

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

innerstädtische Restaurants mit Außenbestuhlung auf den Bürgersteigen, um die sich die Passanten herumschlängeln müssen, haben in Deutschland an lauen Sommerabenden Hochkonjunktur. Selbst in den schwierigen Krisenphasen des vergangenen Jahrzehnts waren die Gastronomen in den großen Städten gut besucht, weil sich die Bundesbürger zumindest diesen kleinen Luxus gönnen wollten. Deshalb wird bekanntlich auch seit einigen Jahren in der Shopping-Center-Szene bei der Strategie gegen den wachsenden Internet-Handel über Themen wie Gastronomie, Aufenthaltsqualität und Verweildauer diskutiert.

Denn hier kann die virtuelle Online-Welt nicht mithalten. Die Magnetwirkung der Gastronomie gerade in Einkaufszentren, die auch im kalten Winter wind- und wettergeschützt sind, ist denn auch unbestritten. So wird der Anteil der Restaurants (meist Fast Food und Cafés) in den Centern der jüngeren Generation kontinuierlich ausgeweitet.

Ein einfaches Allheilmittel ist der Ausbau der Gastronomie-Szene aber nicht. Das primäre Problem sind die niedrigen Margen, die es nicht erlauben, hohe Mieten zu zahlen. Um die gewünschte Frequenzwirkung für das gesamte Center zu erzielen, braucht die Gastronomie aber prominente Standorte, für die andere Mieter - etwa aus dem Modebereich - satte Mieten zahlen können. Das sind nachvollziehbare Fakten, die bei Investoren zählen. Ihnen zu „verkaufen“, dass die Restaurants und Cafés dem gesamten Center eine hohe Aufenthaltsqualität und damit Frequenz sichern, wovon die übrigen Mieter umsatzmäßig profitieren, was sich positiv auf die Gesamtmiete niederschlägt, ist nicht immer einfach. Denn ob die Investoren, die in Renditen denken, das glauben, ist dahingestellt.

Dies gilt umso mehr, als gerade der Ausbau der Gastronomie in Einkaufszentren hohe Anforderungen stellt und damit auch teuer ist. So sind etwa die Belüftungsanlagen, die gerade in diesem Bereich wichtig sind, mit hohen Kosten verbunden. Und dann bleibt die Frage, was zu tun ist, wenn der Betreiber im Center mehr haben will, als die übliche Fast-Food-Gastronomie, die mit den normalen Öffnungszeiten zwischen 9 und 20 Uhr im Center gut zurechtkommen? Wenn es gehobene Restaurants sein sollen, für die vor allem die Abendöffnung entscheidend ist, dann wird es richtig schwierig.

Das ist einer der Punkte, um die es geht, wenn Experten sagen, dass es im Internet-Zeitalter nicht reicht, einen Online-Shop zu eröffnen oder im Center mehr Hightech für Smart Phones zu installieren. Mehr Gastronomie im Einkaufszentrum heißt, dass die Center nach außen geöffnet werden müssen. Dass die gehobenen Restaurants auch abends und am Wochenende öffnen können. Und das sind nicht unbedingt die billigsten Lösungen. Lösungen wie der umgewandelte Bahnhof an den Pasing Arcaden oder der üppige Dachgarten im Skyline Plaza sind ein Ansatz, der aber nicht überall zu realisieren ist. Die Beispiele zeigen jedoch, dass heute vor allem Kreativität gefragt ist.



Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 172 vom 28.05.2014

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
GC Forum: Einzelhandel und Immobilienwirtschaft sollten an einem Strang ziehen	2
Shopping-Tourismus München: Die Warenhäuser profitieren	6
Prelios: Wer ist die Firma, die das Highstreet-Portfolio verwaltet?	8
Sonae Sierra: Investition in Marokko - Pläne für altes Quelle-Versandzentrum	12
Koppeleffekte: Auf die richtige Mischung kommt es an	14
Revitalisierung: Oft ist die Anpassung des Bauplanungsrechts nötig	16
Impressum	19

Ihr direkter
Weg zu uns!



Partner des Handelsimmobilien *Report*





Handelsimmobilien Report Nr.172

Cities & Center & Developments

VOM 28.05.14

Seite 2

Marktbericht

Positives Konsumklima ifo-Index gesunken

Die Bundesbürger beurteilen die konjunkturelle Entwicklung - unbeeindruckt von der Ukraine-Krise - im **Mai** wieder optimistischer, als in den 3 Monaten zuvor. Dass die Anschaffungsneigung - sprich: die Bereitschaft, langlebige Konsumgüter zu kaufen - dennoch nur minimal gestiegen ist, führen die Forscher der **GfK** darauf zurück, dass der Teilindikator „Einkommenserwartung“ den Spitzenwert vom April nicht halten konnte und um 4,5 Punkte auf 47,8 Zähler gesunken ist - auch wenn das immer noch ein hohes Niveau ist. Eine Begründung für den Rückgang nannten die Forscher nicht. Insgesamt sehen sie die Konsumstimmung der Deutschen und den **Index des Konsumklimas** im Juni auf einem stabilen, hohen Niveau. Der gute Arbeitsmarkt lasse mehr Spielraum für Lohn- und Gehaltserhöhungen, so dass die tariflichen Einkommen um etwa 3% steigen würden. Im Gegensatz zu den Verbrauchern sehen die Unternehmen derzeit größere Risiken durch die Ukraine-Krise, wie der Rückgang des **ifo-Geschäftsklimaindex** im Mai von 111,2 auf 110,4 Punkte belegt. Laut ifo-Institut sehen die Unternehmen den weiteren Geschäftsverlauf weniger optimistisch.

Deals

Hannover: Die Modemarke **Cos** hat rd. 580 qm im Hannoveraner Kröpcke, Geschäftshaus gemietet. Die Eröffnung ist im Spätsommer geplant. **Comfort** vermittelte.



Große Resonanz beim ersten Zusammentreffen

Foto: EHI/GCSC/Schoplick

German Council Forum: Premiere in Düsseldorf

„Es ist gut, wenn Handel und Immobilienwirtschaft an einem Strang ziehen“

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der German Council of Shopping Centers und das EHI Retail Institute haben für ihre Kooperation mit dem „German Council Forum“ eine neue gemeinsame Kommunikationsplattform geschaffen. Dass zur ersten Tagung in Düsseldorf etwa 250 Teilnehmer kamen, zeigt, dass Gesprächsbedarf besteht. Denn aus Sicht der Experten stehen Handel und Immobilienwirtschaft zum dritten Mal in der Nachkriegszeit vor einer Zäsur.

„Es ist gut, wenn Immobilienwirtschaft und Einzelhandel an einem Strang ziehen. Dann ist der Erfolg sicher.“ Die Worte von **Marco Atzberger, Mitglied der Geschäftsleitung des EHI Retail Institutes** in Köln sind durchaus doppeldeutig gemeint. Das EHI wurde in den 1950er-Jahren als „Institut für Selbstbedienung“ gegründet, als Reaktion auf die Umwälzungen durch die Einführung des Selbstbedienungsprinzips im Handel. Die Läden mussten völlig neu angeordnet und deutlich vergrößert werden, das Einzugsgebiet weitete sich aus, da viel mehr Kunden von einem Geschäft „bedient“ werden konnten. Für die Hersteller bestand die Herausforderung darin, die Ware kundenfreundlich zu verpacken und den Inhalt auf der Verpackung lesbar zu machen. Viele Tante-Emma-Läden, die sich nicht anpassten, verschwanden vom Markt.

Das zweite Ereignis von umwälzender Konsequenz war laut Atzberger in den 1970er-Jahren die Abschaffung der „vertikalen Preisbindung“, wodurch Themen wie Nachfragemacht durch große Filialnetze und Einzugsgebiete durch Großflächen wie SB-Warenhäuser, Kosteneffizienz und effiziente Organisationen in den Vordergrund rückten. In Verbindung mit dem restriktiven Baurecht, das seit Mitte der 1980er-Jahre die Ansiedlung von Großflächen am Stadtrand einschränkt, führte das Streben nach Nachfragemacht durch Masseneinkauf Ende der 1980er-Jahre im Einzelhandel zu einer ungeahnten Übernahmewelle. Viele bekannte Mittelständler verschwanden.

„Wir haben heute genau dieselbe Situation wie in den 1950er- und 1970er-Jahren“, so Atzberger mit Blick auf die Digitalisierung des Verkaufsprozesses und den Siegeszug des Online-Handels. Es gebe für Einzelhandel und Immobilienbranche kein Zurück mehr. Aber den Weg in die Zukunft kann derzeit auch niemand klar erkennen. Es reiche nicht, so der EHI-Geschäftsführer, einen Online-Shop einzurichten: „Man muss völlig umdenken.“

Doppeldeutig ist Atzbergers Statement aber auch mit Blick auf die Kooperation des EHI als wissenschaftliches Institut des Handels und des German Council of Shopping



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 3

Deals

CR verkauft Hertie Porz an die Stadt Köln

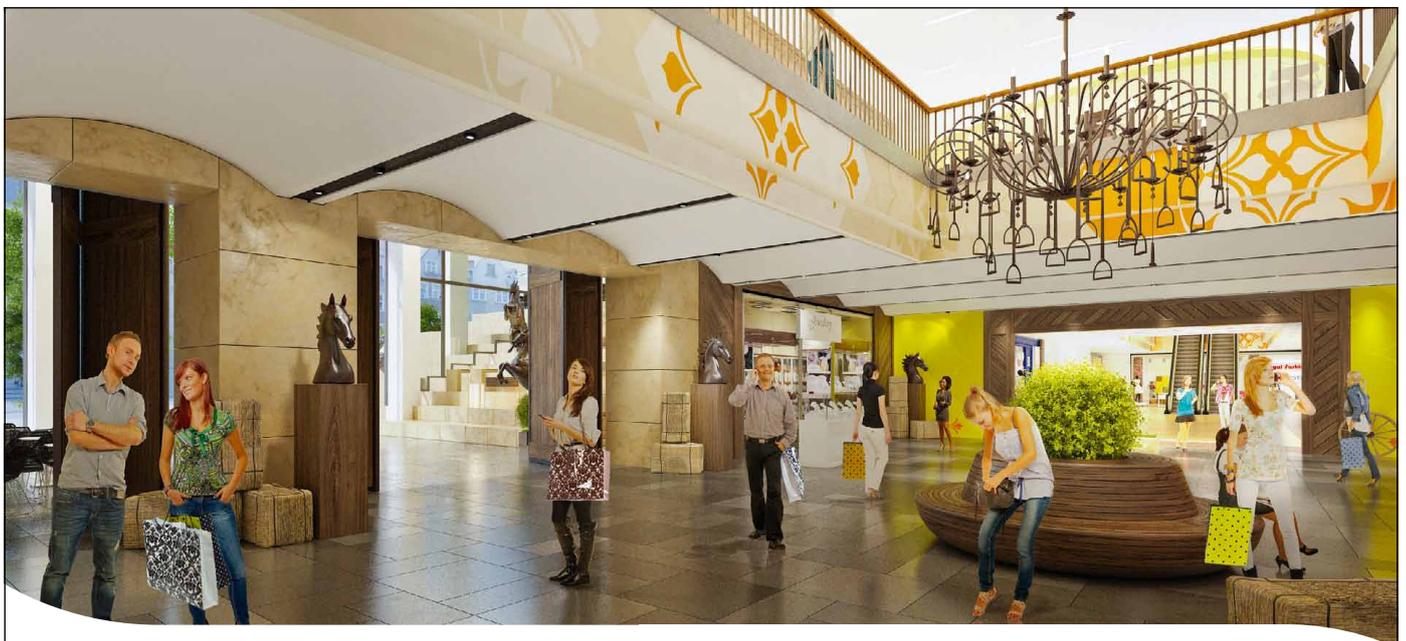
CR Investment Management, Berlin, hat das ehemalige **Hertie**-Gebäude (10 000 qm Mietfläche) in Köln-Porz an die Stadt Köln verkauft. Das Gebäude am Friedrich-Ebert-Platz 3 wurde 1972 erbaut. Mit dieser Transaktion hat CR in den vergangenen 16 Monaten 18 ehemalige Hertie-Immobilien aus dem Mercatoria-Portfolio veräußert. 14 Objekte stehen weiterhin zur Disposition. Der Verkauf wurde durch den Kreditmanager **Hatfield Philips** gesteuert, der wiederum von der Anwaltskanzlei **Kaye Scholer** beraten wurde.

