
Masterarbeit

Herr B.A.
Felix Reh

Auswirkungen der Corona- Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt – eine nachhaltige Veränderung?

Mittweida, 2022

Masterarbeit

Auswirkungen der Corona- Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt – eine nachhaltige Veränderung?

Autor:
Herr B. A.

Felix Reh

Studiengang:
Betriebswirtschaft

Seminargruppe:
BW19w1-M

Erstprüfer:
Prof. Dr. rer. pol. Michael Wüst

Zweitprüfer:
Prof. Dr. rer. pol. Andreas Hollidt

Einreichung:
Mittweida, 10. Januar 2022

Verteidigung/Bewertung:
Mittweida, 2022

Master Thesis

Effects of the Corona Pandemic on the Commercial Real Estate Market – A Persistent Change?

author:

Mr. B. A.

Felix Reh

course of studies:

Business Administration

seminar group:

BW19w1-M

first examiner:

Prof. Dr. rer. pol. Michael Wüst

second examiner:

Prof. Dr. rer. pol. Andreas Hollidt

submission:

Mittweida, 10. January 2022

defence/ evaluation:

Mittweida, 2022

Bibliografische Beschreibung:

Reh, Felix:

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt – eine nachhaltige Veränderung? - 2022. – Seitenzahl der Verzeichnisse: 12 Seiten, Seitenzahl des Inhalts: 70 Seiten.

Mittweida, Hochschule Mittweida, Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen, Masterarbeit, 2022

Referat:

Die vorliegende Arbeit untersucht die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt. Hierfür wurde die Arbeit in zwei Forschungsfragen aufgeteilt. Die erste Frage untersucht die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt in Deutschland. Ausgehend von den Ergebnissen der ersten Forschungsfrage werden im zweiten Teil Trends auf dem Gewerbeimmobilienmarkt herausgearbeitet. Diese Trends werden anschließend innerhalb der zweiten Forschungsfrage auf ihre Nachhaltigkeit (im Sinne von Langfristigkeit) untersucht. Ziel der Arbeit ist, die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt zu erkennen und auf Nachhaltigkeit zu untersuchen.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Einleitung und Zielstellung.....	1
2 Die Corona-Pandemie und Ihre Auswirkungen	5
2.1 <i>Die Corona-Pandemie – Ausbruch und Maßnahmen</i>	<i>5</i>
2.2 <i>Die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie</i>	<i>7</i>
3 Die Lage auf dem deutschen Gewerbeimmobilienmarkt.....	13
3.1 <i>Büroimmobilien</i>	<i>13</i>
3.2 <i>Einzelhandelsimmobilien</i>	<i>19</i>
3.3 <i>Logistikimmobilien</i>	<i>26</i>
3.4 <i>Hotelimmobilien.....</i>	<i>30</i>
3.5 <i>Zwischenauswertung.....</i>	<i>35</i>
4 Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungen auf dem Gewerbeimmobilienmarkt.....	37
4.1 <i>Trendmatrix.....</i>	<i>37</i>
4.2 <i>Büroimmobilien</i>	<i>40</i>
4.3 <i>Einzelhandelsimmobilien</i>	<i>47</i>
4.4 <i>Logistikimmobilien</i>	<i>52</i>
4.5 <i>Hotelimmobilien.....</i>	<i>60</i>
5 Fazit und Ausblick.....	69
Literatur	71
Selbstständigkeitserklärung	77

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bruttoinlandsprodukt in Deutschland von 2015 - 2020 (in Mrd. Euro).....	1
Abbildung 2: Anteil der im Homeoffice arbeitenden Beschäftigten in Deutschland vor und während der Corona-Pandemie 2020 und 2021	2
Abbildung 3: Anzahl Infektionen mit dem Coronavirus (COVID-19), Hospitalisierungen und Todesfälle in Deutschland nach Meldewoche	6
Abbildung 4: Defizitquoten der EU-Mitgliedstaaten; Finanzierungsdefizit (-)/ -überschuss (+) in % des Bruttoinlandsproduktes	8
Abbildung 5: Entwicklung der Konsumausgaben privater Haushalte im Inland nach Dauerhaftigkeit im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (in Prozent)	9
Abbildung 6: Entwicklung der Real- und Nominallöhne nach Quartalen	10
Abbildung 7: Der deutsche Corona-Schutzschirm im Vergleich	11
Abbildung 8: Gesamtflächenumsatz ausgewählter Bürostandorte in m ²	14
Abbildung 9: Vergleich des Flächenumsatz in den ersten Halbjahren 2020 und 2021 in m ²	14
Abbildung 10: Flächenumsatz nach Größenklassen.....	15
Abbildung 11: Transaktionsvolumen Büroimmobilienmarkt Deutschland von 2012-2021	16
Abbildung 12: Leerstand in ausgewählten Städten im Vergleich vom 1. HJ 2020 zum 1. HJ 2021	17
Abbildung 13: Höchstmieten 1. HJ 2020 im Vergleich zum 1. HJ 2021.....	18
Abbildung 14: Veränderung der Besucherfrequenz im deutschen Einzelhandel von KW 04/2021 bis KW 37/2021	20

Abbildung 15: Umfrage: Werden die Geschäfte in der Innenstadt Ihrer Meinung nach der Krise überleben?	21
Abbildung 16: Flächenumsatz in Innenstadtlagen	22
Abbildung 17: Anzahl Neuvermietungen / Eröffnungen im jeweiligen 1. Halbjahr	23
Abbildung 18: Mietindex für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland von 2003 bis 2020	24
Abbildung 19: Kapitalwertindex für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland von 2003 bis 2020	25
Abbildung 20: Transaktionsvolumen Einzelhandelsimmobilien	26
Abbildung 21: Flächenumsatz Lager- und Logistikflächen in Deutschland.....	27
Abbildung 22: Transaktionsvolumen am Investmentmarkt für Logistikimmobilien in Deutschland von 2008 - 2020.....	28
Abbildung 23: Logistikimmobilien Mietenvergleich 1. HJ 2020 - 1. HJ 2021	29
Abbildung 24: Spitzenrenditen am Investitionsmarkt für Logistikimmobilien in ausgewählten Städten.....	30
Abbildung 25: Gästeübernachtungen in deutschen Beherbergungsbetrieben von 2010 bis 2020	31
Abbildung 26: Entwicklung des Transaktionsvolumens im deutschen Hotelinvestmentmarkt von 2010 bis 2020.....	32
Abbildung 27: Einschätzung der Kaufpreisentwicklung für Hotel-Immobilien in Österreich im Jahr 2021	33
Abbildung 28: Altersgruppen in der Homeoffice Umfrage des Fraunhofer FIT	42
Abbildung 29: Wie oft wird im Homeoffice gearbeitet?.....	42
Abbildung 30: Zufriedenheit im Homeoffice	43
Abbildung 31: Spontaner Austausch mit Kollegen im Homeoffice.....	43
Abbildung 32: Umfrage der Zufriedenheit im Homeoffice bezüglich der Technik	44

Abbildung 33: Umfrage der Zufriedenheit im Homeoffice bezüglich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf	44
Abbildung 34: Umfrage zum Homeoffice nach der Corona-Krise	45
Abbildung 35: Kaufverhalten während der Corona-Pandemie in Österreich	47
Abbildung 36: Veränderung nach der Corona-Krise für den Einzelhandel bzw. das Konsumverhalten	48
Abbildung 37: Umfrage zum Einkaufsverhalten nach der Corona-Pandemie	49
Abbildung 38: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den E-Commerce	53
Abbildung 39: Veränderung des Kaufverhalten im E-Commerce während der Corona-Pandemie	54
Abbildung 40: Nachhaltige Veränderung des Online-Kaufverhalten durch die Corona-Pandemie	55
Abbildung 41: Umfrage zum vermehrten Onlinehandel nach der Pandemie	56
Abbildung 42: Umfrage über die geplanten Änderungen in der Beschaffungsstrategie	57
Abbildung 43: Was hindert die Menschen am Reisen?	61
Abbildung 44: Reisepläne in den nächsten 12 Monaten	62
Abbildung 45: Reiseziele in den nächsten 12 Monaten	63
Abbildung 46: Marktanteil der Geschäftsreisen in Deutschland	64
Abbildung 47: Generationenanteile der Nachhaltigreisenden und Normalreisenden...	65
Abbildung 48: Einkommensverteilung der Reisenden	66
Abbildung 49: Unterkunftsarten der Reisenden	66

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vertragsarten Betreiberverträge Hotelimmobilien.....	34
Tabelle 2: Zwischenauswertung der Immobilienteilmärkte.....	35
Tabelle 3: Bewertungsskala	38
Tabelle 4: Trendmatrix: Vermutete Einflüsse der Trends auf Immobilienmärkte	39
Tabelle 5: Trendauswertung Büroimmobilien.....	46
Tabelle 6: Trendauswertung Einzelhandelsimmobilien	51
Tabelle 7: Trendauswertung Logistikimmobilien	59
Tabelle 8: Trendauswertung Hotelimmobilien.....	68

Abkürzungsverzeichnis

2G	2G-Regel (geimpft oder genesen)
HJ	Halbjahr
SARS-CoV-2	Severe acute respiratory syndrome coronavirus type 2
WHO	World Health Organisation

1 Einleitung und Zielstellung

Im Jahr 2020 wurde die Weltwirtschaft erschüttert. In China begann ein neuartiges Virus auszubrechen und hielt schon bald die Welt(-wirtschaft) in Atem. Das Corona-Virus wurde zu einer Pandemie und beschäftigt uns bis heute, mit teils weitreichenden Folgen für die Wirtschaft – aber auch das Leben der Menschen. Lange Zeit war es geboten, zu Hause zu bleiben, um Kontakte und damit Ansteckungen, zu vermeiden.¹ In der Folge gerieten die Wirtschaft, insbesondere Einzelhändler, Restaurants aber auch viele weitere Unternehmen mangels Kunden in Schwierigkeiten. Diese Wirtschaftsentwicklung lässt sich sehr gut am Bruttoinlandsprodukt von Deutschland aufzeigen. Das Bruttoinlandsprodukt gibt dabei an, wie leistungsstark eine Volkswirtschaft ist.²

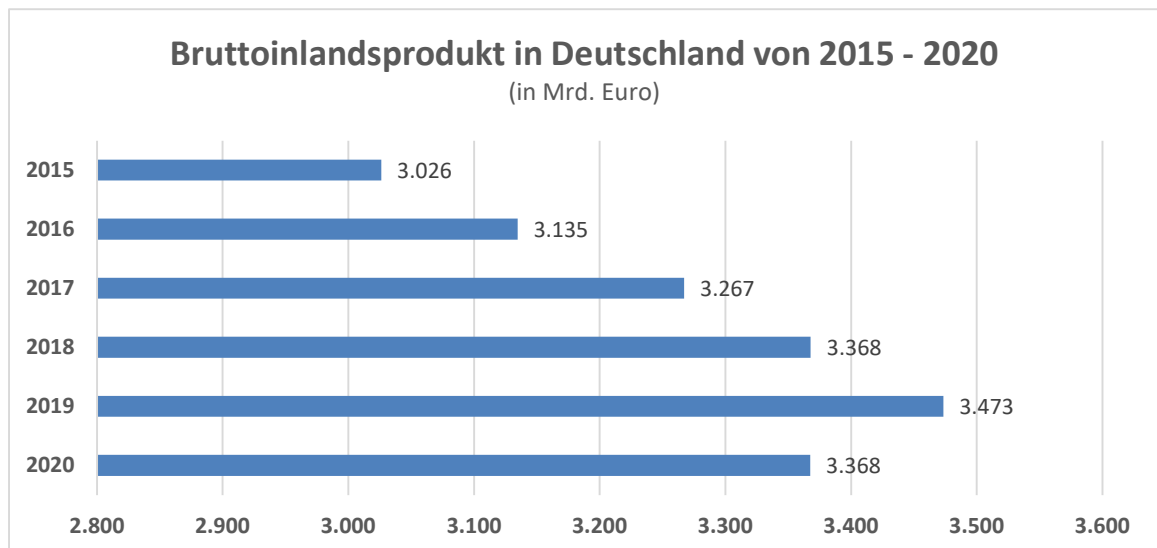


Abbildung 1: Bruttoinlandsprodukt in Deutschland von 2015 - 2020 (in Mrd. Euro)³

Aus Abbildung 1 ist ein deutlicher Rückgang der Wirtschaftsleistung im Jahr 2020 zu verzeichnen. Das Bruttoinlandsprodukt brach im Vergleich zum Vorjahr um 4,6% ein.⁴

In dieser Arbeit soll es indes nicht um die allgemeinen Auswirkungen der Corona-Pandemie gehen. Vielmehr soll betrachtet werden, welche Entwicklungen auf dem

¹ Vgl. Sören Imöhl und Angelika Ivanov 2021.

² Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) o. J.

³ Statista GmbH 2021d.

⁴ Vgl. Statista GmbH 2021d.

Gewerbeimmobilienmarkt vollzogen wurden, beziehungsweise werden. Denn die aufgezeigte Entwicklung hat durchaus weitreichende Folgen auf den Gewerbeimmobilienmarkt. Nicht alle der bereits angesprochenen Einzelhändler, Restaurantbesitzer oder andere Gewerbetreibende schaffen es durch die Krise.⁵ Hinzu kommt, dass Büroimmobilien durch Lockdowns und die daraus resultierende Homeoffice-Nutzung vermeintlich weniger nachgefragt werden.

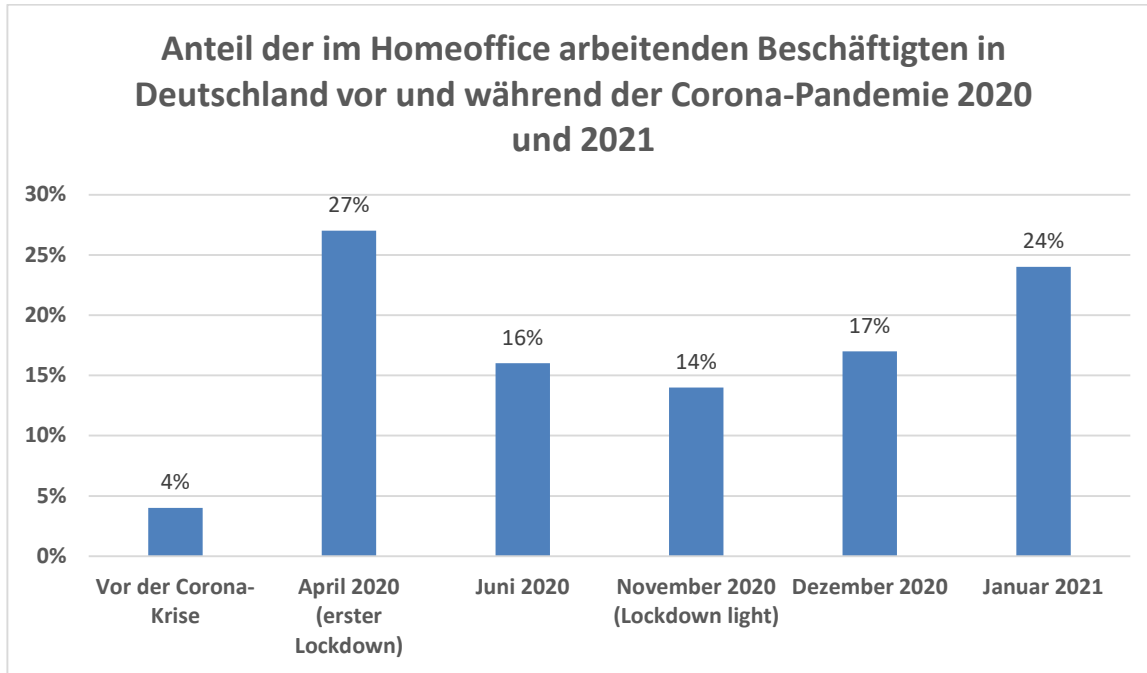


Abbildung 2: Anteil der im Homeoffice arbeitenden Beschäftigten in Deutschland vor und während der Corona-Pandemie 2020 und 2021⁶

Der derzeitige Trend in Richtung Homeoffice ist in Abbildung 2 klar erkennbar.⁷ Daher stellt sich die Frage, ob dieser Trend eine nachhaltige Veränderung für den Gewerbeimmobilienmarkt darstellt oder es sich lediglich um ein kurzzeitiges Phänomen handelt.

Diese und weitere Fragen soll die vorliegende Arbeit beantworten. Das Ziel ist es, die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt aufzuzeigen und zu untersuchen. Zunächst soll dabei die aktuelle Entwicklung betrachtet werden. Im Anschluss an die Betrachtung der aktuellen Situation soll mit Blick auf die Zukunft analysiert werden, ob die Trends auf dem Gewerbeimmobilienmarkt nachhaltig, oder nur von kurzer Dauer sind.

⁵ Vgl. Andrea Amerland 2021.

⁶ Statista GmbH 2021a.

⁷ Vgl. Robert Rauch et al. 2021.

Warum genau der Gewerbeimmobilienmarkt gewählt wurde, lässt sich dahingehend beantworten, dass dieser Markt mit fast 60 Mrd. Euro⁸ ein sehr großer ist. Gleichzeitig ist er stärker im Wandel als der Wohnimmobilienmarkt. Trends wie das Homeoffice, Co-Working oder auch der Onlinehandel beeinflussen den Gewerbeimmobilienmarkt. Diese Einflüsse bestanden zwar auch vor der Corona-Pandemie, jedoch hat die Pandemie diese Entwicklungen nochmals beschleunigt.⁹ Dementsprechend ist die Betrachtung der aktuellen Situation in Verbindung mit einer Prognose der Nachhaltigkeit (im Sinne von Langfristigkeit bzw. Permanenz) der Entwicklungen eine sehr aktuelle und relevante Fragestellung.

Bei der vorliegenden Untersuchung wird sich ausschließlich auf den deutschen Gewerbeimmobilienmarkt konzentriert. Diese Eingrenzung dient der Vergleichbarkeit der Zahlen und Indikatoren sowie insbesondere auch den Trends. Denn das Vorgehen zur Bewältigung der Corona-Pandemie weist von Land zu Land (im Sinne von Staaten) teils starke Unterschiede auf. Dies macht eine Vergleichbarkeit der Zahlen unter verschiedenen Ländern schwierig. Weiterhin ist Deutschland auch die wichtigste Volkswirtschaft Europas, hat somit eine große wirtschaftliche Bedeutung, weshalb sich Deutschland für die vorliegende Untersuchung eignet.¹⁰

Als Ausgangspunkt für die weitere Untersuchung wurden zwei Forschungsfragen formuliert. Sie geben klaren Aufschluss, welche Themen in dieser Arbeit behandelt werden und welche Ziele die vorliegende Arbeit hat.

1. Forschungsfrage: „Was sind die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt in Deutschland?“

Die expliziten Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt sollen herausgearbeitet und dargestellt werden.

2. Forschungsfrage: „Hat die Corona-Pandemie einen nachhaltigen Einfluss auf den deutschen Gewerbeimmobilienmarkt?“

Die Erkenntnisse aus der ersten Forschungsfrage sollen analysiert und Trends daraus abgeleitet werden. Ein mögliches Ergebnis könnte sein, dass die Preise für Büroimmobilien sinken, da Unternehmen vermehrt auf Homeoffice setzen und deshalb weniger Fläche benötigen. Wenn solch ein Trend identifiziert wurde, soll anschließend analysiert werden, ob

⁸ Vgl. Statista Research Department 2017.

⁹ Vgl. Carsten Herz 2021.

¹⁰ Vgl. Statista GmbH 2021h.

es sich um eine kurzzeitige Erscheinung aufgrund der Pandemie handelt oder ob diese Entwicklungen eine gewisse Nachhaltigkeit haben.

Dabei wird folgendermaßen vorgegangen. In Kapitel zwei wird die Corona-Pandemie und die Auswirkungen derer vorgestellt. Im Zuge dessen wird grob erläutert, was das Corona-Virus überhaupt ist. Die Auswirkungen der Pandemie werden gesamtwirtschaftlich dargestellt. In Kapitel 3 wird anschließend die spezifische Lage auf dem Gewerbeimmobilienmarkt betrachtet. Hierzu werden die Gewerbeimmobilien in Büroimmobilien, Einzelhandelsimmobilien, Logistik- und Hotelimmobilien aufgeteilt. Anschließend wird die aktuelle Lage anhand von aktuellen Sekundär-Daten und Statistiken aufgezeigt. Im Anschluss daran werden in Kapitel 4 die aktuellen Trends auf dem Gewerbeimmobilienmarkt, insbesondere die Entwicklungen, die durch die Corona-Pandemie verstärkt oder entstanden sind, analysiert. Dabei zeigt eine selbst erstellte Trendmatrix die verschiedenen Trendbeziehungen. Die Trends werden anschließend anhand von Umfragen validiert und ausgewertet. Das heißt, es wird überprüft, ob die Trends nur kurzfristig aufgrund der Pandemiesituation verstärkt werden, oder ob diese Entwicklung langfristig anhalten. Die Trends der Gewerbeimmobilienteilmärkte werden in jedem Teilkapitel jeweils übersichtlich in einer Auswertungstabelle zusammengefasst.

Die Arbeit schließt mit dem Fazit und einem Ausblick. Die Ergebnisse werden hier nochmals zusammengefasst. Weiterhin soll eine abschließende Antwort auf die Forschungsfragen gefunden werden.

2 Die Corona-Pandemie und Ihre Auswirkungen

Die Corona-Pandemie als Auslöser einer Wirtschaftskrise ist wesentlicher Bestandteil dieser Arbeit. Aus diesem Grund wird die Pandemie im Allgemeinen und ihre negativen Auswirkungen für die Wirtschaft, näher erläutert.

2.1 Die Corona-Pandemie – Ausbruch und Maßnahmen

Anfang des Jahres 2020 wurden in China erstmalig Fälle des neuartigen Corona-Virus (SARS-CoV-2) entdeckt. Das Virus zeigt sich beim Menschen durch milde Erkältungsercheinungen, kann aber auch sehr schwere Lungenentzündungen, sowie Langzeitschäden an weiteren Organen hervorrufen.¹¹ Durch die rasante Übertragung des Virus wurde von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zum 30.01.2020 eine „gesundheitliche Notlage von internationaler Tragweite“ ausgerufen.¹² Auch in Deutschland stiegen die Infektionszahlen. Bis heute sehen wir, wie die Abbildung 3 zeigt, regelmäßig die wellenartigen Ausbrüche der Pandemie.

¹¹ Vgl. Robert Koch Institut 2021a.

¹² Vgl. Weltgesundheitsorganisation o. J.

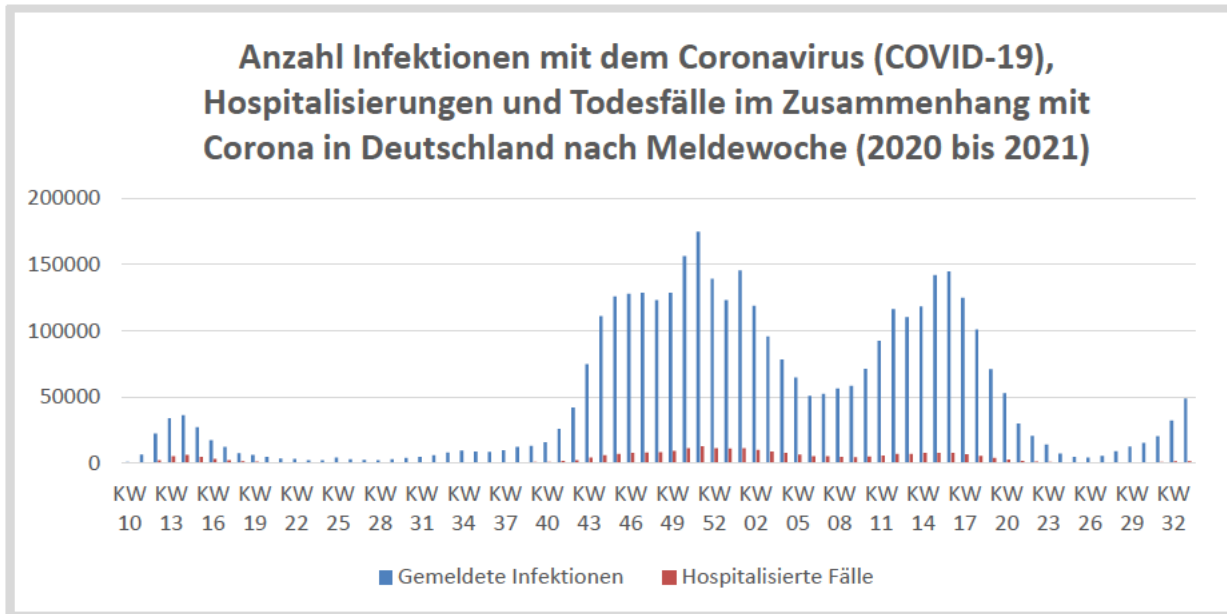


Abbildung 3: Anzahl Infektionen mit dem Coronavirus (COVID-19), Hospitalisierungen und Todesfälle in Deutschland nach Meldewoche¹³

Insbesondere die Hospitalisierungen, die mit steigenden Infektionen ansteigen, bereiten den Institutionen und der Bevölkerung Sorgen. Um die Übertragung zu stoppen, werden deshalb verschiedene Maßnahmen etabliert. Ein Auszug aus den empfohlenen Maßnahmen der WHO sind beispielsweise:

- Regelmäßiges Händewaschen
- Regelmäßige Verwendung von Desinfektionsmittel
- soziale Distanzierung
- bei Bedarf eine Schutzmaske tragen¹⁴

Zusätzlich zu diesen Maßnahmen wurden in den Höhepunkten der Corona-Wellen sog. Lockdowns eingeführt. In diesen Lockdowns wurde das öffentliche Leben auf ein Minimum heruntergefahren. Das heißt, dass bspw. Restaurants, der Einzelhandel (bis auf den Lebensmitteleinzelhandel), Dienstleister wie Friseure, sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen geschlossen waren. Diese Maßnahmen, die das öffentliche Leben eingeschränkten beziehungsweise verwehrt haben, sind besonders schädlich für den Gewerbeimmobilienmarkt gewesen.¹⁵

¹³ Statista GmbH 2021c.

¹⁴ Vgl. Weltgesundheitsorganisation o. J.

¹⁵ Vgl. Katja Joho 2020.

Mit der Entwicklung der Impfstoffe und dem Fortschritt der Impfkampagne entspannt sich die Lage zunehmend. Trotzdem befinden wir uns in einer vierten Welle, in der die Hospitalisierung aber aufgrund der steigenden Impfquote niedriger ist als in früheren Wellen der Corona-Pandemie.¹⁶

Die derzeitige Situation (zum 28.12.2021) ist, dass es bei Einhaltung der sog. 2G Regel (genesen oder geimpft) nahezu keine Einschränkungen gibt. Da wir uns aber mitten in der vierten Corona-Welle befinden, können sich die Einschränkungen täglich ändern.

2.2 Die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie

In der Einleitung wurde bereits kurz angesprochen, welche großen Auswirkungen die Corona-Pandemie auf die Wirtschaft hat. Preisbereinigt ging das Bruttoinlandsprodukt um 4,6%, im Vergleich zum Vorjahr, zurück.¹⁷ Besonders stark war der Einbruch mit -9,7% im zweiten Quartal 2020. Dies ist der stärkste Rückgang des Bruttoinlandsprodukts seit dem Start seiner Aufzeichnung im Jahr 1970.¹⁸

Eine weitere, zu betrachtende Kennzahl ist die Defizitquote (siehe Abbildung 4). Die Corona-Krise hat zu einer staatlichen Finanzierungslücke von 139,6 Milliarden Euro geführt. Zuletzt hatte Deutschland im Jahr 2011 ein Finanzierungsdefizit zu verzeichnen. Gleichzeitig ist das Finanzierungsdefizit 2020 das höchste seit der Wiedervereinigung. Nur das Jahr 1995 übertraf diesen Wert.¹⁹ Trotz der großen Finanzierungslücke hat es Deutschland als wirtschaftlich starkes Industrieland nicht so stark getroffen wie den europäischen Durchschnitt.

¹⁶ Vgl. Robert Koch Institut 2021b.

¹⁷ Vgl. Statista GmbH 2021d.

¹⁸ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021a.

¹⁹ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021a.

