

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

die Bankenkrise zieht weitere Kreise und immer wieder müssen namhafte Banken bekennen, dass sie sich mit schlechten amerikanischen Hypothekenanleihen verspekuliert haben. Der Abschreibungsbedarf geht dann meist in die Milliarden. **Dennoch glauben Experten nicht, dass die Bankenkrise eine nachhaltige Ausstrahlung auf den deutschen Immobilienmarkt zeigen wird.** Dieses Fazit zogen beispielsweise auch die Experten auf der „Quo Vadis“ in Berlin. Sie glauben, **dass die eigenkapitalstarken Investoren den Markt stabilisieren werden.** Das gilt auch für den deutschen **Handelsimmobilienmarkt**, der zudem durch eine – im europäischen Vergleich - einzigartige Vielfalt an attraktiven Metropolen und mittelgroßen Städten mit hoher Zentralität geprägt wird. Das Potenzial im Marktsegment für hochwertige Immobilien ist recht groß. Die Renditen für **erstklassige Einzelhandelsimmobilien** zeigen sich denn auch, wie Jones Lang LaSalle im Jahresbericht für Kontinentaleuropa feststellt hat, **resistent gegen die Auswirkungen der Kreditkrise** (Seite 2).

Die Opportunisten, Hauptverursacher der Übertreibungen, haben den Markt inzwischen zwar verlassen, aber der Anlagedruck bei den eigenkapitalstarken Investoren bleibt immens und richtet sich auch in Deutschland vor allem auf die großvolumigen Shopping Center. So kann davon ausgegangen werden, dass die über 50 geplanten Center im Laufe der nächsten Jahre auch gebaut werden. Zumal auch die Kommunen darin die Chance sehen, in den Innenstädten die fehlenden Großflächen für zugkräftige Filialisten zu schaffen.

Da Deutschland jedoch bereits heute mit einer Pro-Kopf-Verkaufsfläche von 1,49 qm im europäischen Vergleich überdurchschnittlich gut mit Einzelhandelsfläche ausgestattet ist, Kaufkraft sowie Einzelhandelsumsatz aber nicht wachsen, wird deutlich, vor welchem immensen Strukturwandel – oder drastischer ausgedrückt - vor welchem Verdrängungswettbewerb die deutschen Städte stehen. Hinzu kommt der wachsende Zustrom ausländischer Einzelhändler, der die Mieten nach oben treibt.

Dass sich die Top-Einkaufslagen auf immer kleinere Bereiche in den Innenstädten und auf immer weniger Städte konzentrieren, die das volle, vom Konsumenten gewünschte Programm bieten, zeigt schon heute, wie stark der Wandel fortgeschritten ist. Es zeigt, dass die Stadtteile und Kleinstädte stark an Terrain verloren haben und dass viele Kommunen es versäumt haben, die Immobilieneigentümer frühzeitig in eine konstruktive Innenstadtentwicklung mit der Schaffung großer Handelsflächen einzubinden. Viel zu sehr haben die Verantwortlichen darauf gesetzt, die Ansiedlung auf der grünen Wiese zu verhindern, statt durch Programme wie Business Improvement Districts die Qualität der Innenstädte und Stadtteile zu steigern. Erst jetzt beginnen die Bundesländer damit, BID-Gesetze zu verabschieden, um Grundbesitzern bei ihren Investitionen Rechtsicherheit zu geben. In Kanada wurde der erste BID schon 1970 gegründet. Das lässt erwarten, dass der Strukturwandel viele Einzelhändler und Immobilienbesitzer mit großer Wucht treffen wird.



Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 16 vom 29.02.2008

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
JLL: Erstklassige Immobilien zeigen sich krisenresistent	2
ING Real Estate: Gutes Entrée mit der Stadtgalerie Heibronn	4
Edeka: Ändert sich mit Frenks Abschied auch die Poilitik?	6
Deutsche EuroShop erwartet 2008 Wachstumsschub	8
Brockhoff: Leipzig und Dresden schaffen bei Mieten den Anschluss	9
Dubai setzt bei Malls Weltmaßstäbe	10
Gladbecks City punktet mit Textilien Sport und Freizeit	11
Coburg kämpft um sein neues Innenstadtkonzept	13
Prag: Erkenntnisse in einem reifen Shopping Center-Markt	14
Viel Spaß beim Lesen wünschen	
Impressum	15

Werner Rohmert,
Herausgeber



und die Partner vom
Handelsimmobilien Report





Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 2 von 16

JLL: Bei erstklassigen Handelsimmobilien waren die Renditen gegen die Kreditkrise resistent

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Mit 28,2 Mrd. Euro konnten die Investitionen in europäische Einzelhandelsimmobilien 2007 – gemessen am guten Jahr 2006 - nochmals um 8 % überboten werden. Das ist das Ergebnis der jüngsten Branchenuntersuchung von **Jones Lang LaSalle (JLL)**. **Damit blieb das Interesse an Retail Assets 2007 unverändert hoch.** Dennoch hinterließ die Kreditkrise mit Begleiterscheinungen wie „**höhere Finanzierungskosten**“ und „**Unsicherheit über die Preisentwicklung**“ deutliche Spuren. Das lässt sich am Vergleich der beiden Schlussquartale ablesen. Wurden im 4. Quartal 2006 insgesamt 10,1 Mrd. Euro für kontinentaleuropäische Shopping Center, Fachmärkte, Factory Outlets und Supermärkte ausgegeben, so waren es im Schlussquartal 2007 nur noch 7,2 Mrd. Euro. Auch wenn dieser Wert im Zeitvergleich immer noch recht hoch war, es war nämlich das viert beste Ergebnis, das jemals in einem 4. Quartal erzielt wurde, **so zeigt der Trend doch, dass die Krise das Tempo gebremst hat, das Interesse aber keinesfalls versiegt ist.**

Wer sind die Investoren, die sich heute noch auf dem Markt bewegen, nachdem die fremdfinanzierten Käufer mehr oder weniger die Segel gestrichen haben? Die größte Gruppe bildeten nach Untersuchung von JLL mit 35 % die **Immobilien-gesellschaften**, die allerdings im Jahr zuvor noch 43 % der Käufer gestellt hatten. **Dagegen haben Fonds und institutionelle Anleger mit jeweils 29 % sowie Asset- und Invest-**

Deals

Menden: Bereits Mitte März wird das Frisör-Filialunternehmen „**C & M Company**“ mit einer Filiale in Menden vertreten sein. **Brockhoff & Partner Immobilien GmbH**, Essen, vermittelte den Mietvertrag für das ca. 90 qm große Ladenlokal in der Hauptstraße 12.

Viersen: Für das **Löhcenter** in Viersen hat die **Redevco Services Deutschland GmbH** mit der **NKD Vertriebs GmbH** einen weiteren langfristigen Mieter für 430 qm gewonnen. Die Mietfläche ist damit zu über 90 % vermietet. Bei der Vermarktung beriet die **Imoba Immobilien GmbH**, Mülheim a. d. Ruhr.



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 3 von 16

mentmanager mit 24 % ihren Anteil an Einzelhandelsimmobilien 2007 ausgeweitet. Insgesamt erfasste JLL 438 Einzelhandelstransaktionen von 250 Investoren in 25 Ländern, wobei die zehn größten Investoren allein 24 % des Gesamtvolumens stemmten. Die größte Verkäufer-Gruppe bildeten mit 31 % des Transaktionsvolumens die Immobilienentwickler. „Darin spiegelt sich der vor allem in Osteuropa außerordentlich aktive Entwicklungsmarkt wieder“, stellt Jones Lang LaSalle fest.

In der Rangliste hat sich gegenüber dem Vorjahr nicht viel verändert. **Deutschland steht mit 7,3 Mrd. Euro oder 26 % des kontinentaleuropäischen Transaktionsvolumens unverändert an der Spitze vor Frankreich mit 2,9 Mrd. Euro und 10 % sowie Russland mit 2,9 Mrd. Euro oder 8% des Volumens.** Dabei bestritten die 20 größten Investoren in den vergangenen drei Jahren 80 % des Investitionsvolumens in Deutschland, wie **Jörg Krechky**, Leiter Shopping Center Investment bei JLL Deutschland, berichtet. Wie stark der Trend jedoch nach Osteuropa geht, zeigt die Entwicklung in **Rumänien** anschaulich. **Hier verdoppelte sich das Volumen im Vorjahr auf 1,1 Mrd. Euro oder 4 % des Gesamtvolumens.** Aber auch die Türkei konnte mit 940 Mio. Euro ein beachtliches Investitionsvolumen auf sich ziehen.

Noch begehrt als im Vorjahr waren die großen Einheiten, die **Shopping Center**. Für diesen Handelstyp gaben die Investoren 17,6 Mrd. Euro aus. Das waren 63 % aller Transaktionen, nach 58 % im Jahr zuvor. In Fachmärkte und Supermärkte investierten sie im Vorjahr 10,42 Mrd. Euro aus.

Wie wird es in diesem Jahr weiter gehen? Auf Grundlage der aktuellen Daten

Deals

Dortmund: Die **Tertia Vermittlungsagentur GmbH** hat in Dortmund in der Kleppingstraße 20 Büroflächen in der Größe von 500 qm angemietet. Eigentümer des Objekts ist die **Polis Grundbesitz GmbH**. Vermittelnd tätig war die **Brockhoff & Partner Immobilien GmbH** mit Sitz in Essen.

Wesel: Die **Sparkasse Wesel** hat die Geschäftshäuser Hohe Straße 1a und 2 in Bestlage der Weseler City an einen irischen Investor veräußert. Ankermieter der Immobilien mit zusammen ca. 6 500 qm sind **C&A** und **Rossmann**. **Kemper's** vermittelte



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 4 von 16

Deals

SSRP Fonds kaufen Tengam von Tengelmann

Die von der **Orlando Real Estate GmbH**, München, beratenden **Special Situations Realty Partners Fonds (SSRP)** haben von der Mülheimer **Tengelmann** die **TENGAM Immobilien Pool GmbH**, Wien, übernommen. TENGAM hält u.a. 17 großflächige SB-Warenhäuser in **Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, der Steiermark** und im **Burgenland** mit ca. 80 000 qm Fläche, die langfristig an die **ADEG** vermietet sind. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Für die SSRP Fonds bedeutet die Transaktion einen wichtigen Schritt zur Erweiterung ihres Engagements im Bereich Handelsimmobilien, nachdem bereits 2007 zwei Portfolien in Deutschland erworben wurden. Die Verkäufer wurden von **Jones Lang LaSalle, BMA Brandstätter Rechtsanwälte** und **KPMG**, die Käufer außer von **Orlando Real Estate** von **Gassauer-Fleissner Rechtsanwälte** und **BDO Auxilia** beraten. Die SSRP Fonds verfügen über 205 Mio. € Eigenkapital von institutionellen Anlegern und investieren ausschließlich in Immobilien in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz**.

