

Report

Polen | September 2023

jll.com



# Fachmarkt- & Nahversorgungszentren in Polen

4. Auflage



# Einleitung

Die polnische Einzelhandelslandschaft war in den letzten Jahren wesentlich von der Entwicklung von Fachmarkt- und Nahversorgungszentren geprägt. Diese vierte Auflage des Berichts zu Fachmarkt- und Nahversorgungszentren präsentieren wir Ihnen daher vor dem erfreulichen Hintergrund des anhaltenden Interesses an diesen Einzelhandelsformaten. Gedacht als umfassende Untersuchung von Wachstum und Trends in diesen Segmenten, betont der Bericht die Bedeutung von ESG-Aspekten für die Immobilienbranche von heute. Wir hoffen, der gründlich recherchierte Bericht erweist sich als wertvolle Ressource für Marktakteure, Investoren, Entscheidungsträger, die aktuelle Chancen nutzen möchten, aber auch für alle am Thema Interessierten.



---

**Mateusz Polkowski**  
JLL



---

**Jacek Wesółowski**  
Trei Real Estate Polen

# Inhalt

**04**

Der polnische Einzelhandelsmarkt

**06**

Merkmale von Fachmarktzentren

**11**

Marktakteure

**12**

Mieter

**14**

Nachfrage

**15**

Mietpreise

**16**

Investmentmarkt

**20**

ESG bei Immobilien

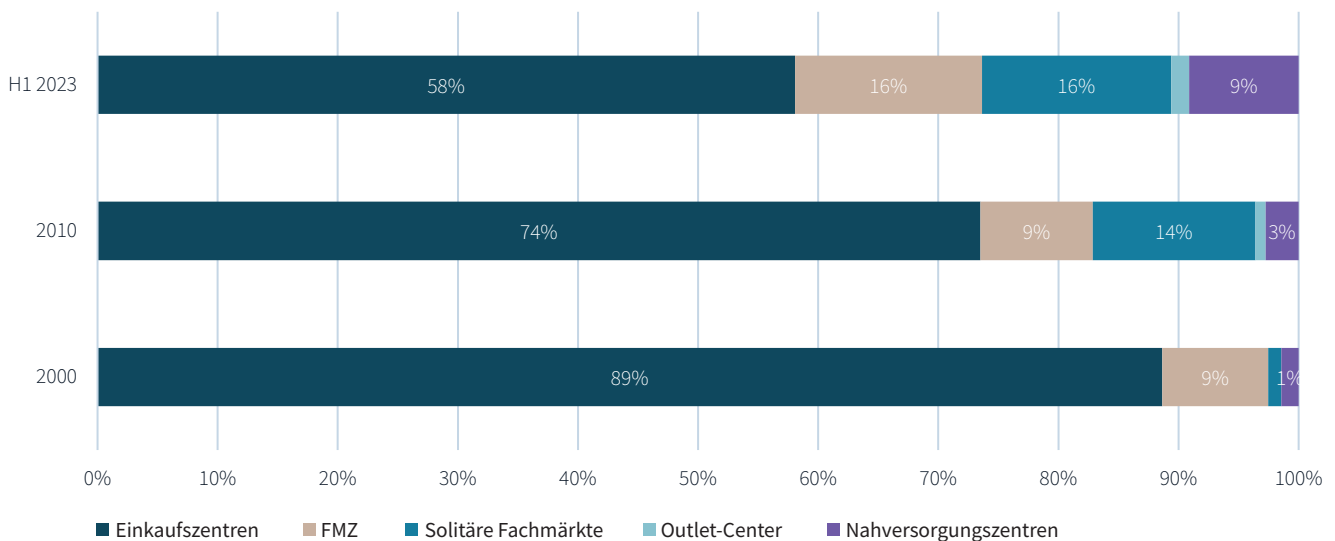


# Der polnische Einzelhandelsmarkt

Auch wenn sich die schwierigen Marktbedingungen von 2022 in der ersten Jahreshälfte 2023 fortsetzen, ist in den kommenden Monaten mit einer kurz- bis mittelfristigen Konjunkturverbesserung zu rechnen. Während der BIP-Zuwachs im Euroraum und in Polen im Jahr 2023 noch minimal ausfallen dürfte, ist für den Zeitraum 2023-2027 mit einem Gesamtzuwachs von 11,2% in Polen zu rechnen, im Euroraum dagegen nur mit einem Wachstum von 6,8%\*.

Der Inflationsdruck wird nachlassen, aber nicht ganz verschwinden. Die Marktbelegung wird weiterhin von einem schwierigen Handelsumfeld gebremst, der Abwärtstrend scheint jedoch gestoppt zu sein. Der kurz- und mittelfristige Ausblick gibt Grund für verhaltenen Optimismus. Nach ihrem Höhepunkt von 14,4% im Jahr 2022 dürfte sich die jährliche Teuerungsrate 2023 im Schnitt auf 12% und 2024\* auf 6% belaufen. Auch beim Einzelhandelsumsatz zeichnet sich Entspannung ab\*, da bis 2027 mit einem jährlichen Anstieg der Umsätze um 3,5% in Polen und um 1,4% im Euroraum gerechnet wird.

## Struktur des EH-Bestands (m<sup>2</sup> GMF)



Quelle: JLL, H1 2023

Zur Jahresmitte 2023 kam der polnische Bestand an modernen Einzelhandelsflächen auf 17,1 Mio. m<sup>2</sup> GMF. Einkaufszentren stellen zwar nach wie vor die beliebteste Betriebsform dar, verzeichnen allerdings durch verändertes Kaufverhalten einen rückläufigen Marktanteil: Dieser ging zurück von 89% im Jahr 2000 auf 58% im ersten Halbjahr 2023.

An den übergeordneten Trends hat sich in den letzten 12 Monaten nichts verändert, und der Flächenneuzugang wird weiterhin von Fachmarktzentren (≥ 5.000 m<sup>2</sup> GMF) bestimmt.

Mittlerweile kommt diese Betriebsform auf über 2,7 Mio. m<sup>2</sup> an Bestandsflächen bzw. 16% der gesamten Einzelhandelsfläche in Polen.

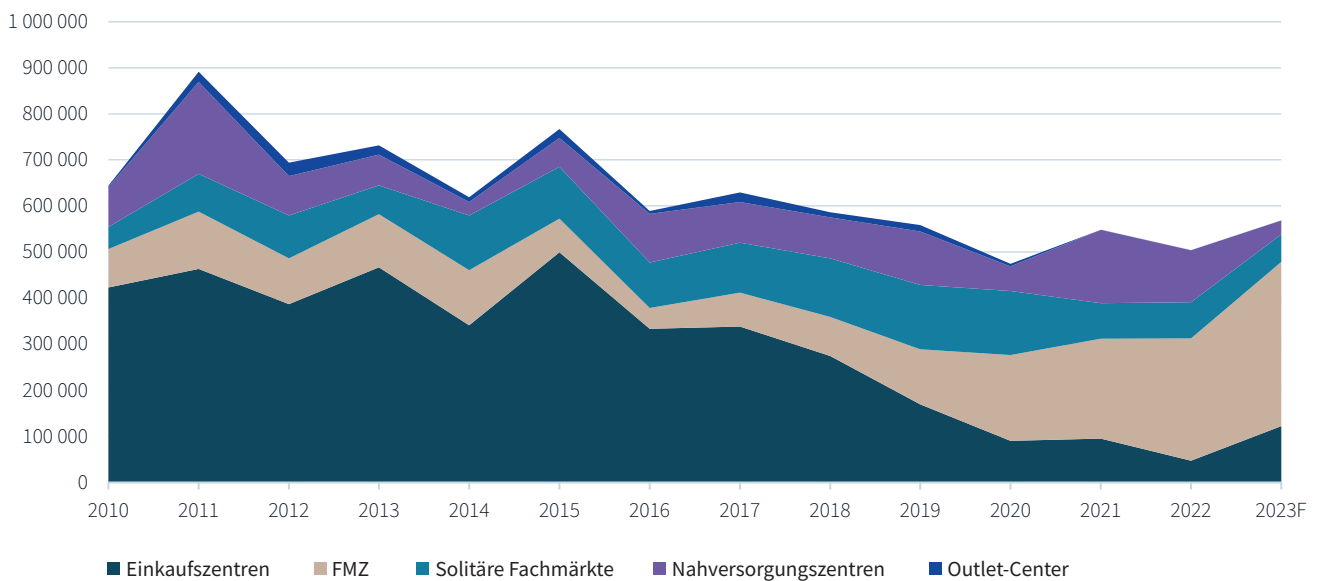
Fertigstellungen im ersten Halbjahr in Polen beliefen sich auf über 219.000 m<sup>2</sup> GMF an Einzelhandelsfläche, was einem Anstieg von 40% im Vorjahresvergleich entspricht. Der Löwenanteil der EH-Fertigstellungen (56%) entfiel auf die Betriebsform Fachmarktzentrum. Einkaufszentren kamen auf einen Anteil von 26% der Neubaufächen, gefolgt von Nahversorgungszentren (13%) und solitären Fachmärkten (5%).

\*Oxford Economics

Der dynamische Einzelhandelsmarkt Polens weist eine stattliche Entwicklungs-Pipeline auf. Zur Jahresmitte waren insgesamt über 349.000 m<sup>2</sup> an EH-Flächen im Bau, mit deren Fertigstellung noch 2023 zu rechnen ist. Doch selbst bei fristgerechtem Abschluss aller Projekte wird sich der Flächenneuzugang im Gesamtjahr 2023 auf lediglich 568.000 m<sup>2</sup> GMF belaufen.