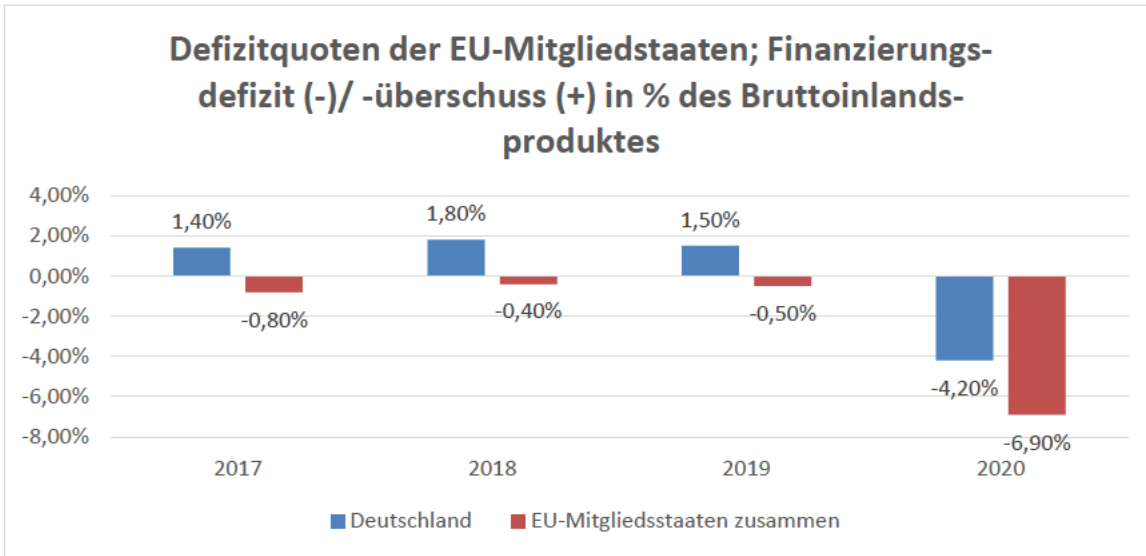


Abbildung 4: Defizitquoten der EU-Mitgliedstaaten; Finanzierungsdefizit (-)/ -überschuss (+) in % des Bruttoinlandsproduktes²⁰

Weiterhin zu betrachten sind die Konsumausgaben der privaten Haushalte, ersichtlich in Abbildung 5. Sie zeigen an, wie die Stimmung in der Bevölkerung ist und gibt damit eine Indikation der Konsumlaune mit Blick auf die Wirtschaftliche Entwicklung des Landes. Und hier hat die Corona-Pandemie deutliche Spuren hinterlassen. Der Einbruch der Konsumausgaben ist der stärkste seit dem Jahr 1970.²¹

²⁰ Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021d.

²¹ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021b.

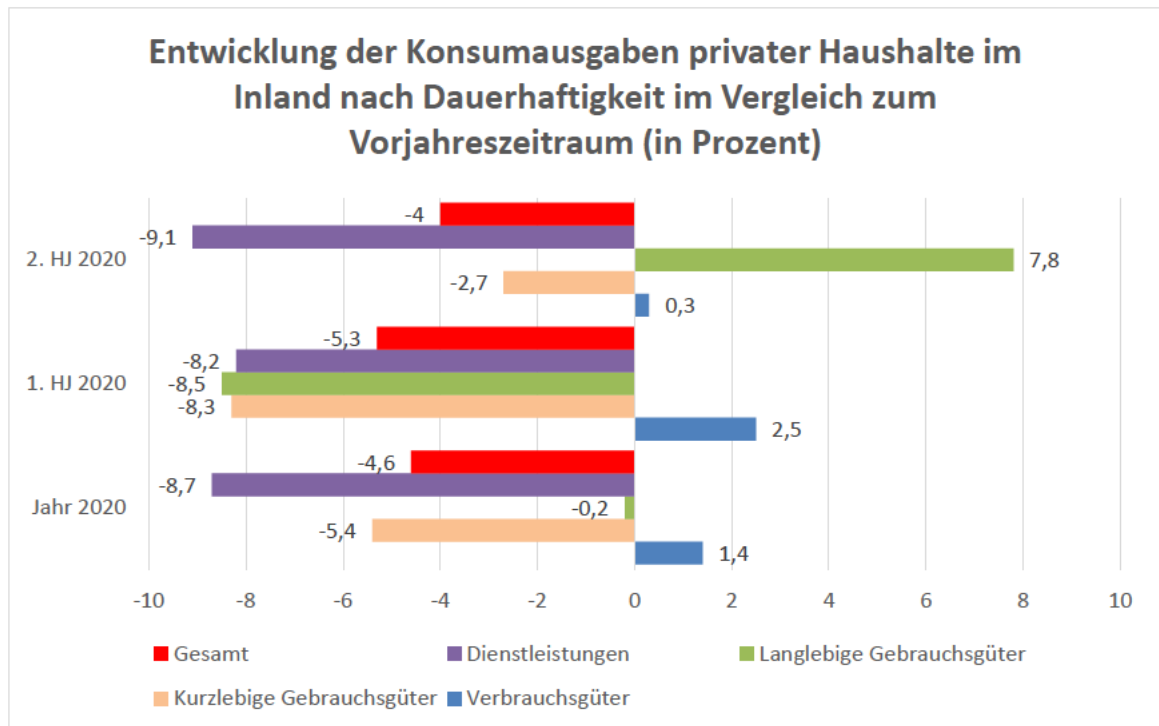


Abbildung 5: Entwicklung der Konsumausgaben privater Haushalte im Inland nach Dauerhaftigkeit im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (in Prozent)²²

Alle Konsumausgaben, mit Ausnahme der Verbrauchsgüter, haben einen Rückgang zu verzeichnen. Das Wachstum bei den Verbrauchsgütern ist darauf zurückzuführen, dass die Menschen selbstverständlich weiterhin Lebensmittel und Pflegeprodukte für den täglichen Gebrauch kaufen mussten.²³ Da der Einzelhandel in den Lockdowns größtenteils geschlossen war, war es für viele Menschen ggf. auch eine willkommene Abwechslung, Lebensmittel einzukaufen.

Die kurzlebigen Gebrauchsgüter (zum Beispiel Kleidung) haben einen starken Rückgang durch die Schließung der Geschäfte erfahren müssen. Weiterhin benötigten die privaten Haushalte auch wenig neue derartige Güter, da ein öffentliches Leben sowieso kaum möglich war.

Langlebige Gebrauchsgüter (zum Beispiel Autos, Haushaltsgeräte) hingegen hatten zwar auch einen starken Rückgang im 1. Halbjahr 2020 – allerdings auch ein großes Wachstum im 2. Halbjahr 2020. Dies ist zurückzuführen auf die zeitweise Mehrwertsteuersenkung auf 16%.²⁴ Die privaten Haushalte konnten während der Pandemie ihre Sparquoten

²² Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021b.

²³ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021b.

²⁴ Vgl. Reuters 2021.

erhöhen, da sie weniger Ausgaben hatten. Hier wurden die einmaligen Einsparpotenziale der Mehrwertsteuersenkung für langlebige Gebrauchsgüter genutzt.²⁵

Zur Betrachtung der Konsumausgaben gehört aber auch die Sicht auf die Entwicklung der Reallöhne (siehe Abbildung 6). Hier ist erstmals seit Beginn der Aufzeichnung im Jahr 2007 ein Rückgang im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen.²⁶

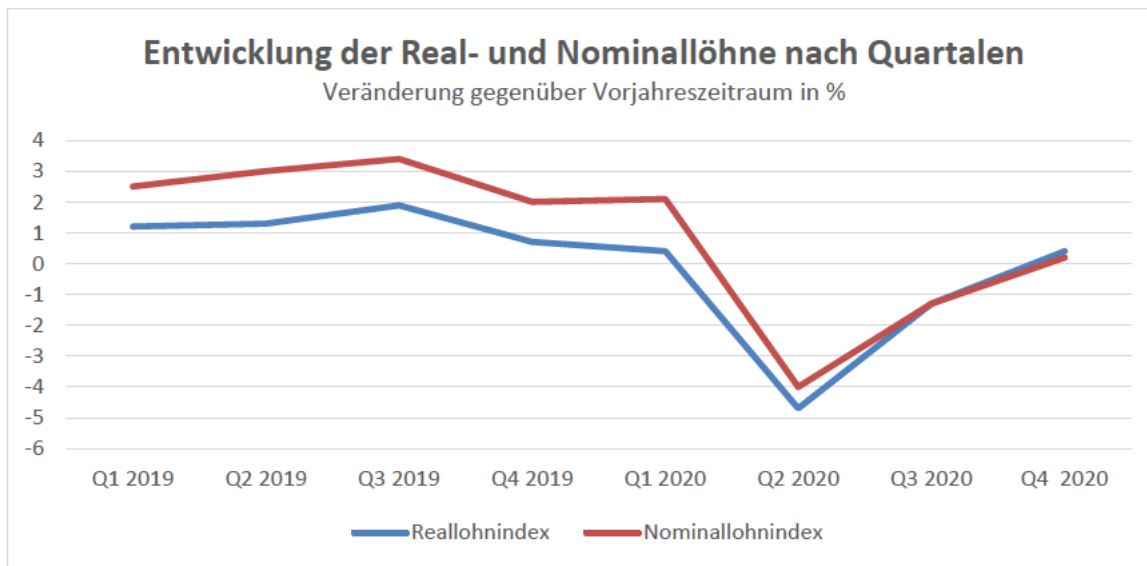


Abbildung 6: Entwicklung der Real- und Nominallöhne nach Quartalen²⁷

Der Einbruch in der Lohnentwicklung wird von der hohen Kurzarbeit in vielen Bereichen getragen. Denn durch die Kurzarbeit wird die Wochenarbeitszeit verringert. Dies sorgt für einen niedrigeren Bruttomonatsverdienst. Den bedeutsamsten Rückgang kann man im Gastgewerbe verzeichnen. Hier ging die bezahlte Wochenarbeitszeit um -19,4% zurück. Die Finanz- und Versicherungsdienstleister hatten zwar keinen derart großen Rückgang, dennoch spüren auch sie die Corona-Krise. Hier ist ein Rückgang um -0,4% zu verzeichnen.²⁸

Dies zeigt nochmals, welche Wirtschaftsbereiche besonders unter der Krise gelitten haben. Denkbar wäre, dass ausgehend von diesen Branchen auch die größten Auswirkungen auf den Gewerbeimmobilienmarkt zu sehen sind. Dieser Zusammenhang soll in den folgenden Kapiteln adressiert werden.

²⁵ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021b.

²⁶ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021a.

²⁷ Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021c.

²⁸ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021c.

Gleichzeitig versucht die deutsche Regierung, mit vielen Maßnahmen und finanziellen Hilfen, Stundungen oder anderen Unterstützungen, der deutschen Wirtschaft unter die Arme zu greifen.

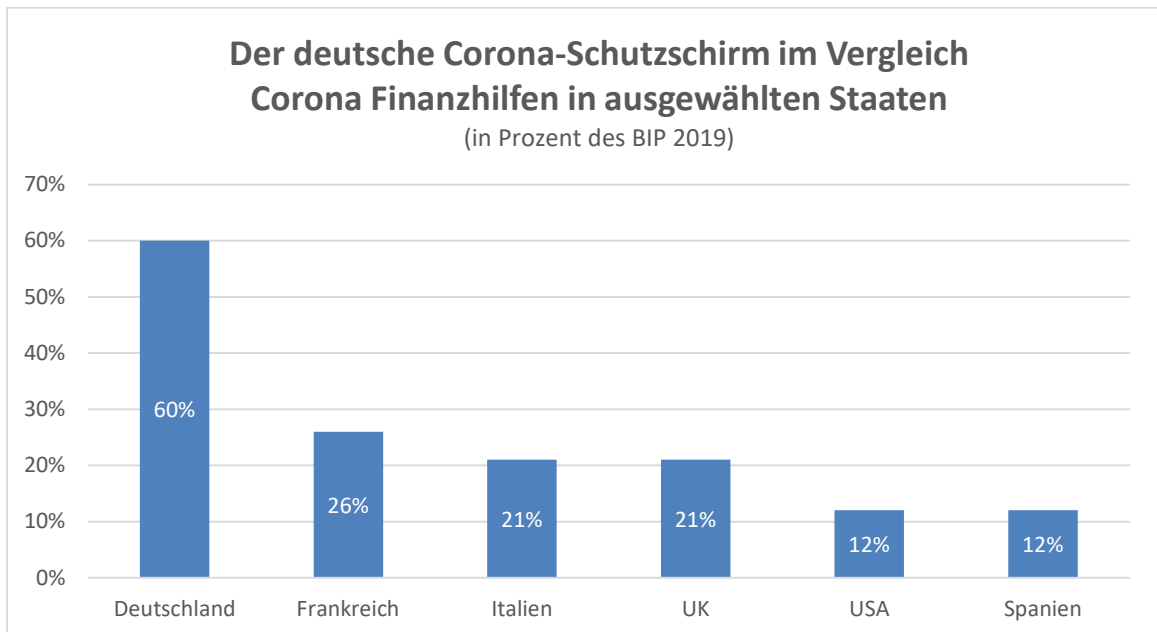


Abbildung 7: Der deutsche Corona-Schutzschirm im Vergleich²⁹

Es zeigt sich in Abbildung 7 klar, dass Deutschland im Vergleich zum Bruttoinlandsprodukt die höchsten Finanzhilfen vergeben hat. Dazu gehören unter anderem Soforthilfen, Stundungen oder ähnliches. Diese milliardenschweren Hilfsmaßnahmen sollten in der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung nicht außen vor gelassen werden, da diese die Wirtschaft gestützt und den Wirtschaftseinbruch in einem gewissen Maße aufgefangen haben.³⁰

²⁹ Mathias Brandt 2020.

³⁰ Vgl. Andrea Amerland 2021.

3 Die Lage auf dem deutschen Gewerbeimmobilienmarkt

Im folgenden Kapitel wird die aktuelle Lage auf dem deutschen Gewerbeimmobilienmarkt analysiert. Dabei wird untergliedert in vier verschiedene Teilmärkte, zu denen die Büroimmobilien, Einzelhandelsimmobilien, Logistikimmobilien und die Hotelimmobilien gehören.

Analysiert werden sollen verschiedene Sekundärdaten und Kennzahlen der Immobilienwirtschaft. Dabei wird versucht, eine Vergleichbarkeit der drei Märkte herzustellen. Sofern eine Vergleichbarkeit gegeben ist, soll abschließend eine Bewertungsmatrix aufzeigen, in welchem Teilmarkt die Auswirkungen am größten waren und in welche Richtung (positiv / negativ) die jeweilige Auswirkung war.

Die Erarbeitung dieses Kapitels soll die 1. Forschungsfrage: „Was sind die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt in Deutschland?“ beantworten und damit die Grundlage für die 2. Forschungsfrage bieten.

3.1 Büroimmobilien

Wie in vorherigen Kapiteln bereits erwähnt, hat die Corona-Pandemie Auswirkungen auf den Büroimmobilienmarkt. Lockdowns und Warnungen von der Politik, nicht zu viele soziale Kontakte zu haben, lassen viele Unternehmen Homeoffice-Lösungen finden. Auch die sog. Home-Office-Pflicht verstärkt diese Entwicklung.³¹ In der Folge werden angemietete Büroflächen nicht voll ausgelastet, teilweise können sie sogar abgebaut werden. Ob, und wie stark die Auswirkungen hier wirklich sind, wird nachfolgend analysiert.

Eine erste, zu betrachtende Kennzahl ist der Gesamtflächenumsatz. Hierzu wird ein Marktbericht der BNP Paribas Real Estate (2021b) herangezogen. In der Statistik wird der Gesamtflächenumsatz ausgewählter Bürostandorte (Berlin, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig und München) dargestellt.

³¹ Vgl. Bundesregierung 2021.

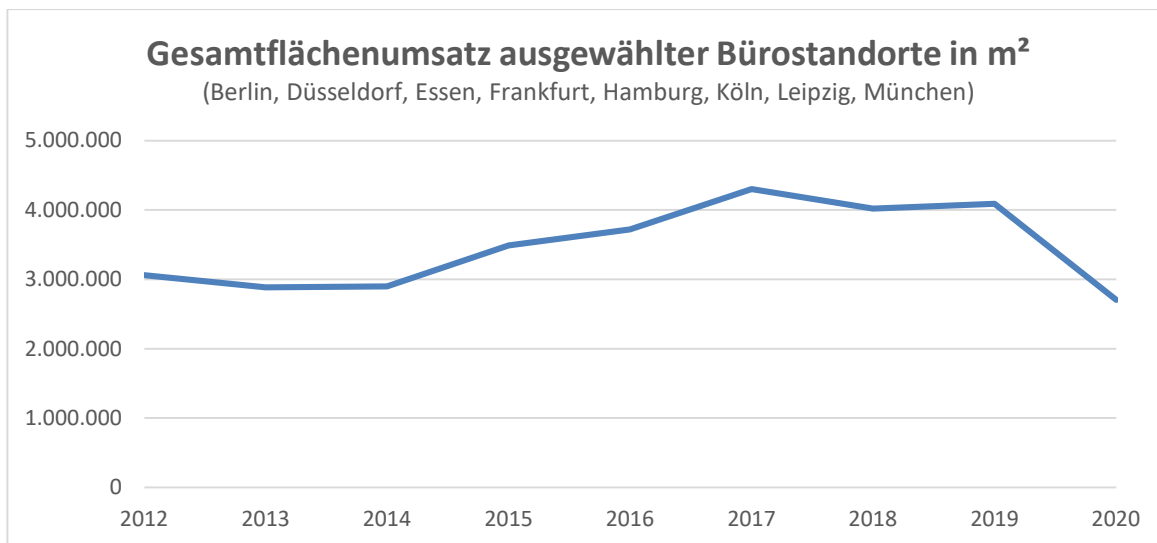
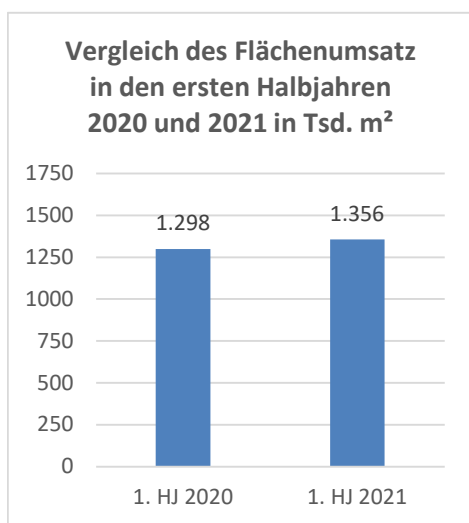


Abbildung 8: Gesamtflächenumsatz ausgewählter Bürostandorte in m²³²

Man kann in Abbildung 8 einen deutlichen Rückgang erkennen. Explizit ging der Flächenumsatz 2020 um ca. -33% zum Vorjahr zurück. Diese Entwicklung zeigt die Vorsicht der deutschen Unternehmen in der Corona-Pandemie. Mit dem ersten Lockdown im Jahr 2020 standen viele Unternehmen vor großen wirtschaftlichen Herausforderungen und an

Expansion war nicht zu denken. Dementsprechend wurden deutlich weniger Büroflächen nachgefragt.



Gleichzeitig ist beim Vergleich der ersten Halbjahre 2020 und 2021, trotz Lockdowns und vieler Maßnahmen bereits eine leichte Erholung in Höhe von 5% zu sehen (siehe Abbildung 9).³⁴

Möglicherweise wurden hier pandemiebedingte Chancen auf dem Büromarkt ergriffen. Grundsätzlich ist das Ergebnis aber weiterhin deutlich unter dem der Vorjahre.

Abbildung 9: Vergleich des Flächenumsatz in den ersten Halbjahren 2020 und 2021 in m^{2 33}

³² eigene Darstellung in Anlehnung an BNP Paribas Real Estate 2021b.

³³ eigene Darstellung in Anlehnung an BNP Paribas Real Estate 2021b.

³⁴ Vgl. BNP Paribas Real Estate 2021b.

Eine weitere Auswirkung der Pandemie wird durch eine Betrachtung des Flächenumsatzes in Bezug auf die Größe der jeweiligen Immobilie deutlich.

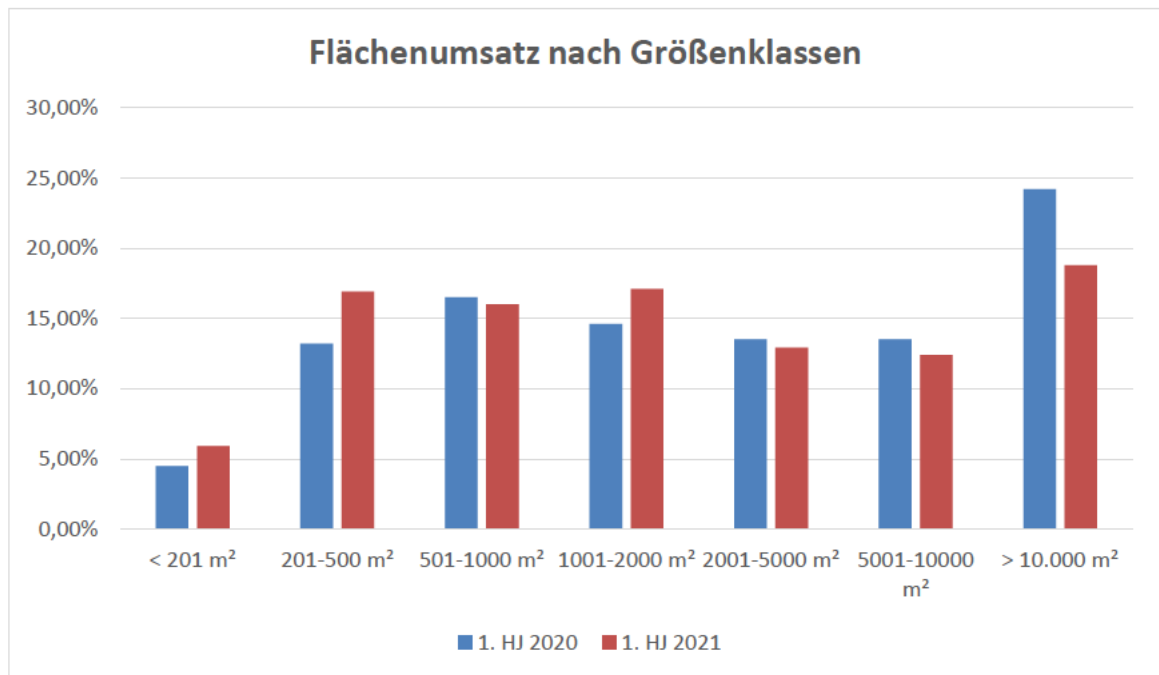


Abbildung 10: Flächenumsatz nach Größenklassen³⁵

Auch hier ist in Abbildung 10 ein, wenn auch sehr schwacher, Trend zu erkennen. Bei kleineren Bürogrößen ist die Nachfrage gestiegen. Ab 2000 m² ist die Nachfrage zurückgegangen, bei Büroflächen mit über 10.000 m² sogar sehr deutlich.

Dies könnte zum einen damit zusammenhängen, dass aufgrund von Lockdowns mehr Menschen im Homeoffice arbeiten und die Flächen deshalb nicht mehr benötigt werden. Weiterhin könnten die Büroflächen, aus Kostengründen, auch einfach effektiver genutzt werden. Hier entstanden schon vor der Corona-Pandemie Trends, zum Beispiel das sog. ‚Desk Sharing‘, bei dem Mitarbeiter keinen eigenen Arbeitsplatz mehr haben. Vielmehr arbeitet ein Teil der Beschäftigten im Homeoffice und ein Teil kann bei Bedarf im Büro arbeiten. So teilen sich in manchen Unternehmen 10 Mitarbeiter bspw. 6 Schreibtische. Das spart Platz, und damit auch Betriebskosten.³⁶ Gleichzeitig hilft dieses Vorgehen auch dabei, die Maßnahmen der Corona-Pandemie in Bezug auf zu wahrende Abstände einzuhalten.

³⁵ BNP Paribas Real Estate 2021b.

³⁶ Vgl. Jan Guldner 2021.

Eine zum Flächenumsatz ähnliche Entwicklung zeigt sich in Abbildung 11 auch im Transaktionsvolumen der Büroimmobilien in Deutschland.

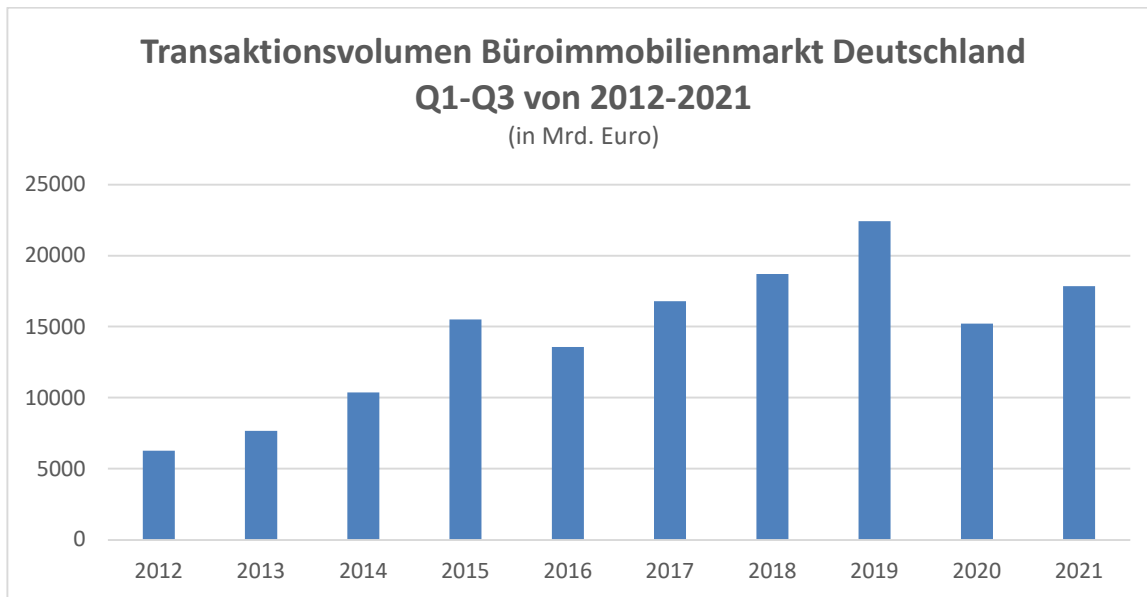


Abbildung 11: Transaktionsvolumen Büroimmobilienmarkt Deutschland von 2012-2021³⁷

Das Transaktionsvolumen ist von 2019 zu 2020 um rund -32% gesunken. Von 2020 zu 2021 sieht man wieder eine leichte Erholung. Dennoch bleibt der Flächenumsatz unter seinem Höchststand aus dem Jahr 2019.

Ergänzend zum sinkenden Flächenumsatz wird nun die direkte Auswirkung auf die Gewerbeimmobilien untersucht. Die erste Kennzahl hier ist der Leerstand in m². Hierzu werden in Abbildung 12 verschiedene, wichtige Bürostädte als repräsentative und indikative Beispiele für den Gesamtmarkt Deutschland genommen.

³⁷ BNP Paribas Real Estate 2021c.

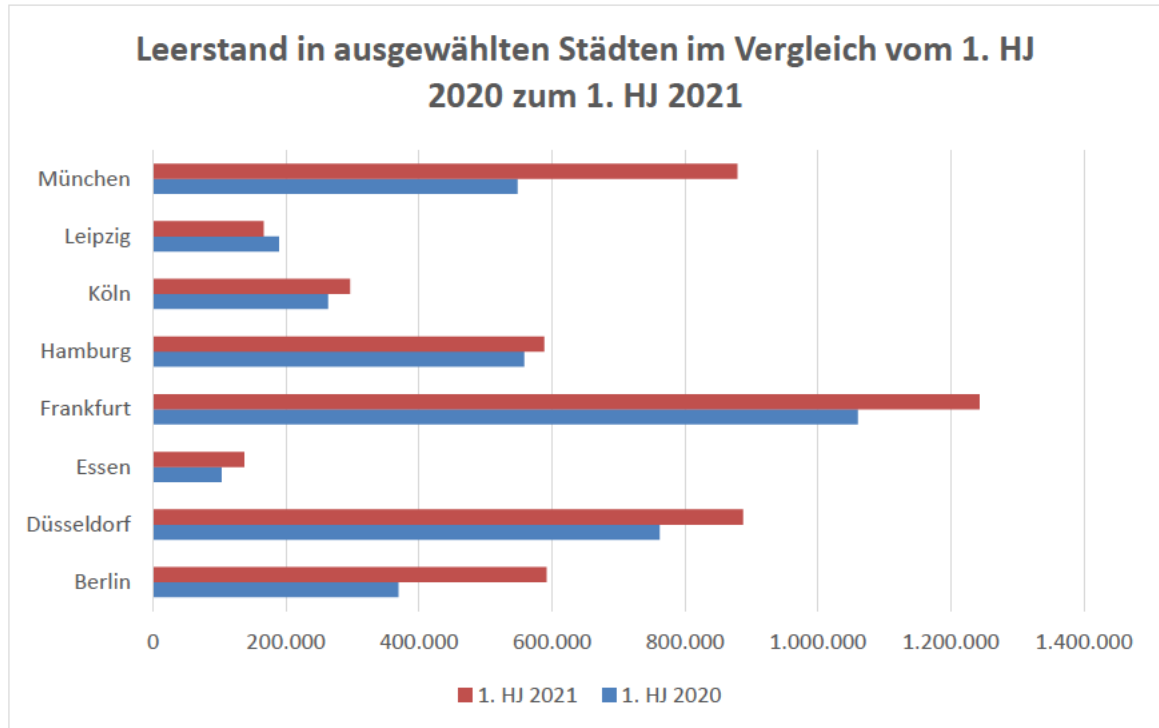


Abbildung 12: Leerstand in ausgewählten Städten im Vergleich vom 1. HJ 2020 zum 1. HJ 2021³⁸

Es zeigt sich, dass der Leerstand in vielen Städten gestiegen ist. In Verbindung mit der nächsten Abbildung, den Höchstmieten, zeigt sich insbesondere, dass in den Städten, in denen die Quadratmetermietpreise besonders hoch sind, der Leerstand stärker gestiegen ist als in denen in denen der Quadratmeterpreis niedriger ist.

