

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

nachdem die ersten Anzeichen es bereits vor wenigen Wochen andeuten, ist es nun amtlich: **Die Rezession ist in Deutschland vorerst offiziell zu Ende** – zumindest der Definition nach, die besagt, dass eine Rezession vorliegt, wenn das Brutto-Inlands-Produkt (BIP) zwei Quartale in Folge schrumpft. Im 2. Quartal 2009 ist die Wirtschaftsleistung nach Feststellung des **Statistischen Bundesamtes** – erstmals seit dem 1. Quartal 2008 - gegenüber dem Vorquartal wieder gewachsen.

Es sind zwar nur magere +0,3%, doch damit setzt sich Deutschland bereits gemeinsam mit **Frankreich** (gleichfalls +0,3%) im Euroland als „**Konjunktur-Lokomotive**“ an die Spitze. Zum Vergleich: In **Großbritannien** ging die Wirtschaftsleistung um 0,8% zurück. Zwar liegt das BIP in Deutschland damit immer noch um 5,9% unter dem 2. Quartal des Jahres 2008, doch verdichten sich die Hinweise auf eine Bodenbildung. Das ist immerhin schon etwas!

Diese ersten positiven Anzeichen ändern aber nichts daran, dass die „gefühlte Rezession“ vorerst fortbesteht. Auch die Tatsache, dass niemand mit diesem kleinen Wachstum gerechnet hatte oder die Tatsache, dass die Konjunkturauguren von dem unerwartet hohen Anstieg der Auftragseingänge im Juni um 4,5% gegenüber Mai überrascht wurden, zeigt, wie viel Psychologie bei der Krise mit im Spiel ist.

Allerdings treten die Auswirkungen der Krise – im time-lag - auch jetzt immer noch zutage. So legen die Unternehmen in der Berichtssaison nun die schlechten Zahlen für die vergangenen Quartale vor, obwohl die aktuelle Auftragslage für das 2. Halbjahr bei vielen bereits eine bessere Geschäftsentwicklung signalisiert. Die Aufhellung beim **Ifo-Geschäftsklima-Index** hat diesen Trend bereits angedeutet. Doch das kann die allgemeine Verunsicherung offenbar nicht beseitigen.

Das Problem dieser Krise bleibt vor allem die Verunsicherung. So tun sich die Unternehmen immer noch schwer, Jahres-Prognosen abzugeben. Wie etwa **Metro-Chef Cordes**, der im Herbst 2008 davon ausging, dass sich die Nebel 2009 lichten und den Blick auf die Zukunft freigeben würden. Bei Bilanz-Vorlage im März verschob er seine Prognose auf den Frühsommer, um sie im Sommer nun erneut aufzuschieben. Auch **Karl-Erivan Haub**, geschäftsführender Gesellschafter der **Mülheimer Tengelmann-Gruppe**, der im Oktober 2008 noch ein ganz schlechtes Weihnachtsgeschäft vorausgesagt hatte, das übrigens nicht eintraf, hält sich mit konkreten Voraussagen zurück.

In dieser Situation der Verunsicherung mag das Motto des **nächsten German Council Congress** am 17./18. September in Berlin, **Zuversicht**, zumindest einen Denkanstoß geben. Das Ausmaß dieser Krise und ihren Verlauf kann derzeit tatsächlich niemand ganz erfassen, doch hilft es zweifellos weiter, wenn sich jeder klar macht, dass er zum „**Zukunftsmacher**“ werden kann, wenn er mit einer Portion Optimismus in die Zukunft blickt – und danach handelt, statt nur abzuwarten.



Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 53 vom 21.08.2009

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Arcandor-Sanierung: Insolvenzverwalter im Sichtflug	2
Mietentwicklung: Leicht sinkende Preise im 2. Halbjahr erwartet	5
Nach der Hertie-Schließung: Fatale Folgen für Essen-Borbeck	6
Deutsche EuroShop bleibt unbeirrt in der Spur	8
Herne: Erste Lichtblick nach den Kaufhaus-Schließungen	10
Tengelmann: Netto-Plus-Deal kam gerade noch rechtzeitig	12
GfK Geomarketing: Nicht nur Metropolen punkten im Mode-Geschäft	13
Douglas wächst im 3. Quartal vor allem in Deutschland	14
Studie: Verbraucher lieben Shopping-Center	15
Impressum	16

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Werner Rohmert,
Herausgeber



und die Partner vom
Handelsimmobilien *Report*





Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

Cities & Center & Developments

vom 21.08.09

Seite 2 von 16

Sonstiges

Arcandor-Sanierung: Insolvenzverwalter im Sichtflug

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Als Insolvenzverwalter **Horst Piepenburg** an jenem 9. Juni vor der **Arcandor-Hauptverwaltung** noch voller Optimismus über die Rettungs-Chancen verkündete: Dies sei der größte Insolvenzfall Deutschlands, wäre es wohl treffender gewesen, festzuhalten, **dass Arcandor wohl einer der kompliziertesten Insolvenzfälle Deutschlands sein dürfte.** Zahllose Einzelgesellschaften – jedes Warenhaus ist z.B. eine eigene Gesellschaft –, machen es schon schwer, überhaupt die Übersicht zu behalten. Die Zahl der Mietverträge beläuft sich auf über 700.



In diese Richtung geht auch die jüngste Feststellung von **Insolvenzverwalter Klaus Hubert Görg** (Foto) bei der Pressekonzferenz in Nürnberg, als er mitteilt:

„Über den gesamten Konzern hinweg wurden zahlreiche Vermögenswerte in den vergangenen Jahren verpfändet. Nahezu jede Maßnahme für ein Sanierungskonzept oder einen Investmentprozess müssen mit den entsprechenden Pfandgläubigern abgestimmt werden.“

Das wirft auch ein Licht darauf, dass die Unternehmensstrategien in der Vergangenheit im Wesentlichen darin bestanden haben, die stillen Reserven des Konzerns zu heben. Das fing bei **Wolfgang Urban** an, der im September 2004 einen Konzern hinterließ, bei dem 60% des Immobilienvermögens beliehen gewesen sein sollen. Und wie Görg in einem Zeitungsbericht der „Welt am Sonntag“ sagte, sei der dienstliche Aufwand des früheren Vorstandes für ein Unternehmen in einer solch schwierigen Verfassung unangemessen hoch gewesen. Im Nachhinein wertet er auch die Aufstockung des Aktienanteils an **Thomas Cook** in der Ära von **Thomas Middelhoff** als Fehler, da sie dem Unternehmen weitere Substanz entzogen habe, die für die Sanierung des Warenhaus- und Versandbereichs gefehlt habe.

Bereits im April hatte **Arcandor-Chef Karl Gerhard Eick** moniert, dass bei Middelhoffs Strategie zu wenig Wert auf die operative Kärnerarbeit und zu viel Wert etwa auf strategische Kooperationen gelegt wurde. In dem Zeitungsbericht machte Görg weiter deutlich, **dass rechtliche Schritte gegen frühere Vorstände nicht ausgeschlossen werden.** Wichtige Hinweise würden derzeit gesammelt und zur gegebenen Zeit bewertet. Dafür bleiben ihm 3 Jahre Zeit. Zunächst ist der Insolvenzverwalter aber primär damit beschäftigt, den Geschäftsbetrieb aufrecht zu erhalten.

Für das Sanierungskonzept gilt der Satz: „Alles ist möglich“

Bei dem **Sanierungs-Konzept**, das Görg nach der **Mitarbeiterversammlung bei Quelle am 13. August** vorgestellt hat, passt am treffendsten die Headline: „Alles ist möglich!“ – aber bisher nur wenig klar absehbar: Nur eins steht inzwischen fest: Dass Arcandor-Chef Eick mit seinem Versuch, in diesen schwierigen Zeiten einen Investor für den Gesamtkonzern zu finden, gescheitert ist. Damit dürfte auch die Holding mit ihren 93 Mitarbeitern in der jetzigen Form auf Dauer nicht mehr benötigt werden.

Dabei erinnert das von Görg vorgelegte Sanierungskonzept an einen Piloten, der in schwieriger Wetterlage versucht, auf Sicht zu fliegen. Das passt zu diesem kompliziertesten Insolvenzfall, bei dem in der Tat aus heutiger Sicht nicht absehbar ist, was genau geht: Von Etappe zu Etappe muss neu entschieden werden, welcher Sanierungsweg eingeschlagen werden kann.

Einzelhandel hält Werbebudgets konstant

Der Einzelhandel nutzt seine Profilierungschancen: Die Werbebudgets bleiben trotz der Krise weitgehend konstant. Das ergab eine bundesweite Umfrage der **BBE Handelsberatung**. Nur ein kleiner Teil der Einzelhändler hat seine Werbebudgets gekürzt. **BBE-Geschäftsführer Joachim Stumpf:** „Offenbar reagieren die Einzelhändler sehr besonnen auf die Krise.“ Bei verhaltenem Verbraucherinteresse müsse sogar mehr für Image und Marketing getan werden, um wahrgenommen zu werden und sich von den Wettbewerbern auf einem enger werdenden Markt zu unterscheiden und abzugrenzen.

Veranstaltungen

16. GCSC-Kongress im Berliner Adlon

Nach dem Motto „Mut“ im Jahr 2007 und „Emotion“ 2008, setzt der **German Council of Shopping Center (GCSC)** im Jahr der Finanzmarktkrise 2009 auf das Motto **„Zuversicht“**. Am 17./18. September treffen sich etwa 500 Vorstände, Führungskräfte und Entscheider aus Immobilienwirtschaft und Einzelhandel zum 16. Jahreskongress im **Berliner Adlon**, um Kontakte zu knüpfen, Probleme zu diskutieren und sich mit den Herausforderungen und Chancen nach der Finanzmarktkrise auseinanderzusetzen. „Nur mit Zuversicht können wir selbst zu **Zukunfts-machern** werden“, stellt dazu **GCSC-Vorstands-Chef Wolfgang R. Bays** fest, um so die Potenziale der Handelsstandorte zu regenerieren und stabilisieren.



