

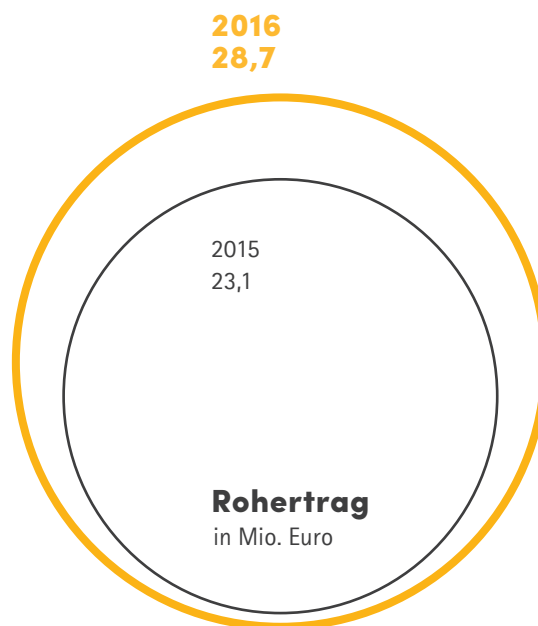
Die Hahn Gruppe

 **Hahn
Gruppe**
Wertarbeit mit Handelsflächen

Kennzahlen

2,75 Mrd. Euro

Immobilienvermögen wird durch die Hahn Gruppe gemanagt



Mio. €

Konzern

	2016	2015
Managementgebühren	15,0	12,7
Rohertrag	28,7	23,1
EBIT	10,0	9,7
Konzernergebnis	4,1	4,9
Bilanzsumme	130,0	90,5
Eigenkapitalquote in %	33,5	44,7
Mitarbeiterzahl zum 31.12.	119	77

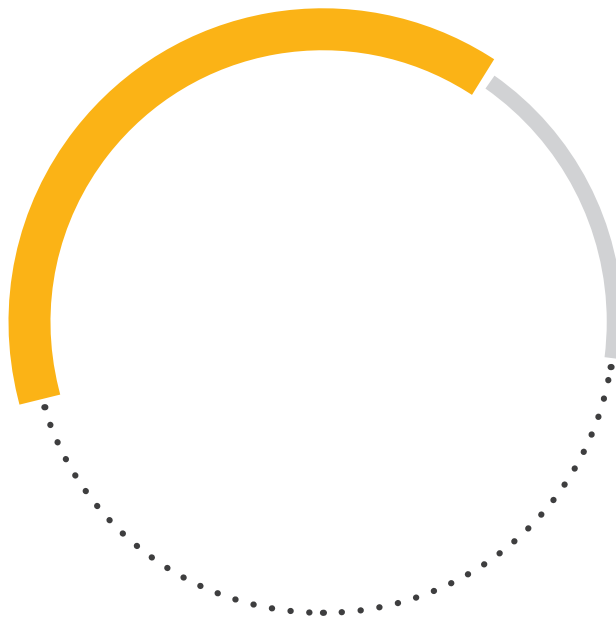
Aktie

Anzahl Aktien	13.001.430	13.001.430
Ergebnis je Aktie in €	0,33	0,38
WKN/ISIN	A2BPK0/DE000A2BPK00	

Inhalt

- 6 Brief an die Aktionäre
- 8 Bericht des Aufsichtsrats
- 12 Highlights aus dem Geschäftsjahr
- 18 Strategische Ziele bis 2020
- 22 HAHN Immobilienfonds für institutionelle und private Anleger
- 24 Immobilieninvestments **entdecken**
- 26 Immobilienwerte **entwickeln**
- 28 Immobilienvermögen **verwalten**
- 32 Gutes Umfeld – Wachstum im deutschen Einzelhandel
- 36 Fortschritt – mehr Technologie und Service im Einzelhandel
- 38 Dazulernen – wir fördern Innovationen und Unternehmertum
- 40 Bei Handelsimmobilien zählt Größe

Seit rund 35 Jahren bauen wir unsere Erfolge auf Handelsimmobilien auf. Mit unseren Maßstäben generieren wir Werte für unsere Geschäftspartner und unser Unternehmen.



Immobilienwerte & Vermögen entwickeln

Der Erfolg unserer Fondsinvestoren hängt unmittelbar mit der Wertentwicklung ihrer Investitionen zusammen. Der Schlüssel liegt in einem guten Immobilien- und Investment-Management. Wir managen unsere Handelsimmobilien aktiv und kontinuierlich, damit diese gut aufgestellt sind und langfristig gesicherte Mieterträge erwirtschaften können.

Nachhaltig & zukunftsorientiert handeln

Bereits heute müssen wir uns mit den Fragen der Zukunft ausführlich auseinandersetzen. Die Beschäftigung mit den großen Trends im Einzelhandel und der Immobilienwirtschaft geht über die Laufzeit von Mietverträgen weit hinaus. Wir antizipieren Entwicklungen und setzen auf den Handel der Zukunft, um nachhaltige Erträge für unsere Investoren zu erwirtschaften.

Dialog & Partnerschaft pflegen

Ein offener Dialog ist die Basis einer jeden guten Partnerschaft. Transparenz und Berechenbarkeit sind wichtige Bestandteile unserer Kommunikationspolitik. Wir informieren detailliert über die Performance unserer Fondsprodukte und pflegen einen engen Austausch mit den Mietern unserer Immobilien. So wollen wir Vertrauen aufbauen, um gemeinsam mit unseren Partnern erfolgreich zu sein.

Unser Geschäftsmodell

Die Hahn Gruppe ist ein auf **Handelsimmobilien** spezialisierter Asset und Investment Manager. Die durch die Hahn Gruppe erbrachten **Managementleistungen** decken den gesamten Lebenszyklus und alle Wertschöpfungsstufen eines langfristigen Immobilieninvestments ab.

Die **immobiliennahen Dienstleistungen** reichen vom An- und Verkauf über die Vermietung und Verwaltung bis hin zur Revitalisierung und Neuentwicklung von Handelsimmobilien.

Die **kapitalmarktnahen Dienstleistungen** beinhalten die Konzeption, Strukturierung und Vermarktung von immobilienbasierten Investment- und Anlageprodukten sowie das Portfolio Management und die Anlegerbetreuung.

Der Investor Hahn Gruppe beteiligt sich an aufgelegten **Immobilienfonds** und **Joint-Venture-Portfolios**, um Zusatzerträge zu realisieren und die Interessenkongruenz mit den Anlegern zu steigern.

Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Freunde und Partner unseres Unternehmens,

die Hahn AG und ihre Fondsinvestoren profitierten im Geschäftsjahr 2016 von einem unverändert günstigen Wirtschafts- und Kapitalmarktumfeld. Die Mieternachfrage nach großflächigen Einzelhandelsimmobilien war sehr stabil und führte für unsere privaten und institutionellen Kunden zu einer überwiegend positiven Entwicklung ihrer Investmentvermögen. Ebenfalls konnte unser Fondsgeschäft von hohen Mittelzuflüssen durch neue Zeichnungen von Anlegern profitieren.

Zu der sehr zufriedenstellenden Ergebnisentwicklung im Konzern konnten alle Unternehmensbereiche signifikant beitragen. Die Segmente Neugeschäft, Bestandsmanagement und Beteiligungen erzielten jeweils ein deutlich positives operatives Ergebnis und erfüllten die Erwartungen. Im Neugeschäft und dem Bestandsmanagement wurden die Ergebnisprognosen sogar übertroffen. Das Konzernergebnis nach Steuern erreichte den oberen Bereich der im Geschäftsbericht 2015 prognostizierten Bandbreite.

Neue Bestmarken im Fondsgeschäft

Die Hahn AG konnte im Jahr 2016 rund 249 Mio. Euro für ihre Publikums- und Spezialfonds einwerben und hat damit eine neue Bestmarke gesetzt. Um den ehemaligen Rekordwert aus 2014 zu übertreffen, hat unsere Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH (DeWert) im vergangenen Geschäftsjahr u. a. drei neue Publikums-AIFs aufgelegt. Das gezeichnete Eigenkapital für diese Publikumsfonds belief sich auf insgesamt 38,5 Mio. Euro, bei einem Investitionsvolumen von rund 69 Mio. Euro.

Weiterhin wurde mit dem HAHN German Retail Fund II ein offener Spezial-AIF mit dem Ziel-Investitionsvolumen von 500 Mio. Euro von der DeWert in die Vermarktung gebracht. Der institutionelle Immobilienfonds erhielt im Jahresverlauf Zeichnungszusagen in Höhe von 40 Mio. Euro. Weitere 170 Mio. Euro gezeichnetes Eigenkapital entfielen auf die beiden in den Vorjahren initiierten und nun nahezu voll investierten Spezial-AIFs HAHN VZWL Retail Fund und HAHN PRIMUS Retail Fund.

Anstieg des verwalteten Immobilienvermögens und hohe Vermietungsquote

Im Geschäftsjahr 2016 hat die Hahn AG Handelsimmobilien mit einem Bruttoinvestmentvolumen von rund 310 Mio. Euro neu angebunden. Zudem wurden Handelsimmobilien aus Bestandsfonds, die nicht mehr zur Investmentstrategie unserer Anleger passten, für rund 50 Mio. Euro an Dritte veräußert. Das Transaktionsvolumen mit Dritten belief sich dementsprechend auf 360 Mio. Euro (Vorjahr: 242 Mio. Euro). Das verwaltete Immobilienvermögen erhöhte sich per Ende Januar 2017 auf 2,75 Mrd. Euro (Ende Dezember 2015: 2,45 Mio. Euro). Wir verwalten nun Handelsimmobilien an 161 Standorten mit einer Mietfläche von insgesamt 1,7 Mio. m². Eine gute Vermietungsleistung in 2016 mit Neuvermietungen und Mietvertragsverlängerungen über rund 93.000 m² hat dazu beigetragen, dass die Vermietungsquote auf einem hohen Niveau von 98 Prozent liegt.



Michael Hahn
Vorstandsvorsitzender



Thomas Kuhlmann
Mitglied des Vorstandes

Gute Ertragslage erlaubt Dividendenzahlung

Das Konzernergebnis nach Steuern lag mit 4,1 Mio. Euro in Reichweite des sehr guten Vorjahres (Vorjahr: 4,9 Mio. Euro). Dank der Effizienzsteigerungen der vergangenen Jahre und eines Ausbaus des institutionellen Fondsgeschäfts wird mittlerweile ein zunehmend großer Anteil der laufenden Kosten durch wiederkehrende Erträge abgedeckt. Die Zielsetzung einer weitgehenden Unabhängigkeit von Einmalerträgen bleibt für uns ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Aufgrund der nachhaltig guten Ertragslage schlagen der Vorstand und der Aufsichtsrat der Hauptversammlung die Zahlung einer Dividende in Höhe von 0,19 Euro je Stückaktie vor.

Auf Wachstumskurs mit bewährten Qualitäten

Der Konzern ist gut aufgestellt, um auch in der neuen Berichtsperiode von den günstigen Rahmenbedingungen für Immobilieninvestments zu profitieren. Wir erwarten, dass die tendenziell niedrige Verzinsung alternativer Investments und die hohe Volatilität an den Aktienmärkten das Interesse der institutionellen Investoren und privaten Anleger an gemanagten Immobilieninvestments weiterhin fördern wird. Mit den regulierten Finanzprodukten Spezial-AIF und Publikums-AIF stehen uns attraktive Investmentvehikel zur Verfügung, die vielen unterschiedlichen Anlegergruppen bedarfsgerechte Beteiligungsmöglichkeiten und eine hohe Transparenz bieten.

Als spezialisierter Asset und Investment Manager werden wir auch im aktuellen Geschäftsjahr kompetent und zielstrebig Immobilienwerte entwickeln, um den nachhaltigen Erfolg unserer Anleger zu sichern. Unsere 35-jährige Expertise und eine effiziente Organisation sind der Schlüssel für die Fortsetzung des profitablen Wachstums der Hahn Gruppe. Die Bereitschaft zur fortlaufenden Optimierung von Service und Prozessen sowie die Offenheit für Innovationen sind gleichermaßen wichtig für uns. Diesen Weg werden wir mit viel Engagement fortsetzen, um unsere führende Stellung im Markt weiter auszubauen.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen!

Michael Hahn
Vorstandsvorsitzender

Thomas Kuhlmann
Mitglied des Vorstandes

Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

auch in diesem Jahr können wir auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Wir freuen uns insbesondere, dass es gelungen ist, den ersten offenen Spezial-AIF nach deutschem Recht, den HAHN German Retail Fund II, aufzulegen.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2016 den Vorstand gemäß den ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben kontinuierlich überwacht und beratend begleitet. Der Vorstand hat dazu den Aufsichtsrat regelmäßig sowohl mündlich als auch schriftlich über die geschäftliche Lage, die aktuelle Ertragssituation, die Risiken und das Risikomanagement, die Planung sowie über die Investitionen und organisatorischen Maßnahmen informiert. Zunächst stand insbesondere Dr. von Dalwigk und nach Beendigung seiner Amtszeit ich selbst als sein Nachfolger im Aufsichtsratsvorsitz im engen Kontakt mit dem Vorstand; wir wurden über die aktuellen Entwicklungen und wesentlichen Geschäftsvorfälle zeitnah informiert. In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung war der Aufsichtsrat frühzeitig eingebunden; er fasste nach eingehender Prüfung die nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung erforderlichen Beschlüsse auf Basis der Berichte und Beschlussvorschläge des Vorstands.

Insgesamt fanden im Berichtsjahr 2016 drei Sitzungen des bis zum 25. Mai 2016 bestehenden Prüfungsausschusses und neun Sitzungen des Aufsichtsrats statt, von letzteren fünf Sitzungen vor Ort und vier Sitzungen im Rahmen von Telefonkonferenzen. Vier Beschlüsse wurden im schriftlichen Umlaufverfahren gefasst. Alle turnusmäßigen Sitzungen des Aufsichtsrats und des Prüfungsausschusses fanden mit vollständiger Mitgliederzahl statt. Kein Mitglied des Aufsichtsrats hat nur an der Hälfte oder weniger der Sitzungen des Aufsichtsrats und der Ausschüsse, denen es angehörte, teilgenommen.