Davon entfallen 63% (356.000 m<sup>2</sup> GMF) auf Fachmarktzentren, so dass 2023 ein weiteres Rekordjahr für diese Betriebsform werden könnte in Bezug auf den marktseitigen Flächenneuzugang.

### Neuzugänge aller EH-Formate am Markt (m<sup>2</sup> GMF)



Quelle: JLL, H1 2023, P = Prognose

## Definitionen (ICSC, JLL)

**Einkaufszentrum (EKZ):** EH-Formate dieser Art werden als Einzelobjekt mit einem einzigen Eigentümer konzipiert, entwickelt und betrieben, meist mit Parkmöglichkeit vor Ort. Solche Objekte verfügen über mindestens 5.000 m<sup>2</sup> GMF und mindestens 10 Mieter.

**Fachmarktzentrum (FMZ):** Eine einheitlich konzipierte, geplante und betriebene Gruppierung freistehender (d. h. unverbundener) Einzelobjekte, genutzt vor allem von mittelgroßen und großflächigen Einzelhändlern (Fach- und Verbrauchermärkten). Wie andere Zentren in offener Bauweise verfügen auch FMZ über ein großes ebenerdiges Parkplatzangebot direkt vor oder nahe den Eingangsbereichen. Sie erstrecken sich über  $\geq 5.000$  m<sup>2</sup> GMF, die mit mindestens zwei Mietern belegt sind.

**Solitärer Fachmarkt:** Freistehende Zweckbauten, meist belegt mit Einrichtungshäusern, Elektronikmärkten, Baumärkten oder SB-Warenhäusern. Solche Objekte bewegen sich in der Größenordnung von  $\geq 5.000$  m<sup>2</sup> GMF.

**Outlet-Center:** Ein Ladenkomplex in offener oder geschlossener Bauweise, in denen Händler oder Hersteller vergünstigte Markenware anbieten, meist Überschussbestände, Artikel der Vorsaison oder schlecht gehende Ware sowie Designerartikel. Solche Objekte bewegen sich in der Größenordnung von  $\geq 5.000$  m<sup>2</sup> GMF.

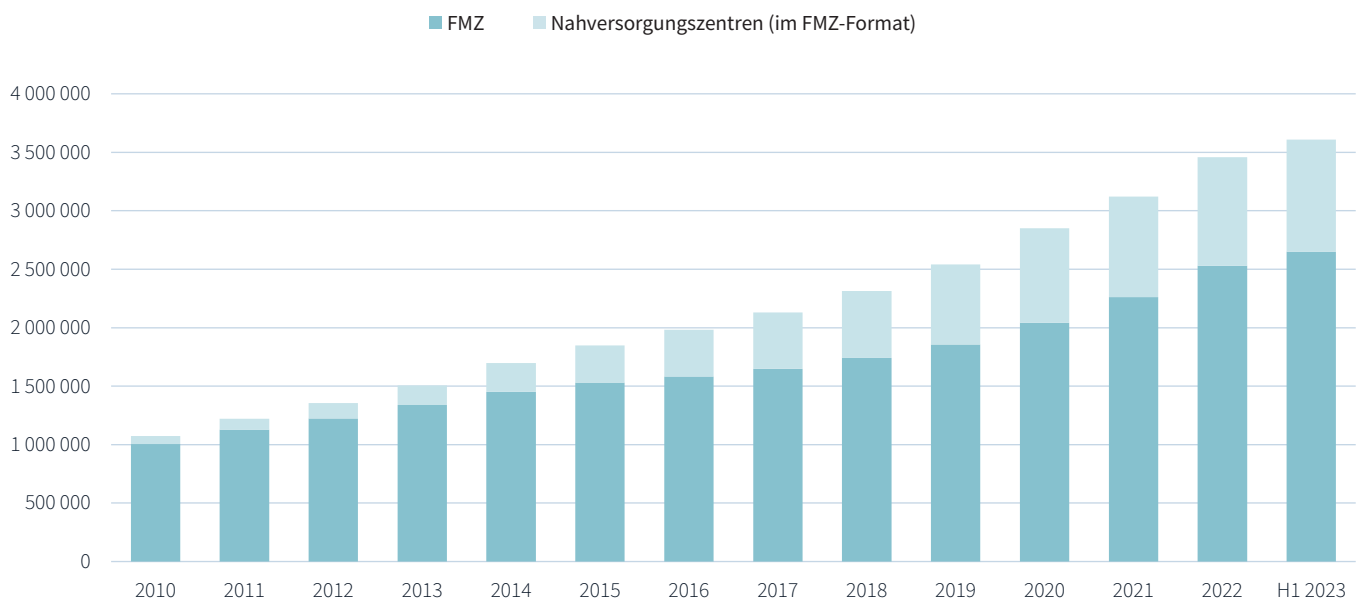
**Nahversorgungszentrum:** Ein für den täglichen Einkauf auf dem Heimweg gedachtes Einzelhandelsformat, meist an verkehrsreichen Straßen oder direkt in Wohnsiedlungen gelegen. Es handelt sich um die kleinste relevante Betriebsform (Größe: 2.000 m<sup>2</sup> bis 4.999 m<sup>2</sup>). Aufgrund der geringen Verkaufsfläche beschränkt sich der Mietermix oft auf ein bis zwei Anbieter pro Warengruppe, z. B. ein Lebensmittelhändler, mehrere Billiganbieter, eine Drogerie, eine Apotheke, ein Elektronik- oder Haushaltsgeräthändler, und kleinere Dienstleister.

# Merkmale von Fachmarktzentren

Derzeit gibt es in Polen etwa 600 Fachmarktzentren (FMZ) mit jeweils einer Mietfläche von mindestens 2.000 m<sup>2</sup>, darunter 85 regionale FMZ, 136 klassische FMZ und 379 Nahversorgungszentren im FMZ-Format. Der Gesamtbestand an Fachmarktzentren in Polen lag zur Jahresmitte bei 3,6 Mio. m<sup>2</sup> GMF, wovon sich über 2,6 Mio. m<sup>2</sup> GMF in regionalen oder klassischen FMZ und rund 958.000 m<sup>2</sup> GMF in Nahversorgungszentren im FMZ-Format befanden. Der Unterschied zwischen Fachmarkt- und Nahversorgungszentren verschwimmt immer mehr, da zahlreiche Fachmarktzentren in der Größenordnung von nur 5.000 m<sup>2</sup> entwickelt werden. Der Trend zur Errichtung großer regionaler Fachmarktzentren ist dagegen rückläufig. Stattdessen werden kleinere dezentrale Objekte immer beliebter.

Fachmarktzentren haben aktuell Hochkonjunktur, und ihr Bestand klettert auf immer neue Rekordwerte. Die aktive Reaktion von Investoren und Entwicklern auf die steigende Nachfrage schlägt sich in einer erstaunlichen Zahl von Fachmarktprojekten nieder. Der rasante Ausbau des FMZ-Angebots veranschaulicht, wie attraktiv diese Betriebsform für das Einzelhandelsgeschäft geworden sind. Immerhin trägt der Trend auch zur Diversifizierung der Einzelhandelslandschaft bei, indem er Händlern reichlich Gelegenheit bietet, sich zu etablieren und eine breitere Kundenbasis zu erschließen.

