

POSITIONSPAPIER

Handelsimmobilien in – und der Weg aus der Krise



Die Corona-Krise stellt nicht nur Bund, Länder und Kommunen vor nie dagewesene Herausforderungen, sie macht auch vor Vermietern und Mietern unterschiedlichster Assetklassen, wie dem Einzelhandel, keinen Halt und führt uns dadurch einmal mehr vor Augen, wie abhängig wir voneinander sind. Nur wenige Zahlen: 3,3 Mio. Beschäftigte arbeiten in der Immobilienbranche, 19% der Bruttowertschöpfung wird gehoben, das Nettoanlagevermögen der Nichtwohnbauten beträgt 3,4 Bio. €, das Transaktionsvolumen bei Handelsimmobilien: 11,5 Mrd. €. Gewerbemieten belaufen sich netto auf 120. Mrd.€, 1,2 Millionen Menschen sind im Einzelhandel beschäftigt. Zahlreiche Handelsmieter sind bereits unter den staatlichen Schutzschirm oder in Insolvenz gegangen. Die Liquidität in Immobilienunternehmen dürfte durchschnittlich in drei Monaten auslaufen. Mit dem Shutdown waren die Einnahmen gleichermaßen einschneidend bei Vermietern und Mietern betroffen.

Gemeinsame Wege finden

Daher ist es nicht nur aktuell, sondern auch in Zukunft wichtig, an einem Strang zu ziehen, um die verschiedenen Wechselwirkungen im Sinne aller in Balance halten. Bund, Länder und Kommunen stimmen sich seit Wochen in ihrem Vorgehen ab, um bestenfalls bundeseinheitliche Lösungen für die wichtigen Entscheidungen unserer Zeit herbeizuführen. Der ZIA, Zentraler Immobilien Ausschuss, Spitzenverband der Immobilienwirtschaft begrüßt dieses Vorgehen ausdrücklich und steht den Beteiligten seit Beginn der Krise als verlässlicher Ansprechpartner zu Verfügung.

In Zeiten, in denen es nun dringend notwendig ist, den Menschen Maßnahmen und Strategien für einen Weg zurück in die Normalität aufzuzeigen, wird es besonders darauf ankommen, diese Maßnahmen und Strategien transparent und nachvollziehbar für alle Seiten zu gestalten. Nicht zuletzt die fachlich nicht belegte Zahl von 800 Quadratmetern für die Verbotsschwelle von Handel, unterschiedlichste Handhabung von Sortimenten oder Sicherheitsabständen sind in der Branche allemal, aber auch in der Bevölkerung auf Unverständnis gestoßen, ebenso wie die vorgetragenen „Knubbeltheorien“ verbunden mit veralteten Vorstellungen, wie Einzelhandel in diesem Jahrzehnt funktioniert. Zur Vermeidung falschen Verständnisses stehen wir als Branchen-Experten der Politik gern als Berater zur Verfügung.

Gesundheit geht vor – Handeln bedarf fachlicher Basis

Die folgenden Maßnahmen beschreiben, wie politisch verantwortungsvoll der Handel seinen Betrieb wieder aufnehmen kann und sollte. Hierbei stehen die Gesundheit und die Sicherheit von Besuchern, Kunden, Dienstleistern, aber auch Mitarbeitern, besonders im Fokus.

Am 11. März 2020 hat die Weltgesundheitsorganisation (WHO) Covid-19 offiziell zur Pandemie erklärt und dadurch weltweit Ein- und Beschränkungen im öffentlichen und privaten Leben in einem nie dagewesenen Ausmaß ausgelöst. Glücklicherweise

konnte in Deutschland trotz der massiven Ein- und Beschränkungen die Versorgung der Bevölkerung mit den „Gütern des täglichen Lebens“ aufrechterhalten werden. Ein zumeist maßvoller und fairer Umgang mit den vorhandenen Ressourcen unter Einhaltung der auferlegten und verordneten Maßnahmen zeichnet die Bürgerinnen und Bürger seitdem und bis heute aus.