Dies zeigt, dass finanzielle Aspekte in der Pandemie eine große Rolle gespielt haben und Büroflächen abgebaut wurden. Dieser Zusammenhang lässt sich bspw. an der Stadt Leipzig beobachten, die im 1. Halbjahr 2020 mit 16€ den niedrigsten Quadratmeterpreis der ausgewählten Städte hatte. Hier ist in Abbildung 13 als einzige Stadt ein Rückgang des Leerstands zu verzeichnen.

³⁸ BNP Paribas Real Estate 2021b.

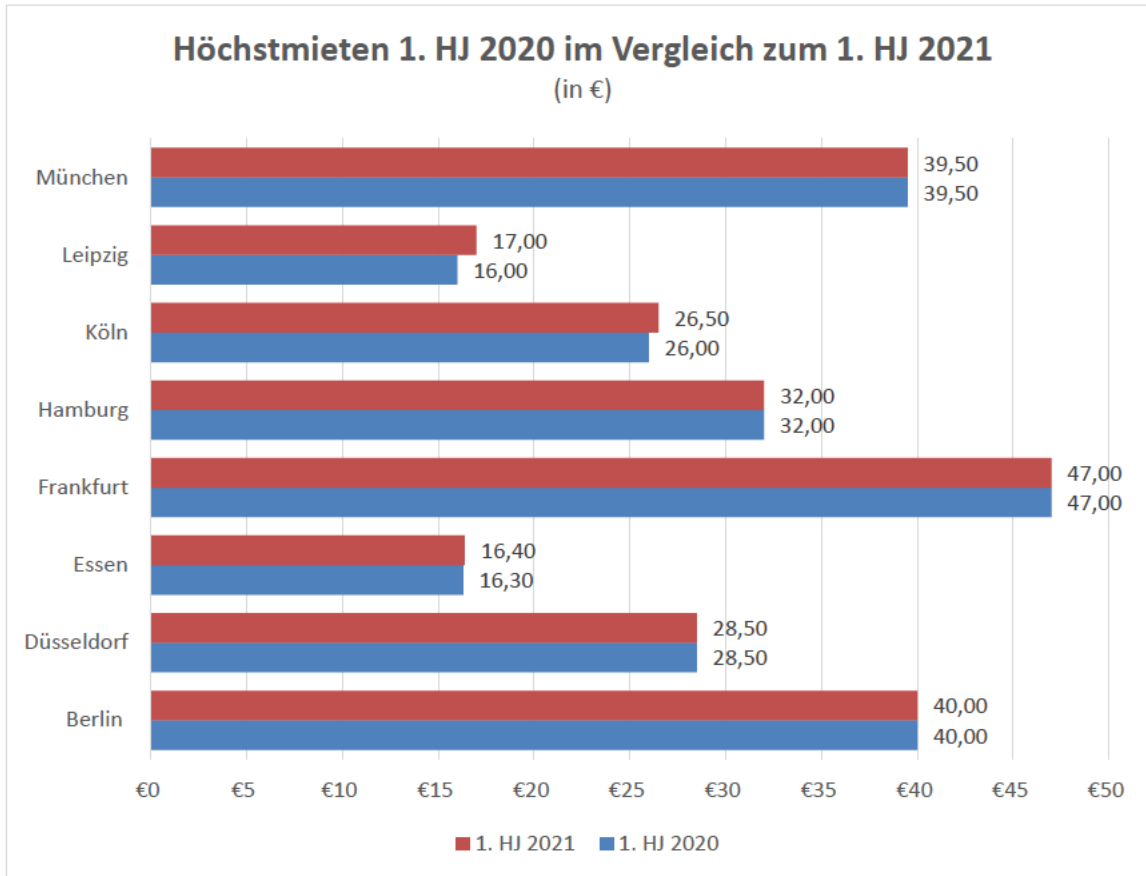


Abbildung 13: Höchstmieten 1. HJ 2020 im Vergleich zum 1. HJ 2021³⁹

Diese Entwicklung ist dahingehend interessant, dass trotz der Wirtschaftskrise und einem erhöhten Leerstandsaufkommen die Höchstmieten in den verschiedenen Städten gleichbleiben, bzw. teilweise sogar steigen.

Dies könnte zum einen daran liegen, dass in vielen Großstädten wie zum Beispiel Berlin, vor der Krise eine angespannte Situation am Büroimmobilienmarkt vorherrschte. Für viele Unternehmen war es eine Herausforderung, in Städten wie Berlin passende Büroflächen zu finden. Viele Vertragsabschlüsse waren daher auf Projektentwicklungen zurückzuführen, die erst erbaut werden müssen.⁴⁰ Hier kam es in der Corona-Pandemie ebenfalls zu Verzögerungen, so dass das Angebot weiterhin knapp sein sollte.

Weiterhin ist zu sagen, dass in den vorherigen Punkten zwar klare Auswirkungen erkennbar waren, dennoch halten sich die Auswirkungen in Grenzen bzw. treten erst zeitverzögert ein. Zum Beispiel in Berlin ist die Leerstandsquote zwar gestiegen – mit 1,5% zum

³⁹ BNP Paribas Real Estate 2021b.

⁴⁰ Vgl. DZ HYP AG 2020, S. 33.

Ende des 3. Quartals 2020 bewegt sie sich aber weiterhin auf einem sehr niedrigen Niveau.⁴¹

3.2 Einzelhandelsimmobilien

Der Einzelhandel befindet sich bereits seit Jahren in einer schwierigen Situation. Der Onlinehandel gewinnt immer mehr an Bedeutung.⁴² Dementsprechend kaufen weniger Menschen in den Innenstädten und auch in der weiteren Umgebung liegenden Ladengeschäften ein.

Die einfachen Bestellmöglichkeiten und der schnelle Postweg macht den Onlinehandel zu einer attraktiven Alternative. Zudem spart der Onlinehandel im Gegensatz zum Einzelhandel viele Kosten.⁴³ Damit können Produkte oftmals günstiger angeboten werden. So läuft der Onlinehandel dem Einzelhandel immer mehr den Rang ab. Diese Belastung ist bereits eine seit längerem anhaltende Entwicklung.

Hinzu kommen nun die Auswirkungen der Corona-Pandemie. In den Lockdowns war der Einzelhandel stark betroffen. Bis auf Lebensmittelgeschäfte und Geschäfte des täglichen Bedarfs mussten alle Ladengeschäfte schließen. Zudem hat die Verunsicherung der Bevölkerung dafür gesorgt, dass Menschen sich weniger in Innenstädten aufhielten und Menschenmassen mieden. Diese Entwicklung wird durch die folgende Abbildung verdeutlicht. Sie zeigt die Besucherfrequenz im deutschen Einzelhandel von der Kalenderwoche 4 im Jahr 2021 bis zur Kalenderwoche 37 im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr.

⁴¹ Vgl. DZ HYP AG 2020, S. 38.

⁴² Vgl. Henning Eberhardt 2021.

⁴³ Vgl. Florian Kolf 2021.

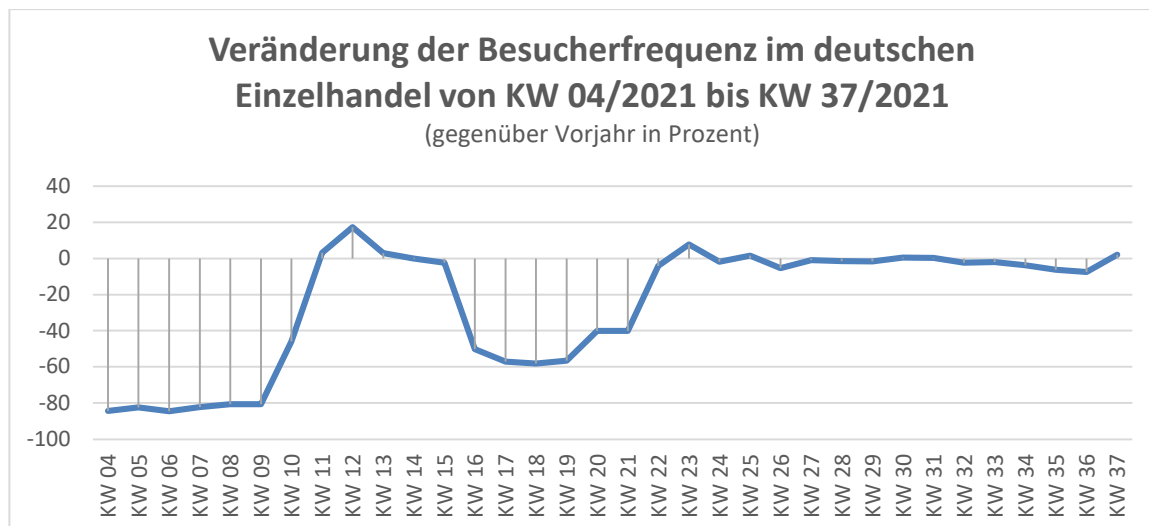


Abbildung 14: Veränderung der Besucherfrequenz im deutschen Einzelhandel von KW 04/2021 bis KW 37/2021⁴⁴

In Abbildung 14 ist ersichtlich, dass die Besucherzahlen im deutschen Einzelhandel stark eingebrochen sind. Die Auswirkungen auf den Einzelhandel sind groß. So zeigt die nachfolgende Umfrage, dass viele Leute davon ausgehen, dass ein Teil des Einzelhandels diese Krise nicht überleben wird.

⁴⁴ Statista GmbH 2021o.

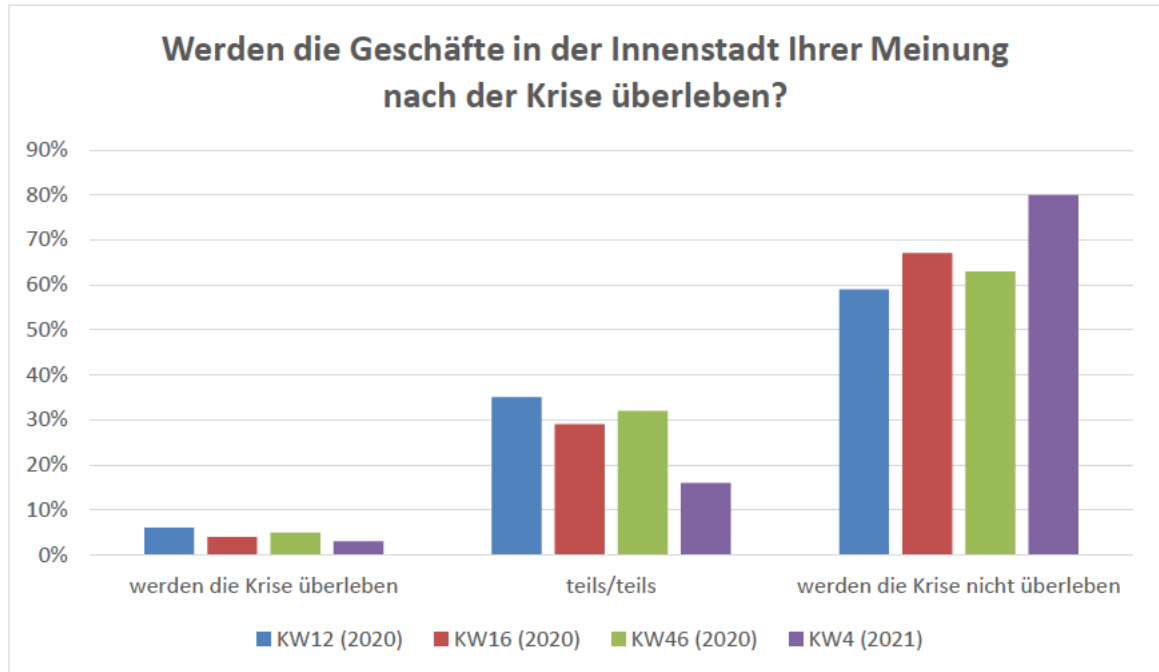


Abbildung 15: Umfrage: Werden die Geschäfte in der Innenstadt Ihrer Meinung nach der Krise überleben?⁴⁵

Abbildung 15 zeigt deutlich die Skepsis der Konsumenten. Deutlich wird dabei, dass je länger die Pandemie geht, umso bedrohlicher wird die Situation für den Einzelhandel.

Die größte Auswirkung auf den Einzelhandel haben die Lockdowns, in denen der Einzelhandel komplett geschlossen ist. Wird nun die Abbildung 14 mit der Abbildung 13 verglichen wird dies deutlich. In der Kalenderwoche 4 im Jahr 2021 glauben 80% der Befragten, dass die Geschäfte der Innenstadt die Krise nicht überleben werden. Zu dieser Zeit erkennt man in Abbildung 13 auch, dass die Besucherströme in der Innenstadt um -84% im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen sind. Das spricht für einen Lockdown zu dieser Zeit bzw. steht mit diesem im direkten Zusammenhang. Die genauen Folgen dieser Corona-Schutzmaßnahmen auf die Einzelhandelsimmobilien werden nun auf den nachfolgenden Seiten analysiert.

So ist eine Auswirkung der Corona-Pandemie, die zwar nicht direkt Einfluss auf die Immobilienentwicklung hat, der zunehmende Onlinehandel. Bereits vor der Corona-Pandemie hatte der stationäre Einzelhandel mit der Digitalisierung und dem zunehmenden Anteil im Internethandel zu kämpfen. Diese Entwicklung hat sich mit der Pandemie beschleunigt. In

⁴⁵ Statista GmbH 2021e.

einer Umfrage, veröffentlicht durch die Preissuchmaschine idealo, geben 38% der Befragten an, dass Sie seit Corona mehr Produkte online kaufen.⁴⁶

Auch bei der Betrachtung des Einzelhandelsmarkt wird im ersten Schritt der Flächenumsatz in Innenstadtlagen analysiert (siehe Abbildung 16).

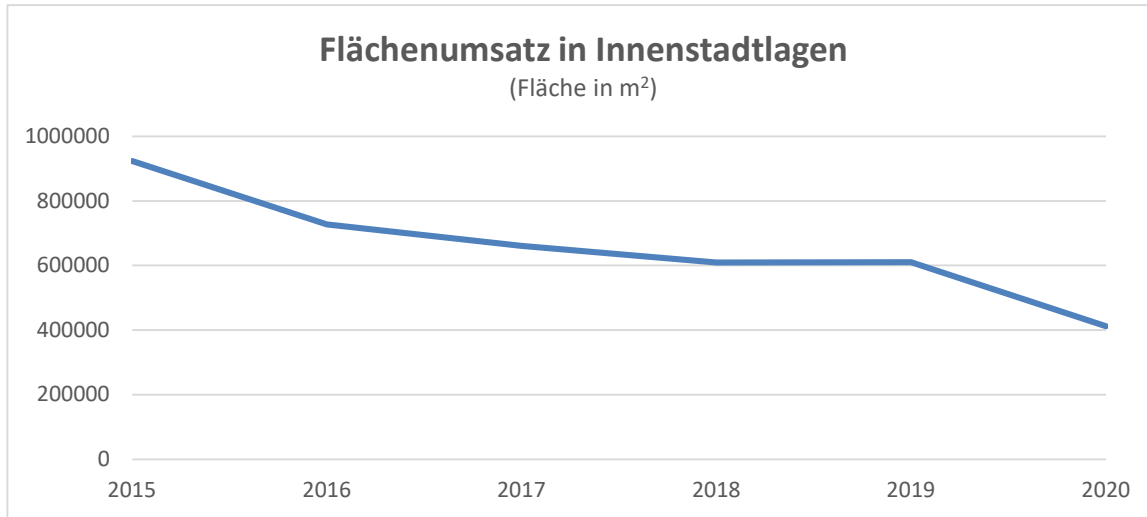


Abbildung 16: Flächenumsatz in Innenstadtlagen⁴⁷

Hier zeigt sich eine insgesamt seit 2015 negative Entwicklung, die durch die Corona-Pandemie beschleunigt wurde. Der Flächenumsatz geht kontinuierlich zurück. Gleichzeitig erkennt man aber in Jahr 2020 einen stärkeren Abfall als über die vorherigen Jahre. Dasselbe Bild spiegelt sich auch in der Anzahl der Vermietungen und Eröffnungen von neuen Einzelhandelsgeschäften wider. In der folgenden Abbildung 17 werden diesbezüglich die Vermietungen und Neueröffnungen jeweils des 1. Halbjahres des jeweiligen Jahres dargestellt. Dies dient dazu, dass die Daten aus dem 1. Halbjahr 2021 bereits eingearbeitet und verwertbar gemacht werden können.

⁴⁶ Vgl. idealo 2021.

⁴⁷ BNP Paribas Real Estate 2021d.

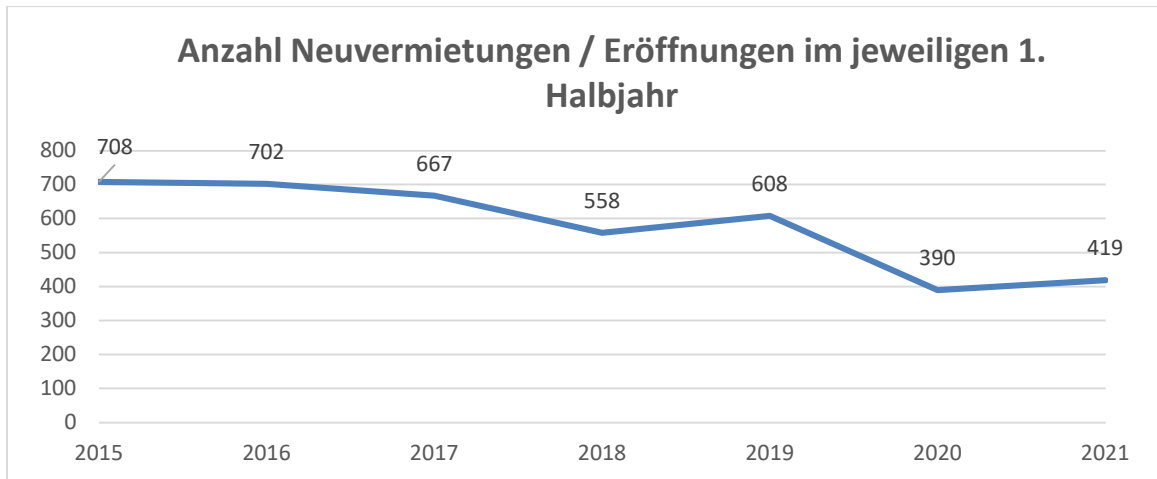


Abbildung 17: Anzahl Neuvermietungen / Eröffnungen im jeweiligen 1. Halbjahr⁴⁸

Die Zahlen hier wurden hierfür von der BNP Paribas Real Estate (2021d) als Aussage für den Gesamtmarkt gewählt. Unabhängig von der Corona-Pandemie lässt sich durchaus ein Zusammenhang mit dem stark wachsenden Onlinehandel und dem Rückgang der Einzelhandelsimmobilien erkennen. Der weitere stärkere Abfall der Trendlinie zeigt aber auch die deutliche Mehrbelastung durch die Corona-Pandemie.

Und dies spiegelt sich auch in anderen Kennzahlen wider. Durch die gesunkene Nachfrage und somit erhöhtem Angebot von Einzelhandelsimmobilien sinkt auch der Mietindex für deutsche Einzelhandelsimmobilien (siehe Abbildung 18).

⁴⁸ BNP Paribas Real Estate 2021d.

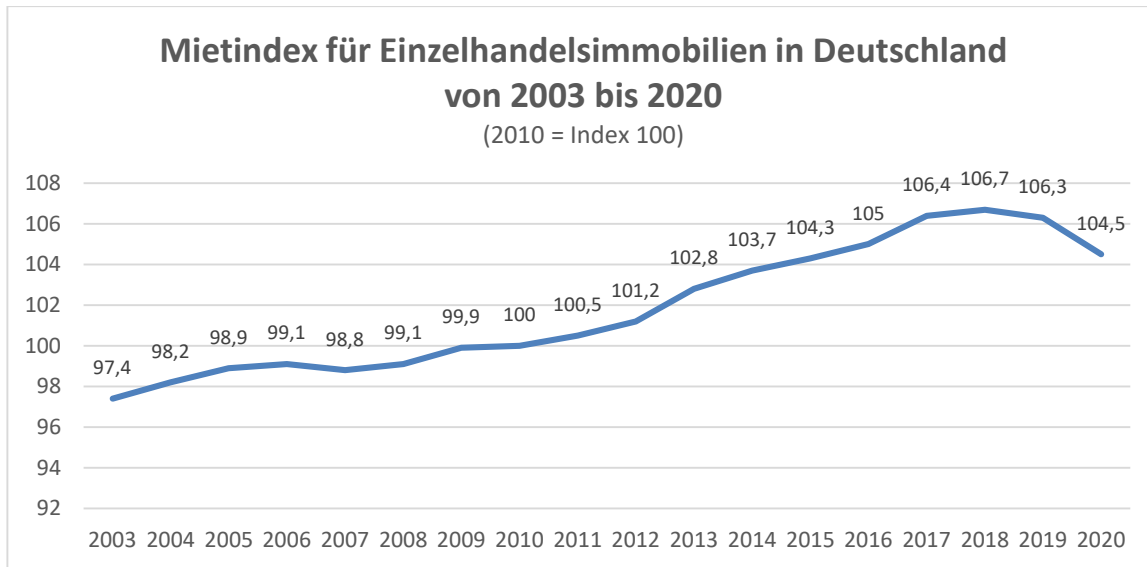


Abbildung 18: Mietindex für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland von 2003 bis 2020⁴⁹

Der Rückgang des Mietindex von 2019 zu 2020 um 1,7% ist deutlich zu erkennen. Um dies einzuordnen: Nicht einmal in der Weltfinanzkrise von 2008 hatte der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt einen Rückgang zu verzeichnen. Das spricht für die Stabilität des Marktes und gleichzeitig für die Besonderheit der Corona-Pandemie.

Auswirkungen hat die Mietpreisentwicklung auch auf die Kaufpreise. Der Immobilienmarkt ist in der Regel eher fremdfinanziert. Die Renditen sollten also ein Niveau haben, dass im besten Fall der Kredit mit den Mieteinnahmen getilgt werden kann. Dementsprechend haben schlechtere Renditen, aufgrund weniger Miete, Auswirkungen auf den Kaufpreis.

⁴⁹ Statista GmbH 2021k.

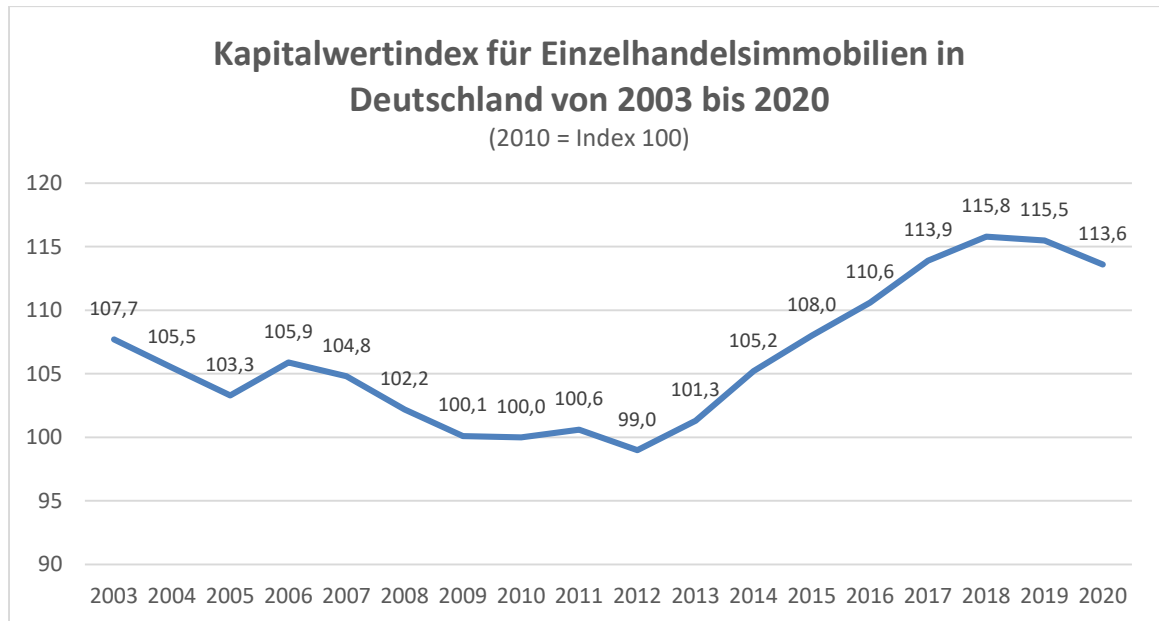


Abbildung 19: Kapitalwertindex für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland von 2003 bis 2020⁵⁰

In der Darstellung des Kapitalwertindex (siehe Abbildung 19) wirkt sich die Wirtschafts- und Finanzkrise von 2008 deutlicher auf den Kaufpreis aus. Gleichzeitig ist zu beachten, dass der Werteverfall hier über einen langen Zeitraum ging. Demnach kann nur die Zukunft zeigen, wie die Entwicklung in der Corona-Pandemie weiter voranschreitet. Allerdings ist auch hier bereits ein Abfall zu erkennen, der den Kapitalwertindex etwa auf das Niveau des Jahres 2017 sinken lässt.

Gegenteilig hat sich aber das Transaktionsvolumen im Bereich der Einzelhandelsimmobilien (siehe Abbildung 20) entwickelt. Hier ist im Jahr 2020 sogar ein Wachstum zu erkennen.

⁵⁰ Statista GmbH 2021i.

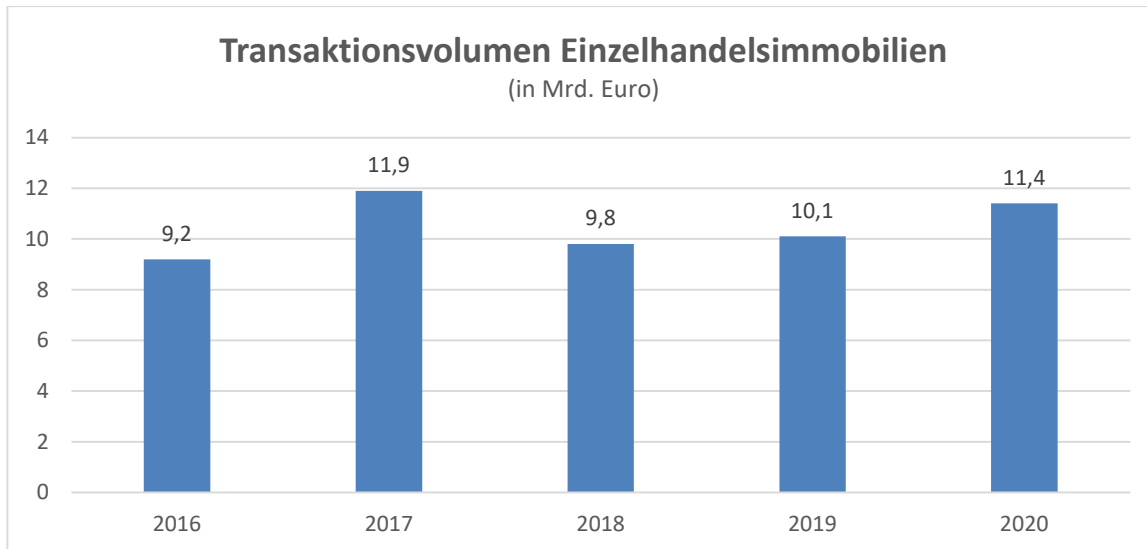


Abbildung 20: Transaktionsvolumen Einzelhandelsimmobilien⁵¹

Genau steigt das Transaktionsvolumen von 2019 bis 2020 um rund 12,9%. Dieses Wachstum wird im Wesentlichen von den Lebensmittelfachmärkten getrieben, die in der Pandemie Hochkonjunktur hatten.⁵² Dies verfälscht indes die allgemeine Situation auf dem Einzelhandelsimmobilienmarkt etwas, da es viele Immobilien gibt, die aufgrund der Pandemie Schwierigkeiten haben.

3.3 Logistikimmobilien

Im nächsten Schritt werden die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Logistikimmobilienmarkt untersucht. Aus jeder Krise gehen auch Gewinner hervor. So könnte dies für die Logistikimmobilien zutreffen.

Bereits angesprochen wurde die allgemeine Verlagerung des Einzelhandels in Richtung E-Commerce. Da dieser Trend durch die Corona-Pandemie verstärkt wurde hat dies positive Auswirkungen auf den Logistikimmobilienmarkt. Denn der Onlinehandel benötigt große Lagerflächen mit logistisch gut gelegenen Verkehrsanbindungen. Da in der Pandemie viele neue Onlineshops dazu kamen und im Allgemeinen mehr verkauft wurde, stieg auch die Nachfrage nach genau solchen Flächen.