Edeka: Kooperation mit Globus intensiviert

Für weitere fünf Jahre hat die **Edeka**-Gruppe eine Kooperation mit der **Globus-Gruppe** aus **St. Wendel** vereinbart. Nach Unternehmensmitteilung ist geplant, mit dem Kooperationspartner, der seit 2002 mit der Edeka zusammenarbeitet, auch das Non-food-Geschäft zu intensi-

kommt **Jeremy Eddy**, Direktor European Retail Capital Markets bei JLL zu dem Schluss, dass die **Renditen für erstklassige Einzelhandelsimmobilien in Kontinentaleuropa „resistent“ gegen die Auswirkungen der Kreditkrise waren**. Diesen Eindruck bestätigen auch deutsche Marktteilnehmer. Für 2008 erwartet er dagegen eine Preisanpassung für den Bereich **unterhalb des Core-Segments** und bei den Handelsobjekten, die mit **hohem Fremdkapitalanteil finanziert wurden**. Dass die opportunistischen Investoren ihr Engagement 2008 weiter einschränken werden, wie JLL schätzt, dürfte auf der Hand liegen. Und auch die Tatsache, dass „Core-Objekte mit weiteren Wertsteigerungspotenzialen die begehrtesten sein werden in einer Assetklasse“, doch dürfte das Angebot laut Eddy eher limitiert sein.

Regional gesehen erwartet Jones Lang LaSalle 2008 hohe Transaktionsvolumina auf den Märkten in Deutschland und Skandinavien und auch in Spanien würden mehr Anlageobjekte zur Verfügung stehen. „In Russland und der Türkei gehen wir von einem weiterhin kräftigen Wachstum aus“, prognostiziert JLL weiter.

Mit der Stadtgalerie Heilbronn verschafft sich ING Real Estate in Deutschland ein gutes Entrée

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Im Bereich **Development** von Einzelhandelsimmobilien hat die weltweit operierende **ING Real Estate** die Messlatte recht hoch gelegt: Im Fokus der Investment-, Finanzierungs- und Entwicklungsgesellschaft stehen **großräumige städtebauliche Revitalisierungsprojekte**. Mit dieser Verschiebung in der Unternehmenspolitik konzentriert sich ING Real Estate auf langfristige Projekte, die beträchtliche Ressourcen binden - und die nicht für jeden Investor oder Projektentwickler attraktiv sind. „**Doch für eine Organisation wie die unsere ist die Chance, an Projekten zur Regeneration ganzer Stadtquartiere mitzuwirken und damit für die lokale Wirtschaft ein neues Rückgrat zu schaffen, extrem aufregend**“, umriss beispielsweise **Menno Maas, CEO Development of ING Real Estate** auf der Mapic die Philosophie des Unternehmens, das zur **ING Gruppe** gehört, einem globalen Versicherungs- und Bankunternehmen mit niederländischen Wurzeln.

Für ING Real Estate ist das der Eintritt in die „fünfte Dimension“, in die „**Kunst der Stadtentwicklung**“. Dabei orientiert sich das Unternehmen an der Entwicklung in Großbritannien. Hier wurden im Zuge des industriellen Wandels seit den 1980er-Jahren nicht mehr genutzte alte Wasserfronten und Industriegebiete revitalisiert. Gerade die Erfahrungen aus Großbritannien bieten laut ING wichtige Informationen für die **Revitalisierung von Industriebrachen und vor allem für deren Reintegration in die Umgebung**. Die damit verbundenen Anforderungen an die Kommunikation mit den vielen betroffenen Eigentümern, der Verwaltung, den Investoren und den Bürgern einer Region, die Komplexität dieser Aufgabe und die langjährige Zusammenarbeit mit den Kommunen, schätzt ING Real Estate gerade als „aufregende“ Herausforderung.

Der neue Ansatz im Bereich Development wirft ein interessantes Schlaglicht auf die gesamte ING Real Estate, die mit einem verwalteten Portfolio von insgesamt **107,2 Mrd. Euro und 50 Büros in 21 Ländern Europas, den USA, Asien und Australien zu den größten Immobilienunternehmen der Welt gehört**. Und sie sieht sich als einer der größten Investoren im Segment Einzelhandelsimmobilien, die 24 % des Portfolios ausmachen. ING managt 200 Einkaufszentren. Auf Büros entfallen 20 %, auf Logistik 15, auf Wohnimmobilien 8 % und Sonstige 33 %. Zur Strategie gehört auch die Investition in Infrastrukturprojekte.

Der „Einzelhandel bleibt die Top-Asset-Klasse“, stellte ING in seinem „European Retail Views“ klar. Das Konsumentenvertrauen in den meisten europäischen Ländern sei positiv und die Aussichten auf starke Returns in den Länder besonders hoch, in denen die Haushalte sich nur wenig verschulden und wo der Bedarf an Einzelhandelsflächen



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 5 von 16

Sonstiges

noch nicht gedeckt ist. 2008 dürften nach ING-Einschätzung demnach Shopping Center in Zentral- und Osteuropa die besten Returns erbringen.

Deutschland gehört – neben den Niederlanden und Italien - zu den Ländern, in denen ING bei den Mieten eine gute Performance erwartet. Im Bereich **Development** hat sich ING hierzulande bereits beim Hamburger „Überseequartier“, dem neuen Herzen der Hafen City mit Wohnungen, Büros und Einzelhandels- sowie Freizeitflächen engagiert. Außerdem an den „Gateway Gardens“ am Frankfurter Airport, einer neuen Stadtentwicklung mit Büros, Hotels, Einzelhandel und Freizeiteinrichtungen.

Der zweite Bereich, die **ING Real Estate Investment Management Germany GmbH (ING REIM Germany)** ist seit 2002 in Deutschland präsent. Zunächst mit Schwerpunkt Logistik. 2006 kam der heutige Geschäftsführer **Buddy J.L. Roes** nach Frankfurt und startete mit sechs Mitarbeitern. Die Sparte wurde auf 31 Personen und die Bereiche Einzelhandel und Büros ausgebaut. Erstes Projekt im Bereich Handel ist die **Stadtgalerie Heilbronn** mit 75 Fachgeschäften und 13 000 qm Fläche, die in Kooperation mit der Hamburger **ECE** entsteht, wobei die Hamburger für Projektentwicklung, Generalplanung, Vermietung und Management verantwortlich sind. **ING Insurance** fungiert als Investor, **ING REIM** als Asset Manager. Sie verwaltet hierzulande 28 Objekte mit einem Investitionsvolumen von 1,2 Mrd. Euro. Über den **German-Austrian Retail Fund (GARF)** will Geschäftsführer Roes in den nächsten 2 bis 3 Jahren 750 Mio. Euro in deutsche Shopping Center und Fachmarktzentren investieren, 250 Mio. Euro in österreichische - bis zu 50 % davon sollen in Neuentwicklungen fließen. Insgesamt sind 7 bis 8 Zentren geplant und eine Rendite von 8 – 10 %.

ECE stiftet Professur an der IRE/BS

Die Hamburger **ECE Projektmanagement**, Marktführer bei der Entwicklung innerstädtischer Einkaufszentren in Europa, stiftet die **zentrale Honorarprofessur** für Immobilienwirtschaft an der **IRE|BS International Real Estate Business School der Universität Regensburg**. Wie das Unternehmen mitteilt, engagiert sich die ECE zunächst für eine Dauer von vier Jahren mit 100 000 € jährlich. Die Honorarprofessur mit Schwerpunkt **Immobilienwirtschaft** wird von **Prof. Dr. Karl-Werner Schulte** besetzt.



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 6 von 16

Deals

Deutsches Projekt Nummer 1, die Heilbronner Stadtgalerie, wurde vor ihrer Eröffnung am 5. März schon mit vielen Vorschuss-Lorbeeren bedacht. „Wir halten es für ein großartiges Projekt mit Innenstadtlage direkt an der Fußgängerzone und mit sehr guter Verkehrsanbindung“, sagt Roes und verweist darauf, dass die Fläche zu 100 % langfristig u.a. an Magnetmieter wie **Esprit, Thalia, Deichmann** sowie **H & M** vermietet ist. Die Zusammenarbeit mit der ECE betrachtet er als angenehm und professionell und hofft auf **viele weitere gemeinsame Projekte**.

Auch **Oberbürgermeister Helmut Himmelsbach** knüpft an die Stadtgalerie, die an die Fußgängerzone **Fleiner Straße**, angebunden ist, zwischen Deuschhof und Götzenturm große Erwartungen. Sie soll zusammen mit dem neuen Kaufhaus-Komplex **Klosterhof** von der **ITG** eine **neue Einzelhandelsachse mit positiver Ausstrahlung auf den übrigen Innenstadthandel bilden und verlorene Kaufkraft aus der Region zurückholen**. Auch die Düsseldorf **Comfort** schätzt in ihrem „Marktbericht Jahrbuch 2007/08“, dass damit ein neuer Magnet in der City entsteht, „**der sich mit hoher Wahrscheinlichkeit auch auf die klassischen 1A-Lage auswirken wird**“. Die Vergrößerung der innerstädtischen Einzelhandelsfläche um die neuen Großprojekte dürften Heilbronn laut **Comfort** helfen, sich stärker gegen die Sogwirkung **Stuttgarts** zu behaupten, da nun Raum vorhanden sei, **um die fehlenden Marken und Handelsketten anzusiedeln, die Heilbronn als Einzelhandelsstandort brauche**. Das deckt sich mit Roes Zielen, der erwartet, „dass unser Engagement den Branchen- und Mietermix in Heilbronn ergänzen und die Innenstadt noch interessanter gestalten wird“.