Centers (GCSC) als Verband der Handelsimmobilien-Szene im vergangenen Jahr. Mit dem **1. German Council Forum** am 15. und 16. Mai in Düsseldorf bündelten beide Organisationen ihre Kräfte in einer Kommunikationsplattform, zu der 250 Teilnehmer gekommen sind. Schwerpunktthemen waren neben dem Wandel durch eCommce das Thema Gastronomie in allen Facetten, die Bedeutung der Gastronomie für die Aufenthaltsqualität, der Architektur für die Markenbildung und Designtrends für Shopping-Center, Vermietung und Standortsuche sowie das Planungsrecht im Zeitalter des Internet-Handels und der Revitalisierungen.

Der Kunde von heute wolle oft alles und das möglichst sofort, stellte **Klaus Striebich** in seiner Funktion als **Vorstand** des GCSC bei der Begrüßung fest. Herauszufinden, wie das zu schaffen und zu organisieren sei, „das ist sicher unsere Aufgabe“. So sieht Atzberger die aktuellen Herausforderungen denn auch von der positiven Seite, wenn er feststellt: „Deshalb ist das eine so spannende Zeit.“

Mit Blick auf die Tatsache, dass der Shopping-Center-Markt in die Reifephase eintritt, in der Themen wie Revitalisierung und Neupositionierung eine größere Rolle spielen als Neubau, sieht er den Online-Handel auch nicht als Auslöser des Wandels, sondern als Verstärker. Nachdem zuvor vor allem der Versandhandel vom Internet verändert wurde, wird der Online-Handel seit einiger Zeit auch verstärkt als Wettbewerber für den stationären Handel erkannt

Dass aber auch bei den Online-Händlern das Thema Multichannel eine bedeutende Rolle spielt, zeigt die EHI-Liste mit den größten Internet-Handlern, die von **amazon** auf Platz 1 vor **Otto** auf Platz 2 angeführt wird. Immerhin haben 48% davon laut Atz-



Mit neuem Look in Ludwigsburg

Seit Frühjahr läuft die Modernisierung – im Herbst 2015 wird das Marstall-Center in Ludwigsburg unter dem Namen „Marstall“ wiedereröffnen. Im Zuge der Revitalisierung wird sowohl der Innenraum in Anlehnung an die Barock-Stadt komplett erneuert als auch die Haupteingangsfassade deutlich aufgewertet. Auf zweieinhalb Shopping-Ebenen wird das umfassend neugestaltete Einkaufszentrum über eine Verkaufsfläche von ca. 23.000 qm mit einem völlig neuen Branchen- und Mietermix und rund 60 Shops verfügen. Investitionsvolumen des Projekts: rund 96 Mio. Euro.

Vermietungs-Hotline: 040-60606-7000
www.ece.de





Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 4

Deals

Activum SG erwirbt Fuggerstadt Center

Activum SG Capital Management Ltd., Immobilienfondsmanager mit Schwerpunkt Deutschland, hat das 38 000 qm große „**Fuggerstadt-Center**“ aus



der Insolvenz heraus erworben. Das Center wurde 1977/98 erbaut und beherbergt eine Mischnutzung aus Einzelhandel, Gastronomie, Entertainment, Büro und Lager sowie ein Parkhaus. Der Komplex befindet sich gut sichtbar am Augsburger Hauptbahnhof. Die Stadt Augsburg ist ein sehr starkes Oberzentrum, eine halbe Stunde Bahnfahrt von München entfernt. Ihre hohe Kaufkraft macht sie für den Einzelhandel attraktiv. Im Auftrag des Eigentümers wird der Münchner Projektentwickler **HS Projektentwicklung und Immobiliengeschäftsführung** in enger Zusammenarbeit mit der Stadt Augsburg einen Restrukturierungsplan umsetzen. Dabei soll der Einzelhandelsbereich aufgewertet und Grundrisse sowie technische Ausstattung modernisiert werden. Die Activum Fonds konnten damit ihre Basis in Deutschland ausbauen. Die Immobilie hat aus Sicht des Unternehmens noch großes Potenzial. Activum SG Capital Management Ltd. wurde beim Kauf von **Schalast & Partner** beraten.

berger auch stationäre Geschäfte. Einige Online-Shop-Betreiber aus der Top 20-Liste wie **Esprit**, **C&A** oder **Tchibo** kommen aus dem klassischen Einzelhandel. Erstaunlich ist für den Experten, dass Zugpferde wie **Apple** oder andere namhafte Online-Händler mit ihren stationären Shops eher in die Highstreets gehen als in Shopping-Center. Apple ist bislang nur in 8 Einkaufszentren vertreten. Eine Antwort auf diese Frage hat Atzberger aber nicht. Die muss die Shopping-Center-Industrie aus seiner Sicht in Diskussionen mit Apple & Co selbst herausfinden.

In diesem Jahr wird es laut EHI in Deutschland 460 Shopping-Center (ab 10 000 qm) mit 14,4 Mio. qm Gesamtfläche geben. 2013 waren 7 neue Einkaufszentren - darunter viele in Klein- und Mittelstädten - auf den Markt gekommen. Die meisten entstanden im wachstumsstarken Westen der Republik (plus Bayern) und meist in Innenstadtlagen. 2014 kommen weitere 10 Center - darunter das Milaneo und einige Factory Outlet Center - auf den Markt.

eCommerce und Verträglichkeitsgutachten

Dem standen zuletzt 11 Revitalisierungsmaßnahmen gegenüber, die bis Anfang 2014 abgeschlossen wurden. Weitere 22 Shopping-Center warten derzeit auf die Revitalisierung. Die meisten dieser Objekte wurden Ende der 1990er-Jahre oder früher eröffnet und bedürfen der Überarbeitung. Der demographische Wandel, veränderte Konsummuster und eben auch der Online-Handel sind nach den Worten von **Boris Böhm, Geschäftsführer**



Das „Alex“: Außengastronomie auf dem Skyline Plaza Foto: Alex

des Hamburger Beratungsunternehmens **Dr. Lademann & Partner**, Gründe, weshalb Shopping-Center mit einem neuen Mietermix, baulichen Veränderungen

oder Erweiterungen reagieren müssen. Dass das deutsche Bau- und Genehmigungsrecht dabei enge Grenzen setzt, wenn die Veränderungen so umfangreich sind, dass sie einem Neubau gleichkommen oder durch die ursprüngliche Genehmigung nicht mehr gedeckt sind, wurde neben anderen Themen im Forum Recht unter Leitung von **Johannes Grooterhorst** von **Grooterhorst & Partner** in Düsseldorf, diskutiert.

Für die Gastronomie sind offene Center attraktiver

Dabei wies Böhm darauf hin, dass der Online-Handel auch die **Verträglichkeitsgutachten** betrifft und die Frage im Raum steht, ob die Auswirkungen des eCommerce in die Gutachten einbezogen werden müssten. Er hält es beispielsweise für angemessen, in kleinen Städten „Rückholeffekte“ zu berücksichtigen. D.h. zu berücksichtigen, dass bei der Ansiedlung eines attraktiven Einzelhändlers beachtet werden müsste, dass dadurch Umsätze aus dem Online-Handel in die Stadt zurück geholt werden könnten. Mit Blick auf den Online-Handel sind die Experten generell der Ansicht, dass das Planungsrecht überholt werden müsste, da es den stationären Einzelhandel einseitig benachteiligt. Laut Böhm berichten Einzelhändler, dass in Regionen, in denen sie einen stationären Laden eröffnen, die Online-Umsätze zurückgehen.

Mit Blick darauf, dass die Gastronomie eine zentrale Rolle dabei spielt, aus einer



Handelsimmobilien *Report Nr.172*

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 5

Shopping-Mall ein Ausgeherlebnis zu machen, mahnte **Pierre Nierhaus** von **Hospitality & Change Consulting** im Forum Leasing bei den Betreibern an, dass die Betreiber dafür auch den richtigen Platz im Center haben müssen, wo sie die Frequenz im Interesse der anderen Mieter erhöhen können. Oft hat Nierhaus erlebt, dass die Gastronomie an eine ungünstige Stelle umziehen musste, weil ein anderer Mieter am prominenten Platz mehr Miete bezahlte. Aus seiner Sicht ist eine solche Politik mit Blick auf die Gesamtwirkung der Branche für das Center zu kurzfristig gedacht. Dass andererseits die Betriebskosten für Food Courts bedingt durch den großen technischen Aufwand etwa für die Belüftung sehr hoch sind, darauf wies **Thomas Mattesich**, **Geschäftsführer** von der **ATP München Planungs GmbH** hin.

Zu den wenigen internationalen Konzepten, die in Deutschland erfolgreich Fuß gefasst haben, gehört die **Mitchells & Butlers Germany GmbH** mit dem Konzept **Alex**, das als Teil der Pasing Arcaden den denkmalgeschützten Bahnhof und im Skyline Plaza den Pavillion mit Außengastronomie im großen Dachgarten betreibt. Nach den Worten von **Geschäftsführer Bernd Rieger** ist die Außengastronomie für sein Konzept unabdingbar. Deshalb empfiehlt er auch, dass die Center nach außen geöffnet werden sollten, so dass „wir uns gut präsentieren können“.

Nierhaus sieht die Branche durchaus auf einem guten Weg. Allerdings werden aus seiner Sicht nicht viele internationale Gastronomie-Konzepte in Deutschland Erfolg haben, da hier die Lohnkosten zu hoch sind. Wie Rieger bestätigt, sind die Lohnkosten hierzulande mit 30 bis 35% an den Gesamtkosten deutlich höher als etwa in Großbritannien mit 25%. Hinzu komme, dass hierzulande Vorschriften sehr penibel kontrolliert würden. Das engt ein.