## Bestand an EH-Flächen in Polen (in m<sup>2</sup> GFM)

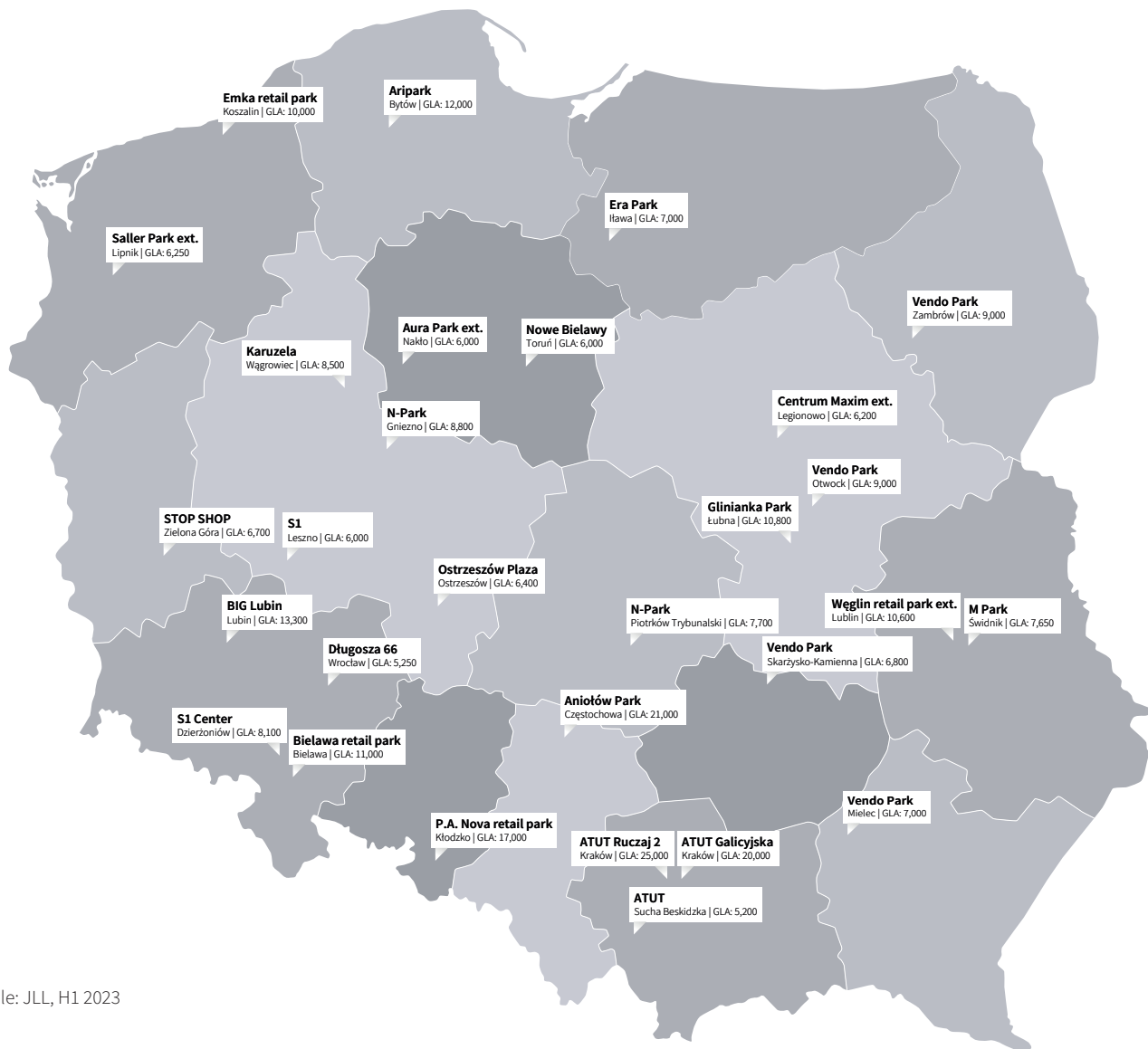


Quelle: JLL, H1 2023

Neben den Vorteilen und Wachstumschancen, die sich mit Fachmarkt- und Nahversorgungszentren verbinden, sind auch Schwächen und Risiken zu nennen, die wir in der nachfolgenden SWOT-Analyse aus Sicht von Kunden, Handelsketten und Investoren aufgeschlüsselt haben.

	Kunden	Händler	Investoren
<b>S</b>	<p>Komfort und Zugang: FMZ liegen oft am Stadtrand, sind bequem über Ausfallstraßen zu erreichen und verfügen über ein großzügiges Parkplatzangebot</p> <p>Kompaktes Angebot: FMZ decken den Grundbedarf der Kunden ab</p> <p>One-Stop-Shopping: Dank der angebotenen Produkte und Dienstleistungen eignen sich FMZ optimal zur Erledigung des täglichen Einkaufs</p> <p>Verknüpfung von Online- und Offline-Handel: FMZ passen sich flexibel an die Marktveränderungen durch E-Commerce an. Viele FMZ ermöglichen Kunden die Abholung von Online-Bestellungen im Ladengeschäft (Click-&amp;Collect)</p>	<p>Kosteneinsparungen: FMZ-Mieten und -Nebenkosten sind normalerweise niedriger als die von innerstädtischen Spitzenlagen</p> <p>Gute Sichtbarkeit: Alle FMZ-Händler sind dank der großen Schaufenster und dem direkten Zugang vom Parkplatz leicht zu finden</p> <p>Begrenzter Wettbewerb: In kleineren Zentren sind die einzelnen Warenkategorien meist auf einen Anbieter beschränkt, so dass die Händler kaum konkurrieren</p> <p>Verfügbarkeit großer und standardisierter Flächen: Händler können ihre betrieblichen Anforderungen leichter auf Größe und Grundriss der Ladengeschäfte abstimmen</p>	<p>Polen ist generell ein plausibles Expansionsziel für Investoren, die in der CEE-Region aktiv sind</p> <p>Einfacherer Zugang und niedrigere Eigenkapitalanforderungen im Vergleich zu großen EH-Komplexen</p> <p>Da Mieten und somit auch die Finanzierung meist in Euro ausgewiesen sind, entfällt das Wechselkursrisiko für ausländische Investoren</p> <p>Zügiger Entwicklungsprozess: FMZ-Planungen beruhen oft auf standardisierter Architektur, die den Bauprozess strafft und dadurch Zeit und Kosten spart</p> <p>Relativ unempfindlich für konjunkturelle Flauten dank des Schwerpunkts auf der Grundversorgung</p> <p>Große Nachfrage nach umsatzstarken Objekten</p> <p>Ein für ausländische Investoren geeignetes Anlageprodukt, da auch Großunternehmen aktiv an der Ausgestaltung des polnischen EH-Marktes beteiligt sind</p>
<b>W</b>	<p>Das Angebot konzentriert sich auf die Grundversorgung, oft mit nur einem Anbieter pro Warenkategorie</p> <p>Mangelnde oder begrenzte Gemeinschaftsflächen; weniger bequem bei schlechter Witterung</p>	<p>Fehlende Synergie-Effekte mit anderen Geschäften der gleichen Kategorie</p> <p>Schwierige Messung der Kundenfrequenz und der Umsatzentwicklung der Geschäfte</p> <p>Probleme bei der Personalbeschaffung (vor allem an abgelegeneren Standorten)</p>	<p>Begrenzte Auswahl an verfügbaren Mietern (daher ist für Entwickler Vorsicht geboten bei großen regionalen Fachmarktzentren, die auf die Bindung aller am Markt agierenden Nutzer angewiesen sind und eventuelle Leerstände kaum abbauen können)</p> <p>Langwierige Antragsverfahren</p>
<b>O</b>	<p>Weitere Möglichkeit zur Optimierung des Mietermixes, um die Bedürfnisse der Zielkunden zu decken</p> <p>Verbesserte Angebotspräsentation der Händler (attraktiveres Angebot, neue Omni-Channel-Lösungen)</p>	<p>Effektiven Skalierung und Expansion durch mehrere Vertriebswege</p> <p>Präsenz in einem größeren FMZ-Portfolio verbessert die Verhandlungsposition</p> <p>Chance zum Eintritt in kleinere Märkte</p> <p>Relativ einfache Umsetzung von Click-&amp;Collect- / Omni-Channel-Lösungen (bei großflächigen Anbietern; evtl. auch Warenabholung auf Parkplatz)</p>	<p>Alternative Kapitalquelle mit stärkerer Marktpräsenz</p> <p>Hohe Zahl an Kleinstädten in Polen (Stand Januar 2023: 979 Städte)</p> <p>Mögliche Erweiterung von Fachmarktzentren</p> <p>Mögliche Einführung von ESG-Lösungen</p>
<b>T</b>	<p>Veränderte Kundenpräferenzen in Bezug auf Shopping-Kanäle</p>	<p>Einschränkung der Rentabilität durch zunehmende Dichte von Fachmarktzentren</p> <p>Starke Marktstellung kleiner Ladengeschäfte des innerörtlichen Einzelhandelsbesatzes</p>	<p>Zunehmende Beliebtheit anderer Vertriebswege, vor allem des Online-Handels</p> <p>Marktsättigung und stärkerer Wettbewerb der Fachmarktzentren untereinander</p> <p>Steigende Grundstückspreise</p> <p>Konkurrenz durch andere Immobilienklassen (z. B. Industrie- und Logistikimmobilien)</p>

## Auswahl der größten FMZ-Eröffnungen, H2 2022 – H1 2023



Quelle: JLL, H1 2023

## Definitionen (ICSC, JLL)

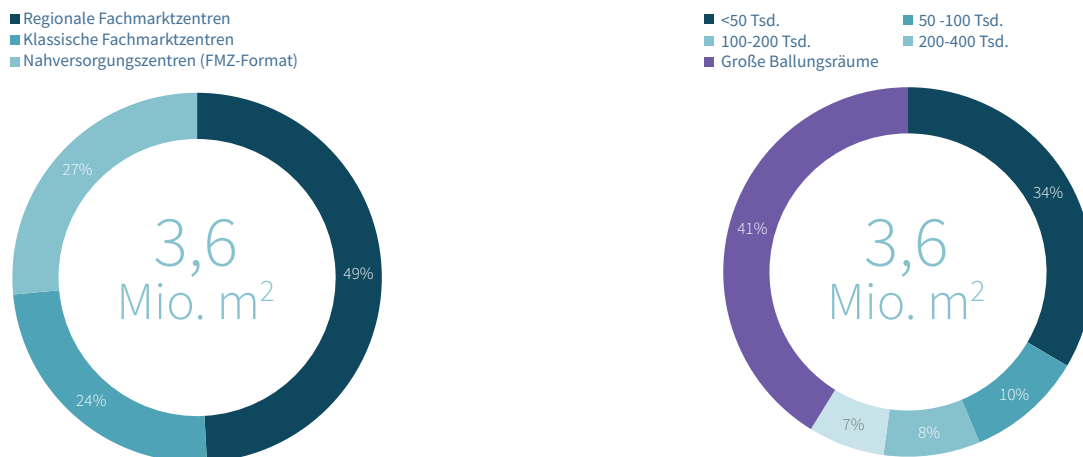
**Regionale Fachmarktzentren ( $\geq 10.000 \text{ m}^2$  GMF):** Fachmarktzentren diesen Typs sind in oft große Einzelhandelsstandorte eingebettet und häufig neben Einkaufszentren und Fachmärkten gelegen. Meist befinden sie sich an Ausfallstraßen in städtischen Randgebieten oder in Vorortlage. Ihre regionale Wirkung wird durch die Synergie-Effekte mit benachbarten Einzelhandelsstandorten verstärkt. Sie eignen sich optimal für den zweckgebundenen Einkauf mit dem PKW zur Deckung des aperiodischen Bedarfs.