⁵¹ Colliers International 2021.

⁵² Vgl. Colliers International 2021, S. 3.

Dies wird bestätigt durch die folgende Abbildung 21 zum Lager- und Logistikflächenumsatz in Deutschland. Die Jahre wurden jeweils in die 1. und 2. Jahreshälfte untergliedert, um die Zahlen aus dem 1. Halbjahr 2021 ebenfalls verwertbar zu machen.

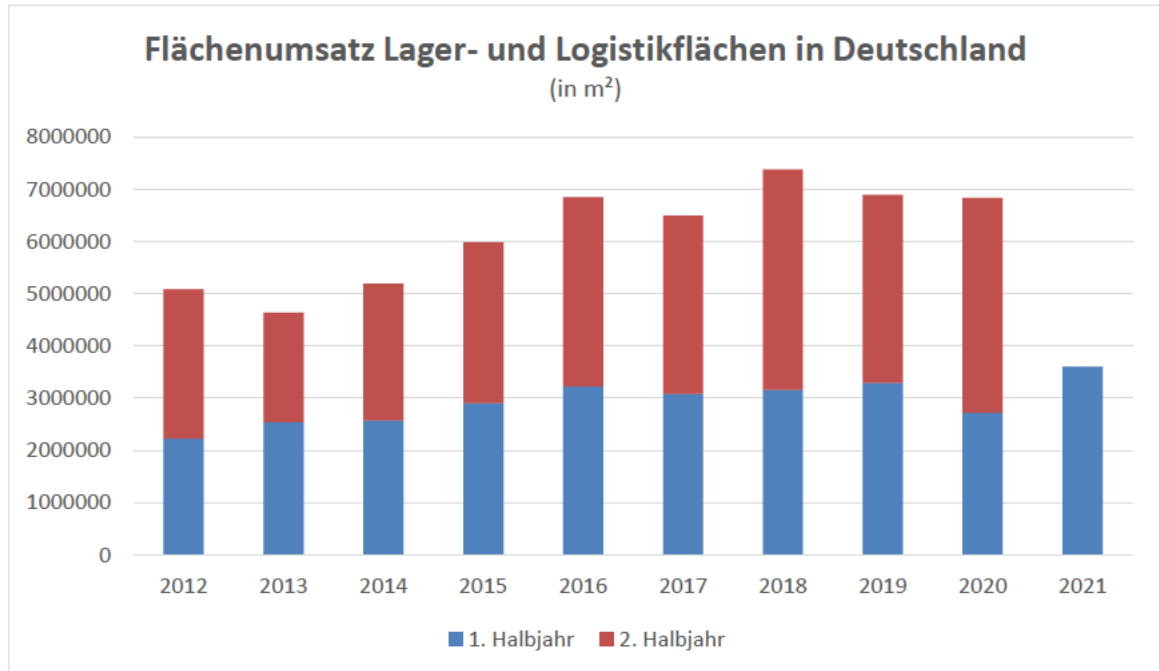


Abbildung 21: Flächenumsatz Lager- und Logistikflächen in Deutschland⁵³

Es zeigt sich ein langfristiges Wachstum in den Jahren 2012 bis 2020. Das erste Corona Jahr 2020 kann sich auf dem Niveau des Vorjahres halten. Man erkennt, dass das erste Halbjahr 2020 deutlich schwächer als das erste Halbjahr 2019 war. Dies lag wohl an der für den Markt ‚neuen‘ Situation der Pandemie, bei der die Unsicherheit der Marktteilnehmer das Bild bestimmt. Mit dem Aufwind im Onlinehandel konnte das zweite Halbjahr diesen Rückgang aber wieder aufholen. Gleichzeitig ist ersichtlich, dass das erste Halbjahr 2021 ggü. 2020 einen deutlichen Sprung nach oben macht. Es ist also davon auszugehen, dass der Flächenumsatz bei Logistik- und Lagerflächen im Gesamtjahr 2021 steigt.

Ergänzend zum Flächenumsatz sollte auch das in Verbindung stehende Transaktionsvolumen für Logistikimmobilien in Deutschland betrachtet werden.

⁵³ BNP Paribas Real Estate 2021g.

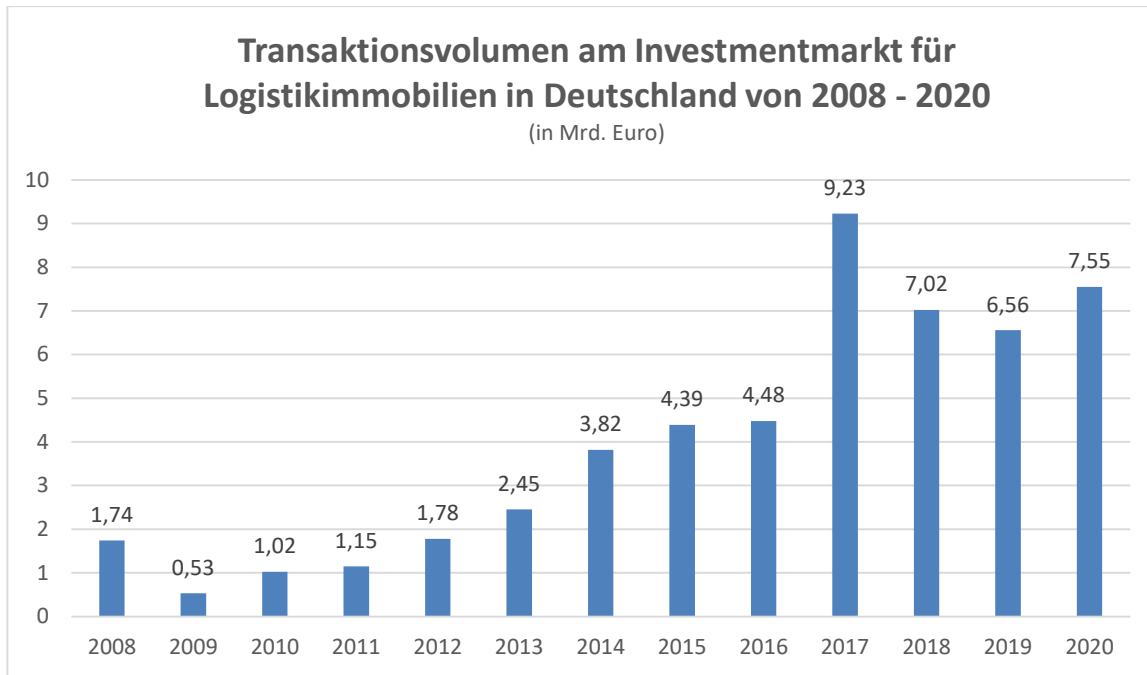


Abbildung 22: Transaktionsvolumen am Investmentmarkt⁵⁴ für Logistikimmobilien in Deutschland von 2008 - 2020⁵⁵

Der in Abbildung 22 zu sehende Rückgang im Jahr 2008 zu 2009 ist auf die Weltfinanzkrise zurückzuführen. Ansonsten kann man ein fast stetiges Wachstum erkennen. Interessant ist nun, dass das Transaktionsvolumen im Allgemeinen stärker wächst als der Flächenumsatz in Abbildung 21.

Dies lässt darauf schließen, dass die Nachfrage höher ist als das Angebot. Immobilien haben durch ihre Bauzeit die Eigenschaft, dass das Angebot der Nachfrage hinterherhinkt. Dementsprechend scheinen die Preise bereits in den Jahren vor der Corona-Pandemie gestiegen zu sein, weil das Angebot an Logistikflächen zu gering ist. Es ist also davon auszugehen, dass das Nachfragehoch im Jahr 2021 zu einer weiteren Verknappung und Preissteigerung führen wird.

Dies wird auch bei der Betrachtung der jeweils 1. Halbjahre von 2020 und 2021 deutlich. Für die Auswertung wurden in Abbildung 23 fünf deutsche, im Land verteilte, Großstädte ausgewertet.

⁵⁴ Hierunter zählen die Institutionellen, also professionellen Teilnehmer am Immobilienmarkt

⁵⁵ Statista GmbH 2021m.

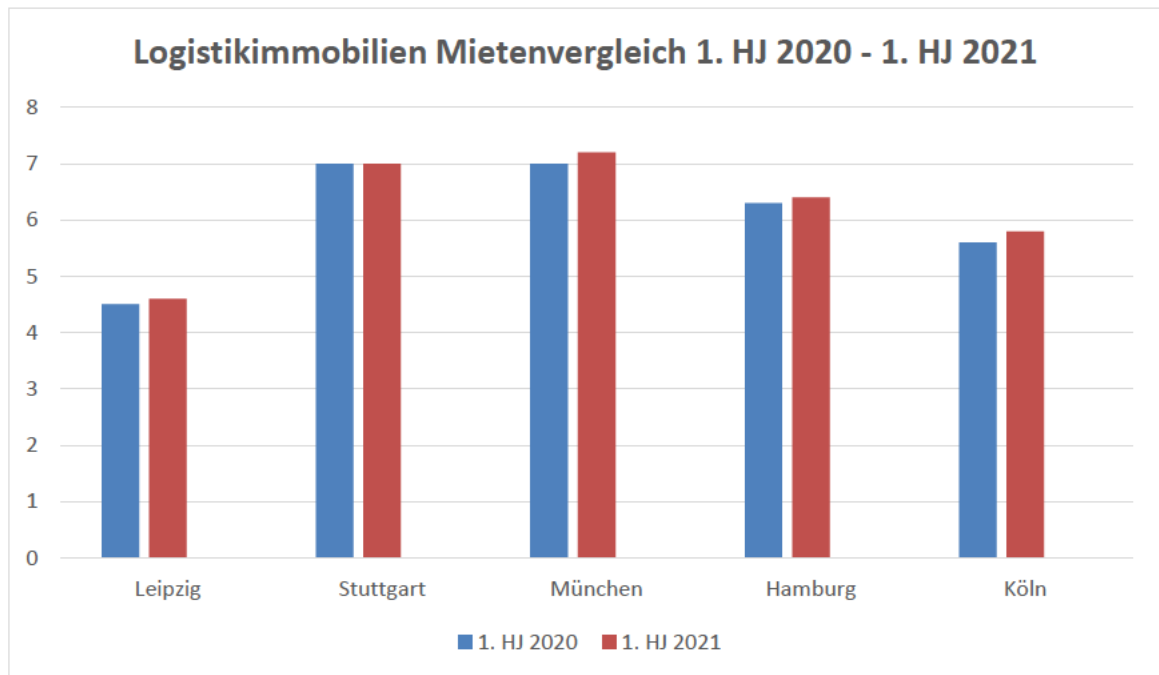


Abbildung 23: Logistikimmobilien Mietenvergleich 1. HJ 2020 - 1. HJ 2021^{56 57 58 59 60}

Mit Ausnahme der Stadt Stuttgart ist zu erkennen, dass überall die Mietpreise gestiegen sind. In Stuttgart blieben sie unverändert.

Auch wenn die Mieten steigen, so steigen die Kaufpreise deutlicher. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Spitzenrenditen der Logistikimmobilien wider, was wiederum für eine hohe Nachfrage spricht. Denn je höher die Nachfrage, umso höher wird der Kaufpreis. Die Mieten ziehen meist in den Folgejahren nach. Gleichzeitig sind Immobilien aufgrund der derzeitigen Finanzpolitik in Europa⁶¹, neben Anlageklassen wie Aktien, alternativlos, so dass die Mieten nicht immer auf das Vorniveau mitziehen.

⁵⁶ BNP Paribas Real Estate 2021h.

⁵⁷ BNP Paribas Real Estate 2021a.

⁵⁸ BNP Paribas Real Estate 2021e.

⁵⁹ BNP Paribas Real Estate 2021f.

⁶⁰ BNP Paribas Real Estate 2021i.

⁶¹ Wird in dieser Arbeit nicht näher beleuchtet.

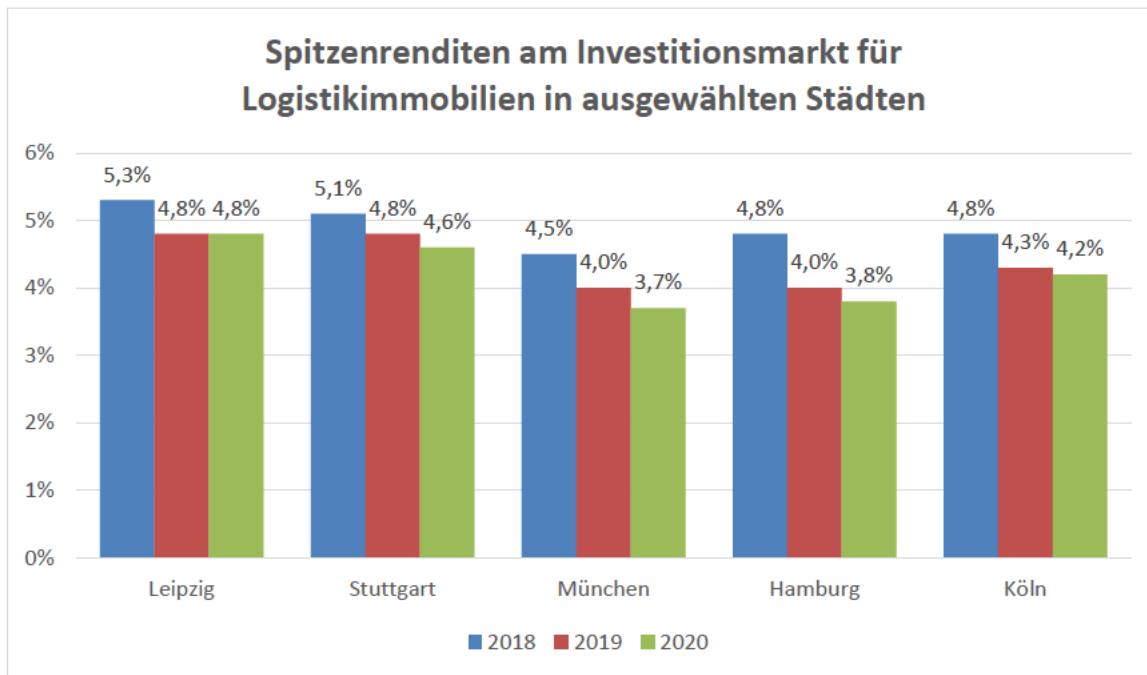


Abbildung 24: Spitzenrenditen am Investitionsmarkt für Logistikimmobilien in ausgewählten Städten⁶²

Wenn die Renditen allerdings Jahr für Jahr sinken (siehe Abbildung 24), so steigen die Kaufpreise schneller als die Mieten. Man kann als Abschluss für diese Teil-Analyse also sagen, dass die Corona-Pandemie durchaus Auswirkungen auf die Logistikimmobilien in Deutschland hat. Allerdings sind die Auswirkungen im Gegensatz zu den Analysen der anderen Marktparten positiv.

3.4 Hotelimmobilien

Hotels hatten zusammen mit der Gastronomie die weitreichendsten Einschnitte in der Corona-Pandemie. Neben einer monatelangen Schließung für den touristischen Betrieb waren auch geschäftliche Reisen nur erschwert möglich. Zudem haben Digitalisierungstrends wie zum Beispiel der Anbieter ‚Zoom‘ mit seinen Onlinemeetings dafür gesorgt, dass ein Großteil der Geschäftsreisen obsolet wurde.

Dies traf die bis dato eher erfolgreiche Wachstumsbranche hart. Gerade in den letzten Jahren wurden aufgrund des starken Nachfragewachstum viel in neue Anlagen investiert.

⁶² Statista GmbH 2021.

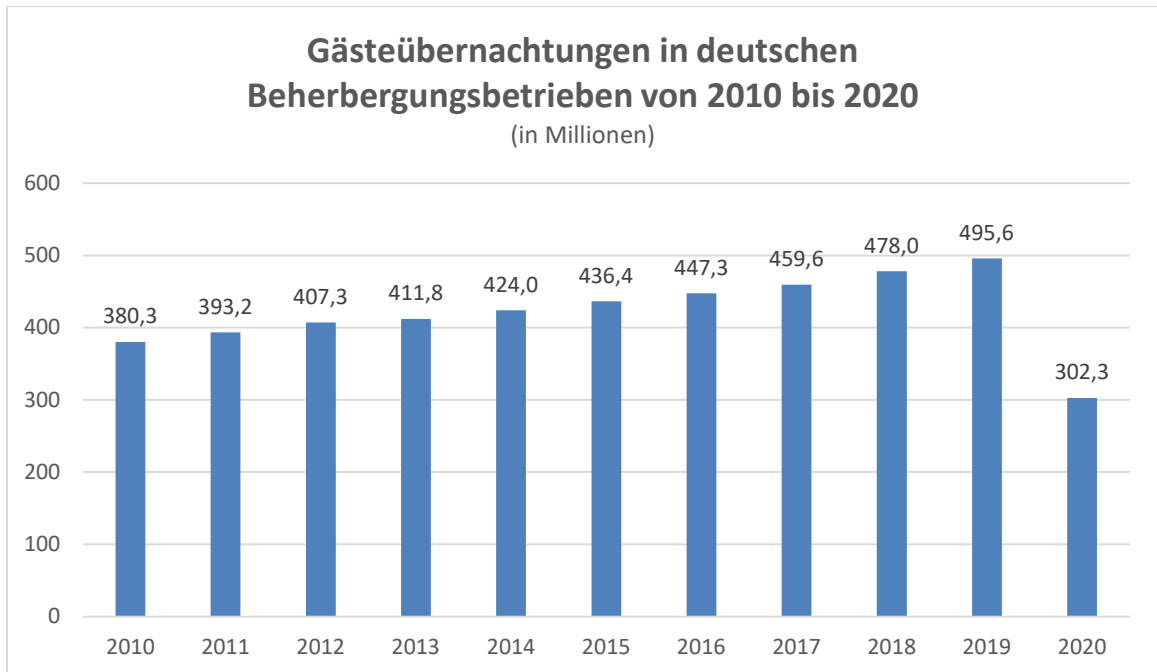


Abbildung 25: Gästeübernachtungen in deutschen Beherbergungsbetrieben von 2010 bis 2020⁶³

Die Abbildung 25 zeigt deutlich, wie verheerend der Einbruch der Gästeübernachtungen ist. Von 2019 zu 2020 ist ein Rückgang um -39% zu verzeichnen.

Dies spiegelt sich auch bei der Entwicklung des Transaktionsvolumens am deutschen Hotelinvestmentmarktes wider. Durch die große Unsicherheit, aufgrund von vielen leerstehenden Betten, haben sich die Aussichten auf dem Hotelinvestmentmarkt deutlich eingetrübt. Es ist davon auszugehen, dass viele Geschäftsreisen durch Onlinemeetings ersetzt werden. Dementsprechend schlecht fällt das Transaktionsvolumen von Hotelimmobilien in Deutschland aus.

⁶³ Statista GmbH 2021g.

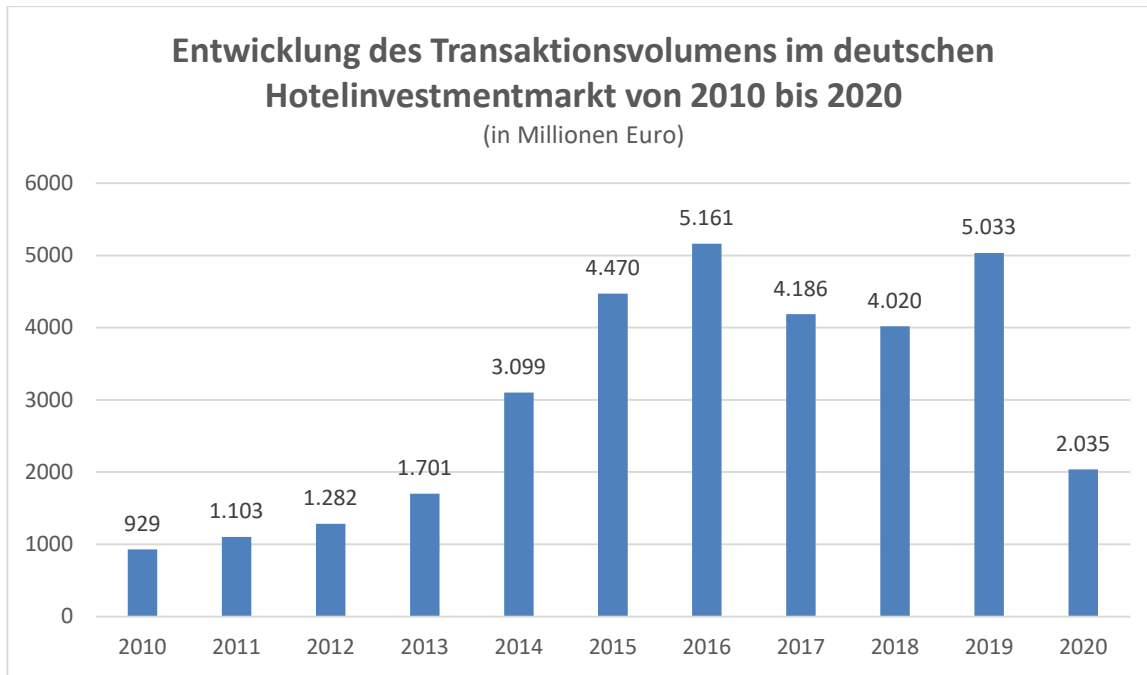


Abbildung 26: Entwicklung des Transaktionsvolumens im deutschen Hotelinvestmentmarkt von 2010 bis 2020⁶⁴

Die Abbildung 26 zeigt einen deutlichen Rückgang. Von 2019 auf 2020 geht das Transaktionsvolumen um rund -59,6% zurück. Das ist als starker Rückgang zu deuten und zeigt die Unsicherheit am Hotelimmobilienmarkt.

In Österreich wurde diese Unsicherheit näher untersucht und eine Umfrage zur Kaufpreisentwicklung durchgeführt (siehe Abbildung 27). Da Österreich ein direktes Nachbarland von Deutschland ist, kann diese Umfrage in gewissem Maße auch für Deutschland richtungsweisend sein. Zusätzlich dazu waren die Strategien während der Pandemie in beiden Ländern ähnlich.

⁶⁴ Statista GmbH 2021f.

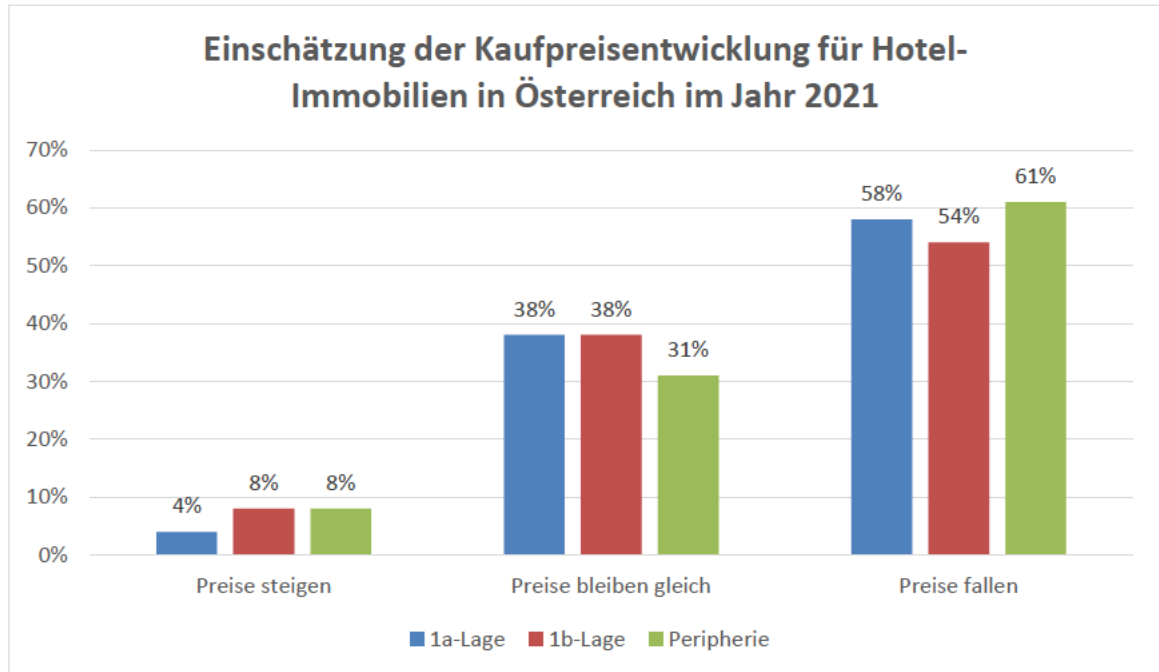


Abbildung 27: Einschätzung der Kaufpreisentwicklung für Hotel-Immobilien in Österreich im Jahr 2021⁶⁵

Unabhängig von der Lage sind über 50% der Befragten der Meinung, dass die Hotelimmobilienpreise in Österreich sinken werden. Dies zeigt das geringe Vertrauen in den Hotelimmobilienmarkt.

Eine Betrachtung der durchschnittlichen Mietpreise oder auch Mietrenditen fällt aufgrund der diesbezüglich schlechten Datenlagen auf dem Hotelimmobilienmarkt schwierig. Hintergrund ist, dass bei Hotels oft keine normalen Mietverträge geschlossen werden. Vielmehr liegt der Fokus auf Betreiberverträgen. Diese senken das Risiko der Hotelketten, da sie keine eigenen Immobilien mehr erwerben müssen. Einen kurzen Überblick über die üblichen Vertragsarten zeigt die folgende Tabelle 1.⁶⁶

⁶⁵ Statista GmbH 2021p.

⁶⁶ Vgl. Nicolas Mayer und Sven Schaltegger 2013.

Vertragsart	Beschreibung	Klauseln/ Eckdaten	Vorteile für Investor	Nachteile für Investor
Management	<ul style="list-style-type: none"> - Internationale Hotelkette führt Hotelbetrieb auf Namen des Immobilieneigentümers, sowie dessen Rechnung und Risiko - Immobilieneigentümer erhält das erwirtschaftete Betriebsergebnis und bezahlt dem Betreiber erfolgsabhängige Gebühren 	<ul style="list-style-type: none"> - Umsatzbasierte Entschädigung - Erfolgsabhängige Gewinnbeteiligung - Mögliche Zusatzhonorare 	<ul style="list-style-type: none"> - Zugriff auf professionelles Management und internationalen Markt - Gewinne vollumfänglich an den Eigentümer 	<ul style="list-style-type: none"> - hohes Risiko - hoher Aufwand
Pacht	<ul style="list-style-type: none"> - Dem Pächter (Hotelbetreiber) werden die Räumlichkeiten, teilweise Betriebsmittel zur Verfügung gestellt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fixe oder variable Pacht 	<ul style="list-style-type: none"> - Stabile Erträge - Niedriges Risiko 	<ul style="list-style-type: none"> - wenig Einflussnahme
Franchise	<ul style="list-style-type: none"> - Franchisegeber (Hotelkette) stellt dem Immobilieneigentümer sein Konzept zur Nutzung gegen ein Entgelt zur Verfügung. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jährliche oder monatliche Gebühr für die Nutzung des Konzeptes 	<ul style="list-style-type: none"> - Zugriff auf eine starke Marke - Eigentümer hält operative Kontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> - hohes Risiko für den Eigentümer

Tabelle 1: Vertragsarten Betreiberverträge Hotelimmobilien⁶⁷

⁶⁷ Nicolas Mayer und Sven Schaltegger 2013.

3.5 Zwischenauswertung

In der Zwischenauswertung sollen die Erkenntnisse der verschiedenen Immobilienmärkte nochmal übersichtlich zusammengefasst werden. Dabei wird sehr auf die Vergleichbarkeit geachtet. Dementsprechend werden die Auswirkungen der Corona-Pandemie an dem Transaktionsvolumen auf dem jeweiligen Markt verglichen. Hierzu wird in Tabelle 2 jeweils der Zuwachs oder Rückgang von 2019 auf 2020 betrachtet. Dies soll aufzeigen, welche Märkte besonders hart getroffen wurden. In der Spalte der Bewertung wird eine grobe Einschätzung abgegeben, inwieweit der Immobilienteilmarkt in der Corona-Pandemie gelitten oder hinzugewonnen hat. Diese zusammenfassende Bewertung reicht von --- (sehr schlecht) über neutral, zu +++ (sehr gut).

Immobilienteilmarkt	Transaktionsvolumen	Bewertung
Büroimmobilien	-32%	--
Einzelhandelsimmobilien	+13%	neutral
Logistikimmobilien	+15%	+++
Hotelimmobilien	-60%	---

Tabelle 2: Zwischenauswertung der Immobilienteilmärkte⁶⁸

Das Transaktionsvolumen wurde hier herangezogen, da es sich auf den Preis beziehungsweise die Nachfrage nach dem jeweiligen Immobilienteilmarkt bezieht. Die Preise werden durch Angebot und Nachfrage bestimmt. Dementsprechend zeigt diese, stellvertretend für die weiteren betrachteten Kennzahlen, die Entwicklungen auf dem jeweiligen Markt sehr gut.