Deals

Weinheim: **TIAA Henderson Real Estate** hat für das Portfolio des **German Retail Income Fund (GRIF)** ein SB-Warenhaus mit 10 500 qm Mietfläche und 440 Parkplätzen in Weinheim erworben. Mieter ist ein **Marktkauf-Scheck-In-Center** der **Edeka-Gruppe**. Die Immobilie aus dem Jahr 2001 befindet sich an der Gewerbestraße 7 in der Nähe zur Bundesstraße B3. Weiterer Mieter ist ein Fitnessstudio. Der Erwerb ist die 11. Akquisition für den GRIF. Der 2011 aufgelegte Fonds ist auf Core Retail Assets und Nahversorgungszentren fokussiert. Das angestrebte Zielvolumen beträgt bei einer Laufzeit von 7 Jahren rd. 300 Mio. Euro.



WIR SUCHEN EINZELHANDELSIMMOBILIEN

EINZELOBJEKTE AB 3 MIO. EURO UND PORTFOLIOS
AB 20 MIO. EURO

Geeignet sind Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Fachmarkt- und Nahversorgungszentren sowie Einkaufszentren, die ihren Angebotsschwerpunkt auf Gütern des täglichen Bedarfs haben und bonitätsstarke Filialisten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels als Ankermieter aufweisen.

Ein detailliertes Ankaufprofil finden Sie im Internet unter
www.grr-gmbh.de

KONTAKT

Manfred Kronas
Geschäftsführer
Tel +49 9131 92 00 8-824
manfred.kronas@grr-group.de



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 6

Shopping-Tourismus in München

Die Warenhäuser erweisen sich als Kundenmagneten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

„So viele Gäste gab es noch nie.“ Mit diesen Worten kommentiert Angelus Bernreuther, Leiter der BBE-Standortforschung, das Tourismus-Jahr 2013. Zum 4. Mal in Folge hätten Deutschlands Hotels und Pensionen einen „Übernachtungsrekord“ aufgestellt. Dieser stetige Aufwärtstrend im deutschen Tourismusgeschäft ist seit 2004 zu beobachten. Einer der wesentlichen Treiber ist der Städtetourismus in den Metropolen Berlin, Hamburg oder München. Wichtige Anziehungspunkte sind Sehenswürdigkeiten, attraktive Stadtteile, Events - und für die entspannt bummelnden Touristen auch der örtliche Einzelhandel.

Zumal einige Großstädte in ihren Luxus-Lagen auf engem Raum Nobel-Marken anbieten, die für betuchte Touristen schon der Hauptgrund für ihren Besuch sind. Das kann **Angelus Bernreuther, Leiter Standortforschung** bei der **BBE Handelsberatung**



Münchens Top-Lage Marienplatz

fololia

auch für die Münchener Luxus-Lage **Maximilianstraße** bestätigen. Sie ist für viele Touristen wichtiger, als der Englische Garten. Das unterstreiche die Bedeutung der bayerischen Landeshauptstadt als Shoppingmetropole. Nach den Worten von **Geraldine Knudson**, im Referat für Wirtschaft und Arbeit als **Leiterin**

zuständig für den **München Tourismus**, ist für knapp die Hälfte der Besucher das Shopping-Angebot der Stadt Anlass für ihre Stippvisite.

Insgesamt konnte der Münchener Einzelhandel im Geschäft mit Touristen 2013 einen Umsatz von rund 1 Mrd. Euro erzielen. Damit entfällt jeder vierte Euro des in der Innenstadt erzielten Umsatzes auf Übernachtungstouristen. Das ist eines der Ergebnisse der Studie „**Shoppingtourismus in Metropolen**“, die die BBE Handelsberatung vorgelegt hat. Ergänzt wird die Betrachtung durch eine detaillierte Befragung in München im Rahmen eines Studienprojekts der Uni Bayreuth in Kooperation mit der BBE.

Ausländische Touristen lassen mehr Geld im Handel

Laut Bernreuther, der auch Autor der Studie ist, sind die kaufwilligen Touristen der wichtigste Faktor, wenn es um die stetige Vergrößerung der Münchner Einzelhandelslandschaft geht. So ist auch das Interesse der nationalen und internationalen Handelsmarken an einer Fläche sehr hoch.

Grundlage für dieses erfolgreiche Einzelhandelsgeschäft waren die 115 Mio. Gäste, die laut Knudson 2013 in München übernachteten oder als Tagesbesucher aus der Umgebung kamen. In der Liste der Hotelübernachtungen steht München laut BBE-Studie mit rund 5,924 Mio. hinter Berlin mit 10,589 Mio. auf dem 2. Platz und vor Frankfurt mit 3,213 Mio. Knapp die Hälfte (49,1%) der Touristen, die über Nacht in München bleiben, kommen laut Knudson aus dem Ausland - vor allem aus **Russland**, den **arabischen Golfstaaten** und **Südostasien**. Auf diese Klientel richtet München Tourismus denn auch verstärkt ihre Aktivitäten.

Sonstiges

Bewerbung für den Marketing Award 2014

Noch bis zum 16. Juni können Makler, Bauträger, Verwalter und Dienstleister am **Immobilien-Marketing-Award 2014** teilnehmen. Professor **Stephan Kippes** von der **Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen** (HfWU), Inhaber der Professur für Immobilienmarketing, organisiert die Ausschreibung mit der herausragende Marketingkampagnen in der Immobilienwirtschaft ausgezeichnet werden. Immobilienunternehmen aus allen Bereichen der Immobilienwirtschaft, aber auch Agenturen und spezialisierte Dienstleister, können sich mit Vermarktungskonzepten in den Kategorien Wohn- und Gewerbeimmobilien beim Immobilien-Marketing-Award bewerben. Die Teilnahme ist kostenlos.

Deals

Bonn: Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen **Gerry Weber** hat einen Mietvertrag für eine Fläche in Bonn, Markt 10-12 unterzeichnet. Die Gesamtfläche beträgt ca. 600 qm, die Eröffnung ist für Sommer / Herbst 2014 geplant. Um den Anforderungen eines modernen Einzelhandels gerecht zu werden, hat der Eigentümer das Objekt umfangreich revitalisiert. Zur Schaffung von repräsentativen und transparenten Einzelhandelsflächen wurde die Front über 2 Etagen als 8 Meter hohe Glasfassade ausgebildet und gewinnt laut **IKP**, die den Vertrag vermittelt hat, dadurch eine enorme Fernwirkung, bis hin zur Sternstraße und Remigiusstraße.



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 7

Deals

Zu Recht, wie auch BBE-Berater Bernreuther findet. Im Durchschnitt geben Shopping-Touristen pro Tag 142 Euro im Münchener Einzelhandel aus, bei den internationalen sind es 257 Euro täglich. Besonders aktiv sind dabei die Besucher aus den arabischen Ländern, die im Schnitt sogar 351 Euro pro Tag ausgeben und 22 Geschäfte aufsuchen. „Ein Anstieg dieser Touristen würde das Einzelhandelswachstum in der Stadt noch weiter befeuern“, so Bernreuther. Im Vergleich dazu gehen deutsche Touristen im Durchschnitt in 10 Geschäfte und geben 101 Euro aus.

Um noch mehr internationale Touristen in die Bayernmetropolen zu holen, empfiehlt Bernreuther, auch die Werbung im Ausland nicht zu vernachlässigen. Nach Beobachtung des Experten kommen aus den arabischen Ländern inzwischen auch mehr Besucher aus der Mittelschicht, so dass sich das Kaufverhalten hier etwas verändert hat. Etwa 13,8% dieser Besucher präferieren das preisorientierte Einzelhandelssegment und 61% Geschäfte aus dem mittleren Preisbereich. Summa summarum bevorzugen laut Studie 69,8% aller Shopping-Touristen die mittlere Preisklasse und 13% preisorientierte Geschäfte. Den Luxus-Einkauf leisten sich 6,5% aller Shopping-Touristen.

Für den Münchener Einzelhandel stellt sich vor diesem Hintergrund die Frage, wer von diesen Besuchern profitieren konnte und wie er künftig davon profitieren kann. Dabei zeigt die Studie, dass vor allem die Warenhäuser bei den Touristen hoch angesehen sind. Am meisten konnte **Galeria Kaufhof** am Marienplatz davon profitieren, was allerdings auch darauf hinweist, dass in Münchens Top-Einkaufsmeile Kaufinger Straße/Neuhauser Straße vor allem dieses Teilstück zur Top-Lage gehört. Fast jeder dritte Tourist kauft bei Kaufhof ein. Mit einer Besuchsquote von 23,7% stehen **Karstadt** am Hauptbahnhof und **Karstadt Oberpollinger** auf dem 4. Platz der Liste hinter **H&M** so-

Nürnberg/Stein: Die **Sontowski & Partner Group (S&P)** hat den Grundstein für das Einkaufszentrum **Forum Stein** auf dem ehemaligen Krügel-Areal in Stein bei Nürnberg gelegt. Bis Herbst 2015 soll hier auf 18 000 qm Mietfläche ein neues Einkaufszentrum entstehen. Die Investitionssumme wird mit 60 Mio. Euro beziffert. Für den bayrischen **Innenminister Joachim Herrmann** ist das Forum Stein ein neuer Impuls für die Stadtentwicklung von Stein. Zu Baubeginn sind bereits 70% der Flächen langfristig vermietet. Laut **Karsten Medla**, geschäftsführender Gesellschafter der S&P Group, bietet das Center ein ausgewogenes Sortiment.



Eine Handelsimmobilie steht, damit der Laden läuft.

- Revitalisierung
- Vermietung & Verkauf
- Center Management

Handelsimmobilien, die funktionieren – vom Genehmigungsverfahren bis zum Mietvertrag, vom Nutzungskonzept bis zur Nebenkostenabrechnung, von der Reinigung bis zur Rendite; vom Kiosk bis zur Shopping Mall. Von Deutschlands Immobilienspezialist unter den Handelsexperten.



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 8

Unternehmens News

wie C&A. Karstadt Oberpollinger allein, der nach einem Trading-up viele Luxusmarken anbietet, kommt auf 8,6%.

Dass in München die Warenhäuser „wahre Touristenmagnete“ sind, kommt für Bernreuther überraschend, „da viele bereits für das Modell Warenhaus keine Zukunft mehr sehen“. Für die Warenhaus-Unternehmen ist das indessen eine interessante Information. Dass auch Münchener Traditionsbetriebe wie **Dallmayr** oder **Hirmer** mit einer Besuchsquote von rund 8% angesagte Ziele sind, kommt dagegen nicht unerwartet. Hier sorgt die regionale Verankerung für das typische Einkaufsflair, wie Bernreuther findet. Das Traditionshaus **Beck** kommt auf eine Quote von 5,8%. Die Aufzählung zeigt, dass die Touristen in München vor allem Bekleidung (43,6%) kaufen. Schuhe sowie Drogerie- und Parfümwaren folgen mit 13,5 bzw. 13,2% mit weitem Abstand.

Laut Bernreuther liegt der Unterschied zwischen regionaler, nationaler und internationaler Bedeutung einer Stadt als Einkaufsstandort in der **Diversifizierung des Einzelhandelsangebots**. Es müsse sich deutlich von dem eines normalen Oberzentrums unterscheiden, damit es für Shopping-Touristen attraktiv ist. Und in den Metropolen beginnt das Shopping-Erlebnis bereits an den Flughäfen mit ihren breit gefächerten Einzelhandelsangeboten und setzt sich in den Innenstädten mit Luxus-Flagship-Stores fort. Es muss halt anders sein, als zu Hause.