**Klassische Fachmarktzentren ( $5.000 \text{ m}^2 - 9.999 \text{ m}^2$  GMF):** Typische Fachmarktzentren mit großen Parkplätzen und außen liegenden Ladeneingängen. Große Sortimentstiefe und -breite für den zielgerichteten Einkauf. An Hauptstraßen gelegen und mit guter MIV-Anbindung. In Kleinstädten stellen sie oft die einzigen modernen Standorte des filialisierten Einzelhandels dar.

**Nahversorgungszentren ( $2.000 \text{ m}^2 - 4.999 \text{ m}^2$  GMF):** Das kleinste Einzelhandelsformat, das vor allem das direkte Umfeld versorgt. Aufgrund der kleinen Fläche ist das Angebot auf Waren des täglichen Bedarfs beschränkt. Standorte sind meist städtische Hauptstraßen und dicht besiedelte Wohngebiete. Hier berücksichtigt sind ausschließlich Nahversorgungszentren im FMZ-Format (Außenzugang zu den Geschäften, keine Gemeinschaftsflächen).



## FMZ-Bestand, aufgeschlüsselt nach Objekttyp und Stadtgröße



Quelle: JLL, H1 2023

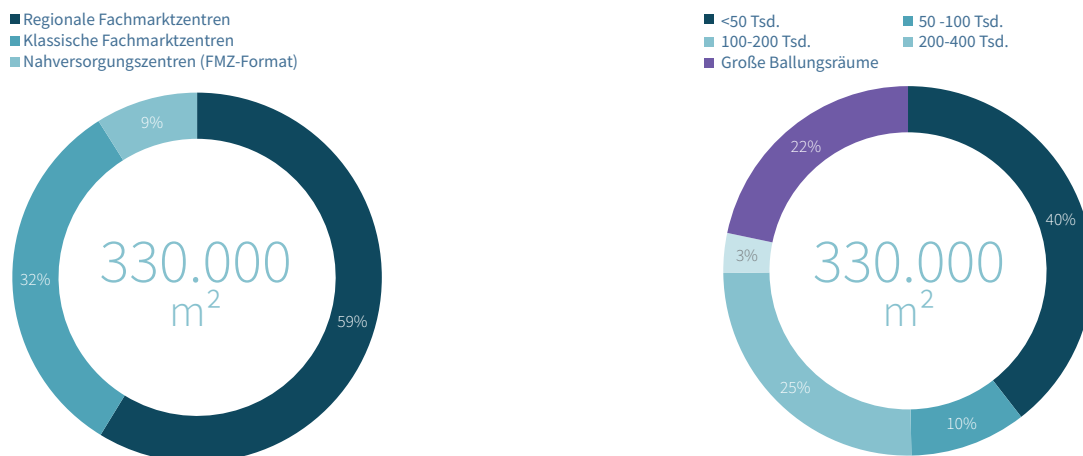
Etwa 376.000 m<sup>2</sup> GMF an regionalen und klassischen Fachmarktzentren sowie an Nahversorgungszentren (im FMZ-Format) kamen in den letzten 12 Monaten auf den Markt. Die Flächen verteilen sich auf 57 Projekte: 31 Fachmarkt- und 26 Nahversorgungszentren. Geographisch gesehen entstand der größte Teil an Neubauf Flächen (38%) in Kleinstädten von unter 50.000 Einwohnern, gefolgt von Ballungsräumen (31%).

Dabei entfielen zur Jahresmitte 2023 rund 3,6 Mio. m<sup>2</sup> GMF an Verkaufsflächen auf Fachmarktzentren und Nahversorgungszentren mit FMZ-Layout. Ein Großteil der Flächen liegt in regionalen Parks (49%) aufgrund deren Größe. Geographisch gesehen befinden sich die untersuchten Formate hauptsächlich in großen Ballungsräumen (41%), gefolgt von Städten mit

weniger als 50.000 Einwohnern (34%). Dies veranschaulicht die großen Unterschiede zwischen Großstädten mit der höchsten Kaufkraftkonzentration und Kleinstädten mit oft geringem Wettbewerb.

Angesichts der weiterhin starken Bautätigkeit sind Neuzugänge von über 330.000 m<sup>2</sup> GMF für beide Betriebsformen zu erwarten, wovon 266.000 m<sup>2</sup> bis Jahresende 2023 auf den Markt kommen dürften. Die Neubauf Flächen entstehen vor allem in Kleinstädten (40%). In Bezug auf die Projektgröße betreffen die meisten Fertigstellungen Fachmarktzentren von über 10.000 m<sup>2</sup>. Zu den größten im Bau befindlichen Projekten zählen das Koszalin Power Center (38.000 m<sup>2</sup> GMF), das Karuzela in Biła Podlaska (23.000 m<sup>2</sup> GMF), der Vendo Park in Szczecin (22.000 m<sup>2</sup> GMF) und der Ozimska Park in Opole (18.000 m<sup>2</sup> GMF).

## Fachmarkt- und Nahversorgungszentren im Bau, aufgeschlüsselt nach Objekttyp und Stadtgröße



Quelle: JLL, H1 2023



Wir bevorzugen Fachmarktzentren von höchstens 10.000 m<sup>2</sup> und die meisten unserer Entwicklungen sind entsprechend dimensioniert. Bei dieser Größe lässt sich ein attraktiver Einkaufsort für den jeweiligen Markt mit einem relativ reibungslosen Investmentprozess kombinieren. Im laufenden Jahr haben wir bislang vier neue Fachmarktzentren eröffnen, zwei weitere sind im Bau in Lubin bzw. Konin. Es handelt sich jeweils um Projekte von unter 10.000 m<sup>2</sup>. Allerdings sind wir in größeren Stadtgebieten mit erkennbarem Potenzial auch bereit, größere Entwicklungsprojekte von über 20.000 m<sup>2</sup> zu stemmen. Dies ist beispielsweise der Fall beim Vendo Park in Szczecin mit 22.000 m<sup>2</sup>, dessen Fertigstellung 2024 geplant ist.

Auf diesem derzeit für Entwickler anspruchsvollen Markt sehen wir uns mit mehreren Risiken konfrontiert. Eines davon ist ganz klar die Zusammenarbeit mit den Behörden, wenn es um die Einholung von Genehmigungen geht. Seit der Pandemie haben die Umstände oft die Einhaltung von Fristen verhindert, die in der polnischen Verwaltungsverfahrensordnung festgelegt sind, was jeweils wiederum die Projektumsetzung verzögerte. Ferner haben die durch den Ukrainekrieg erhöhten Baukosten, die Höhe der Inflation und die Energiepreise erhebliche Auswirkungen auf den Markt.

**Jacek Wesołowski**

*Managing Director, Trei Real Estate Polen*

**Auswahl der größten Fachmarkt- und Nahversorgungszentren im Bau**

Name	Stadt	GFM (m <sup>2</sup> )	Eröffnung
Koszalin Power Center	Koszalin	38.000	2024
Karuzela	Biała Podlaska	23.000	2023
Vendo Park	Szczecin	22.000	2024
Ozimska Park	Opole	18.000	2023
Galeria Kwiatowa	Tychy	16.000	2024
Pasaż Kępiński	Kępno	12.000	2023
S1	Gorzów Wielkopolski	12.000	2023
Sfera Park	Grodzisk Mazowiecki	11.000	2023
Ptak Market	Łódź	11.000	2023
Atut Myszków	Myszków	11.000	2023
N-Park	Olkusz	11.000	2023
Fromborska retail park	Elbląg	11.000	2023
Smart Park	Syców	10.000	2023/2024
Port A-Centrum	Ostróda	10.000	2024
Fabryka Park	Katowice	9.000	2023
Retail park	Pyskowice	8.000	2023
GO! Park	Jasło	7.500	2023
Rock Park	Przeworsk	6.750	2023
Quantum Park	Łódź	6.500	2023
Pasaż Grodziski	Grodzisk Wielkopolski	6.500	2023
Retail park	Strzyżów	6.000	2023
Retail park	Iława	5.800	2023
Vendo Park	Konin	5.500	2023
Retail park	Starosielce	5.500	2023
S1	Bytom	5.400	2024
Keya	Giżycko	5.100	2023

Quelle: JLL, H1 2023

# Marktakteure

Die Bandbreite der im Bereich Fachmarkt- und Nahversorgungszentren aktiven Entwickler wächst nach wie vor. In der nachstehenden Tabelle sind die fünf aktivsten Entwickler Polens der letzten Jahre aufgeführt.

## Die 5 aktivsten Entwickler von Fachmarkt- und Nahversorgungszentren in H1 2023

Entwickler	FMZ-Kette	Anzahl an Fachmarkt- / Nahversorgungszentren	Anzahl an Projekten im Bau
Trei Real Estate	Vendo Park	35	3
Saller	S1 Center (part of portfolio)	35	2
KG Group	Atut	10	-
JB Development	A Centrum/ Karuzela Park	17	2
RWS Investment Group	-	9	-

Quelle: JLL, H1 2023

Die Mehrheit der am polnischen Markt aktiven Entwickler und Investoren legen den Schwerpunkt auf kleinere Städte und Metropolregionen. In mittelgroßen Städten engagieren sich deutlich weniger Unternehmen. Aber drei Marktakteure sind in Städten aller drei Größenkategorien präsent, nämlich Trei Real Estate, Saller und LCP Group.