Schwerpunktthemen der turnusmäßigen Sitzungen des Aufsichtsrats waren – in den ersten fünf Monaten nach jeweiliger Vorbereitung durch den Prüfungsausschuss – die Geschäftsentwicklung der Gesellschaft, die Finanz- und Ertragslage, die Informationen über die Abweichungen des Geschäftsverlaufs von der Planung sowie die Bewertung der Wirksamkeit des Risikomanagements. Weitere Themen waren darüber hinaus stets der jeweilige Stand der Akquisitionen von großflächigen Einzelhandelsimmobilien oder von Anteilen an Immobiliengesellschaften für die Einbringung in bestehende Fondsvehikel. Auch die Auflegung neuer Fonds, die Dienstleistungen im Bereich des Asset Managements sowie das Beteiligungsmanagement wurden gründlich erörtert.

Der Aufsichtsrat befasste sich auch mit Geschäften zwischen der Gesellschaft bzw. ihren Tochterunternehmen und den Organen bzw. jeweils nahestehenden Personen. Der Aufsichtsrat stimmte im Vorfeld der Fondsplatzierungen sowohl dem Verkauf von durch Herrn Hahn bzw. einer von ihm beherrschten Gesellschaft gehaltenen Anteilen an einem geschlossenen Immobilienfonds als auch dem Erwerb von Anteilen an einem Investmentvermögen durch Herrn Hahn zu. Die jeweiligen Kaufkurse waren marktgerecht und entsprachen solchen, zu denen auch Anteile von weiteren externen Anlegern übertragen worden sind. Ebenso stimmte der Aufsichtsrat Darlehensgewährungen an Herrn Hahn für die Übernahme von Beteiligungen und der Teilnahme an Kapitalerhöhungen im Rahmen von Fondsplatzierungen zu. Schließlich war der Aufsichtsrat damit einverstanden, dass sowohl Herr Loh als auch eine Gesellschaft, an der ich beteiligt bin, jeweils ein zweckgebundenes Darlehen zur Verfügung stellte, um die Anbindung von Investmentvermögen vorzufinanzieren. Zu den Einzelheiten wird auf den Geschäftsbericht unter X.1. verwiesen.



Dr. Eckart John von Freyend
Vorsitzender

Der Aufsichtsrat stimmte – im Vorfeld der Vertragsabschlüsse – im Februar 2016 dem Kauf von jeweils 80 Prozent der Anteile an den auf Center Management spezialisierten Gesellschaften Retail Management Expertise Shopping Centre Management GmbH sowie Retail Management Expertise Asset & Property Management GmbH zu. Damit konnte die Wertschöpfungskette der Dienstleistungen rund um großflächige Einzelhandelsimmobilien abgerundet werden.

In den Sitzungen des Prüfungsausschusses und des Aufsichtsrats am 10. März 2016 standen die Entwürfe der Jahresabschlussunterlagen und die Entwürfe der Prüfberichte im Vordergrund. Diese wurden mit dem Vorstand erörtert. Der Abschlussprüfer berichtete über den Umfang und die wesentlichen Ergebnisse seiner vorläufigen Prüfung. Nachdem der unterzeichnete Bericht der Ernst & Young S.A., Luxembourg, über die Prüfung des Zwischenabschlusses der OMEGA Finance Netherlands B.V. zum 30. Oktober 2015 vorgelegen hatte, befasste sich der Aufsichtsrat im Anschluss an die Sitzung des Prüfungsausschusses in der Telefonkonferenz am 30. März 2016 mit dem vom Vorstand zum 31. Dezember 2015 aufgestellten Jahresabschluss und Konzernabschluss nebst Lageberichten sowie dem Bericht des Aufsichtsrats.

Ferner bereitete der Aufsichtsrat an diesem Tag nach eingehender Erörterung und vorheriger Vorbereitung der Kandidatenvorschläge durch den Nominierungsausschuss die Neuwahl des Aufsichtsrats vor. Des Weiteren legte er die übrigen Tagesordnungspunkte für die ordentliche Hauptversammlung am 25. Mai 2016 fest. Diese Tagesordnungspunkte standen auch in der Sitzung des Aufsichtsrats am Tag der Hauptversammlung im Vordergrund. Im Anschluss an die Hauptversammlung fand die konstituierende Sitzung des neu gewählten Aufsichtsrats statt.

In der Sitzung am 27. September 2016 wurde der Aufsichtsrat insbesondere über den Stand der Verfahren zum Erhalt der Vertriebsgenehmigung der zur Platzierung anstehenden Fonds bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht informiert. Schließlich stimmte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 6. Dezember 2016 der vom Vorstand vorgelegten Planung zu und legte die Schwerpunkte der Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2016 fest.

Jahresabschluss und Konzernabschluss 2016

Der Abschlussprüfer Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf (= „Ernst & Young“), hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und den nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellten Konzernabschluss jeweils zum 31. Dezember 2016 einschließlich der jeweiligen Lageberichte geprüft und jeweils den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Gemäß der Befreiungsvorschrift des § 315 a HGB wurde auf die Aufstellung eines Konzernabschlusses nach HGB verzichtet.

Die Bilanz-Aufsichtsratssitzung fand am 30. März 2017 unter Teilnahme des Abschlussprüfers statt. In dieser Sitzung wurden die Jahresabschlussunterlagen und die Prüfberichte für das Geschäftsjahr 2016 umfassend mit dem Vorstand erörtert. Der Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Ferner informierte er uns über seine positive Einschätzung des Risikoüberwachungs- und Risikomanagementsystems des Vorstandes. Schwerpunkte der Prüfung waren daneben u. a. die Prüfung der Abwicklung der Immobilien- und Gesellschaftsanteilstransaktionen, insbesondere für die einzelnen Fondsvehikel, die Akquisition der erwähnten RME-Gesellschaften sowie die Bilanzierung und Bewertung der von der Gesellschaft gehaltenen Gesellschaftsanteile sowie der Forderungen.

Der Aufsichtsrat schloss sich nach der Erörterung und nach der Beratung der Ausführungen des Vorstands zu den Lageberichten sowie nach eigener Prüfung des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses, des Lageberichts sowie des Konzernlageberichts dem Ergebnis der Prüfungen durch den Jahresabschlussprüfer an, erhob keine Einwände und billigte den Jahres- und Konzernabschluss. Damit war der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016 festgestellt.

Abhängigkeitsbericht 2016

Der Vorstand hat gem. § 312 AktG den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen („Abhängigkeitsbericht“) erstellt.

Der Abschlussprüfer hat über das Ergebnis seiner Prüfung folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war oder Nachteile ausgeglichen worden sind.“

Der Aufsichtsrat stimmte dem Prüfungsergebnis des Abschlussprüfers zu. Einwände gegen die im Abhängigkeitsbericht enthaltene Schlussklärung des Vorstands wurden nach seiner abschließenden Prüfung nicht erhoben.

Dem Vorschlag des Vorstands, einen Teilbetrag des Bilanzgewinns zur Zahlung einer Dividende von 0,19 Euro je Stückaktie an die Aktionäre zu verwenden und den verbleibenden Betrag auf neue Rechnung vorzutragen, stimmte der Aufsichtsrat zu.

Wechsel in den Gremien

Im Geschäftsjahr 2016 kam es zu folgenden personellen Veränderungen im Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen: Mit Beendigung der Hauptversammlung am 25. Mai 2016 schieden Dr. Reinhard Freiherr von Dalwigk, bis zu seinem Ausscheiden Vorsitzender des Aufsichtsrats, Herr Robert Löer, Frau Bärbel Schomberg sowie Herr Wolfgang Erbach aus dem Aufsichtsrat aus. Herr Stefan Heinrich Brendgen und Herr Helmut Zahn wurden neu, Herr Joachim Loh und ich erneut in den Aufsichtsrat gewählt. Im Anschluss an diese Hauptversammlung fand die konstituierende Sitzung des Aufsichtsrats statt, in der Herr Joachim Loh zum neuen stellvertretenden Vorsitzenden und ich als bisheriger stellvertretender Vorsitzender zum Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt wurde. Ausschüsse wurden nicht gebildet. Die Mitglieder des Aufsichtsrats sprachen Dr. Reinhard Freiherr von Dalwigk, Herrn Robert Löer, Frau Bärbel Schomberg sowie Herrn Wolfgang Erbach ihren besonderen Dank für die gute, langjährige Zusammenarbeit aus.

Im Namen des Aufsichtsrats danke ich den Mitgliedern des Vorstands sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der zur Hahn Gruppe gehörenden Unternehmen für ihre engagierte Mitwirkung am Erfolg des Unternehmens.

Für den Aufsichtsrat



Dr. Eckart John von Freyend
Vorsitzender

Bergisch Gladbach, 30. März 2017



Highlights aus dem Geschäftsjahr

13.400

Quadratmeter Mietfläche
in Landshut

360 Mio.

Euro Transaktionsvolumen
für die Hahn Gruppe

01.16

BAUHAUS und PENNY in Landshut

Die Hahn Gruppe kauft für ihren institutionellen Fonds HAHN FCP eine Fachmarktagglomeration in Landshut, Bayern, an. Die rund 13.400 m² Fläche teilen sich zwei langfristige Hauptmieter. Der Baumarktbetreiber BAUHAUS und der Lebensmitteldiscounter PENNY ergänzen sich zu einem attraktiven Angebot aus Artikeln des täglichen Bedarfs und trendigen DIY-Produkten. BAUHAUS bietet in Erweiterung des klassischen Baumarktsortiments auf seiner Fläche sehr erfolgreich die Konzepte „Stadtgarten“ und „Profi Depot“ an. Beide Unternehmen sind seit der Fertigstellung der Immobilie im Jahr 2005 zufriedene Mieter.

Vermietungsleistung und Transaktionsvolumen legen zu

Das Fonds und Asset Management der Hahn Gruppe meldet gute Ergebnisse für das vergangene Geschäftsjahr: Die HAHN-Immobilienfonds investierten im Berichtsjahr rund 205 Mio. Euro in Handelsimmobilien. Das Immobilientransaktionsvolumen der Hahn Gruppe lag insgesamt bei rund 360 Mio. Euro. Im Vorjahr waren es noch 242 Mio. Euro. Über 40 Prozent dieser Transaktionen sind auf Verkäufe zurückzuführen, da im dritten Quartal unter anderem ein großes Joint-Venture-Portfolio veräußert wurde. Dem Asset Management der Hahn Gruppe gelang es, Neuverträge und Nachträge über eine Fläche von rund 150.000 m² abzuschließen. Ein Anstieg um über 50 Prozent.

02-16

Hahn kauft Phönix Center in Fürth

Die Hahn Gruppe erwirbt für den HAHN FCP ein Fachmarktzentrum in Fürth, Bundesland Bayern. Das im Jahr 2000 erbaute und 2011 erweiterte Phönix Center weist ein Investitionsvolumen von rund 35 Mio. Euro auf. Das Phönix Center verfügt über eine Mietfläche von insgesamt rund 20.000 m². Langfristiger Hauptmieter ist die EDEKA-Handelsgruppe, die am Standort ein E-Center mit einem Getränkemarkt betreibt. Zu den weiteren großen Mietern zählen u. a. C&A, TAKKO, Deichmann, dm und Charles Vögele. Insgesamt handelt es sich um rund 20 Mietparteien, die den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Freizeit zuzuordnen sind.



03-16

Hahn meldet Gewinnverdopplung für das abgelaufene Geschäftsjahr

Die Hahn AG hat im Geschäftsjahr 2015 ihre Profitabilität nochmals deutlich steigern können. Der Konzern konnte in seinen drei Geschäftsbereichen Neugeschäft, Bestandsmanagement und Beteiligungen die selbst gesteckten Ziele jeweils deutlich übertreffen. Das Konzernergebnis hat sich mehr als verdoppelt und war u. a. positiv beeinflusst durch Einmalerträge aus dem erfolgreichen Abschluss eines JV-Investments mit einem institutionellen Partner.

04-16

Optimismus im Einzelhandel

Die Hahn Gruppe veröffentlicht die Ergebnisse ihrer Expertenbefragung, die sie in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute durchgeführt hat. Der stationäre Einzelhandel in Deutschland hat positive Zukunftserwartungen: 95 Prozent der befragten Unternehmen rechnen demnach mit steigenden (44 Prozent) oder zumindest stabil bleibenden (51 Prozent) Umsätzen. Überdurchschnittlich optimistisch sind die Betreiber von Lebensmittel-, Drogerie- und Baumärkten. Hier rechnen jeweils mindestens 50 Prozent der Befragten mit Umsatzzuwächsen. Trotz steigender Immobilienpreise wollen 76 Prozent der Immobilieninvestoren in 2016 zukaufen (Vorjahr: 57 Prozent). Hinsichtlich der gesuchten Objekttypen präferieren die Investoren Fachmarktzentren (80 Prozent), innerstädtische Geschäftshäuser (33 Prozent) bzw. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte (30 Prozent).



der in einer Expertenbefragung befragten Unternehmen rechnen mit steigenden oder stabilen Umsätzen. Lebensmittel-, Drogerie- und Baumarktbetreiber sind überdurchschnittlich optimistisch.

06.16

Neuanmietungen durch ALDI und Alnatura

Die Hahn Gruppe gewinnt mit ALDI Nord und Alnatura zwei neue Mieter für das von ihr gemanagte Mönkhof Karree in Lübeck. Deutschlands führender Discounter ALDI beabsichtigt, auf rund 1.700 m² Mietfläche einen großzügigen und modernen Lebensmittelmarkt zu betreiben und wird damit zum zweiten Ankermieter des Centers. Hauptmieter ist die Metro-Vertriebslinie real-, die am Standort erfolgreich ein SB-Warenhaus betreibt. Die zweite Neuanmietung erfolgt durch Alnatura. Alnatura wird auf über 700 m² Mietfläche einen modernen Bio-Supermarkt eröffnen. Die Gesamtmietfläche des Objekts beläuft sich auf rund 15.000 m².



