eine große Bürde mit an den Start eines refurbished Objektes. Was wir brauchen sind daher ökologische Lösungen im Sinne der Taxonomie für Bestandsgebäude, denn Deutschland ist schon gebaut!

Susanne Klaußner MRICS