Handelsimmobilien

Report Nr. 53

Cities & Center & Developments

vom 21.08.09

Seite 3 von 16

Deals

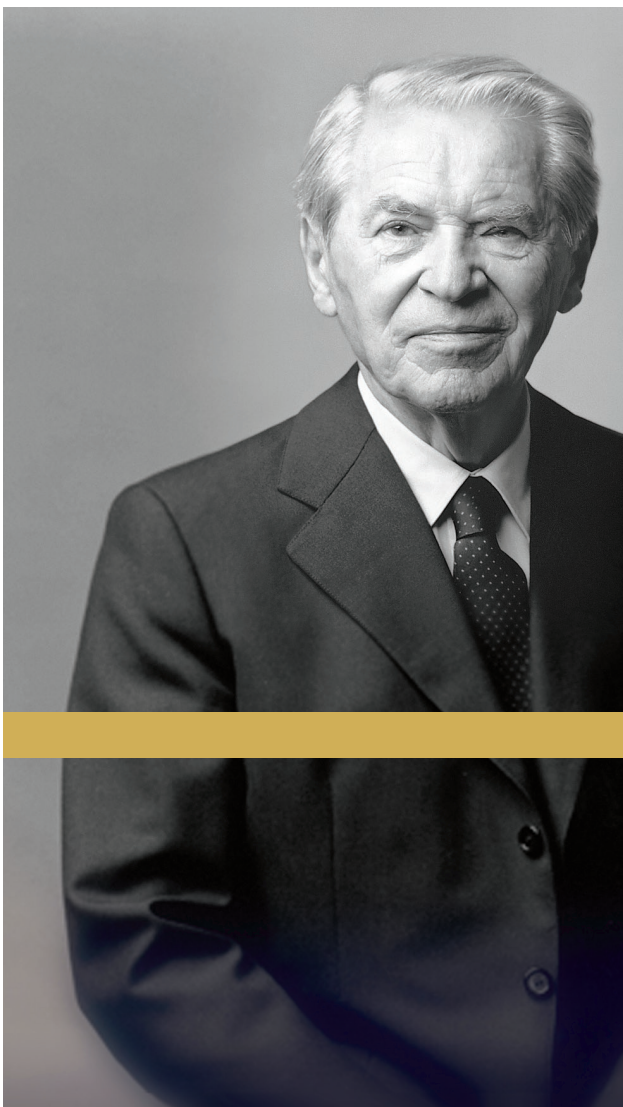
Die Eckpunkte des von Görg vorgelegten Sanierungskonzepts für die einzelnen Unternehmensteile sehen so aus: Die **Karstadt Warenhaus GmbH** soll mittels **Insolvenzplanverfahren** saniert werden, nachdem die Warenhäuser laut Görg stabilisiert werden konnten und das überaus wichtige Weihnachtsgeschäft gesichert ist. Das sei zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres nicht der Fall gewesen, stellt er fest. Sein Plan würde die Rettung des Unternehmens als Ganzes bedeuten, wenn der notwendige Sanierungsbeitrag – sprich: Forderungsverzicht - der Gläubiger geleistet wird: **So wird mit den Arbeitnehmervertretern, Dienstleistern und Lieferanten über Sanierungsbeiträge und Anpassung bestehender Verträge verhandelt werden müssen.**

Auch bei den Vermietern wie dem **Highstreet-Konsortium**, dem der größte Teil der Warenhaus-Immobilien gehört, wird er anklopfen, um über niedrigere Mieten zu verhandeln. Hier besteht allerdings das Problem, dass der z.T. fremd finanzierte Kredit zum Immobilien-Kauf – wie üblich – verbrieft und am Kapitalmarkt platziert wurde. Highstreet ist gezwungen, die Zertifikate entsprechend zu bedienen, hat insofern wenig Spielraum für Mietsenkungen.

Andererseits dürfte es auch im Interesse des Highstreet-Konsortiums liegen, dass sein Mieter Karstadt so stark wie möglich aus der Insolvenz herauskommt. Denn sollte das angestrebte Insolvenzplanverfahren scheitern und das operative Karstadt-Geschäft beispielsweise an den **Metro-Konzern**, der sein Interesse an einer Reihe von Karstadt-Standorten jüngst bekräftigt hat, verkauft werden, würde das die Position des neuen Eigentümers gegenüber dem Highstreet-Konsortium ungemein stärken. Denn, wie es

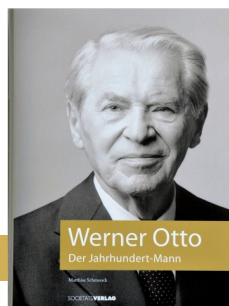
Oberhausen: Das holländische Modeunternehmen **WE Fashion** hat am **CentrO Oberhausen** nahe seines Flagshipstores eine 325 qm große Bürofläche für sein neues Headquarter gemietet. Vermittelnd tätig war die **Brockhoff & Partner Immobilien GmbH**.

Köln: Ein Wohn- und Geschäftshaus in der Kölner Wallstraße wurde von Privat an Privat verkauft. Das stark sanierungsbedürftige 4-geschossige Objekt von 1962 verfügt über eine Gesamtnutzfläche von ca. 725 qm, verteilt auf 10 Wohneinheiten und eine Gewerbeeinheit. **Engel & Völkers Köln** vermittelte.



Gründer. Unternehmer. Mäzen. Ehrenbürger. Geburtstagskind.

Werner Otto hat am 13. August seinen 100. Geburtstag gefeiert. Er bestimmte maßgeblich die Entwicklung der deutschen Wirtschaft mit, gründete Weltunternehmen, Stiftungen und erhielt große Auszeichnungen – wie zuletzt die Ehrenbürgerwürde der Stadt Berlin. Herzlichen Glückwunsch!



Biografie jetzt im Handel erhältlich.

www.ece.de



Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 4 von 16

Personalien

heißt, zahlt **Kaufhof** niedrigere Mieten als Wettbewerber Karstadt. Zudem würden bei dieser Lösung zahlreiche Karstadt-Häuser aufgegeben. **Und der Verkauf von Immobilien dürfte angesichts der Fülle an Warenhäusern, die nach der Hertie-Liquidation auf dem Markt ist und auf Grund der bestehenden Kreditklemme nicht gerade leicht werden.**

Im Rahmen seines Sanierungskonzepts hat aber auch Görg 19 der 126 Sport- und Warenhäuser identifiziert, die womöglich geschlossen werden müssen – auch wenn er grundsätzlich versichert, dass so viele Häuser wie möglich erhalten werden sollen. So hat er auch die 3 neuen Karstadt-Sporthäuser in **Münster, Essen und Dresden** übernommen. Zudem wird er, wie es in dem „Welt-am-Sonntag-Bericht“ weiter heißt, die 3 Top-Häuser **KaDeWe** (Foto), **Oberpollinger** und **Alsterhaus** nicht mehr einzeln verkaufen. Diese Premium-Häuser seien attraktive Bestandteile des Warenhausportfolios und nur für Attraktives zahlten die Investoren.



Vor der Sanierung von **Quelle/Primondo** steht die **Sicherung der Finanzierung**. Denn die Zwischenfinanzierung, die nach dem Insolvenzantrag mit der **Valovis-Bank** vereinbart wurde, läuft nur noch bis 9. September. Für eine Verlängerung der Finanzierung benötigt die Bank ein **Fortführungsgutachten** für das Unternehmen. Das sollte nach Angaben eines Sprechers des Insolvenzverwalters Mitte August eingereicht werden. Allerdings müssen die Konditionen im Factoring mit der Valovis-Bank laut Görg neu verhandelt werden: „Die derzeitigen Konditionen, die wir zu akzeptieren hatten, sind sehr kompliziert und so teuer, dass sie auf Dauer nicht zu finanzieren sind“, stellt er fest. **Ziel ist es, dieselben Konditionen wie vor dem Insolvenzantrag zu erreichen.** „Die Gespräche darüber werden wir zeitnah führen“, so Görg.

Für den Versand mit seinen 6 Mio. Kunden sieht er durchaus Überlebenschancen, nachdem sich das Geschäft stabilisiert hat, der E-Commerce-Bereich trotz Negativschlagzeilen um 10% über Vorjahresniveau liegt und die Warenbelieferung wieder hergestellt ist. Um die Kosten zu senken, sieht der Sanierungsplan den Abbau der Stellen von 10 500 auf 6 400 vor. Zudem werden, das hatte Arcandor-Chef Eick bereits in seinem **Restrukturierungskonzept** im April geplant, die 109 defizitären Quelle-Technik-Center geschlossen und die Zahl der Quelle-Shops von 1 450 auf 1 000 gesenkt.

Positiv ist, dass die **ertragreichen Spezialversender** wie **Peter Hahn, Madeleine** oder **Baby Walz** – die zuletzt organisatorisch von Quelle getrennt waren – und die von der Insolvenz ausgenommen sind, von Görg wieder mit dem Universalversender zusammengeführt werden. Denn im **geregelten Bieterverfahren** für Karstadt und Primondo, mit dem Görg Investmentbanken beauftragt hat, soll der Gesamtkomplex angeboten werden, **wodurch das angebotene Versandpaket für Investoren eindeutig attraktiver wird.** Bisher hatte die Hamburger **Otto Group** Interesse an einzelnen Spezialversendern bekundet. Das würde aber dazu führen, dass sich die Käufer nur die Rosinen herauspicken. Übrig bleibe dann der unverkäufliche Rest.

Doch der Insolvenzverwalter hat nach deutschem Insolvenzrecht die primäre Aufgabe, für die Insolvenzgläubiger so viel wie möglich herauszuholen. Deshalb hat Görg mit seinem Sanierungskonzept jetzt auch das **Maximal-Paket** geschnürt: Eine sanierte Karstadt Warenhaus GmbH und einen sanierten Versandbereich mit attraktiven Spezialversendern. **In der ersten Novemberhälfte will er den Gläubigerver-**

Werner Otto wird Ehrenbürger von Berlin

Der Gründer des **Otto Verbands** und der **ECE, Werner Otto**, wird **Berliner Ehrenbürger**. Die Auszeichnung wird vom Senat im Einvernehmen mit dem Parlament an Persönlichkeiten verliehen, die sich in hervorragender Weise um die Stadt verdient gemacht haben. Berlins **Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit (SPD)** hat Otto zwei Tage vor dessen 100. Geburtstag am 13. August, die Auszeichnung verliehen. „Werner Otto ist einer der großen deutschen Wirtschaftspioniere, dessen am Menschen orientierte Unternehmensführung immer vorbildlich gewesen ist“, betonte Wowereit. Er sei eine außergewöhnliche Figur der Zeitgeschichte und ein Mann, der sich in ungewöhnlicher Weise gesellschaftlich engagiere.



Zu den Gratulanten gehörten auch **Bundespräsident Horst Köhler** und **Bundeskanzlerin Angela Merkel** (Foto). Zudem stellte am 11. August seine **Ehefrau Maren** seine Biografie vor: „**Werner Otto – Der Jahrhundert-Mann**“. Neben der Gründung einer medizinischen Stiftung, die dann einspringt, wenn der Staat nicht oder nicht schnell genug handeln kann, hat Otto in Berlin kulturelle Einrichtungen unterstützt, darunter das **Konzerthaus am Gendarmenmarkt**, das **Jüdische Museum** und die **Stiftung Stadtmuseum**.



Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 5 von 16

Deals

sammlungen plausible Sanierungskonzepte zur Abstimmung vorlegen können. Ob die Sanierung auf diesem Wege gelingt, wird maßgeblich von der Bereitschaft der Gläubiger abhängen, ihren Beitrag zu leisten. Aber im Grunde haben sie gar keine andere Wahl. **Denn bei der Liquidation eines Versenders und eines Warenhauskonzerns ohne Immobilien und mit weitgehend verpfändeten Vermögenswerten bleibt bei der Liquidation nichts mehr zu verteilen.** Der Fall Hertie zeigt beispielhaft, dass zunächst nicht einmal Geld für einen Sozialplan übrig blieb. Insofern dürfte die Entscheidung der Gläubiger nicht schwer fallen.

Mietentwicklung: Leicht sinkende Preise erwartet

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Um gut 2% ist der **Umsatz im deutschen Einzelhandel** bis Ende Juni gesunken, seit Mitte August stehen über 70 **Hertie-Warenhäuser** leer und viele Filialen von **Sinnleffers** oder **Wehmeyer** wurden in der Insolvenzphase geräumt. Das birgt für die Städte durchaus Sprengstoff, denn Leerstand ist in der unmittelbaren Nachbarschaft ansteckend. Hinzu kommt die im europäischen Vergleich überdurchschnittlich hohe Pro-Kopf-Ausstattung mit Verkaufsfläche in Deutschland. Gleichzeitig gilt Deutschland, das lange als langweilig galt, gerade in der weltweiten Rezessionsphase das Image, ein stabiler Markt zu sein. Und zieht so auch weiter ausländische Einzelhändler an, weil es hier immer noch stabiler ist als anderswo.

Herdecke: Die **Rosco Projektmanagement** für Immobilienanlagen GmbH & Co. Liegenschaftsverwertung KG aus Bad Hersfeld hat das **Hertie-Warenhaus in Herdecke** durch Vermittlung von **BNP Paribas Real Estate (ehemals Atisreal)** übernommen. BNP Paribas Real Estate veräußerten damit seit Mai 2008 bisher 12 Hertie-Objekte. Insgesamt steht noch ein Portfolio von 52 Häusern zum Verkauf.

Bochum: **Swarowski** eröffnet eine in Eigenregie betriebene 85 qm große Boutique in der Bochumer 1a-Lage Kortumstraße 65. **Kemper's Jones Lang LaSalle**, vermittelte.

imuscontent.com

AG
GRR

Wir lassen keinen allein.

Wir, die **GRR AG**, investieren in Basic-Retail-Objekte – das heißt Märkte der Grundversorgung – und **kümmern uns** intensiv um sie mit hauseigenem Immobilienmanagement. Weil wir an **langfristig** haltbaren Immobilien interessiert sind. Der Fokus auf solide, dauerhafte Cashflows zahlt sich aus – für unsere Investoren und für unsere Mieter.

GRR AG: Mit uns können Sie rechnen.

Mehr Infos: GRR AG · Sebastianstraße 31, 91058 Erlangen · Tel. 09131 / 920 08-810 · info@grr-ag.de www.grr-ag.de



Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 6 von 16

**Unternehmens
News**

Dass in dieser Situation auch hierzulande die Mieten im Schnitt nachgeben dürfen, liegt auf der Hand. Kemper's Jones Lang LaSalle hat 185 Städte untersucht und kommt zu dem Ergebnis, dass die bundesweite Durchschnittsmiete im 2. Halbjahr mit etwa 58,85 Euro um 0,5% unter Vorjahreswert liegen dürfte. **Damit würde die Miete im 5-Jahres-Vergleich noch 7,7% über der Durchschnittsmiete des Jahres 2005 liegen, als hierzulande der unerwartete Konjunkturaufschwung begann.**

So weit die Durchschnittsbetrachtung. Doch auch auf dem Vermietungsmarkt für Handelsimmobilien gilt heute der Grundsatz, sich vor allem auf die sicheren Top-Objekte zu konzentrieren. So stellt **Marc Afken, Leiter Vermietung bei Kemper's JLL Retail GmbH** fest, dass trotz der abgeschwächten Nachfrage, die Ladenlokale in 1A-Lagen weitestgehend Mangelware blieben. Denn hier ist für den Händler mit gutem Konzept der Erfolg fast garantiert.

Prognose Mieten 2. Halbjahr 2009 in €/je qm		
Stadt/Straße	1. Hj. 2009	2.Hj. 2009
1.) München, Kaufinger Str.	310	310
2.) Frankfurt/M, Zeil	270	270
3.) Düsseldorf, Königsallee	230	235
4.) Hamburg, Spitaler Str.	230	230
5.) Stuttgart, Königsstr.	230	230
6.) Berlin, Tauentzienstr.	220	220
7.) Köln, Schildergasse	215	215
8.) Dortmund, Westenhellweg	210	210
9.) Hannover, Georgstr.	180	180
10.) Münster, Ludgeristr.	150	150

Quelle: Kemper's JLL

In den Top 10-Städten – von **München** bis **Münster** – erwartet Kemper's JLL ein recht stabiles Mietniveau. In den 13 Städten mit 250 000 – 500 000 Einwohnern sieht das Beratungsunternehmen im Schnitt einen Mietrückgang von 0,8%. Vor allem in **Duisburg**,

Mönchengladbach und **Gelsenkirchen** werden Mietpreisrückgänge zwischen 2 und 5 Euro erwartet. Im 1. Halbjahr 2009 waren die Preise gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres noch um 1,4% gestiegen. **Brockhoff & Partner** aus Essen erwartet für **Duisburg** dagegen gleich bleibende Mieten.

Mit einem Mietrückgang von 0,5% rechnet Kemper's Jones Lang LaSalle in den 54 Städten mit 100 000 – 250 000 Einwohnern, wobei das Bild gemischt ist: Rückgänge von 1 – 2 Euro je qm in **Hagen**, **Hamm**, **Oberhausen**, **Mülheim** und **Herne**, Zuwächse in **Paderborn** und **Osnabrück**. **Brockhoff & Partner** erwartet auch für **Oberhausen** ein gleich bleibendes Mietniveau.

Rückgänge um durchschnittlich 0,9% werden auch in den 26 Städten Ostdeutschlands gesehen. Dabei dürften sich **Leipzig** mit 115 Euro je qm und **Dresden** mit 100 Euro laut Kemper's JLL noch recht stabil halten, während den Städten **Brandenburg**, **Magdeburg** und **Potsdam** Preisrückgänge von 2 bis 5 Euro je qm vorausgesagt werden.

Nach der Hertie-Schließung: Fatale Folgen für Essen-Borbeck

Marion Götza, Redakteurin „Der Immobilienbrief“

Am vergangenen Samstag (15. August) wurden die letzten der verbliebenen 54 **Hertie-Filialen** geschlossen. Im Februar kam bereits das Aus für die Häuser im **Altenessener Allee-Center** und im Essener Stadtteil **Borbeck**. Die beiden Filialen gehörten zu den 19 Häusern, die **Insolvenzverwalter Biner Bähr** im Rahmen der Hertie-Sanierung schon aussortiert hatte, weil er für sie keine wirtschaftliche Zukunft sah. Am Tag der Schließung herrschte an den Standorten Endzeitstimmung. Besonders **Borbeck** trifft es hart. Gerade hier war Hertie ein großer Kundenmagnet. Hertie hat diesen Standort verlassen, aber noch seinen grauen Mantel – sprich: die Immobilie – „vergessen“.

In **Borbeck** gehe seit dem Auszug von Hertie gar nichts mehr, so **Eckhard Brockhoff, geschäftsführender Gesellschafter** von **Brockhoff & Partner** in Essen. In der Innenstadt sehe man verstärkt Fassadenwerbung, die in die vermehrt angesiedelten 1-Euro-

Aus der Boetzelen AG wird die Deikon GmbH

Nach den hochfliegenden Plänen, sich als börsennotierter Reit die neue Gesetzgebung zunutze zu machen und das Portfolio aus Supermärkten, Discountern und Fachmarktzentren unter Ausnutzung von Steuerbegünstigungen auszubauen, schaltet die **Boetzelen AG** jetzt wieder einen Gang zurück. Der fehlgeschlagene Börsengang im Juni 2007 soll auch nicht länger an dem Unternehmen haften bleiben: Deshalb wird die **Boetzelen AG** nach den Worten ihres **Vorstands Karl F. Hunold** in eine GmbH umgewandelt und auch der Name soll in **Deikon GmbH** geändert werden. Laut **Hunold** wird die GmbH in alle Rechte und Pflichten der AG eintreten. Eine außerordentliche Hauptversammlung soll im August den Wechsel der Rechtsform beschließen.

Deals

Avm mfi managt das 212 Power Outlet Center

Das deutsch-türkisch Joint-Venture **avm mfi partners** hat einen weiteren Auftrag an Land gezogen. Für das Mitte August eröffnete **212 Power Outlet Center** in **Istanbul** übernimmt es das Center-Management und auch die Vermietung. Für **avm mfi partners** ist es das zweite Management in **Istanbul**. Das **212 Istanbul** mit 67 380 qm auf 4 Etagen und 170 Geschäften ist das erste Center, in dem **Carrefour**, **Media Markt** und **Praktiker** unter einem Dach vereint sind.



Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 7 von 16

Läden locken solle, schreibt ein ernüchterter Anwohner in einem Blog. Das Erscheinungsbild des gesamten Stadtteils leide darunter. Dass die benachbarten Einzelhändler die Schließung von Hertie beim eigenen Umsatz spüren, verwundert nicht. Die Kaufkraftbindung an den Standort ist nicht mehr so hoch wie zu Hertie-Zeiten.

Im Altenesser **Allee-Center** sieht die Situation insgesamt etwas besser aus. Hier war Hertie in das **ECE-Einkaufszentrum** eingebunden, doch gibt es eine Besonderheit: Hertie war nicht Mieter der Verkaufsfläche, wie in vielen Shopping-Centern üblich. Vielmehr gehört auch die 10 891 qm große Fläche auf 3 Ebenen (Basement, Erd- und 1. Obergeschoss) dem früheren Hertie-Eigner, dem britischen Investor **Dawnay, Day**. Insofern sucht der Immobilienvermarkter **BNP Paribas Real Estate (früher: Atisreal)** auch für diese Fläche eine Nachnutzung.