6%

angestrebte Rendite (IRR)
beim HAHN German Retail Fund II

07.16

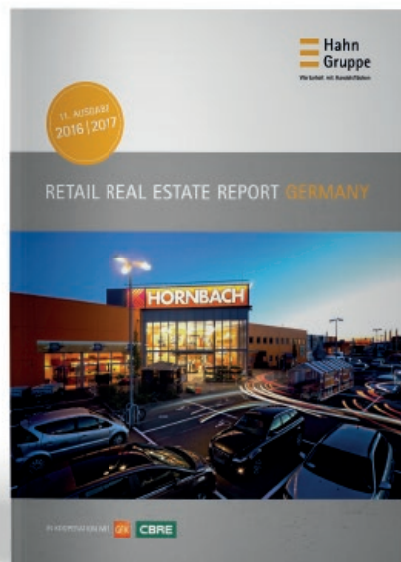
Hahn Gruppe legt neuen Spezialfonds auf

Die Hahn Gruppe legt über ihre Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH einen neuen offenen Spezial-AIF nach deutschem Recht auf. Der HAHN German Retail Fund II weist ein Zielvolumen von rund 500 Mio. Euro auf und wird in deutsche großflächige Handelsimmobilien – beispielsweise Fachmarktzentren, Verbrauchermärkte und Baumärkte – investieren. Der Immobilienspezialfonds richtet sich mit einem Ziel-Eigenkapitalvolumen von 250 Mio. Euro an Sparkassen, Versorgungswerke, Stiftungen und Pensionskassen, die sich mit Mindestzeichnungssummen von 10 Mio. Euro beteiligen können. Angesiedelt in der Risikoklasse Core-Plus strebt der Immobilienfonds für seine Anleger eine Rendite von 6,0 Prozent (IRR) an.

09.16

Neuer Baumarkt-AIF Bonn

Die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht erteilt Mitte Dezember eine entsprechende Vertriebsfreigabe für den neuen Publikums-AIF der Hahn Gruppe. Das Beteiligungsangebot HAHN Pluswertfonds 166 investiert mit einem Gesamtvolumen von 17,3 Mio. Euro in einen langfristig vermieteten BAU-HAUS Baumarkt mit Gartencenter. Der im Jahr 2015 neu errichtete Bau- und Heimwerkermarkt befindet sich in der Stadt Bonn, Nordrhein-Westfalen. Ein sehr langfristiger Mietvertrag bis zum Jahr 2030 mit Verlängerungsoptionen lässt eine stabile Rendite erwarten. Die konservative Kalkulation des Angebots zeigt sich u. a. in der Fremdfinanzierungsquote von nur 41 Prozent und einem anfänglichen Tilgungssatz in Höhe von 2 Prozent. Die geplante jährliche Ausschüttung liegt bei 5,25 Prozent und wird quartalsweise ausbezahlt.



HAHN German Retail Property Day

Im Rahmen der Vorstellung des neuen HAHN Retail Real Estate Reports bringt die Hahn Gruppe rund 200 Einzelhändler, Immobilienexperten, Banken und Investoren kurz vor der EXPO REAL auf dem German Retail Property Day in Bergisch Gladbach zusammen. Bei der Veranstaltung werden die Aussichten des deutschen Einzelhandels und des Immobilieninvestmentmarkts intensiv diskutiert. Weiteres Highlight ist die Vorstellung von Jungunternehmen aus der Immobilien- bzw. Einzelhandelsbranche, die die Möglichkeit erhalten, ihre innovativen Geschäftsmodelle vor einem hochkarätigen Publikum zu präsentieren.

Veröffentlichung HAHN Retail Real Estate Report 2016/2017

Die Hahn Gruppe veröffentlicht den jährlich erscheinenden HAHN Retail Real Estate Report 2016/2017 bereits im 11. Jahr. Der Marktbericht wurde wieder in Kooperation mit CBRE und GfK GeoMarketing erstellt. Der HAHN Retail Real Estate Report beschreibt die aktuellen Entwicklungen und Trends im deutschen Einzelhandel und im Investmentmarkt für Handelsimmobilien. Die institutionellen Investoren verspüren angesichts niedrig verzinsten Alternativen einen hohen Anlagedruck. Die Verkaufsflächenentwicklung zeigte nach Berechnungen der GfK in 2015 erstmals seit 2011 wieder ein leichtes Plus von 0,4 Prozent.



09.16

Corporate Responsibility Day in Berlin

Im Spätsommer veranstaltet die Initiative Corporate Governance der Deutschen Immobilienwirtschaft einen Corporate Responsibility Day in Berlin. Im Mittelpunkt der Konferenz steht die Veröffentlichung eines Praxisleitfadens für soziales und gesellschaftliches Handeln in der Immobilienwirtschaft. Dieser richtet sich an Unternehmen aus der gesamten Branche, die soziales und gesellschaftliches Engagement wirksam gestalten möchten. Im Rahmen der Veranstaltung beteiligt sich die Hahn Gruppe als Sponsor und präsentierte eigene Projekte als Best-Practice-Beispiele.

10.16

Erfolgreiche Immobilienmesse EXPO REAL

Europas größte Immobilienmesse in München ist erneut ein großer Erfolg. Mit rund 39.000 Teilnehmern aus 77 Ländern (2015: 74) verzeichnet die Messe zur 19. Ausgabe einen Zuwachs von rund 2 Prozent. Der internationale Anteil der Fachbesucher steigt auf 29,5 Prozent (2015: 28 Prozent). Die Hahn Gruppe ist auch in diesem Jahr auf dem Gemeinschaftsstand „Speckgürtel von Köln“ der Metropolregion Köln/Bonn vertreten. Das Messefazit: Die Stimmung der Marktteilnehmer ist gut. Wenngleich einige Experten Überhitzungserscheinungen im Markt erkennen, so sind sich alle einig, dass der langfristige Investmenterfolg nicht in der Spekulation auf weiter sinkende Renditen, sondern im Investment in nachhaltige Mieterträge liegt.

40 Mio.

Euro Eigenkapitalzusagen
für den neuen offenen Spezial-AIF der Hahn Gruppe

Erste Zeichner an Bord

Die Hahn Gruppe hat das erste Closing ihres im Sommer 2016 aufgelegten offenen Spezial-AIF HAHN German Retail Fund II durchgeführt. Die Zeichner sind vier Stiftungen und Sparkassen, die sich jeweils mit mindestens 10 Mio. Euro Eigenkapital beteiligt haben. Der Mittelabruf ist für das erste Quartal 2017 vorgesehen. Im Laufe des ersten Halbjahrs 2017 soll das zweite Closing stattfinden, mit dem weitere institutionelle Investoren die Möglichkeit erhalten, Fondsanteile zu zeichnen.

11.16

Neueröffnung Fachmarktzentrum Campus in Lübeck

Nach umfangreichen Modernisierungsarbeiten im ehemaligen Mönkhof Karree ist es nun endlich so weit. Unter dem Namen „Campus, das frische Einkaufserlebnis“ findet die Neueröffnung des Fachmarktzentrums in Lübeck statt. „Schmecken, hören, riechen, fühlen, sehen“ – mit allen fünf Sinnen soll Campus, das frische Einkaufserlebnis, zukünftig wahrgenommen werden können. Fünf in der Mall installierte Leuchtkästen symbolisieren diese fünf Sinne und zeigen auf, dass es sich um mehr als nur um ein Motto handelt, sondern um den selbst auferlegten Anspruch, ein ganzheitliches Einkaufserlebnis für die Besucher zu schaffen.



12.16



Siebenmal HORNBACH

Für einen institutionellen Individualfonds akquiriert die Hahn Gruppe ein Immobilienportfolio mit sieben HORNBACH Bau- und Heimwerkermärkten. Das Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 190 Mio. Euro. Die HORNBACH-Immobilien befinden sich in Berlin, München, Essen, Kiel, Binzen, Remseck und Malmö (Schweden). Jeder der sieben Standorte weist durch seine frequenzstarke Lage, die zukunftsorientierte Konzeption und langjährige Etablierung eine hohe Wettbewerbsstärke auf. Der Standort Berlin fungiert darüber hinaus als regionales Schulungszentrum für HORNBACH-Mitarbeiter und ist eine der deutschlandweit vier Zentralen für den HORNBACH-Online-Handel. Die Mietfläche der Einzelobjekte liegt zwischen 13.000 und 18.000 m². Die Gesamtmietfläche des Portfolios beläuft sich auf 114.000 m². Alle Immobilien sind langfristig vollvermietet.

Hahn kauft Fachmarktzentrum in Lahr

Die Hahn Gruppe erwirbt für den institutionellen HAHN VZWL Retail Fund ein Fachmarktzentrum in Lahr, Baden-Württemberg. Das Fachmarktzentrum Lahr verfügt über eine Mietfläche von rund 16.000 m². REWE, ALDI, dm und OBI sind die Hauptmieter der Immobilie, die im März 2016 neu eröffnet worden ist. Weitere Einzelhändler und Dienstleister runden das Angebot des langfristig vollvermieteten Fachmarktzentrums ab. Das 38.900 m² große Areal ermöglicht rund 420 ebenerdige PKW-Stellplätze. Das Objekt mit einem Investitionsvolumen von rund 30 Mio. Euro befindet sich am nördlichen Rand des Stadtteils Mietersheim, rund 2,5 Kilometer vom Zentrum entfernt.

EDEKA folgt auf tegut

Das Asset Management der Hahn Gruppe schließt für das Fachmarktzentrum „Am Palmusacker“, Bad Soden-Salmünster, einen neuen Mietvertrag mit EDEKA ab. Die bisherige Mietfläche des Vormieters tegut konnte damit erfolgreich weitervermietet werden. Der sich nahtlos anschließende Mietvertrag ist indexiert und mit einer Laufzeit von über 10 Jahren ausgestattet. EDEKA wird auf der Mietfläche von rund 2.000 m² ebenfalls einen Verbrauchermarkt betreiben. Hauptmieter des im Jahr 2002 erbauten Fachmarktzentrums sind ein LIDL-Lebensmitteldiscounter, Rossmann-Drogeriemarkt und Takko. Das Objekt hat eine Gesamtmietfläche von 6.300 m² und verfügt über rund 270 PKW-Stellplätze.

Pluswertfonds 166 voll platziert

Die Hahn Gruppe hat den Publikums-AIF Pluswertfonds 166 erfolgreich vollständig platziert. Die Ende September 2016 aufgelegte Beteiligung investiert rund 17 Mio. Euro in einen langfristig vermieteten BAUHAUS Baumarkt mit Gartencenter. Das große Anlegerinteresse und der erfreulich kurze Platzierungszeitraum des Publikumsfonds unterstreichen die positive Rolle des Marktsegments der Bau- und Heimwerkermärkte. Hintergrund sind die steigenden privaten Konsumausgaben in Deutschland sowie eine hohe Bau- und Renovierungstätigkeit, die zu einer verstärkten Nachfrage durch private und gewerbliche Kunden führen.

Strategische Ziele bis 2020

Mit ambitionierten und klar definierten Zielen suchen wir den nachhaltigen Erfolg für unsere Kunden, Geschäftspartner und das Unternehmen. Wir setzen dabei auf bewährte Erfolgsbausteine, die uns in ihrer Gesamtheit unverwechselbar machen. Sie sind die Stärken der Hahn Gruppe, auf denen wir aufbauen, um unseren Service und unsere Unternehmensprozesse fortlaufend weiter zu verbessern.

Ziele 2020

- **Nachhaltige Profitabilität**
Langfristige Abdeckung der fixen Aufwendungen mit den wiederkehrenden Erlösen
- **Führende IT-Systemlandschaft**
Beste Branchenlösung für ein effizientes Management und Reporting
- **Steigerung der Effizienz**
Umsetzung des Maßnahmenpakets zur Verbesserung der internen Prozesse
- **Vertiefung der Wertschöpfungskette**
Erschließung neuer Dienstleistungen durch Kooperationen und Beteiligungen
- **Ausbau der Produktdiversifizierung**
Auflage weiterer großvolumiger Investmentvermögen und neuer Renditeklassen
- **Ausbau der Dienstleistungsmandate**
Gewinnung eines signifikanten Auftragsvolumens für das Management von Drittvermögen
- **Hohe Attraktivität als Arbeitgeber**
Etablierung eines modernen Arbeitsumfeldes mit flexiblen Arbeitszeitmodellen
- **Etablierung als Innovationsförderer**
Systematische Vernetzung mit Start-ups aus der Immobilien-, Fonds- und Einzelhandelsbranche
- **Best in Class**
Unser Anspruch für das Management von Handelsimmobilien

Bausteine des Erfolgs

→ Spezialisierung

Die Hahn Gruppe setzt auf Spezialisierung, schon seit rund 35 Jahren. Wir fokussieren unsere Kompetenzen auf Einzelhandelsimmobilien und entsprechen damit den Erwartungen unserer Anleger, die eine hohe regionale und fachliche Expertise ihres Immobilienmanagers einfordern.

→ Maximale Wertschöpfung

Mit unseren Managementdienstleistungen decken wir die komplette Wertschöpfungskette im Lebenszyklus der Immobilie ab. Von der umfassenden Standortbewertung über die Ankaufsentscheidung, das Management während der Betriebsphase bis hin zur Revitalisierung – die wiederum einen neuen Lebenszyklus einleitet – werden alle Dienstleistungen aus einer Hand abgebildet.

→ Umfassender Kundenservice

Im Mittelpunkt unseres Handelns stehen unsere Kunden. Wir sind ein Full-Service-Fonds-Manager für private und institutionelle Anleger. Unsere fondsbasierten Investmentprodukte werden nicht nur professionell konzipiert, sondern über die Investmentphase bis hin zur späteren Veräußerung wertmaximierend gemanagt.

