

Legal Change

Rechtliche Rahmenbedingungen im Wandel der Zeit

Change, das gilt auch für die Handelsimmobilienwirtschaft und ihre Player. Denn Handel ist bekanntlich Wandel und lebt von Innovationen. Dies stellt alle Marktteilnehmer vor herausfordernde Aufgaben und erfordert Innovationsfähigkeit. Oftmals stößt diese allerdings bei den rechtlichen Rahmenbedingungen auf vermeintliche Hürden. Denn die im Lebenszyklus einer Handelsimmobilie regelmäßig für einen längeren Zeitraum abgeschlossenen Verträge (beispielsweise Mietverträge) können den Wandel der Vertriebsformen und das sich ändernde Konsumverhalten der Verbraucher nur bedingt vorwegnehmen und entsprechend flexible Rahmenbedingungen schaffen. Gerade der Wandel vom stationären Handel zum online-basierten Vertrieb stellt nicht nur die Betreiber und Eigentümer von Handelsimmobilien vor neue Aufgaben und Herausforderungen, sondern auch deren rechtliche Berater. So sind auch diese gefordert, marktetaillierte juristische Mechanismen und Prinzipien, soweit im Rahmen der bestehen-

den gesetzlichen Normen möglich, zu überdenken und auf ihre Innovationsfähigkeit und Flexibilität hin zu überprüfen.

Unterstellt man beispielsweise einmal, dass die Handelsfläche der Zukunft mehr stationäre Ergänzung zum Online-Vertrieb von Waren werden wird, so dürfte deren Nutzung zukünftig weniger die einer traditionellen Ladenfläche sein, sondern vielmehr die eines Showrooms, Erlebnis-, Lager- und Logistikfläche. Der Showroom oder die Erlebnisfläche – was noch am ehesten einer klassischen Handels- oder Verkaufsfläche entsprechen dürfte – bietet dabei die optische und haptische Ergänzung zum Online-Vertrieb. Die Lager- und Logistikfläche bietet dem einzelnen Unternehmen die Möglichkeit, möglichst zahlreiche und vielfältige Waren vor Ort verfügbar zu haben, damit unter anderem im Online-Shop bestellte Waren in der jeweils nächsten Geschäftseinheit von dem Kunden abgeholt

werden können. Dadurch könnten hohe Rücksendequoten vermieden und die Kundenpräsenz im Ladengeschäft erhöht werden.

Die Entwicklung des Handels zeigt, dass traditionelle Center-Mietverträge daraufhin überprüft werden müssen, ob diese die aufgrund des sich stetig ändernden Konsumentenverhaltens erforderliche Multifunktionalität und Flexibilität gewährleisten. Dies dürfte regelmäßig nicht der Fall sein. Insbesondere klassische Mietzweckvereinbarungen, Flächenvorgaben und Regelungen zur Umsatzmiete können die flexible Anpassung der Einzelhändler an veränderte Marktgegebenheiten beeinträchtigen, aber auch den Center-Betreibern und Eigentümern zum Nachteil gereichen. Die traditionellen Mietverträge enthalten regelmäßig Mietzweckvereinbarungen, die den zulässigen Gebrauch der Mietsache durch den Mieter exakt eingrenzen und von denen nicht ohne vorherige Zustimmung des Vermieters abgewichen werden kann. Auch werden unter



diesem Zustimmungsvorbehalt regelmäßig konkrete Flächenvorgaben vereinbart, wonach die jeweilige Fläche in der Mieteinheit eine bestimmte Größe für den mietvertraglich definierten Zweck nicht überschreiten darf.

Nicht selten gehen diese Verkaufsflächenbeschränkungen einher mit Sortimentsbeschränkungen und ähnlichem. Auch wenn die dargestellten Nutzungsbeschränkungen sowohl aus operativ-strategischer Sicht des Eigentümers oder Betreibers nachvollziehbar, ja teilweise – insbesondere unter Berücksichtigung planungsrechtlicher Beschränkungen – zwingend sind, schränken diese die Flexibilität der Händler und damit deren Reaktionsmöglichkeit auf neue Entwicklungen ein. Auch die klassischen mietvertraglichen Regelungen zur Umsatzmiete werden den dargestellten Nutzungsmöglichkeiten nicht mehr gerecht.

Der Online-Handel kann hier zulasten des Vermieters zu Minderungen der Mieteinnahmen führen. Wenn die Konsumenten die Verkaufsfläche im Shopping Center lediglich als Showroom oder »Abholstation« nutzen, das Produkt hingegen beim jeweiligen Einzelhändler in dessen Online-Shop erwerben, müssen mietvertragliche Regelungen entwickelt werden, die, kombiniert mit technischen Erfassungsmöglichkeiten und Informationspflichten der Mieter sowie Prüfungs- und Einsichtnahmerechten der Vermieter, diesen einer Ladenfläche zuzuordnenden Online-Umsatz für die Umsatzmiete erfassen. Somit zeigt sich, dass die derzeit allgemein anerkannten Mietvertragsmuster sämtliche Facetten neuer und innovativer Vertriebsformen nur bedingt erfassen.

Dementsprechend sind sowohl die mit der Materie befassten rechtlichen Berater als auch die Eigentümer und Betreiber gefordert, ihre vertraglichen Werke zukünftig regelmäßig und vermehrt einer entsprechenden Überprüfung auf Innovationsfähigkeit zu unterwerfen. Nur so wird es zukünftig möglich sein, Innovationsfähigkeit von Einzelhandelsflächen dauerhaft zu gewährleisten. Eine derartige Flexibilisierung der rechtlichen Rahmenbedingungen einerseits und die operativ-wirtschaftliche Planungssicherheit andererseits müssen auch kein Widerspruch sein. Denn gerade rechtliche Rahmenbedingungen können den Ausschlag für eine erfolgreiche Vermietung und den erfolgreichen Betrieb einer modernen und innovativen Handelsimmobilie sein. Man muss sicherlich kein Prophet sein, um vorherzusagen zu können, dass die zukünftigen rechtlichen Rahmenbedingungen in Handelsimmobilien sowohl für die Mieter als auch deren Kunden den sich entwickelnden Erfordernissen Rechnung tragen müssen, um den Wettbewerb mit dem Internet erfolgreich gestalten zu können. Nur so wird es möglich sein, die Innovationskraft und Flexibilität für den stationären Handel zu ermöglichen, die dieser braucht, um die Herausforderungen und den Wandel unserer Zeit zu meistern. Die rechtlichen Rahmenbedingungen müssen dabei kein Hindernis sein.



Ein Gastbeitrag von
Dr. Peter Vocke,
Rechtsanwalt und
Partner
HEUKING KÜHN
LÜER WOJTEK,
Düsseldorf

SUCHEN SIE
NACH LÖSUNGEN?

Wenn Sie den Wert einer umfassenden Immobilienberatung schätzen, dann sind Sie bei CBRE in den richtigen Händen. Denn mit unserer Unterstützung finden Sie stets die besten Ergebnisse. Erfahren Sie mehr unter:

+49 (0)69 17 00 77-0
cbre.de

CBRE