Nach nun gut fünf Wochen Kontaktbeschränkungen im öffentlichen wie auch im privaten Leben, zum Schutz der individuellen, aber auch der Gesundheit anderer, geht es nun darum, nach einer ersten Phase des „Shut Downs“ in eine zweite Phase der angepassten und verhältnismäßigen Lockerung der Beschränkungen einzutreten. Dabei soll es zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht um einen übereilten Exit gehen, sondern vielmehr um einen planvollen, intelligenten Ausstieg aus dem Ausnahmezustand.

Hygiene und gewohnte Trampelpfade

Die in den letzten Wochen erlernten und praktizierten Verhaltensregeln im Umgang mit Abstandsregelungen, Hygienemaßnahmen und die Akzeptanz der Reglementierung bei Zusammenkünften von Personengruppen werden uns dabei sicherlich auch zukünftig helfen. Was fehlt, ist die Transformation über Jahrzehnte gewonnener Kenntnisse über Einzelhandelsimmobilien, Zähl- und Steuerungstechniken zum Schutz der Besucher in die virologisch gebotene Corona-Realität.

Es ist aber auch an der Zeit, den Bürgerinnen und Bürgern das Vertrauen, das diese bis heute der Bundesregierung, den jeweiligen Landesregierungen und relevanten Behörden entgegengebracht haben, zurückzugeben. Ein wichtiger Schritt wird darin bestehen, trotz eines föderalen Systems, transparent und mit größtmöglicher Einheitlichkeit den Bürgerinnen und Bürgern die ersten Schritte aus dem Ausnahmezustand plausibel und nachvollziehbar darzustellen. Unterschiedliche Auslegungen und Interpretationen der am Mittwoch, den 15. April 2020, gemeinsam von der Bundesregierung und den Ländern getroffenen Entscheidungen helfen dabei nicht weiter.

Stark voneinander abweichende Landesregelungen ohne erkennbaren Bezug zu virologischen Notwendigkeiten fördern nur den Unmut über einen „Flickenteppich“ von Verordnungen – und dies im Bereich des Einzelhandels nicht nur auf Händler- und Vermieterseite, sondern vor allem auch auf Kundenseite.

Aus Sicht des ZIA sollten deshalb folgende Maßnahmen, insbesondere im Hinblick auf die am 15. April 2020 getroffenen Entscheidungen, auf Länderebene in Angriff genommen werden:

1. Einsetzung einer Begleitkommission

Es ist entscheidend, die richtigen virologischen, ordnungsrechtlichen und ökonomischen Entscheidungen abzuwägen bei Fragen nach der Größe der Läden, die öffnen sollen, bei Organisationsformen und Zeitpunkt. Die letzte Konferenz der Ministerpräsidenten zeigte, dass sehr unterschiedliche Meinungen dazu vertreten wurden, Fachverbände oder Wirtschaftsbeteiligte konnten zuvor nicht konsultiert werden, weitere Evaluierungen und Entscheidungen stehen jedoch dazu an.

Gesellschaft und Wirtschaft brauchen mehr Einbindung auch anderer fachlicher Erfahrungen und mehr Substanz für die anstehenden Herausforderungen, die in der Form einer Begleitkommission ad hoc einsetzbar wäre und im Rahmen einer Videokonferenz folgende Experten oder Ihre Vertreter zusammenführt:

- Immobilienverbände mit Schwerpunkt Handels- und Gewerbeimmobilien (ZIA, German Council of Shopping Places)
- Vertreter von Firmen aus dem Bereich Entwicklung, Management und Investment in Handelsimmobilien
- HDE Handelsverband Deutschland
- DIHK
- Vertreter von Handelsfirmen
- Virologen, RKI
- Vertreter des Sachverständigenrats der Bundesregierung bzw. der Immobilienweisen
- Virologen, Mitglied Leopoldina
- Bund, Länder und Kommunen

Auf diesem Weg kann auch ein Beitrag für mehr Einheitlichkeit zwischen den Ländern aber auch Subsidiarität, wo diese erforderlich ist, geleistet werden.