→ Konsequente Qualitätsorientierung

Die Hahn Gruppe hat den Anspruch, alle von ihr erbrachten Dienstleistungen in einer Qualität zu erbringen, die deutlich über den Branchenstandards liegt. Das ist unsere Verpflichtung, um unsere Marktführerschaft im Asset und Investment Management von großflächigen Handelsimmobilien zu sichern und auszubauen.

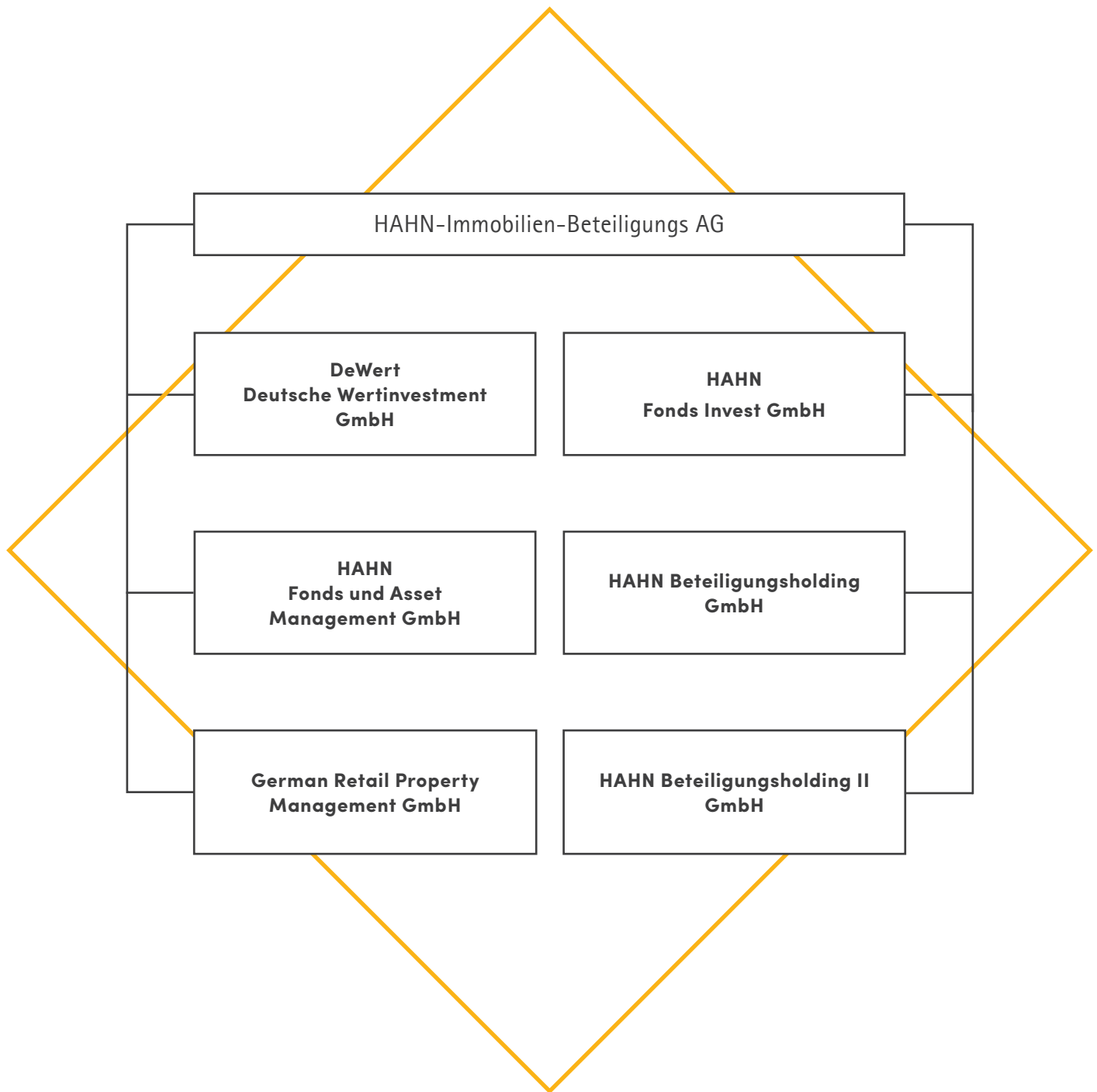
→ Mitarbeiterbindung

Für den langfristigen Erfolg brauchen wir leistungsfähige und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Durch fortlaufende Schulungen und Trainings, die Förderung von Eigenverantwortung sowie eine ergebnisorientierte Mitarbeiterführung erreichen wir eine langfristige Bindung von Talenten, die unser Know-how nachhaltig sichern kann.

→ Innovationsbereitschaft

Ein sich beschleunigender technologischer Wandel sowie ein dynamisches Wettbewerbsumfeld verlangen stets nach neuen Herangehensweisen und Methoden. Die Offenheit für Ideen und Innovationen wird deshalb systematisch im Unternehmen gefördert. Sorgfältige Entwicklungsprozesse stellen sicher, dass neue Produkte und Dienstleistungen von Anfang an auf einem hohen Qualitätsniveau erbracht werden.

Die Konzernstruktur





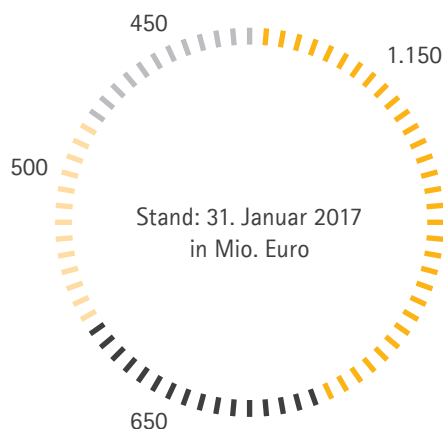
HAHN Immobilienfonds für institutionelle und private Investoren

Die Hahn Gruppe konzipiert und managt Immobilien-Investmentvermögen für private und institutionelle Anleger. Die vermögenden Privatkunden der Hahn Gruppe investieren seit über drei Jahrzehnten in Publikumsfonds der Marke Pluswertfonds. Seit rund zehn Jahren bietet die Hahn Gruppe zudem auch Versicherungen, Pensionskassen, Stiftungen, Family Offices und weiteren semi-professionellen bzw. institutionellen Investoren die Möglichkeit, in Immobilienfonds oder Sondervermögen der Hahn Gruppe zu investieren. Hierfür steht eine Vielzahl von Beteiligungsmöglichkeiten zur Verfügung.

Regulierte Anlageprodukte mit hoher Transparenz

Im Jahr 2013 wurde mit dem Kapitalanlagegesetzbuch (KAG) ein gesetzlicher Rahmen für die Auflage und das Management von Investmentvermögen geschaffen, um den Anlegern eine größere Transparenz und mehr Anlegerschutz zu bieten. Dieses Ziel wurde ohne Zweifel erreicht, weshalb die Hahn Gruppe bei der Einführung neuer Investmentprodukte konsequent auf die neuen regulierten Alternativen Investmentfonds (AIFs) setzt.

Die eigene AIF-Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment GmbH (DeWert) ist seit 2014 BaFin-lizenziert und verfügt über die Erlaubnis zur Auflage und zum Vertrieb von geschlossenen Publikums- und Spezial-Alternativen Investmentfonds (AIF) sowie offenen inländischen Spezial-AIFs.

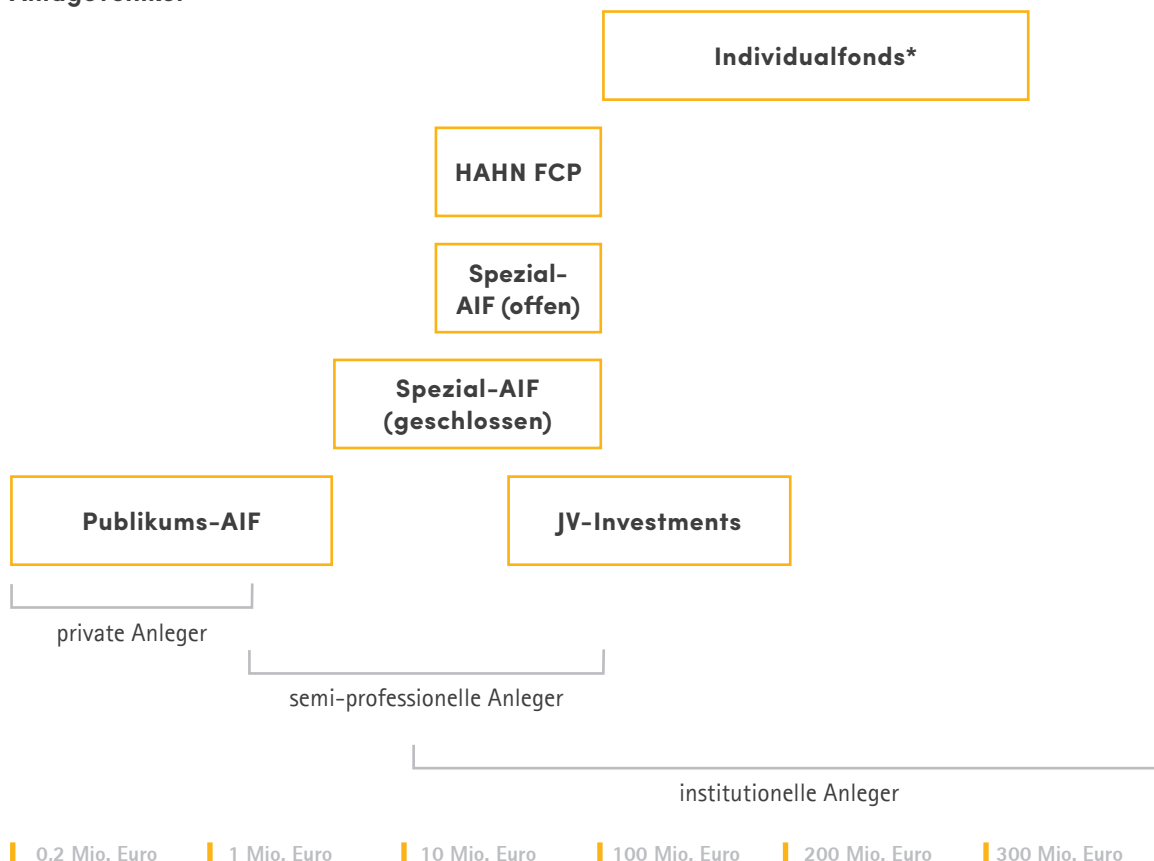


Investorengruppen (Aufteilung nach Investitionsvolumen)

- Privatanleger
- HAHN FCP
- Spezial-AIFs
- MEAG und weitere Dritte

Investmentvermögen der Hahn Gruppe

Anlagevehikel



Bandbreite der Einzelzeichnungen

* aufgelegt als Spezial-AIF

Kompetent in der Konzeption

Die Möglichkeiten, ein Investment zu strukturieren, sind vielfältig. Die Hahn Gruppe verfügt wie kaum ein zweiter Investment Manager über die erforderlichen Kompetenzen, um für ihre Investoren nachhaltig ertragsstarke Investments zu konzipieren – vom großen Fonds mit mehreren hundert Zeichnern über den Individualfonds bis hin zum Joint-Venture-Investment. Unsere Fondsexperten stellen die Risikoklassen, Fondslaufzeiten und Fremdkapitalquoten individuell auf die Investmentziele der Investorenzielgruppe ab.

Werthaltige Investitionsobjekte

Im Mittelpunkt der Investmententscheidung steht immer das Asset, die Immobilie. Die ausschließliche Spezialisierung der Hahn Gruppe ist die Handelsimmobilie. Wir sind von ihrer langfristigen Investmentqualität sowie ihrem attraktiven Rendite-Risiko-Verhältnis überzeugt und fühlen uns durch die historische Wertentwicklung dieser Assetklasse bestätigt. Unsere Investoren profitieren davon und wissen einen Asset Manager an ihrer Seite, der durch seine fokussierte Kompetenz die Performance ihrer Anlage optimiert.

Immobilieninvestments entdecken

Einzelhandelsimmobilien sind eine beliebte Nutzungsart im deutschen Markt für Gewerbeimmobilien. Das hat gute Gründe. Insbesondere langfristig orientierte Investoren versprechen sich davon eine werthaltige Anlage mit stabilen und langfristig gesicherten Ausschüttungen. In der aktuellen Marktsituation gilt dies mehr denn je: Steigende Realeinkommen, eine hohe Erwerbstätigenquote und ein positives Konsumklima sind gut für den Einzelhandel und damit für eine stabile Mieternachfrage nach attraktiven Flächen in Einzelhandelsimmobilien. Doch bedarf es stets einer genauen Analyse, um die richtigen Assets für ein ertragsstabiles und renditestarkes Investment zu identifizieren. Bei Neuinvestitionen stützen wir uns auf feststehende Auswahlkriterien, die mit individuellen Standort- und Marktanalysen verzahnt werden.

Präferierte Objekttypen bei Neuinvestments



Verbrauchermärkte bzw. SB-Warenhäuser mit einer Nutzfläche ab 1.500 m²

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Non-Food-Warengruppen (SB-Warenhaus). Der Objekttyp befindet sich in der Regel an PKW-orientierten Standorten.



Bau- und Heimwerkermärkte mit einer Nutzfläche ab 8.000 m²

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Umsatzspezialisierung auf Materialien des Bau-, Handwerker- und Gartenbedarfs sowie Nebensortimenten. Stadtrandlagen mit guter verkehrstechnischer Erschließung sind bevorzugte Lagen für diesen Objekttyp.



Fachmarktzentren bzw. Einkaufszentren mit einer Nutzfläche ab 5.000 m²

Konzentration von Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Branchen und Betriebsgrößen. Bei Fachmarktzentren, die überwiegend an PKW-orientierten Standorten angesiedelt sind, dominiert die Betriebsform preisaktiver Fachmärkte. In der Regel ist dieser Objekttyp einheitlich konzipiert und gemanagt. Die Handels- und Dienstleistungsbetriebe werden über eine meist überdachte Mall integriert.