Buddy J.L. Roes

Edeka-Chef Frenk übergibt die Führung an Markus Mosa

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Alfons Frenk scheidet überraschend als **Edeka**-Chef aus. Sein Nachfolger wird der frühere **Netto**-Geschäftsführer und heutiger Finanzvorstand **Markus Mosa**. Mit Frenk vollzog Edeka eine offensivere Strategie. Wie stark er die Edeka -Strategie geändert hatte, zeigt der Blick in die Vergangenheit.

1985 war für die **Hamburger Edeka** kein gutes Jahr. Das 1907 als Einkaufsgenossenschaft für selbstständige Kaufleute gegründete Unternehmen war in die roten Zahlen gerutscht – nicht zuletzt, weil das Filialnetz aus zu vielen kleinen, unrentablen Lebensmitteläden bestand und die Logistikkosten für die Belieferung aus dem Ruder gelaufen waren. Eine der ersten Maßnahmen bestand darin, die Presseabteilung zu schließen.



Alfons Frenk

Während der deutsche Einzelhandel in der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre eine unglaubliche Fusionswelle erlebte, viele mittelständische Unternehmen wie **Hurler, Schaper, Massa, Schade & Füllgrabe, Otto, Mess, Stüssgen, Kaiser + Kellermann, Allkauf** oder **Kriegbaum** durch Übernahme vom Markt verschwanden und neue Konzerne wie **Metro** entstanden, gingen die Hanseaten hinter einer Mauer des Schweigens daran, das Filialnetz umzustrukturieren und die durchschnittliche Verkaufsfläche der Lebensmittelmärkte deutlich zu vergrößern. Auch die gleichfalls aus einer Einkaufsgenossenschaft entstandene **Rewe** in

Köln beteiligte sich an der Übernahmeschlacht und unterstützte vor allem den Kaufmann **Willi Leibbrand** finanziell beim Aufbau seiner SB-Warenhaus-Kette. Die von beiden Geschäftspartnern gegründete **Rewe Leibbrand KG** in Bad Homburg gehörte zu den expansivsten SB-Warenhaus-Gesellschaften der 1980er-Jahre. Vor allem mit der vollständigen Übernahme von Rewe Leibbrand nach dem Ausscheiden der Leibbrand-Familie begründete Rewe ihre heutige Größe.

Wiesbaden: Die Wiesbadener **Secur** hat für ihren Zweitmarkt-Fonds Handelsobjekte in **Bamberg, Blaustein, Pfullendorf** und **Erbach** erworben, revitalisiert und zum Teil neu vermietet. Damit ist Secur mit ihren **ISI-Fonds** an 15 Handelsobjekten mehrheitlich (>90%) beteiligt

Karlsruhe: Die **Aachener Grundvermögen Kapitalanlagengesellschaft** hat auf Vermittlung von **Lührmann** das sechsgeschossige Geschäftshaus an der Kaiserstraße 173 in Karlsruhe mit rd. 1 450 qm Gesamtnutzfläche für einen mehrstelligen Millionenbetrag von privat erworben. Langfristiger Hauptmieter auf 560 qm ist der Textilfilialist **Hennes & Mauritz**. Weitere Flächen werden als Büros sowie vom Musikhaus **Schlaile** genutzt

Soest: Nachdem niederländische Investoren in den vergangenen Monaten vermehrt Einzelhandelsobjekte in mittelgroßen deutschen Innenstädten erworben haben, vermittelte der Immobilienspezialist **Lührmann** ein dreigeschossiges Geschäftshaus mit 2 000 qm Nutzfläche (davon 800 qm Einzelhandel) in der Soester Fußgängerzone Brüderstraße von einem Privatbesitzer an eine niederländische Investmentgesellschaft.

Berlin-Mitte: Die US-Hähnchenbraterei **Kentucky Fried Chicken**, der amerikanische Kappenspezialist **New Era Cap** sowie das Berliner Unternehmen **Orlando Schuhe** eröffnen Ladenlokale in Berlin-Mitte. Das Maklerunternehmen **Kemper's** hat die Flächen vermittelt.



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 7 von 16

Deals

Die Hamburger Edeka beteiligte sich nur ganz begrenzt an den Übernahmen und konzentrierte sich vielmehr darauf, ihr Supermarktnetz auszubauen und dabei auf das genossenschaftliche Prinzip mit **Partnerschaftsmodellen** zu setzen: die Verbindung von Einkaufsmacht durch die Zentrale mit der unternehmerischen Kreativität des selbstständigen Kaufmanns vor Ort. Durch den zentralen Einkauf holte Edeka für die selbstständigen Kaufleute bessere Einkaufskonditionen heraus. „Aber“, so die Erfahrung der Hamburger, „bei den kleinen Märkten haben die selbstständigen Kaufleute eindeutige Vorteile“. In diesem Marktsegment hat Edeka mit seinen 4 800 selbstständigen Kaufleuten, die fast 50 % des Einzelhandelsumsatzes erzielen, heute zweifellos einen Wettbewerbsvorteil. Ihre Umsätze verbesserten sich laut Edeka 2007 um 11 % auf 15 Mrd. Euro, auf bereinigter Fläche, also ohne Flächenausweitung, stiegen die Erlöse noch um 4 %, während der deutsche Lebensmittelhandel einen Rückgang von 0,4 % verzeichnete. Insgesamt konnte Edeka (u.a. inkl. **Marktkauf** und **Netto**) im Jahr des 100. Jubiläums den Einzelhandelsumsatz um 4,5 % auf 31 Mrd. Euro steigern.

Der einzig spektakuläre Deal der Hanseaten im Zuge der Fusionswelle war die Beteiligung an der Bielefelder **AVA AG** mit ihren **Marktkauf-SB-Warenhäusern**, wodurch das Einkaufsvolumen deutlich gesteigert werden konnte. Daneben hatte die Edeka-Gruppe noch die Berliner **Reichelt-Gruppe** übernommen.

Obwohl das Unternehmen als **Edeka Zentrale AG & Co KG** firmiert, sind die genossenschaftlichen Strukturen noch deutlich erkennbar. Denn während die Kölner Rewe den Konzern stärker gestraft hat, ist die Edeka mit ihren 9 regionalen Edeka-

Italien: Henderson Global Investors hat für seinen geschlossenen italienischen Einzelhandelsfonds **Azzurro 4** Handelsimmobilien mit 23 000 qm Fläche im Wert von rund 145 Mio. € erworben. Dazu zählen der Komplex **Le Robinie**, bestehend aus einer Shopping-Gallery und einem Fachmarktzentrum in der Nähe von **Brescia**, ein Shopping Center in **Castrofilippo**, Sizilien, und ein Fachmarktzentrum in **Ancona** in der Lombardei. Derzeit verhandelt Henderson über weitere Immobilienobjekte für Azzurro im Wert von 417 Mio. € Mio



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 8 von 16

Unternehmens News

Lührmann erzielte 2007 Rekordumsatz

Die **Lührmann-Gruppe** aus Osnabrück, konnte nach eigenen Angaben das Geschäftsjahr 2007 mit einem **Rekordumsatz** von mehr als 18,1 Mio. Euro abschließen. Damit lagen die Erlöse um 6,4 Mio. Euro oder 54,7 % über dem Vorjahreswert von 11,7 Mio. Euro. Rekordzahlen erzielte Lührmann mit dem Verkauf von **Geschäftshäusern in 1A-Lagen**. Darauf entfallen mit rd. 9,1 Mio. Euro Provisionsumsatz 50 % der Erlöse. Im Bereich Vermietung stieg der Umsatz um knapp 54 % auf 7,2 Mio. Euro. Insgesamt vermittelte Lührmann 275 Ladenlokale und Geschäftshäuser, ca. 22 % mehr als 2006. Die Anfang 2007 gegründete **Projektgesellschaft** erzielte laut Lührmann 10 % des Gesamtumsatzes. Die Zahl der Mitarbeiter stieg bis Februar 2008 um 24 auf 107. Eigentümer und geschäftsführender Gesellschafter **Dierk Lührmann** wertet das hohe Umsatzwachstum als großen Erfolg, da das Ergebnis 2006 bereits um 80 % gewachsen war und nochmals gesteigert werden konnte.

Deals

Arnsberg-Neheim: Der Mobilfunkanbieter **Vodafone** wird im Laufe des 2. Quartals ein neues Ladenlokal in der Fußgängerzone von Arnsberg-Neheim beziehen. **Brockhoff & Partner**, Essen, vermittelte den Mietvertrag für die ca. 110 qm in der Hauptstraße 54.

Genossenschaften unter der Zentrale sehr dezentral aufgestellt, was bisweilen zu recht langen Entscheidungswegen führt, wie Lieferanten der Edeka zu berichten wissen.

Als Alfons Frenk, der zuvor Chef der AVA und davor der stärksten Edeka-Genossenschaft **Minden-Hannover** war, 2003 an die Spitze der Edeka-Zentrale in Hamburg wechselte, änderte sich die Strategie grundlegend. Optisch war das schon daran abzulesen, dass die vorher eher schmale Presseabteilung ausgebaut wurde. **Vor allem aber verfolgte Frenk eine für die Edeka ungewohnt offensive Expansionsstrategie – beinahe so, als wollte er vieles nachholen.** So übernahm er die AVA AG vollständig und kaufte der französischen **Intermarché** die defizitäre **Spar-Handels-AG** ab. Damit kam er in den Besitz der vor allem in Süddeutschland bekannten Netto-Discounter und fädelt die Fusion zwischen **Netto** und den **Plus-Märkten** von **Tengelmann** ein. Auch bei den **Extra-Märkten** von **Metro** bot er mit - auch wenn er gegen Rewe das Nachsehen hatte - und es machten sogar Gerüchte die Runde, dass er die Übernahme der ganzen Rewe-Gruppe anstrebe.

Mitte Februar hat der 57-jährige Frenk kurzfristig zum 30. April seinen Rücktritt aus familiären Gründen angekündigt, weil seine Frau ernsthaft erkrankt ist. Dass schnell

Gerüchte aufkommen, tatsächlich hätten andere Gründe den Ausschlag für Frenks Ausscheiden gegeben, liegt auf der Hand, angesichts des drastischen Kurswechsels, den er bei der eher behäbigen Edeka eingeschlagen hatte. **Doch ob tatsächlich unternehmensinterne Gründe den Ausschlag gegeben haben, dürfte sich sehr leicht ablesen lassen, an dem Kurs, den Franks Nachfolger künftig einschlagen wird:** Am 1. Mai übernimmt der bisherige Edeka-Finanzvorstand **Markus Mosa** (40) den Chefsessel. Er war früher bei der Spar Handels-AG und hier seit 2001 Geschäftsführer des Discounters Netto. In der Pressemitteilung versichert Edeka, dass Mosa für Kontinuität an der Spitze und die konsequente Fortsetzung der Strategie stehe. Es wird also spannend bleiben bei Edeka.