Die größten Verlierer der Corona-Pandemie sind klar die Büro- und insbesondere die Hotelimmobilien. Die Einzelhandelsimmobilien wurden als ‚neutral‘ gekennzeichnet. Dies hat den Hintergrund, dass es in diesem Bereich sowohl Verlierer als auch Gewinner gab. So hat der Einzelhandel in Form von Ladengeschäften einen großen Verlust erleiden müssen. Demgegenüber waren Lebensmittelgeschäfte bisher die Gewinner der Pandemie. Insgesamt konnte auf dem Teilmarkt aber ein stattlicher Zuwachs verzeichnet werden. Der klare Profiteur sind die Logistikimmobilien. Durch den starken Zuwachs im

⁶⁸ Eigene Darstellung

Onlinehandel, sowie dem Lebensmittelmarkt mussten Lager- und Logistikkapazitäten aufgebaut werden. Man kann zusammenfassend sagen, dass es während der Corona-Pandemie, Gewinner aber auch Verlierer auf dem Gewerbeimmobilienmarkt gibt. Die nächsten Kapitel sollen zeigen, ob dies nachhaltige Auswirkungen auf den Gewerbeimmobilienmarkt haben, wird.

4 Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungen auf dem Gewerbeimmobilienmarkt

Die Corona-Pandemie hatte, wie in Kapitel 3 dargelegt, teils große Auswirkungen auf den Gewerbeimmobilienmarkt in Deutschland. Jeder Markt hat anders reagiert und so gab es Gewinner und Verlierer. Möglicherweise sorgt die Pandemie unter Umständen sogar dafür, dass sich gewisse Trends auf lange Sicht durchsetzen. Dies kann dann positive oder negative Langzeitauswirkungen auf den jeweiligen Immobilienmarkt haben. Daher soll in diesem Kapitel erörtert werden, welche Trends eine kurzzeitige Erscheinung oder auch eine nachhaltige Veränderung auf dem Gewerbeimmobilienmarkt darstellen werden.

Ausgewertet werden in die Zukunft gerichtete Sekundärdaten wie zum Beispiel Umfragen oder Studienergebnisse zu den jeweiligen Trends. Das Ergebnis soll die Erkenntnis sein, ob die neu entstandenen oder durch die Pandemie verstärkten Trends eine nachhaltige Veränderung auf dem Gewerbeimmobilienmarkt sind. Dementsprechend soll das Untersuchungsergebnis auch gleichzeitig zur Antwort auf die zweite Forschungsfrage beitragen:

2. Forschungsfrage: „Hat die Corona-Pandemie einen nachhaltigen Einfluss auf den deutschen Gewerbeimmobilienmarkt?“

Ein weiteres Ergebnis soll eine Matrix sein, welche die Zusammenhänge der Trends auf die verschiedenen Gewerbeimmobilienmärkte zeigt. Denn viele Trends haben ihre größte Auswirkung auf nur einen jeweiligen Teilmarkt der Gewerbeimmobilien. Wenn man dies aber genauer betrachtet, findet man oft eine ausstrahlende (Wechsel-)Wirkung, die auch die anderen Teilmärkte beeinflusst. So entstehen Wechselwirkungen zwischen den Märkten und zeigt auf, welche Teilmärkte in der Zukunft besonders interessant sind.

4.1 Trendmatrix

Die nachfolgende Trendmatrix (Tabelle 4) soll zeigen, welche Trends auf welchen Teilmärkten des Gewerbeimmobilienmarktes wirken. Dabei führt die folgende Tabelle 4 die aus der vorhergehenden Literaturanalyse vermuteten Einflüsse der identifizierten Trends auf die Immobilienteilmärkte auf.

Einige Trends haben keine offensichtlichen Auswirkungen auf verschiedene Teilmärkte. Analysiert man dies genauer, erkennt man dennoch eine Wechselwirkung. Innerhalb der Tabelle werden die Trends vorerst nur erwähnt. Eine genaue Erläuterung findet sich dann in den einzelnen Kapiteln zu den Teilmärkten. Allerdings wird innerhalb der Trendmatrix eine stufenweise qualitative Bewertung der Trendauswirkungen vorgenommen. Die Bewertung wird auf Basis folgender Bewertungsskala (siehe Tabelle 3) durchgeführt.

Stark negativer Einfluss	Negativer Einfluss	Schwacher negativer Einfluss	Neutral	Schwach positiver Einfluss	Positiver Einfluss	Stark positiver Einfluss
-3	-2	-1	0	1	2	3

Tabelle 3: Bewertungsskala⁶⁹

Die Auswertung findet sich dann in der letzten Spalte der Trendmatrix. Hierfür wurden die Ergebnisse der einzelnen Trends addiert. Dies soll einen ersten Überblick geben, ob die Auswirkungen auf den jeweiligen Gewerbeimmobilienteilmarkt positiv oder negativ sind. Vor allem soll auch vorab schon die Stärke der Auswirkungen gezeigt werden. Die Bewertungsergebnisse reichen dabei in der Summe von der negativsten Möglichkeit mit -21 bis zum Positivsten mit +21 Punkten. Eine neutrale Bewertung bedeutet hingegen, dass keine auf Basis der angeführten Sekundärdaten und Statistiken messbaren/identifizierbaren Auswirkungen bestehen.

⁶⁹ Eigene Darstellung

		Teilmärkte des Gewerbeimmobilienmarktes			
		Büroimmobilien	Einzelhandelsimmobilien	Logistikimmobilien	Hotelimmobilien
Trends	Homeoffice	starker negativer Einfluss (-3)	negativer Einfluss (-2)	positiver Einfluss (+2)	negativer Einfluss (-2)
	Onlinehandel-Boom	Neutral (0)	starker negativer Einfluss (-3)	positiver Einfluss (+2)	Neutral (0)
	Innenstadt sterben	schwacher negativer Einfluss (-1)	starker negativer Einfluss (-3)	starker positiver Einfluss (+3)	schwacher negativer Einfluss (-1)
	Digitalisierung	starker negativer Einfluss (-3)	Neutral (0)	positiver Einfluss (+2)	starker negativer Einfluss (-3)
	Nachhaltiges Leben	Neutral (0)	schwacher negativer Einfluss (-1)	Neutral (0)	schwacher negativer Einfluss (-1)
	Globalisierungsrückgang	schwacher negativer Einfluss (-1)	Neutral (0)	positiver Einfluss (+2)	negativer Einfluss (-2)
	Social-Distancing auch nach der Pandemie	schwacher negativer Einfluss (-1)	schwacher negativer Einfluss (-1)	positiver Einfluss (+2)	schwacher negativer Einfluss (-1)
Bewertungsergebnis	-9	-10	+13	-10	

Tabelle 4: Trendmatrix: Vermutete Einflüsse der Trends auf Immobilienmärkte⁷⁰

⁷⁰ Eigene Darstellung

4.2 Büroimmobilien

Die Herausforderungen des Büroimmobilienmarktes während der Pandemie wurden im Kapitel 3 ausgewertet. Nun wird analysiert, ob die aus der Pandemie folgenden Trends eine nachhaltige Entwicklung sind. Viele Unternehmen haben während der Corona-Pandemie einen ‚Notfallfahrplan‘ entwickelt. Ziel dieses Plans sollte beispielsweise sein, dass Mitarbeiter möglichst wenig Kontakte untereinander haben. Denn in allen Unternehmen bestand das Risiko einer Infektionswelle und eine damit einhergehende Arbeitsunfähigkeit, sowie negative Medienpräsenz. Ein Beispiel hierfür ist das Unternehmen Tönnies, welches vielen durch die negative Berichterstattung aufgrund von hohen Infektionszahlen bei Mitarbeitern in der Corona-Pandemie, bekannt ist.⁷¹

Maßnahmen zur Eindämmung der Infektionen wurden also von den Unternehmen selbst ergriffen, aber auch teilweise von der Bundesregierung vorgegeben. So wurden beispielsweise Arbeitsabläufe geändert oder gleich auf Homeoffice Lösungen umgestellt.⁷² Genau dieser Trend der Umstellung auf Homeoffice wird nun genauer untersucht.

Für die Beschäftigten hat sich einiges geändert. So fiel im Homeoffice der teils lange Arbeitsweg weg. Dies bedeutete für viele schon mehr Freizeit. Gleichzeitig erscheint die Arbeit deutlich flexibler. Die Arbeitszeit konnte teilweise über den Tag verteilt werden, was sich positiv auf das Familienleben auswirkte. Diese positive Euphorie wurde aber schnell auch von negativen Erfahrungen eingeholt. Oft entsprach die technische Ausstattung nicht der, die im Büro vorzufinden war.⁷³ Denn laut einer Umfrage von Statista gaben 55% der im Homeoffice arbeitenden an, keine vollständige IT-Ausstattung von ihren Arbeitgebern erhalten zu haben.⁷⁴

Zudem haben viele, besonders auch junge Leute keine gute Internetverbindung, geschweige denn einen eigenen Arbeitsbereich in ihrer Wohnung. Auch die sozialen Kontakte, sowie das „Ankommen“ und „Abschalten“ von und auf dem Weg zur Arbeit fehlen.⁷⁵

Der Trend zum Homeoffice geht einher mit dem Trend zur Digitalisierung. So wurden in vielen Unternehmen in kürzester Zeit technische Aufrüstungen vorgenommen, auf die

⁷¹ Vgl. Tagesschau 2020.

⁷² Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 17.

⁷³ Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 17.

⁷⁴ Vgl. Statista GmbH 2020a, S. 31.

⁷⁵ Vgl. Markus Dohm et al. 2021.

vorher verzichtet wurde. Denn alle Prozesse und Abläufe mussten nun auch von zuhause aus erledigt werden können.⁷⁶

Auch die Art und Weise der Kommunikation hat sich stark geändert. Statt persönlichen Treffen haben sich Online-Meetings mit Zoom oder Microsoft Teams durchgesetzt. Diese und weitere Kanäle wie zum Beispiel Kommunikationsmöglichkeiten im Intranet des Unternehmens mussten erst aufgebaut werden. Die digitalen Kommunikationsformen sind vor allem für die Führungskräfte ein Problem. Denn für viele ist das Führen eines Teams in Person leichter als über den Bildschirm. Dementsprechend bedeutet die Kommunikation über die Onlinemedien für die Führungskräfte einen Mehraufwand. Sie müssen deutlich mehr auf ihre Mitarbeiter achten, um niemanden zu verlieren und auch weiterhin einen guten Teamzusammenhalt und gute Arbeitsergebnisse zu erzielen. Denn viele Mitarbeiter haben zwischen den Meetings das Gefühl, im Homeoffice allein zu sein.⁷⁷

Da das Coronavirus aufgrund von Maßnahmen und Jahreszeiten immer wellenartig auftritt gibt es auch Zeiten, in denen die Unternehmen mehr persönliche Treffen zulassen. Man erkennt hier trotzdem, dass viele Mitarbeiter einen Teil weiterhin gern online erledigen. Denn Online-Meetings bieten, wie zuvor erwähnt, mehrere zeitsparende Vorteile. Zum Beispiel entfällt der Anfahrtsweg oder man kann ortsunabhängig arbeiten, was den Mitarbeitern viel Freiheit gibt.⁷⁸

Anhand der Auswertung von Umfragen soll nun analysiert werden, wie nachhaltig diese Entwicklung ist. Wird nach der Pandemie alles wie vorher, oder etablieren sich einige Neuerungen? Hierzu wird die Umfrage des Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik herangezogen. Innerhalb dieser Umfrage wurden, vom 01.04.2020 bis 31.03.2021, 3.093 Antwortbögen ausgewertet. Die Geschlechtsverteilung ist wie folgt: 54% weiblich, 45% und 1% divers. Gleichzeitig zeigt auch die Abbildung 28 des Altersdurchschnitts, dass die Umfrage einen guten Schnitt der arbeitenden Gesellschaft zeigt.⁷⁹

⁷⁶ Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 18–19.

⁷⁷ Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 19–20.

⁷⁸ Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 21–22.

⁷⁹ Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 153–154.

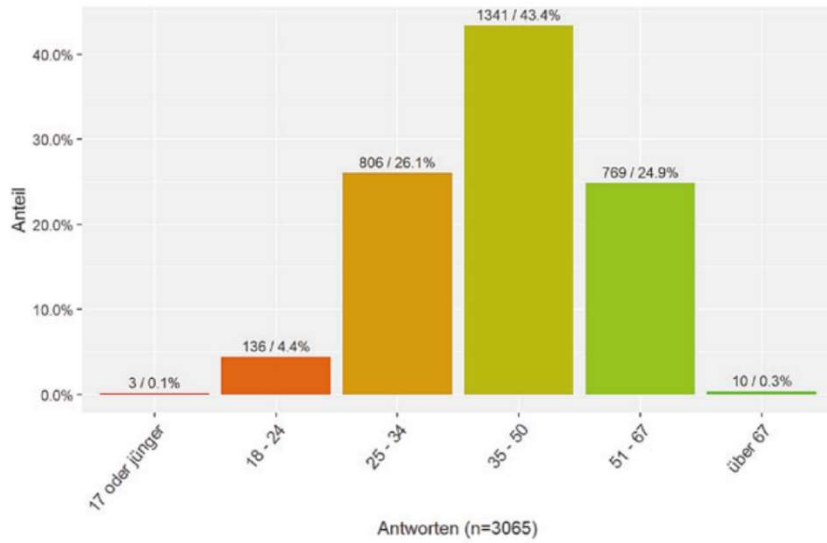


Abbildung 28: Altersgruppen in der Homeoffice Umfrage des Fraunhofer FIT⁸⁰

In der Umfrage wurde unter anderem gefragt, wie oft im Homeoffice gearbeitet wird. Hier sieht man in Abbildung 29 eine deutliche Verschiebung. Vor der Corona-Pandemie hat der Großteil in Präsenz gearbeitet. Mit dem Beginn der Pandemie hat sich dies drastisch in Richtung Homeoffice verschoben.

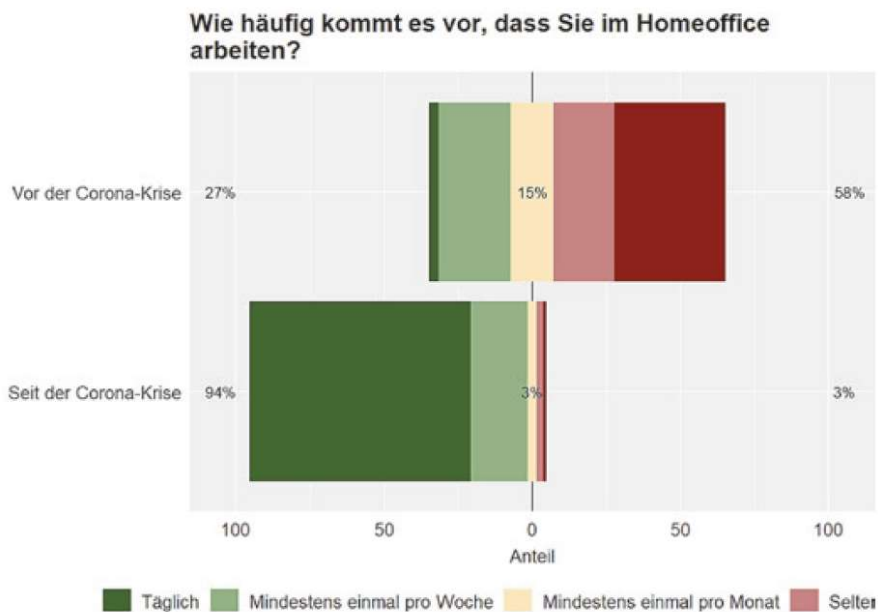


Abbildung 29: Wie oft wird im Homeoffice gearbeitet?⁸¹

⁸⁰ Markus Dohm et al. 2021, S. 154.

⁸¹ Markus Dohm et al. 2021, S. 156. Anmerkung: auch in der Veröffentlichung ist die Beschriftung des dunkelroten Balkens nicht vorhanden, mutmaßlich ist „Nie“ gemeint.

Besonders wichtig ist aber, wie gern die Mitarbeiter im Homeoffice sind. Hier zeigt die Umfrage in Abbildung 30, dass über 80% „eher zufrieden“ bis „sehr zufrieden“ sind. So ist also nur ein relativ kleiner Teil der Mitarbeiter mit dem Homeoffice unzufrieden.⁸²

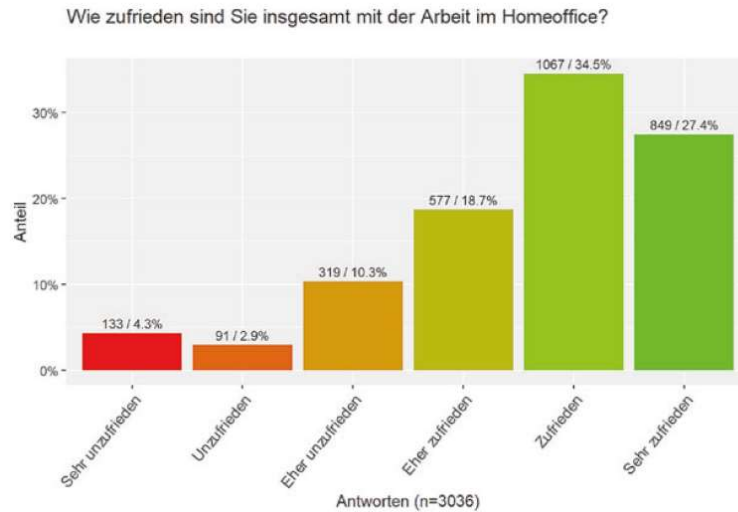


Abbildung 30: Zufriedenheit im Homeoffice⁸³

Trotz der guten Ergebnisse hat das Homeoffice auch negative Seiten. So fehlt vielen Mitarbeitern im Homeoffice das Miteinander mit den Kollegen. Zu fast jeder Zeit der Umfrage in Abbildung 31 haben über 50% der Befragten bestätigt, dass ihnen der spontane Austausch mit den Kollegen fehlt, beziehungsweise durch das Homeoffice erschwert wird.

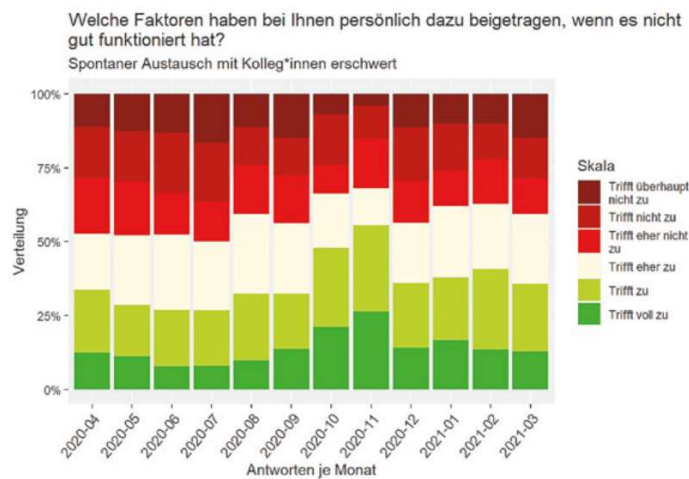


Abbildung 31: Spontaner Austausch mit Kollegen im Homeoffice⁸⁴

⁸² Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 156.

⁸³ Markus Dohm et al. 2021, S. 157.

⁸⁴ Markus Dohm et al. 2021, S. 158.

Weiterhin gibt es zwei zentrale Punkte, die für große Ernüchterung im Homeoffice sorgen können. Dies ist einmal die Vereinbarkeit des Berufes mit der Familie und das Zurecht-
kommen mit der Technik. Wenn dies nicht funktioniert, sorgt es bei den Betroffenen für starke Unzufriedenheit im Homeoffice, wie die nächsten beiden Abbildungen 32 und 33 zeigen.

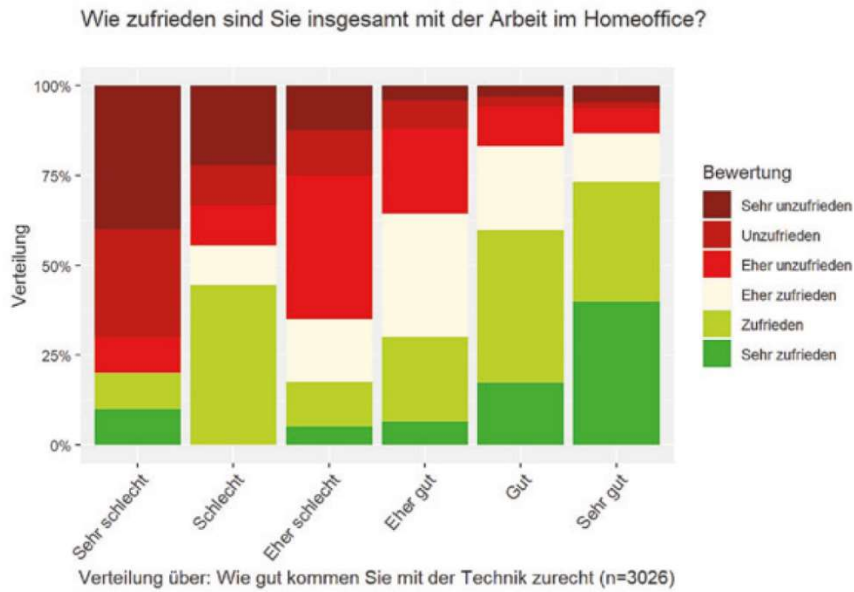


Abbildung 32: Umfrage der Zufriedenheit im Homeoffice bezüglich der Technik⁸⁵

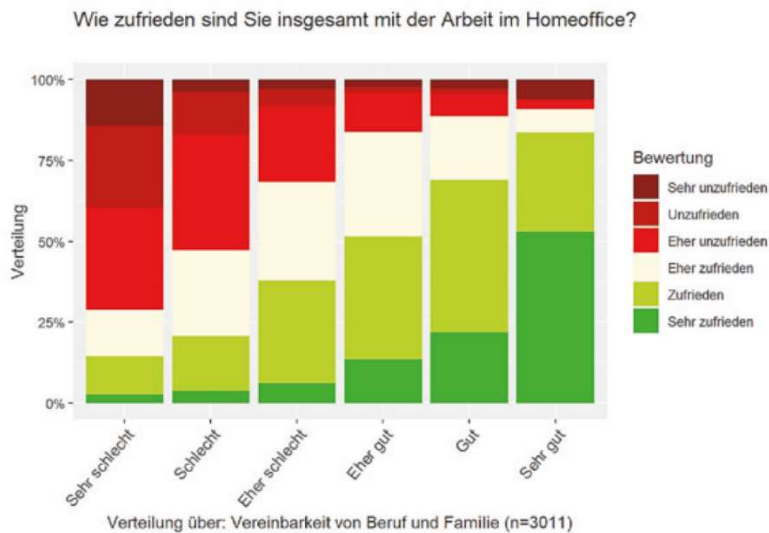


Abbildung 33: Umfrage der Zufriedenheit im Homeoffice bezüglich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf⁸⁶

⁸⁵ Markus Dohm et al. 2021, S. 160.

⁸⁶ Markus Dohm et al. 2021, S. 161.

Dennoch zeigt die Abbildung 30 eines sehr deutlich. Die Zufriedenheit im Homeoffice ist groß. Fakt ist aber auch, dass die Meinungen hier unterschiedlich sind. So zeigt die folgende Umfrage der Hans-Böckler-Stiftung in Abbildung 34, dass fast 50% so weiterarbeiten wollen, wie sie es in der Pandemie gemacht haben. Der andere Teil möchte wieder mehr Präsenz im Büro, oder gar kein Homeoffice mehr.

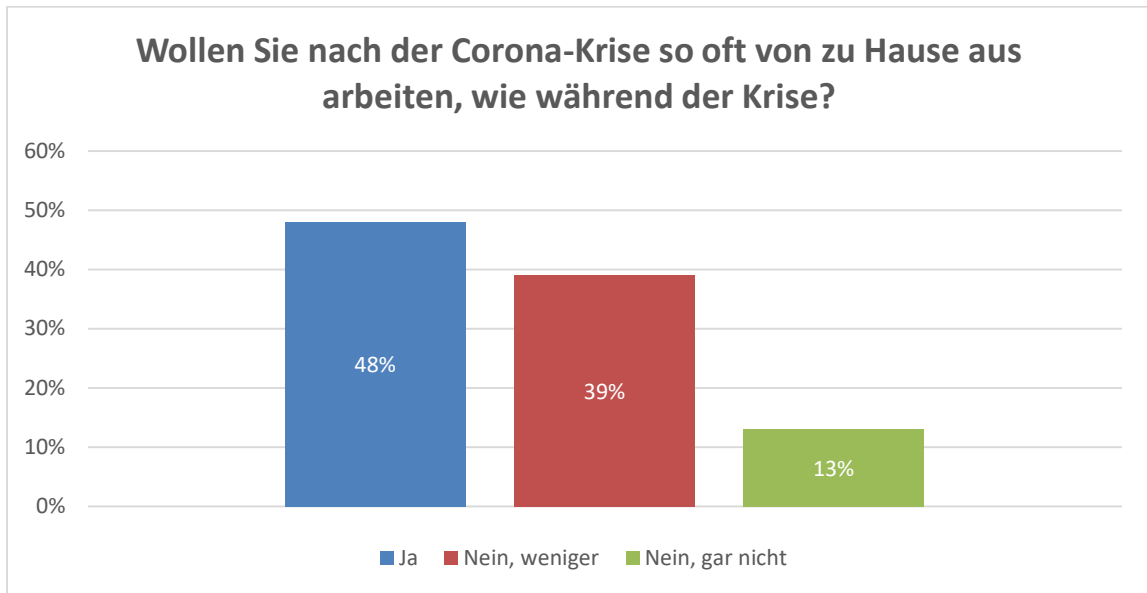


Abbildung 34: Umfrage zum Homeoffice nach der Corona-Krise⁸⁷

Die Auswertung der Umfragen zeigt, dass die Zukunft eine hybride Arbeitsform bringen könnte.⁸⁸ Mehr Individualität des Einzelnen. Die Mitarbeiter können Großteils selbst entscheiden, ob man im Homeoffice arbeiten möchte oder nicht. Denn die digitale Infrastruktur ist durch die Corona-Pandemie entstanden und somit verfügbar.

Die Digitalisierung in der Arbeitswelt wurde eingehend durch die Pandemie beeinflusst. Gleichzeitig hat das Homeoffice auch Auswirkungen auf den Trend des ‚Innenstadtsterbens‘. Die großen Bürogebäude befinden sich meist im urbanen Raum oder Zentrum. Wenn tagtäglich weniger Menschen zu ihrem Arbeitsplatz und demnach in die Stadt fahren, finden auch weniger Spontankäufe statt und auch der Onlinehandel wird angefeuert. Durch die Digitalisierung werden auch nicht mehr überall auf der Welt Büroflächen benötigt. Man kann über digitale Medien „mit einem Klick“ miteinander kommunizieren.

Dieser Wandel kann auch in Zukunft weitere Auswirkungen auf den Büroimmobilienmarkt haben. Denn eins ist klar: Umso weniger Menschen ihren eigenen Arbeitsplatz in einem

⁸⁷ Statista GmbH 2020c.

⁸⁸ Vgl. Markus Dohm et al. 2021, S. 165.

Bürogebäude fordern, umso mehr Bürofläche kann eingespart werden. Zum Abschluss wird das Kapitel der Büroimmobilientrends nochmal in Tabelle 5 zusammengefasst.

		Büroimmobilien
Trends	Homeoffice	<p>Starker negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - weniger Büroflächen werden benötigt, dies sorgt für Flächenabbau - keine eigenen Büros mehr, Mitarbeiter teilen sich Arbeitsplätze
	Onlinehandel-Boom	Neutral
	Innenstadt sterben	<p>Schwacher negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innenstädte sind nicht mehr so attraktiv als Bürostandorte
	Digitalisierung	<p>Starker negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Digitalisierung ersetzt persönliche Meetings und Büroflächen
	Nachhaltiges Leben	Neutral
	Globalisierungsrückgang	<p>Schwacher negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es werden nicht mehr überall auf der Welt Bürostandorte benötigt. Kleine Büros können auch ganz im Homeoffice arbeiten
	Social-Distancing auch nach der Pandemie	<p>Schwacher negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einige Erscheinungen der Pandemie werden nachhaltig bleiben.

Tabelle 5: Trendauswertung Büroimmobilien⁸⁹

⁸⁹ Eigene Darstellung

4.3 Einzelhandelsimmobilien

Die Auswertungen im 3. Kapitel haben gezeigt, wie stark die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Einzelhandelsimmobilien sind. So litt der Einzelhandel insbesondere unter den behördlich verordneten Lockdowns. Die daraus entstehenden Trends waren vor allem ein E-Commerce-Boom. Ein weiterer Trend ist der des Innenstadtsterben. Dieser Bestand schon vor der Corona-Pandemie. Corona bedingt wurde er aber nochmal deutlich verstärkt.