Die Vorteile unserer Akquisitionsstrategie

Regionale Marktführer bieten Investitionssicherheit

Der Wettbewerb im stationären Einzelhandel wird intensiv geführt. Langfristig setzen sich vor allem Standorte durch, die eine marktführende Stellung in ihrem Einzugsgebiet einnehmen. Kleine Supermarktstandorte oder Fachmarkttagglomerationen bieten dieses Potenzial in der Regel nicht. Die Mindestgröße für ein Handelsimmobilieninvestment setzt die Hahn Gruppe bei ca. 1.500 m² an, für einen Verbrauchermarkt. Fachmarkt-, Baumarkt- oder SB-Warenhausinvestments liegen noch deutlich darüber. Im innerstädtischen Bereich bietet sich zusätzliche Sicherheit durch den Fokus auf 1A-Lagen oder zentrale, belebte Stadtteillagen. Die Standorte sollten eine hohe Sichtbarkeit, eine gute Verkehrsanbindung und ausreichende PKW-Stellplätze aufweisen.

Güter des täglichen Bedarfs bieten robuste Nachfrage

Die Hahn Gruppe präferiert Handelsimmobilien mit einer starken Versorgungsorientierung. Dies sind beispielsweise Fachmarktzentren mit einem großen Anteil an Waren des täglichen Bedarfs, d. h. Lebensmittel und Drogerieartikel. Zum einen ist die Konsumnachfrage hier sehr stabil und unterliegt nur geringen Schwankungen. Zum anderen werden in diesen Branchen nur zu einem geringen Anteil Waren online verkauft, aktuell sind dies gerade einmal 1 Prozent des Gesamtumsatzes. Branchenriesen wie EDEKA, REWE oder Kaufland setzen aufgrund der einfacheren Logistikkette und der Kunden-Convenience weit überwiegend auf den stationären Einzelhandel als Absatzform.

Bonitätsstarke Mieter stehen für nachhaltige Mieten

Unsere Hauptmieter bestehen überwiegend aus führenden, international tätigen Einzelhandelskonzernen, die den Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittelbereich abdecken. Dazu zählen beispielsweise EDEKA, die Schwarz-Gruppe, Metro, REWE oder die Tengelmann-Gruppe. Diese großen Handelskonzerne verfügen alle über eine gute Bonität und gehen grundsätzlich langfristige Mietverträge ein, teilweise mit Laufzeiten von weit über zehn Jahren. Für die Investoren unserer Fonds ergeben sich daraus langfristig gesicherte Einkommensströme.

Baunutzungsordnung schützt im außerörtlichen Bereich

Mit dem Ziel, den Kaufkraftabflüssen aus den Innenstädten entgegenzuwirken, ist die Entwicklung von neuen großflächigen Einzelhandelsimmobilien mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² außerhalb innerstädtischer Kerngebiete in Deutschland gesetzlich stark reglementiert. Entsprechend der gültigen Baunutzungsverordnung dürfen diese nur auf speziell ausgewiesenen Sonderflächen errichtet werden. Die restriktive Genehmigungspraxis der Städte und Gemeinden stellt in der Praxis einen wirksamen Wettbewerbsschutz für existierende Standorte dar. So werden kaum noch neue Immobilienprojekte genehmigt, die in Wettbewerb zu den bestehenden Immobilien treten könnten.

Immobilienwerte entwickeln



Die Neubauimmobilie ist der Liebling konservativer Investoren: Ausgestattet mit frischen Mietverträgen steht der Neubau für einen langfristigen Planungshorizont und beeindruckt zugleich durch moderne Architektur und ein unversehrtes Äußeres. Doch Immobilien, die auf der grünen Wiese neu geplant werden können, sind zunehmend rar. Die Genehmigung von Neuansiedlungen des großflächigen Einzelhandels wird von Städten und Gemeinden sehr restriktiv gehandhabt. Außerdem ist die Handelsversorgung in Deutschland mittlerweile so gut, dass etablierte Standorte es neuen Wettbewerbern schwer machen, „weiße Flecken“ auf der Landkarte zu entdecken, die es zu entwickeln lohnt.

Werte heben bei Bestandsimmobilien

Vor diesem Hintergrund setzen auch sehr risikoscheue Investoren immer öfter auf Bestandsimmobilien an etablierten Standorten. Schließlich können mittels einer umfassenden Revitalisierung selbst jahrzehntealte Handelsimmobilien in ihrer Dimensionierung und Ausstattung wieder auf das Niveau neuwertiger Objekte gebracht werden. Diese Strategie der Wertentwicklung funktioniert im Zuge des Neuerwerbs, aber auch im Verlauf der langjährigen Bestandshaltung einer Immobilie.

Unter Revitalisierung versteht man dabei die komplexe bauliche Umgestaltung einer in die Jahre gekommenen Bestandsimmobilie und deren Anpassung an die geänderten Marktverhältnisse unter Beibehaltung der bestehenden Nutzungsart.

Die im Vergleich zum Erwerb einer neuwertigen Immobilie höheren Risiken der Bau- und Vermietungsmaßnahmen werden aus Investorensicht im Idealfall durch eine Entwicklerprämie und die hohe Kundenakzeptanz eines bereits etablierten Standorts aufgewogen. Bei der Revitalisierung steht am Ende des Prozesses die (fast) neuwertige Immobilie, die teilweise auf anderem Wege in der gleichwertigen Standortqualität am Markt gar nicht zu bekommen gewesen wäre.

Wandel der Anforderungen

Großflächige Einzelhandelsimmobilien, beispielsweise Fachmarktzentren, Fachmärkte, SB-Warenhäuser oder Baumärkte, weisen eine Reihe von Besonderheiten auf, die bei einer beabsichtigten Aufwertung in Betracht gezogen werden müssen. So fungierten diese Objekttypen lange Zeit als Standorte, die lediglich dem Versorgungseinkauf dienten. Die Qualität der Immobilie spielte zunächst nur eine untergeordnete Rolle. Da heute der Anspruch der Verbraucher und gleichermaßen der Händler bedeutend zugenommen hat, rückt neben der Funktionalität auch das Erscheinungsbild der Immobilie verstärkt in den Mittelpunkt.

Faktoren wie Aufenthaltsqualität, Komfort und Atmosphäre stehen ebenfalls im Fokus. Mittels einer ansprechenden Mischung aus Design, Funktion und Erlebnis wird versucht, den Erwartungen der Kunden gerecht zu werden. Entsprechend reagieren auch die Einzelhandelsunternehmen mit neuen Store-Designs oder Licht- und Präsentationskonzepten. Automatisch wachsen somit die Anforderungen an die Architektur, die Nachhaltigkeit der Betriebstechnik und die Lebensdauer der Bausubstanz. Der Aufwand für die Modernisierung von Fachmarktzentren, Fachmärkten oder SB-Warenhäusern bleibt aber auch zukünftig tendenziell geringer als bei einem Shopping-Center. Das ist ein großer Vorteil, denn es erhöht den Handlungsspielraum der Investoren.

Beispielobjekt: Optimierung und „Relaunch“ des Campus in Lübeck

Das Fachmarktzentrum Mönkhof Karree ist ein im Jahr 2007 erbautes Bestandsobjekt eines institutionellen Immobilienfonds der Hahn Gruppe. Im laufenden Betrieb des Centers hat sich ein Optimierungsbedarf aufgetan, der durch ein umfangreiches Maßnahmenpaket aufgegriffen wurde. So wurden in 2016 bauliche Maßnahmen sowie ein neues Vermietungskonzept umgesetzt: Als Blickfang wurde die Fassade komplett neu gestaltet. Es gibt nun zwei neue Aufzüge, einen großzügigeren Eingangsbereich und ein modernes Beleuchtungskonzept. Ein bequemer Loungebereich und zusätzliche, erstmals ebenerdige PKW-Stellplätze komplettieren den hinzugekommenen Komfort. Insgesamt konnten das Einkaufserlebnis und die Aufenthaltsatmosphäre im Center signifikant verbessert werden.



Das „Mönkhof Karree“ vor der Revitalisierung



Die neue Fassade des „Campus“ nach seiner Wiedereröffnung

Im November wurde der Abschluss der Arbeiten in Form einer Neueröffnung gefeiert. Denn neben der Namensschöpfung „Campus“ konnte das Center mit einer neuen Positionierung aufwarten: „Campus, das frische Einkaufserlebnis“. Passend dazu präsentiert sich der Mietermix des Fachmarktzentrums. Mit ALDI Nord, Alnatura und der Heißen Theke im real,- Markt wurden drei weitere sehr attraktive Betreiber gefunden, die die Nahversorgungsfunktion des Centers unterstreichen.

Dass sich die Investition rechnet, konnte am Beispiel des ehemaligen Mönkhof Karrees schnell belegt werden. Die Besucherzahlen haben nach dem Umbau rasant zugelegt und die getätigten Neuvermietungen steigern die laufenden Mieteinnahmen. Der Wert des Objektes hat sich signifikant erhöht und steht nun auf einer nachhaltigen Basis, die weitere Mieterhöhungspotenziale einschließt.

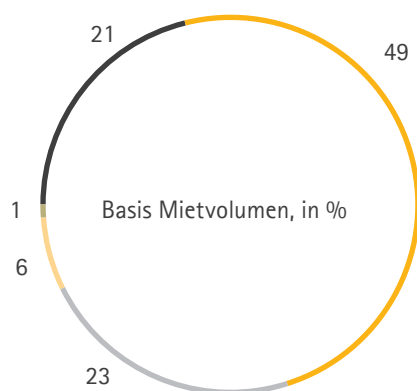
Immobilienvermögen verwalten

Die Hahn Gruppe verwaltete Ende Januar 2017 an über 160 Standorten ein Immobilienvermögen von rund 2,75 Mrd. Euro für ihre Investoren. Rund 1,7 Mio. m² Mietfläche erwirtschaften ein jährliches Mietvolumen von weit über 180 Mio. Euro. Die großen Hauptmieter setzen sich überwiegend aus führenden, international tätigen Einzelhandelskonzernen zusammen, die den Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittelbereich abdecken. Diese großen Konzerne verfügen grundsätzlich über eine sehr gute Bonität und gehen langfristige Mietverträge mit Laufzeiten von über 10 Jahren ein. Die Vermietungsquote lag zum 31. Januar 2017 bei rund 98 Prozent.

Kennzahlen Immobilienportfolio

	2016	2015	2014	2013
Vermietungsquote in %	98,0*	96,5	96,7	97,7
Verwaltete Mietfläche in Mio. m ²	1,697*	1,568	1,491	1,528
Verwaltetes jährliches Mietvolumen in Mio. €	183,2*	166,1	157,3	164,9
Immobilienstandorte	161*	154	144	154
Assets under Management in Mrd. €	2,75*	2,45	2,35	2,40
Vermietungsleistung in m ²	93.000	150.000	193.000	169.000

* Stichtag 31. Januar 2017



Unterteilung Immobilienportfolio

- Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Hessen
- Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen
- Baden-Württemberg, Bayern
- Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Berlin, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen
- International

2,75

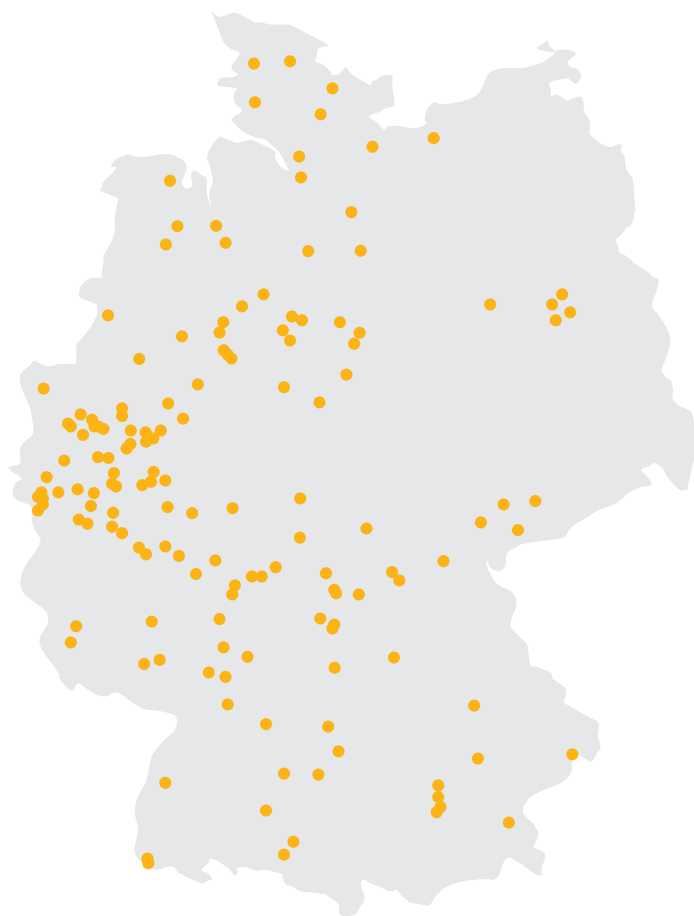
Mrd. Euro verwaltet die Hahn Gruppe
zum Jahresende für ihre Investoren.

183

Mio. Euro Mietvolumen generieren
unsere Standorte jährlich.

57 %

der Mietverträge laufen
8 Jahre oder länger.