Markus Mosa

Deutsche EuroShop erwartet 2008 einen Wachstumsschub

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die im M-Dax notierte **Deutsche EuroShop AG (DES)** aus Hamburg plant für 2008 ein Wachstum mit zweistelligen Raten. Nach Angaben des Bestandshalters von Shopping Center soll der Umsatz im laufenden Jahr um 17 % auf 110 bis 113 Mio. Euro steigen, das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 20 % auf 90 bis 92 Mio. Euro und das Vorsteuerergebnis um 19 % auf 43 bis 45 Mio. Euro. Wesentlicher Grund für die stattlichen Zuwächse im laufenden Jahr sind die Eröffnung der beiden voll vermieteten innerstädtischen Shopping Center in **Hameln** und **Passau**. Wie Vorstandssprecher **Claus-Mathias Böge** dem Wirtschaftsmagazin **€uro** sagte, sieht der Zielkorridor bis 2012 vor, dass der Umsatz jährlich im Schnitt mit einstelligen und der Gewinn vor Zinsen und Steuern mit zweistelligen Raten wächst.

Das Hamburger Unternehmen erwartet auf Basis der vorläufigen Ergebnisse für 2007 und unter Berücksichtigung der Bewertung der Shoppingcenter-Immobilien für das abgelaufene Jahr zum 31.12. 2007 ein Konzernergebnis nach Anteilen Dritter von über 93 Mio. Euro (2006: 100,3 Mio. Euro). Wie es in der Ad-hoc-Mitteilung weiter heißt, entspreche das einem unverwässerten Gewinn je Aktie von 2,71 Euro. Der Umsatz lag laut DES mit 95,7 Mio. Euro um 3 % über dem Vorjahreswert. Bei einem Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von über 76 Mio. Euro lag das operative Ergebnis vor Steuern (EBT) bei rund 37 Mio. Euro und das Bewertungsergebnis bei über 45 Mio. Euro. Laut DES sind alle Center um etwa 3,1 % aufgewertet worden. Der Net Asset



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 9 von 16

Unternehmens News

Kölner Rewe will 350 Märkte eröffnen

Die Kölner **Rewe-Gruppe** will 2008 in Deutschland 350 neue Märkte eröffnen, die Hälfte davon werden **Penny**-Discounter sein. Damit will Rewe-Chef **Alain Caparros** den Abstand von Deutschlands zweitgrößtem Lebensmittelkonzern zur Nummer eins, **Edeka**, verringern. Zugunsten der Inlandsexpansion soll die Ausweitung des Engagements in **Russland** oder der **Türkei** verlangsamt werden. Zunächst einmal wird die Übernahme der **Extra**-Märkte von **Metro** der Rewe einen Umsatzzuwachs von 1,6 Mrd. € bringen. Zudem hat Rewe-Chef Caparros auch sein Interesse an einigen Auslands-töchtern von **Plus** bekundet. Bekanntlich sind diese von der Kooperation zwischen **Netto** und Plus ausgenommen. Im Gegensatz zu Edeka ist Rewe auch stark im Ausland vertreten und erzielt hier 30 % der Erlöse. Rewe, die zudem noch im Bereich Baumärkte, Elektrofachmärkte und im Tourismus vertreten ist, konnte laut Caparros den Umsatz 2007 um 5 % auf 45 Mrd. € steigern. Dabei lag das Wachstum im Ausland bei 9 % und im Inland bei 4 %.

Deals

Arnsberg-Neheim: Das auf Herrenmoden spezialisierte Filialunternehmen **Engbers** wird im 2. Quartal in das ca. 105 qm große Ladenlokal in der Hauptstraße 44 in der Fußgängerzone von Arnsberg-Neheim umziehen. **Brockhoff & Partner**, Essen, vermittelte.

Value (NAV) je Aktie stieg von 25,53 Euro um 5,4 % auf 26,90 Euro.

Die endgültigen Zahlen für 2007 werden am 18. April 2008 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz in Hamburg veröffentlicht.

Leipzig und Dresden gewinnen bei Mieten den Anschluss an die Top 10 in Deutschland – München fast uneinholbar

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die positive Entwicklung auf dem Markt für Einzelhandelsimmobilien wird sich nach Einschätzung von Bert Pfeffer, Bereichsleiter Nord des Maklerunternehmens Brockhoff & Partner in Essen, auch 2008 fortsetzen. **Sollten sich die Prognosen bewahrheiten, die in diesem Jahr von einem Anstieg der Kaufkraft und damit von einer Verstärkung der Binnenkonjunktur ausgehen, dann werde sich das positiv auf Einzelhandel und Handelsimmobilien auswirken, ist der Experte überzeugt.**

Doch bekanntlich entwickeln sich die Mietpreise in den Regionen Deutschlands recht unterschiedlich. Die drei Spitzenreiter sind nach Feststellung von Brockhoff & Partner München, Stuttgart und Köln, wobei die bayerische Landeshauptstadt, wie Pfeffer es formuliert, „in Deutschland das Maß aller Dinge ist“. In München ist die Arbeitslosigkeit relativ niedrig und die durchschnittlichen Einkommen je Einwohner mit 26 648 Euro - und damit die Kaufkraft - höher als in anderen deutschen Städten. Hinzu kommen die zahlreichen Messebesucher und etwa 100 Mio. Touristen und Geschäftsreisende, die sich in der Bayern-Metropole einfinden und reichlich Geld im Einzelhandel ausgeben. München sei ein idealer Standort für Einzelhändler, so Pfeffer. Brockhoff hatte in der Kaufinger Straße einen **Benetton**-Flagship-Store vermittelt, der sich nach Angaben des Unternehmens zum Publikumsmagnet entwickelt hat. So kann laut Pfeffer ein kleines Ladenlokal mit 60 qm Fläche in der Spitze einen Preis von 275 Mio. Euro erreichen. In Stuttgart liegt die Spitzenmiete bei 220 Euro/qm und in der Rheinmetropole Köln bei 215 Euro. Es folgen Frankfurt/Main mit gleichfalls 215 Euro und Hamburg mit 200 Euro.

Während die meisten Metropolen Deutschlands von ihrem großen Einzugsgebiet profitieren, weil die nächste vergleichbare Einkaufsstadt einige hundert Kilometer entfernt ist, finden sich in Nordrhein-Westfalen gleich mehrere Top-Einkaufsstädte auf engem Raum nebeneinander – wie die sprichwörtlichen Perlen an der Kette. „Dass sich hier auf relativ engem Raum so viele starke Einzelhandelszentren etablieren können“, so Brockhoff-Manager Pfeffer, „liegt an der ungeheuren Bevölkerungsdichte im Rheinland und im Ruhrgebiet.“ Mit insgesamt 10 Mio. Menschen ist die Rhein-Ruhr-Region das größte Ballungsgebiet Europas. So finden sich neben der teuersten Stadt der Region, Köln, mit Düsseldorf (130 – 195 Euro/qm für Objekte zwischen 60 und 120 qm), Dortmund (130 – 185 Euro/qm) und Essen (115 – 152 Euro/qm) insgesamt vier Städte, die zu den zehn teuersten in Deutschland gehören.

Erfreulich ist, dass mit Leipzig und Dresden auch zwei ostdeutsche Städte den Anschluss an die deutsche Spitzengruppe gewinnen. Während es die alte Handelsstadt Leipzig mit Spitzenmieten bis 95 Euro bereits auf Rang 10 geschafft hat, liegt Dresden mit 82 Euro je qm in der Spitze für eine Top-Fläche knapp dahinter auf Rang 11. Allerdings, so Pfeffer, sei der Abstand zu Essen auf Rang 9 mit 50 Euro noch beachtlich. Das Essener Maklerunternehmen glaubt langfristig aber an die Zukunft der beiden Metropolen in Sachsen.

Moderater sind die Mietpreise in anderen ostdeutschen Städten. So beziffert Brockhoff



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 10 von 16

Unternehmens News

C & A ist Partner bei Heidi Klums Topmodels

Zum Start der dritten Staffel von **Heidi Klums** Mode-Casting-Show am 28. Februar startet die Mode-Kette **C & A** eine Zusammenarbeit mit dem TV-Sender **ProSieben** und **MM MerchandisingMedia**. Nach Mitteilung des Düsseldorfer Unternehmens ist C & A offizieller Partner der Sendung „**Germany's next Topmodel**“ und hat die Lizenz für eine gleichnamige **Modekollektion** erworben. Die Kollektion entsteht nach dem Unternehmens-Motto: „Design muss nicht teuer sein“ und besteht aus lässiger Sportswear sowie topmodische Accessoires. Angeboten wird die „Germany's next Topmodel“-Kollektion in den C & A-Filialen, die Aktion ist zeitlich begrenzt. Der Verkauf startet am 29. Februar.

Deals

Oldenburg: Die **Hamborner Aktiengesellschaft** hat das Geschäftshaus Lange Straße 74 in Oldenburg an die Düsseldorfer **Centrum Grundstücks-gesellschaft mbH** verkauft. Mieter ist die Drogeriekette **Ihr-Platz. Comfort** vermittelte den Kaufvertrag.

Hamburg: Die Fotogalerie **Lumas** zieht vom **Stilwerk** in Hamburg in die ABC-Straße 51. Mit einer Ausstellungsfläche von ca. 130 qm wird die Galerie am 30. Mai 2008 eröffnet. **CB Richard Ellis (CBRE)** vermittelte. Lumas bietet Fotokunst von über 120 anerkannten Fotografen zu moderaten Preisen in 9 Galerien in **Deutschland**, den

& Partner die Mietspanne für kleinflächige Ladenlokale in Erfurt mit 38 – 62 Euro je qm, in Rostock mit 38 bis 54 Euro, in Schwerin mit 23 – 32 Euro und in Chemnitz mit 25 – 47 Euro. In Stralsund sind es nur noch 20 – 30 Euro.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Mieten-Entwicklung für Geschäfte in Top-Lagen von München, Berlin oder Stuttgart genauso anziehen, wie in den neuen Ländern.