2. Wahrung des Gleichbehandlungsgrundsatzes

Die Bürgerinnen und Bürger haben in den letzten Wochen in beeindruckender Weise unter Beweis gestellt, dass sie bereit sind, sich den notwendigen Ein- und Beschränkungen im öffentlichen wie auch im privaten Leben anzupassen.

Händler – insbesondere Lebensmittel- und Drogeriefachmarktgeschäfte, aber auch großflächige Baumärkte – haben ebenfalls in den letzten Wochen nachgewiesen, dass sie willens und in der Lage sind, notwendige Schutz- und Hygienemaßnahmen für Kunden, Personal und Dritte, wie Zulieferer, in kürzester Zeit umzusetzen.

Diese beschlossenen Maßnahmen wurden dabei von allen Seiten, unabhängig von der jeweiligen Größe oder der Lage (im Stadtgebiet, in der High-Street, in Shopping Centern) des Ladengeschäfts, umgesetzt. Dabei wurde nicht auf die Fläche einzelner Geschäfte geachtet, sondern es wurde ein besonderes Augenmerk auf die Anzahl pro Person pro Quadratmeter geöffneter Ladenfläche gelegt. Ein Ansatz, der sich im Lichte der Entwicklung der Infektionszahlen, bewährt zu haben scheint. Umso unverständlicher ist nun die Verlagerung der Bemessungsgrenze für die Wiedereröffnung von Ladengeschäften hin zu einer Maximalgröße von 800 m². Limitierender Faktor sollte daher die Anzahl pro Person pro Quadratmeter sein und dies einheitlich in Deutschland, Gründe für eine unterschiedliche Handhabung (10qm/20qm) sind nicht ersichtlich.

Diese Regelung wirft viele Fragen auf, die bei einer „Anzahl pro Personen pro Quadratmeter“-Regelung nicht entstanden wären und auch zu keiner Benachteiligung in den einzelnen Bereichen des Einzelhandels hätte führen müssen.

Damit entsteht erst gar nicht die ebenso nicht nachvollziehbare unter schiedliche Handhabung in den Sortimenten (Babyfachgeschäfte, Möbel/Kaufhaus) oder die Frage, ob große Geschäfte auf 800qm reduzieren dürfen bis hin zum sächsischen Kuriosum der Notwendigkeit einer zusätzlichen Außentür pro Laden im Shopping-Center.

3. Die „Stadt als System“

Unsere (Innen-)Städte und ihre Struktur sind als sich bedingendes System zu verstehen. Die Attraktivität unserer Städte entsteht durch ihre Lebendigkeit – einem Angebots-Mix aus Kunst, Kultur, Tourismus, Entertainment und eben der bunten Handelslandschaft. Kunden wünschen sich heute den Einkaufsbummel als Erlebnis oder aber als eine Möglichkeit, unterschiedliche Dinge miteinander verbinden zu können. Die Wiedereröffnung der Gastronomie und des Entertainments steht aktuell, und das aus gegebenem Anlass, noch nicht zur Diskussion. Die Möglichkeit, Dinge miteinander verbinden zu können, bietet sich allerdings auch schon durch die „bunte“ Vielfalt an Angeboten des Einzelhandels.

Diese Vielfalt ohne offensichtliche Not zu beschränken, erscheint im Lichte der aktuellen Situation nicht nachvollziehbar.

Städte befanden sich schon vor Corona im Wandel, weil es eine Umverteilung von stationärem Handel zum E-Commerce gab, außerhalb der Top-Lagen gab es bereits Niedergang. Nach Corona und dem Boom im E-Commerce müssen sich die Menschen wieder „an die Stadt gewöhnen“, obwohl gewohnte Attraktionen wie Massenveranstaltung erst spät dazukommen werden.