161

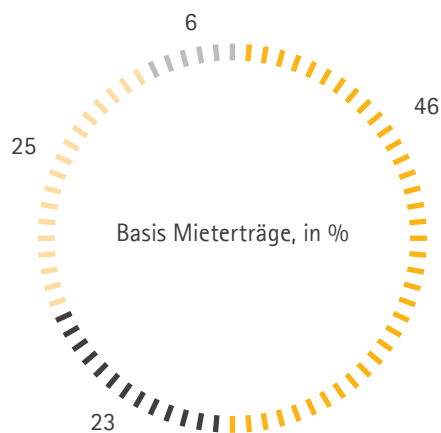
Verwaltete Objekte

Standorte

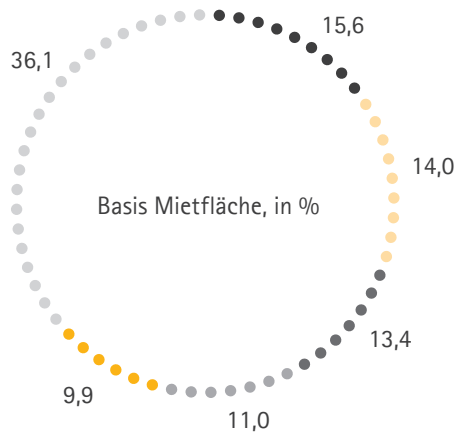
Einzelhandelsimmobilien sind eine beliebte Nutzungsart im deutschen Markt für Gewerbeimmobilien. Das hat gute Gründe. Insbesondere langfristig orientierte Investoren versprechen sich davon eine werthaltige Anlage mit stabilen und langfristig gesicherten Ausschüttungen.

15 Baden-Württemberg	22 Niedersachsen
21 Bayern	58 Nordrhein-Westfalen
3 Berlin	11 Rheinland-Pfalz
2 Brandenburg	0 Saarland
1 Bremen	3 Sachsen
0 Hamburg	0 Sachsen-Anhalt
13 Hessen	9 Schleswig-Holstein
1 Mecklenburg-Vorpommern	1 Thüringen

1 Schweden



Branchenaufteilung Mieter

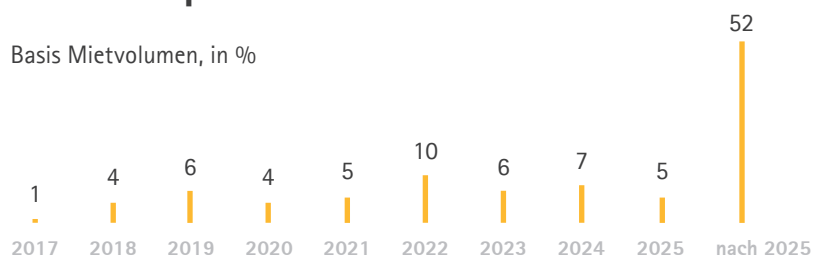


Mieterportfolio



Mietauslauf Immobilienportfolio 2016

Basis Mietvolumen, in %



Bedeutende Immobilienstandorte der Hahn-Investmentvermögen

Auszug

Objektname	Objekttyp	Mietfläche (m ²)	Vermietungsquote	Baujahr / letztes Refurbishment	Grundstücksfläche (m ²)	Zugang	Investitionsvolumen (Mio. €)
Bodensee-Center Friedrichshafen	Fachmarktzentrum	40.000	100 %	2003	64.700	2003	50-60
Kaiserwiesen Fulda	Fachmarktzentrum	36.000	100 %	2004	93.900	2004	50-60
Rawe-Ring-Center Nordhorn	Fachmarktzentrum	24.000	98 %	2007	50.000	2008	40-50
Rathaus Center Dietzenbach	Fachmarktzentrum	22.000	99 %	2007	28.000	2008	50-60
ALEX-Center Regensburg	Fachmarktzentrum	22.000	100 %	2007	27.900	2011	40-50
Sterkrader Tor Oberhausen	Fachmarktzentrum	20.000	100 %	2007	51.100	2005	30-40
Life München	Fachmarktzentrum	8.000	100 %	2009	10.200	2014	30-40
Phönix Center Fürth	Fachmarktzentrum	20.000	100 %	2000/2011	38.000	2015	30-40
Kaufpark Bamlerstraße Essen	Fachmarktzentrum	13.000	100 %	1960/2016	36.000	2017	30-40



München
Life



Fürth
Phönix Center



Nordhorn
Rawe-Ring-Center



Oberhausen
Sterkrader Tor



Friedrichshafen
Bodensee-Center

Gutes Umfeld – Wachstum im deutschen Einzelhandel

Die Konsumnachfrage in Deutschland ist im Aufwärtstrend. Der deutsche Einzelhandel setzte im Jahr 2016 preisbereinigt 1,6 Prozent mehr um als im Vorjahr. Viele Handelsbranchen wollen weiter expandieren. Das Umfeld für Investitionen in Handelsimmobilien ist günstig.

Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel in 2016

in Prozent

Wirtschaftszweig	Nominal	Real
Gesamter Einzelhandel	2,2	1,6
Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren gesamt	2,2	1,6
Handel mit Waren verschiedenster Art (Supermärkte, SB-Warenhäuser etc.)	2,3	1,6
Facheinzelhandel mit Lebensmitteln	1,9	0,6
Nicht-Lebensmittel gesamt	2,2	1,6
Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren	1,1	0,4
Möbel, Haushaltsgeräte, Baubedarf	1,4	1,0
Sonstiger Einzelhandel (Bücher, Schmuck etc.)	1,2	-0,1
Apotheken, Kosmetik, Gesundheit	4,1	2,7
Waren verschiedener Art (Waren- und Kaufhäuser)	0,7	0,1
Internet- und Versandhandel	5,8	5,1

Quelle: Statistisches Bundesamt (destatis)

Der Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren erhöhte seinen Umsatz im Gesamtjahr 2016 analog zum Gesamtmarkt um real 1,6 Prozent. Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser entwickelten sich erneut besser als der Facheinzelhandel mit Lebensmitteln. Im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln legten die Umsätze ebenfalls preisbereinigt um 1,6 Prozent zu.

Nominal verzeichneten alle Wirtschaftszweige Umsatzzuwächse. Im stationären Handel waren bei Apotheken, kosmetischen und medizinischen Produkten die höchsten Wachstumsraten zu verzeichnen (real +2,7 Prozent). Der Internet- und Versandhandel blieb mit einem Wachstum von real 5,1 Prozent deutlich hinter den Steigerungsraten der Vorjahre zurück (2015 vs. 2014: 9,0 Prozent).

Starke Nachfrage auf dem Vermietungsmarkt

Der deutsche Einzelhandelsvermietungsmarkt zeigte gemäß den Angaben des Investmentmaklers CBRE ein sehr gutes Ergebnis für das Gesamtjahr 2016. Bundesweit wurden im vergangenen Jahr 3.191 Vermietungen registriert und damit das bisherige Spitzenergebnis aus dem Jahr 2013 mit 3.219 registrierten Transaktionen nur knapp verfehlt. Differenziert nach Branchen zeigten sich auch im vergangenen Jahr Drogeriemärkte sowie der Lebensmitteleinzelhandel besonders expansiv. Rossmann war 2016 das Unternehmen mit den meisten registrierten Anmietungen. Insgesamt 118 neue Standorte wurden für die Drogeriemarktkette erfasst. Auf Platz zwei folgt der Wettbewerber dm Drogeriemarkt mit insgesamt 94 neuen Mietvertragsabschlüssen. Auf den weiteren Plätzen folgen Aldi mit 85 und Rewe Supermärkte mit 68 Neuanmietungen. Aufgrund der Erfassungssystematik werden Verbrauchermärkte allerdings separat aufgeführt, hier entfallen auf Rewe zusätzlich 48 registrierte Anmietungen.

Handel will weiter expandieren

Die Verkaufsflächenentwicklung nimmt gemäß den Erhebungen der GfK weiter zu. Für das Gesamtjahr 2016 gingen die Marktforscher zuletzt von einem Anstieg der Verkaufsfläche um 0,3 Prozent auf rund 118,6 Mio. Quadratmeter aus (2015: + 0,4 Prozent). Ausschlaggebend hierfür sind das Wachstum der Drogerie- sowie der Möbel- und Baumärkte. Hinzu kommen in geringerem Umfang Neueröffnungen bzw. Erweiterungen von Shopping-Centern und Fachmarktzentren sowie die Auflösung von Leerständen ehemaliger Baumärkte und Warenhäuser durch Restrukturierung oder Ersatzbauten.

Insbesondere die typischen, nahversorgungsorientierten Mieter von Fachmarktzentren, Lebensmittel- und Drogeriemärkte, wollen die Anzahl ihrer Standorte tendenziell weiter ausbauen, wie eine zu Jahresbeginn 2017 durchgeführte Befragung von Expansionsverantwortlichen des Einzelhandels bestätigt. Bau- und Gartenmärkte zeigen sich ebenfalls sehr expansiv.

Handelsbefragung:

Über wie viele Standorte werden Sie voraussichtlich Ende 2017 im Vorjahresvergleich verfügen?

in Prozent

Branchen	Mehr Standorte	Unverändert	Weniger Standorte
Lebensmittelmärkte	63,6	27,3	9,1
Drogeriemärkte	100,0	-	-
Gesundheit & Beauty	100,0	-	-
Bekleidung	40,0	25,0	35,0
Schuhe und Accessoires	40,0	40,0	20,0
Bau- und Gartenmärkte	100,0	-	-
Unterhaltungselektronik	16,7	50,0	33,3
Hobby & Freizeit	83,3	16,7	-
Gewichteter Durchschnitt	55,7	27,1	17,1

Umfrage Februar 2017 bei 69 großen deutschen Filialisten in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute

E-Commerce mit abgeschwächtem Wachstum

Der Internet- und Versandhandel blieb wie angeführt in 2016 deutlich hinter den Steigerungsraten der Vorjahre zurück. Neben Sättigungseffekten ist hierbei allerdings auch die Tatsache zu berücksichtigen, dass reine Online-Einkäufe den Ausnahmefall darstellen. Zunehmende Bedeutung gewinnen Mischkonzepte, die sowohl stationäre wie auch Online-Elemente aufweisen und somit eine klare statistische Zuordnung erschweren.

Während sich der Online-Anteil mit beachtlichen 20 Prozent bereits in 2015 (die Umsatzanteile für 2016 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor) im Non-Food-Segment seiner Sättigungsgrenze angenähert hat, blieben die Online-Umsatzanteile mit 1,1 Prozent bei Waren des täglichen Bedarfs (Fast Moving Consumer Goods) weiterhin gering. Vor allem im Bereich Food bevorzugen Verbraucher noch immer den Offline-Einkauf, sodass der Online-Anteil hier mit 0,8 Prozent am geringsten ausfällt.



Online-Anteile am jeweiligen Gesamtmarkt 2013 bis 2015

in Prozent

Food

2013*	— 0,4
2014	— 0,6
2015	— 0,8

FMCG (Fast Moving Consumer Goods)

2013	— 0,8
2014	— 1,0
2015	— 1,1

Non-Food

2013	— 17,9
2014	— 18,9
2015	— 20,2

* 2. Halbjahr 2013, Quellen: HDE, GfK

Online wird stationär

Mittlerweile wagen interessanterweise viele erfolgreiche Online-Händler den Eintritt in den stationären Einzelhandel. Immer häufiger eröffnen als reine Online-Konzepte gestartete Anbieter physische Läden und Shops. Dabei bevorzugen die Händler vor allem prominente Lagen in den Metropolen Deutschlands. Motive sind unter anderem die Nähe zum Kunden und das Erlebarmachen der Produkte.

Die vielbeachteten Aktivitäten von Amazon in Seattle, USA, sind ein weiterer Beleg dafür, dass der Online-Handel zunehmend mit stationären Konzepten experimentiert. Amazon Go ist ein neues Supermarktkonzept, bei dem die Einkäufe der Kunden digital erfasst und ohne Anstehen an der Kasse bezahlt werden können. Ein echter stationärer Buchladen von Amazon ist in Seattle ebenfalls zu finden, bei dem sich der E-Commerce-Spezialist auf ein schlankes, aber stark nachgefragtes Bestseller-Kontingent beschränkt. Weitere Beispiele für „Online wird stationär“ sind u. a. der Optiker MISTER SPEX, der in Berlin seinen ersten Store eröffnet hat, oder der Sportanbieter 21SPORTSGROUP, der sich mit seiner Marke 21run in München niederließ. Der Elektronikanbieter notebooksbilliger.de wird seine bisher noch geringe stationäre Präsenz ebenfalls weiter ausbauen. Zudem hat Zalando mit Berlin, Frankfurt und Köln mehrere stationäre Outlets in Betrieb.

Fachmarktzentren sind besonders zukunftssicher

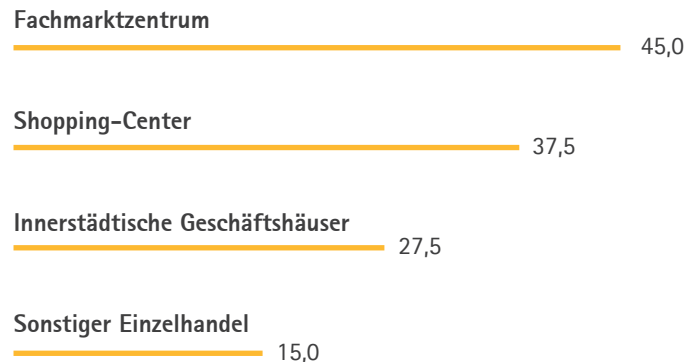
Als Ergebnis der Branchenbetrachtungen stehen speziell Fachmarktzentren als besonders zukunftsorientierte Immobilien im Fokus. Die Center sind klassische Vertreter des großflächigen Einzelhandels und überzeugen durch ihren Sortimentsfokus. Dies sind die wesentlichen Gründe für die guten Erfolgsaussichten:

Wenig Konkurrenz durch E-Commerce

Lebensmittel und Konsumgüter des täglichen Bedarfs sind Teil der Nahversorgung und spielen im Sortimentsmix des Fachmarktzentrums eine wichtige Rolle. Diese Warengruppen werden aktuell nur mit einem Umsatzanteil von rund einem Prozent online geordert, da die Kunden aus Gründen der Bequemlichkeit, der persönlichen Auswahlmöglichkeit und der Preisgestaltung einen stationären Einkauf bevorzugen. Anders verhält es sich bei Shopping-Centern und anderen Objekttypen, die bevorzugt auf Sortimente wie Mode, Freizeit, Sport und Technik setzen. Diese Branchen stehen verstärkt unter Druck durch den Online-Handel.