Dubai setzt bei Shopping Malls Weltmaßstäbe

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin Handelsimmobilien Report

Weltweit vollziehen sich die Wachstumszyklen immer schneller. Doch wer die Entwicklung im Zeitraffer erleben will, der muss in die **Vereinigten Arabischen Emirate**



**Wolf. Jochen
Schulte Hillen**

in der Süd-Ost-Ecke der arabischen Halbinsel gehen - und hier insbesondere nach **Dubai**. Was sich in anderen Ländern normalerweise in zehn Jahren entwickle, vollziehe sich hier in nur zwei Jahren, so die Erfahrung von **Wolf Jochen Schulte-Hillen**, Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft **SH Selection** in **Laer** bei Münster über die Region, die in etwa so groß ist wie Schottland: Jeder 5. Baukran der Welt ist in Dubai eingesetzt, die Wirtschaft wächst jährlich um 10 %, die Bevölkerung um 8 %, der Tourismus um 14 % und die Einzelhandelsfläche um 50%. „Im Radius von 3 bis 4 Flugstunden leben etwa 2 Mrd. Menschen“ zählt der Experte für die arabische Region

weiter auf. Die Amtssprachen sind Arabisch und Englisch; Kalenderwoche und Arbeitszeit wurden inzwischen umgestellt und so die Einbindung Dubais mit 1,5 Mio. Einwohnern in die Weltwirtschaft forciert.

In der **Dubai Internet City**, einer der Sektoren in der Dubai Freihandelszone, haben sich seit 1999 auf gut 160 ha namhafte Spieler der IT-Branche wie **Microsoft**, **Cisco**, **Oracle**, **Hewlett Packard** sowie **Siemens** angesiedelt. In der **Dubai Knowledge City** studieren schon 10 000 der geplanten 25 000 Studenten an 20 Zweigstellen internationaler Universitäten, darunter sind Namen wie **Harward** und **Oxford**. Der geplante Flughafen **Dubai World** soll doppelt so groß werden wie der jetzige und 2010 etwa 20 Mio. Passagiere abfertigen können. Die Healthcare City, die aktuell gebaut wird, soll 350 Kliniken, Praxen und Krankenhäuser für 35 000 Patienten umfassen.

Das bildet durchaus ein gutes Fundament für den dynamischen Aufbau eines modernen Einzelhandelssektors, der sich – wie in der Wüstenregion kaum anders zu erwarten – über die Errichtung und Erweiterung von Shopping Center sowie großer Malls vollzieht. „**Das Leben Dubais findet in Malls statt**“, macht auch Schulte-Hillen deutlich, der gleichzeitig aber auch froh darüber ist, dass die traditionellen Souks (arabischen Märkte) erhalten bleiben. **Im Shopping-Center-Segment setzt Dubai, das zeigen Zahlen und Beispiele, Weltmaßstäbe:** Das erste – noch bescheidenere - Center mit modernem Mix wurde mit dem **AL GHURAIR** vor 20 Jahren errichtet und inzwischen modernisiert und erweitert. Einige weitere Center bewegen sich auch in der hierzulande üblichen Dimension von 25 000 qm. Aber das jüngst renovierte und erweiterte **Bur-Juman Center**, das als „die“ **Luxury Fashion Destination Dubais** gilt, bringt es schon auf 70 000 qm, das **Deira City Center** auf 140 000 qm. Hier unterhält die französische **Carrefour**, die bisher als einziger westeuropäischer Lebensmittelanbieter in Dubai mit 10 Märkten vertreten ist, einen Markt mit 56 Kassen und erzielt laut Schulte-Hillen einen Tagesumsatz von ca. 1 Mio. \$.

Dass es bei den Mega-Malls vor allem darum geht, die Welt in die Wüste nach Dubai zu holen, zeigt die „**Mall of the Emirates**“, mit 240 000 qm derzeit eine der weltgrößten Malls. Neben den 400 westlichen und arabischen Geschäften, Gastronomie, Hotel und Kinos gibt es eine 400 m lange Ski-Piste. Die „**Dubai Mall**“ wird es bei ihrer Eröffnung in diesem Jahr laut Schulte-Hillen zunächst auf 520 000 qm bringen und nach ihrer kompletten Fertigstellung auf 930 000 qm und die größte der Welt sein. **Gar eine „Stadt in der Stadt“ wird die Dubai Festival City bilden, die sich 4 km am Dubai**



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 11 von 16

Unternehmens News

Hertie-Zentrale zieht nach Gladbeck um

Ein Jahr nach der Umstellung auf die Marke **Hertie** im März 2007 konnte das Unternehmen seinen Umzug in die neue Zentrale in **Essen-Kettwig** abschließen. Das Gebäude bietet Platz für die 130 Mitarbeiter. Laut **Mark Rahman**, Geschäftsführer und CFO „konnten mit dem Umzug in die neue Zentrale der Vertrieb und die Verwaltung zusammen gelegt werden. Diese Aufgaben waren bislang auf drei Standorte in **Gladbeck** und **Marl** verteilt.“ Zudem wird die Modernisierung der Häuser fortgesetzt. Als nächstes wird die Hertie-Filiale in **Neustadt** erneuert. Dabei wird das Warenangebot um **neue Marken-Shops** sowie Schuhe, Spielwaren, Schreibwaren und weitere Abteilungen erweitert, die im Rahmen von neuen Partnerschaften beliefert werden.

Personalien

Herzberger ergänzt Karstadt-Vorstand

Im Zuge der Neuausrichtung erweitert **Karstadt**-Chef **Peter Wolf** (49) die Geschäftsführung des Warenhausunternehmens. So übernimmt **Stefan W. Herzberg** (42) ab 1. März den Bereich Vertrieb. Er war zuletzt stellv. Vorsitzender der Geschäftsführung von **neckermann.de** und davor Vorstand der **Kaufhof Warenhaus AG**, zuständig für den Bereich Verkauf. Weitere Karstadt-Geschäftsführer sind **Jan-Christoph Maiwaldt**, **Dr. Emmanuel Siregar** und **Heinz Thünemann**.

Creek im Herzen des Emirats entlang zieht. 17 Mio. qm wird die Nutzfläche bei ihrer Fertigstellung 2011 umfassen, davon sind ca. 250.000 qm mit 500 von über 600 geplanten Stores bereits eröffnet sowie der **Canal Walk** mit über 40 Restaurants und Cafés am Wasser. 12 Center sind bereits eröffnet oder werden in den nächsten beiden Jahren ihre Tore öffnen. Nach Prognose des **Middle East Council of Shopping Centers** werden sich die Centerflächen in Dubai, die 2006 bei 743 000 qm lagen, bis 2009 auf 2,23 Mio. qm erhöhen. Darin ist die Dubai Festival City nicht eingerechnet.

Dass die internationalen Einzelhändler wachsendes Interesse an der prosperierenden Wüstenregion zeigen, liegt auf der Hand. Zumal die Rahmenbedingungen den Einstieg erleichtern. Unternehmensgründungen dauern laut Schulte-Hillen weniger als eine Woche, Behördengänge werden abgenommen, Autozulassungen, Visa und Arbeitsgenehmigungen erledigt das Wirtschaftsamt in wenigen Stunden und auch die politischen Rahmenbedingungen sind stabil. **Unternehmens- und Einkommenssteuer sowie Handelsbarrieren gibt es nicht. Und die Geschäfte dürfen täglich 24 Stunden öffnen.**



Allerdings empfiehlt der Mittel-Ost-Experte, den Markt auch nicht zu unterschätzen, sich einen starken und verlässlichen heimischen Partner zu suchen und nach gründlichen Marktanalysen die eigene Identität und Nische zu finden: „**Auch in Middle East läuft nichts automatisch, trotz der riesigen Frequenz und hohen Kaufkraft. Leider präsentieren sich auch viele deutsche Firmen nicht optimal.**“ Einer der möglichen Partner ist aus seiner Sicht die breit aufgestellte **Al Futtaim Group**, die in der Region führende Marken wie **Toyota, Lexus, Volvo, Panasonic** aber auch **Esprit Timewear, Ikea, Intersport** sowie **Marks & Spencer** repräsentiert.

Laut Schulte-Hillen gibt es für Einzelhändler zahlreiche Möglichkeiten, mit der Al Futtaim Group zu arbeiten, beispielsweise über Lizenzen, Joint Ventures oder auch einfache Service Partnerschaften in Bereichen wie Logistik oder Immobilien.

Viele westliche Marken haben bereits den Weg nach Dubai gefunden wie **Esprit, New Yorker, Mango, Adidas, Puma, Hugo Boss, Lacoste, Aigner, Betty Barclay** oder **Gerry Weber** im Modebereich und natürlich fast alle Luxury Labels wie die Marken von **LVMH** oder **PPR Group, Burberry, Escada** und **D&G**. Im Bereich Kosmetik sind Namen wie **Sephora, Paris Gallery** oder **The Body Shop** und **Biotherm** zu nennen, bei Multimedia etwa **Bose, Bang & Olufsen** sowie **Braun** und im Bereich Living **Villeroy & Boch, Ikea** oder **British Stores**.

„**Fast alle führenden Unternehmen planen ihren Einstieg in Dubai**“, fasst Schulte-Hillen zusammen. So auch eine wachsende Zahl von Discountern, die Arbeiter und Emigranten als Zielgruppe anpeilen, viele führende Unternehmen aus dem Mittel-Preis-Segment und im Premium-/Luxus-Segment sind alle dabei. **Bedarf besteht aus Sicht des Mittel-Ost-Experten vor allem im gehobenen westlich orientierten Lebensmittel-Einzelhandel, der am schwächsten besetzt ist.** Neben der französischen Carrefour dominiert **Spinney's**, die führende Supermarkt-Kette aus **Ägypten**, den Markt. Nach Schulte-Hillens Urteil ist das Angebot der westlichen Händler in den Bereichen Produkt und Marketing aber durchaus noch verbesserungsfähig.