Vendo Park, Kostrzyn nad Odrą

# Mieter

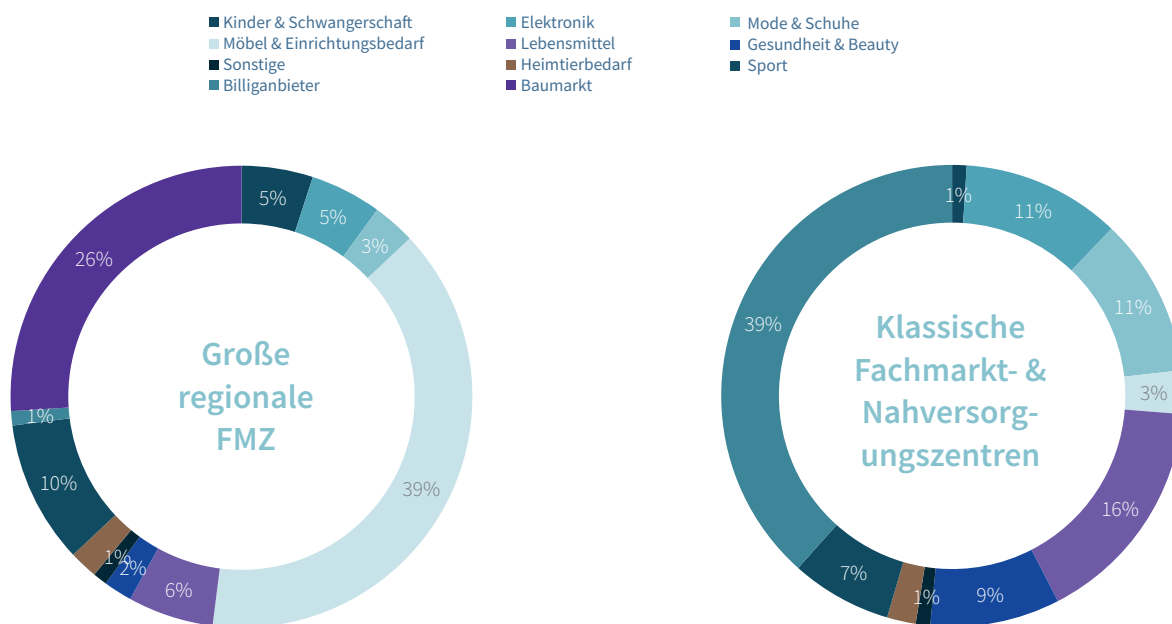
Der Mietermix in regionalen Fachmarktzentren weicht von demjenigen klassischer Fachmarkt- oder Nahversorgungszentren ab. So sind in großflächigen regionalen FMZ oft Fachgeschäfte im Bereich Möbel und Innenausstattung zu finden (und belegen meist 39% der GMF), die den aperiodischen Bedarf decken. Dagegen handelt es sich bei den Ankermieter kleinerer FMZ, die auf den regelmäßigen Einkauf ausgerichtet sind, um Multi-Marken-Discounter, auch „Billiganbieter“ genannt (die ihrerseits im Schnitt 39% der GFM belegen), z. B. Action, Pepco, Tedi, KiK, Dealz, Woolworth sowie um Supermärkte und Drogerien.

Zudem siedeln sich in FMZ üblicherweise Mieter aus den Bereichen Elektronik, Mode, Schuhe, Kinder- und Sportartikel sowie Haustierbedarf an. Auch andere Geschäfte mit Waren des täglichen Bedarfs sind hier üblicherweise zu finden.

Klassische Fachmarkt- und Nahversorgungszentren bemühen sich zwar um ein breit gefächertes EH-Angebot, beschränken sich aufgrund der begrenzten Platzverhältnisse des Gesamtobjekts aber oft auf je einen Anbieter pro Warengruppe. Dabei zeigen in letzter Zeit auch Nutzer Interesse, die bislang nicht in Fachmarktzentren vertreten waren, wie z. B. C&A, Sinsay oder Deichmann, und die zur Mietermix-Diversifizierung dieses sich wandelnden Marktsegments beitragen.

Wir haben die Sortimentsgestaltung ausgewählter Fachmarkt- und Nahversorgungszentren in Polen analysiert. Die Ergebnisse der Untersuchung von mehr als 500 Einzelhandelsflächen mit insgesamt über 300.000 m<sup>2</sup> GMF sind im nachstehenden Diagramm aufgeschlüsselt.

## Sortimentsgestaltung in Fachmarktzentren



Quelle: JLL, H1 2023

ie Größe der nachgefragten Flächen variiert je nach den Anforderungen der jeweiligen Händler.  
Nachstehend aufgeschlüsselt nach Sortiment sind typische Größenordnungen der verschiedenen Mietflächen.

### Typische Flächengrößen in klassischen Fachmarkt- und Nahversorgungszentren (m<sup>2</sup>)

 Mode 100 - 3.000	 Fitnessstudio 1.000 - 2.000	 Lebensmittel 800 - 2.000	 Sportausstatter 800 - 1.500
 Billiganbieter 350 - 1.500	 Schuhe 450 - 1.000	 Elektronik 400 - 900	 Health & Beauty 150 - 600
 Heimtierbedarf 100 - 500	 Kinder und Schwangerschaft 200 - 500	 Multimedia 200 - 400	 Möbel & Einrichtungsbedarf 400 - 2.000

Quelle: JLL, H1 2023



# Nachfrage

Die Flächennachfrage in polnischen Fachmarktzentren hat sich in den letzten Jahren auf dauerhaft hohem Niveau bewegt. Einzelhändler wissen die Vorteile und Chancen, die Fachmarktzentren bieten, zunehmend zu schätzen. Zu den Haupttreibern der Nachfrage zählen die sich verändernden Präferenzen und Einkaufsgewohnheiten polnischer Verbraucher. Benutzerfreundlichkeit und Erreichbarkeit sind eindeutig wichtiger geworden, da Verbraucher Einzelhandelslagen in der Nähe von Wohngebieten bevorzugen. Dieser Bedarf ist am besten durch Fachmarktzentren in strategisch günstiger Stadtrand- oder Vorortlage zu decken.

Für Händler interessant ist auch die flexible und anpassungsfähige Struktur von Fachmarktzentren. Denn sie bietet ihnen die Möglichkeit, Ladenflächen in einer Größenordnung zu belegen, die in etablierten Einkaufszentren schwer zu bekommen sind. So können Händler Größe und Grundriss ihrer Ladenflächen flexibel an den eigenen Anforderungen und am Zielmarkt ausrichten und letztlich die Effizienz

ihrer Verkaufsstrategien optimieren. Dies ermöglicht ihnen nicht nur, ein breiteres Sortiment zu präsentieren und immersive Einkaufsumgebungen zu schaffen, sondern erhöht auch ihre Sichtbarkeit und Markenpräsenz. Was Händler ferner reizt, sind die im Vergleich zu klassischen Einkaufszentren günstigeren Betriebskosten

Generell ist die Nachfrage nach FMZ-Flächen in Polen getrieben von den sich wandelnden Konsumwünschen sowie von der Kosteneffizienz, Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit dieses Formats. Mit einem weiteren Anstieg der Nachfrage ist schon insofern zu rechnen, als Einzelhändler erkannt haben, dass eine Präsenz in Fachmarktzentren in Ergänzung zu Einkaufszentren den Vorteil bietet, eine breitere Kundenbasis ansprechen zu können.



Entsprechend dem aktuellen Trend hin zum bequemen und effizienten Einkaufserlebnis bemühen sich namhafte Markenhändler aktiv um die Ansiedlung von Filialen in kleineren Städten.

Um Kundenbedürfnissen entgegen zu kommen, verfolgen sie eine strategische Diversifizierung ihrer Verkaufsformate, die der spezifischen Dynamik lokaler Märkte gerecht wird.

Kleinstädte und das Umland von Ballungszentren bieten ausgesprochen günstige Bedingungen für die Ansiedlung von Lebensmittelhändlern wie Biedronka, Lidl, Aldi, Dino und Discountketten wie Tedi, Dealz, Pepco, KiK, Action. Das Gleiche gilt auch für viele andere Handelskategorien wie z. B. Drogerie-, Elektronik-, Sportartikel- und Modehändler sowie kleinere serviceorientierte Angebote. Die Einzelhandelslandschaft vor Ort profitiert überdies von der Präsenz lokaler Betriebe wie etwa Bäckereien, Metzgereien und Optikern.

Aufgrund der rapiden Expansion bestimmter Marken vor allem in den Lebensmittel-, Discount- und Drogeriesegmenten erwägen Unternehmen mittlerweile sogar die Ansiedlung in Städten von nur 5.000 bis 8.000 Einwohnern. Die entsprechende Marktforschung berücksichtigt Schlüsselgrößen wie Einzugsgebiet, den lokalen Arbeitsmarkt und die Kaufkraft der Bevölkerung.

Laut Prognosen und Entwicklerplänen lassen die flächendeckenden Wachstumsstrategien vieler in Polen aktiven Einzelhändler eine weitere Ausbreitung von Fachmarkt- und Nahversorgungszentren in Kleinstädten erwarten.













**Dagmara Filipiak**

*Retail Agency Lead, JLL*

# Mietpreise

Dank ihres schlichten Designs, ihrer zügigen Erstellung und dem weitgehenden bzw. gänzlichen Verzicht auf Gemeinschaftsflächen können Fachmarktzentren relativ günstige Mieten und Nebenkosten anbieten. Die Durchschnittsmiete für die meisten in Fachmarktzentren vertretenen Sortimente bewegt sich zwischen 6,- € und 13,- € pro Quadratmeter und Monat. Konkret bestimmt werden Mieten u. a. von Faktoren wie Größe und Umsatzstärke des jeweiligen Standorts.

