



In dem Blog zum Thema [Krise in der Fotoindustrie](#) haben wir bereits beschrieben, wie umkämpft der Platz am PoS geworden ist. Es reicht nicht mehr aus, ein erstklassiges Produkt zu haben, man muss es auch am PoS platzieren können. Da aus Handelssicht die Flächenrentabilität zählt, ist es trotz erstklassiger Technologie nicht möglich, ausreichend Regalmeter für seine Markenpräsenz zu bekommen. Das Gleiche gilt aber auch für den Handel selbst: Das beste und innovativste Format nützt nichts, wenn man nicht die gewünschte Lage bekommt!

## Neue Regeln im Immobilienmarkt

Mittlerweile ist aber eine Entwicklung zu beobachten, in der ein Händler eine vollkommen andere Branche bewegt: Rewe mischt den Immobilienbereich auf! Mittlerweile muss auch der letzte in der Branche bemerkt haben, dass sich in Köln ganz viel bewegt und das Thema Konzeptinnovation dort ein Zuhause gefunden hat. Zudem merkt man an folgenden

Aktivitäten deutlich, dass dort ernst gemacht wird:

Man gründet nicht nur ein neues Unternehmen für die Digitalisierung, sondern stellt auch 200 neue Mitarbeiter/innen ein.

Man setzt auf Startups und übernimmt diese

Man beteiligt sich an verschiedenen Online-Portalen und Lösungen wie z. B. de, Home24, und ZooRoyal, um nur einige zu nennen.

Zuletzt zeigt man mit einer einmaligen Experimentierfreudigkeit den Weg für neue Formate wie z.B. Temma und Oh Angie.

Man setzt auf neue Partnerschaften für mehr Magnetwirkung, wie z.B. Starbucks

Aber es wird nicht nur in diesen Bereichen ernst gemacht: Jede Handelsinnovation braucht im Falle des Roll out auch Flächen, in denen diese Lösungen umgesetzt werden. Die o.g. Beispiele zeigen, dass auch wir von Zukunft des Einkaufens nicht herum kommen, diese „Morgenmacher“ weiter zu beobachten.

## First come, first served- man muß Tatsachen schaffen!

Schaut man sich die Aktivitäten der Gruppe im Bereich Handelsimmobilien genauer an stellt man fest, dass die Zukunft der Handelsformate sehr stark von den Standorten abhängt. Der Trend der Urbanisierung treibt immer mehr Menschen in die Ballungsräume, damit verteuert sich neben dem Wohnraum automatisch auch die Gewerbefläche. Als typischer Nahversorger muss sich die Rewe auf der Suche nach strategischen Handelsstandorten diesem Problem stellen. Will man zukünftig in der Nachbarschaft der Menschen Handel treiben, muss man sich die Immobilie auch leisten können, will man darüber hinaus auch Geld verdienen muss der Standortpreis angemessen sein. Um sich diesem Zukunftsproblem

zu stellen kauft der Konzern aktuell Immobilien zu einem über dem Marktwert liegenden Preis auf: Während die klassischen Immobilieninvestoren vom 14fachen der Jahresnettokaltmiete ausgehen, bietet Rewe teilweise bis zum 20fachen Wert. Damit sichert sich der Konzern die Handelsstandorte von morgen, kann durch eine länger kalkulierte Laufzeit von 33 Jahren auch eine ganz andere Rentabilitätsrechnung als klassische Immobilienentwickler vorweisen. Zudem lohnt es sich, in Zeiten niedriger Zinsen und notwendiger Rückstellungen der Pensionskassen in diesem Bereich zu investieren.

Mit diesen Maßnahmen wird Rewe klar auf Wachstum getrimmt: Expansion in die Städte (allein in diesem Jahr sind 200 neue Stores geplant), zugleich auch in den digitalen Zukunftsmarkt mit Belieferung, Click & Collect sowie dem klassischem eCommerce. All das sind große Anstrengungen, deren Folgen zukünftige Management-Generationen positiv wie negativ beeinflussen werden. Eines ist aber wichtig: Wer ein Zuhause haben will, sollte seines dabei haben - wie die Schnecken eben. Aber auch die Schnecke muss aufpassen, dass sie bei zu hohem Tempo nicht das Haus verliert!

Bild: Stocksnap.io