Auf Anfrage des „Handelsimmobilien Reports“ teilte **Christoph Meyer, Mitglied der Geschäftsleitung**, mit, dass für das Haus in Borbeck bereits ein Vorvertrag geschlossen worden sei. Bei dem Interessenten handele sich um einen deutschen Entwickler, der sich über Vorverträge insgesamt 6 Standorte gesichert habe. Einen Namen konnte Meyer naturgemäß noch nicht nennen. Mit einem Abschluss rechnet er in der 2. Septemberhälfte. Ziel des potenziellen Eigentümers dürfte es sein, die Fläche nach Umbau und Renovierung weiter zu vermieten.

Für die Fläche in Altenessen ist Meyer im Gespräch mit Einzelhändlern, die als Mieter einziehen sollen. Allerdings wird es kaum einen einzelnen Mieter für mehr als 10 000 qm Verkaufsfläche geben. Insofern geht Meyer davon aus, dass das Objekt umgebaut

Deals

München: Die **EuroEyes alz augenklinik münchen** hat am Frauenplatz 10 in der Münchener Innenstadt 70 qm Einzelhandelsfläche für ein Beratungszentrum für Augenlaserbehandlungen. Vermieter ist eine private Erbengemeinschaft. Vermittelt wurde durch **Engel & Völkers München**.

Hannover: Das Modeschmuck-Label **beeline** eröffnet einen Shop unter der Marke „I AM“ mit rd. 110 qm Gesamtfläche in der Hannoverschen Toplage Georgstraße 16. Die Eröffnung ist für Anfang September geplant. **Kemper's Jones Lang LaSalle** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 8 von 16

werden muss, so dass mehrere Einzelhändler einziehen könnten, wobei die Mehrgeschossigkeit der Fläche – wie bei Warenhäusern üblich – zum Problem werden könnte. Das Basement hat keinen gesonderten Ausgang zu Mall und müsste deshalb gemeinsam mit dem Erdgeschoss genutzt werden – oder es müsste ein eigener Ausgang geschaffen werden. Der Vorteil des 1. Obergeschosses ist laut Meyer jedoch, dass es einen eigenen Ausgang zur Mall hat und somit eine Abtrennung möglich ist.



Allee Center noch mit dem alten Karstadt-Logo

Aus Sicht von **Thomas Sandmann** von der **Wirtschaftsförderung Essen** dürfte es schwierig sein, ein vernünftiges Angebotsprofil für die beiden Essener Stadtteil-Standorte zu finden. Eine Vollversorgung mit einem Kaufhauskonzept wäre für beide Stadtteile wünschenswert. Sonst drohe die weitere Verlagerung der Angebotsstrukturen hin zu Discountern oder gar die komplette Verödung, fürchtet Sandmann.

Noch sind benachbarte Einzelhändler um die Hertie-Häuser herum, nicht ausgefallen. Doch sollte nicht schnell eine Nachnutzung für die leer stehenden Hertie-Standorte gefunden werden, so fürchtet er wird sich das sicherlich bald ändern. Zur Entwicklung der Mietpreise konnte Sandmann noch nichts sagen.

Die Vermarktung der beiden Hertie-Häuser ist auch deshalb nicht ganz einfach, weil sich im Radius von 10 km um Altenessen und Borbeck größere Einkaufszentren auf der grünen Wiese befinden, wie der **Ruhrpark Bochum**, das **RheinRuhrZentrum** sowie das **Centro Oberhausen**, die große Sogwirkung auf ihre weitere Umgebung entfalten. Auch wird die Verkaufsfläche in der **Essener Innenstadt** durch den Bau des **Shopping-Centers am Limbecker Platz** mit einem großen **Karstadt-Warenhaus** um 55 000 qm erweitert. Das dürfte auch einiges an Kaufkraft in die Essener City ziehen.

Deutsche EuroShop bleibt unbeirrt in der Spur

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Mit leichten Kursauschlägen nach oben, um 0,82% auf 22,50 Euro, quittierte die Börse am Tag der Bekanntgabe die vorgelegten Halbjahreszahlen der **Deutsche EuroShop AG** aus Hamburg, die im Rahmen der Erwartungen lagen. Solide und „langweilig“, was in Zeiten der Finanzkrise eher als Kompliment denn als Kritik zu verstehen ist, kann sich das Unternehmen unter Deutschlands Immobilien-AGs bislang gut behaupten. Das leidige Thema Wertkorrekturen, das etwa dem portugiesisch-englischen Shopping-Center-Spezialisten **Sonae Sierra** immer noch das Ergebnis verdirbt, spielte bei der Deutschen EuroShop bislang keine Rolle. Das Gros der von **Comdirect** erfassten Analysten setzt das Papier denn auch unverändert auf „Kaufen“.

Der operativ plangemäße Verlauf des 1. Halbjahres wurde nach Angaben des Unternehmens zusätzlich durch Sonder- und Währungseffekte günstig beeinflusst. Die vollständige Konsolidierung des **City Point in Kassel** und der beiden neuen Center in **Hammeln** (Eröffnung im März 2008) und **Passau** (Herbst 2008) führten zu Umsatzsteigerungen von 14% auf 63 Mio. Euro (Vorjahr: 55,2 Mio. Euro). Aber auch die Erlöse der

Deals

Trier: Die **Deka Immobilien GmbH** hat in Trier den **Fachmarkt AlleenCenter** erworben. Das 2001 fertig gestellte Objekt verfügt über eine Gesamtfläche von knapp 23 000 qm und ist vollständig und langfristig vermietet. Es liegt im Zentrum der Stadt in unmittelbarer Nähe zum Hauptbahnhof und zum zentralen Busbahnhof. Der Fachmarkt wurde für den **WestInvest TargetSelect Shopping** gekauft. Institutionelle Anleger können mit diesem Spezialfonds gezielt in die Anlageklasse Shopping investieren. Die Deka Immobilien GmbH wurde von **CB Richard Ellis** beraten

Frankfurt: **Shell International Petroleum** beauftragt **DTZ** mit Dienstleistungen für das Gebäudemanagement von rund 5 000 Einzelhandelsimmobilien in 11 Ländern im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika. **David Jones** vom **DTZ-Occupier-Services-Team** wird das Mandat weltweit betreuen, das auf einer bereits bestehenden Geschäftsbeziehung mit Shell in den Regionen Europa, Naher Osten und Afrika aufbaut.

Erlensee: Ein Projektentwickler aus Hanau verkauft einen von ihm entwickelten und fertig gestellten Baumarkt am Standort Erlensee an eine private Vermögensverwaltung. Der Markt mit einer Mietfläche von 8 658 qm wurde auf einem rund 26 000 qm großen Grundstück realisiert und ist langfristig an **Toom** vermietet. Die Bruttoanfangsrendite liegt bei 7,76%. **NAI apollo** hat die Transaktion vermittelt.



Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 9 von 16

Bestandsobjekte stiegen gemessen am Vorjahreshalbjahr um 1,4%, zeigten also vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise keine Ermüdungserscheinungen. Analog zum



Stadt-Galerie Hameln

positiven Umsatzverlauf entwickelte sich auch das **Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)**: Es erhöhte sich um 15% oder 6,9 Mio. auf 53,8 Mio. Euro. Das **Vorsteuerergebnis (EBT)** legte um 40% von 26,3 Mio. auf 36,9 Mio. Euro zu und beim **Konzernergebnis** betrug der Zuwachs 41% - von 21,6 Mio. auf 30,5 Mio. Euro.

Damit erhöhte sich das Ergebnis je Aktie von 0,63 auf 0,89 Euro. (Stand 30.6.2009). Dass das Bewertungsergebnis deutlich von 2,2 auf 10,8 Mio. Euro gestiegen ist, begründet die Deutsche Euro-Shop mit Sondereffekten im Zusammenhang mit der erstmaligen Vollkonsolidierung des City Point Kassel und nicht realisierten Währungsgewinnen in der Größenordnung von 7,3 Mio. Euro im Zuge der Abwertung des polnischen Zloty und des ungarischen Forint.

Andererseits schlug sich die Aufstockung der Beteiligung von 40% auf eine Mehrheitsbeteiligung beim City Point Kassel und die vollständige Konsolidierung sowie der Center in Hameln und Passau in Form von höheren Zinsaufwendungen im **Finanzergebnis** nieder. Es sank gegenüber Vorjahreszeitraum auf -27,7 Mio. Euro (i.Vj. -22,8

Deals

München: Tesla Motors hat in der Blumenstraße 17 in München rd. 847 qm Verkaufs- und Servicefläche gemietet, um hier seinen ersten Flagship-Store in Deutschland für die Vermarktung seines straßentauglichen Elektro-Automobils zu eröffnen. Seit Mai 2009 hält die **Daimler AG** eine 10%-Beteiligung an dem amerikanischen Newcomer. Weitere Standorte in Europa sind zunächst **London** und **Monaco**. Vermieter der Handelsfläche in München ist eine deutsche Stiftung. Vermittelt wurde der Mietvertrag von **Engel & Völkers Commercial München**.

TOP SHOPS Atlas der 1A-Lagen

Der Top Shops-Atlas ist vom Umfang und Informationsgehalt eine einzigartige Publikation. Der Top Shops-Atlas informiert bundesweit über den Handelsbesatz der 1a-Lagen von fast **360 Städten** und über 560 Fußgängerzonen. Des Weiteren informiert er über die Schaufensterfront in m und die Treppenstufen im Zugang des jeweiligen Ladenlokals. Der jeweilige Filialisierungsgrad und die Branchenzugehörigkeit, die Einwohnerzahl sowie die Kaufkraftkennziffer des GfK Prisma Institutes sind ebenfalls enthalten.

Der Top Shops-Atlas ist seit vielen Jahren eine wesentliche Entscheidungshilfe für die Anmietung und den Verkauf von Ladenlokalen und Geschäftshäusern in 1a-Lagen.

Zu bestellen unter +49 (0)201 / 810 920
oder unter www.brockhoff.de
für 126,08 EUR inkl. MwSt. und Versandkosten.



Jetzt nur noch
49,- EUR
(zgl. MwSt. + Versand =
66,58 EUR)

**BROCKHOFF
& PARTNER**
Immobilien GmbH



Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 10 von 16

**Unternehmens
News**

Mio. Euro). Und bedingt durch die stark gesunkenen Kapitalmarktzinsen waren auch die Zinserträge rückläufig. Da sich das Geschäft in der 1. Jahreshälfte im Rahmen der Planungen bewegte, sehen die Vorstände **Claus-Matthias Böge** und **Olaf C. Borkers** keinen Anlass, die Umsatz-Vorgaben von 125 – 128 Mio. Euro für das Gesamtjahr 2009 zu senken. Das EBIT soll bei 105-108 Mio. Euro und das EBT bei 50 - 52 Mio. Euro liegen. Damit dürfte das Ergebnis je Aktien nach Berücksichtigung der Kapitalerhöhung zwischen 1,38 und 1,43 Euro erreichen.