## FMZ-Mietpreise (€/ m<sup>2</sup>/ Monat)

 Mode 8	 Fitnessstudio 6 - 10	 Lebensmittel 6 - 10	 Sportausstatter 11
 Billiganbieter 8 - 11	 Schuhe 10 - 11	 Elektronik 9 - 11	 Health & Beauty 15
 Heimtierbedarf 13	 Kinder und Schwangerschaft 8 - 10	 Möbel & Einrichtungsbedarf 6 - 8	 Multimedia 11 - 14

Quelle: JLL, H1 2023,  
bezogen auf Städte mittlerer Größe

## “

„Der Kriegsausbruch in der Ukraine, der Anstieg von Energie- und Treibstoffpreisen und das dauerhaft hohe Inflationsniveau haben sich nicht nur auf die Kosten von Baumaterialien ausgewirkt sondern auch auf die von Bauunternehmen veranschlagten Preise, so dass sich der Kostenaufwand gewerblicher Projektentwicklungen deutlich erhöht hat. Damit geraten auch Mieten unter Druck, da sich die anziehenden Kosten des Investitionsprozesses nur durch höhere Mietpreise ausgleichen lassen. Sämtliche Akteure des Gewerbeimmobilienmarkts sind derzeit mit diesem Dilemma konfrontiert.

Allerdings haben sich Vendo-Park-Mieter dadurch keineswegs beirren lassen; ganz im Gegenteil: Nach unseren Beobachtungen hat sich der Wunsch nach kleineren Einzelhandelsformaten zur Etablierung der eigenen Marke eher noch verstärkt. Angesichts steigender Betriebskosten wissen sie die im Vergleich zu Einkaufszentren deutlich niedrigere Kostenlast zu schätzen. Zusätzlich schlägt sich auch der stärker werdende Wunsch polnischer Verbraucher, am eigenen Wohnort einzukaufen, in Umsatzzuwächsen nieder.“

### **Jacek Wesółowski**

*Managing Director, Trei Real Estate Polen*

# Investmentmarkt

Verkäufe von Einzelhandelsimmobilien kamen im ersten Halbjahr 2023 auf einen Gesamtwert von knapp 200 Mio. €, was nur 26% des Vorjahreswerts (H1 2022) von 760 Mio. € entspricht. Dabei ist allerdings zu beachten, dass das hohe Volumen des ersten Halbjahres 2022 zum Großteil auf zwei von EPP gegründete Joint Ventures zurückzuführen ist, die mehrere Objekte (20 EKZ, zwei FMZ und drei Büroobjekte) im Wert von c. 600 Mio. € betrafen.

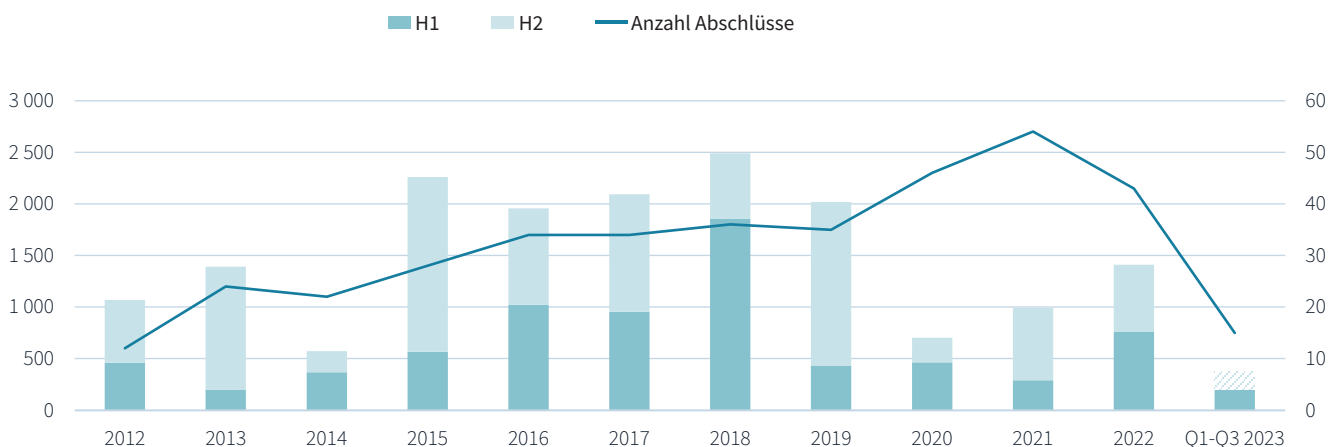
Die bedeutsamste Transaktion im ersten Halbjahr 2023 stellte der Verkauf des Einkaufszentrums Atrium Molo in Szczecin durch G City dar. In diesem EKZ mit einer Gesamtfläche von 27.500 m<sup>2</sup> GMF sind u. a. Carrefour, Media Markt, TK Maxx, New Yorker, H&M, Komfort, Reserved und Douglas vertreten. Der Erwerb verdeutlicht, wie viel Anziehungskraft etablierte, umsatzstarke Nahversorgungszentren mit starken Ankermietern weiterhin auf Investoren ausüben.

Die Transaktion mit dem zweithöchsten Wert im ersten Halbjahr 2023 betraf den Erwerb des Europa-Centralna-Komplex in Gliwice von Sierra Balmain durch Mitiska REIM zu einem unbekanntem Kaufpreis. Mit seinem Fachmarktzentrum von 39.700 m<sup>2</sup> GMF und einer Einkaufspassage von 27.300 m<sup>2</sup> handelt es sich hierbei um den größten Einzelhandelsbetrieb der Stadt.

Beim verbleibenden Investitionsvolumen von H1 2023 lag der Schwerpunkt auf den Segmenten Fachmarkt, Fachmarktzentrum, Nahversorgung. Zu den bedeutendsten Transaktionen zählte der Sale-and-Leaseback-Verkauf des 3W-Portfolios, das drei Objekte umfasste (zwei in Warschau, eins in Czeladź) und das von LeadCrest Capital Partners für c. 20 Mio. € erworben wurde. Erwähnenswert ist ferner der Verkauf eines Portfolios von vier Nahversorgungszentren von zusammen 15.000 m<sup>2</sup> GMF (Stara Cegielnia in Szczecin, Galeria Kosmos in Koszalin, OK Centrum in Strzegom, OK Centrum in Wałbrzych). Diese Objekte wurden von Castlake und Invel Real Estate für c. 10 Mio. € an JWG Invest veräußert.

Insgesamt erfolgten 12 Transaktionen mit zusammen 17 EH-Objekten in H1 2023. Im Vergleich zu den Vorjahren erscheint dies gering, allerdings waren mehrere größere Geschäftsanbahnungen (sowohl Einzelobjekte als auch Portfolios) zur Jahresmitte soweit fortgeschritten, dass sie im Juli und August zum Abschluss kamen (FMZ Matarnia, FMZ-Portfolio von PKO TFI) und weitere Abschlüsse vor Jahresende geplant sind. Somit sind für das zweite Halbjahr 2023 deutlich bessere Ergebnisse zu erwarten.

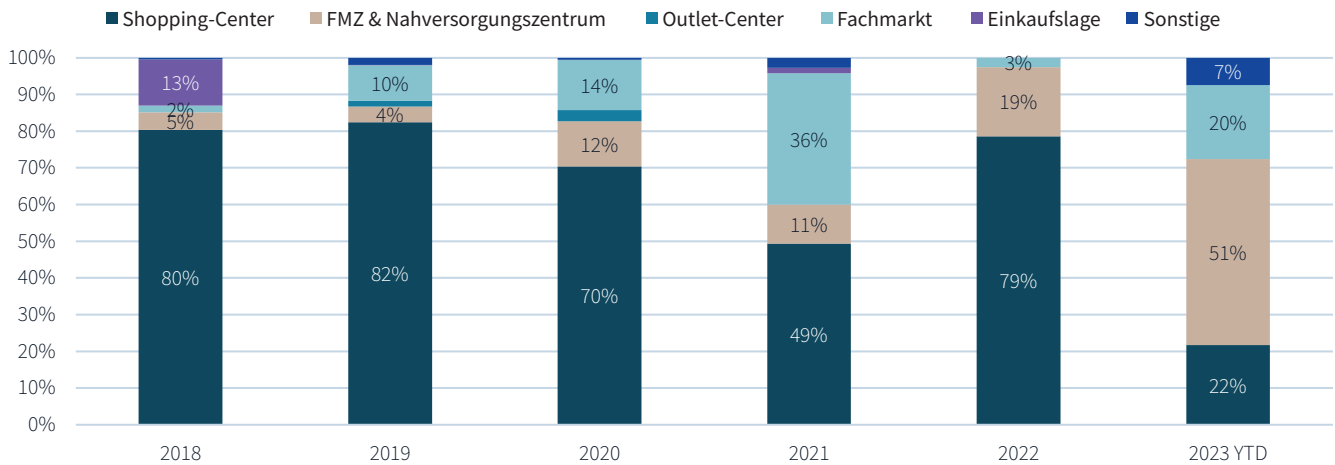
## Investitionsvolumen Einzelhandel (Mio. €)