Im Einzelhandel spielte die Digitalisierung, während der Pandemie, eine große Rolle. Durch Lockdowns mussten Geschäfte schließen und kamen unverschuldet in Existenznöte. Es wurden Lösungen wie ‚Click & Collect‘ angeboten. Hierbei konnten Waren online bestellt und im Ladengeschäft abgeholt werden. Dieses Konzept vereint die Vorteile des stationären Einzelhandels mit dem Onlinehandel. Fakt ist aber auch, dass viele Einzelhändler erst in der Corona-Pandemie gemerkt haben, dass eine Onlinepräsenz heutzutage „Pflicht“ ist. Denn bei über der Hälfte der Deutschen hat sich das Kaufverhalten während der Corona-Pandemie verändert. Neben dem Onlinehandel wurde auch verstärkt auf Regionalität und Nachhaltigkeit gesetzt. Das zeigt auch eine während der Corona-Pandemie durchgeführte Umfrage in Abbildung 35.

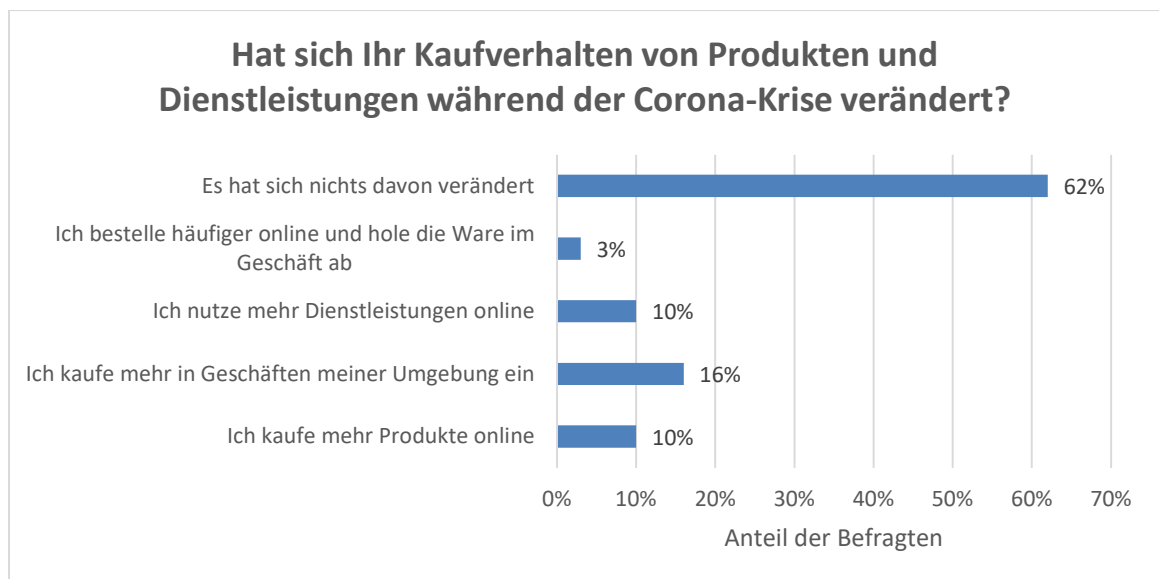


Abbildung 35: Kaufverhalten während der Corona-Pandemie in Österreich⁹⁰

Man erkennt deutlich, dass rund 40% der Befragten eine Veränderung im Einkaufsverhalten erkennen. Um diese Kunden nicht zu verlieren, digitalisiert der Einzelhandel vielerorts sein Geschäftsmodell. Denn viele Kunden gehen auch in Zukunft davon aus, dass der

⁹⁰ Statista GmbH 2021n, S. 3.

Einzelhandel vor langfristigen Veränderungen steht. Dies zeigt auch eine Umfrage des Handelsverband Österreich (siehe Abbildung 36), wobei zu fast 90% nur Eigentümer oder Geschäftsführer von Einzelhandelsunternehmen befragt wurden.

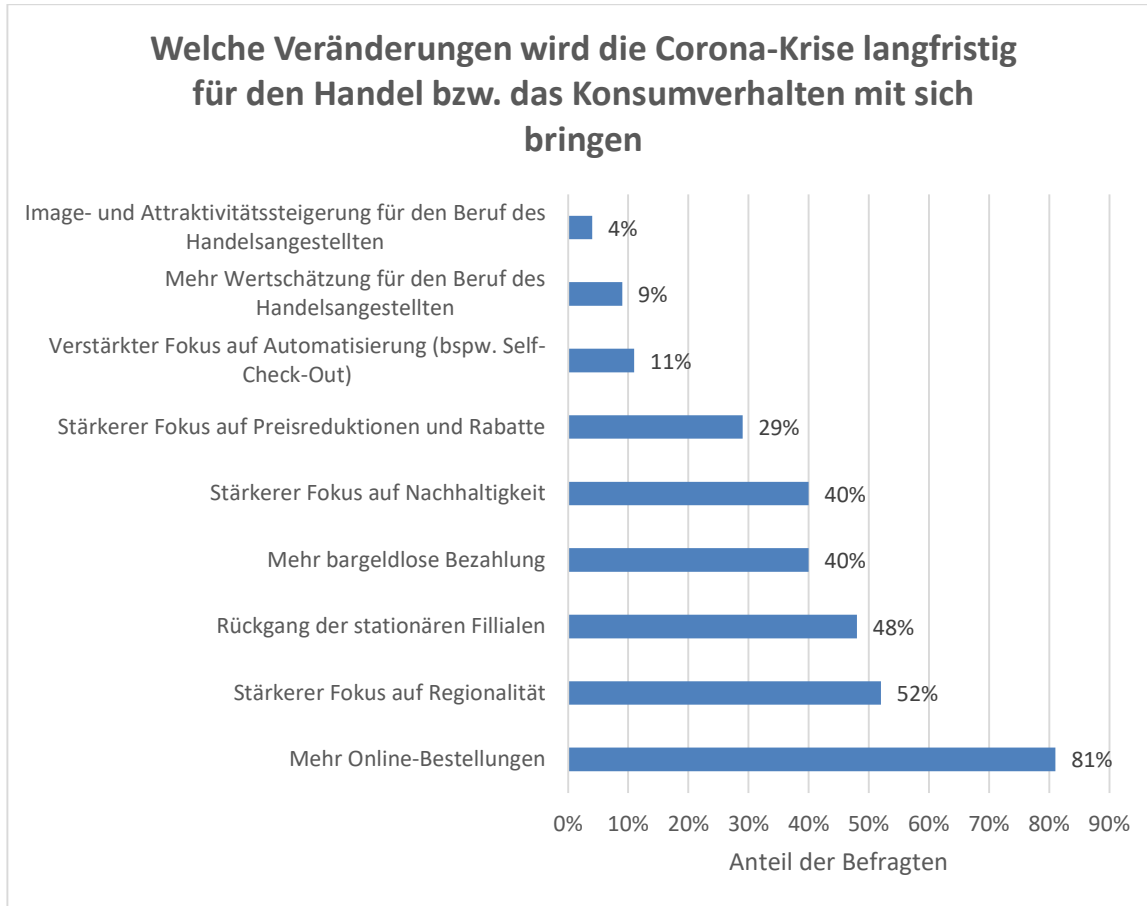


Abbildung 36: Veränderung nach der Corona-Krise für den Einzelhandel bzw. das Konsumverhalten⁹¹

Deutlich wird die Verschiebung in Richtung des Onlinehandel. Über 80% der Befragten gehen davon aus, dass in Zukunft mehr Onlinebestellungen getätigt werden. Gleichzeitig gehen sogar 48% der Befragten davon aus, dass der stationäre Einzelhandel im Allgemeinen zurückgehen wird. Auch Themen wie ein stärkerer Fokus auf Nachhaltigkeit und Regionalität haben Auswirkungen auf Einzelhandelsimmobilien. Denn hier wird der Fokus eher auf qualitativ hochwertige Produkte gelegt, anstatt einer Masse an Produkten. Dies kann zu einem Flächenrückgang führen. Über diesen Flächenrückgang können viele Einzelhandelskonzepte durch das Onlinegeschäft obsolet werden. Hier insbesondere Beratungsarme Produkte. Denn viele Produkte können im Onlinegeschäft zu günstigeren Preisen angeboten werden. So entscheidet der Konsument, welche Form des Konsums ihm

⁹¹ Statista GmbH 2021n, S. 2.

lieber ist. Sollte die Prognose der Umfrage eintreten, so kann der Trend des Innenstadsterbens eine erhebliche und nachhaltige Auswirkung auf Einzelhandelsimmobilien haben. Ein etwas differenziertes Bild zeigt sich mit Blick auf den reinen Lebensmitteleinzelhandel (siehe Abbildung 37).



Abbildung 37: Umfrage zum Einkaufsverhalten nach der Corona-Pandemie⁹²

Der Lebensmitteleinzelhandel hat den Vorteil, dass E-Commerce in dieser Branche, noch nicht so weit verbreitet ist. Dennoch ist zu erkennen, dass auch nach der Pandemie 21% der Befragten ihre Lebensmittel eher online bestellen beziehungsweise Lieferdienste nutzen wollen. Die Mehrheit bevorzugt aber weiterhin den Gang in den Supermarkt. Dies lässt sich damit erklären, dass die Konsumenten gerade bei Lebensmitteln sehen wollen, was sie erwerben. Viel mehr wird aber auf Regionalität, den Preis und Qualität geachtet.

Überträgt man diese Erkenntnisse nun auf die Immobilien des Lebensmitteleinzelhandel kann man erkennen, dass die Auswirkungen der Pandemietrends hier weniger starken Einfluss haben als bei dem regulären Einzelhandel. Dennoch können Trends wie regionale oder nachhaltige Lebensmittel dafür sorgen, dass der Konsument auch hier lieber ein qualitativ hochwertiges Produktangebot, anstatt einem Massenangebot, bevorzugt. Dies

⁹² Statista GmbH 2021n, S. 6.

kann für Flächeneinsparungen sorgen. Aufgrund der Individualität der Produkte kann aber nicht von einem Aussterben vom Lebensmitteleinzelhandel gesprochen werden. Gerade bei frischen Lebensmitteln überwiegt der Vorteil des Lebensmitteleinzelhandel, bei dem die Qualität vor dem Kauf geprüft werden kann.

Für den stationären Einzelhandel, den Lebensmittelhandel ausgeschlossen, ist es wichtig Spontankäufe zu erreichen. Denn für viele Menschen ist es eine Freizeitaktivität durch die Stadt zu spazieren. Gerade hier kann der Einzelhandel durch gezielte Werbung wie zum Beispiel im Schaufenster das Interesse des Konsumenten wecken. Dabei sind die Händler auf hohe Passantenfrequenzen in der Innenstadt angewiesen.

Wie Abbildung 14 zeigt, sind die Passantenfrequenzen in den Innenstädten während der Corona-Pandemie deutlich zurückgegangen. Diese wird aber stark vom Onlinehandel, sowie auch von Trends wie zum Beispiel dem Homeoffice beeinflusst. Gerade am Beispiel des Homeoffice wird dies deutlich. In der Abbildung 34 gaben 48% der Befragten bei einer Umfrage an, gern weiterhin so viel im Homeoffice arbeiten zu wollen wie in der Pandemie. Dies kann zu einem weiteren Rückgang der Passantenfrequenzen in den Innenstädten führen.

Abschließend ist zum Einzelhandel folgendes zu sagen. Es muss klar differenziert werden – in den Lebensmitteleinzelhandel und den Konsumgütereinzelhandel. Beiden stehen unterschiedliche Entwicklungen bevor.

Der Lebensmitteleinzelhandel hat weiterhin eine klare Notwendigkeit in unserem Einkaufsverhalten. Wie bereits die Zahlen im 3. Kapitel zeigten, hat der Lebensmitteleinzelhandel die Auswirkungen auf die Einzelhandelsimmobilien gesamt abgedeckt. Denn beim Lebensmitteleinzelhandel bevorzugt der Konsument weiterhin den Gang in einen Supermarkt. Einzig die Trends der Nachhaltigkeit und die Qualität könnte für einen Flächenrückgang sorgen. Denn wie urbane Bio-Läden und die Umfragen zeigen, ist für den Konsumenten nicht mehr die Größe des Supermarktes und Vielfältigkeit der Produkte für den Kauf ausschlaggebend, sondern in erster Linie die Qualität des Produktes, sowie die Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit.

Bezüglich des Konsumgütereinzelhandel muss ebenfalls differenziert werden. Viele Produkte werden bereits heute mehrheitlich über das Onlinegeschäft verkauft. Insbesondere diejenigen Produkte, die beratungsarm sind. Dies sorgt für einen bereits seit Jahren anhaltenden Rückgang im Umsatz der stationären Einzelhändler. Zudem kommen nun noch die angesprochenen Digitalisierungstrends wie zum Beispiel dem Homeoffice. Denn immer mehr Spontankäufe fallen durch einen Rückgang der Passantenfrequenzen weg. Hier kann also vermutet werden, dass diese Trends dem Einzelhandel nachhaltig schaden und dementsprechend auch eine negative Auswirkung auf die Einzelhandelsimmobilien der Innenstädte haben. Eine übersichtliche Darstellung der Trendauswirkungen finden sich auch nochmal in der folgenden Tabelle 6.

		Einzelhandelsimmobilien
Trends	Homeoffice	<p>Negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Büros sind regelmäßig in den Stadtzentren. Homeoffice sorgt für geringere Passantenfrequenz, weniger Spontankäufe - Die Konsumenten werden bequemer, verlassen weniger das Haus
	Onlinehandel-Boom	<p>Starker negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Konsum verlagert sich stärker auf den bequemen Onlinehandel
	Innenstadt sterben	<p>Starker negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Innenstädte werden für die Konsumenten immer unattraktiver
	Digitalisierung	Neutral
	Nachhaltiges Leben	<p>Schwacher negativer Einfluss</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Konsumenten kaufen weniger aber dafür eher nachhaltiger
	Globalisierungsrückgang	Neutral
	Social-Distancing auch nach der Pandemie	<p>Schwacher Negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einige Pandemieerscheinungen werden auch nach der Pandemie bleiben

Tabelle 6: Trendauswertung Einzelhandelsimmobilien⁹³

⁹³ Eigene Darstellung

4.4 Logistikkimmobilien

Die Entwicklung der Logistikkimmobilien, während der Corona-Pandemie, liegt im Zusammenhang mit den Einzelhandelsimmobilien. Der Einzelhandel leidet stark unter Coronabeschränkungen und folglich Umsatzeinbußen. Hiervon profitiert maßgeblich der E-Commerce. Dies hat sich auch in Kapitel 3, im Überblick über die Lage auf dem Logistikkimmobilienmarkt gezeigt.

Insbesondere Lockdowns und die fehlenden Konsummöglichkeiten werden von den Konsumenten teilweise durch den E-Commerce ausgeglichen. Zusätzlich dazu beflügeln die mit der Pandemie eintretenden Trends wie zum Beispiel Homeoffice, Digitalisierung und Social Distancing den E-Commerce. Weiterhin sind viele der reinen Einzelhändler nun auch auf den E-Commerce angewiesen, um überhaupt Umsatz zu generieren. Denn wenn die Geschäfte schließen müssen, hatten die Händler kaum andere Möglichkeiten ihre Waren zu verkaufen.

Positiv für den Logistikkimmobilienmarkt ist dies nun deshalb, da der E-Commerce ein fast reiner Logistikmarkt ist. Produkte werden in Lagerhallen aufbewahrt und anschließend über Logistikdienstleister versandt. Aufgrund der höheren Onlinebestellungen mussten deshalb vielerorts Lager- und Logistikkapazitäten ausgebaut werden. Dies ist positiv für Logistikkimmobilien und sorgte während der Pandemie für einen Nachfrageschub. Ob diese Entwicklung nachhaltig ist, wird nun auf den folgenden Seiten analysiert.

Recht früh in der Pandemie hat der Händlerbund eine Umfrage zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den E-Commerce (siehe Abbildung 38) durchgeführt. Hier gestalten sich die Ergebnisse nicht positiv für den Logistikkimmobilienmarkt. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass ausschließlich Händler in einem eher frühen Zeitpunkt der Pandemie befragt wurden. Es ist zu erkennen, dass mit zunehmender Dauer der Pandemie mehr Händler angaben, dass die Corona-Pandemie positiv für den E-Commerce ist.

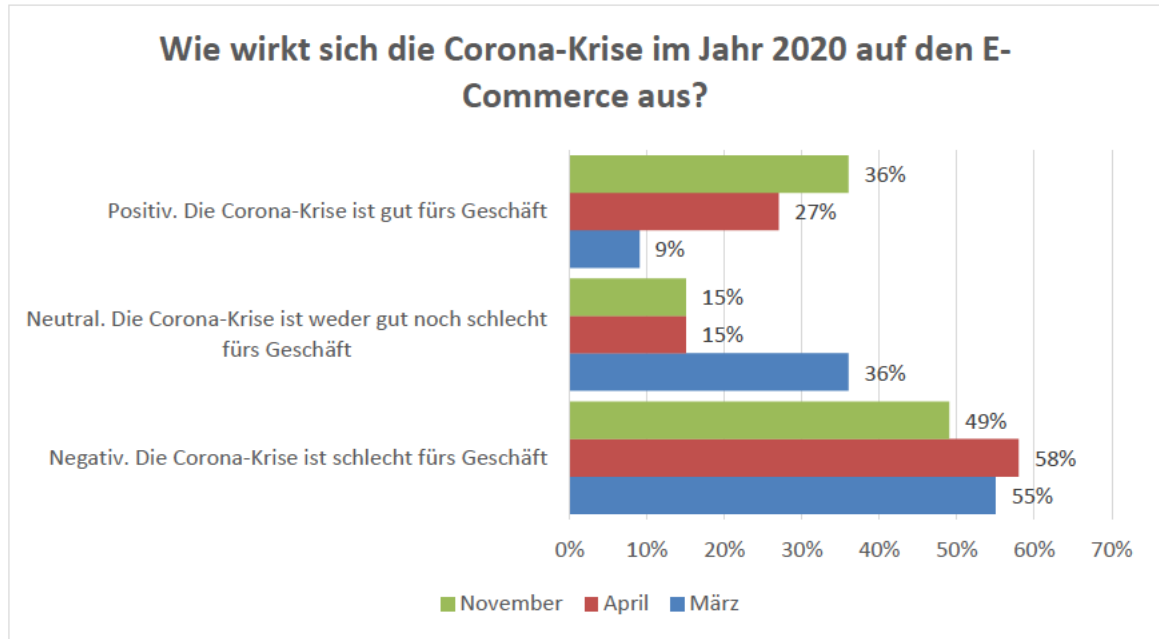


Abbildung 38: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den E-Commerce⁹⁴

Mögliche negative Auswirkungen in der Anfangsphase können sein, dass viele Unternehmen Kurzarbeit angemeldet haben. Die Folgen waren, dass den Konsumenten ein Teil des Gehaltes wegbricht, was den Konsum senkt. Gleichzeitig ist die Pandemie eine Krise. In Krisenzeiten sind die Konsumenten immer etwas verunsichert, so dass Konsumentenscheidungen aufgehoben werden. Mit voranschreiten der Zeit entspannt sich die Lage zunehmend. Mehr Händler geben an, dass die Lage positiv für sie ist. Dies kann daran liegen, dass mit der Zeit etwas Unsicherheit aus dem Markt gekommen ist. Gleichzeitig kann nicht ewig auf Konsum verzichtet werden. Da der Handel im Jahr 2020 regelmäßig im Lockdown war, sorgte dies für positive Effekte auf den E-Commerce.

Auch das Social-Distancing hat seinen Anteil zum starken Wachstum im E-Commerce. Gleichzeitig haben sich die ungewohnten Sicherheitsvorkehrungen, wie das Tragen einer Maske im Ladengeschäft, negativ auf das Einkaufserlebnis ausgewirkt. Dies sorgte dafür, dass auch viele Konsumenten, die vorher lieber im Einzelhandel eingekauft haben, vermehrt online bestellt haben. Die bequeme Seite der Onlinebestellungen wie zum Beispiel die Lieferung am nächsten Werktag könnte hier für eine langfristige Bindung zum E-Commerce führen. Fakt ist aber, dass sich mit dem Heranwachsen der Generation Z (18-24 Jahre) und den nachfolgenden Generationen immer mehr in Richtung E-Commerce

⁹⁴ Statista GmbH 2020b.

verschiebt. Die sog. Generation Z gibt bereits 60% ihrer Ausgaben online aus. Bei den sog. Babyboomern (ab 56 Jahren) werden lediglich 25% ihrer Ausgaben online ausgegeben.⁹⁵

Eine Studie der KPMG hat die Gründe der Konsumenten für ein verändertes Kaufverhalten erfragt.

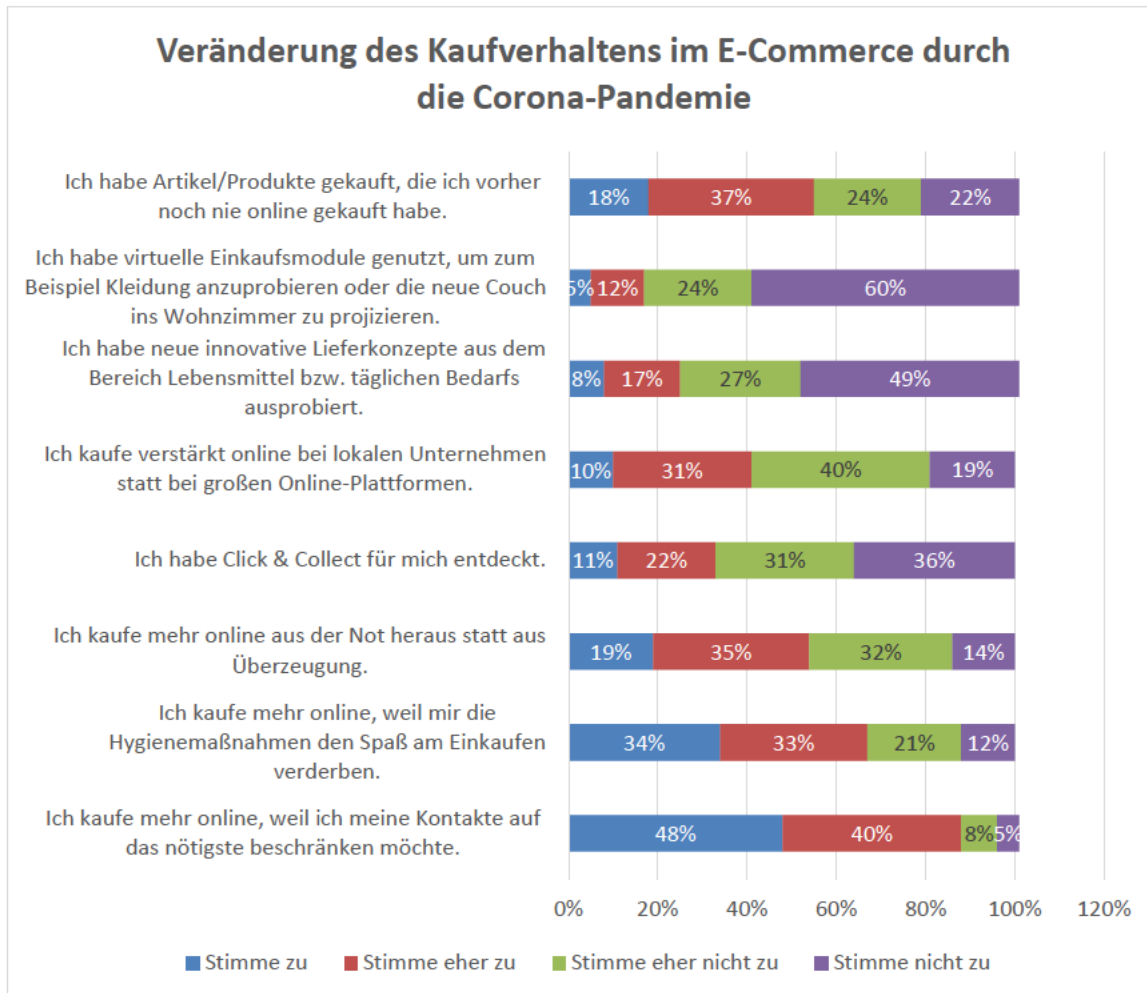


Abbildung 39: Veränderung des Kaufverhalten im E-Commerce während der Corona-Pandemie⁹⁶

Es zeigt sich in Abbildung 39, dass die Konsumenten mehr und auch Produkte online gekauft haben, die sie vorher noch nie im Internet gekauft haben. Allerdings sind die wenigsten Konsumenten offen gegenüber den neuen Technologien wie zum Beispiel virtuellen Einkaufsmodulen, Click & Collect, oder auch neuen Lieferkonzepten für Lebensmittel. In

⁹⁵ Vgl. Stephan Fetsch 2021.

⁹⁶ KPMG AG 2021, S. 5.

erster Linie wird durch die Beschränkungen der Pandemie mehr online gekauft. So zum Beispiel aus der Not heraus, da es zeitweise keine Alternativen gab – oder wie bereits angesprochen, aufgrund der Hygienemaßnahmen oder des Social-Distancing. Das Ergebnis dieser Analyse zeigt, dass viele Konsumenten eher durch die Pandemiebeschränkungen in den Onlinehandel gezwungen wurden. Dementsprechend muss analysiert werden, ob die Entwicklung für den E-Commerce nachhaltig und dementsprechend positiv für den Logistikimmobilienmarkt ist.

In einer Studie von KPMG wurden Konsumenten befragt, inwieweit ihr Konsumverhalten nachhaltig verändert wurde. Speziell ältere Menschen, die bislang nicht so viel Online gekauft haben, könnten mangels Alternativen nun die Vorzüge des E-Commerce erkannt haben.

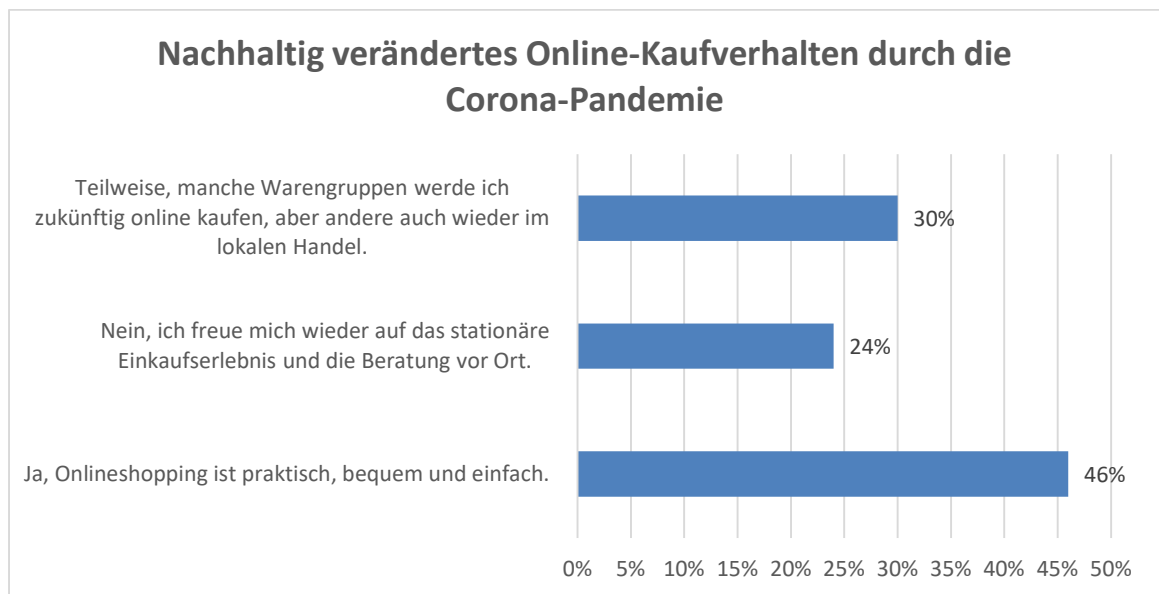


Abbildung 40: Nachhaltige Veränderung des Online-Kaufverhalten durch die Corona-Pandemie⁹⁷

Die Abbildung 40 zeigt, dass über 75% der Befragten ihr Einkaufsverhalten zugunsten des E-Commerce verändert haben. Lediglich 24% der Befragten wollen nach der Pandemie wieder vollumfänglich auf den stationären Handel zurückgreifen.⁹⁸

Bestätigt wird diese Umfrage von einer weiteren Umfrage von Bitkom Research (siehe Abbildung 41). Hier wurde weniger nach der Nutzung in Bezug auf die Praktikabilität oder

⁹⁷ KPMG AG 2021, S. 6.

⁹⁸ Vgl. KPMG AG 2021, S. 6.

das Erlebnis im Einzelhandel gefragt, sondern die allgemein vermehrte Nutzung des E-Commerce.