Mfi stärkt Position in Mönchengladbach

Die Essener **mfi AG** hat einen wichtigen Schritt unternommen, beim Bau des neuen Shopping-Centers in **Mönchengladbach** den Fuß in die Tür zu bekommen. Wie mfi bestätigte, hat sie mit der Düsseldorfer **Ziag Immobilien** eine Vereinbarung zur möglichen Übernahme des Areals der 8 000 qm großen **Theatergalerie** getroffen. Beim Bau des neuen Shopping-Centers, um den sich auch die Hamburger **ECE** und die Düsseldorfer **Concepta** bewerben, spielt die Theatergalerie eine wichtige Rolle. Mfi plant die Übernahme, sofern sie im Rahmen des europäischen Bietverfahrens den Zuschlag erhält. Wichtige Mieter des Objekts sind die **Mayer-sche Buchhandlung** und **Sport Scheck**.

Herne: Erste Lichtblicke nach den Kaufhaus-Schließungen

Randolph Calderoni, Einzelhandelsspezialist bei Brockhoff & Partner, Essen

Der Strukturwandel der Kauf- und Warenhäuser trifft die Stadt **Herne** mit ihren 167 315 Einwohnern in voller Breite: **Hertie**, **SinnLeffers** und **Wehmeyer** waren alle hier vertreten und haben ihre Häuser geschlossen. Das ist kein einfaches Los für die Stadt, die zwar im Zentrum der **Metropole Ruhr**, dem drittgrößten Ballungsraum Eu-



Bahnhofstraße: Boulevard mit Licht

ropas liegt und zu den größeren Städten der Region zählt. Doch liegen mit **Bochum**, **Dortmund** und **Essen** 3 Oberzentren in relativer Nachbarschaft. Zudem sind für die Herner durch die exzellente Verkehrsanbindung gleich mehrere Einkaufszentren anderer Städte in erreichbarer Nähe. Die **Zentralitätskennziffer**, die **GfK Geomarketing** mit **85,8** beziffert (2007), belegt denn auch, wie viel Kauf-

kraft aus der Stadt abfließt. Zudem signalisiert die Kennziffer von 95,3 (GfK Geomarketing 2008), dass die **Kaufkraft** in Herne unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Für die Stadt ist das jedoch kein Grund zu resignieren. „Die jüngste bedeutendere Ansiedlung war die Filialeröffnung von **H&M** im Februar dieses Jahres“, berichtet **Dr. Joachim Grollmann, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Herne**: „Angesichts der Geschäftsaufgaben von Hertie, SinnLeffers und Wehmeyer in der Herner Fußgängerzone war dies ein erstes, aber sehr kräftiges positives Signal für den Einzelhandelsstandort Herne-Mitte. Im Herbst dieses Jahres wird **New Yorker** einen Filialstandort im **City Center** an der Fußgängerzone eröffnen.“

Das Hauptzentrum der 1975 zu Herne zusammengeschlossenen Städte (**alt**) **Herne** und **Wanne-Eickel** ist heute im Wesentlichen der Bereich um die **Bahnhofstraße** in (**alt**) **Herne-Mitte**. Die innerstädtische 1a-Lage verläuft von der **Kreuzkirche** bis einschließlich des **Robert-Brauner-Platzes** und umfasst die Bahnhofstraße sowie die Einzugsbereiche der Nebenstraßen wie der **Behrensstraße**, der **Neustraße** und der **Viktor-Reuter-Straße**. Am südlichen Ende der Fußgängerzone befindet sich das **City Center**, ein Anfang der 1970er-Jahre errichtetes innerstädtisches Einkaufszentrum, das demnächst umgebaut werden soll. Vertreten sind in der Stadt u.a. **C&A**, **s.Oliver**, **Street One**, **Esprit**, **Bonita**, **Deichmann**, **Mayer'sche Buchhandlung**, **Fielmann**, **Intertoys**, **Douglas**, **dm**, **ara**, **Wissmach** und **Engbers**.

Obwohl die Zentralitätskennziffer zeigt, dass in Herne in punkto Kaufkraftbindung noch Nachholbedarf besteht, hat das Hauptzentrum mit ca. 260 Einzelhandelsbetrieben eine gute Ausgangsbasis, seine Funktion als Einkaufsstandort auch für den mittel- und langfristigen Bedarf der Herner Bevölkerung noch zu verbessern. **Laut Grollmann kann sich der Einzelhandel jedoch zumindest teilweise über Serviceangebote von**

Deals

Witten: Für einen Teil des geschlossenen **SinnLeffers-Hauses** in der Witterner Bahnhofstraße 16 konnten mit **Rossmann** und der Bäckerei **Oebel** neue Mieter gefunden werden. Damit bleiben aber noch mehr als die Hälfte der 2 500 qm zu vermieten. Es vermittelten **Daniel Gewerbeimmobilien** und die **Bochumer Immobilienberatung Neufeld**.

Stuttgart: Der Schuhspezialist **Buffalo Boots** aus Hochheim eröffnet einen Shop mit rund 100 qm Verkaufsfläche in der Stuttgarter Toplage Königstraße 10a. Vermieter ist ein Privatinvestor. **Kemper's Jones Lang LaSalle** hatte zuvor bereits 2 weitere Shops vermittelt.

Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

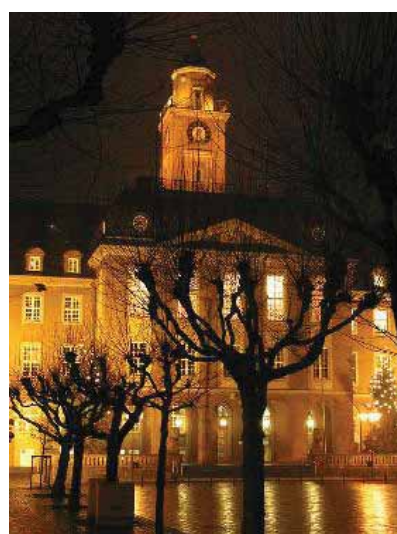
Cities & Center & Developments

Seite 11 von 16

Unternehmens News

den Angeboten der Nachbarstädte abgrenzen. Zudem ziehen Einrichtungen wie das **LWL-Museum für Archäologie** oder Veranstaltungen wie die **Cranger Kirmes** und die **Tage Alter Musik** Besucher in die Stadt.

Der Filialisierungsgrad, der laut **Brockhoff & Partner** an der Bahnhofstraße bei etwa 57% liegt, belegt, wie stark der örtliche Einzelhandel noch vertreten ist. Und wie wichtig heimische Einzelhändler sind, zeigen nicht zuletzt die jüngsten Entwicklungen großer Filialunternehmen wie **Karstadt**, **Hertie**, **SinnLeffers**, **Wehmeyer** oder **Woolworth**. **Zudem bereichert der Mittelstand das Einkaufserlebnis, prägt das Erscheinungsbild und gibt so der Einkaufszone seine individuelle Note.**



Rathaus Herne

Zu den bedeutenderen inhabergeführten Fachgeschäften gehören u.a. die Buchhandlung **Koethers & Röttches**, die Weinhandlung **Meimberg**, **Spielwaren Hotzenplotz** und die in Herne beheimatete **Stadtparfümerie Pieper**. Besonderes Highlight: Am Freitagabend, dem 12. Dezember 2008, führten 9 Herner Fachhändler erstmals einen „**Sternenbummel**“ durch. Dabei boten sie – in der stimmungsvollen vorweihnachtlichen Atmosphäre – zwischen 16 und 22 Uhr auf der Bahnhofstraße und im näheren Umfeld ein ausgewähltes Sortiment an. Ziel der Initiatoren: Sich mit ausgefallenen Ideen zu profilieren. Dem nächsten „Sternenbummel“ wollen sich weitere Fachhändler anschließen.

Um die Attraktivität der Stadt zu steigern, unternehmen die Verantwortlichen viel: So wurde im neuen Jahrtausend die Fußgängerzone zu einem **Boulevard mit Licht-, Kunst- und Wasserspielen** umgestaltet, um mehr Aufenthaltsqualität zu erzeugen. Großer Beliebtheit erfreut sich auch das jährliche **Boulevardfest mit einem Nightlight-Dinner**, für das eigens eine 800 Meter lange Tafel aufgebaut wird. Und zum 2. Mal fand in diesem Frühling die „**Kulinarische Symphonie**“ statt und zog auch viele Feinschmecker aus den Nachbarstädten in die Innenstadt.

Mit Blick auf die Schließung von Hertie, SinnLeffers und Wehmeyer haben die einzelhandelsrelevanten Akteure zudem ein „**Handlungsprogramm zur Stärkung der Innenstadt**“ erarbeitet. Hier kommt dem Vermittlungsmanagement von Ladenlokalen große Bedeutung zu. Darüber hinaus gibt es eine ganze Reihe von Vorschlägen: So sollen in einer konzertierten Aktion die Fassaden der historischen Jugendstil- und Gründerzeithäuser durch Lichtinstallationen hervorgehoben werden. Ein Architekten-Workshop brachte weitere zahlreiche kreative Ideen hervor, die nun dokumentiert und auf Umsetzbarkeit hin überprüft werden sollen.

Geplant sind außerdem die Ansiedlung eines **Saturn-Marktes** sowie eines **Zurbrüggen-Möbelhauses**. Und die Suche nach einer Erfolg versprechenden Nachnutzung für den ehemaligen Karstadt-/Hertie-Standort gehört gleichfalls zu den Aufgaben, die ganz oben auf der Dringlichkeitsliste der Stadt stehen.

Im **Stadtbezirkszentrum Wanne-Mitte**, dem ehemaligen Hauptzentrum der Stadt Wanne-Eickel und heutzutage dem bedeutendsten Nebenzentrum der Stadt Herne, ist am **Glückaufplatz** unter dem Namen „**Stadttor-Center**“ ein Einkaufszentrum mit einem Mix aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gesundheitszentrum mit verschiedenen medizinischen Fachrichtungen geplant.

Die Mieten liegen in Herne laut Brockhoff & Partner 2009 zwischen 25 und 36 Euro für kleinere (bis 120 qm) und 14 bis 25 Euro für größere (ab 120 qm) Ladenlokale. Im Vergleich zu anderen ähnlich großen Städten ist dieses Mietpreinsniveau eher niedrig..