Investorenbefragung: Welche Objekttypen haben sich in Bezug auf den Online-Handel derzeit am zukunftssichersten aufgestellt?

Angaben in Prozent,
Mehrfachnennungen möglich



Umfrage Februar 2017 bei 40 institutionellen Immobilieninvestoren in Zusammenarbeit mit Valid Research

Starke Mieternachfrage

Die Analyse des Vermietungsmarkts zeigt, dass gerade die typischen Fachmarktmieten eine hohe Anmietungs- nachfrage aufweisen. Die 10 expansionsstärksten deutschen Handelsmieter der letzten fünf Jahre zählten gemäß den Erhebungen des Investmentmaklers CBRE alle zu den typischen Mietern eines Fachmarktzentrums, darunter dm, REWE, EDEKA, ROSSMANN und ALDI. Dies sichert gerade diesem Objekttyp eine dauerhaft hohe Flächennachfrage.

Geringere Miet- und Mietnebenkosten

Da Fachmarktzentren weniger aufwändig gemanagt werden müssen als Shopping-Center, fallen die Mietkosten und die Mietnebenkosten für die Filialisten hier tendenziell geringer aus. Im sehr wettbewerbsintensiven Einzelhandel steigert dieser Kostenvorteil die Attraktivität des Fachmarktzentrums. Trotzdem müssen die Kunden bei diesem Objekttyp nicht auf Komfort, Convenience und Service beim Einkauf verzichten.

Attraktive Bewertung

Die Spitzenrendite für ein Fachmarktzentrum lag zum Jahresende 2016 bei rund 5 Prozent. Wenngleich dies gegenüber den Vorjahren einen Preisanstieg bedeutete, so ist die Bewertung dennoch deutlich günstiger als bei Shopping-Centern. Hier beträgt die Spitzenrendite aktuell einen ganzen Prozentpunkt weniger (4 Prozent).

Fortschritt – mehr Technologie und Service im Einzelhandel

Der stationäre Einzelhandel rüstet auf. Händler und Investoren erkennen, dass die Ansprüche der Kunden kontinuierlich steigen. Der verstärkte Einsatz von Technologie ist unverzichtbar.

Handelsbefragung: Welche neuen Technologien beabsichtigen Sie, in Ihren Filialen einzuführen?

in Prozent

Technologie	Machen wir aktuell	Ist in Planung	Interessant, aber noch nicht konkret geplant	Nicht interessant
SB-Kassen	12,5	7,8	21,9	57,8
Mobile Payment	18,6	31,4	42,9	7,1
Digitaler Bon	6,3	31,3	43,8	18,8
Digitale Preisschilder	11,6	21,7	33,3	33,3
Mobile Self-Scan-Systeme	7,6	7,6	37,9	47,0
Indoor-Navigation	12,1	7,6	34,8	45,5
Eigene App	36,2	18,8	30,4	14,5

Umfrage Februar 2017 bei 69 großen deutschen Filialisten in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute

Flexibel auf Trends reagieren

Die Veränderungen im Einkaufsverhalten und das Angebot an technologischen Lösungen sind für das Asset Management von großer Bedeutung. Denn nicht nur die Handelsunternehmen müssen sich den Herausforderungen der Zukunft stellen, sondern auch die Eigentümer von Einzelhandelsimmobilien. Viele Immobilieninvestoren versuchen, Trends zu antizipieren, um ihre stationären Handelsstandorte auch zukünftig erfolgreich zu managen und die Mieter bei der Umsetzung ihrer Strategien optimal unterstützen zu können.

nagen und die Mieter bei der Umsetzung ihrer Strategien optimal unterstützen zu können.

Eine höhere vertragliche und bauliche Flexibilität sowie ein intensiver Dialog mit den Mietern sind wichtige Voraussetzungen, um Platz für neue Kundenservices und innovative Veränderungen zu schaffen, die die Wettbewerbsposition eines Standorts nachhaltig sichern helfen. In Kenntnis der Potenziale und

Notwendigkeiten arbeitet die Hahn Gruppe im Rahmen ihrer Asset-Management-Tätigkeit nicht nur an der Weiterentwicklung von Immobiliendienstleistungen, sondern hat auch die Umsetzung von Innovationen im Bereich des kundenorientierten Managements institutionalisiert. Regelmäßig stattfindende Arbeitsrunden beschäftigen sich mit neuen Konzepten, die in der Folge in einzelnen Centern erprobt werden.

71%

der Kunden kommen mit dem PKW zum Einkaufen in ein Fachmarktzentrum*

33%

der Befragten gehen gerne in ihrer Freizeit einkaufen*

32%

der Befragungsteilnehmer wünschen sich Zugang zu einem kostenlosen WLAN-Netz*

* Kundenbefragung der Hahn Gruppe in Zusammenarbeit mit Valid Research

Investorenbefragung:**Welche Bedeutung haben diese baulichen Optionen beim Erwerb neuer Handelsflächen?**

in Prozent

Bauliche Optionen	Kaum Bedeutung	Mittlere Bedeutung	Hohe Bedeutung	Keine Angabe
Flexible Umbaumöglichkeiten	5,0	15,0	77,5	2,5
Drive-in-Stationen	45,0	37,5	10,0	7,5
Verkehrswege für individuelle Lieferkonzepte	12,5	30,0	52,5	5,0
Event- und Aktionsflächen	22,5	47,5	27,5	2,5
Erweiterbare Lagerflächen	32,5	27,5	37,5	2,5
Integration von Abholstationen	15,0	32,5	50,0	2,5



Umfrage Februar 2017 bei 40 institutionellen Immobilieninvestoren in Zusammenarbeit mit Valid Research

Dem Kunden zuhören

Eine wichtige Basis für neue Denkansätze bilden auch die jährlichen Besucherbefragungen der Hahn Gruppe, die dieses Jahr bereits zum vierten Mal in Folge in drei großen Fachmarktzentren bei insgesamt 2.400 Kunden durchgeführt wurden. Da durchschnittlich rd. 71 Prozent der befragten Kunden mit dem PKW zum Einkaufen in die von der Befragung erfassten Center kommen und ca. 77 Prozent gerade die hohe Anzahl an PKW-Stellplätzen wertschätzen, hat das Thema Parken einen hohen Stellenwert. Bei der gewünschten Anzahl und Beschaffenheit der Stellplätze sind die Kunden nicht gleichgültig. Als neue Maßnahme aus diesen Erkenntnissen beabsichtigt die Hahn Gruppe, an den ersten Standorten die Ausmaße der Stellplätze an die gewachsenen Abmessungen der Autos anzupassen, indem diese von 2,30 Metern auf 2,70 Meter Breite vergrößert werden. Bei Behinderten-Stellplätzen oder Mutter-Kind-Parkplätzen kommt es sogar zu einer nochmaligen Verbreiterung auf 3,50 Meter.

Unter dem Mobilitäts- und besonders dem Umweltaspekt sind zudem an einigen Standorten Elektroladestationen in Stellplatznähe geplant, an denen Kunden während ihres Einkaufes gleichzeitig Strom für ihre Elektrofahrzeuge oder -fahrräder tanken können. An den modernen Schnellladestationen kann

die Reichweite eines Fahrzeugs innerhalb von nur 30 Minuten um bis zu 80 Kilometer verlängert werden.

Der Einkauf in einem Fachmarktzentrum bietet für durchschnittlich ca. 48 Prozent der Kunden einen gewissen Freizeitwert, und sogar rd. ein Drittel der interviewten Personen geht dort gerne in seiner Freizeit einkaufen. Um die Aufenthaltsdauer und -qualität für die Kunden zu erhöhen, sind in vielen der Hahn-Objekte die Verweilzonen optimiert worden. Unter Berücksichtigung von Brandschutzvorschriften wurden so an verschiedenen Stellen in oder vor den Centern vermehrt Bänke zum Ausruhen und zum Verweilen aufgestellt. Ergänzend dazu werden immer öfter Steckdosen mit integrierten Kabeln zum Aufladen des Mobiltelefons an Sitzgelegenheiten angeboten.

Die Bereitstellung von kostenfreiem WLAN ist ebenfalls ein wichtiges Thema für Kunden. Diese Neuerung wünschten sich in unseren letzten Umfragen im Durchschnitt ca. 32 Prozent der Befragten, wovon sich erwartungsgemäß durchschnittlich mit 61 Prozent der Großteil der Kunden im Alter bis 40 Jahre befindet. Immerhin 20 Prozent der interviewten Teilnehmer, die WLAN nutzen möchten, sind über 50 Jahre alt.

Das Thema Gastronomie spielt für die Besucher auch in Fachmarktzentren eine immer wichtigere Rolle: In der Studie 2014 sprachen sich ca. 27 Prozent und 2016 schon rd. 33 Prozent für mehr Restaurants & Cafés aus. Dies ist zwar kein innovativer Aspekt, sollte aber dennoch in der Zukunft verstärkt in den Fokus rücken, um ein Fachmarkt- bzw. Nahversorgungszentrum mit Schwerpunkt auf den Versorgungseinkauf als attraktiven Haupteinkaufsort zu positionieren. Geht es nach den Wünschen der Kunden, ist neben den normalen Waschräumen auch eine sogenannte Baby-Lounge im Serviceangebot eines hybriden Fachmarktzentrums denkbar. Ausgestattet u. a. mit Mikrowelle zum Erwärmen von Milch oder Brei, bequemen Sitzmöbeln zum Stillen oder Wickeltischen mit Feuchttüchern und neuen Windeln bietet dieser Raum den Kunden die Möglichkeit, sich neben dem Einkauf in Ruhe um ihre Kleinkinder zu kümmern.

Eines ist sicher: Die Innovationszyklen werden sich weiter verkürzen. Das betrifft den Einzelhandel und auch die Eigentümer von Handelsimmobilien. Damit die starke Stellung einer Handelsimmobilie auch zukünftig gewahrt bleibt, bedarf es fortlaufender Service- und Innovationsoffensiven.

Dazulernen – wir fördern Innovationen und Unternehmertum

Die Offenheit für Innovationen und die Bereitschaft zur Erneuerung sind ein wichtiger Bestandteil des langfristigen unternehmerischen Erfolgs. Doch Innovation kommt nicht nur von innen, sondern benötigt beständig Impulse von außen. Deshalb hat die Hahn Gruppe in den letzten Jahren systematisch Kontakte zu wichtigen Innovationsplattformen und Start-up-Netzwerken hergestellt. Wir tauschen auf diesem Wege Ideen aus, lassen uns von neuen Geschäftsmodellen inspirieren und fördern Jungunternehmen bei ihren ersten Schritten zum Erfolg. Unternehmertum liegt uns besonders am Herzen, schließlich sind unsere Investmentfonds stets auch unternehmerische Beteiligungen.

Hahn Gruppe und WHU-Lehrstühle erarbeiten Innovationspotenziale

In den letzten Jahren hat die Hahn Gruppe einen engen Kontakt zum Lehrstuhl für Unternehmertum und Existenzgründung von Professor Hiennerth und zum Lehrstuhl für Innovation und Corporate Transformation (Unternehmens-Transformation) von Professor Özcan an der WHU – Otto Beisheim School of Management, Vallendar, aufgebaut. Im Rahmen von Vorlesungen und Semesterkursen, insbesondere zum Thema Corporate Entrepreneurship (Unternehmertum im Unternehmen), diskutierten Vertreter der Hahn Gruppe in 2015 und 2016 mit jeweils rund 50 nationalen und internationalen Studenten über neue Geschäftsideen, die an das Kerngeschäft der Hahn Gruppe angelehnt sind. Es war wiederholt beeindruckend für alle Beteiligten, welche Fülle an Ideen und Innovationspotenzialen die Kursabsolventen zu Tage förderten. Dabei überzeugten die Studenten auch durch ihre Präsentationstechniken und boten sich zugleich als potenzielle Nachwuchskräfte für die Hahn Gruppe an.

HAHN German Retail Property Day präsentiert Start-ups

Einmal jährlich kommen rund 200 geladene Marktforscher, Einzelhändler, Immobilienunternehmer und Investoren beim German Retail Property Day der Hahn Gruppe zusammen. Die Gäste diskutieren über die neuesten Trends im Einzelhandel und der Immobilienwirtschaft. In 2016 waren drei aussichtsreiche Start-ups mit Bezug zum Einzelhandel dabei. Sie erhielten die Gelegenheit, ihre Ideen vor einem hochkarätigen Unternehmerpublikum zu präsentieren und natürlich auch Investoren zu werben:

Der erste Kandidat HiMate bietet eine kostenlose Ticket- und Gutscheinsplattform für Flüchtlinge. Per Smartphone liefert diese noch ehrenamtliche Initiative einen digitalen Kanal für Unternehmen, um Geflüchtete in Deutschland mit Gutscheinen, Dienstleistungen und Produkten zu unterstützen. Das zweite Start-up Opal verspricht, über intelligente Algorithmen präzise Prognosen für den Absatz von Frischeprodukten im Lebensmitteleinzelhandel möglich zu machen und damit die Lagerhaltung zu optimieren. Das dritte Start-up Phizzard hat eine digitale Umkleidekabine entwickelt. Ein Touchscreen-System ermöglicht die Bestellung und Bewertung von Bekleidungsartikeln aus der Umkleidekabine heraus, ohne diese verlassen zu müssen.

HAHN STARTUP-IDEENWETTBEWERB 2017

Der Wettbewerb

Verwirklichen Sie Ihre Geschäftsidee!

- Sie wollen ein innovatives Unternehmen gründen bzw. haben dies vor kurzen getan?
- Sie suchen finanzielle und beratende Unterstützung?
- Sie legen großen Wert auf eine vertrauensvolle und langfristige Partnerschaft?

Bewerben Sie sich bei unserem Startup-Ideenwettbewerb!