Neben den uns bekannten Ladengeschäften in den (Innen-)Städten und den High Streets gehören auch die Shopping-Center seit langer Zeit zum Bild unserer Städte und gewährleisten einen essentiellen Beitrag zur Versorgung der Menschen. Aus diesem Grund darf es bei den vorgesehenen Regelungen auch nicht zu einer „Diskriminierung“ von Shopping-Centern kommen. Oftmals befinden sich diese auch in (Innen-)Städten in exponierten Lagen, so dass ein kontrollierter Einlass auch ohne große Warteschlangen auf engen Flächen möglich ist. Einlasskontrollen zur Gewährung reglementierter Kundenfrequenzen werden bereits heute von Fachpersonal, u. a. unter Zuhilfenahme von installierten Frequenzzählern vorgenommen. Darüber hinaus lassen große Glasfronten der anliegenden Shops die entsprechende Auslastung erkennen, die dann wiederum für den einzelnen Shop geregelt wird. Gerade durch die kontrollierte Öffnung von Shopping-Centern besteht zusätzlich die Möglichkeit, Kundenfrequenzen in den (Innen-)Städten zu entzerren, da hier an einem Ort zumeist alle Bedürfnisse gedeckt werden können, ohne dass der Ort innerhalb der jeweiligen Stadt gewechselt werden muss.

4. Die Gesundheit der Menschen hat Priorität

Die Gesundheit der Menschen muss weiterhin oberste Priorität haben. Mit Ausbruch der Krise hat der Handel umgehend reagiert und notwendige Schutz- und Hygienemaßnahmen veranlasst:

- Gewährleistung von anzahlmäßigen Zugangsbeschränkungen zu den jeweiligen Einzelhandelsgeschäften
- Anbringung von „Abstandsmarkern“ vor den Geschäften zur Wahrung der gegebenen Abstandsregelung von mindestens 1,5 Metern (entsprechend der jeweiligen Landesverordnung)
- Anbringung eines sog. „Spuckschutzes“ zum Schutz der Mitarbeiter in den Kassenbereichen
- Anbringung von Hinweisen zu Verhaltensregeln und Hygienemaßnahmen in den Eingangsbereichen der Geschäfte

Eine Erweiterung der bestehenden Maßnahmen für unterschiedliche Geschäftstypen ist möglich und umsetzbar und könnte wie folgt aussehen:

- Gewährleistung regelmäßiger Grundreinigungen mit besonderem Fokus auf „Intensiv Touch Points“ (Türgriffen, Handlaufbänder der Fahrtreppen, WC-Anlagen, etc.) und wiederkehrende Desinfektionsmaßnahmen während des Tagesbetriebs
- Anbringung von Desinfektionsmittelspendern in den Eingangsbereichen und öffentlich zugänglichen WCs
- Erklärung einer Eigenverpflichtung zur Einhaltung einer bundeseinheitlich festgelegten „Anzahl pro Person pro Quadratmeter“-Regelung
- Steuerung der Kundenfrequenz in Shopping Centern z. B. durch Einfahrtsbeschränkungen in den Parkgaragen
- Click & Collect stärker nutzen, um die Aufenthaltsdauer in den Geschäften zu reduzieren
- Feste Termine für Ladenbesuche, z. B. mittels einer App, vereinbaren, um so die Kundenfrequenzen besser planen zu können
- Besondere Timeslots zum Einkauf für bspw. ältere Menschen oder Risikogruppen anbieten

5. Entzerrung der Kundenfrequenzen durch die Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten

Durch eine Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten kann zusätzlich eine Entzerrung der Kundenfrequenzen erwirkt werden. Eine temporäre Genehmigung von Sonntagsöffnungen, nachdem alle Geschäfte wiedereröffnet haben und betriebsbereit sind, „ohne besonderen Anlass“ bis Ende des Jahres 2020 kann diesen Effekt untermauern und gleichzeitig den Binnenkonsum ankurbeln. Der genaue Zeitraum sollte auf Vorschlag der oben vorgeschlagenen Begleitkommission festgelegt werden.

Es kommt somit zu einer massiven Stabilisierung der Wirtschaftsleistung Deutschlands und ermöglicht einen besser kontrollierbaren Weg zurück in die Normalität.

Ein weiterer positiver Effekt dieser Maßnahme wäre die Schaffung einer „Win-Win-Win“-Situation für Kunden, Händler und Vermieter, die bekanntermaßen in einer Wechselwirkung zueinanderstehen.