Prelios Deutschland: Verwaltung des Highstreet-Portfolios

Vom öffentlich-rechtlichen Wohnungsunternehmen zum deutsch-italienischen Full-Service-Anbieter

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Hamburger Prelios Deutschland GmbH hat in den vergangenen 89 Jahren eine regelrechte Metamorphose durchlaufen. Vom deutschen Wohnungsbauunternehmen zum deutsch-italienischen Spezialist für Gewerbeimmobilien, wobei Handelsimmobilien eine wesentliche Rolle spielen. Ein zentraler Geschäftsbereich ist derzeit auch die Verwaltung von 38 Karstadt-Warenhäusern aus dem Highstreet-Portfolio.

Die Wandlung von der öffentlich-rechtlichen Wohnungsbaugesellschaft für Heimsparrer mbH zur **Prelios Deutschland**, die als Tochter der italienischen **Prelios SpA** seit



Geschäftsführer Mörl

2008 im Auftrag der **Highstreet-Holding** für das Asset-Management, das Property-, Facility- und Transaktions-Management des Highstreet-Portfolios aus **Karstadt-Immobilien** verantwortlich ist, war ein langer und wechselvoller Weg: Nach der Gründung als Wohnungsbaugesellschaft im Jahr 1925 folgten Etappen als **Wohnungsbaugesellschaft Schleswig Holstein mbH**, **Wobau Schleswig-Holstein Wohnungs- und Städtebau mbH** und schließlich als **LEG Schleswig-Holstein Landesentwicklungsgesellschaft mbH** - immer mit öffentlich-rechtlichen Gesellschaftern wie dem Bund, dem Land Schleswig-Holstein oder Städten und Kreisen. Geschäftszweck: Wohnungen.

Bis zur Teil- bzw. kompletten Privatisierung zwischen 2001 und 2003 vergehen mehr als 75 Jahre. Eine weitere entscheidende Etappe war 2004 die Neupositionierung der Gesellschaft, die inzwischen den Namen BGAG Deutsche Grundvermögen trug, als Unternehmen, das neben Wohnungen auch Shopping-Immobilien - kurz: Handelsimmobilien - in den Fokus rückte. Die Übernahme durch die führende italienische Immobiliengesellschaft **Pirelli & C Real Estate SpA** - heute **Prelios S. p. A** - 2007 und die weitgehende Trennung vom Wohnimmobiliengeschäft durch den Verkauf von 18 000 Wohnungen an die **Buwog**, eine Tochter der österreichischen **Immofinanz-Gruppe**, im Jahr 2014, markieren die komplette Neupositionierung des Unternehmens.

Deutsche EuroShop planmäßig gestartet

Der Shopping-Center-Investor **Deutsche EuroShop AG (DES)** hat im 1. Quartal 2014 von der Vollkonsolidierung der **Altmarkt Galerie** in Dresden profitiert. Damit ist es dem Unternehmen gelungen, die



Prognose vom März für 2014 „mit guten Ergebnissen untermauert“. Konkret stieg der Umsatz um 18% auf 50 Mio. Euro (i. Vj.: 42,4 Mio. Euro). Das Nettobetriebsergebnis (NOI) erhöhte sich gleichfalls um 18% auf 45,6 Mio. Euro und das Ebit um knapp 19% auf 44,2 Mio. Euro. Laut **Claus-Matthias Böge**, Sprecher der DES trägt die Altmarkt-Galerie über das Gesamtjahr zu den Ergebnissen bei, im Vorjahr war das erst ab Mai mit der Anteilsaufstockung auf 100% der Fall. Das Ebt ohne Bewertung ist von 27,9 Mio. auf 30,4 Mio. Euro gestiegen (+9 %). Das Konzernergebnis verbesserte sich um 12 % von 20,1 Mio. auf 22,6 Mio. Euro. Entsprechend erhöhte sich auch das Ergebnis je Aktie von 0,37 auf 0,42 Euro. Für 2014 erwartet der Vorstand einen Umsatz von 198 bis 201 Mio. Euro, ein operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) von 174 bis 177 Mio. Euro und ein Ergebnis vor Steuern (Ebt) ohne Bewertungsergebnis von 120 bis 123 Mio. Euro.



Handelsimmobilien *Report Nr.172*

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 9

Nach Abtrennung der Immobiliensparte „Pirelli Real Estate“ von der Pirelli & C. S.p.A. im Jahr 2010, wurde die Immobilien-Sparte im Oktober als eigenständige Gesellschaft unter dem Namen „Prelios S.p.A.“ an die Mailänder Börse gebracht und die 100 %-ige deutsche Tochter Pirelli RE in Prelios Deutschland umbenannt.

Heute konzentriert sich Prelios Deutschland im Segment Handelsimmobilien als Full-Service-Immobilien-Dienstleister auf das komplette Programm wie **Martin Mörl, Geschäftsführer** von Prelios Deutschland aufzählt: Auf das Asset-Management, Portfolio-Management, Property-Management, Projekt- und Transaktionsmanagement, Center-Management sowie das Development und die Re-Positionierung von Shopping-Centern, Geschäftshäusern, Warenhäusern und Mischobjekten. Neben Retail Assets entwickelt, verkauft und managt das Unternehmen Büro-, Hotel- und gemischt genutzte Immobilien (z.T. noch mit Wohnungen).

Nach weitgehender Abgabe der Wohnungssparte summiert sich das Volumen der Assets unter Management auf 2,4 Mrd. Euro. Die Beteiligung am Highstreet-Portfolio macht (neben weiteren Immobilien-Beteiligungen in Berlin, Hamburg und Düsseldorf) mit 1,4 Mrd. Euro den größten Teil des Volumens und des Geschäfts aus. Denn als Teil des Highstreet-Konsortiums hatte sich die italienische Pirelli RE neben **Goldman Sachs, DB Rreef, Generali** und der italienischen **Borletti Group** 2008 an den Warenhaus-Immobilien beteiligt, die der damalige Karstadt resp. **Arcandor**-Chef **Thomas Middelhoff** verkauft hatte. Die italienische Prelios ist mit 12% an der Highstreet-Holding beteiligt. Dass die umfassende Betreuung der Karstadt-Assets in den Aufgabenbereich der deutschen Tochter fällt, ist deshalb logisch.

Nachdem das Highstreet-Konsortium mit seinem Plan, 2010 im Zuge des Insolvenz-

Deals

Neumünster: TIAA Henderson Real Estate (TH Real Estate), und **McArthurGlen** erweitern das **Designer Outlet Neumünster**. Norddeutschlands größtes Designer Outlet wird im Rahmen eines 2. Bauabschnitts um 6 900 qm, davon 5 000 qm Verkaufsfläche, auf 26 800 qm Gesamtfläche und 116 Outlets vergrößert. Der Baustart soll im Herbst 2014 erfolgen. Die Eröffnung ist im Herbst 2015 geplant. Das Designer Outlet Neumünster ist ein Joint Venture von McArthurGlen und TH Real Estate und gehört zum Portfolio des **European Outlet Mall Fund** von TH Real Estate, der ein Gesamtvolumen von 1,5 Mrd. Euro hat.

ACREST GOES WHERE RETAIL GOES

Gemäß unserem ganzheitlichen Ansatz entwickeln und implementieren wir bundesweit individuelle Handelsimmobilienkonzepte, die exakt auf die speziellen Anforderungen hinsichtlich Lage, Umfeld und Bedarf zugeschnitten sind.

acrest.de

WE LIVE RETAIL.

**acrest
property
group**



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 10

Personalien

verfahrens auch das operative Karstadt-Geschäft, das Warenhaus-Spezialist **Maurizio Borletti** führen sollte, scheiterte, setzt das Konsortium nun offensichtlich auf „Plan B“. Seit das Insolvenzplanverfahren mit dem Verkauf des Karstadt-Geschäfts an den Investor **Nicolas Berggruen** beendet wurde, kommt die Sanierung des Warenhaus-Betreibers nur schleppend voran. Zuletzt hatte Berggruen unter Führung der schwedischen Handelsexpertin **Eva-Lotta Sjöstedt** die Geschäftsführung neu formiert.

Derweil hat Prelios Deutschland im Auftrag der Highstreet Holding damit begonnen, Karstadt-Immobilien einzeln oder in Paketen zu verkaufen. 2011 wurden Deals mit



einem Gesamtvolumen von 703 Mio. Euro realisiert. Dabei übernahm die **Quantum Immobilien AG** die Karstadt-Warenhäuser in der Hamburger Mönckebergstraße und in Hamburg-Eimsbüttel sowie

in **Münster** (Foto: Quantum), die Kooperationspartner **Signa** und **Centrum** übernahmen Karstadt Oberpollinger nebst Karstadt Sports in München und die **ECE** die Häuser in Mainz, Nürnberg und Leonberg. Die größte Transaktion fädelte Prelios im Dezember 2012 mit dem Verkauf des Berliner **KaDeWe** sowie weiterer 16 Karstadt-Immobilien für 1,1 Mrd. Euro an die österreichische Signa-Gruppe des Investors **René Benko** ein. Der Österreicher ist zudem mehrheitlich am operativen Geschäft der Karstadt Premium-Häuser und der Karstadt-Sport-Sparte beteiligt.

Weiterer Verkauf von Karstadt-Immobilien

Laut Mörl hat Prelios 2013 Immobilien im Wert von 1,3 Mrd. Euro verkauft. „Wir verwalten heute rund 1,2 Mio. qm Mietfläche, mit rund 160 Mio. Euro betreuten Mieteinnahmen im Jahr“, so der Geschäftsführer. Auf das Drittkundengeschäft entfallen vom Gesamtvolumen der Assets under Management 1 Mrd. Euro.

Mit Blick auf die weitere Zukunft geht der Geschäftsführer davon aus, dass in 3 bis 4 Jahren die 38 verbliebenen Karstadt-Warenhäuser aus dem „Highstreet-Portfolio“ über selektive Einzeldeals verkauft sein werden: „Das Interesse des Marktes an hochwertigen Premium-Häusern gerade in zentralen Innenstadtlagen ist natürlich sehr hoch“, stellt Mörl fest und teilt die Interessenten in 3 Gruppen ein. Zur ersten Gruppe rechnet er die „Core-Investoren“, die auf die Lagequalitäten der Objekte achten. Die zweite Gruppe der „opportunistischen Anleger“ planen entweder ein Development oder wollen bestehende Mietverträge übernehmen. Zur dritten Gruppe rechnet er Entwickler, die im Zusammenhang mit der Karstadt-Filiale eine Flächenarrondierung planen.

Auszeichnung für die gemanagten Shopping-Center

Aus dem Blickwinkel des Immobilienspezialisten bieten das richtige Development in Verbindung mit zukunftsfähigen Ladenkonzepten und sinnvollen Multichannel-Strategien große Chancen, um eine Immobilien neu zu positionieren: „Beispiele hierfür sind etwa Karstadt Sport in der Hamburger Mönckebergstraße, das Objekt Karstadt Norderstedt, das von der **Matrix Immobilien GmbH** neu positioniert wurde oder auch das ehemalige Karstadt-Gebäude in Kaiserlautern, das von ECE übernommen wurde.“ Hier entsteht das Einkaufszentrum „K in Lautern“, so Mörl.