Wir bieten Ihnen Preisgelder in Höhe von insgesamt 6.000 Euro und unterstützen Sie bei den nächsten Schritten Ihrer Unternehmensreise!

Wir fördern Ihre Aktivitäten in den Branchen:
Einzelhandel, Immobilienwirtschaft, Investment

Was bietet Ihnen die Teilnahme?

- Preisgelder in Höhe von insgesamt 6.000 Euro
- Inkubation der Geschäftsidee in vorhandenen Räumlichkeiten
- Mögliche Anschlussfinanzierung
- Zugang zum Unternehmensnetzwerk
- Weitere Vermittlung von Investoren und Kreditgebern

Bewerben Sie sich jetzt bei uns!
Ideenwettbewerb@hahnag.de
Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2016

Die Förderer

Hahn Gruppe
Unterstützt mit Know-how und Netzwerken

Die Hahn Gruppe ist eine Investmentgesellschaft mit Sitz in Bergisch Gladbach, Nordrhein-Westfalen. Das im Jahr 1982 gegründete Mittelstandsunternehmen verwaltet aktuell rund 2,5 Mrd. Euro Anlagevermögen und tätigt jährlich Neuinvestitionen in Höhe von 100 bis 200 Mio. Euro in Einkaufs- und Fachmarktzentren. Die Hahn Gruppe beschäftigt rund 120 Mitarbeiter in Deutschland. www.hahnag.de

WHU
OTTO BEISHEIM SCHOOL OF MANAGEMENT

Die WHU – Otto Beisheim School of Management gehört zu den besten und renommiertesten deutschen Business Schools und genießt auch international hohen Ansehen. Viele der erfolgreichsten Startups der letzten Jahre wurden von WHU Absolventen gegründet. Das Entwickeln von neuen Geschäftsideen und das Gründen erfolgreicher Startups gehört zur Tradition und DNA der WHU. www.whu.edu

 Erfahren Sie mehr unter www.hahnag.de/ideenwettbewerb

Aufruf zum Ideenwettbewerb



HiMate!-Gründer Thomas Noppen
beim HAHN German Retail Property Day
im September 2016

Start-up-Ideenwettbewerb sucht Jungunternehmer

Im November/Dezember 2016 hat die Hahn Gruppe zusammen mit der WHU zum ersten gemeinsamen Ideenwettbewerb aufgerufen. Frisch gegründeten oder bald zu gründenden Unternehmen wurden Preise in Höhe von insgesamt 6.000 Euro sowie die Unterstützung bei den nächsten Schritten ihrer Unternehmerkarriere in Aussicht gestellt. Einzige Voraussetzung: Die Geschäftsidee ist angesiedelt in der Einzelhandelsbranche, der Immobilienwirtschaft oder der Investmentbranche.

Eine erfahrene Unternehmerjury bewertete Anfang Januar 2017 die Bewerbungen nach verschiedenen Kriterien, die sich mit der Ausgestaltung der Geschäftsidee, der skizzierten Umsetzung, aber auch mit der Persönlichkeit der Gründer befassten.

Die Sieger – neue Ideen für die Immobilien- und Handelswelt

Zwei Gruppen teilten sich beim ersten Ideenwettbewerb den ersten Platz: ein Studententeam der WHU, das mit dem „Atrium“ die Idee für ein innovatives und hochflexibles Shopping-Center entwickelt hat, sowie das Start-up „Rapitag“ aus München. Die Letztgenannten haben eine moderne Bezahlösung entwickelt, die auf den im Einzelhandel verwendeten Diebstahlsicherungssystemen aufsetzt und ein komfortables Einkaufen mit dem Smartphone ermöglichen soll.

Neben Preisgeldern wurden den Gewinnern weitere Fördermaßnahmen in Aussicht gestellt, von der Anschlussfinanzierung über die Eigenkapitalbeteiligung bis hin zur Vermittlung von Geschäftspartnern aus dem Netzwerk der Hahn Gruppe.

Intensivierung der Zusammenarbeit mit der WHU

Zukünftig wird die WHU einen Master-Studiengang in Entrepreneurship anbieten und damit noch stärker die aufkeimende Start-up-Kultur in Deutschland begleiten. Die Hahn Gruppe unterstützt die WHU als Förderer auf diesem Weg.



Begehrte Ideenplattform HAHN German Retail Property Day

Bei Handelsimmobilien zählt Größe

Die Mieter unserer Handelsimmobilien betreiben insbesondere SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Bau- und Gartenmärkte sowie Fachmärkte. Diese Betriebsformen sind klassische Vertreter des sogenannten „großflächigen“ Einzelhandels. Im Gegensatz zu Shopping-Centern und innerstädtischen Geschäftshäusern, die überwiegend kleinteilige Shops und Läden als Mieter aufweisen, wird der großflächige Einzelhandel durch wenige Mieter mit jeweils überdurchschnittlich großen Verkaufsflächen geprägt.

Um in diesem Immobiliensegment als Asset und Investment Manager erfolgreich zu sein, muss man sich auf das besondere Wettbewerbsumfeld einstellen.

Einzelhandelsunternehmen sind „professionelle“ Mieter

Für viele gewerbliche Mieter ist die Immobilie nur mittelbar Teil des unternehmerischen Erfolges. So sind funktionale Einschränkungen bei einem Bürohaus – wie etwa ein defekter Aufzug – nur selten ein Umstand, der zu spürbaren Produktivitätsverlusten führt. Ganz anders verhält es sich bei Einzelhandelsimmobilien. Hier sind die Verkaufsflächen das Herzstück der operativen Tätigkeit und haben direkten Einfluss auf den Umsatz. Wenn die Immobilie ungenügend instand gehalten wird oder nicht optimal funktioniert, wandern die Kunden eines Händlers schnell ab.

Entsprechend anspruchsvoll sind die Einzelhandelsunternehmen in ihrer Rolle als Mieter. Sie haben ein klares Verständnis dafür, was eine Handelsimmobilie leisten muss, und fordern dies vom Asset Manager konsequent ein. Nachlässigkeiten bei der technischen Bewirtschaftung und dem Management der Immobilie werden nicht toleriert, weil sie sich im hochfrequentierten laufenden Betrieb sofort auswirken. Die Mieter sind gut informiert und wissen, wie Sie verhandeln müssen, um zu Ihrem Recht zu kommen oder gar Zugeständnisse des Vermieters zu erreichen.



„Oligopolistische“ Strukturen im Einzelhandel sind die Regel

Mit Vollzug der Kaiser's-Übernahme durch EDEKA und REWE ist ein weiterer Lebensmittel-Filialist von der Landkarte verschwunden. Mittlerweile vereinen lediglich fünf Großkonzerne rund 75 Prozent des Lebensmitteleinzelhandels auf sich. Bei den Drogeriemärkten sind es sogar über 90 Prozent Umsatzanteil, die von nur drei Konzernen erzielt werden. Non-Food-Branchen wie etwa Unterhaltungselektroniker oder Bau- und Gartenmärkte weisen ebenfalls nur wenige Wettbewerber auf, die einen Großteil des Umsatzes unter sich ausmachen.

Die starke Konzentration versetzt die Anbieter in eine gute Verhandlungsposition. Sie können im Einkauf attraktive Preise erzielen und wollen folgerichtig auch im Rahmen des Mietverhältnisses ihre Forderungen engagiert durchsetzen. Mit der Verhandlungsstärke eines führenden Einzelhändlers ausgestattet, versuchen die Betreiber, alle Möglichkeiten auszunutzen, um günstige Mietkonditionen in der Verhandlung mit dem Vermieter zu erzielen.

Kompetenz und Marktmacht – Für den Erfolg unserer Anleger

Die für den Einzelhandel aufgezeigten Zusammenhänge gelten auch für das Asset Management: Eine führende Marktposition, wie sie die Hahn Gruppe seit über drei Jahrzehnten innehat, kann über den Erfolg entscheiden. Neben sehr guten Marktkennntnissen bedarf es einer kritischen Größe als Vermieter, um den Einzelhandelsunternehmen als ebenbürtiger Kontrahent gegenüberzutreten zu können. Mit rund 1,7 Mio. m² Mietfläche im Management und einer oftmals zweistelligen Anzahl von Mietverträgen mit einzelnen Handelsketten verfügen wir über das notwendige Gewicht und Selbstverständnis, um für die Eigentümerseite attraktive Konditionen mit den Mietern zu verhandeln.

Ein übergreifendes spezialisiertes Immobilienmanagement, wie es die Hahn Gruppe anbietet, lässt sich zudem nur bei einer großen Zahl von verwalteten Immobilien wirtschaftlich abbilden. Mit unseren im Schaubild aufgezeigten Dienstleistungen können wir Handelsimmobilien über den gesamten Lebenszyklus hinweg aus einer Hand effizient bewirtschaften, weil wir die Synergien nutzen, die sich aus der Größe des Immobilienportfolios ergeben.

Das große Immobilienportfolio der Hahn Gruppe verschafft uns einen weiteren strategischen Vorteil: Wir kennen die Stärken und Schwächen der einzelnen Handelsketten im Detail und vermögen abzuschätzen, welche Konzepte an welchen Standorten funktionieren. Oft können wir noch besser als die Mietinteressenten antizipieren, ob diese in unseren Immobilien erfolgreich sein werden. Wenn Mieter ihr Einzugsgebiet primär nach strategischen Gesichtspunkten besetzen, entscheiden wir uns stattdessen für den Mieter und die Mieterzusammenstellung, die nachhaltig den größten Erfolg für die gesamte Immobilie und die Anleger versprechen.

Verwaltetes Immobilienvermögen soll weiter wachsen

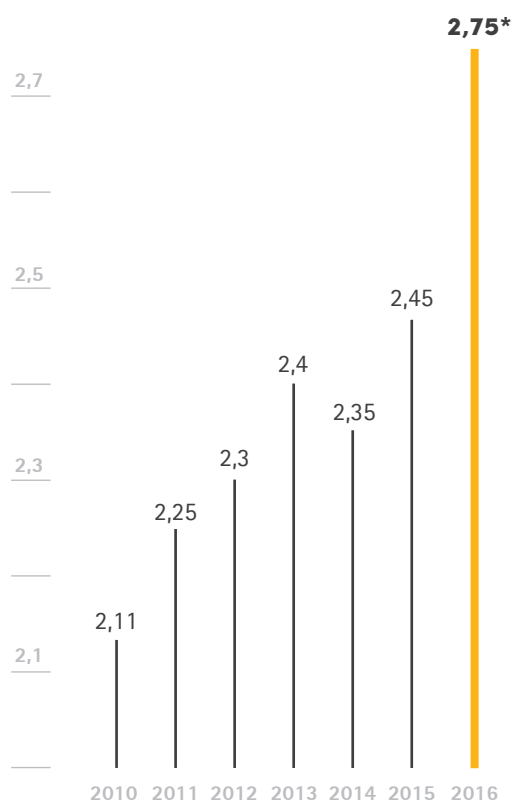
Je größer das verwaltete Handelsimmobilienvermögen, desto größer ist unsere Marktmacht, desto effizienter können wir managen, desto mehr Erfahrungswerte aus dem laufenden Betrieb unterstützen uns bei strategischen Entscheidungen. Wenn Fondsimmobiliën auf Wunsch der Anleger nach vielen Jahren Haltezeit wieder veräußert werden, sind wir deshalb daran interessiert, diese zu erwerben und in einen neuen Fonds einzubringen. Die Handelsimmobilien bleiben so in unserem Einflussbereich, und wir können die genannten Skalenvorteile zum Vorteil unserer Anleger ausspielen. Selbstverständlich sind Immobilienrückkäufe von eigenen Fonds dabei stets durch Verkehrswertgutachten unterlegt, um eine faire Preisstellung zu gewährleisten.

Großflächige Einzelhandelsimmobilien bieten ein hervorragendes Rendite-Risiko-Profil. Mit der Hahn Gruppe als Partner können Fondsanleger die überdurchschnittlichen Ertragspotenziale dieses Immobiliensegments voll ausschöpfen.

Die Leistungsbausteine der Hahn Gruppe und ihrer Tochtergesellschaften – Immobilien-Management aus einer Hand

-
- | | | |
|---|---|---|
| → Research und Portfolio Management | → Vermittlung von Immobilien | → Asset Management |
| – Standort-, Markt- und Objektanalyse | | – Bestandsentwicklung |
| – Zielgruppenanalyse | → Fondskonzeption | – Revitalisierung, Neupositionierung |
| – Betreiberanalyse | | – Standortoptimierung |
| – Marktentwicklungsanalyse | → Beschaffung von Eigenkapital | |
| | → Beschaffung von Fremdkapital | → Property Management |
| → Akquisition von Grundstücken und Gebäuden sowie von Immobilienobjektgesellschaften | → Fonds Management, Anlegerbetreuung | (kaufmännisch, technisch, infrastrukturell) |
| | → Bestandshaltung von Immobilien | → Neuplatzierung, Verkauf von Immobilien |
| → Projektentwicklung im Partnerschaftsmodell | → Center Management | |





249

Mio. Euro

neu eingeworbenes Eigenkapital
in 2016

Assets under Management

im Zeitraum 2010–2016
in Mrd. Euro

Immobilien Management

	2016	2015
Verwaltetes Immobilienvermögen in Mrd. €	2,75*	2,45
Verwaltetes jährliches Mietvolumen in Mio. €	183,2*	166,1
Vermietungsleistung in m ²	93.000	150.000

Fondsgeschäft

Anzahl aufgelegte Pluswertfonds kumuliert	177	174
Gezeichnetes Eigenkapital institutionelle Kunden in Mio. €	210	–
Gezeichnetes Eigenkapital Privatkunden in Mio. €	38,5	32
Anzahl Privatkunden	3.791	3.787

* Stichtag 31. Januar 2017

HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG

Buddestraße 14
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: + 49 (0) 2204 94 90-0
Telefax: + 49 (0) 2204 94 90-119
info@hahnag.de
www.hahnag.de