Quelle: JLL, September 2023



### Investmentvolumen, aufgeschlüsselt nach Objekttyp

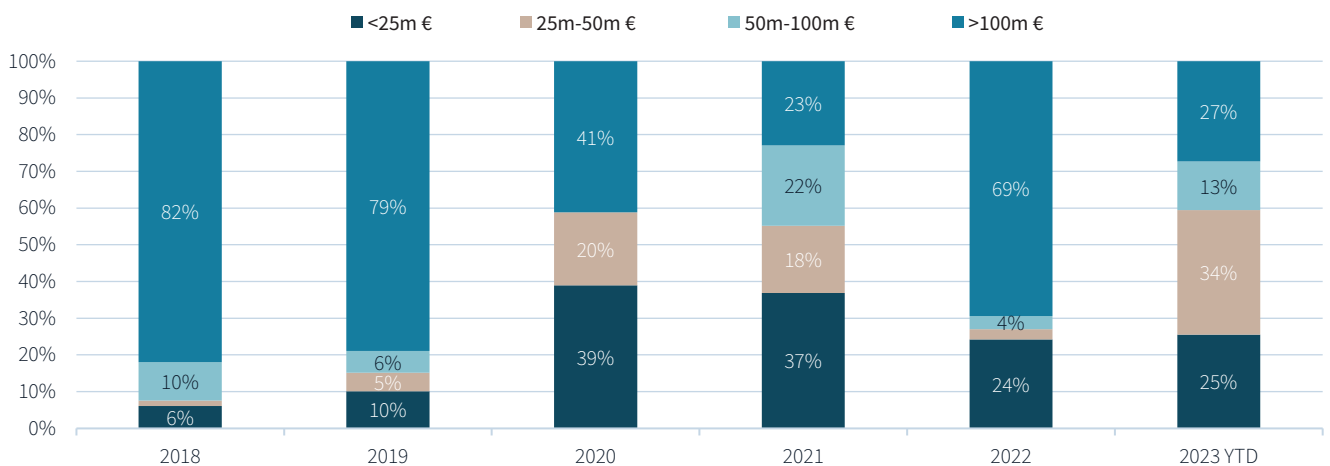


Quelle: JLL, September 2023

Der Schwerpunkt des polnischen Einzelhandels-Investmentmarktes liegt nach wie vor bei Fachmarkt- und Nahversorgungszentren. Im Unterschied zu den Jahren 2018/2019, als Investitionen in diesem Segment nicht mal 5% des Gesamtvolumens ausmachten, brachten die Folgejahre einen spürbaren Anstieg, so dass der Anteil 2022 bereits 19% betrug. Im laufenden Jahr 2023 hat sich dieser bereits auf einen Rekordwert von 51% des gesamten Einzelhandels-Investmentvolumens erhöht.

Seit 2018 ist die Zahl der Geschäftsabschlüsse von über 100 Mio. € gesunken (mit Ausnahme des Jahres 2022). Mittlerweile wird der Markt von kleineren Transaktionen von unter 50 Mio. € dominiert, die 2023 (bis September) auf 59% kamen. Ihr Anteil dürfte in den nächsten Monaten zwar zurückgehen, da großvolumige Geschäftsabschlüsse noch vor Jahresende 2023 vorgesehen sind, doch die positive Einstellung unter Investoren gegenüber Fachmarkt- und Nahversorgungszentren kleineren und mittleren Volumens ist eindeutig erkennbar.

### Investmentvolumen, aufgeschlüsselt nach Transaktionsvolumen



Quelle: JLL, September 2023

“

Das Anlegerinteresse an Einzelhandelsobjekten mit Nahversorgungscharakter bleibt ungebrochen und wächst weiterhin. Dies zeigte sich auch jüngst im Markteintritt neuer Akteure in Polen, darunter Lords LB Asset Management aus Litauen und die renommierte französische Gesellschaft Frey. Neben den internationalen Unternehmen ist auch die aktive Marktbeteiligung privater polnischer Investoren zu nennen.

Die rege Nachfrage nach Flächen in Fachmarktzentren geht von Ankermietern aus den Lebensmittel- und Baumarktsegmenten aus, also Segmenten, die weiter hohe Umsätze melden. Ungeachtet der hohen Nachfrage jedoch sind die Anfangsrenditen in Folge der gestiegenen Finanzierungskosten auf etwa 6,90% geklettert.

### **Agnieszka Kolat**

*Head of Retail Investment, JLL*



Glinianka Park, Łubna



Polens Einzelhandelslandschaft hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Fachmarktzentren haben aufgrund von verändertem Verbraucherverhalten und Urbanisierungstendenzen an Bedeutung gewonnen. Die Entwicklung dieser Betriebsform erfolgte als Reaktion auf den wachsenden Bedarf an Einkaufsmöglichkeiten im direkten Umfeld, die Zeit sparen und bequemer sind.

Üblicherweise dient ein FMZ als Plattform für kleinere, leicht zugängliche Ladengeschäfte mit Sortimenten des täglichen Bedarfs, wie z. B. Supermärkte, Drogerien, Gastronomie und Dienstleister. Seit kurzem aber ist der Markt auch von wachsendem Interesse an FMZ-Flächen unter Nutzern aus den Segmenten Mode, Schuhe und Schmuck bestimmt.

Fachmarktzentren sind für den polnischen Einzelhandelsmarkt in mehrerer Hinsicht wichtig. Zum einen bedienen sie die Bedürfnisse von Konsumenten, denen ein effizienter, bequemer Einkauf für den täglichen Bedarf wichtig ist. Durch die Ansiedlung solcher Zentren in oder nahe Wohngebieten reduzieren sich Anfahrt und Einkaufsdauer auf ein Minimum. Zum anderen aber spielen die Zentren auch eine Schlüsselrolle bei der Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts vor Ort. Häufig werden sie zum Mittelpunkt von lokalen Aktivitäten, fördern das soziale Miteinander und stärken das Zugehörigkeitsgefühl. So bieten sie ausreichend Fläche für kleinere Veranstaltungen, welche die Bindung zwischen Gewerbetreibenden und Anwohnern vertiefen. Ferner tragen sie erheblich zum Wirtschaftswachstum kleinerer Städte bei. Denn durch die Schaffung neuer Arbeitsplätze im Einzelhandel und im Dienstleistungsbereich beleben sie die lokale Wirtschaft. Die kleineren Ladenflächen und geringeren Infrastrukturkosten dieser Standorte machen sie auch für kleinere Händler erschwinglich und fördern Unternehmertum an sich.

Die Entwicklungstrends des Einzelhandelsmarktes spiegeln diese Effekte. Ballungsräume aber auch immer mehr kleinere Städte sind ausreichend versorgt mit Einzelhandelsflächen in Einkaufszentren. Laut Index entspricht Polens Marktsättigung mit Einzelhandelsflächen inzwischen dem europäischen Durchschnitt. So werden große klassische Einkaufszentren nur noch gebaut, um Lücken in der polnischen Einzelhandelslandschaft zu schließen, während sich für Fachmarktzentren auch künftig Standorte auf kommunaler Ebene ergeben werden. Von den knapp 380.000 m<sup>2</sup> an Einzelhandelsfläche, die sich in der ersten Jahreshälfte 2023 im Bau befanden, entfielen ganze 70% auf Fachmarktzentren, ein Großteil (68%) in Städten mit unter 100.000 Einwohnern. Aktuell sind rund 20 namhafte Unternehmen mit der Umsetzung von FMZ-Projekten in Polen beschäftigt.

Generell hat die rasche Verbreitung von Nahversorgungszentren den polnischen Markt für Einkaufszentren verändert. Klassische großflächige EKZ dominieren zwar noch immer den Markt, passen sich jedoch an veränderte Konsumtrends an. Entwickler und Einzelhändler diversifizieren ihre Strategien, um lokale Bedürfnisse und Serviceansprüche zu bedienen. Der Wettbewerb zwischen Fachmarkt- und Einkaufszentren sorgt für Innovation auf beiden Seiten. Zahlreiche EKZ haben inzwischen Unterhaltungskomponenten und Veranstaltungs- und Gemeinschaftsflächen für soziale Anlässe in die Objekte selbst integriert und das Freizeitangebot für Familien und Gruppen ausgebaut.

Fachmarktzentren verändern den polnischen Einzelhandel, indem sie bequemes Einkaufen vor Ort ermöglichen und somit den veränderten Verbrauchererwartungen entsprechen. Ihre Entwicklung zeigt, wie wichtig die lokale Versorgung ist, da sie wirtschaftliches Wachstum stimuliert und lebendige Orte der Begegnung schafft. Angesichts der wachsenden Bedeutung und Dynamik von Fachmarktzentren auf dem polnischen Markt und mit Hinblick auf die Ausweitung unserer Zielgebiete beabsichtigt der Polnische Rat der Handelszentren (PRCH), das Segment und sein weiteres Wachstum aktiv zu beobachten und zu begleiten.

Daher freut es mich, ankündigen zu können, dass wir die nächste Ausgabe des Berichts analytisch und inhaltlich gemeinsam mit JLL und Trei Real Estate gestalten werden. Ich bin überzeugt, dass diese Zusammenarbeit die Analyse des polnischen Marktes für Fachmarktzentren weiter aufwerten und vertiefen wird.