Hahn-Gruppe setzt auf Effizienzsteigerung

Reduzierte Mieterlöse bei gleichzeitig erhöhten Verkaufsgewinnen prägten die Umsatzentwicklung der **Hahn-Gruppe** aus **Bergisch-Gladbach** im 1. Halbjahr 2009: Der Umsatz lag mit 28,31 Mio. Euro leicht unter Vorjahresniveau (29,72 Mio. Euro), nachdem das Vorratsvermögen abgebaut und deshalb niedrigere Mieterlöse erzielt worden waren. Entsprechend lag das operative Ergebnis (EBIT) mit 1,83 Mio. Euro unter Vorjahreswert (9,69 Mio. Euro). Neben den geringeren Mieterlösen spielten hier niedrigere Einmalbeträge eine zusätzliche Rolle. Andererseits konnten durch den Verkauf die Finanzverbindlichkeiten reduziert und das Finanzergebnis auf - 4,43 Mio. Euro, nach - 13,05 Mio. Euro im 1. Hj. 2008, verbessert werden. Im Zuge eines Effizienzsteigerungsprogramms will die Hahn-Gruppe bis 2011 erreichen, dass die betrieblichen Ausgaben mit gesicherten, stetigen Erträgen vollständig abgedeckt werden. Die Investmentmärkte haben sich nach Unternehmensangaben wieder be-



ruhigt und die Renditen liegen auf dem Niveau der Vor-Boom-Phase. Anlass zu Optimismus sieht **Bernhard Schoofs** (Foto), **Vorstands-Chef der Hahn-Immobilien-Beteiligungs AG**, weil die institutionelle und private Nachfrage nach indirekten Immobilieninvestments steigt, vor allem im Einzelhandelssektor.

Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 12 von 16

Tengelmann: Netto-Plus-Deal kam gerade noch rechtzeitig

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Karl Erivan Haub, geschäftsführender Gesellschafter der Mülheimer **Tengelmann-Gruppe** singt gern **das hohe Lied der Familienunternehmen**, die noch eigenverantwortlich handeln und selbst haften müssen für etwaige Fehlentscheidungen und deshalb konservativer agieren.

Auch wenn gerade mit den Familien **Schaeffler**, **Porsche** und **Sal.Oppenheim** einige ein Negativ-Beispiel abgeben, so sieht sich der Mülheimer doch in einer Riege mit deutschen Unternehmern, die in den aktuellen Krisenzeiten für Stabilität sorgen. Mit seiner konservativen Bilanzierungspolitik, die Vorsorge für alle Risikofälle trifft und die Kostenstrukturen mit Blick auf eine mögliche Verschlechterung der Konsumkonjunktur im Auge hat, sieht er sich derzeit gut aufgestellt.

Der Zusammenschluss der **Discount-Tochter Plus**, die unter Tengelmänn-Ägide zuletzt rote Zahlen geschrieben hatte, mit dem **Edeka-Discounter Netto** – an dem Gemeinschaftsunternehmen ist Tengelmänn mit 20% beteiligt -war für Haub der richtige Schritt gerade noch zur rechten Zeit: „Ein solcher Schritt wäre heute gar nicht mehr möglich gewesen.“ Behalten hat Tengelmänn noch die 432 **Plus-Märkte** in **Österreich**, **Rumänien** und **Bulgarien**, die einen Umsatz von 668 Mio. Euro erzielten.

Im vergangenen Geschäftsjahr, das als Rumpfsjahr vom 1. Mai bis zum 31. Dezember 2008 reichte, erlöste das Unternehmen mit seinen **Tengelmänn- und Kaiser's Supermärkten**, den **Obi Heimwerkermärkten**, den Discount-Töchtern **Kik** und **Plus** in 4 357 Filialen einen Umsatz von 12,36 Mrd. Euro. Aber auch ohne Plus habe das Umsatzwachstum noch bei 6,1% gelegen, betont Haub bei Vorlage der Jahreszahlen. Über die Ertragslage, auch ohne außerordentliche Erträge aus dem Verkauf der Plus-Discounter, äußerte er sich sehr zufrieden, ohne jedoch konkrete Zahlen zu nennen.



Verwaltung in Leer

Die Supermärkte der **Kaiser's Tengelmänn AG** schreiben durch die teure Filialumstellung auf **CO2-freie Klimamärkte** vorübergehend jedoch rote Zahlen. Auf 500 000 bis 700 000 Euro beziffert Haub die Kosten pro Markt. 2008 erzielten die 706 Kaiser's und Tengelmänn-Märkte ein Umsatzplus von 3% auf 1,73 Mrd. Euro.

Nachdem das Bundeskartellamt die geplante Bündelung des Einkaufs für die Supermärkte mit der Hamburger Edeka-Gruppe untersagt hatte und Tengelmänn seine Waren weiterhin über die **Markant** bezieht, hat sich das Unternehmen zudem mit der ostfriesischen **Unternehmensgruppe Bunting aus Leer**

(Foto) in einer Kooperation zusammengetan, um seine Position gegenüber der Industrie zu stärken. Bunting betreibt u.a. **familia-SB-Warenhäuser**, **Combi-Verbrauchermärkte** und **Markant-Supermärkte**.

Die ersten 5 Monate 2009 sind laut Haub glimpflich verlaufen. Der Umsatz wuchs um etwa 3% und Haub hofft fürs Gesamtjahr auf ein kleines Wachstum, wobei das Ausmaß der befürchteten Arbeitslosigkeit die Unbekannte für den Einzelhandel darstellt.

Großes Wachstumspotenzial sieht Haub vor allem für die Tochter **Obi** im Osten Europas, weil hier - trotz Krise - noch großer Nachholbedarf bestehe. **In 6 Monaten hat die Obi Group 18 neue Standorte in Angriff genommen, zuletzt auch einen Heimwerkermarkt im sibirischen Omsk.** Europas führende Heimwerker-Kette ist in 12 west-

Unternehmens News

Köln: Bereits vor seiner Fertigstellung hat das „**Westgate**“ am Kölner Habsburgerring seinen 1. Preis gewonnen. Das mo-



derne Büro- und Geschäftshaus mit 4 500 qm Fläche soll bis 2011 fertig gestellt werden. Es erhielt das Umweltsiegel „**Green Building**“, der **Europäische Kommission**. Bei Westgate liegt der Primärenergiebedarf jährlich um rd. ein Drittel unter dem von ähnlich genutzten Gebäuden. Das Objekt wird von der Münchener **MEAG** für die **Victoria Lebensversicherung** realisiert.

DIC Asset AG erzielt Gewinn von 6,1 Mio. Euro

Die **DIC Asset AG** hat sich gut behauptet und im 1. Halbjahr einen Gewinn von 6,1 Mio. Euro erzielt, wobei der Gewinn im 2. Quartal 2009 (3,5 Mio. Euro) gegenüber dem 1. Quartal 2009 (2,6 Mio. EUR) ausgebaut werden konnte. Maßgeblich getragen wurde er durch das starke operative Immobilienmanagement und die stabilen Mieteinnahmen in Höhe von 67,3 Mio. Euro (1. Hj. 2008: 67,7 Mio. Euro). Der Rückgang des Überschusses gegenüber dem Vorjahreszeitraum (11,8 Mio. Euro) resultiert vor allem aus den geringeren Gewinnen des Segments Opportunistische Co-Investments.



Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 13 von 16

Stadt News

Fast 80% Wertsteigerung in Nürnbergs Top-Lage

Einzelhandelsgenutzte Immobilien in der 1A-Lage der Nürnberger Innenstadt sind in den vergangenen 10 Jahren im Schnitt um fast 80% im Wert gestiegen, darauf weist **Lührmann** in den soeben veröffentlichten „Citynews Nürnberg“ hin.



Und auch im Mietranking vergleichbarer Städte erzielt Nürnberg mit einer Spitzenmiete von 125 Euro pro qm überdurchschnittliche Werte. „Die Innenstadt verdankt ihre Attraktivität u.a. der gelungenen Einbindung moderner City-Funktionen in die historische Bausubstanz des mittelalterlichen Stadtkerns. Viele mittelalterliche und frühneuzeitliche Bauwerke von großem kunst- und kulturhistorischem Wert prägen eine der ältesten und gleichzeitig eine der am weitläufigsten angelegten Fußgängerzonen in Deutschland“, sagt **Guido Kleinschmidt, Geschäftsführender Gesellschafter Lührmann München**. **Mehrere attraktive Haupteinkaufsstraßen sowie viele kleine Nebenstraßen und Gassen bilden die gesamte Fußgängerzone**. Die Top-Lagen von Nürnberg verteilen sich nach Angaben von Lührmann auf die drei parallel zueinander verlaufenden Einkaufsstraßen **Breite Gasse, Karolinenstraße** und **Kaiserstraße**.

europäischen Ländern vertreten und hat neue Standorte in **Tschechien, Ungarn** und **Russland** aufgebaut sowie den Markteintritt in der **Ukraine, Kroatien** und **Rumänien** vollzogen. 46% des Umsatzes von zuletzt 4,18 Mrd. Euro (+5,3%) erzielt das Unternehmen jenseits der deutschen Grenzen. Auf verschärftem Expansionskurs im Ausland befindet sich auch der Textil-Discounter **Kik**, der inzwischen 2 694 Filialen in 6 Ländern betreibt. Im Rumpfgeschäftsjahr 2008 wuchs das Unternehmen um 7% auf 1,11 Mrd. Euro. Discount liegt in der Krise halt im Trend.

Nicht nur Metropolen punkten im Geschäft mit der Mode

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Etwa die Hälfte des Fachhandelsumsatzes für Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung wird in den 50 größten deutschen Städten erzielt. Das ist das Ergebnis der Studie „GfK POS-Umsatz Textil 2009“ von **GfK GeoMarketing**. Dabei zeigt die Studie,

Kreise mit dem höchsten Bekleidungsumsatz in Mio. €			
Stadtkreis	Umsatz DOB	Stadtkreis	Umsatz DOB
1. Berlin	879,5	11. Mannheim	171,3
2. München	556,7	12. Dortmund	163,7
3. Hamburg	546,3	13. Leipzig	157,1
4. Köln	380,1	14. Essen	148
5. Frankfurt/M	312,6	15. Karlsruhe	145,5
6. Stuttgart	305,5	16. Dresden	137,9
7. Reg. Hannover	239,1	17. Augsburg	127,8
8. Düsseldorf	227,6	18. Münster	125,9
9. Nürnberg	226	19. Bonn	121,5
10. Bremen	173,9	20. Oberhsn.	112,4

dass die erzielten Umsätze hier deutlich über die vor Ort vorhandene Kaufkraft für Bekleidung hinausgehen. Für **Olaf Petersen, Einzelhandelsexperte der GfK Geomarketing** belegt der Trend die Attraktivität von innerstädtischen Standorten für den Textil-einzelhandel.