Im Bereich Shopping-Center, wo Prelios die Sparte Center-Management ausbauen will, konnte das Unternehmen beim „Shopping-Center Performance Report“ mit dem

Comfort baut Team in München aus

Julian Scharnau (31) verstärkt seit Mitte Mai das Vermietungsteam von **Comfort in München**. Der Einzelhandels- sowie Immobilienkaufmann und künftiger Bachelor of Arts bringt immobilien-spezifische Berufserfahrung aus Stationen bei der **BHW-Postbank**, **HKB Bank** und der **Deutsche Bank Immobilien GmbH** sowie als selbständiger Immobilienmakler mit.

Deals

Köln: Das Dortmunder Modelabel **Hofius** eröffnet einen Shop mit rd. 85 qm im denkmalgeschützten Kölner **Disch-Haus** in der Brückenstraße 19. Vermieter ist ein institutioneller Eigentümer. Hofius steht nach eigener Auskunft seit 2000 für hochwertige Frauenmode und Accessoires aus eigener Produktion. Das Unternehmen legt Wert auf ökologische Produktion und fair gehandelte Rohstoffe. **Sabine Hofius-Dümer**, Gründerin und Designerin setzt seit 30 Jahren auf kraftvolle Farben und natürliche Materialien. Sie arbeitet seit den frühen 1990er-Jahren mit fast allen namhaften Versendern von Naturtextilien zusammen. **JLL** vermittelte.

Das niederländische Pizza-Franchise-Konzept **New York Pizza** eröffnet seinen ersten deutschen Store mit 110 qm in Köln, im Ursulakloster 2a. Vermieter ist ein Privateigentümer. New York Pizza wurde 1993 in den Niederlanden als Franchise-Konzept gegründet. **JLL** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 11

Deals

Lago in Konstanz erneut den 1. Platz belegen und auch mit dem Mercado in Hamburg eine gute Platzierung erreichen. Insgesamt managt das Unternehmen 6 voll vermietete Shopping-Center. Den Erfolg führt Mörl darauf zurück, dass die Center mehr bieten, als den reinen Einkauf: Dazu gehören ein eigenständiges, unverwechselbares Branding, ein individuelles Marketing mit hoher Wiedererkennung und speziellen Events, eine starke Verankerung in der Region und einen standortadäquaten, gezielten Mietermix aus lokalen Einzelbetreibern, regionalen Anbietern und überregionalen Filialisten. Ein Beispiel ist für Mörl das Wandsbek Quarree: „Der Kunde kauft nicht nur Waren, sondern auch Geschichten, Emotionen und Werte.“

Neben den Shopping-Centern betreut das Hamburger Unternehmen rund 150 Kaufhäuser-, Hotels, Parkhäuser, Büroobjekte und Geschäftshäuser, wie beispielsweise das Geschäftshaus Ottensen oder das Bahnhof Altona Shopping. Im Rahmen seiner mittel- und langfristigen Strategie steht für Mörl der Ausbau des Drittkundengeschäfts für private und institutionelle Investoren ganz oben auf der Agenda. Dabei denkt er an Themen wie Re-Positionierung und Re-Development von Handelsimmobilien, das Management und den Betrieb von Shopping-Centern und Büroimmobilien sowie den Ausbau des Asset- und Portfolio-Managements für institutionelle und private Investoren. „Schon heute betreuen wir – und das wissen viele nicht – mehrere Immobilienportfolien namhafter Investoren wie etwa **Union Investment, Catella, Hesse Newman, Redefine** oder **MSREF**“, berichtet Mörl. „Wenn die Rahmenbedingungen stimmen, können wir uns vorstellen, wieder als Co-Investor in Deutschland aktiv zu werden.“

Ein zweiter Punkt der Zukunftsstrategie ist die enge Vernetzung der Managementaktivitäten und die intensivere Nutzung der Synergien zwischen Prelios in Deutschland

München: Die **mondial Kapitalanlagegesellschaft mbH** aus München hat 2014 für ihre Spezialfonds Immobilien im Volumen von rd. 70 Mio. Euro erworben und will bis Ende des Jahres weitere 200 Mio. Euro investieren. Seit dem Start der ersten Immobilien-Spezialfonds hat mondial über 40 Immobilien im Wert von rund 240 Mio. Euro für institutionelle Anleger erworben. Allein in den ersten 4 Monaten 2014 wurden für den Nahversorgungsfonds bereits 7 hochwertige und langfristig vermietete Einzelhandelsobjekte in Deutschland akquiriert. Insgesamt wird das Sondervermögen Immobilien für rund 300 Mio. Euro akquirieren.

BBE
Handelsberatung

brand eins Thema
B
2014
BESTE
BERATER

Handelsimmobilie braucht Handelswissen.

- Markt- & Standortanalysen
- Auswirkungsanalysen
- Research & Due Diligence

Gewissheit für Entscheider – seit über 50 Jahren fundiert in präziser Analyse, methodischer Prognose und konkreter Empfehlung. Jeder Standort, jede Branche, jeder Betriebstyp durchleuchtet von den Besten ihres Fachs. Im Kontext lückenloser Handels-Expertise, die Lösungen schafft aus Fakten und Potenzial.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt | www.bbe.de

Wissen schafft Zukunft.



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 12

und in Italien. Deshalb hat das Unternehmen den italienischen Management-Experten **Andrea Boeri** in die deutsche Geschäftsführung geholt. Und schließlich soll das Transaktionsgeschäft, - also Vermietung und Verkauf - intensiviert werden.

Sonae Sierra

Investition in Marokko - Pläne für altes Quelle-Areal

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Der portugiesische Shopping-Center-Spezialist Sonae Sierra weitet sein Geschäft kontinuierlich aus. In Marokko will das Unternehmen jetzt in das erste Center investieren. In Deutschland steht die Entwicklung eines Shopping-Centers mit Wohnungen und Büros auf der Gelände des ehemaligen Quelle-Versandzentrums in Nürnberg auf der Agenda. Das Unternehmen hatte das Areal aus der Quelle Insolvenz gekauft.

Sonae Sierra verfolgt nicht zwingend das Ziel, ein „Global Player“ der Branche zu werden, wie **CEO Fernando Guedes de Oliveira** beim Pressegespräch in Düsseldorf betont. Doch da sich die westeuropäischen Märkte, in denen das Unternehmen präsent ist, bei Neuentwicklungen der Sättigungsphase nähern, sei es notwendig, bei der Ex-



Das geplante Zenata in Marokko

Visualisierung: Sonae Sierra

pansion neue Chancen in den Emerging Markets zu suchen. So gesehen werde **Sonae Sierra** am Ende tatsächlich ein „Global Player“ sein.

Zu den Schritten auf dem Weg in neue Länder und Kontinente gehört die jüngste Entscheidung, nach der dreijährigen Erkundungs-

phase durch Dienstleistungsaufträge für und mit lokalen Partnern in **Marokko** nun auch als Investor aufzutreten. Gemeinsam mit den lokalen Partnern **Marjane, Al Futtaim** und **Société d'Aménagement de Zenata** (Groupe CDG) wird **Sonae Sierra** das Einkaufszentrum **Zenata** in Mohammedia, Casablanca, errichten und dabei auch die Dienstleistungen für Bau, Vermietung und Management erbringen. Die Investitionssumme beträgt 100 Mio. Euro.

Das Zenata wird auf 90 000 qm Gesamtfläche 250 Geschäfte bieten sowie 3 650 Parkplätze. Zu den 18 Ankermietern gehören auch der schwedische Möbelhändler **Ikea** mit seinem ersten Einrichtungshaus in Marokko und ein **Marjane-Hypermarkt**. Im Einzugsgebiet des Centers, das verkehrsgünstig an der A3 entsteht, die Rabat mit Casablanca verbindet, leben 5,9 Mio. Menschen. Das Center bildet den Versorgungsmittelpunkt in einem Neubaugebiet mit Universität, Krankenhaus, einem TGV-Bahnhof, Hotels, Wohngebäuden, einem Messengelände und einem Gewerbegebiet. Im 1. Bauabschnitt entsteht das Ikea-Einrichtungshaus, das 2015 eröffnet wird. Das eigentliche Einkaufszentrum wird im 2. Bauabschnitt gebaut und soll 2017 eröffnet werden.

Des Weiteren denkt das Unternehmen darüber nach, auf Basis seiner gesammelten Erfahrungen als Dienstleister für Dritte demnächst auch in **Algerien** in den Bau eines neuen Shopping-Centers zu investieren. Konkrete Details nannte CEO de Oliveira aber noch nicht. Den Einstieg auf dem **türkischen Markt** als Dienstleister für Dritte hatte das Unternehmen im vergangenen Oktober mit Gründung des Joint-Ventures **Sierra Reval**

Unternehmens News

Internos refinanziert IERET-Portfolio

Die **Internos Global Investors Gruppe** hat für den von ihr gemanagten **Invista European Real Estate Trust SICAF (IERET)** einen neuen Kreditrahmen in Höhe von 220 Mio. Euro vereinbart. Kreditgeber ist **Blackstone Real Estate Debt Strategies (BREDS)**, eine Tochter der **Blackstone Group LP** (Blackstone). Mit diesem Kredit wurde eine Finanzierung bei der **Bank of Scotland** zurückgeführt. Die Kreditkonditionen sind eng auf das Verkaufsprogramm abgestimmt. **IERET** plant den Verkauf von 14 Vermögenswerten. Zudem treibt der Fonds mit Unterstützung von Blackstone seine Pläne voran, das Portfolio um einen Kern von Logistikimmobilien herum zu konsolidieren und den Wert seiner Einzelhandelsimmobilien in Deutschland durch gezielte Investitionen zu erhöhen. Im **IERET-Portfolio** mit einem Wert von 316 Mio. Euro befinden sich 32 Gewerbeobjekte in 6 europäischen Ländern. Der Fonds ist an der London Stock Exchange im Main Market gelistet und investiert in Gewerbeimmobilien mit Schwerpunkt Westeuropa.

Deals

München: Der Kosmetikhersteller **Kryolan GmbH**, hat 130 qm am Gärtnerplatz 1 in München gemietet. Damit hat **Kryolan** im Mai 2014 seinen 3. deutschen Laden eröffnet. Vermieter ist ein privater Eigentümer. **Engel & Völkers Commercial München** vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 13

bekannt gegeben. Last not least gehört seit diesem Jahr auch **China** zu den Zielmärkten. Im Rahmen eines Gemeinschaftsunternehmens mit der **CITIC Capital Holdings Limited** (CITIC Capital), die auf alternative Investments und den chinesischen Markt spezialisiert ist, will sich Sonae Sierra auch hier den Markt zunächst als Dienstleister erarbeiten.

Damit ist das Unternehmen nun auf 4 Kontinenten in 13 Ländern aktiv, hat 47 Shopping-Center - davon 21 in Portugal - im Bestand (Wert: 5,6 Mrd. Euro) und managt weitere 38 für Dritte. Die Gesamtmieteinnahmen belaufen sich auf rund 392 Mio. Euro. Zu den Schwerpunktzielmärkten des Unternehmens gehören derzeit Brasilien, Deutschland, Italien, Rumänien und die Emerging Markets in Südamerika und Nordafrika. Laut de Oliveira hat das Unternehmen derzeit 6 Shopping-Center in der Entwicklungsphase, davon 3 eigene und 3 für Dritte, 4 davon befinden sich in Nordafrika. Zudem sind 4 weitere Projekte in der Pipeline.