Gladbecks City punktet mit Sport, Hobby und Textilien

Ulrich Lilienthal, Bereichsleiter bei Brockhoff & Partner

Die 80 000 Einwohner-Stadt **Gladbeck** liegt im nördlichen Ruhrgebiet, etwa eine halbe Autostunde von **Essen** entfernt, das u.a. mit dem neuen Shopping Center am **Limbecker Platz** gerade versucht, den Handelsstandort aufzuwerten. Auch über ein größeres Einzugsgebiet verfügt Gladbeck nicht, da die angrenzenden Städte wie **Dorsten**,



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 12 von 16

Veranstaltungen

World Retail Congress in Barcelona

Vom 9. bis 11. April 2008 findet in Barcelona der **World Retail Congress** statt. Der Kongress versteht sich weltweit als ein Highlight des Einzelhandels. Im Rahmen der dreitägigen Konferenz werden hochrangige Sprecher einen vertiefenden Einblick in die dynamische und sich rasch wandelnde Welt des Einzelhandels und der Verbraucher geben.

Sonstiges

JLL-Gewerbeimmobilien: Mehr Preisklarheit 2008

Die Direktinvestitionen in Gewerbeimmobilien erreichten laut **Jones Lang LaSalle** 2007 europaweit 244,1 Mrd. €, 4 % weniger als 2006. Während das Transaktionsvolumen in Kontinentaleuropa anhaltend stark war und um 7 % auf 173 Mrd. € stieg, ging das Volumen in Großbritannien um über 22 % auf 71 Mrd. € zurück. Deutschland erreichte mit 55 Mrd. € dagegen ein Allzeithoch. „Wir gehen für 2008 von einem Transaktionsvolumen von etwa 45 Mrd. € aus. Zudem dürften sich die Renditen um weitere 10 bis 15 Basispunkte aufwärts bewegen“, so **Marcus Lemli**, Leiter **Capital Markets** Deutschland. Es werde wieder mehr Klarheit bei den Preisen geben und das Vertrauen zurückkehren. Trotzdem muss mit einem Rückgang des europäischen Transaktionsvolumens um bis zu 25 % gerechnet werden, als Folge fallender Preise und verlangsamter Investitionstätigkeit im ersten Halbjahr.

Bottrop und **Gelsenkirchen-Buer** selbst über entsprechende Einkaufszonen verfügen. Dennoch ist das Interesse regionaler wie überregionaler Filialisten recht groß. Um die beiden Läden, die **Brockhoff & Partner** derzeit im Angebot hat, bewerben sich gleich fünf Interessenten. In einer Stadt wie Essen ist nach unserer Erfahrung der Andrang geringer. Die Mieten liegen in Gladbeck bei den kleinteiligen Läden (60-120qm) bei 33 bis 50 Euro je qm und bei den größeren (120 bis 240 qm) bei 30 bis 33 Euro je qm

Nach einer Studie der **Cima Stadtmarketing GmbH** aus Köln ist die Handelszentralität der Stadt mit einem Wert von 98 jedoch „vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbs- und Siedlungsstrukturen insgesamt als gut zu bezeichnen“. Die gute Position fußt aus Sicht der Marktforscher „in erster Linie auf der überörtlichen Kaufkraftbindung in den Segmenten Bekleidung, Sportgeräte, Hobbybedarf und Heimtextilien“. Hier gelingt es Unternehmen wie **Pieper Sport- und Freizeitmärkte** oder dem Einrichtungsspezialisten **Wegener & Gerwert** über das Marktgebiet hinaus Kaufkraft aus dem Umland zu binden. In diesem Segmente liegt die **Marktaberschöpfung**, das ist die Position, die der Einzelhandel im gesamten Verflechtungsraum hat, bei über 100.

Auch die Positionierung des Gladbecker Textileinzelhandels und die Nahversorgungssituation werden von Cima als gut bezeichnet. **Die Kaufkraftzuflüsse von etwa 46,5 Mio. Euro rekrutieren sich nach Feststellung der Marktforscher aus Bottrop-Kirchhellen und dem nördlichen Stadtgebiet von Gelsenkirchen mit den Stadtteilen Buer, Scholven und Hassel.** Insgesamt liegt der Umsatz des Gladbecker Einzelhandels bei 381,6 Mio. Euro.

Auf der anderen Seite verzeichnet die Stadt auch Kaufkraftabflüsse, die Cima mit 53,4 Mio. Euro beziffert, in Richtung **Essener City, Centro** sowie die überregionalen Möbelstandorte **Bottrop, Essen, Oberhausen** und **Dorsten-Wulfen**. Vor allem im frequenzbringenden Segment Elektro-/Unterhaltungselektronik und PC finden die Gladbecker in ihrer Stadt offenbar kein hinreichendes Angebot und geben 18,2 Mio. Euro in anderen Städten aus, so dass es aus Sicht der Cima-Experten empfehlenswert sein könnte, diese Angebotslücke zu schließen.

Das Hauptinteresse der Mieter richtet sich in Gladbeck – wie in anderen Städten auch – auf die 1a-Standorte. Die Top-Lage ist die Fußgängerzone **Hochstraße** in dem Teilstück von **Hertie** sowie **C&A** bis zur Ecke **Horster Straße**. Hier haben sich Filialisten wie **dm-Drogeriemarkt, Douglas, Stadt-Parfümerie Pieper, engbers, Tchibo** sowie diverse Telekommunikationsanbieter eingemietet. In diesem Teil der Fußgängerzone ist die Nachfrage nach Ladenlokalen seitens der überregionalen Filialunternehmen besonders hoch. **Speziell Ladenlokale von 200 qm aufwärts sind sehr gefragt.** Diese Nachfrage kann jedoch nur schwer gedeckt werden, da der größte Teil der Flächen auf die Größenordnung von 80 bis 200 qm entfällt. **Und die wenigen größeren Flächen kommen nicht auf den Markt, da die Mieter daran festhalten.**

Auch der hohe Filialisierungsgrad von etwa 80 % zeigt, dass vor allem Filialunternehmen das Einzelhandelsbild in Gladbecks Top-Lage prägen und dass die Stadt bei dieser Klientel sehr gefragt ist. Allerdings haben internationale Filialisten ihr Interesse an der Stadt noch nicht entdeckt.

Der verbleibende Teil der Hochstraße bis zum **City Center Gladbeck** ist als sehr gute Laufflage zu bezeichnen. Auch hier haben sich noch einige Filialunternehmen wie etwa **Fielmann, Arcor, Kik** und die **Citibank** angesiedelt. Allerdings sind die heimischen Einzelhändler hier in der Überzahl, der Filialisierungsgrad liegt bei rund 30 %. Der Standort des sich direkt an die Hochstraße anschließenden **City Centers Gladbeck** bewegt sich in der Kategorie „gute Laufflage“ bis „1-b-Lage“. Hier ist die Frequenz deutlich schwächer als in der oben erwähnten 1-a-Lage.

Das relativ kleine Shopping Center mit drei Etagen, auf denen sich Anbieter des tägli-



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 13 von 16

Sonstiges

Fachdiscounter zieht es in die Innenstädte

Der klassische Standort von Fachdiscountern wie **Kik** oder **Schlecker** war früher das Stadtteilzentrum oder die grüne Wiese. Das ist vorbei: „Immer häufiger zieht es Fachdiscounter heute in Innenstadtlagen“, so **Bert Pfeffer**, Bereichsleiter Einzelhandel Nord bei dem bundesweit aktiven Essener Immobilien-Unternehmen **Brockhoff & Partner**.

„Wenn der Preis stimmt, haben auch diese Unternehmen ein großes Interesse an 1a-Lagen in Mittelstädten.“ Dort ersetzen sie laut Pfeffer zunehmend die traditionellen Einzelhändler: „Vor allem Fachdiscounter aus dem Textilbereich zieht es in die Fußgängerzonen. Sie schließen dort die Lücke, die der Rückzug der inhabergeführten Textil-Fachgeschäfte hinterlassen hat.“ Während sich die hochpreisigen Angebote zunehmend in den Innenstädten der Großstädte konzentrieren, gibt es vor allem in Klein- und Mittelstädten oftmals keinen Textil-Fachhändler mehr. „Der Markt ist dort für Fachgeschäfte zu klein geworden und der Druck aus den Ballungsgebieten zu hoch. Für eine Klientel, die nur eingeschränkt mobil und gleichzeitig sehr preisbewusst ist, sind die Fachdiscounter zu einer wichtigen Einkaufsmöglichkeit geworden.“ Marktführer **Kik** plant in den nächsten Jahren 11 000 neue Filialen, **Takko** jährlich über 100. Zudem hat sich mit **MäcGeiz** eine neue, discounterorientierte Generation von Kaufhäusern mit einem saisonal unterschiedlichen Nonfood-Angeboten etabliert.

chen Bedarfs im niedrigeren Preissegment angesiedelt haben, kann für dieses Teilstück der Hochstraße keine Magnetwirkung entfalten, da außer den Filialbetrieben aus den Bereichen Lebensmittel, Drogeriemarkt sowie Schreibwaren der ausgesprochene Magnetbetrieb fehlt, der zur Aufwertung dieses Teilbereichs beitragen könnte.

Eine weitere Fußgängerzone ist die **Horster Straße**, die von der 1-a-Lage Hochstraße bis zum Marktplatz führt. Direkt am Marktplatz lag eine Filiale von **Peek & Cloppenburg**, die jedoch zum Jahresende geschlossen wurde. Damit hat die Fußgängerzone, in der sich außer einigen wenigen Filialunternehmen überwiegend örtliche Einzelhändler angesiedelt haben, an ihrem Ende einen wichtigen Anziehungspunkt verloren. **Wer Nachmieter von P & C wird, ist noch offen. Von der Attraktivität dieses neuen Mieters wird aber sicherlich auch der Wert der Horster Straße abhängen.**

Coburg kämpft um sein neues Innenstadtkonzept

Manfred Schalk, Geschäftsführer der COMFORT München GmbH,

In Coburg scheinen Teile der Politik gegen große Teile der Wirtschaft zu kämpfen. Sinnbild hierfür ist ein Bürgerbegehren vom 22. April 2007, in dem sich die Mehrheit für das „**Neue Innenstadtkonzept**“ ausgesprochen hat. Das Konzept war von einer Gruppe einheimischer Unternehmer mit **Michael Stoschek** (Unternehmer der **Brose Gruppe**) an der Spitze, vorgestellt worden. In einigen Teilen der Politik fand das Konzept keine Zustimmung und es entfachten sich hitzige Diskussionen. Sie gipfelten in der Abspaltung eines Teiles der CSU-Ratsfraktion, nachdem das Bürgerbegehren zu Gunsten des „Neuen Innenstadtkonzepts“ ausgefallen war.