Zum Hintergrund: Der „GfK POS-Umsatz“ spiegelt die regionale Verteilung der Fachhandelsumsätze im Segment Bekleidung am Verkaufsort (Point of Sale) wider und wird von GfK GeoMarketing alle 2 Jahre neu berechnet. Erwartungsgemäß erzielen dabei bevölkerungsreiche Regionen einen hohen Textilumsatz. Zugleich zeigt die Studie aber auch, dass einige Städte dieses Muster durchbrechen und Konsumenten aus dem weiten Umkreis anlocken.

Im Bundesländer-Vergleich kommt der **Stadtstaat Berlin** mit rund 3,4 Mio. Einwohnern beim Ranking nach der Bevölkerungsanzahl auf Platz 8 der Bundesländer, nach Textilumsatzsumme aber bereits auf Rang 6 und hat einen Anteil von 5,8% am deutschen Gesamttextilumsatz. Auf die 3 einwohnerstärksten Bundesländer **Nordrhein-Westfalen, Bayern** und **Baden-Württemberg** entfallen mit rd. 24%, 17% bzw. 13% auch die größten Anteile am Textilhandels-Umsatz.

Auch im Städtevergleich geht die Rechnung „Viele Einwohner gleich viel Textilumsatz“ oft, aber nicht immer, auf: Vielerorts erzielen einwohnerschwächere Standorte höhere Umsätze als einwohnermäßig überlegene Metropolen. So liegt etwa **Mannheim** mit knapp 310 000 Einwohnern in der Textil-Umsatzbilanz vor Städten wie **Essen, Leipzig** und **Dresden**, die alle mehr als 500 000 Einwohner zählen (siehe Tab.).

Der Grund: Metropolen sind unterschiedlich attraktiv und üben damit eine unterschiedlich hohe Sogwirkung auf die Kaufkraft des Umlands aus. „Diese Zentralität in punkto Mode“ ist für Petersen ein weiterer wichtiger Schlüssel, um Textilhandels-Standorte zu bewerten. Aber auch Standort-spezifische Kriterien entschieden mit, meint der Experte. Im sehr dicht besetzten Textilhandel sei es überlebenswichtig, das „aktuelle Gesamtpotenzial, also die derzeitigen absoluten Umsätze eines Standorts“, zu kennen. D.h. realistisch einzuschätzen, wie viel ein Standort hergibt.

Laut GfK Geomarketing bestätigen die Ergebnisse aber auch die Bedeutung, die der Bekleidungs-Fachhandel als Schrittmacher für die Innenstädte hat. Allerdings kann die



Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 14 von 16

Branche auch nicht auf einer Insel leben. Der Textileinzelhandel profitiert natürlich von einer breiten Sortimentsvielfalt in seinem Umfeld.

Die Vorliebe der Konsumenten, zum Einkaufen in größere Städte zu fahren, wird auch dadurch belegt, dass einige Orte mit einer weit überdurchschnittlichen Kaufkraft – wie etwa der **Landkreis Starnberg in Bayern** – als Wohnort geschätzt wird, selbst nicht davon profitieren kann. **Gemessen am örtlichen Textilumsatz gehört Starnberg zu den 20 Kreisen mit den niedrigsten Textilerlösen.** Die wohlhabenden Starnberger würden ihr Geld für Bekleidung eher selten am Wohnort ausgeben, so Petersen. Diese Klientel verreise fürs Shopping eher ins nahe München oder sogar ins Ausland.

Welche Bedeutung Shopping-Center für das Mode-Geschäft haben können, zeigt das Beispiel CentrO Oberhausen. Der Stadtkreis gehört vom Textilumsatz her zu den Top 20, obwohl er als einziger unterhalb der 250 000-Einwohner-Marke liegt. Das CentrO katapultierte die Gesamtumsätze des Stadtkreises mit Bekleidung in die deutsche Top-Liga, so Petersen, und verschafft dem Standort eine sehr hohe Zentralität, d.h. Anziehungskraft des Einzelhandels. Dem müssten aber auch die Nachteile wie strukturelle Auswirkungen auf die Innenstädte gegenüber gestellt werden.

Douglas wächst im 3. Quartal vor allem im Inland

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der Hagener Lifestyle-Konzern **Douglas** kann sich mit seinen Neun-Monatszahlen (1.10. – 30.6.) im Branchenvergleich sehen lassen: Der Konzernumsatz lag laut **Vorstands-Chef Henning Kreke** (Foto) mit knapp 2,5 Mrd. Euro um 2,7% über dem Vorjahresniveau, wobei auch das Geschäft in Deutschland mit einem Plus von 2,3% auf 1,6 Mrd. Euro – im Gegensatz zu früheren Jahren – gut mithalten konnte. Im Ausland lag der Zuwachs mit 3,5% auf 875,7 Mio. Euro noch darüber, wobei vor allem die Douglas-Parfümerien in **Russland** und **Polen** ordentliche Zuwächse erzielten. In **Spanien, Portugal, Italien, Frankreich** und im **Baltikum** war die Entwicklung dagegen rückläufig. Gleichwohl begünstigt auch das Flächenwachstum den Trend: Flächenbereinigt lag der Umsatz im Ausland um 1,9 und in Deutschland um 0,4% unter Vorjahresniveau.



Der günstige Verlauf allein im 3. Quartal 2009 – vom 1.4. bis 30.6. - belegt aber, dass der Hagener Fachgeschäftskonzern sein Geschäft trotz Krise gut stabilisiert hat. Natürlich auch begünstigt durch das **Ostergeschäft**, das 2008 in den März und 2009 in den April fiel, stiegen die Konzern-Erlöse um 4,9% auf 700,7 Mio. Euro – **und auch flächenbereinigt blieb noch ein Plus von 2,1%.**

Wirklich beachtlich ist dabei der Umsatzzuwachs von 5,6% in Deutschland und die Tatsache, dass auch flächenbereinigt immer noch ein Plus von 3,4% zu Buche stand. Im Ausland waren es 3,7% und flächenbereinigt - 0,1%. **Damit kann sich das Unternehmen, das in seinen Parfümerien, Uhren-, Schmuck- und Buchgeschäften auf Service und gehobenes Sortiment setzt, vom allgemeinen Trend absetzen, der angesichts der Krise Richtung Discount und Lebensmittelkonsum tendiert.**

Doch bereits früher hatte Kreke seine Überzeugung geäußert, dass die Konsumenten sich in schwierigen Zeiten zumindest einen kleinen Luxus leisten. Und davon werde Douglas profitieren. So hält er an seinem Umsatzziel von 2% Wachstum im Gesamtjahr 2008/09 fest. Das operative Ergebnis vor Steuern soll bei 120 – 130 Mio. Euro liegen. Da der Konzern 2009 mit Sondereffekten von 20 bis 30 Mio. Euro rechnet, dürfte das Ergebnis damit unter Vorjahresniveau (147,1 Mio. Euro) liegen.

In den ersten 3 Quartalen erzielte der Douglas-Konzern ein **operatives Ergebnis vor Steuern** von 120,5 Mio. Euro - nach 136,7 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Der

Deals

Neuer Mieter für das Planetencenter

Das **Planetencenter** hat mit der Discount-Kette **Jo-Jo Outlet** einen neuen Mieter für die ehemalige **Hertie-Fläche** gefunden. Auf mehr als 4 000 qm wird



das aus **Rastede** (Ammerland) stammende Unternehmen künftig wechselnde Sortimente präsentieren. Im Frühjahr 2008 gegründet, hat das von **Jörg Marin** geführte Unternehmen heute 16 Filialen mit einem Schwerpunkt im Nordwesten Deutschlands – Tendenz steigend. Im Wesentlichen basiert das Konzept darauf, ein Sortiment aus häufig wechselnden Artikeln, häufig auch Markenware, besonders preiswert anzubieten. Laut Center-Manager **Jan Teschner** hatte nach dem Aus für Hertie Leerstand in diesem Teil des Einkaufszentrums bestanden. „Die uns seitens der Stadt auferlegte Veränderungssperre hat Umbauten und damit den Einzug von Mietern wie **C&A** oder **Medimax** in der Vergangenheit verhindert.“

Hannover: Gemeinsam mit einem Franchisepartner eröffnet das italienische Coffeekonzept **Lavazza** einen Shop mit rd. 165 qm im neuen Hannoverschen Rosenquartier. Neben der Coffeebar wird Lavazza in den Abendstunden auch eine Lounge und den Ausschank alkoholischer Getränke anbieten.



Handelsimmobilien Report Nr. 53

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

Seite 15 von 16

Personalien

Grund: Sondereffekte von 12 Mio. Euro aus der Untervermietung des Appellrath-Cüpper-Modehauses in Berlin sowie die erwartete Belastungen aus der anstehenden Bereinigung des Filialnetzes drückten das Ergebnis. Investiert wurden 88,7 Mio. Euro (Vorjahr: 103,1 Mio. Euro) in Neueröffnungen und Flächenmodernisierungen. Die Zahl der Filialen wuchs bis zum 30. Juni 2009 von 1 902 auf 1 999.

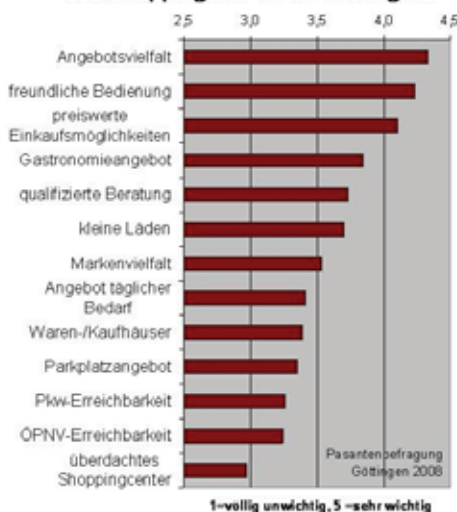
Studie: Verbraucher lieben Shopping-Center

Prof. Dr. Rainer P. Lademann, Geschäftsführer Dr. Lademann & Partner

Marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnungen ist zueigen, dass Anbieter von Waren und Leistungen immer dann besonders erfolgreich sind, wenn sie sich an den Präferenzen der Verbraucher orientieren. Diese in Produkt- oder Dienstleistungsmärkten bestehende Selbstverständlichkeit ist bislang kaum systematisch auf die Gestaltung präferenzgerechter Einzelhandels- bzw. Versorgungsstrukturen angewendet worden.