Neben den Shopping-Centern Alexa in Berlin, Loop5 in Weiterstadt und dem Hofgarten Solingen, an denen Sonae Sierra eine Beteiligung hält sowie Bikini Berlin und Münster Arkaden, die von den Portugiesen gemanagt werden, sind in Deutschland 2 weitere Projekte in der Pipeline. Nach den Worten von **Thomas Binder, Managing Director** von **Sonae Sierra Deutschland**, handelt es sich bei dem jüngsten Projekt um die Entwicklung eines Shopping-Centers auf dem Areal des ehemaligen **Quelle-Versandzentrums** und des 18 000 qm großen, leer stehenden **Quelle-Warenhauses** in Nürnberg. Sonae Sierra hatte das 260 000 qm große Gelände aus der Insolvenz des Versenders **Quelle** gekauft. Laut Binder sollen neben einem „High Class“ Einkaufszentrum mit etwa 30 000 qm und einem großen Food Court in der 1. Etage im 2. Ober-

Deals

Leipzig: Die Investorengruppe des Geschäftshauses **Hainspitze** in Leipzig, die sich aus der **Centrum-Gruppe**, der **B&L-Gruppe** sowie der **F1rst Immobilien-gesellschaft** zusammensetzt, hat mit dem Generalunternehmer **Papenburg Hochbau** im Beisein von **Oberbürgermeister Burkhard Jung** den Grundstein für das 90 Mio. Euro-Projekt gelegt. Der Rohbau soll im April 2015 fertig sein und die Eröffnung ist im Frühjahr 2016 geplant. Die Lücke zwischen Alter Markt und Brühl soll durch eine harmonische Fassadenstruktur geschlossen werden. **Primark** steht als Mieter der Hainspitze, vis à vis der Höfe am Brühl, schon fest.



STANDORTEXPERTISE VON GfK

Wir kennen die Handelslandschaft wie unsere Westentasche. Und wir wissen, was die Konsumenten bewegt. Mit diesem Wissen unterstützen wir Sie dabei, die **besten Handelsstandorte und Immobilieninvestments** in ganz Europa zu finden.

Growth from Knowledge

www.gfk-geomarketing.de/standort



Handelsimmobilien

Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 14

Unternehmens News

geschoss auch Wohnungen und Büroflächen entstehen - ein Novum für Sonae Sierra. Für die Entwicklung der Wohnungen, die von der Stadt in diesem Quartier gewünscht werden, ist das Unternehmen mit Spezialisten im Gespräch. Nähere Details nannte Binder dazu noch nicht.. Noch im 2. Quartal möchte er den Bauvertrag für das Projekt abschließen. Mit dem Bau könnte womöglich 2015 begonnen werden.

Bei der **Neuen Mitte Garbsen** in der Nähe von Hannover hatten die Klagen diverser Nachbarkommunen das Projekt lange verzögert. Nachdem das Verwaltungsgericht Hannover vor etwa 8 Wochen den Widerspruch gegen den Bauvorbescheid abgewiesen hat und die Frist für eine Klage dagegen abgelaufen ist, ohne dass der Kläger dagegen klagt, hat der Bauvorbescheid nun Rechtskraft. Laut Binder müssen nun noch Feinheiten abgeklärt werden. Die Verhandlungen mit potenziellen Mietern laufen und die Vermietungsquote liegt nach seinen Worten bei etwa 30%. Das geplante Einkaufszentrum soll zur „Neuen Mitte“ der Stadt Garbsen werden, die sich aus 7 Kommunen zusammensetzt. In diesem Mittelpunkt befinden sich bislang das Rathaus sowie ein Kino, das in das Shopping-Center integriert werden soll. Zu den weiteren Plänen in Deutschland gehört laut Binder auch der Ausbau des Dienstleistungsgeschäfts für Dritte.

BREEAM Exzellent für Mall of Scandinavia

Unibail-Rodamco hat für sein skandinavisches Prestige-Projekt **Mall of Scandinavia** (Bild) die BREEAM



Zertifizierung „Exzellent“ erhalten. Nach Unternehmensangaben ist dies das erste Mal, dass ein schwedisches Center eine solche Auszeichnung erhält. Die Mall of Scandinavia (100 000 qm) wird im August 2015 eröffnen. Für Unibail Rodamco ist die Zertifizierung ein Beleg für den hohen Anspruch, den das Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit hat. Hier sieht es sich auch als Treiber auf dem europäischen Immobilienmarkt. Mehr als die Hälfte der Unibail-Rodamco-Center haben zumindest die Bewertung „Exzellent“ erreicht. Mit der Mall of Scandinavia will das Unternehmen zeigen, dass „es möglich ist, eine Weltklasse-Shopping-Destination mit einem minimalen Kohlenstoff-Ausstoß“ zu entwickeln, sagt **Per Ronnevik**, Director Development bei Unibail-Rodamco, Nordic. Ziel ist es, die gleiche Zertifizierung für das Center im Betrieb zu erreichen.

Kopplungseffekte im Einzelhandel

Auf die richtige Mischung der Fristigkeit kommt es an

**Markus Wotruba, Leiter Standortforschung
bei der BBE Handelsberatung**

Sind Einkaufszentren die besseren Innenstädte? Ein Blick auf die Entwicklung der verschiedenen Einzelhandelsimmobilientypen lässt dies vermuten: Während die Zahl der Shopping-Center in Deutschland konstant steigt, steckt der Einzelhandel in vielen Innenstädten in der Krise. Der größte Vorteil der Center: Sie werden aus einer Hand errichtet und gemanagt. Hier kann sich der innerstädtische Handel einiges abschauen, um seine Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.



Erfolgreiche Center-Manager arbeiten nach einem **Branchen- und Betriebstypenkonzept**, das festlegt, welche Produktgruppen oder Dienstleistungen in einem Center angeboten werden sollen. Steht ein Mieterwechsel an, gleicht der Center-Manager die Neuvermietung mit dem Konzept ab, um einen ausgewogenen Mieter-

mix im Center sicherzustellen. Dabei wird geprüft, ob an dieser Stelle wieder ein Mieter aus dem gleichen Bereich benötigt wird, oder ob eine andere Nachvermietung auf Grund geänderter Kundenbedürfnissen sinnvoller ist.

Auch Städte streben einen ausgewogenen Branchen- und Mietermix an. Allerdings haben die einzelnen Ladeneinheiten in der Regel verschiedene Eigentümer, die für sich jeweils die höchste Miete erzielen wollen. Da nicht alle Branchen dieselben Mieterträge einbringen, erschwert die heterogene Eigentümerstruktur das Bestreben, ein ausgewogenes Angebot verschiedener Warentypen für die Kunden anzubieten. Doch ist es auf Dauer nicht zielführend, die einzelne Ladeneinheit ohne Berücksichtigung ihres Umfeldes zu betrachten.

Im schlimmsten Fall kann die heterogene Eigentümerstruktur dazu führen, dass die Innenstadt insgesamt an Attraktivität verliert und damit die wirtschaftliche Grundlage für alle Anbieter schwindet. Damit auch in den Innenstädten der richtige Branchen- und Betriebstypenmix angeboten werden kann, **müssen die verschiedenen Eigentümer bereit sein, zu kooperieren.** Freiwillige Zusammenschlüsse der Immobilieneigentümer und die Sensibilisierung der Akteure sind Lösungsmöglichkeiten. Doch steigt die Bereitschaft der Eigentümer zur Zusammenarbeit in aller Regel erst dann rapide an,

Deals

Krefeld: Ein privater Investor hat ein Wohn- und Geschäftshaus in Krefeld-Uerdingen gekauft. **Engel & Völkers Commercial** Krefeld vermittelte.



Handelsimmobilien Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 15

wenn viele Einzelhandelsflächen in der Innenstadt leer stehen, der Leidensdruck also entsprechend groß wird.

Ob Innenstadt oder Shopping-Center – um ein funktionierendes Konzept zu erstellen, sind fundierte Kenntnisse des Zusammenspiels der verschiedenen Branchen und Betriebstypen notwendig. Ein wichtiger Faktor ist dabei die **unterschiedliche „Bedarfsfristigkeit der Sortimente“**: Die Anforderungen an einen Standort unterscheiden sich demnach grundlegend zwischen kurzfristigem, mittelfristigem oder langfristigem Bedarf. Das betrifft zum einen die **„Distanzempfindlichkeit“** und zum anderen die **„Nachfrageintensität“** der Kunden.

So finden sich Lebensmittelanbieter idealerweise wohnortnah, der mittelfristige Bedarfsbereich wird durch zentrale Orte einer gewissen Zentralitätsstufe und Bevölkerungsgröße in den Innenstädten vorgehalten und der langfristige Bedarfsbereich wird durch Möbelhäuser und Baumärkte an verkehrsgünstigen Standorten abgedeckt.

Kompatibilität der Betriebstypen am Beispiel des Lebensmittelhandels

Betriebstyp/Branchen	Vollsortiment					Discount	
	SBW	VM	SM	Bio-SM	Hybrid-	Soft-	Hard-
SB-Warenhaus	Red	Red	Red	Yellow	Red	Yellow	Yellow
Verbrauchermarkt	Red	Red	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Supermarkt	Red	Red	Red	Green	Yellow	Green	Green
Bio-Supermarkt	Yellow	Yellow	Green	Red	Green	Green	Green
Hybrid-Discounter	Red	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Green	Green
Soft-Discounter	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Yellow	Green
Hard-Discounter	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Yellow	Green
Spezialist	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green
Drogeriemarkt	Yellow	Yellow	Idealkombination				
Apotheke	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Textilmärkte	Green	Green	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Baumarkt	Green	Yellow	Red	Red	Red	Red	Red
	Green	hohe Kompatibilität				Idealkombination	
	Yellow	geringe Kompatibilität					
	Red	keine Kompatibilität					

Als **Faustregel** gilt, dass verschiedene Branchen gleicher Bedarfsfristigkeit gut zueinander passen, während Branchen unterschiedlicher Bedarfsfristigkeit nicht immer einen Mehrwert bieten. In Kundenbefragungen, Beobachtungen und Umsatzbetrachtungen lässt sich nachweisen, dass Kunden, die gerade dabei sind, Lebensmittel zu kaufen, in der Regel beim gleichen Einkauf keine Möbel erwerben wollen. Dagegen passen Drogeriewaren gut zum Lebensmitteleinkauf.

Neben der Branche spielt auch der **Betriebstyp** eine wichtige Rolle. So passen Lebensmittel und Baumarktartikel in Form eines Supermarktes und eines Baumarktes nicht gut zueinander. Handelt es sich beim Lebensmittelanbieter um ein SB-Warenhaus, das vom Kunden in einer geringeren Frequenz aufgesucht wird als der Supermarkt um die Ecke, so steigen die Kopplungseffekte zwischen beiden Anbietern deutlich an. Große SB-Warenhäuser befinden sich häufig in der Nachbarschaft von Baumärkten.