6. Flankierende Unterstützung durch steuerliche Maßnahmen

Zur Entlastung des Einzelhandels sollten als begleitende Maßnahmen über eine temporäre Entlastung bei der Mehrwertsteuer sowie die Reduzierung der Gewerbesteuerbelastung nachgedacht werden.

■ **Mehrwertsteuer vorübergehend halbieren**

Für den stationären Einzelhandel könnten temporär steuerliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, die den Händlern dringend benötigte Liquidität sichern: So könnte über die aktuell schon möglichen Steuerstundungen hinaus dem stationären Einzelhandel zeitlich begrenzt - zumindest auf die Zeit des Shutdowns – (konstruktiv) ein Teil der Umsatzsteuernachzahlung erlassen werden. Von den Kunden gezahlte Umsatzsteuer auf die Einkünfte würde so im wirtschaftlichen Ergebnis den Händlern verbleiben. Damit würde dem stationären Einzelhandel zeitlich befristet zusätzliche Liquidität zugeführt werden, um sein wirtschaftliches Überleben und damit Arbeitsplätze und Vielfalt in den Innenstädten zu sichern.

■ **Gewerbesteuerbelastung reduzieren**

Eine geringere Belastung bei der Gewerbesteuer würde die Liquiditätssituation des stationären Einzelhandels verbessern. So könnte der Einzelhandel regelmäßig steuerlich entlastet werden, wenn im Rahmen der Gewerbesteuer eine Position bei der gewerbesteuerlichen Hinzurechnung gestrichen würde. Aktuell erhöhen hierbei die eigentlich originären Betriebsausgaben „Miet- und Pachtzinsen“ dem Grunde nach die Bemessungsgrundlage für die Gewerbesteuer. Würde auf diese Hinzurechnung bei der Bemessungsgrundlage verzichtet, würde der mietende Einzelhändler im Ergebnis durch eine geringere Gewerbesteuer wirtschaftlich entlastet.

7. Handelsimmobilienfirmen an Hilfsmitteln der KfW partizipieren lassen

Bislang gibt es bei der KfW-Förderung noch Unbekannte für die Handelsimmobilienfirmen, während Handelskonzerne die Förderung bereits nutzen. Gründe dafür sind die heterogene Struktur der Immobilienfirmen, insbesondere für den Fall, dass Immobilien über gesonderte Objektgesellschaften gehalten werden. Hier zeichnet sich ab, dass solche Objektgesellschaften nicht in den Anwendungsbereich für die KfW-Förderung fallen. Gds. könnten diese Firmen bzw. deren Objektgesellschaften Kredite für Betriebsmittel erhalten, ggf. könnten auch Kapitalbedarfe für bauliche Umstrukturierungen gewährt werden – Corona wird die Handelslandschaft verändern und zu größeren Anpassungsbedarfen führen.

Bei allem bleibt allerdings am Ende noch einmal darauf hinzuweisen, dass alle angesprochenen und/ oder bereits beschlossenen Maßnahmen nur dann ihre volle Wirkung, nämlich das Wiedererstarken des Einzelhandels zur Wahrung lebendiger (Innen-)Städte für eine gesunde Bevölkerung auch nach der Krise, entfalten können, sofern bundeseinheitlich agiert wird.

Der ZIA

Der Zentrale Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA) ist der Spitzenverband der Immobilienwirtschaft. Er spricht durch seine Mitglieder, darunter 28 Verbände, für rund 37.000 Unternehmen der Branche entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Der ZIA gibt der Immobilienwirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt eine umfassende und einheitliche Interessenvertretung, die ihrer Bedeutung für die Volkswirtschaft entspricht. Als Unternehmer- und Verbändeverband verleiht er der gesamten Immobilienwirtschaft eine Stimme auf nationaler und europäischer Ebene – und im Bundesverband der deutschen Industrie (BDI). Präsident des Verbandes ist Dr. Andreas Mattner.

Kontakt

Klaus-Peter Hesse
Sprecher der Geschäftsführung

ZIA Zentraler Immobilien Ausschuss e.V.
Leipziger Platz 9
10117 Berlin

Tel.: 030 / 20 21 585 30
E-Mail: klaus-peter.hesse@zia-deutschland.de
Internet: www.zia-deutschland.de