Vielfach wird die mittelalterliche kleinteilige Stadt als Leitbild zur Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen herangezogen, so dass gerade innerstädtische Shopping-Center oft als Maßstabssprung betrachtet werden. Nachdem diese der grünen Wiese den Rücken gekehrt haben, streitet man sich darum, ob und inwieweit sie in gewachsenen Innenstädten überhaupt integrierbar sind. Unser Berater-Team hat daher auf Basis modernster Methoden der Marketingforschung mit Studenten der Uni Göttingen untersucht, auf welche grundsätzliche Akzeptanz Shopping-Center-Standorte aus Verbrauchersicht stoßen.

Entscheidungskriterien bei der Auswahl des Shoppingortes nach Wichtigkeit



Shopping-Center-Standorte aus Verbrauchersicht stoßen. Shopping-Center haben sich in den vergangenen Jahren beim Umsatz stets besser entwickelt als der Einzelhandel insgesamt. Beim Umsatzwachstum und der Marktdurchdringung waren sie dem übrigen City-Einzelhandel voraus. Dieser Boom wäre nicht möglich, wenn die Verbraucher das komplexe Einzelhandelsformat nicht angenommen hätten; ungeliebt können sie demnach kaum sein. Dennoch wird von Shopping-Center-Gegnern gern behauptet, dass ohne die leeren Stadtkassen Center kaum Entwicklungschancen hätten. So würden „echte Innenstädte“ eine authentischere Atmosphäre bieten und von den Kunden der Kunstwelt eines Shopping-Centers stets vorgezogen werden.

Dabei meinen manche Kritiker, sich auch auf die Befunde der Meinungsforschung berufen zu können, scheinen doch Befragungen zu den Einstellungen oder zum Kaufverhalten der Verbraucher eine geringe Bedeutung von Shopping-Centern nachzuweisen. So könnte auch beim Beispiel einer **Passantenbefragung der Stadt Göttingen** (siehe Grafik) der Eindruck entstehen, als würden Shopping-Center noch hinter Warenhäusern keinen Einfluss auf den Besuch einer Innenstadt zum Shoppen haben können.

Bei der Interpretation von auf diese Weise gewonnenen Befragungsergebnissen tauchen jedoch zwei Probleme auf: zum einen sind herkömmliche Befragungen oft nicht belastbar, weil sie durch den sog. Interviewer-Einfluss verzerrt werden. Zum anderen werden Einstellungen stark durch Erfahrungen geprägt. Damit aber fließen in Wichtigkeitsangaben immer auch Bewertungen der aktuellen Situation ein.

Die geäußerte relativ geringe Wichtigkeit von Shopping-Centern für einen Einkaufsbummel in der City ist insoweit auch ein Indiz für die vergleichsweise

Aengevelt eröffnet neues Büro in Dresden

Während selbst große Player unter den Immobilien-Dienstleistern schon zu Beginn der Finanzkrise z.T. massiv Mitarbeiter abbauten, hat **Aengevelt Immobilien** die Unternehmensexpansion gezielt vorangetrieben und eine weitere Niederlassung in **Dresden** eröffnet. Hier werden mit **Annett Lorenz-Kürbis** (39), Mitglied der Geschäftsleitung und bisher mit **Andre Bühlig** an der Spitze der Niederlassung Magdeburg, gemeinsam mit Geschäftsleitungsmitglied **Mario Howard** (48) erfahrene Mitarbeiter die Aufgaben rund um die Immobilie übernehmen. Laut **Wulff Aengevelt**, seit 1969 **geschäftsführender Geschäftsführer Aengevelt Immobilien**, interessiert sich die Mehrzahl seiner Kunden neben **Berlin, Leipzig** und **Magdeburg** vor allem für **Dresden**.

Deals

Dresden: Die **Savills Immobilien Management GmbH** betreut für einen britischen Investor die **Löbtau-Passage** in **Dresden**. Für die Einzelhandelsimmobilie konnten Mieter wie z.B. **dm Drogeriemarkte, Rewe** und **Reno** als Ankermieter gewonnen werden. Die **Savills Immobilien Management GmbH** ist eine 100%ige Tochter der **Savills Immobilien Beratungs-GmbH**. Das betreute Immobilienvermögen umfasst ca. 20 000 Einheiten mit rd. 3 Mio. qm. In Deutschland ist **Savills** mit über 200 Mitarbeitern mit 7 Büros in den fünf wichtigsten Immobilienstandorten **Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg** und **München** vertreten.



Handelsimmobilien *Report Nr. 53*

vom 21.08.09

Cities & Center & Developments

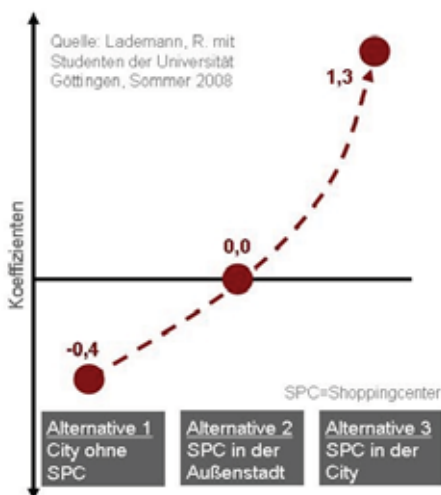
Seite 16 von 16

Deals

schwache Ausstattung einer Innenstadt mit Centern, hier der Innenstadt von Göttingen, die auch real darunter leidet, dass sie zu wenige echte Magnetbetriebe hat. Die tatsächliche Wichtigkeit eines Centers für den Verbraucher bei der Auswahl eines Einkaufsorts ist daher durch eine direkte Abfrage kaum ermittelbar.

Statt die Akzeptanz von Shopping-Centern wie bei herkömmlichen Befragungen direkt abzufragen, wurde mittels eines **Discrete-Choice-Befragungs-experiments** die Präferenz für bestimmte Auswahlalternativen ermittelt. Die in der Fußgängerzone in Göttingen Befragten mussten sich für einen Einkaufsbummel **in einer Innenstadt ohne Center**, in einer **Innenstadt mit Shopping-Center** und in einem **Center auf der grünen Wiese** entscheiden, wobei der Shopping-Bummel zusätzlich durch jeweils variierende Einkaufsbeträge und unterschiedlich lange Anreise- und Aufenthaltsdauer charakterisiert war. Die gefundenen generellen Zusammenhänge waren hoch signifikant, stellen also keine Zufallsbefunde dar. Die **Grafik zeigt, dass die Präferenz für den Einkauf in einer Stadt ohne Center unter den Alternativen am geringsten ausgeprägt ist.** Die Verbraucher ziehen sogar einen Einkaufsbummel außerhalb der City vor, wenn ihre Alternative in einem Einkaufsbummel in einer Innenstadt ohne Center bestünde. **Die stärkste Vorliebe haben die Verbraucher aber für eine Innenstadt, in der auch ein Shopping-Center angesiedelt ist.** Hier indiziert die Stärke des Koeffizienten, dass der Attraktivitätsvorsprung gegenüber

... **Konsumenten präferieren Shoppingcenter...**



dem Center auf der grünen Wiese und der City ohne Center überproportional zunimmt.

dem Center auf der grünen Wiese und der City ohne Center überproportional zunimmt.

Fazit: Die Befunde lassen nur einen Schluss zu: Verbraucher lieben Shopping-Center. Darüber hinaus legen diese Ergebnisse weitere Schlussfolgerungen nahe:

1. Eine Innenstadt mit Center ist – alle anderen Faktoren unberücksichtigt - zum Einkaufen attraktiver als eine – oder gerade dieselbe - City ohne ein Shopping-Center.
2. Städte können mit einer marktgerechten und integrierbaren Lösung durch eine Shopping-Center-Ansiedlung die Attraktivität ihrer Innenstädte erhöhen.
3. Eine Shopping-Center-Ansiedlung außerhalb der Innenstadt kann je nach relativer Attraktivität eine erhebliche Gefährdung für eine bestehende Innenstadt bedeuten. Daher sollten Städte – abgesehen von sehr großen, polyzentrischen Städten – Shopping-Center nicht außerhalb der Innenstädte zulassen.
4. Städte ohne innerstädtisches Center können im interkommunalen Wettbewerb an zentralörtlicher Bedeutung verlieren, wenn nahe gelegene Nachbarstädte (in der Innenstadt, aber auch im Falle einer Außenstadtansiedlung) ein Shopping-Center ansiedeln.

Die Befunde zeigen schließlich auch, dass der Expansionserfolg der Shopping-Center von den Präferenzen der Verbraucher getragen wird und keinesfalls nur auf kommunalen Hoffnungen auf die Erhöhung der Steuereinnahmen beruht. Wie sonst sollten sich die ökonomischen Erfolge der Center erklären? Die Verbraucher wählen ihre Einkaufsstätten ja schließlich freiwillig. Shopping-Center sind daher kein städtebaulicher Irrweg, der den Verbrauchern vorenthalten werden sollte. **Wer Stadtentwicklung nicht „von unten“ betreibt und Verbraucherpräferenzen vernachlässigt, läuft Gefahr, nicht nachhaltigen Städtebau zu betreiben.**

Leipzig: L'Occitane, seit 1976 für hochwertige Naturkosmetik bekannt, sichert sich in Leipzig rd. 80 qm für einen neuen Shop im zweitältesten Leipziger Messehaus, dem alten **Handelshof** an der Grimmaische Straße 1-7. Die Eröffnung ist im November 2009 geplant. Vermittelt wurde der Mietvertrag durch die **Comfort Berlin-Leipzig** gemeinsam mit der **Kemper's Jones Lang LaSalle Leipzig**. An der Grimmaische Straße entstehen rd. 4 000 qm für Einzelhandel und Gastronomie. Eigentümer ist die **Handelshof GmbH**, ein Gemeinschaftsunternehmen der **Leipziger Stadtbau AG** und des Finanzinvestors **Patron Capital**.

Impressum

Chefredaktion:

Dr. Ruth Vierbuchen
(V.i.S.d.P.);

Kontakt:

vierbuchen@rohmert.de

Herausgeber:

Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:

Christine Scharrenbroch

Verlag:

Research Medien AG,
Repkestr. 5,
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de

Vorstand: Werner Rohmert

Aufsichtsrat: Senator E.h.
Volker Hardegen (Vorsitz),
Univ. Prof. Dr. jur. habil.
Karl-Georg Loritz, Petra
Rohmert

Bank: KSK Wiedenbrück
BLZ 478 535 20
Kto.-Nr.: 53 207

Namens-Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt der Redaktion wieder.