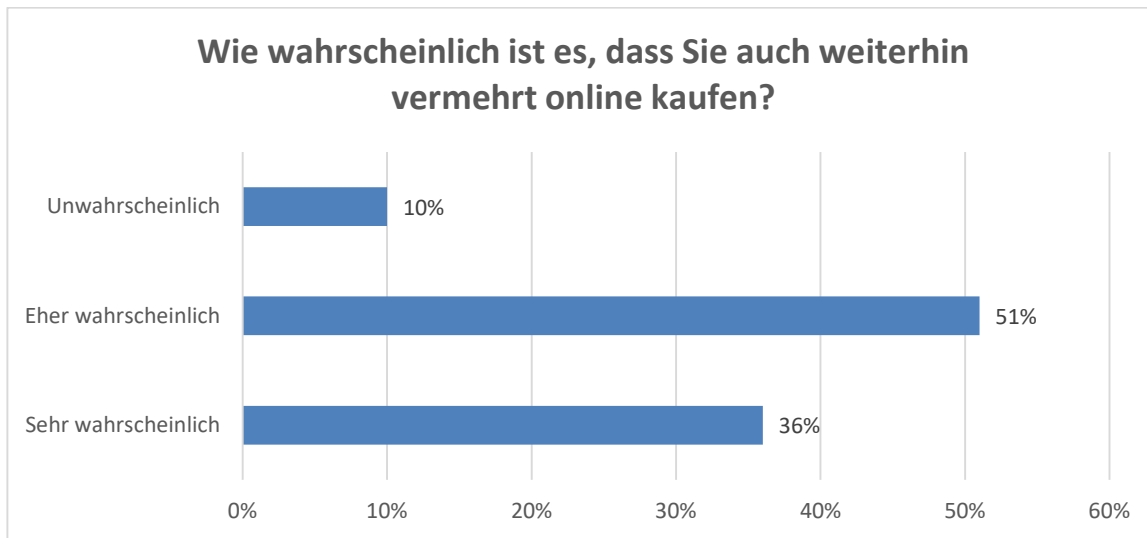


Abbildung 41: Umfrage zum vermehrten Onlinehandel nach der Pandemie⁹⁹

Hier gestalten sich die Ergebnisse nochmals anders als in der Abbildung 40. Unabhängig vom Einkaufserlebnis im Einzelhandel und der Praktikabilität des Onlinehandels erachten es nur 10% als unwahrscheinlich, dass sie den Onlinehandel in Zukunft verstärkt nutzen.

Damit ist der Onlinehandel während der Pandemie, höchstwahrscheinlich aber auch danach ein maßgeblicher Treiber im Logistikimmobilienmarkt. Es werden Kapazitäten ausgebaut, um die gesteigerte Nachfrage zu befriedigen. Das zeigt sich zum Beispiel auch bei den beförderten Paketen der Deutschen Post in den Jahren 2019 und 2020. Im Jahr 2019 wurden 1.400 Millionen Pakete transportiert. Im Jahr 2020 waren es bereits 1.614 Millionen. Dies entspricht einem Wachstum von rund 15,3%.¹⁰⁰

Allerdings ist dies nicht der einzige positive Aspekt für den Logistikimmobilienmarkt. Auch profitiert er von dem leichten Trend, des Globalisierungsrückgang. Wir leben in einer sehr globalisierten Welt und das wird auch in Zukunft so bleiben. Allerdings mussten viele Unternehmen in der Pandemie in Kenntnis nehmen, dass die globale Abhängigkeit von Lieferketten auch negativ für das Geschäft sein kann. Denn durch die Abschottungsmaßnahmen vieler Länder, aufgrund des Virus, wurden viele Lieferketten gestört. Teilweise durften Waren nicht aus-/ oder eingeführt werden, oder ihnen wurden langwierigen Kontrollen auferlegt. Dementsprechend wurden in Deutschland viele Importierte Waren und Rohstoffe wie beispielsweise Computerchips Mangelware. Die Folge war, dass viele

⁹⁹ Statista GmbH 2021q.

¹⁰⁰ Vgl. Statista GmbH 2021b.

Unternehmen angefangen haben ihre Lagerflächen auszubauen und sich einen Vorrat an den Rohstoffen anzulegen, an denen es mangelt.¹⁰¹ Diese Entwicklung zeigt auch die folgende Umfrage in Abbildung 42.

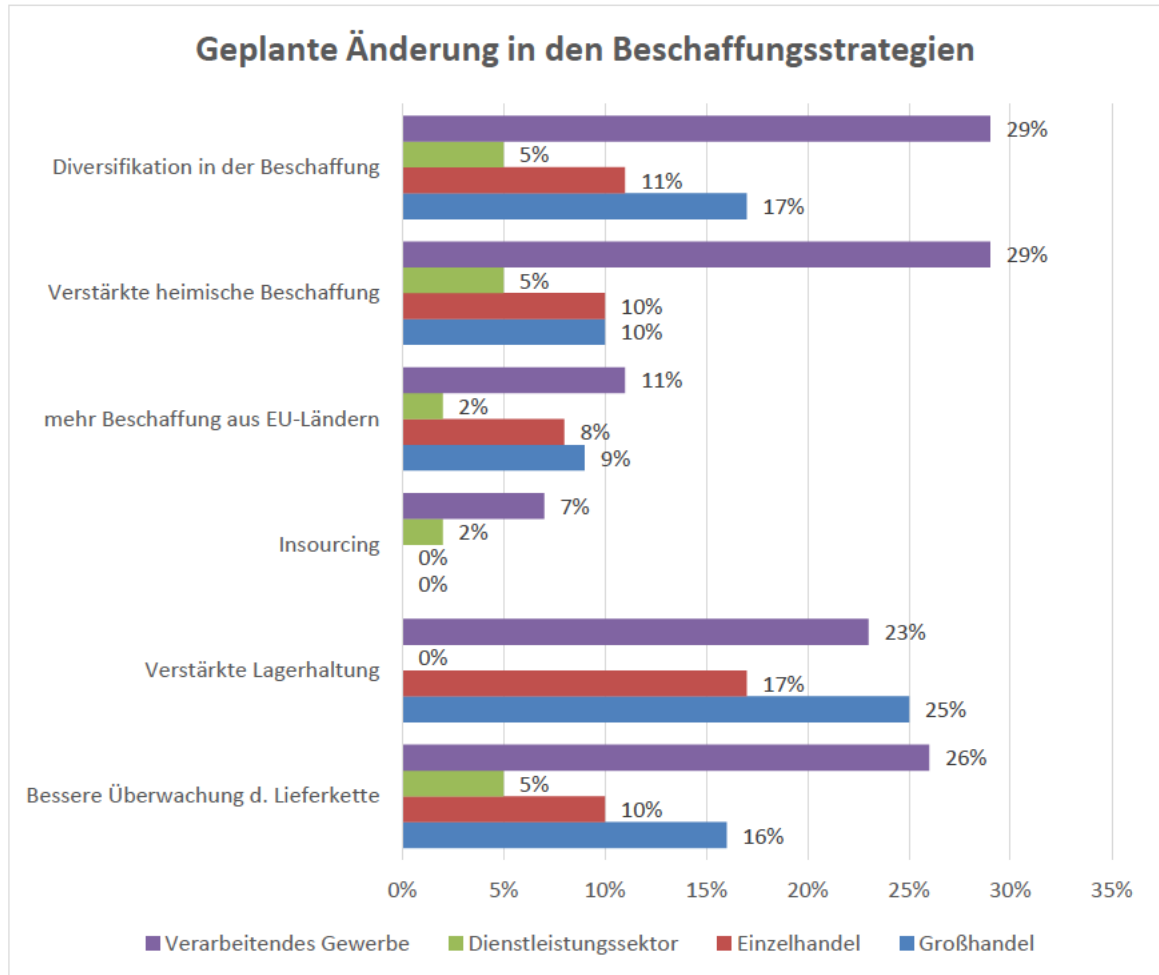


Abbildung 42: Umfrage über die geplanten Änderungen in der Beschaffungsstrategie¹⁰²

Die Ergebnisse der Befragten zeigen, dass viele Unternehmen ihre Beschaffungsstrategien teils stark überarbeiten wollen. Hierzu zählen auch der angesprochene Ausbau hin zur verstärkten Lagerhaltung, die eine positive Auswirkung auf den Logistikimmobilienmarkt hat. Ebenfalls können die Logistikimmobilien auch durch eine verstärkte heimische Beschaffung profitieren. Denn auch hierfür müssen die Lager- und Produktionskapazitäten bei den Zulieferern ausgebaut werden.

¹⁰¹ Vgl. BNP Paribas Real Estate 2021g.

¹⁰² Martin Greive 2021.

Abschließend ist zum Logistikimmobilienmarkt folgendes Resümee zu ziehen. Es gibt wohl keinen Teilmarkt auf dem Gewerbeimmobilienmarkt, bei dem die Folgen der Corona-Pandemie so positive Auswirkungen haben. Auch zeigen die vorgestellten Umfragen, dass die Entwicklungen durchaus eine nachhaltige Wirkung haben können. Einen solchen Schockmoment in den Lieferketten gab es in diesem Ausmaß noch nie. In der Zukunft werden Unternehmen auf diese Risiken vorbereitet sein. Ähnlich verhält es sich auch beim E-Commerce. Viele, gerade ältere Menschen haben die Vorzüge des E-Commerce erkannt. Mit Sicherheit wird ein Teil der Konsumenten wieder zum stationären Einzelhandel abwandern. Dennoch wird etwas von der Entwicklung bleiben und langfristig positive Auswirkungen auf den Logistikimmobilienmarkt haben. Die nachfolgende Tabelle 7 fasst die Trendeinflüsse auf den Logistikimmobilienmarkt nochmal zusammen.

		Logistikimmobilien
Trends	Homeoffice	<p>Positiver Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Konsumenten sind mehr zu Hause und bestellen somit mehr online
	Onlinehandel-Boom	<p>Positiver Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mangelnder Alternativen wird mehr online bestellt, das Kaufverhalten zum positiven für den Onlinehandel verändert
	Innenstadt sterben	<p>Starker positiver Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Konsumenten müssen mangels Alternativen immer mehr online erwerben
	Digitalisierung	<p>Positiver Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das digitale Netz wird immer besser ausgebaut und von den Konsumenten aller Altersgruppen akzeptiert
	Nachhaltiges Leben	Neutral
	Globalisierungsrückgang	<p>Positiver Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mehr Lagerflächen werden benötigt, da die Unternehmen mehr auf Lager haben
	Social-Distancing auch nach der Pandemie	<p>Positiver Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Konsumenten werden weiterhin vorsichtig bleiben

Tabelle 7: Trendauswertung Logistikimmobilien¹⁰³

¹⁰³ Eigene Darstellung

4.5 Hotelimmobilien

Besonders die Hotelimmobilien leiden in der Corona-Pandemie. Das haben die Analysen bereits gezeigt. Auch hier stellt sich die Frage der Nachhaltigkeit und Perspektiven des Hotelimmobilienmarktes. Die Corona-Pandemie hat den Menschen vielerorts den Spaß am Reisen genommen. Gleichzeitig wurden Geschäftsreisen durch die Digitalisierung obsolet. Ein Großteil der Meetings wurden nun online abgehalten.

In diese beiden Reiseformen muss bei der Betrachtung des Hotelimmobilienmarktes von Deutschland auch unterschieden werden. Zum einen ist der Tourismus und zum anderen die Geschäftsreisen zu betrachten.

Vermutlich werden sich die touristischen Reisen schneller von der Corona-Pandemie erholen. Viele Menschen wollen reisen und die Welt erkunden. Reisen mit diesem Hintergrund können auch nicht durch digitale Services ersetzt werden. Derzeit beherrschen aber noch die gesundheitliche Angst, sowie auch starke Beschränkungen der Reiseländer das Bild. Man merkt aber dennoch bereits jetzt, dass sich viele Menschen nach Reisen sehnen.

Anders ist es bei Geschäftsreisen. Viele Firmen haben erkannt, dass viele Reisen gar nicht nötig sind. Die Digitalisierung hat hier mit Software wie Zoom oder Microsoft Teams bestmöglich Abhilfe geschaffen. Man kann also digitale Meetings abhalten, bei denen man sich besprechen kann, sich sieht und zusammenarbeitet. Der Vorteil für die Unternehmen ist, dass es deutlich günstiger ist. Man spart sich zum einen die Reisekosten an sich, aber auch die Kosten eines Mitarbeiters, der während der Reise (im Sinne von Autofahren oder Fliegen) nur bedingt seiner Hauptarbeit nachgehen kann.

Gleichzeitig ergeben sich auch Vorteile für den Arbeitnehmer. Hier spielen ebenfalls insbesondere zeitliche Aspekte eine Rolle. So entfallen Reisezeiten, mögliche Hotelübernachtungen oder ähnliches. Damit bleibt mehr Zeit für die Familie.

Im Travel & Tourism Report 2021 von YouGov wurde genauer analysiert, welche Gründe denn wirklich dafür verantwortlich sind, wieso die Leute weniger reisen. Herausgekommen ist folgendes Ergebnis.

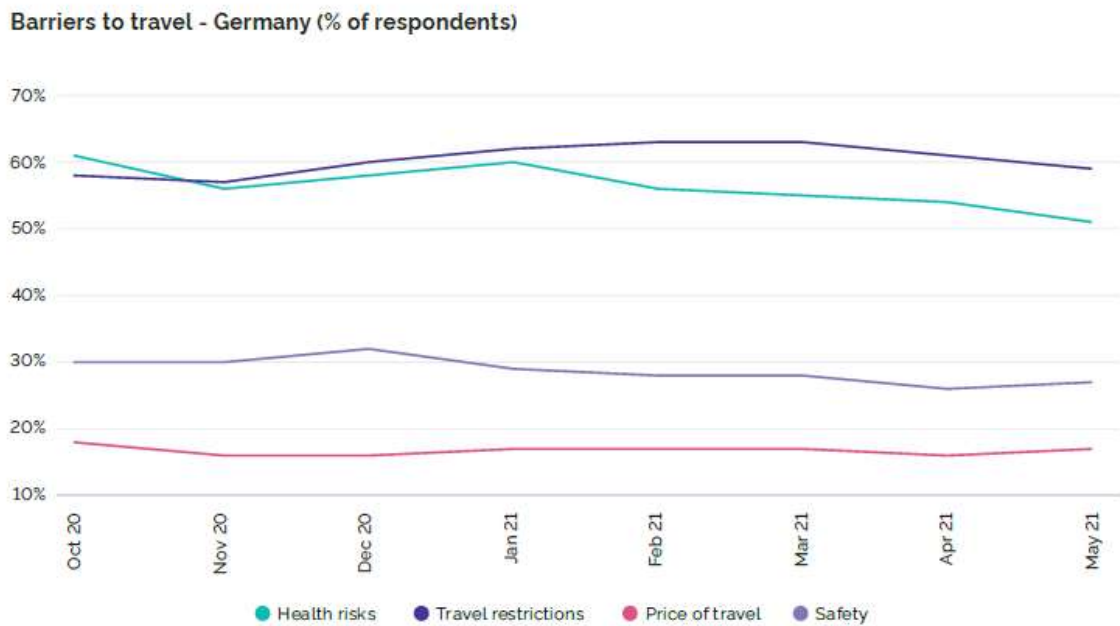


Abbildung 43: Was hindert die Menschen am Reisen?¹⁰⁴

Was die Menschen am stärksten vom Reisen abhält sind die Gesundheitsrisiken und Reisebeschränkungen (siehe Abbildung 43). Dabei haben die Gesundheitsrisiken einen leichtfallenden Trend, wobei sich die Reisebeschränkungen auf einem gleichbleibenden Niveau befinden. Im Gegensatz dazu spielen die Sicherheit und die Kosten einer Reise eher eine untergeordnete Rolle. In Bezug auf diese Erkenntnisse ist auch die Frage nach den Reiseplänen in den nächsten 12 Monaten interessant.

¹⁰⁴ Eva Stewart 2021, S. 22.

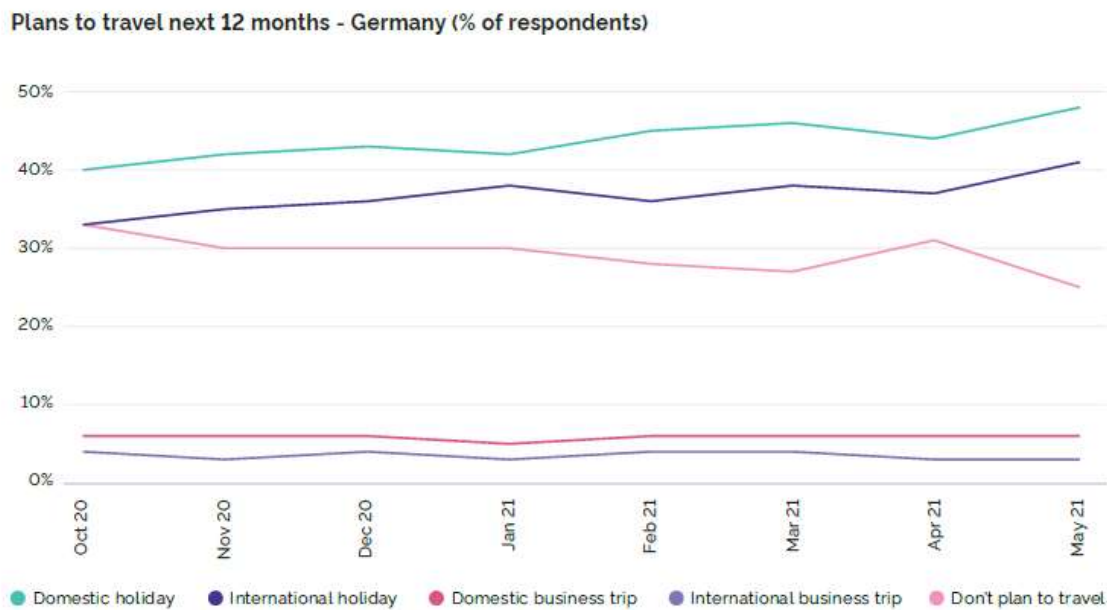


Abbildung 44: Reisepläne in den nächsten 12 Monaten¹⁰⁵

Die Abbildung 44 zeigt, dass die touristischen Reisepläne wieder anziehen. Es ist eine leichte Steigerung im Trend zu sehen. Gleichzeitig sind, wie bereits vermutet, die heimischen- und internationalen Geschäftsreisen eher weniger nachgefragt. Ein großer Teil (ca. 30%) gibt an, gar nicht Reisen zu wollen. Eine weitere interessante Betrachtung ist die, der Reiseziele in Abbildung 45.

¹⁰⁵ Eva Stewart 2021, S. 22.

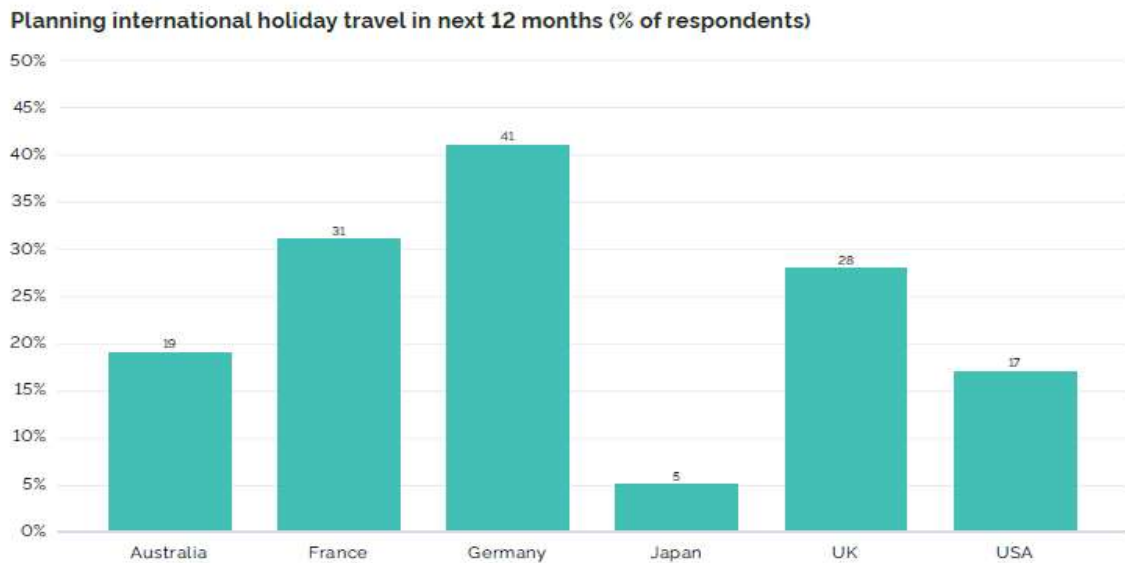


Abbildung 45: Reiseziele in den nächsten 12 Monaten¹⁰⁶

Hier gaben 41% der Befragten an, dass sie in den nächsten 12 Monaten eine Reise nach Deutschland machen wollen. Dies kann daran liegen, dass Deutschland als sehr sicher gilt, unabhängig davon, wie sich die Corona-Pandemie hier auswirkt. In vielen eher wirtschaftlich geprägten Krisen galt Deutschland regelmäßig als „sicherer Hafen“. Möglicherweise überträgt sich diese Logik auch auf das Gesundheitswesen in Deutschland.

Grundsätzlich ist bei den Reisezielplanungen der nächsten 12 Monate aber zu sehen, dass sich die Reisenden eher auf als sicher geltende Reiseziele beschränken. Denn 2019 befanden sich in der Liste der Top-Reiseziele zusätzlich noch Länder wie beispielsweise Mexiko oder Thailand,¹⁰⁷ deren Gesundheitssysteme für die breite Masse deutlich schlechter aufgestellt sind.¹⁰⁸

Als kleines Zwischenfazit ist folgendes zu ziehen. In erster Linie erholen sich die touristischen Reisen mehr als die Geschäftsreisen. Mit dem Voranschreiten der Corona-Pandemie und den weitreichenden Maßnahmen sehnen sich die Konsumenten danach, wieder zu Reisen. Dennoch wird vermehrt auf Sicherheit gesetzt. Es werden mehrheitlich Reiseziele mit guten Gesundheitssystemen und allgemeiner Sicherheit und Ordnung ausgewählt. So könnte Deutschland von dieser Entwicklung sogar profitieren. Bei den

¹⁰⁶ Eva Stewart 2021, S. 52.

¹⁰⁷ Vgl. Statista GmbH 2019.

¹⁰⁸ Vgl. BDAE Holding GmbH o. J.

Geschäftsreisen ist die Situation eine andere. Bereits vor Corona hat die Digitalisierung dafür gesorgt, dass Geschäftsreisen mehr und mehr zurückgehen (siehe Abbildung 46).

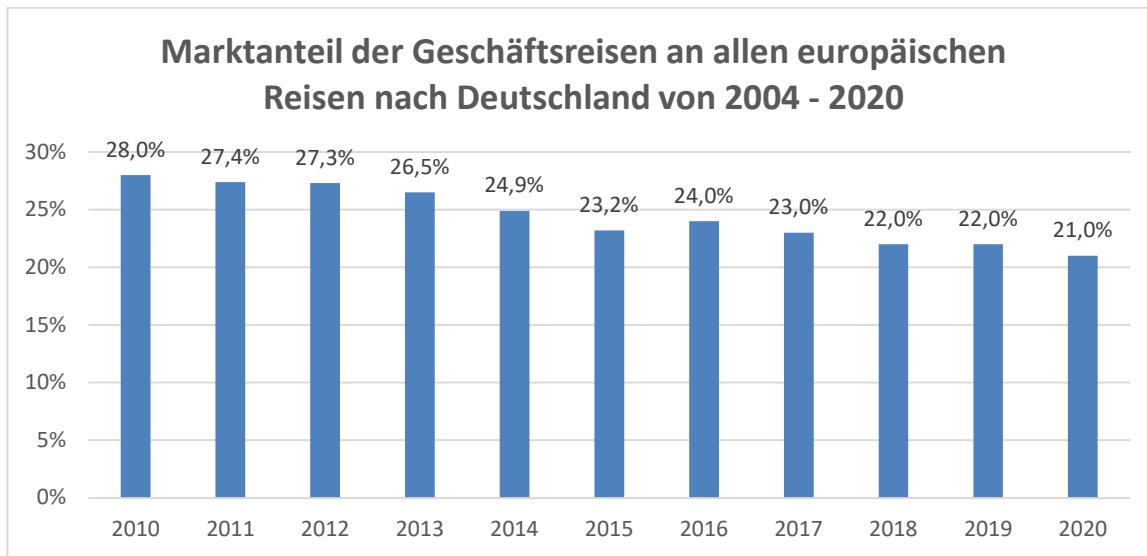


Abbildung 46: Marktanteil der Geschäftsreisen in Deutschland¹⁰⁹

Mit großer Wahrscheinlichkeit wird diese Entwicklung durch die Pandemie verstärkt. Denn nun mussten die Alternativen wie Zoom oder Microsoft Teams genutzt werden. Viele haben dadurch gemerkt, dass es auch ohne die Reisen geht, und sparen sich Zeit und Geld. Dementsprechend wird ein Rückgang zu dem Geschäftsreiseanteil wie vor der Pandemie, wohl eher unwahrscheinlich sein.

Ein weiterer Trend, der nicht unbedingt positiv für den Hotelimmobilienmarkt sein könnte, ist der Trend der Nachhaltigkeit im Sinne der Umwelt. Urlaubs- und Geschäftsreisen, insbesondere Flugreisen, sind umweltschädlich. Auch hierzu werden Umfragen ausgewertet, um zu erkennen, ob hier nachhaltige Veränderungen zu erwarten sind.

¹⁰⁹ Statista GmbH 2021j.

Generation distribution - all travelers vs. Responsible Travelers - May 21 (% of respondents)

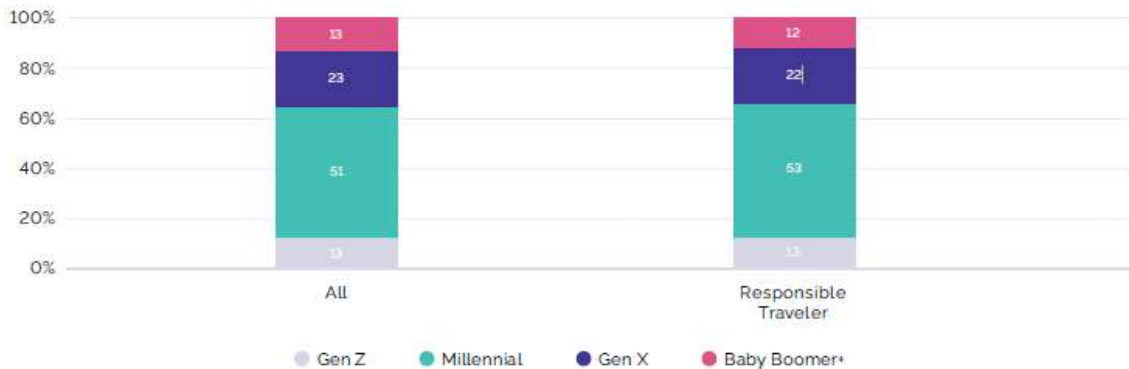


Abbildung 47: Generationenanteile der Nachhaltigreisenden und Normalreisenden¹¹⁰

In Abbildung 47 zeigen sich keine großen Unterschiede bei der Verteilung von nachhaltig Reisenden innerhalb der Generationen. Einzig bei den Millennials, welche zwischen 1981 und 1998¹¹¹ geboren sind, zeigt sich, dass mehr Millennials auf das Thema Nachhaltigkeit bei Reisen achten (indes ist dies nur ein geringer Unterschied: 53% vs. 51%). Interessanterweise ist auch bei der Generation Z zu sehen, dass die Verteilung hier gleich zu allen Reisenden ist. Es gibt nicht merkbar mehr Reisende, die auf die Nachhaltigkeit achten. Diese Erkenntnis ist gut für die Branche. Denn ein großer Teil der Jugend setzt sich für Umweltthemen ein. Gleichzeitig wollen die meisten aber weiterhin traditionell Reisen.

Dies könnte daran liegen, dass nachhaltiges Reisen teuer ist. Bestätigt wird das in der nächsten Abbildung 48, wobei die Verteilung der Reisenden ob nachhaltig oder klassisch, nach dem Einkommen unterteilt werden.

¹¹⁰ Eva Stewart 2021, S. 45.

¹¹¹ Vgl. Victoria Pawlik 2020.

Income distribution - all travelers vs. Responsible Travelers - May 21 (% of respondents)



Abbildung 48: Einkommensverteilung der Reisenden¹¹²

Hier zeigt sich, dass insbesondere die hohen und mittleren Einkommen darauf achten, nachhaltig zu reisen. Bei den geringeren Einkommen ist es so, dass weniger Leute nachhaltig reisen. Interessant ist auch die nächste Abbildung 49, die zeigt, dass Reisende, die auf Nachhaltigkeit achten, kein stark abweichendes Reiseverhalten aufweisen.