Auch umgekehrt funktioniert das Prinzip. So lassen sich kleinflächige City-Baumärkte mit kleineren Lebensmittelmärkten verbinden. Das SB-Warenhaus passt auf Grund seines großen Drogerie-Angebots auch nicht so gut zu einem Drogerie-Markt wie ein Supermarkt, der nur ein begrenztes Drogerie-Angebot führt. All das gilt vor allem für Agglomerationen in Gewerbegebieten. Innenstädte sind komplexer und haben an Stelle des Lebensmittelhandels den Textilhandel als Mittelpunkt.

Die **Leitsortimente der Innenstädte** sind Bekleidung und Schuhe. Der Kunde erwartet

Deals

Bonn: Die Projektentwickler **Coinel Development GMBH** mit Sitz in Neuss und die Düsseldorfer **Development Partner**



AG haben mit den vorbereitenden Rückbauarbeiten für die Neuentwicklung des „Münster-Hauses“ am Münsterplatz 1-3 in der Bonner Innenstadt begonnen. Mit dem Generalunternehmer **Josef Klein GmbH & Co. KG** konnte ein regionales Unternehmen für den Bau des Geschäftshauses in prominenter Lage gewonnen werden. Es wird mit einer Bauzeit von 18 Monaten gerechnet, so dass die Fertigstellung für Herbst 2015 geplant ist.

Deals

Regensburg: **Timberland** eröffnet voraussichtlich im Juli einen neuen Shop mit 90 qm Verkaufsfläche in der Regensburger 1a-Lage Spiegelstraße 1. Vermieter ist ein Privateigentümer. **JLL** hat Timberland den Mietvertrag vermittelt. Die Marke Timberland wurde 1973 in Boston gegründet. Das Unternehmen zählt zu den weltweiten Marktführern im Outdoorbereich. Timberland entwirft und vermarktet qualitativ hochwertige Schuhe, Kleidung und Accessoires für Herren, Damen und Kinder. Neben den eigenen Geschäften wird die Mode weltweit auch über unabhängige Einzelhändler, Kaufhäuser und Sportgeschäfte verkauft.



Handelsimmobilien

Report Nr.172

VOM 28.05.14

Cities & Center & Developments

Seite 16

Unternehmens News

Development Partner vergrößert Firmensitz

Der Düsseldorfer Projektentwickler **Development**



Partner AG hat für seinen Firmensitz im Düsseldorfer MedienHafen eine weitere Etage mit knapp 700 qm Mietfläche im Bürogebäude Dock gemietet und Anfang Mai bezogen. Das Unternehmen, das bereits seit 2006 Mieter im Dock ist, hat nun 2 Etagen mit rd. 1 400 qm. Development Partner hatte das Bürogebäude im Jahr 2002 nach den Plänen des niederländischen Architekten Jo Coenen entwickelt.

Deals

Hildesheim: Der Center-Spezialist **Corio** holt **Vapiano** nach Hildesheim: Die Restaurantkette wird im Herbst 2014 eine Filiale mit 670 qm in der **Arneken Galerie** eröffnen. Durch das Restaurant soll der allgemeine Trend zu mehr Gastronomie in Shopping-Centern unterstrichen werden. Aktuell laufen die Vorbereitungen für den Umbau. Danach wird Vapiano eine Seite der Nordpassage zwischen der Almsstrasse und der Arnekenstrasse beziehen. Die Filiale wird sich über das Erdgeschoss sowie die 1. Etage erstrecken und 190 Innensitzplätze und 120 Außensitzplätze bieten.

hier einen entsprechenden Mix unterschiedlicher Betriebstypen und Anbieter dieser Branche. Obwohl die Läden im Wettbewerb zueinander stehen, lockt erst die Vielfalt der unterschiedlichen Anbieter den Kunden in die Innenstadt. Zur Attraktivität tragen auch andere Branchen ähnlicher Bedarfsfristigkeit bei, beispielsweise Sport, Spielwaren, Optik, Uhren und Schmuck. Auch Anbieter angrenzender Bedarfsbereiche können sinnvoll angesiedelt werden, beispielsweise Lebensmittel- und Drogerie-Märkte. Um dem Kunden einen Anreiz zu geben, öfter in die Innenstadt zu kommen und länger zu verweilen, ist zudem das Angebot an Gastronomie und Dienstleistungen entscheidend.

Gerade in der Innenstadt zeigt sich dabei: Selbst innerhalb eines Betriebstyps kann ein Nebeneinander von Konzepten funktionieren, beispielsweise wenn zwei Drogerie-Märkte verschiedener Betreiber nebeneinander stehen. Viele Kunden suchen in diesem Fall beide Märkte auf. In dem Bewusstsein, bei einer Auswahl mehrerer Anbieter auf jeden Fall fündig zu werden, kann der Standort dadurch in der Kundengunst zum bevorzugten Einkaufsziel werden.

Diese Vorteile kann jedoch nur der nutzen, der sich über das Zusammenspiel der Branchen- und Mieterkonzepte bewusst ist. Hier gibt es in den Innenstädten noch einiges aufzuholen, was im Center-Management schon heute Standard ist.

Umfrage Revitalisierung: Hoher Bedarf bei Einkaufszentren

Oft ist die Anpassung des Bauplanungsrechts nötig

**Halina Gebert, Projektleiterin
Dr. Lademann & Partner, Hamburg**

*Der bereits 2011 in einer Studie von Sonae Sierra und GMA thematisierte Revitalisierungsbedarf – fast die Hälfte aller Center war damals als revitalisierungsbedürftig eingestuft worden – hat sich nicht abgeschwächt: Für 40% aller deutschen Center steht nach einer aktuellen Befragung von **Dr. Lademann & Partner** in naher Zukunft eine umfassende Revitalisierung an. Jedes zweite der zu revitalisierenden Center benötigt auch eine Anpassung des Bauplanungsrechts. Bei multifunktional genutzten Centern sind es sogar mehr als 70%. Fast ein Drittel dieser Immobilien befindet sich in Nordrhein-Westfalen, gefolgt von Baden-Württemberg und Niedersachsen.*



Das Jahr 2013 hat – gemessen an den Zahlen des **EHI** – für einen „Negativrekord“ gesorgt: Mit nur 7 Centern war die Zahl der Neueröffnungen ab 10 000 qm Mietfläche so gering wie lange nicht mehr. Die augenscheinlichen Sättigungstendenzen rücken einmal mehr die anpassungs- und revitalisierungsbedürftigen Bestandsobjekte in den Blickpunkt, die über etablierte Lagen mit guter Frequenz und Fundamentaldaten verfügen bzw. bei denen der Wettbewerbsdruck im Umland sowie die veränderten Anforderungen von Mietern und Verbrauchern ein umfassendes Refurbishment erfordern.

Zudem ergibt sich allein aus der Notwendigkeit, neue Services aus der Online-Welt zu integrieren, ein baulich-technischer Anpassungsbedarf.

Dass die notwendigen Modernisierungs- und Refurbishment-Zyklen tendenziell immer kürzer werden, ist bekannt. Dass mit einer Revitalisierung nicht zwingend nur hohe Kosten verbunden sind, sondern auch maßgebliche Wertsteigerungspotenziale, ist nicht immer klar. Häufig ist die Revitalisierung einer Immobilie nicht nur mit baulichen Veränderungen verbunden, sondern beinhaltet umfassende strukturelle Veränderungen etwa bei der Mall-, der Flächen- und Sortimentsstruktur sowie des Mieter- und Preisniveaus.



Handelsimmobilien Report Nr.172

Cities & Center & Developments

VOM 28.05.14

Seite 17

Personalien

Groom verstärkt C & W Retail-Team

Cushman & Wakefield setzt die geplante Expansion in Deutschland fort und verstärkt das bundesweit



tätige Retail Investmentteam am Standort Frankfurt: Seit Anfang Mai unterstützt **Cita Miriam**

Groom MRICS, 35, als **Associate** das Retail-Investmentteam unter Leitung von Matthias Feske bei der bundesweiten Vermarktung von Einzelhandelsimmobilien, insbesondere im Highstreet- und Fachmarkt-Segment. Zuvor war sie 11 Jahre lang bei **JLL** tätig und zuletzt im Bereich Retail-Investment in Frankfurt. Groom ist Dipl.-Ingenieurin (FH) durch ihr Architekturstudium an der Fachhochschule Wiesbaden, absolvierte ihr berufsbegleitendes Studium zum Immobilienökonom an der **esb** und das Studium Handelsimmobilien an der **IREBS**. Seit 2007 ist sie Mitglied der **Royal Institution of Chartered Surveyors**.

Deals

Mönchengladbach: Ein privater Investor hat ein Wohn- und Geschäftshaus in Erkelenz-Gerderath auf der Vossemer Straße erworben. Das Objekt wurde 1960 errichtet und verfügt über 3 Wohneinheiten und 2 Gewerbeeinheiten. Die Gesamtnutzfläche beträgt ca. 595 qm, davon entfallen ca. 235 qm auf Wohnungen und ca. 360 qm auf die Gewerbeeinheiten. Verkäufer ist eine GbR. **Engel & Völkers** Commercial Mönchengladbach vermittelte.

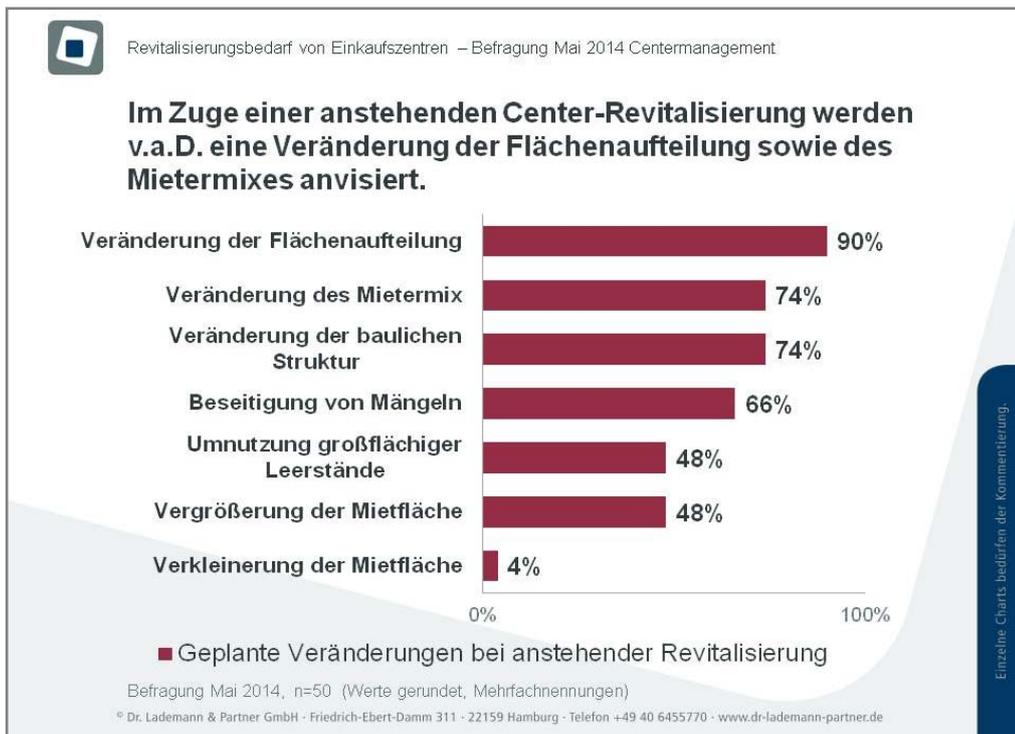
Dabei geht es (typisierend) im Wesentlichen um Weiterentwicklungen im Sinne eines „Upgrades“

- vom „stand alone“ (z.B. SB-Warenhaus) zum Retail Park
- vom Retail Park zum Fachmarktzentrum
- vom Fachmarktzentrum zum fachmarktorientierten Shopping-Center
- oder vom schwachen Shopping-Center zum regionalen Marktführer.