Dabei könnte in Coburg alles so einfach sein. Die Stadt hat durch starke Unternehmen (Brose, **HUK-Coburg**, etc.) eine gute Einnahmequelle. Auf Grund der geschichtlichen Entwicklungen – bis 1918 als Residenzstadt der Herzöge von Sachsen-Coburg bekannt – hat die Stadt atemberaubende Prunkbauten in sehr gutem Zustand, die jährlich zahlreiche Touristen anziehen, zu bieten.

Dass die Stadt gesund ist, zeigt sie deutlich. So wurde 2006 der Marktplatz, der von historischen Gebäuden umrahmt wird und den Startpunkt der 1A-Lage Spitalgasse bildet, aufwendig saniert. Cafés und Restaurants laden zum Verweilen und Flanieren ein. Spaziert man über die **Spitalgasse** in Richtung **Spitaltor**, so fallen die renovierte **Müller Drogerie** und das **WEKA-Kaufhaus**, ein lokaler Vollsortimenter, ins Auge. Neben dem WEKA-Kaufhaus steht - für Kenner des Einzelhandels sofort erkennbar - eine echten Besonderheit: Ein **Hennes & Mauritz-Store** mit kleiner Antrittsfläche und großer Verkaufsfläche im ersten Obergeschoss, welches nur über Stufen zu erreichen ist und sich über drei Häuser erstreckt (!). Filialisten wie **McDonalds**, **New Yorker** oder **Orsay** runden das Bild ab.



Spitalgasse Coburg

Die wirtschaftlichen Kennzahlen der Stadt Coburg müssen differenziert betrachtet werden. Zunächst ist festzuhalten, dass Coburg infrastrukturell sehr schlecht angebunden ist. Zwar ist man um Abhilfe bemüht, doch müssen Besucher, die nach Coburg kommen, z.T. insgesamt etwa 80 km Bundesstraße in Kauf nehmen. **Das hat im Umkehrschluss jedoch auch den Vorteil, dass die Kaufkraft zum größten Teil vor Ort bleibt, da es auch die Coburger mühselig finden, die Fahrt in andere Städte in Kauf zu nehmen. Ebenso ist das gesamte Umland stark auf die Einkaufsstadt Coburg angewiesen, weil Alternativen einfach zu schlecht zu erreichen sind.** Eine Umsatzkennziffer von 138,1, gepaart mit einer Kaufkraftkennziffer von 103,5 und einer Zentralitätskennziffer von 133,4 spricht eine deutliche Sprache. Für die Zukunft ist Coburg zu wünschen, dass sowohl Wirtschaft als auch Politik hier



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 14 von 16

Sonstiges

Professur für Handelsimmobilien

Im Sommersemester 2008 wird es den ersten **Lehrstuhl für Handelsimmobilien** in Deutschland geben. Darüber informierten die Geschäftsführung der **Internationalen Real Estate Business School (IREBS)** an der **Universität Regensburg** sowie die **mfi Management für Immobilien AG**, die die Stiftung für diese Professur übernommen hat. Für das Essener Unternehmen ist das universitäre Engagement eine strategische Entscheidung, um die Ausbildung von Fach- und Führungskräften der Immobilienbranche zu stärken.

City Guide von München

Mit dem **CityGuide München** veröffentlicht das Düsseldorfer Immobilienunternehmen **Kemper's** eine umfassende Studie zur aktuellen Situation des Einzelhandels in der Bayernmetropole. Er stellt auf 65 Seiten detailliert die sieben Top-Einzelhandelslagen Münchens und eine Vielzahl relevanter Nebenlagen vor. Etliche erstmals erhobene Kennziffern und anschauliche kartographische Darstellungen ermöglichen eine praxisnahe Markteinschätzung. Einen ersten Eindruck vermittelt die Beispielseite im Anhang. Der Kemper's CityGuide München ist in einer deutschen und englischen Version für je 49,00 Euro zzgl. 7 % MwSt. erhältlich. Bis Ende März 2008 gilt ein Subskriptionspreis von 39,00 Euro zzgl. MwSt. Weitere Infos unter www.kempers.net.

an einem Strang ziehen, um den Standort weiter nach vorne zu bringen. **Die Mietpreise in Coburg zollen dem** eher gemächlichen Treiben Tribut und verharren nach Beobachtung von Comfort schon seit Jahren auf etwa gleichem Niveau. Für kleinere Ladenlokale müssen Einzelhändler Mieten um 50 Euro/qm im Monat kalkulieren.

Prag – Erkenntnisse in einem reifen Shopping-Center-Markt

Manuel Jahn, GfK GeoMarketing GmbH/GfK Prisma Institut

Prag ist das dominierende wirtschaftliche, kulturelle und politische Zentrum des 1993 aus der Spaltung der **Tschechoslowakei** hervorgegangenen **tschechischen Staates**. Mit rd. 1,2 Mio. Einwohnern hat die Stadt nicht nur wegen ihrer internationalen touristischen Bedeutung den Rang einer **europäischen Metropole**, sondern auch auf Grund einer seit über 10 Jahren anhaltenden wirtschaftlichen Prosperität als Standort mit neu geschaffenen Arbeitsplätzen im Industrie- und Dienstleistungssektor. Zahlreiche internationale Unternehmen haben in Prag Dependancen und z.T. große Backoffice-Abteilungen aufgebaut. Waren zunächst recht niedrige Lohnkosten als maßgeblicher Standortvorteil auch bei unternehmensbezogenen Dienstleistungen zu sehen, herrscht mittlerweile Fachkräftemangel. Als Folge hat das Lohnniveau erheblich angezogen.

Beschäftigungsintensive Branchen orientieren sich von daher bereits in Richtung **Brünn** oder **Ostrava** mit ihren günstigeren Kostenstrukturen, während sich in Prag eine ausgewogene Großstadtoökonomie ausbildet, die von einer qualifizierten urbanen Mittelschicht getragen wird.

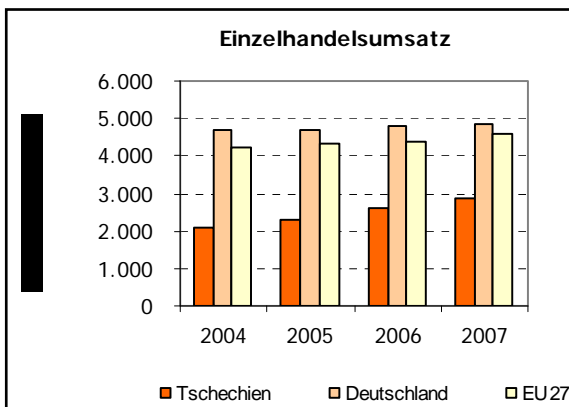
Tschechien zählt traditionell zu den Leadern der ehemaligen Comecom-Staaten Osteuropas und konnte diese Spitzenstellung auch nach der politischen und wirtschaftlichen Wende behaupten. Gemessen an der Einzelhandelskaufkraft (2007: rd. 2 860 Euro pro Kopf) liegt Tschechien weit vor seinen „Verfolgern“ **Slowakei** und **Polen**. Entsprechend hoch ist der Einzelhandelsumsatz.

In Prag stellt sich die wirtschaftliche Situation erwartungsgemäß noch freundlicher dar: So liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bei rd. 3 790 Euro pro Kopf p.a. (2007) und soll bis 2012 das heutige deutsche Durchschnittsniveau erreicht oder überflügelt haben. **Deshalb** besteht sowohl in Tschechien als auch in Prag ein besonders gutes Klima für Shopping-Center-Entwicklungen. So wird etwa seit 1998 eine unvermindert

hohe Zahl an Einkaufszentren fertig gestellt.

Prag verfügt damit heute über eine sehr hohe Shopping-Center-Ausstattung pro Einwohner, die nahezu an die Werte von **Warschau** heranreicht - und dies vor dem Hintergrund, dass Prag - anders als die polnische Hauptstadt - in einigen Stadtbezirken und vor allem in der Innenstadt über gewachsene Einzelhandelsstrukturen verfügt. Ähnlich wie in **Bratislava** und **Budapest** wurde die Genehmigung von Shopping Center durch die weitreichende Unabhängigkeit der Stadtbezirke begünstigt, die eigene Bürgermeister haben und entsprechend Vorhaben auf ihrem Territorium nach Kräften fördern.

In Prag gibt es rd. 30 Shopping Center mit mehr als 10 000 qm, die über eine Gesamtfläche von rd. 670 000 qm GLA (Bruttomietfläche) verfügen. Dennoch sind noch etwa 10 weitere Center mit rd. 350 000 qm GLA in der Pipeline, die bis 2012 realisiert wer-



In Prag gibt es rd. 30 Shopping Center mit mehr als 10 000 qm, die über eine Gesamtfläche von rd. 670 000 qm GLA (Bruttomietfläche) verfügen. Dennoch sind noch etwa 10 weitere Center mit rd. 350 000 qm GLA in der Pipeline, die bis 2012 realisiert wer-



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 15 von 16

Sonstiges

Kemper's erwartet 2008 steigende Mieten

Der Anstieg der Mieten für Einzelhandelsflächen in 1a-Citylagen gewinnt 2008 weiter an Dynamik. So prognostiziert das auf Handelsimmobilien spezialisierte Düsseldorfer Maklerhaus **Kemper's** im bundesweiten Durchschnitt einen Anstieg um rund 5,1 % (2007: + 2,5 %). In den **Big 7-Metropolen** liegen die Mieten danach um bis zu 40 € je qm über dem Vorjahreswert und sorgen in dieser Gruppe für einen durchschnittlichen Mietpreiszuwachs von 11 % (2007: + 5 %). Von den insgesamt 185 in West- und Ostdeutschland untersuchten Städten weisen **56 %** (2007: 36 %) **steigende, 43 % stabile und nur 1 % fallende Mieten** auf. In 24 Städten (2007: 21) ermittelt Kemper's Spitzenmieten von über 100 € je qm. An weiteren 50 Standorten lagen die Mieten bei 50 bis 100 € je qm.