**Krzysztof Poznański**

*Managing Director, Polish Council of Shopping Centres (PRCH)*

# ESG bei Immobilien

Parallel zu den geopolitischen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten wurde die Notwendigkeit, den Treibhausgasausstoß zu senken, noch einmal durch den sechsten Bericht des Weltklimarats (IPCC) unterstrichen. Allmählich schließt sich das Zeitfenster zur Begrenzung des globalen Temperaturanstiegs auf 1,5 Grad, was auf der UN-Klimakonferenz im Jahr 2015 von 196 Parteien als Ziel des Pariser Abkommens angenommen wurde. Ohne sofortige Maßnahmen zur Eindämmung der Treibhausgasemissionen wird die Klimakrise verheerende ökologische und soziale Folgen haben. Da 40% der globalen CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die bebaute Umgebung zurückzuführen sind, kommt dem Immobiliensektor eine kollektive Verantwortung zu, transformative Nachhaltigkeitsziele festzulegen und umzusetzen. Hier haben sich die ESG-Faktoren (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) zu einem Kernthema entwickelt. Der gesamte Gewerbeimmobiliensektor durchläuft mittlerweile einen Wandel mit dem langfristigen Ziel der Klimaneutralität. Einschlägige Maßnahmen umfassen umweltfreundliche Architektur, Minimierung des Energieverbrauchs und die Verwendung umweltfreundlicher Baustoffe. Die Einführung von Green-Building-Zertifikaten kommt rasch voran, obwohl sie noch freiwillig ist. Die gängigsten Zertifizierungssysteme in Polen sind BREEAM und LEED. Laut Angaben der Polnischen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (PLGBC) sind etwa 200 Einzelhandelsgebäude (bzw. 59% der gesamten modernen Einzelhandelsflächen) zertifiziert. Verglichen mit anderen Marktsegmenten befinden sich Fachmarktzentren noch am Anfang dieses Prozesses, denn ESG-Lösungen haben sich vor allem aus Kostengründen bislang kaum durchgesetzt. Dabei ist die ESG-Thematik enorm wichtig für die Immobilienwirtschaft, und zwar aus folgenden Gründen:

**Umweltbelastung:** Aufgrund ihrer Dimensionen und Betriebsform haben Immobilien gravierende Umweltauswirkungen. Wesentlich für die Verbesserung ihrer Ökobilanz ist die Umsetzung nachhaltiger Architektur und energieeffizienter Gebäudetechnik, die Nutzung erneuerbarer Energien sowie Abfall- und Wassermanagement. So lässt sich z. B. mit Gründächern Regenwasser sammeln, die Luft reinigen, die Umgebungstemperatur senken und die Raumtemperatur optimieren, Energie sparen und die urbane Artenvielfalt fördern. Sie setzen nicht nur ein Zeichen für unternehmerisches Umweltbewusstsein, sondern zahlen sich auch durch Kostenersparnisse und die Aufwertung des betreffenden Objekts aus.

**Verbrauchererwartungen:** Unter Konsumenten zeigt sich ein gestiegenes Bewusstsein für die ökologischen und sozialen Folgen ihrer Kaufentscheidungen. Nachhaltige und sozial verantwortliche Anbieter werden zunehmend bevorzugt. Die Einbindung von ESG-Grundsätzen wie z. B. nachhaltige Beschaffung, Recycling-Initiativen, soziales Engagement und ethische Arbeitsbedingungen ermöglicht Vermietern, ihren Betrieb auf veränderte Verbraucherwünsche abzustimmen, und stärkt somit ihr Markenimage und ihre Marktposition.

**Anpassung an den Klimawandel:** Aus dem Klimawandel ergeben sich zahlreiche Risiken für den Immobiliensektor, so etwa extreme Wetterereignisse. Bei Einzelhandelsobjekten an gefährdeten Standorten ist mit möglichen Schäden, Betriebsstörungen und Wertverlusten zu rechnen. Die Einbindung von ESG-Maßnahmen ermöglicht Vermietern, klimabedingte Risiken zu erkennen und abzumildern, Anfälligkeiten zu verringern und die Widerstandskraft gegenüber Klimafolgen langfristig zu stärken

**Einbindung aller Beteiligten:** ESG-Gesichtspunkte haben inzwischen bei allen Beteiligten an Bedeutung gewonnen, z. B. bei Anlegern, Mietern und Aufsichtsorganen. Anleger berücksichtigen ESG-Kennzahlen in Investmentscheidungen, da sie die Nachhaltigkeitsbilanz von Immobilien als Prüfstein für ihre langfristige Wertentwicklung erkannt haben. Auch das Mieterverhalten ist von ESG-Faktoren geprägt, da Händler Flächen bevorzugen, welche die eigenen Nachhaltigkeitsziele abbilden. Überdies führen Aufsichtsbehörden schrittweise ESG-bezogene Verordnungen und Anreize ein, so dass Compliance- und Reporting-Vorgaben für Vermieter über kurz oder lang zwingend erforderlich werden.

**Kosteneinsparungen und Wirtschaftlichkeit:** ESG-Maßnahmen können sich langfristig durch kräftige Kostenersparnisse auszahlen, indem sie den Energieverbrauch optimieren, den Wartungsaufwand senken und die betriebliche Effizienz steigern. Die Ersparnisse wiederum schlagen sich in erhöhter Ertragskraft nieder und begünstigen die Wertentwicklung von EH-Objekten. Green-Building-Zertifizierungen und ein transparentes ESG-Berichtswesen sind nicht nur für Investoren und anspruchsvolle Mieter attraktiv, sondern erleichtern auch die Finanzierung und sichern die Tragfähigkeit solcher Objekte.

“

Aktuell durchlaufen einige der Vendo Parks in unserem Bestand die BREEAM-Zertifizierung. Gleichzeitig hat in unseren Fachmarktzentren generell die Einführung umweltfreundlicher Lösungen begonnen. Die Vendo Parks in Skarżysko-Kamienna und Chorzów nutzen neben herkömmlichen Energiequellen auch Solarstrom aus eigenen Photovoltaik-Anlagen. Ladestationen für Elektrofahrzeuge sind bereits in manchen Vendo Parks vorhanden und sollen auch an anderen Standorten nach und nach eingeführt werden, um umweltfreundliche Verkehrsmittel zu fördern. Je nach der konkreten Situation am jeweiligen Standort setzen wir außerdem grüne Lösungen um, die sich ggf. anbieten, z. B. Gründächer beim Vendo Park in Kraków.

**Jacek Wesołowski**

*Managing Director, Trei Real Estate Polen*



# Kontakt



**Jacek Wesółowski**

Managing Director

E: [jwesolowski@treirealestate.com](mailto:jwesolowski@treirealestate.com)

T: +48 605 480 555

**Paweł Gotuchowski**

Managing Director

E: [pgoluchowski@treirealestate.com](mailto:pgoluchowski@treirealestate.com)

T: +48 22 427 6310



**Mateusz Polkowski**

Head of Research & Consulting

Research & Consulting

E: [mateusz.polkowski@jll.com](mailto:mateusz.polkowski@jll.com)

T: +48 602 171 471

**Agnieszka Kołat**

Head of Retail Investment, CEE

Capital Markets

E: [agnieszka.kolat@jll.com](mailto:agnieszka.kolat@jll.com)

T: +48 606 319 672

**Dagmara Filipiak**

Retail Agency Lead,

Leasing

E: [dagmara.filipiak@jll.com](mailto:dagmara.filipiak@jll.com)

T: +48 600 303 776

**Jakub Frejlich**

Director – ESG

Strategic Consulting

E: [jakub.frejlich@jll.com](mailto:jakub.frejlich@jll.com)

T: +48 22 1671323

---

**Info zu den Partnern:**

JLL (NYSE: JLL) ist ein führendes Dienstleistungsunternehmen, das sich auf die Verwaltung von Immobilien und Investitionen spezialisiert hat. Unsere Vision ist es, die Welt der Immobilien neu zu gestalten, indem wir profitable Chancen eröffnen und hochwertige Räume bereitstellen, in denen Menschen ihre Ziele verwirklichen können. Somit arbeiten wir an einer besseren Zukunft für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und unsere Communities. JLL ist ein Markenname und eingetragene Handelsmarke des Unternehmens Jones Lang LaSalle Incorporated.

COPYRIGHT © JONES LANG LASALLE IP, INC. 2023. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Veröffentlichung darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch Jones Lang LaSalle in gleich welcher Form oder mit gleich welchen Mitteln vervielfältigt oder übertragen werden. Sie basiert auf Informationsmaterial, das wir für vertrauenswürdig halten. Obwohl größte Sorgfalt angewandt wurde, um die Richtigkeit der Informationen sicherzustellen, übernehmen wir keinerlei Gewähr, dass sie frei von sachlichen Fehlern sind. Für Hinweise zu Fehlern zwecks Korrektur wären wir dankbar.

Das Immobilienunternehmen Trei Real Estate GmbH mit Sitz in Düsseldorf erwirbt, entwickelt und managt passgenaue und nachhaltige Wohn- und Handelsimmobilien. Im Rahmen ihrer langfristigen Strategie liegt der Fokus der hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Unternehmensgruppe Tengelmann auf Immobilieninvestitionen und -entwicklungen in Deutschland, Polen und den USA. Neben Assets under Management von ca. 1,3 Mrd. € hat die Trei Real Estate GmbH rund 2,0 Mrd. € an Projektentwicklungen in der Pipeline. Unter der Marke Vendo Park entwickelt, baut und vermietet das Unternehmen Fachmarktzentren in Polen.

Im Bereich Wohnen entwickelt die Trei in Deutschland z. B. in Berlin Wohnquartiere mit Gewerbeflächen und Studenten-Apartments unter der Marke Quartillion. Zudem ist das Unternehmen auch international aktiv und realisiert Wohnungsbauprojekte in Polen und den USA.

Titelbild Umschlag vorne: Vendo Park Zambrów.

Nähere Informationen finden sich unter [www.jll.pl](http://www.jll.pl) und [www.treirealestate.com](http://www.treirealestate.com)