Für ein Revitalisierungskonzept entscheidend sind dabei Fragen wie:

- Welche Formate sind (künftig) stabil frequenzauslösend? Welche performen auch in Zukunft?
- Welche ergänzenden Klein- und Mittelflächen passen vom Profil her zu den Anker nutzungen?
- Welches Profil hat mein Center aktuell, welches soll es zukünftig haben (Positionierung und „Center Brand“)?
- Welche Kopplungseffekte kann ich erreichen, wenn Formate kombiniert werden?
- Wie kann ich durch die Vertiefung von Sortimenten an Branchenkompetenz für die Kunden gewinnen?
- Welche Nutzungen wirken auf die Verweildauer im Center ein?
- Welche digitalen Technologien nutzt der Kunde und erwartet darauf Antworten im Center? Welche ergänzenden Services müssen integriert werden?

Nach der im Mai 2014 von **Dr. Lademann & Partner** durchgeführten **repräsentativen Befragung** sollen 40% der deutschen Einkaufszentren in naher Zukunft umfas-



send revitalisiert werden. Bei 460 Centern mit mehr als 10 000 qm Verkaufsfläche sind das bereits über **180 Shopping-Center**. Befragt wurden die Center-Manager von insgesamt 121 Einkaufszentren. Davon gaben 48 an, in naher Zukunft eine Revitalisie-



Handelsimmobilien

Report Nr.172

Cities & Center & Developments

VOM 28.05.14

Seite 18

Deals

zung ihres Centers zu planen, weitere zwei gaben an, dass sie das gegebenenfalls auch vorhaben. Mit einem Drittel befinden sich die meisten Center, bei denen es Veränderungspläne gibt, in **Nordrhein-Westfalen**, gefolgt von **Baden-Württemberg** (13%) und **Niedersachsen** (10%). Hinzu kommt eine große Zahl von „Stand-Alones“ wie SB-Warenhäuser (aus den 1970er-Jahren) oder innerstädtische Warenhäuser, die hier noch nicht erfasst sind.

Bei der Revitalisierung sollen laut Umfrage sowohl bauliche Veränderungen außerhalb



Marstall-Center: Mehr Aufenthaltsqualität und mehr Gastronomiekompetenz Bild: ECE

des Centers - wie die Eröffnung einer Tankstelle, eines Kinos oder die Neugestaltung der Parkierungsanlagen - als auch innerhalb des Centers vorgenommen werden. Hierzu zählen etwa die Verbesserung des Kundenleitsystems, die Realisierung eines neuen Beleuchtungskonzepts sowie die Modernisierung des Gastronomie-Bereichs und der Mall-Möblierung. Gerade der Anteil an Gastronomie-Flächen hat sich in den vergangenen Jahren - über alle Shopping-Center dieser Klasse - sukzessive **auf durchschnittlich 7 bis 8% erhöht**.

Deutliche Profilierung des Gastronomie-Angebots

Die modernen, aktuell umgesetzten Food-Courts haben mit dem früheren „Schlemmerland“ mit einem asiatischen Restaurant und der flächenmäßig dominierenden Eisdiele nichts mehr zu tun: Attraktive Gastronomie-Konzepte sollen mit einem zeitgemäßen Marktauftritt, einem frischen Angebot und erhöhter Aufenthaltsqualität, z.B. durch „Insellösungen“ und mehr Privatsphäre der einzelnen Sitzbereiche, für eine höhere Verweildauer im Center sorgen.

Denn: Auch wenn der Kunde immer mehr Nonfood-Artikel im Internet bestellt, ein moderner Food-Court im Center ist mehr denn je nützlicher Besuchsanlass, Möglichkeit des Austauschs und letztlich ein Stück Lebensqualität. Die Treffpunktqualität des Food-Courts ist dabei nicht zu unterschätzen und wird natürlich auch zum Mittagsimbiss von Büroangestellten aus dem Umfeld aufgesucht.

Revitalisierungsobjekte häufig in Innenstadtlagen

Bei etwa **46% der zu revitalisierenden Center** – das gilt für kleinere und sehr große Center gleichermaßen – ist auch eine **Anpassung des Bauplanungsrechts notwendig**. Für weitere 16% wird das unter Umständen notwendig werden. Besondere Relevanz hat das Thema Bauplanungsrecht bei der Revitalisierung von multifunktional genutzten Einkaufszentren (über 70%).

Nicht in jedem Fall geht es dabei nur um die Erweiterung und das „Mehr“ an Verkaufsfläche: Den geringeren Flächenanforderungen von SB-Warenhäusern oder Elekt-

Trier: Das Off-Price-Konzept **TK Maxx** eröffnet im Sommer einen Store mit 3 000 qm in Trier, in der Brotstraße 38. Neben Augsburg ist Trier eine der größten Neuansiedlungen in einer Einkaufsstraße seit Jahresbeginn. Vermieter ist ein Privateigentümer. **JLL** vermittelte und berät bei der Sanierung der Immobilie. **TK Maxx** gehört zu **TJX Companies Inc.**, dem weltweit größten Off-Price-Einzelhandelsunternehmen. Es bietet Topmarken und Designermode für Damen, Herren und Kinder sowie Accessoires, Schuhe und Wohnartikel. Die Preise für die rund 50 000 Artikel liegen laut **TK Maxx** stets um bis zu 60% unter den Vergleichswerten. In Europa betreibt **TK Maxx** 370 Geschäfte, davon über 60 in Deutschland.

München: Das auf hochpreisige Möbel spezialisierte Unternehmen „**COR-interlücke**“ hat eine Ladenfläche in der Rosenheimer Straße 145 in München gemietet. Die 526 qm große Fläche im Mediaworks Munich dient als Showroom. Vermieter ist die **IVG Media Works Munich Vermietgesellschaft mbH. Engel & Völkers Commercial München** vermittelte.

Mainz: Zur Verbesserung der Sichtbarkeit zieht die **Eterna Mode GmbH** in der Mainzer Altstadt um. Für den neuen Shop mietet das renommierte deutsche Bekleidungsunternehmen ca. 85 qm im Erdgeschoss des Geschäftshauses Schusterstraße 6-8. Vermieter ist eine Privatperson. **Savills** vermittelte den Vertrag. Die Eröffnung ist im Herbst 2014 geplant.



Handelsimmobilien

Report Nr.172

Cities & Center & Developments

VOM 28.05.14

Seite 19

Deals

Berlin: Das auf Damenoberbekleidung spezialisierte Label **Liberty** eröffnet im Juni einen Store mit rd. 80 qm Verkaufsfläche in der Berliner Schlossstraße 26. Vermieter ist ein Privateigentümer. **JLL** vermittelte. Liberty steht nach eigener Auskunft für trendige Mode mit einem guten Preis- / Leistungsverhältnis und für ein Angebot, das es nicht „an jeder Ecke“ gibt. Das vertikal organisierte Einzelhandelsunternehmen betreibt in Deutschland rd. 90 Geschäfte, 2 Outlets und bietet seine Produkte zudem online an.

Impressum

Chefredaktion:
Dr. Ruth Vierbuchen
(V.i.S.d.P.);
Kontakt:
vierbuchen@rohmert.de

Herausgeber:
Werner Rohmert

Korrespondentin Köln:
Christine Scharrenbroch

Anzeigen:
Marion Götz, 05242-901-250

Verlag:
Research Medien AG,
Rietberger Str. 18
33378 Rheda-Wiedenbrück,
T.: 05242 - 901-250,
F.: 05242 - 901-251
E.: info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Vorstand: Werner Rohmert
Aufsichtsrat: Senator E.h.
Volker Hardegen (Vorsitz).

Bankverbindung: erhalten
Sie auf Anfrage

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

ro-Fachmärkten (Redimensionierung), den früheren Ankernutzern, steht zumeist ein größerer Bedarf an Textilverkaufsflächen und Kleinflächen gegenüber. Auf Grund der Flächenbeschränkungen in den textlichen Festsetzungen der Bebauungspläne mit Blick auf die Sortimente ist daher in aller Regel auch die Änderung des Bebauungsplans auf der Grundlage eines rechtssicheren Verträglichkeitsgutachtens notwendig.

Beispiele für aktuelle Revitalisierungsobjekte gibt es bundesweit: Zum Einen das **Huma Einkaufszentrum** im nordrhein-westfälischen Sankt Augustin (Erweiterung von 30 000 auf 39 000 qm Einzelhandelsverkaufsfläche), das bis 2017 vom innerstädtischen Fachmarktzentrum zum fachmarktorientierten Shopping-Center umgebaut wird. Oder das **Marstall-Center** in Ludwigsburg, das – wenngleich auf gleicher Mietfläche



Ostsee-Park Rostock: Wandel zum fachmarktorientierten Shopping-Center Foto: MEC

– mit neu zu errichtenden Lichthöfen für freie Sichtachsen sowie einem attraktiven Gastronomie-Bereich umgestaltet werden soll.

Refurbishment-Pläne gibt es auch für das **Stem-Center** in einer Stadtteillage von Potsdam oder für den **City-Point** in Braunschweig mit zukünftig 9 000 qm Verkaufsfläche – davon allein 6 000 qm für **Primark**. Auch innerstädtische Warenhäuser werden vermehrt zu Einkaufszentren: So wird z.B. in Husum die Umnutzung des ehemaligen Hertie-Hauses zum „Schlossquartier“ oder in Bielefeld die Revitalisierung und Erweiterung der City-Passage forciert.

Allerdings zeigen die von der **MEC Metro-ECE Centermanagement GmbH** umgesetzten Maßnahmen in Fachmarktzentren, dass auch Bestandsobjekte auf der „Grünen Wiese“ - **Indupark Center** Dortmund, **Ostsee-Park** Rostock, **Kurpfalz-Center** Mannheim oder **Pfalz Center** Kaiserslautern - erfolgreich revitalisiert werden können.

Was ist gegen den Revitalisierungstau zu tun?

Die vor einigen Jahren angekündigte Revitalisierungswelle ist noch nicht in Gang gekommen. Daher ist die Zahl der Objekte mit Investitionstau kaum zurückgegangen. Um nicht langfristig die Marktposition zu verlieren, sollten die Bestandshalter bald investieren. Und auch die Asset-Manager sollten die Eigentümer und Fondsmanager überzeugen, die notwendigen Maßnahmen nicht auf die lange Bank zu schieben. Die für die Umstrukturierungen notwendigen Anpassungen des Bauplanungsrechts – verbunden mit Verträglichkeitsgutachten nach Paragraph 11 Abs. 3 BauNVO - sollten zeitnah in die Wege geleitet werden, denn jedes Bauplanungsverfahren kostet nicht nur Zeit und Geld, in der Zwischenzeit kann sich auch die Wettbewerbssituation des Centers nachhaltig verschlechtern.