Type of accommodations used - all travelers vs. Responsible Travelers (% of respondents)

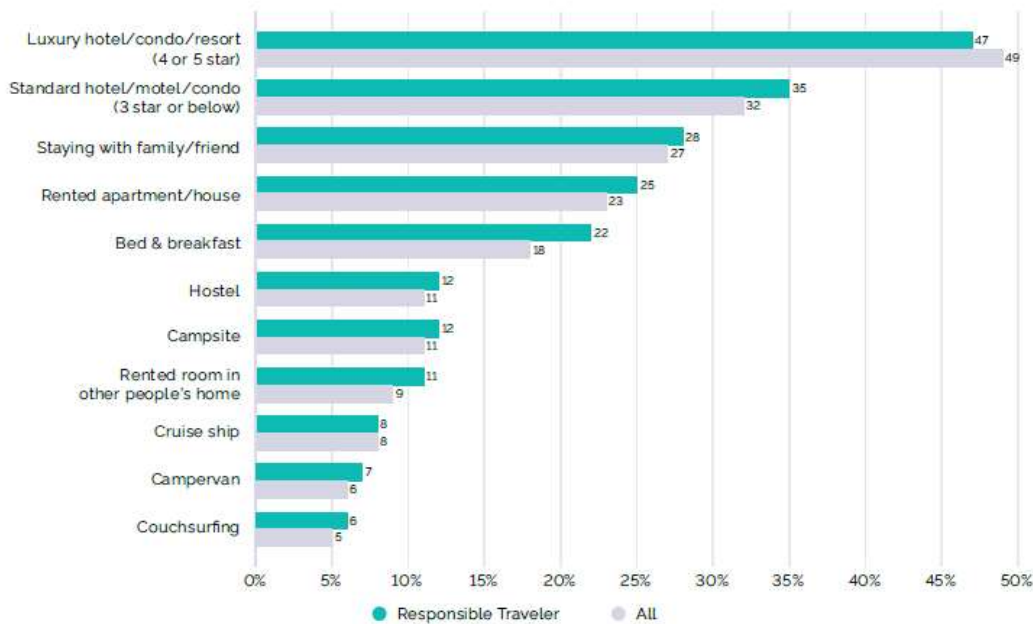


Abbildung 49: Unterkunftsarten der Reisenden¹¹³

¹¹² Eva Stewart 2021, S. 46.

¹¹³ Eva Stewart 2021, S. 47.

Man erkennt, dass die Verteilung in der Auswahl der Unterkunftsarten ähnlich ist. So gesehen scheinen Hotelimmobilien keine großen Auswirkungen in Bezug auf den Nachhaltigkeitstrend zu befürchten haben.

Als Fazit kann nun folgendes gesagt werden. Die Hotelimmobilienbranche leidet am stärksten unter den Restriktionen und dem geänderten Verbraucherverhalten. Durchaus zeigen die Trends auch auf, dass dies eine nachhaltige Entwicklung sein kann. Insbesondere die Geschäftsreisen werden wohl zunehmend durch digitale Lösungen ersetzt. Die touristischen Reisen hingegen können eine schnelle Erholung erfahren, da es hier keine Alternativen gibt, wahrscheinlich je geben wird. Es wird immer etwas anderes sein einen Ort in Person zu besichtigen als in digitaler Form.

Abschließend ist also zu sagen, dass sich die Hotelimmobilienbranche darauf einstellen muss, dass langfristig ein Teil der Reisen, insbesondere der Geschäftsreisen, wegfällt. Dies wird auch Auswirkungen auf den Hotelimmobilienmarkt haben und je nach Lage des Hotels zu sinkender Nachfrage und anschließend sinkender Kaufpreise führen. Die finale Auswertung ist in der folgenden Tabelle 8 zu sehen.

		Hotelimmobilien
Trends	Homeoffice	<p>Negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Insbesondere Geschäftsreisen nehmen ab
	Onlinehandel-Boom	Neutral
	Innenstadt sterben	<p>Schwacher negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einige Innenstädte werden zunehmend unattraktiv für Touristen
	Digitalisierung	<p>Starker negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ersetzt die meisten Geschäftsreisen
	Nachhaltiges Leben	<p>Schwacher Negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reisen haben negative Auswirkungen auf das Klima und werden deshalb in der Zukunft wahrscheinlich weniger
	Globalisierungsrückgang	<p>Negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weniger Geschäftsreisen
	Social-Distancing auch nach der Pandemie	<p>Schwacher negativer Einfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einige Reisende werden kurz nach der Pandemie nicht so frei Reisen wie zuvor

Tabelle 8: Trendauswertung Hotelimmobilien¹¹⁴

¹¹⁴ Eigene Darstellung

5 Fazit und Ausblick

Die Corona-Pandemie beschäftigt uns nun schon seit fast zwei Jahren. Ein Ende ist derzeit nicht in Sicht. Heute, im Dezember 2021 befinden wir uns mitten in der vierten Welle. Trotz der Impfstoffe steigen die Fallzahlen und Hospitalisierungen.

Dementsprechend leiden viele der in der Arbeit erwähnten Branchen erneut unter den staatlichen Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie. Dies kann weitere Folgen für den Gewerbeimmobiliensektor beinhalten. Die vorliegende Arbeit hat in Kapitel 3, den aktuellen Stand auf dem Gewerbeimmobilienmarkt analysiert. Hierfür wurden Primärdaten aus verschiedenen Bereichen ausgewertet. Die Ergebnisse gaben dann Aufschluss darüber, wie die stark die Gewerbeimmobilienmärkte von der Corona-Pandemie betroffen sind. Heraus kam bei dieser Untersuchung, dass die Auswirkungen unterschiedlich sind. Der Logistikimmobilienmarkt profitiert von der Entwicklung, wobei die Hotelimmobilien stark unter den Restriktionen leiden. Im Einzelhandelsimmobilienbereich sind die Auswirkungen geteilt. Der Lebensmitteleinzelhandel profitiert stark von der Entwicklung und bestätigt sein Dasein in der aktuellen Form. Der Konsumeinzelhandel steht, genauso wie der Büroimmobilienmarkt vor großen, strukturellen Veränderungen.

Die Arbeit ist in zwei Forschungsfragen geteilt. Durch die Analysen in Kapitel 3 konnte die erste Forschungsfrage bereits beantwortet werden.

1. Forschungsfrage: „Was sind die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Gewerbeimmobilienmarkt in Deutschland?“

Dieses Ergebnis wurde in Tabelle 2 der vorliegenden Arbeit auch aufgezeigt. Anhand des Transaktionsvolumens der jeweiligen Immobilienteilmärkte wurde analysiert, wie die aktuelle Nachfrage nach den jeweiligen Gewerbeimmobilien ist. Insbesondere die Logistikimmobilien stachen hier als Gewinner der Krise hervor. Auch die Einzelhandelsimmobilien konnten zum Teil profitieren. Dies lag aber mehr an dem Lebensmitteleinzelhandel der während der Pandemie keinerlei Einschränkungen hatte. Der Konsumgütereinzelhandel hat stark negative Entwicklungen hinnehmen müssen. Auch die Nachfrage nach Büroimmobilien ist gesunken. Die Digitalisierung sorgt dafür, dass immer weniger Angestellte einen festen Büroarbeitsplatz fordern, was sich in der benötigten Fläche widerspiegelt. Dies kann zukünftig für ein Angebotsüberhang sorgen, was die Preise sinken lässt. Die größten Verlierer in der Betrachtung sind die Hotelimmobilien. Auch hier zeigt die Digitalisierung, dass Geschäftsreisen leicht ersetzt werden können. Die touristischen Reisen sind aufgrund von staatlichen Beschränkungen ebenfalls auf einem niedrigen Niveau, wobei hier aber von einer zukünftigen Erholung ausgegangen werden kann.

Kapitel 4 hat anschließend die Nachhaltigkeit der Trends, die durch die Corona-Pandemie entstanden oder verstärkt wurden, überprüft. Einige dieser Trends werden bleiben, einige sind nur eine zeitweise Erscheinung. Die Analyse und Vorbereitung auf diese Trends sind aber in jeder Hinsicht von großer Bedeutung. Denn diese Trends bestimmen das zukünftige Marktgeschehen und Helfen bei den Investitionsentscheidungen von morgen. Um die Nachhaltigkeit der Trends zu erkennen, wurden ebenfalls Primärdaten, diesmal aber in Form von Umfragen ausgewertet. Diese gaben einen in die Zukunft gerichteten Ausblick auf die weitere Entwicklung des Gewerbeimmobilienmarktes.

Mit Hilfe dieser Umfragen konnten dann Antworten auf die zweite Forschungsfrage gefunden werden:

2. Forschungsfrage: „Hat die Corona-Pandemie einen nachhaltigen Einfluss auf den deutschen Gewerbeimmobilienmarkt?“

Hierfür wurden die verschiedenen Trends in Kapitel 4 analysiert. Eine Trendmatrix zeigt auf, welche Trends und wie stark sie auf die verschiedenen Gewerbeimmobilienmärkte wirken. Anschließend geht es in die Detailanalyse. Die Büroimmobilien werden auch zukünftig unter den Trends leiden. Hier wird insbesondere das Homeoffice dafür sorgen, dass der Büroimmobilienmarkt mit neuen Konzepten zukunftsfit gemacht werden muss. Auch die Einzelhandelsimmobilien stehen an einem Scheideweg. Hier kommt es auf den Ideenreichtum der Einzelhändler an, wie das Innenstadtsterben verhindert werden kann. Einige Ideen wie Click & Collect wurden bereits etabliert und von den Kunden zum Teil angenommen. Dennoch ist davon auszugehen, dass nicht alle Einzelhändler diese Umstellung überleben werden. Deshalb wird es auch hier nötig sein, zukunftsweisende Konzepte für die Einzelhandelsimmobilien zu erschaffen. Dementgegen stehen die Logistikimmobilien, die auf Basis des Zukunftstrends, der Digitalisierung, profitieren. Dementsprechend kann hier nichts Negatives festgehalten werden. Hotelimmobilien haben eine geteilte Zukunft vor sich. Es gibt keine Alternativen zur klassischen Urlaubsreise. Diese Eindrücke werden digitale Produkte in der nahen Zukunft, wenn nicht sogar nie, ersetzen können. Anders sieht es aus bei den Geschäftsreisen. Diese werden in Zukunft wohl auf das nötigste reduziert. Denn hier hat uns die Pandemie gezeigt, dass viele Geschäftsreisen nicht absolut notwendig sind.

Abschließend ist also zu sagen, dass die Corona-Pandemie durchaus nachhaltige Auswirkungen auf den Gewerbeimmobilienmarkt hat. Viele der entstandenen oder verstärkten Trends werden auch nach der Pandemie bestehen bleiben. Die Untersuchungen dieser Arbeit geben damit einen Aufschluss, welche Trends dies sein können.

Literatur

Andrea Amerland (2021): Wird 2021 ein Jahr der Pleiten? Hg. v. Springer Professional. Online verfügbar unter <https://www.springerprofessional.de/corona-krise/risikomanagement/2020-wird-das-jahr-der-pleiten/17985496>, zuletzt aktualisiert am 03.05.2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.

BDAE Holding GmbH (o. J.): Das sind die besten Gesundheitssysteme der Welt. Online verfügbar unter <https://www.bdae.com/journal/1597-das-sind-die-besten-gesundheitssysteme-der-welt>, zuletzt geprüft am 07.12.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021a): BESTES HALBJAHRESERGEBNIS DER LETZTEN 10 JAHRE. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/logistikmarkt/hamburg-at-a-glance>, zuletzt geprüft am 29.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021b): BÜROMÄRKTE GEGENÜBER VORJAHR LEICHT IM PLUS. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/buero-markt/deutschland-at-a-glance>, zuletzt aktualisiert am 30.06.2021, zuletzt geprüft am 14.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021c): DRITTBESTES ERGEBNIS DER LETZTEN ZEHN JAHRE. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/buero-investmentmarkt/deutschland-at-a-glance>, zuletzt aktualisiert am 30.09.2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021d): Einzelhandelsvermietungen in Citylagen. Hg. v. BNP Paribas Real Estate. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/retailmarkt/deutschland-in-a-nutshell>, zuletzt geprüft am 24.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021e): ERNEUT STARKES ERGEBNIS ZUR JAHRES-HÄLFTE. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/logistikmarkt/leipzig-at-a-glance>, zuletzt geprüft am 29.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021f): HÖCHSTER UMSATZ DER LETZTEN JAHRE. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/logistikmarkt/muenchen-at-a-glance>, zuletzt geprüft am 29.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021g): Logistikmarkt Deutschland. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/logistikmarkt/deutschland-at-a-glance>, zuletzt aktualisiert am Q2 2021, zuletzt geprüft am 28.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021h): SEHR GUTES HALBJAHRESERGEBNIS. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/logistikmarkt/koeln-at-a-glance>, zuletzt geprüft am 29.09.2021.

BNP Paribas Real Estate (2021i): UMSATZ ÜBER DEM LANGJÄHRIGEN SCHNITT. Online verfügbar unter <https://www.realestate.bnpparibas.de/marktberichte/logistikmarkt/stuttgart-at-a-glance>, zuletzt geprüft am 29.09.2021.

Bundesregierung (2021): Corona-Schutz am Arbeitsplatz: Das sind die aktuellen Regeln. Online verfügbar unter <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/buerokratieabbau/infektionsschutz-arbeitsplatz-1983894>, zuletzt aktualisiert am 24.11.2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.

Carsten Herz (2021): „Der Büromarkt hat Husten“ – So verändert das Homeoffice den Immobilienmarkt. Die Coronakrise belastet die Preise für Büroimmobilien – für wie lange, ist

derzeit noch unklar. Branchenintern vertreten Experten verschiedene Positionen. Hg. v. Handelsblatt GmbH. Online verfügbar unter <https://www.handelsblatt.com/finanzen/immobilien/immobilien-der-bueromarkt-hat-husten-so-veraendert-das-homeoffice-den-immobilienmarkt/27190828.html>, zuletzt aktualisiert am 23.05.2021, zuletzt geprüft am 14.12.2021.

Colliers International (2021): Einzelhandel Investment. Marktbericht 2020/2021. Online verfügbar unter https://www.colliers.de/wp-content/uploads/2021/02/Colliers_Research_Marktbericht_Einzelhandel.pdf, zuletzt geprüft am 20.10.2021.

DZ HYP AG (2020): Immobilienmarkt Deutschland 2020 | 2021. Büro- und Wohnungsmärkte zeigen sich robust, Herausforderungen für den Einzelhandel nehmen zu. Hg. v. DZ HYP AG. Online verfügbar unter https://dzhyp.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Ueber_uns/Marktberichte/DZ_HYP_Immobilienmarkt_Deutschland_2020_2021.pdf, zuletzt aktualisiert am 12/2020, zuletzt geprüft am 17.09.2021.

Eva Stewart (2021): INTERNATIONAL TRAVEL & TOURISM REPORT 2021. The road back to normality. Hg. v. YouGov, zuletzt geprüft am 06.12.2021.

Florian Kolf (2021): Niedrige Margen, hoher Wettbewerbsdruck: Händler in der Onlinefalle. Hg. v. Handelsblatt GmbH. Online verfügbar unter <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/einzelhandel-niedrige-margen-hoher-wettbewerbsdruck-haendler-in-der-onlinefalle/27413680.html?ticket=ST-7692430-c2MJsnLoOTh3o4zT5hK3-cas01.example.org>, zuletzt aktualisiert am 13.07.2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.

Henning Eberhardt (2021): Der Boom hält an: E-Commerce wächst um 8,5 Milliarden Euro. Hg. v. Absatzwirtschaft. Online verfügbar unter <https://www.absatzwirtschaft.de/der-corona-boom-haelt-an-e-commerce-waechst-um-85-mrd-euro-180585/>, zuletzt aktualisiert am 05.07.2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.

idealo (2021): Was meinen Sie, wie hat sich Corona auf Ihr Online-Bestellverhalten ausgewirkt? idealo, gefunden auf Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1220333/umfrage/online-bestellverhalten-seit-der-corona-pandemie/>, zuletzt geprüft am 24.09.2021.

Jan Guldner (2021): Desksharing. „Moderner und billiger, da kann man nicht nein sagen“, 2021. Online verfügbar unter <https://www.wiwo.de/erfolg/homeoffice/desksharing-moderner-und-billiger-da-kann-man-nicht-nein-sagen/27469168.html>, zuletzt geprüft am 15.09.2021.

Katja Joho (2020): Was die Wirtschaft fürchtet – was sie fordert. Hg. v. Wirtschaftswoche. Online verfügbar unter <https://www.wiwo.de/politik/deutschland/harter-lockdown-was-die-wirtschaft-fuerchtet-was-sie-fordert/26713812.html>, zuletzt aktualisiert am 13.12.2020, zuletzt geprüft am 28.12.2021.

KPMG AG (2021): Online-Shopping. Einkaufsverhalten – wer kauft was, wann, wie. Online verfügbar unter https://hub.kpmg.de/hubfs/LandingPages-PDF/KPMG%20Studie_Online%20Shopping_BF_sec.pdf?utm_campaign=RETAIL%20-%20Studie%20-%20Online-Shopping-Studie%3A%20Wer%20kauft%20was%2C%20wann%2C%20wie%3F&utm_medium=email&_hsmi=122431762&_hsenc=p2ANqtz-84uow16315u3aMGk_en38LkOhSiVeS0e71VmhVQzc1kHGfZiaKGmsu8mO4fWsyXcVPhRmjj6duM9ucMCNxZE5-Xs9--A&utm_content=122431762&utm_source=hs_automation, zuletzt aktualisiert am April 2021, zuletzt geprüft am 26.11.2021.

Markus Dohm; André Große-Jäger; Dr. Klaus Ruffler; Jörg Staff (Hg.) (2021): Expedition: Werte, Arbeit, Führung 4.0 | Band 2 – 2021: TÜV Media GmbH, Köln (2). Online verfügbar unter https://flexible-arbeit.de/wp-content/uploads/2021/09/Kompendium_II_2021_online_Version.pdf.

- Martin Greive (2021): Kein Ende der Globalisierung: Deutsche Wirtschaft setzt weiter auf weltweite Lieferketten. Hg. v. Handelsblatt GmbH. Online verfügbar unter <https://www.handelsblatt.com/politik/international/ifo-umfrage-kein-ende-der-globalisierung-deutsche-wirtschaft-setzt-weiter-auf-weltweite-lieferketten/27422444.html?ticket=ST-557877-9o4BYihJ3OmgRxZya5VP-cas01.example.org>, zuletzt aktualisiert am 14.07.2021, zuletzt geprüft am 02.12.2021.
- Mathias Brandt (2020): Der deutsche Corona-Schutzschirm im Vergleich. Hg. v. Statista GmbH. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/infografik/21463/anteil-der-corona-finanzhilfen-in-ausgewaehlten-staaten-am-bip-2019/>, zuletzt aktualisiert am 22.04.2020, zuletzt geprüft am 09.09.2021.
- Nicolas Mayer; Sven Schaltegger (2013): Hotelbesitzer und -betreiber gehen zusammen neue Wege. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 29.05.2013 (660003). Online verfügbar unter <https://www.pwc.ch/de/publications/2017/2013-05-NZZ-Hotelbesitzer-und-betreiber-gehen-zusammen-neue-Wege.pdf>, zuletzt geprüft am 12.10.2021.
- Reuters (2021): Viele Haushalte kauften wegen Mehrwertsteuersenkung mehr. Hg. v. Reuters. Online verfügbar unter <https://www.reuters.com/article/deutschland-mehrwertsteuer-idDEKBN2B30RN>, zuletzt aktualisiert am 11.03.2021, zuletzt geprüft am 14.12.2021.
- Robert Koch Institut (2021a): Epidemiologischer Steckbrief zu SARS-CoV-2 und COVID-19. Robert Koch Institut. Online verfügbar unter https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Steckbrief.html, zuletzt aktualisiert am 14.07.2021, zuletzt geprüft am 01.09.2021.
- Robert Koch Institut (2021b): Können Personen, die vollständig geimpft sind, das Virus weiterhin übertragen? Online verfügbar unter https://www.rki.de/SharedDocs/FAQ/COVID-Impfen/FAQ_Transmission.html, zuletzt aktualisiert am 29.11.2021, zuletzt geprüft am 14.12.2021.
- Robert Rauch; Sara Xhaferi; Rita Marie Roland; David Rouven Möcker; Jenny Ziemlich; Lukas Mayer (2021): Home bleibt Office. Neuauflage der PwC-Studie zum ortsunabhängigen Arbeiten und zur Wirtschaftlichkeit bei Flächenanpassungen. Hg. v. PricewaterhouseCoopers. Online verfügbar unter <https://www.pwc.de/de/real-estate/real-estate-institute/pwc-home-bleibt-office.pdf>, zuletzt aktualisiert am November 2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.
- Sören Imöhl; Angelika Ivanov (2021): Bundesregierung bestellt 80 Millionen Dosen Omikron-Impfstoff bei Biontech. Die Zusammenfassung der aktuellen Lage seit Ausbruch von Covid-19 im Januar 2020. Hg. v. Handelsblatt GmbH. Online verfügbar unter <https://www.handelsblatt.com/politik/corona-chronik-bundesregierung-bestellt-80-millionen-dosen-omikron-impfstoff-bei-biontech/25584942.html?ticket=ST-7508078-9r3xG9gXQLgYxUASfbUz-cas01.example.org>, zuletzt aktualisiert am 06.12.2021, zuletzt geprüft am 28.12.2021.
- Statista GmbH (2019): Beliebteste Reiseziele aller Nationen nach Anzahl der internationalen Besucher im Jahr 2019. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181644/umfrage/beliebteste-reiseziele-aller-nationen-nach-besucher/>, zuletzt aktualisiert am März 2020, zuletzt geprüft am 07.12.2021.
- Statista GmbH (2020a): Homeoffice und mobiles Arbeiten. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/86464/dokument/homeoffice-und-mobiles-arbeiten/>, zuletzt geprüft am 09.11.2021.
- Statista GmbH (2020b): Wie wirkt sich die Corona-Krise auf den E-Commerce aus? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1104086/umfrage/auswirkungen-der-corona-krise-auf-den-online-handel/>, zuletzt aktualisiert am 12/2020, zuletzt geprüft am 25.11.2021.

Statista GmbH (2020c): Wollen Sie nach der Corona-Krise so oft von zu Hause aus arbeiten, wie während der Krise? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1196192/umfrage/umfrage-zum-homeoffice-nach-der-corona-krise/>, zuletzt aktualisiert am Oktober 2020, zuletzt geprüft am 12.11.2021.

Statista GmbH (2021a): Anteil der im Homeoffice arbeitenden Beschäftigten in Deutschland vor und während der Corona-Pandemie 2020 und 2021. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1204173/umfrage/befragung-zur-homeoffice-nutzung-in-der-corona-pandemie/>, zuletzt geprüft am 30.08.2021.

Statista GmbH (2021b): Anzahl der beförderten Pakete durch die Deutsche Post in Deutschland von 2016 bis 2020. Hg. v. Deutsche Post. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/476935/umfrage/anzahl-der-befoererten-pakete-durch-die-deutsche-post/>, zuletzt aktualisiert am 03/2021, zuletzt geprüft am 01.12.2021.

Statista GmbH (2021c): Anzahl Infektionen mit dem Coronavirus (COVID-19), Hospitalisierungen und Todesfälle* in Deutschland nach Meldewoche. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1190592/umfrage/coronainfektionen-und-hospitalisierte-faelle-in-deutschland-nach-meldewoche/#professional>, zuletzt geprüft am 01.09.2021.

Statista GmbH (2021d): Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Deutschland von 1991 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1251/umfrage/entwicklung-des-bruttoinlandsprodukts-seit-dem-jahr-1991/#professional>, zuletzt geprüft am 30.08.2021.

Statista GmbH (2021e): Corona-Krise: Werden die Geschäfte in der Innenstadt Ihrer Meinung nach die Krise überleben? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1209616/umfrage/corona-krise-umfrage-zum-ueberleben-von-geschaeften/>, zuletzt geprüft am 23.09.2021.

Statista GmbH (2021f): Entwicklung des Transaktionsvolumens im deutschen Hotelinvestmentsmarkt von 2010 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/475250/umfrage/transaktionsvolumen-deutscher-hotelimmobilien/>, zuletzt geprüft am 04.10.2021.

Statista GmbH (2021g): Gästeübernachtungen in deutschen Beherbergungsbetrieben von 1992 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/29514/umfrage/gaesteuebernachtungen-in-deutschland-seit-1992/>, zuletzt aktualisiert am Februar 2021, zuletzt geprüft am 04.10.2021.

Statista GmbH (2021h): Gross domestic product at current market prices of selected European countries in 2020. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/statistics/685925/gdp-of-european-countries/>, zuletzt aktualisiert am Juni 2021, zuletzt geprüft am 14.12.2021.

Statista GmbH (2021i): Kapitalwertindex für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland in den Jahren von 2003 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/369079/umfrage/kapitalwertindex-fuer-einzelhandelsimmobilien-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 27.09.2021.

Statista GmbH (2021j): Marktanteil der Geschäftsreisen an allen europäischen Reisen nach Deutschland von 2004 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182261/umfrage/marktanteil-der-geschaeftsreisen-an-allen-europaeischen-reisen-nach-deutschland-seit-2004/>, zuletzt geprüft am 07.12.2021.

Statista GmbH (2021k): Mietindex für Einzelhandelsimmobilien in Deutschland von 2003 bis 2020. Online verfügbar unter

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/369064/umfrage/mietindex-fuer-einzelhandel-simmobilien-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 27.09.2021.

Statista GmbH (2021l): Spitzenrendite am Investitionsmarkt für Logistikimmobilien in ausgewählten deutschen Städten in den Jahren von 2018 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/481357/umfrage/spitzenrendite-fuer-logistikimmobilien-in-deutschland-nach-staedten/>, zuletzt geprüft am 30.09.2021.

Statista GmbH (2021m): Transaktionsvolumen am Investmentmarkt für Logistikimmobilien in Deutschland von 2008 bis 2020. Deutschland. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/302663/umfrage/transaktionsvolumen-auf-dem-investmentmarkt-fuer-logistikimmobilien/>, zuletzt geprüft am 29.09.2021.

Statista GmbH (Hg.) (2021n): Trends im Einkaufsverhalten in Österreich. Statista-Dossier zu Trends im Einkaufsverhalten in Österreich. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/86233/dokument/trends-im-einkaufsverhalten-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 16.11.2021.

Statista GmbH (2021o): Veränderung der Besucherfrequenz im Einzelhandel in Deutschland von KW 04/2021 bis KW 37/2021. Hg. v. Crosscan. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/291581/umfrage/besucherfrequenz-im-einzelhandel-in-deutschland-ggue-dem-vorjahr/>, zuletzt geprüft am 22.09.2021.

Statista GmbH (2021p): Wie schätzen Sie die Kaufpreisentwicklung für Hotel-Immobilien in Österreich im Jahr 2021 in Abhängigkeit von der Lage ein? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/523205/umfrage/umfrage-zur-kaufpreisentwicklung-fuer-hotel-immobilien-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 05.10.2021.

Statista GmbH (2021q): Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie auch weiterhin vermehrt online einkaufen? Hg. v. Bitkom. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1188762/umfrage/moegliche-veraenderungen-im-online-einkaufsverhalten-nach-der-corona-krise/>, zuletzt aktualisiert am 11/2021, zuletzt geprüft am 01.12.2021.

Statista Research Department (2017): Statistiken zu Gewerbeimmobilien. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/themen/2317/gewerbeimmobilien/>, zuletzt aktualisiert am 2020, zuletzt geprüft am 13.09.2021.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (o. J.): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Bruttoinlandsprodukt (BIP). Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Methoden/bip.html>, zuletzt geprüft am 30.08.2021.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021a): Die Folgen der Corona-Pandemie in 10 Zahlen. Pressemitteilung Nr. N 023 vom 31. März 2021. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/03/PD21_N023_p001.html, zuletzt geprüft am 03.09.2021.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021b): Konsumausgaben der privaten Haushalte 2020 deutlich zurückgegangen. Stärkster Rückgang der Konsumausgaben der privaten Haushalte seit 1970. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/03/PD21_122_811.html;jsessionid=E959D758CB4B0070A8B58B4A2C20A9F1.live711, zuletzt geprüft am 03.09.2021.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021c): Reallöhne im Jahr 2020 um 1,1 % gegenüber 2019 gesunken. Nominallöhne 0,7 % unter dem Vorjahreswert. Pressemitteilung Nr. 143 vom 24. März 2021. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/03/PD21_143_623.html, zuletzt geprüft am 08.09.2021.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021d): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Defizitquoten der EU-Mitgliedstaaten; Finanzierungsfizit (-) / -überschuss (+) in % des Bruttoinlandsproduktes. Online verfügbar unter

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Tabellen/eu-stabilitaetspakt-defizitquote-eu.html>, zuletzt aktualisiert am 22.04.2021, zuletzt geprüft am 03.09.2021.

Stephan Fetsch (2021): Online-Shopping: Kaufverhalten und Warenkörbe verändern sich. Hg. v. KPMG AG. Online verfügbar unter <https://home.kpmg/de/de/home/themen/2021/04/online-shopping-studie.html>, zuletzt geprüft am 26.11.2021.

Tagesschau (2020): Corona-Ausbruch bei Tönnies: 400 Infektionen in Fleischfabrik. Video. Online verfügbar unter https://www.youtube.com/watch?v=_N6QfqLmGQ8, zuletzt geprüft am 09.11.2021.

Victoria Pawlik (2020): Statistiken zum Thema Millennials. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/themen/3933/millennials/>, zuletzt aktualisiert am 24.08.2020, zuletzt geprüft am 09.12.2021.

Weltgesundheitsorganisation (o. J.): Pandemie der Coronavirus-Krankheit (COVID-19). Weltgesundheitsorganisation - Regionalbüro für Europa. Online verfügbar unter <https://www.euro.who.int/de/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov>, zuletzt geprüft am 01.09.2021.

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Leipzig, den 10. Januar 2022

A solid black rectangular box used to redact the signature of the author.

Felix Reh