Deals

Bünde/Lübbecke: An der Hangbaumstraße 2 in der westfälischen Stadt **Bünde** hat der Münchner Buchfilialist **Weltbild Plus** ein etwa 200 qm großes Ladenlokal angemietet. An der Langen Straße in **Lübbecke** haben sich der Mobilfunkanbieter **The Phone House** eine Verkaufsfläche von etwa 130 qm und ein Franchisepartner der internationalen Lifestyle-Marke **Esprit** ein Geschäft mit rd. 300 qm Verkaufsfläche gesichert. Die Eröffnung der Läden ist im Frühjahr geplant. **Lührmann** vermittelte die Mietverträge.

den sollen. Da der Versorgungsgrad schon seit längerem eine gewisse Marktreife erreicht hat, haben Überkapazitäten bereits sichtbare Auswirkungen auf einzelne Marktteilnehmer gezeigt. Die Realisierung von weiteren regional ausstrahlenden Zentren, allen voran das seit 12 Jahren geplante **ECE/Rodamco-Center Arkady Pankrac** (rd. 44 000 qm) sowie die **Lighthouse-Planung Galeria Harfa** (rd. 42 000 qm), aber auch weit vorangeschrittene Erweiterungsplanungen etablierter großer Center wie das **Metropole Zlicin** (CGI, rd. 55 000 qm) oder das **Centrum Cerny Most (Rodamco Unibail)**, rd. 53 000 qm) dürften den Wettbewerbsdruck nennenswert verschärfen.

Fünf Center mit insgesamt 150 000 qm GLA, allesamt Stadtteilcenter mit geringer „kritischer Masse“ und/oder konzeptionellen oder mikrostandörtlichen Schwächen, weisen mittlerweile eine schwache Performance oder erhebliche Leerständen auf. Hierzu zählen: **Centrum Stodulky, Eden, Novo Plaza, Sestka** sowie **Galerie Butovice**. Für letztere ist allerdings eine umfangreiche Restrukturierung und Neupositionierung in Vorbereitung. Die Anlage **Centrum Letnany** (Tesco Stores), mit rd. 60 000 qm GLA ein Riese, enttäuscht mit Blick auf die Performance insbesondere der Mode-Anbieter und entfaltet deshalb keine regionale Ausstrahlung.

Als klare Champions mit jeweils gutem Standort, starker Zugkraft, hoher Frequenz und guter Performance haben sich dagegen bisher die beiden Center **Centrum Chodov** (Rodamco Unibail, rd. 55 000 qm) sowie **Novy Smichov** (Ségécé, rd. 60 000 qm) in der Spitze etabliert. Das Novy wird in den kommenden Monaten (nach Ablauf zahlreicher fünfjähriger Mietverträge) einen durchgreifenden Mieterwechsel erleben und den Markenbesatz deutlich modernisieren.

Eine ganz eigene Klasse bildet das im gut situierten Stadtteil Prag 3 gelegene, kleine aber feine Shoppingcenter **Palac Flora** (Africa Israelian, rd. 22 000 qm), das GfK Prisma derzeit als das beste und erfolgreichste Stadtteilcenter Prags ansieht: Nahversorgungsfunktionen kombiniert mit einem Mix aus guten Marken auf überwiegend kleinteiligen Mietflächen haben das Center zu einem beliebten Stadtteiltreffpunkt gemacht.

Zu erwähnen bleibt schließlich noch das kürzlich eröffnete „Flaggschiff“ der Prager Center-Flotte: das **Palladium** (Hannover Leasing, rd. 58 000 qm). In guter Innenstadtlage mit Metro-, Fußgängerzonen- und Altstadtanbindung wurde ein vertikales Centerkonzept mit vier Retail-Levels und einem Gastronomie-Level umgesetzt. In der sehr hochwertigen und unzweifelhaft schönen Centerarchitektur muss der eher gängige Einzelhandelsbesatz sicherlich noch beweisen, dass er auch die hohen Umsatzerwartungen an diesem zentralen Innenstadtstandort erfüllen kann.

Fazit: Unabhängig von Sättigungstendenzen bleibt Prag ein interessantes Feld für Shopping-Center-Entwicklungen. Auch wenn Anzahl und Flächenausstattung schon überdurchschnittlich hoch sind, so hält sich die Qualität einiger Center der ersten und zweiten Generation soweit in Grenzen, dass ein Ausscheiden aus dem Markt kein Bedauern hervorrufen würde. Somit bleibt es mit Blick auf die sehr liberale Genehmigungspraxis in Prag dem freien Spiel der Kräfte überlassen, dass sich mit Realisierung neuer Projekte der dritten und vierten Generation die Qualität der Center insgesamt verbessern wird.

Analog zu den Erfahrungen aus anderen EU-Beitrittsstaaten ist auch in Prag zu berücksichtigen, dass sich ausgehend von einem grundsätzlich hohen Wachstum der Pro-Kopf-Ausgaben das Potenzial auf längere Sicht noch steigern wird. **Insofern hat Prag zu Recht** seinen festen Platz auf dem „Schirm“ internationaler Retailer und eignet sich auf Grund seiner Größe auch für den Aufbau von Filialnetzen.



Handelsimmobilien

Report Nr.16

Cities & Center & Developments

vom 29.02.08

Seite 16 von 16

Sonstiges

Flucht in Qualität – Wie sicher sind Handelsimmobilien noch?

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Kreditkrise hat die Spielregeln, nach denen der Markt für Einzelhandelsimmobilien besonders unter dem Einfluss ausländischer Opportunisten in den vergangenen beiden Jahren funktioniert hat, ziemlich durcheinander gewirbelt. Die Karten wurden neu gemischt. Seit Herbst lautet das Motto: „**Flucht in die Qualität**“. Deshalb diskutierte die Expertenrunde während des Heuer-Kongresses „**Handels Dialog**“ in Düsseldorf über die entscheidende Frage: „**Sind Investitionen in Einzelhandelsimmobilien noch sicher?**“ Zumal, wie Moderator **Werner Rohmert**, Herausgeber des „Handelsimmobilien Report“ gleich eingangs kritisch anmerkte, die Einzelhandelsfläche in Deutschland weiter wächst, obwohl der Einzelhandelsumsatz seit Anfang der 1990er-Jahre stagniert, **die Flächenproduktivität also deutlich zurückgeht**.

Noch bis Mitte 2007 konnten internationale Investoren mit kurzfristigem Ankauf und schnellem Wiederverkauf von Portfolios viel Geld verdienen. Das ist jetzt anders. In welcher Phase des Zyklus steht das Geschäft mit den Handelsimmobilien jetzt? Was sind die Sicherheitselemente dieses Marktsegments? **Gereon Kohlgrüber**, Direktor Investment der **AEW Europe** richtet den Blick über die Grenzen: „Wir hatten hier auch eine Yield-Compression, aber wenn man sich anschaut, was in **Russland** und **Rumänien** passiert, dann steht Deutschland noch gut da. Deutschland bietet relativ hohe Renditen bei relativ hoher Sicherheit.“ AEW Europe hatte in Deutschland u.a. das Salamander-Portfolio sowie das Sinn-Leffers-Paket gekauft und weiter verkauft. Wie auch andere internationale Investoren schätzen die AEW Europe an der Handelsimmobilie **die stabilen Cash-flows durch langfristige Mietverträge** und die **Bonität der deutschen Mieter**. Grundvoraussetzung ist natürlich die Robustheit der Immobilie.

Das besondere Potenzial des deutschen Einzelhändlers als Mieter sieht auch **Bernhard Schoofs**, Vorstandschef der **Hahn-Gruppe** in **Bergisch-Gladbach**, die seit 25 Jahren nur in Handelsimmobilien investiert: Immerhin hätten sich diese Unternehmen auf dem Markt mit dem weltweit härtesten Wettbewerb behauptet. Doch gilt es auch für die Immobilienunternehmen sich hier durchzusetzen. Das gelingt laut Schoofs dauerhaft nur dem, der eine gewisse Größe erreicht hat und gegenüber dem Einzelhandel eine starke Marktposition hat. Außerdem sind in diesem Marktsegment fundierte Kompetenz und ein gutes Asset Management unabdingbar: „Man muss heute schon versuchen, die Trends der Zukunft vorweg zu nehmen“, so Schoofs.

Ein wichtiges Argument für deutschen Handelsimmobilien ist aus Sicht von **Günther Vornholz**, Immobilien Research der **Nord/LB** in Hannover, dass die Standorte im Grunde durch das restriktive Baurecht in Deutschland „gesetzlich“ geschützt sind. **Re-we, Metro & Co** seien doch nur deshalb bereit, Mietverträge über 15 Jahre abzuschließen, weil sie nicht damit rechnen müssten, dass kurzfristig in der Nachbarschaft ein neuer Markt genehmigt werde. Die Nord/LB, die sich auch an der Finanzierung des Berliner Shopping Centers **Alexa** beteiligt hat, setzt laut Vornholz weiterhin expansiv auf Immobilien-Finanzierung.

Martin Mörl, Geschäftsführer **Pirelli RE Asset Management Deutschland GmbH** schätzt an der gegenwärtigen Phase, dass nach der Überhitzung, heute wieder mehr Zeit zur genauen Prüfung der Anlageobjekte bleibt – nach den wichtigen Standardkriterien wie Lage, Wertsteigerungspotenzial, oder Mieterstruktur. „Denn die Nachfrage insbesondere nach guten Handelsimmobilien ist immer noch sehr hoch“, plädiert er für eine differenzierte Betrachtung des Marktes. Pirelli Re gehört neben **DB Rreef** und **Borletti Group** zum Konsortium, das seit geraumer Zeit über das **Karstadt-Warenhaus-Portfolio** verhandelt.

EHI prämiert die besten Store-Konzepte

Erstmals hat das EHI im Rahmen der **EuroShop Retail Design Conference** in Düsseldorf die besten Stores mit den gelungensten Konzepten ausgezeichnet: Den 1. Rang beim **EuroShop Retail Design Award 2008** gewann **Globetrotter** in Köln. Begründung der Jury: die hochgradige Spezialisierung auf ein Kundensegment und die spektakuläre Architektur. Auf Rang 2 folgte **Barney's New York Dallas** mit seiner Verbindung von Kunst und Architektur in der Außendarstellung vor dem Lifestyle-Specialty-Store **ZEN Department Store** in **Bangkok**. Ein internationales Expertenteam aus führenden Presseorganen und Handelsvereinigungen hatte die besten Läden aus ihren Heimatländern vorgeschlagen.

Impressum

Chefredaktion:

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

Kontakt:

vierbuchen@rohmert.de

Herausgeber:

Werner Rohmert

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

Bank: KSK Wiedenbrück
BLZ 478 535 20

Kto.-Nr.: 39 578

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